

第 4 回事業者向けアンケート

「機能性表示食品等・消費者のヘルスリテラシーに関する

事業者の実態調査」報告書

配信者：一般社団法人健康食品産業協議会（JAOHFA）

作成：同 ガイドライン分科会

配信日：令和 7 年（2025 年）7 月 3 日（木）

機能性表示食品制度は 2015 年の発足から 10 年を迎えました。この間、健康食品産業協議会（JAOHFA）では分科会活動においてテーマ毎に機能性表示食品制度等の見直しに向けた取組みを進めてまいりました。その一環として、これまでに、本制度に関わる事業者を対象としたアンケート調査を 2016 年度、2019 年度、2021 年度に実施しました。今回は、前回（第 3 回）のアンケートを引き継いだ定点観測を基本に、小林製薬の紅麹関連健康被害に関する報道の影響、健康被害情報収集に関する課題、国立健康・栄養研究所の安全性情報削除の影響、PRISMA2020 対応など制度改正に関する課題と懸念点について把握すべく質問を追加し、業界団体に所属する事業者を対象としたアンケートを実施いたしましたのでご報告いたします。

本調査報告の作成に当たり、当会会員をはじめとした機能性表示食品の製造、開発、販売を行う各事業者様からは多大のご協力をいただいたことに深く感謝いたします。

報告書目次

I. 調査概要

回答者した事業者のプロフィール

II. 調査結果

- 1) 消費者のヘルスリテラシーについて
- 2) 「機能性表示食品の届出情報検索」ページの情報開示の在り方について
- 3) 製品の安全性について
- 4) 機能性表示食品制度改正、更新について
- 5) 機能性表示食品を中心とした保健機能食品に関する課題・要望
- 6) 消費者庁への要望
- 7) 健康食品産業協議会への要望

III. 前回調査との比較・回答者属性別分析結果

まとめ

I. 調査概要

目的：機能性表示食品の販売・届出や、消費者のヘルスリテラシーの向上に関する事業活動について、事業者の課題・要望を把握する。調査結果を踏まえ、行政や関係団体での活動、消費者への対応を見直し、取組みを強化する。

対象：健康食品産業協議会、日本抗加齢協会、日本通信販売協会の会員に含まれる事業者

方法：インターネット調査

調査期間：2025年1月31日～2025年2月14日（期間終了後の回答も受付け集計）

調査内容：

1. 消費者のヘルスリテラシーについて
2. 「機能性表示食品の届出情報検索」ページの情報開示の在り方について
3. 製品の安全性について
4. 機能性表示食品制度改正、更新について
5. 機能性表示食品を中心とした保健機能食品に関する課題・要望
6. 消費者庁への要望
7. 健康食品産業協議会への要望

回答数：

	今回アンケート（2024年度）	前回アンケート（2021年度）
回答数	80社（前回比67.2%）	119社

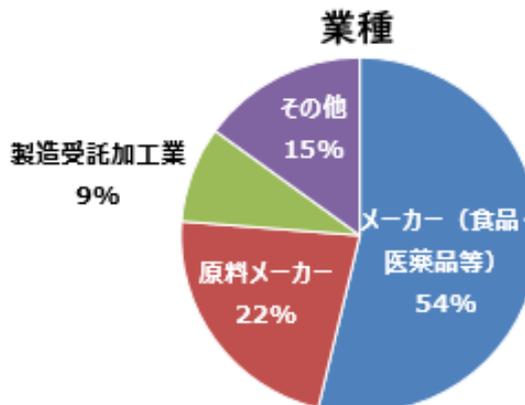
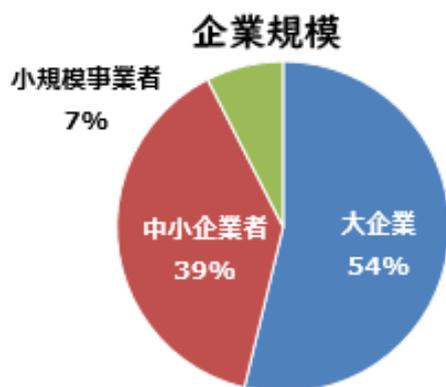
※前回アンケートでは店頭での消費者のヘルスリテラシーについて把握するために日本チェーンドラッグストア協会への回答協力を依頼したが、今回は店頭での状況に関する設問を除いたため、同協会への依頼を行わなかった。

用語説明：複数回答は（MA）と記載

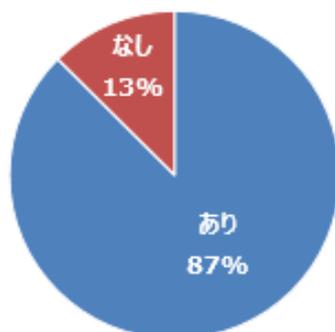
1つの質問に対し、あてはまるものを複数選ばせるもの

（英語表記：Multiple Answer 略称：MA（IムIー））

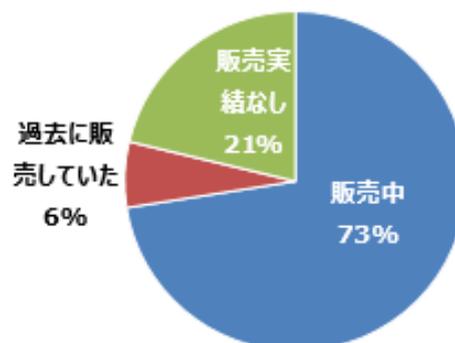
回答した事業者のプロフィール（N=80）：



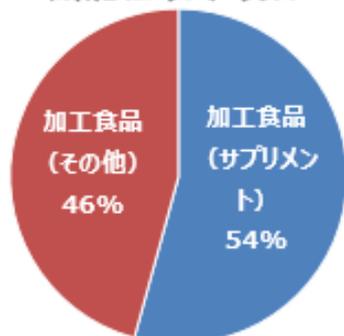
機能性表示食品の受理実績



機能性表示食品の販売状況



販売中の機能性表示食品の区分



所属団体※重複あり

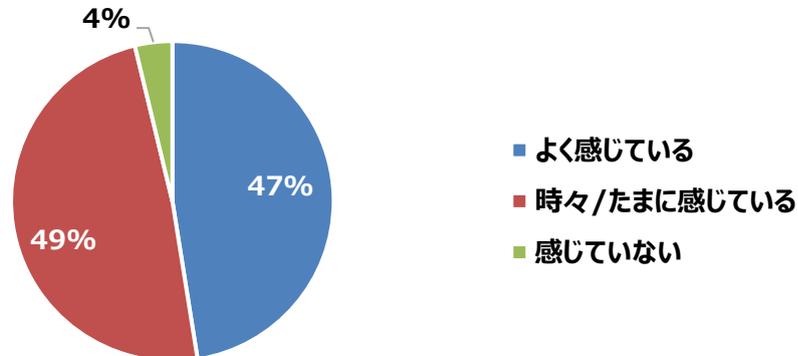
(一社) 健康食品産業協議会	59
健康と食品懇話会	29
(一社) 国際栄養食品協会 (AIFN)	3
(一社) 日本栄養評議会 (CRN ジャパン)	20
(公財) 日本健康・栄養食品協会	51
薬業健康食品研究会	4
(一社) ウェルネスフード推進協会	6
(NPO) 日本抗加齢協会 (JAAF)	33
(公社) 日本通信販売協会 (JADMA)	8

II. 調査結果

1) 消費者のヘルスリテラシーについて

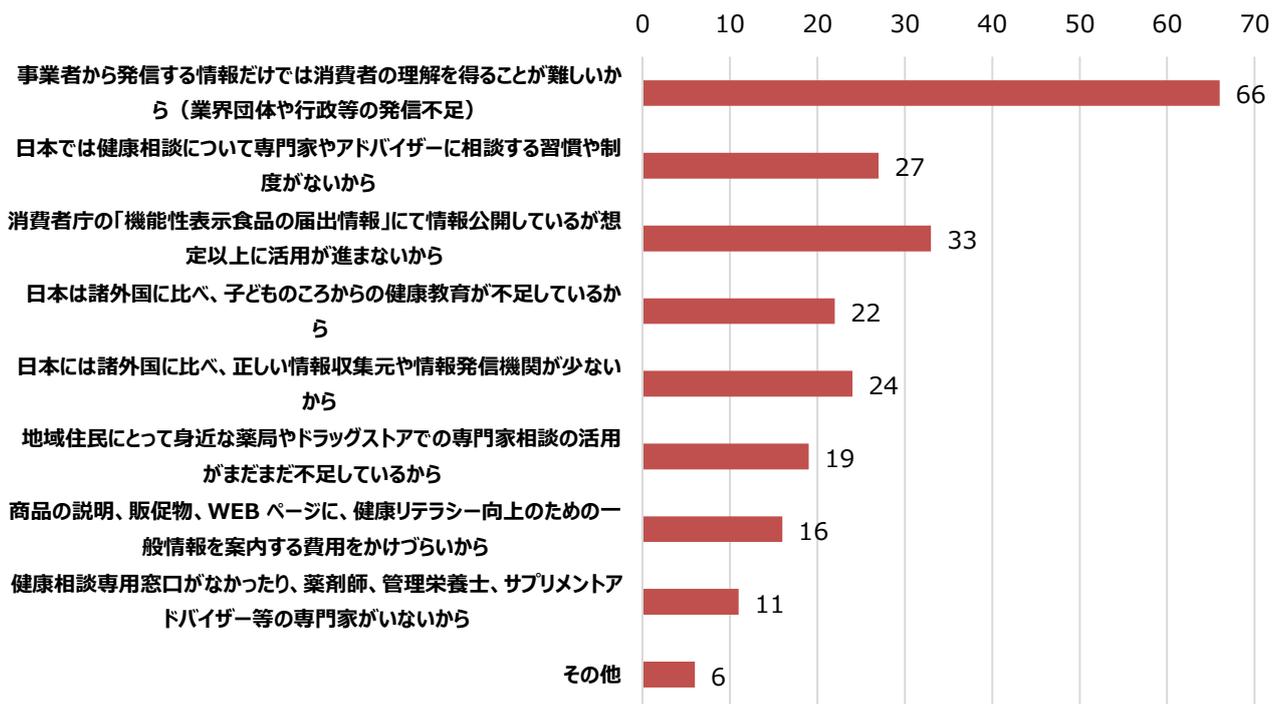
Q1	消費者のヘルスリテラシーの向上のための販売活動や、商品に関する情報提供に関して、日ごろ課題を感じますか。
-----------	--

(N=80)



Q2	Q1で「よく感じている」「時々/たまに感じる」と回答した方に質問です。 消費者のヘルスリテラシーが向上しづらい原因（理由）について選択してください。（MA）
-----------	---

(N=77)

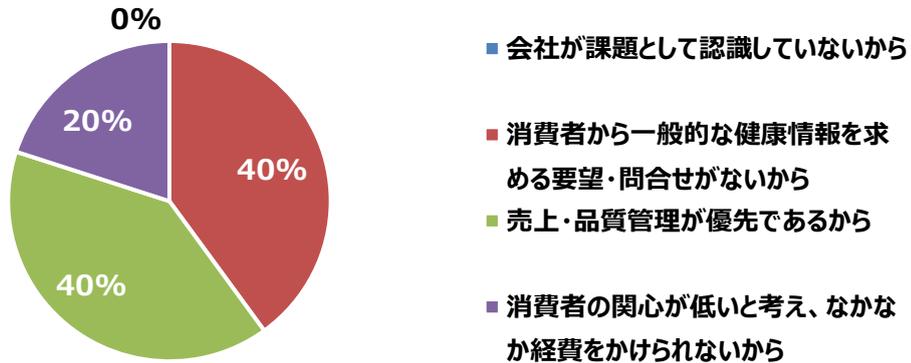


その他（自由記述）

- ・食品に限らず使用前に注意事項を読む等の製品使用について教育が不足している
- ・高齢者には、WEB 操作が困難であり、情報入手方法が難しくなっている可能性がある
- ・ネットや各メディアの情報を信じやすく、それらの情報が正しいとは限らないから
- ・SNS 等の普及により真偽が確かでないインパクトが大きい情報が、正しい情報より早く早く拡散してしまうから
- ・情報があふれており、正しい情報の正誤判断が難しいから

