

厚生労働行政推進調査事業費補助金（食品の安全確保推進研究事業）
健康食品の安全性確保に資する情報提供、品質確保、被害情報収集体制構築に関する研究
（H30-食品-指定-002）
分担研究報告書

HFNet 利用者におけるニーズ把握のための実態調査

主任研究者	千葉 剛	（国研）医薬基盤・健康・栄養研究所	食品保健機能研究部
研究協力者	佐藤陽子	（国研）医薬基盤・健康・栄養研究所	食品保健機能研究部
	西島千陽	（国研）医薬基盤・健康・栄養研究所	食品保健機能研究部
	小林悦子	（国研）医薬基盤・健康・栄養研究所	食品保健機能研究部
	佐藤薫	（国研）医薬基盤・健康・栄養研究所	食品保健機能研究部
	坂本礼	（国研）医薬基盤・健康・栄養研究所	食品保健機能研究部
	馬場直子	（国研）医薬基盤・健康・栄養研究所	食品保健機能研究部

研究要旨

健康食品の需要が拡大している。そのような中、国民が安全に健康食品を利用する環境整備の一環として、国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所では、「健康食品」の安全性・有効性情報（以下 HFNet：Health Foods Network）サイトを介し、健康食品に関する科学的根拠に基づいた質の高い学術論文情報の収集、提供を行っている。HFNet では、医師や薬剤師、管理栄養士、アドバイザースタッフといった専門職が、消費者や患者に対して食品摂取についての指導や教育をする際に健康食品の適切な利用や正しい情報を伝えることを想定し、情報を提供している。しかし、実際にどういった人が HFNet を利用し、どう感じているか等については調べられていなかった。そこで、本調査では、HFNet にアクセスした人を対象に、利用の目的や目的の達成度、要望等についてインターネット・アンケート調査を行った。その結果、HFNet の利用者には、2 年以上利用している長期ユーザーが多く存在し、医療系専門職者だけでなく、一般消費者の利用も認められた。最も利用されていたのは素材情報データベースで、利用者のニーズも素材情報データベースに関するものが多くあげられていた。一方、一般の利用者では、これまでに想定していた消費者像との相違は大きくなく、安全性を軽視する態度も見られたことから、今後も引き続き、専門職を介した消費者教育が重要であり、消費者教育を推進していくための教育ツールや資料の拡充が必要であると考えられた。また、消費者自身で正しい情報を求める態度も認められたことから、消費者向けのコラムの充実や、SNS の活用が、一般の利用者拡大につながると考えられた。

A. 研究目的

1980 年代以降、食品を取り巻く技術が発展し、また食品による生活習慣病等の一次予防への期待が高まり、健康食品・サプリメントと呼ばれる生体への機能性を謳った食品が種々流通するようになった。そのような中、2001 年から 2002 年にかけて中国製のダイエット用健康食品の利用による肝機能障害が多発し、死亡事例も出た。そのため、健康食品について消費者への正しい情報提供の必要性から、国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所では、「健康食品」の安全性・有効性情報（以下 HFNet：Health Foods Network）サイトを 2004 年に開設し、健康食品に関する科学的根拠に基づいた質の高い学術論文情報の収集、提供を行っている。

HFNet で提供している情報は、基礎知識

（健康食品やサプリメントと呼ばれる製品の実態や利用法、保健機能食品制度など）、被害関連情報（国内外の公的機関から公表される健康被害に関連した注意喚起情報）、特定保健用食品/その他解説（ビタミンやミネラルの解説、特定保健用食品の製品情報、コラム・研究報告など）、および素材情報データベース（健康食品に使用される原材料や成分に関する学術論文情報など）である。

これら情報は、最終的には消費者がより適切に食品を選択し、安全に利用することを目的としているが、情報を消費者が理解しやすいように構成すると、解釈する上での誤解や過大評価を生みかねない。そこで、HFNet では、消費者や患者と接する機会があり、食品摂取についての指導や教育をする立場にある医師や薬剤師、

管理栄養士、アドバイザースタッフといった専門職が、消費者に対し健康食品の適切な利用や正しい情報を伝えることを想定し、専門職を対象とした情報を作成している。また近年においては、特定保健用食品や機能性表示食品などを扱う食品または医薬品関連企業による利用も想定しており、さらに、一般消費者にも分かりやすく説明するための基礎知識やコラムの作成にも取り組んでいる。

これまでの15年間、HFNetでは科学的知見を中心に情報の充実に焦点を当て取り組んできており、現在では16,000件/日のページビューを維持しているが、実際にどういった人がHFNetを利用し、どう感じているか等については調べられていなかった。そこで、本調査では、HFNetにアクセスした人を対象に、利用の目的や目的の達成度、要望等についてインターネット・アンケート調査を行った。

B. 研究方法

1) 調査方法

調査は、株式会社マクロミルが提供するセルフ型アンケートシステム「Questant」にてアンケートページを作成し、2019年12月23日～2020年2月5日に実施した。調査期間中、HFNet内の最新ニュースにアンケート協力依頼のページを掲載し、基礎知識、特定保健用食品/その他解説、その後作成した被害関連情報の各ページ、素材情報データベースで表示される同意画面にアンケートページへのリンクバナーを設置した。また、SNSにてアンケート募集のお知らせを調査開始日および年末、年始、毎週金曜日に投稿した。アンケートシステムでは、同一端末からの回答ができないよう設定し、重複回答者が生じないように配慮した。

2) 調査内容

調査では、アンケートにはどのページから来たか、HFNetをどこで知ったか、HFNetの利用状況、利用目的、目的達成度、利用は何に役立てるためか、役に立っているかを選択回答式にて尋ねた。次に、HFNetで気に入ったページ・役に立ったページ、HFNet以外に参考にする情報源、掲載・充実して欲しい情報等について任意の自由記述で回答を求めた。その後、SNSの利用、感想を選択式にて尋ね、利用者にはSNSへの要望を任意の自由記述で回答を求めた。最後に、回答者の特性として、性別、年代、保健医療系資格の有無、有職状況を尋ねた。

3) データの処理方法

回答者は、仕事の目的で利用している「仕事の利用者」、仕事以外の目的で利用している「一

般の利用者」、HFNetに初めて訪れアンケートに協力した「初回の利用者」に群分けし解析した。群分けは、質問項目の内、「当サイト(HFNet)をどれくらい前から、ご利用になられていますか?」にて「見たことがない」と回答した者を「初回の利用者」、訪問される目的は主に何に役立てるためですか?」の質問で「仕事上の情報収集のため」と回答した者を「仕事の利用者」、その他の者を「一般の利用者」とした。データはすべてMicrosoft社のExcelを用い記述統計量を算出した。

自由記述で回答を求めた質問の内、HFNetで気に入ったページ・役に立ったページ(Q11)については類似の回答をまとめ集計したが、HFNetのページ以外の記述については「その他」として、回答(入力)された内容をそのまま転記した。また、掲載・充実して欲しい情報等、利用者の要望に関する質問(Q14)は「充実して欲しいコンテンツ」、「今後、掲載して欲しい情報」、「使い勝手について」、「その他、ご意見ご要望」に分類し、回答(入力)された内容を加工・修正せずに転記した。さらに、SNSへの要望(Q17)についても、回答(入力)された内容をそのまま転記した。

C. 研究結果

1) 対象者特性

調査期間中に得た回答者数は488名で、仕事の利用者244名(50%)、一般の利用者133名(27%)、初回の利用者111名(23%)であった(図1)。年代では、仕事の利用者、一般の利用者で30～40歳代が最も多かったが、初回の利用者では50歳代以上が他よりも多かった(図2A)。性別は、一般の利用者で男性が多く、「回答しない」割合は、一般の利用者、初回の利用者で多かった(図2B)。医療系資格は仕事の利用者で約6割の者が保有しており(図2C)、栄養士、薬剤師、アドバイザースタッフが上位3職種であった(表1-1)。

有職状況では、仕事の利用者で9割以上が「勤務している」と回答したのに対し、一般の利用者、初回の利用者では有職者は約半数であった(表2-1)。勤務先の回答は任意の自由記述としたが、いずれの群も「勤務している」者の約半数が回答した。仕事の利用者の勤務先は、「食品・医薬品関連企業」(29.2%)、「医療・福祉関係」(17.9%)、「公的機関」(15.1%)の順に多かったが、一般の利用者、初回の利用者では「食品・医薬品以外の企業」(それぞれ43.9%、20.8%)が最も多かった(表2-2)。

