

厚生労働科学研究費補助金  
食品の安全確保推進研究事業

健康食品等の安全確保に必要な技術的課題  
への対応と効果的な情報発信のための研究

(H30 - 食品 - 一般 - 10)

平成 31 年度 総括・分担研究報告書

研究代表者 藤井 仁

令和 2 年 (2019) 年 3 月

# 目次

## ・総括研究報告

健康食品等の安全確保に必要な技術的課題への対応と効果的な情報発信のための研究	-
	2

## ・分担研究報告

1. 「指定成分等含有食品」の流通状況に関する横断研究	-12
2. 健康被害報告例のある健康食品の警告表示の効果に関する研究	-25
3. 雑誌を介するプエラリア・ミリフィカに関する注意喚起の伝達状況分析	-45
4. プエラリア・ミリフィカ利用者へのインタビューデータの分析	
- 購入の契機、情報収集の手段など -	-51
5. 「健康食品の安全性・有効性情報」の改善点に関する研究	-56

## . 総括研究報告書

## 健康食品等の安全確保に必要な技術的課題への対応と

### 効果的な情報発信のための研究

研究代表者 藤井 仁<sup>1)</sup>  
研究分担者 新井 一郎<sup>2)</sup>  
研究分担者 木村 尚史<sup>3)</sup>  
研究分担者 三澤 仁平<sup>4)</sup>  
研究分担者 児玉 知子<sup>5)</sup>  
研究協力者 湯川 慶子<sup>6)</sup>

- 1) 目白大学 看護学部
- 2) 日本薬科大学 薬学部
- 3) 北海道大学 医学部
- 4) 日本大学 医学部
- 5) 国立保健医療科学院 国際協力研究部
- 6) 国立保健医療科学院 政策技術評価研究部

#### 研究要旨

##### 目的：

昨年度、指定成分等含有食品の消費者に対する調査を実施し、購入に至った契機や情報源、購入手段などを明白にした。また指定成分等含有食品と同時に検索されている単語を明らかにし、検索エンジン最適化のための資料を作成した。これを受けて本年度は、指定成分等含有食品の流通状況を明らかにするとともに、消費者に対するアプローチの手段について研究した。具体的には指定成分等含有食品に記載されている警告文の効果や注意を惹くデザインなどについて調査したほか、昨年度調査した検索語を組み込んだ指定成分等含有食品の解説ページを作成した。

##### 方法：

本年度は以下の4つの調査、研究を実施した。

指定成分等含有食品の流通に関する調査

指定成分等含有食品の警告文、パッケージに関する調査

雑誌における指定成分等含有食品の警告の状況に関する調査

自然言語処理の手法を用いた昨年度のデータの再解析

頻出検索語を反映した指定成分等含有食品の一般向け解説ページの作成

##### 結果：

薬局・ドラッグストア等の指定成分等含有食品の認知度は低く、健康被害の報告義務や4つの製品名なども知られていない。ネット販売をしている薬局、501社以上の薬局で統計的に有意に認知度が高かった。

指定成分等含有食品のパッケージに記されている警告文の量を変えても購買行動に影響はなく、ほとんど認識されていなかった。指定成分等含有食品の利用者に女性ホルモンによって症状が悪化する既往歴を持つものが散見された

### 結果（続き）:

商品名、または商品の説明に、プエラリア・ミリフィカ（プエラリア）という言葉が含まれていたものは、7製品の20の記事/広告のみであり、12製品の33の記事/広告は、プエラリア・ミリフィカ製品であることがわからないものであった。すべての記事/広告において、健康被害情報は書かれていなかった。

指定成分等含有食品の利用者はネットに親和的で、プエラリアと同文中に表れることが多い単語にネット、検索、購入などが確認できた。

検索エンジン最適化対策については、OGP タグの設定の追加、見出しタグ（h1～h4）の正しい設置、HTML5 対応についてはブロックレイアウトの採用、ホームページを閲覧するデバイスの多様化については viewport の設定の追加、ユーザビリティ対応についてはサイトのページ遷移の問題点の改善などによって対応することが可能だと考えられる。

### 結論:

指定成分等含有食品が健康被害を生じさせる商品であり、健康被害が生じた際には報告の義務が課されることを認識したうえで販売を続けようとする仕入れ担当者はおらず、適切な情報提供によって販売を自制させることができると考えられた。また、ネット販売をしている薬局・ドラッグストアでは指定成分等含有食品の認知度が高く、これらの業者は実店舗では販売しないがネットを介して販売している可能性があり、注意喚起が必要であると考えられる。

プエラリア・ミリフィカ使用経験者における平均年齢は、他の一般の健康食品使用と比して低い傾向がみられ、現行の警告文における購買意欲への明らかな効果はみられなかった。同使用経験者では、女性ホルモンによって悪化する疾患を持つ者もみられており、今後は指定成分等含有食品に関する法律の施行に合わせて、より効果的な情報提供の方法を検討する必要がある。

厚生労働省の注意喚起以後も、女性誌では、健康被害情報を示さずにプエラリア・ミリフィカの記事/広告が掲載されていた。

プエラリア・ミリフィカの利用者はインターネットに親和的であり、情報源としても購入手段としてもインターネットを活用しているため、インターネットを通じた正しい情報提供が重要だと考えられる。また、購入の契機に出産と更年期障害が関係していることが多く、これらに関連した医療機関からの情報提供なども重要であると考えられる。特に更年期障害に関しては、代替となる健康食品や医薬品等が数多く存在するため、スムーズに移行させるための情報提供が必要だと考えられる。

本稿で提案したサイト構成をとることで、検索結果の順位が向上する可能性が高まることが予想できる。それによってユーザの視認性が向上し、HFNET の正確な情報が一般に広まりやすくなると考えられる。また、ユーザビリティの向上とアクセス数の増加が期待できる。

## A. 研究目的

昨年度、指定成分等含有食品の消費者に対する調査を実施し、購入に至った契機や情報源、購入手段などを明白にした。また指定成分等含有食品と同時に検索されている単語を明らかにし、検索エンジン最適化のための資料を作成した。これを受けて本年度は、指定成分等含有食品の流通状況を明らかにするとともに、消費者に対するアプローチの手段について研究した。具体的には指定成分等含有食品に記載されている警告文の効果や注意を惹くデザインなどについて調査したほか、昨年度調査した検索語を組み込んだ指定成分等含有食品の解説ページを作成した。

## B. 研究方法

### 指定成分等含有食品の流通に関する調査

調査会社を通じて全国の薬局名簿から完全無作為に抽出した薬局、ドラッグストアに調査票を郵送し、「健康食品を取り扱っているか」、「指定成分等含有食品が4つ定められる予定であることを知っているか」、「4つの指定成分等含有食品が何かを知っているか」、「4つの指定成分等含有食品を過去に取り扱ったことがあるか」、「4つの指定成分等含有食品を今販売しているか」、「今後、4つの指定成分等含有食品の取り扱いを続けるか、止めるか」、「新たに既存の健康食品が指定成分等含有食品に指定されたらどのような対応をとるか」などについて質問する。

### 指定成分等含有食品の警告文、パッケージに関する調査

健康食品や化粧品モニター会社およびアンケートモニター会社に登録している女性会員健康食品や化粧品などのモニター会社およびアンケートモニターを募集している会社にモニター登録している女性会員414名を対象として、オンラインでのアンケート調査を実施した。実際の商品のパッケージを模したものを9種類提示し、どれを購入したいか、警告文を見たかどうかなどについて質

問した。分析は、プエラリア・ミリフィカ使用経験を持つもの267名(以下、ハイリスク群)、女性向け健康食品(エクオール、イソフラボン等)もしくは他の健康食品利用者(対照群)147名とし、どちらの群の回答者も3×3の9種類の商品パッケージをみて、1(買いたい)-4(買いたくない)の4段階から一つを選択するものとした。表面のデザインは実際の商品のデザインで多かったものを模して3種類(女性のシルエット、花、文字のみ)作成した。裏面も実際の商品の警告文に基づいて、警告なし、警告小、警告最大の3種類を作成した。両群において、購入したいと答えるパッケージの数、警告を認識する割合、含まれる警告の種類・量によって購入したいと答える割合について比較した。

### 雑誌における指定成分等含有食品の警告の状況に関する調査

一般社団法人日本雑誌協会から2019年1月~3月分の印刷部数が発表されている雑誌の中の、カテゴリー区分「女性」の中の「女性週刊誌」、「女性ヤング誌」、「女性ヤングアダルト誌」、「女性ミドルエイジ誌」、「生活実用情報誌 食(料理・レシピ)」、「ビューティ・コスメ誌」、「ナチュラルライフ誌」、「エリア情報誌」に分類されたもの、および、「男女」の中の「健康誌」に分類された62誌を対象とした。

調査は、厚生労働省によるプエラリア・ミリフィカの注意喚起が行われた翌月の2017年8月号から2019年9月号を国会図書館において目視によりおこなった。

記事形態は、該当ページ中に、「広告」であることがわかる記載(「PR」など)が明記されているページを「広告」と判断し、それ以外は「記事」とした。掲載情報だけからは、プエラリア・ミリフィカが含有されているかどうか判断できない場合は、商品名を用いてネット検索を行い、プエラリア・ミリフィカが含有されているかどうかを確認した。

自然言語処理の手法を用いた昨年度のデータの再解析

プエラリア・ミリフィカを利用した経験を持つ関東地方在住の者を募集し、東京都内の会議室にて個別のインタビューを行った。

調査項目は、基本属性（性、年齢、学歴、健康状態等）、健康食品を買った契機（健康に関する不安の状況、買った健康食品の広告の内容、情報源等）等である。

約 15 分程度の簡単なアンケートで属性等を把握した後、約 30 分のインタビューを 1 回実施し、具体的な購入や摂取状況について調査担当者の問いかけに対して回答を求めた。インタビューは録音し、文字起こしした。

テキストマイニングソフト KH Coder を利用し、文字起こしされたインタビューデータを形態素に分解し集計した。そのうち共起ネットワーク分析を行い、同文中に出現し関連が深い単語がどのようなつながりを見せているかを確認した。関連の深さを表す指標には Jaccard 係数を用いた。

頻出検索語を反映した指定成分等含有食品の一般向け解説ページの作成

2004 年当時と現在とで大きく異なる点として、検索エンジン最適化の概念が導入されたこと、HTML のバージョンが 5 まで刷新されたこと、ホームページを閲覧するデバイスが多様化した、ユーザビリティについての考え方が変化したことが挙げられる。

本稿ではこれらの変化に対応してどのようにプログラムを組みなおすかを具体的に提案する。

## C. 研究結果

指定成分等含有食品の流通に関する調査

指定成分等含有食品制度および健康被害の報告義務の認知度と薬局の属性については全く関連が見られなかった。また、現在、過去の指定成分等含有食品販売の有無と薬局の属性についても全く関

連が見られなかった。唯一関連が見られたのが 4 つの指定成分等含有食品の認知度とネット通販の有無、そして店舗数であった（二乗検定、 $p < 0.05$ ）。ネット通販をしている薬局・ドラッグストアでは 4 つの指定成分等含有食品すべてで認知度が統計的に有意に高かった（表 6）。また、店舗数では特に 501 店舗以上の大規模チェーン店でブラックコホシ以外以外の認知度が統計的に有意に高かった（表 7）。これら 4 つの指定成分等含有食品の認知度と薬局の薬剤師数、薬局の機能（健康サポート薬局等）は全く関連が確認できなかった

指定成分等含有食品の警告文、パッケージに関する調査

各群の居住地には差異が無く、利用者に地域的な偏りは見られなかった。既婚、未婚についても各群で特徴的な偏りはなかった。それに対し、利用者の平均年齢はハイリスク群が統計的に有意に低く、所得水準はハイリスク群が高かった。

表面のデザイン 3 種類ごとの平均値に差があるかを一元配置分散分析によって検証した結果、警告文の多寡については購買意欲に全く影響しておらず、どちらの群においても平均値に統計的に有意な差はなかった。

表面のパッケージについては、対照群では購買意欲の平均値に統計的に有意な差はなかったが、ハイリスク群では若干女性のシルエットを使ったものの平均値が高くなった（文字のみのものと女性のシルエットを用いたものの平均値に統計的に有意な差はなかったが、花を用いたものと女性のシルエットを用いたものでは後者の平均値が統計的に有意に高かった）。

健康食品の利用頻度、同時に利用している健康食品の数のどちらもハイリスク群の方が多く、健康食品への満足度も統計的に有意に高かった。

雑誌における指定成分等含有食品の警告の状況に関する調査

調査した 62 の雑誌のうち、プエラリア・ミリフ

ィカに関する記事または広告が掲載されていた雑誌は、「女性ヤング誌」8誌中の7誌、「女性ヤングアダルト誌」21誌中の3誌、「女性ミドルエイジ誌」15誌中の1誌であり、「女性週刊誌」(3誌)、「生活実用情報誌 食(料理・レシピ)」(5誌)、「ビューティ・コスメ誌」(4誌)、「ナチュラルライフ誌」(1誌)、「エリア情報誌」(2誌) および、「男女」の中の「健康誌」(3誌)には、プエラリア・ミリフィカは掲載されていなかった。48件のプエラリア・ミリフィカに関する記載のうち、記事は11件で、残りの37件は広告(37件中23件は文友舎の「JELLY」に掲載されたもの)であった。掲載されていた17製品は、食品(内用)6製品、外用11製品(バストに塗布するクリームやジェル10製品、頭髮用シャンプー1製品)であった。17製品中、商品名、または商品の説明に、プエラリア・ミリフィカ(プエラリア)という言葉が含まれていたものは、7製品の20の記事/広告のみであり、12製品の33の記事/広告は、プエラリア・ミリフィカ製品であることがわからないものであった(2製品は、プエラリア含有がわかる記事/広告とわからない記事の両者があった)。なお、記事/広告中に、薬生食基発 0713 第1号・薬生食監発 0713 第2号「プエラリア・ミリフィカを含む健康食品の取り扱いについて」(2017年7月13日)に関係する注意喚起がなされていたものはなかった。

自然言語処理の手法を用いた昨年度のデータの再解析

分析に使用した文章は5773あり、その中から94,415の単語を抽出した。うち、分析には28862語を用いた。

名詞に絞った頻出語のリストを見ると、かなり上位にネット、サイトなどの単語が確認できる。共起ネットワーク分析でもそれは明白で、プエラリアと関連が深い単語としてネット、検索、購入などの単語が表れている。また、ネットの近傍に口コミ、サイトなどの単語が表れており、これら

のサイトを情報源としていることが推察できる。上位100語には含まれていないが、友達(110位)、友人(117位)などの単語も多くみられ、身近な人からの勧誘や影響で購入に至るケースが散見できた。

また、これらの単語の近くに広告、雑誌などの単語も確認できる。前後の文章を確認すると、健康食品メーカーが送ってくる雑誌が購入の契機になっているケースが数例みられた。医療機関や公官庁、およびそれらのホームページは情報源として用いられておらず、身近なものの意見が重要視される傾向が確認できた。

プエラリア・ミリフィカは豊胸を謳ったサプリであるため、頻出語には胸、(バスト)アップなどの単語が上位に確認できる。これらの単語の前後の文章を見ると、出産後の体形の変化や更年期前の体調の変化が購入のきっかけになっていることが確認できた。

頻出検索語を反映した指定成分等含有食品の一般向け解説ページの作成

・検索エンジン最適化対策

現在のホームページにおいてオーガニック検索(広告によらない一般的なユーザの検索)を増やし、検索順位を上げることは必須であるが、「健康食品」の安全性・有効性情報(HFNET)はそのためのプログラム構成ができておらず、結果として健康食品に関連した用語での検索順位も高いとは言えない。

そこで、現行のプログラムの改善点を以下に列挙する。

OGP タグの設定の追加

各項目(content=)の部分にページ内容を設定することにより、ユーザがSNS等で該当ページを紹介する際に、正確な情報を表示させることが可能になる。このコードが無いと情報がランダムにでてしまいユーザが混乱する可能性がある。

見出しタグ(h1~h4)の正しい設置  
現サイトでは、見出しタグの使い方が各ページで

異なる。正しく使い分けることにより、ユーザにとっても検索エンジンにとっても、情報の可読性が上がる。検索エンジンのクローラが読み取りやすいプログラムにすることで、検索順位が上がると思われる。

#### ・HTML5 対応

##### Table タグによるレイアウトの問題

コーディングが古く、tabel タグでレイアウトを整えている。2004 年当時は css ( Cascading Style Sheets ) の利用はまだ一般的ではなく、Table タグによるレイアウトが主流だったが、現在は html5,css3 を用いたブロックレイアウトが一般的になっている。ブロックレイアウトを採用することで、スマートフォン等へ柔軟にコーディング対応でき、ブロックとして各部分をパーツ化できることから、他プログラムに組み込みやすい。

Table タグを使ったレイアウトでは、レイアウトが変わると HTML ソースが複雑になる ( SEO の観点からも不利になる )、レイアウトをの変更が難しい、全コードを読み込んでから表示がされるため表示が遅い、音声ブラウザを使用した場合正しい順序で読み上げられないなどの欠点がある。

#### ・ホームページを閲覧するデバイスの多様化

##### viewport の設定の追加

スマートフォンなどのデバイスで閲覧が可能なホームページをレスポンシブサイトといい、レスポンシブ化は SEO 対策の観点からも現在のホームページには必要不可欠である。しかし、HFNET はユーザの 75% がスマートフォンで閲覧しているにもかかわらず、レスポンシブ化ができていない。

Google がモバイルフレンドリーテストツールというサービスを提供しており、ここに URL を打ち込むとレスポンシブ化のために改善すべき点が表示される。HFNET の URL を打ち込んで確認すると、viewport の設定がなされていないこと

が指摘される。

##### ページ全体の左寄せを中央に

PC の画面幅が広がったことを反映して、サイト自体を中央寄せにすることが主流となっている。また、画面幅も 704px ( ピクセル ) から、980px 程度にし、余白を多くとり、文字が読みやすいサイト設計とすべきである。

#### ・ユーザビリティについての考え方の変化

##### サイトのページ遷移の問題点の改善

現サイトでは、各個別ページへは別タブで表示されるようになっているが、現在他サイトへの遷移は別タブ、同サイトの遷移は同タブとする仕様が主流となっている。また、別タブに遷移すると戻るボタンで戻れず、ユーザビリティ上望ましくない動作だと考えられる。そのため、各個別ページに共通のナビゲーションをつけ、ページ遷移にストレスがかからない構成が望ましいと考えられる。

##### 文章の読みやすさの変更

現在の文字サイズはかなり小さく高齢者などには読みづらい。また、モバイルフレンドリーテストツールでも、文字間の間隔が狭すぎると、スマートフォン等でのタップ操作に支障をきたすため、文字サイズを大きくし行間や文字間隔も調整する必要がある。

##### 画面を閉じるボタンの削除

現ホームページは、ページの移動またはリンク部分をクリックした際にポップアップウィンドウが採用されているが、一部のブラウザではポップアップウィンドウがブロックされている ( ポップアップブロック )。そのためユーザは一度ブロックを解除してから閲覧する必要があり、不要な操作を強いられる。

また、最近のホームページは、一つの画面でページを遷移していく ( ウィンドウが次々と開かない ) 物が主流となっている。そのため、ページの下にナビゲーションを付けるなどして必要な情報を見つけやすくするサイト設計が必要だと考えられる。

## 検索窓の設置

ホームページの内容をから知りたい情報が取り出しやすいよう検索窓を設置すべきだと考えられる。

## D.考察

### 指定成分等含有食品の流通に関する調査

ネット通販をしている販売者では、指定成分等含有食品の認知度が4商品ともに統計的に有意に高かった。昨年度の報告書によると、プエラリア・ミリフィカの利用者の8割がインターネットを介して商品を購入しており、指定成分等含有食品の流通の多くはネットを介していると考えられた。本稿でも全く同じ傾向が確認され、指定成分等含有食品への対策にはインターネットへの働きかけが不可欠であることが示唆された。また、それと同時にインターネットでこれらの商品を販売しているからこそ認知度が高いとも考えられ、実際に大手ドラッグストアのいくつかは実店舗では販売していないがインターネットでは販売していることが確認できる。これらの店舗への注意喚起が必要であると考えられる。