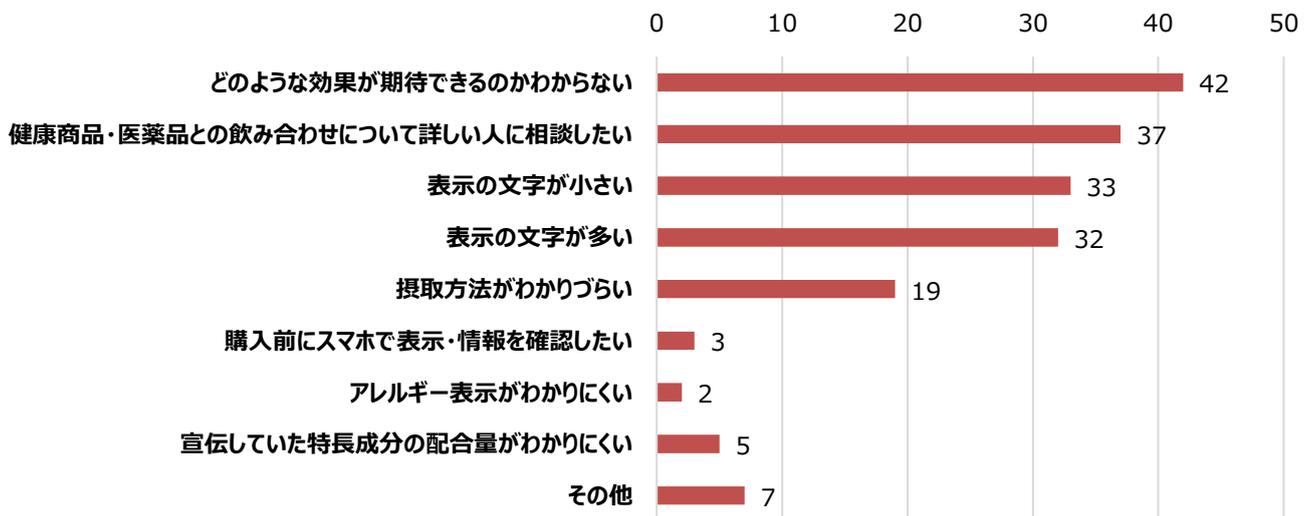
Q3 Q1 で消費者のヘルスリテラシーに関して日ごろ課題を「感じていない」と回答した方に質問です。その理由を教えてください。(MA)

(N=3)



Q4 商品パッケージの表示について、消費者から実際に聞くことが多いと感じるお困りごとやご意見について教えてください。(MA)

(N=80)

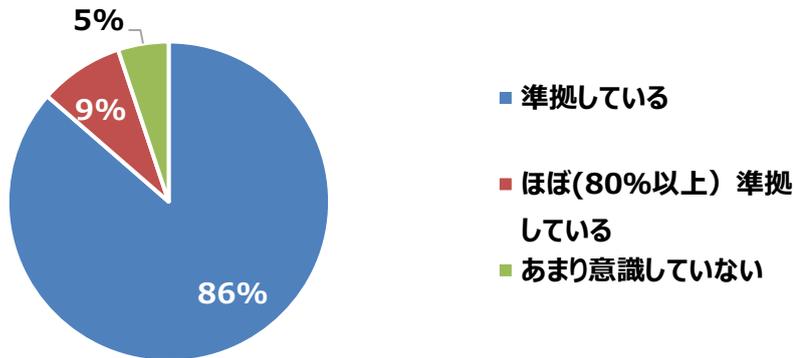


その他（自由記述）

- ・機能性表示食品といわゆる健康食品の違いについて
- ・いつ・どのくらい摂取したらいいか効果的な摂取タイミングに関して（2件）
- ・過剰な期待を持たれてしまう

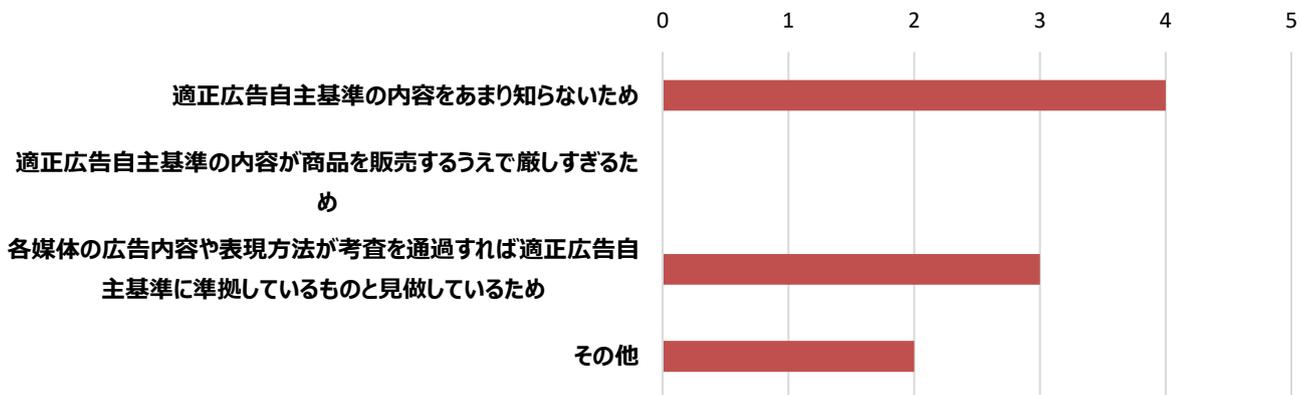
Q5 自社の Web サイトや通販サイトで公開している機能性表示食品に関する情報は、『「機能性表示食品」適正広告自主基準』に準拠していますか。（販売中の事業者のみ）

(N=59)



Q6 Q5 で、『「機能性表示食品」適正広告自主基準』を「ほぼ（80%以上）準拠している」もしくは「あまり意識していない」と回答したのはなぜですか。（販売中の事業者のみ）

(N=9)



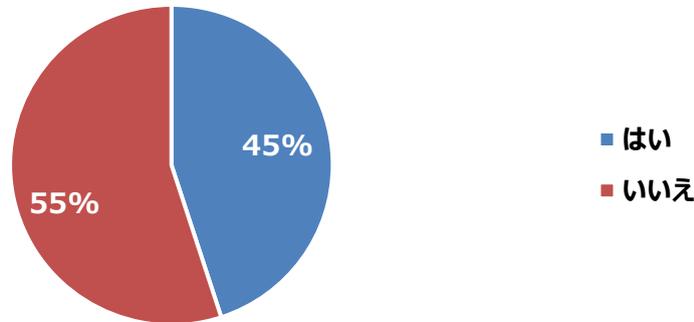
その他（自由記述）

- ・現在販売実績がないため
- ・最低限の表示に留めているため

2) 「機能性表示食品の届出情報検索」ページの情報開示の在り方について

Q7	機能性表示食品を販売中の方に質問です。 消費者庁で公開されている「機能性表示食品の商品ごとの届出情報」へのリンク、もしくは「機能性表示食品届出情報の検索画面」へのリンクを、自社の Web サイトや通信販売サイト内に表示していますか。
-----------	---

(N=60)



Q8	Q7で「はい」と回答した方に質問です。 消費者庁の届出情報ページへのリンクボタンは、強調表示をする等して、消費者を誘導しやすいようになっていますか。（受理実績あり、かつ販売中の事業者のみ）
-----------	---

(N=27)



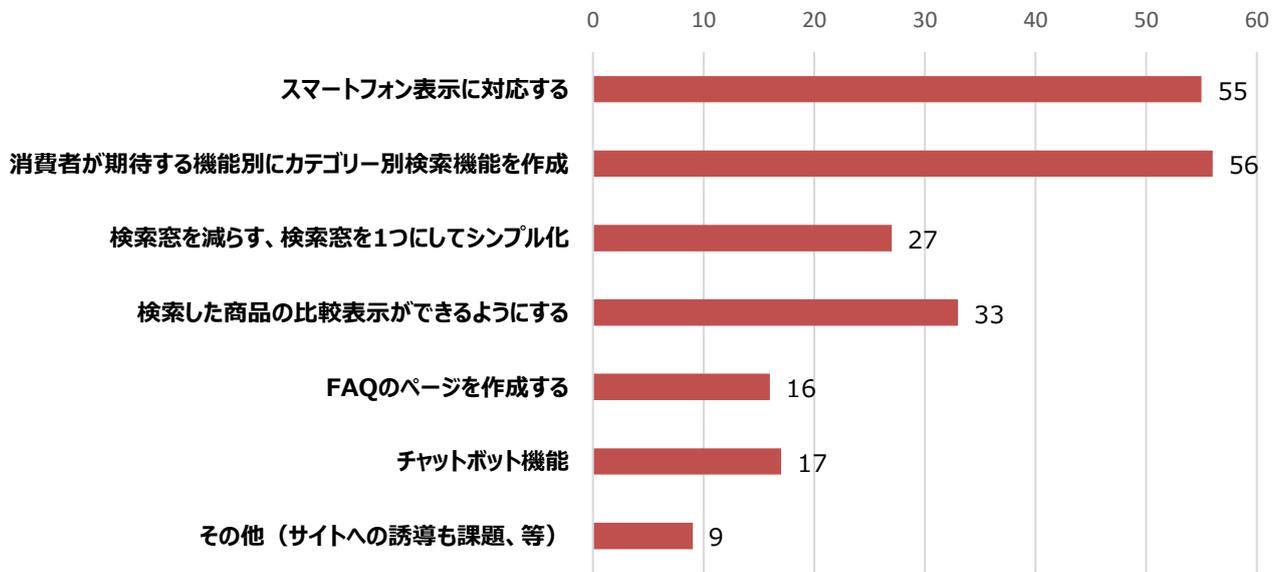
Q9	Q7で「いいえ」と回答した方に質問です。自社の Web サイト内に消費者庁の届出情報へのリンクを表示していない理由について教えてください。（MA）
-----------	---

(N=32)



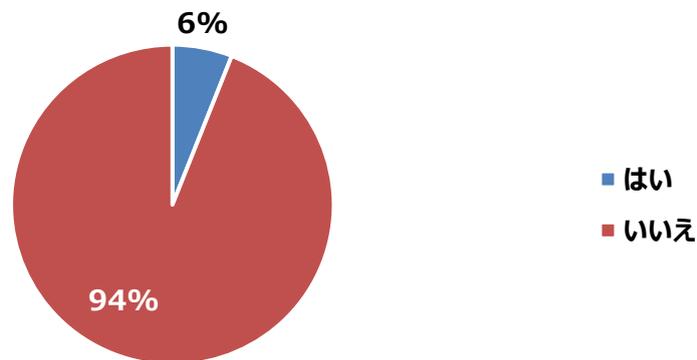
Q10 消費者庁の「機能性表示食品 届出情報検索」「商品ごとの届出情報」ページについて、消費者の更なる活用促進のために改善した方が良い点を教えてください。(MA)

(N=80)



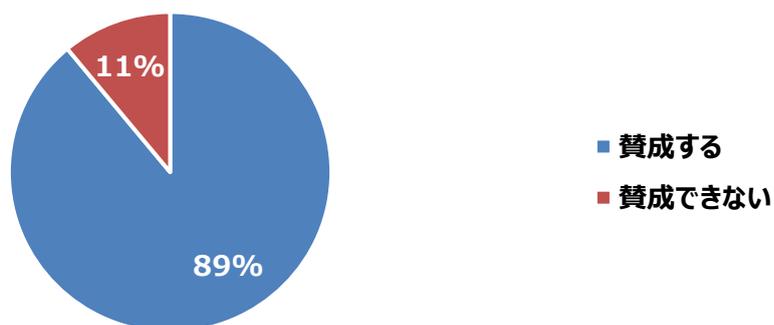
Q11 消費者庁の「機能性表示食品 届出情報検索」ページは、消費者にとって使いやすいと感じますか。

