

「消費者問題シンポジウム in 盛岡」を開催しました

開催日時 平成 29 年 6 月 24 日（土）13：30～16：30

開催場所 岩手県自治会館 3 階第 1 会議室

（岩手県盛岡市山王町 4-1）

主催 内閣府消費者委員会、岩手県消費者団体連絡協議会

後援 岩手県、盛岡市、岩手弁護士会、岩手県司法書士会

「消費者問題シンポジウム」とは、

消費者委員会の委員が地方に出向き、消費者、関係各団体のみなさまの声に直接真摯に耳を傾け、問題の解決に効果的に取り組むため、地方の関係団体や自治体などと連携し、意見交換等を開催するものです。

**盛岡での会合の様子を紹介します。**

「消費者問題シンポジウム in 盛岡」は消費者委員会と岩手県消費者団体連絡協議会が主催し、「健康食品の適切な利用法と広告の見方」をテーマに平成 29 年 6 月 24 日（土）岩手県自治会館 3 階第 1 会議室で開催しました。



（会場の様子）

当日は、岩手県、盛岡市をはじめ近隣の市町の消費者行政担当者や相談員のほか、消費者団体、弁護士、司法書士、事業者、一般消費者など約 50 名の参加がありました。



(開会挨拶を行う高橋会長)

冒頭、岩手県消費者団体連絡協議会の高橋会長より、次のとおり開会挨拶がありました。

「こんにちは。消費者問題シンポジウム in 盛岡ということでお集まりをいただきまして、ありがとうございます。今、司会のほうでもお話がありましたが、内閣府消費者委員会と私たち消団連の共催という形で、今日は開催をさせていただいているということで、挨拶をさせていただきます。

今、ブラインドが影っぽくなったのでそれほどでもありませんが、外はかなり暑くなっているのではないかと。午前中の時間のうちに私は会場入りをしてですね、エアコンの効いた快適な室内にいたのであんまり感じておりませんが、雰囲気で見ると31度ぐらいには外はなっているのかと思って、昨日おとといが涼しかったので、今日は皆様には厳しい中お集まりいただいたのかなというふうに思います。暑くて大変な時は、御同輩の方々が多そうなので、エアコンの中でも脱水症状は起きるそうですから、意識をしながら水分補給をしてですね、ちょっと長丁場の4時過ぎまでの会になりますので、そういったところを気をつけながら、最後までお付き合いいただければな、と思います。

今日は、脱水症状の話もしましたが、健康食品。最近テレビなんかを見ていれば、必ずどこのチャンネルをかけても、自分たちがそれを触ただけでも健康になるんじゃないかと思うようなものを一生懸命学習させられるくらいにテレビに映っておりますが、そういった形の中で私たちがどういう選択をしながら、ど

ういう学習をしたらいかなと思ったときに、こういう振りがありましたので、折角盛岡でやるのであればそういったことを学習してみたいということで、基調講演もありますし、パネルで私たちも含めてパネラーとして出ながら意見交流もさせていただきますので、最後まで学習のほう、よろしく願いいたします。」

#### < 基調講演 >

シンポジウムは消費者委員会の河上委員長による基調講演「消費者委員会の活動と食品表示の在り方」で始まりました。

#### ・河上委員長の基調講演



( 基調講演を行う河上委員長 )

前半、配布資料に基づき、消費者委員会の役割や活動について説明をし、次いで後半、食品表示の在り方等について次のように述べました。

「どうも皆さんこんにちは。内閣府消費者委員会で委員長をしております河上と申します。もう2期、3期、4期と3回更新をして、6年目に入っております、だいぶくたびれておりますけれども、今日は、盛岡でお話しができるということで喜んで参りました。と申しますのも、実は私は、10年ほど前までは東北大学で民法を教えておりました、その時に、適格消費者団体がそのうちに作れるんじゃないかという希望を持って、消費者法問題研究会というのを東北大学で開催をして、3～4年やった後、東京へ出稼ぎに来ているのです。その時に既

に、盛岡から随分参加して下さった方がいらして、当時盛岡の消費生活相談員をなさっていた方なども来て下さって、その縁で何度か盛岡に講演に来たこともあったものですから、盛岡はとても好きな場所でした。今回こういう形で内閣府消費者委員会と、それからこちらの消団連の共催で会を開けるということで大変うれしく思っております。実は内閣府消費者委員会には、2期のときに吉田さんという、盛岡の方が委員をなさっていたことがございました。当時から盛岡は、消費者問題と社会福祉とがタイアップして対応するということを、全国で一番早く始めていた地区でもあります。その意味では今流行りの、様々な連携の走りが盛岡だったと言えます。それだけに、消費者問題に関する意識も非常に高い地域であると認識しております。適格消費者団体もひとつしたら仙台よりも盛岡が早いかと想像しておったぐらいなのです。

そんなことで、今日少しお話しをさせていただきます。大体私がしゃべり始めると90分になっている講義なのですが、長すぎるというので段々と時間を狭められまして、一番短いときで35分に短縮され、短すぎると言ったら段々伸ばしてくれて、今日は1時間しゃべらせてもらえるということで、私に与えられているのが1時間、14時37分までという時間ですので、しばらく付き合いをいただければと思います。

前半では消費者委員会そのものについての話をさせていただこうと思っております。後半は今日のテーマであります健康食品の問題についての、内閣府消費者委員会での考え方についてお話しをしようと思っております。

皆様のお手元の資料にいろいろなものが詰め込んであります。一番最初に、消費者委員会のリーフレットがあると思います。これを見ていただくとお分かりですけれども、消費者委員会というのは、実は内閣府に直接ぶら下がっている中立の第三者委員会という位置づけです。よく「消費者委員会は消費者庁の中にある審議会みたいな所」とお考えになっている方がいらっしゃるのですが、違います。消費者委員会は消費者庁の外にあって、内閣総理大臣のもとにぶら下がっている特殊な第三者委員会なのです。もともと自民党は消費者庁の中にこういう委員会を作りたいということで、当時福田総理だったのですけれども、そうした形のものを提案していたのですが、それでは政府に対する監視機能が発揮できないじゃないかと野党から責められて、結局90時間くらい議論をして、結果的には消費者庁と、消費者委員会を別の組織にして、消費者庁及び消費者委員会設置法を作ったといういきさつがございます。

ですから当時、消費者庁との関係はなかなかどういうふうに関係がつけられるかという点で揉めたようでして、かつては溜池山王という所のビルの中にあつたのですが、間の通路を挟んでそこには深い溝があって、消費者庁のほうに行くにはですね、なかなかトントンと行けるような関係ではなかったと聞いてお

ります。

私は2期目から委員長を拝命しておりますけれども、段々お互いの立ち位置というのが分かってきて、消費者庁は消費者庁として関係省庁に対する司令塔としての役割を果たすことになって落ち着いています。ただ、いかんせん、消費者庁の職員でプロパーの人はほとんどいない。ですから例えば経済産業省や農林水産省、厚生労働省などいろんな所から少しずつ人が出てきて、消費者庁の仕事をして、2～3年経ったらまた親元に帰っていくというような形でできています。そうすると、やっぱり親元のことが気になるわけです。消費者政策をいろいろ考えていくときには、どうしても親元の消費者施策に対する批判的な目を持ってしまうのです。そこで、こうしてください、ああしてくださいとあまり無理を言うと、親元がへそを曲げる。そうすると帰ったときに行き場がないことを恐れてしまう。どうしても出てきた人は親元を見ながらいろいろ調整をしようと考えてしまう。というようなことで、なかなかプロパー職員が育っていない状況で消費者庁もかなり苦労したと思います。

消費者委員会は消費者委員会で、消費者庁の組織から外に放り出されて、しかし職員が2～3人しかぶら下がっていないという、お粗末な組織だったわけで、そこにも内閣府から何人か職員をもらっていますけれども、実際に自分たちで調査をしたり、検討をしたりするだけの力はない。そこで民間からの出向を求めたり、他の自治体から人を呼んだりして、何とか職員を集め、作業を始めたのであります。当初は消費者庁との関係はちょっとギクシャクしていましたが、今は、それぞれの役割を考慮して協力し合う関係にあります。消費者委員会はある意味ではアンタッチャブルですから、その意味ではどこに対しても何でも言える。しかも関係省庁に対して「こういう書類を出してください」とか、ヒアリングをして「ここはどうなっているのですか」と言って調査をしたり、批判的なことを言うということもできるという非常に自由な立場ですから、消費者庁が言いにくいことでも消費者委員会なら言える。ですから消費者委員会のほうから意見を言うことによって、消費者庁が少しでも動きやすい形にする。そうやって少しずつ協力しましょうという形になってきました。

国民生活センターも、今までは別組織だったのですが、消費者庁のもとで、いわば消費者庁の目となって、いろんなことをやる。これも最初は随分抵抗があって、国センの持っている自由な立場が脅かされるのではないかということで、これも揉めました。今では国センは国センで独立行政法人としてのひとつの生き方を目指してやっています。初めての就任当時の記者会見の中で、私は「国センと消費者庁と消費者委員会というのは、それぞれ違った強さを持った3本の矢である」と、どこかの総理大臣よりはるかに先に「3本の矢」という言葉を使って、「消費者政策の強化のために、力を合わせてやれば、非常に強い行政ができ

ていくのだ」とお話しをした記憶がございます。

ページを開けていただきますと、そこに「消費者委員会とは」という部分が6ページ目のところに出てまいります。「消費者委員会は独立した第三者機関として、主に以下の機能は果たすことを目的として2009年の9月1日に内閣府に設置されました」。そのうちの第一番目が、「各種の消費者問題について自ら調査審議を行い、消費者庁を含む関係省庁の消費者行政全般に対して意見表明、建議等を行います」という形で、自ら調査で、重要な基本施策について、関係省庁に対して建議をすることができる。

それから第二番目が、「内閣総理大臣や関係各大臣、または消費者庁長官の諮問に応ずる形で調査審議を実施する」、という諮問に対する答申をする役目です。ほかの省庁でしたら、恐らく自分の所で持っている審議会に諮問をして、答申をもらって何かをするということですが、それを消費者委員会にしてもらって、そこから消費者庁とかあるいは関係省庁に対して、こうあるべきですという意見を申し上げる役目がある。その意味では、消費者委員会は小さいながらも非常に強力な委員会であるということになります。

委員は、全部で10名おりまして、いま私が委員長として第4次を務めております。副委員長が弁護士の池本誠司先生という、有名な消費者問題についての弁護士さんです。それから阿久澤良造先生という方がいらっしゃいます。この方は日本獣医生命科学大学の学長さんで、食品に関する、特に発酵食品などを専門にやってこられた方です。チーズをとっても上手に作られる方です。この先生が、食品関係のところを束ねておられます。さらに、今日会場に来ていただいておりますけれども、大森さんという方は、C・キッズ・ネットワークの理事長さんでして、特に消費者問題とか子供の教育に専門的知見をお持ちの方です。それから蟹瀬さん、この人は唯一産業界からの方ということですが、我々以上に激しい意見をお持ちでして、なかなか頼もしい方でいらっしゃいます。その下の鹿野さんは慶応大学の民法の先生です。今日パネルディスカッションで司会役をしてくださるのが、横にあります長田さんで、地婦連の事務局長をなさっている方です。中原茂樹さんは東北大学で行政法を教えている先生でして、さらに樋口一清さんとは、もともとは官僚だった方ですが、ある段階から大学に籍を置かれて、現在は法政大学で政策関係の研究・教育に従事されている方です。最後が全相協の増田悦子さんで、相談員を代表する方です。これだけの消費者問題のエキスパートを揃えて、消費者問題の基本的な課題について検討し、自ら調査をし、場合によっては諮問に対する答申をするという作業をやっております。任期は2年ですが、現在第4次委員会の2年目最後の段階でして、追い込みに入っているところです。

この消費者委員会の位置づけは、その下にあります図のとおりです。消費者

委員会は緑で書かれているところで、これと消費者庁、国民生活センターが連携しながら、消費者政策をやっている。消費者庁が各省庁に対する司令塔として働き、各省庁は事業者をコントロールする。消費者との接点はむしろ国民生活センターがたくさん持っている。御覧のように消費者委員会はあまり消費者との接点を持っていないのです。その意味で、このシンポジウムは大体3か月に一遍ぐらいつつ地方をずっと回っていますが、現場の方とお話しをする数少ない機会なのです。ですから、他にも意見をお聞きする機会があると思いますけれども、この機会に、是非いろんな忌憚のない御意見を消費者委員会に対してもお寄せいただければありがたいと考えているところです。

その次の参考資料2には委員名簿がありまして、その次の8ページ目に、消費者委員会の審議体制が出ております。これは組織法上こういう審議体制が出来ているというよりも、自分たちがやっている作業の関係で必要なものを、こういう下部組織を作って作業しているということなのです。今日話題になる食品に関しては、かなり継続的にいろいろ課題があって、特にまた後でお話しをします特保などの食品表示の問題について諮問が常に来るところです。大きな下部組織として食品表示部会、そして新開発食品調査部会という2つの大きな下部組織があります。更にその下に調査会があって、実際に、食品や表示に関する検討をしています。ですから、ここには食品関係のエキスパートが委員として揃っているわけです。あまり自慢にはなりませんけれども、私は食品に関してはド素人でありまして、とにかく、後で分かりますけれども、食品については、いろいろと失敗の多い人間でございます。ここにいる人たちはちゃんとした方です。

