

消費者委員会  
新開発食品調査部会  
(第22回)  
議事録

内閣府消費者委員会事務局

# 消費者委員会新開発食品調査部会（第22回） 議事次第

1. 日時 平成26年10月24日（金）14：00～16：20

2. 場所 8号館4階 427会議室

3. 出席者

**【委員】**

阿久澤委員、石井委員、大野委員、栗山委員、古野委員、清水委員、  
寺本委員、山崎委員、山田委員、唯根委員

**【説明者】**

消費者庁 食品表示企画課

**【事務局】**

黒木事務局長、大貫参事官、新開発食品担当

4. 議事

(1) 開 会

(2) 特定保健用食品の表示許可に係る調査審議

**【継続審議品目（1品目）】**

1) 素肌ウォーター（株式会社資生堂）

(3) 閉 会

## 《 1. 開会 》

○大貫参事官 それでは、定刻になりましたので始めさせていただきます。

本日は、皆様お忙しいところをお集まりいただき、ありがとうございます。

ただいまから、「消費者委員会新開発食品調査部会第22回会合」を開催します。

本日は、板倉委員、木戸委員、久代委員、戸部委員が御欠席です。古野委員は少しおくれられておられるようでございます。過半数に達しており、本日の部会が成立いたしますことを御報告いたします。

それでは、議事に入ります前に配付資料の確認をさせていただきます。

お配りしております資料ですが、議事次第にあります配付資料のとおり、資料1及び参考資1～4となっております。不足の資料がありましたら、事務局にお申しつけください。

審議内容については、公開を前提としていない情報も含まれていますので、取り扱いに御注意いただきますようお願いいたします。

それでは、阿久澤部会長、議事進行をよろしく願いいたします。

○阿久澤部会長 皆さん、こんにちは。よろしく願いいたします。

本日の会議は、新開発食品調査部会設置・運営規定第6条第2項に基づき、非公開とします。第3項で開示することを定めている非公開の理由は、個別品目の審査内容を公開することが許可申請を行っている事業者の権利及び利益を侵害するおそれがあるためです。

議事録は、新開発食品調査部会議事録の公開基準に定めるところにより、非公開項目を議事録から削除して公開します。

それでは、審議に入ります前に、本日の審議品目に関し、申し合わせに基づき、寄附金等の受け取りの有無と申請資料に対する委員の関与について確認しておきたいと思えます。事務局からお願いいたします。

○事務局 事務局です。申し合わせに基づいて、今回の審議品目の申請者からの寄附金などの受け取りについて事前に確認させていただいたところ、審議に御参加いただけない委員はいらっしゃいませんでした。

また、申請資料に対する関与についても該当する委員はいらっしゃいませんでした。

報告は、以上です。

○阿久澤部会長 今の事務局からの説明について、質問はございませんか。よろしいですか。

---

## 《 2. 特定保健用食品の表示許可に係る調査審議 》

### (1) 素肌ウォーター (株式会社 資生堂)

○阿久澤部会長 それでは、審議を行いたいと思います。本日の審議品目は、7月の部会から継続審議となっている株式会社資生堂の「素肌ウォーター」についてです。まず、前々回、前回の部会で継続審議となった経緯について事務局から報告してください。

○事務局 本審議品目につきまして、7月25日の部会では関与成分、グルコシルセラミドがお米やトウモロコシ、小麦、こんにゃくなど、多くの食物に含まれる成分であり、通常の食事でも摂取していると思われることから、今回の申請品目に含まれる量、1.8mgで効果があらわれるかという点が論点となり、さらなる資料の検討が必要との理由から継続審議となりました。

前回、9月17日の部会では山田委員から、申請事業者に対してグルコシルセラミド1.8mgが通常の食事でも摂取できる量に対して生物学的な意味があるのかという点を部会からの指摘として尋ねてはどうかということが提案されました。

これに対しまして、申請書類に添付されている研究結果の評価に関する御意見、あるいはQOLの改善を特定保健用食品のヘルスクレームに入れるかについて議論すべきとの御意見、山田委員御提案の質問への回答が事業者からあった場合、関与成分が申請品目に含まれる量と日常に摂取している量との関係が明らかになれば許可答申を行うのかということを決めておかなければいけないといった御意見がございました。

これらについて結論が出ませんので、QOLの改善が特定保健用食品のヘルスクレームに入り得るかという点と、申請品目に通常の食事でも摂取できる量との比較を求める指摘事項を出すのであれば、結果が戻ってきたときの扱いについて決めておく必要がある点について引き続き議論することとなり、継続審議となったところでございます。

○阿久澤部会長 ありがとうございます。ただいま報告されたような経緯で、本日の部会開催を決定しました。

本日は、前回部会で疑義のあったQOLの改善を特定保健用食品のヘルスクレームに入れられるかといった点について議論していきたいと思います。

なお、前回の部会で皮膚の専門家の方を参考人として呼び出すとお話ししていましたが、本日はQOL全般に関する整理などを行う必要があるため、申請品目における個別のヘルスクレームが妥当かというところまで本日のうちに議論が進むかが判断できなかったため、今回の部会では呼び出しておりません。必要であれば、次回部会でも呼び出すことを考えたいと思います。

では、議論に入りたいと思いますが、本日はいつもと違い、申請品目の評価に関する議論からのスタートではないので、まず議論の進め方について私から提案させていただきた

いと思います。

QOLに関する製品の扱いについてですけれども、QOLの関連製品には健康増進に効果があると言えるものと、そうとは言えないものがあると思います。健康増進に効果があるものでなければ当然ですが、特定保健用食品の許可範囲には入りません。このため、まず制度を所管している消費者庁から、QOLの改善に関する製品のうち、どのようなものであれば健康増進法で規定される特定保健用食品として許可される範囲に含まれるのかの法令上の解釈について説明を受けたいと思います。

合わせて、今回のような皮膚を健やかに保つといった内容の製品は健康増進に含まれるのかの見解を伺いたいと思います。

この点を先に確認すれば、今後部会としての議論の対象、QOLに関連する製品であっても、その製品が特定保健用食品にふさわしいかどうかというところからではなく、どういったヘルスクレーム、すなわち保健の用途表示ならば認めるのか。どういった許可表示文言ならば適切なのか。また、表示に問題はないかといった点に絞ることができると思います。説明を聞いた上で、疑義があれば議論したいと思います。

また、もう一点、合わせて整理したほうがいい事項として、前回の部会で公開審議を行った「特定保健用食品の審議等取扱い及び指導要領」における表示・広告の扱いがあると思います。前回の部会の議論では出ていませんが、QOLに関連する製品だと個別パッケージにどのような表示をするのか。どのような広告を行うのかによって特定保健用食品の許可表示の範囲とは全く別の使用目的で使われてしまう可能性があるのではないかと思います。

例えば、今回の申請品目の肌のバリア機能をよい状態に保つ効果があると許可したとして、果たしてその機能をうたって販売されるかという点に疑問を持ちました。もし保湿効果があるので美容にも効果がありますといった別次元での利用を前面に出した広告を打たれた場合、実際には健康増進とは全く違う分野の製品として使用されることとなると思います。

それでも特定保健用食品製品の広告として逸脱していないと言えるのかも含め、審査等取扱い及び指導要領に記載されている監視は消費者庁の中でどのような体制のもと、行われるのかといった点、また製品パッケージの表示に関する部会での審議対象についても再度確認しておいたほうがいいと思い、今回の部会のテーマに入れさせていただきました。この点についても、消費者庁から説明を受けたいと思います。

これらの説明や議論が終わったところで、今回の申請品目の扱いについて指摘事項を出すのか。出すとしたら、結果をどう扱うことになるのか。皮膚科の専門家の方からのヒアリングが必要かといった点について、再度整理したいと思います。

ただいま、私のほうから提案させていただきましたきょうの審議の進め方につきまして、委員の皆様いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

では、この流れで進めたいと思います。まず、消費者庁からQOLの改善に関する製品のうち、どのようなものであれば健康増進法で規定される特定保健用食品として許可される範囲

に含まれるのかの法令上の解釈、合わせて今回のような皮膚を健やかに保つといった内容の製品は健康増進に含まれるのかの見解の御説明をお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

○消費者庁食品表示企画課

今の御質問でございますけれども、まずクオリティーオブライフという言葉の意味でございます。これは、法令上定義のある言葉ではございません。一般的に利用されているものだと思いますけれども、我々の生活を物質的な面から数量的に捉えるのではなくて、精神的な豊かさとか満足度、そういった質的に捉える考え方だと理解しています。

特に医療、福祉の分野でこういった考え方は終末医療の際にいたずらに延命するのではなく、患者の人格、尊厳を尊重し、患者の主体性を取り戻すといったような考えで使われている考え方だと聞いております。

したがって、こうした考え方に基づく製品か否かということについては、それぞれの方の価値観、判断があると思いますから、我々としてこれに当たる、当たらないというのは一義的には申し上げられないということだと思います。

一方で、特定保健用食品の考え方でございますけれども、健康の維持増進に役立つものとして大きく4つくらいのジャンルがあると思われまます。

測定可能な体調の指標の維持に適するもの、血糖値とか血圧とか、そういうものがあると思います。

それから、体の生理機能、組織機能を良好な状態に維持するというものがございまして、いわゆる構造機能表示という言い方が一番わかりやすいかと思ひます。

それから、体の状態を本人が自覚できて継続的に体調の変化の改善に役立つ。おなかの調子を整えるとか、そういうものもこれに当たると思ひます。

最後は、疾病リスクの低減というものがあると思ひます。

この4つのジャンルに該当するものであれば、特定保健用食品の審査の対象となり得る。つまり、本件につきましては肌について、いわゆる肌の調子を整えるという機能を表示するということでございまして、肌に関する構造機能表示を行いたいということでございまして、この製品については特定保健用食品の審査の対象となり得るものだと考えております。

簡単でございますが、以上です。

○阿久澤部会長 どうもありがとうございました。ただいまの御説明に対しまして何か御質問がございましたらお願いしたいと思います。委員の方々いかがでしょうか。

では、栗山委員どうぞ。

○栗山委員 余りよく理解していないのでそういう質問になるということをお許しいただいて、4つの種類に分かれたときに測定可能な血糖値や血圧、では構造機能に関する、例えば今の肌の調子を整えるというのは今までだったら何に当たると考えるのでしょうか。

4つの機能に分かれるとおっしゃったと思うのですが、血糖値や血圧の測定可能なパタ

ーンの変化をあらわすとか、体の状態を本人が自覚する、非常によくするとか、疾病リスクの低減とかとおっしゃったと思うのですが、その2番目におっしゃった今回のものは構造機能ということで肌の調子を整えるということなのですが、それは例えば今までだったら何を指しているのでしょうか。

○消費者庁食品表示企画課 許可品目ですと、歯の健康ですとか骨の健康とかになります。それから、構造機能表示一般でいいますとこれまで許可の事例はございませんけれども、外国の例ですと目の健康を保つとか、膝の調子を維持するとか、そういうものになると思います。

