

栄養成分表示・栄養教育検討委員会報告書

栄養・健康表示の社会的ニーズの解明と 食育実践への活用に関する研究

池上幸江^{*1}, 山田和彦², 池本真二³
倉田澄子⁴, 清水俊雄⁵, 藤澤由美子⁶
由田克士², 和田政裕⁷, 坂本元子⁶

(2008年8月29日受付; 2008年9月22日受理)

要旨: 食品成分表示・栄養教育検討委員会ではこれまで栄養成分表示に関する調査を行い、報告書として発表し、また栄養成分表示や健康強調表示に関するシンポジウムなどを開催してきた。前期の委員会では栄養成分表示と健康強調表示に関する意識調査を多様な対象者について行った。今期はこの調査結果を以前の調査と比較しながら、報告書としてまとめることとした。また、今後は新たな調査も加えて、栄養教育の観点から栄養成分表示や健康強調表示のあり方について、一定の見解をまとめた。本調査では、栄養成分表示、健康強調表示については、特定保健用食品や栄養機能食品、「いわゆる健康食品」について、認知、利用、情報源などについて調査した。その結果、

- ① 栄養成分表示は広く見られており、健康維持や増進のために利用されている。しかし、現状の表示は分かりにくく、また対象食品が限られていることから、消費者は改善を望んでいる。これらの結果は前回調査と同様であった。
- ② 特定保健用食品の認知度はきわめて高く、利用もされていた。とくに若い世代、学生での認知や利用が高いが、高齢者や生活雑誌読者での利用は低かった。他方、関心のある保健の用途は「体に脂肪が付きにくい」や「お腹の調子を整える」、「腸内環境を整える」などであった。しかし、保健の用途の関心と成分の関連には十分な認識がなく、消費者への情報提供が十分ではないと思われた。
- ③ 栄養機能食品に対する認知や利用は特定保健用食品に比べると低かったが、世代間の傾向は②の特定保健用食品と同様であった。
- ④ 「いわゆる健康食品」の利用については特定保健用食品の利用とは異なる傾向を示した。すなわち年齢階層による差異が少なく、高齢者による利用も高く、特定保健用食品とは異なっていた。「いわゆる健康食品」に関する情報源はテレビや知人・友人からのものが多く、科学的な根拠の入手が困難な状況にあることを反映している。今後「いわゆる健康食品」の有用性や安全性の確保についてどのような制度を作るかが課題と思われる。

キーワード: 栄養表示基準制度、健康強調表示、特定保健用食品、栄養機能食品、いわゆる健康食品

食品には多くの表示制度が存在する。食品を安全に美味しく食べるためには、品質の表示、消費期限や賞味期限の表示、生産国、食品添加物、アレルギーなどに関する表示などが行われている。わが国ではこれらの食品の

表示の1種として栄養成分表示や健康強調表示も行われている。これらの表示は適切な食生活を営むための重要な手段となるものである。そのためには、表示は消費者に分かりやすく、利用しやすいものでなければならない。

* 連絡者・別刷請求先 (E-mail: sikegami@otsuma.ac.jp)

¹ 大妻女子大学 (102-8357 東京都千代田区三番町 12)

² 独立行政法人国立健康・栄養研究所 (162-8636 東京都新宿区戸山 1-23-1)

³ お茶の水女子大学 (112-8610 東京都文京区大塚 2-1-1)

⁴ 東京家政学院大学 (194-0292 東京都町田市相原町 2600)

⁵ 名古屋文理大学 (492-8520 愛知県稲沢市稲沢町前田 364)

⁶ 和洋女子大学 (272-8533 千葉県市川市国府台 2-3-1)

⁷ 城西大学 (350-0295 埼玉県坂戸市けやき台 1-1)

食品成分表示・栄養教育検討委員会ではこれまで栄養成分表示に関する調査を行い、報告書として発表した¹⁾。栄養成分表示については、われわれの調査報告のほか、おもに大学生や高校生を対象とした結果が報告されている²⁻⁴⁾。これらの研究の目的は表示をよく見ることと健康行動とがどのように関連しているかを明らかにすることであり、広い世代にわたって望ましい表示のあり方について調査するものとはなっていない。

栄養成分表示については、若年者はもちろん、生活習慣病が気になり始める世代や高齢者にとっても重要な食品に関する情報であり、世代を超えた実態調査が必要である。また、調査を通して表示のあり方を明らかにすることも必要である。

諸外国においても、表示の内容と利用実態に関する調査が発表されている。米国の栄養成分表示は歴史も古く、すでに 1969 年に始まっている。現在では、幅広い加工食品や生鮮食品に対して表示の義務があり、その内容も消費者に理解されやすい工夫がされている⁵⁻⁹⁾。EU では 2007 年 1 月、Nutrition profiles や栄養・健康強調表示について新たな制度が発足し、細目の検討が始められている¹⁰⁾¹¹⁾。

他方、わが国では 1991 年に特定保健用食品制度が発足し、2001 年には栄養機能性食品と合せて、保健機能食品制度として更新された¹²⁻¹⁴⁾。国際的には 2004 年に FAO/WHO 食品規格委員会 (CODEX) において健康強調表示について参加各国が合意に達している¹⁵⁾。わが国の保健機能食品制度は、CODEX における健康強調表示の合意に則って整備されたものである。わが国以外でもさまざまな食品への健康強調表示が実施されているが、制度の詳細は各国によって異なっている。

現在わが国では国民の健康志向が強まる中で、特定保健用食品や「いわゆる健康食品」に対する関心が高まっている。それに伴い、不適切な利用や安全上問題のある「いわゆる健康食品」による健康被害も増加している¹⁶⁾。いわゆるサプリメントの利用状況と食行動や健康行動の関連についても大学生を対象とした調査が報告されている¹⁷⁾¹⁸⁾。同様に欧米においても高齢者や疾病リスクのある対象者などでのサプリメントの利用状況や必要性・有効性が調査されている¹⁹⁻²³⁾。これらの多くの論文では、サプリメント利用者では望ましい食行動や健康行動が見られている。

栄養・健康強調表示は消費者が食品選択を行う場合の重要な情報を提供するものである。そのためには、表示の内容が適切に消費者に理解され、また食品選択に活用されるものでなければならない。さらに消費者が適切な食生活を営むために有効に機能することも必要である。すでにわれわれが 7 年前に発表した報告書¹⁾では、消費者は現状の表示を活用しつつも、改善や新たな表示内容を求めていることを明らかにした¹⁾。他方、米国や EU では食品表示の内容については科学的な根拠があり、消

費者がそれを正確に理解しているか、どのような表示方法が消費者に適正に理解されるかなどの課題が研究されている。しかし、わが国ではこうした研究はほとんどない。

最近、食品への各種表示は食育の重要なツールとして位置付けられていることから、今回は新たに健康強調表示についても専門家、学生、消費者などを対象として健康強調表示に対する意識調査を行い、食育のツールとしての栄養成分表示と健康強調表示のあり方について検討した。

調査対象と方法

1. 調査対象者

調査対象者は栄養成分表示・栄養教育検討委員会の各委員の職場、関係団体を介して選択した。対象者は東京都と周辺地域の居住者が多かったが、関東地域以外の居住者も含まれている。調査対象者は以下のグループから構成されている。

- ① 東京都と近県の大学生・専門学校生とその家族
- ② 大学や研究機関の研究者、食品関連行政官
- ③ 全国規模の生活雑誌読者会会員
- ④ 栄養士研修会参加者
- ⑤ 講演会参加の高齢者

2. アンケート用紙

調査アンケート用紙は付録に示した。調査は調査対象者の特性、栄養成分表示に対する意見、特定保健用食品と栄養機能食品に対する意見、「いわゆる健康食品」に対する意見の 4 種の大項目からなる。

3. 集計方法

2,028 名から記入済みのアンケート用紙を回収した。このうち、少なくとも年齢階級、性別、身長、体重の記載があった男性 450 名、女性 1,375 名、総計 1,825 名を集計対象者とした。具体的には性・年齢階級別 (10-20 歳代、30-40 歳代、50 歳以上) の集計ならびに対象者の専門性に関わる属性別 (一般消費者、学生、生活雑誌読者、専門家の四つに集約) に集計を行った。「学生」とは専門分野にかかわらず 4 年制もしくは 2 年制の大学生と専門学校生。「専門家」とは栄養士や大学等の教員および行政職とした。さらに、これら前述の何れにも該当しない者は「一般消費者」とした。

集計結果は身体状況を除き質問項目ごとに示した。この際、未回答や誤回答があった場合は質問項目ごとでおのおの集計対象から除外した。このため、項目ごとで集計対象者数や総集計対象者数が異なっている。