その下に、公共料金等専門調査会というのがあります。これは、恐らく皆様の耳目に接したのは、例の東京電力の値上げのときだったと思います。震災の後です。東京電力には国民の税金がドーンと入れられたにも関わらず、東電はそれを回収するために電気料金を上げようとした。そこで資源エネルギー庁との関係で、そういう値上げが果たして許されるのかということが問題になって、最終的には消費者委員会のほうにもその話に来て、ちゃんと検討してくれということになりました。エネ庁は、ある意味ではエネルギー政策の中心地ですから、電力会社のことも考えてやらないといけないのですけれども、消費者の立場で考えてみたら、それは堪らない。東京電力の役員が驚くほど高い報酬を得ていたり、福利厚生施設をたくさん持っているなどいろいろ経営上の疑問が見えてくるわけです。そういうのをひとつひとつ指摘して、その値上げ幅をできるだけ圧縮すべきであると言ったのが、恐らく皆様の耳目に触れ、消費者委員会が公共料金なんかやるのだということに気が付かれたことになるかと思えます。その後ずっと電気料金の値上げが始まりましたから、それについての審議をこの公共料

金等専門調査会というところでやっていただきました。発送電の分離や、電力自由化ということもあって、これについても電力託送料金に関する調査会で検討いたしましたし、最近ではですね、ガス自由化の話ですとか、これは東京だけですけれども、タクシー料金を少し安くして、短い距離で加算されていくようなタイプにして、高齢者や東京に来た外国人の方がチョイ乗りをしてもらえるようにということで、タクシー料金を上げようとした。それは安くなるからいいとか、ほとんど変わらないということもタクシー業界は言っていたわけですが、しかしある距離以上を走ってしまうと値上げになるということも分かってきて、果たしてこれがいいのかと随分議論して、一定の条件をつけながら審査したということがありました。これが公共料金等専門調査会で、うちの下部組織であります。

その下にありますのが、2つ大きな消費者関係の法律についての見直しをしようとしているところでして、ひとつは消費者契約法専門調査会です。消費者取引についてが一番大事な法律はもちろん民法なのですが、民法よりも更に事業者対消費者での契約の締結の仕方、あるいはそこで使ってよい条項、使ってはいけない条項というものを定めている法律が消費者契約法という法律です。この消費者契約法は、2000年に出来た法律でして、その時は本当にもう必要最小限のわずかなところからスタートして、「小さく生んで大きく育てる」とみんな言っていたのですが、小さく生んで捨て子になっているという状態だったのです。これはいかん、ということで、私が2期目で就任したときからやろうやろうとずっと言い続け、論点整理は私たちがやり、集団訴訟等に関する法律が出来上がったので、消費者庁もじゃあ実体法もやりましょうということで、専門調査会を開いて本格的に審議しています。論点があまりにも多かったものですから、第一次の答申をまず出して、昨年改正を実現しましたが、ただそれだけでは足りなかったもので、現在第二次の答申に向けて審議をしており、実は昨日もそれがありませんでした。できたら8月には第二次の答申を出して、更に充実した改正に向けて作業したいと考えているところです。いろんな問題がありますけれども、特に最近の高齢者の被害は非常に深刻な状況にありますので、できれば高齢であることに付け込んで契約しているような場面については、これまで以上にきちんと手当てができるようにと考えております。もうひとつは、今法務省がしきりに出そうとしている法律で、成年年齢の引下げがありまして、今は二十歳で成人になるという建前なのですが、例の選挙権を18歳までに与えるということにした国民投票法の関係で、選挙権年齢である18に合わせて民法の成人年齢も下げてはどうか、ということが言われている問題です。法務省の法制審議会も已む無しということで、18まで下げてもいいけれども、しかし若年の消費者に対する消費者保護の手当てはきちんとしてくださいねという趣旨の答申を出

しました。法務省は、この国会で成年年齢の引下げをやるとういうつもりだったのですが、やはりいろんな法案がたくさんありましたから、今回はだめだということであきらめたようですが、次の臨時国会とか、場合によっては来年の通常国会では出すと考えているようです。今までだったら二十歳より下の未成年者といわれる人は、民法によって取消権が与えられている。ですから、お小遣いなんかは別ですけども、高額商品を買った場合には、その未成年者には、後からやっぱりこれはだめだったということで、反省して取消しをする、親なんかと相談してもう一遍考え直すというチャンスが与えられている。それだけ二十歳までは守られていたわけですから、それに匹敵するような形で消費者契約法でも、若年消費者に対する手当てと情報の提供の仕方であるとか、場合によっては高齢者に対する付け込みと同じように、若年の未経験に付け込んだというような行為についても取消権を与えてはどうか、というようなことを検討しているということです。

それからもうひとつ下の特定商取引法専門調査会というのも、特商法と一般に言われている法律について検討するところで、相談員の方はよく御存知のものですね。昔は訪問販売や通信販売とか、いろんなタイプの事業形態が別々の単行法で規制されていたのですが、それを全部ひっくるめて、非店舗型の特殊な業態の取引を特定商取引法という名前のもとでまとめ上げた法律であります。この法律の中で皆さんに知られているのがクーリングオフ権ですよね。例えば訪問販売の場合でしたら、いろんな物を買わされた後に、翌週の応当日までは無条件で契約を解消できるというクーリングオフという権利がありますね。キャッチセールスで捕まった若者なんかも、未成年者取消権を主張するよりはクーリングオフで一発で契約を解消することができるのです。そういうことができることを定めている法律なのですが、これも見直しをして、例えば訪問買取ですね、今まで販売はあったのですが、買取というのはなかった。ところが例の震災の後、車が強引に買っていかれたり、何か放射能の検査のために機器が必要だからというので貴金属を無理やり買っていくという被害が相次いだ。そういう訪問買取に対する対処、それから事業者が危なくなったらそのまま会社をスツと抜け出して、別の会社を立ててまた悪さをしているというときに、その事業者個人を追いかけたいけるというような形にしたり、その構成員を直接処罰の対象にできるような仕掛けなんかもこの特商法の中でこの間改正をしたものであります。特定商取引法専門調査会は、現在は休眠状態にありますけれども、これも常時開いていつでも審議ができる状態にあるものです。

更に下にあるのが特定保健用食品等の在り方に関する専門調査会です。これはもともと特保の見直しをしていく必要があるのではないかと、いうことを議論している際に、具体的な検討作業を始める前にワーキング・グループで議論し

ていたのを、専門調査会という名前で具体的な検討作業ができるようにしているものであります。

最後の成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループは、一応報告書を出したものですけれども、先ほどお話ししたように、若年消費者保護のための様々な方策について検討しているところということになります。

こうした組織はそれぞれ必要に応じてその都度検討作業をしていけるようになってはいるのですが、これまでの8年間の間に、消費者委員会から出された建議が9ページのところに並んでいます。御覧になっていただければ、その時代時代に話題になった大きなテーマについて議論をしているのがお分かりになるかと思えます。7番目にエステ・美容医療サービスというものもあります。エステ・美容医療サービスも、随分若い人が被害に遭ったものでして、本来であれば医療法の改正まで持っていかなければならない問題なのですが、先ほどの特定商取引法の中の継続的な役務のひとつに、この美容医療を入れるということになりました。一定の金額以上で一定の期間以上ですから、単発的な包茎手術で5万円以上みたいなのはまた別の形で考えないといけないのですが、例えば1か月以上かかるような痩身美容とか、そういうのに関しては、これで対応できるようになりました。

ずっと下にいきますと、10番目に出てきますのが、「健康食品」の表示等の在り方に関する建議が出てまいります。19番目にやはり健康食品の表示・広告の適正化に向けた対応策と、特定保健用食品の制度・運用見直しについての建議といった形で、食品についても、かなり建議を出しております。

更に10ページ、11ページのところには、建議以外の意見というものも出しております。建議については大体自ら調査をした調査報告書をくっ付けて出しているのが多いのですが、それだけの時間的な余裕もなく、機動的に意見表明することが重要だということで、意見をまずは取りまとめて発信するもので、提言というものも随時出しております。これもそれぞれ表題を見ただけでも、ここ数年の間で問題になった様々な消費者問題についての意見が出ていることがお分かりかと思えます。

もちろん大臣からの諮問があって答申をしたものも出ておまして、一番上にありますのは、有名な不当景品表示法、景表法と呼ばれている法律の中に課徴金制度を入れる話であります。記憶にまだ新しいところですがけれども、デパートのレストランが出しているメニュー、これが偽装されていたという話がありましたね。芝エビだと思っていたらバナメイエビだったり、みんな表示とは違うものを食べさせられていた。全国で調査してみたら出てくるわ出てくるわ、70件以上そういうデパートがあったという話で、とにかく景表法上の問題のはかなり深刻です。当時の消費者担当大臣の森まさこさん、福島の方ですが、その方が

課徴金制度を入れるべきだということに熱意を示されて、そのことで諮問をしてもらったものに対して、課徴金制度の導入を提言したのが、この答申です。現にそれは法律になって、現在は動いています。また後で御紹介があるかもしれませんが、ついこないだも消費者庁が課徴金制度を使っているケースがあります。

次に、消費者契約法の規律の在り方を見直してくださいという諮問に対する第一次答申を昨年1月に出しました。同じく特定商取引法についても答申を出しました。更に電力託送料金査定方法等に関する答申、この辺も消費者庁長官や関係大臣からの諮問に対するものです。

その次の資料はメールマガジン配信中という、何か宣伝みたいで申し訳ないですが、こういうのを出しておりました、そこにQRコードがありますね。私はよく分からないのですが、QRコードというらしくて、これにスマホをかざすと消費者委員会のホームページとにつながるようになっていっているらしいです。消費者委員会からのメールを受け取ることができるようになるというもので、もしよかったら、試していただければと思います。私はガラパゴス携帯も持っていない人間なので、スマホがどんなことに使えるのかよく分からないのですが、とにかくここをカシャとすればいいらしい。また後で事務局長にでも聞いてください。

その次の15ページ目のところは、最近考えている問題ということで、こんなことが直近の話題になっております。

ここまでが消費者委員会の宣伝なのですが、ここから後が、健康食品の問題であります。これはなかなか難しい。私はド素人だと申し上げたので、あまり責任を持ってしゃべれないのですけれども、しかし、基調報告ですから、あまり無茶苦茶なことは言えないと思って、うちの食品担当の先生方や事務局から特訓を受けて、お話しをいたします。

最初の18ページを見ていただくと、そこに健康食品という言葉が出ています。この言葉は、実は法律にはない表現です。ですから消費者委員会から出されているいろんな答申には全て「いわゆる」と書いて鍵括弧をして健康食品を表記しております。これはおよそ人間が口にするものというのを一番広い段階で食物としますと、その中で医薬品、あるいは医薬部外品、再生医療等製品と呼ばれる部分が一部あります。このお薬の部分以外のものは、これはもう食べ物、食品になります。食品では、基本的にはお薬のように効能効果をうたってはいけないということになっています。お薬は、一定の厳格な試験を経て、そしてその効能効果をうたえるのです。人体実験、人体実験と言ってはいけないのですけれども、実際に人間で使った臨床試験の結果を前提としながら効能効果をうたえるのです。しかし効能効果があると同時に、そこには副作用も必ずありますから、その副作用はどういうものか、実際に使うときにはどういう症状に対し

てどういう使い方をするかということをしちゃんと明らかにして、医薬品として利用されます。それ以外の食べ物、口にするものについては原則として効能効果をうたってはいけないのですが、特に健康にとってプラスになるようなものについて、一定の効能を表示してもよいと例外的に認めたものというのが、その実線で書いてある保健機能食品と呼ばれるものです。今あるのが機能性表示食品と栄養機能食品、特定保健用食品ですけれども、このうちの特定保健用食品というのが、国による個別の審査を経て、そして消費者委員会における食品表示部会で最終的な判断を経た上で、特保として認めたもので、食品安全委員会による安全の確認と、一定の効能効果が認められたものについて、こういう表示内容であれば効能効果をうたってもよいと、表示の仕方まで条件を付けて認めたものが特保といわれるものです。人が反り返ったようなマークの付いた食べ物がありますが、あれが特保であります。普通の食品より結構高いですね。それだけ研究・開発に費用がかかったということで高くしているのかもしれませんが、実際に、特保は千数百件も認められている。実際に市場に出回っているものは3百数十件しかありません。ですから、空の特保がいっぱいある。この特保についてもいろいろ問題があるので後でお話しをしますけれども、それとは別に認められたのが栄養機能食品でして、これは国への届出は不要でありますけれども、一定の栄養機能が認められているビタミンですとか、そういうものが含まれていますという話で、この部分については届出とは無関係に認められています。どれだけのものが栄養機能があるとして認定されるべきかはまだいろいろ議論はありますけれども、とにかくここまでは国がある程度その品質を保証しているものです。問題なのが左端の機能性表示食品です。これは国によって効能効果が確認されたものではありません。民間で効能効果があるというエビデンスを、責任を持って資料を集めて、それをもとに事前に消費者庁に届けて、登録番号をもらったというものが機能性表示食品と言われるものです。実際にそのような効能効果があるかどうかは、民間の責任で表示されているものであります。ですからちょっといやらしいですけれども、国によってその効能効果を認められたものではありませんということをし必ず書け、となっていて、小さい字ですけれども書いてあります。効能効果を認められていませんけれども、私たちは効能効果があると信じて売っております、ということでもあります。