(N=80)



Q12 消費者用「検索窓を減らしたシンプル検索機能」ページを新たに作成し、事業者用「詳細検索機能(現状のままの検索機能)」と入り口を分けて設置することについての賛否についてお答えください。

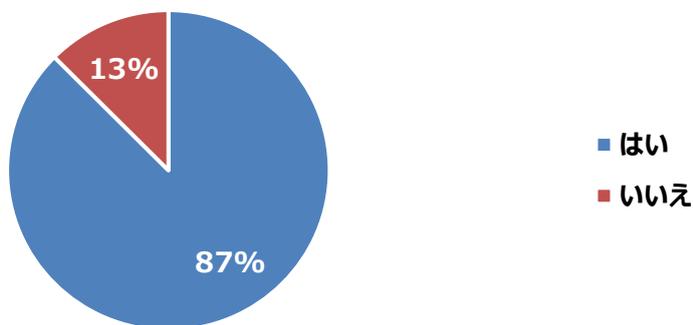
(N=80)



3) 製品の安全性について

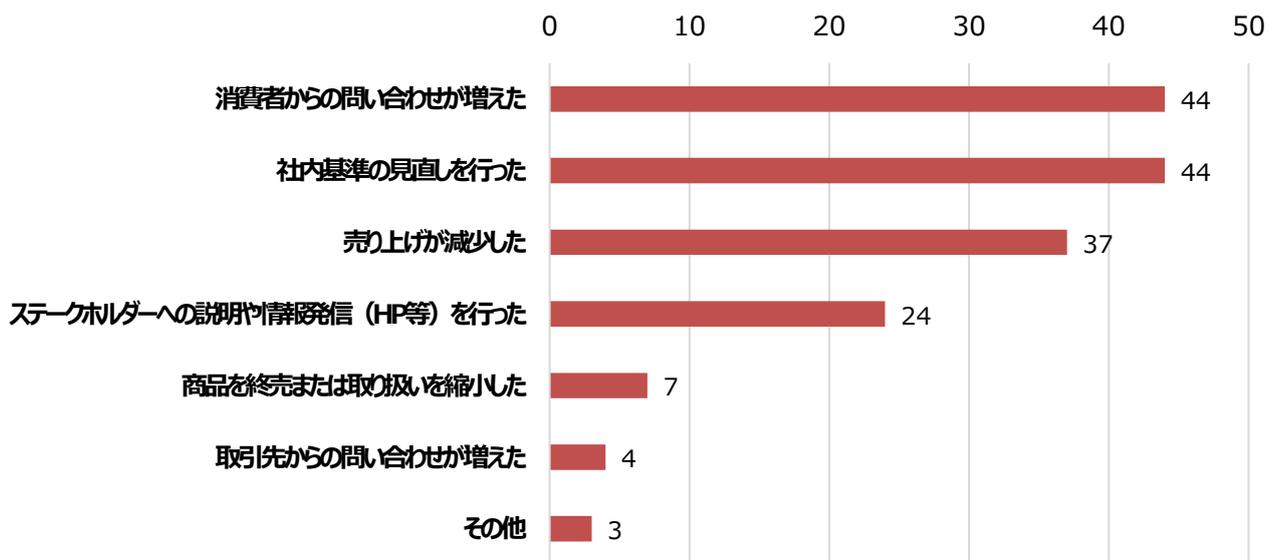
Q13 小林製薬の紅麹関連製品による健康被害に関する報道を受けて、事業や業務に影響はありましたか。

(N=80)



Q14 Q13で「はい」と回答した方に質問です。どのような影響がありましたか。(MA)

(N=70)

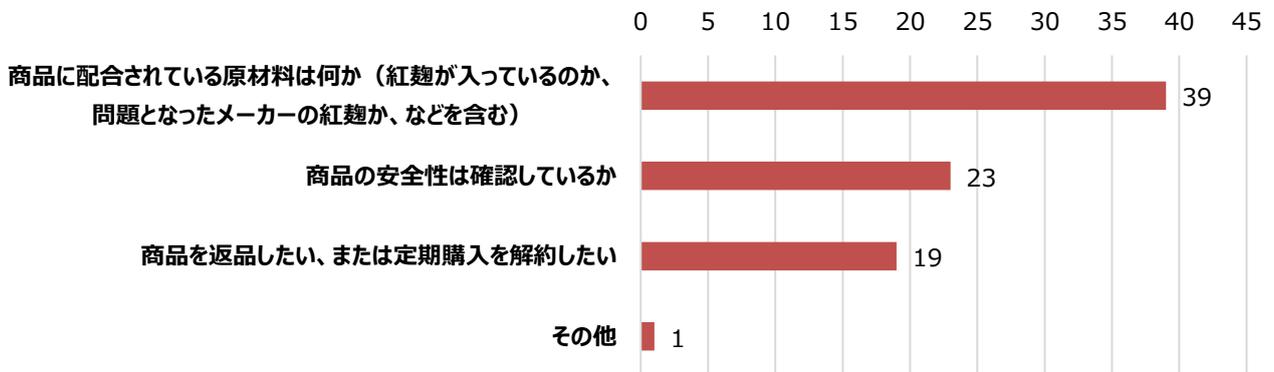


その他 (自由記述)

- ・機能性表示食品への取り組みについて社内で疑問の声があった
- ・新商品の上市時期を延期した (その後上市済)
- ・制度変更に関する諸対応に追われている

Q15 Q14で「消費者からの問い合わせが増えた」と回答した方に質問です。
 どのような問い合わせが増えましたか。(MA)

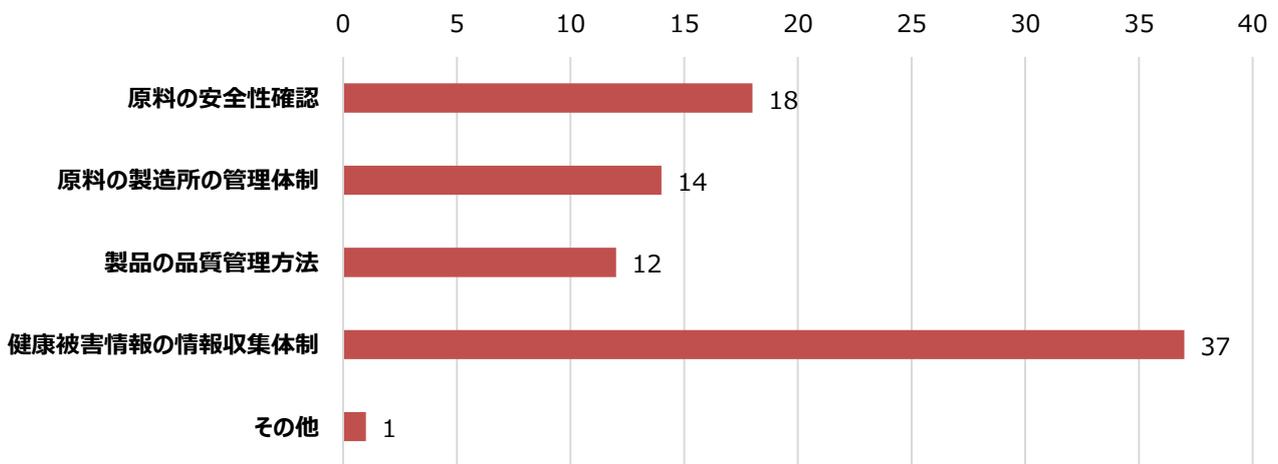
(N=44)



その他（自由記述）
 ・米糀とペニコウジの違いが分かっていない消費者がそれなりにいた

Q16 Q14で「社内基準の見直しを行った」と回答した方に質問です。どのような点について見直されましたか。
 (MA)

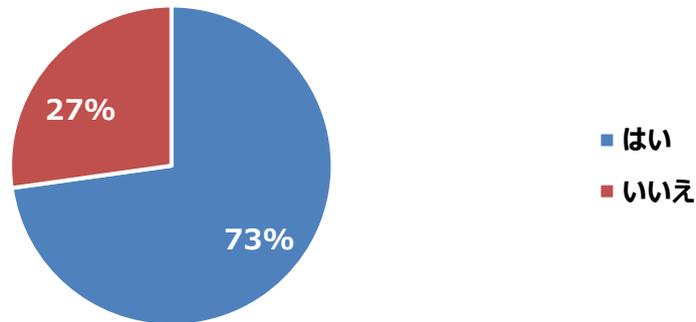
(N=44)



その他（自由記述）
 ・全体的に見直しを行い、問題がないことを確認した

Q17 健康被害情報収集に関して課題を感じていますか。

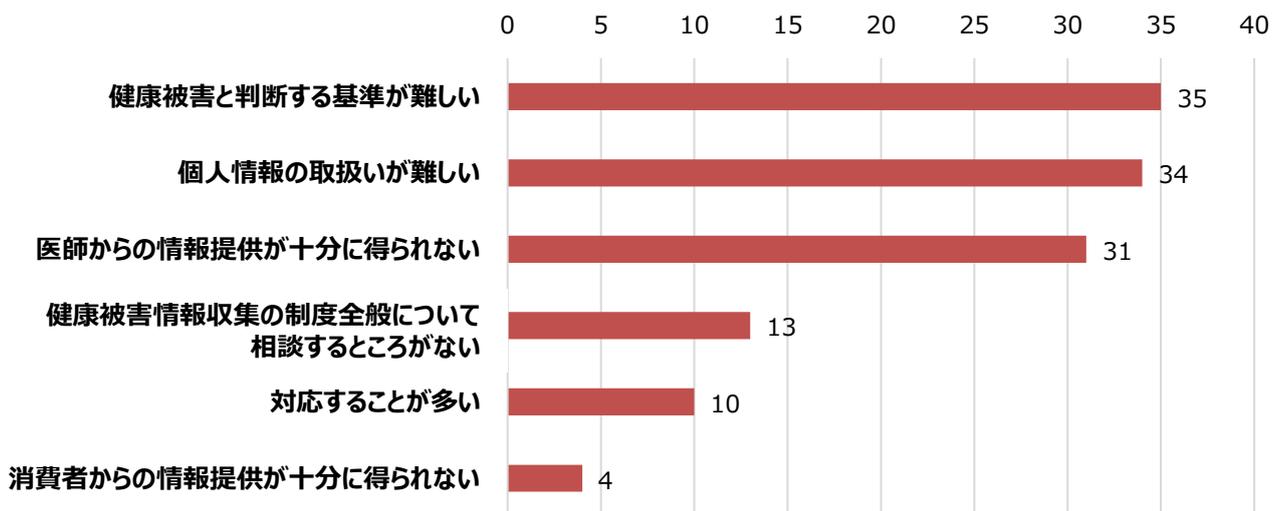
(N=80)