○阿久澤部会長 よろしいでしょうか。栗山委員、続いてどうぞ。

○栗山委員 そうすると、これは、たら話だから出てこないとわからないと言われてたらそれっきりなのですが、今これを許可することになると外国ではあるけれども日本ではない目の機能とか、膝の機能をよくするということが同列で出てくるということですね。

○消費者庁食品表示企画課 はい。特定保健用食品の許可表示ではそういうものも当然あり得る。エビデンスがあればということでありましてけれども、エビデンスがあれば部位について言及する表示もできる。

ただし、特定保健用食品のこれまでの許可実績ではおっしゃられるような目とか膝とか、そういったものは申請も上がっていない、実績がないということでございます。

○大野委員 そういった機能を良好に維持するというところで、今回資生堂のものがそれにジャンルのには該当するということですがけれども、ただ、化粧品などではこういうものは幾らでもあるわけですね。化粧水だとか、いってみれば皆そういうものも入ってしまうと思うんですけども、そういったものを含めて特定保健用食品として申請がきたらそれを認めるつもりなのかどうか。

○消費者庁食品表示企画課 特保の対象は食品でございますので、そういう意味では化粧品というのは特保の対象ではないということでありまして。

○大野委員 食べるものだったら構わないということになるわけですね。

○消費者庁食品表示企画課 食品として製造販売されるものであれば、エビデンスがあってそういう表示をするということであれば特定保健用食品制度上は可能であるということでありまして。

○山田委員 サポート的なものですがけれども、今、課長さんが言われたように構造機能の表示というのは一定の値で判断しにくい場合で、構造と機能の因果関係なりが科学的に証明できれば特定保健用食品の範疇に入るという形で私たちも考えてきました。

それで、幾つかの先ほど言われた目の機能と、ある物質の関係はこれまで1つ2つ出てきて、科学的根拠が余りなかったので却下したことがございます。

それからもう一つは、ある製品を飲んで膝の調子がよくなったというような問題の製品が出てきたときにも、やはり科学的な根拠が明確ではないということで、これも却下したことがあります。

ですから、幾つかの数値であらわしにくいような世界の強調表示で、かつ体の構造とその機能に關与したのも今回幾つかやはりこれまで長い年数でいえば出てきました。それで、いずれにしても科学的根拠には難しいということで、幾つかのものは結論として許可しなかった例はあります。それだけサポートしておきたいと思います。

○阿久澤部会長 事務局、どうぞ

○事務局 消費者委員会事務局の方から少し申させていただきます。

参考資料3としてお配りしているペーパーを少しごらんいただきたいと思います。表題が、「いわゆる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」というペーパーでございまして、こちらの表示対策課のほうから出ているペーパーでございませぬ。前に一度部会に配付されたものの再配付という扱いでございませぬ。

この2ページ目の裏側を少し見ていただきたいと思います。済みませぬ。これはページが飛んでしまっていて1の裏側が3ページになってしまっておりますが、まことに申し訳ございませぬ。この3ページを見ていただけますでしょうか。

この中で、「(2)「内閣府令で定める事項」とは、具体的には、例えば次に掲げるものである」という表現がございまして、その中の「エ」でございませぬ。「人の身体を美化し、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」という表現がございませぬ。この例の中に「皮膚にうるおいを与えます」という表現で、多分前回の部会の際に清水委員だったと思うのですけれども、こういう効果にクリーム等ができないだろうかということでお問い合わせがあったものであると思います。

この「皮膚にうるおいを与えます」という表現が(2)の「エ」に当たるということで、特にその皮膚と毛髪という部位を挙げて、これが「内閣府令で定める事項」に挙がっているところでございませぬ。

それで、ちょっと切れてしまったのでわかりにくくて申しわけないのですが、同じ3ページの(2)の少し上のところ、「ウ」の部分でございませぬけれども、ごらんいただきますと「特定の保健の用途に適する旨の効果」ということが書いてございませぬ。その例として、「本品はおなかの調子を整えます」「この製品は血圧が高めの方に適する」ということで、これはもちろん特定保健用食品を意識した表現でございませぬ。

この表示対策課の資料において、特保の製品を意識したものを(1)の「ウ」に当たる部分に挙げておいて、なおかつそれ以外のものとして特に「内閣府令で定める事項」として(2)の「エ」を挙げているということで、このような解釈というのはどのようにするのか少しわからないのですが、もしかしたら皮膚とか毛髪を健やかに保つということは(1)の「ウ」、つまり特定保健用食品の対象としては考えられていない可能性があるのではないだろうかということで、今回消費者庁さんのほうに確認をさせていただいたところでございませぬ。

実は、この(2)の「エ 人の身体を美化し、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」という表現でございませぬけれども、今、名称が変わっており

ますが、薬事法においては化粧品の定義の中で使われている言葉です。ただ、この文章自体は食品について言うておりますので、薬事法での化粧品というのは食べるものというは含まれておりませんが、この文書の中では食べるものうちこのように「皮膚若しくは毛髪を健やかに保つことに資する効果」というのを1の「ウ」ですね。「特定の保健の用途に適する旨の効果」の中には含めずに考えていたということを御参考までに申し上げます。

○消費者庁食品表示企画課 今のところですけども、人の身体を美化し、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」、先ほど化粧品という御照会がありましたけれども、我々が通常の姿ではなくて化粧をするとききれいになるとか、そういう表現であります。容貌を変えるなどというのは当然そうですけども、その文脈でこの後ろの「皮膚若しくは毛髪を健やかに保つ」ということなのですが、例えばということで申し上げますと、シミが取れますとか、一旦後退したおでこが元に戻るような発毛効果がありますとか、そういうことはだめです。健康の維持の範囲を超えて、いわばドーピングで本来あり得ない姿になるようなことはだめです。

繰り返しますと、健康状態を維持する、よりよい状態になるというのが特定保健用食品でありますので、それを超えて通常の人ではたどり着けないようなところに行く。筋肉がつかますとか、そういうこともそうですけども、背が伸びますとか、そういうことになるとそれはだめですよということでこの条項が設けられてございます。そういうふうにお読みいただければ、通常健康の維持増進の範囲であれば肌であろうが、髪であろうが、特定保健用食品の対象になり得るということであります。

○寺本委員 そうすると、例えばこの「エ」の例の「皮膚にうるおいを与えます」というのは、今おっしゃった意味は、食品でこういうことがうたわれればOKだということですね。

○消費者庁食品表示企画課 そういう意味では、通常の人肌の状態を超えてどういう状態かというのはありますけれども。

○寺本委員 だから、これは結局この例でいうと乾燥しがちな方なので、乾燥しがちな状態を正常な状態に戻すようなものであればよろしいということですね。

○消費者庁食品表示企画課 そうですね。それを超えて、例えば綺麗な芸能人のような肌になるとか、そういうものはだめです。

○栗山委員 私はちょっと理解が、この「エ」はいいと言っているんですか、だめと言っているんですか。

○大野委員 「エ」というか、3ページに書かれているものですね。上から、下から3行目までのことですが、これはだめだと言っているのか、含めるのか、含めないと言っているのか。

○消費者庁食品表示企画課 こういうものについて著しくかけ離れた表現をしてはいけませんということですよ。

○栗山委員 この範囲ならばいいということですか。

○阿久澤部会長 誇大表示の禁止の内容をここで言っているということですね。

○事務局 ちょっと補足させていただきますと、これは誇大表示について禁止をしているものを列挙しているわけでございます。それで、私から申し上げましたのは、特定保健用食品については（１）の「ウ」という範疇で概念されている。それと並んで（２）の「エ」というものが概念されている。いずれもこういうものについて誇大表示を禁止しますということを言われているもので、どれが特定保健用食品に入るとか、入らないとかということ論じたものでございませぬ。あくまでも別の項目として挙げておりますという事実関係でございます。

○消費者庁食品表示企画課 法律上は誇大表示の禁止ということになっていまして、こういう「内閣府令で定める事項」について著しく事実と相違する表示をし、著しく人を誤認させるような表示をしてはならない。

つまり、食べただけですぐ毛が生えてきますとか、背が伸びますとか、シミが落ちますとか、そういう現実とは著しく違うような機能表示をしてはいけませんということでありませぬ。

○阿久澤部会長 多分、栗山委員の疑問に思っているところは、そうしたらこの表示に外れなければ健康増進法、要するに特定保健用食品として認められるものとして見ていいんじゃないかということですね。

○栗山委員 そもそもこれが誇大表示の禁止の項目ということをおは理解できないでいませぬので、例えば「ウ」の例とか「エ」の例の「本品はおなかの調子を整えます」が、やっぴいのか悪いのかといたたら、これは悪いと言っているんではございませぬ。こういうふうにしちやいけないう言っているわけじゃないんではございませぬ。ごめんなさい。そこがわからないので、すぐ手前のほうの質問で申しわけないです。

○消費者庁食品表示企画課 「エ」のところは、美化するとか、魅力を増すとか、容貌を変えるとか、皮膚もしくは毛髪を健やかに保つということについて、著しく外れた表現をしてはいけませんよ。あなたも食べれば□□□になります、ああいう肌になりますとか、そういうものはだめです。

○栗山委員 そんなことを聞いているのではなくて、この例はこれならば表示していいということではございませぬか。それとも、ここまで書いてはいけませんということではございませぬか。それを教えていただきたいんではございませぬ。「エ」の例題は、どういう意味で例題として挙がっているのかということではございませぬ。

○消費者庁食品表示企画課 ですから、ここで言う「皮膚にうるおいを与えます」という表示をします。そのときに、その当該食品について先ほどの言葉でいえば肌の調子を整えるという科学的なエビデンスのある効果がこの潤いを与えるにふさわしい、ちゃんと効果があれば問題ないです。実は、肌にはほとんど何も起きないんだけど、潤いを与えますというふうにしくと著しく事実と反しますということではございませぬ。

○栗山委員 私の聞いた質問に聞いた範囲で答えていただけると理解が進むのですが。

○阿久澤部会長 だから、誇大表記禁止のところの例として書いてあるので、これは誇大表示禁止になりますねということですね。

○消費者庁食品表示企画課 ですから、これで当然この文言を置くと全部アウトだということではございません。

○栗山委員 ございませぬ。

○消費者庁食品表示企画課 エビデンスがあればいいわけですね。エビデンスがないのに、肌が潤うというようなことを書くとだめですよということです。

○阿久澤部会長 当然エビデンスはあるのですが。

○栗山委員 エビデンスはあるかもしれないんですけども、個人の感受性の問題という部分もすごく大きいと思うんです。まして肌に塗るものならば脂分があれば自分で触感として感じられるけれども、例えばお水を飲まないでいたら、その水だけでも水分は足りなくなるし、もちろんそこにエビデンスがあるとおっしゃるのかもしれないのですが、それはすごく難し過ぎませんか。

だから、例として書いていただくのであればこういうふうには使えませぬというのだったらそれはわかるし、前の「ウ」の部分で「本品はおなかの調子を整えます」と書いたらアウトというのではなくて、エビデンスがあればこれを書いてもいい。エビデンスがないのに書いてはいけませんという話ですので、それぞれの理解の範囲が狭いので。