### 指定成分等含有食品の警告文、パッケージに関する調査

多くの健康食品と異なり、プエラリア・ミリフィカでは女性ホルモンによって病状が悪化する疾病を持つものは利用を避けるよう警告が書かれていることが多い。しかし、栄養成分表示等とまとめて書かれていることが多く、アレルギー表示等と比較すると視認性は低い。一部のメーカーでは販売時にこれらの警告を提示しているが、一般には文字の羅列であり、どの程度情報提供に効果があるのか明らかでない。

今回の調査結果により、警告文には注意喚起の効果は薄く、消費者の商品の購入意欲に影響していない可能性が明らかになった。女性ホルモンによって健康被害が懸念される疾患は、子宮体癌、乳がん、肺塞栓など、直接健康寿命に影響を及ぼ

すものであり、これらの疾患の既往を持つものには実効性のある注意喚起が必要である。現行の体制では十分な注意喚起がなされているとはいえ、指定成分等含有食品のスタートと合わせて、より効果的な情報提供を進める必要があると考えられる。その際に、ハイリスク群の嗜好として、女性のシルエットを用いたパッケージが好まれていることから、これらのデザインを用いたポスターやチラシの作成は一定の効果を持つと考えられる。

### 雑誌における指定成分等含有食品の警告の状況に関する調査

プエラリア・ミリフィカの雑誌記事検索により明らかになったことは、プエラリア・ミリフィカが含有されることが雑誌記事だけではわからない製品が多い、食品からバスト塗布の外用製品にシフトしてきている、ということである。

### 自然言語処理の手法を用いた昨年度のデータの再解析

プエラリア・ミリフィカの利用者はインターネットに親和的であり、情報源としても購入手段としてもインターネットを活用しているため、インターネットを通じた正しい情報提供が重要だと考えられる。しかし、官公庁や医療機関等の情報提供は利用されておらず、実際に商品名で検索してみても上位に厚労省や国の研究機関のホームページは表示されない。これらの公的なページの検索順位を上げるためにも、検索エンジン最適化などの試みが必要であると考えられる。

また、購入の契機に出産と更年期障害が関係していることが多く、これらに関連した医療機関からの情報提供なども重要であると考えられる。特に更年期障害に関しては、代替となる健康食品や医薬品等が数多く存在するため、スムーズに移行させるための情報提供が必要だと考えられる。その一環として国立健康・栄養研究所が管理するホ

ームページ「健康食品の安全性・有効性情報」において、プエラリア・ミリフィカの危険性と代替になる治療法等をまとめたものを公開する予定である。

頻出検索語を反映した指定成分等含有食品の一般向け解説ページの作成

本稿で提案したサイト構成をとることで、検索結果の順位が向上する可能性が高まることが予想できる。それによってユーザの視認性が向上し、HFNET の正確な情報が一般に広まりやすくなると考えられる。それによって国民の多くが利用する健康食品の適切な使用が期待できる。

## E. 結論

指定成分等含有食品の流通に関する調査

指定成分等含有食品の認知度は薬局の仕入れ担当者のような、一般人よりも健康食品に精通していると考えられる層でも非常に低かった。ただし、指定成分等含有食品が健康被害を生じさせる商品であり、健康被害が生じた際には報告の義務が課されることを認識したうえで販売を続けようとする担当者はおらず、適切な情報提供によって販売を自制させることができると考えられた。ネット販売をしている薬局・ドラッグストアでは指定成分等含有食品の認知度が高く、これらの業者は実店舗では販売しないがネットを介して販売している可能性があり、注意喚起が必要であると考えられる。

指定成分等含有食品の警告文、パッケージに関する調査

プエラリア・ミリフィカ使用経験者における平均年齢は、他の一般の健康食品使用と比して低い傾向がみられ、現行の警告文における購買意欲への明らかな効果はみられなかった。同使用経験者では、女性ホルモンによって悪化する疾患を持つ者もみられており、今後は指定成分等含有食品に

関する法律の施行に合わせて、より効果的な情報提供の方法を検討する必要がある。

雑誌における指定成分等含有食品の警告の状況に関する調査

厚生労働省の注意喚起以後も、女性誌では、健康被害情報を示さずにプエラリア・ミリフィカの記事が掲載されていた。雑誌は、厚生労働省の注意喚起を伝える役目を果たしていないことが明らかとなった。

自然言語処理の手法を用いた昨年度のデータの再解析

プエラリア・ミリフィカの利用者はインターネットに親和的であり、情報源としても購入手段としてもインターネットを活用しているため、インターネットを通じた正しい情報提供が重要だと考えられる。また、購入の契機に出産と更年期障害が関係していることが多く、これらに関連した医療機関からの情報提供なども重要であると考えられる。特に更年期障害に関しては、代替となる健康食品や医薬品等が数多く存在するため、スムーズに移行させるための情報提供が必要だと考えられる。

頻出検索語を反映した指定成分等含有食品の一般向け解説ページの作成

検索エンジン最適化、HTML コードの刷新、サイトのレスポンス化などを HFNET に組み入れることで、ユーザビリティの向上とアクセス数の増加が期待できる。

## F . 健康危険情報

なし

## G . 研究発表

### 1. 論文発表

特になし

## 2. 学会発表

藤井 仁，湯川 慶子，新井 一郎，木村 尚史，三澤 仁平．過去に健康被害が報告された健康食品の利用者に関する症例対象研究（パイロットスタディ）．第 66 回日本栄養改善学会学術総会；2019.9.6；富山．第 66 回日本栄養改善学会学術総会講演集． p.254.

藤井 仁，木村 尚史，三澤 仁平．過去に健康被害を生じさせた健康食品に関する情報発信の課題と対策．第 78 回日本衛生学会学術総会；2019 年 10 月 25 日；高知．第 78 回日本公衆衛生学会学術総会講演集． p.567.

川島（児玉）知子，藤井 仁，湯川 慶子，藤木眞由美，佐々木 純子，小泉 結香．植物性エストロゲン含有健康食品（プエラリア）使用者の社会的調査．第 34 回日本女性医学学会学術総会；2019.11.2；福岡．第 34 回学術総会プログラム・要旨集． p.166.

藤井 仁．健康食品等の安全確保に必要な技術的課題への対応と効果的な情報発信のための研究．第 17 回機能性食品医用学会プログラム・抄録集． p144 ．

溝口貴文，見島亜莉沙，新井一郎，三澤仁平，木村尚史，湯川慶子，藤井仁．消費者向け媒体における健康食品に関する注意喚起の伝達状況分析 新聞・ネット販売サイト．日本薬学会第 140 年会

見島亜莉沙，溝口貴文，新井一郎，三澤仁平，木村尚史，湯川慶子，児玉知子，藤井仁．消費者向け媒体における健康食品に関する注意喚起の伝達状況分析 雑誌．日本薬学会第 140 年会

## H．知的財産権の出願・登録状況 （予定を含む。）

## 1. 特許取得

特になし

## 2. 実用新案登録

特になし

## 3.その他

特になし

## ・ 分担研究報告書

## 「指定成分等含有食品」の流通状況に関する横断研究

藤井 仁<sup>1)</sup>、湯川慶子、児玉知子、新井一郎、木村尚史、三澤仁平

1)目白大学看護学部

### 研究要旨

**目的：**4つの指定成分を含む健康食品が薬局やドラッグストアなどでどの程度流通しているのか、特に取り扱いが多い薬局・ドラッグストアの特徴は何か、薬局やドラッグストアでどの程度指定成分等含有食品のことが知られているかを明らかにすることを目的とする。

**方法：**調査会社を通じて全国の薬局名簿から完全無作為に抽出した薬局、ドラッグストアに調査票を郵送し、「健康食品を取り扱っているか」、「指定成分等含有食品が4つ定められる予定であることを知っているか」、「4つの指定成分等含有食品が何かを知っているか」、「4つの指定成分等含有食品を過去に取り扱ったことがあるか」、「4つの指定成分等含有食品を今販売しているか」、「今後、4つの指定成分等含有食品の取り扱いを続けるか、止めるか」、「新たに既存の健康食品が指定成分等含有食品に指定されたらどのような対応をとるか」などについて質問する。

**結果：**薬局の仕入れ担当者が回答していることを考えると制度自体の認知度、健康被害の報告義務、4つの指定成分等含有食品の名称、過去に生じた健康被害等についての認知度が非常に低い。また、501社以上の規模を持つ大手チェーン店とネット販売をしている業者で認知度が高かった。

**結論：**指定成分等含有食品の認知度は非常に低かったが、指定成分等含有食品が健康被害を生じさせる商品であり、健康被害が生じた際には報告の義務が課されることを認識したうえで販売を続けようとする担当者はおらず、適切な情報提供によって販売を自制させることができると考えられた。また、ネット販売をしている薬局・ドラッグストアでは指定成分等含有食品の認知度が高く、これらの業者は実店舗では販売しないがネットを介して販売している可能性があり、注意喚起が必要であると考えられる。

### A. 研究目的

令和2年3月27日に厚生労働省令第50号によって食品衛生法の一部が改正され、厚生労働大臣が指定する4つの指定成分を含む健康食品に関しては、健康被害についての報告等が義務付けられることになった。コレウスフォルスコリ、ドオウレン、プエラリア・ミリフィカ、ブラックコホシユが指定された4つの指定成分である。これらの指定成分を含む商品によって、多数の健康被害が生じていることは厚生労働省<sup>1)</sup>や日本医師会<sup>2)</sup>によって何度も報じられているが、その利用や、流通に関する実態は全く明らかになっていない。利用実態に関しては本研究班における指定成分等含有食品 - 特に被害が突出して多いプエラリア・ミリフィカを中心とした調査によって、利用者の基本

属性、参考にしている情報源や購入手段などいくつかの特徴が明らかになっているが、実際にどの程度流通しているかはほとんど明らかになっていない。そこで本稿では、4つの指定成分を含む健康食品が薬局やドラッグストアなどでどの程度流通しているのか、特に取り扱いが多い薬局・ドラッグストアの特徴は何か、薬局やドラッグストアでどの程度指定成分等含有食品のことが知られているかを明らかにすることを目的とする。

過去の研究を俯瞰すると、市場に流通している健康食品のリスクに関する研究が多くみられる。ハーブや栄養補助食品の肝毒性に関する研究<sup>34)</sup>、栄養補助食品に含まれる重金属等のリスクに関する研究<sup>5)</sup>、ダイエット食品に含まれる医薬品成分に関する研究<sup>6)</sup>、閉経後の女性における植物エス

トロゲンの使用リスクに関する研究などである<sup>7</sup>。しかし、いずれの研究もそれらの高リスクな健康食品がどの程度流通しており、入手可能性があるかについては触れていない。リスクの少ない各種減量サプリメントの有効性とその入手可能性に関する研究<sup>8</sup>はあるが、この研究はサプリメントが入手できないことで起こる問題を論じており、危険なサプリが流通していることの問題を考える本研究とは真逆の内容である。よって、本研究は非常に類例が少ない研究であるといえる。

## B. 研究方法

本研究は、薬局、ドラッグストア等の仕入れを担当している者を対象とする探索的な横断研究である。調査会社を通じて全国の薬局名簿から完全無作為に抽出した薬局、ドラッグストアに調査票を郵送し、「健康食品を取り扱っているか」、「指定成分等含有食品が4つ定められる予定であることを知っているか」、「4つの指定成分等含有食品が何かを知っているか」、「4つの指定成分等含有食品を過去に取り扱ったことがあるか」、「4つの指定成分等含有食品を今販売しているか」、「今後、4つの指定成分等含有食品の取り扱いを続けるか、止めるか」、「新たに既存の健康食品が指定成分等含有食品に指定されたらどのような対応をとるか」などについて質問する。回答者には調査会社を通じて千円程度の謝礼を支払う予定である。

本調査は店舗の状況に関する調査であり個人情報や要配慮情報等は取り扱わない。質問に心理的な侵襲もない。郵送先、謝礼の送付先の情報については調査会社内で取り扱い、研究者にはアンケート結果以外の情報は送付されない。

「指定成分等含有食品が4つ定められることを知っているか」を主要評価項目とし、その割合が0.2、誤差率が0.05と仮定すると、必要なサンプル

サイズは1600例となるが、予算的な問題もあり400例前後の例数を集めることを目標とする。

分類尺度どうしの関連は二乗検定を用いて検証する（例：調剤薬局か否かと指定成分等含有食品を知っているか否かの関連）。有意水準は0.05とする。

## C. 結果

表1 基本属性

店舗数	件数
1 店舗	57
2- ~ 10 店舗	61
11 ~ -100 店舗	37
101 ~ -500 店舗	12
501 店舗以上	15
地域	
北海道	8
東北	12
関東	54
中部	29
関西	26
四国	11
中国	21
九州・沖縄	22
届け出	
調剤基本料 1	127
基準調剤加算	45
在宅患者調剤加算	83
かかりつけ薬剤師指導料	89
健康サポート薬局	15
地域支援体制加算	51
いずれの届け出も出していない	33

表2 基本属性(スタッフ、業務内容)

常勤薬剤師数	件数
0 人	13
1 人	69
2 人	47
3 人	25
4 人	12
5 人以上	16
非常勤薬剤師数	
0 人	74
1 人	49
2 人	18
3 人	12
4 人	11
5 人以上	13
サプリメントアドバイザー	
いる	8
いない	175
登録販売者	
いる	67
いない	115
インターネット販売	
している	22
していない	161
インターネット以外の通信販売	
している	8
していない	174
医療用医薬品の調剤	
している	146
していない	35
一般用医薬品の販売	
している	165
していない	17
健康食品の取り扱い	
している	104
していない	79

図1 指定成分等含有食品の認知度

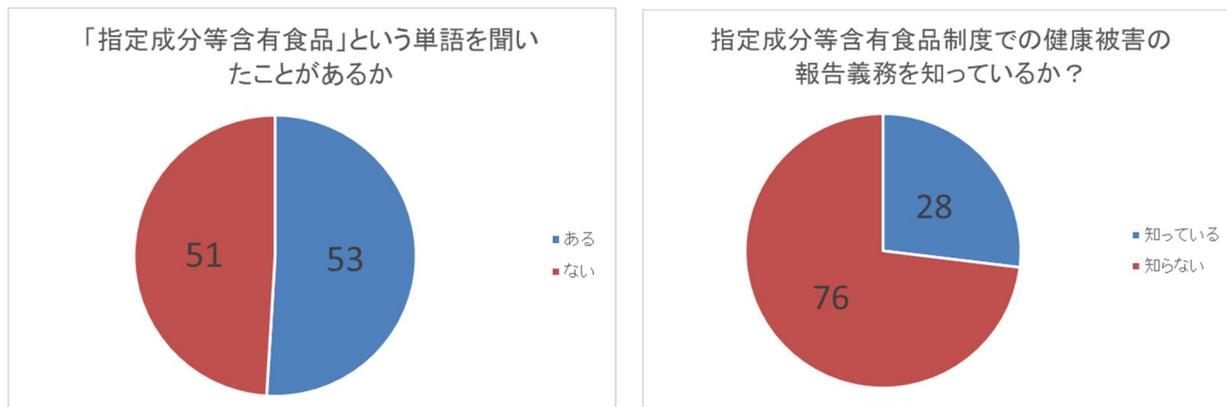


表3 4つの指定成分等含有食品の認知度

	プエラリア・ミリフィカ	ブラックコホシュ	コレウスフォルスコリ	ドオウレン
聞いたことがある	24 (23.8%)	7 (7.0%)	29 (28.7%)	5 (5.0%)
聞いたことはない	60 (59.4%)	74 (74.0%)	56 (55.4%)	75 (75.0%)
わからない	17 (16.8%)	19 (19.0%)	16 (15.8%)	20 (20.0%)
合計	101 (100%)	100 (100%)	101 (100%)	100 (100%)

表4 取り扱いの状況（複数回答可）

	プエラリア・ミリフィカ	ブラックコホシュ	コレウスフォルスコリ	ドオウレン
過去に取り扱ったことがある	3	1	2	1
現在取り扱っている	4	2	9	0
指定後も取り扱う予定である	0	0	1	0
わからない	78	79	73	81
取り扱ったことがない	15	15	15	15
合計	100	97	100	97

表5 過去に報告された副作用についての認知度（複数回答可）

	プエラリア・ミリフィカ	ブラックコホシュ	コレウスフォルスコリ	ドオウレン
不正出血	12	2	1	1
肝障害	2	6	2	3
下痢	5	1	10	2
ぜん息	0	0	0	0
頭痛	1	2	0	1
わからない	88	94	90	97

薬局・ドラッグストアの名簿を提供しているアルトマーク社から入手したデータによると、2020年3月5日時点での全国の薬局・ドラッグストア数は90183件であり、その中から1000件の薬局を完全無作為抽出し、郵送で調査票を配布した。あて先は薬局・ドラッグストアの仕入れ担当者とした。匿名性を保つため無作為抽出は調査会社の実施し、研究者にはどこに配布したかの状況は知らされていない。有効回答は183件で、回答率は18.3%であった。

表1、表2の基本属性と全国の状況の把握が容易な地域別の店舗数を比較してみると、全国の薬局数(厚生統計要覧第2編保健衛生第4章薬事薬局数・無薬局町村数, 都道府県別 平成30年度)と地域別の割合に大きな差異はない。おおよそ完全無作為抽出した通りに回答が得られたものと考えられる。

図2は指定成分等含有食品という言葉の認知度と健康被害が生じた場合の報告義務を知っているかの問いへの回答をまとめたものである。薬局の仕入れ担当者が回答していることを考えると制度自体の認知度、健康被害の報告義務について未だ周知が進んでいない。

表3は具体的な4つの指定成分等含有食品の認知度に関する結果をまとめたものである。図2と同様に非常に認知度が低い。

昨年度の報告書で示された通り、これらの指定成分等含有食品はコレウスフォルスコリを除いてネット通販が主な販売経路になっており、表4に示されるように実店舗での販売はかなり少なくなっていることが推察される。それゆえ表5のように指定成分等含有食品の副作用についてもほとんど知られておらず、9割ほどの回答が「わからない」となっている。

表6 ネット通販の有無と指定成分等含有食品の認知度

		ネット通販している	していない	p 値
プエラリア・ミリフィカ	聞いたことがある	11	13	<0.000**
	聞いたことがない	7	53	
	分からない	1	16	
ブラックコホシュ	聞いたことがある	5	2	0.001**
	聞いたことがない	11	63	
	分からない	2	17	
コレウスフォルスコリ	聞いたことがある	13	16	<0.000**
	聞いたことがない	5	51	
	分からない	1	15	
ドオウレン	聞いたことがある	3	2	0.032**
	聞いたことがない	13	62	
	分からない	2	18	

表7 店舗規模と指定成分等含有食品の認知度

		500 店舗以下	501 店舗以上	p 値
プエラリア・ミリフィカ	聞いたことがある	16	8	0.010**
	聞いたことがない	55	4	
	分からない	17	0	
ブラックコホシュ	聞いたことがある	5	2	0.165
	聞いたことがない	65	8	
	分からない	18	1	
コレウスフォルスコリ	聞いたことがある	20	9	0.002**
	聞いたことがない	52	3	
	分からない	16	0	
ドオウレン	聞いたことがある	2	3	0.006**
	聞いたことがない	67	7	
	分からない	19	1	

指定成分等含有食品制度および健康被害の報告義務の認知度と薬局の属性については全く関連が見られなかった。また、現在、過去の指定成分等含有食品販売の有無と薬局の属性についても全く関連が見られなかった。唯一関連が見られたのが4つの指定成分等含有食品の認知度とネット通販

の有無、そして店舗数であった(二乗検定、 $p < 0.05$ )。ネット通販をしている薬局・ドラッグストアでは4つの指定成分等含有食品すべてで認知度が統計的に有意に高かった(表6)。また、店舗数では特に501店舗以上の大規模チェーン店でブラックコホシュ以外の認知度が統計的に有意に

