

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・有効性情報データベースを活用した

健康食品の安全性確保に関する研究

(21KA2002)

令和5年度 総括研究報告書

研究代表者 瀧本 秀美

令和6年(2024)年3月

# 目 次

## I. 総括研究報告

研究1) 「健康食品」の安全性・有効性情報の活用 -----	3
研究代表者 瀧本 秀美	
研究分担者 種村 菜奈枝	

研究2) アドバイザリースタッフ・認定薬剤師の現状把握および活用法の検討-----	14
研究代表者 瀧本 秀美	
研究分担者 鎌尾 まや	

研究3) アドバイザリースタッフ・認定薬剤師の現状把握および活用法の検討-----	60
研究分担者 荒木 通啓	

II. 研究成果の刊行に関する一覧表 -----	65
--------------------------	----

# I. 総括研究報告書

令和5年度 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・有効性情報データベースを活用した健康食品の安全性確保に関する研究  
(21KA2002)  
分担研究報告書

研究1) 「健康食品」の安全性・有効性情報の活用

研究代表者 瀧本 秀美 (国研) 医薬基盤・健康・栄養研究所  
分担研究者 種村菜奈枝 (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**

本研究は、専門家や消費者におけるいわゆる「健康食品」の安全性・有効性情報データベース(HFNet)の活用実態を調査することで、より活用されやすい情報提供を目指すことを目的としている。そのため、令和5年度は、次の点について、検討等を行い、情報の充実をはかった。

1) ヘルスコミュニケーションの実践

令和5年度に地域住民を対象としたHFNet普及啓発を目的としたコミュニケーションをHFNet公式アンバサダーやサプリメント模型を活用した参加型イベントとして2件実施した。

従来は、消費者に対する一般的な普及啓発手段として、HFNetサイトを通じた一方向のコミュニケーションが基盤であった。今年度は、双方向性のコミュニケーション経路を新たに検討するため、参加者との対話を重視したヘルスコミュニケーションを実践した。例えば、親しみを感じやすい公式アンバサダーを活用した「ぬりえコンテスト」を通して、HFNet公式SNSへのアクセスの機会確保のための工夫や、一般者が適正なサプリメント利用の必要性を視覚的に理解できるよう新たに作成した解説アニメの上映ならびにサプリメント模型などを活用し、参加者から自らの気づきを語ってもらえることを期待した参加型イベントを実施した。今後、コミュニケーション対象者やその内容の性質も踏まえたヘルスコミュニケーション手段を継続して検討したい。

2) 新HFNetのユーザビリティ調査

今年度は、令和3年度の「HFNetの利活用に関する実態を把握するためのインターネット調査」の回答者による改善要望を踏まえて、改良した新HFNet(以下、新HFNet)のユーザビリティ調査を行った。

現在、一般消費者からのサプリメントに関する相談応需の対応中もしくは今後対応する可能性がある専門家700名(医師、薬剤師、栄養士/管理栄養士、いわゆる「健康食品」のアドバイザースタッフ等)と現在、サプリメントを利用中もしくは今後、機会があれば利用したいと考えている消費者1,400名(スマートフォン回答者700名、パソコン回答者700名)を対象に、HFNetの利活用の実態を把握するためのインターネット調査を2022年6月28日～30日に行った。その結果、いずれの情報コンテンツにおいても、操作性は良好かつ操作または配色にかかるストレスは少なく、サイト全体の印象も中程度(普通)であり、新HFNetの改良状況は概ね良好と判断した。

### 3) サプリメント適正利用に向けた普及啓発

今年度は、次の2点を検討した。今後の課題として新たなコミュニケーションや普及啓発方法の策定後、その対策効果をはかるための妥当性が確保された指標や評価の開発が必要である。

#### (1) 効果的なコミュニケーション方策

今年度は、効果的なコミュニケーション方策に関する検討として、新たに、コミュニケーション対象者との心理的な距離感を縮めた視覚や感情に訴えた情報提供の方策を考案した。

考案した方策は、1点目は、えいち・えふ・ねっと公式アンバサダーのキャラクターを活用した「HFNetの利用ガイド」、2点目は、普及啓発理論を活用した配慮が必要な集団である妊婦におけるリスクコミュニケーションのためのアニメ、計2本の視覚教材の動画を考案した。

#### (2) 行動科学の知見を活かした普及啓発

これまで、ダイエット等を目的にいわゆる「健康食品」を利用する者を対象とした安全性情報は、対象者をセグメンテーションした上で、ターゲティング集団の質的特徴を考慮して作成されていない。

昨年度、本研究ではダイエット等を目的にいわゆる「健康食品」を利用する者の質的な特性のうち、どの特性が、不適切な摂取行動中止行動の制御因子であるのかを統合行動モデルにて明らかにした。

今年度は、厚生労働省やいわゆる「健康食品」に関するアドバイザースタッフ研究会との意見交換を踏まえて、サプリメント適正利用に向けた啓発ポスターの作成ならびに健康サポート薬局等の関連する場所に配布を検討した啓発ポスターと薬剤師向けの活用のための手引書を完成させた。

## A. 目的

いわゆる「健康食品」による健康被害の未然・拡大防止のため、専門家および消費者のそれぞれの視点から「健康食品」の安全性・有効性情報サイト（以下、HFNet）の活用法の検討を行うことを目的に、次の3点について、調査や検討等を行うことで、情報の充実をはかった。

- 1) ヘルスコミュニケーションの実践
- 2) 新HFNetのユーザビリティ調査
- 3) サプリメント適正利用に向けた普及啓発

## 1. ヘルスコミュニケーションの実践

### B. 研究方法

効果的なコミュニケーションデザインは、対象集団の特性等によっても異なることから、今年度は、地域住民のうち小児または成人や高齢者を対象にHFNetの普及啓発を目的としたヘルスコミュニケーションの実践の場

を2件、企画した上で、イベントを実施した。

### C. 研究結果

#### ● 事例1：地域住民参画型イベントの活用

地域住民を対象に HFNet の普及啓発を目的としたヘルスコミュニケーションの実践の場として、健都地区一帯で開催した「健都フェス2023」の一環として、当研究所では、2023年11月26日（日）10:00～16:00（場所 健都イノベーションパーク NK ビル1階 展示室）に「オープンハウス2023」を開催した。当研究室の活動の取り組みを一般公開し、近隣の地域住民とのリスクコミュニケーションを通して、えいち・えふ・ねっとの普及啓発を行った（資料1-1）。

オープンハウス会場には、大人 449 人、子ども（高校生以下）207 人、計 656 人の来場が得られた。今年度、えいち・えふ・ねっと

の公式アンバサダーとして一般者に親しみのあるキャラクター4件（さっぷりんF、さっぷりんH、さぷりん、さぶるん）の商標登録を行った。特に、これまで、一般者におけるHFNetの認知度が低いという課題があったため、公式アンバサダー「ぬりえコンテスト」等にて、認知度向上をはかる工夫をした。

お子さまが、ぬりえコンテストへ参加中に、併設の保護者対象イベントとしてお子さまのサプリメント利用について考えるためのアニメ「いっしょに空の旅を楽しもう」の上映を通して、会場スタッフと対話を行った。

#### ● 事例2：地域コミュニティの活用

健康寿命の延伸をリードするまちとして、北大阪健康医療都市（健都）地区一帯には、健都ライブラリーという『健康に「気づき」、「楽しみ」ながら「学べる」』をコンセプトとした図書館があり、地域住民に親しまれている大阪府吹田市にある公共施設である。

今年度、健都ライブラリーの指定管理業者とともに吹田市在住の高齢者15名を対象としたサイエンスコミュニケーションとして、2024年1月11日（木）10:30～11:00（場所 健都ライブラリー）に適正なサプリメント利用普及に関する参加型イベントを開催した（資料1-2）。

### D. 考察

#### ● 地域住民参画型イベントの活用

このイベントは、地域住民である保護者とお子さまによる参加型イベントであり、キャラクター（さっぷりんF、さっぷりんH、さぷりん、さぶるん）のぬりえを行った後、任意でホワイトボードへぬりえ作品の掲示を行い、地域住民との心理的な距離を縮める工夫を凝らした企画であった。コンテスト参加者の中には、ぬりえ作品を掲示したホワイトボード前にて、ぬりえ作品とともにお子さまの参加記念のための撮影を行う様子も多数見受けられた。このよう

な参加型のイベント企画を通して、地域住民にとって親しみがあるサイト運営を目指したい。

特に、お子さまのサプリメント利用について考えるためのアニメ「いっしょに空の旅を楽しもう」に関しては、お子さまが別の企画イベントに参加しながらも遠目で見入る場面も多く、その際、保護者もお子さまとともにアニメを見るといった相乗効果が得られた。イベント参加者の対象層の特徴等を考慮した会場の事前の配置計画が重要と考えられた。

#### ● 地域コミュニティの活用

このイベントは、近隣住民の高齢者を対象とした参加型イベントであった。具体的には、視覚教材アニメによるサプリメント利用法に関して学んだ後、理解を深めるための専門家による解説とクイズ大会を行った。さらに、サプリメント模型を使ったサプリメントの品質に関する問題を考える体験イベントでは、参加者自らの気づきを引き出しながら理解を深める工夫をした。これまでの一方向の対話ではなく双方向の対話を行うため、プログラムの工夫をした結果、参加者の理解を深めることができた。今回は、少人数であったが、今後、開催規模に応じた、適切な手法の考案と実施、その振り返りが重要である。

### 2. 新HFNetユーザビリティ調査

#### B. 研究方法

現在、一般消費者からのサプリメントに関する相談応需の対応中もしくは今後対応する可能性がある専門家700名（医師、薬剤師、栄養士／管理栄養士、いわゆる「健康食品」のアドバイザースタッフ（以下、アドバイザースタッフ）等）と現在、サプリメントを利用中もしくは今後、機会があれば利用したいと考えている消費者1,400名（スマートフォン回答者700名、パソコン回答者700名）を対象に、令和5年3月に公開した新HFNetの使用感等の実態を把握するため、インターネット

調査を2022年6月28日～30日に行った。インターネット調査は、株式会社クロスマーケティングに委託した。

調査会社へは質問項目を提示し、調査会社がインターネット調査の実施、調査結果の回収までを行い、調査会社からは個人が特定できないデータの納品を受けた。質問項目としては、HFNetやTwitterの認知度、利用のしやすさ等やコンテンツごとに改善点を尋ねた。

### C. 研究結果

#### ● HFNetの認知割合

専門家 2,510 名（内訳：医師 534 名、薬剤師 357 名、栄養士／管理栄養士 72 名、アドバイザースタッフ 14 名、その他 1507 名）、消費者 3,552 名を対象に、スクリーニング調査を行ったところ、HFNetの認知割合は、専門家 6.3%、消費者 3.8%であった。職種別では、アドバイザースタッフで 78.6%と最も高く、その他の医療職で 5.7%と最も低かった。

次に、一般消費者からのサプリメントに関する相談応需に対応中の専門家 182 名（内訳：医師 47 名、薬剤師 94 名、栄養士／管理栄養士 23 名、アドバイザースタッフ 9 名、その他 68 名）もしくはサプリメントを利用中の消費者 965 名における HFNet の認知割合は、専門家 27.5%、消費者 4.7%であった。職種別では、アドバイザースタッフで 100%と最も高く、薬剤師で 29.8%と最も低かった。

次に、現在是对応していないが、一般消費者からのサプリメントに関する相談応需の対応の可能性のある専門家 618 名（内訳：医師 232 名、薬剤師 169 名、栄養士／管理栄養士 26 名、アドバイザースタッフ 3 名、その他 224 名）もしくはサプリメントの利用の可能性のある消費者 806 名における HFNet の認知割合は、専門家 8.9%、消費者 4.2%であった。職種別では、栄養士/管理栄養士で 30.8%と最も高く、アドバイザースタッフで 0%と最も低かった。（資料 2-1）

#### ● HFNet (Twitter) の認知割合

専門家 2,510 名（内訳：医師 534 名、薬剤師 357 名、栄養士／管理栄養士 72 名、アドバイザースタッフ 14 名、その他 1507 名）、消費者 3,552 名を対象に、スクリーニング調査を行ったところ、HFNet (Twitter) の認知割合は、専門家 7.6%、消費者 7.5%であった。職種別では、アドバイザースタッフで 64.3%と最も高く、医師で 6.2%と最も低かった。

次に、一般消費者からのサプリメントに関する相談応需に対応中の専門家 182 名（内訳：医師 47 名、薬剤師 94 名、栄養士／管理栄養士 23 名、アドバイザースタッフ 9 名、その他 68 名）もしくはサプリメントを利用中の消費者 965 名における HFNet(Twitter)の認知割合は、専門家 23.1%、消費者 7.8%であった。職種別では、アドバイザースタッフで 77.8%と最も高く、薬剤師で 23.4%と最も低かった。

次に、現在是对応していないが、一般消費者からのサプリメントに関する相談応需の対応の可能性のある専門家 618 名（内訳：医師 232 名、薬剤師 169 名、栄養士／管理栄養士 26 名、アドバイザースタッフ 3 名、その他 224 名）もしくはサプリメントの利用の可能性のある消費者 806 名における HFNet (Twitter) の認知割合は、専門家 7.9%、消費者 8.6%であった。職種別では、栄養士/管理栄養士で 23.1%と最も高く、アドバイザースタッフで 0%と最も低かった。（資料 2-2）

#### ● ユーザビリティ調査

スクリーニング調査後、一般消費者からのサプリメントに関する相談応需の対応中もしくは今後対応する可能性のある専門家 700 名（内訳：医師 229 名、薬剤師 218 名、栄養士／管理栄養士 26 名、アドバイザースタッフ 3 名、その他 226 名）と現在、サプリメントを利用中もしくは今後、機会があれば利用したいと考えている消費者 1,400 名（スマートフォン回答者

700名、パソコン回答者700名)より回答を得た。

### (1) 特定保健用食品データベース

操作性は、平均スコア4.28(1:操作できない～5:操作できる)であった。職種別に層別したところ、専門家では、医師で最も高く4.31、栄養士/管理栄養士やアドバイザースタッフで最も低く4.00であった。消費者のうち、スマートフォン回答者では、平均スコア4.20であり、パソコン回答者では、平均スコア4.27とパソコン回答者において操作性が高かった。

操作におけるストレス感は、平均スコア4.24(1:ストレスなく操作できない～5:ストレスなく操作できる)であった。職種別に層別したところ、専門家では、アドバイザースタッフで最も高く4.67、薬剤師で最も低く4.11であった。消費者のうち、スマートフォン回答者では、平均スコア4.20であり、パソコン回答者では、平均スコア4.26とパソコン回答者において操作性が高かった。

サイトの配色は、平均スコア2.26(1:配色にストレスを感じない～5:配色にストレスを感じる)であった。職種別に層別したところ、専門家では、薬剤師で最も低く2.21、アドバイザースタッフで最も高く3.00であった。消費者のうち、スマートフォン回答者では、平均スコア2.24であり、パソコン回答者では、平均スコア2.14とスマートフォン回答者において配色によるストレス感が小さかった。(資料2-3)

### (2) 基礎知識

操作性は、平均スコア3.68(1:操作できない～5:操作できる)であった。職種別に層別したところ、専門家では、医師で最も高く3.79、栄養士/管理栄養士で最も低く3.50であった。消費者のうち、スマートフォン回答者では、平均スコア3.69であり、パソコン回答者では、平均スコア3.72とパソコン回答者において操

作性が高かった。

操作におけるストレス感は、平均スコア3.66(1:ストレスなく操作できない～5:ストレスなく操作できる)であった。職種別に層別したところ、専門家では、その他の医療職で最も高く3.75、薬剤師で最も低く3.51であった。消費者のうち、スマートフォン回答者では、平均スコア3.77であり、パソコン回答者では、平均スコア3.71とパソコン回答者において操作性が高かった。

サイトの配色は、平均スコア2.28(1:配色にストレスを感じない～5:配色にストレスを感じる)であった。職種別に層別したところ、専門家では、栄養士/管理栄養士で最も低く2.08、アドバイザースタッフで最も高く3.00であった。消費者のうち、スマートフォン回答者では、平均スコア2.16であり、パソコン回答者では、平均スコア1.91とパソコン回答者において配色によるストレス感が小さかった。(資料2-3)

### (3) 被害関連情報データベース

操作性は、平均スコア4.14(1:操作できない～5:操作できる)であった。職種別に層別したところ、専門家では、医師で最も高く4.35、アドバイザースタッフで最も低く3.00であった。消費者のうち、スマートフォン回答者では、平均スコア4.04であり、パソコン回答者では、平均スコア4.29とパソコン回答者において操作性が高かった。