○消費者庁表示対策課 消費者庁表示対策課の金子と申します。

この留意事項は表示対策課が担当して作成したのですが、特定保健用食品の許可表示の範囲を示す御議論と、この留意事項の3ページを引用しての説明は極めて議論を混同させますので、全く別のものでお考えいただいたほうがよろしいかと思ひます。

といひますのも、2ページが欠落してありますのでわかりませぬけれども、この2ページの末尾をお読みいただくとわかるのですが、健康増進法32条の2の第1項で誇大表示を禁止しています。その誇大表示を禁止するに当たって、健康保持増進効果とはどういったものを指すのかというのが、この(1)(2)(3)で示されている例示ですので、ここに示されているのは健康増進法第32条の2の第1項で禁止している事実と反する健康保持増進効果には例えはこういうものがあります。これが事実と相違なければ問題がないわけで、32条の2の第1項が対象としている表現は(1)(2)(3)に示すものではないといひます。この範囲に含むか、含まれないかという本部会の議論にこの留意事項は物差しとして持ってこないほうがいいと思ひます。

○事務局 今、御整理いただいた別のことを引いてきているといひるのはそのとおりなのですが、少し整理させていただきますと、もともと最初に消費者庁に御説明を願ったのは、特定保健用食品の対象の範囲に肌の調子を整えるといひものは健康増進といひ中に入っているのでしょうかといひることについてだと思ひます。

それとの関係で、実は特定保健用食品に関する規定ではございませぬけれども、誇大表示の規定のところには健康の保持増進の効果と並べて、その他の「内閣府令で定める事項」

という規定の仕方がありまして、その健康の保持増進の効果と違うもののように「人の身体を美化し、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」というものが入っていますので、このものと今、御審議いただいている「素肌ウォーター」に関する「肌の調子を整える」というものは一緒のものなのか、あるいは違うものなのかということについて、先ほどの消費者庁の御説明では今回の「素肌ウォーター」の肌の調子を整えるというのはこちらの誇大表示に関する（２）の「エ」のところではなくて、健康増進の効果のほうに入るのだということであったと理解しております。もし間違いがあれば正していただければと思います。

○阿久澤部会長 そうですね。たしかそのような御説明だったと思います。そういうことなのですかということですね。

○事務局 ２ページが欠落しておりますので、２ページに書かれている内容については細かく口頭ですけれども、申し述べさせていただきます。

２ページが「３．」のところで「健康保持増進効果等」という項目になっております。それで、（１）が「健康保持増進効果等」のうち、「健康の保持増進の効果」、「等」がない言葉ですね。「とは、健康状態の改善又は健康状態の維持の効果であり、具体的には、例えば、次に掲げるものである。」というふうに書いてございまして、その「ウ」に「特定の保健の用途に適する旨の効果」というものが書いてございます。

ですから、（２）に書いてあるものは健康の保持増進の効果等には含まれるんだけれども、健康の保持増進の効果そのものではないということ認識をされたものだという理解をいたしたところでございますが、今、消費者庁さんのほうの御説明で、皮膚というものを挙げているからといって特定保健用食品の対象から外れるというわけではない。皮膚の調子を整えるという表現については（１）の「ウ」の中に入るものであるという御説明があったということでございます。

○阿久澤部会長 その他ではなく、構造機能表示の項目での健康増進の効果という扱いだということですが、それについてはどうですか。

○事務局 補足してよろしいでしょうか。

化粧品について、先ほど栗山委員のほうからエビデンスがというお話があったのですが、化粧品の効能効果についてこういう表現は使っていいよという表現が幾つか決められているようでございまして、その中に先ほど例に挙がってございました皮膚に潤いを与える、あるいはそのほかの例でいきますと、肌を整える、皮膚を健やかに保つ、肌を引き締める、皮膚の水分・油分を補い保つ、皮膚の柔軟性を保つ、皮膚を保護する、皮膚の乾燥を防ぐ。こういったものが、化粧品の効能効果の表現として使っていいということになっているようでございます。

○阿久澤部会長 どうぞ。

○古野委員 質問です。私も混乱して。肌の潤いとか、非常に微妙なことを書くのに注意しなさいというのは、第２章の景品表示法及び健康増進法の表示で注意しないといけない

ものですよということの例であって、表示できるものとしては上段の「ウ」の「特定保健の用途に適する旨の効果」です。先ほど金子さんがおっしゃったように、この中に下が含まれるとどこにも書いていないと思います。

○消費者庁表示対策課 これは特定保健用食品の許可表示の範囲を示す留意事項では全くないので、これをこの審議の場に引っ張ってくること自体が不相当だと思います。

○古野委員 今、引っ張ってこようとしています。それはどうかしていただかないと判断できません。

○消費者庁表示対策課 竹田課長が先ほど回答したとおり、本件の審議の対象となっているこの表現が特定の保健の用途に適する旨の表示に該当しますかという委員からの御質問に対して、竹田課長が御回答なさったとおりだと思いますけれども。

○古野委員 それは適切であるということですか。

○消費者庁表示対策課 それは、特定保健用食品担当の課長がおっしゃることが正しいと、私は表示対策課ですから。

○古野委員 そういう表現は許されるとして、この効能が特保の用途に適する効果かということはどこにも書いていないでしょう。

○消費者庁食品表示企画課 それは先ほど4類型で申し上げましたけれども、身体の整理機能とか組織機能を良好な状態に維持するということです。

○古野委員 あいまいな表現です。その中に例えば「潤いを」とかが含まれるということが明確にされていないのが私は引っかかります。栗山委員も引っかかっています。

○消費者庁食品表示企画課 「潤い」というのは、作用機序が明らかになってこういう効果があるという指標を、例えば何かをとってそういう効果がありましたと、それを表現するときに「潤い」という言葉が適切か否かという問題でございますので、そういう意味では必ずしも「潤い」という言葉がアプリアリにだめだということではない。効能効果があって、それを「潤い」と表現して、消費者が誤認するおそれがないかどうかということになると思います。

○古野委員 でも、これには「潤い」とは書いていないです。

○消費者庁食品表示企画課 ですから、先ほどから出ていますけれども、取り締まりの考え方の基本的なものを示したものに「潤い」とあるから、では「潤い」はだめかどうかという議論ではない。そういう意味で、別の次元のことですよというのを先ほど御説明なされたということですよ。

○古野委員 もう一点いいですか。基本的なところで、特定保健用途の食品というものが提案されているのは健康な食生活の改善に資することが大前提じゃないですか。

そういう観点で見ると、これは食生活の改善に資するものかという観点でも判断できるんですか。

○消費者庁食品表示企画課 大きく2つございますけれども、1つは特定の関与成分をとることによって、いわば足りなかったものを補うということだと思いますが、それで食生

活が改善される。

2つ目としては、そういう製品の摂取ですね。購入して食べるということを契機に、自分の食生活に問題があったから体の機能が、例えば健康の下限のほうにいていた。では、それを戻すためにはどうしたらいいか。そうすると、ではこれまでの食生活を見直して、変な話ですけども、外食をやめて家で3食作って食べようとか、そういう2つの食生活の改善の効果がある。特定保健用食品というのは、そういう効果を期待する商品だということだと思います。

○栗山委員 私はどうしてもこの肌に潤いを与えることと、食生活を改善することが結びつかないんです。例えば、外食をやめてちゃんとうちでつくって食べようとかということと、これがどう結びつくのかがわからないんです。

○消費者庁食品表示企画課 私は医者ではありませんので正確なことは言えませんが、肌の調子が悪くなるということについては多分食生活に起因する要素があるんだろう。それを改善することで肌の状態がよくなるということでありますので、全ては食から始まるとは申しませんが、食を見直すことで体の調子は整ってくるということだと思います。寺本先生が一番詳しいと思いますけれども。

○寺本委員 私は今の話は割に理解できるんです。どうしてかということ、常に皮膚が乾燥してがさがさしているという人たちには、例えば特定の栄養素というか、特定の成分を摂取しない食生活をしている可能性があって、こういうものをもって、もしかするとそれがいいんだということになると、これが含まれているグルコシルセラミドですか。これの含まれている食品を余計これから積極的にとろうという考え方に結びつけば、それは健康な食事に資するということにはなり得ると思うので、そういうことが基本的にあるんだということとは理解できるんです。

ただ、今おっしゃっていたことはスーパーな、より潤いを与えるとかとなると違うということですね。要するに、本来はちょっとおかしいというのが正常な状態に戻るということを期待しているのが特定保健用食品だというふうに私は理解しているんです。

○栗山委員 そう考えた場合、例えばこのピンクの「素肌ウォーター」の4ページのところの正常な肌とドライスキンの図を見ると、私はすごく経験が狭くてアレルギーのことしかわからないのですが、これはそのままアレルギーのアトピーの人の肌の図なんですよ。私がよく学会で見る、学会誌で先生方が説明なさる、まさにそのものなので、ちょっと横にずらすことが私はできにくくて、こういう方であればこれを飲んでどうにかなるものでしょうか。

私たちはこれをどう普通の肌にするかということで、いまだにアレルギー学会自体が対処できていないわけです。塗っても何をしてもというだけで、それがこれは実は使えませんか、例には出してあるけれどもこれとは関係ありませんというものが出ているわけではないですよ。そうなったときに、あれだけ私たちも患者グループもとても困っていることを例に出されて、これがドライスキンであり、これを飲むことによって改善すると言わ

れると、そこに幾らエクスキューズとして、個人の感想であり保証するものではありませんとか書かれても、患者さんにとっては物すごく行動の誘導になる。そんなに効果があるものかと。

○寺本委員 原則として、特定保健用食品は患者さんを相手には絶対にしてはならないんです。ですから、患者さんもそういう意識を絶対持たなきゃいけないくて、もし病気を持っていらっしゃる方であれば特定保健用食品で治るなどと考えることはそもそも間違っているわけです。

だけど、そういう病気も何も指摘されていない方が、でも何だかすごくがさがさしている。でも、これを何とかそうでない状態にするには、例えばお食事の中の何かをよくすればそういうことになるのかもしれないという考え方はあるわけですね。

私は、特定保健用食品というのは基本的にそういうことなんだろうと思います。病気の方は全然違うカテゴリーなので、期待しちゃいけないということは書くべきだと思います。

○栗山委員 おっしゃるとおりだと思います。私は必ずそれが疾病を低減するとか、治癒するものではありません程度ではなくて、私も先生のおっしゃるようにかさかさというという程度の人は効果があろうとなかろうと、何をしてもいいと思うんです。

だけど、「かゆみ」という言葉があるので、かゆみがついた時点で私はもうこの製品の対象ではないはずだと思うので、そこら辺の区別をきちんとつけて、かゆくなったら健康な人ではないというところを担保してほしいと思います。絶対かゆみがついたら疾患の人にも誘導されるという心配があるので、かさかさだけだったら、かさかさが潤おうと、すべすべになると、それは本人の自己満足の世界なのでどちらでもいいと思うのですが、かさかさであり、かゆみが伴った時点で、それはこういう特定保健用食品の世界ではなく疾患の世界に入ると私は思うんです。

それで、まさにアトピー性皮膚炎の肌の人々の状態がこの図なんですね。だから、この図を持ってきてこういう人にと言われたときに、その違いを私たちとしてはどう説明すればいいのか。説明がつかないと思ってしまうんですけれども。

