

2019年 GNG ニュースレター新年特別号

謹賀新年

謹んで新年のご祝詞を申し上げます。旧年中は格別の御厚情を賜り、厚く御礼を申し上げます。

本年も社員一同、会員企業の皆様にご満足頂けるサービスを心がける所存でございますので、何卒これまで同様のご愛顧を賜りますよう、お願い申し上げます。

さて、昨年、「健康食品 平成物語」をお伝えしてきましたが、本号で完結となります。その前に、昨年12月31日の日本経済新聞朝刊で特集されていた「平成の30年」のトピックスを一覧にしてみましたので、ご覧ください。「健康食品 平成物語」の背景として、とても興味深い内容になっていると思います。

平成の30年

1989年	1月	昭和天皇崩御、陛下が即位 平成と改元
	4月	消費税導入
	6月	竹下内閣リクルート事件の政治不信で総辞職
		天安門事件
	7月	参院選で自民党惨敗 宇野首相が引責辞任
	10月	三菱地所、ロックフェラーセンターを買収
	11月	ベルリンの壁崩壊
	12月	米ソ首脳会談で冷戦終結宣言
東証で日経平均3万8915円の最高値		
1990年	10月	日経平均が一時2万円割れ
		東西ドイツ統一
1991年	1月	湾岸戦争始まる 日本が90億ドルの資金協力
	4月	牛肉・オレンジの輸入自由化
		自衛隊がベルシャ湾への掃海艇派遣決定。初の海外派遣
	6月	雲仙普賢岳で大火砕流発生
	10月	証券・金融不祥事で橋本龍太郎蔵省が引責辞任
12月	ソビエト連邦崩壊	
1992年	1月	改正大店法施行
	3月	新幹線に「のぞみ」登場
	10月	大蔵省、都銀などの不良債権12兆3千億円と発表
1993年	5月	Jリーグが開幕
	6月	皇太子さまと雅子さまの結婚の儀
		～94年4月 ゼネコン汚職事件
	8月	細川護熙内閣が発足 55年体制が崩壊
	9月	記録的冷夏でタイなどからコメを緊急輸入すると決定
12月	法隆寺などが日本で初の世界遺産登録	
1994年	3月	小選挙区制導入などを盛り込んだ政治改革関連法が成立
	10月	大江健三郎氏がノーベル文学賞受賞
1995年	1月	阪神大震災
		住宅金融専門会社(住専)問題が表面化
	3月	地下鉄サリン事件が発生

【発行元】株式会社グローバルニュートリショングループ

〒171-0021 東京都豊島区西池袋5-17-11 ルート西池袋ビル 8F

Tel 03-5944-9813 Fax 03-5944-9814

※コメント部分の無断転用はご遠慮ください。

	8月	戦後50年を受けて村山談話を発表
	9月	沖縄米兵少女暴行事件
1996年	2月	菅直人厚相、薬害エイズ事件で血友病患者に謝罪
	4月	東京三菱銀行が発足
		橋本龍太郎首相とモンデール駐日大使が普天間基地の返還で合意
	10月	小選挙区制郷入後初の衆院選
	11月	バンダイがたまごっちを発売
	12月	ペルーで日本大使公邸人質事件が発生
1997年	4月	消費税が5%に引き上げ
	7月	アジア通貨危機勃発
	11月	三洋証券、北海道拓殖銀行、山一証券が経営破綻
	12月	地球温暖化防止の京都議定書を採択
1998年	1~3月	大蔵省、日銀の接待汚職事件
	2月	長野冬季五輪
	6月	金融監督庁発足
	7月	参院選で自民党惨敗。橋本龍太郎首相が辞任、小渕恵三内閣発足
	10月	長銀が破綻、一時国有化
	12月	日債銀が破綻、一時国有化
1999年	1月	EU11カ国で単一通貨ユーロを導入
	2月	NTTドコモが「iモード」開始
	10月	自民、自由、公明党で連立政権
2000年	4月	介護保険制度がスタート
		小渕首相が入院、森喜朗内閣発足
	7月	金融庁発足
		九州・沖縄サミット開催
9月	みずほホールディングス発足	
2001年	1月	省庁再編で1府12省庁体制に
	4月	三井住友銀行、三菱東京フィナンシャルグループ、UFJホールディングス発足
		小泉純一郎内閣が発足
9月	米同時多発テロが発生	
2002年	5月	経団連と日経連が統合。日本経団連が発足
	9月	小泉純一郎首相が訪朝。金正日総書記が日本人拉致を公式に認める
2003年	3月	イラク戦争始まる
	11月	足利銀行が破綻、一時国有化
2004年	1月	自衛隊、イラク派遣開始
	10月	新潟県中越地震
2005年	2月	中部国際空港が開港
	3月	愛知万博(愛・地球博)が開幕
	4月	JR福知山線で脱線事故
	9月	郵政解散による総選挙で自民党が圧勝
	12月	05年の出生数が死亡数を下回る初の自然減に
2006年	1月	東京地検特捜部が証券取引法違反容疑でライブドアの堀江貴文社長らを逮捕
	6月	東京地検特捜部が証券取引法違反容疑で村上世彰氏を逮捕
2007年	2月	年金記録漏れ5000万件
	3月	夕張市が財政再建団体の指定
	9月	安倍晋三首相の辞任
	10月	日本郵政グループが発足し郵政民営化が実現

2008年	4月	後期高齢者医療制度が開始 三越伊勢丹ホールディングスが設立。前後して、百貨店業界で相次ぎ経営統合
	8月	北京五輪が開催。陸上男子 400メートルリレーでは、日本が2位に繰り上がった
	9月	リーマン・ショックが発生
	10月	日本人4人のノーベル賞受賞決定
	12月	電機・自動車大手が大幅な人員削減を発表
2009年	4月	エコカー減税スタート
	5月	新型インフルエンザの感染者を国内で初確認
		裁判員制度開始
	8月	衆院選で民主党が圧勝
9月	鳩山由紀夫内閣が発足	
2010年	1月	日本航空が会社更生法の適用申請
	3月	「平成の大合併」終了
	6月	鳩山首相辞任。菅直人内閣発足
		小惑星探査機「はやぶさ」が帰還
9月	沖縄・尖閣諸島沖で中国漁船が海上保安庁の巡視船に衝突	
2011年	1月	民主党の小沢一郎元代表が強制起訴される(後に無罪)
	3月	東日本大震災
	7月	「なでしこジャパン」が初の世界一
	9月	野田佳彦内閣発足
	11月	オリンパスの巨額損失隠し問題発覚
	12月	東京電力福島第1原子力発電所事故の収束宣言
北朝鮮の金正日総書記死去		
2012年	5月	東京スカイツリーが開業
	8月	消費増税を柱とする社会保障と税の一体改革法成立
	9月	尖閣諸島(沖縄県)を国有化
	10月	新日本製鉄と住友金属工業が合併
		山中伸弥氏のノーベル賞受賞決定
	12月	衆院選で自民党圧勝、第2次安倍内閣発足
2013年	4月	日本銀行が「異次元の金融緩和」を決定
	6月	富士山が世界文化遺産に
	9月	東京五輪・パラリンピックの開催決定
2014年	4月	消費税率が8%に
	7月	英科学雑誌掲載のSTAP細胞関連の論文を著者らが撤回
	9月	御嶽山が噴火
2015年	1月	「イスラム国」が日本人を殺害
	4月	東芝の不正会計問題が発覚
	5月	社外取締役起用を企業に促す改正会社法施行
	6月	東証がコーポレートガバナンス・コードを上場企業に適用
	9月	安全保障関連法成立
2016年	1月	日銀、マイナス金利政策導入を決定
	2月	シャープ、台湾の鴻海(ホンハイ)精密工業の傘下入り決定
	3月	北海道新幹線開業
	4月	熊本地震
	5月	オバマ大統領、広島を訪問
	6月	英国、国民投票で欧州連合(EU)離脱決定
	7月	参院選。憲法改正に前向きな勢力が会見発議に必要な3分の2を突破