アンケートページへは、いずれの群も「素材情報データベース」、「トップページ」、「SNS」から来た者が多かった(表3-1)。初回の利用者

では「特定保健用食品/その他解説」から来た者（17.1%）も2番目に多かった。

2) HFNetの利用状況

HFNetを知った場所は、仕事の利用者では「国立健康・栄養研究所HP」（41.0%）が最も多く、次いで「勤務先・学校」（17.6%）、「検索エンジン」（16.0%）であったのに対し、一般の利用者、初回の利用者では「検索エンジン」（それぞれ38.3%、30.6%）が最も多く、「SNS」、「他のサイトからのリンク」が続いた（表4-1）。利用期間は、仕事の利用者、一般の利用者ともに「2年以上前から」（それぞれ81.6%、73.7%）と「1年前から」（それぞれ13.1%、15.0%）で9割を占めていた（表5）。利用頻度は、仕事の利用者では「週に1~4回くらい」（35.7%）と「月に1~2回くらい」（33.6%）が7割を占め、一般の利用者では「月に1~2回くらい」（35.3%）、「2~3か月に1度くらい」（29.3%）が7割弱と、仕事の利用者の方が頻度は高かった（表6）。

3) HFNetの利用目的

利用目的は、いずれの群も「有効性の根拠について知るため」、「有効性について知るため」、次いで「体への悪い影響について知るため」が上位3つを構成していた。仕事の利用者では、「被害事例について知るため」、「注意喚起情報について知るため」、「薬との相互作用について知るため」、「最新情報を見るため」についても、それぞれ約半数が利用目的にあげていたが、一般の利用者ではこれらの目的は約3割で、初回の利用者では2割にも満たなかった（表7）。目的の達成度では、仕事、一般の利用者のいずれも9割以上が「達成できている」または「おおむね達成できている」と回答した（表8-1）。目的を達成できていない理由として、「知りたい情報がなかった」がいずれの群も高くなっていたが、一般の利用者では「内容が難し過ぎた」との回答も多かった（表8-2）。

一般の利用者は、利用目的を自分または家族の健康のために主に役立てる者が9割を占めたのに対し、初回の利用者では、約2割が「仕事上の情報収集のため」、約6割が自分または家族の健康のためと回答した（表9）。

4) 気に入ったページ・役に立ったページ

気に入ったページ・役に立ったページについての質問は、「特になし」を選択または自由記述の半選択式にて尋ねた。「特になし」を選択した者は、初回（70.3%）、一般（55.6%）、仕事（44.7%）の利用者の順に多かった（表11-1）。自由記述では、仕事の利用者から延べ192、一

般の利用者から延べ83、初回の利用者から延べ36の回答を得た。

仕事の利用者、一般の利用者では、気に入ったページ・役に立ったページとして「素材情報データベース」をあげた者が際立って多かったのに対し、初回の利用者では、「素材情報データベース」と「特定保健用食品/その他解説」がほぼ同数であった。仕事の利用者では、HFNet内コンテンツのカテゴリ名称を上げる者が多かったのに対し、一般の利用者では素材情報データベース、初回の利用者では特定保健用食品/その他解説の個別ページを上げる者が他より多く見られた。

5) HFNet以外に参考にする情報源

HFNet以外に参考にするインターネット上の情報源が「ある」と回答したのは、仕事、一般、初回の利用者の順で多く（それぞれ、46.3%、31.6%、23.4%）、計それぞれ137、45、32の情報源を得た（表12-1）。仕事の利用者では、4割以上が公的機関のサイトまたはSNSをあげ、次に論文検索サイト（27.4%）、関連機関のサイト（12.4%）を参照する者が多かった（表12-2）。一般の利用者では、Wikipedia（21.4%）が最も多く、続いて健康関連情報サイトや健康関連ブログ、メルマガ、SNS（ともに16.7%）が参照されていた。初回の利用者では、SNS（詳細不明）をあげた者が最も多く（23.1%）、その他には公的機関のサイト（19.2%）、関連機関のサイト（19.2%）、検索エンジン（19.2%）、Wikipedia（19.2%）が同数で並んだ。

インターネット以外の情報源が「ある」と回答した者はいずれの群もインターネット上の情報源より多かった（表13-1）。情報源としては、いずれの群も「書籍、雑誌、新聞」が最も多く参照されていたが、仕事の利用者では業界紙や機関誌、ガイドライン等が含まれていたのに対し、一般の利用者では週刊誌、健康や運動関連の雑誌が含まれていた（表13-2）。仕事の利用者では、その他に、学会誌や論文（25.4%）、ナチュラルメディスン（18.5%）が多く参照されていたが、一般の利用者では学会誌や論文（11.4%）と同数で専門職の意見があげられていた。

6) 利用者の要望

仕事の利用者では「充実して欲しいコンテンツ」として、新しい文献情報、素材情報の更新頻度、素材の有効性情報と有効性の評価の見直し、安全性および相互作用情報、話題の素材や機能性表示食品の関与成分等の素材の充実等、素材情報データベースへの要望が多く、その他には、パンフレットや資料等の充実があげられ

た(表 14-1)。「今後、掲載して欲しい情報」として、エセ科学や誤った風潮を正すコラム等を中心に、特定の商品情報や食品以外の情報等、様々な要望が並んだ。「使い勝手について」として、画面が見づらい(デザイン性として)、情報が羅列で見づらい、見たい情報だけ見れると良い、検索が難しい、素材が分類してあると良い、更新日や更新内容が分かると良い、スマホ版があると良い等の意見があげられ、その他としてメルマガの復活や SNS を活用した要望もあげられた。

一般の利用者では、充実して欲しい、または掲載して欲しい情報として、仕事の利用者と同様、素材情報の充実とともに、宣伝広告やメディア情報と HFNet 情報との乖離の説明、広告情報を正しく読むための注意点、症状に対する有効なもの、どれが効果のある素材か等があげられた(表 14-2)。使い勝手として、検索がヒットし難い、検索結果が 2 ページ目に表示される、デザインが古い、個別ページからトップページに移動できるリンクが欲しい、トップページの「素材情報データベース」を目立つようにして欲しい、「すべての情報を表示」、「同意する」ボタンは手間等、操作性に関する要望が多くあげられた。

初回の利用者では、個別の素材や食品以外の製品、製品情報への要望が目立った(表 14-3)。使い勝手としては、トップや上位画面へのリンク、検索でヒットしやすいと良い、PMID 等が邪魔、トップ画面が見難い等があげられた。

7) SNS の認知・利用度、感想

SNS を知っており、見たことがあると回答した者は、仕事の利用者、一般の利用者で約 3 割、初回の利用者では 1 割未満であった(表 15)。SNS 利用経験者(計 117 名)の感想では、約半数が「特にない」と回答し、約 2 割の者が「投稿が少なすぎる」と回答した(表 16)。SNS で出して欲しい内容では、注意喚起情報や危害情報、最新ニュース、セミナーの案内等、すでに対応している内容が多くあげられ、また、有効性情報や、健康食品との付き合い方といった基礎的な解説を求める回答があげられた(表 17-1、17-2、17-3)。

D. 考察

健康寿命延伸のための施策として、セルフケア・セルフメディケーションが推奨されている。この内、セルフケアには、健康食品の利用も含まれ、国民の健康食品への関心の高さは、その市場規模の拡大として現れている。しかし、消費者の健康食品に対する認識は十分とは言えず、また消費者が論文情報を理解するのは難し

いと考えられるため、医師や薬剤師、管理栄養士、アドバイザースタッフといった医療系専門職が、HFNet を活用し、健康食品に関する正しい知識を持ち、消費者教育に当たることが、消費者が健康食品を適切に利用できる環境整備の一環となる。また、消費者自身が情報収集する際、正しい知識を得てもらう目的で、近年 HFNet では基礎知識やコラムの作成、公開にも取り組んでいる。

今回の調査では、HFNet 利用者の内、あくまでアンケートに協力した者の状況ではあるが、HFNet の利用歴が 2 年を超える長期ユーザーが多く存在し、主に素材情報データベースを中心に活用されている実態が明らかとなった。その内、仕事のために HFNet を利用する者では、HFNet 開設当初からの目的対象者である医療系専門職者、医療や販売の仕事に就く者の利用も多く認められた。こうした専門職が消費者に対し、HFNet の情報を伝えることで、消費者への正しい知識の普及に働いていることが期待される。こうした者のニーズの中に、パンフレットや資料の充実、誤った認識を正すための解説等を求める声もあったことは、今後、最優先に対応すべき課題と言える。具体的には、医薬品と健康食品の違い、健康食品の使い方、宣伝広告と HFNet 情報との乖離の説明、広告の見方等があげられており、既に作成されているものも含まれていたが、タイトルや中身の見直し等、対応が必要と考えられた。注意喚起で時折出される消費者庁による摘発商品の広告を集め、広告を見る際の注意点としてまとめる等の対応が考えられる。また、食品・医薬品関連企業に勤める者では、HFNet の安全性情報を活用することで、より安全性に配慮した製品設計、注意表示に繋げることが期待できるが、こうした事業者のユーザーが実際どのように HFNet 情報を活用しているかは不明であるため、今後さらに調査を行う必要がある。

