



第5回 食品衛生基準審議会新開発食品調査部会

サプリメントの定義とGMPについて

2026年2月5日(木) 一般社団法人全国消費者団体連絡会

現在の全国消団連の活動



一般社団法人 全国消費者団体連絡会

「消費者の権利の実現とくらしの向上、消費者団体活動の活性化と
消費者運動の発展に寄与すること」を目的として活動

【会員団体】 47団体 (2025年5月末現在)

地域単位の消費者連絡組織 25 全国的消費者団体 14 消費者問題に関わる非営利組織 8

団体間で緩やかにつながりながら、消費者問題、食品の安全・表示、環境・エネルギーなど、くらしに関わる様々なテーマについて、国の審議会等への委員参加や意見書の提出などを通して、消費者の立場から意見発信を進めています。

また、消費者団体をはじめ、専門家や行政などとのネットワークづくりや国際消費者機構(CI)との連携を進め、学習活動・政策提言・立法運動に取り組んでいます。

現在の全国消団連の活動



* 消費者のくらしに関わる様々なテーマ

- ・ 消費者政策分野
- ・ 食の安全・表示分野
- ・ 環境・エネルギー分野



- 国の審議会等への委員参加
- 意見書等の提出
- 学習会等の開催
- 法改正等に関するロビー活動

* 機関誌「消費者ネットワーク」の発行

* HP、X（旧Twitter）、Facebookによる情報発信

* これらを通して、消費者の立場からの意見発信をすすめている

また、消費者団体をはじめ専門家や行政などとのネットワークづくりや、
国際消費者機構（CI）との連携をすすめ、学習活動、政策提言、立法運動
に取り組んでいる

<全国消団連のこれまでの取り組み>

《健康食品をテーマとした学習会の開催》



2020年9月25日

「健康食品との付き合い方」講師：秋元京子さん（食品安全委員会）

2023年9月13日

「科学的に考える！機能性表示食品」講師：畝山智香子さん（国立医薬品食品衛生研究所）

「消費者から見た機能性表示食品制度の問題点」講師：森田満樹さん（FOOCOM）

2024年7月25日

「消費者から見た機能性表示食品」

～紅麹問題で制度はどう変わっていくか～ 講師：森田満樹さん（FOOCOM）

参加者の感想（アンケートより抜粋）

- 機能性表示食品やトクホなど健康食品全般の区分や制度が複雑で、消費者には理解しがたい。
- 通販番組や新聞広告を見て「効く」とか「治る」と思っている高齢者が多く、表示の問題が大きいと改めて思った。
- 購入する時もしっかり検討しなければ危ないという認識がある。効能をうまくうたった広告に惑わされる。
- メディアの伝え方も一方的で、話題性があることやニュースになるようなことばかりが報道されている。
- 消費者は自ら学び、制度や効能を認識したうえで健康食品に向き合うべきだと思った。

＜消費者の現状を踏まえ、問題だと感じていること＞

●あらゆるメディアにおいて、健康をアピールする食品があふれ、消費者は身体にいいもの、或いは健康になれるものと考えて、期待して、安易に購入（摂取）する傾向がある。しかし健康食品やサプリメントと呼ばれるものに明確な法制上の定義がないうえ、摂取することで思わぬ影響を受けることや、健康を害することもありうる。

●健康食品のうち特にカプセル・錠剤・粉末・濃縮エキスなどを食べる際には、ばくろ量が圧倒的に多くなることから安全上のリスクは高くなる。一回の量が多だけでなく、それを長期間食べ続けることは、さらにリスクが高いと言える。消費者がリスクの高さを認識せず摂取してしまうのは憂慮すべきこと。

●健康食品を摂取するかどうかは、消費者が自分で判断して選択するもの。有害な事象も、有効性も、利用した消費者が自分で評価するもの。そのためには、消費者が正確な情報を得ることや、立ち止まって考えることが必要。

健康食品の全体像、区分、医薬品との違い、利用する際の注意点など、健康食品についての知識を深め、リテラシーを高め、健康食品との適切な付き合い方を学ぶ必要がある。

＝錠剤やカプセルなど、通常の食品とは異なる形状を持ち、過剰摂取などのリスクがある「サプリメント」について消費者が正しく認識する必要がある。

今後は「サプリメントの定義」を明確に定め、定義に沿った運用を開始するべきである。

<サプリメントの定義をどう考えるか>

全国消団連では、特に以下の点が「サプリメントの定義」として重要であると考えます。

- ① **目的**：健康の保持増進をうたって販売されるものである。
効くかどうかは確かではないので、「健康に役に立つものとして」ではなく、健康に役立つものとうたって 又は それを目的として販売するもの。
また、健康な人が「食事を補う目的」で利用するものである。
- ② **形状**：定義には形状を含めるべきである。
カプセル・錠剤・粉末・濃縮エキス、一部のグミやタブレットなどを含め、特定の栄養素や成分を濃縮したもの。医薬品ではなく、一般的な食品とも違うもの。

<以上を踏まえ、次の点を要望します>

- ① サプリメントの定義を明確に定め、サプリメントに該当する食品には、容器包装の表面（上部）に「サプリメント」と表記することを義務付けるべき。その際に機能性表示食品や栄養機能食品と重なるものは、両方を併記する。
- ② サプリメントと定義されるものには遵守すべき注意事項を分かり易く表示するべき。（食べ方、飲み方、適量、飲み合わせ、健康に異変があったときの手段など。）
- ③ グミサプリやチュアブルのタブレットのようにお菓子の姿をしている食品も「健康の保持増進をうたって販売されるもの」である以上は「サプリメント」の範疇として定義されるべき。
- ④ 目的・形状のどちらの要件にも該当しないものはサプリメントに含めない。
（例、ラムネのような一般的なお菓子やドリンク、ゼリーなど）
- ⑤ サプリメントと定義される食品は、売り場を一般食品と一緒にしないことや、容器包装の差別化をするよう（お菓子と紛らわしくしない、子どもウケするキャラクターを使うべきではない等）メーカーや販売店に到達すべき。安易に子どもが興味を持つことや、お菓子のような感覚で安易に摂取することがないような注意と工夫が必要。また、成長や骨・視力などをうたった「キッズ向けサプリ」を子どもに与える際は、喉の詰まり、過剰摂取等に最大限の注意を払う旨を、保護者に向けた注意喚起として徹底するべき。

<サプリメントの定義と製造管理及び品質管理等（GMP）について>

「機能性表示食品」におけるサプリメント形状の加工食品については、制度改正によりGMPが義務化されました。

今後はサプリメントの定義が明確にされることで、「機能性表示食品」に限定することなく、錠剤やカプセル剤、グミなども含め「サプリメント」と定義されるものには、製品の製造・品質管理におけるGMP（適正製造規範）を遵守するべきと考えます。

<まとめ>

健康でいるためには、食生活、運動、休養や睡眠など、普段の生活の在り方がなにより大切であることを頭に置きながら、消費者は「自分の健康に何が役立つのか」を自ら考える必要があります。

そのためには、信頼できる情報をもとに健康食品を正しく選択できる環境や、サプリメントの定義、表示や広告の在り方を整備するべきと考えます。

ご清聴ありがとうございました。