操作におけるストレス感は、平均スコア4.04(1:ストレスなく操作できない～5:ストレスなく操作できる)であった。職種別に層別したところ、専門家では、アドバイザースタッフで最も高く4.67、その他の医療職で最も低く3.90であった。消費者のうち、スマートフォン回答者では、平均スコア3.92であり、パソコン回答者では、平均スコア4.21とパソコン回答者において操作性が高かった。

サイトの配色は、平均スコア2.25(1:配色に



ストレスを感じない～5:配色にストレスを感じる)であった。職種別に層別したところ、専門家では、薬剤師で最も低く 2.18、アドバイザースタッフで最も高く 2.33 であった。消費者のうち、スマートフォン回答者では、平均スコア 2.16 であり、パソコン回答者では、平均スコア 1.94 とパソコン回答者において配色によるストレス感が小さかった。(資料 2-3)

#### (4) コラム

操作性は、平均スコア 3.98 (1:操作できない～5:操作できる)であった。職種別に層別したところ、専門家では、栄養士/管理栄養士で最も高く 4.15、薬剤師で最も低く 3.87 であった。消費者のうち、スマートフォン回答者では、平均スコア 4.02 であり、パソコン回答者では、平均スコア 3.97 とスマートフォン回答者において操作性が高かった。

操作におけるストレス感は、平均スコア 3.85 (1:ストレスなく操作できない～5:ストレスなく操作できる)であった。職種別に層別したところ、専門家では、医師で最も高く 3.86、アドバイザースタッフで最も低く 3.00 であった。消費者のうち、スマートフォン回答者では、平均スコア 3.93 であり、パソコン回答者では、平均スコア 3.86 とスマートフォン回答者において操作性が高かった。

サイトの配色は、平均スコア 2.22 (1:配色にストレスを感じない～5:配色にストレスを感じる)であった。職種別に層別したところ、専門家では、栄養士/管理栄養士で最も低く 2.04、アドバイザースタッフで最も高く 3.33 であった。消費者のうち、スマートフォン回答者では、平均スコア 2.16 であり、パソコン回答者では、平均スコア 1.95 とパソコン回答者において配色によるストレス感が小さかった。(資料 2-3)

#### (5) サイト全体の印象

サイト全体の印象は、平均スコア 3.40 (1:と

ても悪い～5:とても良い)であった。職種別に層別したところ、専門家では、アドバイザースタッフで最も高く 4.00、医師で最も低く 3.37 であった。消費者のうち、スマートフォン回答者では、平均スコア 3.30 であり、パソコン回答者では、平均スコア 3.33 といずれも普通といった印象であった。(資料 2-4)

#### D. 考察

##### ● HFNetの認知割合

新 HFNet 公開後のサイトの認知度は、専門家では約 4 人に 1 人の割合であったが、特に薬剤師において認知度が低かった。いわゆる「健康食品」のみならず薬剤等の専門知識がある薬剤師は、いわゆる「健康食品」の利用者の身近な場であるかかりつけ薬局、小売店や病院等において、いわゆる「健康食品」の利用者からの相談を受けることが想定されるため、特に、サイト認知の向上のための対策が必要であることが今年度の調査を通じて明らかになった。

令和 4 年度に文部科学省から公開された「薬学教育モデル・コア・カリキュラム—令和 4 年度改訂版」では、薬剤師として求められる能力として、カテゴリ(D) 医療薬学の「D-2-20 セルフケア、セルフメディケーション」では、“いわゆる健康食品等に関する事項や要指導医薬品や一般用医薬品と医療用医薬品、食品等との間の相互作用“の他、カテゴリ(D) 医療薬学の「D-3-3 医薬品情報の解析と評価」では、“いわゆる健康食品等の有効性と安全性について、適切に評価できる技能“を薬学部生が卒業まで学習ならびに技能習得することを求めている。

現状、各大学におけるこれらの学修事項において、どのような授業展開等がなされているのか調査した報告等がないため、そのような調査や薬学等の関連学会等でワークショップ等を開催することで、サイトの利活用が期待される。

一方、消費者は、認知割合 4.7%と少数であった。新 HFNet にて、一般者向けのためのサイト入口を新設したことから、今後の利活用が

期待されるが、今後の普及啓発対策が必要である。

#### ● HFNet (Twitter) の認知割合

新 HFNet 公開後のサイトの認知度は、専門家で約 4 人に 1 人の割合であったが、特に薬剤師において認知度が低かった。これは、サイトと同様の状況であるため、サイトの普及啓発対策と同時に対策を講じることが必要であろう。

一方、消費者では、SNS の認知割合は、サイトと比べて、約 2 倍であった。これは、令和 4 年度の新サイトリリースの影響を受けていないことや、調査や意見交換会等の意見も踏まえて、平易な表現や主の情報と関連情報も併せて発信することで、より情報が活用されやすいように発信方法を工夫した結果とも考えられる。

しかし、一般者の SNS 認知割合は 10%にも満たないことから今後の普及対策が必要である。

#### ● 新 HFNet ユーザビリティ調査

令和 4 年度の HFNet 新規構築において、利用者から多く改善要望があったサイト全般のユーザビリティの改善等を含むシステム側の利便性の向上を中心にサイト全体を改良した。

そこで、今年度は、サイト等に対するユーザビリティ調査を行い、その初期効果を測定した。

##### (1) 特定保健用食品データベース

特定保健用食品データベースは、操作性、操作上のストレス、配色ともに全て良好であった。

これは、特定保健用食品の利用にあたる解説集やガイドラインと有効性や安全性情報が記載された商品情報の掲載場所を分離したり、ピクトグラムを活用して保健の用途別に検索のしやすさの向上をはかる等のシステム上のアクセス性の改善要望に対応した結果と考えた。

##### (2) 基礎知識

基礎知識は、配色に関しては、特定保健用食

品データベースと同様、良好であったが、操作性や操作上のストレスの各指標では、特定保健用食品データベースと比べて、若干、劣った。

これは、妊婦や子供などいわゆる「健康食品」の利用にあたり特別な配慮が必要である集団に対しての資材は、基礎知識の中でも、さらに細分化したカテゴリのインデックスを設置したが、そのシステム上の設定仕様が操作のしづらさに繋がったと分析した。ディレクトリ構造の整理がユーザビリティ向上に寄与するため、当該資材の掲載場所の見直しが、今後必要と考えられた。

##### (3) 被害関連情報データベース

被害関連情報データベースは、操作性、操作上のストレス、配色ともに全て良好であった。

これは、いわゆる「健康食品」の安全性情報の提供は、最優先事項として伝達することで、いわゆる「健康食品」の摂取に伴う健康被害の未然・拡大防止に寄与することから、サイトのトップページよりすぐアクセスできるように新サイトでは改良を行ったことが、利便性の向上に寄与したと考えられた。

##### (4) コラム

基礎知識は、配色に関しては、特定保健用食品データベースと同様、良好であったが、操作性や操作上のストレスの各指標では、特定保健用食品データベースと比べて、若干、劣った。

これは、消費者を対象とした解説は、話題となっているいわゆる「健康食品」の有効性や安全性情報の他、外部専門家のコラムや流行情報など、内容が多岐にまたがるため、コラムの中でも、さらに細分化したカテゴリのインデックスを設置したが、そのシステム上の設定仕様が操作のしづらさに繋がったと分析した。ディレクトリ構造の整理がユーザビリティ向上に寄与するため、基礎知識のコンテンツと同様に、当該資材の掲載場所の見直しが、今後必要と考えられた。

### (5) サイト全体の印象

専門家においても消費者においても、サイト全体の印象はふつうという回答であった。特に、専門家のうちサイトの利用頻度が高いと考えられるアドバイザースタッフや栄養士／管理栄養士において、印象が良かった。

新サイトの公開にあたっては、令和3年度に専門家と消費者における利用実態調査、令和4年度にサイト改善にあたる事前準備と実装、と段階を踏んできたが、十分であったと言える。今後、情報提供の仕方の改善などサイトの利便性を高めるための工夫が期待される。

それらを通じ、専門家／消費者によるサイトの利活用がさらに加速化されると考える。

## 3. サプリメント適正利用に向けた普及啓発

### B. 研究方法

#### (1) 効果的なコミュニケーション方策

従来は、テキストベースの一方向の情報提供を通じた一般者や専門家とのリスクコミュニケーション推進確保のための検討をした。しかし、今年度は、効果的なコミュニケーション方策に関する検討として、新たに、コミュニケーション対象者との距離感を縮めた視覚的に訴えた情報提供の方策を考案した。

考案した方策は、1点目は、えいち・えふ・ねっと公式アンバサダーのキャラクターを活用した「HFNetの利用ガイド」、2点目は、普及啓発理論を活用した産婦人科の医師であるインフルエンサーとの共同制作である「特別な配慮が必要な集団である妊婦におけるカフェイン摂取に関するリスクコミュニケーション」の計2本の視覚教材の動画を考案した。

#### (2) 行動科学の知見を活かした普及啓発

これまでに、ダイエットや美容目的にいわゆる「健康食品」を摂取する者を対象とした消費者向け安全性情報は、対象者をセグメンテーションした上で、ターゲティングされた集団の質

的な特徴を考慮して作成されていなかった。

そこで、本研究は、ダイエットや美容目的にサプリメントを摂取している利用者のターゲティング後、リスクテイクユーザの質的な特性のうち、どれが不適切な摂取行動の制御因子であるのかを統合行動モデルにて明らかにした。

今年度は、リスクテイクユーザを対象としたサプリメント適正利用に向けた啓発資料開発ならびに厚生労働省やいわゆる「健康食品」に関するアドバイザースタッフ研究会との意見交換を踏まえて、健康サポート薬局等の関連する場所に配布を検討している啓発資料を完成させた。

また、本研究での「サプリメント」の定義は、次の通りとした。(定義：医薬品以外で経口的に摂取される「健康の維持・増進に特別に役立つことをうたって販売されたり、そのような効果を期待して摂られている食品」のこと。)

なお、本研究での「不適切なリスクテイクユーザ」の定義は、次の通りとした。(定義：過去に体調不良を経験しながらもダイエットや美容目的にサプリメント摂取継続中のユーザ)

### C. 研究結果

#### (1) 効果的なコミュニケーション方策

考案した方策1点目は、えいち・えふ・ねっと公式アンバサダーのキャラクターを活用した「HFNetの利用ガイド」としてあら新たな動画を作成した。HFNetの基礎知識のコンテンツ内に配置するとともに公式SNS X (旧Twitter) 「えいち・えふ・ねっと」等にてサイトの利活用方法に関する周知をはかった。

考案した方策2点目は、普及啓発理論を活用した産婦人科の医師であるインフルエンサーとの共同制作である「特別な配慮が必要な集団である妊婦におけるカフェイン摂取に関するリスクコミュニケーション」の視覚教材の動画であった。こちらの動画では、マタニティ講習会の様子をモチーフにカフェイン摂取

にあたる留意点や利用について解説をした。また、専門家である産婦人科医師へのインタビューも最後にメッセージとして挿入した。妊娠期は、心身ともに寄り添った支援が重要なフェーズであり、その点を配慮した動画内容となるよう制作過程においても留意した。

## (2) 行動科学の知見を活かした普及啓発

今年度、開発した啓発資料の対象者は、ダイエットや美容目的にサプリメント摂取後、体調不良の経験がある中で、サプリメント摂取継続中の不適切なリスクテイクユーザであった。

その対象者の特徴としては、サプリメント摂取経験 1 年以上のヘビーユーザであった。また、対象者の約半数で、友人等身近な人も同じタイプのサプリメント摂取経験を有し、また、対象者の約 7 割で、複数サプリメントの同時摂取経験あり、という特徴があった。

これまでの啓発資料の開発目的や作成の留意点も踏まえて、普及啓発ポスター（初案）のあり方について、書面にて、厚生労働省ならびにいわゆる「健康食品」のアドバイザースタッフ研究会の代表および複数の会員からヒアリングを行った。その後、聴取した意見をもとに、2023 年 8 月 24 日にアドバイザースタッフ研究会の代表者と対面で、普及啓発を行う場である薬局という場を考慮した上で、啓発ポスター（初案）の内容に関して、さらに意見交換を行った（資料 3-1）。

全体構成として、消費者不安から医薬品を不適切に中断してしまう可能性が考えられるため、サプリメント適正利用の注意喚起の啓発ポスターであることが分かるように、デザインの工夫をしたほうがよいという意見があがった。

これら意見を踏まえ、普及啓発ポスターの改良を重ね、最終的に厚労省等の関係者を踏まえた確認を踏まえ、2023 年 12 月 4 日に確定した（資料 3-2）。

その後、健康サポート薬局の店頭での薬剤師による消費者への指導や助言を想定の上、日本

保険薬局協会と普及啓発ポスターの利活用に関する関係者への周知に関して調整を諮った。

## D. 考察

### (1) 効果的なコミュニケーション方策

本年度は、視覚的な情報発信策に加えて、一般者における HFNet 認知向上を目的に、普及啓発理論を活用の上、インフルエンサーである産婦人科の医師とともに食の安全性確保推進におけるカフェイン摂取における留意点に関する普及啓発のための教材を考案した。

この方策は、例えば、自治体の新型コロナウイルス感染症予防対策に関する普及啓発のための説明動画においても活用された手法であり、感染症分野のリスクコミュニケーションではすでに活用された実績が多数ある。

今後の課題は、このような普及啓発理論を活用したコミュニケーション方策の効果を測定するための評価指標の開発が必要である。

### (2) 行動科学の知見を活かした普及啓発

これまでの普及啓発とは異なり、対象者の心理特性を考慮するため、今後の行動変容予測も踏まえた普及啓発ポスターを初めて作成した。

また、当該方策の検討においては、健康サポート薬局等の薬局の店頭掲示を優先的に考慮したが、対象者が知りたい媒体が店頭ポスター掲示といった情報ニーズもあることからその点を踏まえさらなる普及啓発策が必要である。

## E. 結論

今年度は、ヘルスコミュニケーションの実践の他、新 HFNet に対する使用感等の事後調査、さらにサプリメント適正利用に向けた効果的なコミュニケーションの検討や推進をした。

新 HFNet に対する利用者の使用感は概ね良好であったものの、今後、新 HFNet を活用したヘルスコミュニケーションの実施が健康被害の未然・拡大防止に対して、どの程度の寄与があったのか等の効果検証が必要と考える。

さらに、いわゆる「健康食品」による健康被害の未然・拡大防止のため、時代や社会ニーズの多様な変化に応じた、効果的なヘルスコミュニケーションのデザイン考案の継続と検証が重要である。

## F. 研究発表

### (1) 論文報告

該当なし

### (2) 学会発表

1. 種村菜奈枝, 千葉剛: リスクテイクユーザにおける サプリメント摂取中止意図に対する制御因子の解明. 第45回日本臨床栄養学会総会/第44回日本臨床栄養協会総会, 2023 (口頭発表)

### (3) その他

- ・リスクコミュニケーション
- 1. 種村菜奈枝: リスクコミュニケーション (講演 信じていいの? その効果 健康食品のウソ・ホント). 長崎県消費生活センター 2023年度 消費者市民力アップ講座 2023年10月21日 (長崎県)
- 2. 種村菜奈枝ほか: リスクコミュニケーション (国立健康・栄養研究所 オープンハウス 2023). 2023年11月26日 (摂津市)
- 3. 種村菜奈枝ほか: リスクコミュニケーション (えっ!? サプリメントのウソ・ホント). 2024年1月11日 (吹田市)
- 4. 種村菜奈枝: リスクコミュニケーション (講演). 広島県呉市 消費者庁 2024年2月9日 (広島県)
- 5. 種村菜奈枝: リスクコミュニケーション (講演 心のサイン エナジードリンク 多飲の背後に潜む社会課題と向き合う). 香川県高等学校教育研究会 2024年2月20日 (香川県)

6. 種村菜奈枝: 全国自治体 職員研修 リスクコミュニケーション (講演). 消費者庁 2024年3月14日 (東京都)
7. 種村菜奈枝ほか: リスクコミュニケーション (さわって、きいて、じっせん災害時のケア). 2024年3月16日 (吹田市)

### ・解説

1. 種村菜奈枝: 健康づくり Q&A 健康食品やトクホ、機能性表示食品の違い. 健康づくり 2024; 549-22

## G. 知的所有権の取得状況

公式アンバサダー 商標登録4件

(次回、商標更新期限: 2033年9月15日)

### (1) さっぷりん F

商標登録証 登録第 6736698 号

第42類 食品の試験・検査又は研究に関する情報の提供

商標権者 国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所

出願番号 商願 2023-015418

出願日 令和5年2月15日

登録日 令和5年9月15日

### (2) さっぷりん H

商標登録証 登録第 6736699 号

第42類 食品の試験・検査又は研究に関する情報の提供

商標権者 国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所

出願番号 商願 2023-015419

出願日 令和5年2月15日

登録日 令和5年9月15日

### (3) さぷりん

商標登録証 登録第 6736700 号

第42類 食品の試験・検査又は研究に関する情報の提供

商標権者 国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所  
出願番号 商願 2023-015420  
出願日 令和 5 年 2 月 15 日  
登録日 令和 5 年 9 月 15 日