結果と考察

1. 調査対象者の状況

調査対象者の性・年齢階級別の身体状況ならびに性別・専門性に関わる属性別の身体状況を表 1 に示した。対象者は女性が多く、男女比はおおよそ 1:3 である。年

表 1 対象者における性・年齢階級別・専門性に関わる属性別の身体状況（問 1-5）

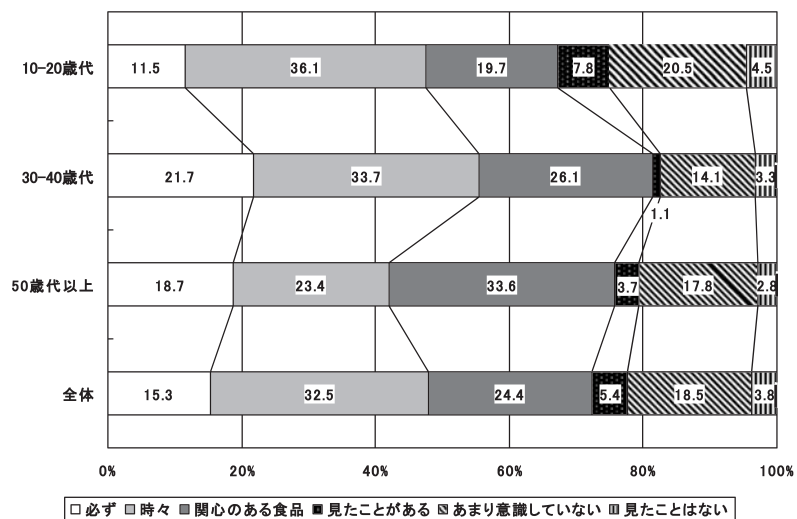
| | | | 人数 | 身長 (cm) | 体重 (kg) | Body Mass Index (kg/m ²) |
|----|------------|----------|------|------------|------------|---|
| 男性 | 年齢階級別 | 10-20 歳代 | 247 | 172.0±6.0 | 65.5±10.9 | 22.1±3.2 |
| | | 30-40 歳代 | 92 | 171.6±5.9 | 68.8± 8.5 | 23.3±2.5 |
| | | 50 歳代以上 | 111 | 168.0±5.9 | 66.0± 9.5 | 23.3±2.8 |
| | 専門性に関わる属性別 | 一般消費者 | 155 | 170.0±6.2 | 66.2± 9.2 | 22.9±2.8 |
| | | 生活雑誌読者 | 51 | 170.5±5.1 | 68.0± 8.5 | 23.4±2.6 |
| | | 学生 | 199 | 172.2±6.1 | 66.1±11.4 | 22.3±3.4 |
| | | 専門家 | 45 | 169.3±6.9 | 65.1± 9.8 | 22.6±2.6 |
| | (全体) | | 450 | 171.0±6.2 | 66.3±10.2 | 22.6±3.0 |
| | 年齢階級別 | 10-20 歳代 | 582 | 158.6±5.4 | 50.1± 5.9 | 19.9±2.0 |
| | | 30-40 歳代 | 419 | 158.0±4.9 | 52.8± 6.9 | 21.1±2.5 |
| | | 50 歳代以上 | 374 | 155.4±5.0 | 54.1± 6.9 | 22.4±2.6 |
| 女性 | 専門性に関わる属性別 | 一般消費者 | 150 | 157.0±5.3 | 52.8± 6.0 | 21.4±2.4 |
| | | 生活雑誌読者 | 463 | 156.9±5.1 | 53.9± 6.7 | 21.9±2.6 |
| | | 学生 | 458 | 158.8±5.5 | 50.2± 6.0 | 19.9±2.1 |
| | | 専門家 | 304 | 157.2±5.1 | 51.5± 7.1 | 20.9±2.6 |
| | (全体) | | 1375 | 157.6±5.3 | 52.0± 6.7 | 20.9±2.6 |

平均値±標準偏差。

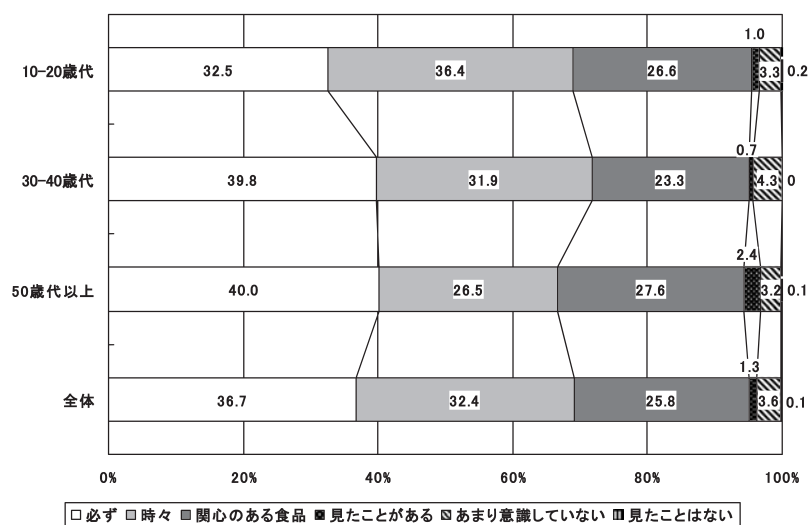
表 2 栄養成分表示に対する意見（問 9：複数回答）

| | | 10-20 歳代 | | 30-40 歳代 | | 50 歳代以上 | | (全体) | |
|-----|------------------|----------|------|----------|------|---------|------|-------|------|
| | | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % |
| 男性 | 商品を選ぶときの参考 | 116 | 47.0 | 51 | 55.4 | 57 | 51.4 | 224 | 49.8 |
| | 摂取栄養量の参考 | 84 | 34.0 | 39 | 42.4 | 45 | 40.5 | 168 | 37.3 |
| | 絵やグラフの方が見やすい | 67 | 27.1 | 17 | 18.5 | 22 | 19.8 | 106 | 23.6 |
| | 表示している商品を増やしてほしい | 74 | 30.0 | 21 | 22.8 | 19 | 17.1 | 114 | 25.3 |
| | 意識して見ていない | 53 | 21.5 | 16 | 17.4 | 22 | 19.8 | 91 | 20.2 |
| | 表示が小さくて見にくい | 28 | 11.3 | 7 | 7.6 | 34 | 30.6 | 69 | 15.3 |
| | 単位がバラバラで比較しにくい | 45 | 18.2 | 8 | 8.7 | 11 | 9.9 | 64 | 14.2 |
| | 栄養所要量が分からず役に立たない | 27 | 10.9 | 12 | 13.0 | 16 | 14.4 | 55 | 12.2 |
| 女性 | 商品を選ぶときの参考 | 415 | 71.3 | 289 | 69.0 | 266 | 71.1 | 970 | 70.5 |
| | 摂取栄養量の参考 | 318 | 54.6 | 225 | 53.7 | 217 | 58 | 760 | 55.3 |
| | 絵やグラフの方が見やすい | 151 | 25.9 | 72 | 17.2 | 48 | 12.8 | 271 | 19.7 |
| | 表示している商品を増やしてほしい | 271 | 46.6 | 157 | 37.5 | 112 | 29.9 | 540 | 39.3 |
| | 意識して見ていない | 22 | 3.8 | 23 | 5.5 | 16 | 4.3 | 61 | 4.4 |
| | 表示が小さくて見にくい | 53 | 9.1 | 57 | 13.6 | 113 | 30.2 | 223 | 16.2 |
| | 単位がバラバラで比較しにくい | 73 | 12.5 | 45 | 10.7 | 24 | 6.4 | 142 | 10.3 |
| | 栄養所要量が分からず役に立たない | 45 | 7.7 | 15 | 3.6 | 12 | 3.2 | 72 | 5.2 |
| 階層別 | | 専門家 | | 生活雑誌読者 | | 学生 | | 一般消費者 | |
| | | 260 | 74.5 | 327 | 63.6 | 434 | 66.1 | 173 | 56.7 |
| | | 197 | 56.4 | 272 | 52.9 | 320 | 48.7 | 139 | 45.6 |
| | | 59 | 16.9 | 83 | 16.1 | 176 | 26.8 | 59 | 19.3 |
| | | 156 | 44.7 | 147 | 28.6 | 281 | 42.8 | 70 | 23.0 |
| | | 8 | 2.3 | 40 | 7.8 | 54 | 8.2 | 50 | 16.4 |
| | | 71 | 20.3 | 85 | 16.5 | 58 | 8.8 | 78 | 25.6 |
| | | 39 | 11.2 | 36 | 7.0 | 93 | 14.2 | 38 | 12.5 |
| | | 19 | 5.4 | 20 | 3.9 | 58 | 8.8 | 30 | 9.8 |

