

《 3. 特定保健用食品の表示許可に係る調査審議 》

【新規審議品目】

(3) 「黄金烏龍茶」「日本のお茶」(株式会社伊藤園)

○受田部会長 それでは、3番目、4番目、「黄金烏龍茶」「日本のお茶」ともに株式会社伊藤園からの品目でございます。この2品目については、一括で御審議をお願いしたいと思います。

まず、消費者庁から御説明をお願いいたします。

○消費者庁食品表示企画課 まず、資料6-1「黄金烏龍茶」から御説明いたします。

許可を受けようとする表示については、「本品は茶カテキンを含みますので、食事の脂肪の吸収を抑えて排出を増加させ、体に脂肪をつきにくくさせるのが特長です。体脂肪が気になる方に適しています」というものです。

関与成分は、茶カテキン。

1日当たり摂取目安量は、1日1回1本を目安に、食事の際にお飲みくださいというものです。これにより280mgの茶カテキンを含むことができることとなります。

右側、既許可品、同じ品名「黄金烏龍茶」というものを挙げております。既許可品との相違点は3点ございまして、1点目が許可を受けようとする表示の内容。こちらは、3行目「体に脂肪がつきにくいのが特長です」というものが既許可品でございますが、本申請品については「体に脂肪をつきにくくさせるのが特長です」としていることが1点目。2点目が、関与成分の量です。1日当たり394mgとしていたところ、申請品は280mg。3点目、1日摂取目安量。1日2本1,000mlとしていたところ、申請品については1日1本ですので500mlというところが相違点となります。

引き続き、6-2について御説明いたします。

こちらは「日本のお茶」ですけれども、先ほどの「黄金烏龍茶」との違いは、こちらは緑茶となり、その他、許可を受けようとする表示の内容、関与する成分量、1日当たりの摂取目安量については、「黄金烏龍茶」と同じ仕様となっているものでございます。

以上となります。

○受田部会長 ありがとうございます。

次に、調査会での審議状況の説明を事務局からお願いいたします。

○消費者委員会事務局 資料6-3をごらんください。

「黄金烏龍茶」「日本のお茶」の2品につきましては、本年10月16日に諮問されまして、11月6日の第39回第一調査会で御審議いただいております。

調査会での審議結果は、第一調査会としては了承するものとする。なお、許可表示内容について修文の検討が必要との意見があったので、新開発食品調査部会に第一調査会での意見を申し送る。このような審議結果になっております。

このときの第一調査会での意見といたしますのは、その下にあります。許可表示は「本品は茶カテキンを含みますので、食事の脂肪の吸収を抑えて排出を増加させ、体に脂肪をつきにくくさせるの

#### 第4 3回新開発食品調査部会 議事録

が特長です。体脂肪が気になる方に適しています」とあるのに、キャッチコピーでは「茶カテキンで脂肪の吸収を抑える」と許可表示の一部だけを切り出し、言い切り型としている。このキャッチコピーは適切ではないのではないかと。このような御意見でございました。

この御意見につきましては、机の上の資料の「黄金烏龍茶」「日本のお茶」の概要版をごらんください。両方とも同じですけれども、イという耳のついたところをあけていただければと思います。ここにそれぞれの品目の表示見本が添付されております。調査会での御意見は、この表示見本の上の部分、例えば「黄金烏龍茶」に赤で書かれておりますけれども、「茶カテキンで脂肪の吸収を抑える」と大きく書かれているわけです。この「茶カテキンで脂肪の吸収を抑える」というのは、本来の許可表示文言の一部を切り出して「抑える」という言い切り型にしているということで、これは適切ではないのではないかとということが調査会での御意見でございました。

以上でございます。

○受田部会長 ありがとうございます。

ただいまの審議結果の御説明から、調査会でもさまざまな議論がなされたことは御推察いただけると思います。

まず、調査会の座長でいらっしゃいます志村委員から、ただいまの部会への申し送りのところも含めて、調査会での議論を少し御紹介いただければと思います。

○志村委員 こちらの提出された資料に基づいて慎重に審議した結果、この許可表示については妥当であろうという結論になりました。ただ、キャッチコピーとして、ただいまごらんいただいたように「茶カテキンで脂肪の吸収を抑える」ということがございまして、これはいかがでしょうかということです。消費者の皆さんはどちらを見るか。キャッチコピーを見るかあるいは許可表示をごらんになるかといったときに、恐らくこちらのキャッチコピーのほうに引かれるのではないかと。それでは、これに科学的根拠があるかどうかということは、資料がございました。その資料には確かにふん便中の脂肪の排出をふやすということはございましたけれども、こちらは試験が検証的になされているわけではない、被験者数等が少なかったり、あるいは再現性がいかがでしょうかということもあるかと思えます。このキャッチコピーはメカニズムを説明する一連の流れの中では確かに妥当であろうかと思いますが、最終的にこういった形で断定的に表示されると、消費者の方がミスリードされるのではないかと。もう少し別の形でしていただくことが妥当ではないかという意見だったように思います。

以上です。

○受田部会長 ありがとうございます。

調査会の議論の様子も、今、御紹介いただきました。ここから委員の皆様にご意見を賜りたいと思います。もちろん今の切り出されたキャッチコピーの部分、調査会から部会長へ課題として申し送られた部分も御議論いただかないといけませんけれども、それ以外の点についても意見をいただければと思います。いかがでしょうか。

長田部会長代理、お願いします。

○長田部会長代理 今のお話とちょっと話が違うのですけれども、1日当たりの摂取目安量のところ

#### 第4 3回新開発食品調査部会 議事録

ろの表現が変わっていて、先ほどの「□□」は「□□1日□□」なのですけれども、「1日1回1本」をどう捉えるかというところが、3回に分けて飲んではいけないという意味なのか。これはどのように考えればよろしいでしょうか。

○受田部会長 ありがとうございます。

御質問をいただきましたが、「1日1回1本」の目安でございますけれども、これをどのように消費者は理解するのかという御質問になろうかと思えます。これはどなたにお答えしていただいたらよろしいでしょうか。

○長田部会長代理 つけ加えると、何を心配したかといいますと、「黄金烏龍茶」という名前が変わらず、500mlというサイズも変わらなくて、この既許可品は目安量1日2本飲むとあったものが、今度は1本となるということは半分になるわけで、今まで飲んでいた方からすると半分に減らさなければいけないのですけれども、そこがきちんと伝わるのかどうかということで考えました。

○受田部会長 ありがとうございます。

既許可品との兼ね合いということも含めて、この摂取目安量をどのように見るかということです。多分調査会の中でも、1日1回1本であり、言い切り型のコピーがそこに並んでいるという点については、委員からも印象としていかがなものかという御意見が寄せられていたのではないかともあります。ここはいろいろな見方があると思いますので、委員から一通り意見をいただいて、少し議論をまとめていきたいと思えます。ほかにいかがでしょうか。今の目安量、言い切り型の部分です。

私は、部会長はきょうが初めてでございますので、委員の先生方から先例のお話もお聞きしたほうがいいのかなと思っているところです。こういった、いわゆる表示が許されたヘルスクレームの部分を取り取ってこういうキャッチコピーにすること自体の先例がどれぐらいあるのか。また、そこにどういった議論があったのかということはぜひお聞かせいただきたいと思うところなのですけれども、いかがでしょうか。

先例に関しては、事務局から少しコメントもいただけますか。

○消費者委員会事務局 簡単に御紹介させていただきます。

私どもは議事録上で調べた限りということになりますので、そこでキャッチコピーについて、過去、部会で御議論いただいたことが何回あったかということをお聞きさせていただきました。一括して4品目を1回でまとめて御議論いただいているものもあって、そういうものを1回と数えますと、6回ほど御議論をいただいた経緯がございます。最終的に変更になったものもあれば、御議論を経てもとの案のままというものもございまして、結果はまちまちなのですけれども、6回ほど御議論があったということでございます。

○受田部会長 ありがとうございます。

ということは、議論もあったし、先例というか、その言い切り型のキャッチコピーは商品としてあるという認識でよろしいですね。

○志村委員 言い切り型ということは、これはエビデンスがあるよということを多分言っているのだと思うのですが、調査会では、キャッチコピーに対するエビデンスはこれまで余りしっかりと見

#### 第4 3回新開発食品調査部会 議事録

てはこなかったのかなど。メカニズムとしては確かに妥当であるということで審議したことはありますが、これを抽出した断定型のは妥当かどうかという形での審議はさほどしていなかったように思います。大野委員のときも恐らくそうだったかと。

