

日本食品保健指導士会会報

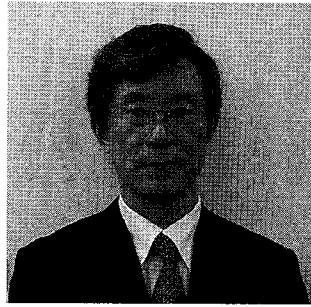
【第19号】 ■発行：平成20年4月1日
■発行所：日本食品保健指導士会

東京都新宿区市谷砂土原町2-7-27 TEL. 03-3268-3160 FAX. 03-3268-3373
(財団法人日本健康・栄養食品協会教育研修部内)

『特定保健用食品の普及啓発』

財団法人 日本健康・栄養食品協会
特定保健用食品部長兼栄養食品部長

橘川 俊 明



特定保健用食品は制度が発足して一七年が過ぎ、市場規模の大きさから考えるとある程度の地位を築いたといえます。日本健康栄養・食品協会が昨年一二月にアンケート調査した二〇〇七年度の市場規模は、前回の二〇〇五年の六三〇〇億円から五〇〇億円増加した六八〇〇億円となりました。この金額は一般用医薬品と肩を並べ、健康食品の半分、医療用医薬品の一角に相当するといわれています。

そもそも、食品の機能としてはすでに栄養機能と味覚機能が明らかにされており、特定保健用食品は食品の第三の機能として一九八四年から文部省(当時)の特定研究「食品機能の系統的解析と展開」で明らかにされた体調調節機能に端を発し、当時は機能性食品として出現した。この特定保健用食品制度はその後事務手続きの簡素化、保健の用途の表示範囲の明確化、規格基準型特保・条件付き特保・疾病リスク低減特保の許可等これまで様々な改正、変更が実施され現在に至っています。

食品企業の特保開発に対する意欲は依然高く、それは特保の許可件数にも反映しています。本年三月一日現在の特保の許可件数は七六四品目に達し、年々右肩上がりでの上昇を示しています。このように市場規模、許可件数ともに増加が続いている特保ですが、消費者の認知度は充分といえないことが、更なる発展を阻んでいるといえます。当協会やその他の種々の調査によると名前の認知度は五〇%を超えていますが、実際のどのような食品で、どのような保健効果があるかの認知度は極めて低いといえます。この実態は特保の普及啓発が充分になされていない結果でもあります。消費者に認知度を高めるための大きな手段としてテレビの力が認められており、毎日のように特保のコマーシャルは流れています。しかし、テレビでは極めて短い時間に大きな効果を引き出さなければならず、結果として、イメージ的な内容とならざるをえません。

特保の普及啓発で重要なことは、時間をかけて消費者にその内容を説明し理解してもらうことです。日本健康・栄養食品協会でも全国の保健所等に特保セミナーの講師派遣のご案内を送り、講師を引き受けています。四月からは特別健康診査・特別保健指導も始まることから、八―三名の食品保健指導士の皆さんにあつても、身近な自社内や地域の方々に特保を含めた健康に資する食品の普及啓発をよろしくお願いいたします。



《特集》
食品保健指導士の

職場を訪ねて③

（株）白元
プロダクトマーケティング部

内木 桂さん



・昭和五七年日本
大学芸術学部卒
・広告制作会社、
映画会社、テレ
ビ局でクリエイ
ティブ業務経験
・昭和六三年、（株）
白元に入社、プロ
ダクトマネジ
メントのリード
ーとして活躍
・食品保健指導士、
ナチュラビオテ
ィスト、抗加齢
医学会正会員

去る三月七日、関本会長と杉浦事務局長が、千代田区麹町の内木桂食品保健指導士（以下指導士と記す）の勤務先を訪ねました。
内木指導士といえ、当会会報第一八号で紹介した日本食品保健指導士会（以下指導士会と記す）のロゴマークをデザインしてくれた指導士です。