高かった(表7)。これら4つの指定成分等含有食品の認知度と薬局の薬剤師数、薬局の機能(健康サポート薬局等)は全く関連が確認できなかった。

#### D. 考察

今回調査の対象とした薬局・ドラッグストアの仕入れ担当者は、健康被害が発生した時の報告が義務付けられる立場であり、指定成分等含有食品について十分な知識を持っている必要があるが、現時点でその周知は十分でないことが明らかになった。ただし、今回のアンケートで健康被害が生じかねない製品であることを知らせた結果、今後もし取り扱うと答えたものはほぼ0だったことから、指定成分等含有食品制度に関する適切な情報提供によって、これらの製品の販売を自制する可能性が高いことが明らかになった。本年度のプエラリア・ミリフィカ消費者に対するアンケート結果においては、正確な情報を与えても購買行動を変えない層がかなり多かったが、販売者ではその傾向は見られなかった。また、今回の分析結果から、501店舗以上の大規模チェーンでは指定成分等含有食品の4製品に対する認知度が高かったことから、大手では何らかの情報提供がなされている可能性が示唆された。ゆえに情報提供は小規模な事業者を主なターゲットとして、これらの事業者には伝わる形で実施する必要があると考えられる。

ネット通販をしている販売者では、指定成分等含有食品の認知度が4商品ともに統計的に有意に高かった。昨年度の報告書によると、プエラリア・ミリフィカの利用者の8割がインターネットを介して商品を購入しており、指定成分等含有食品の流通の多くはネットを介していると考えられた。本稿でも全く同じ傾向が確認され、指定成分等含有食品への対策にはインターネットへの働きかけが不可欠であることが示唆された。また、そ

れと同時にインターネットでこれらの商品を販売しているからこそ認知度が高いとも考えられ、実際に大手ドラッグストアのいくつかは実店舗では販売していないがインターネットでは販売していることが確認できる。これらの店舗への注意喚起が必要であると考えられる。

#### E. 結論

指定成分等含有食品の認知度は薬局の仕入れ担当者のような、一般人よりも健康食品に精通していると考えられる層でも非常に低かった。ただし、指定成分等含有食品が健康被害を生じさせうる商品であり、健康被害が生じた際には報告の義務が課されることを認識したうえで販売を続けようとする担当者はおらず、適切な情報提供によって販売を自制させることができると考えられた。ネット販売をしている薬局・ドラッグストアでは指定成分等含有食品の認知度が高く、これらの業者は実店舗では販売しないがネットを介して販売している可能性があり、注意喚起が必要であると考えられる。

#### F. 健康危険情報

なし

#### G. 研究発表

##### 1. 論文発表

なし

##### 2. 学会発表

なし

#### H. 知的財産権の出願・登録状況

(予定を含む。)

なし

##### 1. 特許取得

なし

## 2. 実用新案登録

なし

## 3. その他

<sup>1</sup> プエラリア・ミリフィカを含む健康食品について（厚生労働省）

<https://www.mhlw.go.jp/file/05-Shingikai-11121000-Iyakushokuhinkyoku-Soumuka/0824siryou1.pdf>

<sup>2</sup> プエラリア・ミリフィカを含む健康食品の使用にご注意を（日本医師会）

<https://www.med.or.jp/people/knkshoku/pueraria/index.html>

<sup>3</sup> Mark I Avigan, Robert P Mozersky, Leonard B Seeff. Scientific and Regulatory Perspectives in Herbal and Dietary Supplement Associated Hepatotoxicity in the United States, *Int J Mol Sci.* 2016 Mar 3;17(3):331.

<sup>4</sup> Jieqiang Zhu, Ji-Eun Seo, Sanlong Wang, Kristin Ashby, Rodney Ballard, Dianke Yu, Baitang Ning, Rajiv Agarwal, Jürgen Borlak, Weida Tong, Minjun Chen. The Development of a Database for Herbal and Dietary Supplement Induced Liver Toxicity, *Int J Mol Sci.* 2018 Sep 28;19(10):2955.

<sup>5</sup> Małgorzata Ówieląg-Drabek, Agata Piekut, Iwona Szymala, Klaudia Oleksiuk, Mehdi

なし

## 参考文献

Razzaghi, Weronika Osmala, Konstancja Jabłońska, Grzegorz Dziubanek. Health risks from consumption of medicinal plant dietary supplements, *Food Sci Nutr.* 2020 May 19;8(7):3535-3544.

<sup>6</sup> Eiichi Mikami, Tsutomu Ohno, Hisao Okai, Hiroo Ishihara. Study on Pharmaceutical Adulterants in Slimming Supplements Imported for Personal Use, *Jpn. J. Pharm .* 2005 *Health Care Sci*, 31(1) 52 - 57.

<sup>7</sup> Anna Girardi, Carlo Piccinni, Emanuel Raschi, Ariola Koci, Benedetta Vitamia, Elisabetta Poluzzi, Fabrizio De Ponti. Use of phytoestrogens and effects perceived by postmenopausal women: result of a questionnaire-based survey, *BMC Complement Altern Med.* 2014 Jul 23;14:262.

<sup>8</sup> Patricia A Sharpe, Michelle L Granner, Joan M Conway, Barbara E Ainsworth, Mirela Dobre. Availability of weight-loss supplements: Results of an audit of retail outlets in a southeastern city, *J Am Diet Assoc.* 2006 Dec;106(12):2045-51.

## 健康食品の取り扱い、「指定成分等含有食品」の流通状況に関する調査

この調査は健康食品の取り扱い、特に「指定成分等含有食品」の流通状況を明らかにするために行われています。貴店の**商品の仕入れを担当している方**がお答えください。

調査は調査会社が代行しますので、回答者の個人のお名前が研究者に伝わったりすることはありません。

あてはまる番号に○をつけてください。( )には回答をご記入ください。

### あなたの店舗についてお聞きします

1. 貴店の系列店舗数をお答えください。
  1. 1 店舗
  2. 2～10 店舗
  3. 11～100 店舗
  4. 101～500 店舗
  5. 501 店舗以上
  
2. 貴店はどの地域にありますか（あて名の住所の位置をお答えください）。
  1. 北海道
  2. 東北
  3. 関東
  4. 中部
  5. 関西
  6. 四国
  7. 中国
  8. 九州・沖縄
  
3. 貴店はクリニック・病院内にありますか。
  1. クリニック・病院内
  2. クリニック・病院外
  
4. 貴店が届け出をしているものの番号すべてに○をつけてください（複数回答可）。
  1. 調剤基本料 1
  2. 基準調剤加算
  3. 在宅患者調剤加算
  4. かかりつけ薬剤師指導料及びかかりつけ薬剤師包括管理料
  5. 健康サポート薬局
  6. 地域支援体制加算
  7. いずれの届け出も出していない

5. 貴店では常勤の薬剤師の方は何名いらっしゃいますか。  
( )人
6. 貴店では非常勤の薬剤師の方は何名いらっしゃいますか。  
( )人
7. 貴店にはサプリメントアドバイザーの資格を持っている方はいらっしゃいますか。  
1. はい  
2. いいえ
8. 貴店には登録販売者の資格を持っている方はいらっしゃいますか。  
1. はい  
2. いいえ
9. 貴店または貴店の系列店はインターネット販売をしていますか。  
1. はい  
2. いいえ
10. 貴店または貴店の系列店はインターネット以外の通信販売をしていますか。  
1. はい  
2. いいえ
11. 貴店は医療用医薬品の調剤をしていますか。  
1. はい  
2. いいえ
12. 貴店は一般用医薬品の販売をしていますか。  
1. はい  
2. いいえ
13. 貴店では健康食品を取り扱っていますか。  
1. はい 14 番へ  
2. いいえ ご回答ありがとうございました。これでアンケートは終了です。
14. 貴店では健康食品の商品構成を決める権限は誰にありますか。  
1. 仕入れ担当者  
2. 店長  
3. チェーン店の統括者  
4. その他( )

15. 健康食品の商品構成を決める権限を持つ方は薬剤師の資格をお持ちですか。

1. はい
2. いいえ
3. わからない

ここからは、仕入れ担当者の方に、  
あなたのお店の状況やあなた自身の知識についてお伺いします

(店舗から卸、もしくは本部に発注をかける方で、  
商品構成を決める権限を持つ方ではありません)

16. 「指定成分等含有食品」という言葉を聞いたことがありますか。

1. はい
2. いいえ

17. 指定成分等含有食品によって健康被害が生じたとき、販売者はそのことを「食品の表示内容に責任を有する者(表示責任者)」に報告する義務が生じます。

あなたは、このことを知っていましたか。

1. 知っていた
2. 知らなかった

18. 指定成分等含有食品を取り扱っている店舗では、健康被害が生じた場合に表示責任者に情報を集約する方法をあらかじめ定めておく必要があります。

あなたは、このことを知っていましたか。

1. 知っていた
2. 知らなかった

19. 2020年6月から新しい食品衛生法が施行され、健康被害が出た、もしくは出る可能性の高い健康食品が「指定成分等含有食品」に指定される予定で、以下の4製品が候補となっています。

あなたは、4製品について聞いたことがありますか。

商品ごとに、当てはまる番号ひとつに○をつけてください。

	プエラリア ミリフィカ	ブラック コホシュ	コレウス フォルスコリ	ドオウレン
聞いたことがある	1	1	1	1
聞いたことはない	2	2	2	2
わからない	3	3	3	3

20. 「指定成分等含有食品」に指定される予定の4製品を取り扱ったことはありますか。  
商品ごとに、当てはまる番号すべてに○をつけてください。

	プエラリア ミリフィカ	ブラック コホシュ	コレウス フォルスコリ	ドオウレン
過去に取り扱ったことがある	1	1	1	1
現在取り扱っている	2	2	2	2
指定後も取り扱う予定である	3	3	3	3
わからない	4	4	4	4

21. 指定成分等含有食品の中には、プエラリア・ミリフィカ等が入っていても商品名にはその単語が含まれていないような商品があります（「スタイルアップXX」等）。  
貴店では、そのような商品を取り扱っていますか。  
商品ごとに、当てはまる番号すべてに○をつけてください。

	プエラリア ミリフィカ	ブラック コホシュ	コレウス フォルスコリ	ドオウレン
過去に取り扱ったことがある	1	1	1	1
現在取り扱っている	2	2	2	2
指定後も取り扱う予定である	3	3	3	3
わからない	4	4	4	4

22. 次の指定成分等含有食品は、どのような効能をうたっているかご存知ですか。  
商品ごとに、当てはまる番号すべてに○をつけてください（複数回答可）。

	プエラリア ミリフィカ	ブラック コホシュ	コレウス フォルスコリ	ドオウレン
豊胸	1	1	1	1
スタイルアップ	2	2	2	2
ダイエット	3	3	3	3
解毒作用	4	4	4	4
わからない	5	5	5	5

23. 指定成分等含有食品を摂取したことによる健康被害が国内外で報告されています。過去に報告された症状でご存じのものの番号すべてに○をつけてください（複数回答可）。

	プエラリア ミリフィカ	ブラック コホシュ	コレウス フォルスコリ	ドオウレン
不正出血	1	1	1	1
肝障害	2	2	2	2
下痢	3	3	3	3
ぜん息	4	4	4	4
頭痛	5	5	5	5
わからない	6	6	6	6

24. あらたに「指定成分等含有食品」制度が定められ、上記の4商品を販売する場合にいろいろな義務が生じることについて、自由にご意見をお聞かせください。

アンケートは以上で終了です  
ご協力ありがとうございました

同封の封筒に、アンケートと同意書を入れてご返送ください  
後日、謝礼をお送りさせていただきます

## 健康被害報告例のある健康食品の警告表示の効果に関する研究

研究分担者 児玉 知子<sup>1)</sup> 湯川 慶子<sup>2)</sup> 藤井 仁<sup>3)</sup>

1)国立保健医療科学院 国際協力研究部, 2)国立保健医療科学院 政策技術評価研究部  
3) 目白大学看護学部

### 研究要旨

**目的:** 本研究では、過去に健康被害報告例のある健康食品 (プエラリア・ミリフィカ) について、その表示方法や警告文が購買行動にどの程度影響を及ぼすかについて明らかにする。

**方法:** 健康食品や化粧品のモニター会社およびアンケートモニター会社に登録している女性会員 414 名を対象とし、オンラインでのアンケート調査を実施した。実際の商品のパッケージを模したものを 9 種類提示し、どれを購入したいか、警告文を見たかどうかなどについて質問した。分析では、プエラリア・ミリフィカ使用経験を持つもの 267 名 (以下、ハイリスク群) 女性向け健康食品 (エクオール、イソフラボン等) もしくは他の健康食品利用者 (対照群) 147 名の 2 群に分け、両群において、購入したいと答えるパッケージの数、警告を認識する割合、含まれる警告の種類・量によって購入したいと答える割合について比較した。

**結果:** 利用者の平均年齢は、ハイリスク群 36.0 歳、対照群 44.6 歳と有意差があり、所得水準はハイリスク群で高い傾向がみられた。警告文の多寡については購買意欲に影響しておらず、両群に差はなかった。パッケージでは、女性のシルエットを使用したものへの選好が、ハイリスク群で軽度高かった。健康食品の利用頻度、同時に利用している健康食品の数のどちらもハイリスク群の方が多く、健康食品への満足度も有意に高い傾向がみられた。ハイリスク群においては、女性ホルモンによる悪化が懸念される疾患の既往歴者が数名みられた。

**結論:** プエラリア・ミリフィカ使用経験者における平均年齢は、他の一般の健康食品使用と比して低い傾向がみられ、現行の警告文における購買意欲への明らかな効果はみられなかった。同使用経験者では、女性ホルモンによって悪化する疾患を持つ者もみられており、今後は指定成分等含有食品に関する法律の施行に合わせて、より効果的な情報提供の方法を検討する必要がある。

### A. 研究目的

いわゆる「健康食品」について厚生労働省は、平成 17 年に錠剤、カプセル状等食品に対し、一定の安全性確保の観点から、個々の製品の均質化を図るため、「錠剤、カプセル状等食品の適正な製造に係る基本的考え方について」及び「錠剤、カプセル状等食品の原材料の安全性に関する自主点検ガイドライン (Good Manufacturing Practice)」<sup>1)</sup>を作成し、事業者に適正製造規範 (以下、「GMP」という) へ自主的に取り組むことを推奨してきた。

しかし、多くの健康被害報告が確認されたプエラリア・ミリフィカについては、含有するインターネット上で商品のパッケージの表面、裏面ともに確認ができた 25 商品の注意書きについ

性ホルモン様作用が非常に強い成分 (ミロエストロール及びデオキシミロエストロール) について製造工程において管理が行われていなかった実態が判明し、製造業者は製造工程の管理と原料の安全性確保を行い管理が徹底されるよう、厚生労働省から通知が発出された (平成 29 年 9 月 22 日付け薬生食基発 0922 第 1 号・薬生食監発 0922 第 1 号消食表第 457 号および平成 30 年 2 月 9 日付け薬生食基発 0209 第 1 号薬生食監発 0209 第 3 号)。

このような経緯を背景に、プエラリア・ミリフィカについては使用上の注意に関する警告文が商品パッケージでしばしば確認できる。インで確認したところ、妊娠中の使用を控えるように述べた警告が 18 件、授乳中の使用を控える

ように述べた警告が17件、女性ホルモン様物質を含むため、女性ホルモンの影響によって悪化する疾患（子宮体がん、子宮内膜増殖症、乳がん、血栓性静脈炎、肺塞栓症、冠動脈性心疾患、脳卒中等）を持つものは使用を控えるように述べた警告が15件、初潮前の者の使用を控えるように述べた警告が4件などである（このほか食事のバランス等に関する警告が含まれる）。

しかし、これらの警告はパッケージの背面や側面に記されているのみであり、栄養成分表示や一般的な目安量などと一緒に羅列されているに過ぎない。食品アレルギーに関する表示のように、一目でどのアレルゲンが含まれているかが分かるような、視認性を上げる工夫もされていない。

そこで、本研究では、実際にプエラリア・ミリフィカを購入した層がどの程度警告文を見ていたか、その結果どの程度購買行動に影響を及ぼしたかを推定することを目的とする。

過去の研究を参照すると、医薬品の添付文書の理解度を測る指標を作成した研究<sup>2</sup>、添付文書の理解度を向上させる試みなどについての研究例はあるが<sup>3</sup>、健康食品の注意書きに関する研究はあまり類例がない。健康食品に関する注意喚起がどのような方法で出されたかに関する研究が確認できる程度である<sup>4</sup>。その意味で本研究の持つ新規性は高いと考えられる。

## B. 研究方法

健康食品や化粧品のモニター会社およびアンケートモニター会社に登録している女性会員健康食品や化粧品などのモニター会社およびアンケートモニターを募集している会社にモニター登録している女性会員414名を対象として、オンラインでのアンケート調査を実施した。実際の商品のパッケージを模したものを9種類提示し、どれを購入したいか、警告文を見たかどうかなどについて質問した。分析は、プエラリア・ミリフィカ使用経験を持つもの267名（以下、ハイリスク群）、女性向け健康食品（エクオール、イソフラボン等）もしくは他の健康食品利用者（対照群）147名とし、どちらの群の回答者も3×3の9種類の商品パッケージをみ

て、1（買いたい）-4（買いたくない）の4段階から一つを選択するものとした。表面のデザインは実際の商品のデザインで多かったものを模して3種類（女性のシルエット、花、文字のみ）作成した。裏面も実際の商品の警告文に基づいて、警告なし、警告小、警告最大の3種類を作成した（実物については資料1を参照）。両群において、購入したいと答えるパッケージの数、警告を認識する割合、含まれる警告の種類・量によって購入したいと答える割合について比較した。

## 研究倫理

本研究は日本薬科大学研究倫理審査委員会において承認を得た（承認番号日薬倫1-8号）。

## C. 結果

表1に各群の基本属性を示す。各群の居住地には差異が無く、利用者に地域的な偏りは見られなかった。既婚、未婚についても各群で特徴的な偏りはなかった。それに対し、利用者の平均年齢はハイリスク群が統計的に有意に低く、所得水準はハイリスク群が高かった。

表2、3は表面のデザイン3種類ごとの平均値に差があるかを一元配置分散分析によって検証した結果である。警告文の多寡については購買意欲に全く影響しておらず、どちらの群においても平均値に統計的に有意な差はなかった。

表面のパッケージについては、対照群では購買意欲の平均値に統計的に有意な差はなかったが、ハイリスク群では若干女性のシルエットを使ったものの平均値が高くなった（文字のみのものと女性のシルエットを用いたものの平均値に統計的に有意な差はなかったが、花を用いたものと女性のシルエットを用いたものでは後者の平均値が統計的に有意に高かった）。

健康食品の利用頻度、同時に利用している健康食品の数のどちらもハイリスク群の方が多く、健康食品への満足度も統計的に有意に高かった。

表1 各群の基本属性

	ハイリスク群		対照群		p 値
	n	%	n	%	
年齢 (mean ± SD)	36.0	9.30	44.6	10.11	< 0.001 † *1
居住地					
北海道	12	4.5%	7	4.8%	0.905 *2
東北地方	25	9.4%	10	6.8%	
関東地方	93	34.8%	59	40.1%	
中部地方	46	17.2%	22	15.0%	
近畿地方	51	19.1%	29	19.7%	
中国地方	10	3.7%	7	4.8%	
四国地方	5	1.9%	3	2.0%	
九州地方	25	9.4%	10	6.8%	
既婚・未婚					
既婚	110	41.2%	61	41.5%	0.953 *2
未婚	157	58.8%	86	58.5%	
世帯収入					
200 万未満	13	6.9%	12	11.2%	0.024 † *3
200 ~ 400 万未満	43	22.9%	26	24.3%	
400 ~ 600 万未満	41	21.8%	30	28.0%	
600 ~ 800 万未満	36	19.1%	17	15.9%	
800 ~ 1000 万未満	21	11.2%	6	5.6%	
1000 ~ 1200 万未満	16	8.5%	13	12.1%	
1200 ~ 1500 万未満	7	3.7%	0	0.0%	
1500 ~ 2000 万未満	7	3.7%	0	0.0%	
2000 万円以上	4	2.1%	3	2.8%	

