

2 食産業の振興

① 四国食品健康フォーラム2022

～地域発の制度で変える!これからの食品の機能性表示～

当センター（STEP）は、「地域発の制度で変える!これからの食品の機能性表示」をメインテーマとして、9月27日、東京ビッグサイト西1ホール「Diet & Beauty Fair2022」イベントステージAにおいて、食品機能性地方連絡会・四国経済連合会・四国健康支援食品普及促進協議会と共同で、「四国食品健康フォーラム2022」を開催、食品の機能性に関わる企業、関係団体・機関を中心に約50名の参加者がありました。

本フォーラムでは、消費者庁食品表示企画課保健表示室長である蟹江誠氏による基調講演に続いて、「食品機能性表示制度の更なる普及拡大に向けて、地域の制度（四国健康支援食品制度、北海道食品機能性表示制度等）がどのような役割を果たしうるか」についてパネルディスカッションが行われ、そこでの議論を踏まえ、「四国食品健康フォーラム宣言」が採択されました。

〈開催結果〉

◆基調講演 「保健機能食品の現状と今後について」

【講師】 消費者庁 食品表示企画課保健表示室長

蟹江 誠 氏

保健機能食品制度の概説に続いて、2015年運用開始の「機能性表示食品制度」について、届出の流れ、表示事項、届出状況、届出公表までの所要日数、事後チェック指針などが説明された後、本制度の適切な利用促進に向けた食品表示に関する消費者庁の普及啓発の取り組み状況が紹介されました。

◆パネルディスカッション

【コーディネーター】 高知大学理事・副学長/内閣府消費者委員会委員長代理

受田 浩之 氏

【パネリスト】 (国研) 医薬基盤・健康・栄養研究所 国立健康・栄養研究所 栄養疫学・食育研究部長

瀧本 秀美 氏

(一社) 北海道バイオ工業会代表理事会長 / 北海道経済連合会副会長

小砂 憲一 氏

健康医療ジャーナリスト/日経BP総合研究所メディカル・ヘルスラボ客員研究員

西沢 邦浩 氏

(一社) 健康食品産業協議会会長

橋本 正史 氏

四国健康支援食品普及促進協議会会長/仙味エキス(株)代表取締役社長

箴島 克裕 氏

(上記6氏と基調講演講師(蟹江誠様)の計7氏で行われました)

食による生活習慣の改善を目的とする「食品の機能性表示制度の活用」に向けて、消費者ヘルスリテラシーの一層の向上が必要です。その実現には、消費者庁と地域の連携による効果的な普及広報活動の展開が求められており、そのための具体的方策として、「地域独自の機能性食品関係のイベント・シンポジウム」並びに「消費者ヘルスリテラシー向上に資するセミナー・イベント」といった取り組みが提案されました。

今後は、「消費者ヘルスリテラシーの向上」を起点として、「機能性食品に対する消費者の認知度が高まり、それにより機能性食品の普及・消費の相乗的な拡大が進み、消費者がそれらに触れる機会が大幅に増え、消費者ヘルスリテラシー向上がさらに進む」といった「好循環」をスパイラルアップしていくことが重要であると提言され、最後にフォーラム宣言（下記）が採択されました。（本パネルディスカッションにおいて展開された議論の概要については、次頁の資料をご参照ください）