一般の健康食品利用者に関して、これまでに話題の製品を安易に利用する態度や、健康食品の安全性を過信する態度、情報源としてインターネットや SNS、口コミ情報、専門家の意見等を参考にする等報告されているが、HFNet 利用者では、メーカーが良いと称する成分やメディア情報の実際を知りたいと考える者が相当数存在し、正しい知識を得、健康食品の必要性を冷静に判断しようとする消費者の存在が認められた。一方で、そうした冷静な消費者を含め、一般の利用者の大多数が有効性の情報のみに関心があり、安全性や被害情報等にはあまり着目していない姿も認められた。また、HFNet 利用者であっても、一般の者が情報を得ている媒体は Wikipedia や健康関連情報サイト、SNS 等

と、これまで一般の消費者の情報源として報告されているものと変わらなかった。

仕事の利用者においては、有効性情報の更なる拡充や掲載基準緩和を求める声、有効性の評価に関し、「ある程度の研究結果のある素材については、その有効性を認めた方が消費者にとっても良い」とした声もあったが、一般の利用者の情報源は先述の通り曖昧な情報も含んでおり、中には端的に、どれが効くのか知りたい、結局のところ有効なのか？といった声も相当数あり、「効くか効かないか」の二者択一で物事を判断する消費者像が認められた。このことは、消費者の健康食品への認識が十分でないことを示しており、消費者の拡大解釈を招かぬよう慎重な情報提供を維持する必要性が再認識された。

本調査により、予てより考えられてきたように、消費者自身が行う情報収集では、有効性情報に偏り、安全性を軽視してしまうため、専門職を介した消費者教育の必要性があらためて確認された。そのため、素材情報については、HFNetの基本的な考え方として開設当初から維持してきた「消費者が誤認しないよう、論文情報を必要以上に易訳しない」、「安全性情報を重視」という姿勢を今後も保持していくことが重要である。

ウェブページの技術面でのニーズとしては、トップ画面が見づらい、素材情報を分類した方が良い、素材情報内を必要な情報だけ見られるようにした方が良い、文字が見づらい等、視覚面での課題や、検索が難しい、検索の表示順が前に来ない、ページの移動ができない、同意画面が煩わしい等、操作面での課題が明らかとなった。この内、トップページ、素材ページ等へのリンクについてはコラム、基礎知識にリンクを付加することで対応した。また、検索がヒットしづらい点については、これまでカタカナや漢字の素材名を正確に入力しなければ検索できなかったためと考え、現在、ページ作成画面の「キーワード」欄に平仮名、平仮名と漢字の組合せ等を入れ、いくつかのパターンで検索が可能になるよう対応中である。さらに、一般の消費者向けページおよび被害関連情報ページでは、SNSのシェアボタンをつけることで、SNSを多用する消費者がページをシェアしやすくなるよう対応した。

一方、視覚面での課題についてはウェブページの設計自体の課題があげられた。最近のウェブページ構成では、トップページには最新ニュースのみ表示し、その他のページは別ページとして作成、リンクを付すよう構成されているのが主流である。そのため、文字を大きく、画面内の情報量を少なく、他ページへのリンクを目

立つように等、調整が容易である。そうした画面構成に慣れたインターネットユーザーにおいては、HFNetのトップ画面はやや煩雑な印象を持つかもしれない。トップ画面の変更は多大な困難を要するが、例えば画面上下にある不要なリンクは外す等の画面内の整理は可能と考えられる。ちなみに、「被害関連情報」に掲載の記事の内、重要なものについては、同時に最新ニュースにも掲載していることから、一時、画面内で情報の重複が生じる。最新ニュースの表示件数を増やし、ニュース内により多くの注意喚起を表示すれば、被害関連情報は「一覧へ」のリンクのみで十分であるため、今後そうした操作性を考慮した変更についても検討の必要がある。ページ移動しやすくなるよう、パンくずリストの付加や、同意画面の取り外しの要望に関しては、対応を検討中である。

また、データベースとしての課題として、更新頻度や最新情報へのニーズもあげられた。新規の素材として話題・流行りの素材、機能性表示食品の素材の需要が特に高く、情報が未収集であっても検索が出来るようページだけは作っておいて欲しいといった声などもあった。新規素材は、機能性表示食品を中心に必要性が検討されるが、実際に患者や消費者から健康食品の相談を受ける現場の専門職からリクエストを受ける等、より現場に即したデータベース構築を行うことで、専門職を介した消費者教育の推進に働くと考えられる。今後、HFNet情報が実際どのように活用されているかに着目した調査を行い、HFNetの取り組みが、健康食品の正しい知識の普及に向けて、どの程度貢献できているか確認していく必要がある。

E. 結論

HFNetの利用者には、2年以上利用している長期ユーザーが多く存在し、HFNet開設当初からの目的対象者である医療系専門職者が利用していた。最も利用されていたのは素材情報データベースで、今後の課題としても素材情報データベースに関するニーズが多くあげられていた。一方、一般の消費者も利用しており、これまでに想定していた消費者像との相違は大きくなく、安全性を軽視する態度も見られた。このことから、今後も引き続き、専門職を介した消費者教育が重要であり、推進していく必要がある。また、自身で正しい情報を求める消費者も認められたことから、素材情報を簡単に説明、または広告の注意点の解説等のコラムを充実させ、SNSを活用することが、一般の利用者拡大につながると考えられた。