Q18 Q17で「はい」と回答した方に質問です。

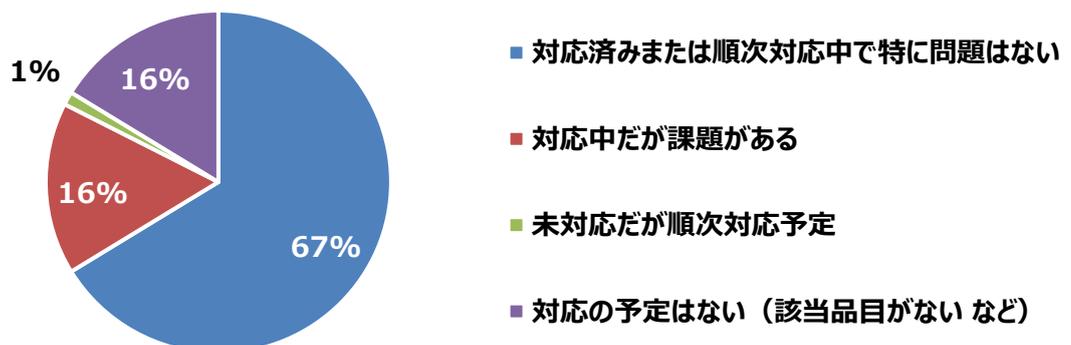
どのような課題がありますか。(MA)

(N=58)



Q19 国立健康・栄養研究所のデータベースを機能性表示食品の届出に利用できなくなったことを受けて、別紙様式(Ⅱ)-1の更新をおこなっていますか。

(N=80)



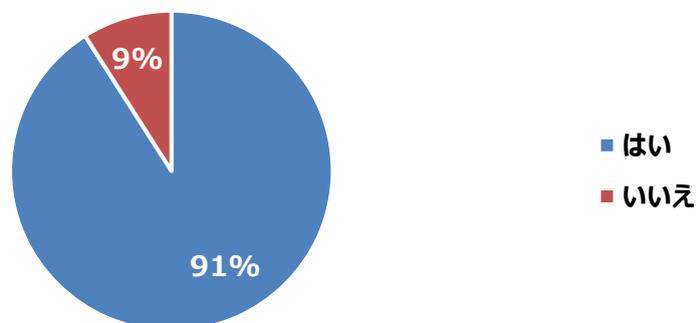
Q20	Q19で「対応中だが課題がある」「未対応だが順次対応予定」と回答した方に質問です。どのような課題がありますか。または、どのような課題を想定されていますか。
------------	---

(N=13 ; 自由記述)

- ・ナチュラルメディスン・データベース（Jahfic社）との手続きが煩雑で事業活動に支障がでている（7件）
（契約に時間を要する、方針に一貫性がない、届出表現や書類記載方法への介入、原文が見つからない等）
- ・代替の情報源がない
- ・ナチュラルメディスン・データベースを利用した場合に有料となる。信頼でき、無料で使用できる情報源を国家レベルで準備する必要があるのではないか
- ・機能性表示食品の届出の安全性情報検索のために、代替としてナチュラルメディスン・データベースと契約したが、自社製品のSRにしか使用できず、使用するための手続きも商品ごとの申請が必要など、複雑で使用しにくい。だれでも使用できる公共データベースがほしい
- ・国内で開発された商品にも関わらず、国内の公的な第三者データベースが根拠として活用できないというのは、エビデンスに基づく商品表示として違和感を感じる
- ・客観的かつ網羅的な二次情報源がほとんど存在せず、安全性評価に要する工数が増大している
- ・今後どのような照会が来るか想定しきれない。

Q21	国立健康・栄養研究所のデータベースを機能性表示食品の届出に再び利用できるようなれば、利用したいですか。
------------	---

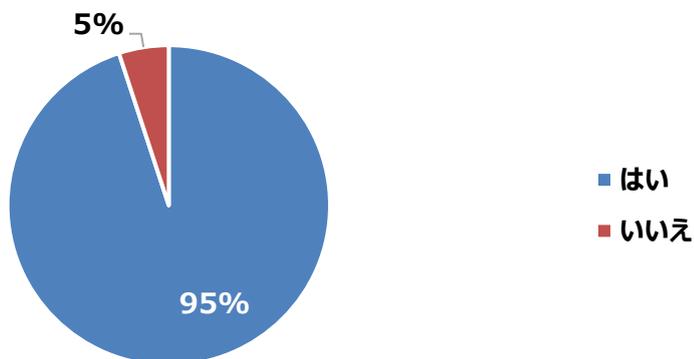
(N=80)



4) 機能性表示食品制度改正、更新について

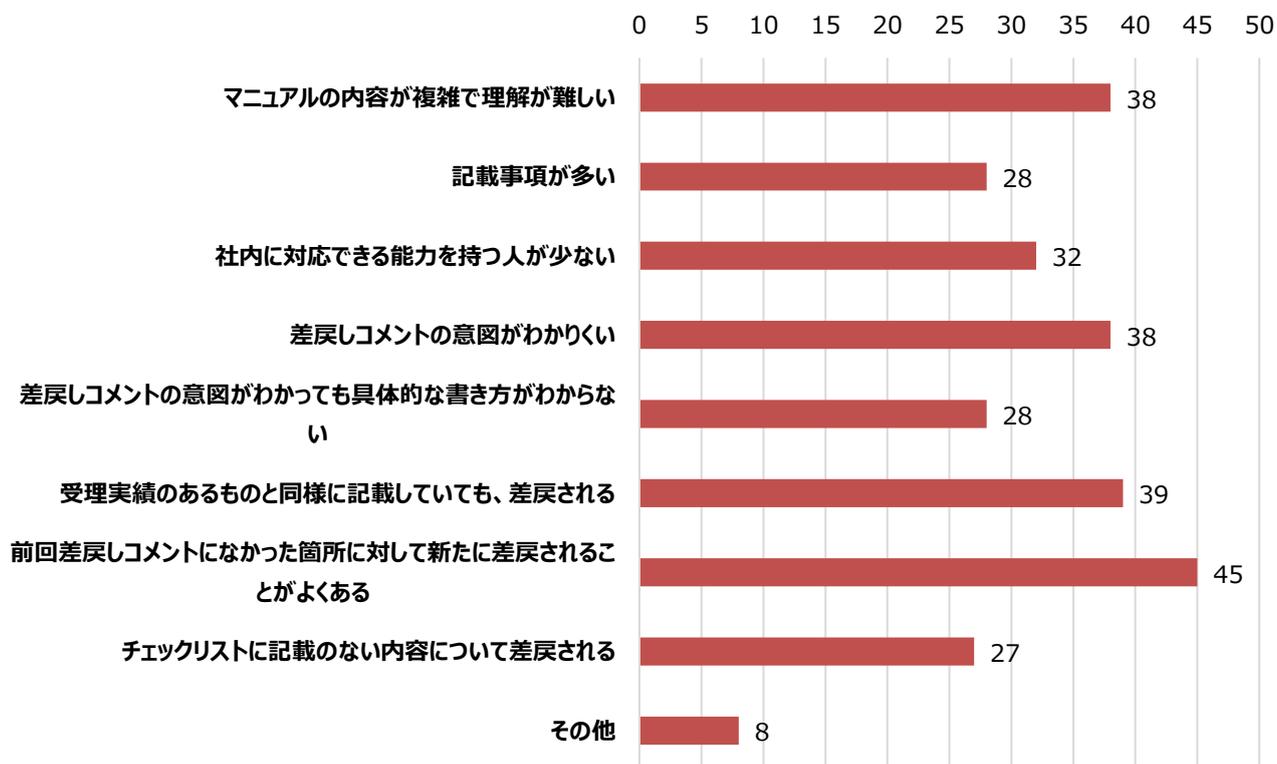
Q22 PRISMA2020 に準拠したシステマティックレビューへの切り替えに対して課題を感じていますか。

(N=80)



Q23 Q22 で「はい」と回答した方に質問です。どのような課題がありますか。(MA)

(N=76)

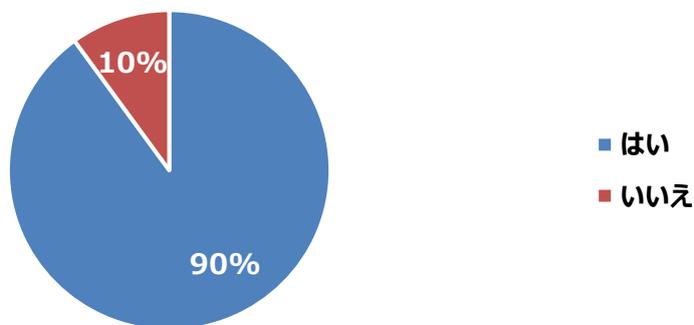


その他（自由記述）

- ・担当官により指摘内容に差がある（2件）
- ・受理までの時間がかかり過ぎ・見通しが立たない（2件）
- ・外注でSRを作成しているメーカーはかなりの費用負担が発生する
- ・メタアナリシス実施を推奨し、論文の情報を著者に確認することが必須になっているため商用SRではなく学術SRを求めている
- ・PRISMA2009 準拠版で受理されている届出に変更があった場合や自己点検の扱いが不明
- ・原料メーカーの協力を得る必要がある。4月の運用開始に対し、課題を抱える原料メーカーが多く、実質的に4月からの届出が難しい

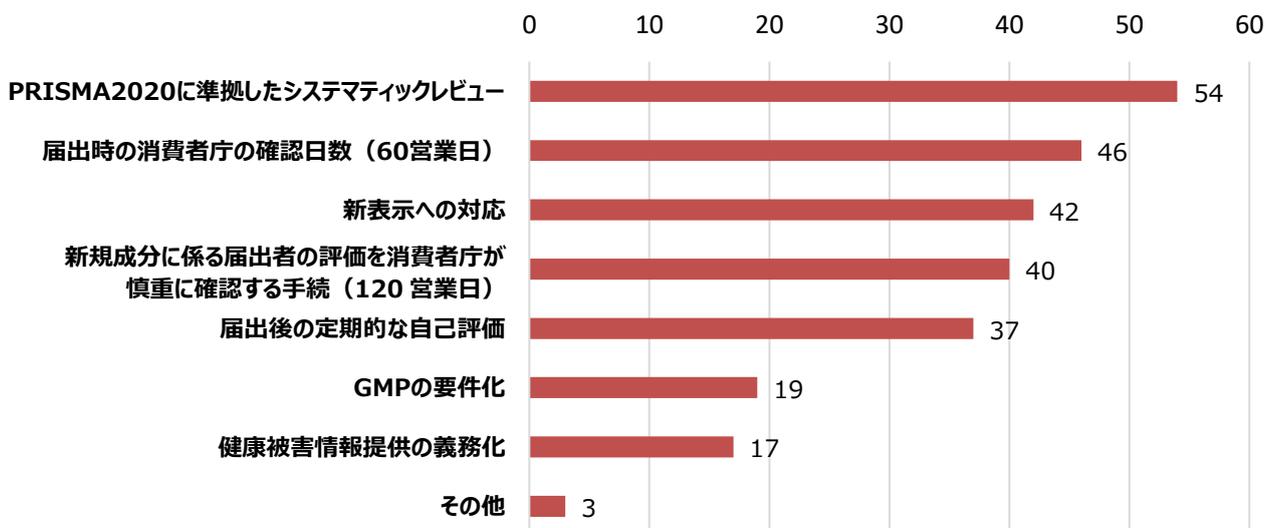
Q24	2024年9月以降の機能性表示食品制度の改正に伴って困っていることや、懸念されることはありますか。
------------	---

(N=80)