◇◇◇ 四国食品健康フォーラム宣言 ◇◇◇

食品の機能性表示制度の普及・啓発を通じて、

健康寿命の延伸、健全な労働人口の確保に寄与すること

地域の食品産業を振興すること

消費者のヘルスリテラシー向上に寄与すること

などを旨とし、国と地域は連携して効果的な活動を展開していく。

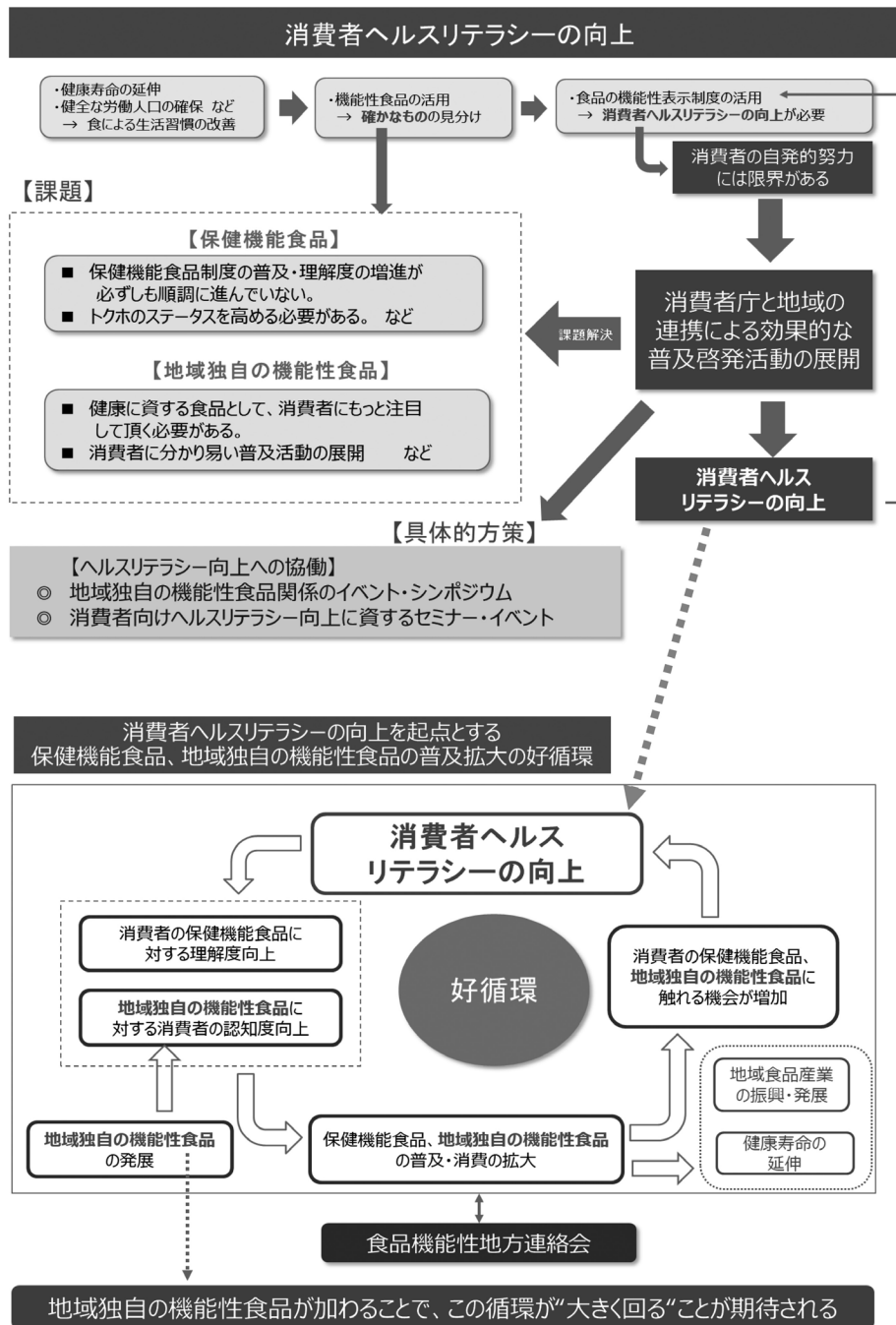


基調講演



パネルディスカッション

■(資料) 四国食品健康フォーラム2022 パネルディスカッションにおいて展開された議論の概要



■今後に向けて(高知大学 理事・副学長 受田 浩之 氏)



消費者の保健機能食品に対する理解度が向上すれば、それらの消費は拡大します。ここに地域独自の機能性食品が加わってくることによって、この好循環の回転が加速されることが期待できると思われま。右側に転じれば、消費者の保健機能食品ならびに地域独自の機能性食品に対して触れる機会が増加し、結果的にヘルスリテラシーの向上を通じた“大循環”が起ることになります。さらに、ここに食品機能性地方連絡会が、“潤滑油”として機能してくださることによって、最終的には、図の右側にありますように、「健康寿命の延伸」が実現し、同時に「地域食品産業の振興・発展」にも繋がっていくのではないかと考えられます。

こういう普及拡大の好循環を目指し、国と地方が、また、食品関連事業者のみならず我々消費者や行政の皆さまが一体となって活動を是非展開して行きたいと考えております。



競輪の補助事業

この事業は、競輪の補助を受けて実施しました。

<https://www.jka-cycle.jp/>

四国食品健康フォーラム2022

地域発の制度で変える!これからの食品の機能性表示

パネルディスカッション

(2022年9月27日/於、東京ビッグサイト西1ホール「Diet&Beauty Fair2022」イベントステージA)

本パネルディスカッションにおいて、消費者ヘルスリテラシーの向上、食品機能性表示のあり方などについて活発な議論が展開されました。

以下は、それらを普及広報用資料として取りまとめたものです。

■ はじめに

【受 田】

本日は、お忙しい中、「四国食品健康フォーラム 2022」パネルディスカッションにお集まり頂きまして、誠にありがとうございます。東京で開催しているにも拘わらず、「冠に『四国』の付いている」ことが、まず、ポイントになろうかと思われまふ。今回の「四国食品健康フォーラム 2022」(以下、「フォーラム」)は、通称STEPと呼ばれている「(一財)四国産業・技術振興センター」の主催で、同センターの皆さまのお力添えによって実現されたものでございませう。

四国においては、全国で唯一の広域民間認証制度として創設された「ヘルシー・フォー」(※1)を活用し、四国を挙げて、力を合わせて、食品産業の振興に向けた取り組みが進められているところだす。16年前から、毎年秋、こうしたシンポジウムをフォーラム形式で開催してきましたが、今回、初の“東京進出”となりました。

タイトルに「これからの食品の機能性表示」といった副題、そして「地域発の制度で変える!」というビックリマーク!が付けられていることで、かなり気合が入っていることを、冒頭で是非ご理解を頂ければと考えております。

ここでは「変える!」というところがミソで、最近では、例えば、DX(デジタルトランスフォーメーション)とかGX(グリーントランスフォーメーション)という言葉がありますが、ここでは、「食(フード)に関するトランスフォーメーション(変革)を地域から興して行きたい」という“FX(フードトランスフォーメーション)”であると考える頂ければと思ひます。

では、ここからは、ただいまの消費者庁の蟹江室長のご講演を受けて、パネルディスカッションを進めて参りたいと存じます。

言うまでもなく、「健康寿命の延伸」や「健全な労働人口の確保」などに向けては、これまで以上に「食による生活習慣の改善」が必要と考えられております。

そこで、まず、このパネルディスカッションの冒頭において、オンラインでご出席頂いております瀧本先生から「健康寿命の延伸に関する今日の意義や重要性」、「自然と健康でいられる持続可能な食環境づくり」に関し、「地域でも可能な実践的取り組み、日本人の食事摂取基準のお考え」などについて、10分程度でお話を頂戴したいと思ひます。瀧本先生、よろしくお願ひします。