\*1 t 検定 \*2 二乗検定 \*3 マンホイットニーの U 検定 † p&lt;0.05

† 一元配置分散分析、p 値は分散分析による

表2 警告の効果

群	警告	度数	平均値	標準誤差	p 値
ハイリスク群	警告なし	267	2.447	0.049	0.873
	警告小	267	2.434	0.047	
	警告最大	267	2.412	0.048	
	合計	801	2.431	0.028	
対照群	警告なし	147	2.839	0.050	0.794
	警告小	147	2.798	0.051	
	警告最大	147	2.794	0.055	
	合計	441	2.810	0.030	

表3 パッケージデザインの選好

群	表面のデザイン	度数	平均値	標準誤差	p 値
ハイリスク群	女性のシルエット	267	2.561	0.053	<0.000
	花	267	2.281	0.053	
	文字のみ	267	2.452	0.050	
	合計	801	2.431	0.030	
対照群	女性のシルエット	147	2.902	0.057	0.119
	花	147	2.741	0.061	
	文字のみ	147	2.787	0.055	
	合計	441	2.810	0.033	

†一元配置分散分析、p 値は女性のシルエットと花のデザインとの Tukey の検定結果

表4 健康食品の利用状況

	ハイリスク群	対照群	p 値
あなたは健康食品をどの程度利用していますか。			
概ね毎日利用している	37 13.9%	54 36.7%	<0.000
週に数日程度	44 13.0%	17 9.7%	
思いついたときに利用する程度	33 9.8%	39 22.3%	
調子が悪いと感じたとき	9 2.7%	11 6.3%	
今は利用していない	143 42.3%	26 14.9%	
現在、健康食品やサプリメントを何種類くらい使用していますか。			
1 種類	67 30.5%	38 32.8%	0.006
2 種類	42 19.1%	44 37.9%	
3 種類	39 17.7%	17 14.7%	
4 種類	12 5.5%	6 5.2%	
5 種類	32 14.5%	6 5.2%	
6 種類以上	28 12.7%	5 4.3%	
お使いの健康食品に満足していますか。			
満足	34 12.7%	20 13.6%	<0.000
やや満足	100 37.5%	89 60.5%	
やや不満	87 32.6%	35 23.8%	
不満	46 17.2%	3 2.0%	

†マンホイットニーの U 検定

## D. 考察

多くの健康食品と異なり、プエラリア・ミリフィカでは女性ホルモンによって病状が悪化する疾病を持つものは利用を避けるよう警告が書かれていることが多い。しかし、栄養成分表示等とまとめて書かれていることが多く、アレルギー表示等と比較すると視認性は低い。一部のメーカーでは販売時にこれらの警告を提示しているが、一般には文字の羅列であり、どの程度情報提供に効果があるのか明らかでない。

今回の調査結果により、警告文には注意喚起の効果は薄く、消費者の商品の購入意欲に影響していない可能性が明らかになった。女性ホルモンによって健康被害が懸念される疾患は、子宮体癌、乳がん、肺塞栓など、直接健康寿命に影響を及ぼすものであり、これらの疾患の既往を持つものには実効性のある注意喚起が必要である。現行の体制では十分な注意喚起がなされているとはいえ、指定成分等含有食品のスタートと合わせて、より効果的な情報提供を進める必要があると考えられる。その際に、ハイリスク群の嗜好として、女性のシルエットを用いたパッケージが好まれていることから、これらのデザインを用いたポスターやチラシの作成は一定の効果を持つと考えられる。

山田<sup>5</sup>らの研究によると、プエラリア・ミリフィカの利用者層は健康食品を多用・濫用しているとの報告があるが、本調査でも同様の傾向が確認された。本調査では統計的に有意ではなかったが、肺塞栓、子宮体癌などの患者がハイリスク群で確認された。これらの回答者においては、医療機関では処方してもらえものの、健康食品であれば構わないと考えて、独自の判断で購入している可能性も否定できない。プエラリア・ミリフィカ利用群の平均年齢が35歳程度であり、267人中5-6人これらの患者が含まれていたことは看過できない。一方、これらの女性ホルモン投与が禁忌とされる患者において、本人が満足できる適切な

情報が提供されているか、代替となる健康食品への適切なアドバイスやフォローがなされているか、誰がそれを担うか（医療機関、薬剤関係者）等についても検討が必要である。

## E. 結論

プエラリア・ミリフィカ使用経験者における平均年齢は、他の一般の健康食品使用と比して低い傾向がみられ、現行の警告文における購買意欲への明らかな効果はみられなかった。同使用経験者では、女性ホルモンによって悪化する疾患を持つ者もみられており、今後は指定成分等含有食品に関する法律の施行に合わせて、より効果的な情報提供の方法を検討する必要がある。

## F. 健康危険情報

なし

## G. 研究発表

### 1. 論文発表

なし

### 2. 学会発表

児玉(川島)知子, 藤井仁, 湯川慶子, 藤木真由美, 佐々木純子, 小泉結香. 植物性エストロゲン含有健康食品(プエラリア)使用者の社会的調査. 第34回日本女性医学学会学術総会; 2019.11.2; 福岡. 日本女性医学学会雑誌第27巻第1号 第34回学術総会プログラム・要旨集. p.166

## H. 知的財産権の出願・登録状況

(予定を含む。)

### 1. 特許取得

なし

### 2. 実用新案登録

なし

### 3. その他

なし

## 参考文献

---

- <sup>1</sup> GMP(Good Manufacturing Practice)ガイドライン  
<https://www.mhlw.go.jp/shingi/2007/07/dl/s0710-5g.pdf>
- <sup>2</sup> Masayuki Hashiguchi, Risa Kaneko, Ai Hosaka, Keiko Ueda, Noriko Koderu, Mayumi Nakamura, Mikio Sakakibara, Tatsuo Kurokawa, Mayumi Mochizuki. Development of a Method to Determine the Level of Understanding of Package Inserts for Over-the-Counter Medication - Factors Affecting Understanding – Volume 14 Issue 4 Pages 144-160 2013.
- <sup>3</sup> Kana Kurata, Yuka Takahashi, Miho Iwasaki, Kyoko Paku, Shinichi Koyama, Haruo Hibino, Jun Yamashita. New Method for Developing Pictograms to Improve User Understanding of Instructions for Over-the-Counter Medicine Package Inserts, Volume 18 Issue 4 Pages 223-234 2017.
- <sup>4</sup> Etsuko Kobayashi, Yoko Sato, Keizo Umegaki and Tsuyoshi Chiba. Analysis of Safety Alerts Associated with Dietary Supplements from Japan and Overseas, Food Hygiene and Safety Science, Volume 59 Issue 2 Pages 93-98, 2018.
- <sup>5</sup> 山田恵子, 小野澤由子, 永田絵美, 一戸和成, 森田剛, 関野秀人, 道野英司. プエラリア・ミリフィカを原材料として含む「健康食品」について. 食品衛生研究 = Food sanitation research 68(3), 15-23, 2018-03

## 資料1 調査票

ハイリスク群と対照群の振り分けのための設問

### 調査票

スクリーニングのための設問

あなたは健康や美容などのために過去 1 年間に何らかの女性向け健康食品を利用しましたか(いいえ 研究から除外)

例：プエラリアミリフィカ、コラーゲン、プラセンタ、イソフラボン、エクオール等

あなたはプエラリアミリフィカという健康食品を購入したことがありますか

ハイリスク群

あなたはイソフラボン、エクオール、コラーゲン、プラセンタ等の女性向け健康食品を購入したことがありますか

対照群

( はいの人 ハイリスク群、 いいえの人には を聞き、はいの人を対照群とする )

0. ご年齢をお教えてください(2020年3月31日時点のご年齢)

( )歳

1. あなたの最終学歴をお教えてください。

現在、在学中かどうかを答えたいので、在学中の人はその学校について、卒業した方は最終卒業学校についてお答えください(中途退学した人はその前の学校についてお答えください。専門学校等は終了年次が高校と同じものは高校、短大と同じものは短大としてください)。

在学中 卒業

中学校 高等学校 短大・高専 大学・大学院

2. あなたは現在、どのくらい健康だと思いますか。

非常に健康 やや健康 普通 あまり健康ではない 全く健康ではない

3. あなたは健康食品をどの程度利用していますか。

概ね毎日利用(摂取)している

週に数日程度

思いついたときに利用（摂取）する程度  
調子が悪いと感じたとき  
今は利用（摂取）していない

4. 健康食品を購入する時には次のどの方法を用いていますか。当てはまるものすべてをお答えください。

店舗購入

ネット通販（個人輸入を除く）

通信販売（ネット通販を除く）

訪問販売

個人輸入

その他（具体的に： \_\_\_\_\_ ）

5. 健康食品を購入する際の情報収集には何を利用してありますか。当てはまるものすべてをお答えください。

テレビ・ラジオの番組やコマーシャル

雑誌・新聞・書籍の記事や広告

チラシ・ダイレクトメール・折り込み広告・フリーペーパー

インターネット

購入店舗

訪問販売員

医師

家族・友人・知人・またはその紹介

行政機関

その他（具体的に： \_\_\_\_\_ ）

を選択された方は次の質問 7 へ、選択されなかった方は質問 11 へお進みください。

6. インターネットから情報収集する場合、どのようなサイトを参考にされますか。当てはまるものすべてにお答えください。

検索エンジン（Google や Yahoo など）

「健康食品」メーカーや販売店のサイト・ブログ

口コミサイト

個人のブログ

掲示板

SNS

メールマガジン・電子メール

公共団体（厚生労働省や国民生活センター等）のサイト

その他（具体的に： ）

7. 現在、健康食品やサプリメントを何種類くらい使用していますか。

おおよそ（ ）種類

ご記憶にある商品名をすべてお書きください

（ ）

8. 健康食品に期待する効果（例：美容、ダイエット、女性ホルモンを整える等）を求めて医療機関に相談したいと思ったことはありますか。

ある

ない

わからない

9. 健康食品を購入するときに参考にする情報をお選びください。

原材料名

含有成分名・含有成分量

含まれる成分が無添加・天然由来

製造した国

製造者名・販売者名

製品のブランド名

機能性（効果・効能）

キャンペーン情報・割引情報

ランキングや口コミ情報

医師・学者・学会等の推薦

行政機関による安全性等の情報

その他

価格

特になし

10. 健康食品の購入方法をお教えてください。

店舗購入

ネット通販（個人輸入を除く）

通信販売（ネット通販を除く）

訪問販売

個人輸入

その他

11. 今お使いの健康食品に満足していますか。

満足 やや満足 やや不満 不満

12. あなたは現在のご自分のスタイルに不満がありますか。

強い不満がある

やや不満がある

あまり不満はない

不満はない

13. スタイルに関する不満や悩みを教えてください。

あてはまるもの全てに○を付けてください。

体重

体脂肪率

フェイスライン

ボディライン

見た目の全体のバランス

バスト

ウェスト

ヒップ

洋服のサイズ

その他：( )

14. あなたが理想としているスタイルは、バスト優勢な V 型、ヒップ優勢な A 型、ウェストがくびれた X 型、ストレートな I 型の 4 タイプのうち、どれに当たりますか？

V 型

A 型

X 型

I 型

15. 現在、もしくは過去に、あなたは次の疾患にかかったことがありますか？当てはまる疾患すべてに○を付けてください。

子宮体がん

子宮内膜増殖症

乳がん

血栓性静脈炎

肺塞栓症

冠動脈性心疾患

脳卒中

いずれも該当しない

以下、16 から 24 問目までを順序をランダムにして回答させる。

表面は実際の商品のパッケージを類型化したもので 3 種類ある (文字のみ、花、女性シルエット)。裏面も実際の商品に記されていた警告の多寡で 3 種類作成した (警告なし、警告小、警告最大)。パターンは 3×3 で 9 通りある。

16. これからお見せする画像は、スタイルアップ用の健康食品の商品パッケージ (表面、裏面) です。

この商品を買いたいと思いますか？

警告小・パッケージ花



買いたい、やや買いたい、あまり買いたくない、買いたくない

17. この商品を買いたいと思いますか？

警告小・パッケージ女性シルエット



買いたい、やや買いたい、あまり買いたくない、買いたくない

18. この商品を買いたいと思いますか？

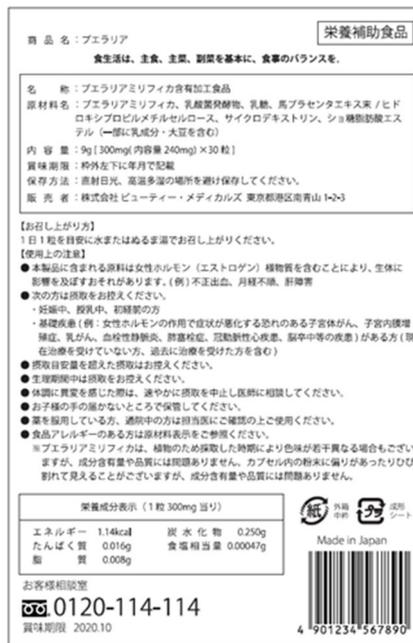
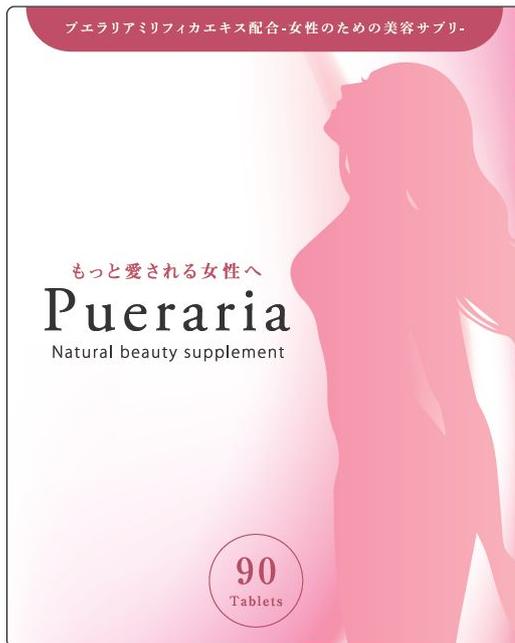
警告少し・パッケージ文字のみ



買いたい、やや買いたい、あまり買いたくない、買いたくない

19. この商品を買いたいと思いますか？

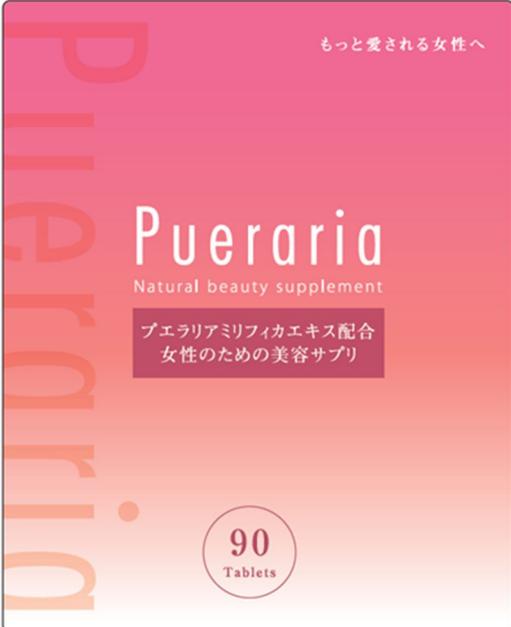
警告最大・パッケージ女性シルエット



買いたい、やや買いたい、あまり買いたくない、買いたくない

20. この商品を買いたいと思いますか？

警告なし・パッケージ文字のみ



栄養補助食品

商品名：プエラリア  
食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。

名称：プエラリアミリアフィカ含有加工食品  
原材料名：プエラリアミリアフィカ、乳酸菌発酵物、乳糖、馬ブラセンタエキス末 / ヒドロキシプロピルメチルセルロース、サイクロデキストリン、ショ糖脂肪酸エステル（一部に乳成分・大豆を含む）  
内容量：9g [300mg(内容量 240mg) × 30 粒]  
賞味期限：枠外左下に年月で記載  
保存方法：直射日光、高温多湿の場所を避け保存してください。  
販売者：株式会社ビューティー・メディカルズ  
東京都港区南青山 1-2-3

【お召し上がり方】  
1日1粒を目安に水またはぬるま湯でお召し上がりください。  
【使用上の注意】  
体質に合わない方は、使用を中止してください。食品アレルギーのある方は原材料表示をご参照ください。薬を服用している方、通院中の方は担当医にご確認の上で使用ください。

栄養成分表示 (1粒 300mg 当り)	
エネルギー	1.14kcal
たんぱく質	0.016g
脂質	0.008g
炭水化物	0.250g
食塩相当量	0.00047g

紙 外箱 中封  
ワ 成形シート  
Made in Japan

お客様相談室  
☎0120-114-114  
賞味期限 2020.10

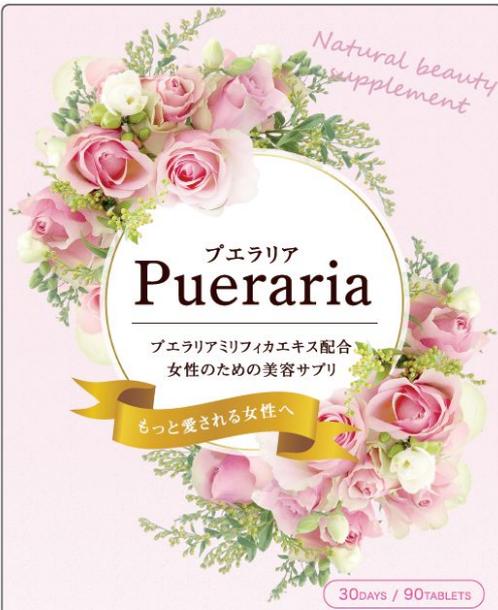


4 901234 567890

買いたい、やや買いたい、あまり買いたくない、買いたくない

21. この商品を買いたいと思いますか？

警告最大・パッケージ花



栄養補助食品

商品名：プエラリア  
食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。

名称：プエラリアミリアフィカ含有加工食品  
原材料名：プエラリアミリアフィカ、乳酸菌発酵物、乳糖、馬ブラセンタエキス末 / ヒドロキシプロピルメチルセルロース、サイクロデキストリン、ショ糖脂肪酸エステル（一部に乳成分・大豆を含む）  
内容量：9g [300mg(内容量 240mg) × 30 粒]  
賞味期限：枠外左下に年月で記載  
保存方法：直射日光、高温多湿の場所を避け保存してください。  
販売者：株式会社ビューティー・メディカルズ 東京都港区南青山 1-2-3

【お召し上がり方】  
1日1粒を目安に水またはぬるま湯でお召し上がりください。  
【使用上の注意】  
●本製品に含まれる原料は女性ホルモン（エストロゲン）植物質を含むことにより、生体に影響を及ぼすおそれがあります。(例) 不正出血、月経不順、肝障害  
●次の方は摂取をお控えください。  
・妊娠中、授乳中、初経前の方  
・基礎疾患(例：女性ホルモンの作用で症状が悪化する恐れのある子宮体がん、子宮内膜増殖症、乳がん、急性性甲状腺炎、閉経前症、冠動脈性心疾患、脳中等の疾患)がある方(現在治療を受けていない方、速急に治療を受けた方を含む)  
●摂取目安量を超えた摂取をお控えください。  
●生理期間中は摂取をお控えください。  
●体調に異常を感じた際は、速やかに摂取を中止し医師に相談してください。  
●お子様の手の届かないところで保管してください。  
●薬を服用している方、通院中の方は担当医にご確認の上で使用ください。  
●食品アレルギーのある方は原材料表示をご参照ください。  
※プエラリアミリアフィカは、植物のため採取した時期により色味が若干異なる場合もございますが、成分含有量や品質には問題ありません。カプセル内の粉末に偏りがあったりひび割れて見える場合がございますが、成分含有量や品質には問題ありません。