(4) さぶるん

商標登録証 登録第 6736701 号  
第 42 類 食品の試験・検査又は研究に関する情報の提供  
商標権者 国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所  
出願番号 商願 2023-015421  
出願日 令和 5 年 2 月 15 日  
登録日 令和 5 年 9 月 15 日

**H. 健康危機情報**

なし

令和5年度 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・有効性情報データベースを活用した健康食品の安全性確保に関する研究  
(21KA2002)  
分担研究報告書

研究2) アドバイザリースタッフ・認定薬剤師の現状把握および活用の検討

研究代表者 瀧本 秀美 (国研) 医薬基盤・健康・栄養研究所

分担研究者 鎌尾 まや 神戸薬科大学 エクステンションセンター

### 研究要旨

アドバイザースタッフ（AS）や健康食品領域研修認定薬剤師等のいわゆる「健康食品」・サプリメントに関する専門資格保有者は、いわゆる「健康食品」の安全かつ適切な選択や活用方法等について、消費者に正しい情報を提供できる助言者であると位置づけられている。令和3年度及び4年度の調査において、一般消費者における専門資格保有者の認知度は低いものの、存在を認知している者はいわゆる「健康食品」・サプリメントの相談先として有効に活用していることが明らかとなった。

引き続き今年度は、一般消費者を対象としたいわゆる「健康食品」・サプリメントに関する専門資格及びこれら専門資格保有者の活躍の場と考えられる健康サポート薬局の認知と活用について調査し、3,939名の回答を得た。今年度調査では、専門資格の養成と認定の認知度、専門資格保有者の存在の認知度のいずれも、昨年度調査に比べてわずかながら上昇がみられた。専門資格保有者の存在の周知方法としては、店頭へのポスター掲示やインターネット等への掲載が有用であることが示された。また、一般消費者における健康サポート薬局の認知度はAS等専門資格の認知度よりさらに低く、わずか5.8%に留まっていた。一方で、回答者の約半数は健康サポート薬局を利用したいと考えており、利用したい健康サポート機能としていわゆる「健康食品」・サプリメントに関する相談を挙げる者が最も多かった。従って、健康サポート薬局自体の認知度も高めることで、アドバイザースタッフによるいわゆる「健康食品」やサプリメントに関する相談拠点が確立されることが期待される。

さらに今年度は、薬剤師を対象としたいわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格の認知と活用に関する調査も実施し、500名の回答を得た。回答した薬剤師のうち、ASやいわゆる「健康食品」領域研修認定薬剤師といった専門資格者の養成と認定を認知している者は約35%であり、薬局におけるこれら専門資格保有者の活用を考える上で未だ不十分であると判断された。また、回答者の9割以上がいわゆる「健康食品」・サプリメントの相談応需経験を有していたが、いわゆる「健康食品」・サプリメントに関する質問にどちらかといえば回答できないと答えた者が2割程度存在していた。よって、健康サポート薬局等いわゆる「健康食品」・サプリメントや食事・栄養摂取に関する相談に応じることが求められる薬局においては、いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者を配置し相談対応することが効果的と考えられるが、そのためには、薬剤師がいわゆる「健康食品」・サプリメントに関する知識を得るための研修等を実施し、専門資格の認知度向上と相談対応能力に努めることが望ましいと考えられる。

## A. 研究目的

健康の維持・増進を目的としたいわゆる「健康食品」の利用が拡大している一方で、いわゆる「健康食品」の利用が原因と思われる健康被害の発生も報告されている。いわゆる「健康食品」に対する消費者の認識不足が窺われる事例も散見されることから、いわゆる「健康食品」を適切かつ安全に活用し、健康被害を未然に防止するためには、いわゆる「健康食品」・サプリメントに関する専門資格保有者等のサポートが必要であると考えられる。

令和3年度及び令和4年度の研究では、いわゆる「健康食品」・サプリメントの専門資格として、NR・サプリメントアドバイザー（NR・SA）、食品保健指導士、いわゆる「健康食品」管理士を含むアドバイザースタッフ（AS）及び健康食品領域研修認定薬剤師を対象として、その活動実態や HFNet の活用実態について調査した。その結果、回答者全体の約7割がいわゆる「健康食品」・サプリメントに関する相談応需経験があり、主な相談内容は「有効性」であった。また、回答者の約半数が HFNet を認知し利用しており、HFNet を消費者への助言や患者指導に役立てていることが明らかとなった。一方、一般消費者を対象とした調査では、いわゆる「健康食品」・サプリメントに関する専門資格保有者の存在を認知していた者は約6%程度と極めて低いものの、専門資格保有者の存在を認知している者はいわゆる「健康食品」・サプリメントの相談相手として有効に活用していることが示された。従って、一般消費者に対する専門資格の認知度向上策の検討が課題であると考えられた。

そこで令和5年度は引き続き、一般消費者を対象とした専門資格保有者及び健康サポート薬局の活用に関する WEB 調査を実施した。また、薬局における専門資格保有者のさらなる活用について検討するための基礎資料を得る目

的で、薬剤師を対象としたいわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格の認知と活用に関する WEB 調査を実施した。

## B. 研究方法

### 1) 一般消費者を対象とした専門資格保有者及び健康サポート薬局の活用に関する調査

#### i. 調査方法

WEB 調査は、神戸薬科大学における人を対象とする研究倫理審査委員会の承認を受け、実施した。調査項目に基づく調査の実施及びデータの回収を株式会社クロス・マーケティング社に委託した。調査対象者は、調査会社に自ら登録している者（モニター）の内、20歳以上の者とし、性別、年代が均等になるように割り付けた。調査は、2024年2月5日～6日に実施し、回収したデータは個人情報の匿名化を行った状態で納品を受けた。

#### ii. 調査内容

対象者の属性（年齢、性別、居住地域）、いわゆる「健康食品」・サプリメントへの興味・関心・利用、いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格の認知・相談経験、いわゆる「健康食品」やサプリメントについて相談したい相手・内容、望ましい相談先・相談方法、専門資格保有者の存在の周知方法、健康サポート薬局の認知・相談経験、保健機能食品の認知度について調査した。

### 2) 薬剤師を対象とした専門資格の認知と活用に関する調査

#### i. 調査方法

WEB 調査は、神戸薬科大学における人を対象とする研究倫理審査委員会の承認を受け、実施した。調査項目に基づく調査ページの構築及びデータの回収は株式会社ネクスウェイ社に委託した。調査対象は、ネクスウェイ社が運営



する薬剤師向けサイトに会員登録している薬剤師とし、調査協力依頼はメールにて送付した。調査は、2024年2月20日～2月26日に実施し、回収したデータは個人情報の匿名化を行った状態で納品を受けた。

## ii. 調査内容

対象者の属性（年齢、勤務先種類、役職）、いわゆる「健康食品」・サプリメントの販売や提供の有無・相談応需経験、いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格の認知度、保健所への情報提供に対する認識について調査した。

## C. 研究結果

### 1) 一般消費者を対象とした専門資格保有者及び健康サポート薬局の活用に関する調査

#### i. 回答者の属性

全回答者は 3,939 名であり、性別は男性 49.6% (1,952 名)、女性 50.0% (1,971 名)、その他 0.4% (16 名)、年代は 20 歳代 16.8% (661 名)、30 歳代 17.0% (669 名)、40 歳代 16.6% (653 名)、50 歳代 16.5% (648 名)、60 歳代 16.5% (650 名)、70 歳代以上 16.7% (658 名) であった。

居住地域は関東が 40.3% (1,589 名) で最も多く、次いで近畿 19.5% (769 名)、中部 15.6% (613 名)、九州・沖縄 7.3% (288 名)、中国・四国 7.2% (284 名)、東北 5.2% (203 名)、北海道 4.9% (193 名) の順であり、関東の回答者が多かった。

#### ii. いわゆる「健康食品」・サプリメントへの興味・関心・利用

いわゆる「健康食品」やサプリメントに興味・関心があるか尋ねたところ、全体では 48.4% (1,905 名) が興味・関心があると回答した (表 1-1)。いわゆる「健康食品」やサプリメントに興味・関心があると回答した者の割合は、性別では女性で 52.4% (1,032 名) とやや高く、

年代別では 70 歳代以上で 52.6% (346 名) と最も高く、40 歳代で 45.3% (296 名) と最も低かった。

現在、いわゆる「健康食品」やサプリメントを利用しているか尋ねたところ、全体では現在利用している 33.9% (1,337 名)、過去に利用していたが、現在は利用していない 22.7% (896 名) であり、これらの回答の合計である 56.6% (2,233 名) がいわゆる「健康食品」・サプリメントを利用した経験があるという結果であった (表 1-2)。性別では女性で 62.9% (1,239 名) とやや高く、年代別では 60 歳代で 62.0% (403 名) と最も高く、20 歳代で 47.2% (312 名) と最も低かった。これらの結果は、令和 3 年度及び令和 4 年度の調査結果と同様の傾向であった。また、いわゆる「健康食品」・サプリメントを現在利用している、過去に利用していたが、現在は利用していないと回答した 2,233 名を対象に、いわゆる「健康食品」やサプリメントの入手方法を尋ねたところ、通信販売 (インターネット販売を含む) 61.0% (1,363 名)、店頭 51.9% (1,159 名) との回答が多かった (表 1-3)。一方で、家族・知人等からの譲渡 6.0% (135 名)、個人輸入 3.4% (75 名) との回答も一定数みられ、これらの回答率は若年層で高い傾向を示した。また、いわゆる「健康食品」・サプリメントを現在利用していると回答した 1,337 名を対象に現在服用している医薬品の有無を尋ねたところ、51.5% (689 名) があると回答し、いわゆる「健康食品」・サプリメントを利用している者の約半数が医薬品も服用していることが明らかとなった (表 1-4)。また、医薬品を服用している者の割合は高齢層で高い傾向を示した。

#### iii. いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格の認知・相談経験

いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格の養成と認定が行われていたことを知っていたか尋ねたところ、全体では 7.8% (309 名)

が知っていたと回答した(表 1-5)。年代別では若い年代での認知度が高い傾向を示し、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心別では、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心がある者では 14.3% (272 名) が専門資格の養成と認定を認知していたのに対し、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心がない者ではわずか 1.8% (37 名) の認知度であった。また、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別の専門資格の養成と認定の認知度は、現在利用している、過去に利用していたが現在は利用していない、利用したことがないの順に高く、利用状況とも関連していた。

次に、いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者の存在を知っていたか尋ねたところ、全体では 7.5% (294 名) が知っていたと回答した(表 1-6)。年代別、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心別、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別にみた場合、前述のいわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格の養成と認定の認知度と同様の傾向を示した。

続いて、いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者の存在を知っていたと回答した 294 名を対象に、認知しているいわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格について尋ねたところ、回答者全体では、NR・SA と健康食品管理士が共に 53.4% (157 名) であり、次いで食品保健指導士 35.0% (103 名)、健康食品領域研修認定薬剤師 12.2% (36 名) の順であった(表 1-7)。全体と比較した場合、性別では、男性で健康食品管理士の認知度が高く、女性で NR・SA の認知度が高かった。年代別では、70 歳代以上で NR・SA、食品保健指導士の認知度が低く、健康食品管理士の認知度が高い傾向を示した。また、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心別では、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心がない者で健康食品管理士、食品保健指導士の認

知度が低く、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別では、いわゆる「健康食品」やサプリメントを現在利用している者で全ての専門資格の認知度が高い傾向を示した。

次に、専門資格についてどこから知ったか尋ねたところ、全体では薬剤師など薬局の職員との回答が 30.6% (90 名) と最も多く、次いでポスター、チラシ、パンフレット、リーフレット 27.6% (81 名)、厚生労働省や国立健康・栄養研究所のホームページや SNS 25.5% (75 名)、家族・友人・知人 25.2% (74 名) が多かった(表 1-8)。いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心別ではいわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心がない者で、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別ではいわゆる「健康食品」やサプリメントの利用経験がない者で、テレビ・ラジオの回答が多い傾向を示した。

さらに、知っているとは回答した専門資格保有者は身近にいるか尋ねたところ、身近にいるとは回答したのは 8.8% (26 名) であった(表 1-9)。性別では男性、年代別では 30 歳代で身近にいるとは回答した者の割合が高かった。また、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心別、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別では、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心がある者、いわゆる「健康食品」やサプリメントを現在利用している者で、身近にいるとは回答した者の割合が高かった。

さらに、いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者に相談したことがあるか尋ねたところ、全体では 43.5% (128 名) が相談したことがあると回答した(表 1-10)。相談したことがあると回答した者の割合は、性別では男性で、年代別では低年齢層の方が高い傾向がみられた。いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心別、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別では、興味・関心がある者、現在利用している者で相談したこと

があるとの回答割合が高かった。

さらに、いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者に相談したことがあると回答した128名を対象に、相談することによりいわゆる「健康食品」やサプリメントの問題は解決したか尋ねたところ、95.3%（122名）が解決したと回答した（表1-11）。性別、年代別、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別にみた場合でも、いずれもほとんどが解決したと回答した。

#### iv. いわゆる「健康食品」やサプリメントについて相談したい相手・内容

いわゆる「健康食品」やサプリメントについて、専門的な知識を持った相談できる人が必要だと思うか尋ねたところ、全体の44.9%（1,770名）が必要だと思うと回答した（表1-12）。必要だと思うと回答した者の割合は、性別では女性で、年代別では高齢層で高い傾向を示し、前述の実際に専門資格保有者に相談した者の割合とは逆の傾向を示した。

次に、いわゆる「健康食品」やサプリメントについて相談したい内容を尋ねたところ、全体では、効果67.3%（2,652名）、安全性・健康被害46.5%（1,830名）、薬との相互作用36.7%（1,447名）、飲み方・食べ方34.3%（1,352名）、おすすめの商品19.8%（778名）の順に多かった（表1-13）。性別でもほぼ同様の傾向であったが、年代別では安全性・健康被害、薬との相互作用と回答した者の割合は高齢層で高く、飲み方・食べ方と回答した者の割合は低年齢層で高かった。また、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心別、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別にみた場合でも、いずれも概ね同様の傾向を示した。

さらに、いわゆる「健康食品」やサプリメントについて相談をしたら誰が最も良いと思うか尋ねたところ、全体では、いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者40.1%（1,579名）が最も多く、次に薬剤師24.5%

（966名）、医師・歯科医師18.2%（718名）が多かった（表1-14）。性別、年齢別でもほぼ同様の傾向であった。また、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心別、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別では、興味・関心がない者、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用経験がない者において、医師・歯科医師の回答割合が高くなる傾向が認められた。

#### v. いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者への望ましい相談先・相談方法

いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者への望ましい相談先について尋ねたところ、薬局・薬店・ドラッグストア（薬局関連施設含む）61.3%（2,413名）、医療機関（病院、クリニック、検診施設、健保組合、特定保健指導、等）42.9%（1,691名）との回答が多かった（表1-15）。性別、年代別ではいずれも概ね同様の傾向を示したが、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心別、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別では、興味関心がある者、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用経験がある者で、薬局・薬店・ドラッグストア（薬局関連施設含む）の回答割合が高かった。

次に、いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者への望ましい相談方法について尋ねたところ、対面での相談との回答が62.1%（2,446名）と最も多く、次いでメールでの相談30.8%（1,214名）、LINE等SNSでの相談24.9%（982名）、インターネットのチャットツールでの相談24.0%（947名）、電話での相談21.9%（861名）の順であった（表1-16）。全体に比べて男性ではLINE等SNSでの相談の回答割合が低く、女性では逆に高い傾向を示した。年代別では高齢層で対面での相談の回答割合が高く、LINE等SNSでの相談やインターネットのチャットツールでの相談の回答割合が低い傾向を示した。いわゆる「健康食品」

やサプリメントへの興味・関心別、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別ではいずれも概ね全体と同傾向であった。

#### vi. いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者の存在の周知方法

いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者の存在をどのような方法で周知して欲しいか尋ねたところ、店頭へのポスター掲示 61.6% (2,428 名) が最も多く、次いでインターネット等への掲載 42.6% (1,677 名)、バッジや腕章等の着用 24.4% (962 名)、パンフレットの配布 22.6% (890 名)、イベントの開催 14.9% (585 名) の順であった(表 1-17)。性別、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心別、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別でもいずれも概ね同傾向であった。年代別では 20 歳代において、店頭へのポスター掲示の回答割合が低く、インターネット等への掲載の回答割合が高かった。

