

# ラベルバンク新聞

発行所  
株式会社ラベルバンク  
大阪市淀川区西中島 5-12-8  
新大阪ローズビル 4F  
TEL : 06-6838-7090  
FAX : 06-6838-7091  
http://label-bank.co.jp/  
support@label-bank.co.jp

## 第62号

### 製品分析と情報開示

読者の皆様の多くは一般の加工食品に関する企業の方と思いますが、これまで「いわゆる健康食品」と呼ばれていたものが大きく変わる節目にありますので、先月に引き続き、消費者庁において検討会が開催された「食品の新たな機能性表示」について取り上げてみます。

2月25日に行われた第3回検討会では、主に「安全性の確保」について議論されています。第2回検討会に引き続き、大きく2つ示された対応方針は、「①事業者は品質管理の実効性を担保するため製品分析を行うこと」「②①の結果を含めて、生産・製造及び品質の管理の方法については、広く情報を開示することとする」といった内容でした。

製品分析(関与成分量の分析、安全性に関わる成分の量の分析)については、これまででも機能性食品を製造する多くの事業者がされていることから、このポイントには「情報開示」となります。目的に「消費者の自主的かつ合理的な商品選択に資するもの」とあることから、消費者にリーチできる状態での情報開示が求められると考えてよいと思います。

## 食品の新たな機能性表示制度について(2)

情報開示項目案は、HACCPやGMP等の取組み状況に加え次のとおりです。

- (1) 関与成分量及び安全性に関わる成分の量に関する規格
- (2) 施設や作業員の衛生管理体制
- (3) 異物混入や他製中との混同の防止体制
- (4) 製品の均質性とその管理体制
- (5) 規格外製品の出荷防止体制
- (6) 製造・品質等の記録文書やサンプルの保管体制
- (7) 製品分析の結果

### 3つの食品形態

第2回検討会で提示された資料と、第3回検討会で提示された資料の差を見ると、例えば「関与成分と医薬品等の相互作用の有無」等を事業者が評価する内容について、3回目の資料では記載がなくなっていました。しかし「関与成分量及び安全性に関わる成分の量に関する規格」を設けて管理することから、これらの内容は引き続き考慮されると考えてよいと思います。

引き続き資料に使用された内容を確認すると、やはりひとつに機能性と言っても、食品の形態により管理方法は異なる

るとした考え方は重視されています。参考にするアメリカの制度(栄養補助食品健康教育法:DSHEA)と異なり、原則すべての食品を対象として設計をはじめ今回の制度は、「錠剤、カプセル、液状等製品」「その他の加工食品」「生鮮食品」として大きく3つの食品形態をあげています。これらのうち、情報開示項目がもっとも多くなる食品形態に、食経験の評価や過剰摂取などの課題があるものとして「錠剤、カプセル、液状等製品」をあげています。

### 今後すべきこと

今後検討会では、「機能性に関する科学的根拠」についての方針と、その情報開示について議論されるものと思われます。加工食品を製造される方におかれても、今後市場が大きく変わると思われる「サプリメント形態(錠剤、カプセル、液状等)の機能性食品」を検討される方は、引き続き準備が必要だと思いますので、その内容をまとめてみます。

- ・米国のDSHEAの構造機能表示制度についての調査
- ・原材料の安全性情報(過剰摂取、医薬品との相互作用等)の確認
- ・原材料の機能性情報(論文等の科学的根拠)の確認と、試験等データの確保
- ・製品分析体制の確認と、製剤別の認証レベル(HACCP、ISO、GMP等)の確認
- ・販路政策と広告政策(保有する科学的根拠での実証性の確認の見直し)
- ・ウェブサイトで得られる情報(安全性、機能性)開示体制の確認と、今後の方針設定

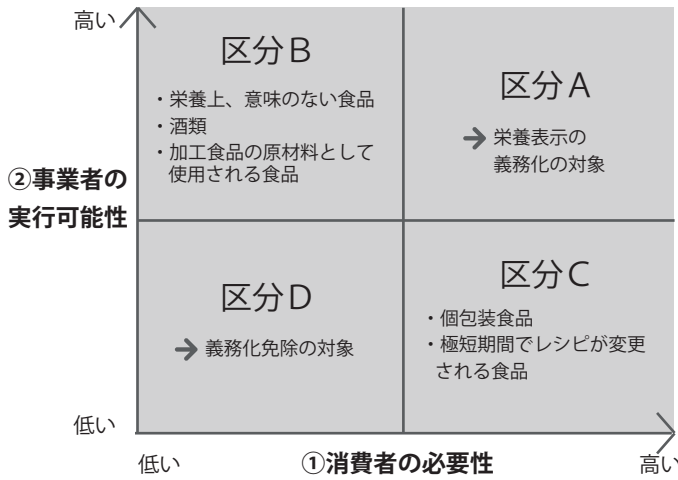
機能性に関する科学的根拠について、各方面の識者よりその必要性を議論されているものを集約すると、まず「関与成分のメカニズムの解明」、そして外部試験機関での「ヒトでのランダム化比較試験(二重盲検)」と、査読付きの「論文」による客観性の確保となります。そのうえで、広告表示の実証性を確保することが必要とされると思われます。