○受田部会長 ありがとうございます。

大野委員、お願いします。

○大野委員 以前、座長を務めていて非常に悩んだというか、困ったことは、第一調査会で審議したときに、科学的な面での審議は特に問題がないのですけれども、こういう表示の面で、科学的には誤りではない表現でも、一般の人がどういう印象を受けるかという面での議論は非常にやりにくいのです。その場で決めても、部会に上がったときに違った意見になることがある。そういうことも十分にありますので。調査会よりも広い目で見えて検討していただける部会で審議していただいたほうがいいのではないかとということで、以前は表示の細かいところが問題になったときには、これについては部会で検討していただきましょうとしたことが何度かございます。

私自身としては、データとしては少ないですけれども、こういった形で脂肪の吸収を抑えるという科学的なデータはありますので、それをすぐにだめとは言いきれないのです。ただ、一般の人から見ると、脂肪の吸収を抑えるとか、そういうことを言うと、100%抑えるという印象で捉えてしまうこともあり得ます。私どもだと少しでも抑えれば「抑える」という言葉で表現してしまうところとかなり違うので、この場で検討していただければありがたいと思っています。

○受田部会長 ありがとうございます。

これまでの議論、また、考え方について御意見をいただきました。

今の点も踏まえて、この部会として、特に消費者の視点に立ったときに、先ほどミスリードというお話もありましたけれども、間違った捉えられ方をしないのかどうか。それが切り取られたことによって一層その傾向が強まらないかどうかという懸念について、ぜひ委員の皆様から御意見をいただきたいと思います。

戸部委員、お願いします。

○戸部委員 アバウトな消費者の意見なのですが、確かに、今、お話をお伺いしていたように、伝える側も幅があるし、受け取る側も幅が出てくるのはしょうがないことだと思います。結局、科学的な根拠をもってという部分がこの許可表示の表現だと思うので、消費者としては、確かにキャッチコピーということはあるのだけれども、誤解がないように許可表示を見る必要があるということだと思います。許可表示が表示されているというのは、そういう意味だと思うのです。なので、消費者に伝えるときには、キャッチコピーだけではなくて、きちんと許可表示のところを見ること。同時に、許可表示の表現についても、消費者が読んですっとわかる表示、そこが難しいのですけれども、そうあるべきかと思いました。

○受田部会長 ありがとうございます。

順番にいただきたいと思います。今村委員、石見委員。

○今村委員 私は、ちょっとこれは行き過ぎかなと思います。今の議論で1つ論点としてぜひ考えていただきたいのは、この特保の表示と薬事法上の効能の表示をぜひ意識していただく必要がある

かと。薬事法上の効能の表示は特保では許されないわけなのです。例えば、血圧を下げますと言ったら薬事法上の効能ですから、これはだめなのです。血中脂肪を下げますと言えば、これは薬事法の効能です。このあたりから微妙になってきて、この脂肪の吸収を抑えるというのは明らかに効能ではあるのですけれども、それを薬として効能として成立するかというところが、薬事法上の効能か食品上の効果かというところなのです。言い切れば言い切るほどより効能に近づくので、薬事法上の本来の認可が必要なのではないですかと。それに対してのエビデンスと安全性の確認が必要ではないですかということが求められていて、表現を緩めれば緩めるほどエビデンスは少なくて済む。少なくともこの表示の部分、一番最後の効果が脂肪の多い方に効果がありますというぐらいまでは特保の範囲だと思うのですけれども、言い切ってしまうとかなり効能に近づくので、私はより誤認が起こる可能性があると思います。

○受田部会長 ありがとうございます。

続いて、石見委員、お願いします。

○石見委員 特保が最初に厚労省で創設されたときは、許可表示の中から抜いて短い表現でキャッチコピーをするのはよろしくないということで、コレステロールを下げるという文言は直接は書かないようにということだったのですが、だんだん品目がふえてくるにつれて、私の印象では最近では結構抜き取って書いているものもあると認識しています。ただ、今村委員がおっしゃったように、それは薬事法に抵触しない程度の抜き出し方なのかなというところで理解をしていました。

今回、この茶カテキンで脂肪の吸収を抑えるということですが、茶カテキンで脂肪の吸収を抑えるのはあくまでもメカニズムなのですけれども、ヒト試験で見たときに、この製品を使って試験をしているわけです。茶カテキンを直接飲んでもらって試験をしているわけではないので、ここは茶カテキンでとやってしまうと、茶カテキンそのものを摂取して脂肪の吸収を抑えたという表現になってしまうので、私としてはこの製品は茶カテキンを含んでいますというところが重要ではないかと思います。ですから、ちょっとこれは言い切り過ぎかと思います。

○受田部会長 ありがとうございます。

行き過ぎという印象を持たれているコメントが2つ続きました。

松永委員、お願いします。

○松永委員 私も、先ほど志村委員がおっしゃったとおりで、直接的なエビデンスがないので、こう書かれると消費者は脂肪の吸収を抑えるという根拠があると受けとめますので、ちょっとこれは行き過ぎかなという印象を受けました。消費者が真実をきちんと受けとめられるような表示であるべきだと考えます。

別のこともよろしいですか。

○受田部会長 はい。

○松永委員 ありがとうございます。

別の角度ですごく気になっていることがありまして、その摂取量を下げるという根拠になっている論文が2015年に出ているのですが、これを見ますとBMIが25～30の被験者を対象に試験をして効果ありという結果が出ているのです。これをもとにして摂取量を下げてもいいということになって

いるのだと思います。BMIが25～30は肥満なわけです。留意事項で特保の対象BMIの数値があることは知っているのですが、25～30の肥満域ではこの効果は確認されているのだけれども、そうではない、それより低いところでは効果は確認できていないと言っていいのだと私は思うのです。

ちょっと補足説明しますと、今、景品表示法の規制が非常に厳しくなっていて、11月に「葛の花由来イソフラボン」で措置命令が出ましたけれども、あれは誰でも容易にBMIや脂肪を抑えられると表示をしていて、誰でも容易にというところが問題だったのです。メディアは容易にというところに食いついてそこでわっと取り上げたのですけれども、誰でもというところも景品表示法違反だということがプレスリリースで書かれています。記者説明用の資料を見ますと、BMIが25～30の結果しかない。それなのに誰でも効くという広告をしているから違反であるという判断が、景表法で下されているわけです。今回のこの「日本のお茶」や「黄金烏龍茶」を見ますと、25～30、つまり、BMIが高目の人というような条件づけが何もなく、ぱっと表示が出ています。最後のほうに「体脂肪が気になる方」と書いてありますが、これは主観的な表現で、BMIが低い人でも気になる人は気になるのです。だから、ここの文言をもってBMIが高目の人がこれを飲みなさいと読み取るのは、多分消費者には不可能なのです。これを見ますと、消費者は、この切り出しだけではなく、許可表示のところを見ても誰でも効くと受けとめると私は思います。

それは、どんどん厳しくなっている景表法の扱いから考えても、どうなのかなと。これは限定されていますよということをきちんと伝えるような表示に書きかえていただくべきではないか。特保も景表法の対象、違反の対象になりますので、特保で認めた表示が景表法で問題になるということはあるはずではないわけですね。景表法というのは、消費者の受けとめ方によって基準は変わってきますので、特保でも前例がこれを認めているから今回も認めざるを得ないのだという議論は、多分景表法上は通じないのです。消費者の認識、受けとめ方は時代に応じてどんどん変わっていきますので、そこは変えていかなくてはいけない。特保も、そういう景表法の規制強化みたいなことを受けて、文言をちょっと考えていくべきことになってきているのではないかという印象を受けています。

以上です。

○受田部会長 ありがとうございます。

今村委員、どうぞ。

○今村委員 今の松永委員の内容について、違う観点から。

私が言おうとしていることをかなり言ってもらったので、後で言おうと思ったのですけれども、もともとこの特保は効能がある分リスクがあると思うのです。私も論文を全部読ませてもらって、これは確かに脂肪の吸収を抑制しているし、体重も下がっています。単純に考えたときに、このカテキンを飲んだら、動物も人も体重が何もしなくても下がるものだと思うのです。これは一般的には生物毒性という部類に入ると思います。ですから、これはリスクがあるものなのだと思うのです。

この論文を読んでいて、アの一番最後から2ページ目に論文の一覧表があって、この論文の一覧表の中で論文1-12というところに鈴木さんという人が書いている論文があって、そこは実際の内臓脂肪量の面積が余り変わらなかったのに変化量の差だけ出ているということが出ていて、一番下

に注が書いてあって、脱落群や除外群によってもととの体重が上がったから差が出なかったのですと書いてあるのです。これは脱落群や除外群がやせている群だったということにして、もしかしてやせている群に何か脱落するようなことが起こったのかなということを心配してしまうようなことが書いてあって、ただ、これは全体に言えることではないので、もともとリスクがあるかどうかという目で見ていると、こういうところは気になるところだと思います。