Q25	Q24で「はい」と回答した方に質問です。困っていることや、懸念されていることは何ですか。（MA）
------------	--

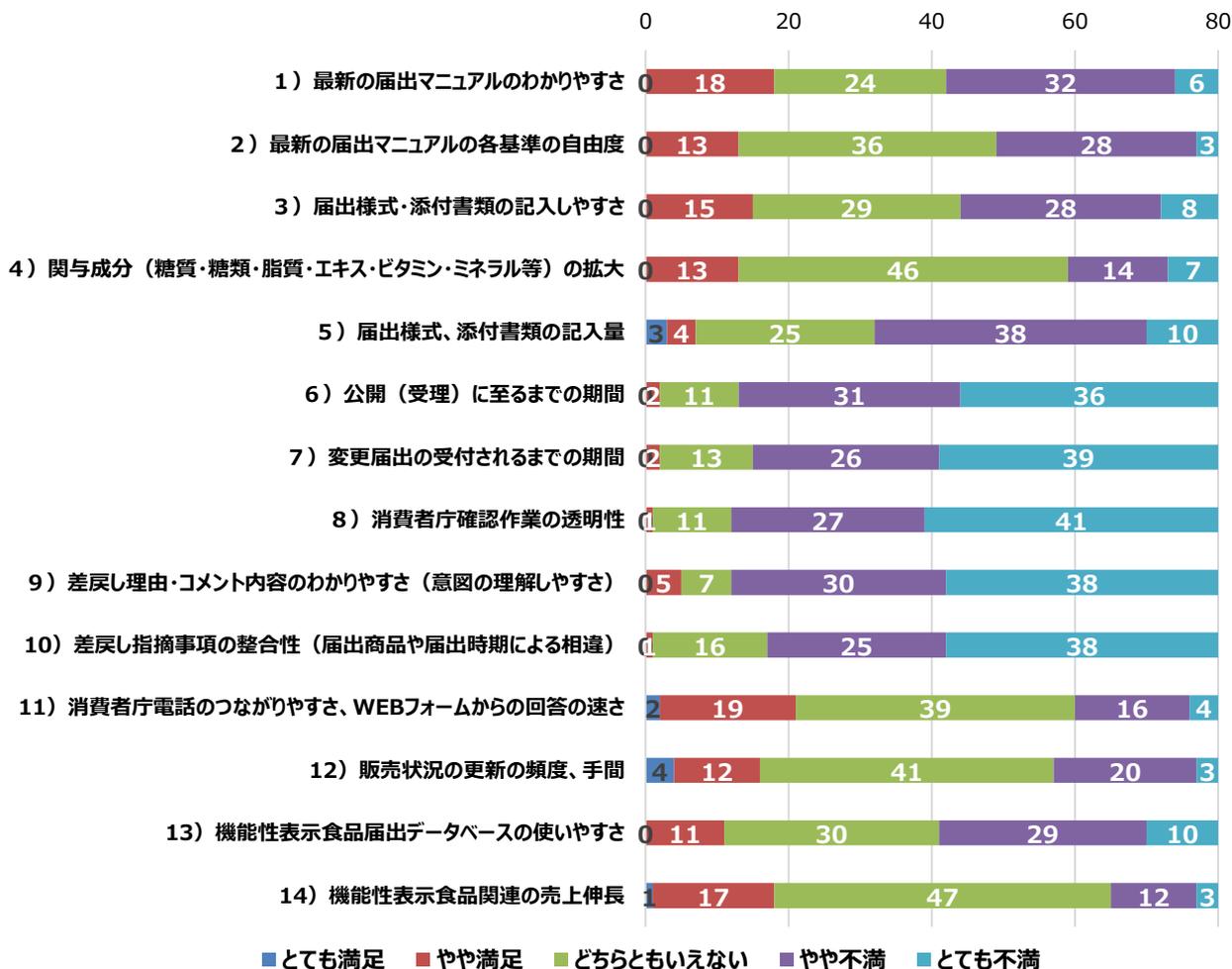
(N=72)



5) 機能性表示食品を中心とした保健機能食品に関する課題・要望

Q26	『機能性表示食品制度』の届出から販売において、どの程度満足されていますか。 5段階からあてはまるものを1つ選択してください。
------------	---

(N=80)



Q27 Q26の各項目のうち、最も不満に感じているものはどれですか。

(N=80)



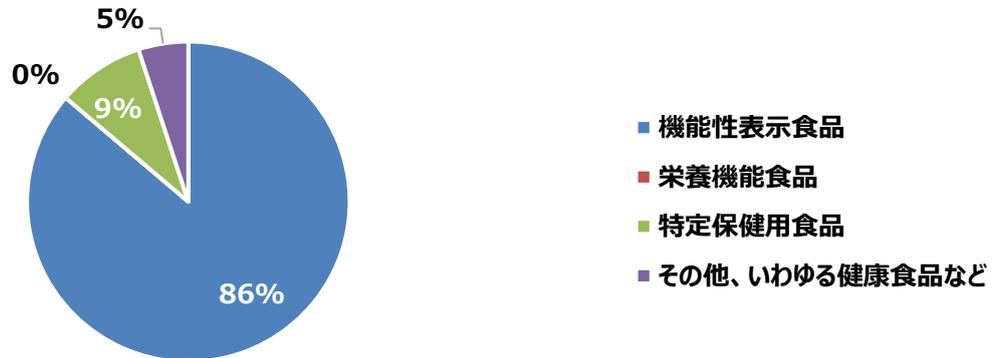
Q28 Q26の各項目のうち、最も満足しているものはどれですか。

(N=80)



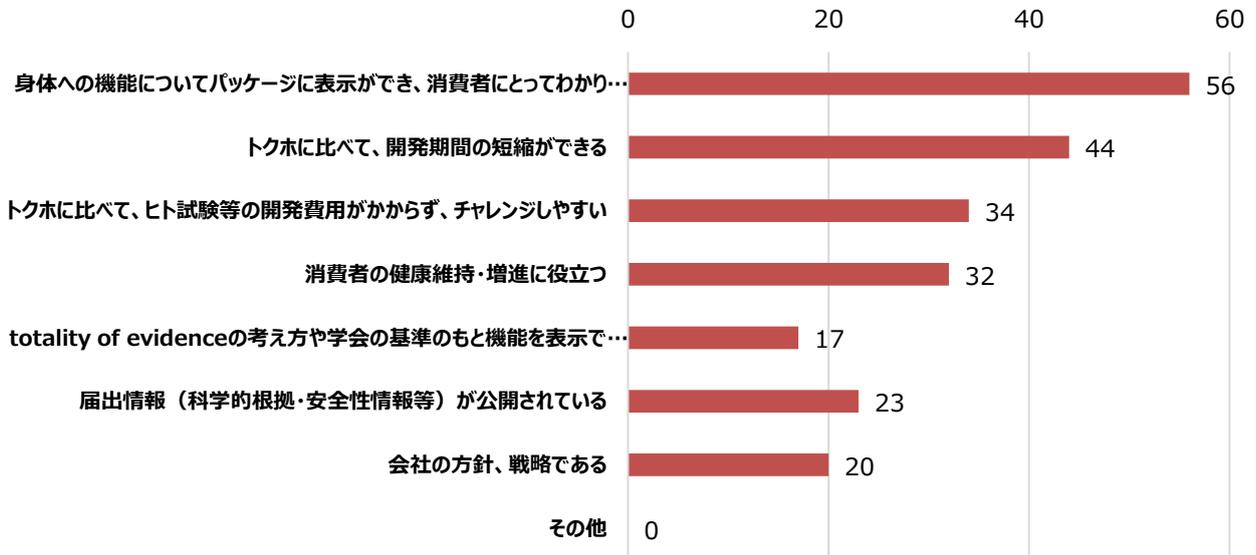
Q29 消費者にとって合理的根拠のある信頼できる情報提供等を行うために、今後の商品開発・販売において優先したいものはどれですか。

(N=80)



Q30 Q29 で「機能性表示食品」と回答した方に質問です。その理由を教えてください。(MA)

(N=69)



Q31 Q29 で「栄養機能食品」と回答した方に質問です。その理由を教えてください。

回答なし

Q32 Q29 で「特定保健用食品」と回答した方に質問です。その理由を教えてください。

(N=7 ; 自由記述)

- ・消費者庁が商品ごとに審査し、安全性・有効性ともに評価済みでお墨付きがもらえるため、消費者にも信頼があり、アピールしやすいから (4件)
- ・製品試験でのエビデンスの高さから
- ・弊社の商品の中でも販売期間が長く、消費者への情報提供のノウハウが確立しているため
- ・疾病リスク低減表示などトクホのみで出来ることがある

Q33	Q29で「その他、いわゆる健康食品など」と回答した方に質問です。 その理由を教えてください。
------------	---

(N=4 ; 自由記述)

- ・いわゆる健康食品の方が、開発から販売までの計画を立てやすい (2件)
- ・自社で最終製品を販売する予定は無い。原料卸売り商売に関して、現時点ではその他、いわゆる健康食品向けが最も多く、選択肢の中ではこの分野に注力する予定のため。
- ・個人別に必要な食品の提示が出来る時代が来ると思われるため
- ・必ずしも健常者の論文が有るわけではない。SRに縛られた製品となるため、消費者ニーズにすべて答えられない

Q34	機能性表示食品の届出表示(健康の維持増進の範囲)で、商品化したい、魅力を感じている届出表示の領域について教えてください。ない場合は「なし」と回答してください。
------------	---

(N=55 ; 自由記述の内容を分類)

(9件) ・肌 ・美容

(8件) ・免疫 ・脳 ・認知機能

(7件) ・アンチエイジング ・ストレス ・口腔

(5件) ・筋肉 ・睡眠 ・性機能

(4件) ・更年期 ・制度対象拡大

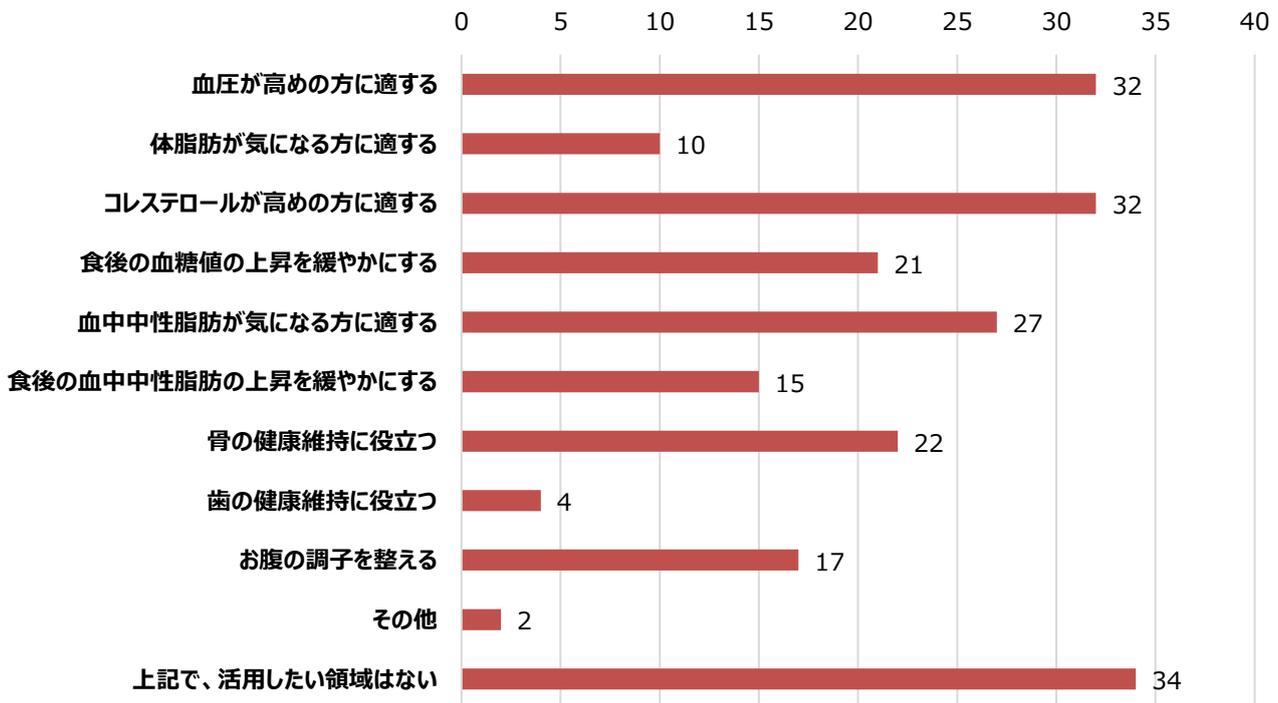
(3件) ・フレイル ・運動 ・毛髪 ・聴覚 ・抗炎症 ・疲労 ・腸

(2件) ・腰 ・ロコモ ・骨 ・体脂肪低減 ・体重の減少 ・血糖 ・頻尿

(1件) ・関節 ・体内時計 ・匂い ・目 ・目と鼻の不快感 ・花粉症以外の抗アレルギー ・血管
・生活習慣病全般 ・肝臓 ・腎臓 ・胃 ・抗酸化 ・女性向け ・体温