<男>



<女>



<階層別>

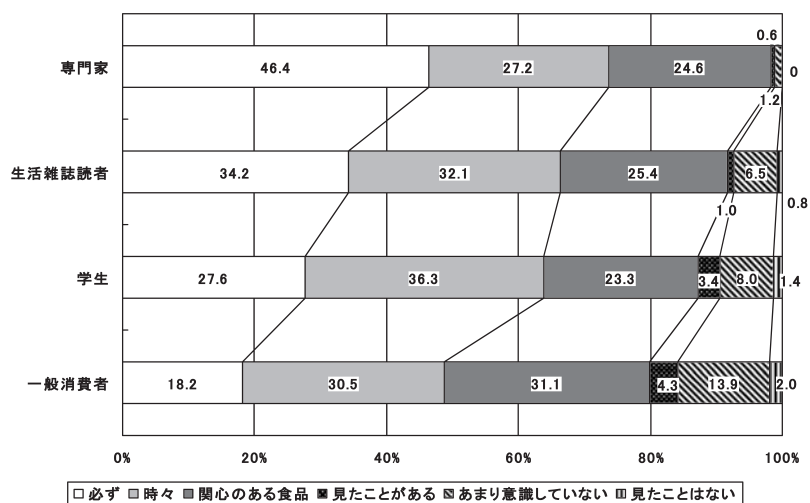
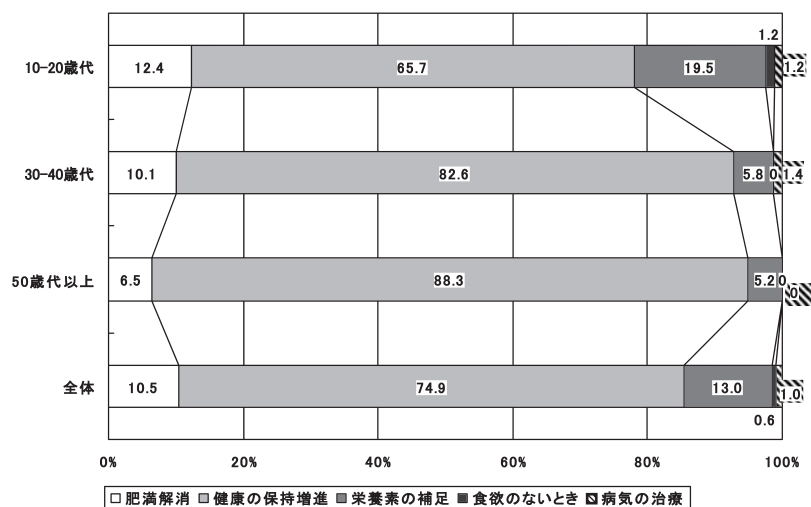


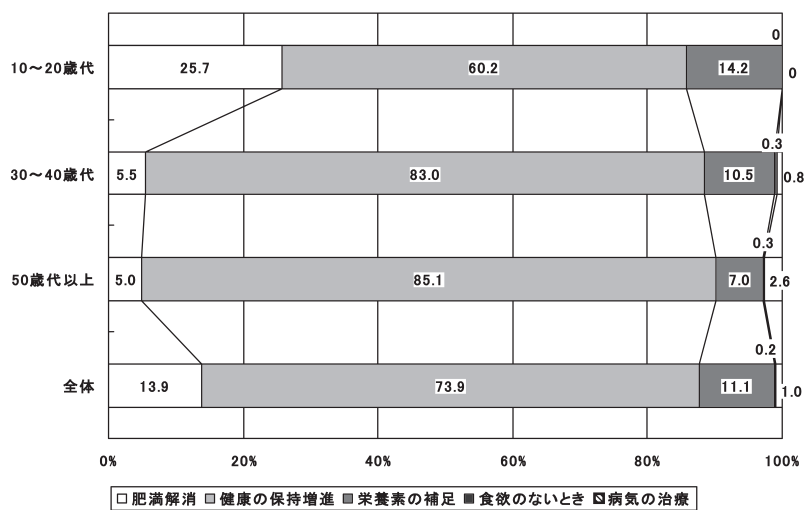
図1 食品の表示を見る頻度

問6 あなたは食品の包装紙や箱に表示されているものを、よく見ますか。

<男>



<女>



<階層別>

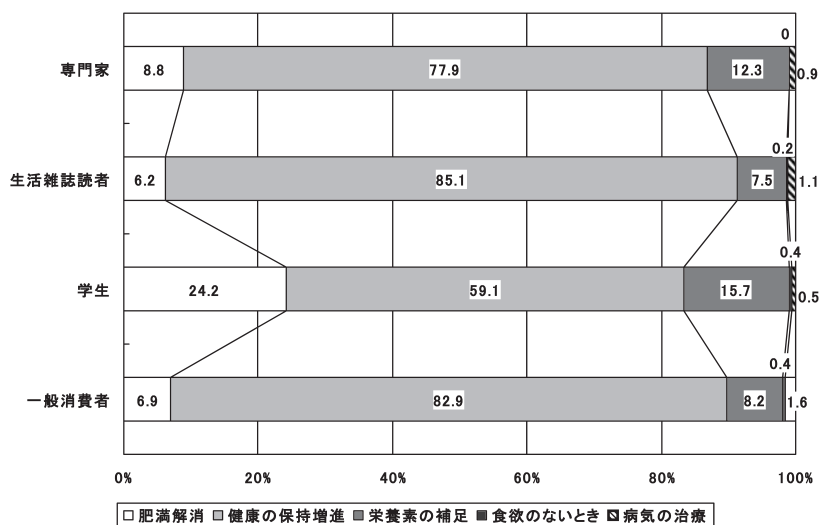
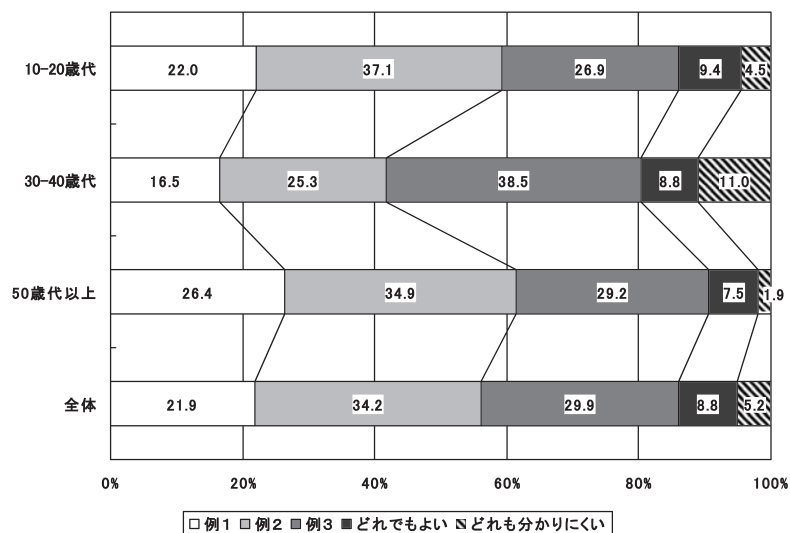
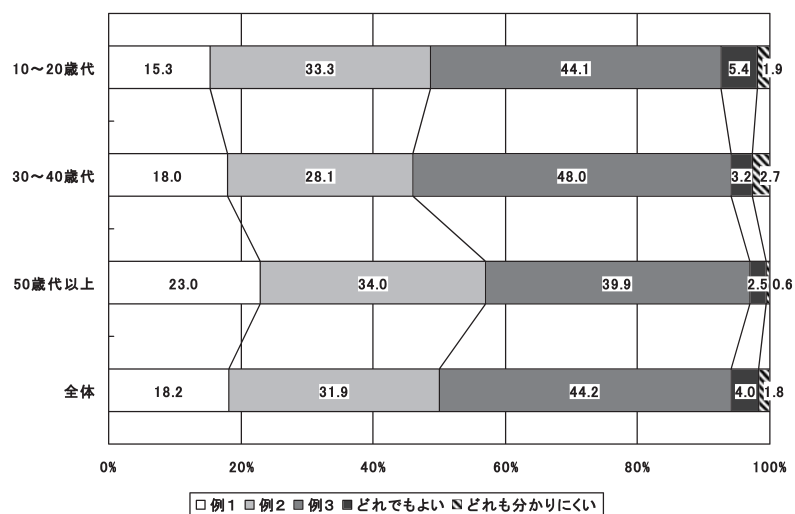