親しみやすさも考慮して

マークをデザインしました。

（関本）本日は、お忙しい中お時間をとっていただき、ありがとうございます。

（内木）いいえ、ご足労いただき恐縮です。

（関本）内木さんには、先般、当会のロゴマークをデザインしていただきありがとうございます。採用させていただいたパターンは幹事会で全員一致で決定いたしました。

（内木）私も気に入っているパターンを採用いただき嬉しく思っています。

（関本）どのようなコンセプトでデザインされたのですか？

（内木）指導士は、一般の方々へ健康食品や健康に関するアドバイスをするわけですので、“権威と親しみやすさ”を感じていただくということが大事だと思いデザインしました。

（関本）最後の文字のO（オー）が可愛い顔になっているのがとても親しみやすいですね。その右脇についている小さな丸は手を握っているポーズでしょうか？

（内木）そうですね、消費者のためにがんばろう！という思いをこめてガッツポーズにしました。指導士仲間へのエールです。

（関本）ますますこのマークが好きになりました。すべての指導士の方々に、ぜひ自分自身のロゴマークとして可愛がっていただきたいものです。



指導士受講は自分の意志で決めました。

（関本）先ず、内木さんのプロフィールをお聞かせください。

（内木）父がデザイナー、母がカメラマンという影響もあったと思いますが、大学でデザインの勉強をし、卒業後は、広告代理店、映画会社、テレビ局などでクリエイティブ関連の仕事をしてきました。

（関本）今の白元さんで働くようになったのは、その後ですか？

（内木）そうですね。昭和六三年から勤めております。

（関本）やはり広告とかデザイン関係のお仕事をされているのですか？

（内木）デザイナー採用でしたが、人事異動で製品開発からタッチするようになりましたので、私の仕事はマーケティング全般といえると思います。

（関本）内木さんは、私と同期の指導士養成講習会の三期生ですね。ということは資格を取得されたのは平成一五年ですね。どのような動機で指導士の資格をお取りになろうと思ったのですか？

（内木）当時、会社が健康食品を扱うようになったことと、また私自身も長年健康食品の利用をしていたこともあって、健康食品に関する勉強を本格的にしたいと思ったからです。

（関本）なるほど。でもいろいろところが同様の資格制度を設けておりますので、食品保健指導士に決められるまでに迷いはありませんでしたか？

(内木) インターネットなどであれこれ探しているうちに、(財)日本健康・栄養食品協会(以下日健栄協と記す)が認定している指導士を知りました。同様の資格も比較検討してみましたが、厚生労働省認可法人である日健栄協が最も権威があると思いい、指導士を受講することに決めました。

(関本) 費用はご自分で支払ったのですか？

(内木) いえ、会社に今後の企業活動には、指導士の資格が必要と熱弁をふるって、会社からの申し込みの了解をいただきました。

「ソックタッチ」や「風水製品」

「酸素製品」で大成功しました。

(関本) 内木さんの熱意が会社を動かしたの



日本食品保健指導士会

関本邦敏会長

ですね。ところで、内木さんの会社ではどのような健康食品を扱っているのですか？

(内木) 健康食品は二品目だけで、フアイバー系のダイエット商品があります。著名歌手を使った宣伝効果もあって、ブーム時は、相当売れました。ダイエットサプリメントのジャンルで四位になりました。

(関本) その他にはどのような商品がありますか？

(内木) 健康食品ではないのですが、「ソックタッチ」のマーケティングで成功しました。

(関本) 多くの女子高校生が使っているルーズソックスのズリ落ち防止のアレですか？

(内木) そうです。しかし、その商品は、すでに三六年前に、質の悪い靴下のズリ落ち防止用として販売していたものなんです。その後靴下の質が向上するようになって、売れ行きが落ちてしまいい生産中止になりました。ところが突然のように一九九〇年代中頃から、女子高生のルーズソックスブームが到来しました。それをチャンスと捉え、新しい観点でのリバイバル・マーケティングを展開し、成功することができました。