#### vii. 健康サポート薬局の認知度

健康サポート薬局を知っているか尋ねたところ、知っているとの回答はわずか 5.8% (230 名) のみであった(表 1-18)。知っているとの回答した者の割合は性別では男性で、年代別では若年齢層で高かった。また、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心別、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別では、興味・関心がある者、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用経験があるの方が、知っているとの回答割合が高い傾向を示した。

次に、健康サポート薬局を知っていると回答した 230 名を対象にどこから知ったかについて尋ねたところ、全体では薬剤師などの薬局の職員が 44.8% (103 名) と約半数を占めていた(表 1-19)。自治体や薬剤師会のホームページや SNS 及び自治体や薬剤師会以外のホームページや SNS の回答割合は若年齢層で高く、高年齢層で低くなる傾向を示した。

続いて、健康サポート薬局への相談経験について尋ねたところ、全体では 57.8% (133 名) が相談したことがあると回答した(表 1-20)。相談したことがあると回答した者の割合は、性別では男性で、年代別では低年齢層の方が高く、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心別、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別では、興味・関心がある者、現在利用している者で高かった。

さらに、健康サポート薬局への相談経験があると回答した 133 名を対象に、相談することにより問題は解決したか尋ねたところ、95.5% (127 名) が解決したと回答した(表 1-21)。性別、年代別、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別にみた場合でも、いずれもほとんどが解決したとの回答であった。

#### viii. 健康サポート薬局への期待

健康サポート薬局を利用したいか尋ねたところ、全体では約半数の 44.8% (1,765 名) が利用したいと回答した(表 1-22)。利用したいと回答した者の割合は女性、高年齢層で高く、先の問いで実際に相談経験があると回答した者の割合とは逆の傾向を示した。また、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心別、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別では、興味・関心がある者、利用経験がある者で健康サポート薬局を利用したいとの回答割合が高かった。

次に、利用したい健康サポート薬局の健康サポート機能について尋ねたところ、全体ではいわゆる「健康食品」・サプリメントに関する相談が 69.8% (1,232 名) と最も多く、次いで市販薬に関する相談が 67.3% (1,188 名)、食事・栄養摂取に関する相談 36.3% (641 名)、健康チェックに基づく健康相談 35.4% (625 名) の順に多かった(表 1-23)。年齢別にみると、高年齢層の方がいわゆる「健康食品」・サプリメントに関する相談及び健康チェックに基づく健康相談の回答割合が高い傾向を示した。いわゆ

る「健康食品」やサプリメントへの興味・関心別、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別では、興味・関心がある者、現在利用している者でいわゆる「健康食品」・サプリメントに関する相談の回答割合が高かった。

薬剤師に加えて薬局（健康サポート薬局を含む）にいと良いと思う専門資格者を尋ねたところ、全体では 65.5%（2,580 名）がいわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者と回答した（表 1-24）。性別、年代別でもほぼ同様の傾向であったが、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心別、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別では、興味・関心がない者、利用経験がない者で、全体に比べていわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者の回答割合が低かった。

さらに、薬局（健康サポート薬局を含む）においていわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格者が相談に応じることが必要か尋ねたところ、全体の 60.8%（2,395 名）が必要だと思うと回答した（表 1-25）。性別、年代別では、男性より女性、低年齢層より高年齢層で、必要だと思うとの回答割合が高かった。また、いわゆる「健康食品」やサプリメントへの興味・関心別、いわゆる「健康食品」やサプリメントの利用状況別では、興味・関心がある者、利用経験がある者で、必要だと思うとの回答割合が高かった。

#### ix. 保健機能食品の認知度

保健機能食品について知っているか尋ねたところ、全体の 37.5%（1,477 名）が知っているとして回答した（表 1-26）。また、保健機能食品のうち特定保健用食品（トクホ）については、知っていて利用したこともある 29.3%（1,153 名）、知っているが利用したことはない 40.5%（1,595 名）であり、これらの回答の合計である 69.8%（2,748 名）が特定保健用食品を認知しているという結果であった（表 1-27）。栄養機能食品については、知っていて利用したこと

もある 20.3%（799 名）、知っているが利用したことはない 31.3%（1,231 名）であり、これらの回答の合計である 51.6%（2,030 名）が栄養機能食品を認知しているという結果であった（表 1-28）。機能性表示食品については、全体では知っていて利用したこともある 23.3%（918 名）、知っているが利用したことはない 30.8%（1,214 名）であり、これらの回答の合計である 54.1%（2,132 名）が機能性表示食品を認知しているという結果であった（表 1-29）。特定保健用食品、栄養機能食品、機能性表示食品のいずれも、低年齢層より高年齢層、いわゆる「健康食品」やサプリメントに興味・関心がない者、利用経験がない者で、認知度が低い傾向を示した。

さらに、保険機能食品以外のいわゆる「健康食品」はその他のいわゆる「健康食品」に分類され、機能（効果）に関する表示をして販売することができないことを知っているか尋ねたところ、全体では 2 割程度の 22.5%（887 名）が知っているとして回答した（表 1-30）。性別、年代別ではいずれも同様の傾向であったが、いわゆる「健康食品」やサプリメントに興味・関心がない者、利用経験がない者では知っているとの回答割合は約 1 割程度であった。

## 2) 薬剤師を対象とした専門資格の認知と活用に関する調査

### i. 回答者の属性

全回答者は 500 名であり、年代は 40 歳代が 31.0%（155 名）と最も多く、次いで 50 歳代 28.2%（141 名）、30 歳代 25.0%（125 名）、60 歳代 10.8%（54 名）、20 歳代 3.4%（17 名）、70 歳代以上 1.6%（8 名）の順であった。

居住地域は関東 32.2%（161 名）が最も多く、次いで近畿 19.6%（98 名）、中部 17.8%（89 名）、九州・沖縄 11.0%（55 名）、中国・四国 8.4%（42 名）、東北 6.0%（30 名）北海道 5.0%（25 名）の順であり、関東の回答者が多かった。

回答者の勤務先は薬局 75.0%（375 名）、病院

23.6% (118名)、医療機関以外 1.4% (7名) であり、薬局勤務者で管理薬剤師 (薬局長) の立場の者が全体の 34.6% (173名) を占めていた (表 2-1)。薬局勤務者のうち、勤務先店舗数は 2~10 店舗 34.7% (130名)、勤務先の立地は開業医クリニックの門前薬局 61.3% (230名) が最も多かった (表 2-2-1、2-2-2)。病院勤務者の勤務先形態は一般病院 69.5% (82名)、病床数は 101~50

0床 56.8% (67名) が最も多かった (表 2-3-1、2-3-2)。

また、回答者のうち 17.4% (87名) は勤務先が健康サポート薬局としての届出ありと回答した (表 2-4)。

## ii. いわゆる「健康食品」・サプリメントの販売・提供・相談応需経験

回答者のうち、いわゆる「健康食品」・サプリメントの販売や提供に携わっていると回答した者は約半数の 55.8% (279名) であった (表 2-5)。一方で、いわゆる「健康食品」・サプリメントの相談応需経験があると回答した者は大多数の 93.8% (469名) であった (表 2-6)。いわゆる「健康食品」・サプリメントの相談応需経験は年間 10 件未満 53.9% (253名) が最も多く、約半数を占めていた (表 2-7)。

また、いわゆる「健康食品」・サプリメントの相談応需経験がある者 469名を対象に、いわゆる「健康食品」・サプリメントの摂取と関連が疑われる健康被害の相談応需経験について尋ねたところ、23.9% (112名) が相談経験ありと回答した (表 2-8)。

さらに、いわゆる「健康食品」・サプリメントに関する質問に回答できるか尋ねたところ、よく回答できる 4.6% (23名)、回答できる 25.2% (126名)、少し回答できる 47.2% (236名) のどちらかといえば回答できると答えた者は 77.0% (385名) であったが、あまり回答できない 20.6% (103名)、回答できない 2.0% (10名)、全く回答できない 0.4% (2名) のどちら

かといえば回答できないと答えた者も 23.0% (115名) 存在していた (表 2-9)。

## iii. いわゆる「健康食品」・サプリメントに関する専門資格の認知度

いわゆる「健康食品」・サプリメントの専門資格者の養成と認定が行われていることを知っているか尋ねたところ、35.4% (177名) が知っていると回答した (表 2-10)。

次に、専門資格者の養成と認定を認知している 177名を対象に、知っている専門資格を尋ねたところ、NR・SA が 90.4% (160名) と最も多く、次いで健康食品管理士・食の安全管理士 22.6% (40名)、食品保健指導士 13.6% (24名)、健康食品領域研修認定薬剤師 9.6% (17名) であった (表 2-11)。また、職場での専門資格保有者の在籍の有無を尋ねたところ、26.0% (46名) が在籍していると回答した (表 2-12)。

さらに、職場にいわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者が在籍することは有益だと思うか尋ねたところ、64.0% (320名) が有益だと思うと回答した (表 2-13)。一方で 7.2% (36名) が有益だと思わない、28.8% (144名) がどちらともいえないと回答し、その理由として、必要性を感じない・需要が少ないから、利益に繋がるかわからないから、といった記載があった。

## iv. 保健所への情報提供に対する認識

いわゆる「健康食品」等による健康被害と疑われる事例発生時、保健所への情報提供の協力が要請されていることを知っているか尋ねたところ、48.8% (244名) が知っていると回答した一方で、半数超の 51.2% (256名) が知らないと回答した。

## D. 考察

昨年度に引き続き、一般消費者を対象とした AS 及び健康食品領域研修認定薬剤師等のいわゆる「健康食品」・サプリメントに関する専

門資格の認知度の調査を実施した。その結果、今年度調査においても専門資格の養成と認定の認知度は7.8%と低かったものの、昨年度に比べてわずかながら1.2ポイントの上昇がみられた。いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者の存在の認知度についても1.7ポイントの上昇がみられた。専門資格の認知度の動向については、引き続き調査を実施し、把握する必要があると思われる。また、専門資格の存在を認知している者のうち約半数は専門資格保有者への相談経験があり、そのうち95%以上が相談によりいわゆる「健康食品」やサプリメントの問題が解決したと回答している。このことから、今年度調査においても、ASや健康食品領域研修認定薬剤師といったいわゆる「健康食品」・サプリメントに関する専門資格の存在を認知している者は、いわゆる「健康食品」・サプリメントの相談相手として上手く活用している実態が明らかとなった。従って、専門資格の認知度を向上させることにより、消費者の安全かつ有効ないわゆる「健康食品」・サプリメントの利活用に繋がることが期待される。

また、専門資格保有者の存在の好ましい周知方法について調査したところ、昨年度同様、店頭へのポスター掲示の回答が最も多かった。この結果を有資格者に周知し、既存のポスター（臨床栄養協会ではNR・SAの認知度向上のためのポスターが制作されており、WEBページよりダウンロード可能である<sup>1)</sup>）等も活用した認知度向上のための積極的な広報活動が望まれる。また、インターネット等への掲載が好ましいとする回答も多かったことから、インターネット等を活用した周知にも力を入れる必要があると考えられる。

いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者への望ましい相談先については、昨年同様、薬局・薬店・ドラッグストア（薬局関連施設含む）の回答が最も多かった。従って、ASや健康食品領域研修認定薬剤師の活躍する

場として薬局・薬店・ドラッグストアが最も適していると考えられる。そこで、薬局・薬店・ドラッグストアで中心的な役割を担う薬剤師を対象として、ASや健康食品領域研修認定薬剤師といったいわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格の認知度を調査した。その結果、薬剤師におけるこれら専門資格の認知度は約35%であり、予想以上に低かった。よって、薬局・薬店・ドラッグストアにおいてAS等の活用を進めるためには、薬剤師におけるこれら専門資格の認知度を向上させる必要がある。これについては、薬剤師向け生涯研修や薬学部における講義等において、ASや健康食品領域研修認定薬剤師といった専門資格の存在を周知することが有効であると考えられる。

かかりつけ薬剤師・薬局の機能に加え、市販薬やいわゆる「健康食品」、介護や食事・栄養摂取に関すること等が相談可能であり、厚生労働大臣が定める一定基準を満たした薬局は、届出により健康サポート薬局として表示することができる。この健康サポート薬局は、いわゆる「健康食品」やサプリメントについてASや健康食品領域研修認定薬剤師に相談する場として特に適していると思われる。そこで今年度は、一般消費者を対象として健康サポート薬局の認知度や期待する内容についても調査した。一般消費者における健康サポート薬局の認知度はAS等専門資格の認知度よりもさらに低く、わずか5.8%であった。2018年9月に日本薬剤師会が実施した全国の成人男女を対象とした健康サポート薬局と薬剤師に対する意識調査では、健康サポート薬局の認知度は約8.4%と報告されており<sup>2)</sup>、この5年間で認知度が向上していないことが伺える。一方で、今回の調査対象者の約半数が健康サポート薬局を利用したいと回答し、利用したい健康サポート機能としていわゆる「健康食品」・サプリメントに関する相談を挙げる者が最も多かった。さらに、薬剤師に加えて健康サポート薬局を含む薬局にいると良いと思う専門資格者はいわゆる「健

健康食品」やサプリメントの専門資格保有者であるとの回答が最も多く、また、薬局においていわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者が相談に応じることについて回答者の約6割が必要と回答している。これらの結果より、健康サポート薬局を含む薬局にいわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者を配置し、相談に応じる機会を提供することは消費者のニーズに合致するサービスであるといえる。

今回の調査では、一般消費者における保健機能食品の認知度は約4割程度であった。しかし、個別にみると、特定保健用食品（トクホ）の認知度は約7割、栄養機能食品と機能性表示食品の認知度は約5割という結果であった。従って、特定保健用食品、栄養機能食品、機能性表示食品が保健機能食品制度に含まれることが理解されていないことがわかる。さらに、保健機能食品以外のいわゆる「健康食品」はその他のいわゆる「健康食品」に分類され、機能（効果）に関する表示をして販売することができないことを知っているのは約2割程度であった。これらの結果より、消費者の保健機能食品制度についての認識は十分ではないと判断される。いわゆる「健康食品」を利用する前に、国が承認している特定保健用食品や届出を求めている機能性表示食品、国が安全性や有効性等を考慮して設定した基準等を満たしている栄養機能食品といった保健機能食品を活用することが望ましく、また、健康の維持・増進には基本的な栄養素の充足が最重要であることから、特に栄養機能食品の認知度向上が不可欠である。よって、ASや健康食品領域研修認定薬剤師といった専門資格保有者は消費者に対し、保健機能食品の情報を適切に伝える必要がある。

加えて、今回の調査では、いわゆる「健康食品」・サプリメントを利用している消費者の約半数が医薬品も服用していることが明らかとなった。いわゆる「健康食品」・サプリメントと医薬品の併用は予期せぬ相互作用を引き起

こす場合もあり、特に注意が必要である。一方で、薬剤師を対象とした調査において、いわゆる「健康食品」・サプリメントに関する質問にどちらかといえば回答できないとした者が2割以上存在していた。従って、薬局等でいわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者を配置することで、個別事例に応じた相談対応が可能になると期待される。

また、いわゆる「健康食品」等による健康被害と疑われる事例発生時、保健所への情報提供の協力が養成されていることを知っている薬剤師は半数程度であった。令和6年3月13日付けで厚生労働省から「いわゆる「健康食品」・無承認無許可医薬品健康被害防止対応要領について」の通知が発出されているが、いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者に対する研修等を充実させ、保健所への健康相談報告を行う等の適切な対応を周知徹底することで、健康被害発生の未然防止及び被害発生時の拡大防止につながっていくと考えられる。

#### [参考文献]

- 1) 一般社団法人 日本臨床栄養協会, NR・サプリメントアドバイザーポスター・POPのご案内, <https://www.jcna.jp/supple/download.html>
- 2) 公益社団法人 日本薬剤師会, 健康サポートと薬剤師に関する意識調査, [https://www.nichiyaku.or.jp/assets/uploads/pr-activity/PressRelease\\_20181129.pdf](https://www.nichiyaku.or.jp/assets/uploads/pr-activity/PressRelease_20181129.pdf)

## E. 結論

本年度の調査では、ASや健康食品領域研修認定薬剤師といった専門資格の養成と認定の認知度、専門資格保有者の存在の認知度のいずれも、昨年度調査に比べてわずかな上昇がみられた。引き続き、店頭へのポスター掲示やインターネット等への掲載を通じて、専門資格保有者の存在の周知を進める必要がある。また、一



般消費者における健康サポート薬局の認知度は低く、6%以下であった。しかし、健康サポート薬局におけるいわゆる「健康食品」・サプリメントに関する相談応需サービスにはニーズがあることが明らかとなった。よって、健康サポート薬局の存在と機能に関する認知度を高める必要があると考えられる。