○阿久澤部会長 当該製品については、また今、関連もありますけれども。

○栗山委員 この製品について、これをイコールの図を持ってきて説明されることに対して、だったらやめてほしい。そういうふうに思うのは、だめなんでしょうか。

○清水委員 栗山委員のおっしゃるとおりで、この右側は完全にバリア機能を失った状態だと思うんです。本来特定保健用食品はこの中間の半病気状態というか、もっと前段階のところを対象にするというものですが、この図は単にドライスキンというものがどういうものかということを示すために極端な例として書いているだけだと思うんです。

○栗山委員 それは、私は許されないと思います。極端な例を出して、例だとするのは。

○清水委員 メカニズム的に、こういう状態にならないように改善するんだというふうな形で。

○栗山委員 そういうふうには書いてあるんですか。

○寺本委員 それは下のほうの文章で、ドライスキンや進行を避けるためにということで、ドライスキンにはならないと。

○栗山委員 この絵は、一般に販売するときには効能を表示するためには絶対使わないですね。

○寺本委員 ただ、ドライスキンを説明するために使われるか、それは私の知識ではわからないんだけど、基本的に例えば脂質の世界にしる、血圧の世界にしる、何でもそうですが、そこまで本当の病気になってしまうと動脈硬化になりますよとか、そういったことが話の中の筋としてあるわけですね。そこが、ここの病気と健康状態の狭間にあるということ表現しているということなので。

○栗山委員 わかりました。そうすると、これを使うことによってこれに移行しないというエビデンスとかというのは数字でありますか。

○寺本委員 だから、それを必要としているということです。それが示されなければ、それは特定保健用食品として成り立たないということです。

それで、僕も皮膚科じゃないのでよくわからないんですけど、それが本当にそうなんですかというのはまた別だと思います。

○阿久澤部会長 特定保健用食品として許可される範囲に含まれる法令上の解釈ということで、いかがですか。

○大野委員 特定保健用食品の範囲ということで、また戻ってしまって申し訳ないのですが、身体の生理機能、組織機能の良好な維持に適するというので、普通の食品だって足りない人が飲めば皆そういう機能を持っているわけですね。水だって、足りない人が飲めばそうだと思います。

だから、もうちょっと説明というか、何か制約がないとまずいと思います。これは本当に何でも入っちゃうんです。だから、例えば後に書いてある、一般の人が容易に測定可能な身体の生理機能とか、本人が自覚できとか、そういう制約があって、しかも健康にいいというところがこの「イ」のほうに書いていないと、それこそ何でもかんでもになっちゃうという気がするんです。

○消費者庁食品表示企画課 それは、極端な何かの欠乏状態のときにそれを通常レベルに摂取すれば異常がまた元に戻るといったことはあると思いますけれども。

○大野委員 でも、これもそうですよね。

○消費者庁食品表示企画課 そうではなくて、通常の食生活の範囲で暮らしている方で何が足りていないということで、体に何かそういう健康状態のレベルが下がるようなことが起きている。それを補給するために、この商品だけではないと思いますけれども、こういう商品を摂取するとこういう関与成分がこういう作用機序で効いてこういうふうに健康のレベルが上がりますというのが特定保健用食品ですから、極端な欠乏状態を前提にする御議論ではないと思います。

まさに絶食で水も飲んでいなかった状態から水を飲めば肌がとか、そういうことではな

いです。

○栗山委員 そんな話はしていません。

○大野委員 非常に範囲が広くなっちゃうので、何か歯どめがないと。

○消費者庁食品表示企画課 そこは効果のところ、指標に何をとってどれだけの数値が出てくるかというところで効果がありやなしやということに結局落ち着くんだらうと思います。

○大野委員 効果はどのくらいだと臨床のお医者さんがどれだけ意味があると判断するのですね。

○阿久澤部会長 では、山崎委員どうぞ。

○山崎委員 私の頭の中では十分に整理ができていたつもりなのですが、先生方のお話で、あれっと思ったのでちょっと確認させていただきたいのです。

私自身は、消費者庁の説明も消費者委員会の説明も非常に合理的だと理解していたんです。どう考えたかという、まずは、虚偽誇大広告を引用したというのは、食品の健康保持増進効果というのはどういうものがあるかが全般的に例示されているので、食品の効果というのがこれくらいいろいろな種類があるよと。その中にお肌を対象にした例も食品の効果として実際に例示されています。ですから、内閣府は食品の効果としてこういう例を挙げていますと考えられます。

今度はそれに対して、消費者庁からは、特定保健用食品にできる範囲がどこまでかということで、このお肌に対する食品が食品の健康保持増進効果という大きな枠組みの中のものに入るか。そこを絞り込んだのが消費者庁の考えかと思うんです。

そうすると、絞り込んだ段階で、構造機能というカテゴリーの中に入りますという回答でしたから、虚偽誇大広告の3ページ目の「エ」のような表示に関しては、この構造機能という中に区分できるでしょう。そうなれば、こういうものは特定保健用食品の範疇に入りますと解釈できたのだと私は思っています。あとは、この表示ができるだけのエビデンスがきちんとあるか、ないかということ判断すればいい。

それで、その次のレベルとしては、これは特定保健用食品の範囲に入ることがわかったけれども、実際の運用でそれを適用するかどうかということはこの部会で審議すればいいというふうに私は考えたんですが、その解釈でよろしいのでしょうか。

○事務局 実質的にはおっしゃっているとおりだと思いますが、(2)の「エ」が特定保健用食品の範疇に入るという御説明というよりは、先ほどの消費者庁の課長の御説明は(2)の「エ」に書いてある皮膚を健やかに保つというのは、今言っている「素肌ウォーター」のそういうものではなくて、もっとぴかぴかするつるにしますとか、極端なもののことを言っているのであって、今御審議いただいているものは(2)の「エ」のところには当たらないという御説明だったと私は理解したんですけれども。委員が御理解いただいている、考える順序というのはおっしゃるとおりだと思います。

○山崎委員 私の発言意図は、極端なものに限定していませんでした。

○阿久澤部会長 それでよろしいかと思うのですが、多分、山崎先生の言われているエというのはその他「内閣府で定める事項」の「エ」だと思うんです。

ですけれども、先ほど消費者庁からの説明ですと、その他のところではなくて構造機能表示の範囲の中での特定保健用食品としての審査対象に値する内容だという説明だったんですね。

○山崎委員 そうなんです。この「エ」の範疇も構造機能表示の範疇に入るのではないんですか。

○消費者庁食品表示企画課 繰り返しになりますけれども、誇大表示をしてはいけません。そのときに、こういうことについて誇大表示をしてはいけません。こういうことというのが、人の身体を美化する。きれいになるとか、魅力を増すとか、色っぽくなるとか、容貌が変わる。例えばバストアップするとか、あとは皮膚、毛髪でいきますと先ほど申し上げましたし、事務局長からもありましたように、女優さんのようにつるつるつやつやになるとか、後退していた額がまた発毛して元に戻るとか、そういう健康状態ではあり得ない、突き抜けていくようなことは当然だめなんですよということでこの規定がある。

ですので、通常健康な範囲の中でよりよい状態にいくというのは構造機能表示として肌であれ、膝であれ、ひじであれ、本来は特定保健用食品の制度で可能です。ただし、エビデンスがあって、それにふさわしい許可表示かどうかの問題ですということです。

○山崎委員 私も、そういう意味で言いたかったんです。

○阿久澤部会長 いかがでしょうか。御質問ございますでしょうか。

では、栗山委員どうぞ。

○栗山委員 そういう意味では、私は科学者ではないので、ここに書いてあるエビデンスでこの効果が得られるのかどうかとか、この数字でそれは許可すべきかどうかというのは私にはわからないので、皆さんもそれに関して専門家を呼んでお話を伺うということですよ。

それで、皆さんはと言ったらいけないかもしれませんが、これでエビデンスとして十分だと思っていらっしゃるわけではないですね。そう思われている方もいらっしゃるかもしれないですけれども。

○阿久澤部会長 そうでない方もいらっしゃると思います。その辺は、これからだと思います。いかがでしょうか。そのほかよろしいですか。

そうしましたら非常に複雑な議論になっていまして、今までの説明とその議論の結果について事務局のほうから整理できている範囲で結構ですので、報告のほうをお願いしたいと思います。

○事務局 今の御説明の結果、先ほど山崎先生からおまとめいただいたとおりでございますけれども、これから本製品、「素肌ウォーター」について審議するに当たって、皮膚を健やかに保つというだけで特定保健用食品の対象外となるということではございません。制度上は、そういうことでございます。

また、運用上それをどうするかというのはまた別の議論の話である。

また、エビデンスがきちんとあるかどうかということについてはこれから議論いただく必要がある。そういうことかと思えます。

○阿久澤部会長 どうもありがとうございました。

よろしいでしょうか。今までの説明を聞いて議論した内容ということです。

○古野委員 結論は、審査対象であるということだけでいいわけでしょう。そこを明確に一言最初に言っていたらと、すっきりしたんですね。

○阿久澤部会長 そういうことでございます。

それでは、続きましてもう一点お伺いしたいということの内容ですが、「特定保健用食品の審査等取扱い及び指導要領」における表示・広告の扱いについて、御説明のほうをお願いしたいと思います。

○消費者庁食品表示企画課 特定保健用食品の表示、それから広告でございますけれども、基本的には特保の表示というのは商品の容器包装にさせていただくものでございます。これについて、一件一件許可を行うということで表示の規制をしているということでもあります。

他方、広告につきましては特定保健用食品の世界とは切り離された企業の商品を訴求するための経済活動であり、表現であるということになります。したがって、広告等について一般的に具体的な義務をかけるという体系にはなってございません。

ただ、機能性を謳うということについて、事業者の方にはそういう点について留意をしてほしいということで、いわゆる行政指導になりますけれども、広告等については適切なものにしていただきたいということをお願いしているということでもあります。

広告一般につきましては同じく健康増進法の中に規定がございまして、これも景表法の世界とも概念が似てきますけれども、著しい虚偽ですとか、あるいは人を著しく誤認させるような広告については勧告という措置を講ずることができることになっております。それに従わない場合には命令、さらには罰則ということで、基本的には企業の発意、創意工夫というものが広告では生かされるわけですが、それが行き過ぎると消費者が結局誤認をしてしまう。本来の商品の効能効果といましようか、機能といましようか、価値以上のものを抱いて買ってしまうということについては避けなければいけないということで今、申し上げたような健康増進法上の規定があるということでございます。

これに違反した場合ということになりますけれども、これはいわゆる個別案件ということになりますので、その取り締まりの体制については消費者庁の中では表示対策課のほうで行われてございます。したがって、この商品についてこういう表示をすることが果たして法違反になるかどうかという個別具体のお話になってまいりますので、そういった実態を離れてこの言葉だからだめとか、こういう広告だからだめとか、そういうことには一律にはなかなかならない。個別具体の執行ということになってまいります。