(関本) 相当売れたでしょう。私の知る限りでは、ルーズソックスをはいている女子高生は、みな使っていたように見受けましたが。

(内木) そうですね。年間七〇〇万本ほど売れました。その成功を契機として、女子高生向けの化粧雑貨ジャンルの製品開発をスタートさせました。女子高生を「ソックタッチフレンド」という名の開発アドバイザーとする新しいモニター制度も作りました。

(関本) なるほど、単品から多品目への展開を考えたわけですね。内木さんは相当会社に貢献してますね。その他の成功例はなんですか？

(内木) そうですね。平成一四年には、当時大流行していた風水にヒントを得て、ドクタコバ氏の協力のもとに、置くだけで開運する芳香剤「風水彩香」を商品化し、大ブレイクしました。

(関本) 風水と芳香剤ですか。その発想はすごいですね。

(内木) その商品のヒットで、「2004日経ウーマン・オブ・ザ・イヤー」iヒットメーカー賞五位に選ばれました。

(関本) 素晴らしいことですね。

(内木) 昨年もオートソーサプリーでヒットメーカー賞四位の賞をいただきました。

(関本) まさにヒットメーカーとしての大活躍ですね。話しは変わりますが、内木さんの趣味はなんですか？

(内木) 小説を書くことが好きですね。

(関本) 小説ですか。

(内木) ええ、少し変わった小説なんですけど、今まで、新製品開発の裏話や女子高生生の投書を題材としたものが講談社X文庫として七冊出版されました。

(関本) 内木さんはマルチ能力をお持ちですね。なかなか普通の人にはできないことです。



*1

「日経ウーマン・オブ・ザ・イヤー」は、日経ホーム出版社「日経ウーマン」誌が毎年主催している、その年



受賞式の記念写真
(中段左から5人目が内木指導士)

出典：日経ホーム出版社



報道陣の依頼に応じ自ら「オーツースاپリ」を試す内木指導士

出典：日経ホーム出版社

に最も輝いた女性たちを表彰する賞です。リーダー部門、ヒットメーカー部門、キャリアアクリエイト部門の三つの部門賞があつて、仕事の評価(新規性、社会への貢献度、成功度)、人物評価(将来性、ロールモデル性)の基準によって、審査員五人と編集部との総合得点でランキングされます。

アンチエイジングに関心があります。

(関本)ところで、内木さんは、ナチュラルオティスト(以下NBと記す)の資格を取られ、また日本抗加齢医学会(以下日加医と記す)の会員となるなどさまざまな勉強をしていますね。

(内木)数年前にNBの資格を取りました。その後、日加医の青木先生のご紹介でその会の正会員となりました。

(関本)NBの資格を取ろうと思った動機は何でしょうか？

(内木)指導士養成講習会を通し予防医学の重要性を知り、当時担当していた新規事業開発のテーマを“アンチエイジング”にして商品開発に生かそうと思いました。また個人的動機としては、青木先生などが提唱される代替医療をベースにした“食・運動・休養”を重視する考え方に共鳴したからです。

(関本)NBの資格と指導士とは相乗的な効果がありますか？

(内木)大いにありますね。NBは「食」や「法令」に関する講義は少ないです。両方の

知識は双方の内容を充実させてくれると思っています。

(関本)今後、指導士の資格をどのように生かしていきたいですか？

(内木)消費者との接点で役立たせたいと思います。指導士の資格をもっていることは消費者に安心感や信頼感を与えることにも役だつと思えます。

(関本)仕事がお忙しいことと思いますが、ぜひパブリックな立場でも指導士の職能を発揮していただきたいと思いますが。

(内木)そうですね。私も将来的に会社務めの時間を少しずつ減らせるようにして、社会的活動を多くしていきたいと願っています。

(関本)最後に、今後、指導士会や日健栄協に、何か望むことはありませんか？

(内木)最もお願いしたいことは、指導士の知名度をもっと高めて欲しいことです。

(関本)そうですね。まだまだ一般消費者で、指導士を知っている人は少ないですね。今後、日健栄協ともさらに深い協力関係を築いて、様々な活動を活発化させ、知名度アップを果たしていきたいと思っています。そのためには、多くの指導士の方々に、当会に目を向けていただき、大いなる協力をしていただきたいと思います。