(※1)四国健康支援食品制度の愛称。本制度は、食品の安全性・機能性に関し、科学的根拠が存在する食品であることを審査・評価し、食品に表示することのできる制度で、2017年6月に創設された。

■ 瀧本先生のショートプレゼン

健康長寿につながる食生活に必要なこと

～国民の現状と課題～骨子

- 厚労省は、「国民の健康の増進の推進に関する基本的な方向」を示す「健康日本 21 (第二次)」を 2013 年度から 2023 年度まで実施しており、以下の五つを大きな目標として掲げている。
 - ア. 健康寿命の延伸と健康格差の縮小
 - イ. 主要な生活習慣病の発症予防と重症化予防の徹底に関する目標
 - ウ. 社会生活を営むために必要な機能の維持・向上に関する目標
 - エ. 健康を支え、守るための社会環境の整備に関する目標
 - オ. 栄養・食生活、身体活動・運動、休養、飲酒、喫煙及び歯・口腔の健康に関する生活習慣及び社会環境の改善に関する目標
- 健康日本 21 では、健康寿命の延伸のため、成人の食塩摂取量の目標量を一日 8g、野菜摂取量を一日 350g、果物摂取量(ジャム除く) 100g 未満者を 30%を掲げたが、残念ながらいずれも達成に至らなかった。こうした背景には、男女別・年代別によって、「食に関する課題」が異なっていることが考えられる。
- 2021 年、「自然に健康になれる持続可能な食環境づくりの推進に向けた検討会」が設置され、そこでは、「活力ある人生百年時代の実現に向けて、自然に健康になれる食環境づくりの推進が急務」として、同年 6 月、報告書が公表された。

■ 機能性食品の活用

【受 田】

瀧本先生、ありがとうございました。では、瀧本先生のご発表内容を踏まえて、これからディスカッションを進めてまいりたいと存じます。

誰もが自然に健康になれる食環境づくりの重要性について、ただいま、瀧本先生からお話を頂きました。ポイントは生活改善が大きな貢献を果たしていくことであると思ひます。

この会場にいらっしゃる皆さまは、恐らく、明確なヘルスクレームを有する保健機能食品が食生活の改善に向けて大きな貢献を果たすと期待されているのではないのでしょうか。その実現に向

けては、消費者に保健機能食品の特徴であるヘルスクレームが確実に伝わり、消費者がその内容を理解したうえで、それらを積極的に活用して頂く、つまり、ヘルスクレームの情報が今後益々重要になってくるものと思われま

す。こうした観点において、初期段階から、特定保健用食品（以下、「トクホ」）の開発に取り組んでこられた仙味エキス㈱（※2）社長の箴島様から、その現状と課題について、まず、頭出し（情報提供）をお願いしたいと思います。そして、その後、（一社）健康食品産業協会（※3）会長の橋本様には、先般公表されたアンケートの中から、ヘルスリテラシーに関する特徴的などころを続いてご紹介頂きたいと存じます。

【箴 島】

四国健康支援食品制度（ヘルシー・フォー）の普及促進協議会で会長を仰せつかっております仙味エキス㈱の箴島でございます。

弊社は、1976年に設立され、今年で47年目を迎える業務用の天然調味料のメーカーでございます。先ほどのお話でありましたように、機能性食品を通じて、積極的に健康の維持・増進を図っていくことをお手伝いできないかと考え、平成に入る頃から大学との共同研究を進めることとし、調味料の分野において水産原料を取り扱うことが多かったので最初は魚介類からスタート致しました。

一口に魚と言いましても、魚種によって機能性にも違いがあり、それらの中で「何をターゲットにするか」といったスクリーニングを行い、安定的に入手できるということで、イワシを対象としました。機能性に関しては、生活習慣病対策の基礎になる「血圧のコントロール」を取り上げ、「イワシのペプチドによる血圧抑制」に焦点を当てて研究を進めました。

ご存知のとおり、トクホは1991年に創設され、今や31年目に入ったわけですが、弊社は1999年、大学との共同研究で「イワシのパリルチロシンという低分子のアミノ酸が二つ繋がったペプチドが血圧抑制作用を有している」ことを突き止め、これを関与成分として、トクホに申請し、認可を受けました。

それから24年になりますが、いままでに、清涼飲料などのドリンク、タブレット（錠剤）、お菓子、お茶系統の飲料など様々な形態でトクホであることを表示した商品を出してきており、現在では、計55品目について、サーデンペプチドを関与成分として配合した表示許可を頂いております。

ただ、現在の問題点として、トクホは、創設当初の理念からすると、我々食品事業者にとっては、徐々にハードルが高くなってきた感じがしており、このため、資金力のある大手企業さんですら、対応が難しくなっているという話を耳にすることがあります。さらには、ヘルスクレームの内容もかなり限定されますので、そういった意味でも、制度としての魅力は薄らいできているような気がします。

こうした中、2015年から企業責任によって食品の機能性を具体的に標榜できる機能性表示食品制度（※4）がスタートし、現在では、トクホをはるかに凌いで、5千品目を超える食品が機能性表示食品として届出公表されております。これによって、ヘルスクレームの幅ならびに機能性を表示できる素材の範囲は非常に広がってきたような感じがします。