実際に今までたくさんカテキンは認められてきていますから、全てが全てハイリスクなものだとは思わないのですけれども、この効能のある分リスクがあるということを考えて表示してもらいべきですし、松永委員の御指摘のように、効能のあるところはどこかということ限定することや、本当にBMIが15とかという人が飲んで大丈夫なのですかということ本来は考えておくべきことだと思いますし、そこにリスクは残ると思います。

以上です。

○受田部会長 ありがとうございます。

行き過ぎという表現から、またさらにいろいろと懸念が出ているということ。そして、被験者のBMIの範囲が、一般のそれ以外の範囲の方々に対して、要は外挿できるかという部分も少し心配な部分が表明されているかと思います。雰囲気的には、表示に関しては行き過ぎているという意見をずっと伺っているように思います。

ほか、いかがでしょうか。

竹内委員、お願いいたします。

○竹内委員 申請品の前に既許可品があり、資料に対象のものが出ているのですが、こちらは申請をしただけで市場にはまだ出ていないということなののでしょうか。それとも、既に市場に出ている商品があるのでしょうか。

○受田部会長 御質問をいただきました。既許可品、2016年11月13日許可、これが上市されているということかどうか。

消費者庁。

○消費者庁食品表示企画課 流通しております。

○竹内委員 既許可品ではどういう訴求をしているのでしょうか。具体的なキャッチフレーズをどのように表現しているのかという質問です。

○受田部会長 今、部会長代理からネット上の情報を検索していただきましたが、これもキャッチコピーが「脂肪の吸収を抑える」とどんと一番上に出ているようです。

○竹内委員 たしか伊藤園さんでほかにも「2つの働き カテキン緑茶」という商品があって、こちらは2つの働きを「①血中コレステロールを減らす」「②脂肪の吸収を抑える」と言い切り型で表現しています。こちらは違う商品ですので、それと同じレベルのことが言えるかどうかはわかりませんが、既にそれを許可しているのであれば、今回、言い切り型の表現をだめと言えるのか。確かに言い切り型ですので、効能・効果の保証が強いことを懸念しておりますが、どういう経緯で前のキャッチフレーズを決めたのか、それと同じ基準を適用しなければいけないのであれば、この議論はどこに着地したらいいのかと思います。

もう一つ、□□の「□□」では、きちんと「脂肪を代謝する力を高め、体脂肪を減らすのを助ける」と正確に言っている。そういうものもある一方で、同じような商品で言い切り型のもも店頭と一緒に並ぶという状況の中で、消費者側としてはどう受けとめるのかというところが気になりました。

以上です。

○受田部会長 御意見をありがとうございました。

先行品の御質問をいただいて、確かに2つのヘルスクレームを言い切り型で並べているという商品が棚に並んでいるようです。ただ、既許可品は申請品が許可になり次第失効届を提出するということがありますので、先ほど先行品で言い切り型云々と言っていたものがこれに該当するということでもよろしいですか。これは違いますか。「①血中コレステロールを減らす」「②脂肪の吸収を抑える」、「2つの働き カテキン緑茶」は違う商品ということですね。

○消費者委員会事務局 それは今御審議いただいている2品とは別のものになりますので、これが許可されたからそれがなくなるということは必ずしも言えないと思います。

○受田部会長 つながっていないということですね。わかりました。

そういう先行品も市場にあるということをどう捉えるかという話でございます。

ほか、いかがでしょうか。

清水委員、お願いします。

○清水委員 先生方の御意見はもっともですが、今回、この食品で脂質の吸収を抑えるという結果が得られた、そこにおいて行われた研究は、研究者の立場から言うとそれなりのエビデンスを持っていると言っていると思うのです。厳しく言えばもちろん切りがないのですけれども、ここで得られた便中の脂質の量のデータ、あるいはリパーゼの阻害活性を測った実験データなど、いろいろなことを総合的に評価すると、吸収を抑えているということはファクトとしてあるのではないかと私は感じています。そういう意味で言えば、それをキャッチコピーに載せることに関しては、私は余り大きな抵抗感を持っていないということが個人的には感じていることです。

許可表示に関しては、結局、「茶カテキンが」かどうかはちょっとわからないところもあるのですけれども、脂肪の吸収を抑えること、排出を増加させること、体に脂肪をつきにくくさせることという3つが特長として書かれていて、そのあとに体脂肪が気になる方に適していますという書き方になっています。この全部を反映させてキャッチコピーをつくるというのは多分企業の側の立場から言えば到底無理で、消費者にとってもわかりにくくなる、そこでそのうちの一つを選ぶということで、脂肪の吸収を抑えるということが出てきたのは、ある意味しょうがないことかという気がしております。

それから、別の視点なのですが、この「脂肪の吸収を抑える」ということが絶対的にいいことだと捉えること自体が本来はおかしいと思っています。脂肪の吸収は非常に重要なプロセスで、これで我々は栄養をとって生活をしているわけですから、脂肪の吸収を抑えることは若干本来の生命活動に反した内容であることを理解する必要があります。本来は適切・適度な吸収が望ましいわけなのですが、消費者がこのようなキャッチコピーを見て、吸収を抑えるということはすばらし



くいいものだという印象を持つことが、今、懸念されているということなのです。その辺を我々はおもっと教育あるいは啓発をしていかななくてはいけないかなということを感じた次第です。

BMIの問題は、過去の製品でも、25以下の人に対する試験は大概やっていて、効かないという結果が出ています。そのような結果は、今まではむしろ、やせる必要がない人にとっては効かないので、これは食品の安全性をある意味でサポートしているのであるということにも理解されていたという面があります。先ほど今村委員がリスクの話をしたように、カテキンは確かにリスクがある。大量に飲むと、ある種のかなり急性的な症状も出るというデータもあるのですが、ここで摂取する量ぐらいではそういうことは考えにくいということが今までの流れだったかと思います。

そうはいつでもリスクは食品全てに存在するわけで、特にこういう特保のような濃縮されたもの場合はそのリスクを真剣に考えましょうということで、食品安全委員会ではずっとかなり厳密な議論をし、危険性を評価してきました。その中で、これまでカテキンに関しては、現在使われている量では特段危惧するものはないだろうという判断で長いことやってまいりましたので、そういう意味でも現実には余り危惧する必要はないかなと私は感じております。

○受田部会長 どうぞ。

○久代委員 キャッチコピーですが、臨床試験で茶カテキンがあるかないかだけが異なる対照食品との比較で効果が確認されていると思いますので、私は容認できると思います。

別の食品ですが、例えば、血圧に関して、□□由来のペプチド含有食品で血圧を下げることを示されています。しかし、降圧作用の全体を提示されているペプチドで説明できるのかは、判然としていないと思います。それは、注目しているペプチドのみが異なる対照食品と比較することが困難だからです。今回の食品では、茶カテキン以外は同等な対照食品との比較で効果が確認されたているので、この言い方で私はいいいのかなと思います。

今村委員にお伺いしたいのですけれども、今まで特保は、何々が気になる方という主観的な表現をしていました。それは、高中性脂肪血症、肥満、高血圧など疾病に関する表現ができないために、やむを得ずそのような言い方をしてきたと思います。特保で効果が期待できる対象を明瞭にすることは重要だと思いますが、どう調整すればよろしいでしょうか。

○受田部会長 今村委員からお答えいただきましょう。

○今村委員 この制度ができたときの経緯そのものだと思うのですけれども、もともと各企業さんから、例えば、□□などがあがってきたときは、コレステロールを下げますとあがってくるわけです。あがってきて、下げるということを本当にここに書いていいのですか、それは食品ですかという話になって、下げるのだったらそれはお薬ですという話になって、当時、厚生省でしたから、薬務局に行くと、こんな表示は絶対にだめですという話がまずはあるのです。

それでは、下げる効果がありますかということですかね、本当に下げたらそれは低い人はだめですよという話になるのです。本当に効果があるのだったら、薬事法で申請してもらうか、効果が曖昧でも低い人は食べるなということと言わなければだめでしょうという話になって、だから、高目の方に適したものですという表現がついていて、効能の後ろにこういう人に向けていますよということをつけて、ワンセットとして言葉ができ上がったという経緯があるのです。

#### 第4 3回新開発食品調査部会 議事録

その中で、言い切り型に余り賛成できていないのは、言い切り型の部分の言い切ってしまうと、その議論を思い起こすと、効能が確定しているものが、本当に体調の悪い人が飲んで大丈夫なのですかということを保証しているわけではないという話にひっかかってくるので、それで高目の方に適していますということの後ろにつけて補完している関係だと。その前段だけをとったら、そこでリスクが残ってしまうので、その問題が戻ってくるということがあると思います。

