

「健康食品」を健康長寿に役立てるために

～ 現状の問題点と健康食品産業協議会の取り組み ～

(一社)健康食品産業協議会 概要

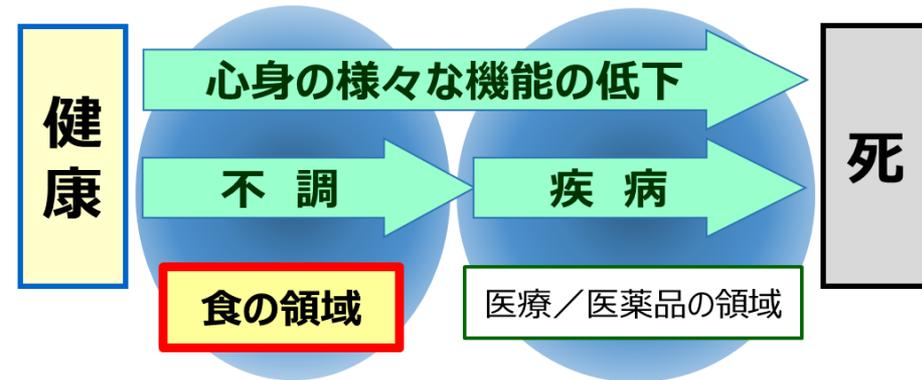
- 【発足】 ➤ 2009年、健康食品業界主要8団体の集まりとして
- 【理念】 ➤ 私たちは、健康長寿社会の実現に向けて、各方面のステークホルダーと協働し、広く健康リテラシーの向上と産業の健全な育成・振興を図ります。
- 【活動】 ➤ 目的：消費者に健康食品を適切に提供し、その結果として業界が発展
➤ 活動：業界の意見を集約 → 行政との協議による制度の改善
→ 業界自主基準の作成
- 【会員状況】(2019年11月現在)
- 正会員(団体)：7団体(傘下の会員数凡そ1,000社)
 - 正会員(事業者)：47事業者(本年度募集開始)
 - 賛助会員：20組織

1. 当産業協議会の考えている「健康食品」のあるべき姿

【健康食品とは何か】

◆ 消費者の健康に役立つ食品成分を、健全な食生活の補完として提供

- 「これだけ飲んでいれば健康」はあり得ない
- 過不足なく栄養を摂取できる適切な食事が基本。その上で、
 - 1) それでも栄養素が不足気味と感じる際の補給
 - 2) 健康に良い影響が期待できる食品成分(非栄養素)をプラスオンで摂取
- 医療・医薬品と連携し、健康状態やQOLの低下抑制に貢献。

