

令和4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、健康食品（サプリメントを含む）を利用している者は約3割であり、一部の消費者においては、健康食品を疾病治療目的に利用している者が見受けられる。健康食品に関する情報は、テレビや新聞などの広告以外にもインターネットやSNSなど様々な媒体を介して提供されており、病気の治療効果を謳ったものも見受けられる。そのため、消費者が実際に健康食品に対してどのような情報を必要とし、どのような媒体を利用しているのかを調査した（調査1）。また、病気の治療目的のため健康食品を利用している者が、実際にどの疾病に対して健康食品を利用しているのかを調査した（調査2）。

（調査1）健康食品の情報ニーズ調査

20歳以上の消費者4,000名を対象に健康食品の情報ニーズについてインターネット調査を実施した。その結果、29.1%が現在、健康食品を利用していた（過去に利用していた者：17.7%）。健康食品の情報源はテレビ・ラジオが43.0%、ついでインターネット41.7%であり、公的機関からの情報は5.7%にとどまった。健康食品の情報の入手手段としては、Webページが最も多く56.5%であり、次いでYouTubeなどの動画19.4%であった。知りたい情報は有効性（効果）が54.8%であり、製品の品質30.4%、安全な摂取量30.3%であった。また、テレビ、新聞や口コミに比較し、公的機関からの情報の信頼度が高いという結果が得られた。

（調査2）病気の治療目的のための健康食品利用実態調査

20歳以上の消費者44,605名を対象に各種疾病治療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、7.7%（がん）～28.2%（更年期障害）の者が治療目的で健康食品を利用していた。疾病治療目的で健康食品を利用している者1,500名を対象に本調査を行った結果、いずれの疾病においても半数以上が治療効果を実感していた。利用の切っ掛けはインターネットが最も多く40.9%で、次いでテレビ・ラジオ25.3%であった。医薬品の併用者は25.4%（肝臓疾患）～72.2%（精神疾患）であり、併用について相談する際には医師・薬剤師と実際に会って話したいという者が多かった。

以上の結果から、消費者は、年代による違いはあるものの、主にインターネット、テレビ・ラジオから健康食品の情報を得ており、その情報をきっかけに、治療目的で利用をしている者がいる。一方、公的機関からの情報は信頼性が高いが、実際に利用している者は少ないため、消費者に正しく情報を伝えるアドバイザースタッフの役割が、また病者においては、医師・薬剤師の役割が重要であると考えられた。

A. 目的

医薬基盤・健康・栄養研究所では、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・管理栄養士・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の活用により、消費者への情報提供にも力を入れている。

これまでの調査から、約3割の消費者が健康食品を利用していることを報告している。現在、様々なメディアを介して健康食品の情報を得ることが出来るが、実際に消費者がどのメディア情報を活用しているのか、さらにはどのような情報を知りたいのかを明らかにすることで、今後の情報提供の在り方についての参考になる。また、病者においても一定の割合で健康食品の利用者がいることが明らかとなっている。病者においては、十分な食事がとれないなどの理由から、栄養摂取の目的で健康食品を活用することで、治療のサポートに役立つことが考えられるが、病気に対する治療効果は期待できない。しかしながら、近年、インターネットやSNSでは様々な疾患に対する治療効果を暗示するような広告で売られている製品も見受けられ、場合によっては治療効果を謳っている製品もある。このような広告を信じて、一部の病者は治療目的に健康食品を利用してしまっている。

そこで、調査1として「健康食品・サプリメントの情報ニーズ調査」を、調査2として「病気の治療目的のための健康食品利用実態調査」を行った。

B. 研究方法

(1) 健康食品の情報ニーズ調査

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、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、2022年9月7日～9日に行った。

予備調査により、保健医療関係の資格保有者（医師、薬剤師、管理栄養士等）及び健康食品に関連する職業の従事者を除く一般消費者4,000名を性別、年代が均等になるように割り付け、健康食品の利用状況、健康食品の利用目的、情報源、情報入手手段（媒体）、知りたい情報、情報の信頼度などについて尋ねた。

(2) 病気の治療目的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、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11月18日～30日に行った。

予備調査により、属性、各疾患の罹患の有無、各疾患の治療目的での健康食品の利用の有無を尋ね、いずれかの疾患の治療目的で健康食品を利用していると回答した者の中から健康食品に関連する職業の従事者を除く1,500名に対して、健康食品の利用のきっかけ、効果の実感、健康食品に対する認識、主治医・薬剤師への相談状況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) 健康食品の情報ニーズ調査