消費者庁になってから、厚労の薬務局とかと余りやりとりをしていないのではないかと思うのですが。

○消費者庁食品表示企画課 消費者庁に特定保健用食品制度が移管されたときに、健康増進法に規定されておりまして、許可表示においては、あらかじめ厚生労働省に意見を求めることとされておりますので、これに基づきやっております。

○今村委員 そうすると、このキャッチコピーもですか。

○消費者庁食品表示企画課 補足させていただきます。

厚生労働省の協議対象は許可文言の部分なのですが、パッケージ全体がもたらす印象というか、配置というか、全体を見ての総合的な判断になりますので、厚生労働省の協議においては、表示見本全体も含めて御判断いただいているというものです。

○今村委員 今まで言い切り型のものも薬事法的には効能と扱われないという整理になっているということよろしいですか。

○消費者庁食品表示企画課 協議の結果からすると、特に異存はないという御回答をいただいているところです。

○受田部会長 ありがとうございます。

今の議論は非常に重要なところだと思います。

ほか、いかがでしょうか。

どうぞ。

○志村委員 脂肪の吸収はヒトで検証した試験があるのですが、そのときは1日毎食ごとに飲んでという試験です。この今のキャッチコピーについて言うと、この商品は脂肪の吸収を抑えますと誰も読まなければいいのですけれども、そのように読み取ってしまう方がいると少し問題なのかなと私は感じています。もう少し適切な表現にさせていただくことが妥当ではないかということで申し上げた次第です。

○受田部会長 ありがとうございます。

結局、今いただいている御意見は、科学的なエビデンス、医学的なエビデンスをどのように認めるかという点と、そのヘルスクレームに基づいた商品の消費者に対するミスリードという話がありましたけれども、幅広い消費者に対して適切にその商品が、要は活用されていくのか。懸念としては、先ほどありましたように、BMIが通常あるいは低い方に対して、先ほど清水委員からもありましたけれども、そもそも脂肪の吸収を抑えることが適切なのかという考え方自体も御指摘がございました。つまり、ヘルスクレームと、あとはそのヘルスクレームを持ち得る商品の消費者としての対象をいかに適切に、こういったコピーも含めてしっかりと表示できるかというところで、多分いろ

いろな御意見をいただいているのではないかと思います。

許可文言に関しては厚労省のチェックも入っているということで、先ほど松永委員から景表法の懸念もありました。これは景品表示法として優良誤認や有利誤認というところも含めて、厚労省さんがチェックをされているのかどうか。ここは多分別物だとは思うのですが、薬機法上あるいは健康増進法上のチェックであるとする、先ほどの言い切り型の表示がさらに景表法上問題がないかどうか、ここは確認しておかないといけないということになるかと思えます。

いずれにせよ、いろいろな御意見が出て、このままこういう表現でいきましょうという雰囲気ではないことは、委員の皆様からいただいた、さまざまなコメントで大体の方向性かとは思っています。それ以外にさらに、今、キャッチコピーに話が集中しておりますけれども、それ以外のところでも構いません。御意見をいただけますでしょうか。

石見委員、お願いします。

○石見委員 表示見本のところで栄養成分表示の枠の中をごらんいただきたいのです。関与成分茶カテキンで280mgは良いのですが、この枠の中が法律で決められた数値ということですが、その枠外にカフェインと書いてあります。さらにガレート型カテキンが252mgと書いてあって、確かに書くことは許されているのでしょうかけれども、今回、茶カテキン280mgのうちの250mgがガレート型カテキンなので、このような書き方をするとカテキンが500mgぐらい入っているのではないかと消費者は見てしまうと思うので、ここは書き方を変えていただいたほうが良いかと思えます。

○受田部会長 御指摘をありがとうございます。

確かに、関与成分としての茶カテキン280mgがあって、欄外にガレート型カテキン252mg、また、類似の先行品としてのガレート型カテキンを関与成分とすると特保もあるというところも思惑としては盛り込まれているのかもしれませんが、今の御指摘はごもっともではないかと思えます。

委員の皆様、いかがでしょうか。そういう印象でよろしいですか。

(首肯する委員あり)

○受田部会長 それ以外にいかがでしょうか。

今いただいたような意見から行きますと、今回、このまま2品目をそのまま承することにはなりそうもないので、必要に応じて修正を施していただかないといけないのですが、一方で、どう修正していただくかというHowの部分を具体的にこちらから言わなければいけないのです。事務局、それでよろしいですか。

○消費者委員会事務局 はい。

○受田部会長 必要に応じた修正を具体的にということで、先ほどの石見委員から御指摘のあったガレート型のカテキンについては改めていただくということで、指摘をして修正をお願いします。

キャッチコピーに関しては、このままではという意見が大勢を占めておりますので、少し対象者を限定していく方向を盛り込みつつということになると思うのですが、いかがでしょうか。意見をいただいて、具体的に修正をすると、1つの案はこういうキャッチコピーを認めないというやり方もあるでしょうし、2つ目は先ほどの何々の気になる方というような表現の仕方もあるかと思えます。それ以外の指摘の仕方、指導の仕方、修正の仕方もあると思うのですが、こ

#### 第4 3回新開発食品調査部会 議事録

ここからは具体的にその修正案を御意見としていただければ幸いです。

お願いします。

○木戸委員 修正案ではないのですけれども、例えば、今回のこういうキャッチコピーはだめだとなりますと、今までの既に許可しているものについても、同じような表現、同じような意味として解釈できるものについての手当てまで考えた上で決めていかないといけなくなると思います。

そもそも食品と医薬品は違うという前提で私たちは考えてきました。そのために、ちっちゃいなのですけれども、基本になる食生活は主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスをとることが最も大事で、それを必ずつけるということで指導してきたわけです。つまり、こういう表示の解釈の仕方も含めて、消費者、国民に対する制度の理解を深めていくような取り組みも同時に行わない限り、言葉上だけ変えてあやふやな形の表示にすることが、本当にこの方向性としていいのかという議論もまた必要なのではないかと私は感じます。

○受田部会長 ありがとうございます。

消費者庁、お願いします。

○消費者庁食品表示企画課 食品の表示制度を所管している立場から、皆様、委員の先生方に今の考え方の御説明をさせていただきたいと思います。

まず、キャッチコピーにつきましては、これは任意の表示という位置づけになります。食品の表示制度は義務表示で必ず書いていただく必要があるものがございますが、それ以外は原則自由ということが今の考え方になっています。

ただ、任意でキャッチコピー等を表示する場合であっても、誤認を与えるもの、虚偽の内容のものだめだということになっており、それはお話のあったような景品表示法なり、あとは健康増進法の中でも31条で誇大表示の禁止という規定があります。その意味では、キャッチコピーは任意表示というカテゴリーに入りますが、特保の場合にこれが全て認められないという前提になりますと、現行の食品表示制度から見ると大きな変更になりますし、先ほどお話のあったように、これまでもキャッチコピーはいろいろな特保の商品についても表示として書かれております。消費者庁としては、任意で書かれたキャッチコピーが消費者を誤認させるようなもの又は事実に基づかないものであれば、それは不適正な表示という形で指導や取り締まりの対象になりますが、任意で書かれたものが、正しい内容で、消費者が実際に商品を選択するときに参考になる、役に立つ情報であれば、一律にそれを排除するものではない。それは、結果、消費者にとってメリットになる任意の表示なのだという前提で制度を構築していますので、御議論をされるに当たりましては、今の表示制度はそういうものなのだということも念頭に置いていただければと思います。

○受田部会長 ありがとうございます。よくわかりました。

今、大事なところで任意表示に関して消費者選択の一つの価値をしっかりとお伝えするということで、これが誤認を与えなければ制度上問題がないということかと思えます。

その流れでいったときには、そもそも論として、このキャッチコピー自体を削除すべきだという議論にはならないし、先ほど木戸委員からもありましたように、これまでの既存の制度の運用とのそごをきたさないようにという点から見ても、今の消費者庁の考え方の部分をしっかりと尊重してい

かないといけないということかと思えます。

そうならば、あとは誤認を招かない、あるいは消費者の方々に対して適切に活用していただけるかどうか、その部分で懸念がないように、このキャッチコピーの部分も含めて指導していくことになると思うのですけれども、いかがでしょうか。方向性として、今の御意見から徐々に結論めいたことに近づいていきたいと思っているのですけれども。

○長田部会長代理 御趣旨はわかったのですけれども、「黄金烏龍茶」という商品名、横に特保のマークがついていて、その上に大きな字でキャッチコピーが書いてあること自体を考えると、特保で認めたものがこれだと消費者には見えてしまうというところを考えれば、おっしゃったように、この表現は少し変えていただいたほうがいいのだろうと私は思います。