更にその外に、「いわゆる健康食品」というものが存在しております。これは国の制度とは全く無関係に存在しているものでして、本来は機能性の表示が認められない、そういう製品群であります。よく言葉として「健康補助食品何々」とかですね、「栄養補助食品何々」というような書き方をして、ものが売られているということがありますけれども、あれには全く根拠がありません。というわけで、栄養強化食品何とかという表示があっても、「それはそういうふうに自分

は思っている」という以上の話ではないのです。

こうした保健機能食品の外にも健康食品があるし、機能性表示食品という形で、民間で自分ならそう思うという程度のものも存在しているというわけですから、消費者にとってみると、何が本当に信頼してよい表示なのかはなかなか分かりにくいということがあります。ところが夜、テレビをつけてみると、本当にもう日がな健康食品の宣伝を目にします。お薬なんかにはるかに頻繁に宣伝がありますから、それを見ていると「ひょっとしたら効くのかもかもしれない」と思うわけです。私なんか、八千草薫さんが製品を持って「いいですよ」などと言っているのを見ると、本当に効くのかもかもしれないと思ったりするわけです。それでちょっと飲んでみたら、なるほどちょっと酸っぱいというだけであったりします。しかしそういう広告・宣伝をずっと見ていると、やっぱりいいんじゃないかなと思うものも結構あるのです。私の父なんかそうでしたけれども、にんにくをよく食べる人で、にんにくを食べると元気になるとか、蕪を食べるとこういう効果がある、といろいろ言っていました。いつかはハブという毒蛇を焼酎の中に突っ込んで、このハブ焼酎はスタミナのもとで元気になるというのでちょっと飲んでみろと言って、舐めさせられたのですが、気持ち悪いだけでした。

でもそういう民間伝承も含めて、効くのか効かないのか分からないようなものでも、みんなが効くと言ってそれを食するというのは、まああることでした。それが科学的なエビデンスに基づいてそうした効能効果を少しでも認めてもよいというか、少なくとも否定はされないという程度のものであれば、滅茶苦茶な表示をされるよりはいいだろうということで、機能性表示食品も認めてもよいという判断を消費者委員会はしたのです。けれども、その時に条件を付けました。やはり口にするものですから、とにかく安全性を守ってほしいということです。食品安全委員会というところがありますけれども、この知見も参考にしながら、その食品が安全であることが第一。それから、効能効果について過大な表現をしないということで、効果の在り方についてきちんとチェックできるような体制を取ってほしいということ。機能性表示食品に含まれているといわれているようなものについて、事後チェックをしたり、あるいは場合によっては、その新しいエビデンスが出てきて、ちょっと違うということが明らかになったら、すぐにそれを報告してもらって、もとの届出を撤回してもらおうというような様々な措置を講じてもらうということを要求しました。大体、諮問に対する答申は「その諮問のとおりで結構です」という表現になるのが普通なのですが、この機能性表示食品に関しては、9つの条件を付けるという非常に異例の答申になりました。これは皆さんの資料の23ページのところに、その時の答申が出ております。その24ページ目のあたりに、苦渋の決断が書いてあります。「食品の機能性にかかる正確な情報を提供することにより一般消費者の自主的かつ合理的な食品選

択の機会の確保に寄与しうる制度を創設するにあたっては、本委員会として、本諮問にかかる制度も、ありうべき選択肢の一つであると判断した」、だから、せめて次の1から9のことは必ず守ってくれというわけで、条件付きの機能性表示食品を認めるということをやりました。ひとつはガイドラインをきちんと立てて、食品表示基準に記載されていない事項が全て網羅されているようにということとか、2番目のところで安全性の問題ですね。それから3番目のところでは十分な科学的根拠がないと判明したら、早急かつ適切に厳格な行政処分や罰則が科されるように定員や予算を含めて執行体制を構築してくださいということ。それから4番目ですね、このいわゆる健康食品として一括して取り扱われている製品群の中から、科学的根拠に基づく機能性を表示した製品群が消費者に選択されることによって、科学的根拠のない製品群が市場から淘汰されるということ強く期待したいということ、科学的な根拠のないイメージ広告に対する景品表示法や健康増進法に基づく行政処分をより強化すべきだというようなことも書いております。もちろんこの制度を認めることとは、実は健康増進法という法律の中に、その審査をしていくための根拠規定がないという大変な制度的な弱点があるということも8番目で指摘しておりまして、制度の脆弱性を克服するためには、早々とこうした一定の対処ができるような法規定を用意してくださいということも書いてあるというわけです。

要は機能性表示をされている食品、新聞なんかでも消費者庁届出何号、機能性表示食品といって大きく広告を出していますけれども、これは効くか効かないかは分からないという程度のものです。そのことをちゃんと頭の中に入れて見たほうがいい。特保も、正しくは効くかもしれないという程度なのです。委員会で食品表示を担当している阿久澤先生がよく私に言ってくれるのは、「河上さん、健康食品というのはね、要するに今ある自然の食材を少しずついろいろ食べて、そして適度の運動をする。これが何よりの健康食品です。それ以外に何かサプリとかそういうものに手を出すというのは、よっぽどのことですよ。むしろそういうものを飲むことによって、何かしら体がよくなったり、場合によってはほかのものをいっぱい食べても影響がないという話ではなくて、気休めに近いと思ったほうがいいですよ。」ということでした。とは言え、私もテレビを見ていてこれはいいなと思うことがあって、八千草さんはともかくとして、私、実は糖尿病と前立腺肥大と両方を患っているのですが、やっぱりそういう人間はテレビを見ていて、庭の鹿威しがカッキーと音を立ててピンと水を切っている姿を見ると、「いいなあ」と思ったりするわけです。最近足腰も痛いと思ったりすると、鮫の何とかを飲むと、足の痛いのが楽になると言ってスイスイ歩いている人を見ると、ちょっと飲んでみようかしらんと思ったりするのです。いつも事務局長に「そんなもの信じちゃだめですよ」といって怒られるのですけれども、でもた

まに口にしたもののが効いているような気がするのですよ。皆さんも御存知だと思いますが、プラセボ効果と言います。

私は実は東北大学にいたときに、医学部の倫理委員会というところへ出席して、いろんな薬品の検査についての倫理的な承認をする機会もあってのですが、その時に、実際にステージ1から順に上がって行って、第3ステージまでは動物実験なのですが、最後の第4ステージで人間を使ってその薬に効能効果があるかということをチェックする段階があるのです。そのときのチェックの仕方はダブルブラインドと言います。ダブルブラインドというのは二重盲検法というもので、両方の目を塞いでしまうという意味なのですが、どうするかというと、お医者さんも患者さん自身も分からない仕方で、その薬の中に似たようなものを入れておく。本当に薬として使うものと、他方はメリケン粉みたいなものを入れて、その薬とメリケン粉を全く同じ症状の患者さん、患者さんもその薬がどういふものか知らないのですが、投与する。そうすると、本当の薬を入れた人の中に、効く人のパーセンテージが例えば6割あったとすると、6割は効くという話になるのですが、メリケン粉を飲んだ人には全く関係ない話なのに、一部の人は治っているのです。3割ぐらいが改善している。つまり3割ぐらいの人は、「これが効く」と信じて服用することによって効果が出てしまうのですね。ですから、どうせ機能性表示食品とか特保なんかで騙されるのだったら、高いお金を出して「これは効く」と心から信じてそれを飲むということをやれば、ひょっとしたらよく効くかもしれません。

それぐらい食べ物には分からないところがありますけれども、いずれにしても、食べ物に対して、余りこうした特殊なものに信頼を置きすぎるということは良くないことです。良くないことだけではなくて、実は危険なこともあるのです。特にカプセル状や錠剤になっているものですが、そういう濃縮された食べ物の場合、一個口に入れただけのものがレモン100個分であったりするわけですね。そんなものが体にいいわけがないのですが、人間の体というものは、大体必要のないものは全部排出してしまいますから、通常は関係がないのです。けれども、あるものを濃縮する段階で、別のあまり良くない成分も濃縮されて入ってくる可能性があるという危険性があります。さらに、薬を使っている病気を抱えているような方は、使っているその薬と、使った濃縮されたカプセルの掛け合わせ、食べ合わせによって思わぬ被害を出すようなことがあると言われていています。皆さん御存知だと思いますが、ある種の風邪薬とグレープフルーツは一緒に摂ってはいけないと言われていています。同じように、グレープフルーツの成分がグーッと濃縮されたようなものが、仮にカプセルの中に入っていて、それを別の薬を飲んでいるような人が一緒に摂取すると、それがマイナスの効果を生むことがあるということになり、これは逆に危険であります。さらに、私のようにお医者さ

んに行くのが嫌いな人間がおります。お薬も嫌いというときに、何とか自分で対応できないかと思って、その要らぬ宣伝に踊らされて、プラセボ効果でちょっと効いていると思って調子よくやっていると、むしろ本当の病気を悪化させてしまって、お医者さんに行って治療を適切な時期に受けるチャンスを逃してしまう可能性もあるわけです。ですからそう考えていくと、私は営業妨害をするつもりはないのですけれども、健康食品と言われているものというのは、本当は趣味で、趣味と言っではいけないのかもしれないですが、普通に食べているものを補完して、心の栄養くらいのつもりで、必要最小限で口にするという程度で構わないのではないかという気がいたします。

あと5分くらいですけれども、この資料の中に入れることができなかった問題について、ひとつだけお話しをいたします。実は、特保について、一定の調査をしていただいて、その特保の中にきちんとこれまで言われているような成分が入っているかどうかというものを後からフォローアップして見ていただくことをしないといけません。そのことを一番最近の意見の中で申し上げていたのですけれども、実は特保について、現在市場に出回っているものの中で、比較的最後の検査が遅かったものについて7品目ほど選んで、この度消費者庁で中身を検査したらしいのです。そうすると、その中の2品目については、本来特保でこういう成分がこれだけ入っていますとされていた成分が、そこまで入っていなかったということが明らかになりました。これはもともと原料となっているものの中にそれが入っていなかったのを見過ごしてしまったということなのですけれども、本来自分が特保製品として売っているものの中に、特保が含有していると言われている要素が不足しているという状態を長年に渡って見過ごして、それは原料に入っていなかったから分からなかったのだという言い方をするのは許せません。その間、消費者はその製品にきちんと効能効果があると言われていただけの成分が入っていると信じて、結構高い値段でそれを買ったわけです。そういう状態を続けておきながら、それは単なるミスだということで、お咎めなしで過ごそうということがありました。それはおかしいということで消費者委員会に担当者呼んで、みんなが集中砲火を浴びせました。ここにいる大森さんなんかも相当きついことを言っておりましたけれども、いずれにしても、少なくとも折角抜き打ち検査をして、後からの品質の調査をするのであれば、そこからもし何らかの良くない結果が出てきたのであれば、速やかに公表して、一体その商品がどういう形で特保の基準を満たしていなかったのか、そしてそれがどのくらいの期間売られたのか、どのくらいの量を売られたのかというくらいのは基本情報として公表すべきだということを強く申し上げました。消費者委員会に来られた消費者庁の担当者は、その点については十分今後検討して、きちんとした情報公開をしますとの決意表明をやってくれて、消費者基本計

画の中に書き込んでもらえませんかと言ったけれども、基本計画の中にフォローアップ「等」というところがあったので、「等」に含めておりますということで、決意表明までしたから、それで頑張ってくださいという話にしたのですが、いずれにしても、後からきちっとそれをフォローアップして、ちゃんとした情報が消費者に届くということにする必要があるだろうと思います。とは言っても、消費者のところにも届いても、実は、消費者がそれを余り見ていないのです。アンケート調査をしたら、そんなことについては知らないという人が結構いる。そういう状況ですから、消費者もまた、与えられた情報を自分のためにうまく活かすようなものの見方を是非していただきたいとお願いしたいと思います。後で消費者庁の方からもいろんな説明があるかと思いますが、今日は折角こういう機会ですから、一緒に勉強して、健康食品に騙されないとか、良い付き合い方、食の摂り方をしていきたいと、私も思います。よろしく最後までお付き合いください。御清聴、どうもありがとうございました。」