1) スクリーニング

保健医療関係の資格保有者（医師、薬剤師、管理栄養士等）及び健康食品に関連する職業の従事者を除外するため、20歳以上の男性10,605名、女性10,898名の計21,503名より回答を得た。

2) 本調査における回答者の特性

年代（20歳代、30歳代、40歳代、50歳代、60歳代以上）、性別（1:1）、および人口構成比を割付因子とし、4,000名より回答を得た。

3) 健康食品の利用目的

健康食品の利用目的を尋ねたところ、現在、利用している者において、健康維持、栄養補給について、美容・ダイエットが多くなっていた（表1）。また、免疫機能の向上・感染症対策も12.5%となっていた。一方、今後、健康食品を利用してみたいと回答した者においては、現在、利用している者に比較し、病気の予防や治療が多くなっており、将来の病気への不安に対して健康食品を利用したいと考える者が多いと考えられた。

4) 現在、改善したい健康関連項目

現在、改善したい健康関連項目を尋ねたところ、男女ともに、1位：体重、2位：体脂肪・内臓脂肪であった（表2-1、2-2）。3位は男性で血圧、女性で肌となっており、性差が見られたが、男女ともに、4位：ストレス、5位：睡眠という結果であった。一方、年代別に見た場合、いずれの年代においても1位：体重であったが、ストレスが20歳代で2位、30歳代、40歳代で3位となっており、50歳代、60歳代以上では、コレステロールが3位となっており、年代による差が見られた。

5) 健康食品の選択時の優先項目

健康食品の選択時の優先項目を尋ねたところ、

ろ、価格、効果、品質、安全性の順であった（表3）。この傾向は、健康食品の利用状況では変わらない結果であった。

6) 健康食品の情報源

健康食品の情報源はテレビ・ラジオが最も多く、次いでインターネットであり、いずれも4割を超えていた（表4）。年代別に見た場合、テレビ・ラジオ、インターネット、新聞・雑誌・広告は年代が上がるに従い高くなる傾向が認められ、一方、SNS（Twitter、Instagram、Facebook）は年代が低い方が高い傾向が認められた。また、公的機関の情報においても年代が低い方が高い傾向が認められた。

7) 健康食品情報入手のための媒体

健康食品情報入手のための媒体としては、Webページが最も多く56.5%でありそれ以外の媒体はいずれも20%未満であった（表5）。また情報源同様、SNS（Twitter、Instagram、Facebook）は年代が低い方が高い傾向が認められ、パンフレットやリーフレットにおいては年代が高くなるに従いニーズが高くなっていた。

8) 健康食品について知りたい情報

健康食品について知りたい情報は有効性（効果）が最も高く54.8%であった。次いで、製品の品質、安全な摂取量となっていた（表6）。年代が上がるに従い、医薬品との飲み合わせのニーズが高くなり、一方、利用方法や、相談できる方法・手段は年代が低い方が高い傾向が認められた。

9) 情報の信頼度

情報の信頼度においては、公的機関および国立の研究所の情報の信頼度が高くなっていたが、「信頼する」「ある程度信頼する」を合わせても、50%を超えていない（表7-1、

7-2)。アスリートの書き込みを除き、全ての情報で、男性よりも女性の方が信頼する傾向が見られた。また年代別で見た場合、公的機関および国立の研究所の情報は年代が上がるに従い、信頼度が高く、一方、口コミ・体験談、芸能人・アスリートの書き込みは年代が低い方が信頼度が高い傾向が見られた。

(2) 病気の治療目的のための健康食品利用実態調査

1) スクリーニング

疾患治療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22,822名、女性21,783名の計44,605名より回答を得た。

各疾患について診断されているかを尋ねた後、診断されたことのある疾患について、その疾患治療のために健康食品を利用しているかを尋ねた。

その結果、治療目的のため健康食品を利用している疾患は更年期障害(28.2%)、肝臓疾患(14.6%)、腎臓疾患(14.5%)、関節リュウマチ(13.3%)の順であった(表8)。一方、がんは7.7%であり、今回対象とした疾患の中で最も治療目的による健康食品の利用が低かった。

また、いずれの疾患においても、診断時期が1カ月未満もしくは1カ月以上6カ月未満のもので治療目的のための健康食品の利用が高くなっていった。

2) 本調査における回答者の特性

疾病の治療目的に健康食品を利用している男性814名、女性868名の計1,500名より回答を得た。(※性・年代が均等になるように調査会社に依頼したが、年代によって対象者が少ないため、サンプル数の確保を優先した)

