

令和3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  
ー消費者における健康食品の利用実態調査ー

研究代表者 千葉 剛 (国研) 医薬基盤・健康・栄養研究所 食品保健機能研究部  
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

これまでの調査から20歳以上の消費者において、医薬品と健康食品（サプリメントを含む）を併用している者は約20%であり、また未成年においても一定の割合で併用している者が認められる。本来、医薬品を服用している者では、健康食品の利用に対しては慎重になるべきであるため、医薬品服用の有無により健康食品に対する意識に違いがあるのかを調査した（調査1）。また、インターネットを中心に、様々な健康食品素材が新型コロナウイルス感染症の予防によいという情報が流れていることから、新型コロナウイルス感染症予防目的での健康食品の利用実態について調査を行った（調査2）。

#### （調査1）医薬品・健康食品摂取状況の違いによる健康食品に対する意識調査

20歳以上の消費者10,129名を対象に医薬品及び健康食品の利用についてインターネット調査を実施した。その結果、14.7%（OTCを含む：19.4%）が医薬品と健康食品を併用していた。医薬品・健康食品の利用状況の異なる2,000名を対象に、健康食品に対する意識について質問したところ、健康食品の安全性、有効性ともに、医薬品服用の有無では違いは認められず、一方、健康食品の利用者は非利用者に比較し、安全かつ有効であるというイメージを持つ者の割合が高かった。また、「健康食品」の安全性・有効性情報データベース（HFNet）の認知度においては、医薬品、健康食品の利用はいずれも影響は認められず、全体の7%にとどまっていた。

#### （調査2）新型コロナウイルス感染症予防のための健康食品利用実態調査

20歳以上の消費者40,378名を対象に新型コロナウイルス感染症予防目的での健康食品の利用についてインターネット調査を実施した。その結果、8.3%が新型コロナウイルス感染症予防目的で健康食品を利用していた。予防目的で健康食品を利用している2,000名を対象に本調査を実施した。主な成分として、ビタミンC、ビタミンD、プロバイオティクスが多く利用されていた。HFNet内のコロナ情報サイトの認知について尋ねたところ、認知度は33%であり、認知していた者の80%は役に立ったと回答した。

以上の結果から、健康食品利用者の背景により、HFNetの認知度、利用率が異なることが考えられた。医薬品服用者においては、健康食品の利用は特に気を付けなければならない、病気や新型コロナウイルス感染症予防の目的に、根拠のない製品の利用により反って健康被害をもたらす可能性もあることから、利用者の背景を考慮した情報提供の必要がある。

## A. 目的

「健康食品」の安全性・有効性情報サイト (HFNet) では、健康食品 (サプリメントを含む) の利用による健康被害の未然・拡大防止のため、専門職 (医師・薬剤師・栄養士・アドバイザースタッフなど) を対象に情報提供を行っている。近年、消費者を対象とした情報提供の必要性から、消費者を対象としたコンテンツの充実や、消費者ナビサイトの作成、SNS の活用、さらには新型コロナウイルス感染症に対する情報提供を行っている。

これまでの調査から、約 20% の消費者が医薬品と健康食品を併用していることを報告している。医薬品を服用している者では健康食品の利用には特に注意が必要であることから、調査 1 として、医薬品服用の有無で健康食品に対する認識に違いがあるのかを調査した。同時に HFNet、消費者ナビサイト、SNS の認知度について調査を行った。次に、調査 2 として新型コロナウイルス感染症予防のために健康食品を利用している者を対象に、HFNet コロナ情報サイトの認知度および有用性について調査を行った。

## B. 研究方法

### (1) 医薬品・健康食品摂取状況の違いによる健康食品に対する意識調査

国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所の倫理審査委員会の承認を受け、インターネット調査会社 (株式会社楽天インサイト) 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、個人情報の匿名化までを行い、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。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、2021年12月10日～15日に行った。