以上のように述べ、後段のパネルディスカッションにつなぎました。

#### <パネルディスカッション>

休憩後、パネルディスカッションが行われました。パネリストは消費者庁表示対策課食品表示対策室の三上室長、岩手県保健福祉部健康国保課の互野(たがいの)主任主査、いわて生活協同組合の藤原常務理事、岩手県消費者団体連絡協議会の高橋会長で、コーディネーターは消費者委員会の長田委員、コメンテーターは消費者委員会の大森委員が務めました。



(写真左から：コーディネーターの長田委員、パネリストの三上室長、互野主任主査、藤原常務理事、高橋会長、コメンテーターの大森委員)

冒頭、各パネリストより次のとおり御発言を頂戴しました。三上室長より資料2に基づき健康食品の表示・広告の見方についての説明、互野主任主査から資料3に基づき望ましい食生活について、藤原常務理事よりいわて生活協同組合の取組や問題意識について、高橋会長より身近な健康食品を取り巻く状況について御発言がありました。パネリストの発言を受けたのち、討論を行いました。

### 三上パネリスト

「先ほど御紹介いただきました三上でございます。それでは私から、健康食品の表示・広告の見方について少しお話しをさせていただこうと思っております。

私は食品の表示に関して監視を行う部門を担当しておりまして、私どもの食品の表示の監視というのは、先ほどの三本の矢で例えると、ひとつ目は当然ながら監視をするというのがあるわけです。二つ目は事業者の方々に、表示の留意点であるとか、表示をしなければならないことについて理解を得る。それと三つ目は皆さんに賢く表示を見ていただきたいという活動。この3つが円滑に進むようにと考えておるところでございます。この資料はそういった観点から、消費者の皆様方への私たちのメッセージということで作ったものでございます。先ほど来お話がありますように、いろいろな媒体で広告がされていますが、食品のパッケージにも、広告ではなくて書かれている内容があります。先ほどお話のありました健康食品の中には、事業者の方が残念ながら効果効能についての裏付けを持っておられないケースがあったり、安易な利用で健康上の問題が起きてしまうケースもあるところでございます。

では我々はどんなところに気をつければよいのかについては、次のページをめくっていただきたいと思っております。今日は5つの観点から御説明させていただこうと思っております。まずは健康食品の表示の見方、誇大表示・広告の禁止、違反事例、信頼できる情報源、バランス食生活という5つでございます。

それではまず最初の健康食品の表示の見方ということでございます。これは先ほど河上委員長からも御説明をいただいた話でございますので、特保、栄養機能食品、機能性表示食品というようになっておりまして、表示可能なこととございますが、特保の場合は「糖の吸収を穏やかにします。」というようなことが表示可能になっております。バンザイマークなどと呼ばれたりすることもあるのだそうですが、マークが付けられております。それと栄養機能食品、これは全部で20種類ございまして、「カルシウムは骨や歯の形成に必要な栄養素です。」というような、これはビタミン、ミネラルなど20種類それぞれに書ける文言が決まっているものでございます。それで最後は機能性表示食品というものでございまして、「Aが含まれ、Bの機能があることが報告されています。」というようなものでございます。

このように、国の制度に基づいて健康保持増進効果が表示される食品というのは、消費者の商品選択のひとつの目安になるというところでございます。他方、食品のパッケージに機能を表示するというのは認められていないのですが、広告では健康保持増進効果をうたっているというようなものもございます。

次のページを御覧いただきたいと思っております。パッケージの話でございますが、パッケージに記載されている表示の内容について御説明させていただきたいと

思います。パッケージには各種の表示以外もの、キャッチコピーも書かれているケースがございます。どうしてもキャッチコピーに目が行きがちなところがございます。しかしながら、機能に関する表示の内容というのはしっかり確認するということが非常に重要なことになるということでございます。本日の河上委員長の資料によりますと、7,500人の調査をした結果では、パッケージのキャッチコピーを参考にする方が7,500人中3,110人。しかしながら許可表示を参考にする方というのが1,073人と少なくなっております。このキャッチコピーもさることながら、機能の内容をしっかりと見ていただくことが重要かと思えます。例えば特保の場合は、ここにありますように機能の内容、1日当たりの摂取の目安量、摂取する際の注意事項など、健康食品を安全かつ有効に使う上で大変重要な情報が記載されているということでございます。本日の資料では、表示を見ておられない方が23%くらいだと書かれておったと思えます。国の制度に沿った保健機能食品を選ぶ場合には、こういったパッケージの内容をしっかりと確認することが非常に重要になると思えます。

それでは2番目の誇大広告・広告の禁止ということでございます。先ほど来いろいろ言われているように、「病気に驚異的な食効がありますよ」とですと資料の端っこのほうに書いてあります。こういった摂取によって飛躍的な効果が得られるかのような体験談とか、効果が得られた動物での試験結果などの魅力的なキャッチコピーや図表などが見られるような広告がたくさんあります。先ほど申しましたように、その中には、健康保持増進効果を実証せずに広告しているものも含まれているところです。消費者の期待を裏切るような、健康保持増進効果を実証されていないにも関わらず効果を期待させるような虚偽・誇大広告というのは、景品表示法や健康増進法という法律で禁止されているということでございます。私ども消費者庁は、関係自治体、都道府県の場合もありますし保健所が設置されている中核市、特別区といったところと連携をしながら、いろいろな広告の監視を行っているところでございます。

次はその監視の結果について、違反事例についてお話しをさせていただこうと思っております。次のページをお願いいたします。この違反事例の話は、景品表示法に基づく命令をしたものでございます。これは「寝る前に飲むだけで努力なしで」というようなことが書いてありまして、寝る前にトマトの濃縮成分を含むサプリメントを飲むだけで、特段の運動や食事制限をすることなく何キロも痩せられますというような広告を行っていました。広告の根拠となる資料をお持ちでなかったということでございます。本日の資料のほかに、リーフレットを併せてお配りさせていただいているので、これの裏側を見ていただきたいと思います。この痩せるということに関して専門家の方の御意見がございます。字が小さいのですが、何が書いているのかということ、1キロの脂肪を消費させるため

には 7,000 キロカロリーの消費が必要です。1 時間早歩きをすると 300 キロカロリーの消費が可能です。ということになると、7,000 キロカロリーを消費しようとする、10 時間で 3,000 キロカロリー、20 時間で 6,000 キロカロリー、およそ 24 時間歩けば 1 キロの脂肪が減るということになります。適度な運動や食事制限なしに痩せるというのはなかなか難しく、そういう運動などをやって人が痩せられるというのは、半年で 4 ~ 5 キロというのが専門家のお話でございました。

次の違反事例を見ていただきたいと思います。次の違反事例が 50 ページのところでございます。これも特段の運動をせずに、1 か月で 10 キロ痩せられますよという広告を行っていたわけですが、広告の根拠となる資料を有していなかったという事例です。この事例は、多くのラジオで放送されたものです。ラジオや新聞、テレビなどというのはそれぞれの媒体で、事前に考査という仕組みがございます。広告代理店から出てきたものを考査という仕組みで自分たちの媒体に乗せてもよいかというのを判断して、その後に媒体に乗せるという仕組みになっております。ラジオ放送の皆様方に、考査の結果がよりしっかりしたものである必要があるとの観点から、お願いをしておいたものです。

次の違反事例はちょっと話が違うものでございまして、51 ページのものでございます。これは、この商品に含まれているプラチナナノコロイドという成分が、ガンや老化の防止をするという広告を行ってございました。しかしながら根拠となる資料を有していなかったというものでございます。専門家によれば、病気の人を対象にして治療効果が明確に実証されたという健康食品はないとおっしゃっておられます。健康食品はあくまでも食品でございますので、病気が治ったというような表現は、特に注意がいとと考えております。

それでは最後の事例でございます。これは健康増進法という法律で勧告を行った事例でございます。ちょっと書いてあることがややこしいのですが、ゆっくり説明いたしますと、この本件商品に血圧を下げる効果があると表示することについて消費者庁長官からの許可を得ているかのような広告をしていました。それとあともうひとつは、薬物治療をしなくても本件商品を食べるだけで高血圧が改善する効果が得られるかのような広告を行ってました。しかしながら、血圧を下げる効果があるという表示について、消費者庁長官からの許可は得ておりませんでした。それと、薬物治療をすることなく本件商品を摂取するだけで、高血圧を改善する効果を得られるものではございませんでした。血圧が 140 を超える高血圧症というのは、医師の診断や治療がなければ改善することができない病気ですので、この広告を見て、高血圧を抱える方々が「病院に行かなくてもこの商品を飲めばよいのだな、食べればよいのだな」となってしまうと、病院に行く機会を逸してしまう、またはお薬をやめてしまうという恐れがあるとい

うことで勧告をしたものでございます。

それでは次のページでございまして、最後にこれまでのお話をまとめて全体を俯瞰したいと思えます。最初にお話ししましたように、保健機能食品というのはキャッチコピーだけではなく、パッケージに書かれている機能の内容であるとか、摂取目安量が書かれておりますので、それをしっかり確認をしようというのが1点目。先ほど違反事例の1や2でお話しさせていただきましたように、広告上のキャッチコピーや利用者の体験談を信頼するのではなく、自分自身で製品に含まれている部分を確認するということが必要かなと思っております。広告に書かれている体験談は「こういう人もいるのかな」というふうに思うところではありますが、お友達や知り合いの方から聞かされる体験談は、「あっ、本当だな」というように、同じ体験談なのだけでも少し性格が違うというところがあります。そういったお友達からの体験談というのが、実は、もとは販売事業者さんから出ている情報だというケースも耳にすることがございます。ですので、情報の元というのは何なのかなというのを確認する必要があると思えます。更にインターネット上の広告でございまして、健康に関する様々な情報など広告以外のものも出ている状況でございまして、必ずしも正確ではないということがよくあるのでございます。インターネットの情報は必ずしも正確ではないことには留意がいますと思えます。それと3番目のポイントでございまして、違反事例の3や4でお話ししましたように、病気の人を対象に治療効果を明確に立証した健康食品というのはありません。したがって、これさえ飲めば病気が治ると受け取れるような広告には注意がいますということ。診断や治療を要する病気を抱える人が健康食品を使用する一方で、病院に行かなかったり、薬をやめてしまうということがないようにしないといけないと考えます。それで、どのようにその食品の有効性や安全性を確認したらいいのだろうかということではございますが、信頼できる情報源でそれを確認する必要があるのではなからうかと思っております。資料54ページにありますホームページですが、独立行政法人の栄養研究所、本当の名前はもうちょっと長いのですが、そこで出しているホームページに、安全性・有効性情報に関するところがございます。これについては私どもも深くかかわっており、情報についてしっかりしたものが出されておりますので、それを確認していただきたいなということでございます。

それから最後になりますが、5番目でございまして、56ページでございまして。健康食品に非常に大きな期待をかけて、健康食品さえ摂取していればよいという傾向が見られるということは否めないところでございます。こうした傾向を是正するというのはどういうことなのかということ、結局はバランスのよい食生活を送っていただくということが基本になりまして、そういう部分を普及するというのが必要ということで、保健機能食品のパッケージには、「バランスの取

れた食生活」を勧める文言が記載されております。利用される方は、是非ともこれを確認していただきたいというところがございます。消費者庁としても、政府広報で「バランスの取れた食生活」の普及に努めているところがございます。健康食品の利用は、あくまでも食品のひとつであるということをよく認識していただいて、補助的に利用するということと、利用によって普段の食生活を見直して、「バランスの取れた食生活」に努めていただく。それと運動の習慣をつけることに努めていただいて、健康で毎日を送るように心掛けるということが一番大事というふうに考えております。

あと後ろに付けておりますのは、私どもで作っております健康食品に関する法令上の留意事項です。こういうものを事業者さんであるとか、消費者団体の皆様方にもお配りしておるところでございます。この留意事項の、模擬広告では、痩せるだとか一言も書いていないのですが、皆様方が見ると痩せるというように思われるというのは当然だろうと思っております。それと最後の資料は、私が今ほど申し上げましたキャッチコピーだけではなくて、パッケージの内容を確認してください、ということ、バランスのとれた食生活とともに利用してくださいということを啓発しているパンフレットでございます。私のほうからは以上でございます。」

互野パネリスト

「皆さんこんにちは。改めまして、いつも県民の皆様には大変お世話になっております。岩手県の保健福祉部健康国保課というところから参りました互野(たがいの)と申します。ちょっと名前が分かりづらいのですけれども、お互いの「互」に野原の「野」と書いて、あの五葉山のふもとに、野原が互い違いにあるようなところだからそういう名前だったのかなというように思いますけれども、そういったところの出でございます。どうぞよろしく願いいたします。それでですね、私、皆様から見てちょっと怪しい感じに見えますと思いますが、実はこう見えて管理栄養士なのです。ですけれども、ある年頃からちょっと自分の自己管理ができないで今に至っているのでございますが、どうぞ御容赦いただければと思っております。

