



主催：日本経済新聞社  
共催：消費者庁  
特別協賛：ヤクルト本社  
協賛：花王、大正製薬、松谷化学、明治、森永乳業、雪印メグミルク、ロッテ

# 「健康新時代」で再び脚光

少子高齢化が進み、生活習慣病が増加している昨今、より一層の健康の維持増進が不可欠だ。こうした中、食生活の改善に寄与する特定保健用食品（トクホ）の役割は大きい。日本経済新聞社は9月30日、消費者庁と共催で「日経SDGsフォーラム特別シンポジウム トクホで考える健康新時代」トクホ公正競争規約がスタートを無観客・ウェブ配信方式で開催。トクホの意義や目的、公正競争規約の内容、将来の役割などを幅広く論議した。



## 基調講演

厚生労働省 医務技監



福島靖正氏

我が国では2065年に、65歳以上人口が2・6人に1人、75歳以上人口が4人に1人になると予想される。また、健康寿命と平均寿命の差を比較すると、小さくなってきているものの、男性で9年近く、女性では12年以上の差がある。

こうした中、厚生労働省では13年から「健康日本21（第2次）」として、健康寿命の延伸に加えて、健康格差の縮小を基本的な方向性として挙げている。具体的な内容としては、栄養・食生活、身体活動・運動、休養、飲酒、喫煙、歯・口腔の健康に関する生活習慣の改善、社会環境の改善を打ち出している。

栄養・食生活分野について述べるなら、生活習慣病の発症・重症化予防のため

## 基調講演

消費者庁長官



健康の維持・増進に役立つ機能性を食品に表示できる制度には、トクホ、栄養機能食品、機能性表示食品がある。中でもトクホは、製品ごとに国が審査する許可制だ。安全性の根拠として最終製品を用いたヒト試験が必須であるなど、厳格なエビデンスを積み重ねたもので、疾病リスク低減表示も許可されている。

持続可能な社会をつくるためには、消費者と事業者が協働して、いい商

品が選ばれて市場に回る消費社会をつくること大切だ。その取り組みの一つが公正競争規約だ。規約は事業者団体などが定める業界の自主的ルールで、公正取引委員会と消費者庁が認定する。トクホは健康食品分野で初の公正競争規約協議会を8月に設立。業界内の自主規制として、表示などの調査・検査、適正な表示を保証する公正マーク発行を実施する。

健康食品初の公正マークでは、「食後血糖値」「血圧」「体脂肪」などのカテゴリーを表示できる。視認性の高い公正マークの商品が市場に流通すれば、より消費者に分かりやすいトクホとなり、

## 企業講演

ヤクルト本社 取締役専務執行役員 研究開発本部長



石川文保氏

新型コロナウイルス感染拡大で消費者の健康意識が高まり、トクホの果たすべき役割は非常に大きくなっている。われわれ事業者は魅力ある商品の選択を提案し、個人に合った健康価値を提供できるように努力していくことが重要だ。

当社の創始者・代田隼は、「予防医学」「健腸長寿」「誰もが手に入れられる価格」という考え方を提唱した。当社はこれらを代田イズムと呼び、全ての事業の原点としている。各種の研究開発を進め、科学的根拠を持つ健康に資する商品を開発販売してきた当社の考え方は、トクホ制度と高い親和性を持つ。

基幹商品「ヤクルト」で、1998年に当社初のトクホ表示許可を取得。長年にわたって蓄積した科学

## 食のバランス、健康寿命延伸

に栄養状態では適正体重を維持することや、適切な量と質の食事が大事だ。また、高齢者では社会生活機能の維持・向上のため低栄養の低減も注視すべきだ。

健康日本21（第2次）の専門委による中間評価で見ると、健康寿命やその都道府県格差など6割の項目で改善が認められた。一方、メタボリックシンドローム該当者・予備軍の数、肥満傾向にある子供の割合などは改善が十分とはいえず、食生活改善も十分ではない。

毎年9月に実施している食生活改善普及運動において、今年も新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う外出自粛を考慮して、家庭での食生活改善の重要性について普及啓発を行った。

外食・中食、配食でも栄養バランスのとれた食事が入手しやすい環境づくりを進めていく。さらに、信頼できる情報に基づいた適切な食物にアクセス可能な環境づくりを進めて、栄養・食生活の課題解決、健康寿命の延伸に取り組みたい。

## 消費者に健康価値を提供

的根拠を消費者に伝えることが可能になった。整腸効果に対する消費者の信頼性が向上し、子どもの飲み物というイメージから抜け出した。また、茶飲料の「審美茶（ばんそつれいちゃ）」は、当初販売が伸び悩んでいたが、血糖値に関するトクホ表示許可の取得後2年で売上本数が10倍以上に伸長。健康茶系市場の先駆的な存在となった。

現在、トクホとして整腸・血圧・血糖値・コレステロールの4領域で表示許可を取得。当社の乳製品の国内販売量の5割以上をトクホ商品が占める。ヤクルトは海外39カ国・地域で飲用。日本のトクホ制度に似たヘルスクレーム制度を導入しているエリアもある。

新たに公正マークの導入で、消費者がより適切に商品を選択しやすい環境が整う。機能性表示食品ですでに受理されている睡眠・疲労・免疫など、新しい時代の健康に対応する保健の用途の創出についても、ぜひ検討していただきたい。

## 消費者への訴求効果期待

伊藤明子氏

食生活の改善、健康づくりに寄与するはずだ。公正マークの新設をきっかけに、改めてトクホが健康食品の中で科学的なエビデンスがしっかりしていることを消費者に訴求する必要がある。また、疾病リスク低減表示については現在カルシウムと葉酸のみの基準設定だが、対象成分・表示の拡充に向けた運用見直しの検討も必要だろう。

事業者の責任による届出制の機能性表示食品については、先日事後チェック指針を出したところだ。各社が機能性表示食品の十分なエビデンスを積み重ね、トクホの表示許可申請へもつながらることを期待している。

広告

企画・制作＝日本経済新聞社  
イベント・企画ユニット