	8月	天皇陛下、退位の意向をにじませるお言葉
	11月	パリ協定発効。2020年以降の地球温暖化対策の新たな枠組み定まる
2017年	1月	トランプ氏、米大統領に就任
		稀勢の里、横綱に昇進
	2月	森友学園への国有地大幅値引き売却が国会で追及
	7月	北朝鮮が大陸間弾道ミサイル発射。11月まで発射を繰り返す
		九州北部豪雨
	9月	日産自動車で無資格者による完成車検査発覚。その後、有力製造業で不正発覚相次ぐ
10月	衆院選で自民圧勝。民進党は分裂	
2018年	2月	平昌五輪で羽生結弦が男子フィギュア2連覇
	6月	初の米朝首脳会談
	7月	西日本豪雨
		松本智津夫死刑囚らオウム真理教元幹部13人の死刑執行
	9月	北海道地震
	10月	豊洲市場会場、築地83年の歴史に幕
11月	カルロス・ゴーン日産自動車会長、金融商品取引法違反容疑逮捕	

出典：日本経済新聞 2018年12月31日朝刊

健康食品 平成物語 終

～健康食品市場30年の振り返り～

2000年代②

メタボリックシンドロームという言葉の普及と共に、体脂肪・内臓脂肪を訴求したトクホ飲料が次々と発売されたのもこの頃である。花王「ヘルシア緑茶」は2003年、サントリー「黒烏龍茶」は2006年の発売である。また、「コカ・コーラゼロ」や「ペプシネックス」など「ゼロ訴求」飲料もこの後、発売された。一方、内臓脂肪低減効果をうたったOTC医薬品もヒットした。小林製薬「ナイシトール」、ロート製薬「和漢箋」、どちらも2006年発売である。

家庭で楽しんで体を動かさずエクササイズも話題となった。任天堂「Wii fit」、「ビリーズブートキャンプ」「コアリズム」など、2007年発売である。この頃、ダイエットサプリメント、食事代替型ダイエット食品市場はこれらの影響も受け、低調であった。

2005年頃から、ブルーベリー（ビルベリー）サプリメント、グルコサミンなど関節訴求サプリメントが成長を始めた。また、2006年にはコラーゲンブームとなり、明治製菓「アミノコラーゲン」、資生堂「ザ・コラーゲン」がけん引役となり、市場拡大が始まった。

2009年9月、当時のトクホの代表的な商品であった花王「エコナクッキングオイル」とそのシリーズが販売自粛および出荷停止となり、10月には特定保健用食品の表示の失効届を提出するという事件が起きた。発端は2009年7月に、体内で発がん物質に変わる可能性があるグリシドール脂肪酸エステルが「エコナ」に高濃度で含まれており、安全性の審議がおこなわれている、という厚生労働省からの報告であった。9月16日、花王はグリシドール脂肪酸エステルが、一般食用油と同等レベルに低減されるまでの当分の間、「エコナ」全商品、さらにジアシルグリセロールを含有するドックフード「ヘルスラボ」全商品の一時販売自粛と出荷停止を決定した。そして、10月8日に消費者庁に特定保健用食品の許可の失効届を提出した。一

連の出来事は「エコナショック」として、今も多くの読者の記憶に残っているであろう。

2010年～現在

サプリメント市場では、ブルーベリー（ビルベリー）サプリメントによる「目の健康」訴求、グルコサミン、ヒアルロン酸などによる「関節の健康」訴求、成長が止まったコラーゲンに変わってプラセンタによる「美肌」訴求の3訴求の成長が続き、「成長御三家」と呼ばれていた。代表的な100億円越え商品は、わかさ生活「ブルーベリーアイ」、エバーライフ「皇潤」、サントリーウェルネス「グルコサミン&コンドロイチン」などがある。

2011年3月11日、東日本大震災が起こった。その後の自粛ムードの影響で宴会などが減った影響もあるのか、それまで成長を続けてきたハウスウェルネスフーズ「ウコンの力」が2011年、大きく売上を落とした。その後、若者の飲酒離れ、ゼリア新薬「ヘパリーゼ W」シリーズの台頭もあり、売上を落とし続けている。他方、「レッドブル」は2011年から急成長しており、エナジードリンクカテゴリーがホットである。2010年代は、トクホ飲料の好調が続いた。前出の「ヘルシア緑茶」、「黒烏龍茶」に続き、2012年にはキリンビバレッジ「キリンメッツコーラ」、サントリー食品インターナショナル「ペプシスペシャル」が、何かと話題となったトクホコーラが相次いで発売された。その後、サントリー食品インターナショナル「伊右衛門 特茶」が発売され、今ではトクホ No.1 ブランドにまで育っている。2014年にはコカ・コーラシステム「からだすこやか茶 W」、アサヒ飲料「食事と一緒に十六茶 W」といったダブルトクホが登場した。

2009年12月1日、明治「R-1 ヨーグルト」が地方限定で発売された（全国販売は2012年3月30日）。その間、2010年9月～2011年3月、佐賀県有田町と有田共立病院による共同研究が行われた。明治から無償提供された「R-1」飲料タイプを、町内の小中学生約1900人に給食後1本、継続的に飲ませた結果、生徒のインフルエンザ発症率や欠席率が、周辺市町や県の統計の数値のわずか1割程度になった。この調査結果を有田共立病院の井上文夫病院長が8月9日、東京都内のセミナーで発表したところ、翌日の全国紙で報道され、12日「ひるおび」で新聞記事が紹介されると、各メディアで取り上げられた。更に、2011年秋 インフルエンザワクチン不足不安ニュース多発し、有田町スタディが朝夕のTV番組、昼時間帯の情報番組で紹介される。その結果、「R-1 ヨーグルト」品切れ続出し、そのこと自体がニュースになった。そして、2012年3月に全国販売となる。2011年の「R-1 ヨーグルト」の売上は13億円であったが、翌年には一気に215億円となり、2017年ではシリーズ合わせて784億円となっている。「R-1 ヨーグルト」のヒットから、「機能性ヨーグルト」の人气が高まり、従来の「整腸」以外の機能性を訴求するヨーグルトが増えてきた。

そして近年は、アサイー、チアシード、キヌアなど「スーパーフード」のブーム、「糖質オフ」ブーム、そして「腸活」トレンドが挙げられる。「スーパーフード」ブームは落ち着いた感があるが、「糖質オフ」の新商品は相変わらず続いている。しかし、「糖質オフ」だけでは売れない、ということも分かってきたようだ。そして、今最も話題となっているのが「腸活」である。従来のプロバイオティクスから、善玉菌のエサとなるプレバイオティクス、或いは両者を合わせたシンバイオティクス、更に善玉菌の代謝物に着目したポストバイオティクスに注目が集まっている。数年前から続いている大麦（もち麦）ブーム、そして2016年から話題となっているスーパー大麦「バーリーマックス」（帝人）は、レジスタントスターチに注目し、大腸の奥まで届き、短鎖脂肪酸（酢酸、酪酸、プロピオン酸）が産生されることを訴求している。各種メディアに取り上げられ、「スーパー大麦バーリーマックス」を原料とする「スーパー大麦グラノーラ」（帝人）が、2016年12月7日「Yahoo! 検索大賞 2016」において食品部門賞を受賞した。現在は、ファミリーマートのおにぎりにも使用されるなど、好調が続いている。そして、機能性表示食品の新たな機能性関与成分となった「イヌリン」も今後の成長が期待さ

れる。腸やマイクロバイームに関する新しい研究成果が次々と出ており、当面、この番屋の注目度は高いであろう。また、昨今の欧米では、体重管理を行う消費者は、低糖、サラダ、ヨーグルト、ヘルシー志向のレストランなどで、2~3kgの体重を調節しながら、毎日の普通の食生活の中で体重を管理する傾向にある。この現象を、ダイエットやウェイトマネジメントから「ウェイトウェルネス」への変化と呼んでいる。これらに関心を持つ消費者市場では次の5点が重要なキードライバーとなっている。

- 1.消費者がメソッドを決める
- 2.テクノロジー
- 3.日常におけるウェイトウェルネス
- 4.プロテイン強化食品
- 5.良い炭水化物、悪い炭水化物

ウェイトウェルネスは「体が健康でハッピーだと思う最適体重」と位置付けられて。つまり、美的なもの、体型、体重、サイズなどを気にするのではなく、心地よく、活力を感じる、自信を持ってセクシーでかつ楽しく暮らせるような感情的なものを大切にするという感覚である。この流れは、既に日本でも兆しを見せており、次のトレンドになることは間違いのないであろう。

健康食品のトレンドとトピックス(2010年~)



出所: グローバルニュートリショングループ分析

© 2018 GLOBAL NUTRITION GROUP, INC.