保健所の話がありましたけれども、実は岩手県にはですね、今現在は統廃合がされまして、昔は15もあったのですけれども、県の保健所が9つしか残っておりません。その中で私も含めまして行政の栄養士というのが12名いるのですけれども、一番主要な業務としましては県民の皆様の栄養改善、食生活改善をいかにして進めるかというところを大きな命題にしております。たった12名で120万余りの県民の皆様の栄養改善は到底できるわけではないですので、いずれにしても、例えば市町村の方、あるいは医療機関や学校や役所等にも栄養士さんがたくさんいらっしゃいますので、そういう方々と連携を取りながら栄養改善を

進めているといった状況です。残りの私以外の 11 名はちゃんとした栄養士ですので安心していただいて結構ですけれども、そうした形で進めているということでございます。

今日は先ほどの三上さんのお話がありましたけれども、望ましい食生活というのは一体何ぞやというですね、今日折角ですので改めて皆様に考えていただければなということでこのスライドをお持ちした次第でありますので、ちょっとこのことについて説明をさせていただければと思っております。

バランスの良い食事というのはよく耳にする言葉なのですが、実際ですね、国の調査とか県の調査もありますけれど、バランスの良い食事をしっかり摂れている方というのはどれくらいいらっしゃるかといいますと、実はほとんどいらっしゃらないというのが現状なのです。世の中にはすごくたくさん、いろんなおいしいものがありますよね。御飯から始まって季節のお野菜やお肉とか、岩手県のおいしい食材がたくさんあり、これをどのようにして摂ったらバランスが取れるのかなということなのですけれども、なかなか難しいところだと思います。ですけれども、普段皆さんのお食事を朝昼晩、人生 80 年以上と言われていきますから、何十万回一生のうちお食事をされる中で、栄養の知識というのがかけ離れてはいけないのではないかなということで、もう少し皆様方にも栄養のことを身近に感じていただけるような簡単な啓発ということに心掛けています。今日はですね、すごく簡単な啓発方法をひとつ御紹介したいと思っておりますので、御自身の食生活とちょっと照らし合わせていただければありがたいと思います。

それではですね、簡単栄養バランスチェック法ということで、実は私が言うのが怪しいのですが、女子栄養大学という学校が東京にありまして、その名誉教授になられている足立先生という方がかなり前に発表した、弁当箱を使った健康法なのです。ちょっと見づらいかもしれませんが、画面に四角い箱が出ています。これはお弁当箱のイメージで捉えていただければと思います。お弁当箱ですね、昔のように日の丸弁当を持っている方はいらしゃらなくて、例えば 2 段重ね 3 段重ね、あるいはお弁当箱を持っていなくても、御家庭にタッパーのような容器があると思いますので、それに置き換えてお考えいただければと思いますが、お弁当一食を食べると仮定したときに、例えば男性であれば 600~1,000cc の水ですね、女性であれば 500~700cc、これは人によって若干違うのですが、すごく動いている方は 1,000 に近いほうを摂っていただければと思いますが、そのくらいのお水が入るようなお弁当箱を選んでいただく。お弁当箱をひっくり返していただくと、今は容量というものが書いてありますので、500 とか 1,000 とかいろいろ売っていると思います。ここに詰めるものが実は非常に重要で、画面にはこのお弁当箱を半分にする線が引かれ

て、更に右半分を3等分する線が引かれました。このうち左半分には主食というものの、いわゆる御飯やうどんなどの麺類やパン、そういったものをしっかり、ギッチリ詰めていただくというのが主食の量でございます。多分皆様方がお弁当を持っていったときに、特にダイエットを気にしている方ですと御飯を召し上がらない方も実はいらっしゃるかと思います。今いろんな巷の宣伝などに糖質抜きダイエットとかですね、いろいろ言われていますけれども、やはり主食は非常に大事です。アスリートの方なんかは特に主食をしっかり食べないと体力が持ちませんので、そういう意味で主食を半分。残りの半分の3等分した1区画、こちらは主菜ということで、お肉とかお魚とかのおかずはたったこれだけで結構なのです。どうでしょう、皆さん大丈夫でしょうか。少ないでしょうか。残りの2区画は副菜と言われるお野菜のお料理です。できれば色の薄い野菜だけではなくて、色の濃い野菜もと混ぜて摂っていただきたいのですけれども、実は一食当たりこのような食事の配分をとっていただけると、比較的バランスの良い食事を実践するという判断ができると思いますが、恐らくですね、主食のところには主菜と言われるお肉やお魚がビッチリ入っていたり、あるいは副菜はなしで果物だったり、そういう食生活を送っているのではないかと思います。この時点でかなり食生活が偏っていると判断することができることとなります。

そういったことで、実際、例えば知っていてもできない、あるいは知らなかったという方もいらっしゃると思いますが、このようなバランスの良い食事というのは、今の時代では実践が難しくなっているのかもしれない。そこで多分皆様方が「ちょっと私偏っているかもしれないな、例えばカルシウムは足りているのかな」あるいは、「ちょっと太ってきたから、エネルギーやカロリーがオフの食品を選んでみようかな」とか、こういう広告って、いろんなスーパーですとかに行くときよく皆さん目にすると思います。先ほど三上さんからのお話にもありました。この辺りだとまだいいのですけれども、「お腹の調子を整えます」ですとか、あるいは「美しい理想の体型」というと女の方はちょっとコロッときますよね。私なんかもそう思ってしまうのですが、そういうようなものもあります。あるいは「古来、  
地域ではこの食品が血液循環を高める薬として重用されてきました」とか、結構こういう広告を目にすることが多いかと思います。また、「  
さんはこの製品で糖尿病が治りました」とかですね、こういったものは特別じゃなくて、意外と皆さんの日常の中では目にするものではないかと思うのですけれども、先ほど来のお話とかぶるところがありますけれども、例えばカルシウムたっぷりですとかカロリーオフやエネルギーゼロなどは、必ずその表示の前提に栄養成分表示を必ずしなければいけないのです。その栄養成分表示はほとんどの製品にされていますけれども、そういった表示の中で、本当にカルシウムがたっぷりと言ってもいいのかなとか、あるいはカロリーがオフと

言っているのかなという基準があります。その基準をクリアしないと、実は気軽に使われていると思われているような表示はできないということになっているのです。ですので、確実にこれを表示したい場合には、製品自体がその条件をクリアしていなければならないということになります。

あと、最初に河上先生がのけぞったような、とおっしゃった、三上さんからもお話がありましたけれども、特保のマークに関してはある程度その中の成分や、製品自体の効果もある程度立証されているということでこのマークが付いておりますが、このマークがついていないのにそういう表示をすることはできないことになっております。また「美しい理想の体型に」とか「古来うんぬん」とか「糖尿病が治りました」とかというのは、あくまでもその製品がそのような実際の効果が期待できなければそのような表示をしてはいけないことになっているのです。というのも、何かいろんなところにこういう表示があると、これくらいのはしてもいいのではないかと思ってですね、例えば、これから製品を販売したい事業者さんなんかは、「こんなのを書いてもいいですか」という相談をけっこう保健所のほうに入れられます。だけれども、よっぽど気をつけないと、先ほど来お話をしております、ものによっては薬事法、あるいは中身と実際の効能が違うということで景品表示法であったり、健康増進法という私どもで所管している法令の中では虚偽・誇大広告といって実際の効能効果が全くなかったということで抵触する可能性が実はあるので、すごく気をつけて表示というのは慎重にならざるを得ないという時代になっているということになります。なので、「ちょっとこんなことが書いてあるから、うちの製品にも書きたいよ」というときには、自信がないときには保健所に御一報いただければよいと思いますし、あとですね、昔は結構ですね、例えば新聞社さんとか広告の業者さんとかは、気軽に広告代理店さんの言われたとおりに載せていましたけれども、今はこういう法令に抵触するということで、言われたチラシを業者さんのほうで「本当にこれを載せてもいいのですか」という問合せも保健所に来ることもあります。かなりそれは慎重にされている時代になってきているかなと思います。

これは最近、今年度に入ってから保健所とAさんという事業者さんの間で交わされた会話だったのですけれども、Aさんが保健所に電話をしました。電話の内容はですね、「先日、食品に含まれているという成分が血糖を下げる働きがあるとテレビで放送していた」というもの。テレビというのは某放送協会だったのですけれども、そこで放送していました。「食品を使った加工品をうちの事業所では作りたいのです。その時に、店頭でその製品を販売する際にPOP、チラシに『には血糖を下げるが含まれている』と表示したいのだけれども、だめでしょうか。某放送協会が言っているのだからいいのではないのでしょうか」というふうな相談だったそうです。それで保健所の担当はですね、「その場合、

確かにその食品にはそういう効能効果があるのかもしれませんが、御社で作るのも本当に血糖が下がる効果があるという立証がされているものなのでしょうか。立証がされていなければ、もしそれを販売して実際そういう効果が期待されない場合は虚偽・誇大広告の恐れがありますよ」と言ったのだそうですけれども、結構その業者さんが粘ってですね、「いや、テレビで効果があると言っていたことを表示すれば問題ないのではないが、それとも某放送協会が嘘をついているというのか」という押し問答があったそうです。結果的には担当のほうも頑張っただけ粘り勝ちをして、「とにかく何かあって訴えられたら負けですよ」ということで説得をしたらしいですけれども、今、こういうことは結構あります。ただ岩手県の場合は幸いなことに、大体の業者さんはちょっと不安なときには保健所のほうに相談をしていただけますので、「ちょっとこれはよろしくないのではないのでしょうか」と言った時点で取り下げてくださいるところが多くてですね、実際の違反事例として摘発されるということはあまりないという現状がありますので、不幸中の幸いという状況でございます。

先ほど言いましたように、岩手県は栄養士の方がすごく少ないので、本来他県のほうではしっかりこういう表示とかを取り締まる体制を県が取ってですね、いろいろ回って歩いて違反表示がないかということモニタリングする体制を取っている県も多いのですが、残念ながら岩手県はまだそういった体制に至っていないことを、この場をお借りしてお詫びを申し上げたいと思います。

それで、皆様方に最後をお願いしたいことなのですが、健康食品は賢く選んで、望ましい食生活の実践をお願いして、カルシウムたっぷりの食品を選ぶよりも、まず牛乳やヨーグルトなんかをひとつ足していただければいいのかなと思います。御清聴ありがとうございました。」

藤原パネリスト

「いわて生協の藤原と申します。よろしく申し上げます。立派なパワーポイントとかはございませんので申し訳ございませんけれども、いわて生協はですね、組合員さんからもやはり食品表示とか食の安全についての関心が非常に高く、そういった学習会をしてほしいという要望も結構あるので、大体年に1～2回ですね、100人程度で食品表示などについての学習会などを開催しております。特に今、やはりこのとおり、先ほどからずっと説明がありますけれども、表示自体が複雑になっていますので、何度やっても「初めて分かった」という方が多くてですね、非常に学習会自体は好評なのですが、その中で最近ちょっと質問の傾向が変わってきたというのが、まずは原産地表示とかそういったところの関心が非常に高かったのですが、最近は健康食品についての疑問が非常に増えてまいりました。今までの三人のお話の中でも、「表示をよく見てください」と何度もお話があったのですが、その表示がそもそも見づらい。特に字が

小さい。となると、やはり高齢の方とか、少し老眼が入ってくると見えないし、見えないくらいなら読まないですよ、という理解しづらいという側面があるかと思います。今日の資料もちょっと字が小さいですよ。表紙の部分とか。これだけの隙間があるのだったら、本当だったら2～3まわりくらい字をです、大きくしていただけるとパッとすぐ読めるんじゃないかと、別に私の名前なんか大きくななくてもいいのですけれども、読みやすくなるんじゃないかなと思います。

私の母が大体70ちょっと前くらいなのですけれども、彼女はですね、韓国ドラマが非常に大好きで、よくあれはBSで放送しているのですね。BSで放送している韓国ドラマの前後に健康についての番組が非常に多く組まれております。「膝の痛みに効く」とか「血圧な気になる方に」とか、「生き生きとした毎日を過ごすために」といったCMとかそういったいわゆる情報番組ですね、そういうのを見るつもりは本人にはないのだけれども、ドラマが始まる前にテレビをつけていれば嫌でも耳に入ってくるという感じになるとやっぱり、先ほど河上先生が「八千草薫さんが出てきて、効果があるのかなと思った」と言うけど、今度、女性の場合は誰になりますかね。ちょっとイケメンの俳優さんとかがね「私はこれで良くなったのです」「あら、そうかしら」なんて思って、結構うちの母なんかは信じ切っている部分とかもあったりするんですけれども、なかなかそれを説得するのは非常に難しいものもあります。