質問項目としては、属性、医薬品の服用状況、

健康食品の利用状況、健康食品に対するイメージ (安全性・有効性に関する 16 項目)、HFNet の認知度などについて尋ねた。

### (2) 新型コロナウイルス感染症予防のための健康食品利用実態調査

国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所の倫理審査委員会の承認を受け、インターネット調査会社 (株式会社ネオマーケティング) 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、個人情報の匿名化までを行い、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。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 歳以上の者とした。調査は、2022年1月19日～24日に行った。

予備調査により、属性、自身または近親者の新型コロナウイルス感染状況、新型コロナウイルス感染予防目的での健康食品の利用の有無、利用していない場合はその理由を尋ねた。本調査において、予備調査において新型コロナウイルス感染予防目的で健康食品を利用していると回答した者の中から 2,000 名を性別、年代が均等になるように割り付け、新型コロナウイルス感染予防目的で利用している成分および利用のきっかけとなった情報源、HFNet 内コロナ情報サイトの認知度などについて尋ねた。

結果は全て百分率 (%) で示す。

## C. 研究結果

### (1) 医薬品・健康食品摂取状況の違いによる健康食品に対する意識調査

#### 1) スクリーニング

医薬品、健康食品の利用状況の異なる者を抽出するため、20 歳以上の男性 4,744 名、女性 5,385 名の計 10,129 名より回答を得た。その結果、医薬品の服用率は 32.6% (OTC を含む: 40.1%)、健康食品の利用率は 38.9% であり、医薬品と健康食品を併用していた者は 14.7%

(OTCを含む：19.4%)であった。

## 2) 本調査における回答者の特性

年齢、性別、および人口構成比を割付因子とし、医薬品・健康食品利用者 500 名、医薬品のみ服用者 500 名、健康食品のみ利用者 500 名、いずれも利用していない者 500 名の計 2,000 名より回答を得た。

## 3) 不安感

健康に対する不安感（1 低い～5 高い）を尋ねたところ、医薬品・健康食品併用者：平均 3.42、医薬品のみ服用者：平均 3.33、健康食品のみ利用者：平均 2.87、いずれも利用していない者：平均 2.72 となり、医薬品を服用している者が高く、健康食品の利用の有無では差は認められなかった。一方、将来の不安については、医薬品・健康食品併用者：平均 3.74、医薬品のみ服用者：平均 3.61、健康食品のみ利用者：平均 3.39、いずれも利用していない者：平均 3.06 となり、医薬品を服用している者で高い傾向はかわらないものの、全体として将来の健康の不安度が高くなることが認められた（表 1）。

## 4) 健康食品の広告を見た際の対応

「あなたは医師から〇〇という病気の疑いがあるため、お薬の服用を勧められました。その帰り道、車内広告を見たところ、〇〇の改善に効果があるという健康食品を見つけました。あなたはどうしますか。」という設問に対して、現在、医薬品を服用している者で「医薬品のみ利用する」と回答した者が多く、「健康食品のみを利用する」といった回答が少なかった。一方、健康食品を利用している者では、「医薬品と健康食品の両方とも利用する」が多くなっており、既に医薬品と健康食品を併用している者では、40.8%と最も高くなっていった（表 2）。

## 5) 健康食品に対する認識

医薬品、健康食品の利用状況による健康食品に対する認識の違いを明らかとするため、健康食品のイメージに関する 16 の質問を行った（表 3）。

健康食品の利用者では、非利用者に比較し、「食品なので安全」「天然・自然・植物成分だから安全」「医薬品に比べて副作用が少ない」といった安全なイメージを持つ者が多くなっていった。さらに、「効果が期待できる」「病気の予防・治療が期待できる」「食生活の乱れを改善できる」といった有効性に関する良いイメージを持つ者が多くなっていった。しかしながら、医薬品の服用の有無では健康食品の認識の違いは認められなかった。

## 6) HFNetおよび関連サイトの認知度

HFNet（ホームページ）の認知度を尋ねたところ、医薬品と健康食品を併用している者で「知っており、利用している」と回答した者が 2.4%と最も高くなっており、認知度も 8.6%であった。一方、医薬品のみ服用している者で「知っており、利用している」と回答した者は 0.4%と最も低く、その認知度も 4.8%であった（表 4）。