図2 食品の表示を利用する理由
問7 表示はどんなときに利用しますか（見ると回答した人）

<男>



<女>



<階層別>

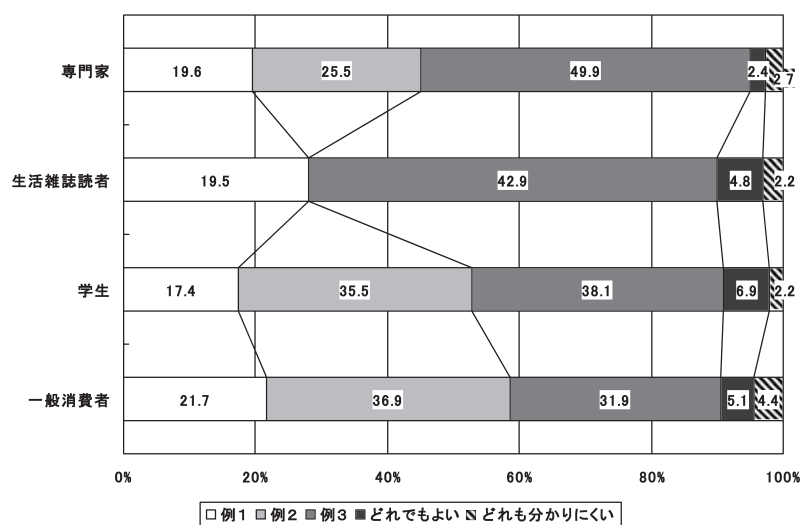


図3 分かりやすい栄養成分表示

問8 つぎに示す3例の栄養成分表示でどれが分かりやすいか。

表 3 栄養強調表示に対する意見（問 10：複数回答）

| | | 10-20 歳代 | | 30-40 歳代 | | 50 歳代以上 | | (全体) | |
|-----|------------------|----------|------|----------|------|---------|------|-------|------|
| | | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % |
| 男性 | 健康に役立つ表示が目立つのはよい | 119 | 48.2 | 36 | 39.1 | 59 | 53.2 | 214 | 47.6 |
| | 販売戦略だと思う | 106 | 42.9 | 45 | 48.9 | 41 | 36.9 | 192 | 42.7 |
| | 分かりやすくてよい | 59 | 23.9 | 13 | 14.1 | 21 | 18.9 | 93 | 20.7 |
| | 細かい表示は必要ない | 29 | 11.7 | 5 | 5.4 | 24 | 21.6 | 58 | 12.9 |
| | 薬の効能書きのようだ | 19 | 7.7 | 10 | 10.9 | 9 | 8.1 | 38 | 8.4 |
| 女性 | 健康に役立つ表示が目立つのはよい | 303 | 52.1 | 192 | 45.8 | 213 | 57.0 | 708 | 51.5 |
| | 販売戦略だと思う | 314 | 54.0 | 192 | 45.8 | 98 | 26.2 | 604 | 43.9 |
| | 分かりやすくてよい | 133 | 22.9 | 61 | 14.6 | 75 | 20.1 | 269 | 19.6 |
| | 細かい表示は必要ない | 26 | 4.5 | 29 | 6.9 | 60 | 16 | 115 | 8.4 |
| | 薬の効能書きのようだ | 28 | 4.8 | 27 | 6.4 | 21 | 5.6 | 76 | 5.5 |
| 階層別 | | 専門家 | | 生活雑誌読者 | | 学生 | | 一般消費者 | |
| | | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % |
| | | 173 | 49.6 | 234 | 45.5 | 338 | 51.4 | 117 | 58.0 |
| | | 162 | 46.4 | 207 | 40.3 | 317 | 48.2 | 110 | 36.1 |
| | | 64 | 18.3 | 66 | 12.8 | 157 | 23.9 | 75 | 24.6 |
| | | 23 | 6.6 | 61 | 11.9 | 50 | 7.6 | 39 | 12.8 |
| | | 21 | 6.0 | 37 | 7.2 | 33 | 5.0 | 23 | 7.5 |

表 4 特定保健用食品の認知（問 11）

| | | 知っていた | | よく知らない | | 全く知らない | |
|-----|----------|-------|------|--------|------|--------|------|
| | | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % |
| 男性 | 10-20 歳代 | 126 | 51.6 | 78 | 32.0 | 40 | 16.4 |
| | 30-40 歳代 | 72 | 79.1 | 12 | 13.2 | 7 | 7.7 |
| | 50 歳代以上 | 45 | 40.5 | 40 | 36.0 | 26 | 23.4 |
| | (全体) | 243 | 54.5 | 130 | 29.1 | 73 | 16.4 |
| | | | | | | | |
| 女性 | 10-20 歳代 | 492 | 84.7 | 81 | 13.9 | 8 | 1.4 |
| | 30-40 歳代 | 298 | 71.5 | 108 | 25.9 | 11 | 2.6 |
| | 50 歳代以上 | 207 | 56.1 | 119 | 32.2 | 43 | 11.7 |
| | (全体) | 997 | 72.9 | 308 | 22.5 | 62 | 4.5 |
| | | | | | | | |
| 階層別 | 専門家 | 308 | 88.8 | 34 | 9.8 | 5 | 1.4 |
| | 生活雑誌読者 | 296 | 58.2 | 173 | 34.0 | 40 | 7.9 |
| | 学生 | 497 | 76.1 | 121 | 18.5 | 35 | 5.4 |
| | 一般消費者 | 139 | 45.7 | 110 | 36.2 | 55 | 18.1 |
| | | | | | | | |

年齢別では、男性、女性ともに 10, 20 歳代が最も多く、男女とも 30, 40 歳代と 50 歳代以上はほぼ同じ割合である。対象者の専門性に関わる属性別に見ると、男性は学生が最も人数が多く、ついで一般消費者、生活雑誌読者、専門家となっていた。女性では、生活雑誌読者、学生、専門家、一般消費者と続いていた。

2. 栄養成分表示に関する意識

2.1 栄養成分表示の利用状況 図 1 には男女別に栄養成分がどの程度見られているかを示した。「必ず見る」、「時々見る」、「関心のある食品で見ると」では男女とも比較的高い比率である。男性と女性では女性の方が「必ず見る」や「時々見る」の比率が高い。また、年齢区分では、「必ず見る」は 30 歳代以上で 10, 20 歳代に

比べて高い。図 2 には栄養成分表示を利用する目的を示したが、健康の保持・増進が最も高く、男女差はあまり見られない。しかし、年齢区分では、「健康の保持・増進」と答えた者が、30 歳代以上の方が 10, 20 歳代に比べて高い。他方、「肥満解消」を目的とするものは女性の若い世代でとくに高い。

わが国の栄養成分表示は、食品 100 g, 100 mL, 1 包装, 1 食当たりなど表示の仕方は販売者や製造者の選択に任されている。多くの食品では 100 g 当たりの栄養素量で示される場合が多い。そこで、問 8 では現状の表示パターンを示して、分かりやすい表示を選んでもらった。その結果、図 3 のように 100 g 当たりでの数字表示（例 1）に比べて、1 食当たり（例 2）やこれをさらにグラフ化したもの（例 3）に対して分かりやすいと評価している。米国の栄養成分表示では栄養摂取基準に対する充足率などが示され、消費者に理解しやすい表示になっているが、わが国では消費者に分かりやすい表示への努力が必要であると思われる。

すでに米国では 1990 年代初めにどのような表示方法が分かりやすいかの調査が行われ、棒グラフと食事摂取基準に対する割合が望ましいことが報告されている⁵⁾⁶⁾。

2.2 栄養成分表示の改善要望 表 2 には栄養成分表示がどのように利用されているかを、また表 3 は現状の栄養成分表示に対する意見集約の結果を示した。栄養成分表示は商品を選ぶときの参考とする人が最も多く、摂取栄養量を考える参考となるがこれに次ぐ。また、現在、栄養成分表示は任意表示であり、多くの消費者はもっと表示食品を増やすことや、絵やグラフで分かりやすく表示することを望んでいる。その他、表示が小さ

い、単位が統一されていないなどの意見もあった。さらに少数意見ながら、栄養所要量が分からないと役に立たないという意見もあった。これらの結果は前回のわれわれの調査でも示されている¹⁾。

このように現状栄養成分表示は一定程度利用されているものの、消費者は必ずしも満足はしていない。とくに分かりやすい表示や表示されている食品の数を増やすことを要望している。これらについては今後、栄養表示が消費者に適正に理解される分かりやすい表示であるか、食生活に利用されているかを詳細に調査し、それに基づいて改善が必要であろう。

3. 特定保健用食品に関する意識

3.1 特定保健用食品の認知 表 4 には男女別の年齢階層別に見た特定保健用食品の認知を示した。全般的には女性の方が認知度が高く、また若い世代で高い傾向を示している。ただし、男性の 30-40 歳代で高い認知を示した理由は不明であるが、30、40 歳代の生活習慣病に

関心を持ち始める世代が特定保健用食品に関心を持っているとも理解できる。女性では特定保健用食品を 75% がよく知っており、男性では 50% を超える程度であったので、平均すると 70% 以上がよく知っていたと答えている。

他方、属性別に見ると専門家グループが高いのは当然であるが、年齢の若い学生での認知度が高いのも年齢階層別の結果から推測されるものである。一般消費者で見ても半数近くがよく知っており、認知度が高いことを確認できた。

