

機能性表示食品、トクホを上回る

近頃、スーパーで体に良さそうな食品を見つけると、つい購入してしまう。森永乳業の「PREMiL 毎日のカラダに」という牛乳は、「腸内環境を良好にし、腸の調子を整える」というキャッチコピーと、「食物繊維とビフィズス菌入り」の表示に惹かれ購入した。価格はそれまで買っていた牛乳の1.5倍ほどするが、毎日取る食品にプラスアルファの健康効果が期待できるのであれば、と購入を続けている。

こちらの牛乳、「機能性表示食品」である。機能性の表示ができる「保健機能食品」には3つのカテゴリーがある。1つ目は「特定保健用食品」で、テレビCMなどでよく耳にする「トクホ」。表示される効果や安全性について国が審査を行ったうえで、消費者庁が許可を与える。2つ目は「栄養機能食品」で、不足しがちなビタミンなど科学的根拠が確認された栄養成分を一定基準量含む食品であれば、届け出をしなくとも機能性を表示することができる。サプリメントや栄養ドリンクの一部がこれにあたる。そして3つ目が「機能性表示食品」。2015年4月より始まった制度で、科学的データなどを添付して消費者庁に届け出れば、健康面の機能を表示することができる。

これまで、「特定保健用食品」(トクホ)は研究開発にともなう費用がかさむうえ、許可が下りるまで時間を要することから、資金力のある大手メーカーの製品が多かった。こうしたなか登場した機能性表示食品は、トクホに比べ手続きが簡易で、根拠さえきちんと示せば機能を食品に表示できることから、届け出が受理された商品は既に1,000を超え、1991年に始まったトクホの品目数をわずか2年半で上回った。しかし一方で、消費者庁は2017年11月に機能性表示食品を巡る措置命令を初めて出している。「飲むだけで痩せる」とした広告には根拠がなく、景品表示法違反(優良誤認)にあたるとして、16社に再発防止などを求めたものだ。

国民の4人に1人が65歳以上の高齢者という、世界でも類を見ない超高齢社会を迎えた日本。長生きするのであれば「ずっと健康でいたい」、そして高齢者でなくとも「毎日元気で、生き生きしてほしい」と、健康につながる機能を持つ食品へのニーズは膨らむ。そうした需要を取り込むべく、企業は魅力的な機能性表示食品を次々と投入している。消費者としては謳われた機能を盲信せずに、自身への効果を見極める確かな目がますます必要になってきたようだ。

(シマウマ)

当コラムの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。