機能性表示食品制度スタート

健康食品平成物語の中で、最も大きな話題が機能性表示食品制度であろう。食品の機能性表示の容認が実現したことは画期的な出来事である。本稿では制度の詳細については触れないが、市場動向についてまとめておく。

2017年のトクホの企業出荷ベースの売上は3,849億円、機能性表示食品の売上は1,716億円となっている。トクホは大企業が多いため売上の大きな大型商品が存在するが、機能性表示食品では100億円越えの商品はまだ3ブランドしか存在しない。ヘルスベネフィット別では、一般加工食品では、「生活習慣病対応」が613億円で約60%の構成比、次いで「整腸」が249億円で約24%の構成比となっており、この両方で84.5%を占めている。一方、サプリメント形状の加工食品では、「体脂肪・内臓脂肪低減」が約183億円で26.5%、「目の健康」が約119億円で17.2%、「筋肉の維持」が108億円で15.6%、「関節の健康」が約94億円で13.5%、「メンタルヘルス」が約64億円で9.3%と多様性が見られる。機能性関与成分別にみると、届出件数が多い「乳酸菌・ビフィズス菌」が約372億円で構成比21.7%、次いで「難消化性デキストリン」が約214億円で12.5%、「ルテイン」約88億円で5.1%となっている。

機能性表示食品全てが好調とは限らず、中には終売した商品もある。これまで何度も述べてきたが、機能性表示だけで売れるわけではない。成功している商品は、

- ①露出を高める
- ②新しい発見がある
- ③継続性

のいずれか、あるいは複数の条件を満たしている。①については、資金力がある企業は広告宣伝費を投下することで可能だが、資金力に限りがある企業は、知恵を使って露出を高める必要がある。例えば、野菜第1号となった(株)サラダコスモは多くのメディアの取材を受け、記事などに取り上げられたが、決して受け身ではなく、積極的な広報活動の結果であることはあまり知られていない。資金がない企業は知恵と努力で露出を高めるしかない。②の「新しい発見」とは、これまでのトクホとは異なる機能性、健康食品では出来なかった訴求により、消費者が「新しさ」を感じるものである。例えば、従来のアイヘルスサプリメントは「目の疲労感軽減」の訴求が多かったが、(株)ファンケル「えんきん」は「眼のピント調節機能」という新しい機能であり、消費者からみれば、新しい発見である。また、雪印メグミルクの(ドリンク)ヨーグルトで「内臓脂肪低減」も新しい発見である。一方、トクホと同じ成分で、同じような訴求の商品は苦戦しているように見受けられる。③の「継続性」とは、同じ機能を訴求した商品でも、食事の一部になるものは継続性が高い。例えば、お米と一緒に炊く大麦製品などは継続性が高いであろう。また、「ガセリ」等の飲みきりサイズのドリンクヨーグルトは、継続性が高い。

機能性表示食品は、機能性(ヘルスベネフィット)の種類もトクホの11種類の3倍の32種類(株)グローバルニュートリショングループによる分類)となっており、今後も増えていくであろう。機能性の科学的根拠の確認が企業による研究レビューでも良い点、ヘルスベネフィットの幅が広い事、商品形態がバラエティに富んでいることなど、機能性表示食品は今後も商品数が増え、市場が活性化することが予想される。

しかし、一方で、安全性や機能性の担保が企業任せであるが故に、その内容に対する疑義も生まれている。また、成分分析をはじめとする品質保証の内容(機能性関与成分の量の過不足、バラツキ、など)についても、消費者庁が実施した検証事業で問題が指摘されている。更に、機能性表示食品の広告のあり方についても、問題視されている。2016年1月から11月まで開催された「機能性表示食品制度における機能性関与成分の取扱い等に関する検討会」の報告書に、「本制度の適切な運用に向けた事業者の責務」として「本制度は、企業等の責任において届け出る制度であり、消費者の信頼があって初めて成り立ち得る制度である。」「届出者等には、届出前の届出資料の確認、品質管理、事後的な機能性及び安全性に関する科学的根拠の確認など届出者等自らが倫理観を持って本制度の信頼の確保のために努力すること

が求められる。」「また、届出者等は、「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」(平成 28 年6月 30 日全面改定)に基づき、容器包装の表示のみならず、広告の適正化に努め、景品表示法及び健康増進法を遵守すべきである。」と示された。それにもかかわらず、葛の花イソフラボンで 16 社 19 商品の広告に対して措置命令が下され、9社に対して課徴金納付命令が下されたことは記憶に新しい。

制度の健全な発展、普及のために、企業姿勢が問われていることを忘れてはならない。

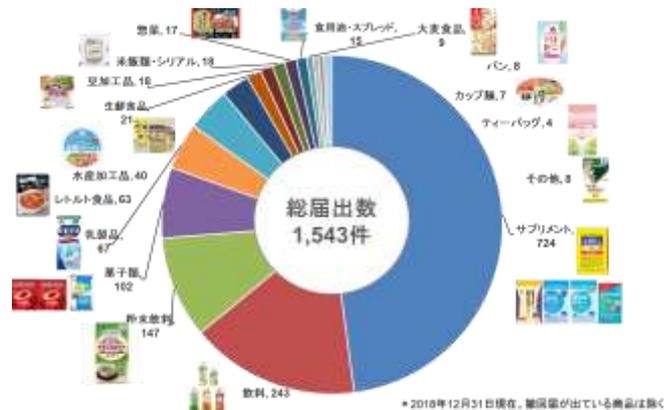
3 月 28 日のガイドライン改正により、機能性関与成分に、新たにエネルギー源とならない糖質・糖類としてオリゴ糖や糖アルコール類などが追加された。また、データベース改修が終わった段階で「エキス等」も追加されることが決まっている。新しい商品の届出は今後も増加するであろう。

2018 年健康食品市場トピックス

I. マーケット・業界動向

◎ 2018 年までに届出された機能性表示食品の動向

2018 年 12 月 31 日時点での届出件数は、1,543 件であった。届出企業数は 474 社であり、トクホの 156 社を大きく上回る。機能性の種類(GNG による分類)は機能性表示食品 32 種類となり、トクホの 11 種類と比較しヘルスベネフィットも多様化していることが分かる。商品形態別で見ると、「サプリメント」の届出数が突出しているが、「粉末飲料」、「菓子類」、「レトルト食品」から、ソースや醤油などの調味料まで商品分類も多岐に渡っている。ヘルスベネフィット別では、「生活習慣病予防」が引き続きトップで、「整腸」、「目の健康」「認知機能」「肌の健康」が続く。



しかし、届出商品が増加し多様化するなか、売上が好調な商品は少数で、機能性関与成分も「難消化性デキストリン」、「GABA」、「EPA・DHA」という三大成分が群を抜いており、「イチョウ葉フラボノイド配糖体・テルペンラクトン」「ヒアルロン酸 Na」「葛の葉由来イソフラボン」「ルテイン」と続く。届出数が増加する一方で、消費者の機能性表示食品の認知度の普及にも課題があることが明らかとなった。消費者庁は、2016年に続き、2017 年度も消費者の食品表示制度に対する理解度等に関する「食品表示に関する消費者意向調査」を実施し、その結果を 3 月に公表した。その中で機能性表示食品が「どのようなものか知っている」は 15.8%であり、トクホの 29.6%の半分程度であった。機能性表示食品を「聞いたこともなく、知らない」は 19.4%でトクホの 9.2%の約 2 倍であった。

