

## 自然に健康になれる持続可能な食環境づくりの推進に向けた 主な論点の整理（案）

- 「消費者が、自身の健康関心度の程度にかかわらず、健康の保持増進等に配慮された食品を選択し、ふだんの食事において利活用しやすくするための効果的な方策」については、以下の方向で整理してはどうか。
  - ・ 人々がより健康的で持続可能な食生活を送れるよう、人々の食品へのアクセスと情報へのアクセスを整備していくには、中でも、事業者（食品製造事業者、食品流通事業者、メディア等）の役割が重要となる。こうした観点から、産学官等が連携し、以下の内容をはじめとする事業者の取組を推進していく。

### （食品製造事業者に期待される主な取組）

- 健康の保持増進（減塩等）又はこれに加えて環境保全に配慮した、活力ある持続可能な社会の実現に資する食品（商品）の積極的開発※。

※ 消費者の健康関心度が多様であることに鑑み、マーケティング戦略上、健康の保持増進又はこれに加えて環境保全に配慮していることを訴求する商品（以下「訴求型商品」という。）と、これを訴求しない商品（以下「非訴求型商品」という。）の開発が想定されるが、訴求の有無にかかわらず、こうした商品の積極的開発が期待される。なお、訴求型商品については、消費者の自主的かつ合理的な商品選択や、自助としての健康の保持増進に資する観点から、商品1食当たりの食塩相当量等について分かりやすい表示が望まれる。

- 上記事業者が、個々の商品単位ではなく、事業単位又は全社的に行う、持続可能な食環境づくりに関連し得る栄養面※<sup>1</sup>や環境面の取組※<sup>2</sup>。

※<sup>1</sup> 例えば、「若年女性のやせ」の予防等に関し、厚生労働省が整理した科学的根拠に基づく情報（例：「日本人の食事摂取基準」、「健康日本21（第2次）の推進に関する参考資料」、「妊娠前からはじめる妊産婦のための食生活指針」の記載内容等）を、若年女性を含む幅広い国民に対し、分かりやすく発信していくことなどが考えられる。

※<sup>2</sup> 直接的に環境保全に寄与するものと、情報開示等を通じて環境保全に影響を与えるものがあると考えられる。

(食品流通事業者に期待される主な取組)

- 健康関心度が相対的に高い消費者にとっては訴求型商品を選択しやすく、それ以外の消費者にとっては非訴求型商品を自然に選択できるような販売戦略(棚割り、価格等)の立案・展開<sup>※</sup>。

※ 例えば、訴求型商品と非訴求型商品を目立つ場所に陳列した上で、こうした商品を、それぞれの対照となり得る商品と同等以下の価格で販売し、又は特売対象にすることなどが考えられる。

(メディアに期待される主な取組)

- 上記のような取組を行う食品製造事業者や食品流通事業者と連携した広報活動等の展開。

(食品製造事業者、食品流通事業者及びメディアに期待される主な取組)

- 美味しく手軽に減塩できるレシピの開発・紹介<sup>※</sup>、健康的で持続可能な食生活の重要性及びその実践に向けた工夫等に関する情報の発信。

※ 調味料に含まれる食塩相当量も重要であるが、これのみに着目するのではなく、調味料の上手な活用や、調理に用いる他の食材に含まれる食塩相当量も勘案した美味しい減塩レシピの開発が望まれる。

- ・ 健康の保持増進に配慮した商品や上記のレシピの開発に当たっては、我が国の食事摂取状況を踏まえた科学的データが有用と考えられる。このため、厚生労働省は、国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所国立健康・栄養研究所と協働して、こうした科学的データを整備・公表していく。

○ 「本取組の実効性を確保し、成果を適正に評価できるようにするための効果的な方策」については、以下の方向で整理してはどうか。

- ・ 本検討会の取りまとめ後、厚生労働省はこの食環境づくりに賛同する事業者等の参画を得た上で、令和3年夏を目途に、この食環境づくりを本格始動するための組織体(以下「本組織体」という。)<sup>※</sup>を立ち上げる。

※ 産学官等関係者で構成。

- ・ 本組織体への参画を希望する事業者(メディアを含む。)は、自然に健康に

なれる持続可能な食環境づくりに資する SMART 形式の行動目標と評価指標を自ら設定し、本組織体に登録するものとする。その上で、事業者は、健康の保持増進等に関する行動目標の進捗状況（成果）を毎年評価し、本組織体に報告する。これら一連のプロセスは、原則として PDCA サイクルに基づくものとする。

- ・ 各行動目標、進捗状況等に関する情報は、その目標の公正性も含め、本組織体での確認を経た上で、厚生労働省等が今後用意するウェブサイト等で原則公開する<sup>※</sup>。

※ 非訴求型商品など、商品が特定される形で情報を公開することにより、売上げ等に負の影響が生じる可能性が予見されるものについては、商品名を秘匿化したり、登録情報へのアクセス権を限定したりするなど、情報の取扱いには十分に留意する。

- ・ こうした情報の開示に当たっては、事業者の取組が社会から適切かつ効果的に評価され、「環境・社会・企業統治（ESG）」評価の向上等を通じて、事業者の取組の更なる展開につながるような視点を盛り込むこととする。
- ・ 事業者の規模や事業内容は多様である中、この食環境づくりにできるだけ多くの事業者が参画できるようにするためには、事業者がこの食環境づくりに主体的かつ意欲的に取り組めるようにすることが重要である。こうした観点から、この食環境づくりにおいては、事業者や業界団体に対し、一定の数値目標を割り当てるようなことはせず、あくまでも事業者が任意で行動目標を設定・遂行できるようにする。