ただ、その一方で、本制度については、認知度がまだまだ低く、また、ヘルスクレーム自体についても、「表示文言の内容が分かり難いところがある」などといった問題点があることも事実です。

従って、本来の機能性素材の効能とかヘルスクレームは本当に正しく理解されているのだろうか、使う側のヘルスリテラシーは向上しているものの、そういったものとの一致性が取れているのかどうか、懸念があります。

本来、トクホにしても機能性表示食品にしても、玉石混淆と言われた“いわゆる健康食品”の中から“玉”の部分積極的に取り出して、“石”の部分がある程度淘汰していくというのが本来の目的ではなかったかと思えます。

ところが、徐々に機能性表示食品の届出公表数が増え、機能性の素材が広がってくると、それらの中には、「エビデンス的にもう一つ」というように玉石混淆状態に少し戻りつつあるようにも感じております。今後は、こうした点を踏まえつつ、トクホと機能性表示食品が本来果たすべき役割について、全体を整理して頂いて、それぞれの目的に応じた役割を担えるような制度運用が必要になってきているように思われます。

そういう意味では、今後は、本日のテーマでもあります「消費者ヘルスリテラシー」をいかに高めるか、その上でそれぞれの目的に見合った選択肢を提供していくことが必要不可欠ではないかと考えております。

【橋 本】

（一社）健康食品産業協会の橋本と申します。本日は、貴重な機会を頂きましてありがとうございます。受田先生からは「ヘルスリテラシーをどのように伸ばしていくか」という非常に大きなテーマを頂きました。

本協議会は、一つのテーマ・理念として、「健康長寿社会を実現するために、各ステークホルダーと協働し、広くヘルスリテラシーを向上させていき、産業の健全な育成・振興を図る」ことを掲げております。健康食品業界においては、現在、主要6団体（※5）があり、その6団体の連合体として、2016年に一般社団法人化した団体でございます。

団体における活動内容として8の分科会があり、その中では「ガイドライン分科会」が大きな組織として活動を展開しており、この分科会にて、先ほど受田先生が紹介された事業者向けアンケートを実施いたしました。このアンケートは、120社程度に参加して頂き、単なるアンケートではなく、意見の入手を目的として実施いたしました。そこで分かったこととして、消費者のヘルスリテラシー向上のための活動要望について、消費者庁に対しては「消費者のヘルスリテラシーの向上のための働き掛けを行って欲しい」とする回答が全体の58%と最も多いという結果となりました。

一方で「業界団体に対する期待は何ですか」と問い掛けたところ、「事業者からもっと情報を発信して欲しい」という回答がありました。これは「ヘルスリテラシーが向上し難いのは、事業者からの情報発信が少ないからではないか」とのご指摘であり、私共も「その通りである」と考え、「業界団体として、もっと情報発信していくべき」との反省に立ち、先日の理事会において、本協議会の中に常設の広報委員会を設置することいたしました。

改めてヘルスリテラシーが「どういうものか」について申し上げますと、「健康情報を入手・理解・評価・活用して、最終的に健康増進のために判断して意思決定していくことである」と理解しており、単にインターネット検索でトップの方に出てくる情報を活用するだけでは、ヘルスリテラシーを高めることにはならないと考えております。

実際のところ、2013年に閣議決定された「日本再興戦略」(※6)の中には「市場創造プラン」があり、そこでは、機能性表示食品制度は、産業育成に加え、「健康長寿の延伸のために活用すべき」との考えもあって創設されたという面もあります。その結果、産業の方は伸びて来ておりますが、もう一つの目的である「健康増進にどれだけ繋がっているか」に関しても何らかの検証は必要ではないかと思っております。

そのための一つの方法としては、アンケートを実施し、それがキッカケとなって、先ほど受田先生が言われたように、「健康食品を摂取することがキッカケとなって病気に罹り難くなった」、「病院に行かなくなった」、「何となく健康になってきた」といったことを調べる事が出来れば、それが一つの検証へと繋がっていくわけです。そうしたアンケートについては、業界団体だけでなく、行政関係者、地方自治体、アカデミア、さらにはヘルシー・フォーとかヘルシー・Doの関係者など出来るだけ多くのステークホルダーの方と一緒に進めていくことによって、業界全体が盛り上がっていくのではないかと考えております。私共はこうした考えで取り組みを進めております。

(※2)愛媛県大洲市の天然素材を用いた調味料のバイオニア企業。バイオ技術を駆使して、魚肉・畜産から天然原料を100%活かしたエキス調味料や機能性食品素材を製造。(資本金:9000万円、従業員182名[2022年9月現在])

(※3)健康食品産業分野における代表的な業界団体として2009年に発足。6の団体正会員、65の事業者正会員、27の団体・企業の賛助会員で構成。(出典:一般社団法人健康食品産業協議会)

(※4)国の定めるルールに基づき、事業者が食品の安全性と機能性に関する科学的根拠などの必要な事項を、販売前に消費者庁長官に届け出れば、機能性を表示することができる制度。トクホと異なり、国が審査を行わないため、事業者は自らの責任において科学的根拠を基に適正な表示を行う必要がある。(出典:消費者庁)

