

## 「健康食品」に関する意識調査結果の概要

### 1 調査の概要

#### (1) 調査時期

平成19年1月

#### (2) 調査対象

『健康食品』の表示等に関する調査を実施する東北管区行政評価局、秋田行政評価事務所、福島行政評価事務所管内の県庁所在地市（仙台市、秋田市、福島市）に在住する20歳以上の市民

#### (3) 調査の方法

仙台市、秋田市、福島市の公職選挙法（昭和25年法律第100号）に基づく選挙人名簿から無作為に抽出した調査対象者に、調査票及び返信用封筒を郵送する方法により行った。また、一定期間経過後に、葉書による督促を行った。

#### (4) 回答状況

（配布数） **1,200人**（仙台市、秋田市、福島市各400人）

（回収数） **545人**（仙台市：171人、秋田市：180人、福島市：194人）

（回収率） **45.4%**（仙台市：42.8%、秋田市：45.0%、福島市：48.5%）

### 2 調査結果の概要

#### (1) 「健康食品」に関する関心度

全回答者545人のうち**6割以上**（352人（64.6%））の者が、「非常に関心がある」（96人（17.6%））又は「多少関心がある」（256人（47.0%））と回答しており、「健康食品」に関する関心度が高いことがうかがえる。

#### (2) 「健康食品」の利用状況

##### ア 「健康食品」の利用経験

全回答者545人のうち、「利用している」（197人（36.1%））又は「利用していたが、今は利用していない」（126人（23.1%））と回答した、「健康食品」の利用経験のある者は、**約6割**（323人（59.3%））となっている。

##### イ 「健康食品」の利用目的

「健康食品」の利用経験者323人を対象に、「健康食品」の利用目的を尋ねたところ（複数回答）、「健康の維持増進」（226人（70.0%））と回答した者が最も多く、次いで、「栄養成分の補給」（136人（42.1%））、「病気を予防するため」（100人（31.0%））、「美容やダイエット」（71人（22.0%））と続いている。

#### ウ 「健康食品」を利用する際に参考としたもの及び購入先

「健康食品」の利用経験者を対象に、「健康食品」を利用する際に参考としたものを尋ねたところ（複数回答）、「家族・友人等のすすめ」（128人（39.6%））と回答したものが最も多く、広告類を参考にしたものは、「テレビの広告」（121人（37.5%））、「雑誌・書籍等の広告」（108人（33.4%））、「新聞（掲載広告や折り込みチラシを含む）」（101人（31.3%））、「インターネットの広告」（23人（7.1%））となっている。

また、購入先（複数回答）については、店頭での購入が「薬局・薬店」（136人（42.1%））、「デパート、スーパー、コンビニエンスストア」（114人（35.3%））、「健康食品店や自然食品」（44人（13.6%））であり、購入時に広告類を参考とする購入先としては、「カタログによる通信販売」（87人（26.9%））、「新聞や雑誌等の広告等による通信販売」（53人（16.4%））、「テレビショッピング」（44人（13.6%））、「インターネットによる通信販売」（30人（9.3%））となっている。

#### エ 「健康食品」を利用する際に留意したこと

「健康食品」を利用する際に留意したことを尋ねたところ（複数回答）、「効果」（214人（66.3%））、「価格」（190人（58.8%））、「成分」（174人（53.9%））、「アレルギー、副作用」（82人（25.4%））、「既に服用している医薬品や健康食品との飲み合わせ」（58人（18.0%））の順となっており、効果や価格を重視して購入する者が多く、アレルギーや副作用の有無等に留意する者を上回っている。

#### オ 「健康食品」の利用を中止した経験とその理由

「健康食品」の利用経験者を対象に、「健康食品」の利用を中止した経験を尋ねたところ、回答者323人のうち約7割の者が「中止した経験がある」（239人（74.0%））としている。

また、「健康食品」の利用を中止した理由を尋ねたところ（複数回答）、「効果がない」（140人（58.6%））、「経済的に負担が大きい」（124人（51.9%））の順となっている。

### (3) 「健康食品」の虚偽誇大広告等に関する認知度

全回答者545人を対象に、「健康食品」について、著しく事実と相違する広告・表示や人を誤認させるような広告・表示が禁止されていることについて尋ねたところ、約8割（429人（78.7%））の者が知っているとしている。

一方、国が認める健康食品として保健機能食品（特定保健用食品、栄養機能食品）があるが、「（制度の）内容まで知っている」とした者が、①特定保健用食品：74人（13.6%）、②栄養機能食品：51人（9.4%）と、その認知度は低い。

これより、市民は虚偽誇大広告等の禁止については認識しているが、当該制度を十分に認知しておらず、「健康食品」について何が虚偽誇大広告等に該当す

るのか判断が難しい現状がうかがえる。

(4) 行政が重点的に取り組むべき事項

全回答者 545 人を対象に、安心して「健康食品」を利用できるように、今後行政が重点的に取り組むべき事項について尋ねたところ（複数回答）、「広告や表示等に関する監視」（367 人（67.3%））が最も多く、次いで「法令に抵触した業者や健康被害が発生した『健康食品』の公表」（358 人（65.7%））、「市販品の成分検査の実施（325 人（59.6%））」、「『健康食品』に関する正しい知識の普及啓発」（275 人（50.5%））の順となっており、「健康食品」の虚偽誇大広告等に対する行政の指導監督の充実・強化を望む声が多く見られた。

<本件照会先>

総務省東北管区行政評価局  
第一部第1評価監視官 中島政幸  
TEL 022-262-8458