その上で、今日は表示対策課からも担当官に同席をいただきましたので、若干かみ砕いた具体的な御説明をこれからさせていただきます。

○阿久澤部会長 お願いいたします。

○消費者庁表示対策課 今、竹田課長が御説明なさったとおりで、健康増進法第32条の2の第1項において、何人も食品として販売に供するものに関し、健康保持増進効果等の表示を行う際にあっては著しく事実に相違する表示をしてはいけない、または、著しく人を誤認させる表示はしてはいけないという規定がございます。

一方、不当景品類及び不当表示防止法第4条の第1項において、事業者は自己の供給する商品について商品の内容について実際のものよりも著しく優良である、あるいは、競争業者のものよりも著しく優良であると一般消費者に誤認される表示は景品表示法でも禁止されております。

食品の健康保持増進効果の中には、当然今回御審議いただいているような特定の保健の用途に適する旨も健康保持増進効果等の中に含まれますし、景品表示法上の商品の内容についての表示にも該当します。

したがいまして、我々執行部門といたしましては、これら法令に照らし景品表示法上は不当表示と言いますけれども、健康増進法上は誇大表示と申しておりますが、これらに違反する疑いのある事実に接した場合には違反事件調査として事実関係を明らかにした上で法令に照らし、違反が認められた場合には適切な措置をとってまいるということで、これまでも景品表示法等の運用を通じて、食品の不当表示に関しまして措置命令等の措置を講じてきたところでございます。

○阿久澤部会長 では、栗山委員どうぞ。

○栗山委員 私は法律用語とかはわからないので、「著しい」の範囲というか、なぜ「著しい」が入っているのか教えていただけますか。

表示は、今、特定保健用食品に関してここに書いてある文字の大きさから本当に詳細に至るまでここで細かいことまでやっているわけですね。そうであれば、私的な感覚でいうと、この許可の範囲を超えたらというところがあるんです。

○阿久澤部会長 何か例示があるとわかりやすいと思うのですが、もし表示対策課のほうで今までの御経験も踏まえて、ここまではいいけれどもここが著しいんだよというところがあったら。

○消費者庁食品表示企画課 基本的には、特定保健用食品という制度は容器包装に表示をすることに対する規制となっています。つまり、許可をいただかないとこういう表示はできませんということであります。

先ほど申し上げましたように、広告等につきましては一般的にこれをしてはいけないという規制はございません。それは、企業が経済活動を行う上で自社の商品を宣伝するというのは当然の行為であります。かつ、自社の製品を買っていただきたいという事業者は、製品に対していいイメージを持っていただきたいということでいろいろな創意工夫をする。

したがいまして、当然、自社の製品をよく思ってほしいというCMなりをつくりますから、食品に限らず、それは格好よかったり、おいしそうになったり、きれいになったりする。

広告というのは、そういう性質がある。

その上で、そういうものであっても本当のことがわかっていたらそれは買わない。つまり、松阪牛だと思っていたのにオージービーフだった。けしからんというのが昨年のメニュー偽装ですけども、そういうあこぎなことをやってはいけませんというのが景表法であり、この健康増進効果を謳う上では健康増進法ということになっております。

つまり、そういう意味で特定保健用食品を売るときにコマーシャルを打った結果、例えば脂肪の吸収を抑えますという製品だったのに、毎月5キロやせますとか、そういうことをうたうと、それはもう完全に事実と反するだろう。例えばですけども、そういう広告はだめだと、非常に粗っぽく言うとそういう構造に法令の執行の運用上はなっているということでもあります。

○事務局 御参考までですが、参考3の7ページで(3)として健康増進法についての中の違反行為の要件ということが書かれておりまして、その中に「具体的に何が「著しく」に該当するかの判断は」という節がございますので、準備した資料の中ではその部分をごらんいただくことになるのかと思います。

○寺本委員 前から気になっているんですけども、広告というのは確におっしゃるとおりで、誰も自分が売るところのものを悪く言うことはないし、よく見せようというのはよくわかるわけで、それが先ほどの言葉で言うと「著しく」というような意味で、それを逸脱するような表現ではない。この言葉は絶対だめだろうと思うんですけども、そうじゃなくて印象としてそういうものを与えてしまうということで、そこは余り明確ではないわけですね。

例えば、体重がすごく減るなどというものだけでも、すごく痩せた人と太った人を並べて、そう言っていないが何となくそういうふうなイメージを与えてしまう広告というのは時にしてあるじゃないですか。それがいいのか悪いのかというのを判断するというのは、誰がするんですか。

○消費者庁食品表示企画課 基本的には、先ほど御説明がありましたけれども、執行担当の部門として表示対策課という課があります。そここのところでやっております。

○寺本委員 僕が言いたいのは、例えば消費者感覚はそこに入らないんですかということです。

○消費者庁食品表示企画課 これは我々としてごく粗っぽく言いますと、平均的な日本人が見たときにそのCMを見て、本当のことではなくて、これは本当にそういうものなんだろうと思ってしまうようなものというのは取り締まりの対象になってくるということだと思います。そういう意味では、どういう人というのはなかなか設定できないと思います。

○大野委員 初めからその広告が、こんなのうそだよとわかっているものだったらいいいわけですね。□□□なんかはそうですよ。あんなことは、できるわけがない。それはいいわけですね。

○栗山委員 それはOKなんですか。

○大野委員 誰が見てもうそだとわかるもの。

○古野委員 本当はだめだけれども、取り締まられていないというのが実情です。グルコサンもそう、セサミンもそう、何もかもそうなんです。

○栗山委員 今は□□□のお話をしているのではなくて、こういうところががちがちに審議したものについての話をしているんですよ。

○古野委員 今はちょっと離れましたね。「著しく」の概念は何だということ。

○栗山委員 私も「著しく」の概念が、「その商品を購入することは判断される場合は、「著しく」と言ったら、そんなのは取り締まらなくてもいい話ですよ。やはり取り締まってほしいのは、ここで議論されたことと違うことをされているときに、一般商品とは別な次元で審議されているので。

○阿久澤部会長 先ほど、表示対策課からの説明では、ある意味パッケージ表示と広告は別だという意味合いの話だったと思いますけれども、同じ特保製品の広告なので全く別物としては考えにくいところもあるのではないかと思います。

ですから、その辺を日々どのように、これは先ほど私も申しましたように、この前、審議した指導要領にも記載されている監視ですよ。そういったことを、日々どのようにされているのか。先ほど寺本委員からも質問があったかと思いますが、この辺はどうなんでしょう。

○消費者庁表示対策課 私ども執行部門が違反事件として調査を開始するかどうかに当たって全て個別に判断してまいります。まず1つは情報提供があります。一般消費者や消費者団体、競争事業者、事業者団体、関係行政省庁等から我々消費者庁のもとに日々違反被疑情報が寄せられております。

それともう一つ、いただく情報もあれば、私どものほうが積極的に職権探知というふうに呼んでおりますけれども、例えばインターネット上の広告について我々のほうが監視をしていくということも端緒の一つとしてございます。大きく分けて、寄せられる情報、我々が職権探知する情報、これらをもとに景品表示法や健康増進法の32条の2第1項に違反する疑いのある広告であるという疑義情報に接した場合、我々は調査を開始するということになります。

ちなみに、インターネット上の食品の広告につきましては常時監視するということを消費者庁発足以来やっておりまして、その中で健康増進法32条の2の第1項に違反するおそれのあるような表現を発見した場合には、当該ネット上の広告を行っている事業者に対し改善要請等の啓発メールを発出するなどして日々改善要請、そういうものも含めて監視指導を行っているというところでもあります。

○阿久澤部会長 我々部会は製品のパッケージ表示の審議をしているわけですが、ずっと話題になっているのは、広告がそれを極端に逸脱しているものが目立つようになってきてやり切れないねというところがあるわけですので、その辺のこと等も含めてこれからそれらについても審議していかなければならないので、御見解をお聞きしているということな

のです。

○事務局　また事務局で準備した資料についてさせていただきますが、参考3の2ページ目、委員の皆様にはお配りをし直したので2ページ目をごらんいただけるかと思います。

このガイドラインの対象となるものがどこまでなのかということが書いてございまして、2の「いわゆる健康食品」の最後の節でございますけれども、「ただし、健康増進法に基づく許可又は承認を受けた特定保健用食品であっても、許可又は承認を受けた範囲を超える表示を行う場合、本留意事項の対象となる」となっておりますので、特定保健用食品であってもこのガイドラインの対象になっているということが1つは書かれてございます。

それからもう一つ、別の資料でございますが、参考2をお配りしております。こちらは特定保健用食品の指導要領のほうでございますけれども、ページが入っていないくて恐縮なのですが、1枚めくっていただいて3ページ目に当たる部分でございます。「広告について」という項がございまして「許可後の取扱い」、(5)のところでございますけれども、「商品の保健の用途に係る表示及び広告については、全体として許可等を受けた表示の範囲内とすることとし、虚偽又は誇大な記載をすることがないようにすること。」と書かれてございます。

したがいまして、審議の段階におきましてはパッケージの表示についてお話をいただいているわけでございますけれども、この指導要領によって広告についてもその表示のパッケージの審議において許可等を受けた表示の範囲内とし、ということが指導するように書かれているところでございます。以上でございます。

○阿久澤部会長　ありがとうございます。

では、栗山委員どうぞ。

○栗山委員　これは、さっきの「著しい」ということとの関係はどうなるんでしょうか。特定保健用食品においても著しく違いがない限りは何かしないのではなくて、先ほど私がお願した、これはちまちまと細かいことまでやっているの、範囲を超えないでほしいといっていることと、これの関係ですが、それと「著しい」との関係はどうなっていますか。

○消費者庁食品表示企画課　具体的に申し上げますと、法違反になるのは「著しい」と価値判断された場合で、行政の指導としてはそこまで当然言ってくれるなということでありますので、できるだけ許可表示に近いと誤解を受けないような、虚偽誇大にならないようなものにしてほしいというふうをお願いをしているということでもあります。

○寺本委員　私はこだわって申しわけないんですけども、ここでいつも議論になっている大きな問題というのは、実際にそういうものが許可された後、売り出されたときにちょっと目に余るものが時々あるというふうに我々は感じているわけですね。そういったものがあるから、例えばおしょうゆの件とか、かなり真剣に皆、考えてきたわけです。

でも、現実にはやはりそれが出ていくといろいろなことが起こっていく。それに対して、例えばここにあるような誇大とか、虚偽とか、そういったものというのは虚偽ではない

とか、そういうようなことがあると思うんですけども、やはり実際に広告になるとそれに近いようなことが出てくるわけで、そこに結局ある程度消費者、省庁がやられるのでもちろんそれはそれでもいいんだろうと思うのですけれども、ただ、やはり消費者感覚であるとか、例えばこういう審査をした人間たちが恐れていたことが起こっていないのかどうかということは反映されないとおかしいんじゃないかという気がするんです。

そういったような決め方というのか、デシジョンメイキングがどこでなされているのかというのを先ほどから聞いているのはそういう理由で、やはりその辺のところがあれば我々もこれを認めたときに、その後また我々が不安に思ったことが実際にどうなっているのかということも議論する場が与えられるので、そのほうがいいんじゃないかということも言いたかったんですけども、今のところそういう場はないということですね。