○受田部会長 ほか、いかがでしょうか。

ぎりぎり許容できるところまでということになっていきそうな雰囲気でもあるのですけれども、今村委員、先ほど薬の効能と保健機能食品、特保の持っている効果との兼ね合いで考えていけないといけない。この表示に関しては、どちらかというところと効能にかなり近いという印象をお持ちだったのでないかと拝察をするのですけれども、そうすると、ぎりぎり特保としての効能として許容できる具体的なコピーの修正案はどうお考えになりますか。

○今村委員 全く個人的な意見ですけれども、これは前段の部分ではなくて後段の部分のほうが適切ではないかと思えますし、「体脂肪が気になる方に適しています」というこの文章が全てを物語っていると私は思うのですけれども、前段の「□□」もそのように書いてくれているので、それは特保の理念だと思うのです。前段の効果だけでいくと、これは本当に病気の人が飲んでも大丈夫なのですかという話までを保証しているわけではないので、食べ物全部が病気の人とかに保証されているわけではないという意味では一緒なのですから、元気でない人も食べても大丈夫と保証しているかのように見えるので、私は後段の部分を強調するほうがいいのかと思うのです。

○受田部会長 ありがとうございます。

具体的には、体脂肪が気になる方へというコピーですね。対象を明確にする。

ほか、いかがでしょうか。

松永委員、そして、清水委員、お願いします。

○松永委員 先ほども申し上げましたが、「体脂肪が気になる」は主観で、BMIが低い人も気にする人は気にしますので、体脂肪が高目の方へとどこの領域が対象かということをはっきりさせたほうがいいと思います。「□□」などを見ても、そのあたりが割と明確に「血中中性脂肪が高め」という表現がありますので、今、機能性表示食品などを見ても、「BMIが高めの方」みたいなどが対象かということより明確にして消費者に情報を届けようということが景表法などの整理になってきていると思いますので、ここはきちんと体脂肪が高目と書いていただけたらいいと思います。

体に脂肪が付きにくいということは、論文で結果としては確かに有意差があるのですね。その論文は幾つも出ていて、これも「吸収を抑える」よりはきちんとしたエビデンスがありますので、その確かなところでキャッチコピーもつくっていただけたらいいなと。

広告は、正確な表現は忘れましたが、誇張が許されています。どういう表現だったか忘れまして

#### 第4 3回新開発食品調査部会 議事録

が、完全に誤認させるようなものだけはだめだけれども、ある程度の誇張は許されるということが法的な整理なので、エビデンスがちゃんとしたものを書いてくださいというぐらいで、あとは企業に、創意工夫というか、考えてくださいという投げ方をするほうがむしろいいのではないかと思うのです。

○受田部会長 ありがとうございます。

清水委員、いかがですか。

○清水委員 先生方のおっしゃるとおりで私も別にそれで構わないのですけれども、なぜ吸収の話が出ているのかということを経営の立場で考えると、これはそれなりの意味があると思うのです。我々食品の機能性の研究を始めた人間にとっては、食品の機能の非常に重要なポイントはメカニズムなのです。なぜこの食品の成分がこんなことを起こすのだろうかということをはっきりとしようと思って、我々は30年以上研究を続けてきたのです。企業でも同じでして、食品の特異性を出すためには機能性をアピールしたいというところがあるのだと思うのです。別の企業では、脂肪の燃焼というところにポイントを置いてそういうことを言っている。これとは違う視点で、吸収のほうが多分消費者にわかりやすいからという意味合いがあるかもしれないのですけれども、吸収阻害という点で非常に明確な結果が出ているので、この製品ではそれを表に出したいという意識があるのではないかと思います。企業のために発言してもしょうがないのですけれども、そういうことがあるということを申し上げたかったということでございます。

(竹内委員退室)

○受田部会長 ありがとうございます。

どうぞ。

○久代委員 先ほど申し上げましたけれども、この茶カテキンで脂肪の吸収を抑えるというキャッチコピーは、茶カテキンがあるかないかの違いだけの対照食品との比較検討が行われていますし、脂肪の吸収を抑えることもある程度根拠が示されているので、このキャッチコピーをだめだということはできないのではないのでしょうか。

○受田部会長 ありがとうございます。

賛否両論あり、また、効果・効能としてのエビデンスに基づいた表示であるから表示の価値があるというお話と、一方で、対象者に対するメッセージであるという考え方でこのキャッチコピーを捉えるべきだという2つに分かれていると思うのです。ですから、あとは、最終的に、消費者視点あるいは事業者の視点、また、これまで積み上げてこられた研究のベースにのっかって、これを最もいい形にしていけないといけないのだらうと思います。

同時に、これまでの経緯があつて、これが初めての案件であれば、もっと徹底的に議論していき、特定保健用食品としてのあるべき姿をここで描いていく、それによって今後の商品に対するガイドライン的なものをつくっていくことになるのかもしれませんが、きょうの時点では、既存の商品があるということ、エビデンスに基づいているという前向きな御意見と、対象者を限定していくべきという両論がありますので、最後、修正を施すとしたら、どのように申請者に対して指導していくか。基本、この商品自体を認めない方向でという話は一切ありませんでしたので、この商品に対す

#### 第4 3回新開発食品調査部会 議事録

る特保申請に関しては、基本、委員の皆様からは御賛同をいただいているあるいは異論はなかったということではないかと思えます。

ですから、先ほどの栄養表示の成分の話とこのコピーの部分を、最後にどうするか決着をつけなければいけません。

事務局、こういうケースの場合は、これまではどのような取り扱いになりますか。

○消費者委員会事務局 この後、申請者に修正をとということになりますれば、部会から指摘事項を発出という形になります。それは部会長一任という形で処理するのか、もう一度部会で議論をするのかという処理の仕方はあるのですが、その指摘事項の発出につきまして、1つ目のガレート型カテキンが茶カテキンの内数であるというところは具体的に指示を出せます。表現ぶりでございますが、こちらは先ほど消費者庁からも御説明があったとおり、任意表示というところもございまして、このように書きなさいという具体的文言という形ではなくて、趣旨というか、先ほど部会長がおっしゃった2つの面から修正を検討されたいという形の指摘事項を出して御検討いただくことが一般的な形になります。

○受田部会長 そうすると、今、御議論いただき、先ほど私が申し上げたそれを少し簡略化して、それで文書で発出する。それでも構わないのですか。ただ、それを受け取った側の事業者にとってみると、これは変えろと言われているのか、それともそのままでもいいと言われているのか、判断に苦慮される可能性もあると思うのです。ですから、ここで決めておかないといけないのは、ヘルスクレームとしての言い切り型をお認めする方向で考えるということであれば提案のとおりに近いのですけれども、これを認めないということになれば、対象者として、先ほどの何々が気になる方へという形に修正をこちらとして意見するか、どちらかですね。それも事業者に任せるとすることはできるのですか。それは出されたほうは苦慮してできないですね。

○消費者委員会事務局 突き詰めていきますと、今の問題になっているこのキャッチコピーについて、問題点は「抑える」という言い切りが適切かどうかということかと思うのです。ですから、その部分に関しては、例えば、「抑える」という言い切りは、消費者に過大な効果があるように思わせかねないので、もう少し弱めることのような、ある程度ポイントを絞って、この部分についてはこんな方向で再検討されたいという指摘は出せるかと思えますが、先ほどあった任意表示ということですので、基本的には申請者伊藤園が、うそでない、事実である範囲で書きたいことを書いてくる部分だと思うのです。そこで、伊藤園は、今、表現ぶりはさておき、脂肪の吸収を抑えるという部分を強調したいと言っているのを、対象者のほうに書き直しなさいというのは、任意表示に対する修正されたいという要望としては差し支えないかどうか、いかがなものでしょうか。委員の皆様方で御検討いただければと思います。

○受田部会長 お願いします。

○木戸委員 これまで議論してきた任意表示のところに関しては、その表現の仕方が事実あるいは科学的根拠に裏づけられていないものについては変えなさいと。しかし、そのことについて否定できない、なぜだめなのですかということに対して科学的な視点で答えられないものについては認めるという方向で来たと思います。

それとは別に、消費者サイドから見た場合にこの表示で強く誤解を受けるのではないか、そういったおそれが強くある場合には表示の仕方を少し考えてもらえないかということだったと思うのです。

この表現に関しては、科学的に見ると、茶カテキンが吸収を抑えるというのは、エビデンスを基に見ると、間違いはない表現である。ですから、この表現が間違いで何かに変えなさいということ任意のところを求めることは、この委員会としての基本的な方針を変えるということを示すことになると思うのです。ですから、これまでの表示に対しても同じような対応が必要になりますし、任意のところを一步踏み込むという判断をここですることになるので、そこは少し慎重に決断をしていただきたいと思います。