県の互野さんからもお話のあった、バランスの良い食生活をというのもよく言われるのですけれども、それは皆さん御存じなんですよ。頭ではもう分かっているんだけど、それがなかなかできないから、こういった健康食品とか機能性なんとかとか、いくら効果がないと言われてもつい頼ってしまうという現状があるのではないかと思います。そういう商品のパッケージにも言い訳のように書いているのが、小さい字で「健康な生活はバランスの良い食生活から」と書いてあるわけですね。やっぱり気づかないです。自分でやっぱりずっと見ていくうちに、こういった活動をしていますと、食の安全というのは気になりますから、科学的根拠とか安全性とかというのを疑問に思って、私も段々表示は見るようになりました。それでこういった学習会でも勉強しています。でもやっぱり勉強する場に来る人は本当に少数なんですよ。インターネットで調べようと思って、先ほど私のスマホでですね、「ダイエット サプリ」で検索してみますと、一番最初に出てくるのが、まず広告のページで、次に出てくるのがダイエット人気ランキング1位から売れ筋商品とか、サプリ診断とか、先ほどの消費者庁の三上さんがおっしゃったような信頼できるような情報というのは間違っても最初には出てこないです。やっぱり検索したときに、せいぜい自分でよっぽど興味があっても見るのは3ページ目まで。5ページ10ページと追っかけて見ないし、

検索に慣れていなければ慣れていないほど、広告ページにしか当たらないと思います。やっぱりそういったところなども今後検討していただきたいですし、あとはこういう学習会に来ない、何となく体に良さそうだから、うちの母のようですね、あとは健康食品の問題点に特に興味がない方に、今後どのように伝えていったらいいのかなというのが今後の課題かと思いますので、是非こういった場で皆さんと一緒に考えていければと思います。私のほうからは以上です。」

高橋パネリスト

「それでは私のほうから。勉強もしてませんし、学習会をよく主催するのですが、大体8割方は出席していないので、挨拶していないときは私が出席していない学習会ということになっておりまして、私がない学習会はいっぱいあるのですけれども、そこで皆さんが学習しているので、この中で私が一番学習していないんじゃないかと思って、それで、今日のパネリストを頼まれたときに、頼まれたけど別に皆さんにお教えるようなことはないので、普段、私は新しいものが大好きなので、世の中ではやっているというものにすぐ飛びつきます。最近の新しいものは全て健康関係のものが多くて、非常に飛びつきやすい性格なのでよく飛びついている中で、思っていることをつらつらとお話をしてですね、パネリストとしての参加をしたいと思います。

まず、私も還暦を過ぎましたので、人間ドック等の健康診断の結果の数値には毎回ドキドキしながら結果を見るのですが、再検査に来いと言われぬ限りは、少しは境界値の部分をよくしたいと思って、とりあえずドラッグストアに行くんですね。最近のドラッグストアはラーメン屋さんに負けなくらい赤と黄色の文字が並んでいるわけですが、そういったところに行くとですね、まず店に入ると、POPと言ってガバガバと色々な広告が棚にベッベッベッと貼られているのを見ると、大体は体重が減るとというのが一番多いですね。次は血糖値が下がるというのが多いですね。血圧が上がらないというのもあります。上がらないというのが微妙な表現なのですが。それからコレステロールが減る、内臓脂肪が減る、こんだけはっきり書いていいんだべかと思うくらいはっきり書いてありますが、そういった目に飛び込んでくるパッケージをとりあえず見てみようかということで見るんですが、先ほど藤原さんが言ったとおりですね、パッケージを取ると今度は字が小さくて何が書いてあるかわからないという、そういうことで結局、とりあえず血糖値が境界線だから下がると書いてあるのを買ってみるかみたいな、そういったところですね。医者は大体会うとですね、血糖値とかコレステロールを下げるためには体重を下げればいいんですよ、と言われる。じゃあ体重が減るのを買ってみるかという話になるのです。それで、どれを買うかというのは、店によって並べ順があったり、大きく広告を貼っているようなのが効くんじゃないかなと思うわけですよ。この店が責任を持ってこれだけ大きく

広告を貼っているのだから大丈夫じゃないかと思って、大体決めてしまいますね。並んでいるそういった商品の中で、いわゆる特保がいいとよく聞くので、どっかから認可されている食品だから効くはずということでですね、そういった店に行くときまず特保を探す。その中から無数にあるわけですが、特に特保をアピールしている商品を探して購入をしてみるというふうになります。例えば、私は今、コレステロールを下げなきゃなんないな、という課題が直近ではなく昨年ほどにありまして、コレステロールを下げるには豆乳がいいというのをネット等で見ましてですね、じゃあ豆乳を買おうかなと思うわけですよ。普通の健康オタクだとですね、無調整の豆乳を買って毎日飲めばいい話なんですけど、ところが、特保に認定になっている無調整の豆乳なんてまずないんです。大抵砂糖が入ってておいしくなってるのが特保なんです。それで私はコレステロールが下がるだろうなという表示をしていて、特保と書いてある豆乳の、砂糖が入っているヨーグルトという複雑なものが今一番はやっておりまして、それを買ってですね、1日2個までと書いてあるので、2個食べればいいんだなということで、1日2個食っているわけなんですけど、絶対血糖値上がってるんじゃないかなと思いつつながら食べてるんですけども、そういう健康オタクになっているわけです。

ついでに見ていくとですね、その特保のマークのそばにつらつらと並んでいる、機能性表示食品、よく分かんないんですけども、何だろうなと思いつつながら、これは一体何者だろうなと思いつつながら、でも今ネットで一番推されているのが機能性表示食品というやつなわけです。特保よりもはるかに強くアピールしています。何となくこうテレビ見たりネット見たりしていると、特保よりもはるかに効きそうな雰囲気なんです。機能性表示食品。それで現場に行くと買おうと思うとどっちが効くのかなといつも悩んで買ったりするのですが、例えば今一番はやってるなと思って見ているのが、ガセリ菌を使ったというヨーグルトというものなんですけど、このガセリ菌というのがよく分からないのですが、内臓脂肪を減らす効果があるらしいというガセリ菌なんですけれどもね、何かよく分からないんですけども、でも、従来から言っている内臓脂肪の場合はですね、私が時々利用したのが唐辛子系のサプリ。内臓脂肪を燃やすサプリというのがあるんですけど。これはね、機能性表示食品にはなっていないのですよ。どっちが効くんだべと思いますよね。どっちも効かないんですよ、さっきからの説明を聞いていけば分かりますよね。でも買いに行くとどっちが効くんだべ、とこう悩んでですね、じゃあガセリ菌のほうが新しいから、ガセリ菌が今はやってるしと思って買って。そうするとですね、それが1日1個となっているわけです。そうすると砂糖が入っているヨーグルトを何と1日3個食べてるんですけど、私。血糖値を下げようと思っているんですけどもね。何だろうなと思いつつながら食べているんですけど。あとは健康食品と言いつつながら、カプセルに入っている、錠剤のものが

あるんですね。健康食品というと食べるものというイメージなのですが、カプセル、錠剤、見た目が薬っぽいものがあります。これはサプリメントと何が違うんだらうなという、よく分かりません。

私は肝臓の数値もあまり良くないので、肝臓の数値を改善したいと思ってですね、ネットで調べると、タウリンを飲めばいい。タウリンの錠剤なんていうのが売っているんですよ。その前にちょっと薬っぽくて怖いので、牡蠣エキスなんていうのがね、牡蠣を濃縮してみましたなんていう、タウリンがいっぱい入っていますよなんていう錠剤を売っているわけですよ。もっと健康オタクになると、牡蠣エキスに黒酢を混ぜました、みたいのも売っているわけですね。もう一段階進むと牡蠣エキスに黒酢を混ぜて、胡麻も入れましたみたいなものもあります、そこまで行きたくないのに牡蠣エキスの錠剤をちょっと飲んだりしているわけなんです。

最近脂肪肝を良くするためにですね、タウリンを直接飲んでみたらいいんじゃないかというので、ネットではですね、タウリンの錠剤というものが売っているんですね。但し納品に時間がかかりますとか書いてあって、ポチッとしてですね、買ってみたら、3週間くらいしたらインドから送られてきました。これ飲んで大丈夫だろうかという、パッケージが全部インド語。読めないですけどもインド語。怖いなと思いながらちょっと飲んでみましたけれども、別に味も何もないものでしたが、タウリン今度は何だらうなという疑問がわいてきましたけれども。まさか小麦粉を固めたものじゃないだらうなといういろいろな思いながら飲んでみました。ついでにそういうね、怪しいものがネットに転がっていて、そうするとそういうドラッグストアに行くと、今度は医薬部外品ってありますよね。医薬品じゃないやつ。医薬部外品。パッケージだけ見ると、さっきからの説明とこのチラシを読むと、健食よりは医薬品に近い分類に転がっているの、医薬部外品って効くのかなと思うのですが、大抵はドリンクタイプの商品が多いですね。元気が出ます、みたいな。眠気覚めます、みたいな。私は健康オタクではあるのですが、ドリンク剤というのは体質的に合わない気がして一度も飲まないというか触れないようにしているのですが、医薬品じゃないものに医薬品じゃないってわざわざ書くのは何なんだらうな、というのが日ごろからの疑問なんです。

それと、先ほどから言っているサプリメントと健康食品の違いは何かという中で、そういうドラッグストアさんに行くとですね、サプリメントの一番近いところによく置いてあるのが、ビタミン剤とカルシウム剤。ビタミンもですね、微に入り際に入りですね、Cだけ入っていないやつとか、B6とB4は入っているけどEが入っていないとか、何のことだかよく分からん、そういうビタミン剤だけ10種類くらいあって、そしたらこれ10種類くらいみんな買ってって、混ぜて飲まないとか効かないんじゃないかと思うくらい種類分けしているビタミン

剤があります。それからカルシウムも、これだけ飲んででも効かねえから、これと一緒に飲んだほうが効きます、ってわざわざ隣に健康食品が置いてあって、グミ食べながらこのカルシウム剤を飲むと非常にカルシウムの吸収がいいですよみたいなのもありますけど、それは何なんだろうなという、じゃあそのグミは健康食品なの、サプリメントなのみたいないろんな疑問を感じながら、コンビニからドラッグストアから回って歩くのが好きなんで、回って歩いているんですけども、効くのかな。でも一緒に食べたり飲んだりすると吸収がいいって書いてあるんですね。効くとは書いていない。吸収が良ければ効くのかなっていう、さっきから言っているように効くことはないというのはよく分かっているのですが、そういう効くのかなと思ってしまう。

あとはですね、そこはちょっと離れて、そういったもののテレビのコマーシャルやネットの関係でいうと、お試し無料とかサンプル無料と書いてあるのがあって、最近ニュースで取り上げられているのが、無料サンプルを申し込んだら、6か月分来て、それはちゃんと代金が請求されましたという事例があって、そういうのもあるんだというのと、本当にタダだと、まあ1年くらいはメールと電話が掛かりっ放しになるという。こないだお送りした健康食品をお試しになりましたか、改善になりましたか、どうでしたか、おいしかたですか、みたいなのがやたら来るんで、うちではそういうのを買ったら2か月くらい電話のコンセンートを抜いておくので来ないんですけども、そういったこともあってですね、こういったトラブルに巻き込まれる消費者が結構あるんじゃないというふうに思っています。

結局その健康関係に偏っていくというのは50代過ぎると急に加速度的に高まっていくというのが、人間ドックや健康診断での数値がドンドン増えていくって言うんでしょうかね、悪い方向に寄っていくというか超してしまうというか、そういったことが原因になって、どうしても関心が高まっていきますし、お腹回りを測られるとドキドキするっていう。私も今年はメタボじゃないって言われましたが、去年はメタボだと言われて、あれですね、測る看護師さんが「はい息を吸って、吐いて、はい力を入れないで」って言ったときに、力を抜くとメタボになる。その時に力を抜かないとメタボにならないんですね。そういう何だかわからない事実もあるんですが、そういった部分でメタボに引っ掛かるとですね、あとあと呼び出されて何食ったとか、これ食べるとかいう健康指導とか栄養指導とかを受けなきゃならない面倒さもあるんですが、そういったことを逃げたいがためにドラッグストアに行って、考えてみれば普通の食事をしたほうが安く済むんですが、高いサプリを買ってしまうっていう繰り返しなのであります。

結論はですね、晩酌し終わってから、御飯食べながら晩酌し終わった拳句に、じゃあ締めにかップラでも食うかっていう生活をやめればすぐ体は改善される

のですが、何故か簡単に食べられるものほどおいしいっていうこの世の中が良くないと思うんです。手を掛けて面倒臭くして作った味噌汁とか焼き魚とか漬物が物凄くおいしくて、カップラのほうがまずかったら、こういう体型になる人はなかなか減っていくんだと思うのですが、実はそうではない世界が進んでいるんですね。大体おいしい食べ物は小麦と油と砂糖で出来ています。この3つを混ぜると大体おいしくなってですね、しかもガッチリと肉に変わっていくという恐ろしい世の中が改善されることを祈って、私からのパネルの発言は以上です。」

長田コーディネーター

「4人の皆さんからお話をいただいて、バランスの良い食生活を取りながら、そして注意深くパッケージの表示も見て、商品選択をしましょうというふうに呼びかけてくださった三上さんと互野さんのお話を受けて、でもいやいや、表示を見ようと思ってもよく見えないよとか、広告のイメージだけで売っているものとか、それからバランスの良い食生活をとらなければならないのは分かっているし、摂ろうという努力も多分していらっしゃると思うけれども、それにプラスした心の安心感みたいなものでの健康食品の訴求があるのだということですか、いろんな面でのお話をいただいたと思います。