◎ 特定保健用食品に関するトピックス

・1月25日、消費者庁、特定保健用食品2品を許可

①雪印メグミルク㈱「ガゼリ菌 SP 株ヨーグルト」は「ガゼリ菌 SP 株」を関与成分とし、「ガゼリ菌 SP 株 (Lactobacillus gasseri SBT2055) の働きにより、食事とともに召し上がることで脂肪の吸収を抑え、内臓脂肪を減らすのを助けるので、肥満気味の方で内臓脂肪が気になる方の食生活の改善に役立ちます。」という表示内容で許可を受けた。

②タケダコンシューマーヘルスケア㈱「ヘルシーイン W」は、「低分子化アルギン酸ナトリウム」を関与成分とし、「海藻由来の水溶性食物繊維(低分子化アルギン酸ナトリウム)を配合した飲料です。コレステロールの吸収をしにくくし、おなかの調子を整える作用がありますので、食物繊維が不足しがちな現代人の食生活の改善に役立ちます。」という表示内容で許可を受けた。

・2月6日:消費者庁、花王株式会社の3品を特定保健用食品として許可

①花王株式会社「ヘルシアWコーヒー無糖ブラック」は、クロロゲン酸類 (5-カフェオイルキナ 酸として) を関与成分として、「本品は、コーヒーポリフェノール(クロロゲン酸類)を豊富に含み、エネルギーとして脂肪を消費しやすくするので、体脂肪が気になる方に適しています。また、豊富なコーヒーポリフェノール(クロロゲン酸類)に加え、酸化成分(ヒドロキシヒドロキノン)を低減してコーヒーポリフェノールの効果が引き出されるよう工夫されているので、血圧が高めの方に適しています。」という表示内容で許可を受けた。

②花王株式会社「ヘルシアスパークリング キウイフレーバー」、茶カテキンを関与成分とし、「本品は、脂肪の分解と消費に働く酵素の活性を高める茶カテキンを豊富に含んでおり、脂肪を代謝する力を高め、エネルギーとして脂肪を消費し、体脂肪を減らすのを助けるので、体脂肪が気になる方に適しています。」としている。

③花王株式会社「ヘルシアウォーター ライチ味」、茶カテキンを関与成分とし「本品は、脂肪の分解と消費に働く酵素の活性を高める茶カテキンを豊富に含んでおり、脂肪を代謝する力を高め、エネルギーとして脂肪を消費し、体脂肪を減らすのを助けるので、体脂肪が気になる方に適しています。」としている。

2018年に発売の主な特定保健用食品

・雪印メグミルク、特定保健用食品「恵 megumi ガゼリ菌 SP 株ヨーグルト」100g (3月8日)

ヨーグルト初の「内臓脂肪を減らすのを助ける」特定保健用食品。

・武田コンシューマーヘルスケア特定保健用食品「ヘルシーイン W」を発売 (5月7日)

海藻由来の水溶性食物繊維「低分子化アルギン酸ナトリウム」の働きによって、「コレステロールの吸収を抑える」および「おなかの調子を整える」の2つの作用が確認され、食物繊維が不足しがちな人の食生活の改善に役立つ特定保健用食品

・コカ・コーラシステム、特定保健用食品(トクホ)の緑茶「綾鷹 特選茶」を発売 (8月10日)

緑茶ブランド「綾鷹」より、特定保健用食品(トクホ)の緑茶「綾鷹 特選茶」は難消化性デキストリン(食物繊維)の働きにより、食事から摂取した脂肪の吸収を抑え、食後の血中中性脂肪の上昇をおだやかにし、食事から摂取した糖の吸収を抑え、食後の血糖値の上昇をおだやかにする。血中中性脂肪が高めで脂肪の多い食事を摂りがちな方、または食後の血糖値が気になり始めた人に適したトクホ飲料

・サントリー食品、特定保健用食品 サントリー「大人ダカラ」を発売(9月18日)

サントリー「大人ダカラ」は、すでに体についてしまった体脂肪に働きかけ、脂肪分解酵素を活性化させる「ケルセチン配糖体」を含むトクホ飲料で、食事の際だけでなく仕事中や運動時などに適した飲料である。

Ⅱ. 行政・法規制 等

◎1月19日：消費者庁、葛の花由来イソフラボンの機能性表示食品を販売する9社に課徴金納付命令

消費者庁は1月19日、葛の花由来イソフラボンを機能性関与成分とする機能性表示食品の販売事業者9社に対して、景品表示法に基づく課徴金納付命令を行った。課徴金納付命令を受けた事業者及び課徴金額は、(株)ステップワールド「ヘラスリム」(4,893万円)、(株)ハーブ健康本舗「シボヘル」(2,073万円)、(株)オンライン「slimfor(スリムフォー)」(1,167万円)、(株)Nalelu「葛の花ヘルスリム27」(775万円)、(株)テレビショッピング研究所「葛の花サプリメント」(689万円)、(株)やまぢや「葛の花由来イソフラボン入り きょうの青汁」(592万円)、ピルボックスジャパン(株)「onaka(おなか)」(351万円)、日本第一製薬(株)「お腹の脂肪に葛の花イソフラボンスリム」(285万円)、(株)協和「ウエストシェイプ」(263万円)である。いずれも、消費者庁に届出を行った機能性表示の範囲を超える著しい痩身効果を示す表示をしており、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠資料を欠いていたことが、課徴金の対象行為とされた。

◎1月19日：厚生労働省、食品衛生規制の見直しに関する骨子案に関する意見募集を開始

厚生労働省は1月19日、食品衛生規制の見直しに関する骨子案(食品衛生法等の改正骨子案)を作成し、意見募集を開始したことを発表した。骨子案は、「HACCPによる衛生管理の制度化」、「特別の注意を要する成分等を含む食品による健康被害情報の収集」、「国際整合的な食品用器具・容器包装の衛生規制の整備」、「営業許可制度の見直し、営業届出制度の創設」、「食品リコール情報の報告制度の創設」などで構成されている。HCCPによる衛生管理を義務付けるにあたり、現行の「総合衛生管理製造過程承認制度」(食品衛生法第13条)は廃止される。また、特別の注意を必要とする成分等(厚生労働大臣が薬事・食品衛生審議会の意見を聴いて指定する)を含有する食品を販売等する事業者は、その製品が健康に被害を生じさせている又は生じさせるおそれがある旨の情報を得た場合は、都道府県等を通じて厚生労働省に報告しなければならない。人の健康を損なうおそれがない場合を除き、合成樹脂等を対象として、規格が定められていない原材料を使用した器具・容器包装を販売等してはならないこととするとともに、製造者は、適正製造管理規範を遵守しなければならない。これらに伴い、現行の政令で定める営業許可業種について、営業実態等を踏まえた見直しを行うことなどが発表された。

◎1月31日：消費者庁、インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示に対する要請を公示

消費者庁は1月31日、2017年10月から12月までの期間に実施した、インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示の監視結果を発表した。インターネットで健康食品等を販売している83事業者による92商品の表示について、健康増進法第31条第1項の規定に違反するおそれのある文言等があったことから、これらの事業者に対し、表示の改善を要請した。改善を要請された商品は、生鮮食品4商品、加工食品(農産加工品、畜産加工品、水産加工品等)8商品、飲料等8商品、いわゆる健康食品(カプセル、錠剤、顆粒状等)72商品である。また、当該事業者がショッピングモールに出店している場合には、当該ショッピングモールの運営事業者に対しても、表示の適正化について協力を要請した。主な検索キーワードは、

「『がん』、『動脈硬化』、『糖尿病』、『風邪』等の疾病の治療又は予防を目的とする効果があるかのような表現」、「『肝機能』、『冷え性』、『二日酔い』等の身体の組織機能の一般的増強、増進を主たる目的とする効果があるかのような表現」、「『ダイエット』、『乾燥肌』、『コラーゲン』等の身体を美化し、魅力を増し、容ぼうを変え、又は皮膚若しくは毛髪を健やかに保つことに資する効果があるかのような表現」等であった。

◎3月15日：消費者庁、特別用途食品制度改正へ、液体ミルクを追加

消費者庁の岡村長官は3月14日の記者会見で乳幼児用の調整液状乳(液体ミルク)を特別用途食品として販売できるようにするために、制度を改正する考えを明らかにした。厚労省は、今夏をめどに乳等省令を改正し、液体ミルクの販売を解禁する。これを受けて、消費者庁は特別用途食品制度を改正する考えである。現行制度では「乳児用調整粉乳」の区分を設けているが、制度改正により、新たに「乳児用調整液状乳」(仮称)を追加する。