薬剤師を対象とした調査において、AS や健康食品領域研修認定薬剤師といった専門資格者の養成と認定の認知度は約 35%であった。薬局におけるこれら専門資格保有者の活用を推進する上で、薬剤師における専門資格の認知度を向上させる必要がある。また、2 割程度の薬剤師はいわゆる「健康食品」・サプリメントに関する質問にどちらかといえば回答できないと感じていることが明らかとなった。よって、薬剤師がいわゆる「健康食品」・サプリメントに関する知識を得るための研修の実施等が有用である。また、健康サポート薬局等のいわゆる「健康食品」・サプリメントや食事・栄養摂取に関する相談に応じることが求められる薬局においては、いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者を配置し、相談対応することが望ましいと思われる。

## F. 研究発表

1. 鎌尾まや, 千葉 剛: 一般消費者におけるアドバイザースタッフの認知度とニーズに関する調査. 第 45 回日本臨床栄養学会総会・第 44 回日本臨床栄養協会総会・第 21 回大連合大会 (大阪)、2023.11.11

## G. 知的所有権の取得状況

なし

## H. 健康危機情報

なし

表 1-1 いわゆる「健康食品」・サプリメントへの興味・関心

			全体	ある	ない
全体		(%)		48.4	51.6
		(n)	3,939	1,905	2,034
性別	男性	(%)		44.6	55.4
		(n)	1,952	871	1,081
	女性	(%)		52.4	47.6
		(n)	1,971	1,032	939
年代別	20 歳代	(%)		45.7	54.3
		(n)	661	302	359
	30 歳代	(%)		50.4	49.6
		(n)	669	337	332
	40 歳代	(%)		45.3	54.7
		(n)	653	296	357
	50 歳代	(%)		48.6	51.4
		(n)	648	315	333
	60 歳代	(%)		47.5	52.5
		(n)	650	309	341
	70 歳代以上	(%)		52.6	47.4
		(n)	658	346	312

表 1-2 いわゆる「健康食品」・サプリメントの利用

			全体	現在利用している	過去に利用していたが、現在は利用していない	利用したことはない
全体		(%)		33.9	22.7	43.3
		(n)	3,939	1,337	896	1,706
性別	男性	(%)		30.6	20.1	49.2
		(n)	1,952	598	393	961
	女性	(%)		37.4	25.5	37.1
		(n)	1,971	737	502	732
年代別	20 歳代	(%)		25.9	21.3	52.8
		(n)	661	171	141	349
	30 歳代	(%)		35.0	19.7	45.3
		(n)	669	234	132	303
	40 歳代	(%)		33.2	23.6	43.2
		(n)	653	217	154	282
	50 歳代	(%)		34.0	24.8	41.2
		(n)	648	220	161	267
	60 歳代	(%)		38.5	23.5	38.0
		(n)	650	250	153	247
	70 歳代以上	(%)		37.2	23.6	39.2
		(n)	658	245	155	258

表 1-3 いわゆる「健康食品」・サプリメントの入手方法

			全体	店頭	通信販売 (インター ネット販売 を含む)	個人輸入	家族・知 人等から の譲渡	その他
全体		(%)		51.9	61.0	3.4	6.0	0.7
		(n)	2,233	1,159	1,363	75	135	15
性別	男性	(%)		50.9	60.5	4.1	6.6	0.8
		(n)	991	504	600	41	65	8
	女性	(%)		52.8	61.5	2.7	5.6	0.5
		(n)	1,239	654	762	34	70	6
年代別	20 歳代	(%)		62.5	40.7	9.6	11.9	0.6
		(n)	312	195	127	30	37	2
	30 歳代	(%)		66.4	47.3	3.8	6.3	0.3
		(n)	366	243	173	14	23	1
	40 歳代	(%)		60.1	58.5	3.5	5.7	0.0
		(n)	371	223	217	13	21	0
	50 歳代	(%)		52.5	67.5	1.8	3.1	0.3
		(n)	381	200	257	7	12	1
	60 歳代	(%)		39.5	72.2	1.5	5.0	0.5
		(n)	403	159	291	6	20	2
	70 歳代 以上	(%)		34.8	74.5	1.3	5.5	2.3
		(n)	400	139	298	5	22	9

複数回答可

表 1-4 現在服用している医薬品の有無

			全体	ある	ない
全体		(%)		51.5	48.5
		(n)	1337	689	648
性別	男性	(%)		54.7	45.3
		(n)	598	327	271
	女性	(%)		48.8	51.2
		(n)	737	360	377
年代別	20 歳代	(%)		44.4	55.6
		(n)	171	76	95
	30 歳代	(%)		44.4	55.6
		(n)	234	104	130
	40 歳代	(%)		38.7	61.3
		(n)	217	84	133
	50 歳代	(%)		46.4	53.6
		(n)	220	102	118
	60 歳代	(%)		58.4	41.6
		(n)	250	146	104
	70 歳代以上	(%)		72.2	27.8
		(n)	245	177	68

表 1-5 いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格の養成と認定の認知度

			全体	知っている	知らない
全体		(%)		7.8	92.2
		(n)	3,939	309	3,630
性別	男性	(%)		8.0	92.0
		(n)	1,952	157	1,795
	女性	(%)		7.7	92.3
		(n)	1,971	151	1,820
年代別	20歳代	(%)		13.0	87.0
		(n)	661	86	575
	30歳代	(%)		12.0	88.0
		(n)	669	80	589
	40歳代	(%)		6.7	93.3
		(n)	653	44	609
	50歳代	(%)		4.9	95.1
		(n)	648	32	616
	60歳代	(%)		4.5	95.5
		(n)	650	29	621
	70歳代以上	(%)		5.8	94.2
		(n)	658	38	620
への興味・関心別 「健康食品」	あり	(%)		14.3	85.7
		(n)	1,905	272	1,633
	なし	(%)		1.8	98.2
		(n)	2,034	37	1,997
利用状況別 「健康食品」の	現在利用している	(%)		15.7	84.3
		(n)	1,337	210	1,127
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		7.6	92.4
		(n)	896	68	828
	利用したことはない	(%)		1.8	98.2
		(n)	1,706	31	1,675

表 1-6 いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者の存在の認知度

			全体	知っている	知らない
全体		(%)		7.5	92.5
		(n)	3,939	294	3,645
性別	男性	(%)		8.0	92.0
		(n)	1,952	157	1,795
	女性	(%)		7.0	93.0
		(n)	1,971	137	1,834
年代別	20歳代	(%)		13.5	86.5
		(n)	661	89	572
	30歳代	(%)		10.9	89.1
		(n)	669	73	596
	40歳代	(%)		6.6	93.4
		(n)	653	43	610
	50歳代	(%)		5.2	94.8
		(n)	648	34	614
	60歳代	(%)		4.0	96.0
		(n)	650	26	624
	70歳代以上	(%)		4.4	95.6
		(n)	658	29	629
への興味・関心別「健康食品」	あり	(%)		13.7	86.3
		(n)	1,905	261	1,644
	なし	(%)		1.6	98.4
		(n)	2,034	33	2,001
利用状況別「健康食品」の	現在利用している	(%)		14.4	85.6
		(n)	1,337	192	1,145
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		7.6	92.4
		(n)	896	68	828
	利用したことはない	(%)		2.0	98.0
		(n)	1,706	34	1,672

表 1-7 認知している専門資格

			全体	NR・SA	健康食品 管理士	食品保健 指導士	健康食品領 域研修認定 薬剤師	その他
全体		(%)		53.4	53.4	35.0	12.2	1.7
		(n)	294	157	157	103	36	5
性別	男性	(%)		51.0	56.1	39.5	14.0	0.6
		(n)	157	80	88	62	22	1
	女性	(%)		56.2	50.4	29.9	10.2	2.9
		(n)	137	77	69	41	14	4
年代別	20歳代	(%)		52.8	52.8	39.3	16.9	1.1
		(n)	89	47	47	35	15	1
	30歳代	(%)		63.0	47.9	35.6	13.7	1.4
		(n)	73	46	35	26	10	1
	40歳代	(%)		48.8	55.8	34.9	11.6	4.7
		(n)	43	21	24	15	5	2
	50歳代	(%)		55.9	50.0	38.2	5.9	0.0
		(n)	34	19	17	13	2	0
	60歳代	(%)		46.2	65.4	23.1	7.7	0.0
		(n)	26	12	17	6	2	0
	70歳代以上	(%)		41.4	58.6	27.6	6.9	3.4
		(n)	29	12	17	8	2	1
への興味・関心別	あり	(%)		53.6	55.6	36.0	12.3	1.9
		(n)	198	89	124	70	38	5
	なし	(%)		51.5	36.4	27.3	12.1	0.0
		(n)	28	13	10	4	6	1
利用状況別	現在利用している	(%)		62.5	55.2	39.1	14.1	2.1
		(n)	192	120	106	75	27	4
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		32.4	55.9	30.9	4.4	0.0
		(n)	68	22	38	21	3	0
	利用したことはない	(%)		44.1	38.2	20.6	17.6	2.9
		(n)	34	15	13	7	6	1

複数回答可



表 1-8 専門資格についてどこから知ったか

		全体	薬剤師 など薬局の職 員	医師や 看護師 など病院や診 療所の職 員	家族・ 友人・ 知人	ポスター、チ ラシ、パンフ レット、リー フレット	厚生労 働省や 国立健 康・栄 養研究 所の HPや SNS	テレビ ・ラジ オ	新聞・ 雑誌・ 書籍	養成機 関の HPや SNS	その他	
全体		(%)	30.6	20.4	25.2	27.6	25.5	22.4	10.5	12.6	3.1	
		(n)	294	90	60	74	81	75	66	31	37	9
性別	男性	(%)	33.1	27.4	26.8	30.6	30.6	21.7	12.1	10.2	1.9	
		(n)	157	52	43	42	48	48	34	19	16	3
	女性	(%)	27.7	12.4	23.4	24.1	19.7	23.4	8.8	15.3	4.4	
		(n)	137	38	17	32	33	27	32	12	21	6
年代別	20 歳代	(%)	36.0	23.6	33.7	30.3	31.5	28.1	11.2	12.4	2.2	
		(n)	89	32	21	30	27	28	25	10	11	2
	30 歳代	(%)	36.0	23.6	33.7	30.3	31.5	28.1	11.2	12.4	2.2	
		(n)	73	27	18	15	26	20	10	3	11	1
	40 歳代	(%)	23.3	30.2	23.3	23.3	25.6	23.3	16.3	14.0	4.7	
		(n)	43	10	13	10	10	11	10	7	6	2
	50 歳代	(%)	29.4	17.6	23.5	17.6	17.6	29.4	8.8	8.8	2.9	
		(n)	34	10	6	8	6	6	10	3	3	1
	60 歳代	(%)	19.2	7.7	23.1	19.2	11.5	15.4	7.7	11.5	3.8	
		(n)	26	5	2	6	5	3	4	2	3	1
	70 歳代 以上	(%)	20.7	0.0	17.2	24.1	24.1	24.1	20.7	10.3	6.9	
		(n)	29	6	0	5	7	7	7	6	3	2
	への興味 ・関心別	あり	(%)	32.6	21.8	26.4	28.7	27.6	20.3	11.1	12.3	2.7
			(n)	261	85	57	69	75	72	53	29	32
なし		(%)	15.2	9.1	15.2	18.2	9.1	39.4	6.1	15.2	6.1	
		(n)	33	5	3	5	6	3	13	2	5	2
利用状況 別の「健康食品」 の	現在利用し ている	(%)	38.0	24.0	26.6	29.2	29.2	19.8	10.9	15.1	2.1	
		(n)	192	73	46	51	56	56	38	21	29	4
	過去に利用し ていたが、現 在は利用して いない	(%)	19.1	16.2	29.4	26.5	22.1	23.5	11.8	4.4	4.4	
		(n)	68	13	11	20	18	15	16	8	3	3
	利用したこ とはない	(%)	11.8	8.8	8.8	20.6	11.8	35.3	5.9	14.7	5.9	
		(n)	34	4	3	3	7	4	12	2	5	2

複数回答可

表 1-9 知っている と回答した専門資格保有者は身近にいるか

			全体	身近にいる	身近にはいない	わからない	
全体		(%)		8.8	81.6	9.5	
		(n)	294	26	240	28	
性別	男性	(%)		11.5	82.2	6.4	
		(n)	157	18	129	10	
	女性	(%)		5.8	81.0	13.1	
		(n)	137	8	111	18	
年代別	20 歳代	(%)		7.9	78.7	13.5	
		(n)	89	7	70	12	
	30 歳代	(%)		15.1	76.7	8.2	
		(n)	73	11	56	6	
	40 歳代	(%)		4.7	88.4	7.0	
		(n)	43	2	38	3	
	50 歳代	(%)		8.8	85.3	5.9	
		(n)	34	3	29	2	
	60 歳代	(%)		7.7	80.8	11.5	
		(n)	26	2	21	3	
	70 歳代以上	(%)		3.4	89.7	6.9	
		(n)	29	1	26	2	
	への興味・関心別	あり	(%)		10.0	82.0	8.0
			(n)	261	26	214	21
なし		(%)		0.0	78.8	21.2	
		(n)	33	0	26	7	
利用状況別の	現在利用している	(%)		12.5	79.7	7.8	
		(n)	192	24	153	15	
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		1.5	89.7	8.8	
		(n)	68	1	61	6	
	利用したことはない	(%)		2.9	76.5	20.6	
		(n)	34	1	26	7	

表 1-10 専門資格保有者への相談経験

			全体	相談したことがある	相談したことがない	
全体		(%)		43.5	56.5	
		(n)	294	128	166	
性別	男性	(%)		54.1	45.9	
		(n)	157	85	72	
	女性	(%)		31.4	68.6	
		(n)	137	43	94	
年代別	20歳代	(%)		53.9	46.1	
		(n)	89	48	41	
	30歳代	(%)		58.9	41.1	
		(n)	73	43	30	
	40歳代	(%)		39.5	60.5	
		(n)	43	17	26	
	50歳代	(%)		35.3	64.7	
		(n)	34	12	22	
	60歳代	(%)		15.4	84.6	
		(n)	26	4	22	
	70歳代以上	(%)		13.8	86.2	
		(n)	29	4	25	
	興味・関心別	あり	(%)		47.9	52.1
			(n)	261	125	136
なし		(%)		9.1	90.9	
		(n)	33	3	30	
利用状況別	現在利用している	(%)		50.5	49.5	
		(n)	192	97	95	
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		41.2	58.8	
		(n)	68	28	40	
	利用したことはない	(%)		8.8	91.2	
		(n)	34	3	31	

表 1-11 専門資格保有者への相談によるいわゆる「健康食品」やサプリメントの問題解決

			全体	解決した	解決しなかった
全体		(%)		95.3	4.7
		(n)	128	122	6
性別	男性	(%)		94.1	5.9
		(n)	85	80	5
	女性	(%)		97.7	2.3
		(n)	43	42	1
年代別	20 歳代	(%)		95.8	4.2
		(n)	48	46	2
	30 歳代	(%)		95.3	4.7
		(n)	43	41	2
	40 歳代	(%)		100.0	0.0
		(n)	17	17	0
	50 歳代	(%)		91.7	8.3
		(n)	12	11	1
	60 歳代	(%)		100.0	0.0
		(n)	4	4	0
	70 歳代以上	(%)		75.0	25.0
		(n)	4	3	1
いわゆる「健康食品」に関する興味・関心別	あり	(%)		95.2	4.8
		(n)	125	119	6
	なし	(%)		100.0	0.0
		(n)	3	3	0
利用状況別 いわゆる「健康食品」の	現在利用している	(%)		95.9	4.1
		(n)	97	93	4
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		96.4	3.6
		(n)	28	27	1
	利用したことはない	(%)		66.7	33.3
		(n)	3	2	1

表 1-12 いわゆる「健康食品」やサプリメントについて、専門的な知識を持った相談できる人の必要性

			全体	必要だと思う	必要だと思わない	
全体		(%)		44.9	55.1	
		(n)	3,939	1,770	2,169	
性別	男性	(%)		40.6	59.4	
		(n)	1,952	793	1,159	
	女性	(%)		49.4	50.6	
		(n)	1,971	973	998	
年代別	20 歳代		294	36.2	63.8	
		(n)	661	239	422	
	30 歳代	(%)		35.0	65.0	
		(n)	669	234	435	
	40 歳代	(%)		39.2	60.8	
		(n)	653	256	397	
	50 歳代	(%)		46.6	53.4	
		(n)	648	302	346	
	60 歳代	(%)		54.8	45.2	
		(n)	650	356	294	
	70 歳代以上	(%)		58.2	41.8	
		(n)	658	383	275	
	への興味・関心別	あり	(%)		65.1	34.9
			(n)	1,905	1,240	665
なし		(%)		26.1	73.9	
		(n)	2,034	530	1504	
利用状況別	現在利用している	(%)		62.7	37.3	
		(n)	1,337	838	499	
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		55.2	44.8	
		(n)	896	495	401	
	利用したことはない	(%)		25.6	74.4	
		(n)	1,706	437	1,269	