HFNet消費者ナビサイトの認知度もホームページと同様の傾向を示しており、医薬品と健康食品を併用している者で「知っている」と回答した者が 2.2%と最も高く、認知度も 6.0%であった。一方、医薬品のみ服用している者で「知っている」と回答した者は 0.4%と最も低く、その認知度も 2.2%であった（表 5-1）。なお、ナビサイトにおいては、消費者向けサイトとして作成しているため、ニーズについても質問したところ、健康食品を利用していない者では、「既に利用している」

「今後利用してみたい」を合わせても 8～9%にとどまっていたが、健康食品の利用者においては「既に利用している」「今後利用してみたい」を合わせると 21.2～26.4%であった。その一方で、「利用したくない」という回答

も6.4～8.6%見受けられた（表5-2）。

さらに、Facebook（表6）、Twitter（表7）においても同様に、医薬品と健康食品を併用している者で「登録している」と回答した者が1.6%、1.8%と最も高く、医薬品のみ服用している者で「登録している」と回答した者は0%、0.2%であった。

## (2) 新型コロナウイルス感染症予防のための健康食品利用実態調査

### 1) スクリーニング

新型コロナウイルス感染症予防のため健康食品を利用している者を抽出するため、20歳以上の男性21,475名、女性18,903名の計40,378名より回答を得た。

新型コロナウイルスの感染状況について質問したところ、775名（1.9%）が自身が感染経験があると回答したことから、この775名は本調査の対象外とした。また、822名（2.0%）は感染が疑われる症状が出ていたが、検査はしていないと回答した。身近な者の感染状況においては、学校の友人や職場の同僚が最も多くなっていた。なお、全体の25%の者が身近に感染した者がいると回答していた（表8）。

次に、新型コロナウイルス感染症予防のため健康食品を利用しているかを尋ねたところ、3,362名（8.3%）が新型コロナウイルス感染予防のため健康食品を利用しており、性別による違いは認められなかった。なお、新型コロナウイルス感染症予防目的以外での利用は15,097名（37.4%）であり、男性35.0%、女性40.1%と、これまでの調査とほぼ変わらない割合であった（表9-1）。

なお、新型コロナウイルス感染症予防のために健康食品を利用していない者を対象にその理由を尋ねたところ、「健康食品・サプリメントでは予防できないと思うため」が最も高く57.6%であり、次いで「十分な感染対策（マスク、手洗い、うがい、3密回避）をしているため」40.9%であった（表9-2）。なお、2.9%で

はあるものの、HFNet コロナ情報サイトを見たためと回答した者もいた。

### 2) 本調査における回答者の特性

年齢、性別、および人口構成比を割付因子とし、新型コロナウイルス感染症予防のため健康食品を利用している男性1,000名、女性1,000名の計2,000名より回答を得た。

### 3) 利用している健康食品

新型コロナウイルス感染症予防のために利用している健康食品について尋ねたところ、ビタミンCが最も多く61.7%、次いでビタミンD 36.0%、プロバイオティクス 34.6%、ビタミンE 32.4%と続いた。また、その他として、5-アミノレブリン酸、DHA/EPA、ニンニク、プロポリス、ローヤルゼリー、マヌカハニー、マルチビタミン、青汁などが利用されていた。なお、亜鉛、カンナビジオールにおいて女性に比較し、男性で利用者が多くなっていた（表10）。

### 4) 健康食品の利用期間

新型コロナウイルス感染症予防のために利用している健康食品の利用期間を尋ねたところ、1年以上が最も多く53.1%であり、4～6ヵ月12.8%、2～3ヵ月12.6%であった。また、1週間以内に使い始めた者も5.4%見受けられた（表11）。

### 5) 健康食品の利用のきっかけとなった情報源

新型コロナウイルス感染症予防のために健康食品を利用したきっかけとなった情報源を尋ねたところ、インターネットが最も多く44.0%、次いでテレビ・ラジオで29.9%、家族・友人・知人26.0%と続いた。情報源は年代によって異なることが想定されたため、年代別で解析したところ、SNSおよび専門家からの勧めが若年者で高く、年代が上がるに従って低くなる傾向が認められた（表12）。