◎3月28日：消費者庁、「機能性表示食品の届出等に関するガイドライン」等の一部改正を発表

消費者庁は、3月28日、「機能性表示食品の届出等に関するガイドライン」等の一部改正についてニュースリリースを発行した。同ガイドラインは、2015年3月に公表されて以来、今回が3回目の改正となる。主な改正事項は以下の通りである

- (1)届出資料の簡素化
- (2)届出確認の迅速化
- (3)生鮮食品の特徴を踏まえた取扱い
- (4)対象となる機能性関与成分の拡大
- (5)分析方法を示す資料の開示
- (6)事業者による届出後の販売状況の届出

改正ガイドラインは、平成30年3月28日から施行されるが、機能性表示食品届出データベースの改修を要する事項が含まれることから、平成30年3月28日付で施行されるものは、2)の届出確認迅速化のうち事業者団体等の事前確認、3)生鮮食品の届出、4)の機能性関与成分拡大のうち糖質・糖類の届出、5)分析方法の開示についてのみとなる。機能性関与成分の拡大については、糖質、糖類は3月28日より受け付けるが、エキス等を関与成分とする場合はデータベース改修後に第二段階施行で届出を受け付けるため、2019年3月ごろになる見込みである。

今回の改正では、内閣府規制改革推進会議の医療・介護ワーキング・グループで求められていた「届出資料の簡素化、迅速化」に対応し、今回の改正で入力項目は30%削減している。また、生鮮食品については、1日目安量の一部を摂取できる旨の表示ができるように見直された(ただし、1日当たりの機能性関与成分の摂取目安量の50%以上)。上記の(1)～(3)が規制改革会議の規制改革実施計画を受けたもの、(4)が「機能性表示食品制度における機能性関与成分の取扱い等に関する検討会」の取りまとめを受けたもの、(6)はトクホと同じく販売状況も公表するといった内容となっている。

◎4月9日：消費者庁、「平成29年度特定保健用食品に係る関与成分及び機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する検証事業(買上調査)」の調査結果を発表

消費者庁は、「平成29年度特定保健用食品に係る関与成分及び機能性表示食品に係る機能性関与

成分に関する検証事業(買上調査)」の調査結果を、4月9日に同庁ホームページで発表した。

同調査は、市場に流通している特定保健用食品40品目および機能性表示食品60品目を調査対象として買い上げ、許可等申請または届出の際に提出された資料に記載された分析方法に則って分析試験を実施したものである。その結果、関与成分が申請等資料の記載どおり適切に含有されていた品目数は98品目(55社)、適切に含有されていなかった品目数は2品目(2社)であることが判明した。

上記2品目のうち1品目は、生鮮食品または単一の農林水産物のみが原材料である加工食品であり、表示値を下回る可能性があった。また、他1品目については、すでに製造・販売を終了している。

◎4月18日：農水省、オーストラリア産の輸入大麦に関し、食品衛生法違反事案について公表

農林水産省は、3日、伊藤忠商事が輸入したオーストラリア産大麦に食品衛生法の基準値を超えた残留農薬(アゾキシストロビン)が検出されたと発表した。同大麦は、平成29年7月のSBS契約(輸入業者、買受業者、国の3社契約/売契麦(29)第CB14号)に基づき、同社が輸入し、西田精麦株式会社に供給したオーストラリア産大麦の保管サンプルから食品衛生法の基準を超える残留農薬、殺虫剤である「アゾキシストロビン」が基準値を超えて検出されたものである。一方、同省は、アゾキシストロビンは、発がん性、遺伝毒性や急性毒性は認められておらず、濃度の分析結果や大麦加工品の摂取量を考慮すれば、本件のお麦を毎日食べ続けたとしてもアゾキシストロビンによる健康への悪影響の恐れはない、ということも併せて公表した。

◎4月18日：厚労省、食薬区分を改正

厚生労働省はこのほど、通知「無承認無許可医薬品の指導取り締まりについて」(46通知)で定める医薬品の範囲に関する基準(食薬区分)を改正した。

「医薬品的効能効果を標ぼうしない限り医薬品と判断しない成分本質(原材料)リスト」に、「シデリティス・スカルディカ(茎・葉・花)」、「ナガミノアマナズナ(種子油)」、「ムラサキムカシヨモギ(地上部、乾燥物を茶として煎じる場合に限る)」を追加した。また、同リストに掲載されている「トウチュウカソウ」の部位に「コウモリガ科の幼虫」を追加した。

一方、「専ら医薬品として使用される成分本質(原材料)リスト」に、「ホモタダラフィル」を追加した。ホモタダラフィルの類似化合物のタダラフィルは、勃起不全の治療薬である。市販の健康食品からホモタダラフィルが検出される事案が報告されていた。

◎5月17日：スマホの打消し表示、購入経験者の4割が見落とし～消費者庁

消費者庁はこのほど「スマートフォンにおける打消し表示に関する実態調査報告書」を公表したが、スマートフォン(スマホ)による商品購入・申し込み経験者の約4割で、「〇〇コースは4回分の購入が条件」といった打消し表示を見落として注文していることが明らかになった。

同庁は、日頃スマホを利用する消費者1,000人を対象としたウェブアンケートと、12人(男女6人ずつの合計2グループ)を対象としたグループインタビューを実施し、スマホ画面やハイパーリンクへの接し方、スマホを使った商品購入経験や打消し表示に対する認識を調査した。

その結果、66.5%の消費者が「目に留まった情報だけを拾い読みする」と回答し、グループインタビューでは、「スクロールしながら見るため、大きな文字や画像しか目に入らない」、「小さくて目立たない文字は見

ない」という意見が聞かれた。また、40.4%の消費者が「画面の下に内容が続いていても、スクロールして下まで読まない」と回答し、38.2%の消費者が「関心のある情報を見つけると、すぐにハイパーリンクの文字列をタップする」と回答するなど、目立つ文字だけを拾い読みし、関心のある情報を見つけるとすぐに注文を行う傾向が強いことがわかった。

一方で、事業者側の広告表示方式にも改善が必要であることが浮かび上がっている。同調査では、打消し表示の文字について、強調表示と比べて非常に小さい、気づきにくい場所に配置されている、文字の色が見にくい、文字が背景に溶け込んでいて見にくい、といった声が数多く上がった。また、「アコーディオンパネル」と呼ばれる形式（「よくある質問」などで、最初の画面には質問しか表示されておらず、その質問をタップして始めて回答が表示される形式）で情報が提供される場合、打消し表示がアコーディオンパネル内に表示されると、それを見落とす確率が非常に高くなることが分かった。

◎6月7日：食品衛生法改正案が国会で成立

健康食品の安全性確保対策や HACCP 制度の導入などを柱とする食品衛生法の改正案が7日、衆院本会議で成立した。一部の施策を除き、公布の日から2年後に施行される。健康食品による健康被害を未然に防止するために、特に注意が必要な成分を含む食品を対象に健康被害情報を都道府県へ届けることを事業者に義務付けた。特に注意が必要な成分については、同審議会や食品安全委員会の意見を踏まえて厚労相が指定する

◎6月7日：消費者庁、新聞広告の打ち消し表示、留意事項を公表

健康食品などの新聞広告で見られる打ち消し表示について、消費者庁は7日、実態調査に基づく景品表示法上の考え方を公表した。調査は、平成29年11月から30年の2月にかけて実施、表示例として9点（紙面3点、動画3点、スマートフォンのWebページ3点）を使用した。1人の対象者に対し3種類の表示例から1点ずつを提示し、アイトラッキング機器を用いて視線の動きを計測すると共に、インタビュー調査も実施した。同調査には20～60代の男女49人が参加した。