(※5)健康と食品懇話会、(一社)国際栄養食品協会、(特非)全日本健康自然食品協会、(一社)日本栄養評議会、(公財)日本健康・栄養食品協会、薬業健康食品研究会

(※6)アベノミクスの「三本の矢」の「第三の矢」として日本経済再生本部によって名付けられた成長戦略。

■ 食品の機能性表示制度の活用

【受田】

橋本様からは、アンケートの結果から見えてきたこととして、「情報発信を通して、消費者リテラシーを高めていく」といったご示唆を頂きました。

こうした情報発信においてメディアの果たす役割は極めて大きいと思われます。

今日、「メディアを代表」して、西沢様にご登壇頂いておりますので、是非、「メディアを代表」するお立場で、トクホも創設から31年の歴史を既に刻んでおりますが、この間のヘルスリテラシーのレベルの変遷等についてコメントを頂ければと思います。

【西沢】

メディアに携わる者の一人として、自省も込めて話をさせていただきます。

トクホが創設されて間もない30年ほど前に一番売っていた健康雑誌は、体験談が沢山詰まったものでした。例えば、「あるモノを摂ると、骨折以外全て治ってしまう」と。つまり、当時は、「n

=1の体験談」を20~30万人の方が読んでいたことになりませんが、その後、消費者にリテラシーが備わり、いい意味でも悪い意味でも、SNSが出来たことで、色々な情報に接できるようになり、それはそれで良いことではないかと思っております。ただ、その一方では、よく指摘されるように、エコーチェンバー現象(※7)という「都合のいい意見を共有する仲間と意見を共有」といった傾向も結構見受けられるようになっております。

「エビデンスをベースにした意思決定行動」に関して、61報の研究を分析した論文によると、第三者に係る健康リスクの情報については、しっかりとしたエビデンスに基づいて判断されるようなのですが、自分の身に差し迫ったものになると、つい、その立場を忘れて、身近な人の意見を聞くといったような傾向が示されておりました。自分がその立場になった時に「エビデンスに基づいて判断する」のは意外と難しいようです。また、ヘルスリテラシー評価調査を用いた各国比較の結果を報じた研究でも、日本人のヘルスリテラシーはかなり低いという結果が出ています。

これに関しては、我々メディアにも責任があると思っております。エビデンスに絡んだ報道が行われるのは、多くの場合、事故発生とか不備というように「マイナスのこと」が起こったような時で、皆さんは、そうした報道に接すると、「大したエビデンスではないのか」とか「エビデンスを詐称したのか」というように「悪い面」だけをイメージしてしまいがちになります。反対に良い出来事として「あるモノが売れている」という情報に関しては、「どういうエビデンスに基づいて、そうなったのか」といった報道はあまり耳にされたことがないのではないかと思います。これは報道姿勢にも問題があるように思われます。

先ほど、瀧本先生は、プレゼンの中で「食物繊維の中で最もシェアが大きいのは穀物である」と言われておりましたが、このことも非常に重要な問題であると考えております。世界中のエビデンスは「健康寿命(DALYs=障害調整生存年)短縮に与える影響が最も大きい食事因子は全粒穀物不足である」とする巨大なビッグデータの解析結果があり、「全粒穀物由来の繊維摂取には大きな健康効果がある」ことは国際的に立証されているものの、日本の食事摂取基準においては、このことについては一言も触れられておりません。

このように国際的に重要なエビデンスを日本に「落とし込み」、認識共有して、みんなでリテラシーを高めて、行動を変えていくといった根本的なスタンスがメディアにも国全体にも欠けており、消費者の「我々はどうやってリテラシーを高めていけばいいのか、どう行動すればいいのか」について、「試金石」となるようなモノが得にくくなっているような気がします。

こうした中では、おそらく、カリキュラムのようなもの、若しくは、皆さま消費者自身が参加する形、例えば、大きなコホートに参画するなど、何らかの形で「消費者自らが考える場所」を作っておく必要があるのではないかと思います。

(※7)自分と似た意見や思想を持った人々が集まる場(電子掲示板やSNSなど)にて、自分の意見や思想が肯定されることで、それらが正解であるかのごとく勘違いする現象。(出典:ウィキペディア(Wikipedia))

■ 消費者の自発的努力の限界

【受田】

ヘルスリテラシーが、「n=1」の体験談から成長してきた話は、大変印象深く拝聴させて頂きました。この後の議論にも繋

がっていくこととして、今後に向けては、「自分の事として捉えること。自らが参加して、コホートを展開していくといったことが重要なポイントになる」といったお話も頂きました。啓発の部分、つまり、ヘルスリテラシーを向上させて、自分自身の事として捉えて行動変容に繋げていくには、まだ「壁」があることは、ここまでの話でご理解頂けたものと思われまます。

先ほど、蟹江室長は、講演の中で、「消費者基本計画」に則って普及拡大が図られているトクホ・機能性表示食品・栄養機能食品の三つからなる保健機能食品制度を消費者がどれくらい理解しているのかに関して具体的な数値をお示し頂きました。実際には、KPI(管理指標)も立てられておりますが、経年変化も含めて、まだまだ理解は進んでおりません。「これにどう対応していくか」が大きな鍵を握っている中で、消費者および事業者の自発的努力には限界があるのではないかと考えられます。また、国による普及啓発の取り組みはありますが、それも不十分あるいは実効的ではないかと思われまます。

■ 効果的な普及啓発活動の展開

【受 田】

ここからは、「こうした限界を超えるため、どうすればよいか」について考えてまいりたいと思われまますが、そこで、「消費者に近いところと一緒に取り組んで頂けるプレーヤーである地元の食品関連事業者ならびに地域の皆さまが“スクラム”を組んで普及啓発に取り組んでいくという形もあり得るのではないかとご提案申しあげたいと思われまます。