栄養成分表示 (1粒 300mg 当り)			
エネルギー	1.14kcal	炭水化物	0.250g
たんぱく質	0.016g	食塩相当量	0.00047g
脂質	0.008g		

紙 外箱 中封  
ワ 成形シート  
Made in Japan

お客様相談室  
☎0120-114-114  
賞味期限 2020.10



4 901234 567890

買いたい、やや買いたい、あまり買いたくない、買いたくない

22. この商品を買いたいと思いますか？

警告なし・パッケージ花

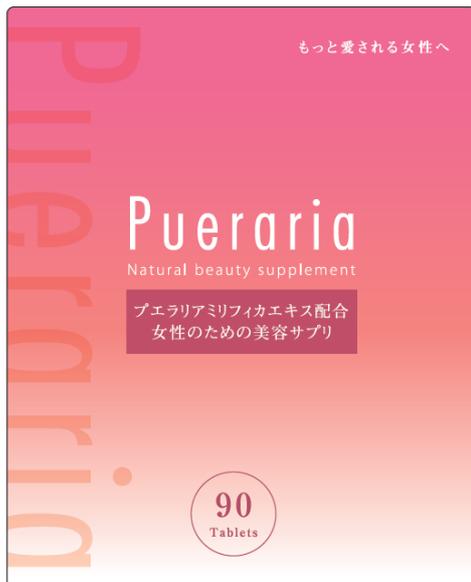


商品名：プエラリア 食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。		<b>栄養補助食品</b>
名称：プエラリアミリフィカ含有加工食品 原材料名：プエラリアミリフィカ、乳酸菌発酵物、乳糖、馬プラセンタエキス末 / ヒドロキシプロピルメチルセルロース、サイクロデキストリン、ショ糖脂肪酸エステル（一部に乳成分・大豆を含む） 内容量：9g [300mg/内容量 240mg] × 30 粒 賞味期限：枠外左下に年月で記載 保存方法：直射日光、高温多湿の場所を避け保存してください。 販売者：株式会社 ビューティー・メディカルズ 東京都港区南青山 1-2-3		
【お召し上がり方】 1日1粒を目安に水またはぬるま湯でお召し上がりください。 【使用上の注意】 体質に合わない方は、使用を中止してください。食品アレルギーのある方は原材料表示をご参照ください。薬を服用している方、通院中の方は担当医にご確認の上で使用ください。		栄養成分表示 (1粒 300mg 当り) エネルギー 1.14kcal たんぱく質 0.016g 脂 質 0.008g 炭 水 化 物 0.250g 食塩相当量 0.00047g
お客様相談室 ☎0120-114-114 賞味期限 2020.10		紙 外箱 中粒 成形シート Made in Japan  4 901234 567890

買いたい、やや買いたい、あまり買いたくない、買いたくない

23. この商品を買いたいと思いますか？

警告最大・パッケージ文字のみ



商品名：プエラリア 食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。		<b>栄養補助食品</b>
名称：プエラリアミリフィカ含有加工食品 原材料名：プエラリアミリフィカ、乳酸菌発酵物、乳糖、馬プラセンタエキス末 / ヒドロキシプロピルメチルセルロース、サイクロデキストリン、ショ糖脂肪酸エステル（一部に乳成分・大豆を含む） 内容量：9g [300mg/内容量 240mg] × 30 粒 賞味期限：枠外左下に年月で記載 保存方法：直射日光、高温多湿の場所を避け保存してください。 販売者：株式会社 ビューティー・メディカルズ 東京都港区南青山 1-2-3		
【お召し上がり方】 1日1粒を目安に水またはぬるま湯でお召し上がりください。 【使用上の注意】 ●本製品に含まれる原料は女性ホルモン（エストロゲン）植物質を含むことにより、生体に影響を及ぼすおそれがあります。(例) 不正出血、月経不順、肝障害 ●次の方は摂取をお控えください。 ・妊娠中、授乳中、初産前の方 ・基礎疾患(例：女性ホルモンの作用で症状が悪化する恐れのある子宮体がん、子宮内腺腫、卵巣症、乳がん、血栓性静脈炎、肺塞栓症、冠動脈性心疾患、脳卒中等の疾患)がある方(現在治療を受けていない方、過去に治療を受けた方を含む) ●摂取目安量を超えた摂取はお控えください。 ●生理期間中は摂取をお控えください。 ●体調に異変を感じた際は、早やかに摂取を中止し医師に相談してください。 ●お子様の手の届かないところに保管してください。 ●薬を服用している方、通院中の方は担当医にご確認の上で使用ください。 ●食品アレルギーのある方は原材料表示をご参照ください。 ※プエラリアミリフィカは、植物のため採取した時期により色味が若干異なる場合もございますが、成分含有量や品質には問題ありません。カプセル内の粉末に偏りがあったりひび割れて見える場合がございますが、成分含有量や品質には問題ありません。		栄養成分表示 (1粒 300mg 当り) エネルギー 1.14kcal 炭 水 化 物 0.250g たんぱく質 0.016g 食塩相当量 0.00047g 脂 質 0.008g
お客様相談室 ☎0120-114-114 賞味期限 2020.10		紙 外箱 中粒 成形シート Made in Japan  4 901234 567890

買いたい、やや買いたい、あまり買いたくない、買いたくない

24. この商品を買いたいと思いますか

警告なし・パッケージ女性シルエット

プエラリアミリフィカエキス配合-女性のための美容サプリ-

もっと愛される女性へ  
**Pueraria**  
Natural beauty supplement

90  
Tablets

商品名：プエラリア 栄養補助食品  
食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。

名称：プエラリアミリフィカ含有加工食品  
原材料名：プエラリアミリフィカ、乳酸菌発酵物、乳糖、馬プラセンタエキス末  
/ヒドロキシプロピルメチルセルロース、サイクロデキストリン、シロ  
糖脂肪酸エステル（一部に乳成分・大豆を含む）  
内容量：9g [300mg(内容量240mg)×30粒]  
賞味期限：枠外左下に年月で記載  
保存方法：直射日光、高温多湿の場所を避け保存してください。  
販売者：株式会社ビューティー・メディカルズ  
東京都港区南青山1-2-3

【お召し上がり方】  
1日1粒を目安に水またはぬるま湯でお召し上がりください。  
【使用上の注意】  
体質に合わない方は、使用を中止してください。食品アレルギーのある方は原材料表示をご参照ください。薬を服用している方、通院中の方は担当医にご確認の上で使用ください。

栄養成分表示 (1粒300mg当り)	
エネルギー	1.14kcal
たんぱく質	0.016g
脂質	0.008g
炭水化物	0.250g
食塩相当量	0.00047g

紙 外箱  
中封  
成形シート  
Made in Japan

お客様相談室  
☎0120-114-114  
賞味期限 2020.10

4 901234 567890

買いたい、やや買いたい、あまり買いたくない、買いたくない

25. 今ご覧頂いた健康食品には、以下の病気に該当する人には使用を控えるよう注意書きがありました。正しいものを選んでください( Web 調査で設問を逃れないようにする )。

- 子宮体がん
- 子宮内膜増殖症
- 乳がん
- 大腸がん
- 肺炎
- 喘息
- 脳卒中

26. 以下の文章を読んで、文章の最後にある質問にお答えください。

指定成分等含有食品って何？

食品衛生法が改正され、健康被害が出た、もしくは出る可能性の高い健康食品が「指定成分等含有食品」に指定されるようになります。これに指定された健康食品はいずれも体に危険な成分が含まれており、今後製造や販売に制限がかかる予定です。また、「指定成分等含有食品」を利用した事による健康被害については、販売者は責任をもって国に届け出る必要があります。

プエラリアミリフィカ、ブラックコホシュ、コレウスフォルスコリー、ドオウレンの4つが指定成分等の候補となっています（2020年3月現在）

このページは指定成分等含有食品と定められた健康食品に関するQ&Aです。

### プエラリアミリフィカ

プエラリアミリフィカって？



マメ科植物で、バストアップ、スタイルアップ、更年期障害対策などに効果があるとうたわれている人気の健康食品です。

女性ホルモンのような物質を含んでおり、効果があったという口コミも見受けられますが、過去に下痢、ジンマシン、生理不順、不正出血などの被害が報告されています。

プエラリアに美肌効果がある？男性だったら飲んでも大丈夫？



健康被害の 1 位が下痢、2 位がジンマシンなのでお勧めしません。

また男児が利用した事による女性化乳房も報告されています。

プエラリアで生理不順が直る？



生理が早まったりする症状が出る場合があります。

更年期障害に効く？



女性ホルモンのような物質を含んでいることは確かですが、安全性は確認されていません。

それよりは医師に相談されることをお勧めします。一般的な女性ホルモン補充療法の費用は月 2-3000 円程度です。

参考「更年期障害の治療法とは」(一般社団法人日本女性医学学会作成 解説動画)

[https://www.youtube.com/watch?v=l2JD8Cc0\\_7M](https://www.youtube.com/watch?v=l2JD8Cc0_7M)

(学会では個別の医療相談はお受けしておりません)

プエラリアが入ったクリームなら安全？



どのメーカーの商品もどの程度女性ホルモンのような物質が入っているかが良くわかっていません。

普通の医薬品に女性ホルモンを含むクリームがありますので、そちらを利用されたほうが安全です。

質問：以上の情報を読んだうえで、プエラリアミリフィカを買いたいと思いますか？

買いたい、やや買いたい、あまり買いたくない、買いたくない

27. 上記の内容は国の研究機関のホームページで公開される予定です。

わかりやすさを1から10までで評価してください。

1・・2・・3・・4・・5・・6・・7・・8・・9・・10

とてもわかりにくい

とてもわかりやすい

28. その他、上記の内容について自由にご意見をお聞かせ下さい(この設問だけ自由回答)。

## 雑誌を介するプエラリア・ミリフィカに関する注意喚起の伝達状況分析

研究分担者 新井 一郎 (日本薬科大学 薬学部)

### 研究要旨

**目的:** プエラリア・ミリフィカは、タイなどに分布するマメ科植物で、根茎に女性ホルモン様の作用のある植物性エストロゲンが含まれることから、近年、我が国では、「丰胸効果がある」などとして健康食品として販売されている。しかし、2012-2016 年で、プエラリア・ミリフィカによる健康被害が 209 件報告され、厚生労働省では、薬生食基発 0713 第 1 号・薬生食監発 0713 第 2 号「プエラリア・ミリフィカを含む健康食品の取り扱いについて」(2017 年 7 月 13 日)を発売し、注意喚起おこなっている。本研究では、この通知発出以後、プエラリア・ミリフィカが雑誌においてどのように扱われているかを調査した。

**方法:** 被害が 10 代から 40 代の女性に多かったことから、女性向け雑誌 (高齢者向けを除く) および健康誌について 2017 年 8 月号から 2019 年 9 月号を対象に目視で調査した。

**結果:** 女性誌 59 誌中 11 誌に 48 件のプエラリア・ミリフィカの記事/広告があり、20~24 歳を対象とする雑誌を中心に 17 製品が紹介されていた。健康雑誌には、記事/広告はなかった。掲載された製品のうち、6 製品は食品形態であったが、残りの 11 製品中 10 製品はバストに塗布するクリームやジェル、1 製品は頭髪用シャンプーであった。商品名、または商品の説明に、プエラリア・ミリフィカ (プエラリア) という言葉が含まれていたものは、7 製品の 20 の記事/広告のみであり、12 製品の 33 の記事/広告は、プエラリア・ミリフィカ製品であることがわからないものであった。すべての記事/広告において、健康被害情報は書かれていなかった。

**結論:** 厚生労働省の注意喚起以後も、女性誌では、健康被害情報を示さずにプエラリア・ミリフィカの記事/広告が掲載されていた。

### A. 研究目的

昨年度の本研究において、プエラリア・ミリフィカを含む健康食品の健康被害状況・使用に関する注意喚起は、新聞を通じては、消費者には十分に伝達されていないことを明らかにした。今年度は、それに続いて、2017 年の厚生労働省によるプエラリア・ミリフィカの注意喚起<sup>1)</sup>以後に発行された雑誌において、プエラリア・ミリフィカがどのように取り上げられたかを調査した。なお、雑誌記事には、新聞記事のように、記事データベースが存在せずブラウジングによる調査になることから、調査雑誌は、プエラリア・ミリフィカの被害が多い 10 代から 40 代の女性が購読する女性誌、および健康誌とした。

### B. 研究方法

#### 1. 検索した雑誌

一般社団法人 日本雑誌協会から 2019 年 1 月~3 月分の印刷部数が発表されている雑誌の中の、カテゴリー区分「女性」の中の「女性週刊誌」、「女性ヤング誌」、「女性ヤングアダルト誌」、「女性ミドルエイジ誌」、「生活実用情報誌 食(料理・レシピ)」、「ビューティ・コスメ誌」、「ナチュラルライフ誌」、「エリア情報誌」に分類されたもの、および、「男女」の中の「健康誌」に分類された 62 誌 (Table 1) を対象とした。

調査は、厚生労働省によるプエラリア・ミリフィカの注意喚起が行われた翌月の 2017 年 8 月号から 2019 年 9 月号を国会図書館において目視によりおこなった。

記事形態は、該当ページ中に、「広告」であることがわかる記載(「PR」など)が明記されているページを「広告」と判断し、それ以外は「記事」とした。掲載情報だけからは、プエラリア・ミリフィカが含有されているかどうか判断で

きない場合は、商品名を用いてネット検索を行い、プエラリア・ミリフィカが含有されているかどうかを確認した。

## C. 結果

調査した62の雑誌のうち、プエラリア・ミリフィカに関する記事または広告が掲載されていた雑誌は、「女性ヤング誌」8誌中の7誌、「女性ヤングアダルト誌」21誌中の3誌、「女性ミドルエイジ誌」15誌中の1誌であり、「女性週刊誌」(3誌)、「生活実用情報誌 食(料理・レシピ)」(5誌)、「ビューティ・コスメ誌」(4誌)、「ナチュラルライフ誌」(1誌)、「エリア情報誌」(2誌) および、「男女」の中の「健康誌」(3誌)には、プエラリア・ミリフィカは掲載されていなかった (Table 1)。48件のプエラリア・ミリフィカに関する記載のうち、記事は11件で、残りの37件は広告(37件中23件は文友舎の「JELLY」に掲載されたもの)であった。掲載されていた17製品は、食品(内用)6製品、外用11製品(バストに塗布するクリームやジェル10製品、頭髪用シャンプー1製品)であった (Table 2)。17製品中、商品名、または商品の説明に、プエラリア・ミリフィカ(プエラリア)という言葉が含まれていたものは、7製品の20の記事/広告のみであり、12製品の33の記事/広告は、プエラリア・ミリフィカ製品であることがわからないものであった(2製品は、プエラリア含有がわかる記事/広告とわからない記事の両者があった)。なお、記事/広告中に、薬生食基発0713第1号・薬生食監発0713第2号「プエラリア・ミリフィカを含む健康食品の取り扱いについて」(2017年7月13日)に関する注意喚起がなされていたものはなかった。

## D. 考察

今回、調査した雑誌の中では、プエラリア・ミリフィカの記事の大部分は、「女性ヤング誌」のカテゴリーの雑誌に掲載されおり、8誌中の7誌の掲載であった。女性誌の対象年齢は、「女性ヤング誌」20~24歳、「女性ヤングアダルト誌」25~39歳、「女性ミドルエイジ誌」40~59歳とされている<sup>3)</sup>。したがって、雑誌編集者も、プ

エラリア・ミリフィカ製品販売者も、20~24歳の女性を主なるターゲットと考えていると思われる。雑誌に記載されたプエラリア・ミリフィカは、予想に反して、食品は少なく、バストに塗布するクリームやジェルが多かった。このことは、プエラリア・ミリフィカに関する注意喚起などにより、食品形態を避けて、安全(製造業者による判断)な外用にシフトしてきている可能性が考えられた。久光製薬からエストラジオールの経皮吸収剤「メノエイドコンビパッチ」<sup>4)</sup>が販売されているが、プエラリア・ミリフィカで問題となっている成分のミロエストロールなどの植物エストロゲンも、経皮吸収される可能性がある。外用で塗布した場合、食品として摂取する場合よりは、血中への移行は少ないとは考えられるが、データはなく、今後、検討が必要である。

また、今回の研究で明らかになったことは、雑誌に載っている製品が、プエラリア・ミリフィカが含有されているとわからない記事/広告が多いことである。もし、読者が、厚生労働省の注意喚起を知っていたとしても、この雑誌を読んだだけでは、その製品がプエラリア・ミリフィカを含有することはわからず購入する可能性もあり、問題がある。

以上、プエラリア・ミリフィカの雑誌記事検索により明らかになったことは、プエラリア・ミリフィカが含有されることが雑誌記事だけではわからない製品が多い、食品からバスト塗布の外用製品にシフトしてきている、ということである。

## E. 結論

厚生労働省の注意喚起以後も、女性誌では、健康被害情報を示さずにプエラリア・ミリフィカの記事が掲載されていた。雑誌は、厚生労働省の注意喚起を伝える役目を果たしていないことが明らかとなった。

## F. 健康危険情報

なし

## G. 研究発表

### 1. 論文発表

なし

=ja

## 2. 学会発表

(2020. 1. 10 閲覧)

溝口貴文, 見島亜莉沙, 新井一郎, 三澤仁平, 木村尚史, 湯川慶子, 藤井仁. 消費者向け媒体における健康食品に関する注意喚起の伝達状況分析  
新聞・ネット販売サイト. 日本薬学会第 140 年会 (2020.3.25-28 京都)

見島亜莉沙, 溝口貴文, 新井一郎, 三澤仁平, 木村尚史, 湯川慶子, 児玉知子, 藤井仁. 消費者向け媒体における健康食品に関する注意喚起の伝達状況分析 雑誌. 日本薬学会第 140 年会 (2020.3.25-28 京都)

## H. 知的財産権の出願・登録状況 (予定を含む。)

### 1. 特許取得

なし

### 2. 実用新案登録

なし

### 3. その他

なし

## 参考文献

1) 薬生食基発 0713 第 1 号・薬生食監発 0713 第 2 号「プエラリア・ミリフィカを含む健康食品の取り扱いについて」(2017 年 7 月 13 日)  
<https://www.mhlw.go.jp/file/05-Shingikai-11121000-Iyakushokuhinkyoku-Soumuka/0824san4.pdf> (2020. 1. 9 閲覧)

2) 一般社団法人 日本雑誌協会. 印刷部数公表.  
<https://www.j-magazine.or.jp/magdata.html>  
(2020. 1. 9 閲覧)

3) 一般社団法人 日本雑誌広告協会. 雑誌ジャンルおよびカテゴリ区分一覧.  
<http://www.zakko.or.jp/subwin/genre.html>  
(2020. 1. 9 閲覧)

4) メノエイドコンビパッチ

[https://www.info.pmda.go.jp/go/pack/2482800S1026\\_2\\_01/?view=frame&style=SGML&lang](https://www.info.pmda.go.jp/go/pack/2482800S1026_2_01/?view=frame&style=SGML&lang)