健康食品の広告を用いた調査については、3種類の強調表示について実施され、「万が一、お口に合わない場合 全額を返金します！！」という強調表示から離れた右下の隅の箇所にある、「本商品を未開封の場合に限り全額返金いたします」という打ち消し表示を記載していたケースでは、10人が強調表示に注意を向けたが、打ち消し表示を認識した人はゼロだった。また、「今ならお試し約7日分が先着100名様無料」という強調表示の直下に、小さな文字で「*本商品を初めて購入の方に限ります」という打ち消し表示の内容を認識した者は一人もいなかった。一方、打ち消し表示の「30包み通常価格1箱9000円→4,800円」については、全ての者が強調表示と同程度の文字の大きさで強調表示の真下に表示された「初めてのご購入の方に限り1箱で」との打消し表示の内容を認識していた。

今回の調査結果から、打消し表示の内容を理解するために他の情報と関連付けて理解する必要がある場合であって、打消し表示とそれも関連する情報が一体として認識できるように表示されていないときは、一般消費者が打消し表示の内容を認識できないおそれがあること、また、打消し表示が強調表示から離れた箇所に表示されており、一般消費者が打消し表示に気付いたとしても、当該打消し表示が、強調表示に対する打消し表示であると認識できないような場合や、打消し表示が強調表示の近くに表示されていたとしても、強調表示が大きな文字で表示されているのに対して、打消し表示が小さな文字で表示されており、強

調表示を見た一般消費者が当該強調表示に対する打消し表示に気付くことができないような場合には、景品表示法上問題となるおそれがあるということを留意点として公表している。

◎7月25日:消費者庁、株式会社 Life Leaf に対する景品表示法に基づく措置命令について発表

消費者庁は、株式会社 Life Leaf に対し、同社が提供する「ファティーボ」と称する食品に係る表示について、景品表示法に違反する行為(同法第5条第1号(優良誤認)に該当)が認められたことから、同法第7条第1項の規定に基づき、措置命令を行った。同社は同社ウェブサイトにおいて、あたかも、本件商品を摂取することにより、容易に肥満効果が得られるかのように示す表示をしていた。表示について、同庁は、景品表示法第7条第2項の規定に基づき、株式会社 Life Leaf に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出された。しかし、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的根拠を示すものとは認められないものであった。

◎7月27日:消費者庁、健楽園株式会社に特定商取引法違反の電話勧誘販売業者に対し業務停止命令

消費者庁は、27日、科学的根拠がないのにがんや認知症に効果が期待できるとして「還生源」を販売してきた電話勧誘販売業者である健楽園株式会社と同社を実質的に経営していた春藤隆部長に対し、特定商取引法違反にあたるとして、同社に平成30年7月28日から同年10月27日までの3か月間、電話勧誘販売に関する業務(勧誘、申込受付及び契約締結)を停止するよう命じた。社内で支配力を持つ社員に対する行政処分は、2017年12月1日に施行された改正特商法で導入された。これまでに地方自治体による適用はあったが、消費者庁としては初のケースとなった。

◎7月30日:消費者庁、株式会社 GLORIA に対する景品表示法に基づく措置命令について発表

消費者庁は、株式会社 GLORIA に対し、同社が提供する「pinky plus」と称する食品に係る表示について、景品表示法に違反する行為(同法第5条第1号(優良誤認)に該当)が認められたことから、同法第7条第1項の規定に基づき、措置命令を行った。同社はスマートフォン用自社ウェブサイトにおいて、あたかも対象商品を摂取するだけで、対象商品に含まれる成分により、誰でも容易に著しい豊胸効果が得られるかのように示す表示をしていた。表示について、同庁は、景品表示法第7条第2項の規定に基づき、株式会社 GLORIA に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出された。しかし、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的根拠を示すものとは認められないものであった。

◎8月8日:消費者庁、特別用途食品に液体ミルクの категория、8月8日から施行

乳児用液体ミルクの流通解禁に合わせて、消費者庁は8日、特別用途食品制度に「乳児用調製液状乳」の categoria を新たに設け、申請受付を開始した。厚労省が同日、乳等省令を改正することに合わせて制度を見直した。特別用途食品として許可されると、「乳児用調製液状乳」と記載し、「母乳の代替食品として使用できる」旨の表示が可能となる。また、「飲み残しを保管しないようにしてください」といった使用方法に関する表示も求められる。許可されるためには、規定の成分について所定量を含有していることが要件となる。消費者庁は厚労省の検討状況を踏まえ、成分組成の基準に新たに「セレン」を追加。1~5.5 マイクログラムの上下限値を設定した。「母乳に含まれる成分は基本的に入れるという考え方に基づく措置」(食品

表示企画課)と説明している。ただし、2022年3月末までを猶予期間に設定。22年4月1日以降に流通する製品については、所定量のセレンの配合が必須となる。

◎8月8日：国民生活センター、2017年度消費者相談「健康食品」3万件超に

独立行政法人国民生活センターはこのほど、PIO-NETで収集した2017年度消費生活相談情報の概要を発表した。17年度の相談件数は約93万7,000件に上り、16年度の約89万1,000件よりも大幅に増加している。「健康食品」に関する相談は3万181件、「化粧品」は1万5,957件で、それぞれ前年度を上回った。ホームページやSNSなどで「お試し価格」「初回無料」といった表示を見て購入したところ、定期購入契約だったという相談が増加した。販売購入形態別で見ると、「通信販売」が全体の約33.7%を占め、最も多かった。

◎8月22日：消費者庁、インターネットにおける健康食品の虚偽、誇大広告の改善を要請

消費者庁は、ロボット型全文検索を用いたキーワードによる無作為検索の結果、インターネットにおける健康食品等の虚偽、誇大表示の監視を行ったところ105の事業者(119商品)について、健康増進法に違反するおそれのある文言等を含む表示が確認された。消費者庁は、当該事業者に表示の適正化を要請、また、当該事業者が出店するショッピングモール運営事業者に対し、表示の適正化について協力を要請した。検索キーワードは「うつ」「脳梗塞」等の疾病の治療、又は予防を目的とする効果があるような表現、「ストレス」等の身体の組織機能の一般的増強、増進を主たる目的とする効果があるような表現、「ダイエット」、「丰胸等」の身体を美化し魅力をまし、容貌を変える効果がある表現。生鮮食品(2品)、加工食品(6品)、飲料(12品)、いわゆる健康食品(カプセル、錠剤、顆粒など)(99品)が対象となった。

◎9月4日：消費者庁、キリン堂に景表法の措置命令

消費者庁はドラッグストアを運営する株式会社キリン堂に対し、サプリメントを摂取するだけで著しい痩身効果を得られると誤認させる広告を行ったとして、9月4日に景品表示法に基づく措置命令を出した。

同社は「キリン堂」「サーバ」などの66店舗で、2015年5月～16年12月などの期間、サプリメント「グラリスゴールド」について、違法な店頭POPを掲示していた。店頭POPでは「食べるの大好き&運動嫌い」、「でも燃えた!!」、「脂肪を減らしながら基礎代謝を上げる だからリバウンドしにくい」などと記載することで、サプリメントを摂取するだけで、運動も食事制限も行わず、著しい痩身効果を得られると思わせるような内容であった。

◎9月14日：トクホ企業、広告ルール順守せず

1991年(平成3年)に制度化された特定保健用食品(以下「トクホ」と表記)は、2018年9月現在で1053品目が許可・承認され、市場規模は6586億円(2017年度)となっている。公益財団法人日本健康・栄養食品協会では、トクホが消費者に正しく理解され、適切に活用されることを目的として、2007年6月に『特定保健用食品』適正広告自主基準(2017年3月改定)を作成し、トクホ商品の適切な広告活動を推進してきた。また、2013年度よりトクホの広告表現の一層の適正化と向上を図るため「特定保健用食品広告審査会」を開催している。ところが、9月14日に発表された広告審査会の審査結果によると、依然として広告ルールを順守していないトクホ企業が多数存在することが明らかになった。

同審査会では、昨年10月1日～今年3月末までの期間に、119件(35商品、20社)のトクホ広告を収集し、審査を行った。内訳はテレビ57件、新聞45件、雑誌17件である。その結果、トクホの質疑応答集や適正広告自主基準に抵触する広告が9件(7商品・7社)見つかり、抵触する恐れのある広告が4件(3商品・3社)見つかった。