Q35 特定保健用食品の領域のうち、機能性表示食品として届け出る際に軽症者データを活用したい（健常者域データの層別解析の扱い方等の再検討を希望する旨を含む）のは、どの領域になりますか。（MA）

(N=80)



その他（自由記述）

- ・軽症者データは層別解析しなくても、どの領域でも使えるようにしてほしい（2件）
- ・目の健康

Q36 特定保健用食品の領域以外で機能性表示食品として軽症者データを活用したい領域について教えてください。ない場合は「なし」と回答してください。

(N=27 ; 自由記述の内容を分類)

(6件) ・免疫 ・アレルギー

(5件) ・頻尿 ・認知機能

(4件) ・関節

(3件) ・フェムケア ・オムケア ・フレイル ・肝機能 ・肌（乾燥肌、美白、しみ）

(2件) ・軽度うつ ・メンタル

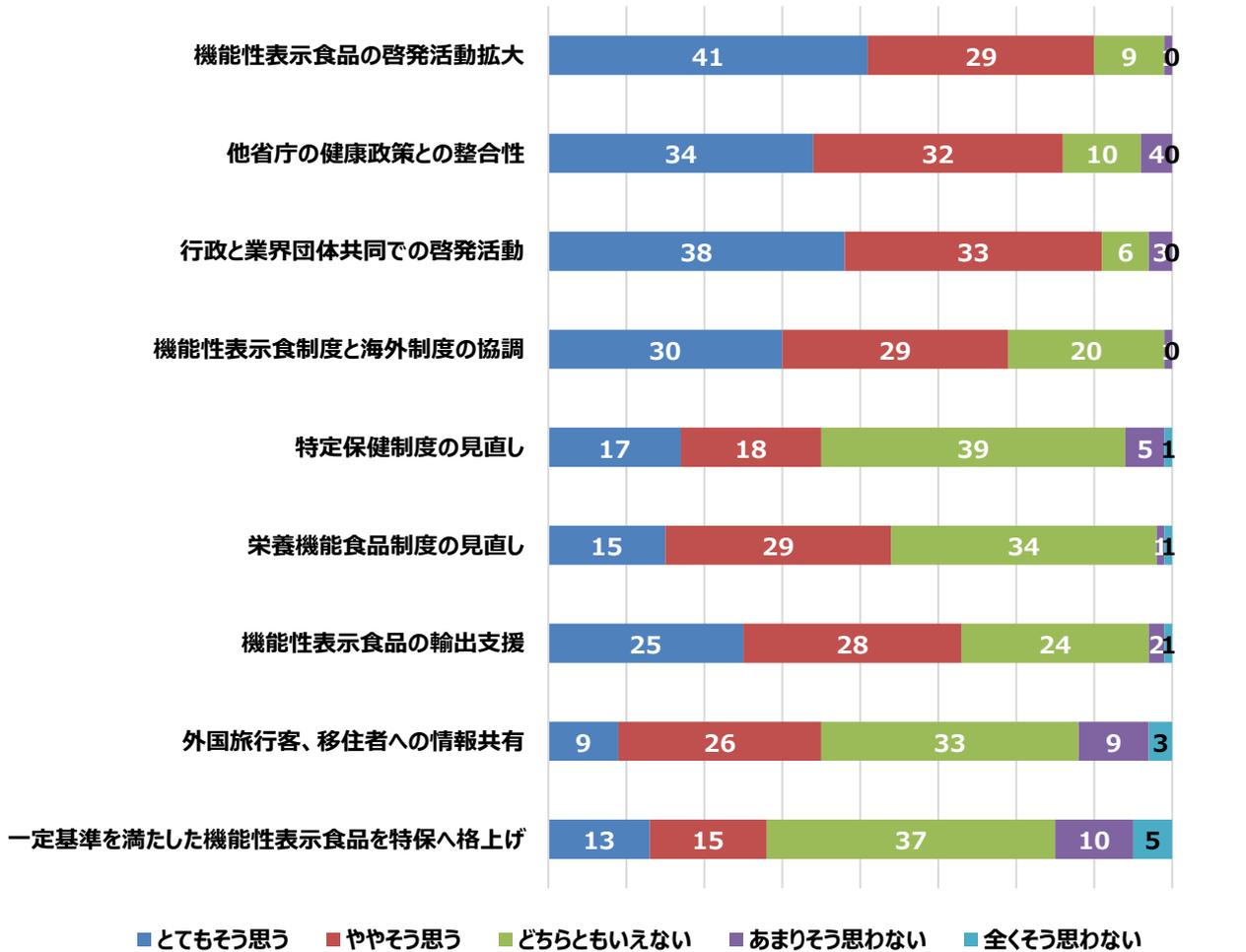
(1件) ・睡眠 ・育毛、発毛 ・脳疲労 ・尿酸値 ・診断されても投薬介入がないもの（脂肪肝など）

・すべての領域で機能性表示食品として軽症者データを活用したい

6) 消費者庁への要望

Q37 消費者庁への要望について、お聞かせください。

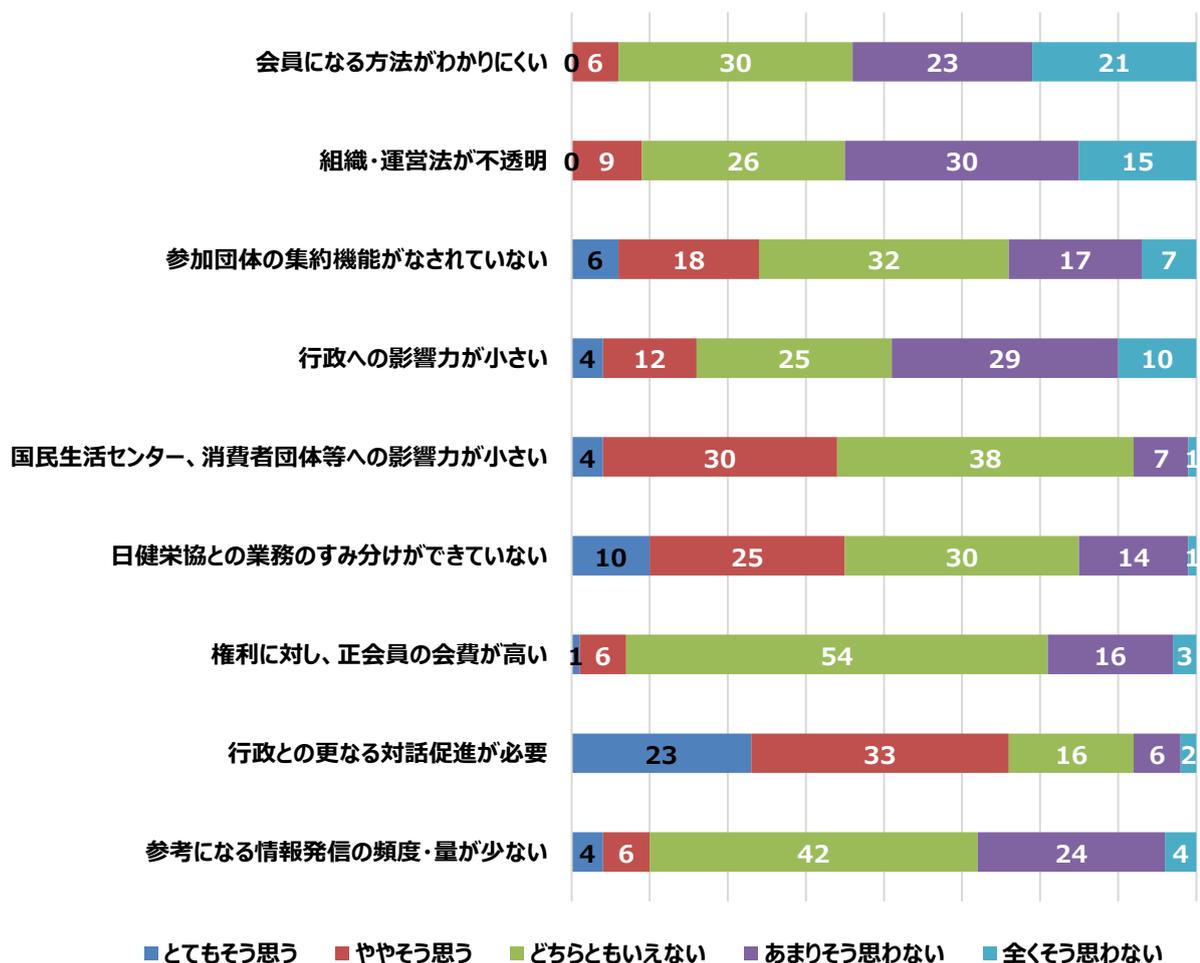
(N=80)



7) 健康食品産業協会への要望

Q38 健康食品産業協会への要望について、お聞かせください。

(N=80)