## 6) HFNet コロナ情報サイトの認知度

HFNet内コロナ情報サイトの認知度を尋ねたところ、「見たことがある」と回答した者は15.3%、「なんとなく見たことがある」と回答した者は17.6%であり、認知度は32.9%であった。また、年代別で見た場合、若年層で認知度が高く、年代が上がるに従い、認知度が下がる傾向が認められた。

そこで、「見たことがある」「なんとなく見たことがある」と回答した者に対して、当該サイトとの情報が役に立ったかを尋ねたところ、「大いに役に立った」と回答した者は28.9%、「ある程度役に立った」と回答した者は51.1%であった。一方、「見たことがない」と回答した者に対して、当該サイトとの情報が今後の商品選択に役に立ちそうかを尋ねたところ、「大いに役に立ちそう」と回答した者は15.7%、「ある程度役に立ちそう」と回答した者は60.5%であった。

## D.考察

医薬基盤・健康・栄養研究所では2004年からHFNetの運用を行っている。消費者における健康食品の認識は十分ではなく、直接情報を提供した場合、誤解を生じる可能性もあることから、専門職（医師・薬剤師・栄養士など）を対象とした情報発信を行ってきた。しかしながら、近年、インターネット、さらにはSNSの発達により、消費者自身が簡単に情報を検索できる環境になっている。その一方で、インターネットで発信されている情報には、科学的根拠に基づかないものも多く、消費者がその情報を信じて利用することにより、健康被害にあうケースも見受けられる。そのため、医薬基盤・健康・栄養研究所では、近年、消費者を対象とした情報提供にも力を入れている。

健康食品の利用における問題としては、製品側の問題と利用者側の問題に分けられる。製品側の問題としては、品質管理が十分にされていない製品や、医薬品成分を含む製品を利用する

ことで健康被害が生じる。また、指定成分等（コレウス・フォルスコリー、ドオウレン、プエラリア・ミリフィカ、ブラックコホシュ）の様に作用の強い素材が含まれているために健康被害が起こる可能性もある。しかしながら、件数として多いのは利用者側の問題であり、アレルギー体質の方や、ハイリスクグループによる利用により健康被害が数多く報告されている。中でも、病者による医薬品との併用は、医薬品の作用を減弱し、病気の治療を妨げたり、副作用が強くなり出すことで、重篤な健康被害をもたらす可能性が高い。そのため、医薬品を服用している者では健康食品の利用に特に注意が必要である。本調査において、約20%が医薬品と健康食品を併用していた。また、これまでの調査から、併用している者の約7割が医師・薬剤師にその利用を伝えていない現状が明らかとなっている。そこで、医薬品服用の有無により健康食品に対する認識が異なるかを調査したところ、安全性・有効性ともに、医薬品服用の有無で健康食品に対する認識に大きな違いは認められなかった。一方、健康食品の利用者においては、健康食品はより安全であり、効果的であるという認識が高いことから、健康食品に好意的であることが認められた。

健康食品に対するイメージの中で、「食品なので薬と併用しても問題ない」については、医薬品の服用の有無では明らかな違いは認められないものの、医薬品のみを服用している者において「全くそう思わない」「あまりそう思わない」を合わせると40%となり、医薬品のみを服用している者では健康食品との併用に注意をしているため、健康食品を利用していない可能性が示唆された。本来は服薬指導の際に健康食品の利用について薬剤師より指導をしていただく（場合によっては利用をやめていただく）ものである。しかしながら、薬剤師を対象とした調査においても健康食品の利用を必ず確認すると回答した者は約3割にとどまっており、服薬指導の際、健康

食品に対して十分なフォローアップが出来ていない状況である。

HFNetには健康食品の利用者、さらに病者にも見ていただきたい情報を掲載している。しかしながら、医薬品の服用、健康食品の利用の有無にかかわらず、その認知度は低く、それはホームページだけでなく、消費者を対象とした消費者ナビサイト、Twitter、Facebookも同様であることから、まずは消費者による認知を上げることが重要である。

