

# スタート 食の新表示

▶上

健康にどんな効果があるかを食品に表示しやすくなる「機能性表示食品」など、従来よりも直接的な表現がしやすくなる。制度が4月にスタートする。血管や肌など体の特定の部位を示して効き目をアピールできることもあり、幅広い企業が活用しに動き始めた。既存の特定保健用食品（トクホ）なども合わせて、健康関連食品の市場がさらに拡大しそうだ。

「肝臓の働きを助けます」。体内で解毒酵素などの生成を促すスルフォラファンを豊富に含む栄養補助食品であれば、こんな表示が可能になる。リコピンが多い特別なト

## 効果の表現に幅

出ればよい。国の審査は不要で、トクホよりハードルは格段に低い。江崎グリコは独自のビフィズス菌「ビフィック」に関して慶応義塾大

学と連携した研究を4月から本格的に始める。機能性表示に必要なデータを共同研究で蓄積する。健康食品大手のファンケルでは、消費者庁による作業を急ぐ。

「商品のパッケージを見るだけで効果が分かりやすくなるなら便利だと思う」。都内のスーパーで栄養補助食品を選んだ女性(38)は話した。新たな表示は消費者の購入を後押しする効果が大きそうだ。



栄養補助食品の売り場でも新制度を活用した商品が多く登場しそうだ

## 「健康」掲げ購入後押し



調査会社シード・ブランニング(東京・文京)によると、健康食品の市場規模は2017年に2兆1450億円に成長する。今回の新制度の導入などの効果で13年比で17%増えるとの予想だ。使いやすい制度のため中堅以下の企業の活用も増えそうだ。健康・医療関連のコンサルティン グ会社、薬 事法ドットコム(東京・新宿)は機能性表示の申請書類の作成支援などのサービスを始めた。契約を交わした約20社のうち8割が中小企業という。一方で「書類の体裁が整っていけばよく、消費者が根拠を検証できない

表示が乱立する可能性もある」(主婦連合会の河村真紀子事務局長)といった懸念の声もある。消費者に不信感が広がらないよう、企業側が自主的に制度の適切な運用に向けた仕組みをつくる動きも出てきた。健康食品メーカーなども加盟する日本通信販売協会(東京・中央)は、事業者が機能性表示食品に関して消費者庁に届け出た内容を、業界団体としてチェックする体制を整備する予定だ。

新制度は政府の規制改革の柱のひとつだ。国民の健康を維持・増進しながら、経済も活性化する狙い。制度の定着に向けて自由度が高まった食品企業の責任も重くなる。