ついでに、こうした消費者の自発的努力、消費者庁の普及啓発活動を補うことが期待されている四国におけるヘルシー・フォーの取り組み、そして、その“先輩格”であるヘルシーDo(北海道食品機能性表示制度)(※8)に関して、それぞれで普及の代表のお立場である篠島様、(一社)北海道バイオ工業会(※9)の小砂様から、それぞれの取り組みについて、お話を伺いたいと思われまます。

【篠 島】

ヘルシー・フォーは、いまご紹介された先輩格であるヘルシーDoを手本として、四国4県にまたがる全国初の広域の民間認証制度で、企業責任で色々な形で展開していくことの出来る比較的自由度の高い制度として、2017年からスタートしております。トクホに加え、一次産品も取り扱える機能性表示食品制度が創設されてはおりますが、こうした国の制度は、地方の中小企業にとっては、まだまだハードルが高いことから、企業の中からは、その適用について「躊躇せざるを得ない」といった声も聞かれます。

これに対し、ヘルシー・フォーについては、エビデンスとして、「査読を受けた学術論文」があり、かつ、その論文で規定された機能性を有する素材が一定量配合されているという最低限の科学的根拠さえ確認できれば、「健康でいられる体づくりに関する科学研究が行われたこと」を表示できることになっており、これによって、企業体力の小さな中小企業でも「とにかく前へ一歩踏み出してみる」ことが可能となり、これによって、「いままでとは違う新たな事業展開」へと繋げていくことが出来るのではないかと考えられます。その後、ある程度事業展開が進んで、さらに「地域から全国へと展開して行きたい」ということになれば、機能性表示食品などの国の制度に取り組んで行けばよいわけで、ヘルシー・フォーはいわば「国の制度への入り口」と

位置づけることが可能であり、地域の中小企業にとっても、新たな事業展開の足掛かりになるのではないかと考えられます。

本来、健康とは自己責任で守っていくべきものと考えられますが、日本人の場合は比較的“お任せ”的なところが多いように思われまます。そういった意味で、ヘルシー・フォーは、食品の健康を維持・増進させる機能について、消費者自らが健康のために様々な選択肢の中から選んでいくというインフォームドチョイス(※10)をしっかり広めて行ければと考えております。このことは、自らの健康を自らの頭で考えていく行動変容にも繋がっていくのではないかと考えられます。

こうしたことから、四国健康支援食品普及促進協議会では、四国を中心に、大きく二つの点でヘルシー・フォーを広めて行きたいと考えております。

まずは、地元の食品企業に対しては、セミナー・シンポジウム・展示会など色々な機会を出来るだけ活用して、ヘルシー・フォーについての提案を進めてまいりたいと考えております。

それから、もう一つは、一般市民の方々に対しては、地元の様々な行事・イベント等の場面でヘルシー・フォーのPRに努めるとともに、依頼があれば、講演会とか学校の講義などにおいて“手弁当”での講演といった活動も展開していきたいと考えております。

このように、ヘルシー・フォーは、制度的な面からすると「地域から国への縦の軸での『入り口』」として、また、リテラシー的な面では、「地域密着の活動とか情報提供といった身近なところからの『横の広がり』」を目指して活動を進めてまいりたいと考えております。

【小 砂】

地方の食品企業とかサプリメント企業は、まだまだ力不足で、国の機能性表示食品制度での届出に必要な研究内容を全て満たすための「力・お金」は不足しております。また、いま篠島様が言われたように健康食品業界そのものが玉石混濁状態でした。こうした中、北海道では「ある程度の基準を設けてエビデンスを作っていくのではないかと考え、食品機能性の地方認証制度の創設を提唱してきました。

そして、もう一つ大事なこととして、ヘルシーDoなどの地方の認証制度は、まだ世の中に出てない地方の色々な特産物をいかに世の中に広めていくかのキッカケにもなります。制度創設の背景には、こうした「地方の活性化」という目的もあります。

当初、北海道単独でこうした取り組みを進めてきたわけですが、四国において4県にまたがるヘルシー・フォーという制度が創設されたように、全国各地の地方でこうした活動を興していこうではないかと・・・先ほど、蟹江室長が言われていたように、トクホにしる、機能性表示食品にしる、その認知度は低く、ましてや、地方認証制度は、まだ一桁台の認知度に止まっているのが現状ではないかと考えられます。

こうした状況の打破に向け、「全国各地でこれを盛り上げて行こうではないか」ということで、現在、各地で取り組みが進められておりますが、私達は、こうした取り組みを「各地で産業振興を図り、地域活性化へと繋げていく」というように大きな事業として捉え、推進しております。

制度・商品の認知度向上は、極めて重要なことです。大手食品メーカーは、毎日のようにCMを流し、皆さんも耳にタコができるくらい聞かれていると思いますが、地方の食品企業がそのような形でメディアに自社商品の情報を載せていくことは難しく、

そういった面でも、我々の取り組みが制度普及の一助になればと考え、活動を展開しているところでございます。

【受 田】

国の制度があって、そして、いまでは各地で「地域発の制度」が立ち上がりつつありますが、そこでは、「縦と横の関係」をどのようにより一層織りなしていくことが出来るのが課題であり、その縦と横の織りなし、つまり、調和・ハーモニーをヘルスリテラシーという文脈で繋いでいくことが求められているのではないかと、お二人の話を伺って感じたところです。