表 1-13 いわゆる「健康食品」やサプリメントについて、相談したい内容

			全体	効果	飲み方・ 食べ方	薬との相 互作用	安全性・ 健康被害	おすすめ の商品	その他	
全体		(%)		67.3	34.3	36.7	46.5	19.8	4.8	
		(n)	3,939	2,652	1,352	1,447	1,830	778	190	
性別	男性	(%)		64.8	31.6	32.4	41.8	19.2	5.8	
		(n)	1,952	1,265	616	633	816	374	114	
	女性	(%)		70.0	37.2	41.1	51.2	20.2	3.8	
		(n)	1,971	1,380	733	810	1,010	398	74	
年代別	20歳代	(%)		62.3	41.9	30.3	35.7	21.0	2.6	
		(n)	661	412	277	200	236	139	17	
	30歳代	(%)		65.5	41.7	32.7	40.8	22.0	2.8	
		(n)	669	438	279	219	273	147	19	
	40歳代	(%)		71.7	41.0	34.0	40.3	19.0	4.4	
		(n)	653	468	268	222	263	124	29	
	50歳代	(%)		68.7	34.3	38.6	47.1	21.3	5.9	
		(n)	648	445	222	250	305	138	38	
	60歳代	(%)		70.6	24.9	41.2	53.5	18.8	6.3	
		(n)	650	459	162	268	348	122	41	
	70歳代以上	(%)		65.3	21.9	43.8	61.6	16.4	7.0	
		(n)	658	430	144	288	405	108	46	
	への興味・ 関心別	あり	(%)		73.3	45.6	48.3	55.6	24.7	1.4
			(n)	1,905	1,396	869	921	1,060	471	27
なし		(%)		61.8	23.7	25.9	37.9	15.1	8.0	
		(n)	2,034	1,256	483	526	770	307	163	
利用状況 別	現在利用している	(%)		74.9	45.0	49.0	53.5	22.4	1.7	
		(n)	1,337	1,001	601	655	715	299	23	
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		72.9	36.3	41.7	53.5	20.9	1.2	
		(n)	896	653	325	374	479	187	11	
	利用したことはない	(%)		58.5	25.0	24.5	37.3	17.1	9.1	
		(n)	1,706	998	426	418	636	292	156	

複数回答可

表 1-14 いわゆる「健康食品」やサプリメントについて、最も適した相談相手

			全体	いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者	医師・歯科医師	薬剤師	看護師	管理栄養士・栄養士	保健師	その他	
全体		(%)		40.1	18.2	24.5	2.1	8.9	2.8	3.4	
		(n)	3,939	1,579	718	966	81	351	109	135	
性別	男性	(%)		37.6	20.9	22.4	2.3	9.2	3.1	4.5	
		(n)	1,952	734	408	437	45	179	61	88	
	女性	(%)		42.8	15.5	26.7	1.8	8.6	2.2	2.4	
		(n)	1,971	843	306	526	36	170	43	47	
年代別	20歳代	(%)		41.1	17.9	18.8	4.2	11.3	4.5	2.1	
		(n)	661	272	118	124	28	75	30	14	
	30歳代	(%)		41.3	15.4	23.0	3.9	10.2	3.3	3.0	
		(n)	669	276	103	154	26	68	22	20	
	40歳代	(%)		41.7	14.5	24.8	1.8	10.4	3.2	3.5	
		(n)	653	272	95	162	12	68	21	23	
	50歳代	(%)		40.7	19.8	25.3	0.9	8.0	1.5	3.7	
		(n)	648	264	128	164	6	52	10	24	
	60歳代	(%)		39.2	19.5	27.2	0.8	7.1	1.2	4.9	
		(n)	650	255	127	177	5	46	8	32	
	70歳代以上	(%)		36.5	22.3	28.1	0.6	6.4	2.7	3.3	
		(n)	658	240	147	185	4	42	18	22	
	への興味・関心別	あり	(%)		46.8	13.7	25.7	2.7	8.6	1.4	1.1
			(n)	1,905	891	261	490	52	163	27	21
なし		(%)		33.8	22.5	23.4	1.4	9.2	4.0	5.6	
		(n)	2,034	688	457	476	29	188	82	114	
利用状況別	現在利用している	(%)		48.3	13.8	26.5	2.0	6.8	1.2	1.3	
		(n)	1,337	646	185	354	27	91	16	18	
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		40.7	17.2	28.5	2.2	8.8	1.0	1.6	
		(n)	896	365	154	255	20	79	9	14	
	利用したことはない	(%)		33.3	22.2	20.9	2.0	10.6	4.9	6.0	
		(n)	1,706	568	379	357	34	181	84	103	

表 1-15 いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者への望ましい相談先

			全体	医療機関 (病院、クリニック、検診施設、健 保組合、特定保健指導、等)	薬局、薬店、ドラッグストア (薬局関連施設含む)	行政・薬剤師会 (行政、保健所、保健センター、地 域包括支援センター、薬剤師会、等)	食品関連事業者 (食品製造業、食品も取り扱う化粧 品メーカー、いわゆる「健康食品」 販売業、等)	製薬関連事業者 (製薬会社、等)	その他	
全体		(%)		42.9	61.3	11.5	12.9	11.2	3.5	
		(n)	3,939	1,691	2,413	454	508	440	139	
性別	男性	(%)		43.9	56.8	12.8	13.1	11.0	4.4	
		(n)	1,952	857	1,109	250	255	215	85	
	女性	(%)		42.1	65.8	10.2	12.7	11.1	2.7	
		(n)	1,971	829	1,296	201	251	219	54	
年代別	20 歳代	(%)		42.1	52.8	15.7	15.9	14.1	2.3	
		(n)	661	278	349	104	105	93	15	
	30 歳代	(%)		40.7	60.7	12.4	14.1	11.2	3.1	
		(n)	669	272	406	83	94	75	21	
	40 歳代	(%)		43.6	64.0	8.7	13.9	11.6	3.5	
		(n)	653	285	418	57	91	76	23	
	50 歳代	(%)		44.1	64.5	11.0	10.5	9.0	3.9	
		(n)	648	286	418	71	68	58	25	
	60 歳代	(%)		43.1	64.3	9.1	9.7	10.2	4.9	
		(n)	650	280	418	59	63	66	32	
	70 歳代 以上	(%)		44.1	61.4	12.2	13.2	10.9	3.5	
		(n)	658	290	404	80	87	72	23	
	への興味・関心別	あり	(%)		41.2	71.9	13.8	16.5	11.2	1.6
			(n)	1,905	785	1,370	262	315	214	30
なし		(%)		44.5	51.3	9.4	9.5	11.1	5.4	
		(n)	2,034	906	1,043	192	193	226	109	
利用状況別の 「健康食品」の	現在利用している	(%)		39.9	74.2	12.3	17.1	11.1	2.2	
		(n)	1,337	534	992	164	228	149	29	
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		42.5	71.0	14.5	12.5	8.0	1.2	
		(n)	896	381	636	130	112	72	11	
	利用したことはない	(%)		45.5	46.0	9.4	9.8	12.8	5.8	
		(n)	1,706	776	785	160	168	219	99	

複数回答可



表 1-16 いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者への望ましい相談方法

			全体	対面での相談	電話での相談	メールでの相談	LINE等SNSでの相談	インターネットのチャットツールでの相談	その他	
全体		(%)		62.1	21.9	30.8	24.9	24.0	2.4	
		(n)	3,939	2,446	861	1,214	982	947	95	
性別	男性	(%)		61.6	20.7	31.9	21.8	23.0	3.1	
		(n)	1,952	1,203	404	622	425	448	60	
	女性	(%)		62.8	23.1	29.9	28.1	24.8	1.8	
		(n)	1,971	1,237	455	589	554	489	35	
年代別	20歳代	(%)		51.4	18.8	24.2	36.6	28.9	1.5	
		(n)	661	340	124	160	242	191	10	
	30歳代	(%)		57.8	17.3	31.7	28.7	29.7	1.8	
		(n)	669	387	116	212	192	199	12	
	40歳代	(%)		56.7	18.8	35.5	30.6	29.4	2.5	
		(n)	653	370	123	232	200	192	16	
	50歳代	(%)		66.7	21.3	34.0	23.3	25.0	2.6	
		(n)	648	432	138	220	151	162	17	
	60歳代	(%)		70.2	23.5	30.3	18.3	17.2	2.9	
		(n)	650	456	153	197	119	112	19	
	70歳代以上	(%)		70.1	31.5	29.3	11.9	13.8	3.2	
		(n)	658	461	207	193	78	91	21	
	への興味・関心別	あり	(%)		62.0	27.8	38.4	31.8	26.6	0.8
			(n)	1,905	1,181	529	731	605	506	16
なし		(%)		62.2	16.3	23.7	18.5	21.7	3.9	
		(n)	2,034	1,265	332	483	377	441	79	
利用状況別	現在利用している	(%)		60.5	28.4	39.4	33.1	27.9	1.0	
		(n)	1,337	809	380	527	442	373	13	
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		65.8	23.2	34.4	26.2	23.8	0.4	
		(n)	896	590	208	308	235	213	4	
	利用したことはない	(%)		61.4	16.0	22.2	17.9	21.2	4.6	
		(n)	1,706	1,047	273	379	305	361	78	

複数回答可

表 1-17 いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者の存在の周知方法

			全体	店頭へのポスター掲示	バッジや腕章等の着用	パンフレットの配布	イベントの開催	インターネット等への掲載	その他
全体		(%)		61.6	24.4	22.6	14.9	42.6	3.2
		(n)	3,939	2,428	962	890	585	1677	128
性別	男性	(%)		58.5	23.6	21.3	14.3	43.3	4.2
		(n)	1,952	1,141	460	415	279	845	82
	女性	(%)		65.0	25.4	24.0	15.3	41.8	2.3
		(n)	1,971	1,282	501	473	302	823	46
年代別	20歳代	(%)		49.3	19.1	20.4	16.0	47.5	1.8
		(n)	661	326	126	135	106	314	12
	30歳代	(%)		59.0	28.0	22.6	16.0	38.7	2.2
		(n)	669	395	187	151	107	259	15
	40歳代	(%)		62.6	25.3	21.4	16.5	42.1	3.2
		(n)	653	409	165	140	108	275	21
	50歳代	(%)		64.8	26.4	22.5	14.8	46.0	4.0
		(n)	648	420	171	146	96	298	26
	60歳代	(%)		68.2	24.5	23.2	12.9	41.4	4.3
		(n)	650	443	159	151	84	269	28
	70歳代以上	(%)		66.1	23.4	25.4	12.8	39.8	4.0
		(n)	658	435	154	167	84	262	26
への興味・関心別	あり	(%)		65.9	30.1	28.9	18.3	45.1	1.4
		(n)	1,905	1,255	573	550	348	860	27
	なし	(%)		57.7	19.1	16.7	11.7	40.2	5.0
		(n)	2,034	1,173	389	340	237	817	101
利用状況別の「健康食品」の	現在利用している	(%)		68.5	30.1	28.7	17.0	48.5	1.6
		(n)	1,337	916	402	384	227	648	22
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		65.3	27.7	24.8	16.7	42.2	1.3
		(n)	896	585	248	222	150	378	12
	利用したことはない	(%)		54.3	18.3	16.6	12.2	38.2	5.5
		(n)	1,706	927	312	284	208	651	94

複数回答可

表 1-18 健康サポート薬局の認知度

			全体	知っている	知らない
全体		(%)		5.8	94.2
		(n)	3,939	230	3,709
性別	男性	(%)		6.1	93.9
		(n)	1,952	120	1,832
	女性	(%)		5.5	94.5
		(n)	1,971	108	1,863
年代別	20歳代	(%)		10.6	89.4
		(n)	661	70	591
	30歳代	(%)		10.8	89.2
		(n)	669	72	597
	40歳代	(%)		5.5	94.5
		(n)	653	36	617
	50歳代	(%)		3.1	96.9
		(n)	648	20	628
	60歳代	(%)		1.5	98.5
		(n)	650	10	640
	70歳代以上	(%)		3.3	96.7
		(n)	658	22	636
興味・関心別	あり	(%)		10.7	89.3
		(n)	1,905	203	1,702
	なし	(%)		1.3	98.7
		(n)	2,034	27	2,007
利用状況別	現在利用している	(%)		10.7	89.3
		(n)	1,337	143	1,194
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		6.1	93.9
		(n)	896	55	841
	利用したことはない	(%)		1.9	98.1
		(n)	1,706	32	1,674

表 1-19 健康サポート薬局についてどこから知ったか

		全体	薬剤師 など薬 局の職 員	医師や 看護師 など病 院や診 療所の 職員	家族・ 友人・ 知人	ポスタ ー、チ ラシ、 パンフ レット、 リーフ レット	自治体 や薬剤 師会の HPや SNS	薬局が 開催す るイベ ント	テレ ビ・ラ ジオ	新聞・ 雑誌・ 書籍	自治体 や薬剤 師会以 外の HPや SNS	その他	
全体		(%)	44.8	30.0	20.9	28.3	20.4	13.0	10.4	7.4	9.1	2.2	
		(n)	230	103	69	48	65	47	30	24	17	21	5
性別	男性	(%)	40.8	43.3	20.8	30.8	25.8	12.5	11.7	9.2	10.0	3.3	
		(n)	120	49	52	25	37	31	15	14	11	12	4
	女性	(%)	48.1	15.7	21.3	25.0	14.8	13.9	8.3	5.6	8.3	0.9	
		(n)	108	52	17	23	27	16	15	9	6	9	1
年代別	20歳代	(%)	37.1	34.3	30.0	31.4	31.4	15.7	17.1	5.7	10.0	2.9	
		(n)	70	26	24	21	22	22	11	12	4	7	2
	30歳代	(%)	40.3	33.3	19.4	30.6	22.2	9.7	5.6	4.2	12.5	1.4	
		(n)	72	29	24	14	22	16	7	4	3	9	1
	40歳代	(%)	55.6	36.1	19.4	27.8	13.9	11.1	11.1	11.1	8.3	2.8	
		(n)	36	20	13	7	10	5	4	4	4	3	1
	50歳代	(%)	55.0	10.0	15.0	25.0	10.0	10.0	10.0	15.0	0.0	0.0	
		(n)	20	11	2	3	5	2	2	2	3	0	0
	60歳代	(%)	40.0	20.0	10.0	20.0	0.0	30.0	10.0	10.0	0.0	10.0	
		(n)	10	4	2	1	2	0	3	1	1	0	1
	70歳代以上	(%)	59.1	18.2	9.1	18.2	9.1	13.6	4.5	9.1	9.1	0.0	
		(n)	22	13	4	2	4	2	3	1	2	2	0
	への興味・関心別	あり	(%)	42.9	34.0	23.2	29.1	22.2	14.3	10.3	6.9	9.4	2.5
			(n)	203	87	69	47	59	45	29	21	14	19
なし		(%)	59.3	0.0	3.7	22.2	7.4	3.7	11.1	11.1	7.4	0.0	
		(n)	27	16	0	1	6	2	1	3	3	2	0
利用状況別の「健康食品」の	現在利用している	(%)	49.7	39.2	20.3	30.8	26.6	12.6	11.9	9.1	10.5	2.1	
		(n)	143	71	56	29	44	38	18	17	13	15	3
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)	30.9	21.8	29.1	21.8	16.4	18.2	7.3	1.8	1.8	3.6	
		(n)	55	17	12	16	12	9	10	4	1	1	2
	利用したことはない	(%)	46.9	3.1	9.4	28.1	0.0	6.3	9.4	9.4	15.6	0.0	
		(n)	32	15	1	3	9	0	2	3	3	5	0

複数回答可

表 1-20 健康サポート薬局への相談経験

			全体	相談したことがある	相談したことがない	
全体		(%)		57.8	42.2	
		(n)	230	133	97	
性別	男性	(%)		65.0	35.0	
		(n)	120	78	42	
	女性	(%)		50.0	50.0	
		(n)	108	54	54	
年代別	20歳代	(%)		74.3	25.7	
		(n)	70	52	18	
	30歳代	(%)		62.5	37.5	
		(n)	72	45	27	
	40歳代	(%)		55.6	44.4	
		(n)	36	20	16	
	50歳代	(%)		35.0	65.0	
		(n)	20	7	13	
	60歳代	(%)		20.0	80.0	
		(n)	10	2	8	
	70歳代以上	(%)		31.8	68.2	
		(n)	22	7	15	
	への興味・関心別	あり	(%)		62.6	37.4
			(n)	203	127	76
なし		(%)		22.2	77.8	
		(n)	27	6	21	
利用状況別	現在利用している	(%)		64.3	35.7	
		(n)	143	92	51	
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		52.7	47.3	
		(n)	55	29	26	
	利用したことはない	(%)		37.5	62.5	
		(n)	32	12	20	

