

特定保健用食品の効能が確認出来ない人がいる理由（企業アンケート）

2082309 岡崎未紗 2082066 西村真矢 2082362 三吉 菜月
指導教員 岡村 浩嗣

トクホ、効能、薬事法

<緒言>

特定保健用食品（トクホ）は科学的根拠を持つ食品として健康増進法に基づき効能の表示を許可された食品である。その許可には企業が消費者庁へ提出した科学的根拠の審査が必須であるため、許可を受けたトクホへの消費者の信頼は大きい。

著者らはトクホの効能がどの程度、実感されているのかについて、トクホを販売している企業のホームページ等で調査した。しかし、消費者を対象とした効能実感の調査結果などは見られなかった。

そこで、消費者のトクホの効能実感を企業がどのように考えているのかについて、企業対象のアンケート調査を実施した。

<方法>

トクホを販売している企業のうち、メディアへの露出が多く、認知度の高い企業 52 社に、効能や科学的根拠に対する消費者の意識などに関するアンケート調査を行った（調査 1）。調査 1 に回答した 21 社を対象に、調査 2 として効能に関する科学的根拠となる情報などに関するアンケート調査を行った。

<結果>

調査 1 に回答した 21 社中 11 社が、調査時点でトクホを販売していなかった。

効能が実感されない理由では「自覚的には感じにくい」が最も多く 14 社だった。利用者が商品情報を正しく理解しているかどうかに関係する「使い方が適切でない」が 9 社、「身体条件が合わない」が 7

社、「生活条件が合わない」が 6 社だった（図 1）。

「トクホの効能は全ての人に期待されるものではないことを、どの程度の消費者が認識していると企業は考えているか」との問いには 13 社が回答した。13 社中「ほとんどの消費者が認識している」と回答した企業はなく、8 社が「ほとんどの消費者が認識していない」と回答した。2 社が 50%以上の消費者が認識していると回答したが、3 社は認識している消費者は 20%以下と回答した（図 2）。

薬事法の改正については 12 社が回答し、「改正し、正しい使用法などを消費者に提示できるようにした方が良い」は 10 社、「現行のままで良い」が 2 社だった。改正すべき理由として挙げられていたのは「利用法をより明確に伝えることは消費者側にも企業側にもメリットがあると思われる」「薬事法での規制ではなく、トクホに関する法律で提示内容や方法を規定すべきと考えている」であった。一方、現行のままで良い理由として挙げられていたのは「トクホは食品であり、食品と医薬品の区別のため」「治療を目的としたものではないので医薬品のように効果効能を標榜しない方が良い」であった。

「効能が期待される条件を満たしている消費者が購入することで、より多くの消費者が効能を実感できると考えられるので、売り場を限定した方が良いと考えるか」については、回答した 17 社中「限定しない方が良い」が 11 社と最も多かった。

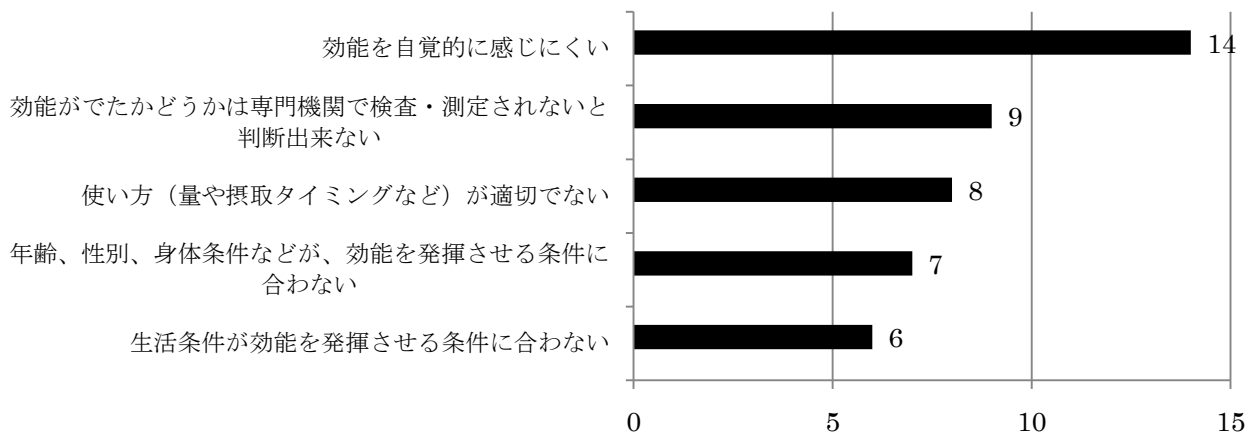


図1 消費者が効能を実感できない理由

(社)