3) 健康食品を利用した切っ掛け

疾病治療のため健康食品を利用し始めた切っ掛けを尋ねたところ、インターネットが最も多く40.9%であり、次いでテレビ・ラジオ

の25.3%であった(表9)。また、医師・薬剤師・管理栄養士などからの勧め(14.5%)や薬局、ドラッグストアなどの店員からの勧め(7.3%)も見受けられた。年代別に見た場合、低年代においてSNSがきっかけとなっている者が多く見られた。

4) 治療効果の実感

利用している健康食品の効果の実感を尋ねたところ、いずれの疾患においても、ある程度役に立っているとの回答が最も高く、大いに役立っているとの回答を合わせると、50%以上の者が健康食品による治療効果を実感していた(表10)。

5) 健康食品に対する認識

健康食品に対する認識を尋ねたところ、安全性に対する認識が高く、また、薬と併用しても問題がないと回答するものは、強くそう思う、まあそう思うを合わせると60.1%であった。また、病気の予防が期待できると回答した者は約5割、病気の治療が期待できると回答した者は約3割であった(表11)。

6) 医師・薬剤師への相談

健康食品の利用を医師に相談している者は38.6%、薬剤師に相談している者は29.7%であった(表12)。相談しない主な理由は「食品なので言う必要がない」「聞かれたことがない」「今まで使っていて問題がないから」といった回答が多くなっていった。

7) 医薬品の服用状況

各種疾患に対する服薬状況を尋ねたところ、肝臓疾患25.4%~精神疾患72.2%であり、全体では60.4%であった(表13)。

8) 健康食品の継続の意思

「健康食品・サプリメントは薬ではないため、病気の治療効果はありません。また、お

薬を同時に摂取した場合、お薬の作用を強めてしまったり、逆に弱めてしまう可能性があります。」という説明を読ませたのち、健康食品の利用について尋ねたところ、約半数は、利用し続けると回答し、今すぐに利用をやめると回答した者は5.5%にとどまった（表14）。

9) 健康食品と医薬品の併用に関する相談について

健康食品・サプリメントとお薬の併用について相談する際に良いと思う相談相手と相談方法について尋ねたところ、相談相手としては、医師・薬剤師がほとんどを占め、相談方法については実際に会って話す回答した者が最も多かった（表15）。

D.考察

本調査では、「健康食品・サプリメントの情報ニーズ調査」および「病気の治療目的のための健康食品利用実態調査」を行った。

健康食品・サプリメントの情報ニーズ調査において、改善したい健康関連項目を尋ねたところ、男女ともに、1位：体重、2位：体脂肪・内臓脂肪であった。肥満はメタボリックシンドロームの要因であることから、体重および体脂肪、特に内臓脂肪の管理は重要である。特に、長引くコロナ禍においては、学校における授業が Web で行われたり、テレワークが推奨されるなど、外出の機会が減ったことによる体重の増加が報告されている。その一方で、これまでの調査からは、やせが問題となっている若年女性において痩身目的での健康食品の利用割合が高くなっている（Kobayashi E. et al., *Nutrients*. 2017; 9(11), 1250）.. また、痩身効果を謳った健康食品では、しばしば健康被害が生じており、問題となっている。また、指定成分等の一つであるコレウス・フォルスコリーも痩身効果を期待させる成分であるが、摂取により下痢が多発している。

なお、これらの情報は公的機関より注意喚起情報が出されているため、消費者がこれらの情報を確認していれば、健康被害は防止できると考えられる。しかしながら、消費者の情報源として、テレビ・ラジオ、インターネットが大半を占めており、公的機関からの情報は5.7%にとどまっていた。また、年代が上がるにしたがい公的機関の情報は見られていないことも明らかとなった。そのため、まずは公的機関の情報を消費者に見てもらう事が最大の課題である。

また、消費者が最も知りたい情報は有効性（効果）であり、品質や安全性については3割にとどまっていた。通常の食品の場合、美味しいかどうかの情報については口コミなどで検索するが、安全であるのが前提にあるため、安全性について検索する人は少ないと思われる。健康食品においても同様で多くの消費者は、食品なので安全であるのが当たり前と考えていると思われる。しかしながら、健康食品においては一定の割合で体調不良を経験している者がいる。特にサプリメント形状の製品においては、成分が濃縮されているため、成分の影響を受けやすいだけでなく、原材料に重金属などの有害物質が混入していた場合、有害物質も濃縮されてしまう。また通常の食品は主食を除いては毎日食べるようなものは少ないが、健康食品は毎日同じ量を摂取するため、より安全性には気を付けなければならない。