○消費者庁食品表示企画課 具体的に執行の段階でどれが問題なのかということを決断するのはどういうシステムかというのは、多分なかなか画一的には申し上げられないと思います。

多分、商品と実際の広告の乖離がどの程度なのだろうか。これは許容できる範囲ではないということになると、さっき申し上げましたように取り締まりの世界に入っていきますので、そういうのは恐らくその商品の本来の機能性とか、値段とか、どれぐらい売れているとか、総合的に判断して執行のほうでやっているものですから、こうならばアウト、セーフというのをアプリアリにお示しするのはなかなか難しいというのは御理解をいただきたいところではございます。

○阿久澤部会長 そうしますと、多分一番わかりやすいのは、今、何とは言いませんが、多くの特定保健用食品で広告等、ちょっといき過ぎだなと感じている人が多いものについても、これは「著しく」ではない。要するに、範囲内のものであるというふうに消費者庁は考えているということによろしいわけですね。

○消費者庁食品表示企画課 法違反の状態のものが流布されているということは。

○阿久澤部会長 イエスカノーでお答えいただくのが一番わかりやすいんじゃないでしょうか。それが我々のこれからの審議においてベースになるところだと思います。

○山崎委員 例を挙げて説明するとイメージが湧くんじゃないかと思うのですが、いわゆる健康食品でいったら、消費者庁が措置命令を出した「トマ美ちゃん」は「著しい」の典型例ですね。要は、飲んだだけで痩せる。あれは、どう見てもエビデンスがない。そういうのが「著しい」であり、あのように措置命令が出せるというのは完全に違法な状態なわけです。

それに対して、非常に微妙なところの例で言ったら、□□□の「□□□」のテレビコマーシャルがあると思います。あるいは「□□□」ですね。血圧の線があって、ここからこっちだったらこの製品がいいよと、ここではっきりと境を切ってしまう例。

あるいは、油っこいものを食べてもこれさえ飲めば大丈夫だよと。あれは違法にはならないけれども、多分行政指導か何かで□□□にあの手は打つなと指導されたんじゃない

ないかと思えます。

ですから、あそこは「著しい」にはちょっとなりにくいけれども、やはりちょっといき過ぎでしょうと、そんなレベルで考えればいいのかなというのが私のイメージなんです。

○阿久澤部会長 我々はそういうふうを考えているんですけれども、実際に日々取り締まっている表示対策課のお考えをお聞きしたいと思います。

○消費者庁表示対策課 「□□□」を担当させていただきましたけれども、「□□□」というキャッチフレーズで、「□□□」というわけですね。

ところが、実際は、景品表示法の場合には合理的根拠を示しなさいという不実証広告規制というのがありますので、その不実証広告規制により合理的根拠を提出するよう求めたところ、合理的な根拠の提出がありませんでした。したがって、それらの表示、「□□□」で「□□□」という表示に関しては合理的根拠がないので、これは景品表示法の優良誤認に当たるというふうに認定させていただきました。これは行政処分を下した事例で、違反事件として違法を認定したものですので、我々違反事件として世の中に公表しております。

実は、行政処分のほかに行政指導という形で、個別具体的な企業名や商品名は公表しておりませんが、これは行政指導ですので公表しておりませんが、そういった形で業者を指導するケースもあります。むしろそちらのほうがケース、事案としては多いと思います。

○阿久澤部会長 繰り返しになりますが、要するに特定保健用食品の広告はパッケージ表示を逸脱していないということによろしいですね。

○寺本委員 今、されている広告ですね。

○阿久澤部会長 そうです。今、現行でされている広告は我々が審査しているパッケージ表示を逸脱したものではないというふうに表示対策課は日々の業務の中でそのように考えているということですね。

○消費者庁表示対策課 我々が接した事案においてインターネット等で確認しておりますけれども、実際に違反かどうかは個別に判断します。

○阿久澤部会長 お考えを、要するにイエスかノーで。

○消費者庁表示対策課 個別事件についてイエスかノーかは、この場で判断することは困難です。

○阿久澤部会長 簡単じゃないですか。現行許可しているんだから、イエスに決まっているじゃないですか。ノーならば、もう対処しているはずですよ。

○栗山委員 現行、宣伝とかでされているものはOKとみなされていらっしゃるということですね。そこを今、私たちは言っているんです。

○阿久澤部会長 そうでしょう。現存しているんですから、そうじゃないですか。私たちは、そこを言っているんですよ。

○消費者庁表示対策課 我々は日々広告について情報も寄せられますし、日々監視しますので、違法な状態の表示があれば適切に行政指導なり行政処分なりをしています。

○阿久澤部会長 しているんですね。でも、していないということは、逸脱しているとは見ていないということですね。

○寺本委員 今、流布している広告に関してはOKですよということでしょうかということですね。

○阿久澤部会長 そうですよ。

○消費者庁表示対策課 そう理解してよろしいのでしょうか。

○消費者庁食品表示企画課 観念的に言えば今、流れているものの中から常に指導対象だったり違対象だったりするものをつかまえてくるということで、その手続をこれからするということは当然あるわけですので、現時点で流れているけれども、だから表示対策課がそれを全部OKと見ているのかと問われると少し答えにくい質問だと思います。

○消費者庁表示対策課 現に流れているものも実は今、調査しているということもあるかもしれません。

○阿久澤部会長 そうかもしれない。でも、実際にその仕事をされている人じゃないですか。

○消費者庁表示対策課 ですから、個別具体的に我々が調査しているターゲットは言えません。

○阿久澤部会長 とても審議しにくいんです。そのような答弁ですので、すごく審議に苦労しています。

○栗山委員 皆さんにとってはそのお返事で済むかもしれないんですが、日々審査して、それと全くとか、著しくとか、そういう細かい話ではなくて、あれは審議していないよねというようなものが流されているのを日々浴びている私たちの物すごいつらさというか、社会に対して詐欺を働いているような気になっている私たちの心情も御理解いただけないでしょうか。それにどう対応していただけるかによって、これから話ができないですよ。審議ができないんですよ。

○阿久澤部会長 進まないということになりますね。

○消費者庁表示対策課 その点につきましては竹田課長も多分異論のないところだと思いますけれども、特保製品についても、景品表示法や健康増進法の虚偽誇大広告の規制の対象ですので、許可表示を超えて実際のものよりも優良であるというふうな誤認を与えるような表示があれば、当然我々は厳正に対処してまいります。

○阿久澤部会長 それは十分わかっていますので。

○栗山委員 それは、タイムテーブル的にはどれぐらいなのでしょう。例えば、テレビの宣伝とかはそれこそあきられたら誰も見てくれないので更新しますよね。そういうのに追いついていっちゃう状況ですか。それに追いついてもらわないことには。

○消費者庁表示対策課 頑張ります。

○栗山委員 では、人数はどれぐらいいらっしゃるんですか。表示対策課で虚偽表示をウォッチしていらっしゃる方というのはどれぐらいいらっしゃるんですか。

- 消費者庁表示対策課 表示対策課の人員でしょうか。
- 栗山委員 そうではなくて、その中でそれを担当していらっしゃる方です。ウォッチしてくださっている方です。
- 消費者庁表示対策課 表示対策課の中に食品表示対策室というのがありまして、室長1名、そのもとに8人の調査官でやっております。
- 栗山委員 それで、日々というか、月にしてどれぐらいの検討をしていらっしゃるんでしょうか。あるいは、年間にしてどれぐらいの、違反とか違法とか言わなくても。
- 消費者庁表示対策課 公表されている資料なんですけれども、表示対策課に寄せられてくる疑義情報というのが公表されております。平成25年度の景品表示法の運用状況ですけれども、寄せられてくる情報が6,000件近くあります。5,858件です。
- 阿久澤部会長 それは特定保健用食品ですか。
- 消費者庁表示対策課 いえ。これは、表示対策課に寄せられてくる情報の全てです。今申し上げた件数は25年度で、24年度は5,082件です。
- 阿久澤部会長 特定保健用食品に関してというのはないんですか。
- 消費者庁表示対策課 我々にとっては、寄せられてくる情報については、食品であろうと非食品であろうとこれが全てでして、その内訳については分析はしていません。
- 阿久澤部会長 されたほうがいいですね。ぜひそれはすべきですね。
- 栗山委員 では、その中でせめて食品に関するものはどうでしょうか。
- 阿久澤部会長 許可しているわけですから、それに対して責任を持つべきです。
- 消費者庁表示対策課 5,858件のうち839件が食品に関する情報です。
- 栗山委員 企業の自由な経済活動という前に、これは消費者庁がマークをつけてこんな審議会では何年がかりのものもある許可を与えていて、しかも宣伝するときにはウォッチしていらっしゃるから御存じだと思いますが、前だったら厚生労働省、今だったら消費者庁の許可を得ているものと言われているものはやはり別扱い、特別に許可を与えた責任を負うべきではないでしょうか。私は、それを負いたいと言っているんです。
- 消費者庁表示対策課 竹田課長、いかがですか。
- 消費者庁食品表示企画課 繰り返しになりますけれども。
- 栗山委員 繰り返しじゃない話をしてください。繰り返しは悪いけれども何回も聞いていて、もちろん私はほかの委員より理解力はかなり低いですが、わからなかったことを質問したときには、申しわけございませんが繰り返しではなくて別の角度から御説明いただけると大変ありがたいです。
- 消費者庁食品表示企画課 そういう意味では、特定保健用食品だからと言って他の商品よりも厳しいCM規制を行うというのは、法制上はなかなか難しいことだと思っています。
- 消費者が損をするというんでしょうか、だまされるというのは、結局その商品のスペックに対して明らかに違うようなとてもいいイメージを植えつける。そうしたことで購入してしまっただけで経済的な損失を受けるということになりますので、そういう意味では商品その

ものの価値と、それからCM等で流される像の間に一定の幅があるものはだめですよという考え方にならざるを得ないんだろうと思っております。

○栗山委員 日本の消費者は物すごく、だまされた私が悪いというところが多分あると思うんですが、私もちょつとろ覚えで申し訳ないのですが、きょうのアメリカのニュースでは、いわゆるエナジードリンクに関して宣伝されていたものと実際の効果に差があったという訴えが起こされて、何億だか何千万だかの範囲の中ですが、消費者に損害賠償をしたという話がございますね。

それで、日本の消費者はそんなことは訴えないと思いますが、やはりマークをつけている消費者庁がそれを法制度上という問題ではなくて良心的に考えても、執行なさる上でやはり法制度上はそうなっておりますと言い切ってしまうことは皆さんのお立場としても多分おつらいものがあると存じますので、ぜひ法執行上はというのではなく、マークを与えた責任省庁として見ていただきたいと思います。これは、お願いです。

○阿久澤部会長 では、よろしいでしょうか。この議論は多分これ以上の進展はないかと思っております。

○栗山委員 進展がないとは思いますが、多分、法制度を出されてくる限りは何もないと思いますが、ただ、そういうふうに思っているのは私だけですかという意味でも、ぜひほかの先生方もお声を挙げていただきたいと思えます。