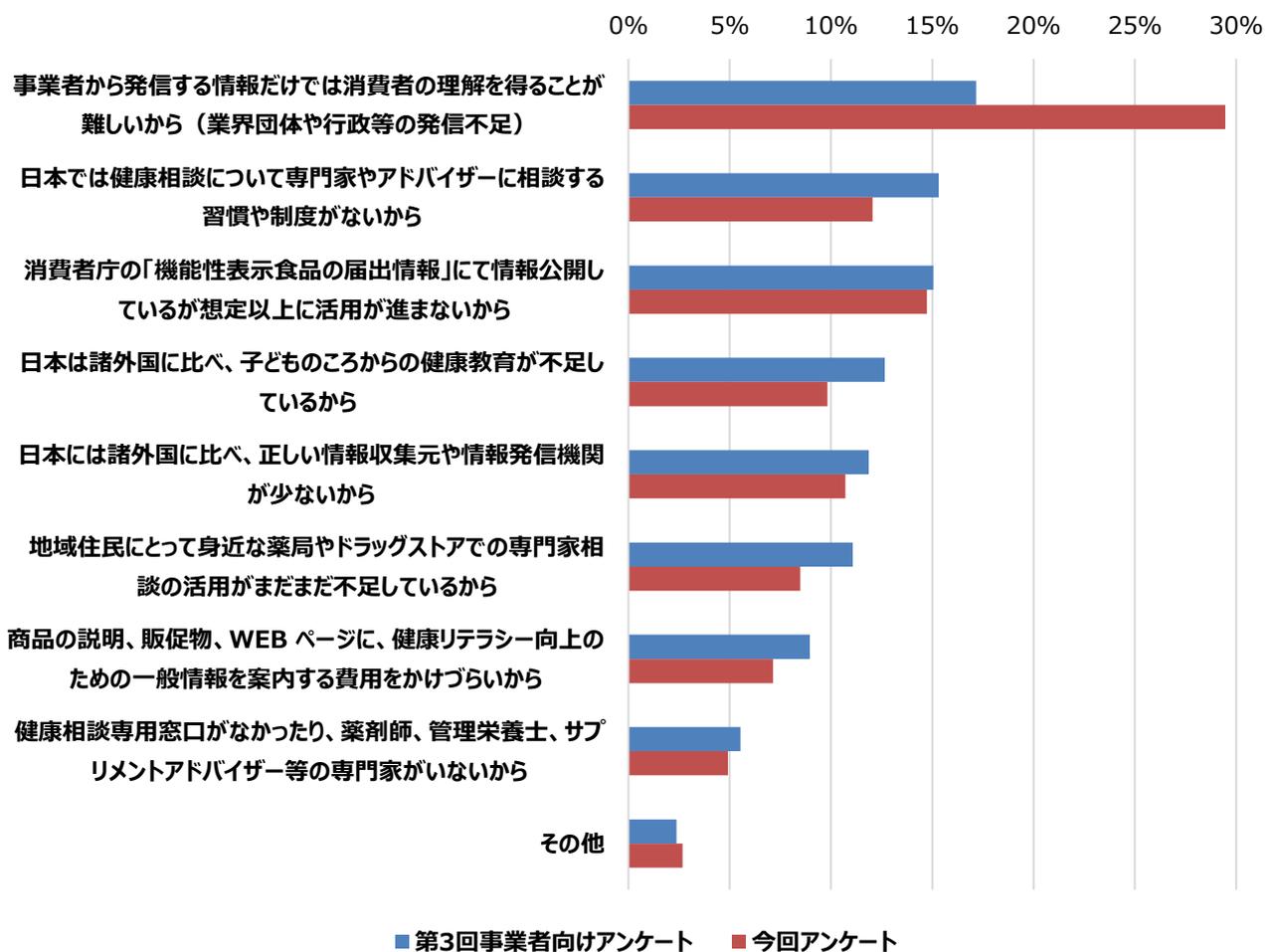


III. 前回調査との比較・回答者属性別分析結果

2021 年度に実施した前回のアンケートを引き継ぎ、定点観測した設問について、前回結果と比較分析した。以下に前回と比べて大きな変化が見られた点を示す。

Q2	Q1（消費者のヘルスリテラシーの向上のための販売活動や、商品に関する情報提供に関して、日ごろ課題を感じますか。）で「よく感じている」「時々/たまに感じる」と回答した方に質問です。 消費者のヘルスリテラシーが向上しづらい原因（理由）について選択してください。（MA）
-----------	---

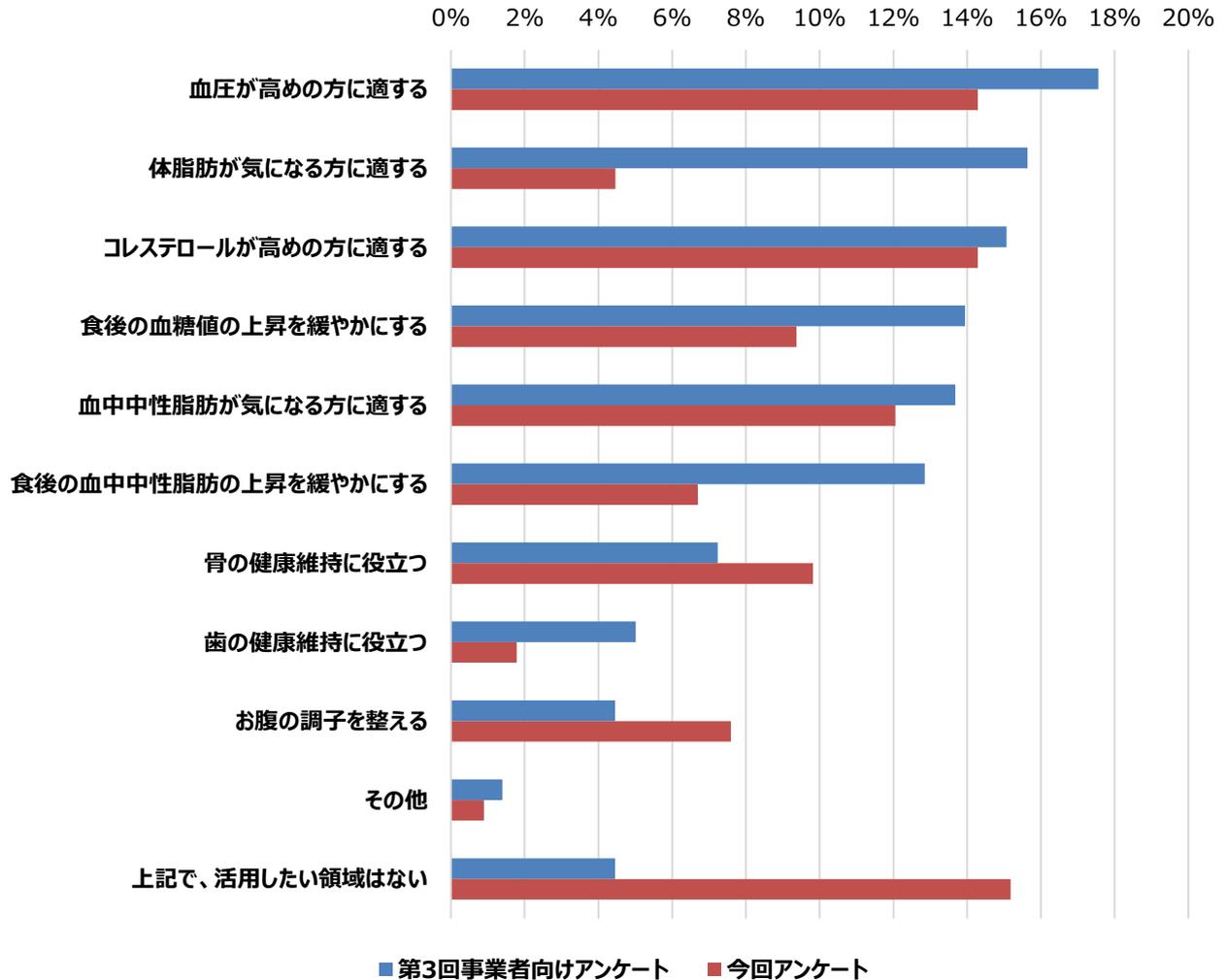
「事業者から発信する情報だけでは消費者の理解を得ることが難しいから（業界団体や行政等の発信不足）」の回答割合が増加した。



Q35

特定保健用食品の領域のうち、機能性表示食品として届け出る際に軽症者データを活用したい（健常者域データの層別解析の扱い方等の再検討を希望する旨を含む）のは、どの領域になりますか。（MA）