3.2 特定保健用食品の利用 図 4 には特定保健用食品の利用状況について示した。どの年代や属性で見ても、毎日利用しているものは 10% 以下であるが、たまに利用する人では全体では男性では約 60%、女性では 70% を超えている。年齢階層で見ると女性では若い世代での利用が高く、男性では 30-40 歳代での利用が高くなっている。この傾向は表 4 の認知度とも相関してお

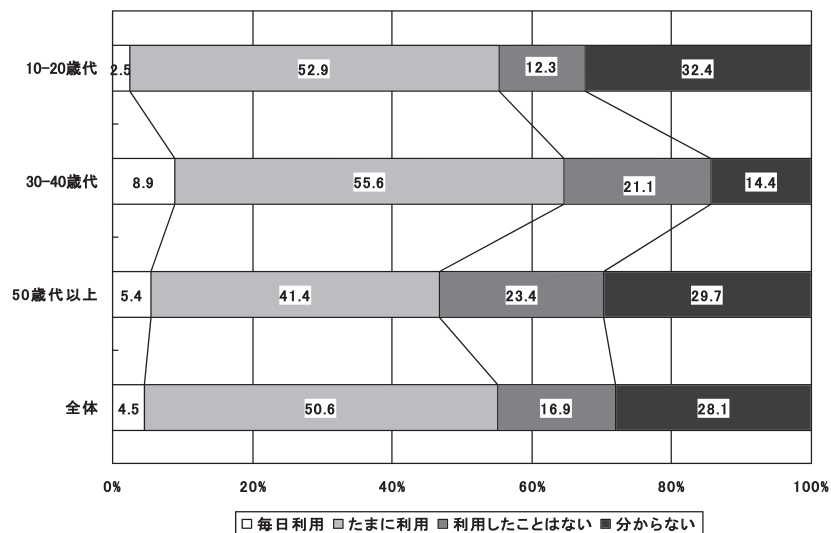
表 5 特定保健用食品を利用する理由 (問 13: 利用者のみ)

| | | 買わない | | 理由はない | | 効果を期待 | | 病気の予防 | | 食だけでは不足 | | 手軽だから | | おいしいから | | なんとなく | | その他 | |
|-----|----------|------|-----|-------|------|-------|------|-------|------|---------|------|-------|------|--------|-----|-------|------|-----|-----|
| | | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % |
| 男性 | 10-20 歳代 | 2 | 1.6 | 30 | 23.3 | 38 | 29.5 | 7 | 5.4 | 11 | 8.5 | 12 | 9.3 | 4 | 3.1 | 21 | 16.3 | 4 | 3.1 |
| | 30-40 歳代 | 1 | 1.8 | 13 | 23.6 | 19 | 34.5 | 2 | 3.6 | 3 | 5.5 | 5 | 9.1 | 0 | 0 | 7 | 12.7 | 5 | 9.1 |
| | 50 歳代以上 | 0 | 0 | 6 | 13.6 | 20 | 45.5 | 7 | 15.9 | 2 | 4.5 | 5 | 11.4 | 1 | 2.3 | 2 | 4.5 | 1 | 2.3 |
| | (全体) | 3 | 1.3 | 49 | 21.5 | 77 | 33.8 | 16 | 7.0 | 16 | 7.0 | 22 | 9.6 | 5 | 2.2 | 30 | 13.2 | 10 | 4.4 |
| 女性 | 10-20 歳代 | 3 | 0.6 | 134 | 27.9 | 157 | 32.6 | 20 | 4.2 | 23 | 4.8 | 46 | 9.6 | 17 | 3.5 | 59 | 12.3 | 22 | 4.6 |
| | 30-40 歳代 | 1 | 0.4 | 38 | 14.1 | 109 | 40.5 | 27 | 10.0 | 26 | 9.7 | 21 | 7.8 | 8 | 3.0 | 23 | 8.6 | 16 | 5.9 |
| | 50 歳代以上 | 2 | 1.1 | 24 | 13.8 | 55 | 31.6 | 42 | 24.1 | 18 | 10.3 | 8 | 4.6 | 4 | 2.3 | 7 | 4.0 | 14 | 8.0 |
| | (全体) | 6 | 0.6 | 196 | 21.2 | 321 | 34.7 | 89 | 9.6 | 67 | 7.3 | 75 | 8.1 | 29 | 3.1 | 89 | 9.6 | 52 | 5.6 |
| 階層別 | 専門家 | 1 | 0.4 | 30 | 11.4 | 99 | 37.5 | 30 | 11.4 | 33 | 12.5 | 25 | 9.5 | 7 | 2.7 | 24 | 9.1 | 15 | 5.7 |
| | 生活雑誌読者 | 3 | 1.3 | 48 | 20.5 | 85 | 36.3 | 28 | 12 | 10 | 4.3 | 7 | 3.0 | 11 | 4.7 | 22 | 9.4 | 20 | 8.5 |
| | 学生 | 4 | 0.8 | 137 | 28.0 | 155 | 31.7 | 24 | 4.9 | 24 | 4.9 | 48 | 9.8 | 14 | 2.9 | 63 | 12.9 | 20 | 4.1 |
| | 一般消費者 | 1 | 0.6 | 30 | 18.2 | 59 | 35.8 | 23 | 13.9 | 16 | 9.7 | 17 | 10.3 | 2 | 1.2 | 10 | 6.1 | 7 | 4.2 |

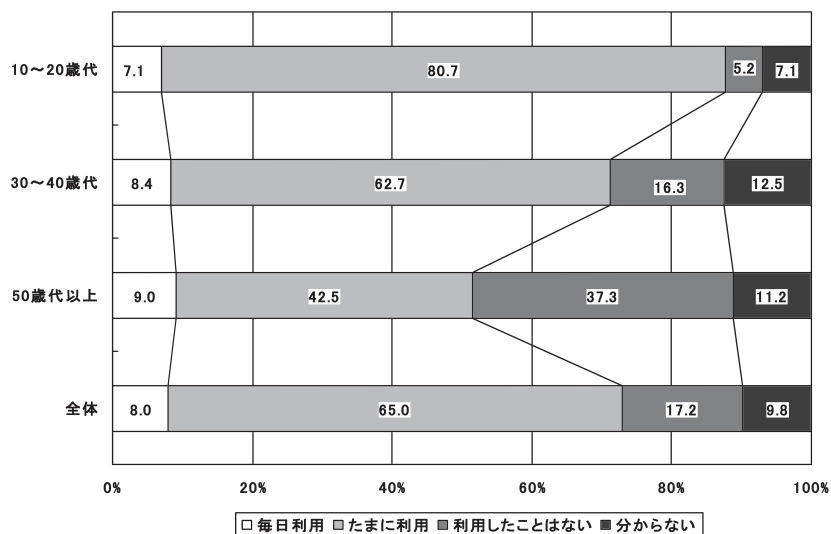
表 6 関心のある特定保健用食品の保健の用途 (問 14: 複数回答)

| | | 骨の健康が気になる方に | | お腹の調子を整える | | 腸内環境を整える | | 体に脂肪が付きにくい | | カルシウムの吸収を促進 | |
|-----|----------|-------------|------|-----------|------|----------|------|------------|------|-------------|------|
| | | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % |
| 男性 | 10-20 歳代 | 87 | 35.2 | 86 | 34.8 | 54 | 21.9 | 94 | 38.1 | 81 | 32.8 |
| | 30-40 歳代 | 14 | 15.2 | 21 | 22.8 | 22 | 23.9 | 35 | 38.0 | 16 | 17.4 |
| | 50 歳代以上 | 23 | 20.7 | 35 | 31.5 | 37 | 33.3 | 27 | 24.3 | 25 | 22.5 |
| | (全体) | 124 | 27.6 | 142 | 31.6 | 113 | 25.1 | 156 | 34.7 | 122 | 27.1 |
| 女性 | 10-20 歳代 | 174 | 29.9 | 289 | 49.7 | 256 | 44.0 | 352 | 60.5 | 224 | 38.5 |
| | 30-40 歳代 | 145 | 34.6 | 111 | 26.5 | 139 | 33.2 | 156 | 37.2 | 130 | 31.0 |
| | 50 歳代以上 | 133 | 35.6 | 79 | 21.1 | 89 | 23.8 | 94 | 25.1 | 93 | 24.9 |
| | (全体) | 452 | 32.9 | 479 | 34.8 | 484 | 35.2 | 602 | 43.8 | 447 | 32.5 |
| 階層別 | 専門家 | 113 | 32.4 | 118 | 33.8 | 144 | 41.3 | 133 | 38.1 | 96 | 27.5 |
| | 生活雑誌読者 | 146 | 28.4 | 109 | 21.2 | 122 | 23.7 | 147 | 28.6 | 134 | 26.1 |
| | 学生 | 219 | 33.3 | 305 | 46.4 | 246 | 37.4 | 374 | 56.9 | 257 | 39.1 |
| | 一般消費者 | 98 | 32.1 | 89 | 29.2 | 85 | 27.9 | 104 | 34.1 | 82 | 26.9 |