○受田部会長 ありがとうございます。

今の考え方で、最終的に、根拠があって言い切り型になっている表示については、こちらとしてそれに修正依頼をすることはあり得ないのだろうということになれば、あとは消費者サイドからの誤認を招かないように、先ほど幾つか懸念が表明されたと思いますけれども、BMIが低目の方が摂取されたときにどうなるかとか、その対象者以外の部分に対する配慮といいますか、ここをキャッチコピーも含めて適切に考慮していただきたいというところで修正を施していただくという指導のやり方になるかと思うのです。その結果が、全く文言が変わらないという話にはなるのかならないのか、これは意見の発出の仕方によって違ってきますので、そこだけなのです。だんだん結論を出さないといけない時間的なところに追い込まれてはいるのですけれども。

○久代委員 以前、ある特保の宣伝で、お姉さん、こんなに食べてどうして太らないの、という見出しの広告がありました。特保をとっていただくとたくさん食べても大丈夫、脂肪の多いものを食べても大丈夫だと誤解を招かせるようなコマーシャルはどうなのかと問題になったことがあります。今回のキャッチコピーは、科学的根拠に基づいており、そういう誤解を招かせるような表現ではないと思います。

○受田部会長 ありがとうございます。

今、このキャッチコピーもそのままいいのではないかという御意見もいただきました。折衷案的には、これを認めて、もう一つ、何々が気になる方へと添えるみたいな、それによって両論併記的に今の懸念のは一定の払拭ができるのではないかという気もするのですけれども、対象についての配慮を加筆してくださいという考え方はいかがでしょうか。

どうぞ。

○田中委員 私もその意見に賛成でございます。

この許可表示のところに書いてある文言をうまく利用されるというのが私もいいと思います。

○受田部会長 ありがとうございます。

ということは、先ほど今村委員からも御指摘がいただいた最後のところですね。それを対象として入れていく。これが一つの折衷案かと思います。これを結論にさせていただいてよろしいでしょうか。

松永委員、お願いします。



#### 第4 3回新開発食品調査部会 議事録

○松永委員 確認なのですが、許可表示の「体脂肪が気になる方に適しています」はそのまま認めるということですか。ここは許可なのでこの文言についてはこちらから言えることだと思うのですが、これはそのままということですか。体脂肪が高目とか、先ほど申し上げたとおり、BMIが25～30のところでは試験をしてこの量で結果が出ているわけですが、そこはこの許可表示のところには含めなくてもいいと、その内容については許可表示では含めなくてもいいという判断ですか。

○受田部会長 今、松永委員が質問された内容は、この許可表示3行のお話ですか。

○松永委員 そうです。そこの一番最後の「体脂肪が気になる方に適しています」という表現。

○受田部会長 これでもいいのかどうかですね。調査会等では、これはいかがでしょうか。

○志村委員 これは調査会では特に問題にはならなかったのですが、今、おっしゃったように、体脂肪が高目の方のほうが妥当といえば妥当な気がします。高目というのは客観的な数値で出てくるけれども、気になる方というのは、若い女性は大いに気になる方はいらっしゃるかと思うのでということにはなるように思います。

○受田部会長 どうぞ。

○石見委員 このキャッチコピーも含めて、この2つの商品につきましては、見ていただきますと、許可表示の横にも黄色い枠で「カテキンはお茶に含まれる健康成分であり」の「健康成分」というのも気になりますし、本品に含まれている茶カテキンは脂肪の吸収を抑える、とすごく「脂肪の吸収を抑える」だけを強調しているのです。松永委員のおっしゃるように、BMIが高い方を対象にした食品ですので、これだけ茶カテキンで脂肪の吸収を抑えると言うと、恐らく若い女性も飲んでしまう、つい手が出てしまう、そういう誤認を与えますので、許可表示をもっと強調していただきたいということが私の意見です。この横の黄色いものはやめていただきたいと思います。任意と言われればしょうがないのでしょうかけれども、その誤認があるのではないかと考えます。

○受田部会長 大野委員、お願いします。

○大野委員 志村先生がおっしゃった許可表示の内容です。私もそのようにしたほうがよろしいのではないかと思うのですが、ただ、今まで許可した品目を見ると、□□からの品目で同様の表現がたくさん出ています。ほかの会社からも出ていますけれども、みんな「体脂肪が気になる方に適しています」という表現になっているのです。類似した表現は何十とあるので、それを変えたほうが望ましいのですが、変えるのは難しいかと思うのです。

○受田部会長 ありがとうございます。

松永委員、お願いします。

○松永委員 そこがまさに景表法の規制が厳しくなっているというところと重なってくるころだと思うのです。確実に厳しくなっていて、BMI25以上のものはBMIが高目の方にとちゃんと明確にして表示しなさいという流れになってきていますので、特保が今まで前例として全部「気になる方」にしてきているから今回もということには、私は多分ならないのではないかなと思うのです。

そこら辺は、景表法の考え方がどう変わってきているか。景表法は、先ほども申し上げましたけれども、消費者がどう受けとめるかによって変わる、時代によって解釈を変えてくるという法律で

#### 第4 3回新開発食品調査部会 議事録

すので、そういう意味では表示対策課に景表法の考え方などの説明していただく必要があるのではないかと思います。どこかでそこで折り合って、特保の制度も動かしていかなければいけませんので。

以上です。

○受田部会長 消費者庁、お願いします。

○消費者庁食品表示企画課 今、景表法の運用の話が出ています。景表法の運用そのものは、食品表示企画課ではなくて表示対策課、特に食品については食品表示対策室がありますので、基本的にはその所管になっています。実際の景表法の運用で見ますと、解釈のためのガイドラインを既に出しております。ただ、個別具体的に、例えば、これが誤認を与える表示かどうかという相談を事前に消費者庁食品表示対策室にしても、明確な回答はしないということが今の運用のスタンスになっています。

今、お話にもあったように、この表示見本は全体の要素の一つで、実際にそれをどうやって売っているのか、具体的には、ポップであったり、ポスターであったり、そういった周辺のいろいろな関連の事象、また、実際に消費者がそれをどのように受けとめているのかということが大事な要素ですので、その意味では、この表示が明示的に景表法に抵触するのか、マルかバツかというのは、消費者庁の担当課としては、そこを明確に事前にどちらかということは基本的に回答しない。それでは、どういう運用でやっているのかと聞かれたら、解釈のもとになるガイドライン、これは極めて一般的なもので、事業者から見ると、現実の物差しとしてはなかなか参考にならないという意見も一方であるのですが、ただ、普遍的な基準といいますとそのガイドラインがあって、あとはそれが実際に販売されていることを前提に、表示見本なりその他の消費者に訴求する媒体がどうか、実際にそれが売られていますから、消費者から見て本当にそれは誤認が起きているのかどうか、それらも必要な限りで情報として集めて、その上で判断することになります。

基本的には皆さんおわかりだと思っておりますが、一罰百戒方式で、限界事例みたいなものがマルかバツかというのは非常に難しく、基本的には明らかに優良誤認になるようなものをそれに応じた指摘をしております。

今、松永委員からお話のありました、11月7日に機能性表示食品の「葛の花由来イソフラボン」で16社19商品に措置命令を出しています。明らかになっている事実ですから社名も言いますと、太田胃酸が出しているものは、運動をしなくても食事は何も気にしなくてもやせるみたいな、ぶかぶかのズボンを若い女性がはいてだぶだぶみたいな写真を出していて、そういったものを含めて今回は挙げられておりますが、限界事例みたいなものはなかなか判断が難しく、ましてや事前にこれがいいのかどうかとなると、なかなか当局、担当課としては、事前にお墨付きを与えていないというのが今の実態でございます。これも御参考まで。

○受田部会長 ありがとうございます。

景品表示法をどのように踏まえていくか、社会の変革に対応してというところで、重要な指摘をいただいたかと思えます。あとは、ガイドライン、これまでの特保のヘルスクレームという実績も理解はしていないといけない部分だと思えますので、ヘルスクレームに関しては、1つの考え方

#### 第4 3回新開発食品調査部会 議事録

として、これまで調査会で上がってきた申請者側からの受けとめ方をそのまま採用して、それで一つ懸念としてあり得る利用者に対する一つのアラームというよりも、キャッチコピーの部分で利用すべき人たちを追加して表示するということを利用して利用すべき人たちの適切性を担保するというの、一つの落としどころかと改めて思う次第です。

かなり長時間議論していただきましたし、また、これまでの議論の経緯が我々としては重く受けとめていかないといけない部分があって、先行事例で事業者が事業を営んでおられますので、そこを変えていく、大なたを振るうとなれば、それ相当の理由も必要になってきます。このあたりも加味しながら、今回のこの伊藤園からの申請に関しては、そろそろ結論を出したいと思いますが、よろしいでしょうか。

(首肯する委員あり)