新型コロナウイルス感染症が世界的に流行して2年が経過する。現在、ワクチン接種が継続的に行われており、治療薬も実用化されているものの、未だに感染の勢いは収まっておらず、繰り返し感染者の増加が認められる。そのため、感染の予防が何より重要である。しかしながら、インターネット上では、科学的根拠なく新型コロナウイルス感染症予防に良いと謳った健康食品や素材の情報が出回っていることから、HFNetでは「感染予防によいと話題になっている食品・素材について」といった新型コロナウイルス情報サイトを立ち上げて情報提供を行っている。今回、新型コロナウイルス感染症予防目的に健康食品を利用している者を対象に、当該サイトの認知度を調べたところ33%であり、これは一般消費者におけるHFNetの認知度と比べると極めて高い数値である。この要因として、当該サイトはメディアでも何度か紹介されており、またgoogleで「新型コロナ」「健康食品」のキーワードで検索した際にも上位に表示されることも要因であると思われる。このように、社会ニーズに合った情報を迅速に提供することは今後も必要である。

なお、データは示していないが、本調査において、自身がこれまでに感染していると診断された者の37.9%、同居している家族が感染していた者の29.3%が、新型コロナウイルス感染症予防のために健康食品を利用していると回答しており、感染の不安が高い場合に、予防目的としての利用が高くなると考えられた。本調査

において、多く者がビタミン・ミネラル製品を利用していたが、ビタミン・ミネラルであってもそれさえ摂取すれば新型コロナウイルス感染症を予防できるといった根拠はない。しかしながら栄養状態を良好に保つことは免疫機能の維持に必要であり、普段の食生活を見直した上で補助的に利用するのであれば、摂取する意義はある。その一方で、5-アミノレブリン酸、ニンニク、ローヤルゼリー、マヌカハニー、青汁、カンナビジオールといった製品の利用もみうけられ、これらの成分については、現時点でエビデンスはなく、新型コロナウイルス情報サイトを見ていただければ、無駄な利用を避けることが出来ると考えられる。

## E. 結論

健康食品に対する意識について調査を行った結果、健康食品の利用者において安全かつ有効であると考えている者が多く、一方、医薬品服用の有無では影響がなかったことから、医薬品服用者への情報提供の必要性が明らかとなった。また新型コロナウイルス感染症に不安を感じている者で、予防目的での健康食品の利用率は高く、引き続き、情報提供が必要であることが明らかとなった。

以上のことから、対象者別に必要な情報を提供していくことが必要である。

## F. 研究発表

1. 千葉剛、種村菜奈枝、西島千陽、梅垣敬三：健康食品における「指定成分等」の認知度および「指定成分等」含有食品の利用実態調査、食品衛生学雑誌、64(1): 20-26, 2022

## G. 知的所有権の取得状況

なし

## H. 健康危機情報

なし

(調査1) 医薬品・健康食品摂取状況の違いによる健康食品に対する意識調査

表1 健康に対する不安感

健康食品	医薬品	1	2	3	4	5	スコアの 平均値
現在、健康についてどの程度不安を感じていますか							
あり	あり	2.8	13.0	35.6	37.0	11.6	3.42
あり	—	8.6	25.6	39.8	22.0	4.0	2.87
—	あり	5.4	13.2	36.4	32.6	12.4	3.33
—	—	13.8	22.2	45.6	14.8	3.6	2.72
将来の健康について不安を抱えていますか							
あり	あり	2.2	6.2	26.2	46.2	19.2	3.74
あり	—	4.2	13.0	33.0	38.8	11.0	3.39
—	あり	2.8	9.6	29.0	41.2	17.4	3.61
—	—	9.2	14.6	43.4	26.6	6.2	3.06

N = 500 in each group

不安感：1（低い）～5（高い）

表2 健康食品の広告を見た際の対応

健康食品	医薬品	医薬品のみ 利用する	健康食品の み利用する	医薬品と 健康食品の 両方を 利用する	いずれも 利用しない	その他
あり	あり	48.6	2.0	40.8	5.4	3.2
あり	—	42.6	5.8	36.0	13.0	2.6
—	あり	68.6	1.4	11.2	17.6	1.2
—	—	42.2	1.8	14.2	40.0	1.8