病気の治療目的のための健康食品利用実態調査では、疾病を診断された者において、治療目的に健康食品を利用していた者は、7.7%（がん）～28.2%（更年期障害）であった。がん患者においては保管代替医療の利用者が多く、中でも健康食品の利用者が多いことが報告されているが（Hyodo I. et al. *J Clin Oncol*. 2005; 23, 2645-2654）、本調査では、対象とした疾病の中では最も低くなっていた。この理由として考えられるのは、今回、アンケートに回答したがん患者は適切な処置を行っていること、初期ステ

ージで薬にも頼るといった状況ではないこと、一時期ブームとなったアマメシバのようながんに効くと謳った健康食品自体が少ないことなどが考えられる。しかしながら、今回の調査においてはがんの種類やステージ、治療の有無までは聞いていないため、がん患者における健康食品の利用実態を明らかにするためには、がん患者を対象に改めて調査をする必要があると思われる。その一方で、更年期障害においては、28.2%とその割合が高くなっている。市場には、女性ホルモン様作用を標榜したサプリメントが数多く販売されており、これらの製品が利用されていると考えられる。以前行った女性ホルモン様作用を標榜したサプリメントの利用実態調査において、その利用目的として更年期障害が最も高くなっており（Chiba T. et al., *Nutrients*. 2022; 14(21), 4509）、今回の結果と一致するものであった。

健康食品を病気の治療に利用し始めたきっかけはインターネットが最も多く、40.9%となっていた。インターネット上では様々な情報が出回っており、病気の治療効果を謳った製品も存在する。これらを信じて購入していることが考えられるが、健康食品に治療効果はない。今回の結果で気になる点としては、利用したきっかけとして「医師・薬剤師・管理栄養士などからの勧め」と回答した者が14.5%いた事である。もしこれが本当であれば問題であるため、何かしらの対応が必要かと思われる。しかしながら、高血圧患者に対して、適切な治療を行いつつ、その補助として特定保健用食品を勧めている可能性も考えられる。医師・薬剤師・管理栄養士の指導の下、適切な利用環境が整っているのであれば、あくまでも治療の補助としての健康食品の活用もありうると思われる。しかしながら、特定保健用食品であっても医薬品との相互作用を起こす可能性もあることから、患者の治療効果について常にモニタリングする必要があると思われる。

さらに今回の調査で問題と思われる点は、い

ずれの疾患においても半分以上の者が健康食品による治療効果を実感してしまっている点である。本来、健康食品に治療効果はないはずであるにもかかわらず半数以上が効果を実感している主な理由はプラセボ効果であると思われる。また、本来の治療の効果であっても、そこに健康食品を摂取していることで健康食品が効いていると思込んでしまっている可能性もある。いずれにしても、効果を実感してしまっているが故に、薬との相互作用について情報提供をしても、継続して利用し続けると回答した者が50.9%であり、今すぐに摂取をやめると回答した者は5.5%にとどまった。

その一方で、健康食品の相談相手として、医師、薬剤師がほとんどを占め、また相談方法としては実際に会って話すという回答したものが7割以上いたことから、医師・薬剤師がきちんと相談にのることで、この状況は変えられると考える。なお、本来であれば、健康食品の相談相手としてアドバイザースタッフが上位に来なければならない。しかしながら、今回の調査において、アドバイザースタッフと回答した者は7.5%にとどまっていた。この原因として一般消費者におけるアドバイザースタッフの認知度が低いことが考えられる。消費者におけるアドバイザースタッフの認知度を上げることで、アドバイザースタッフのニーズも増すと考えられることから、今後はアドバイザースタッフの認知度を上げるのが重要である。

E. 結論

健康食品における情報ニーズおよび病者における治療目的での健康食品の利用実態調査を行った。その結果、多くの消費者、患者は健康食品の有効性（効果）の情報を求めており、情報源としてはインターネットを活用していること、さらには、そのインターネットの情報を信じて、病気の治療に健康食品を用いてしまっている実態が明らかとなった。こ