<男>



<女>



<階層別>

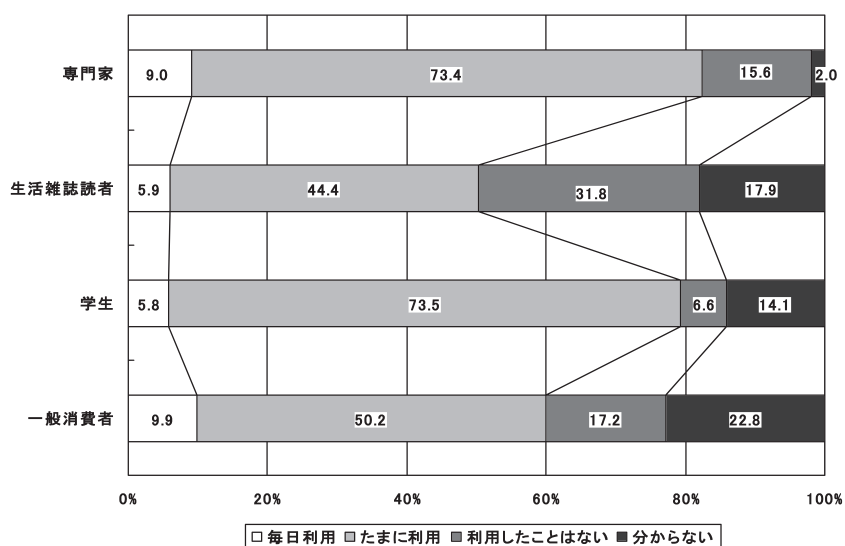


図 4 特定保健用食品の利用状況
問 12 特定保健用食品を利用したことがありますか。

表 7 関心のある特定保健用食品の成分 (問 15: 複数回答)

| | | 食物繊維 | | 乳酸菌 | | 茶カテキン | | 大豆イソフラボン | | 中鎖脂肪酸 | | EPA/DHA | |
|-----|----------|------|------|-----|------|-------|------|----------|------|-------|------|---------|------|
| | | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % |
| 男性 | 10-20 歳代 | 129 | 52.2 | 100 | 40.5 | 110 | 44.5 | 59 | 23.9 | 28 | 11.3 | 60 | 24.3 |
| | 30-40 歳代 | 40 | 43.5 | 28 | 30.4 | 40 | 43.5 | 21 | 22.8 | 11 | 12 | 24 | 26.1 |
| | 50 歳代以上 | 52 | 46.8 | 51 | 45.9 | 44 | 39.6 | 26 | 23.4 | 7 | 6.3 | 21 | 18.9 |
| | (全体) | 221 | 49.1 | 179 | 39.8 | 194 | 43.1 | 106 | 23.6 | 46 | 10.2 | 105 | 23.3 |
| 女性 | 10-20 歳代 | 420 | 72.2 | 285 | 49.0 | 301 | 51.7 | 328 | 56.4 | 167 | 28.7 | 196 | 33.7 |
| | 30-40 歳代 | 231 | 55.1 | 144 | 34.4 | 133 | 31.7 | 209 | 49.9 | 63 | 15 | 129 | 30.8 |
| | 50 歳代以上 | 184 | 49.2 | 138 | 36.9 | 115 | 30.7 | 177 | 47.3 | 39 | 10.4 | 86 | 23.0 |
| | (全体) | 835 | 60.7 | 567 | 41.2 | 549 | 39.9 | 714 | 51.9 | 269 | 19.6 | 411 | 29.9 |
| 階層別 | 専門家 | 212 | 60.7 | 142 | 40.7 | 151 | 43.3 | 176 | 50.4 | 77 | 22.1 | 116 | 33.2 |
| | 生活雑誌読者 | 232 | 45.1 | 164 | 31.9 | 123 | 23.9 | 204 | 39.7 | 42 | 8.2 | 115 | 22.4 |
| | 学生 | 446 | 67.9 | 308 | 46.9 | 335 | 51.0 | 313 | 47.6 | 161 | 24.5 | 209 | 31.8 |
| | 一般消費者 | 166 | 54.4 | 132 | 43.3 | 134 | 43.9 | 127 | 41.6 | 35 | 11.5 | 76 | 24.9 |

り、生活習慣病が心配になり始めた世代の特徴かもしれない。利用しないとする世代は 50 歳以上で男女ともとくに高い。属性別に見た場合は、専門家グループでたまに利用する人を含めると利用度が高く、学生でも同様である。これに対して、生活雑誌読者では毎日とたまに利用を加えても低い傾向にあった。

3.3 特定保健用食品を利用する理由 特定保健用食品を利用する理由については表 5 に示した。特定保健用食品を毎日かたまに利用する人の理由としては、保健の用途を期待している人が最も多い。とくに理由なく利用している割合も高い。男女とも病気の予防を上げた人は 50 歳代以上で多かった。

3.4 関心の高い特定保健用食品の保健の用途 現在許可されている特定保健用食品の保健の用途項目を並べ、関心度を調べた。その結果のうち、とくに関心度の高い項目について表 6 に示した。その中では「カルシウムの吸収促進」、「体脂肪が付きにくい」、「腸内環境を整える」、「お腹の調子を整える」、「骨の健康」といった保健の用途に対する関心が高い。男性では全般的に女性に比べて関心度は低い。高齢世代では、「お腹の調子や腸内環境を整える」といった用途に対する関心が高い。

他方、女性では、若い世代において「体脂肪が付きにくい」、「お腹の調子を整える」、「腸内環境を整える」に関心が高い。

属性別で見ると、学生では「体脂肪が付きにくい」、「お腹の調子を整える」といった用途への関心が高い。これは若い世代の関心から推測されるものである。ついで専門家グループが表 6 に示した保健の用途に対する関心が学生について高い。

3.5 関心の高い特定保健用食品の成分 現在特定保健用食品に使われている成分を並べて、関心度を問うた結果は表 7 に示した。食物繊維が最も高く、乳酸菌、茶カテキン、大豆イソフラボン、中鎖脂肪酸、EPA/DHA がこれに続いて関心が高かった。

男性では年齢別の差は顕著ではない。他方、女性では若い世代において食物繊維、乳酸菌、茶カテキン、中鎖脂肪酸などに対する関心が高い。属性別に見ると、学生がいずれの成分に対しても関心が高く、これに次ぐのが専門家のグループである。これに対して生活雑誌読者ではこれらの成分に対する関心は低い。

若い世代や学生グループでは、「体脂肪が付きにくい」の保健の用途に高い関心があるにもかかわらず、その成分の 1 種であるジアシルグリセロールに対する関心はきわめて低く、保健の用途と成分の関連が十分に理解されていなかった (表には示さず)。

特定保健用食品の審査に当たっては、審査対象食品の保健の用途は国の栄養政策や健康政策と合致するものであることが求められているが、現在までに許可されている特定保健用食品が国民の健康維持や増進にどのような役割を果たしているのか、総合的な評価も必要ではないかと思われる。その面から考えると、利用者の食生活の実態や、特定保健用食品の利用に伴って健康行動や状態の改善に繋がっているかを明らかにしていくことが必要である。

4. 栄養機能食品に対する意識

4.1 栄養機能食品の認知 栄養機能食品に対する認知は表 8 に示した。全体として男性はほぼ 50% が知っており、女性は男性に比べて認知は高く、60% を超えている。年代別にみると、男性では 30-40 歳代の認知が高く、特定保健用食品の認知と類似している。女性では年齢が若い世代ほど認知が高くなっている。

属性別で見ると、専門家グループがきわめて高く、学生がこれに次ぐ。この傾向は特定保健用食品の場合とも一致している。

4.2 栄養機能食品の利用 栄養機能食品の利用状況についての結果は表 9 に示した。男性では 30-40 歳代における利用度がやや高く、10-20 歳代の利用がこれに次ぎ、50 歳以上では利用が低い。女性では若い世代ほど