○受田部会長 ありがとうございます。

そうしましたら、一部修正を事業者に求める。特に、成分の表示の部分が1点。それと対象者をコピーのところに併記していただき、消費者に対する誤認を最大限取り除いていただくというニュアンスの意見になるかと思いますが、そういう取り扱いでよろしいでしょうか。

清水委員。

○清水委員 それに加えて、先ほど石見委員が言われたカテキンが健康成分であるという書き方。私もこれは気になって、今まで使った例があったのかなど。それはありますか。

○石見委員 あります。今までお茶の成分を書いて「健康成分」と大きく赤丸で出してきたところがあって、それはだめですと指摘したときに、事務局もだめとおっしゃって、それは削除しています。

○受田部会長 ありがとうございます。

私もここは気になって、ガレート型カテキンに関して同様の表示がたしか伊藤園の商品であったということだったかと思うのですけれども、この「健康成分」という名称ですね。

事務局。

○消費者委員会事務局 この「健康成分」という言葉なのですけれども、申しわけございません、まだ網羅的に調べてとは申し上げられないのですけれども、同じ申請者の別の製品のラベルについて確認してみましたところ、カテキンはお茶に含まれる健康成分であり、中でもガレート型カテキンはコレステロールや脂肪の吸収を抑える働きのある成分ですということがラベル中に書かれている製品がございます。ただ、場所的に、ぐるっと巻くと上の裏のほうになるかと思えますけれども、今回の申請品目の「黄金烏龍茶」あるいは「日本のお茶」ほど目立つ位置ではないということがございます。言葉としては、カテキンは健康成分ですということが書かれた例はございます。

○受田部会長 そういうことで、先例があるのですけれども。

○石見委員 ほかの製品なのですけれども、「健康成分」が強調されているものは削除になりました。ただ、ほかのものを私は見ていなかったもので、わかりません。

○受田部会長 本来的に言うと、私自身も「健康成分」は非常に違和感があって、大量摂取したときの問題も当然あるわけですので、そればかりを摂取することにつながらないといいけれどもなど

いう思いもございます。そういう意味では、いろいろな意味で消費者に対する誤認を防ぐという点では、ここの健康成分の健康を単なる成分にするというのは一つの指導のあるべき姿かと思うのですけれども、それはそういう意見を発出させていただいてよろしいでしょうか。

どうぞ。

○木戸委員 その言葉も、健康成分というのは何をもちいて健康成分と定義して、そういう修正を求めているのかをきちんとした議論した後でない、安易にこれは「健康成分」と表示してはだめですよという発出の仕方は危ないと思います。

そもそも「いわゆる健康食品」というと、それでは、一般の食品は健康食品ではないのかと。一般の食品も健康食品です。ですから「いわゆる健康食品」という言い方で区別をしたりしている部分があると思うのです。つまり、食べ物は基本的には健康にいいものはずなのです。たくさん食べるとか、そういうことは別です。何でも食べ過ぎたら、行き過ぎたらだめなのですけれども、健康にいいものはずだと私は考えています。そういう意味で「健康」という定義をしておりますので、何をもちいて「健康成分」と定義をして、ここではだめなのかという議論も必要かと思えます。

○受田部会長 意見としてはそうかもしれないですね。

○長田部会長代理 一般消費者からすれば、今、おっしゃったとおりだからこそ、何かを抜き出して「健康成分」と特定することに非常に違和感があるということになります。

○受田部会長 要は、誤認を招かないかどうか。このカテキン自体は特保の関与成分であるので、特保の関与成分は、機能性を有してヘルスクレームのもとになっているという意味からすれば、健康成分であることは間違いありませんけれども、それを切り取って、これだけが健康に資するという印象を与えてしまうことが、ある意味、先ほどの定義をといる点とも絡んでいくのですけれども、現時点ではその健康成分という定義がないので、消費者に対する誤認を招く懸念があるということが多分指導するとすると唯一の理由になるのかなとは思っていますけれども、ここがもし定義的に納得できないと言われると、さらに考えないといけないということにはなります。

石見委員も違和感があった。また、清水委員もそうおっしゃっておられました。私も見た瞬間に違和感を禁じ得ませんでした。その点はいろいろな意味で消費者の誤認を招く懸念があるということの一つの感じ方だったのではないかとは思っています。

それではだめですか。

○木戸委員 非常に難しいです。というのは、恐らく健康成分の一つであるとか、ここの表現の仕方がどのように解釈されるかという消費者の立場に立ったときに、これが健康成分である、それ以外は違っても解釈するとすれば、それは大きな問題を起こすと思うのですが、どうなのでしょう。そこのあたりは、私は判断できません。

○受田部会長 清水委員、お願いします。

○清水委員 極端なことを言えば、私は、食べる食品はみんな健康成分だと思っていないのです。要するに、食品は結局異物ですから、いかにそれとうまく折り合って食べられるようなものを選択して食べられるようにして食べるか、それが人類がやってきたことなので、食品成分は本質的に多くのリスクを含んでいるとも言えます。カテキンはそういういろいろな食品成分の中でもむしろ

#### 第4 3回新開発食品調査部会 議事録

スクが高いものの一つではないかと私は思っています。ここで「健康成分」と書いてしまうとカテキンの過剰摂取をしてしまう人たちが出てくるおそれがあるという事実を考慮すると、カテキンは健康成分ですと言い切ることには問題があるのではないかと私は思います。

○受田部会長 ありがとうございます。

研究のバックグラウンドも含めて、多分いろいろな受けとめ方があるのではないかと思います。私も、微生物発酵茶というものをずっと研究でやっていて、カテキンリッチな状態で微生物がセレクションされていくということを見ているので、抗菌性が非常に高いということもあって、要は異物である。だからこそ、そこでセレクションされた特殊な微生物がある場合に発酵で非常に優位性を示すとか、そんなこともやっています。

それぞれの受けとめ方が違うということと、生物に対するプラスの面、マイナスの面、両方あるということも、委員の皆様は熟知しておられるということをお自身も理解しているつもりです。ですから、そういう中で何人かの委員の方から懸念が聞かれたという意味では、この健康成分という捉え方は少し修正の余地があるという捉え方でよろしいのではないかと思いますので、構いませんでしょうか。

(首肯する委員あり)

○受田部会長 ありがとうございます。

それでは、先ほどの黄色で2行書かれていたこの部分も、意見としては発出するというので、「健康成分」という文言の「健康」を削除するということかと思えます。

○大野委員 先ほどのあれなのですけれども、座長が対象を入れたらということだったので、対象を入れるときには、許可表示にある「体脂肪が気になる方に適しています」とか、それは問題がある表現なので、それではなくて「体脂肪が多めの方に適しています」とか、そういう方向にしたらどうかというサジェスションをしていただければありがたいと思います。

○受田部会長 わかりました。

主観的ではなく、科学的データに基づいて、より客観的な対象者に響くようにというか、認識をしていただけるように、ここの文言については、最後の末尾の部分をし少し工夫していただくよう要請を。

○大野委員 許可表示は変えられないと私は思っているので、対象を入れたらどうかということがあったので、キャッチコピーのところに体脂肪が多目の方とか、そういうことでサジェスションしていただければいいのではないかと思います。

○受田部会長 もともとキャッチコピーはこの許可表示を切り取っているということなので、違う表現をキャッチコピーに入れなさいというのは、許可表示自体を修正に導いているという見方にもなるのかもしれないですね。先生の思いはよくわかるのです。

○大野委員 説明したらどうかなという程度です。

○受田部会長 いかがですか。

○志村委員 だから、ヒト対象試験が体脂肪が気になる方を対象にしているのであれば、それはこのままでいいかと思うのですが、実際に今はBMIで切っているわけですね。だから、大野委員のおっ

#### 第4 3回新開発食品調査部会 議事録

しゃるように、体脂肪が多目の方、これが本当だから、許可表示としてそこに直していただくということが一番妥当であって、今まで色々な事例があるかもしれませんが、これからはこのようにしてくださいと。

ただ、そうすると、今度は若い方は余り飲まなくなるかもしれないというところはあるかもしれないので、企業さんとしては「気になる方」のほうがありがたいということがあるかもしれませんが、そのことも含めて実際に即した形にさせていただくことが妥当ではないかと思いますが、まずいですか。

○受田部会長 いかがでしょうか。

今の指導的にキャッチコピーとして対象者を加筆していただきたいという意見を発出するときには許可表示と統一しておかないといけないと思いますので、一方が主観的表現であれば「気になる方」という表現になりますでしょうし、一方が客観的に「BMIが高めの方」ということですか。

○志村委員 「体脂肪が多めの方」。

○受田部会長 その表現でよろしいですか。

○志村委員 それがいいかどうかは委員の皆様の御意見をいただきたいと。

○受田部会長 そこをこの最後の「気になる方」という主観的な表現を客観的な表現に書き改めるよう指導する。そして、キャッチコピーの部分にも同じように使っていただく。具体的には、体脂肪率が高い方ですか。BMIが高い方、BMIが高目の方、これも主観的か。