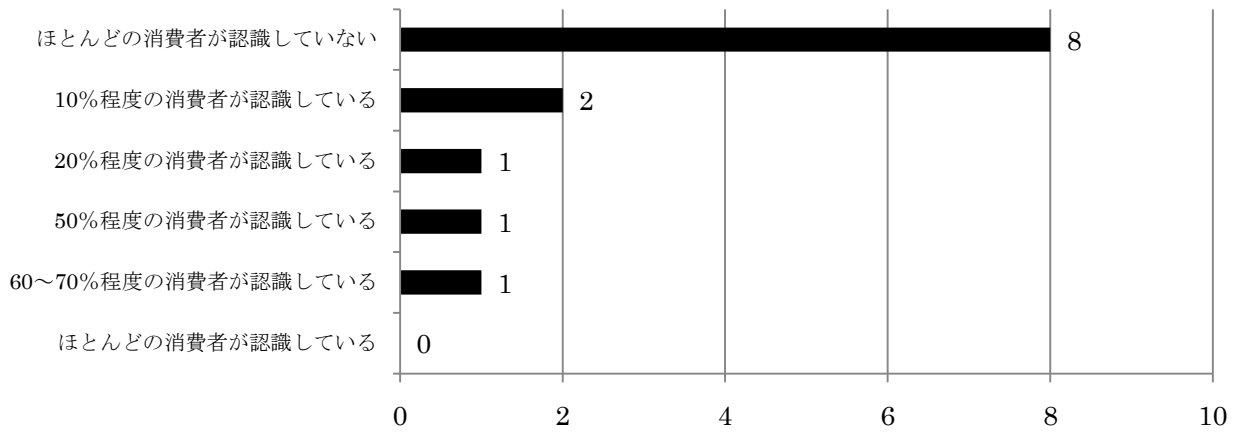


図2 企業は「トクホの効能が全ての人に期待されるものでない」ということを消費者はどの程度認識していると考えているか (社)

それぞれの企業が販売しているトクホの貢献度については17社から回答があり、「ある程度貢献している」が6社、「おおいに貢献している」が3社であった(図3)。そう判断している根拠として「多くの消費者に継続して利用されている」「消費者からの喜びや感謝の声が評価の証である」を挙げている。調査していないので評価できないと回答した7社の企業には調査2で「今後の調査予定」を尋ねた。その結果、7社中6社からの回答が得られ、「今後も調査するつもりはない」と回答した企業が4社と大半を占めていた。

調査2の「トクホの対象となる社員やその家族・親族は自社のトクホを使用しているか」には13社が回答し、「社員本人も親族も使用している」が7社で最も多く、次いで「調査していないので不明」が3社であった。

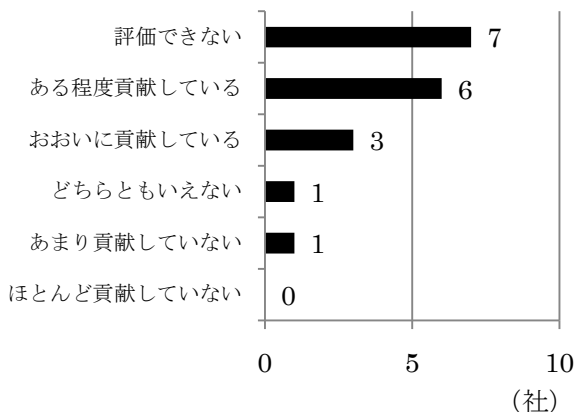


図3 トクホの健康問題改善への貢献 (社)

<考察>

トクホに対する認識には消費者と企業の間には大きな差のあることが報告されている(2)。認識に差がある原因として、企業の効能確認実験が一定の条件下で行われているのに対し、消費者は多様な生活条件下で使用しているために効能を実感できないことが考えられる。

トクホの正確な情報を消費者に提供するために、「薬事法などの関連法を改正したほうがよい」という回答が多かった。一方、売り場は「限定しないほうがよい」という回答が多かった。売場を限定することで購買者が限定されることを、企業は望んでいないことが推察された。

科学的根拠や使用方法の情報を正しく消費者に提供し、トクホが効果的に利用されるために薬事法などの関連法の改正を望んでいる企業が多かった。

今回の調査で、企業は消費者にトクホの使用方法は伝わっていないと分かっているのに、伝えられないとジレンマを感じていることが明らかになった。

<参考>

- ① 社団法人山口県薬剤師会 特定保健用食品一覧
<http://yama-yaku.or.jp/guest/kinou/tokutei.htm>
- ② 村上太郎：トクホ・シンポジウム：正しい健康づくりの食べ方と生き方を求めて『健康保健用食品の効能の科学性に疑義』