○古野委員 私はいつも先生の味方です。

○栗山委員 ありがとうございます。

○阿久澤部会長 議事録に残りますから。

○栗山委員 違う意見の方も。

○山崎委員 私は行政支援畑に長くいたので、栗山委員にぜひ理解していただきたいと思うことがあります。消費者庁がやらなければいけない仕事の量は膨大なんです。その中で、危険率の高いものほど優先すべきだと思います。

そうすると、特定保健用食品よりもいわゆる健康食品のほうがよほど健康被害が起こりやすいので、監視はそちらに重点を置かざるを得ないという状況を御理解いただきたいです。もう一点は、とにかく人数が少ない。マンパワーがない状態だから、特定保健用食品の全数チェックまではできないです。

ぜひ、危険率を考えてどれを優先的に監視すべきかということで御判断いただければと思います。それでもなおかつ特定保健用食品の監視をなさいといたら、今のように国家公務員の人員削減が徹底的に進んでいる状況の中で、ぜひ栗山先生を含めて消費者側から、この部分に関しては定員増をしてほしいと、政府外から声を挙げてほしいんです。それをしなかったら、監視業務はできないです。

○阿久澤部会長 表示対策課にかわっての御回答ということですね。

栗山委員、どうぞ。

○栗山委員 表示対策課にかわって山崎委員のおっしゃったご説明には大変申しわけない

んですが、もしこれを監視するのは法制度上できないということを持ってくるのであれば、私たちはこれに関して審議し、これに関してどうあるべきか審議することを依頼された委員であって、私はこの委員会で審議されている内容に関してそれぞれの委員が気がついたことを申し上げるのが私の役割だと思って今、発言しております。全体を考えてというのであれば、特定保健用食品にマークをつけるために、こんなことにこんな時間を使っているよりはもっとすることがあるだろうと思います。

山崎委員のおっしゃったことを、私が知らないという前提のもとに進めていただいているのは困ります。私は、それを知っているつもりでおります。世の中には、もっともともと本来は優先すべき順位があると思っています。それでも、ここの委員になった役割としてこれをお話申し上げているので、社会での優先順位を理解していないから申し上げていることではないことを御理解いただきたいと思います。

○阿久澤部会長 ほかにございますか。よろしいでしょうか。

それでは、大変恐縮ですが、事務局のほうに今までの説明と議論の結果を整理できたところを報告していただけますか。

○事務局 いろいろな議論を出していただいたので大変まとめが難しいんですけども、一言で言えば、表示対策課のほうでしっかりとこの審議の範囲外になったような広告等についても審査していただけると、そういう結論だったのかと私は理解しております。

○阿久澤部会長 今、議論してきた内容についての報告ですが、皆さんそのような理解ということでよろしいでしょうか。

それでは、この2点をベースにということになるわけですが、今回の申請品目の扱いについて議論したいと思います。前回、山田委員から申請事業者に対してグルコシルセラミド1.8mgが通常の食事で摂取できる量に対して生物学的な意味があるかという点を部会からの指摘としてはどうかという御提案がありました。それに対して、指摘事項に対する回答があった場合の扱いはどうなるのかという疑義がありました。

それらの点について、今の説明や議論を踏まえるとどう考えることになるのでしょうかというところではいかがでしょうか。そういうことで、皆さんから何か御意見、御質問等ございますでしょうか。この件についてどう持っていったらいいか、どう考えたらいいかということですが、どうぞ。

○寺本委員 このブルーの今までの経過資料というものを見ていたんですけども、平成20年からずっと始まっていて、結局、今、言ったような疑義というか、問題点を指摘して、そのたびにそれに答えて、まだ足りない、まだ足りないということで6年間過ごしているという状態なわけですね。

でも、この最初の文言はすごく厳しいんですね。認めないとなっているのに、それに対してまた出しているということなので、一旦、恐らく審議は終わってしまった後でまた出してきたと思うんですけども、もし今回山崎委員がおっしゃったようなことでかなり皆さんが科学的に納得できるような解釈というか、事実が出てきた場合には、これはや

はり受け入れるということをお話をしていないと、恐らく疑義を出すこと自体に問題があるということになるわけで、きょうの議論でお肌に対してのこういうものを一応特定保健用食品としてある程度認めるとか、そこはもう議論の対象にならないので、今度は本当にサイエンスのレベルになってくるんじゃないかと思うので、そこは今度は厳しく見る必要があると思うんです。

要するに、今まではこれを読んでいると、学术论文に発表されたからOKというような形でずっときているんですけども、そうではなくて今度は学术论文自身もきちんと見ないと、やはり私はこの場合はかなりまずいんじゃないかと思うので、審議が今までみたいに、通っているからいいねというわけにはいかないんじゃないかという気はします。

○阿久澤部会長 ありがとうございます。そのほか、御意見ございますか。

冒頭申しましたが、前回、大野委員だったのでしょうか、皮膚科の専門家の御意見を聞きたいということでしたが、今回はこのような議論で、まずは前提条件を決めてからということでお呼びしていないのですが、場合によっては次回でも専門家をお呼びしての審議ということもあり得るのかなとは思っています。

どうぞ、お願いします。

○清水委員 先ほど御説明があったように、この製品は最初はかなりいろいろな意味でレベルの低いデータをもとに出てきていてリジェクトされたということがありますが、確かにその後いろいろと研究対象も変えて、最初はたしか顔だけだったんだけど、全身について見ていくなどしてきました。それからいろいろ論文化も進めて、論文の質に関しては今、寺本委員が言われたようにもう一度、我々は見直す必要があるかもしれませんけれども、そういうこととか、メカニズムをより深い意味で深化させていって、かなり学術的にはレベルの高いものになったということがあると思います。

それから、専門家の話ですけども、前の調査会では病院の皮膚科の先生に来ていただいて、その先生の判断を聞いています。その感想では、やはり学術的にいうとこれは効いているというか、有意差がちゃんとつくようなデータになっていて、何か変化が起こっていると言わざるを得ないから否定するのはなかなか難しいというようなニュアンスのお話だったと思います。

ただ、その変化の違いが統計学的には差があるけれども、その差が本当に意味のある差かというところは常にいろいろな製品のときに問題になるわけですが、それをどう判断するかという感じで進んだという記憶があるんですね。

それで結局、食品安全委員会までいって部会まで出てきたわけだと思うので、やはり最終的にその効果というのをもう一度ここで確認をするということだと思います。やはり線を引くのはとても難しいと思うんですけども、有意差があればもういいとするしかないんじゃないかという考え方もあるし、ではどれだけ差があればいいんだという議論になっちゃうので、サイエンティストとしてはやはりそのところは余り曖昧な基準にすべきではないと思うんですけども、それをもう少し克明にもう一度見ていく作業をするという

ことではないかと思えます。

○阿久澤部会長 ありがとうございます。

では、大野委員どうぞ。

○大野委員 私が申し上げたいのは、有意差がついても専門外だと、それは本当に意味があるかはわからないですね。若干でも差があれば、有意差をつけようと思えばつけられます。最初の解析の仕方を選べば、そういう部分で、少しでも一方向に動いたら有意差を出す方法はあるわけですから、ただ、それが本当に意味があるか、やはり専門家の御意見を伺いたいということです。

それから、これは全体の問題ですけれども、レビューアーのついている雑誌に投稿するようにと指示している。そういう論文を主にベースに議論するということになっていきますけれども、それもいかげんな雑誌が多いですよ。実際、間違いとかが多い。そういう雑誌では、レビューアーは出されているデータの中で論理的整合性とかを見るだけの雑誌も多いですから、実際に細かい実験方法を書いていない論文も幾らでもあるわけですね。特に今回みたいに新しいものに関しては、試験計画書から試験報告書と全部含めたデータをもとに判断したほうがよろしいんじゃないかと思えます。

○阿久澤部会長 ありがとうございます。ほかに御意見はございますか。どうぞ。

○栗山委員 皆さんはサイエンスのほうからごらんになって、私はかゆみというところがどこまで、今はこの表示の効果の中には書いていないですが、でも、宣伝に使われるとしたらその危険性というのを物すごく憂慮しているし、それによって起きる社会的な危険というのを肌で感じている者としては、サイエンスだけではなくて本当にこういうものが特定保健用食品として私たちが健康に資するもので、消費者の行動を変える助けになるものとして認めていいのかどうかということと一緒に考えていただきたい。

そういう意味では、私はこれはそういうものに該当しないのではないかと考えています。

○阿久澤部会長 ありがとうございます。

○唯根部会長代理 私の意見は消費者としてですが、科学的に効果があったとしても、これを1本1日飲んだらすぐに効くというものではないし、そんな言い方をしてはいけないんですけれども、続けないとその効果というか、機能が感覚として捉えられないのを認めるのは難しいと思えます。

飲料で効果が出るまでの飲み方というのを表示する必要があるんでしょうか。科学的な資料の中でもよくわからないんですが、たまに1本飲んだら潤っているのを感じられるとかではないですよ。

○山田委員 これは特定保健用食品全般にわたることで、これだけに言っているものではなく、おなかの調子全て、普通の通常的なある一定の目安量を摂取することによってそういう効果が出る確率がありますという商品なので、この「素肌ウォーター」だけにそれは本当なのか、1本飲んでという世界で物を考えないほうがいいのかと思います。それは、特定保健用食品全般という形だと思っています。

○唯根部会長代理 そうですね。そこのところが消費者にうまく伝わらないのが悩みどころだなと思っているんですけども。

○山田委員 ただ、私たちが長年この特定保健用食品を審査してきた中では、最初にいわゆる健康食品でいろいろないいかげんな言葉がある中で、少なくとも一定の科学的な根拠をもって仕分けていけば、よりよい食事に寄与するのではないかということから発しています。

ただ、こういうふうに非常にすれすれのところの問題を今後どう考えていくかというのは、また別の多くの観点から方向性を改めて見直す時期がくるのかどうかとか、そういう部分は考えていかなければいけないと思います。

○阿久澤部会長 ありがとうございます。そのほかございますか。よろしいでしょうか。

そうしますと、特定保健用食品には該当しないという御意見もありますが、意見としてはさらに克明な検討をすべきだという御意見が多かったかなと感じているんですけども、そんな感じでしょうか。

○山崎委員 山田先生に質問なんですけど、これまで出された有効性に関する試験ですね。論文文化されているものがあると思うんですけど、そのデータ自身は信頼していいと考えてよろしいんですね。

○山田委員 私たちは、そういうふうにして審査してまいりました。

○山崎委員 ですから、残る問題はその有効性があるということが、医学的・生物学的に本当に意味があるかどうかということの確認をするということですね。

○阿久澤部会長 そういうことですね。大野委員も、そのようなことだと思います。

○大野委員 それで意義があるという判断ならば、私は認可してもいいんじゃないかと思っています。

○山崎委員 それから、もう一点よろしいですか。

この「素肌ウォーター」の試験をやったのは、ごく限定した期間ですよ。そうすると、ある意味、非常に短い期間での試験だと思いますが、この期間がもっと伸びたとしたら、つまり毎日1年間飲み続けたら生物学的には有意な効果が出ますよということが期待できるかどうかも含めて考えればいいのか。