まず、当然広告の問題とか表示の問題はよくよく分かっておられる上で、三上さんたちはいろんな対策を取ってらっしゃると思うのですが、今の藤原さんと高橋さんのお話をお聞きになって、三上さんからまずいくつかありますか。」

三上パネリスト

「先ほどお話のありました、例えばタウリンであるとか健康に良さそうな食品の名前が、これは素材と言うのですけれども、そういうものが実際にどの程度食品の素材が入っているのかという話と、どれだけ入っているのかというのは性質が違います。「目にいいですよ」などと書いてある食品の素材がありますよね。それが入っていれば、全てその食品は人間にとって効果があるというのはまず違うということです。

私が先ほど説明させていただいた栄養研のホームページには、例えば、タウリンが載っているかは存じませんが、そういった食品の素材がかなり載っています。それにはどんなことが書いてあるのかと言うと、先ほど河上委員長が御説明されたように、二重盲検でやった試験の結果、どんな人を対象にどのくらいの量を食べさせてみたらこういう効果がありました、もしくはこういう効果はありませんでしたというのが載っております。健康のために商品選択をしたいという気にはなるのだろうと思うのですが、折角選択するわけなので、ホームページなどで確かめて、それからゆっくり選択するかどうか御判断をされるというのがよいのではないかと思います。

その際に、その試験の内容には対象者が書いてあります。例えば、この中で結構重要なことなのでございますが、病気の人を対象にして調べた試験結果ですというのが載っているケースがあります。病気の人というのは一般の人と比べて、感受性が違います。従って一般の人が同じ効果が出るかということ、そうではありません。一般の人で試してみて、自分と同じ年代の人の結果であるかどうかというのがひとつの判断の基準になろうかと思えます。というふうなことを少し確かめてみて、それから商品選択をするかどうかというのを考えていただけたらと思っております。

その先ほどの栄養研のホームページなのですが、1日1万5千回アクセスがあるそうです。日本人の方々はかなり多くの人が見ておられる。それは私も行政が見ておるケースもありますし、消費者の方が見ておられるケースもありますし、事業者が見ておられるというケースもあります。同じ共通のものを見ながらですね、賢い選択をしていただけたらと思えます。

あともうひとつ、なかなか健康は分かっているのだけれども、食生活の改善は難しいし、ましてや運動なんて、と思う気持ちも確かに分かるころではあります。そこは自分の将来にかかわることであるということも良く考えながら、少しでも改善していくという努力を積み重ねていくことが重要なのではなからうかと思うところでもあります。」

長田コーディネーター

「ありがとうございます。互野さん、何かコメントはございますか。」

互野パネリスト

「三上さんのお話と、少しかぶる部分もあるかと思えますけれども、私たちは今、食べ物がいつでもどこでも簡単に手に入る状況です。昔は作らないと食べられなかったものも、スーパーやコンビニに行けば手軽に手に入る世の中でもあると思えますけれども、忘れていただきたくないのは、やはり皆さんが口にした食べ物で私たちの体は出来ているというのは紛れもない事実なので。なので、忙しいなど、いろんなことがありますし、自分も疎かになって人のことを言えないところもあるのですけれども、やはりそういったことを意識していただいて、先ほどお話がありましたように、将来を見据えた上で体を落としたりとか、健康を保ちたいということであれば、やはりしっかり毎日の食事を見直してみるということがすごく重要なのではないかと思います。

あと、人間の体は使わないところから機能が低下していきます。例えば咀嚼の機能もそうですし内臓の機能もそうですので、やはり普通の食材をよく噛んで食べるといったことはすごく基本なのですけれども、自分の体の機能を保持する、すごく重要なところ。ですので、それに対して簡単なものというのは手近であるのですけれども、本当にそれでいいのかなということ、折角なのでこ

の機会に一回振り返っていただければありがたいと思います。三上さんのお話とかぶってしまって恐縮ですが、また改めてよろしくお願ひしたいと思ひます。」

長田コーディネーター

「ありがとうございます。健康食品の問題は、先ほど河上委員長のお話の中にもあったプラセボ効果というか、期待して何となく効果が出ているという分には、それは問題がないのかもしれないのですが、その健康食品そのものが健康被害を与えるということもまた、場合によってはあるのだと思うのですね。

ひとつはまず、本来入れているはずの医薬品が入っているようなケース。そうしたいわゆる健康食品というものがまだまだ実はあるのではないかと思いますし、体の状態とその健康食品の成分が合わない場合というのも当然あると思いますし、それから、最近ちょっと大きな課題かなと思ひているのが、子供へのそういったサプリメント系の健康食品というのも大分出てきていて、そこも大きな課題ではないかなと思ひております。

という意味では有象無象がいっぱいある「いわゆる健康食品」を、少しきちんとリスクの評価をしたり、効能効果の告知をきちんとした特保のような認証、それから少なくとも事業者が責任を持って機能性の表示をする機能性表示食品のような制度を作って、健康食品の世界を少しスッキリさせようというふうに、政策的には進んできたと思ひますけれども、まだまだそれ以外のものがたくさん残っているのが今の日本の状態なのかなと思ひます。効いていないかもしれないけど何となくただ安心感で選んだから大丈夫という、軽くないかもしれない課題が、実はまだあるのではないかなという気もしているところです。そういう意味では、今の私たちの国の健康食品に係る制度や仕組み、表示のルールとか、とても見にくいけれどもきちんとパッケージ表示も確認する努力であるとか、いくつか我々の側で消費者教育というか、お勉強していかなければならないことも課題はいっぱいあるのかなと思ひております。

今日は消費者委員会の大森さんもコメンテーターとして一緒に来てくださっております。消費者教育を御専門でいろいろ活動していらっしゃるの、どういう取組をしていらっしゃるかを少し御紹介いただければと思ひます。」

大森コメンテーター

「皆さんこんにちは。消費者委員会の委員をしておりますけれども、NPO法人C・キッズ・ネットワークというグループで消費者教育の出前講座をしたり、プログラムを開発したりしています。

食に関する講座もですね、低学年から高齢者に至るまで、特別支援の、知的障害のある人にも、対象者に合わせていろんなプログラムを実施しています。この健康食品の啓発というのは、まさに資料の44ページに消費者庁からいただいて

いる資料、実のところ、これくらいしかやっていないのです。しかも余り肯定的な意見を言わずに、事実と、暗に「やめておいたらいいいんじゃないの」という感じでやっているところです。例えばですね、この保健機能食品というのは3つあります、ひとつは特保。人形マークが付いていて、これは国による個別許可があります、なので安心ですよ。でも個別許可がなくても、同じような効果がある、例えばお腹の調子を整えるようなヨーグルトも販売されていますよ、というように紹介をしています。

栄養機能食品については、これは20種類決められたものが次々と認可されていくわけだけども、これで気をつけてほしいのは、これはビタミン、ミネラルなどの20種類に限るのだけども、巷ではビタミンで栄養機能食品を取っているにも関わらず、栄養機能食品と大きく書いて、その下にビタミン以外で消費者をくすぐるような絵やメッセージが載っていることがあるので、よく注意しないと騙されますよとコメントをしています。

機能性表示食品については、これは自己認証なので国がきちりチェックしているわけではないので信頼度がやや低いですよとお話をして、対象者によっていろいろ話をするわけなのですけれども、例えば大学でやる授業の場合、脂肪と糖の吸収を抑えるチョコレートというのが機能性表示食品に選ばれたのですね、そうしたら、大学生は少しくすぐられますよね。実はこれはどうなっているのかというと、脂肪と糖が付きやすいというのが付きもののチョコレートにですね、脂肪と糖の吸収を抑える食物繊維が入っているというものですよ。「だから別にれんこんやごぼうをしっかり食べて、チョコレートを控えめにしても余り変わらないのではないですか」とは言いませんけれども、大体そういう雰囲気でお話しているところでございます。

私たちの講座は、まずはですね、どうしても表を見るとキャッチコピーや写真、そういうものに目が奪われがちで、裏は大切な情報があるのだけれども、何かややこしいし細かいし、難しそうだということがあって、なかなか見ないので、それをしっかり見てもらえるような授業をしたいなと思って進めております。

子供たち、若者を含めてですけれども、アレルギーを持っている人が多いので、最近はですね、おやつのパッケージにQRコードが付いているのです。大学の授業では、大体みんなスマホを持っていますから、そのQRコードで見ると、アレルギー物質が全てわかるのです。そのような形で自分のアレルギーのあるものをチェックできるといった情報提供をしたり、「おやつ調査隊」という中学校でやっているプログラムでは、一週間のおやつ記録をしてもらいます。そして、食べたおやつのパッケージを何か1つか2つ持ってきてくださいねという授業をします。実際持ってきた加工食品の表示を、自分が食べているおやつを見ながらチェックするという授業をしているのです。食品名がありますか

とか、原材料、これは重量順になっているから、たくさん入っているものから書いてあるのですよというのを、生協さんの組合員さんの教養講座でもやっているのですけれども、そこは主婦をくすぐるようにですね、「ポークしゅうまい」というミンチがいっぱい入っていきそうなしゅうまい、でも裏を見ると一番最初にキャベツと書いてあったら、「あっ、これは余りミンチが入っていないね」と理解したらよい。ポークしゅうまいが安いと思っても、実際裏を見ないと本当に安いかどうかは分からないというような形で、表示に興味を持ってもらって、まずはいろんなことを表示から知ることができるのだと、そういった講座をしています。」

長田コーディネーター

「ありがとうございました。今の大森さんの最後のお話の、早い段階から表示を見慣れておくということも、またひとつ大切なことかなと思って伺いました。どこをどう見たらいいのか、目がパッと行く体験を積み重ねておくというのは、確かにものによってはすごく製品自体が小さいと、表示もどうしても小さくなってしまいますけれども、それを探すコツみたいなものは体験を積んでおくというのが大切であると思いました。

それでもやはり、本当に書かなければならないことが書いてあった上に、タッチコピーみたいなものもどうしても製品に載せたいというのが事業者さんの強い思いでしょうから、そこを勘案しながら製品は作られているとは思いますが、表示の部分の今後の工夫はなかなか難しいですかね。三上さん、何かもっと見やすくというのはございますか。」

三上パネリスト

「表示というのは、2つの相容れない要望がありまして、大きな字で見せてほしいという要望と、いろんな情報をたくさん入れてほしいという要望があります。私は監視という立場で、表示のルールを作るという担当ではないので、表示のルールの作り方ということに対して申し上げる立場にはないのですが、そういった2つの要望を叶えているのが今の姿、ということなのだろうと思います。

実際表示されるものについても、大きさは最小限これだけの大きさにしてくださいというルールも定めておりまして、その中で書けることを最大限書いているということだと思います。相容れない要望があるということで、現在が成り立っていると私は理解しております。」

長田コーディネーター

「確かに、原料原産地表示もたくさん書いてもらいたいと思いますし、また遺伝子組換えの表示についても議論がされていて、パッケージ表示がなかなか、アレルギー表示のように絶対目立たせなければいけないものもありますし、すごく難しいところではあると思います。

結構時間が押してきておりますが、会場の皆様でこれだけは聞いてみたいですよとか発言したいということがございましたら、お声をかけていただければと思います。いかがでしょうか。」

会場からの御質問・御意見では次のようなコメントがありました。

会場からの御質問・御意見

「済みません。名ばかり栄養士の者なのですけれども、自分の子供をメタボに育て失敗し、自分は長生きしなければならない、明日は後期高齢者なのですけれども、表示の話から。

加工食品は良くないのだということは、ずっと考えて実践してきたところなのですが、産直の表示というか、そのことと、放射能の関係にも思うところがあるし、私は一関なのですが、一関はスポットだったもので、しいたけやたけのこは気になるなと思いついながらも、ついおいしいから買ってみたり、これはどうかなと思いついながらも、ついつい手が出たりした、そういう生活ですけれども、栄養士というのは、中心が西洋医学に基づいた食品との結びつきなのですが、あるときに東洋医学をやっている先生と会ったときに、酵素を勧められたのです。酵素というのは生まれたときから一生何個というふうに親からもらっているのだから、酵素がなくなる時期は足していかなければ長生きできないよという話を聞いて、今私は玄米の酵素だけでお医者さんの薬は一切飲んでいないのですけれども、バランスの良い食事というのは常々考えながら今がありますけれども、産直関係、放射能関係のお話を、参考になることを教えていただきたいと思います。」  
長田コーディネーター

「なかなか難しい御質問が出ましたけれども、いわて生協さんで何かお取り組みはございますか。」

藤原パネリスト

「いわて生協の産直ですと生産者も決まった方だけで、道の駅の産直とは若干違うのですけれども、顔が見える状態で、こちらの指定した栽培方法であったり、農薬の種類であったりというのを指定してあり、それをお互いチェックしたりという結構厳しい産直の条件をいわて生協では付けております。ただ、道の駅さんなどの産直ですと、いわゆる産地から持ってきた、この人が作ったものを持ってきましたというだけの産直というのが恐らく多いと思いますので、販売する母体によって産直の定義が、違うのもどうかとは思っているのですけれども、その辺が違うということはあるのではないかと思います。