同審査会による広告審査会は今回で8回目となるが、「広告適正化のためのトクホ企業による自主的な取り組みをさらに促していく必要がある。また、トクホ企業だけでなく、広告制作に当たる広告会社、ショッピングモールなどの運営事業者に対しても、合同研修会開催による普及啓発活動の推進や、表示の適正化についての協力要請などを積極的に推進する必要がある。」と言及した。

◎9月14日：健康食品販売の薬慎重、特商法違反で業務停止命令

消費者庁は、「深海の恵と大地の力」というサプリメントのお試し品を販売する電話勧誘販売業者である株式会社薬慎重に対して、9月14日に特定商取引に関する法律第23条第1項の規定に基づき、平成30年9月15日から同年12月14日までの3か月間、電話勧誘販売に関する業務(勧誘、申込受付および契約締結)を停止するように命じた。

同社は消費者の自宅に電話をかけて同品のお試し品を販売する際、認知症を患っている消費者に対し、判断力が不足していることを知りながら売買契約を締結させていた。また、電話による勧誘の際に、「体調はいかがですか」などと告げるのみで、同品の販売の目的を明らかにしていなかった。さらに、購入者に対して同品の売買契約の内容を明らかにする書面を交付してはいたものの、特定商取引法が求める重要事項が記載されていなかった。

今回の事案については、全国の消費生活センターに過去5年間で約400件の消費者相談が寄せられている。平均年齢は80.7歳で、高齢者を中心に被害を被ったことが分かる。

◎10月19日：農水省、新たなJASマークの決定について

農林水産省は、新たなJASマークのデザインを決定した。

JASマークは、しょうゆや木材などに表示され、広く知られているいわゆる丸JASマークと、「地鶏肉」や「熟成ハム」など、特色のある規格のマークに大きく分けられる。特色のある規格には複数のマークが存在してきたが、それらを統一し、国内外の市場において特色をアピールできる新たなJASマークを決定するため、9月4日～9月30日にかけて一般投票を行った。その結果、総投票数1,076のうち、476の最多得票であった上記のデザインを、新たなJASマークとすることとした。

国内外において「信頼の日本品質」を一目でイメージしてもらうため、日本を象徴する「富士山」と、日の丸を連想させる「太陽」を組み合わせ、シンプルなデザインをコンセプトとした。それぞれの規格の内容を富士山の裾野部分に記載する。なお、配色の指定はしない予定である。

◎10月31日：消費者庁、今年度上半期(4～9月)の景品表示法に基づく措置命令件数を公表

消費者庁は、2018年上半期(4～9月)の景品表示法に基づく措置命令件数を10月31日に公表した。措置命令件数は、国による18件と都道府県による2件の合計20件、課徴金納付命令は5件となっている。国が対応したものには、株式会社キリン堂、株式会社GLORIA、株式会社Life Leaf、株式会社ブレインハーツによる、健康食品の広告をめぐる景表法違反事件がある。都道府県の2件は、いずれも大阪府による

取り組みとなっている。

◎10月31日：消費者庁、通販企業のシエルに対して景品表示法に基づく措置命令

消費者庁は通販企業の株式会社シエルに対して、健康食品を摂取するだけで簡単に痩せられると Web サイト上に表示していたとして、景品表示法に基づく措置命令を出した。

同社は2015年12月10日～今年1月30日までの期間、青汁商品の「めっちゃたっぷり フルーツ青汁」を販売する際に、「おいしく飲んでスリムボディに!」、「149種類酵素で燃焼する体に」などと記載し、特段の運動や食事制限をしなくとも、同商品を摂取するだけで容易に著しい痩身効果を得られると誤認させる表示を行っていた。表示の裏付けとなる資料の提出を求めたが提出されなかったため、同庁はこの表示が景表法で禁止している優良誤認表示に当たると認定した。

また、「毎月先着300名様限定」などと記載し、毎月の新規定期購入者が300人に限定されるかのように見せかけていたが、実際には人数に制限を設けておらず、新規定期購入者は300人を著しく超過していることが明らかになったため、同庁はこの表示が景表法で禁止している有利誤認表示に当たると認定した。

これを受けて同庁は、同社に対して再発防止策の構築を命じると共に、平成31年6月3日までに1億886万円の課徴金を納付するように命じた。これは、課徴金の額としては過去2番目に相当する高額である。

◎11月7日：消費者庁、居酒屋チェーン「はなの舞」を運営するチムニーに、景品表示法に基づく措置命令

消費者庁は居酒屋チェーンを運営するチムニー株式会社に、同社が運営する「はなの舞」「さかなや道場」の合計23店舗で、2016年8月1日～2017年12月31日までの期間、景表法で禁止している優良誤認表示を行っていたとして、11月7日に景品表示法に基づく措置命令を出した。

同社は、店舗内に掲示したPOPなどで、「当日(産地によっては前日)到着」と記載し、産地→羽田市場→店舗という流通経路をイラストで説明していた。しかし、実際は水揚げされた魚介類は羽田市場を通さず、同社の埼玉物流センターで仕分けし、各店舗へ配送していた。また、水揚げの翌日以降に配送された魚介類を外食メニューに使用していたにもかかわらず、「当日」に到着したと誤認させる表示を行った。

消費者庁は同社に対し、再発防止策を講じて役員および従業員に周知徹底すると共に、違法な表示を行っていた事実を一般消費者へ周知することなどを命じた。

◎11月9日：消費者庁、インターネットで健康食品を販売していた60事業者の64商品について、広告内容の改善を要請

消費者庁は、平成30年7月～9月までの期間、インターネットにおける健康食品などの虚偽および誇大表示の監視を実施した。その結果、インターネットで健康食品を販売していた60事業者の64商品について、広告内容に健康増進法第31条第1項の規定に違反する恐れのある文言があったため、改善を要請したことを11月9日に発表した。ショッピングモールの運営事業者に対しても、表示の適正化についての協力を要請した。

問題のある広告や表示は、いわゆる健康食品がもっとも多く、合計52商品に上った。免疫力の強化、がん、動脈硬化、糖尿病、高血圧、花粉症、冷え性に効果があるとうたった表示や、更年期障害の軽減、美

白美肌、エイジングケア、ダイエットに効果があるとうたった表示などが確認された。

加工食品は7商品を数えた。免疫力の活性化、便秘や夏バテの解消、美白、美髪、エイジングケアの効果などを標ぼうしていた。また、飲料などの5商品では、疲労回復、夏バテや食あたりの予防、脂肪燃焼、中性脂肪や内臓脂肪の減少などを表示していた。

◎11月9日：食品表示法の改正案を閣議決定、食品リコール情報の届出を義務化

政府は、食品リコール情報の届出を事業者に義務づける食品表示法の改正案を11月9日に閣議決定した。今臨時国会で成立を目指し、公布から3年以内に施行する計画である。

アレルギー表示の欠落や消費期限のミスなどにより、食品関連事業者などが自主回収（リコール）を行う場合、同法には食品リコール情報を行政機関に届け出る仕組みがなかった。また、事業者のホームページや新聞広告といった限定された媒体で周知されるため、リコール情報に気づかない消費者も多い。

改正案では、食品関連事業者などが自主回収を行う場合、事業者に対して行政機関（都道府県など）へのリコール情報の届出を義務づけた。行政機関に寄せられたリコール情報は消費者庁へ報告され、消費者庁のホームページで一元管理され、速やかに消費者に対して公表される。届出から公表までの流れは、新たに整備するオンラインシステムで一体的に運営することで、事務手続きの効率化も図る。

届出の対象となる表示は、アレルギーや消費期限、保存方法の「要冷蔵」などを想定しているが、詳細については今後内閣府令などで公表する。届出を怠ったり虚偽の届出を行ったりした場合は、50万円以下の罰金が科されることになる。

◎11月27日：消費者庁、食品表示の年末一斉取り締まりを12月1日～31日まで実施すると発表

消費者庁は、食品表示の年末一斉取り締まりを12月1日～31日まで実施すると発表した。主な監視指導事項は、アレルギーや期限表示などの衛生・保険事項に関する表示、保健機能食品を含めた健康食品に関する表示、生食用食肉や遺伝子組み換え食品などに関する表示、道の駅や産地直売所および業務用加工食品に関する表示、食品表示基準に基づく表示方法の普及及び啓発となっている。