これら機能性に関する科学的根拠について、昨年12月24日に消費者庁より発表された「いわゆる健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項について」において「効果効能の裏付けとなる合理的根拠を示す実験結果、データ等をウェブサイトに適切に表示することが望ましい。」と記載されていることではありません。」と記載されていることから、ウェブサイトで得られる情報開示が今後進むものとみられています。

ちなみに栄養表示の議論にはあった「小規模・零細事業者への配慮」は、強調表示にあたることから今回の機能性表示制度では見受けられません。そのため各地域で進められている6次産業化にも、大きな影響があると思われれます。今後の市場の変化として、試験や管理と広告の重要性から資本力の影響が強くなるのとは異なり、品質管理の重要性から主力商品(成分)自体に変化がある、また多くの情報を必要としてきたために伸び続けた通信販売と店舗販売の関係にも、大きな影響を与えられると思われれます。この表示制度の変化は、引き続き取りあげていきたいと思えます。

(川倉)

# 栄養表示制度の対象となる食品と事業者について



## 対象となる食品の指標となる3つの軸

栄養表示が今後義務化されることについては以前にも取り上げておりましたが、1月22日に行われた消費者委員会で栄養表示に関する調査会が開催されており、その内容を紹介します。

## 対象となる食品の指標となる3つの軸

栄養表示の義務化の目的としては、消費者の適切な食生活を行うための商品選択をする際の情報源としているため、まずは消費者が求めている情報であるかが対象食品を決める際の視点の一つとなります。また事業者の実行が可能かどうか、私達の食生活を取り巻く環境を考慮して、

- ①消費者における表示の必要性
  - ②事業者における表示の実行可能性
  - ③国際整合性
- の3点を主な観点として表示義務を免除する食品を決めていくことになりそうです。

具体的には①と②の2軸で（包装された食品を4つの区分に分け、それぞれの栄養表示の必要性を③の視点も加えながら、表示義務免除となる食品を決めることとなります。③の視点については、ただ海外の事例に倣うのではなく、日本の食文化の中で栄養表示を免除すべきか否か議論・整理した上で、その視点が国際的に共通しているかを計るための視点とされます。

また、輸入食品についても消費者の栄養表示の必要性が高いものとしており、また諸外国での例をみても表示義務を免除している例はないとして、国内製造品と同様に栄養表示を義務化する方向で進められています。

## 食品表示制度の対象となる事業者について

栄養表示の義務化が決められた際に、原則的に食品関連事業者が食品を販売する場合はすべての事業者が表示義務の対象となりますが、家族経営のような零細な事業者のように適用が困難な場合など一部例外を設けるとしております。

この「零細な事業者」をどのように定義するかについて、調査会での案では、中小企業基本法に定める「小規模企業」の定義（概ね常時使用する従業員数が20人（商業、サービス業は5人）以下の事業者）についてはサイクルマークの表示義務から除外されていることを参考に正社員および正社員に準じた労働形態である従業員数5人以下の事業者については栄養表示義務を免除してはどうかと提案がされています。ですが、この人数の線引きについては適正なものであるかまだ議論の余地があるとして保留されています。また、海外の事例では年間での販売数が少ない事業者に表示義務を免除している例があるため、一部の輸入食品が栄養表示に対応でき

ない可能性があるとして販売数による免除規定を設けるべきという声も挙がっています。

## 食品表示制度の対象となる事業者について

こちらについては、これまでの制度と大きく変わるものではありませんが、表示義務から免除された食品や事業者の場合でも自主的に栄養成分を記載する場合や「Ca配合」や「ビタミンたっぷり」といった強調表示を行う場合は、表示義務がかかる食品と同じ方法によって表示されるべきであると提案がされています。

例えば、お酒などは調査会では栄養を得る目的ではない嗜好品のため、消費者にとっての表示の必要性は低いとして「区分B」とされていますが、その中の議論で現在販売されている商品には自主的に栄養表示基準に沿った表示がなされており、また「糖質ゼロ」や「カロリーカット」といった表示がされているものがあり、その場合には強調表示にあたり免除の対象にすべきではないといった話から、訴求したい情報を前面に推し、事業者にとつて望ましくない情報が外されるといった事はあるべきではないとして、現行の栄養表示基準と同様に自主的な表示であっても規定された表示方法で記載されるべきという風にまとめられています。

フラットな形で情報提供がなされるということは、消費者の商品選択のために必要なことであり、またその中から新たな商品が生まれることもあるため意味のあることであり、そのレギュレーションを行う今回の調査会は非常に大きな意味を持つと思っています。消費者、事業者どちらか一方の立場に立たず公平な制度となることを祈るばかりです。

（井上）

## 今月の「お気に入り」言葉

March comes in like a lion, and goes out like a lamb.

1月はいぬる、2月はにげる、3月はさる。

（出典不明）