(内木)私もこの会を大事に思っています。できるかぎり協力させていただきます。

(関本)内木さんには、何回か後の「日経ウーマン・オブ・ザ・イヤー」を、ぜひ指導士の立場で受賞していただきたいものです。本日はありがとうございました。

『日健栄協』情報

(財)日本健康・栄養食品協会では、現在、「健康食品の安全性評価ガイドライン」を作成中です。三月一日に開催された日本健康科学学会シンポジウムにおいて、林理事長がその内容を発表されました。参考までに講演抄録を紹介いたします。

『健康食品の安全性評価ガイドライン』

財団法人 日本健康・栄養食品協会

理事長 林 裕 造

ガイドライン作成の経緯

消費者は日常の食生活を通じて健康で役立つものの摂取を望んでいる。食品企業は生命科学の知見に基づいて、健康の保持・増進に効果のある製品(広義の健康食品)の開発に努め、関連行政機関もそれぞれの立場から健康食品を正しく普及させるための施策に尽力している。各方面の努力の積み重ねの上に、健康食品は紆余曲折を経ながら日本の社会に定着しつつある。

特定保健用食品(トクホ)の制度はカルシウム、オリゴ糖、食物繊維など、機能につい

ての科学的知見があり、品質規格の化学的基準が設定しやすい成分を配合した食品の普及に貢献しているが、一方、この制度ではトクホ以外の「健康食品」が一般食品扱いにされており、これが「健康食品」を玉石混滑の状態に導いている原因の一つになっている。

厚生労働省は平成一九年七月に食品安全部長の諮問委員会として「健康食品安全性評価検討会」を設置し、「健康食品」を「健康の保持・増進への効果を標榜する食品」という観点に立って、安全性を中心にその扱い方が検討されることとなった。検討会では「健康食品」からトクホを除いたものを「いわゆる健康食品」と定義し、第一の課題として、「いわゆる健康食品」を対象とした安全性評価ガイドライン案の作成が開始された。

健康食品の安全性確保

「健康食品」の安全性を確保するためには、左記の条件を充たす必要がある。

- 一) 製品の安全性認証: 科学的に妥当な安全性評価ガイドラインの作成とその活用が前提となる
- 二) 安全性と有効性を考慮に入れた品質規格についての基準設定
- 三) 品質管理、製造管理下で規格基準に見合った製品を安定的に生産する体制の確立 (GMP)

安全性確保を徹底させるためには、右記三条件の他に、四) 製品が右記三条件を充たしていることについての消費者への情報提供、五) 製品の安全性および有効性についての市販後調査による確認が必要である。

安全性認証の主体

認証には、事業者自身によるもの、国によるものおよび第三者組織によるものがあり、それぞれに長所と短所がある。

- 一) 事業者による自己認証: 適切な専門家の参画/協力により実施されれば、科学的/技術的に妥当な認証が可能であるが、現状では消費者の理解は得られ難い。
 - 二) 国による認証: 食品衛生法によると、食品は原則自由の扱いをされているので、国による安全性認証は適切といえない。
 - 三) 第三者認証: 必要な員数の専門家集団の参画により、現実に即し、科学的観点に立った認証が可能になる。消費者の理解、信頼感も自己認証に比べて高い。
- 第三者認証組織としての国からの認定が得られれば消費者の信頼度は高まる。

安全性認証の実際

- 一) ガイドラインの作成: 「いわゆる健康食品」の安全性評価ガイドラインの原案が作成され、現在、厚生労働省に提出される最終案の刊行に向け、食品企業、消費者団体、学識経験者の意見を取り入れた改定作業が進められている。
- 二) ガイドライン活用の手引き作成: 企業がガイドラインに基づいて自社の製品の安全性確認をする際のマニュアルの作成も考慮すべきであろう。
- 三) 第三者が企業から提出された資料に基づいて製品の安全性を判定する際の基準の策定も重要課題である。

(Health Science: Vol. 24, 2008, 31-32)

『健康博覧会2008』

食品保健指導士会の

タイアップ企画大成功!