これらのことから、公的機関から正しい情報を発信することが重要であるが、消費者が公的機関の情報を利用することは少ないため、医師、薬剤師、管理栄養士、さらにはアドバイザースタッフといった専門職が公的機関の情報を消費者にわかりやすく伝える環境の整備が必要である。

F. 研究発表

1. Tsuyoshi Chiba, and Nanae Tanemura. The Prevalence of Dietary Supplement Use for the Prevention of COVID-19 in Japan. *Nutrients*, 14(15), 3215, 2022
2. Tsuyoshi Chiba, and Nanae Tanemura. Differences in the Perception of Dietary Supplements between Dietary Supplement/Medicine Users and Non-users. *Nutrients*, 14(19), 4114, 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) 健康食品の情報ニーズ調査

表1 健康食品の利用目的 (%)

	現在、 利用している (1,162名)	過去に 利用していた (708名)	今後、 利用してみたい (369名)
健康維持	71.1	55.8	69.4
栄養補給	41.3	43.8	34.1
美容	21.9	15.7	16.8
ダイエット	15.1	22.2	22.5
筋力の増強	7.7	5.1	12.5
体質の改善	14.5	12.3	21.4
病気の予防	15.2	12.6	24.7
病気の治療	3.3	4.0	5.7
免疫機能の向上・感染症対策	12.5	7.8	18.4
その他	2.1	2.1	0.5

※これまで利用したことはなく、今後も使用したいと思わない：1761名

表2—1 現在、改善したい健康関連項目 (%)

	全体	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代 以上
体重	30.8	27.9	33.7	34.6	33.0	34.9	31.3	20.0
体脂肪・内臓脂肪	27.0	27.7	26.3	19.5	27.4	32.8	30.8	24.5
ストレス	15.9	14.0	17.8	21.5	23.4	18.0	10.9	5.6
お肌	14.3	6.0	22.6	21.0	18.3	14.4	11.5	6.1
睡眠	14.2	13.0	15.4	17.1	16.5	12.9	14.8	9.6
コレステロール	13.4	12.5	14.4	4.0	10.1	13.9	17.1	22.0
疲労	12.5	11.7	13.3	12.1	15.1	15.0	13.0	7.1
血圧	11.2	14.7	7.8	1.9	3.6	12.0	13.9	24.8
視力	10.7	9.9	11.5	8.3	7.3	9.1	13.6	15.0
血中中性脂肪	7.7	9.6	5.8	4.1	4.8	8.0	10.3	11.1
筋肉量	7.2	7.3	7.2	7.8	8.0	6.6	6.8	7.0
お腹の調子(下痢・便秘など)	7.2	4.6	9.9	6.5	8.5	9.0	6.0	6.1
血糖値	5.8	7.0	4.7	2.9	2.3	4.8	6.6	12.6
免疫機能	5.7	4.6	6.8	3.4	5.1	5.0	6.8	8.0
記憶力	4.3	4.0	4.6	2.0	3.0	4.0	4.9	7.5
アレルギー	3.2	2.2	4.1	1.9	3.5	4.4	3.4	2.6
膝関節・歩行機能	3.0	3.0	3.0	0.0	0.4	2.4	3.8	8.4
肝機能	2.4	3.4	1.4	0.8	1.8	2.4	3.5	3.6
性機能	1.3	2.4	0.3	1.0	1.4	1.1	1.5	1.5
その他	0.6	0.5	0.7	0.0	0.6	0.6	0.5	1.0
あてはまるものはない	20.9	24.5	17.2	30.6	23.9	17.0	15.5	17.3

※上位3つを選択

表2—2 現在、改善したい健康関連項目（順位）

	1位	2位	3位	4位	5位
男性	体重	体脂肪・ 内臓脂肪	血圧	ストレス	睡眠
女性	体重	体脂肪・ 内臓脂肪	お肌	ストレス	睡眠
20代	体重	ストレス	お肌	体脂肪・ 内臓脂肪	睡眠
30代	体重	体脂肪・ 内臓脂肪	ストレス	お肌	睡眠
40代	体重	体脂肪・ 内臓脂肪	ストレス	疲労	お肌
50代	体重	体脂肪・ 内臓脂肪	コレステロー ル	睡眠	血圧
60代以上	血圧	体脂肪・ 内臓脂肪	コレステロー ル	体重	視力