F. 研究発表

特になし

G. 知的所有権の取得状況

なし

H. 健康危機情報

なし

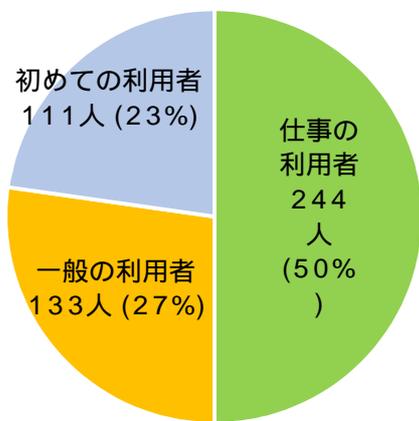


図1 利用目的別の対象者数

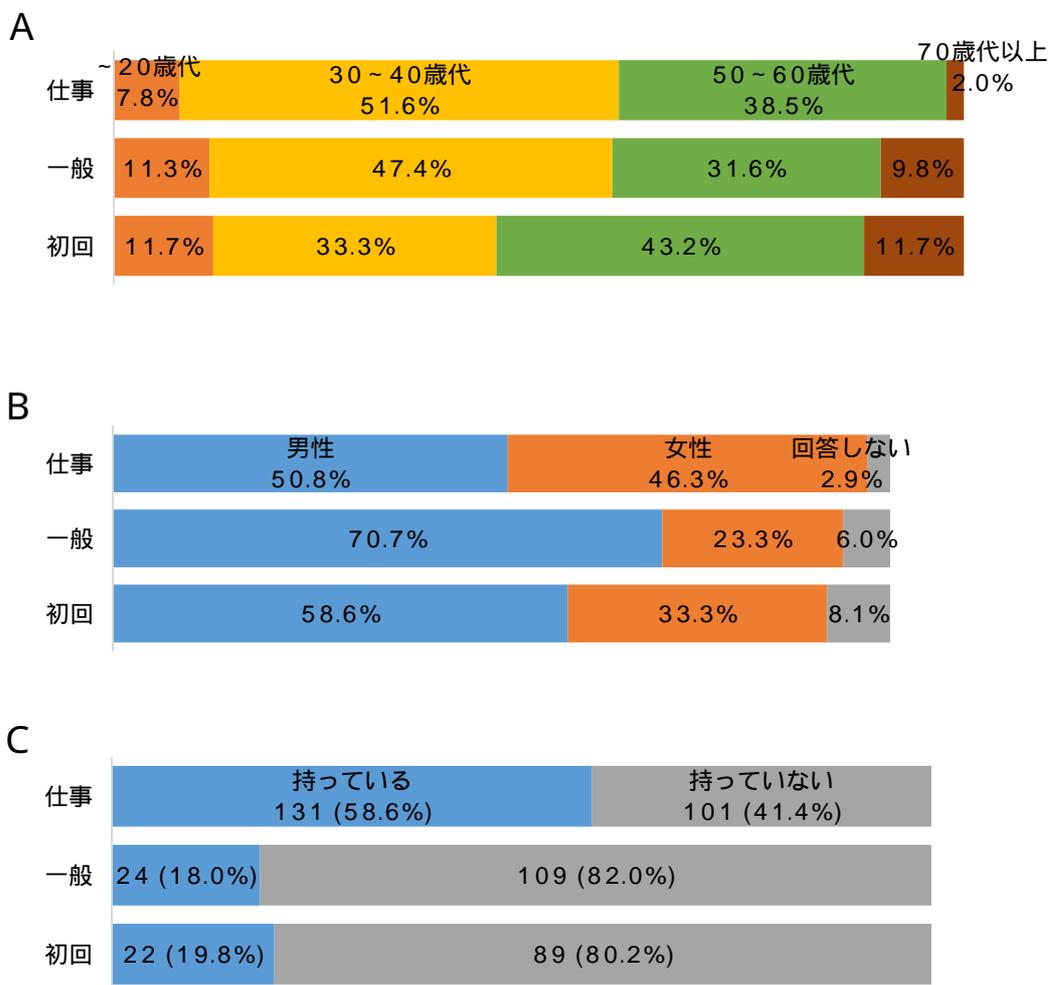


図2 対象者特性

利用目的別、年代 (A)、性別 (B)、医療系資格の有無 (C)

表 1-1 医療系資格の詳細

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
医師	9	3.7	0	0	2	1.8
薬剤師	47	19.3	8	6.0	8	7.2
看護師	3	1.2	1	0.8	1	0.9
栄養士	52	21.3	8	6.0	6	5.4
アドバイザリースタッフ	28	11.5	4	3.0	0	0
その他	23	9.4	9	6.8	6	5.4
持っていない	101	41.4	109	82.0	89	80.2

複数回答

表 1-2 「アドバイザリースタッフ」の内訳

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
NR	23	82.1	3	75.0	0	0
健康食品管理士	4	14.3	1	25.0	0	0
消費生活相談員	2	7.1	0	0	0	0
食品保健指導士	2	7.1	0	0	0	0
その他	2	7.1	1	25.0	0	0

複数回答

表 1-3 「その他」の内容（人数）

	仕事	一般	初回
医学博士	1	0	0
歯科医師	2	0	0
獣医師	2	0	0
衛生検査技師、臨床検査技師	4	1	0
保健師	2	2	0
介護士	0	1	1
登録販売員	3	0	0
健康食品管理士、健康管理士、健康運動指導士	3	1	0
消費生活アドバイザー、食生活アドバイザー	1	1	0
食品衛生責任者	1	0	0
その他	4	4	5

複数回答

表 2-1 対象者の有職状況

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
勤務している	222	91.0	77	57.9	53	47.7
勤務していない	22	9.0	56	42.1	58	52.3

表 2-2 勤務先

	仕事		一般		初回	
	n	%*	n	%	n	%
食品・医薬品関連企業	31	29.2	3	7.3	2	8.3
医療・福祉関係	19	17.9	3	7.3	3	12.5
公的機関	16	15.1	2	4.9	2	8.3
食品・医薬品以外の企業	12	11.3	18	43.9	5	20.8
薬局・ドラッグストア	10	9.4	2	4.9	3	12.5
教育機関	10	9.4	3	7.3	3	12.5
その他 内容	8	7.5	10	24.4	6	25.0

*勤務先回答者の内の割合。回答者数は仕事：106名（47.7%）、一般：41名（53.2%）、初回：24名（45.2%）。

表 3-1 Q1 アンケートには、どのページから来られましたか？

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
素材情報データベース	93	38.1	33	24.8	13	11.7
トップページ	58	23.8	40	30.1	23	20.7
SNS	45	18.4	29	21.8	19	17.1
最新ニュース	15	6.1	7	5.3	4	3.6
特定保健用食品/その他解説	9	3.7	10	7.5	19	17.1
被害関連情報	7	2.9	2	1.5	1	0.9
基礎知識	5	2.0	4	3.0	7	6.3
その他	10	4.1	7	5.3	19	17.1
わからない	2	0.8	1	0.8	6	5.4

表 3-2 「その他」の内容

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
その他ウェブサイト	3	30.0	2	28.6	9	47.4
メルマガ関連	3	30.0	0	0	0	0
ウィキペディアページ	1	10.0	5	71.4	7	36.8
公的機関	1	10.0	0	0	2	10.5
その他 (QR コード、授業)	1	10.0	0	0	1	5.3

表 4-1 Q2 当サイト (HFNet) をどこで、知りましたか？

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
国立健康・栄養研究所 HP	100	41.0	20	15.0	12	10.8
勤務先・学校	43	17.6	5	3.8	2	1.8
検索エンジン	39	16.0	51	38.3	34	30.6
SNS	23	9.4	22	16.5	22	19.8
講習会	17	7.0	1	0.8	3	2.7
他のサイトからのリンク	11	4.5	21	15.8	23	20.7
新聞・雑誌	1	0.4	8	6.0	2	1.8
その他	10	4.1	5	3.8	13	11.7

表 4-2 「その他」の内容

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
公的機関のサイト	2	20.0	0	0	1	7.7
ウィキペディアページ	0	0	2	40.0	7	53.8
知人	0	0	2	40.0	0	0
学術団体のサイト	0	0	0	0	2	15.4
その他 (以前から...等)	8	80.0	1	20.0	3	23.1

表 5 Q3 当サイト (HFNet) をどれくらい前から、ご利用になられていますか？

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
2 年以上前から	199	81.6	98	73.7	0	0
1 年前から	32	13.1	20	15.0	0	0
半年前から	7	2.9	10	7.5	0	0
1 ヶ月前から	6	2.5	5	3.8	0	0
見たことがない	0	0	0	0	111	100.0

表6 Q4 当サイト（HFNet）をご覧になる頻度として最も近いものを1つお選びください。

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
ほぼ毎日	18	7.4	7	5.3	-	-
週に1~4回くらい	87	35.7	19	14.3	-	-
月に1~2回くらい	82	33.6	47	35.3	-	-
2~3ヶ月に1度くらい	36	14.8	39	29.3	-	-
半年に1回くらい	17	7.0	12	9.0	-	-
それ以下	2	0.8	9	6.8	-	-
見たことがない	2	0.8	0	0	-	-

表7 Q5 当サイト（HFNet）のご利用目的をお知らせください。

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
有効性の根拠について知るため	183	75.0	106	79.7	52	46.8
有効性について知るため	177	72.5	96	72.2	54	48.6
体への悪い影響について知るため	146	59.8	87	65.4	31	27.9
被害事例について知るため	125	51.2	44	33.1	17	15.3
注意喚起情報について知るため	123	50.4	49	36.8	21	18.9
薬との相互作用について知るため	121	49.6	36	27.1	19	17.1
最新情報を見るため	112	45.9	34	25.6	16	14.4
健康食品の使い方について知るため	75	30.7	42	31.6	30	27.0
機能性表示食品について知るため	62	25.4	22	16.5	12	10.8
妊娠・授乳中の摂取について知るため	58	23.8	9	6.8	2	1.8
特定保健用食品の製品について知るため	47	19.3	16	12.0	8	7.2
コラムを見るため	25	10.2	10	7.5	5	4.5
パンフレット・資料を見るため	16	6.6	4	3.0	4	3.6
その他の製品について知るため	13	5.3	6	4.5	7	6.3
その他（具体的に）	8	3.3	1	0.8	4	3.6
見たことがない	0	0	0	0	15	13.5

複数回答

表 8-1 Q6 当サイト (HFNet) のご利用目的は達成できていますか？

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
達成できている	58	23.8	31	23.3	19	17.1
おおむね達成できている	170	69.7	91	68.4	33	29.7
あまり達成できていない	12	4.9	10	7.5	6	5.4
達成できていない	2	0.8	1	0.8	6	5.4
見たことがない	2	0.8	0	0	47	42.3