前回比較的少なかった「骨の健康維持に役立つ」「お腹の調子を整える」が増加した。また、「上記で、活用したい領域はない」の回答割合が増加した。

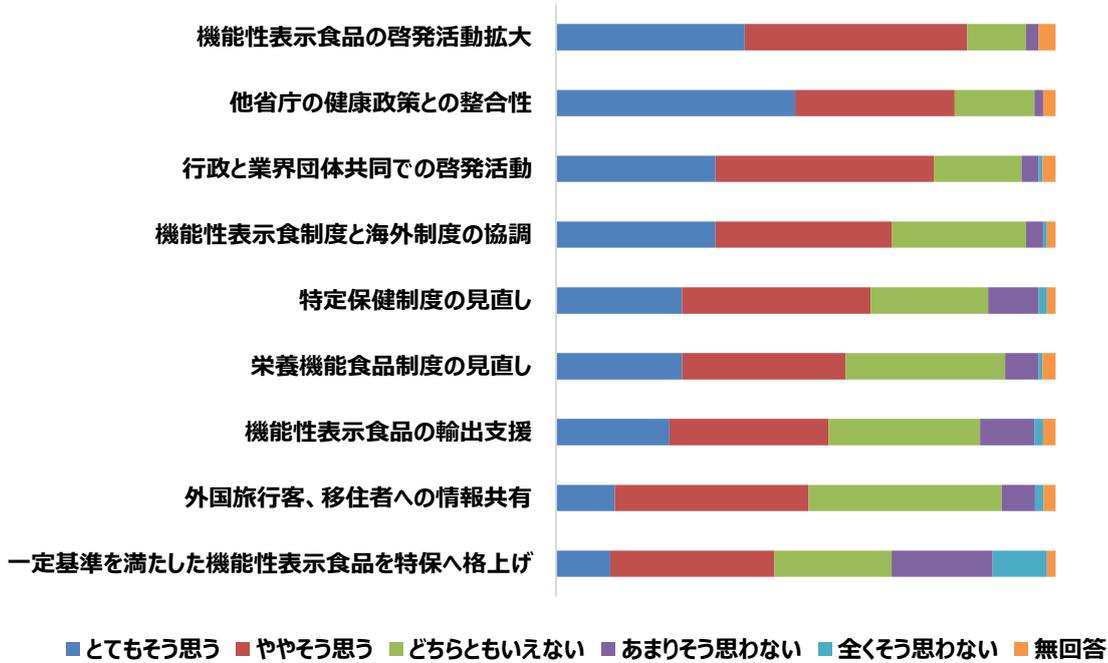


Q37

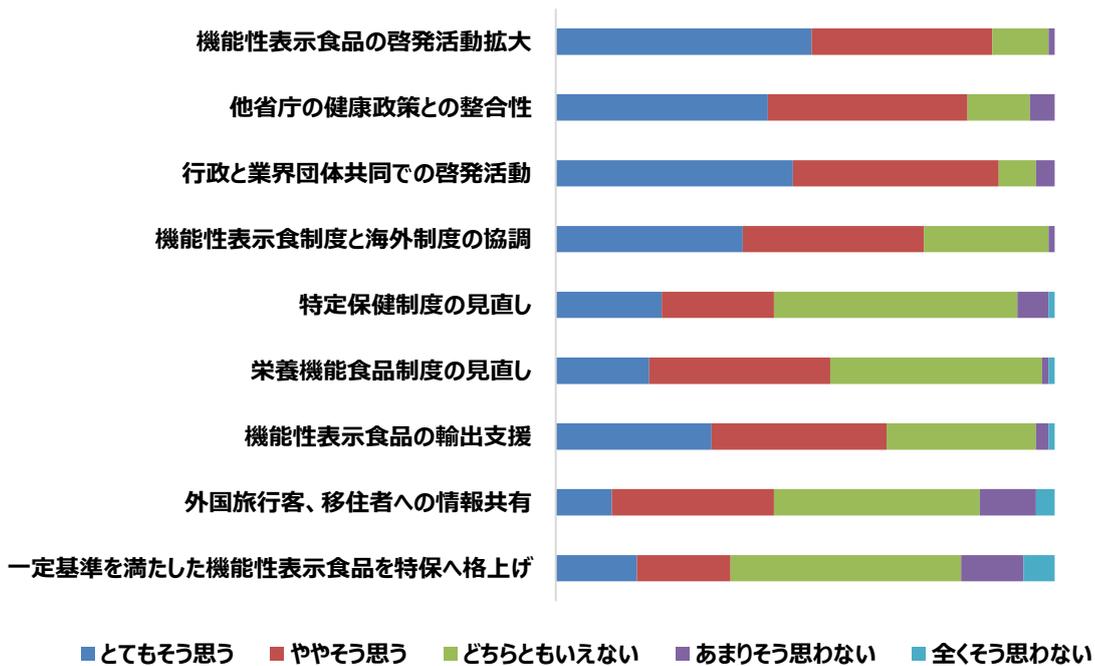
消費者庁への要望について、お聞かせください。

前回と比べ、「機能性表示食品の啓発活動拡大」「行政と業界団体共同での啓発活動」「機能性表示食品の輸出支援」に対し「とてもそう思う」との回答割合が増加した。

前回アンケート



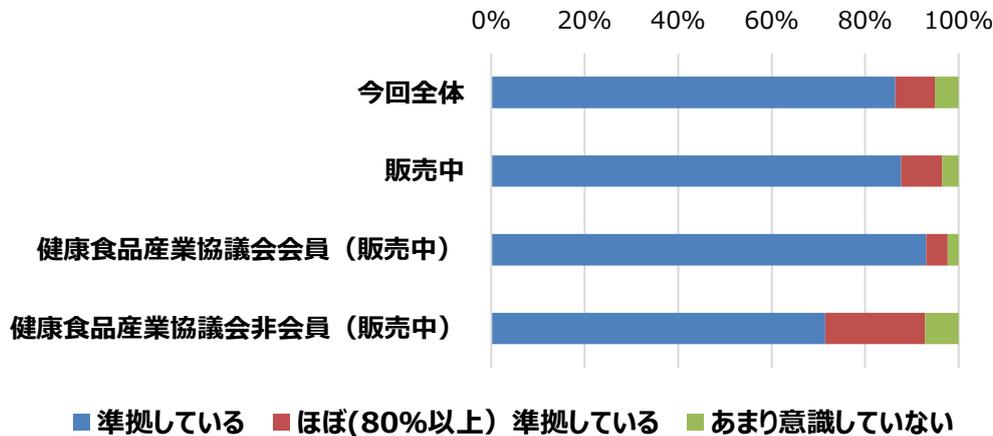
今回アンケート



また、回答者属性と回答結果の傾向について分析した。以下に特徴的な傾向が見られた点を示す。

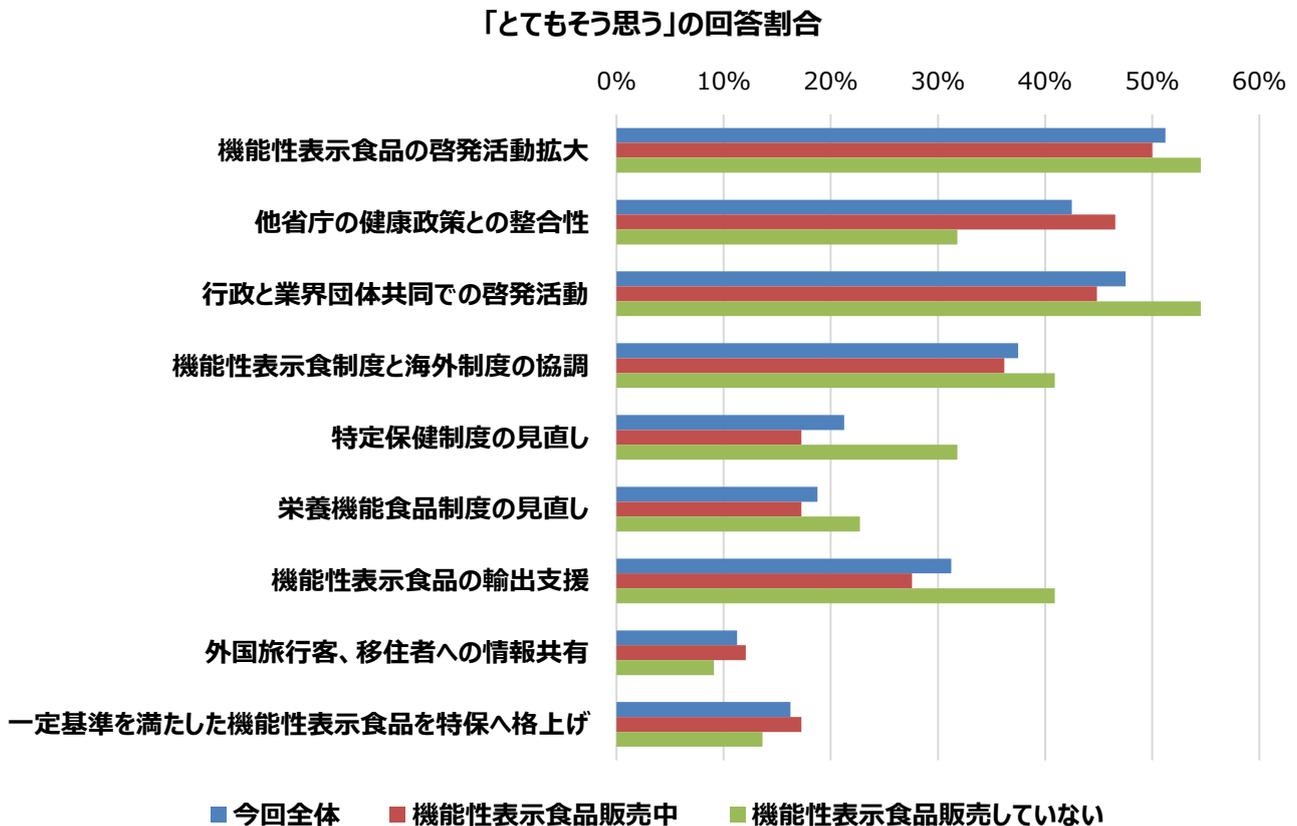
Q5	自社の Web サイトや通販サイトで公開している機能性表示食品に関する情報は、『「機能性表示食品」適正広告自主基準』に準拠していますか。(販売中の事業者のみ)
-----------	---

健康食品産業協議会会員は非会員と比べ、「自主基準に準拠している」と回答した割合が高かった。



Q37	消費者庁への要望について、お聞かせください。
------------	------------------------

機能性表示食品を現在販売していない事業者は、「特定保健制度の見直し」「機能性表示食品の輸出支援」を要望する割合が高かった。



まとめ

アンケート調査結果のまとめと、今後の展望、対策案を以下に示す。

調査項目	アンケート結果まとめ	今後の展望、対策（案）
1. 消費者のヘルスリテラシーについて	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者のヘルスリテラシー向上のための情報提供に関して、約 5 割が課題を感じている ・消費者のヘルスリテラシーが向上しづらい原因（理由）として、多かったものは以下 2 つ <ul style="list-style-type: none"> ✓ 事業者から発信する情報だけでは、消費者の理解を得ることが難しい（業界団体や行政等の発信不足） ✓ 消費者庁の「機能性表示食品の届出情報」にて情報公開しているが、想定以上に活用が進まないから また自由記載では、以下コメントが寄せられた <ul style="list-style-type: none"> ✓ インパクトが大きい情報が正しい情報より早く拡散すること ✓ 情報に溢れていて、正誤判断が難しくなっている ✓ 製品使用に関して、使用前に注意事項を確認する教育が不足している ・消費者からの質問・意見・困りごとの声で多いのは <ul style="list-style-type: none"> ✓ どのような効果が期待できるのかわからない ✓ 健康食品と医薬品との相互作用について ✓ 表示の文字が小さい ✓ 摂取方法がわかりづらい <p>前回アンケート結果時より消費者からの声は特に変化しておらず、継続的な課題であることがわかった 消費者の基本的な部分でのヘルスリテラシーの啓発が重要であり、消費者庁だけでなく行政の横断的な協力が必要となる</p>	<p>今後の展望、対策（案）</p> <p>消費者に直接一方的に情報を伝える手法だと、興味のない人には届かず、インパクトのある情報のみが広がり誤解が生じるといった問題が懸念される。そのため、ドラッグストア関係者や栄養士等、消費者と双方向コミュニケーションを行える専門家への発信強化を通じて、消費者の健康リテラシー向上を推進できるよう検討したい。（GL 分科会・情報発信班、広報委員会）</p> <p>消費者庁にも本アンケート結果を共有し、行政と業界団体の取組みを推進したい。</p>
2. 機能性表示食品の届出情報検索ページの情報開示あり方について	<ul style="list-style-type: none"> ・機能性表示食品として販売中であるものの、消費者庁の公開データベースへの誘導は 6 割近くの事業者が積極的に表示しているわけではないとの結果になった ・公開データベースへの誘導リンクなしである理由として、以下の意見が多く寄せられた <ul style="list-style-type: none"> ✓ 消費者にとって内容が難しく、情報量が多すぎる ✓ 事業者にとって、商品ごとの届出情報 URL が変更になることがある ・消費者が消費者庁の「機能性表示 届出情報検索」を更なる活用促進するには、 <ul style="list-style-type: none"> ✓ スマートフォン表示に対応する ✓ 消費者が期待する機能別にカテゴリー別検索機能を作成 <p>といった意見が多く寄せられた</p>	<p>データベース改修前の意見であることから、2025 年 4 月 1 日以降のデータベース改修後の意見を確認し、継続して情報開示の在り方を検討・議論していく必要がある。</p> <p>データベース改修後のアンケート（6 月実施予定）結果のとりまとめの際に、情報開示の在り方も含めて検討する。（GL 分科会・DB 班）</p>
3. 機能性表示食品届	<ul style="list-style-type: none"> ・小林製薬の紅麹関連製品による健康被害情報に関する報道を受けて、約 9 割の事業者が事業や業務に影響を受けた 	<p>健康被害情報収集の制度について、相談するところがないことは課題として挙げられ</p>

<p>出に影響したトピックスについて (安全性)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 消費者からの問い合わせが増えた ✓ 売上げが減少した/終売した ✓ ステークホルダーへの説明や情報発信を行った <p><u>社内基準の見直し、新商品の上市時期の延期、機能性表示食品への取組み自体の検討を行った事業者があった他、その後の制度改正に対する諸対応に追われた事業者・担当者が多かったことが浮き彫りになった</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・健康被害情報収集に関して課題を感じている事業者は約 7 割 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 健康被害と判断する基準が難しい/医師からの情報提供が十分に得られない ✓ 健康情報の取り扱いが難しい ・国立健康・栄養研究所のデータベースが機能性表示食品の届出に利用できなくなったことについて、「対応済」と約 7 割が回答した。また、国栄研のデータベースについては再び利用したいと約 9 割が回答した <ul style="list-style-type: none"> ✓ j a h f i c の諸手続きが煩雑であり、開発スケジュールに影響がでている ✓ 客観的、網羅的な二次情報源がほとんど存在せず、安全性評価に要する工数が増大している <p><u>公的で信頼でき、無料で使用できる情報を国家レベルで準備する必要性について検討が望まれる</u></p>	<p>る。一方で、<u>健康被害情報の収集、対応における基本的な考え方等について</u>、JAOHF A 安全性分科会、日本通信販売協会サプリメント部会、健康と食品懇話会安全性 WG、日本抗加齢協会より、「<u>機能性表示食品摂取者の体調変化/健康被害の行政機関への情報提供に係る留意事項</u>」が公開された。今後は、適切な情報収集や対応がなされることに期待したい。<u>国栄研データベース</u>については、本アンケート結果を消費者庁・厚労省に報告、<u>検討いただきたい。</u></p>
<p>4. 機能性表示食品届出に影響したトピックスについて (機能性)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・PRISMA 2 0 2 0 に準拠したシステマティックレビューへの切替に対して、95%が課題を感じている <ul style="list-style-type: none"> ✓ マニュアルの内容が煩雑で理解が難しい ✓ 差戻コメントの意図がわかりにくい ✓ 前回差戻しコメントになかった箇所に新たに差戻しされることがある その他、自由記載では以下のコメントがあった <ul style="list-style-type: none"> ✓ 担当官により指摘内容に差がある (2 件) ✓ 受理までの時間がかかりすぎ、販売の見通しが立たない (2 件) 	<p>PRISMA2020 の差戻し内容については、エビデンス向上分科会を中心に情報整理され、「<u>機能性表示食品制度の届出資料における PRISMA 2020 声明システマティックレビュー記載の留意点</u>」として公開された。今後は、販売予測の立たない差戻し対応を削減できることに期待したい。留意点公開後の S R 差戻内容についてアンケートを実施し、改善状況の確認を行う。(GL 分科会・情報収集 T、エビデンス向上分科会)</p>
<p>5. 消費者庁への要望について</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 機能性表示食品の“啓発活動拡大”“輸出支援”への要望が増加 <p><u>現在、機能性表示食品を販売していない事業者で輸出支援の要望が増加しており、現在販売していない事業者も、海外展開ができれば制度を活用したいと考えている様子が伺えた。輸出支援に関しては具体化に</u> <u>はまず輸出先での食薬区分の解決が重要である</u></p>	<p><u>輸出支援について</u>、消費者庁は他省庁との健康政策との整合性に課題がある認識されており、課題の整理が必要である。本アンケート結果を消費者庁に報告し、<u>検討いただきたい。</u></p>