- ◆主催 C M P ジャパン(株)
- ◆協賛 (財)日本健康・栄養食品協会、日本健康科学学会、他
- ◆協力 日本食品保健指導士会
- ◆会期 平成二〇年二月二七日～二九日
- ◆会場 東京ビッグサイト
- ◆来場者 3万8600人

年中行事として定着した「健康博覧会」は、業界イベントとしては国内最大です。

食品保健指導士養成講習会の講師をお務めいただいている牧野順一先生は、同展示会の主催者であるC M P ジャパン(株)の社長です。

昨年一〇月、その牧野社長より、日本食品保健指導士会(以下指導士会と記す)に、タイアップ企画の申し入れがありました。

その内容は、指導士会は健康食品業界に新規参入を志向する企業に対する特別セミナーを担当する。C M P ジャパン(株)は、指導士会に展示ブースを無償提供するというものです。

早速、当会の第六回(二一／九)幹事会で実施することを決議し、その後、実行に向け、左記のとおりスタッフ編成を行いました。

《健康博覧会2008実行スタッフ》

・総責任者 会長／関本邦敏

・実行責任者 事務局長／杉浦上太郎
・会計責任者 幹事／高村修一
・セミナー講師 菅野敏博、林真知子、石井富佐恵、永島正

・説明要員 尾川利恵子、藤澤京子、松山理恵子、内木桂、佐藤衣代、横田和子

・協力 幹事／阿部真、能美茂
(以上一五名／敬称略)

指導士会をPRするための主要の展示物として、三枚のパネルを制作しました(①指導士の資格紹介、②指導士の概要、③指導士の活動状況)。その他、日健栄協の協力を得て、四枚のパネルを借用しました(①日健栄協の概要、②J H F A表示制度の概要、③J H F A製品群の紹介、④指導士の説明)。

新規参入セミナーのテーマと担当講師は次記のとおりです。

- (二／二七)「ポイント①原料」菅野敏博
- 「ポイント②加工」林真知子
- (二／二八)「ポイント③販売」石井富佐恵
- 「ポイント④表示」永島正

セミナーが始まる前から会場に用意された六〇脚の椅子席はすぐに埋まるほど。とくに二日目の二八日は、立見席も溢れんばかりの状態となつて、前方の床に座りこむ聴衆も出ました。それにも係らず、聴衆は最後まで静かに聞き入っていました。その真剣な態度から、「健康食品」特有の難解さをなんとか理解し、問題を起こさないようにしたいという意志が痛いほどに伝わってきました。

四人の講師は、持ち前の専門性を發揮し、熱心な聴衆の期待に十分応えました。また、講演の後も、指導士会のブースに訪れた聴衆の質問にも丁寧に対応していました。

我々の展示ブースは、日健栄協のブースに隣接しており、相互に補完関係を發揮できる好位置となつておりました。

三日間の来訪者は、推定で約四〇〇名。その内、二五%ほどの方が、指導士の資格に興味をもち、次回の指導士養成講習会の案内の送付を希望していました。指導士の潜在的ニーズは相当高いものがあると思われました。

六名の説明要員の方々は、多くの来訪者に手際よく対応をしていました。他のブースには絶対勝つていると自負したくなるようなチームワークぶりが見事でした。

滋賀県の坂口陽子さんを皮切りに十数名の指導士が来訪されました。地方の方とはなかなか会う機会がありませんが、このような機会を利用して、親交を深めることは、大変意義深いことです。また、他の展示ブースで活躍している指導士の所へも表敬訪問し、今後の互いの活躍を約束しました。