表 8-2 Q7 「あまり達成できていない」「達成できていない」それはなぜですか？

	仕事		一般		初回	
	n	%*	n	%	n	%
知りたい情報がなかった	6	42.9	4	36.4	7	58.3
内容が簡単すぎた	3	21.4	1	9.1	2	16.7
内容が難し過ぎた	1	7.1	5	45.5	0	0
その他	4	28.6	1	9.1	3	25.0

* 「あまり達成できていない」「達成できていない」と回答した者の内の割合。

表 9 Q8 訪問される目的は、主に何に役立てるためですか？

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
自分の健康のため	0	0	104	78.2	45	40.5
家族の健康のため	0	0	17	12.8	20	18.0
仕事上の情報収集のため	244	100	0	0	20	18.0
学業 (レポート作成) のため	0	0	5	3.8	5	4.5
その他	0	0	7	5.3	4	3.6
見たことがない	0	0	0	0	17	15.3

表 10-1 Q9 当サイト (HFNet) は役に立っていますか？

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
役に立っている	122	50.0	71	53.4	30	27.0
おおむね役に立っている	118	48.4	56	42.1	29	26.1
あまり役に立っていない	3	1.2	5	3.8	4	3.6
役に立っていない	0	0	1	0.8	2	1.8
見たことがない	1	0.4	0	0	46	41.4

表 10-2 Q10 「あまり役に立っていない」「役に立っていない」それはなぜですか？

	仕事		一般		初回	
	n	%*	n	%	n	%
知りたい情報がなかった	1	33.3	4	66.7	4	66.7
内容が難し過ぎた	1	33.3	2	33.3	0	0
内容が簡単すぎた	0	0	0	0	1	16.7
その他	1	33.3	0	0	1	16.7

* 「あまり役に立っていない」「役に立っていない」と回答した者の内の割合。

表 11-1 Q11 特に気に入ったページ・役に立ったページがありましたらお教えてください。(3つまで)

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
回答あり	135	55.3	59	44.4	33	29.7
ページの回答数	192		83		36	
特になし	109	44.7	74	55.6	78	70.3

表 11-2 特に気に入ったページ・役に立ったページの自由記述内容(人数)

	仕事	一般	初回
HFNet	8	5	2
1 全般	7	5	2
2 危険情報	1	0	0
基礎知識	13	7	4
1 全般	6	4	1
2 パンフレット	5	0	2
3 「科学的根拠に基づく情報」との向き合い方	2	1	1
4 妊娠中のサプリメントの利用について	0	1	0
5 健康食品は薬の代わりにはなりません	0	1	0
最新ニュース	15	2	1
1 全般	10	1	1
2 素材関連の情報	2	0	0
3 機能性表示食品の届出情報	1	1	0
4 機能性表示食品の届出、特定保健用食品の許可情報	1	0	0
5 その他(空欄)	1	0	0
トップページ	1	0	0
1 全般	1	0	0

表 11-2 (つづき)

	仕事	一般	初回
被害関連情報	20	5	0
1 全般	17	4	0
2 健康被害	1	1	0
3 個人輸入に関する注意喚起	1	0	0
4 医薬品成分混入	1	0	0
特定保健用食品/その他解説	23	8	12
1 全般	2	2	0
2 コラム・研究報告	12	4	2
3 ビタミン・ミネラル解説	4	1	1
4 アミグダリンについて	1	0	0
5 アルミニウムの安全性について	1	0	0
6 コラーゲンって本当に効果があるの？	1	0	2
7 特定保健用食品の商品情報	1	0	0
8 特定保健用食品(トクホ)の上手な利用法	1	1	0
9 -リボ酸の安全性・有効性情報(痩身効果との関連)	0	0	2
10 グレープフルーツと薬物の相互作用について	0	0	2
11 青汁の健康効果って？	0	0	1
12 コエンザイム Q10 について	0	0	1
13 ノニについて	0	0	1
素材情報データベース	106	51	14
1 全般	85	21	4
2 有効性・安全性	7	4	1
3 安全性	4	2	0
4 有効性	0	5	0
5 相互作用	1	0	0
6 被害事例	1	0	0
7 分析方法	1	0	0
8 英名・学名の記載	1	0	0
9 トマト	1	0	0
10 オリーブ油	1	0	0
11 トチュウ	1	0	0
12 プラセンタ	1	0	0
13 グルコサミン	1	0	0
14 ゴマ セサミン	1	0	0
15 GABA	0	2	0
16 漢方薬関係	0	1	0

表 11-2 (つづき)

	仕事	一般	初回
素材情報データベース(つづき)			
17 筋肉	0	1	0
18 ガラクトオリゴ糖	0	1	0
19 メラトニン	0	1	0
20 ノニ	0	1	0
21 セイヨウオトギリソウ	0	1	0
22 玉ねぎ	0	1	0
23 トリプトファン	0	1	0
24 エキナセア	0	1	0
25 キトサン	0	1	1
26 ヨモギ	0	1	0
27 カフェイン	0	1	0
28 コエンザイム Q10	0	1	0
29 亜鉛	0	1	0
30 チロシン	0	1	0
31 アルギニン	0	1	0
32 ビタミン C	0	1	0
33 ヨウ素	0	0	1
34 コラーゲン	0	0	1
35 キチン	0	0	1
36 システイン	0	0	1
37 -リノレン酸	0	0	1
38 オメガ3 脂肪酸について	0	0	1
39 ニンニク	0	0	1
40 ヒアルロン酸	0	0	1
その他	6	5	3
1 SNS による情報提供	1	0	0
2 検索が使いやすい。関連項目、また有害事象一覧なども表示してくれるので関連項目もしらべやすい。	1	0	0
3 健康美容 EXPO	1	0	0
4 運動身体活動	1	0	0
5 検索窓	1	0	0
6 サプリメントの信用性	1	0	0
7 お酒とがんのリスク	0	1	0
8 栄養研リンク	0	1	0
9 検索して調べられる	0	1	0

表 11-2 (つづき)

	仕事	一般	初回
その他(つづき)			
10 サプリメントの情報は特に役に立っています。	0	1	0
11 ベジタリアンの健康情報	0	1	0
12 食品としてどういう物ががんからなかったので勉強になりました	0	0	1
13 鉄剤とお茶類の影響	0	0	1
14 コミュニケーション	0	0	1

表 12-1 Q12 当サイト (HFNet) 以外に同様の目的で参考にする SNS や、インターネット上の情報源をお知らせください。

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
ない	126	51.6	89	66.9	83	74.8
ある	113	46.3	42	31.6	26	23.4
情報源の回答数	137		45		32	
無回答	5	2.0	2	1.5	2	1.8

表 12-2 インターネット上の情報源の自由記述内容

	仕事		一般		初回	
	n	%*	n	%	n	%
公的機関サイト (厚労省、消費者庁、健栄研など)	51	45.1	5	11.9	5	19.2
論文検索サイト (CiNii、Pubmed、コクランなど)	31	27.4	4	9.5	0	0
関連機関 (日本健康・栄養食品協会、健康長寿ネットなど)	14	12.4	3	7.1	5	19.2
ナチュラルメディスン、KEGG など	12	10.6	0	0	2	7.7
健康関連情報サイト (ライフハッカー、機能性食品ネットなど)	11	9.7	7	16.7	0	0
海外の公的機関サイト	8	7.1	1	2.4	0	0
検索エンジン	7	6.2	2	4.8	5	19.2
SNS (詳細不明)	7	6.2	6	14.3	6	23.1
健康関連ブログ、メルマガ、SNS	3	2.7	7	16.7	2	7.7
Wikipedia	2	1.8	9	21.4	5	19.2
メーカーなどの情報サイト	2	1.8	1	2.4	2	7.7

*「ある」回答者の割合

表 13-1 Q13 インターネット以外に参考にする情報源はありますか？

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
ない	105	43.0	89	66.9	71	64.0
ある	130	53.3	44	33.1	39	35.1
情報源の回答数	150		48		43	
無回答	9	3.7	0	0	1	0.9

表 13-2 インターネット以外の情報源（自由記述内容）

	仕事		一般		初回	
	n	%*	n	%	n	%
書籍、雑誌、新聞	66	50.8	32	72.7	25	64.1
学会誌、論文	33	25.4	5	11.4	7	17.9
ナチュラルメディスン	24	18.5	2	4.5	0	0
公的機関、教育機関の情報（厚 労省、学校など）	13	10.0	0	0	2	5.1
研修会、講習会	3	2.3	0	0	0	0
メーカーの資料	3	2.3	0	0	1	2.6
専門職の意見（セミナー、雑誌 記事など）	2	1.5	5	11.4	2	5.1
テレビ	1	0.8	3	6.8	3	7.7
その他	5	3.8	1	2.3	3	7.7