これまでの議論で、「食品機能性の普及において“横たわる”ヘルスリテラシー向上という課題を解決するためには、国と地域の連携が必須である」ことは、ご理解頂けたのではないかと思います。

- (※8)「健康でいられる体づくりに関する科学的な研究」が行われた機能性素材を含む食品を、北海道が認定する制度。2013年4月スタート、9月28日時点で認定食品は139品。(出典:北海道庁)
- (※9)北海道におけるバイオ工業の健全な発展を促進し、もって地域社会に貢献することを目的とし2006年に設立。(出展:本会ホームページ)
- (※10)科学的根拠のあるミスリードされない情報を十分に消費者に与えて、その情報を基に消費者が自らの判断で、商品を選択すること。(出典:清水俊雄氏「食品機能の制度と科学」)

■ ヘルスリテラシー向上に向けた具体的方策

【受 田】

こうした思いを実現していくための具体的方策として、「ヘルスリテラシー向上への協働」ということで、「地域独自の機能性食品関係のイベント・シンポジウム」と「消費者向けヘルスリテラシー向上に資するセミナー・イベント」の開催をご提案申しあげたいと思います。この提案に対して、橋本様、西沢様、そして、食品機能性地方連絡会(※11)としてのお立場で小砂様から、一言ずつコメントを頂きたいと思います。

【橋 本】

地域独自の機能性食品関係のイベント・シンポジウムは、非常に素晴らしいと思います。こういうことが、ヘルシーDoとかヘルシー・フォーだけでなく、色々とところでクラスターとして発生し、それをなるべく多くのステークホルダーの方々があと押しすることが大事であると考えます。

健康食品産業協議会としても、是非こういったイベントをあと押ししたいと思います。その場合、重要なことは、保健機能食品に拘ることなく、機能性を有する食品を発展させていくことであり、その方向性について一緒に考えるとともに、発言できる形に導いて行ければ良いと考えております。

【西 沢】

大変素晴らしい提案であると思います。さらには、消費者側がただ単にこれを聞くだけでなく、実感が得られるようにしていくことが重要であると考えます。フィンランドでは、国中に生えている白樺の樹液でキシリトールという素材を作り出し、これを国中に配ったところ、虫歯のない国が生まれました。いわば、国民全員でエビデンスを作って、輸出財にしたわけです。

これをヘルシー・フォーとかヘルシーDoの認定商品・素材に応用し、地域の方々が、それらのエビデンスを理解して、その商品を摂取し、それによって「健康指標がどう変わるのかを地域一体となって試してみる」ことが考えられます。その結果、面白い・ユニークなエビデンスが得られれば、我々メディアとして

も非常に報道価値があるわけで、そうなれば、他の地域の方々も、同じようなことに取り組んでみたくなるのではないかと思います。

単に聞くだけでなく、良い連鎖が生まれ、行動を起こせるようなイベント・シンポジウム・セミナーが開催されることを期待しております。

【小 砂】

食品機能性地方連絡会は今から10年近く前に結成された組織で、全国各地の自治体ならびに食品機能性に関する研究機関、第三セクターなど約30の団体・機関の方が参画されております。年に3~4回、今回のようなイベントに合わせて開催されており、本日も、この後、会合が予定されております。

本会においては、色々な情報を共有するとともに、特産物とか開発した新商品を「どのようにしてマーケットに出せばよいか」などについても話し合いが持たれております。全国的にみると、4か所から7か所ぐらいの地域において、地方の認証制度に関する取り組みがあり、既に実施されているところが4か所あります。

地方において、各地の力を合わせて取り組みを進めて行こうということで、本会を結成し、取り組みを進めており、各地域から特産物について紹介も行われるなど、非常に脂の乗った大きな“ロビー”となっております。

今回、皆さま方にご提案申し上げたいことは、現在、その必要性が盛んに叫ばれている「健全な労働者人口の確保」です。仮に労働者一人が病気で倒れたりすると、その方が生み出すGDPがゼロになるということだけではなく、医療負担が発生し、場合によっては生活保護を支給することになるかもしれないわけで、このことから、「健康であり続けること」がいかに重要であるかがご理解頂けると思います。国益に「健康」がもっと大きく掲げられても良いのではないかと思います。

我々は、以前、地方創生大臣ともお会いして、日本の健全な労働者人口の確保の重要性を述べてまいりましたが、地方においては、就労の機会を確保することが必要であり、今回のテーマである食品の機能性表示に関する取り組みも、そうした「就労の機会確保」の一助になるのではないかと考えております。

このように、食品機能性地方連絡会では、日本国の経済力、地方における労働力の確保などにより、お年寄りから若年層までが健全な生活をおくれるような社会の実現を目指したいと考えておりますので、どうか皆さんから協力を頂きたいと思っております。

- (※11)「健康寿命の延伸」、「地方発食品産業の振興」、「食品機能性表示における情報と課題の共有」を目的として2013年11月に設立された組織で、食品の機能性に関して問題意識を持つ地方公共団体ならびに経済団体などが年数回集まり、食品機能性に関する情報共有のほか、政府や関係省庁に対して食品機能性に関する要望の取りまとめなどを行っている。(出典:食品機能性地方連絡会)