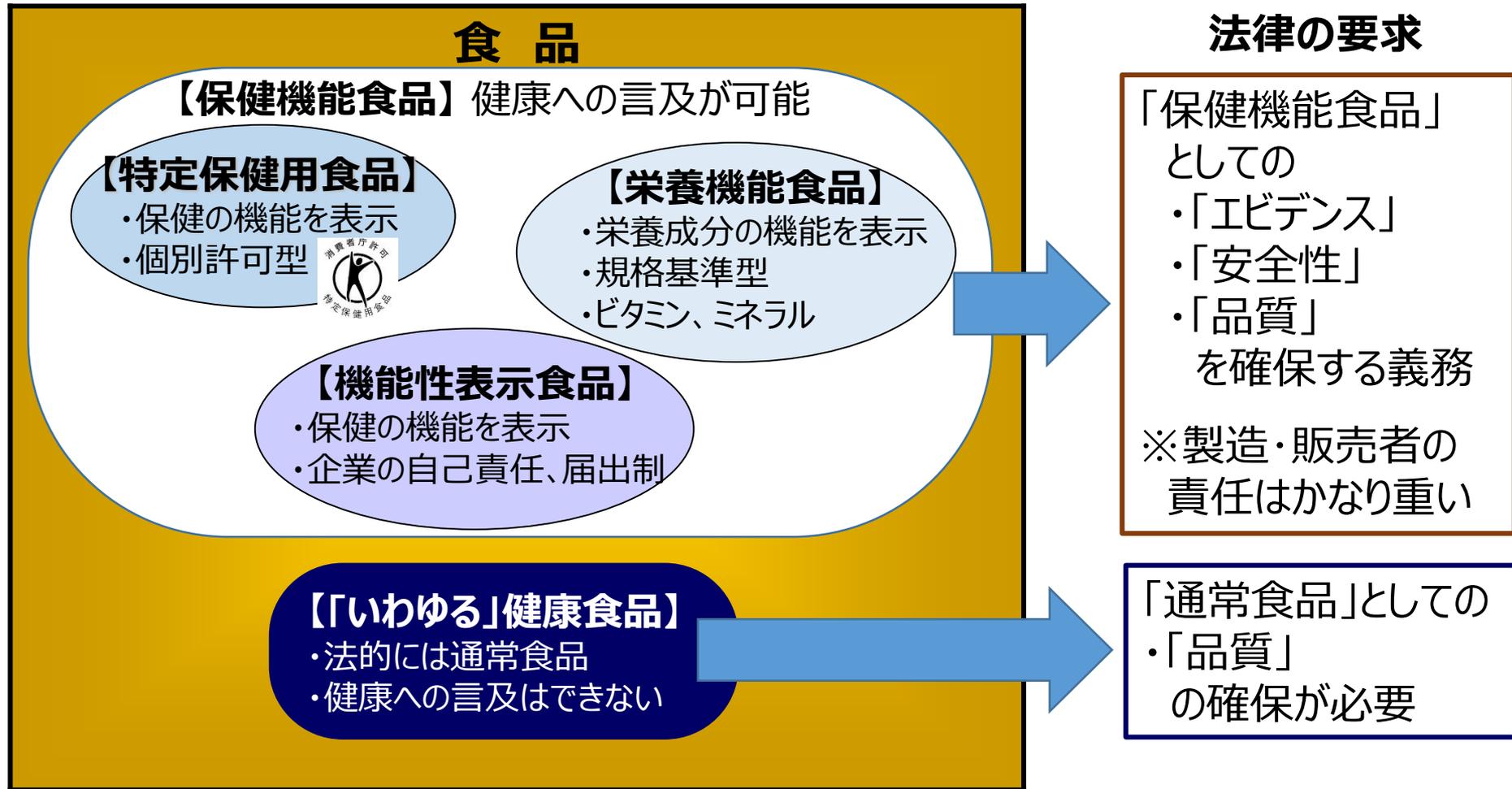


【健康食品に必要な要件】

消費者の保護とベネフィット提供のために、
下記が一定の水準以上でなされていること

1. 科学的根拠に基づく適切な表示と広告
2. 安全性の担保（過剰摂取や薬との飲み合わせも含め）
3. 原料管理、製造管理、品質管理による製品レベルの保持

2. 健康食品の現状 ～保健機能食品と「いわゆる」健康食品～



保健機能食品の製品形態

- 加工食品
- サプリメント
- 生鮮食品

3. 健康食品の課題と解決の方向性

- 最大の課題：「いわゆる」健康食品で多くの問題が発生
 - ① 誇張により消費者の誤認を招く「暗示的」広告、違法広告
 - ② 粗悪品による健康被害の発生 例：プエラリア・ミリフィカ
 - ③ エビデンスのない製品

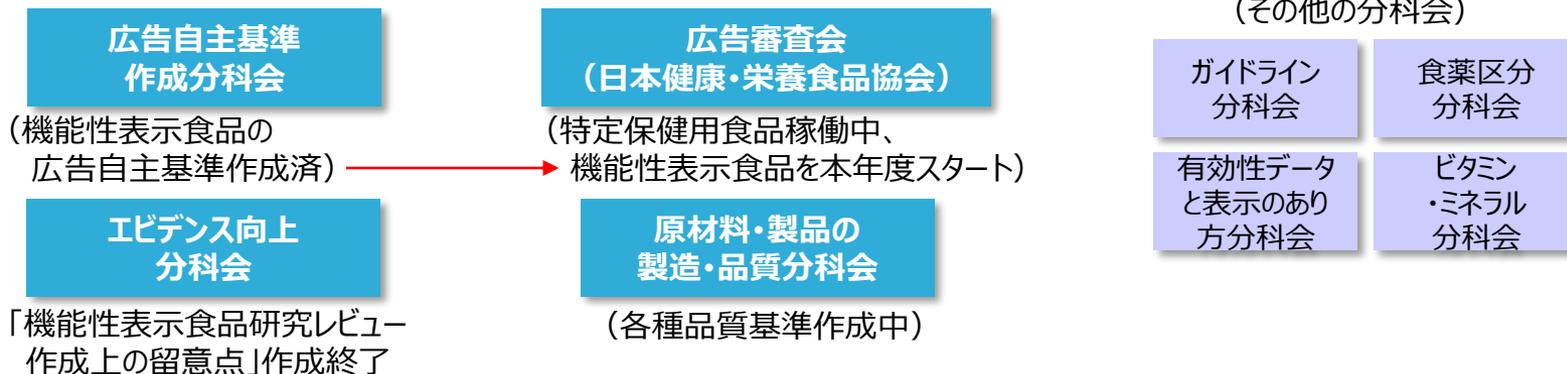
- 解決の方向性：保健機能食品制度に則った製品を増やし、制度の中で適切に管理。悪質なものを淘汰
 - 広告の健全化、エビデンスや品質の確保により消費者の利益に資する。
 - 適切な製品の提供により健康とQOLへ貢献する。

4. 産業協議会の現在の取組みと今後

➤ 健康食品をもう一段レベルアップするための取組み

✓ 「広告」「エビデンス」「安全性」「品質」について業界が自主的に実践

1. テーマ毎に分科会、審査会などを開催



2. 広告指針、エビデンス指針の作成 (消費者庁と作業中(機能性表示食品))

3. 公正競争規約の導入のための準備

業界の問題解決に真摯に努力

→ 「健康食品」に対する信頼性の向上

→ 次世代ヘルスケア産業の発展に寄与

➤ 今後力を入れるべき取組み

■ 消費者啓発(正しい食生活、健康食品の使い方等)、それを担う人材の育成

■ 新技術・評価手法、IT関連技術の業界への導入

➤ 国・ヘルスケア関係者・関係業界と連携して推進したい