*「ある」回答者の割合

表 14-1 Q14 今後、掲載して欲しい情報・充実して欲しいコンテンツ、使い勝手について、疑問やご要望などがありましたらお教えてください。（仕事の利用者）

充実して欲しいコンテンツ	
1 全体	話題の健康素材や健康法について。
2 全体	どんどん最新の研究結果などものせてもらえたらと思っています。
3 全体	健康食品が氾濫しています、今後もさらに多くの客観的データを
4 最新ニュース	機能性表示食品がどんな名称・機能性のものが記載されていたらより良いなと思います。機能性表示食品が増えたという情報のみで、他サイトで内容を確認する必要がある。ただ、特別に不便を感じているというわけではないので、今のように更新が滞らず見れたら十分便利に思います。
5 最新ニュース	景品表示法執行担当。経皮使用によるものについても同様の情報があるとありがたい。
6 基礎知識	いつも大変お世話になっておりますが、可能でしたらパンフレット情報をもっと充実していただくと助かります。

表 14-1 (つづき)

充実して欲しいコンテンツ(つづき)		
7	基礎知識	サプリ, 健康食品に関するパンフレット情報の充実と, HP からすぐたどれるよう大きく見やすくしていただきたい。一般に広くこれらの有用な情報があることを PR していただければと思います。
8	基礎知識	安全性・有効性情報のページの、基礎知識の内容を拡充してもらいたい
9	基礎知識	栄養の薬事に関わる更新情報がほしい。
10	基礎知識	機能性表示食品を摂取すれば、血圧が下がる、血糖値が下がるとい、医薬品をやめる人がいます。実際に医薬品と健康食品の効果効能の違いについて対比させた表のようなものを配信してほしいです。実際に私の母(75歳)からも健康食品を摂取しているから薬をやめようかなと相談されています。命に係わる問題だと思うので機能性表示食品の高齢者が錯覚しそうな誇大広告、他者事例、口コミなども取り締まってほしいです。
11	基礎知識	健康食品の飲み方を掲載して欲しい。海外文献の引用は日本語訳してほしい。
12	コラム	コラム・研究報告
13	コラム	コラム研究報告の充実し、トップページに一覧を掲載してほしい。今、何故か掲載していないのが不思議です。よくある質問の充実も希望します。
14	素材 更新	素材のデータベースの更新頻度を上げてほしい。また更新した部分がどこか、わかりやすくしてほしい。
15	素材 更新	10年以上更新されていないページもあるため、こまめに更新してほしい。
16	素材 更新	現状の内容で掲載素材とエビデンスのアップデートをしていただきたい。
17	素材 更新	最新の臨床論文情報
18	素材 更新	食品素材等の有効性情報 / 有害性情報および参考文献のさらなる拡充
19	素材 更新	素材情報データベースについて・・・NMCD の情報を迅速・正確に UPDATE してほしい。参考文献の番号や参照先が間違っていたら修正してほしい。食経験の情報も追加してほしい。
20	素材 更新	素材情報の充実。有効性も安全性も最新情報をいち早く公開していただけると助かります。
21	素材 有効性	素材の有効性についての情報がさらに充実するとうれしいです。
22	素材 有効性	確実な有効性情報だけでなく、少しでも学術的に弱い情報も、もう少し網羅的だと助かります。
23	素材 有効性	有効性に関する情報についてももう少し真摯に情報収集をして欲しい。あの書き方ではどんな素材も全部危険だと言ってるようにしか見えない。学があり、サイトの見方もわかってる人ならともかく、一般消費者からすれば安全性や危害情報ばかりが充実したページを見て良い印象は絶対に持たない。
24	素材 有効性	有効性情報についても積極的に掲載してほしい
25	素材 有効性	効果に対するエビデンス、SR 情報をより充実させてほしい。素材の内容更新が古いものがあるので、時折メンテナンスしてほしい。

表 14-1 (つづき)

充実して欲しいコンテンツ(つづき)			
26	素材	有効性 評価	有効性についての評価が、否定的なものが多い。あることについて有効性が複数見られれば、記載してもらったほうが、有用である。
27	素材	有効性 評価	成分の有効性に関する情報をより充実させていただきたいと考えています。健康食品産業が年々拡大していることは、消費者がその効果を何らかの形で認めているものと考えられます。当然安全性には十分な配慮が必要ですが、専門家が科学的な見地で健康食品の素材の有効性を発信することも国民にとって重要な良い製品を選ぶ判断材料になるものと思いますので、有効性情報についてより積極的な発信をぜひお願いいたします。
28	素材	有効性 評価	健康食品の各論(素材)について、有効性の表記をナチュラルメディスンデータベースの有効性レベルのように表記して欲しい。例)有効性レベル1 効きます。有効性レベル2 おそらく効きます。有効性レベル3 効くと断言できませんが、効能の可能性が科学的に示唆されています。など
29	素材	安全性	素材情報データベース(特に安全性)
30	素材	安全性	素材情報データベースのさらなる充実や健康食品における副作用情報などを詳しく知りたいです
31	素材	安全性	特に安全性評価に関して、機能性表示食品関与成分のデータが反映されておらず、情報の古さを感じるが増えてきた
32	素材	安全性	被害情報。特に「過剰摂取、過量服薬による弊害」
33	素材	安全性	素材情報(特に相互作用や禁忌)を参考にすることが多く、掲載されていないものもあつたりするので、今後種類を増やしてほしいです。
34	素材	安全性	薬物との相互作用
35	素材	安全性	医薬品との相互作用、手術前後の中止が望ましい期間など
36	素材	その他	素材データベースの品種を増やしてほしい
37	素材	その他	原料の食品表示について
38	素材	その他	効果があるとうたっているサプリメント、栄養食品等の効果の根拠を確認したい。よって、信頼性のあるデータの新しい報告をお願いしたい。
39	素材	その他	食薬区分、機能性表示食品との連携など
40	素材	その他	人の情報だけでなく、動物も含め、幅広く集めて欲しい。例えば、ペットサプリなどに参考にするため。情報の更新頻度を多くしてほしい。機能性表示食品に参考にするため。
41	素材	その他	エビデンスに基づいた適切な用量。植物抽出物として市販されているものについては有効成分の含まれている部位の記載。
42	素材	その他	素材情報データベース
43	素材	その他	孫引きする時に書籍などで内容が判らない時は要約を乗せてくれると助かる

表 14-1 (つづき)

今後、掲載して欲しい情報	
1 素材	・素材はどんどん増やしてほしい(たまにない素材がある) ・細かく記載があるので非常に重宝しています。今後ともよろしくお願いします。 ・セロトニンなどのホルモンについての記載は難しいでしょうか？
2 素材	プラズマ乳酸菌についての効能効果について早急をお願いします。
3 素材	調べたい成分が掲載されていないことが多い。メディアで何が話題になっているかにもっと敏感になって、影響の大きい案件から積極的かつ優先的に掲載してもらいたい
4	いわゆる健康食品の製品のデータベース
5	エセ科学に関することで、それを明確に否定する根拠となることを知りたい。エセ科学を信じる患者に提示する明確な資料としたい。
6	その時々々の誤った風潮を科学的、論理的に正す(解説する)コラムを期待しています。
7	できれば食品以外の情報も欲しい。化粧品とか、医療機器まがいの雑貨とか
8	機能性表示食品の届出情報で「撤回」の情報も載せてほしい(載ったり載らなかったりのような印象がある)
9	具体的な商品情報
10	結局の所、有効なのか有害なのか。機能性表示食品で根拠としている論文の検証・精査。
11	広告考査を行う際に、セルフチェックができるようなコンテンツ
12	高齢者の健康管理、とりわけ関節、認知機能に関し素材情報では無効とされているものが広く流通している。注意喚起、啓蒙をうながして頂きたい。又サイトの趣旨とは異なるでしょうが高齢者の健康管理に有効な素材情報を提供していただければとも思います。
13	国内サプリメント、薬品サプリメントメーカーの信用性 説明文の読み解き方
14	食事(食材)と栄養素について
15	食事摂取基準に掲載されていない栄養素について 海外で注目されている栄養素について 栄養学の講義の参考になるようなもの
16	食品添加物によるアレルギーの報告
17	発売禁止商品(成分)一覧表
18	明らかに間違っている情報や欠落している情報に関して、情報提供する手段を提供するのが良いと思われます。
19	論文の検索式を掲載してほしい
使い勝手について	
1 全体	「健康食品」の安全性・有効性情報のみやすさの改善。引用禁止はやめてほしい
2 全体	フォントやイラストが古い、画質や色づかいから見づらく感じる。
3 全体 検索	検索が難しい