表 8 栄養機能食品の認知（問 16）

| | | 知っていた | | 聞いたことはあるが知らない | | まったく知らない | |
|-----|----------|-------|------|---------------|------|----------|------|
| | | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % |
| 男性 | 10-20 歳代 | 100 | 41.3 | 74 | 30.6 | 68 | 28.1 |
| | 30-40 歳代 | 64 | 71.1 | 12 | 13.3 | 14 | 15.6 |
| | 50 歳代以上 | 41 | 37.6 | 38 | 34.9 | 30 | 27.5 |
| | (全体) | 205 | 46.5 | 124 | 28.1 | 112 | 25.4 |
| 女性 | 10-20 歳代 | 411 | 71.2 | 131 | 22.7 | 35 | 6.1 |
| | 30-40 歳代 | 226 | 54.9 | 122 | 29.6 | 64 | 15.5 |
| | 50 歳代以上 | 180 | 49.5 | 111 | 30.5 | 73 | 20.1 |
| | (全体) | 817 | 60.4 | 364 | 26.9 | 172 | 12.7 |
| 階層別 | 専門家 | 296 | 85.8 | 43 | 12.5 | 6 | 1.7 |
| | 生活雑誌読者 | 210 | 41.9 | 179 | 35.7 | 112 | 22.4 |
| | 学生 | 411 | 63.1 | 170 | 26.1 | 70 | 10.8 |
| | 一般消費者 | 105 | 35.4 | 96 | 32.3 | 96 | 32.3 |

利用度が高い。全体的には特定保健用食品に比べると、栄養機能食品の利用の方が低い。

対象者の属性別に見た利用では、専門家が高く、学生がこれに次ぎ、消費者は全体的に利用が低い。

5. 「いわゆる健康食品」に対する意識

5.1 「いわゆる健康食品」の利用 「いわゆる健康食品」の利用に関する調査結果は図 5 に示した。「いわゆる健康食品」を 3 カ月以上、あるいは 3 カ月以下の利用を合わせると、男性では 30%以上、女性では 40%である。保健機能食品に比べると、年代による差異が小さく、男性では 50 歳以上の世代での利用が高くなっている。属性別で見ても、保健機能食品とは傾向が異なる。一般消費者の利用が高く、これに並ぶのが専門家グループと学生のグループである。

5.2 「いわゆる健康食品」の情報源 「いわゆる健康食品」では食品の包装、宣伝物などでは直接有効性を示すことは法律上できない。したがって、「いわゆる健康

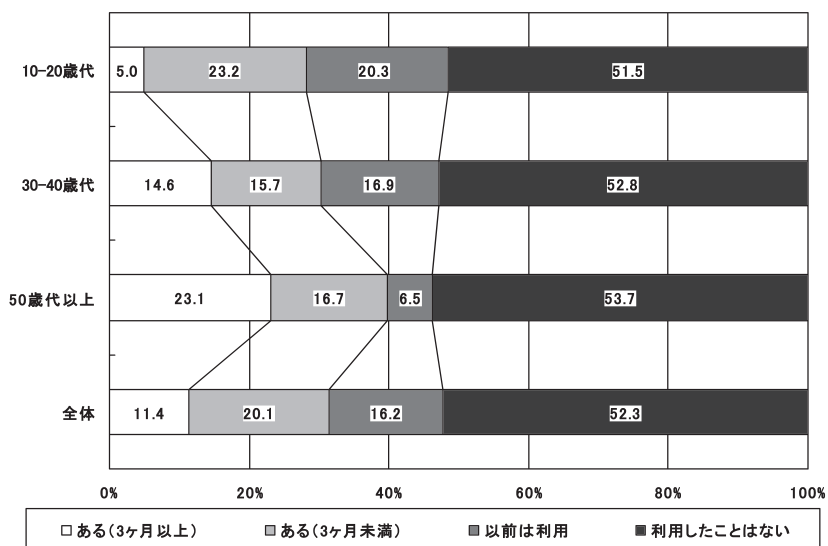
表 9 栄養機能食品の利用状況（問 17）

| | | 毎日利用 | | たまに利用 | | 利用したことはない | | 分からない | |
|-----|----------|------|-----|-------|------|-----------|------|-------|------|
| | | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % |
| 男性 | 10-20 歳代 | 2 | 0.8 | 94 | 38.8 | 39 | 16.1 | 107 | 44.2 |
| | 30-40 歳代 | 4 | 4.5 | 44 | 49.4 | 20 | 22.5 | 21 | 23.6 |
| | 50 歳代以上 | 1 | 0.9 | 31 | 28.2 | 43 | 39.1 | 35 | 31.8 |
| | (全体) | 7 | 1.6 | 169 | 38.3 | 102 | 23.1 | 163 | 37.0 |
| 女性 | 10-20 歳代 | 22 | 3.8 | 370 | 64.0 | 88 | 15.2 | 98 | 17.0 |
| | 30-40 歳代 | 14 | 3.4 | 149 | 36.3 | 135 | 32.9 | 112 | 27.3 |
| | 50 歳代以上 | 18 | 4.9 | 122 | 33.4 | 163 | 44.7 | 62 | 17.0 |
| | (全体) | 54 | 4.0 | 641 | 47.4 | 386 | 28.5 | 272 | 20.1 |
| 階層別 | 専門家 | 18 | 5.3 | 209 | 61.1 | 100 | 29.2 | 15 | 4.4 |
| | 生活雑誌読者 | 10 | 2 | 119 | 23.8 | 229 | 45.7 | 143 | 28.5 |
| | 学生 | 18 | 2.8 | 377 | 57.9 | 92 | 14.1 | 164 | 25.2 |
| | 一般消費者 | 15 | 5.0 | 105 | 35.0 | 67 | 22.3 | 113 | 37.7 |

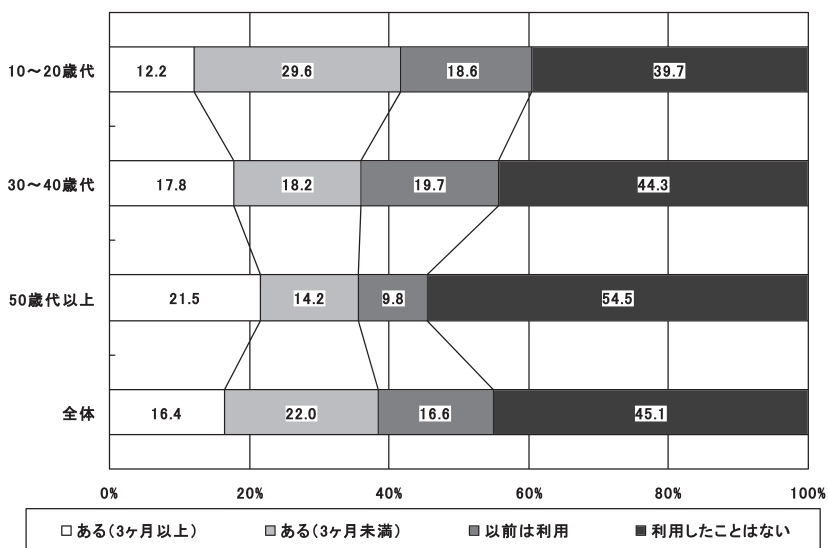
表 10 「いわゆる健康食品」の情報源（問 19）

| | | テレビの番組や CM | | 家族や友人の口コミ | | 新聞記事 | | インターネットや体験談 | | 商品の表示 | | 料理や栄養関係の本 | | その他 | |
|-----|----------|------------|------|-----------|------|------|------|-------------|------|-------|------|-----------|------|-----|------|
| | | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % |
| 男性 | 10-20 歳代 | 115 | 60.5 | 23 | 12.1 | 7 | 3.7 | 9 | 4.8 | 7 | 3.7 | 6 | 3.2 | 23 | 12 |
| | 30-40 歳代 | 24 | 34.8 | 13 | 18.8 | 4 | 5.8 | 8 | 11.6 | 3 | 4.3 | 3 | 4.3 | 14 | 20.4 |
| | 50 歳代以上 | 28 | 35.4 | 16 | 20.3 | 15 | 19.0 | 3 | 3.8 | 5 | 6.3 | 3 | 3.8 | 9 | 11.4 |
| | (全体) | 167 | 49.4 | 52 | 15.4 | 26 | 7.7 | 20 | 5.9 | 15 | 4.4 | 12 | 3.6 | 46 | 13.6 |
| 女性 | 10-20 歳代 | 237 | 55.2 | 45 | 10.5 | 6 | 1.4 | 16 | 3.7 | 46 | 10.7 | 35 | 8.2 | 44 | 10.3 |
| | 30-40 歳代 | 106 | 32.3 | 62 | 18.9 | 28 | 8.5 | 12 | 3.6 | 20 | 6.1 | 38 | 11.6 | 62 | 19.0 |
| | 50 歳代以上 | 81 | 29.1 | 55 | 19.8 | 46 | 16.5 | 5 | 1.8 | 10 | 3.6 | 33 | 11.9 | 48 | 17.3 |
| | (全体) | 424 | 41.0 | 162 | 15.7 | 80 | 7.7 | 33 | 3.1 | 76 | 7.3 | 106 | 10.2 | 154 | 15.0 |
| 階層別 | 専門家 | 84 | 32.7 | 21 | 8.2 | 17 | 6.6 | 17 | 6.6 | 27 | 10.5 | 50 | 19.5 | 41 | 15.9 |
| | 生活雑誌読者 | 111 | 28.2 | 96 | 24.4 | 52 | 13.2 | 11 | 2.8 | 15 | 3.8 | 38 | 9.6 | 71 | 18.0 |
| | 学生 | 293 | 59.9 | 47 | 9.6 | 10 | 2.0 | 19 | 3.8 | 42 | 8.6 | 25 | 5.1 | 53 | 11.0 |
| | 一般消費者 | 103 | 44.2 | 50 | 21.5 | 27 | 11.6 | 6 | 2.6 | 7 | 3.0 | 5 | 2.1 | 35 | 15.0 |