Table 1 厚生労働省による注意喚起<sup>1)</sup>発出後、雑誌に掲載されたプエラリア・ミリフィカの記事又は広告

雑誌	名称	出版社	掲載冊数		プエラリア製品の掲載数			プエラリア製品の形態		注意喚起数	「プエラリア」の記載 <sup>4)</sup>
			調査冊数	掲載冊数	記事数	広告数	計	内用(食品)	外用 <sup>3)</sup>		
女性-総合-女性週刊誌 <sup>2)</sup>	女性自身	光文社	81	0	0	0	0	0	0	0	0
	週刊女性	主婦と生活社	85	0	0	0	0	0	0	0	0
	女性セブン	小学館	80	0	0	0	0	0	0	0	0
女性-ライフデザイン-女性ヤング誌 <sup>2)</sup>	VIVI	講談社	26	1	1	1	2	0	2	0	0
	JJ	光文社	26	1	0	1	1	1	0	0	1
	Rav	主婦の友社	26	1	0	1	1	1	0	0	1
	CanCam	小学館	26	1	2	0	2	0	2	0	0
	non-no	集英社	26	1	4	0	4	1	3	0	1
	mina	主婦の友社	26	1	0	1	1	1	0	0	1
	JELLY	文友舎	19	11	0	23	23	11	11	0	0
	JUNON	主婦と生活社	26	0	0	0	0	0	0	0	0
	女性-ライフデザイン-女性ヤングアダルト誌 <sup>2)</sup>	with	講談社	26	0	0	0	0	0	0	0
MORE		集英社	26	0	0	0	0	0	0	0	0
ar		主婦と生活社	26	4	1	4	5	4	1	0	5
GISELe		主婦の友社	26	0	0	0	0	0	0	0	0
25ans		ハースト婦人画報社	26	0	0	0	0	0	0	0	0
SPUR		集英社	26	0	0	0	0	0	0	0	0
装苑		文化出版局	16	0	0	0	0	0	0	0	0
GINZA		マガジンハウス	26	0	0	0	0	0	0	0	0
FUDGE		三栄	26	0	0	0	0	0	0	0	0
ELLE JAPON		ハースト婦人画報社	26	0	0	0	0	0	0	0	0
madame FIGARO japon		CCCメディアハウス	26	0	0	0	0	0	0	0	0
VOGUE JAPAN		コンデナスト・ジャパン	26	0	0	0	0	0	0	0	0
Harper's BAZAAR		ハースト婦人画報社	21	0	0	0	0	0	0	0	0
CLASSY.		光文社	26	0	0	0	0	0	0	0	0
BAILA		集英社	26	0	0	0	0	0	0	0	0
Oggi		小学館	26	0	0	0	0	0	0	0	0
Domani		小学館	21	0	0	0	0	0	0	0	0
and GIRL.		エムオン・エンタテインメント	26	0	0	0	0	0	0	0	0
CREA		文藝春秋	22	1	0	1	1	1	0	0	1
an・an		マガジンハウス	106	2	3	1	4	1	3	0	2
&Premium		マガジンハウス	26	0	0	0	0	0	0	0	0

1) 厚生労働省0713第1号・薬生食監発0713第2号「プエラリア・ミリフィカを含む健康食品の取扱いについて」(平成29年7月13日)

2) 一般社団法人日本雑誌協会(JIPPA)カテゴリー分類

3) シャンプー、クリーム、ジェル

4) 記事又は製品名に「プエラリア」、「プエラリア・ミリフィカ」という言葉が記載されているもの

Table 1 厚生労働省による注意喚起<sup>1)</sup>発出後、雑誌に掲載されたプエラリア・ミリフィカの記事又は広告(つづき)

雑誌	名称	出版社	掲載冊数		プエラリア製品の掲載数		プエラリア製品の形態		注意喚起数	「プエラリア」の記載 <sup>4)</sup>	
			調査冊数	掲載冊数	記事数	広告数	計	内用(食品)			外用 <sup>3)</sup>
女性-ライフデザイン-女性ミドルエイジ誌 <sup>2)</sup>	VERY	光文社	26	0	0	0	0	0	0	0	
	LEE	集英社	26	0	0	0	0	0	0	0	
	ナチュリラ	主婦と生活社	9	0	0	0	0	0	0	0	
	STORY	光文社	26	0	0	0	0	0	0	0	
	maïsol	集英社	26	0	0	0	0	0	0	0	
	Precious	小学館	26	0	0	0	0	0	0	0	
	HERS	光文社	26	0	0	0	0	0	0	0	
	エクラ	集英社	26	0	0	0	0	0	0	0	
	婦人画報	ハースト婦人画報社	26	0	0	0	0	0	0	0	
	pumpkin	潮出版社	26	0	0	0	0	0	0	0	
	和樂	小学館	13	0	0	0	0	0	0	0	
	家庭画報	世界文化社	26	0	0	0	0	0	0	0	
	ミセス	文化出版局	26	0	0	0	0	0	0	0	
	クロワッサン	マガジンハウス	52	0	0	0	0	0	0	0	
	婦人公論	中央公論新社	50	4	0	4	4	0	0	3	
	女性-ライフカルチャー-生活実用情報誌-食(料理・レシピ) <sup>2)</sup>	オレンジページ	オレンジページ	42	0	0	0	0	0	0	0
		レタスクラブ	KADOKAWA	24	0	0	0	0	0	0	0
きょうの料理		NHK出版	26	0	0	0	0	0	0	0	
きょうの料理ビギナーズ		NHK出版	26	0	0	0	0	0	0	0	
栗原はるみ harumi		扶桑社	10	0	0	0	0	0	0	0	
女性-ライフカルチャー-ビューティー・コスメ誌 <sup>2)</sup>		VOCE	講談社	26	0	0	0	0	0	0	0
		MAQUIA	集英社	26	0	0	0	0	0	0	0
		美的	小学館	26	0	0	0	0	0	0	0
		美ST	光文社	26	0	0	0	0	0	0	0
		女性-ライフカルチャー-ナチュララライフ誌 <sup>2)</sup>	kurinel	マガジンハウス	12	0	0	0	0	0	0
女性-情報-エリア情報誌 <sup>2)</sup>	Hanako		マガジンハウス	38	0	0	0	0	0	0	0
	Ozmagazine	スターツ出版	26	0	0	0	0	0	0	0	
男女-趣味専門-健康誌 <sup>2)</sup>	健康	主婦の友社	26	0	0	0	0	0	0	0	
	きょうの健康	NHK出版	26	0	0	0	0	0	0	0	
	NHKガッテン!	主婦と生活社	8	0	0	0	0	0	0	0	

<sup>1)</sup> 薬生食基発0713第1号・薬生食監発0713第2号「プエラリア・ミリフィカを含む健康食品の取扱いについて」(平成29年7月13日)

<sup>2)</sup> 一般社団法人 日本雑誌協会(JMIPA)カテゴリ分け

<sup>3)</sup> シャンプー、クリーム、ジェル

<sup>4)</sup> 記事又は製品名に「プエラリア」、「プエラリア・ミリフィカ」という言葉が記載されているもの

Table2 雑誌に掲載されたブエラリア・ミリアカ製品

商品名	販売会社	ブエラリア製品の形態		雑誌における掲載形態		計	商品名に含まれる	説明文に記載	記載無し
		記事	広告	記事	広告				
マシュマログアイナス	オーガニックレーベル	1	0	1	0	1	0	0	1
シンデレラアップ	メリーウェザー	0	4	0	4	4	0	4	0
TEMPTATIONサブリ	アトミックブギー	0	11	0	11	11	0	0	11
レディーヌブエラリア ELlest	ビュア・メディカル	0	3	0	3 <sup>1)</sup>	3	3 <sup>1)</sup>	3 <sup>1)</sup>	0
レディーヌブエラリア89%	ビュア・メディカル	0	2	0	2	2	2 <sup>1)</sup>	2 <sup>1)</sup>	0
VENUSGLAM	アトミックブギー	0	1	0	1	1	0	0	1
バストリフトクリームスベシヤル	ドクターシーラボ	1	0	1	0	1	0	0	1
PJBEAUTY ボムバストクリームリッチ	PEACH JOHN	1	0	1	0	1	0	0	1
PJBEAUTY ナイトエステテブラマスク	PEACH JOHN	3	0	3	0	3	0	1	2
マニークラント	MSTYLE	1	0	1	0	1	0	0	1
LOVELY BUST	AQUA CUBE	1	0	1	0	1	0	0	1
ブエラリア・エクストラ・ハーバル・ジェル	LOラブコスメ	1	0	1	0	1	1	0	0
マシュマロピーアップジェル	リベラシオン(デートコスメ)	1	0	1	0	1	0	0	1
スキヤンダル ビンボンバスト N	石澤研究所	1	0	1	0	1	0	1	0
Purun Fujiwaraオーガニックマッサージェルクリーム	DaNoma	0	1	0	1	1	0	0	1
TEMPTATIONクリーム	アトミックブギー	0	11	0	11	11	0	0	11
ベルタヘア	ビーボ	0	4	0	4	4	0	3	1

<sup>1)</sup>商品名と説明文の両方に「ブエラリア」が含まれる

## プエラリア・ミリフィカ利用者へのインタビューデータの分析

- 購入の契機、情報収集の手段など -

藤井 仁<sup>1)</sup>、湯川慶子<sup>2)</sup>、児玉知子<sup>3)</sup>

1) 目白大学看護学部

2) 国立保健医療科学院 政策技術評価研究部

3) 国立保健医療科学院 国際協力研究部

### 研究要旨

**目的：** 過去に健康被害が生じ、注意喚起情報が出されている健康食品 (プエラリア・ミリフィカ、ブラックコホシュ) を利用した者がどのような形で購入に至ったのか把握することを目的とした。

**方法：** プエラリア・ミリフィカを利用した経験を持つ関東地方在住の者を募集し、東京都内の会議室にて購入の契機などに関する個別のインタビューを行った。テキストマイニングソフトを利用し、文字起こしされたインタビューデータを形態素に分解し集計した。そののち共起ネットワーク分析を行い、同文中に出現し関連が深い単語がどのようなつながりを見せているかを確認した。

**結果：** プエラリアと関連が深い単語としてネット、検索、購入などの単語が表れている。また、ネットの近傍に口コミ、サイトなどの単語が表れており、これらのサイトを情報源としていることが推察できる。プエラリア・ミリフィカは豊胸を謳ったサプリであるため、頻出語には胸、(バスト) アップなどの単語が上位に確認できる。これらの単語の前後の文章を見ると、出産後の体形の変化や更年期前の体調の変化が購入のきっかけになっていることが確認できた。

**結論：** プエラリア・ミリフィカの利用者はインターネットに親和的であり、情報源としても購入手段としてもインターネットを活用しているため、インターネットを通じた正しい情報提供が重要だと考えられる。また、購入の契機に出産と更年期障害が関係していることが多く、これらに関連した医療機関からの情報提供なども重要であると考えられる。特に更年期障害に関しては、代替となる健康食品や医薬品等が数多く存在するため、スムーズに移行させるための情報提供が必要だと考えられる。

### A. 研究目的

近年、保健機能食品や医薬品以外の、いわゆる「健康食品」による健康被害が断続的に発生しており、健康に高いリスクをもたらす成分を含む食品が法律の規制なしに流通している。このような現状を受け、国は 2018 年に食品衛生法を改正して、健康食品の原材料の安全性の確保、健康被害の情報収集、処理体制の整備について検討するとともに、消費者や事業者適切な情報伝達を促す仕組みの構築を実現しようと試みているが、消費者がどのような情報に基づき、どのような意図で健康食品を購入したかについては明らかではない。

そこで、本研究では、過去に健康被害が生じ、注意喚起情報が出されている健康食品を利用した者がどのような形で購入に至ったのか把握することを目的とした。

具体的には、健康食品のユーザに対するインタビュー調査を実施した。健康被害が生じた食品としては、スタイルアップ目的のプエラリア・ミリフィカ、ブラックコホシュを取り上げた。この中で、特にプエラリア・ミリフィカについては国からの注意喚起が行われているほか、健康被害に関する報告も行われている。これらの健康食品の購入者が、どのような特徴を持っているのかを明らかにすることで、今後の効果的な情報発信のた

めの参考資料となる。

## B. 研究方法

プエラリア・ミリフィカ、ブラックコホシユに関する利用実態調査のインタビュー調査を2019年3月上旬に実施した。対象者の募集にあたっては、健康食品や化粧品などのモニター会社（生活向上web, <https://www.seikatsu-kojo.jp/>）の会員から、当該健康食品（プエラリア・ミリフィカ）を利用した経験を持つ関東地方在住の者を募集し、東京都内の会議室にて個別のインタビューを行った。

調査項目は、基本属性（性、年齢、学歴、健康状態等）、健康食品を買った契機（健康に関する不安の状況、買った健康食品の広告の内容、情報源等）等である。

約15分程度の簡単なアンケートで属性等を把握した後、約30分のインタビューを1回実施し、具体的な購入や摂取状況について調査担当者の問いかけに対して回答を求めた。インタビューは録音し、文字起こしした。

（分析方法）

テキストマイニングソフト KH Coder<sup>1</sup>を利用し、文字起こしされたインタビューデータを形態素に分解し集計した。そののち共起ネットワーク分析を行い、同文中に出現し関連が深い単語がどのようなつながりを見せているかを確認した。関連の深さを表す指標には Jaccard 係数を用いた。

（倫理的配慮）日本薬科大学倫理委員会の承認を受けた（承認番号：日薬倫 30-7）。研究等の対象となる個人の人権の擁護、プライバシーの保全及び福祉の向上のために、研究で得たデータについては、モニター会社から個人情報を含まない形でデータの提供を受け、電子媒体に保管した。インフォームド・コンセントについては、説明事項を記載した同意書への署名を得た。

## C. 結果

対象者は女性14名、平均年齢43.4歳であった。健康状態は、普通から非常に健康が9割以上であった（表1）。

表1 対象者の属性 (n=14)

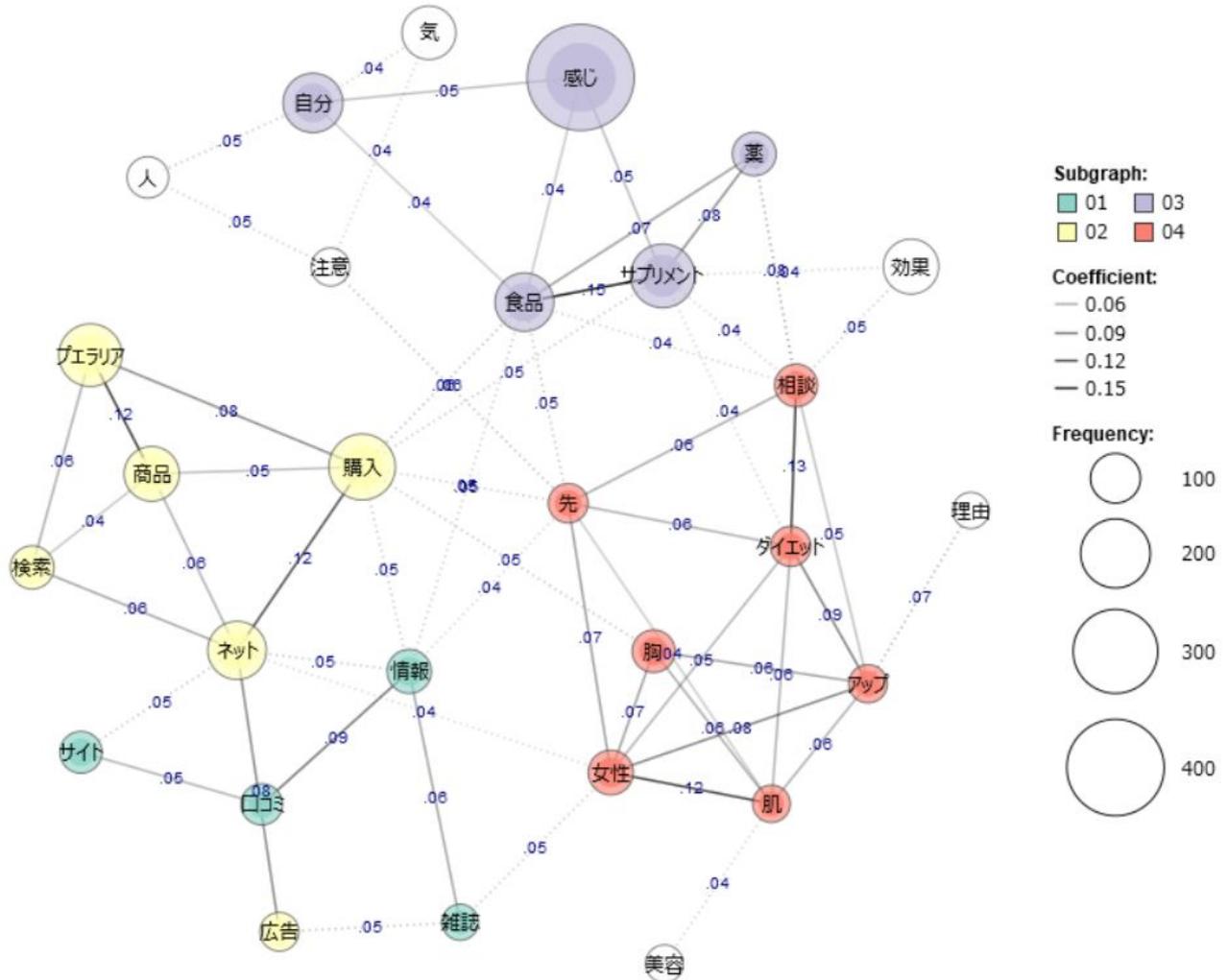
	n	%
性別	女性	14 (100.0)
	男性	0 (0.0)
年齢	平均43.4歳	
学歴	高校	3 (21.4)
	高専・短大	7 (50.0)
	大学・大学院	4 (28.6)
婚姻状況	既婚	6 (42.9)
	未婚	8 (57.1)
就労	仕事あり	11 (78.6)
	仕事なし	3 (21.4)
健康状態	非常に健康	2 (14.3)
	やや健康	6 (42.9)
	普通	5 (35.7)
	あまり健康でない	1 (7.1)
全く健康でない	0 (0.0)	

欠損・無回答を除く

表1 インタビューデータの頻出語(上位 100 語)

頻出語	出現回数	頻出語	出現回数	頻出語	出現回数
感じ	488	機関	41	チラシ	23
購入	182	関係	40	ニュース	23
サプリメント	170	メーカー	39	医者	23
プエラリア	163	スタイル	38	体重	23
自分	146	会社	38	値段	23
食品	141	症状	38	興味	22
ネット	140	成分	38	一緒	22
効果	124	ビタミン	37	改善	22
商品	123	インターネット	36	販売	22
女性	81	最初	36	アマゾン	21
情報	78	体調	36	具体	21
検索	75	目的	36	錠剤	21
相談	73	DHC	35	メール	21
サイト	70	喚起	34	終了	21
口コミ	68	利用	34	電話	21
ダイエット	64	食事	33	レベル	20
広告	59	名前	32	含有	20
アップ	58	プエラリア	32	仕事	20
注意	57	医師	30	気持ち	19
美容	55	楽天	30	更年期	19
雑誌	51	匂い	30	体型	19
生理	51	キャンペーン	29	イメージ	19
理由	51	使用	29	受診	19
記憶	49	比較	29	試し	18
サプリ	49	基本	27	自身	18
バスト	48	ホームページ	26	友達	18
話	48	種類	26	化粧	18
ホルモン	46	先生	26	質問	18
通販	45	病院	26	ご存じ	17
副作用	45	お話	26	店舗	17
テレビ	44	警告	26	年齢	17
医療	43	ご覧	24	友人	17
期待	43	エステ	24		
被害	42	参考	24		

図1 プエラリア・ミリフィカ利用者の頻出語の関連



分析に使用した文章は 5773 あり、その中から 94,415 の単語を抽出した。うち、分析には 28862 語を用いた。

表 1 は名詞に絞った頻出語のリストである。これを見ると、かなり上位にネット、サイトなどの単語が確認できる。図 1 でもそれは明白で、プエラリアと関連が深い単語としてネット、検索、購入などの単語が表れている。また、ネットの近傍に口コミ、サイトなどの単語が表れており、これらのサイトを情報源としていることが推察できる。上位 100 語には含まれていないが、友達 (110 位) 友人 (117 位) などの単語も多くみら

れ、身近な人からの勧誘や影響で購入に至るケースが散見できた。

また、これらの単語の近くに広告、雑誌などの単語も確認できる。前後の文章を確認すると、健康食品メーカーが送ってくる雑誌が購入の契機になっているケースが数例みられた。医療機関や公官庁、およびそれらのホームページは情報源として用いられておらず、身近なものの意見が重要視される傾向が確認できた。