N = 500 in each group

表3 健康食品に対する認識

健康食品	医薬品	全くそう思 わない	あまりそう 思わない	どちらでも ない・ わからない	まあそう思 う	強くそう思 う
食品なので安全						
あり	あり	2.0	13.8	36.8	44.4	3.0
あり	—	1.8	11.4	38.8	45.2	2.8
—	あり	10.2	24.2	49.4	15.8	0.4
—	—	7.8	19.8	51.2	18.8	2.4
天然・自然・植物成分だから安全						
あり	あり	2.4	14.8	39.4	39.6	3.8
あり	—	3.4	11.8	40.0	41.4	3.4
—	あり	11.0	22.6	49.4	16.6	0.4
—	—	8.6	19.8	47.6	22.2	1.8
医薬品に比べ副作用が少ない						
あり	あり	3.2	11.8	36.0	39.8	9.2
あり	—	1.0	12.2	28.0	52.2	6.6
—	あり	9.8	20.2	45.0	23.0	2.0
—	—	6.2	16.6	45.2	30.4	1.6
効果が期待できる						
あり	あり	3.8	22.0	45.8	26.6	1.8
あり	—	2.4	20.2	47.4	28.2	1.8
—	あり	17.8	33.4	39.8	8.4	0.6
—	—	10.0	30.6	48.6	9.0	1.8
口コミで評判の製品なら使用してみたい						
あり	あり	5.6	15.4	34.8	39.8	4.4
あり	—	4.6	14.8	31.6	43.0	6.0
—	あり	19.8	26.8	36.8	15.0	1.6
—	—	15.0	21.6	43.0	18.4	2.0
有名人や専門家が勧める製品なら使用してみたい						
あり	あり	12.0	24.4	40.4	20.4	2.8
あり	—	11.8	22.6	38.8	24.6	2.2
—	あり	26.6	29.2	35.8	7.6	0.8
—	—	22.8	23.2	40.6	12.0	1.4

表3 健康食品に対する認識（続き）

健康食品	医薬品	全くそう思 わない	あまりそう 思わない	どちらでも ない・ わからない	まあそう思 う	強くそう思 う
食品なので薬と併用しても問題ない						
あり	あり	5.2	18.8	37.8	34.0	4.2
あり	—	6.0	19.0	38.0	33.4	3.6
—	あり	16.6	23.4	43.2	15.4	1.4
—	—	10.8	20.0	52.0	15.6	1.6
病気の予防が期待できる						
あり	あり	4.2	18.6	41.0	33.6	2.6
あり	—	5.2	16.4	41.6	34.4	2.4
—	あり	17.0	31.2	39.0	12.6	0.2
—	—	13.0	25.6	49.0	11.2	1.2
病気の治療が期待できる						
あり	あり	14.4	34.6	36.8	12.4	1.8
あり	—	16.0	31.0	39.8	12.0	1.2
—	あり	26.8	31.4	34.2	7.2	0.4
—	—	19.6	28.8	42.6	7.8	1.2
食生活の乱れを改善できる						
あり	あり	3.8	12.6	33.4	45.6	4.6
あり	—	4.2	11.0	31.2	50.0	3.6
—	あり	13.2	23.4	39.8	21.8	1.8
—	—	10.8	19.0	44.2	24.6	1.4
好き・嫌いの多い子どもの栄養補給になる						
あり	あり	5.6	14.8	33.4	43.0	3.2
あり	—	5.2	14.4	32.0	45.0	3.4
—	あり	16.2	21.4	41.0	19.4	2.0
—	—	11.8	20.2	45.0	21.6	1.4
高齢者の栄養補給になる						
あり	あり	2.2	8.2	25.4	57.6	6.6
あり	—	2.4	6.0	23.4	62.0	6.2
—	あり	11.2	17.0	39.2	29.4	3.2
—	—	8.4	14.0	44.2	30.2	3.2