■ 消費者ヘルスリテラシーの向上を起点とする 保健機能食品、地域独自の機能性食品の普及拡大

【受 田】

この東京の場で「地方の取り組みを紹介していることの意義」が、徐々に皆さまの方にも伝わって行っているのではないかと思います。

今回、メインテーマとさせて頂きました「消費者ヘルスリテラシーの向上」をどのように高めていくかということについて、スク

リーン上でスパイラルのような形で表現させて頂きました。(本誌2頁の資料参照)

消費者の保健機能食品に対する理解度が向上すれば、当然、それらの消費は拡大します。ここに**地域独自の機能性食品**が加わってくることによって、この**好循環の回転が加速**されることが期待できると思われます。右側に転じれば、消費者の保健機能食品ならびに**地域独自の機能性食品**に対して触れる機会が増加し、結果的に**ヘルスリテラシーの向上を通じた“大循環”**が起ることになります。

さらに、ここに**食品機能性地方連絡会**が、“潤滑油”として機能して下さることによって、最終的には、図の右側にありますように、アウトカムとして、小砂様が「**根幹である**」と言われた「**健康寿命の延伸**」が実現し、同時に「**地域食品産業の振興・発展**」にも繋がっていくのではないかと考えられます。

こういう普及拡大の好循環を目指し、国と地方が、また、**食品関連事業者のみならず我々消費者や行政の皆さまが一体となって活動を是非展開して行きたい**と考えております。

こういった観点から、「**結び**」として、瀧本先生と蟹江室長から、一言ずつエールを頂きたく思います。

【瀧本】

消費者ヘルスリテラシーの向上を図っていくことは非常に重要なことであると思います。先ほどのプレゼンでご紹介させて頂きましたとおり、性別・年代別にそれぞれ課題は異なっております。「自分にとって本当に大事なことは何か」ということですが、**基本的には栄養のバランスを取ることが重要**であると考えます。

皆さまが開発される商品も「**食品**」と位置付けられておりますので、**機能性を有しつつも、やはり、「栄養の摂取源」**であることを押さえた商品開発、さらにはその普及を進めていくことが良いのではないかと考えました。以上です。

【蟹江】

機能性表示食品制度については、基調講演の冒頭で、その届出状況を説明させて頂きましたが、現在、届出約5千件のうち約半数は東京・大阪・愛知以外の地域からの届出であることから、本制度は全国的にかなり浸透しつつあります。

また、本制度では、生鮮食品も対象としている関係で、地域によっては、この制度的な特徴を活かして届出されている事業者が見受けられます。また、実際に届出をしていない事業者でも、地域によっては、**機能性関与成分として認められた原料を製造し、それを大手企業に販売する**といった企業もあることから、**それぞれの地域の実情に合った形で食品産業の発展**を目指して頂きたく思います。

一方で、保健機能食品の機能に関して重要なことは、**その科学的根拠が確固たるものでないと、消費者の方々の信頼を獲得するのは難しい**ということです。

これは、私の期待を込めてのコメントになりますが、各地域には都道府県の試験研究機関とか大学がありますので、企業と大学あるいは試験研究機関との研究開発体制の整備・強化も併せて進めて頂きながら、その地域の**振興・発展**につとめて頂きたく思います。

【受田】

瀧本先生と蟹江室長から期待を込めてコメントを頂きました。

やはり、協働していく、つまり、関わっている方々とかステークホルダーは非常に幅が広いことから、**地域的な特色も含め目的を持って連携を進めていくことが重要なポイント**ではないかと考

えます。

これを実現していくため、ヘルスリテラシーの大幅な向上を図る協働的な取り組みが、本日を境にさらに発展・展開していくことを大いに期待申し上げたいと思います。

■ 四国食品健康フォーラム宣言の採択

【受田】

以上のことを踏まえて、本フォーラムでは、いまから申し上げる宣言案を採択させて頂きたいと思います。

(フォーラム宣言案)

食品の機能性表示制度の普及・啓発を通じて、

- 健康寿命の延伸、健全な労働人口の確保に寄与すること
- 地域の食品産業を振興すること
- 消費者のヘルスリテラシー向上に寄与すること

などを目指し、国と地域は連携して効果的な活動を展開していく。

皆さま、いかがでしょうか？(会場拍手)

ありがとうございました。

このフォーラム宣言の内容を実現していくためには、こうした活動を進めていくとともに、一方では、消費者が求めている「**情報提供の場**」としても、期待に応えられるよう、しっかりと役割を果たすことが求められていると思います。

今後は、先ほどお話のありましたフィンランドの事例のように、例えば、これまでに明示されてない「**保健機能食品等を食生活に取り込むことのメリットを住民参加の形で医科学的に検証していくといったフレームワーク(課題解決等において共通利用できる枠組み)**」ができることを期待して、本日のフォーラムをコーディネートさせて頂きました。

地方においては、こうした取り組みでうねりを上げておりますので、東京をはじめとする大都市圏の皆さま、また、大手企業の皆さまも含めまして、是非一緒に取り組んで頂けたら幸いです。

本日は、時間が限られておりましたが、パネリストの皆さま、貴重なご意見、ありがとうございました。また、主催者であるSTEPの皆さまにはご協力を頂き、このような場が持てましたことを、本日の登壇者の一人として、心よりお礼申し上げたいと思います。今日、お忙しい中、ご参加頂きました皆さまにもお礼申し上げまして、本日のパネルディスカッションを閉めさせて頂きたいと存じます。どうもありがとうございました。

以上



競輪の補助事業

<https://www.jka-cycle.jp/>

本資料は、競輪の補助を受けて印刷したものです。