

機能性表示食品

今年の4月より始まった「機能性表示食品制度」ですが、日経トレンディ12月号に掲載された2015年ヒット商品ベスト30では、「機能性表示食品」は30位となっています。既存の食品を機能性表示によりリニューアルすることで、売上を大きく伸ばしている商品もあるようですが、ドラッグストアやスーパーの食品売り場へ行っても、「コconaツオイル」や「プリン体と戦う」をキャッチコピーにしたヨーグルトなどTV等で話題になった食品が目立つことも多く、個人的には消費者の認知はまだまだこれからかなといった印象です。

消費者庁のホームページで確認すると現在（11月13日更新）受理された届け出は138件となっています。肌の調子を整える、肌の潤いに役立つ、光の刺激から目を保護する、目の機能を維持する、睡眠の質の向上といった、これまで特定保健用食品では出来なかった様々な新しい機能性表示食品が次々と届け出られている現状です。

これまで「機能性表示食品」のほとんどが加工食品や飲料でしたが、8月に生鮮食品として「三ケ日みかん」と「大豆イソフラボン子大豆もやし」の2品が生鮮食品として初めて届け出が受理されたのはトピックスです。「三ケ日みかん」に関しては、「骨の健康に役立つことが報告されています」などと記載された段ボールに詰められ、4日から出荷が始まっているようですが、実際に手に取られた方はいらっしゃいますでしょうか。

また、労働安全衛生法の改正により、今年の12月から50人以上の従業員が所属する事業場で「ストレスチェック」が義務化されることになりました。睡眠の質の向上といった抗ストレスに関連した機能性表示食品市場にも影響を与えそうです。

今後の機能性食品市場の変化を予想し対応していくためには、「機能性表示食品」の届け出や販売状況を注意してみていく必要があります。

（日本メナード化粧品・小杉）