特に、ハチミツ製品の乳児ボツリヌス症に関する注意喚起表示はこれまでも任意で行われてきたが、2017年3月にハチミツを食べた乳児が死亡した事件が発生したため、今回の一斉取り締まりでは啓発パンフレットを活用して事業者へと周知する。また、食品表示基準の新基準への移行に関わる猶予期限が、平成32年3月31日までと迫っていることを踏まえ、食品関連事業者等に対し、適宜新基準への移行を積極的に促すとともに、新たに義務化された栄養成分表示についてはパンフレットを用いて周知啓発を図る。

◎11月29日：福岡県、健康食品の買上調査により3製品から医薬品成分が検出されたと発表

福岡県は、健康食品の買上調査により3製品から医薬品成分が検出されたと11月29日に発表した。医薬品医療機器等法に違反しているため、所管する各自治体に販売業者の情報を通報した。

買上調査は、インターネット上で販売されている痩身系7製品、強壮系7製品、精神系1製品の合計15製品を対象に実施した。検査の結果、痩身系1製品と強壮系2製品から、医薬品成分の「シブトラミン」、「シルデナフィル」、「タダラフィル」が検出された。

同法に違反する製品は、atrixre（東京都）から購入した「LIPO9」（検出成分：シブトラミン）、ペカ's shop（宮崎県）から購入した「COBRA-X」（同：シルデナフィル）、amg7777（藤沢市）から購入した「超金龍」（同：

タダラフィル)の3製品である。3製品ともカプセル状のサプリメントとなっている。

現時点では、これらの製品による健康被害は報告されていないが、福岡県では購入者に対して、摂取の中止と、身体に異常を感じた場合は医療機関を受診することを呼びかけている。

◎11月8日:食品表示法の改正案が参議院本会議で全会一致により可決

アレルギーや消費期限の誤表示など、食品表示の問題で企業が自主回収する場合、行政機関への届け出を義務付ける改正食品表示法が、12月8日に参議院本会議で全会一致で可決し、成立した。回収情報を消費者に速やかに提供し、健康被害を未然に防ぐのが狙いである。公布から3年以内に施行される。

施行後、事業者には、食品リコール情報を都道府県へ届け出ることが義務づけられる。都道府県はリコール情報を消費者庁に報告し、同庁がホームページで一元的に公表することになる。届出から公表までは、今後整備する新たなオンラインシステムを活用して運用していく。

自主回収の届け出をしなかったり、虚偽の届け出をしたりすると、50万円以下の罰金となる。現時点では、食品リコール情報の報告については、各都道府県が条例や要綱で規定しているが、施行までに条例や要綱の改廃を進める予定である。

さらに参院は、回収した食品で安全性に問題がない場合、フードバンクなどで支援を必要とする人に提供し、食品ロスの削減に活用するよう求める付帯決議も採択した。

Ⅲ. 企業動向

1) 業務提携・合弁・買収(リリース発行順)

4月:日清食品HDとカゴメ、香港とマカオにおける野菜飲料販売事業の合弁会社を設立

5月:富士フイルム、ロシアの製薬企業「R-PHARM」グループとロシアにおける医療機器・サプリメントの販売契約を締結

5月:ネスレ日本とアクサ生命、パートナーシップ契約を締結

6月:慶應義塾大学先端生命科学研究所と、地方独立行政法人 神奈川県立産業技術総合研究所、森下仁丹株式会社の3者は、難培養性腸内細菌培養技術の開発に向けた共同研究契約を締結

9月:大塚チルド食品と大塚食品、大塚チルド食品の全事業を大塚食品に譲渡

9月:第一工業製薬、冬虫夏草サプリ拡販へ 食品ベンチャー買収

9月:シオノギヘルスケア、宝ヘルスケアの株式取得と吸収合併ならびにタカラバイオの健康食品事業承継

10月:雪印メグミルク、通販企業ベネルーージュダイレクトを子会社化 千趣会から株式を追加取得

12月:島津製作所、メディカル・ケア・サービス、ERISA、島根大学の4者で認知機能に関連する生体マーカーの開発を目的とした共同研究契約を締結

2) 海外進出 (リリース発行順)

3月:味の素、トルコおよび中東における海外コンシューマー食品事業を拡大

4月:ヤクルト、中東地域5か国でカロリー低減タイプの「ヤクルトライト」を販売

- 5月:カネカ、スペインの乳酸菌会社に出資して製造販売ライセンス契約を締結
- 6月:ヤクルト、タイで「ヤクルトライト」を発売
- 6月:大塚製薬、「オロナミンCドリンク」をインドネシアで発売ースカブミ工場にハラル対応の製造ラインを新設
- 6月:ヤクルトとベラステム、がん治療薬「デュベリシブ」の日本における開発および商業化に関する独占的ライセンス契約を締結
- 7月:大塚製薬、インドネシアで「SOYJOY」の製造・販売を開始
- 7月:帝人、オランダ企業と水溶性食物繊維素材「イヌリン」の独占販売契約を締結
- 7月:三井物産とキリンHD、米国 Thorne Research 社へ共同出資
- 8月:日本ケロッグ、ファンデリー社と提携し、アクティブシニア向け腸活メニューの提供を開始
- 9月:サントリー食品、飲料を通じて健康寿命延伸を目指す「100年ライフプロジェクト」を始動
- 10月:カルビー、英子会社が英製菓会社「Seabrook社」の事業を買収

3) その他 (リリース発行順)

- 3月:ネスレ日本、「健康アンバサダー」食事の写真を送ると専門医がサブリ診断を行うサービス開始
- 3月:味の素、AIを活用した自動献立提案システムを開発
- 3月:神奈川県と株式会社ブルックスホールディングスおよび大井町の三者が事業を進めている未病バレー「BIOTOPIA(ビオトピア)」がオープン
- 3月:公益社団法人 日本通信販売協会、『サプリメント摂取による体調変化に関する申し出マニュアル』を公表
- 4月:キューピー、広島市と包括連携協定を締結して地産地消や食育・健康増進の取り組みなどを推進
- 4月:ユーグレナ、食品原料として「食品用ユーグレナエキス」を規格化
- 5月:日清オイリオグループ、東京農工大と産学共同研究講座を設置
- 5月:富士フイルム、動物サプリメント市場に参入、馬用整腸サプリメント「ピュア サラシア」を発売
- 5月:ネスレ日本、一人ひとりに応じた健康習慣を提案する「ネスレ ウェルネスアンバサダー」の新サービスを提供開始
- 5月:ネスレ日本とアクサ生命、パートナーシップ契約を締結
- 6月:弘前大とハウス食品、共同研究講座「食と健康 科学講座」を開設
- 6月:アサヒ飲料、神奈川県と「ME-BYO(未病)」コンセプトの普及・啓発を推進
- 7月:食品流通構造改善促進機構、「機能性表示食品届出指導員養成講座」を開始
- 7月:森永乳業、米国で「シールド乳酸菌」の GRAS 確認
- 7月:ケミン・ジャパン、ミドリムシ原料の供給を開始
- 8月:ヤクルト本社、「届けてネット」の対象地域拡大
- 9月:ポッカサッポロ、群馬工場内に豆乳ヨーグルトの製造設備を新設
- 9月:福岡県、県産のイチゴ「あまおう」由来の乳酸菌「Lactobacillus plantarum AMAOU」の単離に成功
- 10月:大正製薬、通信販売事業の新しい試みとして、女性の美と健康をサポートするための

- ビューティケアサイト「TAISHO BEAUTY ONLINE」を開設
- 10月：日清ファルマ、通信販売の健康食品「リブロンシリーズ」を日清ファルマダイレクトで販売開始
- 10月：楽天、「Rakuten Ragri」が定期宅配サービス「100%オーガニック定期便」を開始
- 10月：ユーグレナ、生命データプラットフォーム「ユーグレナ・マイヘルス」より「腸内フローラバランスチェック」を発売
- 12月：フルッタフルッタ、アサイーカフェ台湾出店ー原材料の卸売・カフェのFC展開へ

以上