プエラリア・ミリフィカは豊胸を謳ったサプリであるため、頻出語には胸、(バスト) アップなどの単語が上位に確認できる。これらの単語の前

後の文章を見ると、出産後の体形の変化や更年期前の体調の変化が購入のきっかけになっていることが確認できた。

#### D. 考察

プエラリア・ミリフィカの利用者はインターネットに親和的であり、情報源としても購入手段としてもインターネットを活用しているため、インターネットを通じた正しい情報提供が重要だと考えられる。しかし、官公庁や医療機関等の情報提供は利用されておらず、実際に商品名で検索してみても上位に厚労省や国の研究機関のホームページは表示されない。これらの公的なページの検索順位を上げるためにも、検索エンジン最適化などの試みが必要であると考えられる。

また、購入の契機に出産と更年期障害が関係していることが多く、これらに関連した医療機関からの情報提供なども重要であると考えられる。特に更年期障害に関しては、代替となる健康食品や医薬品等が数多く存在するため、スムーズに移行させるための情報提供が必要だと考えられる。その一環として国立健康・栄養研究所が管理するホームページ「健康食品の安全性・有効性情報」<sup>2</sup>において、プエラリア・ミリフィカの危険性と代替になる治療法等をまとめたものを公開する予定である。

#### E. 結論

プエラリア・ミリフィカの利用者はインターネットに親和的であり、情報源としても購入手段としてもインターネットを活用しているため、インターネットを通じた正しい情報提供が重要だと考えられる。また、購入の契機に出産と更年期障害

が関係していることが多く、これらに関連した医療機関からの情報提供なども重要であると考えられる。特に更年期障害に関しては、代替となる健康食品や医薬品等が数多く存在するため、スムーズに移行させるための情報提供が必要だと考えられる。

#### F. 健康危険情報

なし

#### G. 研究発表

##### 1. 論文発表

なし

##### 2. 学会発表

なし

#### H. 知的財産権の出願・登録状況

(予定を含む。)

なし

##### 1. 特許取得

なし

##### 2. 実用新案登録

なし

##### 3. その他

なし

#### 参考文献

<sup>1</sup> KH Coder  
<https://kncoder.net/>

<sup>2</sup> 健康食品の安全性・有効性情報

<https://hfnet.nibiohn.go.jp/>

## 「健康食品の安全性・有効性情報」の改善点に関する研究

研究代表者 藤井 仁<sup>1)</sup>

1)目白大学看護学部

### 研究要旨

**目的：** 国立健康・栄養研究所が管理している「健康食品」の安全性・有効性情報 (HFNET) は<sup>1)</sup>、2004 年に開設された健康食品に関する科学的な情報提供のためのホームページである。このホームページのプログラムは開設当時から大きな変更は加えられておらず、検索エンジン最適化 (SEO) 対策等の観点から見て必要な技術水準を満たしているとは言えない。そこで、本稿では最新の技術を反映して、「健康食品」の安全性・有効性情報 (HFNET) の改善の方向性を探ることを目的とする。

**方法：** 2004 年当時と現在とで大きく異なる点として、検索エンジン最適化の概念が導入されたこと、HTML のバージョンが 5 まで刷新されたこと、ホームページを閲覧するデバイスが多様化した、ユーザビリティについての考え方が変化したことが挙げられる。本稿ではこれらの変化に対応してどのようにプログラムを組みなおすかを具体的に提案する。

**結果：** 検索エンジン最適化対策については、OGP タグの設定の追加、見出しタグ (h1~h4) の正しい設置、HTML5 対応についてはブロックレイアウトの採用、ホームページを閲覧するデバイスの多様化については viewport の設定の追加、ユーザビリティ対応についてはサイトのページ遷移の問題点の改善などによって対応することが可能だと考えられる。

**結論：** 本稿で提案したサイト構成をとることで、検索結果の順位が向上する可能性が高まることが予想できる。それによってユーザの視認性が向上し、HFNET の正確な情報が一般に広まりやすくなると考えられる。また、ユーザビリティの向上とアクセス数の増加が期待できる。

### A. 研究目的

国立健康・栄養研究所が管理している「健康食品」の安全性・有効性情報 (HFNET) は<sup>1)</sup>、2004 年に開設された健康食品に関する科学的な情報提供のためのホームページであり、その情報量は極めて豊富である。しかし、その内容は科学的な厳密性を最優先にしており、主に専門家を対象とした構成になっていることから、一般的なユーザが科学的な情報を得るツールとしては難解に過ぎ、広汎な情報の普及のためには一般向けの情報を拡充する必要がある。

また、ホームページのプログラム自体も開設当時から大きな変更は加えられておらず、検索エンジン最適化 (SEO) 対策等の観点から見て必要な技術水準を満たしているとは言えない。そこで、

本稿では最新の技術を反映して、「健康食品」の安全性・有効性情報 (HFNET) の改善の方向性を探ることを目的とする。

### B. 研究方法

2004 年当時と現在とで大きく異なる点として、検索エンジン最適化の概念が導入されたこと、HTML のバージョンが 5 まで刷新されたこと、ホームページを閲覧するデバイスが多様化した、ユーザビリティについての考え方が変化したことが挙げられる。

本稿ではこれらの変化に対応してどのようにプログラムを組みなおすかを具体的に提案する。

### C. 結果

## 検索エンジン最適化対策

現在のホームページにおいてオーガニック検索（広告によらない一般的なユーザの検索）を増やし、検索順位を上げることは必須であるが、「健康食品」の安全性・有効性情報（HFNET）はそのためのプログラム構成ができておらず、結果として健康食品に関連した用語での検索順位も高いとは言えない。

そこで、現行のプログラムの改善点を以下に列挙する。

### OGP タグの設定の追加

```
-----  
<meta property="og:title" content="指定成分  
等含有食品って何？" />  
<meta property="og:type" content="article"  
/>  
<meta property="og:description" content="食  
品衛生法が改正され、健康被害が出た、もしくは  
出る可能性の高い健康食品が「指定成分等含有食  
品」に指定されるようになります。" />  
<meta property="og:url" content="https://" />  
<meta property="og:image" content="https://" />  
<meta property="og:locale" content="ja_JP"  
/>  
<meta property="og:site_name" content="「健  
康食品」の安全性・有効性情報" />  
<meta content="summary" name="twitter:card"  
/>  
<meta content="saruwakakun"  
name="twitter:site" />  
-----
```

各項目(content=)の部分にページ内容を設定することにより、ユーザが SNS 等で該当ページを紹介する際に、正確な情報を表示させることが可能に

なる。このコードが無いと情報がランダムにでてしまいユーザが混乱する可能性がある。

### 見出しタグ (h1~h4) の正しい設置

現サイトでは、見出しタグの使い方が各ページで異なる。正しく使い分けることにより、ユーザにとっても検索エンジンにとっても、情報の可読性が上がる。検索エンジンのクローラが読み取りやすいプログラムにすることで、検索順位が上がると考えられる。

### HTML5 対応

#### Table タグによるレイアウトの問題

コーディングが古く、table タグでレイアウトを整えている。2004 年当時は css (Cascading Style Sheets) の利用はまだ一般的ではなく、Table タグによるレイアウトが主流だったが、現在は html5, css3 を用いたブロックレイアウトが一般的になっている。ブロックレイアウトを採用することで、スマートフォン等へ柔軟にコーディング対応でき、ブロックとして各部分をパーツ化できることから、他プログラムに組み込みやすい。

Table タグを使ったレイアウトでは、レイアウトが変わると HTML ソースが複雑になる (SEO の観点からも不利になる)、レイアウトをの変更が難しい、全コードを読み込んでから表示がされるため表示が遅い、音声ブラウザを使用した場合正しい順序で読み上げられないなどの欠点がある。

### ホームページを閲覧するデバイスの多様化 viewport の設定の追加

```
-----  
<meta name="viewport" content="width=device-  
width, initial-scale=1">  
-----
```

スマートフォンなどのデバイスで閲覧が可能なホ

ームページをレスポンスサイトといい、レスポンス化は SEO 対策の観点からも現在のホームページには必要不可欠である。しかし、HFNET はユーザの 75% がスマートフォンで閲覧しているにもかかわらず、レスポンス化ができていない<sup>2</sup>。

Google がモバイルフレンドリーテストツールというサービスを提供しており、ここに URL を打ち込むとレスポンス化のために改善すべき点が表示される<sup>3</sup>。HFNET の URL を打ち込んで確認すると、viewport の設定がなされていないことが指摘される。

#### ページ全体の左寄せを中央に

PC の画面幅が広がったことを反映して、サイト自体を中央寄せにすることが主流となっている。また、画面幅も 704px (ピクセル) から、980px 程度にし、余白を多くとり、文字が読みやすいサイト設計とすべきである。

#### ユーザビリティについての考え方の変化

##### サイトのページ遷移の問題点の改善

現サイトでは、各個別ページへは別タブで表示されるようになってきているが、現在他サイトへの遷移は別タブ、同サイトの遷移は同タブとする仕様が主流となっている。また、別タブに遷移すると戻るボタンで戻れず、ユーザビリティ上望ましくない動作だと考えられる。そのため、各個別ページに共通のナビゲーションをつけ、ページ遷移にストレスがかからない構成が望ましいと考えられる。

##### 文章の読みやすさの変更

現在の文字サイズはかなり小さく高齢者などには読みづらい。また、モバイルフレンドリーテストツールでも、文字間隔が狭すぎると、スマートフォン等でのタップ操作に支障をきたすため、文字サイズを大きくし行間や文字間隔も調整する必要がある。

#### 画面を閉じるボタンの削除

現ホームページは、ページの移動またはリンク部分をクリックした際にポップアップウィンドウが採用されているが、一部のブラウザではポップアップウィンドウがブロックされている (ポップアップブロック)。そのためユーザは一度ブロックを解除してから閲覧する必要があり、不要な操作を強いられる。

また、最近のホームページは、一つの画面でページを遷移していく (ウィンドウが次々と開かない) 物が主流となっている。そのため、ページの下にナビゲーションを付けるなどして必要な情報を見つけやすくするサイト設計が必要だと考えられる。

#### 検索窓の設置

ホームページの内容をから知りたい情報が取り出しやすいよう検索窓を設置すべきだと考えられる。

## D. 考察

上記のようなサイト構成をとることで、検索結果の順位が向上する可能性が高まることが予想できる。それによってユーザの視認性が向上し、HFNET の正確な情報が一般に広まりやすくなると考えられる。それによって国民の多くが利用する健康食品の適切な使用が期待できる。

資料として、上記の内容を反映した HTML コードを付記する。

## E. 結論

検索エンジン最適化、HTML コードの刷新、サイトのレスポンス化などを HFNET に組み入れることで、ユーザビリティの向上とアクセス数の増加が期待できる。

## F. 健康危険情報

なし

## G . 研究発表

### 1. 論文発表

なし

### 2. 学会発表

なし

### 1. 特許取得

なし

### 2. 実用新案登録

なし

### 3.その他

なし

## H . 知的財産権の出願・登録状況

( 予定を含む。 )

なし

## 参考文献

---

1 「健康食品」の安全性・有効性情報

<https://hfnet.nibiohn.go.jp/>

2 similar web 社の検索結果による。

<https://www.similar-web.jp/>

3 モバイルフレンドリーテストツール

<https://support.google.com/webmasters/answer/6352293?hl=ja>

## 資料1 HTMLコード(トップページ)

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Strict//EN"
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-strict.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" xml:lang="ja" lang="ja">
<head>
<!--viewpor 追加-->
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
<!--viewpor 追加-->
<meta http-equiv="content-type" content="text/html; charset=EUC-JP" />
<meta http-equiv="content-style-type" content="text/css" />
<meta name="robots" content="index, follow" />
<meta name="description" content="食品・食品成分に関する正しい情報の提供、健全な食
生活の推進、「健康食品」が関連した健康危害の防止を、主な目的として運営しています。
" />
<meta name="keywords" content="健康食品,安全,有効,情報,食生活,被害,健康栄養研究所,
栄養研" />
<link rel="stylesheet" href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/css/ver4.css" type="text/css" />
<link rel="stylesheet" href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/css/style.css" type="text/css"
media="screen, print" title="hfnet.nibiohn.go.jp" />
<link rel="shortcut icon" href="/favicon.ico" />
<title>「健康食品」の安全性・有効性情報〔国立研究開発法人 医薬基盤・健康・栄養研究
所〕</title>
<script src="/minmax.js" type="text/javascript"></script>
<script src="/submit.js" type="text/javascript"></script>
<script src="/banner.js" type="text/javascript"></script>
<link rel="stylesheet" href="/css/kenkou_style.css" type="text/css" media="screen, print"
title="hfnet.nibiohn.go.jp" />
</head>
<body>
<a id="PageTop" name="PageTop"></a>

<!-- ===== Container ===== -->
<div id="Container"><div id="Container-IE">
```

```

<!-- ===== Header ===== -->
<div id="Header">

<!-- logo -->
<a id="logo" href="/">

</a><!-- /logo -->

<!-- siteTitle -->
<h1 id="siteTitle">

<a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/"></a>

</h1>
<!-- /siteTitle -->

<!-- subMenu -->
<ul id="subMenu">
<li><a href="https://www.nibiohn.go.jp/eiken/">栄養研 HOME</a> </li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/about/about.php">このサイトについて</a>
</li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/about/sitemap.php">サイトマップ</a> </li>
</ul><!-- /subMenu -->

<!-- login -->
<div id="login">
<form name="login" action="https://hfnet.nibiohn.go.jp/login.php" method="post"
enctype="multipart/form-data">
    <div class="submit">
        </div>
</form>
</div>

```

```

<!-- /login -->

<!-- mainMenu -->
<div id="mainMenu">

<ul>
<li class="mainMenuL"><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/">トップへ</a></li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/notes/index.php">最新ニュース</a> | </li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/index2.html">基礎知識</a> | </li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/index1.html">被害関連情報</a> | </li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/index31.html">コラム・研究報告</a> |
</li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/indiv.html">素材情報データベース</a>
| </li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/about/words.php">用語解説</a> | </li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/about/links.php">関連リンク</a> | </li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/usr/faq/faq.html" target="_blank">よくある質問
</a></li>
</ul>
</div><!-- /mainMenu -->

</div>

<!-- ===== /Header -->
<hr />

<!-- ===== Function ===== -->
<div id="function">

<!-- search -->
<div id="search">
<form          name="ctsSrh"          action="contents/index.php"          method="get"
enctype="multipart/form-data" onSubmit="f_submit(1, ctsSrh); return false;">
    <input type="hidden" name="btn_id" value="-1">
    <!-- submit -->

```

```

    <div class="submit">
      
      <input lang="ja" class="inputText" type="text" value=" ここに調べたい文字を
入力" name="q" onFocus="javascript: text_clear(this);" />
      <input class="inputBTN" type="button" value=" 掲 載 情 報 内 の 検 索 "
onClick="f_submit(1, ctsSrh);" />
    </div><!-- /submit -->
</form>
</div><!-- /search -->

```

```

<!-- count -->
<dl id="count">
<dt>アクセス件数 : </dt><dd>54,972,220&nbsp;件</dd>
</dl><!-- /count -->

```

```

<div id="banner">
<ul>
<li><a href="supplementdl/suppldl.html"></a></li>
</ul>
<ul style="float:right;margin-right:20px">
<li><a href="https://www.facebook.com/hfnet2015" target="blank"></a></li>
<li><a href="https://twitter.com/hfnet2015" target="blank"></a></li>
</ul>

```

```

</div><!-- ===== /Function -->
<hr />

```

```

<!-- ===== Contents ===== -->
<div id="Contents">

<!-- area1st ===== -->
<div id="area1st">

```

```
<!-- news -->
<div id="news">
<div class="LM"><div class="RM"><div class="BM">


<dl class="view">
<dt><a href="notes/index.php">一覧へ：全 1888 件</a></dt>
</dl>
<h2>最新ニュース
</h2>
<ul class="recentUpper">
<li><a href="notes/detail.php?no=2109" class="next" target="_blank">2020年3月更新
の素材情報データベース（更新中！）</a><span>[ 2020/03/09 ]</span></li><li><a
href="notes/detail.php?no=2105" class="next" target="_blank">「新型コロナウイルスに
ビタミン D が効く」等の情報に...</a><span>[ 2020/03/06 ]</span></li><li><a
href="notes/detail.php?no=2110" class="next" target="_blank">2020年3月更新の被害関
連情報（更新中！）</a><span>[ 2020/03/06 ]</span></li><li><a
href="notes/detail.php?no=2114" class="next" target="_blank">消費者庁が景品表示法に
基づく措置命令を公表（200306...</a><span>[ 2020/03/06 ]</span></li><li><a
href="notes/detail.php?no=2113" class="next" target="_blank">「ビタミン A 解説」「鉄解
説」を更新しました（200305）</a><span>[ 2020/03/05 ]</span></li><li><a
href="notes/detail.php?no=2112" class="next" target="_blank">日本人の食事摂取基準
（2020年版）への更新（200305）</a><span>[ 2020/03/05 ]</span></li>
</ul>


</div></div></div>
</div><!-- /news -->
```

```
<div id="copy" >

</div>
```

```

</div><!-- /area1st -->

<!-- area2nd ===== -->
<div id="area2nd">

<!-- knowledge -->
<div id="knowledge">
<div class="LM"><div class="RM"><div class="BM">


<dl class="view">
<dt><a href="contents/index2.html">一覧へ : 全 23 件</a></dt>
</dl>
<h2>基礎知識
</h2>
<ul class="recent">
<li><a href="contents/detail1546.html" target="_blank">消費者向け：パンフレット集
(国立健康・栄養研究所発...</a><span>[ 2020/02/27 ]</span></li>
<li><a href="contents/detail1550.html" target="_blank">妊娠中のサプリメントの利用に
ついて (Ver.191126)</a><span>[ 2019/11/26 ]</span></li>
<li><a href="contents/detail771.html" target="_blank">「科学的根拠に基づく情報」との
向き合い方 (Ver.1911...</a><span>[ 2019/11/01 ]</span></li>
<li><a href="contents/detail148.html" target="_blank">「健康食品」の素材情報を正しく
理解して頂くために (...</a><span>[ 2019/08/13 ]</span></li>
<li><a href="contents/detail3744.html" target="_blank">消費者向け：パンフレット集
(行政機関発行)</a><span>[ 2019/08/13 ]</span></li>

</ul>


</div></div></div>
</div><!-- /knowledge -->

<!-- trouble -->
<div id="trouble">

```

```

<div class="LM"><div class="RM"><div class="BM">


<dl class="view">
<dt><a href="contents/index1.html">一覧へ : 全 2516 件</a></dt>
</dl>
<h2>被害関連情報
</h2>
<ul class="recent">
<li><a href="contents/detail4200.html" target="_blank">オーストラリア TGA が医薬品
成分 (シルデナフィル) を...</a><span>[ 2020/03/06 ]</span></li>
<li><a href="contents/detail4199.html" target="_blank">消費者庁が景品表示法に基づく
措置命令を公表 (200306...</a><span>[ 2020/03/06 ]</span></li>
<li><a href="contents/detail4198.html" target="_blank">米国 FDA がアレルゲン (乳) 表
示に不備がある製品の自...</a><span>[ 2020/03/04 ]</span></li>
<li><a href="contents/detail4197.html" target="_blank">香港衛生署が医薬品成分 (シブ
トラミンなど) を含む製...</a><span>[ 2020/02/28 ]</span></li>
<li><a href="contents/detail4194.html" target="_blank">厚生労働省が平成 30 年度「無承
認無許可医薬品等買上調...</a><span>[ 2020/02/26 ]</span></li>

</ul>


</div></div></div>
</div><!-- /trouble -->

</div><!-- /area2nd -->

<!-- area3rd ===== -->
<div id="area3rd">

<!-- topic -->
<div id="topic">
<div class="LM"><div class="RM"><div class="BM">



```