今、新しい秩序づくりを目指して激しく動いている「健康食品」業界において、その核になるのは、まさに日健栄協しかないと思います。そこに帰属する私たちは、アドバイザースタツフの本旨本流の見識のもとに、このようなイベントや幅広い活動を積極的に展開することによって、必ず社会的評価を積み重ねていけるものと確信いたします。

関係各位の協力を深く感謝申し上げます。



▲菅野敏博講師 ▼会場一杯の聴衆 ▲林真知子講師 ▲石井富佐恵講師 ▼永島正講師



▲（中央）坂口陽子指導士、（右）関本会長



▲日健栄協と隣接する指導士会の展示ブース



▲（左）吉池修指導士



▲（左）五十嵐指導士・（中央）佐藤指導士



▲（左）岡本指導士・斎藤職員



▲大盛況の指導士会の展示ブース



▲（左から）阿部幹事、石井指導士、成田指導士

千葉県消費者団体連絡協議会
 消費者大会Ⅱ
 杉浦上太郎指導士が
 記念講演を行う！



去る三月一七日、千葉県消費者団体連絡協議会（会長／和田三千代）の依頼によって、杉浦上太郎指導士が、千葉県生活者センター（船橋市）において、講演を行いました（参加者六〇名）。因みに同協議会は、千葉県下で一〇団体を傘下にもつ大規模な消費者団体です。演題は「油の種類と賢い利用方法」。詳細内容は、油脂の概念、脂質代謝、トランス脂肪酸、油の選択方法等、油に関して総合的な講演を行ったとのこと。

杉浦指導士は、すでに千葉県下で一〇回ほどの講演実績をもっています。そのよしみで、杉浦指導士より同協議会に対し、市民講座の開催につき提案中とのこと。今後に期待しましょう。

《地区活動状況》

◎第一二回東京都地区会

- ・日時／平成二〇年三月一八日（火）
一八時三〇分～二〇時三〇分
- ・場所／（財）日本健康・栄養食品協会
三階会議室
- ・研修／「卵の不思議」関本邦敏会長
出席者／二〇名
- ・研修の後、参加者で討議し、東京地区の活動の活発化を目指し、支部長・副支部長候補者及び世話人を決めました。次回の幹事会にて検討される予定です。（松山理恵子記）

『第五回関西地区会』

Ⅱ開催のご案内Ⅱ

- ◆日時：平成二〇年四月一九日（土）
一三時三〇分～一五時三〇分
- ◆場所：エルダーホーム志賀本通
名古屋市北区大蔵町二八
電話 052-918-8555
地下鉄名城線「志賀本通」駅
下車二番口より徒歩二分
*名古屋駅から一五分ほど
- ◆研修：①「免疫乳酸菌」関本会長
②「油の利用法」杉浦事務局長
- ◆申込み：左記に連絡して下さい。
現地世話役／近藤敬子指導士
（携帯）090-1568-1811

日本食品保健指導士会活動

●平成一九年度第七回幹事会

- ▽平成二〇年一月一日（金）
於／ロイヤルパークホテル内中華レストラン
- ▽出席幹事／関本会長、池田副会長、高村・阿部・岸本幹事、杉浦事務局長（六名）
オブザーバー／日健康協・教育研修部斎藤悠子職員（一名）
- ▽議題／①H一九年度会計中間報告の件、②健康博覧会参画の件、③千葉県の支部化への移行及び支部長推薦の件、④その他の件

●平成一九年度第八回幹事会

- ▽平成二〇年二月二二日（金）
於：（財）日本健康・栄養食品協会1F
- ▽出席幹事／関本会長、池田副会長、高村・阿部・松山・岸本・能美幹事、杉浦事務局長（八名）
- ▽オブザーバー／日健康協・教育研修部岩浪課長（一名）
- ▽議題／①Web Page進捗状況の件、②健康博覧会セミナーの開催、出展の進捗状況の件、③会計関係の件、④諸連絡事項の件、⑤教育研修部の活動情報の件、⑥その他の件