表3 健康食品に対する認識（続き）

健康食品	医薬品	全くそう思 わない	あまりそう 思わない	どちらでも ない・ わからない	まあそう思 う	強くそう思 う
美容・ダイエットに使用してみたい						
あり	あり	7.6	18.0	28.0	38.0	8.4
あり	—	8.6	17.8	29.0	36.8	7.8
—	あり	24.0	24.4	35.2	14.8	1.6
—	—	20.2	21.4	41.6	14.4	2.4
筋肉増強に使用してみたい						
あり	あり	7.6	18.0	28.0	38.0	8.4
あり	—	8.6	17.8	29.0	36.8	7.8
—	あり	24.0	24.4	35.2	14.8	1.6
—	—	20.2	21.4	41.6	14.4	2.4
毎日摂取するのが大変						
あり	あり	13.6	36.2	21.2	24.8	4.2
あり	—	9.2	34.2	22.4	29.6	4.6
—	あり	5.2	14.6	33.4	33.2	13.6
—	—	4.6	10.4	39.8	33.6	11.6
値段が高い						
あり	あり	1.2	7.0	22.4	46.4	23.0
あり	—	0.8	6.8	21.2	50.2	21.0
—	あり	1.8	5.6	26.2	33.8	32.6
—	—	2.4	4.0	31.8	32.0	29.8

N = 500 in each group

表4 HFNet (<https://hfnet.nibiohn.go.jp/>) の認知度

健康食品	医薬品	ない	なんとなく 見たことがある	知っている が、利用し ていない	知ってお り、利用し ている
あり	あり	91.4	4.8	1.4	2.4
あり	—	93.0	5.2	1.0	0.8
—	あり	95.2	3.6	0.8	0.4
—	—	92.4	3.2	2.8	1.6

N = 500 in each group

表5-1 HFNet ナビサイトの認知度

健康食品	医薬品	ない	なんとなく 見たことがある	知っている
あり	あり	94.0	3.8	2.2
あり	—	96.4	3.0	0.6
—	あり	97.8	1.8	0.4
—	—	94.8	3.4	1.8

N = 500 in each group

表5-2 HFNet ナビサイトのニーズ

健康食品	医薬品	既に利用し ている	今後利用し てみたい	利用したく ない	利用する必 要がない	わからない
あり	あり	1.2	25.2	8.6	18.8	46.0
あり	—	0.4	20.8	6.4	26.2	45.8
—	あり	0.2	7.8	9.8	36.6	45.6
—	—	0.4	8.6	14.2	38.2	38.6

N = 500 in each group

表6 Facebook の認知度

健康食品	医薬品	なんとなく 見たことがある	知っている が、登録し ていない	登録してい る
あり	あり	3.4	2.4	1.6
あり	—	3.6	1.2	0.4
—	あり	2.6	1.0	0.0
—	—	3.2	3.0	0.4

N = 500 in each group

表7 Twitter の認知度

健康食品	医薬品	なんとなく 見たことがある	知っている が、登録し ていない	登録してい る
あり	あり	3.6	2.2	1.8
あり	—	3.0	1.0	0.6
—	あり	2.2	0.6	0.2
—	—	4.6	2.8	0.6

N = 500 in each group

(調査2) 新型コロナウイルス感染症予防のための健康食品利用実態調査

表8 新型コロナウイルス感染状況

	全体	男性	女性
自身の感染状況			
検査をして、感染していると診断された	1.9	2.2	1.6
検査をして、感染していないと診断された	10.8	11.3	10.1
感染が疑われる症状が出たが、検査はしていない	2.0	2.2	1.8
感染が疑われる症状は出ていない	85.3	84.3	86.4
身近な人の感染状況			
同居している家族	2.3	2.5	2.1
別居している家族	2.8	2.5	3.2
学校の友人や職場の同僚	11.5	12.4	10.5
知人	8.9	8.6	9.2
その他	3.1	2.9	3.3
身近に感染した人はいない	75.1	75.0	75.2

N = 40,378 (男性 : 21,475 名、女性 : 18,903 名)