表3 健康食品選択時の優先項目

	現在、 利用している (1,162)	過去に 利用していた (708)	今後、 利用してみたい (369)
価格	71.0	66.7	69.9
効果	67.6	65.0	58.8
品質	54.6	46.3	51.8
安全性	45.9	41.2	47.4
ブランド（販売元の会社）	31.5	24.7	19.8
入手のしやすさ	26.5	21.9	16.5
口コミなどの評価	11.2	7.6	10.3
パッケージのデザイン	4.4	2.0	4.9
宣伝・広告	2.8	1.3	3.3
その他	1.1	0.7	0.0

※これまで利用したことはなく、今後も使用したいと思わない：1761名
複数回答

表4 健康食品の情報源

	全体	20代	30代	40代	50代	60代 以上
テレビ・ラジオ (CMを含む)	43.0	31.0	39.9	42.9	46.1	54.9
インターネット	41.7	28.6	37.9	44.1	47.9	49.8
店頭POP、製品パッケージ など	17.3	17.3	19.1	19.5	17.3	13.1
家族・友人・知人など	15.7	16.8	15.6	16.6	14.5	14.9
新聞・雑誌・広告	13.5	5.8	7.5	11.9	17.8	24.4
販売メーカーのサイト	10.7	6.8	10.1	11.6	11.5	13.5
薬局、ドラッグストアの店員	9.0	7.9	9.6	8.1	9.3	9.9
公的機関からの情報	5.7	11.1	6.8	4.4	3.5	2.9
Twitterの情報や口コミ	5.4	11.9	8.1	3.8	1.5	1.6
Instagramの情報や口コミ	5.4	14.9	6.9	2.8	1.6	0.9
医師・薬剤師・管理栄養士など の専門家	3.4	3.1	3.5	2.8	3.9	3.9
体験談や有名人のオススメ	2.7	3.9	2.5	3.5	2.0	1.8
Facebookの情報や口コミ	1.2	1.5	1.5	1.1	0.9	0.9
その他	4.1	4.6	3.4	4.3	3.3	5.0

複数回答

表5 健康食品情報入手のための媒体

	全体	20代	30代	40代	50代	60代 以上
Web ページ	56.5	45.1	57.1	61.9	61.6	56.9
You Tube などの動画	19.4	26.1	22.3	18.3	15.4	15.0
パンフレット（詳しく記載された数ページの冊子）	16.9	9.9	13.6	17.9	18.5	24.5
リーフレット（要点をまとめた1枚紙）	15.7	8.3	13.3	18.4	16.1	22.3
書籍	11.4	8.5	12.1	10.1	12.6	13.5
Twitter	9.9	21.3	13.0	8.8	4.3	2.1
Instagram	9.7	22.3	13.6	6.3	4.6	1.8
講演会・講座	6.1	10.1	7.0	5.0	4.0	4.1
Facebook	2.7	3.1	3.4	2.8	2.8	1.4
その他	6.7	5.6	3.8	5.5	7.6	11.0

複数回答

表6 健康食品について知りたい情報

	全体	20代	30代	40代	50代	60代 以上
有効性（効果）	54.8	41.8	53.5	57.1	58.8	62.9
製品の品質	30.4	24.3	27.9	30.8	33.0	35.9
安全な摂取量	30.3	27.4	32.4	30.3	30.4	31.3
医薬品との飲み合わせ	20.7	13.6	17.8	22.5	22.0	27.4
摂取により起こりうる体調不良の症状	19.4	12.6	20.4	19.9	21.4	22.8
利用方法	18.2	20.3	19.5	19.3	16.9	14.9
インターネットなどの情報の信頼性・見分け方	14.6	11.1	13.5	17.9	14.6	15.6
相談できる方法・手段	13.1	19.3	15.0	12.9	9.1	9.1
体調不良を経験した際の対応	12.6	10.5	13.1	15.1	13.5	10.9
相談できる場所	8.2	7.4	8.5	9.0	8.4	7.6
法律、制度など	7.3	7.0	9.4	9.0	5.5	5.4
公的機関のHPおよびその内容	4.1	3.9	4.0	4.1	4.4	3.9
講演会・講座などの開催情報	1.4	1.3	2.0	2.1	0.9	0.6
その他	7.0	6.1	4.9	5.8	7.6	10.4