放射能についてはですね、県のほうでも検査はしておりますし、あとは当いわて生協でも、やはりまだ牛乳ですとかそういったものは定期的に検査をし、結果はホームページに掲載しております、最近ではほとんど検出したという結果

はありません。恐らく県のほうも同じだと思います。」

#### 会場からの御質問・御意見

「済みません。つまらない質問なのですが、2つほどお伺いしたくて、1つは機能性表示食品を買う前にパッケージを注意して見てくださいという話だったので、インターネットの通販などで買う場合、それに関する表示だとかがあるのかどうか。あるいはないのであれば、きっちり見せるようなルールを作る御予定はあるのかをお伺いしたいのと、もう一点、機能性表示食品が入ったことによって、事業者の側できっちり自分の作っている食品について、これだけのエビデンスがあるのですよ、ということを集めるとことを一応はするようになったということなのなのですが、だとすると逆に、それすらしないいわゆる健康食品に関しては、ほぼそれがないと自分たちは考えてよいのか。もし考えられるのであれば、例えば、それにも関わらずいわゆる健康食品が機能性の表示をうたっていたりしたら、それ自体を景品表示法などで著しく優良な誤認表示をしているなどで我々はものを言えるのかどうか、安直かもしれませんが、そういう規定のようなものは考えられるのかということ、アイデアがあれば教えてください。」

長田コーディネーター

「それでは三上さん、お願いします。」

三上パネリスト

「機能性表示食品は、河上委員長からお話がありましたように、事業者の判断で表示をする。それについては消費者庁に届出をするということになって、届出の番号を付与するという仕組みになっております。機能性表示食品の安全性と機能性のエビデンスについて、消費者庁のホームページに、その内容については公表されております。その内容は、なかなか難しいというお話も聞くことがありますが、一般消費者向けの内容と、それとやや専門的な内容と2つに分けて、それぞれのところに説明がされております。

ということでございますので、私の個人的な意見として思っていたきたいのですが、自らがどうやって根拠を持っているのかを公表しているのは、恐らくあまり例がないのだらうと思いますし、公表することによって、事業者の方々の順法意識というのは高まっていくのだらうと思います。機能性表示食品に興味があるときには、消費者庁のホームページの、機能性表示食品というところから入れると思いますので、そこを見ていただきたいと思っております。

個別の広告について、景品表示法はこういうルールで書けと決めるものではなくて、今ある表示について、著しく人に有利優良だと思わせるような広告についてはだめです、というルールになっております。他方、食品表示法は、パッケ

ージについての表示のルールを決めており、これはこういうふう書きなさいというルールになっております。ですから、そのパッケージのところには、機能性表示食品として書かなければいけないルールが定められておまして、その内容が書かれています。それを補足する内容は消費者庁のホームページに書かれていると御理解いただければ良いかと思えます。」

長田コーディネーター

「多分、個別の包装の表示が、例えばネットでお買い物をする際には実際に商品が見られないので、という御質問でしょうか。」

三上パネリスト

「届け出たパッケージも消費者庁のホームページに掲載されておりますので、パッケージの展開図にはなっておりますが、そういったものが見られるようになっております。」

長田コーディネーター

「消費者としては、そのサイトにパッケージの表示があるといいということですね。」

三上パネリスト

「事業者さんによっては、それを消費者庁のホームページにリンクをかけていただいている方はあるようですが、基本的には消費者庁のホームページを見てもえればと思えます。」

長田コーディネーター

「なかなか、ふた手間くらいかかるのかな、という気がいたします。」

済みません、私からもひとつ質問なのですけれども、例えばネット上で、先ほどお話がありましたけれども、こんな売り方をしているのかですとか、テレビでもこんなものなのかなと思ったときには、消費者庁に「こんなおかしくないですか」と言ってもよいものなのですか。」

三上パネリスト

「私どもでは、インターネット上の広告について、特に健康食品を中心に、その表示が行き過ぎたものがあるのかということ常時チェックしております。そのチェックした内容について、これは根拠なく書いたのではないかと疑われる場合には、事業者はその旨を指摘し、改善を要請することを常時やっております。」

消費者の皆様方から、「ちょっとどうだろうか」と思うものがあつた場合には、都道府県、互野さんのところでも受け付けておりますし、私どものところでも受け付けてはおります。基本は、「ちょっとどうかな」と思うものは商品選択しないほうがよいのかなとは思えます。」

パネルディスカッションの最後に、各パネリストからまとめや感想などのコメントを頂戴しました。

#### 高橋パネリスト

「ちょうどいいなと思ってお話をします。今話題になっているのは、健康食品について、効くか効かないかと言われれば効かないと言われるのですが、そのことよりも、健康食品の効能は書いてあるけど、それを見分ける力を消費者が身につけなきゃなんない、というあなた任せのことじゃなくて、例えばですよ、タバコのパッケージは今半分しか広告が打ってないじゃないですか。半分下はあなたの命に関りますよ、と大きく書いてますよね。健康食品に関してそういう政策を打ったほうがいいんじゃないかと思います。これは体にいいものですよってものを売るときは、例えば薬と一緒に食べちゃだめとかというのをはっきり分かるように大きく表示するとか、決して効くものではないよ、治るものでもないよとはっきり分かるように、タバコなんかはもうあれ義務付けでしょ。半分は広告で、半分はあなたの健康を害するかもしれませんって必ず書きなさいってなってるんだから、健食も、例えばこのお茶だとすれば、ブランドのマークが上半分で、下半分に特保のマークがついた限りは「これで健康が良くなるわけはありません」って書けていう。そうすれば、個人は選択して買うべけれども、買うときの判断として、騙されないよというのを一番最初に自分たちが見つかることができるのかな、何のためにじゃあ特保を取るのとか、機能性表示の許可を取るのというのは後で業者が悩むのかもしれませんが、消費者を守るという視点であれば、そういうことも必要なのかなって今聞いてて思いました。以上です。」



(パネルディスカッションで意見を交わすコーディネーターの長田委員とパネリストの皆様)

藤原パネリスト

「そうですね、今までのお話を伺っていて、何となくまだやっぱり業者さん寄りの部分がまだ少し見えるかなと。消費者が本当に知りたい情報がなかなか出ていないっていう部分もあって、もちろん業者さんも商売ですし、官が民を規制するということはあってはならないわけなんですけれども、もうちょっとこう、消費者に寄り添った表示であったり工夫していただければいいかなと。あと消費者側で今後どうしていったらいいのかな、というのをこの短い時間で考えたときに、何をすることもホームページを見てくださいますとか、このサイトに行ってくださいなんですけれども、その栄養研さんにせよ消費者庁さんにせよ、とって見づらい。見づらいですし、これを読み込む、それで情報にたどり着いたとしても、その文章をきちんと自分で読み込んで解釈して、中に落とし込むっていうのを消費者自身がきちんとやっていかないと、結局表示があってもなくても一緒なのかなっていう。自分がちゃんと見て学ぶとか、何が自分にとって必要なか必要じゃないのかという選択するためにも、消費者自身はやっぱり学習、使い古されていますけれども学習という言葉も。でもやっぱりその学習を怠ってはだめなのかなとは思いますが。特にこれからの若い世代にも、そこら辺のことはすごく言いたいなとは思いますが。ちゃんと文章を読みましようというところに尽きるかなとは思いますが。」

互野パネリスト

「本当に今日はこのような機会を頂戴できましたことを深く感謝申し上げます。」

先ほど質問がありましたけれども、保健所でも実はこの健康食品等にかからむ法令の所管というのは多岐に渡っております。役所の縦割りと言われそうなので、保健所に関しては、その薬事と健康増進法の虚偽・誇大広告等については保健所に御相談いただければと思っておりますが、また JIS とかそちらのほうになりますと農政というように、結構縦割りになります。ですけれども、何かこれはちょっと変かなですとか、例えば逆に事業者さんのほうからこういう表示をしたいのだけれどもいいだろうかということに関しましては、保健所のほうにどうぞお気軽にお問合わせいただければと思っておりますので、今後ともどうぞよろしく願いいたします。」

三上パネリスト

「私の所属している食品表示対策室でございますが、室ができた経緯は、先ほど河上委員長に御説明いただきました建議のうちのひとつがございまして、健康食品について、より効率的な監視をするべきではないかという御指摘を賜って、それまで、どこでも縦割りというお話があったのですが、別の課で所管して

いたものを、ひとつの課でいくつもの健康食品を含む食品の表示に関する複数の法律を全部所管するよう変更しました。私はその中の一員になっております。

ということですが、さはさりながら、薬機法に関しては消費者庁で所管しておりませんので、それについては私どもと薬機法の所管機関と連携しながら取り組んでおります。いろいろな種類の監視について申し上げますと、私どもだけで全てのことが出来るわけではございませんので、私どもはいろんなところと連携しながら、適正な表示に向けて日々努めるということを行っているところでございます。本日いろいろな御意見があったということは、健康食品に対する皆様方の注目度が上がっているということであり、その中には、今もお話がありましたように、事業者の皆さん方がもっとやらなければならないことも当然あるかと思えますし、行政としてやる必要性があるということも十分理解しております。加えて、先ほどお話がありましたとおり、前々から言われている話かもしれませんが、消費者自身が不適正な表示を見分ける力がないと、正しく商品選択するところにはたどり着かないわけだと思えますので、魅力的な言葉があるということを理解しながら、自分が広告について見分ける力を持つていくということが、消費者として重要なことであると思っております。以上です。」

大森コメンテーター

「保健機能食品というのは、いわゆる健康食品の被害から消費者を守るために考えられたルールだとお聞きしておりましたけれども、なかなかそういうふうに機能していないのではないかと今日のディスカッションを聞いていて感じました。健康食品を信じる人は機能性表示食品もみんな信じているし、健康食品を嫌いな人は機能性表示食品もみんな排除しているということで、実際消費者庁の願いどおりにはなかなか動いていないなというのを感じたのが実感です。

やはりですね、事実とイメージ、噂話というのがありまして、混在しています。その中から上手に事実を積み重ねて判断できる消費者を作っていくかないといけないし、またそういう力をつける教育も必要だし、またそういうことを発言していることによって表示が見やすくなったり、こういう新しいルールもより消費者が使いやすい形に進化していくのかなと思いました。今日来られた方は意識の高い方たちだと思うので、是非一緒に頑張りましょう。」

最後に河上委員長は次のとおり総括のコメントを述べ、会合は終了しました。



(シンポジウムの総括をする河上委員長)

「どうも今日はありがとうございました。大変熱心な御議論をいただきまして、私も勉強になりました。ニセ牛缶事件から始まって、消費者問題というのは大体食の問題として展開してきました。BSEの問題があって、食品安全基準法が出来たという具合です。それを考えていくと、食の問題はこれからも、いつも消費者問題の中で中心的な役割を果たすのだらうと思います。ただ、私は愚かな人間なのかもしれませんけれども、食について余り細かいことを考えるのは好きではなくて、「おいしそうなのをいただく」ということをずっとやってきた人間なので、これから賢く選びなさいと言われてもなかなかできないところがあるのです。学校とか家庭などで、食育を進めて、文化ですから、子供たちにおいしくて安全なものを食べさせるということをやっていくということを少しずつ積み重ねるほかはないのだらうと思います。

表示された文字も、小さいから読めないというのですけれども、私は糖尿病になってからは、必ずコンビニでは食品を裏返して見るようになりました。必要な人には必要で、書いてあるというのは結構大事なことです。ですから、分かりやすい表示を、折角食品表示一元化法というものが出来て、少しでも見やすいようにと体制が出来たのだから、それを利用しない手はないと思います。あまり肩肘張らない程度に、食べ物について自分たちの感性を磨いていくということでしょうか。私は、自分で危険なものかどうかは五感をフルに使って判断しろということを子供に言っています。牛乳も賞味期限が切れてからが勝負だと、これを言うと事務局長に怒られるのですけれども、言っております。賞味期限が切れ

て口に含んでみて「あっ、おかしい」と思ったら吐き出さないとだめですよね。安全であることが前提であると思っているから、今の子は吐き出せないのですよ。ですから、そうではなくて、やはり口にするものというのはある程度自分で考えてですね、自分の意思で口にすることを身につける必要があります。それはやはり家庭で少しずつ勉強させるほかはないという気がします。そんなわけで、食品の表示の意味を含めて、これから勉強することがたくさんあるのですけれども、食の問題を、少し長いスパンで一緒に勉強していきたいと思います。どうも今日はありがとうございました。」

### 参加者のアンケート結果から

- 会場では参加者にアンケート調査を行いました。アンケートには、
- ・命にかかわる最大の関心事の一つが食です。本日の会の内容は非常に良い企画と思います。
  - ・食品表示についての話をもっと深く聞きたかった。
  - ・健康食品について考えるよい機会になりました。
  - ・健康食品のテレビ広告は目に余るものがある。消費者行政として規制を強めてほしいし、業界も自浄作用を働かせてほしい。
- などのコメントが寄せられました。

以上