表 14-1 (つづき)

使い勝手について(つづき)			
4	全体	検索	薬、健康食品などの飲み合わせ、相互作用、危険度がシンプルに表示される検索システムがあるとありがたいと思います。
5	全体		更新された情報がどこなのか、その更新日はいつなのか、情報記載ページを見たときにすぐにわかると助かる。
6	全体		内容が更新された際、更新日や更新内容が分かるようにして頂きたいです。
7	素材	検索	検索にかからない健康食品成分がある。情報なしあるいは情報未収集などでもよいので検索にかかるようにしてほしい。検索語の揺らぎがあるので類似の候補を示してほしい。
8	素材	検索	カテゴリーごと(素材・保健機能食品ごと・話題性ごと など)に検索をやすくしてほしい
9	素材	検索	JAN コードにより検索
10	素材		あいうえお順以外に、グループごとに分類した一覧(ビタミン、ミネラル、ハーブ・漢方、商品)のようなページがあればうれしいです。
11	素材		情報が羅列されすぎて見づらいので、もう少し項目ごとを大まかに分けて、詳細を見たい分だけ中身が見えるようになるとういと思います。
12	素材		安全性や相互作用が調べやすくなると良い。
13	素材		同意を求めるダイアログが多いと思います。
14	スマホ版		PC では特に問題を感じませんが、スマホだと字のサイズやスクロールに不便を感じるのでスマホ版ページがほしいです。
15	スマホ版		スマホ対応が進むと、より若い世代やサプリメントを必要とする世代にも利用しやすくなるのではないかと感じました。
その他、ご意見ご要望			
1	SNS		SNS の発信がもっと多いと目につくので助かります。
2	SNS		Twitter に素材情報データベースをまとめた情報を掲載して欲しい(Twitter 内検索で情報を得る消費者も多いため)
3	SNS		素材情報データベースを SNS でシェアしやすくしてほしい。
4	その他	全体	人数や予算の制限で困難なのだと思うが、もう少し踏み込んだ解析をしないと、結局、ほとんど使えない情報 DB のままではないかと思う。
5	その他	素材	素材情報 DB 中に PMID の誤植が散見されるので、訂正しておいていただきたい。
6	その他	素材	機能性表示食品の届出における貴サイトの利用状況(定量的、定性的)が知りたい。(有効性、安全性いずれの情報についてもポジティブなものだけが恣意的に選択されているという懸念があります)
7	その他	メール	最新ニュースのアップデート頻度が上がるとよい。メルマガを復活してほしい。
8	その他	メール	最新ニュースや更新情報のメール配信を希望致します
9	その他		特にありません。満足しています。ありがとうございます。
10	その他		今のところないです。満足しています。

表 14-1 (つづき)

その他、ご意見ご要望(つづき)	
11 その他	現在のフォーマットは自分にとっては使いやすいです
12 その他	感謝しています。 今後とも宜しくお願いします。
13 その他	アンケート長いよ

表 14-2 Q14 今後、掲載して欲しい情報・充実して欲しいコンテンツ、使い勝手について、疑問やご要望などがありましたらお教えてください。(一般の利用者)

充実して欲しいコンテンツ	
1 基礎知識	サプリメントなど健康食品の広告に対して実際との乖離や正しく情報を読み取るための注意点など、リテラシーを高めることに役立つ情報が充実すると嬉しいなと思います。
2 被害関連	健康被害の情報をより詳しく。
3 素材 全体	・「素材情報データベース」の更なる充実 ・海外の論文の正しい日本語翻訳ページ
4 素材 更新	素材情報データベースをさらに update を頻繁に充実させてください。
5 素材 有効性	がんに対する有効性・根拠の表示を充実させてほしいです
6 素材 有効性	サプリメントの1成分について有効性の有無について調べるが、たいてい「信頼できるデータがない」とかである。症状に対する有効なものは何かの提示がないので、提示・提案してほしい。
7 素材 有効性	関節の運動機能、関節痛に作用するとメーカーが称している、コンドロイチン、グルコサミン等の有効性について
8 素材 有効性	健康食品の効果の有無に関する文献情報(臨床試験報告)を充実させていただきたい。
9 素材 安全性	成分が病者にもたらす影響、注意情報
10 素材 安全性	スピルリナと薬についての因果関係
11 素材 評価	健康食品に関する客観的評価の情報をさらに充実してほしい。
12 素材 評価	効果と安全性につて網羅的な記載は素晴らしいと思いますが、効果や副作用について明確でなければ”現在確定していない”と記載をして欲しい。
13 素材 評価	実験結果を総括した意見
今後、掲載して欲しい情報	
1	サプリメント
2	サプリメントについてアップデート
3	サプリメントの効果
4	データベースを見ると、ほぼすべてのサプリメントは、効果を確認できるデータなし、のように書かれている。しかしサプリメントメーカーは、効能あり、と言っている。この違いは何なのか、見解をして欲しい。
5	ドーピング、禁止薬物のデータベース化
6	マスメディアに溢れる健康に関する情報 ホンマかいなと思うので。

表 14-2 (つづき)

今後、掲載して欲しい情報(つづき)		
7		海外で認可されているが、いまのところ日本では認可が進んでいないサプリメントの、どうして認可が進んでいないかや認可の見込みなど。(たとえば私は睡眠外来の医師と相談して睡眠サプリメントのメラトニンを個人輸入しているが、国内で買えないことに不便さや不安を感じている。)
8		漢方薬の安全神話的なところが気になっています。副作用などの正確な情報が欲しいと思っています。
9		健康食品以外の食品添加物等も少しあればいいなと思います。健康食品以外にも筋トレ目的でもみてるので、そういった情報があればうれしいです
10		効果からどの栄養が効果あるのかわかるようにして欲しい。
11		食品と医薬品の相互作用に一覧表があれば助かります。
12		新聞雑誌の広告で有効な効果を説明するもの、単なる期待を説明するものの区別を教えてください。「個人の感想です」はどれくらい意味があるの？
13		世の中にサプリメントはゴマンとあり、効能に根拠のあることを謳っているものも多い。例えばブルーベリーやルテインなど。しかし HFNet でその成分を調べると、ほぼ全てが効果が否定されているか、積極的に肯定されているものがない。ここに疑問を感じる。サプリが本当に効果があるものなのか、積極的に発信していただければ、と思う。使い勝手については満足している。
14		体内の栄養バランスを知りたい。
15		大塚製薬のエクエル
16		特定の症状に効果のある食品のリストが欲しい
使い勝手について		
1	全体 検索	検索キーワードには、正しい名称を入力しないとヒットしないので、平仮名・片仮名・漢字でもヒットすると嬉しいです。
2	全体 検索	検索の精度及び表示方法を改善してほしい。例えば「亜鉛」の検索結果では亜鉛の項目が二ページ目に表示されている。
3	全体 検索	検索結果の表示する順番を関連性が高いページが最初に来るようにしてほしい。例えば EPA と検索されると、EPA (エイコサペンタエン酸)のページが見たいのに検索結果の2ページ目に表示されてしまって探すのが大変。検索結果を五十音順などでソート出来るようになると使いやすくなると思う。
4	全体 検索	知りたい情報がなかなか見つからない索引をわかりやすくしていただきたい。このサイトに地手も感謝しています。
5	全体	素材情報データベースのページデザインが古い
6	全体	web デザインの面で古く、操作性が良くはない。
7	全体	サイトのデザインが古いので、現代的にしてほしいと思いますが、情報そのものは非常に充実しています。
8	全体	サプリ等の効能・健康リスク等に関心を持つ人がこのサイトの存在を見つけやすくすることが重要

表 14-2 (つづき)