表 1-21 健康サポート薬局への相談による問題解決

			全体	解決した	解決しなかった	
全体		(%)		95.5	4.5	
		(n)	133	127	6	
性別	男性	(%)		96.2	3.8	
		(n)	78	75	3	
	女性	(%)		94.4	5.6	
		(n)	54	51	3	
年代別	20歳代	(%)		96.2	3.8	
		(n)	52	50	2	
	30歳代	(%)		97.8	2.2	
		(n)	45	44	1	
	40歳代	(%)		90.0	10.0	
		(n)	20	18	2	
	50歳代	(%)		100.0	0.0	
		(n)	7	7	0	
	60歳代	(%)		100.0	0.0	
		(n)	2	2	0	
	70歳代以上	(%)		85.7	14.3	
		(n)	7	6	1	
	への興味・関心別	あり	(%)		95.3	4.7
			(n)	127	121	6
なし		(%)		100.0	0.0	
		(n)	6	6	0	
利用状況別	現在利用している	(%)		97.8	2.2	
		(n)	92	90	2	
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		96.6	3.4	
		(n)	29	28	1	
	利用したことはない	(%)		75.0	25.0	
		(n)	12	9	3	

表 1-22 健康サポート薬局の利用希望

			全体	利用したい	利用したいと思わない	
全体		(%)		44.8	55.2	
		(n)	3,939	1,765	2,174	
性別	男性	(%)		40.5	59.5	
		(n)	1,952	790	1,162	
	女性	(%)		49.3	50.7	
		(n)	1,971	971	1,000	
年代別	356		294	36.8	63.2	
		(n)	661	243	418	
	30 歳代	(%)		40.1	59.9	
		(n)	669	268	401	
	40 歳代	(%)		39.7	60.3	
		(n)	653	259	394	
	50 歳代	(%)		45.7	54.3	
		(n)	648	296	352	
	60 歳代	(%)		49.8	50.2	
		(n)	650	324	326	
	70 歳代以上	(%)		57.0	43.0	
		(n)	658	375	283	
	への興味・関心別	あり	(%)		66.9	33.1
			(n)	1,905	1,275	630
なし		(%)		24.1	75.9	
		(n)	2,034	490	1,544	
利用状況別	現在利用している	(%)		63.4	36.6	
		(n)	1,337	848	489	
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		54.2	45.8	
		(n)	896	486	410	
	利用したことはない	(%)		25.3	74.7	
		(n)	1,706	431	1,275	

表 1-23 利用したい健康サポート薬局の健康サポート機能

			全体	市販薬に関する相談	いわゆる「健康食品」・サプリメントに関する相談	介護に関する相談	食事・栄養摂取に関する相談	検査機器に関する相談	健康チェックに基づく健康相談	地域の医療機関受診や健康関連行政サービスの利用に関する相談	その他
全体		(%)		67.3	69.8	14.1	36.3	14.2	35.4	17.7	0.3
		(n)	1,765	1,188	1,232	248	641	251	625	313	5
性別	男性	(%)		64.2	70.1	13.7	36.1	15.7	33.8	14.6	0.1
		(n)	790	507	554	108	285	124	267	115	1
	女性	(%)		69.7	69.6	14.2	36.4	12.9	36.6	20.4	0.4
		(n)	971	677	676	138	353	125	355	198	4
年代別	20歳代	(%)		60.9	55.6	15.2	38.3	21.4	25.1	11.5	0.8
		(n)	243	148	135	37	93	52	61	28	2
	30歳代	(%)		64.9	68.3	15.7	40.7	11.9	30.6	12.7	0.4
		(n)	268	174	183	42	109	32	82	34	1
	40歳代	(%)		69.5	68.3	14.7	39.4	12.7	37.1	17.8	0.0
		(n)	259	180	177	38	102	33	96	46	0
	50歳代	(%)		76.4	73.6	17.6	39.9	13.2	34.8	18.9	0.3
		(n)	296	226	218	52	118	39	103	56	1
	60歳代	(%)		71.6	71.6	14.2	33.6	13.9	38.6	21.9	0.3
		(n)	324	232	232	46	109	45	125	71	1
	70歳代以上	(%)		60.8	76.5	8.8	29.3	13.3	42.1	20.8	0.0
		(n)	375	228	287	33	110	50	158	78	0
興味・関心別	あり	(%)		64.7	78.7	14.6	38.1	14.1	36.4	17.1	0.2
		(n)	1,275	825	1,004	186	486	180	464	218	3
	なし	(%)		74.1	46.5	12.7	31.6	14.5	32.9	19.4	0.4
		(n)	490	363	228	62	155	71	161	95	2
利用状況別の「健康食品」の	現在利用している	(%)		66.0	81.7	15.4	37.5	14.0	34.2	17.8	0.4
		(n)	848	560	693	131	318	119	290	151	3
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		66.3	67.1	12.6	34.6	13.6	38.1	15.6	0.2
		(n)	486	322	326	61	168	66	185	76	1
	利用したことはない	(%)		71.0	49.4	13.0	36.0	15.3	34.8	20.0	0.2
		(n)	431	306	213	56	155	66	150	86	1

複数回答可



表 1-24 薬剤師に加えて薬局（健康サポート薬局を含む）にいると良いと思う専門資格者

			全体	いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格保有者	看護師	管理栄養士・栄養士	保健師	その他	
全体		(%)		65.5	19.0	35.5	17.3	3.9	
		(n)	3,939	2,580	748	1,399	682	155	
性別	男性	(%)		62.4	19.2	36.6	17.1	4.7	
		(n)	1,952	1,218	374	715	333	92	
	女性	(%)		68.8	18.8	34.4	17.4	3.1	
		(n)	1,971	1,357	371	678	343	62	
年代別	20歳代	(%)		62.3	21.9	34.3	20.6	2.6	
		(n)	661	412	145	227	136	17	
	30歳代	(%)		64.1	21.7	40.5	19.6	3.4	
		(n)	669	429	145	271	131	23	
	40歳代	(%)		62.6	22.5	38.1	17.6	3.7	
		(n)	653	409	147	249	115	24	
	50歳代	(%)		66.4	17.9	35.2	13.7	4.8	
		(n)	648	430	116	228	89	31	
	60歳代	(%)		68.5	15.2	31.5	14.9	5.5	
		(n)	650	445	99	205	97	36	
	70歳代以上	(%)		69.1	14.6	33.3	17.3	3.6	
		(n)	658	455	96	219	114	24	
	への興味・関心別	あり	(%)		76.6	19.1	38.8	15.3	1.4
			(n)	1,905	1,460	363	740	291	27
なし		(%)		55.1	18.9	32.4	19.2	6.3	
		(n)	2,034	1,120	385	659	391	128	
利用状況別	現在利用している	(%)		78.6	17.5	37.0	14.6	2.2	
		(n)	1,337	1,051	234	495	195	29	
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		71.2	19.6	37.9	16.2	1.8	
		(n)	896	638	176	340	145	16	
	利用したことはない	(%)		52.2	19.8	33.1	20.0	6.4	
		(n)	1,706	891	338	564	342	110	

複数回答可

表 1-25 薬局（健康サポート薬局を含む）におけるいわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格者が相談に応じることの必要性

			全体	必要だと思う	必要だと思わない	
全体		(%)		60.8	39.2	
		(n)	3,939	2,395	1,544	
性別	男性	(%)		56.5	43.5	
		(n)	1,952	1,102	850	
	女性	(%)		65.3	34.7	
		(n)	1,971	1,287	684	
年代別	20歳代		294	49.5	50.5	
		(n)	661	327	334	
	30歳代	(%)		52.3	47.7	
		(n)	669	350	319	
	40歳代	(%)		56.4	43.6	
		(n)	653	368	285	
	50歳代	(%)		61.4	38.6	
		(n)	648	398	250	
	60歳代	(%)		69.8	30.2	
		(n)	650	454	196	
	70歳代以上	(%)		75.7	24.3	
		(n)	658	498	160	
	いわゆる「健康食品」への興味・関心別	あり	(%)		78.8	21.2
			(n)	1,905	1,501	404
なし		(%)		44.0	56.0	
		(n)	2,034	894	1,140	
利用状況別 いわゆる「健康食品」の	現在利用している	(%)		76.4	23.6	
		(n)	1,337	1,021	316	
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		70.2	29.8	
		(n)	896	629	267	
	利用したことはない	(%)		43.7	56.3	
		(n)	1,706	745	961	

表 1-26 保健機能食品の認知度

			全体	知っている	知らない
全体		(%)		37.5	62.5
		(n)	3,939	1,477	2,462
性別	男性	(%)		36.6	63.4
		(n)	1,952	714	1,238
	女性	(%)		38.5	61.5
		(n)	1,971	758	1,213
年代別	20 歳代	(%)		36.5	63.5
		(n)	661	241	420
	30 歳代	(%)		41.4	58.6
		(n)	669	277	392
	40 歳代	(%)		39.4	60.6
		(n)	653	257	396
	50 歳代	(%)		36.0	64.0
		(n)	648	233	415
	60 歳代	(%)		38.2	61.8
		(n)	650	248	402
	70 歳代以上	(%)		33.6	66.4
		(n)	658	221	437
への興味・関心別	あり	(%)		51.1	48.9
		(n)	1,905	974	931
	なし	(%)		24.7	75.3
		(n)	2,034	503	1,531
利用状況別	現在利用している	(%)		52.7	47.3
		(n)	1,337	705	632
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		43.6	56.4
		(n)	896	391	505
	利用したことはない	(%)		22.3	77.7
		(n)	1,706	381	1,325

表 1-27 特定保健用食品（トクホ）の認知度

			全体	知っていて利用 したこともある	知っているが利用 したことはない	知らない (わからない)	
全体		(%)		29.3	40.5	30.2	
		(n)	3,939	1,153	1,595	1,191	
性別	男性	(%)		28.3	38.7	33.0	
		(n)	1,952	553	755	644	
	女性	(%)		30.3	42.3	27.4	
		(n)	1,971	597	834	540	
年代別	20 歳代	(%)		26.6	34.3	39.0	
		(n)	661	176	227	258	
	30 歳代	(%)		32.1	36.0	31.8	
		(n)	669	215	241	213	
	40 歳代	(%)		30.0	34.9	35.1	
		(n)	653	196	228	229	
	50 歳代	(%)		30.1	42.7	27.2	
		(n)	648	195	277	176	
	60 歳代	(%)		28.8	46.5	24.8	
		(n)	650	187	302	161	
	70 歳代以上	(%)		28.0	48.6	23.4	
		(n)	658	184	320	154	
	への興味・関心別	あり	(%)		44.5	40.9	14.5
			(n)	1,905	848	780	277
なし		(%)		15.0	40.1	44.9	
		(n)	2,034	305	815	914	
利用状況別	現在利用している	(%)		48.6	38.4	12.9	
		(n)	1,337	650	514	173	
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		35.0	47.8	17.2	
		(n)	896	314	428	154	
	利用したことはない	(%)		11.1	38.3	50.6	
		(n)	1,706	189	653	864	

表 1-28 栄養機能食品の認知度

			全体	知っていて利用 したこともある	知っているが利用 したことはない	知らない (わからない)	
全体		(%)		20.3	31.3	48.5	
		(n)	3,939	799	1,231	1,909	
性別	男性	(%)		19.1	31.3	49.7	
		(n)	1,952	372	610	970	
	女性	(%)		21.6	31.3	47.1	
		(n)	1,971	425	617	929	
年代別	20 歳代	(%)		21.6	30.3	48.1	
		(n)	661	143	200	318	
	30 歳代	(%)		25.3	31.2	43.5	
		(n)	669	169	209	291	
	40 歳代	(%)		22.7	28.5	48.9	
		(n)	653	148	186	319	
	50 歳代	(%)		19.0	31.5	49.5	
		(n)	648	123	204	321	
	60 歳代	(%)		17.8	32.5	49.7	
		(n)	650	116	211	323	
	70 歳代以上	(%)		15.2	33.6	51.2	
		(n)	658	100	221	337	
	への興味・関心別	あり	(%)		34.0	34.2	31.8
			(n)	1,905	648	651	606
なし		(%)		7.4	28.5	64.1	
		(n)	2,034	151	580	1,303	
利用状況別	現在利用している	(%)		38.1	30.3	31.6	
		(n)	1,337	510	405	422	
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		22.4	39.7	37.8	
		(n)	896	201	356	339	
	利用したことはない	(%)		5.2	27.5	67.3	
		(n)	1,706	88	470	1,148	

表 1-29 機能性表示食品の認知度

			全体	知っていて利用 したこともある	知っているが利用 したことはない	知らない (わからない)	
全体		(%)		23.3	30.8	45.9	
		(n)	3,939	918	1,214	1,807	
性別	男性	(%)		23.4	29.7	46.9	
		(n)	1,952	457	579	916	
	女性	(%)		23.2	32.0	44.7	
		(n)	1,971	458	631	882	
年代別	20 歳代	(%)		25.4	29.2	45.4	
		(n)	661	168	193	300	
	30 歳代	(%)		28.0	31.7	40.4	
		(n)	669	187	212	270	
	40 歳代	(%)		25.4	25.6	49.0	
		(n)	653	166	167	320	
	50 歳代	(%)		22.8	31.6	45.5	
		(n)	648	148	205	295	
	60 歳代	(%)		20.2	35.1	44.8	
		(n)	650	131	228	291	
	70 歳代以上	(%)		17.9	31.8	50.3	
		(n)	658	118	209	331	
	への興味・関心別	あり	(%)		38.6	30.9	30.5
			(n)	1,905	735	589	581
なし		(%)		9.0	30.7	60.3	
		(n)	2,034	183	625	1,226	
利用状況別	現在利用している	(%)		43.2	28.3	28.5	
		(n)	1,337	577	379	381	
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		24.3	38.4	37.3	
		(n)	896	218	344	334	
	利用したことはない	(%)		7.2	28.8	64.0	
		(n)	1,706	123	491	1,092	

表 1-30 保健機能食品以外のいわゆる「健康食品」はその他のいわゆる「健康食品」に分類され、機能（効果）に関する表示をして販売することができないことを知っているか

			全体	知っている	知らない	
全体		(%)		22.5	77.5	
		(n)	3,939	887	3,052	
性別	男性	(%)		22.0	78.0	
		(n)	1,952	430	1,522	
	女性	(%)		23.1	76.9	
		(n)	1,971	456	1,515	
年代別	20 歳代	(%)		25.6	74.4	
		(n)	661	169	492	
	30 歳代	(%)		25.3	74.7	
		(n)	669	169	500	
	40 歳代	(%)		19.4	80.6	
		(n)	653	127	526	
	50 歳代	(%)		20.4	79.6	
		(n)	648	132	516	
	60 歳代	(%)		22.9	77.1	
		(n)	650	149	501	
	70 歳代以上	(%)		21.4	78.6	
		(n)	658	141	517	
	いわゆる「健康食品」への興味・関心別	あり	(%)		35.0	65.0
			(n)	1,905	666	1,239
なし		(%)		10.9	89.1	
		(n)	2,034	221	1,813	
いわゆる「健康食品」の利用状況別	現在利用している	(%)		37.2	62.8	
		(n)	1,337	498	839	
	過去に利用していたが、現在は利用していない	(%)		23.5	76.5	
		(n)	896	211	685	
	利用したことはない	(%)		10.4	89.6	
		(n)	1,706	178	1,528	

表 2-1 勤務先、役職

		(n)	(%)
全体		500	
薬局	経営者	24	4.8
	経営者兼管理薬剤師(薬局長)	31	6.2
	管理薬剤師(薬局長)	173	34.6
	エリアマネージャー・本部勤務	21	4.2
	一般社員	85	17.0
	パート・アルバイト	38	7.6
	その他	3	0.6
病院	薬剤部長・薬剤科長	47	9.4
	一般社員	66	13.2
	その他	5	1.0
医療機関勤務以外		7	1.4

表 2-2-1 勤務先店舗数（薬局勤務者のみ）

	(n)	(%)
全体	375	
単店	77	20.5
2～10 店舗	130	34.7
11～50 店舗	84	22.4
51～100 店舗	19	5.1
101～200 店舗	19	5.1
201 店舗以上	46	12.3
その他	0	0.0

表 2-2-2 勤務先の立地（薬局勤務者のみ）

	(n)	(%)
全体	(375)	
総合病院等の門前薬局	52	13.9
開業医クリニックの門前薬局	230	61.3
面分業薬局	80	21.3
医療ビル・モール内の薬局	12	3.2
その他	1	0.3
総合病院等の門前薬局	52	13.9