表9-1 健康食品の利用状況

	全体	男性	女性
新型コロナウイルス感染症予防目的			
利用している	8.3	8.4	8.2
利用していない	91.7	91.6	91.8
新型コロナウイルス感染症予防目的以外			
利用している	37.4	35.0	40.1
利用していない	62.6	65.0	59.9

N = 40,378 (男性 : 21,475 名、女性 : 18,903 名)

表9-2 新型コロナウイルス感染症予防目的で健康食品を利用していない理由

	全体	男性	女性
新型コロナウイルス感染症に対して不安はないため	11.3	14.4	7.8
十分な感染対策（マスク、手洗い、うがい、3密回避）をしているため	40.9	41.9	39.8
健康食品では予防できないと思うため	57.6	55.8	59.7
経済的に買う余裕がないため	19.0	17.9	20.3
消費者庁の「新型コロナ関連消費者向け情報」を見たため	1.3	1.5	1.1
国立健康・栄養研究所の「感染予防によいと話題になっている食品・素材情報」を見たため	2.9	3.1	2.8
その他	3.8	3.3	4.4

N = 37,016 (男性 : 19,970 名、女性 : 17,346 名)

表 10 新型コロナウイルス感染症予防のために利用している健康食品（成分）

	全体	男性	女性
ビタミン C	61.7	62.3	61.0
ビタミン D	36.0	38.9	33.1
ビタミン E	32.4	36.4	28.4
亜鉛	25.1	31.3	18.8
鉄	22.5	22.0	22.9
プロバイオティクス（乳酸菌など）	34.6	32.0	37.1
カテキン	20.1	20.1	20.0
エキナセア	4.5	4.7	4.3
カンナビジオール（CBD）	3.7	4.6	2.8
その他	12.7	10.7	14.6

N = 2,000

表 11 利用期間

	%
1 週間以内に使い始めた	5.4
1 カ月以内	9.9
2～3 カ月	12.6
4～6 カ月	12.8
7～11 カ月	6.3
1 年以上	53.1

N = 2,000、※複数製品利用している場合は最も利用期間の長い製品

表 12 健康食品利用のきっかけとなった情報源

	全体	20代	30代	40代	50代	60代以上
テレビ・ラジオ（CMを含む）	29.9	24.8	31.3	30.0	29.0	34.3
新聞・雑誌・広告	16.1	17.5	15.0	14.3	13.5	20.3
インターネット（製品サイト、口コミサイトなど）	44.0	35.0	47.0	47.0	46.0	45.0
SNS（LINE、Facebook、Twitter、Instagramなど）	21.7	35.3	29.0	21.3	16.8	6.0
専門家（医師・薬剤師・栄養士など）からの勧め	9.6	13.5	12.3	6.0	9.0	7.3
薬局、ドラッグストアなどの店員からの勧め	12.0	13.0	15.8	11.3	11.0	9.0
販売店のPOP広告	9.4	8.3	11.8	11.0	9.0	7.0
製品パッケージ	15.2	10.8	17.3	19.0	18.5	10.5
家族・友人・知人など	26.0	25.0	27.0	22.3	27.5	28.0
その他	3.5	1.8	3.3	3.8	4.0	4.8

N = 2,000

表 13 HFNet コロナ情報サイトの認知度

	全体	20代	30代	40代	50代	60代以上
見たことがある	15.3	24.3	22.3	14.0	11.0	5.0
なんとなく見たことがある	17.6	27.3	18.0	17.0	13.8	11.8
見たことがない	67.2	48.5	59.8	69.0	75.3	83.3

N = 2,000

表 14-1 コロナ情報サイトを認知していた者における有用性

	%
大いに役に立った	28.9
ある程度役に立った	51.1
あまり役に立たなかった	15.7
全く役に立たなかった	3.5
サイトを見たことはあるが情報は特に見えていない	0.8

N = 657

表 14-2 コロナ情報サイトを認知していなかった者における有用性

	%
大いに役に立ちそう	15.7
ある程度役に立ちそう	60.5
あまり役に立たなそう	17.9
全く役に立たなそう	5.9

N = 1,343