複数回答

表7—1 情報の信頼度

		信用する	ある程度 信用する	どちらで もない・ わからない	あまり 信用しな い	全く 信用しな い
口コミ・体験談	男性	3.0	22.1	38.0	20.9	16.1
	女性	5.3	32.0	35.9	16.1	10.8
芸能人の書き込み	男性	1.1	9.6	35.7	26.9	26.9
	女性	1.9	10.0	38.1	27.6	22.6
アスリートの書き込み	男性	2.5	14.3	41.5	21.9	19.9
	女性	2.2	15.0	43.6	23.1	16.2
新聞・雑誌の記事	男性	2.7	22.9	45.0	15.8	13.8
	女性	3.2	26.5	44.2	15.3	10.9
テレビ番組	男性	2.7	20.7	45.1	17.2	14.4
	女性	3.7	26.7	43.7	15.2	10.9
メーカーのサイト	男性	4.7	24.8	45.4	14.1	11.2
	女性	5.4	33.8	40.7	11.3	8.9
医師・大学教授のコメント	男性	4.3	25.3	44.4	14.1	12.0
	女性	5.9	31.9	42.0	11.1	9.3
小売店の宣伝広告	男性	1.4	12.4	50.8	21.1	14.4
	女性	1.9	15.6	52.7	17.7	12.3
国立の研究所の情報	男性	8.4	29.7	41.7	10.4	9.9
	女性	10.4	35.6	38.3	7.6	8.1
公的機関（厚生労働省、消費者庁など）	男性	10.1	31.8	39.5	8.7	10.0
	女性	11.4	36.7	37.2	7.1	7.7

表7—2 情報の信頼度（性・年代別）

		20代	30代	40代	50代	60代 以上
口コミ・体験談	男性	30.5	24.3	30.3	22.5	17.8
	女性	45.0	42.8	39.3	34.0	25.3
芸能人の書き込み	男性	19.0	13.5	11.5	6.5	2.8
	女性	18.0	14.3	10.3	11.0	5.5
アスリートの書き込み	男性	25.5	18.3	17.5	14.8	7.8
	女性	21.8	19.0	18.0	16.0	11.0
新聞・雑誌の記事	男性	23.3	20.5	25.5	26.8	31.5
	女性	26.5	27.8	31.3	30.3	32.8
テレビ番組	男性	23.8	21.0	24.8	22.3	25.0
	女性	32.3	32.5	28.8	29.0	29.0
メーカーのサイト	男性	35.5	29.8	30.0	24.3	27.5
	女性	37.8	42.5	40.8	40.5	34.3
医師・大学教授のコメント	男性	32.8	27.0	25.5	30.3	32.5
	女性	38.3	35.5	38.3	37.3	39.3
小売店の宣伝広告	男性	20.5	16.0	13.0	11.8	7.5
	女性	20.8	19.3	19.0	16.0	12.3
国立の研究所の情報	男性	35.0	34.5	34.8	37.8	48.3
	女性	43.0	41.0	46.0	47.8	52.3
公的機関（厚生労働省、消費者 庁など）	男性	38.3	36.5	40.3	41.5	52.8
	女性	42.5	45.0	46.8	51.8	54.0

※「信用する」「ある程度信用する」の合計

(調査2) 病気の治療目的のための健康食品利用実態調査

表8 治療目的のための健康食品利用率

	人数	平均年齢	健康食品利用者	
			人数	%
高血圧	9,598	59.3	995	10.4
糖尿病	3,872	58.1	461	11.9
脂質異常症	6,433	57.4	840	13.1
肝臓疾患	1,201	52.1	175	14.6
腎臓疾患	543	52.2	79	14.5
脳血管疾患	680	54.7	82	12.1
冠動脈疾患	1,295	58.8	115	8.9
関節リュウマチ	503	54.9	67	13.3
精神疾患	4,329	45.9	552	12.8
更年期障害	794	51.0	224	28.2
がん	1,415	56.2	109	7.7
上記以外の病気	4,736	52.6	434	9.2

表9 健康食品利用のきっかけ

	人数	%
インターネット（製品サイト、口コミサイト、まとめサイト）をみて	613	40.9
テレビ・ラジオ（CMを含む）で聞いた	379	25.3
製品パッケージをみて	233	15.5
医師・薬剤師・管理栄養士などからの勧め	218	14.5
家族・友人・知人からの勧め	216	14.4
新聞・雑誌・広告をみて	193	12.9
販売店のPOP広告をみて	118	7.9
薬局、ドラッグストアなどの店員からの勧め	110	7.3
Twitterをみて	57	3.8
Instagramをみて	50	3.3
Facebookをみて	32	2.1
その他	75	5.0