```

<dl class="view">
</dl>
<h2>特定保健用食品/
その他解説</h2>
<ul class="recent">
<li><a href="contents/sp_health.php"> 特定保健用食品の商品情報 [全 274
件]</a><span></span></li>
<li><a href="contents/detail1026.html" target="blank">「特定保健用食品(トクホ)の上
手な利用法」</a><span></span></li>
<li><a href="contents/index32.html"> ビタミンについての解説 [全 14
件]</a><span></span></li>
<li><a href="contents/index33.html"> ミネラルについての解説 [全 12
件]</a><span></span></li>
<li><a href="contents/index31.html"> コラム・研究報告 [全 19
件]</a><span></span></li>
</ul>


</div></div></div>
</div><!-- /topic -->

<!-- database -->
<div id="database">
<div class="LM"><div class="RM"><div class="BM">


<dl class="view">
<dt><a href="contents/indiv.html">一覧へ：全 896 件</a></dt>
</dl>
<h2>素材情報デー
タベース</h2>
<div class="recentDatabase">
<ol class="syllabary">
<li><a href="contents/indiv.html#Jw01">あ</a></li>
<li><a href="contents/indiv.html#Jw02">か</a></li>
<li><a href="contents/indiv.html#Jw03">さ</a></li>

```

```
<li><a href="contents/indiv.html#Jw04">た</a></li>
<li><a href="contents/indiv.html#Jw05">な</a></li>
<li><a href="contents/indiv.html#Jw06">は</a></li>
<li><a href="contents/indiv.html#Jw07">ま</a></li>
<li><a href="contents/indiv.html#Jw08">や</a></li>
<li><a href="contents/indiv.html#Jw09">ら</a></li>
<li><a href="contents/indiv.html#Jw10">わ</a></li>
</ol>
<ol class="syllabary">
<li><a href="contents/indiv.html#Ew01">A-F</a></li>
<li><a href="contents/indiv.html#Ew02">G-L</a></li>
<li><a href="contents/indiv.html#Ew03">M-R</a></li>
<li><a href="contents/indiv.html#Ew04">S-Z</a></li>
</ol>
<ul class="attention">
<li><span>ここに紹介している情報は、現時点(最終更新日時)で調査できた素材(原材料)に
関する科学論文情報であり、市販の個別商品の安全性・有効性の情報ではありません。
</span></li>
</ul>
</div>


</div></div></div>
</div><!-- /database -->

</div><!-- /area3rd -->

</div><!-- ===== /Contents -->
<hr />

<!-- ===== Footer ===== -->
<div id="Footer">
<ul>
<li><a href="https://www.nibiohn.go.jp/eiken/">栄養研 HOME</a> | </li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/about/about.php">このサイトについて</a> |
```

```
</li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/about/sitemap.php">サイトマップ</a> | </li>
</ul>
<ul>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/notes/index.php">最新ニュース</a> | </li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/index2.html">基礎知識</a> | </li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/index1.html">被害関連情報</a> | </li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/index31.html">話題の食品・成分</a> |
</li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/indiv.html">素材情報データベース</a>
| </li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/about/words.php">用語解説</a> | </li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/about/links.php">関連リンク</a> | </li>
<li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/usr/faq/faq.html" target="_blank">よくある質問
</a></li>
</ul>
<small>&copy; National Institutes of Biomedical Innovation, Health and Nutrition. All
Rights Reserved.</small>
</div>

<!-- ===== /Footer -->
<hr />

</div></div><!-- ===== /Container -->

</body>
</html>
```

## 資料2 HTMLコード(情報提供ページ)

```
<!DOCTYPE html>
<html lang="ja">
<head prefix="og: http://ogp.me/ns# fb: http://ogp.me/ns/fb# article:
http://ogp.me/ns/article#">
<meta charset="UTF-8">
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1, minimum-
scale=1, maximum-scale=1, user-scalable=yes">
<title>指定成分等含有食品って何? | 「健康食品」の安全性・有効性情報</title>
<meta name="description" content="指定成分等含有食品って何?">
<link rel="stylesheet" href="css/style.css">
<meta property="og:title" content="指定成分等含有食品って何?" />
<meta property="og:type" content="article" />
<meta property="og:description" content="食品衛生法が改正され、健康被害が出た、もし
くは出る可能性の高い健康食品が「指定成分等含有食品」に指定されるようになります。"
/>
<meta property="og:url" content="https://" />
<meta property="og:image" content="https://" />
<meta property="og:locale" content="ja_JP" />
<meta property="og:site_name" content="「健康食品」の安全性・有効性情報" />
<meta content="summary" name="twitter:card" />
<meta content="saruwakakun" name="twitter:site" />
</head>
<body>
<header class="in_wrap">
  <div class="headers rows">
    <div class="logo_wrap rows">
      <a id="logo" href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/">
        
      </a>

      <!-- siteTitle -->
      <h1 id="siteTitle">
        <a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/">
```

```

        <span>国立研究開発法人 医薬基盤・健康・
栄養研究所</span>
        <strong>「健康食品」の安全性・有効性情報
</strong>
        <em>Information system on safety and
effectiveness for health foods</em>
        </a>
    </h1>
    <!-- /siteTitle -->
</div>

<div class="h_sub_wrap">
    <nav class="h_sub">
        <ul class="h_sub rows">
            <li><a
href="https://www.nibiohn.go.jp/eiken/">栄養研 HOME</a></li>
            <li><a
href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/about/about.php">このサイトについて</a></li>
            <li><a
href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/about/sitemap.php">サイトマップ</a></li>
        </ul>
    </nav>
    <!-- search -->
    <div id="search" class="search_wrap">
        <form name="ctsSrh" action="contents/index.php"
method="get" enctype="multipart/form-data" onsubmit="f_submit(1, ctsSrh); return
false;">
            <input type="hidden" name="btn_id"
value="-1">
            <!-- submit -->
            <div class="submit">
                <input lang="ja" class="inputText"
type="text" value="ここに調べたい文字を入力" name="q" onfocus="javascript:
text_clear(this);">
                <button class="inputBTN"
onclick="f_submit(1, ctsSrh);">検索</button>

```

```

        </div><!-- /submit -->
    </form>
</div><!-- /search -->

<!-- login -->
<div id="login">
    <form                                name="login"
action="https://hfnet.nibiohn.go.jp/login.php" method="post" enctype="multipart/form-
data">
        <div class="submit">
        </div>
    </form>
</div>
<!-- /login -->

</div>
</div>
<nav id="global">
    <ul class="rows">
        <li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/">トップへ</a></li>
        <li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/notes/index.php">最
新ニュース</a></li>
        <li><a
href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/index2.html">基礎知識</a></li>
        <li><a
href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/index1.html">被害関連情報</a></li>
        <li><a
href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/index31.html">コラム・研究報告</a></li>
        <li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/contents/indiv.html">
素材情報データベース</a></li>
        <li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/about/words.php">用
語解説</a></li>
        <li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/about/links.php">関
連リンク</a></li>
        <li><a href="https://hfnet.nibiohn.go.jp/usr/faq/faq.html"
target="_blank">よくある質問</a></li>

```

```

        </ul>
    </nav>
</header>
<div id="contents_wrap" class="article">
    <section class="header_ttl">

        <h1><span>指定成分等含有食品って何？</span></h1>
        <div class="meta">
            <span>研究報告</span>
        </div>
        <div class="sns">
            <ul class="rows">
                <li><a
href="javascript:window.open('http://www.facebook.com/sharer.php?u='+encodeURIComponent(location.href),'sharewindow','width=550,height=450,personalbar=0,toolbar=0,scrollbars=1,resizable=!');"></a></li>
                <li><a
href="javascript:window.open('http://twitter.com/share?text='+encodeURIComponent(document.title)+'&url='+encodeURIComponent(location.href),'sharewindow','width=550,height=450,personalbar=0,toolbar=0,scrollbars=1,resizable=!');"></a></li>
            </ul>
        </div>
    </section>

    <article>
        <section class="article_body">
            <div class="lead_wrap">
                <p>
                    食品衛生法が改正され、健康被害が出た、もしくは出る可能性の高い健康食品が「指定成分等含有食品」に指定されるようになります。
                <br>
                    これに指定された健康食品はいずれも体に危険な成分が含まれており、今後製造や販売に制限がかかる予定です。また、「指定成分等含有食品」を利用した事による健康被害については、販売者は責任をもって国に届け出る必要
                
```

があります。 <br>

プエラリア・ミリフィカ、ブラックコホシュ、コレウス・フォルスコリー、ドオウレンの4つが指定成分等の候補となっています（2019年12月現在）

</p>

</div>

<div class="spc\_wrap bg\_wrap\_gray">

<ul class="list\_arrow">

<li><a href="#anc\_1">プエラリア・ミリフィカ</a></li>

<li><a href="#anc\_2">ブラックコホシュ</a></li>

<li><a href="#anc\_3">コレウス・フォルスコリー</a></li>

<li><a href="#anc\_4">ドオウレン</a></li>

</ul>

</div>

<h3 id="anc\_1"><span>プエラリア・ミリフィカ</span></h3>

<h4><span>プエラリア・ミリフィカって？</span></h4>

<div class="rows">

<div class="img\_wrap">

<p></p>

</div>

<div class="lead\_wrap">

<p>マメ科植物で、バスタアップ、スタイルアップ、更年期障害対策などに効果があるとうたわれている人気の健康食品です。 </p>

<p>女性ホルモンのような物質を含んでおり、効果があったという口コミも見受けられますが、過去に下痢、ジンマシン、生理不順、不正出血などの被害が報告されています。 </p>

</div>

</div>

<h4><span>プエラリアに美肌効果がある？男性だったら飲んでも大丈夫？</span></h4>

```
<div class="rows">
  <div class="img_wrap">
    <p></p>
```

```
  </div>
  <div class="lead_wrap">
    <p>
      <em>健康被害の1位が下痢、2位が
ジンマシン</em>なのでお勧めしません。 <br>
      また男児が利用した事による女性化
乳房も報告されています。
    </p>
```

```
  </div>
</div>
<h4><span>プエラリアで生理不順が直る？</span></h4>
```

```
<div class="rows">
  <div class="img_wrap">
    <p></p>
```

```
  </div>
  <div class="lead_wrap">
    <p>生理が早まったりする症状が出るこ
      があります。 </p>
```

```
  </div>
</div>
<h4><span>更年期障害に効く？</span></h4>
```

```
<div class="rows">
  <div class="img_wrap">
    <p></p>
```

```
  </div>
  <div class="lead_wrap">
    <p>女性ホルモンのような物質を含んでいる
      ことは確かですが、安全性は確認されていません。 </p>
```

<p>  
それよりは<span>医師に相談される  
ことをお勧めします。</span><br>  
一般的な<em></em>女性ホルモン補  
充療法の費用は月 2-3000 円程度です。</em><br>  
参考「<a href="">更年期障害の治療  
法とは</a>」(一般社団法人日本女性医学学会作成 解説動画) <br>  
(学会では個別の医療相談はお受け  
しておりません)

</p>  
</div>  
</div>  
<h4><span>プエラリアが入ったクリームなら安全？  
</span></h4>

<div class="rows">  
<div class="img\_wrap">  
<p></p>

</div>  
<div class="lead\_wrap">  
<p>  
どのメーカーの商品もどの程度女性  
ホルモンのような物質が入っているかが良くわかっていません。  
普通の<span>医薬品に女性ホルモン  
を含むクリーム</span>がありますので、そちらを利用されたほうが<em>安全</em>です。

</p>  
</div>  
</div>

### <span>ブラックコホシュ</span></h3>

#### <span>ブラックコホシュって何？</span></h4>

<div class="rows">  
<div class="img\_wrap">  
<p></p>

</div>

<div class="lead\_wrap">

<p>

バストアップ、スタイルアップ、更年期障害対策などに効果があるとうたわれている健康食品に使われるキンポウゲ科の多年草植物です。 <br>

ブラックコホシユに含まれている成分が肝臓に悪い影響を与えた例が報告されています。

</p>

</div>

</div>

<h4><span>ブラックコホシユは生理前の体調不良( PMS )に効く ? </span></h4>

<div class="rows">

<div class="img\_wrap">

alt=""></p>

</div>

<div class="lead\_wrap">

<p>

PMS に効くという研究結果は出ていません。 <br>

副作用として<span></span>胃腸の不調、発疹、頭痛、めまい、乳房圧痛、肝障害などが報告</span>されています。

</p>

</div>

</div>

<h4><span>更年期障害に効く ? </span></h4>

<div class="rows">

<div class="img\_wrap">

alt=""></p>

</div>

<div class="lead\_wrap">

<p>

更年期障害用のサプリとして売られている例があるようですが、<em>効果は確認されていません。</em>

</p>

<p>

参考「<a href="">更年期障害の治療法とは</a>」(一般社団法人日本女性医学学会作成 解説動画) <br>

(学会では個別の医療相談はお受けしておりません)

</p>

</div>

</div>

<h4><span>ブラックコホシユは子宮筋腫に効く？</span></h4>

<div class="rows">

<div class="img\_wrap">

<p></p>

</div>

<div class="lead\_wrap">

<p>ブラックコホシユが子宮筋腫に効いたという報告はありません。<span>逆に病状が悪化したという報告があります。</span> </p>

</div>

</div>

<h3 id="anc\_3"><span>コレウス・フォルスコリー</span></h3>

<h4><span>コレウス・フォルスコリーって何？</span></h4>

<div class="rows">

<div class="img\_wrap">

<p></p>

</div>

<div class="lead\_wrap">

<p>ダイエットに効果的だとうたわれている人気のサプリによく使われているシソ科の植物です。<span>フォルスコリンという下痢をひき起こす可能性が高い成分が含まれている</span>ことが分かっています。 </p>

```
<p>摂取量が多いほど、下痢の頻度も高くなる
という報告もあります。 </p>
</div>
</div>
<h4><span> コレウス・フォルスコリーで痩せた？
</span></h4>
<div class="rows">
  <div class="img_wrap">
    <p></p>
  </div>
  <div class="lead_wrap">
    <p>限定された試験で肥満を抑制したという
研究報告はありますが、誰にでも効果があるわけではありません。 </p>
    <p>動物実験で流産が報告されていますので、
<em>妊娠中の方は利用をお控え下さい。 </em>赤ちゃんに対する影響もわかっていないた
め、授乳中もお控えください。 </p>
  </div>
</div>
<h4><span>コレウス・フォルスコリーの効能は</span></h4>
<div class="rows">
  <div class="img_wrap">
    <p></p>
  </div>
  <div class="lead_wrap">
    <p>
      人体への確実な効能を示す研究結果
      はありません。
      <span>外国でいくつかの中毒例が報
      告</span>されています。
    </p>
  </div>
</div>
```

<h3 id="anc\_4"><span>ドオウレン</span></h3>

<h4><span>ドオウレンって何？</span></h4>

<div class="rows">

<div class="img\_wrap">

<p></p>

</div>

<div class="lead\_wrap">

<p>

ケシ科の植物でダイエットに効果的  
で解毒作用があるとうたわれていますが、<span>肝臓に対する毒性</span>があります。

人に対する安全性、有効性ともに証

明されていません。

</p>

</div>

</div>

<h4><span>ドオウレンって販売されているの？</span></h4>

<div class="rows">

<div class="img\_wrap">

<p></p>

</div>

<div class="lead\_wrap">

<p>日本ではドオウレンを含む健康食品は製  
造されていません。しかしインターネットで海外製品を購入することが出来ます。ドオウレ  
ンに限らず、海外製品を利用して健康被害を起こしたという報告はたくさんありますので、  
気を付けましょう。 </p>

</div>

</div>

</section>

</article>

</div>

<footer>

<div id="copyright"><p>潤・National Institutes of Biomedical Innovation,  
Health and Nutrition. All Rights Reserved.</p></div>

</footer>

</body>

</html>

## 研究成果の刊行に関する一覧表

2019 年度末時点での研究成果の刊行はない。学会発表のみである。

藤井 仁，湯川 慶子，新井 一郎，木村 尚史，三澤 仁平．過去に健康被害が報告された健康食品の利用者に関する症例対象研究（パイロットスタディ）．第 66 回日本栄養改善学会学術総会；2019.9.6；富山．第 66 回日本栄養改善学会学術総会講演集． p.254.

藤井 仁，木村 尚史，三澤 仁平．過去に健康被害を生じさせた健康食品に関する情報発信の課題と対策．第 78 回日本衛生学会学術総会；2019 年 10 月 25 日；高知．第 78 回日本公衆衛生学会学術総会講演集． p.567.

川島（児玉） 知子，藤井 仁，湯川 慶子，藤木 眞由美，佐々木 純子，小泉 結香．植物性エストロゲン含有健康食品（プエラリア）使用者の社会学的調査．第 34 回日本女性医学学会学術総会；2019.11.2；福岡．第 34 回学術総会プログラム・要旨集． p.166.

藤井 仁．健康食品等の安全確保に必要な技術的課題への対応と効果的な情報発信のための研究．第 17 回機能性食品医用学会プログラム・抄録集． p144 ．

溝口貴文,見島亜莉沙,新井一郎,三澤仁平,木村尚史,湯川慶子,藤井仁. 消費者向け媒体における健康食品に関する注意喚起の伝達状況分析 新聞・ネット販売サイト. 日本薬学会第 140 年会

見島亜莉沙,溝口貴文,新井一郎,三澤仁平,木村尚史,湯川慶子,児玉知子,藤井仁. 消費者向け媒体における健康食品に関する注意喚起の伝達状況分析 雑誌.日本薬学会第 140 年会

「厚生労働科学研究費における倫理審査及び利益相反の管理の状況に関する報告について  
(平成26年4月14日科発0414第5号)」の別紙に定める様式(参考)

2020年 7月 30日

厚生労働大臣 殿

機関名 目白大学

所属研究機関長 職名 学長

氏名 沢崎 達夫



次の職員の令和元年度厚生労働科学研究費の調査研究における、倫理審査状況及び利益相反等の管理については以下のとおりです。

1. 研究事業名 食品の安全確保推進研究事業
2. 研究課題名 健康食品等の安全確保に必要な技術的課題への対応と効果的な情報発信のための研究
3. 研究者名 (所属部局・職名) 看護学部 准教授  
(氏名・フリガナ) 藤井 仁 (フジイ ヒトシ)

4. 倫理審査の状況

	該当性の有無		左記で該当がある場合のみ記入(※1)		
	有	無	審査済み	審査した機関	未審査(※2)
ヒトゲノム・遺伝子解析研究に関する倫理指針	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
遺伝子治療等臨床研究に関する指針	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
人を対象とする医学系研究に関する倫理指針(※3)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	日本薬科大学	<input type="checkbox"/>
厚生労働省の所管する実施機関における動物実験等の実施に関する基本指針	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
その他、該当する倫理指針があれば記入すること (指針の名称: )	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

(※1) 当該研究者が当該研究を実施するに当たり遵守すべき倫理指針に関する倫理委員会の審査が済んでいる場合は、「審査済み」にチェックし一部若しくは全部の審査が完了していない場合は、「未審査」にチェックすること。

その他(特記事項)

(※2) 未審査の場合は、その理由を記載すること。

(※3) 廃止前の「疫学研究に関する倫理指針」や「臨床研究に関する倫理指針」に準拠する場合は、当該項目に記入すること。

5. 厚生労働分野の研究活動における不正行為への対応について

研究倫理教育の受講状況	受講 <input checked="" type="checkbox"/> 未受講 <input type="checkbox"/>
-------------	---

6. 利益相反の管理

当研究機関におけるCOIの管理に関する規定の策定	有 <input type="checkbox"/> 無 <input checked="" type="checkbox"/> (無の場合はその理由: 現在作成中)
当研究機関におけるCOI委員会設置の有無	有 <input type="checkbox"/> 無 <input checked="" type="checkbox"/> (無の場合は委託先機関: 日本薬科大学)
当研究に係るCOIについての報告・審査の有無	有 <input checked="" type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> (無の場合はその理由: )
当研究に係るCOIについての指導・管理の有無	有 <input type="checkbox"/> 無 <input checked="" type="checkbox"/> (有の場合はその内容: )

(留意事項) ・該当する□にチェックを入れること。  
・分担研究者の所属する機関の長も作成すること。