表 2-3-1 勤務先形態（病院勤務者のみ）

	(n)	(%)
全体	118	
大学病院	14	11.9
国立病院・公立病院	19	16.1
一般病院	82	69.5
開業医・クリニック	3	2.5
その他	0	0.0

表 2-3-2 勤務先病床数（病院勤務者のみ）

	(n)	(%)
全体	118	
20～50	7	5.9
51～100	19	16.1
101～500	67	56.8
501～	23	19.5
その他	2	1.7

表 2-4 勤務先の健康サポート薬局としての届出の有無

	(n)	(%)
全体	500	
届出あり	87	17.4
届出なし	294	58.8
薬局勤務ではない	119	23.8

表 2-5 いわゆる「健康食品」・サプリメントの販売や提供への関与

	(n)	(%)
全体	500	
販売や提供に携わっている	279	55.8
販売や提供に携わっていない	221	44.2

表 2-6 いわゆる「健康食品」・サプリメントの相談応需経験

	(n)	(%)
全体	500	
経験あり	469	93.8
経験なし	31	6.2

表 2-7 いわゆる「健康食品」・サプリメントの相談応需件数（年間）

	(n)	(%)
全体	469	
10 件未満	253	53.9
10～24 件	142	30.3
25～49 件	45	9.6
50～74 件	14	3.0
75～99 件	4	0.9
100 件以上	11	2.3

表 2-8 いわゆる「健康食品」・サプリメントの摂取と関連が疑われる健康被害の相談応需経験

	(n)	(%)
全体	469	
経験あり	112	23.9
経験なし	357	76.1

表 2-9 いわゆる「健康食品」・サプリメントに関する質問に回答できるか

	(n)	(%)
全体	500	
よく回答できる	23	4.6
回答できる	126	25.2
少し回答できる	236	47.2
あまり回答できない	103	20.6
回答できない	10	2.0
全く回答できない	2	0.4

表 2-10 いわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格者の養成と認定の認知度

	(n)	(%)
全体	500	
知っている	177	35.4
知らない	323	64.6

表 2-11 認知しているいわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格

	(n)	(%)
全体	177	
NR・SA (日本臨床栄養協会が認定)	160	90.4
健康食品管理士・食の安全管理士 (日本食品安全協会が認定)	40	22.6
食品保健指導士 (日本健康・栄養食品協会が認定)	24	13.6
健康食品領域研修認定薬剤師 (神戸薬科大学が認定)	17	9.6
その他	4	2.3

表 2-12 職場でのいわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格者在籍の有無

	(n)	(%)
全体	177	
在籍している	46	26.0
在籍していない	125	70.6
わからない	6	3.4

表 2-13 職場にいわゆる「健康食品」やサプリメントの専門資格者が在籍することは有益か

	(n)	(%)
全体	500	
有益だと思う	320	64.0
有益だと思わない	36	7.2
どちらともいえない	144	28.8

表 2-14 いわゆる「健康食品」等による健康被害と疑われる事例発生時、保健所への情報提供の  
協力が要請されていることを知っているか

	(n)	(%)
全体	500	
知っている	244	48.8
知らない	256	51.2

令和5年度 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・有効性情報データベースを活用した健康食品の安全性確保に関する研究  
(21KA2002)  
分担研究報告書

研究3) 医薬品との相互作用検索システムの構築

分担研究者 荒木通啓 (国研) 医薬基盤・健康・栄養研究所 AI健康医薬研究センター

### 研究要旨

いわゆる「健康食品」の利用において、近年問題となるのが医薬品との併用であり、医薬品との併用による相互作用は健康被害の原因となる。その一方で、いわゆる「健康食品」と医薬品の相互作用については情報が少ないという問題点がある。

そこで KEGG DRUG（日本、米国、欧州の医薬品情報を一元的に集約したデータベース）情報から、医薬品代謝に関する代謝酵素に関するデータを抽出する。同時に HFNet、PubMed の文献情報を利用して、いわゆる「健康食品」素材による薬物代謝酵素（CYP）への影響を網羅的にスクリーニングし、両データを用いた相互作用の検索システムを構築する。

いわゆる「健康食品」と医薬品との相互作用については、網羅的な情報リソースが提供されていないため、当該情報を充実させるとともに、検索システムを構築することにより、AS（アドバイザリースタッフ）・認定薬剤師が消費者（患者）へアドバイスする際の助けとなる。

### A. 研究目的

健康維持・増進に向けて、個人のセルフケア・セルフメディケーションの実践が推奨されているなか、食・栄養を補完するようないわゆる「健康食品」に対する関心も高まってきている。「健康食品」の安全性・有効性情報データベース（HFNet）は、消費者がいわゆる「健康食品」に関する情報を得るうえで、重要な情報リソースの一つであり、いわゆる「健康食品」に関する情報が随時アップデートされている。

また、セルフケア・セルフメディケーションの一環として、OTC を含む医薬品の摂取もまた消費者の判断に任せられている状況である。医薬品についても、安全性・有効性に関しては、薬剤師から得られるような情報の他、点在した

情報リソースを頼りに消費者は摂取の判断を行っている状況である。

このように、いわゆる「健康食品」と医薬品はそれぞれ独立した形で安全性・有効性に関する情報リソースが提供されているが、消費者としては、日常生活において、医薬品といわゆる「健康食品」を同時摂取する上で、医薬品といわゆる「健康食品」の相互作用情報など、十分な情報が提供されていない状況である。

こうした背景のもと、いわゆる「健康食品」と医薬品の相互作用情報を提供していくために、いわゆる「健康食品」と医薬品の情報とそれぞれの代謝酵素に関わる情報をデータベース、文献情報から抽出し、データ構造化を行うとともに、得られた情報を提供できるような検

索システムの開発を目的とする。

## B. 研究方法

### 1) 医薬品及びいわゆる「健康食品」の情報の抽出・整理

KEGG DRUG（日本、米国、欧州の医薬品情報を一元的に集約したデータベース）情報から、医薬品とその代謝に関する代謝酵素データを抽出し、リスト化を行った。また、HFNet、PubMed の文献情報を利用して、いわゆる「健康食品」素材と薬物代謝酵素（CYP）に関する情報を網羅的に取得し、いわゆる「健康食品」の日本語、英語、学名でそれぞれリスト化し、いわゆる「健康食品」・代謝酵素と PubMed ID の対応付けを行った。

### 2) 検索システムの構築

上記で得られたデータについて、医薬品といわゆる「健康食品」の両データを用いた相互作用の検索システム、予測システム、web ツールを仮想環境にて構築した。

## C. 研究結果

### 1) 医薬品及びいわゆる「健康食品」の情報の抽出・整理

KEGG DRUG から、医薬品 1270 件、薬物代謝酵素 59 件の各情報を抽出し、HFNet 並びに NIH データベースより、いわゆる「健康食品」情報として、365 件の情報を抽出し、リスト化した。いわゆる「健康食品」の各名称と代謝酵素をキーワードとして、PubMed 検索を行い、各関係性を抽出した。結果、いわゆる「健康食品」・酵素 4,801 件、薬・酵素 8,257 件、薬・いわゆる「健康食品」38,043 件、いわゆる「健康食品」・酵素・薬 1,105,947 件の関係性が得られた。こうした網羅的な関係性情報を利用して、ネットワーク解析および酵素毎にクラスタリングを実施し、各クラスタ(酵素)で、既知の関係が占める割合を算出することで、未知の関係性の抽出とスコアリングを実施した。また、大

規模言語モデルを活用した手法を用いて、各単語の生物医学的な背景知識を考慮した単語間の関係性の解析モデルを作成し、未知の関係性の予測するための方法を開発した。これらを web ツール上に実装するためのデータ構造化と web ツール開発を行った。

### 2) 検索システムの構築

上記で得られたデータについて、医薬品といわゆる「健康食品」の両データを統合、リスト化し、相互作用の検索システム、web ツールを構築した（図1）。

## D. 考察

セルフケア・セルフメディケーションの背景のもと、いわゆる「健康食品」と医薬品の併用機会の利用が拡大している。本研究では、医薬品といわゆる「健康食品」の相互作用情報の抽出を実施した。現時点で抽出された情報のうち、予測された未知情報については、一定程度の信頼性はあるものの、確実な情報ではないといった懸念点もある。このため、構築された検索システムを利用して、人手によるデータキュレーションに活用しつつ、確実な情報提供を行う必要があるだろう。

また、今般抽出されたいわゆる「健康食品」と医薬品の情報は、基本的に網羅的な論文情報をベースにしていることから、そもそもいわゆる「健康食品」と医薬品の相互作用の観点で研究されているものも多くはない。このため、新たないわゆる「健康食品」と医薬品の相互作用予測も含めた、より確からしいいわゆる「健康食品」と医薬品の関係性を抽出する情報解析をさらに進めていく必要性がある。

## E. 結論

データベースや文献情報から、医薬品、いわゆる「健康食品」、代謝酵素に関連する情報抽出を行い、各情報を統合した。統合された情報を利用して、検索システムを構築した。今後、

検索システムを利用していくことにより、より確からしい情報提供のためのマニュアルキュレーションやAS・認定薬剤師が消費者(患者)へアドバイスする際の助けとなることが期待される。

## **F. 研究発表**

### **(1) 論文発表**

特になし

### **(2) 学会発表**

特になし

### **(3) その他**

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. 検索システム事例

The image contains two screenshots of a search system interface. Both screenshots have a navigation bar at the top with the following items: Home (represented by a house icon), About, Health Foods, Drug, enzyme, and a search button labeled 'サイト内検索'.

The left screenshot shows a search result page. At the top, it says 'いわゆる「健康食品」'. Below that, there is a search bar containing 'HF0006' with a magnifying glass icon. The main content is a table with the following data:

HFfood ID	Name	関連酵素数	関連薬剤数
HF0001	4-hydroxyproline	4	10
HF0002	5- Aminiolevalinic Acid	45	92
HF0003	Docosahexaenoic acid	63	125
HF0004	Eicosapentaenoic acid	25	300
HF0005	N-acetylglucosamine	0	2
HF0006	Eyebright	1	30

The right screenshot shows a '組み合わせ検索' (Combination Search) interface. It has three search bars labeled 'いわゆる「健康食品」', '代謝酵素' (Metabolic Enzymes), and '薬剤' (Drugs). The first bar contains 'HF0001', the second contains 'E0004', and the third contains 'D0002'. Below each bar is a list of related items with magnifying glass icons. The first list includes: 亜鉛 (HF0001), 骨汁 (HF0002), アカガウケルア (HF0003), アカザ (HF0004), アカシア (HF0005), ..., ウコン (HF0014). The second list includes: CYP1A1 (E0001), CYP2C19 (E0002), UGT2B (E0003), CES1 (E0004), ADA (E0005), ..., GST (HAS0014). The third list includes: ミダゾラム (D0001), クロバザム (D0002), セリチニブ (D0003), アバルタミド (D0004), シクロスポリン (D0005), ..., フェニトイン (D0014). At the bottom center, there is a '検索' (Search) button.



Home About. Health Foods Drug enzyme サイト内検索

いわゆる「健康食品」：HF0006 Eyebright

```

    graph TD
      HF0006((HF0006)) --- D0066((D0066))
      HF0006 --- E0003((E0003))
      HF0006 --- D0069((D0069))
  
```

薬剂

Drug ID	Name
D0066	Progesterone
D0184	Cyclosporine
D0195	Codeine
D0199	Almaline
D0210	Norfloxacin
D0211	Rifampin

代謝酵素

Enzyme ID	Name
E0003	cytochrome P450 family 2
E0004	catechol-O-methyltransferase
E0005	monoamine oxidase A
E0006	monoamine oxidase B
E0023	N-acetyltransferase 2
E0024	aldehyde oxidase 1

Home About. Health Foods Drug enzyme サイト内検索

いわゆる「健康食品」：HF0001 亜鉛

- 代謝酵素：E0004 CES1
- 薬剂：D0002 クロバザム

```

    graph TD
      HF0001((HF0001)) --- D0184((D0184))
      HF0001 --- D0066((D0066))
      HF0001 --- E0024((E0024))
      HF0001 --- HF0008((HF0008))
      HF0001 --- D0069((D0069))
      D0002((D0002)) --- HF0001
  
```

薬剂

Drug ID	Name
D0066	Progesterone
D0184	Cyclosporine
D0195	Codeine
D0199	Almaline
D0210	Norfloxacin
D0211	Rifampin

代謝酵素

Enzyme ID	Name
E0003	cytochrome P450 family 2
E0004	catechol-O-methyltransferase
E0005	monoamine oxidase A
E0006	monoamine oxidase B
E0023	N-acetyltransferase 2
E0024	aldehyde oxidase 1

いわゆる「健康食品」

HF0002	Name
HF0002	5-aminolevulinic acid
HF0008	turmeric
HF0010	astaxanthin
HF0011	aspartic acid
HF0033	olive
HF0187	omega-3 fatty acids

## II. 研究成果の刊行に関する一覧表

研究成果の刊行に関する一覧表

雑誌

発表者氏名	論文タイトル名	発表誌名	巻号	ページ	出版年
該当なし					

令和6年4月1日

厚生労働大臣 殿

機関名 国立研究開発法人  
医薬基盤・健康・栄養研究所

所属研究機関長 職 名 理事長

氏 名 中村 祐輔

次の職員の令和5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。

- 研究事業名 食品の安全確保推進研究事業
- 研究課題名 「健康食品」の安全性・有効性情報データベースを活用した健康食品の安全性確保に関する研究
- 研究者名 (所属部署・職名) 理事  
(氏名・フリガナ) 瀧本 秀美 (タキモト ヒデミ)

#### 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)
人を対象とする生命科学・医学系研究に関する倫理指針 (※3)	<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"/>
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」、「臨床研究に関する倫理指針」、「ヒトゲノム・遺伝子解析研究に関する倫理指針」、「人を対象とする医学系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 checked="" type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> (無の場合はその理由： )
当研究機関におけるCOI委員会設置の有無	有 <input checked="" type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> (無の場合は委託先機関： )
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： )

令和6年4月1日

厚生労働大臣 殿

機関名 国立研究開発法人  
医薬基盤・健康・栄養研究所

所属研究機関長 職 名 理事長

氏 名 中村 祐輔

次の職員の令和5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。

- 研究事業名 食品の安全確保推進研究事業
- 研究課題名 「健康食品」の安全性・有効性情報データベースを活用した健康食品の安全性確保に関する研究
- 研究者名 (所属部署・職名) 国立健康・栄養研究所 食品保健機能研究部・室長  
(氏名・フリガナ) 種村 菜奈枝 (タネムラ ナナエ)

#### 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)
人を対象とする生命科学・医学系研究に関する倫理指針 (※3)	<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"/>
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」、「臨床研究に関する倫理指針」、「ヒトゲノム・遺伝子解析研究に関する倫理指針」、「人を対象とする医学系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 checked="" type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> (無の場合はその理由: )
当研究機関におけるCOI委員会設置の有無	有 <input checked="" type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> (無の場合は委託先機関: )
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: )

令和6年4月4日

厚生労働大臣 殿

所属研究機関長 機関名 神戸薬科大学  
職名 学長

氏名 北川 裕之

次の職員の令和5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」の安全性・有効性情報データベースを活用した健康食品の安全性確保に関する研究
3. 研究者名 (所属部署・職名) エクステンションセンター・講師  
(氏名・フリガナ) 鎌尾 まや (カマオ マヤ)

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)
人を対象とする生命科学・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"/>	神戸薬科大学における人を対象とする研究倫理審査委員会	<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"/>
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」、「臨床研究に関する倫理指針」、「ヒトゲノム・遺伝子解析研究に関する倫理指針」、「人を対象とする医学系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 checked="" type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> (無の場合はその理由: )
当研究機関におけるCOI委員会設置の有無	有 <input checked="" type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> (無の場合は委託先機関: )
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: )

令和6年4月1日

厚生労働大臣 殿

機関名 国立研究開発法人  
医薬基盤・健康・栄養研究所  
所属研究機関長 職名 理事長

氏名 中村 祐輔

次の職員の令和5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」の安全性・有効性情報データベースを活用した健康食品の安全性確保に関する研究
3. 研究者名 (所属部署・職名) 国立健康・栄養研究所 AI栄養チーム・  
AI健康医薬研究センター・統括研究員・副センター長  
(氏名・フリガナ) 荒木 通啓 (アラキ ミチヒロ)

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)
人を対象とする生命科学・医学系研究に関する倫理指針 (※3)	<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"/>
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) 未審査に場合は、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」、「臨床研究に関する倫理指針」、「ヒトゲノム・遺伝子解析研究に関する倫理指針」、「人を対象とする医学系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 checked="" type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> (無の場合はその理由: )
当研究機関におけるCOI委員会設置の有無	有 <input checked="" type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> (無の場合は委託先機関: )
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: )