使い勝手について(つづき)	
9 全体	トップページの素材情報データベースへのリンクをもっと目立つようにしてほしい。それに、データベース内で使われている文言が、論文(のアブストラクトのアブストラクト)調で、敷居が高いのが惜しまれる。
10 素材	「安全性、有害性情報」の件数が多いので、「あかさたな…」別でページを分けたらどうか
11 素材	detail ページは手間だけで不要
12 素材	安全情報の同意ボタンは少しうっとおしく感じる。
13 素材	健康食品の素材データベースなどの個別のページ全てに TOP ページへ移動できるリンクを貼って欲しい
その他、ご意見ご要望	
1 その他 トクホ	トクホについても機能性表示食品届出情報的な資料が閲覧できたら有り難い
2 その他 コラム	コラムの目的が分からない
3 その他	特にない。つまり、小生にとっては「現況」のままで十分に役立っています。どうも有り難う御座います。
4 その他	信頼できる情報として現状に満足しています。
5 その他	今後も宜しくお願いします
6 その他	見やすく良いサイトだと思います。
7 その他	健康食品が溢れかえる今日、ここの情報サイトは大変有益です。
8 その他	いまのまま
9 その他	「健康食品」の素材情報データベースが大変役に立っております。一般的に有効と思われている素材に、エビデンスがないどころか有害な場合もあることを知ることができるのはここくらいだと思います。

表 14-3 Q14 今後、掲載して欲しい情報・充実して欲しいコンテンツ、使い勝手について、疑問やご要望などがありましたらお教えてください。(初回の利用者)

充実して欲しいコンテンツ	
1 コラム 新素材	流行りの食品について知りたい。例えば、エナジードリンクみたいに、タピオカのコラムも読みたい。
2 素材 更新	特にありませんが新しい健康食品の安全性等をいち早く、知らせてほしいです。商品の疑問で企業に問いの電話しますが殆どが消費者の責任に任せてる所あり、結構、いい加減なのだなあと思う事があります。消費する側の色んな要素が加味し、一部食品が安全でなくなる事もあると思います。消費する側として、できるだけ安全で安心できるものを選びたいです。
3 素材 安全性	サプリメントの薬効と薬との因果関係
4 素材 安全性	飲み合わせによって生じるデメリット

表 14-3 (つづき)

今後、掲載して欲しい情報	
1	サプリメントについて情報を充実してほしい。県恋不安を煽って売りつけるサプリメントがあまりにも多く、「個人の意見です」を小さく表示して責任を逃れてるところがあまりにも無責任であるため。
2	サプリメントの規制について、効果がないのにあるようにして販売している。規制を
3	すでにあるかもしれませんが、肌に付けるものの安全性や有効性について知りたいです。食品もですが、どのくらいの期間使うと効果が現れてくるのかも知りたい。
4	タンパク質
5	デトックスについて。
6	ニナファーム オキシリアについて
7	より科学的なデータにわかりやすく簡単にアクセスできるページ、科学的根拠に基づいて時分の食生活をチェックできるコンテンツがあれば嬉しい
8	漢方薬
9	初めて見るサイトなので、いろいろわからないのですが、売っているサプリ名で検索して栄養素について説明が読めたらいいと思います。また、1日に摂取しているサプリの種類を選択したら、栄養素の合計が見られて、取り過ぎかどうかを見られたらいいと思います。それが実現しなくても、サプリの栄養素のデータベースが提供されれば、それをアクセスしてユーザーに栄養素の合計を見せられるアプリを作りたいと思っています。
使い勝手について	
1 全体	サプリメントの情報が巷であふれ、テレビCMなどなにを信じていいのかわからず、企業CMはほとんどが信用できないので、今後も正しい情報を発信してほしい。もっと簡単にこのサイトが検索でヒットするようにしてほしい
2 全体	もう少し画面や文字が大きい方がいい
3 全体	リンクを増やしてほしい
4 全体	検索結果でたどり着いたページの参考資料の日付で、更新日が新しいと知り、有用な情報だと感じました。ですが copyright の英語表記では運営組織が分からず(英語に弱いので) URL の末尾を削って TOP ページに辿り着きました。検索結果の上位に現れましたが、Google の検索結果では、サイト名しか表示されず、せっかく国の機関によるサイトとは気づけずもったいないと思います。(go.jp のドメイン名で気付ける人は少ないと思います)。ですので、各ページには、TOP や上位のページに移動できるリンクと、日本語の組織名は必須ではないでしょうか。食べ物や薬に関する煽り気味の情報によって、家族が不安に陥るため、より正しい情報を常に求めています。不安を感じている本人がこのサイトにたどり着いても、安心できるとは限りませんが、周囲の者や、医療に関する情報発信をする人が、気軽に参照できると良いと思います。
5 全体	文献参照 (PMID など) が文中に頻出するのがすこし邪魔な印象がある。リンク自体は大変重要なので、技術的な工夫があるとよい(カーソルでマークしたとき表示される等)

表 14-3 (つづき)

使い勝手について(つづき)	
6 全体	例えば https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/detail493.html ですが、<title>「健康食品」の安全性・有効性情報</title> となっていて、具体的にどの食品のページなのかがわかりにくい。このページへ直接案内された場合、トップページへ進む手段がないので、ページ内にトップページへのリンクを設置して欲しい。
7 トップページ	TOPが見難い。
その他、ご意見ご要望	
1 その他	真実を記載すること。いい加減なことや嘘記事を書かないこと。
2 その他	論文のエビデンスが付いていると自分でも確認、判断できるのでありがたいです
3 その他	情報として満足している
4 その他	食品添加物協会のリンクから初めて拝見しましたが、大変充実した内容で驚きました。
5 その他	現状でもある程度満足している。
6 その他	まだ、1つのページしか見ていませんでした。糖尿病関係の情報はよく気にしています。

表 15 Q15 当サイトの SNS (Twitter、Facebook) があるのはご存じですか？また、見たことはありますか？

	仕事		一般		初回	
	n	%	n	%	n	%
知っているし、見たことがある	75	30.7	35	26.3	7	6.3
知っているが、見たことがない	20	8.2	12	9.0	2	1.8
知らない	149	61.1	86	64.7	100	90.1
その他	0	0	0	0	2	1.8

表 16 Q16 当サイトの SNS (Twitter、Facebook) についてのご感想をお聞かせください。

	仕事		一般		初回	
	n	%*	n	%	n	%
内容が難しすぎる	1	1.3	1	2.9	0	0
内容が簡単すぎる	3	4.0	0	0	0	0
投稿が多すぎる	1	1.3	2	5.7	0	0
投稿が少なすぎる	17	22.7	7	20.0	2	28.6
知りたい情報がない	4	5.3	1	2.9	1	14.3
その他	16	21.3	3	8.6	1	14.3
特になし	37	49.3	22	62.9	3	42.9

複数回答

*Q15にて「知っているし、見たことがある」と回答した者の割合

表 17-1 Q17 当サイトの SNS (Twitter、 Facebook) で読みたい、または誰かに教えたい内容があればお聞かせください。(仕事の利用者)

1	ときたま、シェア等をさせていただいている。
2	解説ページ、素材情報データベース
3	健康食品の成分にまつわる機能性以外の豆知識。たとえ成分名の由来など。
4	今まで通りでいいと思います。
5	健康食品のリスクについて、素材情報データベースを参考に消費者啓発講座などで活用できる解説記事
6	健康食品の安全性
7	たくさんある
8	現在も当 Facebook でも載せています。 今後もよろしく
9	その時期その時期にメディアで取り上げられ流行ってしまっているものの有効性についてその科学的根拠。あと、ナットウキナーゼに引導を渡してほしい
10	健食に関する新しい情報掲載
11	副作用等の注意喚起情報で日本人に特有なものは SNS も活用して広く告知することが良いと考えます。
12	カルシウムやビタミン D を含むサプリメントの摂りすぎ注意 (高カルシウム血症の危険性)
13	一般向けの、健康食品との正しい付き合い方
14	健康食品の危害情報
15	最新ニュースは SNS での発信をお願いします。一般向けと専門化向けの区別もあるとよいかと思います
16	素材情報データベース
17	素材情報データベースの危害情報、有効情報

表 17-2 Q17 当サイトの SNS (Twitter、 Facebook) で読みたい、または誰かに教えたい内容があればお聞かせください。(一般の利用者)

1	すでにやってるのかもしれないが、バズっている物質・成分などがあつたら、それについて解説 (や DB への誘導) するような投稿。
2	高齢者の健康について
3	正しい情報の集め方
4	サプリメントは関心があります
5	ネット上に蔓延する非科学的な情報、信頼度の低い情報への警鐘と、ユーザーへの啓蒙
6	健康食品による健康被害について
7	漢方薬の危険度、副作用など
8	育児関係は知り合いに
9	健康被害事例、セミナーの案内

表 17-3 Q17 当サイトの SNS (Twitter、 Facebook) で読みたい、または誰かに教えたい内容があればお聞かせください。(初回の利用者)

1	RT しやすいツイート医療系素人の方にアピールしやすいツイート (文字数は少な目で記事リンク) をお願いしたい。
2	サプリメントの有効性