○今村委員 BMIはすぐにはわからないのではないかと思うので、体脂肪ぐらいからでないかわからない。BMIは普通わからない。

○受田部会長 これは、体脂肪率が高目の方なのですかね。

○今村委員 多目の方ですよ。

○受田部会長 「体脂肪が多め」という表現で、体脂肪のところをより客観的にという修正を意見として出すことを承認の条件にするという結論にさせていただいてよろしゅうございますでしょうか。

消費者庁。

○消費者庁食品表示企画課 今のお話そのものは、「体脂肪が気になる方」という主観的な表現を「体脂肪率が高めの方」と、より客観的な表現に変えるということで、それは先生方と事務局で御相談して御対応いただければと思うのですが、1つ気になりますのは、既存品の中にも主観的な表現は幾つかあると思っています。そちらにつきましては、機械的に一斉に変えるのではなくて、既に許可を与えて、その版で売っておりますから、それは今後の見直しの機会、例えば、その商品をリニューアルして別の商品にしたいという申請が再度あったときに、新しい商品では、今、言われた方向に切りかえる。逆に言うと、ずっとその商品売り続ける、今の主観的な表現をずっとロングセラーで売っていきたいという事業者がおられれば、とりあえずそれにクレジットを与えるということでもよろしいでしょうか。

○受田部会長 今の消費者庁からの問いかけに関しては、一気に変えていくということにはなかなかならないのだらうと思いますし、これまでの議論の積み重ねというところを尊重していく部分も

#### 第4 3回新開発食品調査部会 議事録

多分にあると思いますので、その方向でよろしいのではないかと思います、そのことも前提に、今回は客観的な表現をできるだけ事業者にこのヘルスクレームについて考えていただくように指導していくということではないかと思いますが、それでよろしいですか。一気に変わらない、変えられないというところはあると思います。

(首肯する委員あり)

○受田部会長 ありがとうございます。

大変長時間にわたって御議論いただきましたが、これで3番、4番について一定の結論を導くことができましたと思います。この取り扱いに関しては、原案のとおり承認するというにはなりませんので、先ほどの論点等を意見として修正指示をして、その申請者からの修正が届いたら、私ども部会長に一任をしていただくというやり方もあるかと聞いておりますけれども、これはどのような取り扱いにしたらよろしいですか。

事務局、お願いします。

○消費者委員会事務局 これまでの例ですと、部会からの指摘事項が表示にかかわるものだけであった場合には部会長預かり、申請者からの回答もあって部会長扱いで判断していただくということで対応してきましたが、今回、項目としては表示内容だけではあるのですけれども、随分いろいろとありますし、根幹にかかわるような変更も入ってくるかと思いますが、その扱いをどうするのかということは改めて御検討いただければと思います。

○受田部会長 わかりました。

ちょっと重い修正を突きつけていくことにもなりますし、その内容を部会の委員の皆様にももう一度御確認、御議論いただいたほうがよいのではないかという事務局サイドの見解だったと思います。そういうことになると、一部修正をこちらから意見として発出して、その修正案が来れば、また部会で継続で御審議いただく。そんな取り扱いになるのではないかと思うのですけれども、その結論でよろしいでしょうか。

(首肯する委員あり)

○受田部会長 ありがとうございます。

それでは、その旨、取り扱わせていただきたいと思います。

事務局、お願いします。

○消費者委員会事務局 それでは、この2品につきましては、表示について修正されたいという指摘を出して、その回答をもって再度部会で御審議いただくということでよろしいですね。その指摘内容ですけれども、大分難しいところはありますが、再度確認させていただきたいと思います。

まず、1点目、許可表示が現在のところは「体脂肪が気になる方に」となっておりますけれども、「気になる方」が主観的ではないかということで、より客観的に表記して対象者が明確になるようにということで、「体脂肪率が高めの方」ですか。

○受田部会長 「体脂肪が高めの方」。

○消費者委員会事務局 御指摘の趣旨としては、より対象者が明確になるようにということでよろしいわけですね。

#### 第4 3回新開発食品調査部会 議事録

○受田部会長 はい。

○消費者委員会事務局 今、申しあげました「体脂肪率が高めの方」と。

○受田部会長 「体脂肪が」。

○消費者委員会事務局 そのように直すことを検討されたいとするか、この言葉として「体脂肪が高めの方に」と。

○受田部会長 今、後で言われた文言でよろしいのではないのでしょうか。「体脂肪が高めの方に」。

○消費者委員会事務局 部会からの方向としては、「体脂肪が高めの方に」と直すことを検討されたいと。そのように直してくれという趣旨でよろしいですか。

○受田部会長 はい。

○松永委員 体脂肪だと「多め」かもしれませんね。

○消費者委員会事務局 「多め」ですか。それでは、「体脂肪が気になる方に」という部分を「体脂肪が多めの方に」と直すことを検討されたいということでもよろしいですか。それが1点です。

2点目は、キャッチコピーの部分になるかと思えますけれども、今、茶カテキンで脂肪の吸収を抑えるということで終わっていますけれども、この後に、対象者がどんな人であるのかということを追加することを検討されたいと。

○受田部会長 まさに先ほど言われた「体脂肪が多めの方に」という対象を。

○消費者委員会事務局 対象者も追記されたいということでもよろしいですか。

○受田部会長 はい。

○消費者委員会事務局 わかりました。

3点目になりますけれども、今、黄色の部分に書かれておりますカテキンはお茶に含まれる健康成分でありと書かれておりますけれども、この「健康成分」については、定義もなく、消費者にいろいろな誤認を与える懸念があるということから、これは削除を検討されたいと。

○受田部会長 「健康成分」を「成分」。

○消費者委員会事務局 「健康」という2文字を削除するという方向でもよろしいわけですね。それが3点目になります。

4点目としまして、この栄養成分のところ、枠外に茶カテキン280mgとあって、その下、枠外にガレート型カテキン252mgとなっていますけれども、そのガレート型は茶カテキン280mgのうちの252mgであることがわかるように書き方を修正されたいということでもよろしいのでしょうか。

○受田部会長 以上、こちらから意見を発出するに当たって確認させていただきました。

よろしいでしょうか。

○久代委員 「□□」でも、食後の血糖値が気になり始めた方と書かれていますが、主観的な表現を避けるという意味であれば、ここも統一したほうがよろしいのではないのでしょうか。

○受田部会長 いかがでしょうか。先ほど議論していただいた「□□」の表示についての御指摘がございました。結局、今後、同様の問題が、これはたまたま今の3番、4番と一緒に議論した部会での内容でございますので、ここにかかわってしまっているという状況もあるのかもしれませんが、どういたしましょうか。今後の先ほどのカテキンに関しては、BMIの具体的な対象の話があって、そ



して、BMIが低目の方に対してこのカテキンがどういう作用を示すか。ここに対する懸念があるところからより客観的にという話になったかと思います。

ですから、同じように、この食後の血糖値が気になり始めた方あるいは脂肪の多い食事をとりがちの方、「血糖値」と言ったときの捉え方とかというものもあると思いますが、今村委員、お願いいたします。

○今村委員 さすがに食後の血糖値が気になるということは食後に血糖をはかっている方なので、ここまで特定すれば、気になっている人は絶対に高いと思うので、これはある程度事実に基づいていると考えていいとは思っています。

○受田部会長 どうぞ。

○木戸委員 私もそう思います。血糖に限らず、コレステロールとか、血圧とか、そういった場合に、先ほどは体脂肪ということで、体脂肪がそんなに多くないのに気になって、もっと体脂肪を下げたいとか、そういうところに問題があったと思います。血圧とか、こういう数値としてある程度判断出のものについては、大きく修正しなくてもいいのではないかと思います。

○受田部会長 ありがとうございます。

そういう意味では、先ほどの体脂肪とは切り離して考えて構わないのではないかという御意見が出てきておりますが、それでよろしいでしょうか。

(首肯する委員あり)

○受田部会長 それでは、1つ前の案件に関しては、そのまま先ほどの結論のとおりとさせていただきます。

どうもありがとうございました。

○消費者委員会事務局 確認させていただいてよろしいでしょうか。

今の「黄金烏龍茶」「日本のお茶」について、4点の表示を変更されたいという指摘を出します。その指摘の文言につきましては、内容的には先ほどお話ししたような方向でまとめますが、具体的な文言については事務局と部会長で文章をつくって申請者に伝えるということでよろしいでしょうか。

○受田部会長 よろしいでしょうか。

(首肯する委員あり)

○消費者委員会事務局 それでは、そのようにさせていただきます。

○受田部会長 ありがとうございます。

。