それとも、あくまでも短い試験期間の中で有意な生物学的効果があると判断されなければいけないのか。どう考えたらいいんでしょうかというのが2つ目の質問です。これは山田先生でなくても、ほかの先生でも御意見をいただければと思います。

○山田委員 いろいろな生物影響というのは、短い時間ですぐに出るものもあれば、ある程度というか、今のところ3カ月ぐらいは食して効果があるのであればいいでしょう。認められるんじゃないでしょうかということから審査をしてきました。これを6カ月にしたらどうか、1年にしたらどうかというのは、実質的に検査というか、試験というのでは成り立ちにくい。

それからもう一つ、それではそれぞれの申請者に対して発売後、そういう商品を出すこ

とによってある一定の集団の健康度がその影響の焦点において上がっているかどうかというのモニターの世界になると思います。

ただ、医薬品ではモニター制度というのはいろいろな意味で成り立つかもしれませんが、食品の世界でモニターということはほとんど絵に描いた餅で、言うことはできません。でも、現実的にそれを検討して論が言える文章でまとめ上げられるかということ、今の状況では不可能だと私は考えております。

○阿久澤部会長 ありがとうございます。

栗山委員、どうぞ。

○栗山委員 薬品ではないので多分、発売後のモニタリングというのは難しいと思いますが、私が切にお願いしているのは、ではここで認可され、販売されるものと、消費者がその効果を正しく受け取って活用しているかということのアンケートなどは何かの方法で、例えば厚生労働省であれば研究班というものもございしますが、そういうもので見ていただきたいなと思っています。これも、お願いです。

○阿久澤部会長 ほかにどうぞ。

○大野委員 山崎委員の質問に対する私の考えですけれども、そういう長期間というのは、1年も2年もやれとか、それはやはり現実的ではないと思いますね。医薬品でも1年間とか、大体そんなものですね。特別な問題が起きたときはもちろん長い期間やりますけれども、健康食品とか特定保健用食品は大体3カ月ですね。

やはりメカニズム的に効かなくなってしまうかもしれないとか、そういうことがあればそれはもちろん長くやらなければいけないし、そういう機構に対する影響とか、そういうものも見なければいけないと思うんですけれども、有効性に関しては特にそういったことがなければ3カ月でいいと思います。

それ以上のものに関してはやはり安全性の問題だと思うんですけれども、安全性については食経験があるということで、実際の食経験とかけ離れていなければ大丈夫だろうと判断せざるを得ないんじゃないかと思います。

○阿久澤部会長 お願いします。

○事務局 事務局からでございますが、先ほど栗山委員のほうから消費者の受けとめ等、効果が正しく受けとめられているのかというアンケートのほうでございますけれども、これは食品ワーキンググループのほうで検討する課題に入っているということでございます。

○栗山委員 ありがとうございます。

○阿久澤部会長 この辺でよろしいでしょうか。

では、ただいま議論してきた結論ということになるろうかと思っておりますけれども、確認したいと思います。事務局からお願いいたします。

○事務局 正しく受けとめられたかわかりませんので、間違いがあれば訂正していただければと思います。

まず1つは、この摂取量の問題です。摂取量の1.8/日というものは生物学的に意味があ

るのかどうかについては、いずれにしろ質問を出して答えをもらう必要があるということでございます。

2つ目は、その答えが返ってきたときに合理的であるという根拠があった場合に、それではどうするかという問題でございますが、今までの御議論ですと、新規の成分であるので徹底的に科学的な審議をする必要があるという結論だったかと思えます。

栗山委員のほうからは、社会的な要因があるのではという御意見はあったのですが、ただ、この会議体の結論としてはそこについてはほかにおっしゃる委員がなかった状態ではないかと考えております。

落ちている事項がございましたら、補足していただければと思います。

○阿久澤部会長 ありがとうございます。今の報告についてですけれども、どうでしょうか。そうしますと、今の3点について審議の内容を結論として事務局から報告がありましたが、さらにそれを結論づけると継続審議していくということになるかと思いますが、そういう形よろしいでしょうか。

どうもありがとうございます。それでは、今、報告があった内容の形で進めるということにしたいと思えます。

○石井委員 確認ですけれども、そうしますとこの1.8という摂取量が生物的、医学的に有効かどうかということをもう一回メーカーさんに出してデータを出していただくということですか。

○阿久澤部会長 そのタイミングは今ということではなくて、継続審議した後のことという理解でよろしいですね。

○清水委員 もう一回データを見て、その上でということよろしいのではないのでしょうか。

○阿久澤部会長 そういうことです。

○石井委員 わかりました。

○消費者庁食品表示企画課 今回の「素肌ウォーター」の件なんですけれども、今、第二調査会のほうに他社品で同様の申請がきているんですが、それも同様の取り扱いということよろしいでしょうか。

○阿久澤部会長 そういうことは、そうですね。実際、内容はわかっていないんですが。

○消費者庁食品表示企画課 では、今、申請されている資料からまた何か追加で。

○阿久澤部会長 関与成分は同じということですか。

○消費者庁食品表示企画課 関与成分は同じとされています。

○阿久澤部会長 関与成分は同じだが、その内容は違うということですか。

○事務局 今の消費者庁からの御説明なんですけれども、第二調査会に付されているという段階でまだ調査部会のほうにかかっておりませんので、少し後で事務局同士で御相談したいと思えます。

○阿久澤部会長 同じように多分進むことだと思いますけれども、関与成分は同じですが、

別件ですので、その件についてはよろしいでしょうか。

---

《 3. 特定保健用食品の表示許可品目に係る報告（規格基準型・再許可） 》

○阿久澤部会長 では、続きまして報告品目に移ります。お手元資料の1になります。消費者庁より御説明をお願いいたします。

○消費者庁食品表示企画課 それでは、資料1をお開きお願いいたします。前回の部会から、許可を出した規格基準型と再許可等により諮問せずに許可したものの報告をさせていただきたいと思えます。済みません、番号を打っていないので、順番に上から説明させていただきたいと思えます。

1つ目は、株式会社明治の製品名「おなか活力プロフェック」というものでございます。こちらは、プロピオン酸菌による乳酸発酵物を関与成分とする浄化でございまして、許可番号446番「B.G.S（ビー・ジー・エス）」の再許可品でございまして、相違点は、商品名となっております。

続きまして、株式会社ローソンの製品名は「食物繊維入りそば」でございまして、こちらは難消化性デキストリンを関与成分とするそばでございまして、食後の血糖値が気になる方に適する旨を特定の保健の用途とする規格基準型の特定保健用食品でございまして。

続きまして、山崎製パン株式会社の「特食パン」でございまして、こちらは、難消化性再結晶アミロースを関与成分とするパンでございまして、許可番号1018号「モーニングバランス」の再許可品でございまして、相違点は、商品名でございまして。

続きまして3品目同時でございまして、マルハニチロ株式会社の「ゼリーdeゼロSPECIAL」、みかん風味、ぶどう風味、マンゴー風味でございまして、いずれも難消化性デキストリンを関与成分とするゼリーでございまして、おなかの調子を整える旨を特定の保健の用途とする規格基準型の特定保健用食品でございまして。

続きまして、以下は全て株式会社東洋新薬ですけれども、順番に申し上げます。

「食後の血糖値が気になる方のお茶」でございまして、こちらは難消化性デキストリンを関与成分とする粉末清涼飲料でございまして、食後の血糖値が気になる方に適する旨の特定の保健の用途とする規格基準型の特定保健用食品でございまして。

続きまして、同じく東洋新薬の「食物繊維たっぷり玄米茶風味」でございまして、こちらはポリデキストロースを関与成分とする粉末清涼飲料でございまして、おなかの調子を整える旨の特定の保健の用途とする規格基準型の特定保健用食品でございまして。

続きまして、ページをおめくりいただきまして残り4品目でございまして、こちらは、まとめて説明をさせていただきたいと思えます。

申請者は全て東洋新薬でございます。商品名は「烏龍茶生活」「まろやか緑茶」「日々の烏龍茶」、そして「からだケア烏龍茶」の4品目でございます。いずれも、難消化性デキストリンを関与成分とする茶系飲料でございます。食後の血糖値が気になる方に適する旨を特定の保健の用途とする規格基準型の特定保健用食品でございます。

説明は、以上でございます。

○阿久澤部会長 ありがとうございます。御意見等ございますでしょうか。どうぞ。

○栗山委員 これに関してはございませんで、ちょっと戻ってしまうようで申しわけないんですが、栗山の発言に対して、その後、追加で賛同する人がいなかったというのは、それは事実としてそうなんだと思いますが。

○阿久澤部会長 どの部分ですか。

○栗山委員 最後に事務局がなされたまとめに関してです。それはそうだと思って、そのことに特にはございませんが、ほかの委員の方々の発言に対して賛同する意見があったか、なかったかということについては別段何もとっていらっしゃらないので、栗山のこういう発言があったという部分だけでしたら私は了解いたしますが、これに対して賛同者がなかったというものをつけ加えるのであれば、ほかの委員の方々の御発言に対してもその御確認をお願いしたいと思います。

○事務局 恐縮でございます。私の発言にミスがございましたので、訂正させていただきます。

○阿久澤部会長 この報告案件ですが、これはもう既に商品として市場にあると考えてよろしいですか。

○消費者庁食品表示企画課 市場に既に出ているかどうかについての確認はしてはおりませんが、今回御報告差し上げたのは全て今月10月2日に許可をした商品でございます。まだ出ているかどうかは、私の目でも確認はしきれておりませんが。

○阿久澤部会長 出ていますね。

○消費者庁食品表示企画課 出ているものも、御存じでしたらあるんだと思います。

○阿久澤部会長 そういうことです。報告案件ですのでよろしいですね。

○栗山委員 感想なんですけど、そうすると実際に許可されると、もう24日時点で発売されるだけの短期間でいろいろなものが変わるんですね。いろいろな背景があつての確認なんですけど、2日に許可されて、表示も全部できて、25日には発売ができるという事実がここにあるということを確認させていただきたかったです。

○消費者庁食品表示企画課 許可されれば、場合によってはその日のうちに店に並ぶ可能性もございます。

○栗山委員 そうですね。そうすると、どこかで3年かかるとか、5年かかるかと言っているのは何なんだろうと思いつつ、質問させていただきました。

○阿久澤部会長 そういうものの報告ということですよ。ありがとうございます。

---

《 4 . 閉会 》

○阿久澤部会長 では、本日は以上です。事務局から連絡事項がございましたら。

○大貫参事官 恐縮でございます。

まず1点ですけれども、本日、表示あるいは広告について正確な情報を御提供いただきました。これまでの部会等において、消費者委員会の事務局のほうからやや間違った説明をしていたことがあるかと思しますので、それらの点については本日の内容が正しいものであるということで訂正させていただきたいと思えます。

あとは、次回の予定でございますけれども、本日も長時間にわたり御審議いただきありがとうございました。次回の部会につきまして、来年でございますけれども、27年1月9日を予定してございます。どうぞよろしくお願いいたします。

○阿久澤部会長 どうもありがとうございます。

それでは、第22回調査部会は閉会とさせていただきます。どうもありがとうございました。