複数回答

表 10 健康食品による治療効果の実感

	人数	大いに役 立っている	ある程度 役立っている	わからな い	あまり役 立っていない	全く役立 っていない
高血圧	554	11.9	48.2	34.5	3.8	1.6
糖尿病	247	17.4	44.9	31.6	4.0	2.0
脂質異常症	509	12.6	46.8	36.5	2.6	1.6
肝臓疾患	95	13.7	45.3	30.5	8.4	2.1
腎臓疾患	45	22.2	31.1	28.9	13.3	4.4
脳血管疾患	47	21.3	36.2	36.2	0.0	6.4
冠動脈疾患	68	19.1	48.5	22.1	4.4	5.9
関節リュウマチ	38	31.6	44.7	15.8	5.3	2.6
精神疾患	291	13.4	44.7	34.0	4.5	3.4
更年期障害	147	13.6	53.1	27.2	4.8	1.4
がん	79	16.5	51.9	26.6	2.5	2.5
上記以外の病気	278	12.9	43.5	38.1	4.7	0.7

表 11 健康食品に対する認識

	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	3.5	8.2	28.5	50.4	9.4
天然・自然・植物成分だから安全	3.3	9.1	36.6	42.0	8.9
医薬品に比べ副作用が少ない	2.9	7.9	26.5	45.9	16.7
効果が期待できる	2.9	12.0	38.6	40.5	6.0
食品なので薬と併用しても問題ない	3.5	8.2	28.2	47.0	13.1
病気の予防が期待できる	3.3	10.1	35.7	43.5	7.3
病気の治療が期待できる	5.3	16.7	45.7	27.4	4.9
食生活の乱れを改善できる	4.3	13.2	38.9	36.3	7.2
毎日摂取するのが大変	15.4	28.9	27.0	22.9	5.7
薬と区別がつかない	21.9	30.6	32.0	12.7	2.8
値段が高い	5.5	13.1	27.1	35.1	19.1

表 12—1 医師への相談

	人数	%
話している	579	38.6
相談しない理由		
食品なので言う必要がない	411	44.6
聞かれたことがないから	376	40.8
今まで使っていて問題が無いから	267	29.0
話しづらいから	101	11.0
たまにしか利用していないから	54	5.9
否定される、止めるように言われるから	52	5.6
薬剤師に伝えているから	28	3.0
怒られるから	15	1.6
その他	29	3.1

表 12—2 薬剤師への相談

	人数	%
話している	446	29.7
相談しない理由		
聞かれたことがないから	440	41.7
食品なので言う必要がない	427	40.5
今まで使っていて問題が無いから	252	23.9
医師に伝えているから	86	8.2
話しづらいから	85	8.1
たまにしか利用していないから	65	6.2
否定される、止めるように言われるから	21	2.0
怒られるから	7	0.7
その他	37	3.5

表 13 薬剤師への相談

	人数 ¹	人数 ²	%
高血圧	407	275	67.6
糖尿病	209	136	65.1
脂質異常症	420	254	60.5
肝臓疾患	63	16	25.4
腎臓疾患	31	9	29.0
脳血管疾患	27	15	55.6
冠動脈疾患	41	25	61.0
関節リュウマチ	32	10	31.3
精神疾患	216	156	72.2
更年期障害	131	44	33.6
がん	50	14	28.0
上記以外の病気	230	168	73.0
全体 (のべ)	1857	1122	60.4

¹ 該当疾病に対する健康食品利用者

² 該当疾病に対する健康食品・医薬品併用者

表 14 健康食品の継続意思

	人数	%
利用し続ける	764	50.9
医師・薬剤師などに相談して決める	443	29.5
手元にあるものが無くなったら利用をやめる	183	12.2
今すぐに利用をやめる	82	5.5
その他	29	1.9

表 15—1 健康食品の相談について（相談相手）

	人数	%
医師	963	64.2
薬剤師	814	54.3
健康食品・サプリメントの販売メーカー	160	10.7
アドバイザースタッフ	113	7.5
管理栄養士	67	4.5
保健所にいる相談スタッフ	33	2.2
その他	13	0.9
自分で調べる（インターネット、書籍など）	204	13.6

複数回答

表 15—2 健康食品の相談について（相談方法）

	人数	%
面談（実際に会って話す）	1103	73.5
メール	317	21.1
面談（オンライン）	259	17.3
電話	250	16.7
ラインなどのアプリ	208	13.9
保健所にいる相談スタッフ	64	4.3
その他	30	2.0

複数回答