<男>



<女>



<階層別>

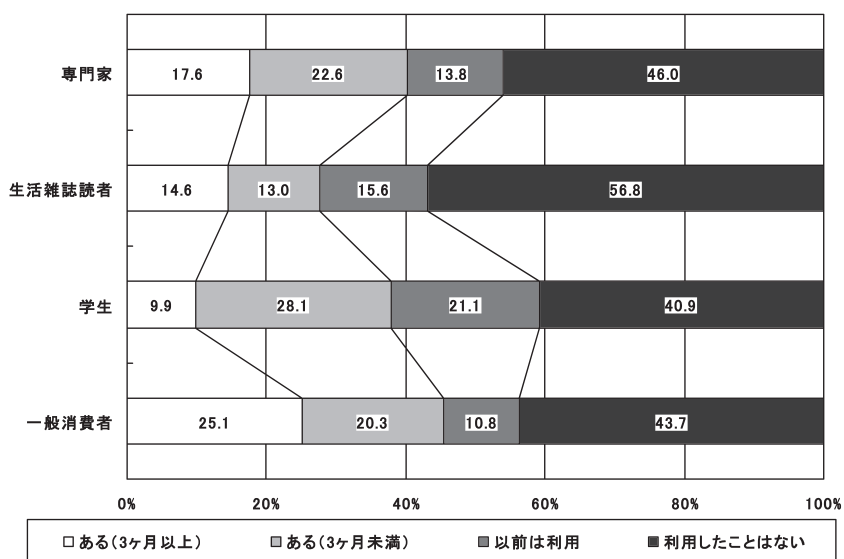


図5 「いわゆる健康食品」の利用状況
問18 健康食品を利用していますか。

表 11 「いわゆる健康食品」に対する期待（問 20）

| | | 健康維持に有効 | | 気休め程度 | | 薬ほどではないが有効 | | 期待できない | | 予防に有効 | | その他 | |
|-----|----------|---------|------|-------|------|------------|------|--------|------|-------|------|-----|-----|
| | | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % | 人数 | % |
| 男性 | 10-20 歳代 | 59 | 26.1 | 54 | 23.9 | 58 | 25.7 | 17 | 7.5 | 21 | 9.3 | 17 | 7.5 |
| | 30-40 歳代 | 27 | 30.0 | 30 | 33.3 | 13 | 14.4 | 13 | 14.4 | 3 | 3.3 | 4 | 4.6 |
| | 50 歳代以上 | 27 | 26.5 | 28 | 27.5 | 22 | 21.6 | 11 | 10.8 | 6 | 5.9 | 8 | 7.7 |
| | (全体) | 113 | 27.0 | 112 | 26.8 | 93 | 22.2 | 41 | 9.8 | 30 | 7.2 | 29 | 7.0 |
| 女性 | 10-20 歳代 | 170 | 30.9 | 163 | 29.6 | 135 | 24.5 | 15 | 2.7 | 37 | 6.7 | 31 | 5.6 |
| | 30-40 歳代 | 118 | 30.8 | 114 | 29.8 | 71 | 18.5 | 21 | 5.5 | 38 | 9.9 | 21 | 5.5 |
| | 50 歳代以上 | 74 | 21.4 | 110 | 31.9 | 73 | 21.2 | 37 | 10.7 | 37 | 10.7 | 14 | 4.1 |
| | (全体) | 362 | 28.3 | 387 | 30.3 | 279 | 21.8 | 73 | 5.7 | 112 | 8.8 | 66 | 5.1 |
| 階層別 | 専門家 | 98 | 30.7 | 92 | 28.8 | 64 | 20.1 | 20 | 6.3 | 37 | 11.6 | 8 | 2.5 |
| | 生活雑誌読者 | 106 | 21.9 | 177 | 36.6 | 81 | 16.8 | 57 | 11.8 | 37 | 7.7 | 25 | 5.2 |
| | 学生 | 175 | 28.4 | 166 | 26.9 | 164 | 26.6 | 23 | 3.7 | 46 | 7.5 | 42 | 6.9 |
| | 一般消費者 | 96 | 34.4 | 64 | 22.9 | 63 | 22.6 | 14 | 5.0 | 22 | 7.9 | 20 | 7.2 |

食品」の有効性については間接的な方法で情報を得るしかない。この項目では情報源について調査した。その結果は表 10 に示した。

全体としてテレビの番組や CM などが高最も高い情報源となっており、家族や友人の口コミ、新聞記事、インターネットや体験談などがこれ次ぐ情報源である。とくに若い世代ではテレビを情報源としている割合が高い。その他の情報源も一般的には信頼性の低いものが多い。現在わが国では「いわゆる健康食品」の有効性や安全性に関連したまとまった制度はない。現実には健康被害も多く¹⁶⁾、また法律違反商品も販売されている。こうした状況の改善が課題ではないかと思われる。

5.3 「いわゆる健康食品」への期待 「いわゆる健康食品」への期待についての意識は表 11 に示した。健康の維持に有効、薬ほどではないが有効、病気の予防に有効と考える人もいるが、気休め程度、期待できないと冷めた見方もある。「いわゆる健康食品」に対する期待は表 5 の特定保健用食品や表 3 の栄養機能食品の場合に比べて男女別、年代別では差異が小さい。

調査結果をふまえた意見

われわれはわが国の栄養表示と健康強調表示、あるいはいわゆる健康食品に対する消費者の認知、利用、認識などを多様な対象者について調査した。すでに栄養成分表示については大学生とその両親を中心として調査を行い、報告した¹⁾。栄養成分表示や健康強調表示は消費者が適切な食生活を営む場合の重要な情報源である。したがって、その内容が科学的に正確であり、消費者がその内容を正しく理解し、有効に活用できるものでなければならない。ところが、いわゆる健康食品では、健康上の有効性を直接表示することができない。そのために不確かな情報に基づいて判断して利用している。

このように現状では栄養や健康に関連した表示制度は

多くの問題を持っている。そこで、今回の消費者を対象とした調査を通して、その問題点や改善についてわれわれの意見を以下のようにまとめた。

1. 栄養成分表示について

栄養成分表示は調査対象者の 50%を超える人々がかなりよく見ており、今回の調査の範囲では健康増進や保持に利用されているものの、消費者は現状の表示制度には必ずしも満足はしていない。われわれの前回と今回の調査から、次のような要望や課題が示された。

- ① 現在の表示は任意表示であり、表示されている食品に限られている。米国や EU のように加工食品については原則的に表示を義務づけることが望まれる。
- ② 今回の調査では対象食品の詳細にわたるアンケートは行わなかったが、①とも関連して生鮮食品についても表示を行うことが望まれる。生鮮食品については成分値表示は技術的に難しいところがあるが、表示の方向で検討されることが望ましい。
- ③ 実際の栄養成分の表示は 100 g 当たりの数値で示される場合が多く、消費者には数値の活用がしにくい。1 日に必要な栄養成分量に対する割合などを図やグラフなどで分かりやすく、また食生活への適応がしやすいような示し方の改善が望まれる。
- ④ 今回の調査では、栄養成分の比較強調表示についてはとくに取り上げなかったが、栄養基準制度における強調表示の基準が複雑で、消費者には理解しにくいかもしれない。「低い」、「高い」、「無」、「ゼロ」、「ノン」などの言葉が適正に使われるためには規格が必要であるが、消費者が表示とそれに関連した規格まで理解するには、情報提供や啓蒙啓発活動が必要である。

2. 保健機能食品の表示について

本調査から、特定保健用食品の認知度はかなり高く、利用も多いことが分かった。他方、栄養機能食品につ

いては、制度発足後の年月が短いことや、これらの商品の宣伝・広告などが少ないことから、特定保健用食品に比べると認知度はやや低い。調査の結果からわれわれは保健機能食品の表示について次のような意見をまとめた。

- ① 2005年の保健機能食品制度の見直しにともなって、「食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事バランスを」が表示されることになった。健康は通常の食生活によって確立されることが本来である。食生活をないがしろにして、安易に保健機能食品を利用することにならないようにするためには、この表示だけでは消費者に基本の食生活の重要性は伝わりにくいかもしれない。保健機能食品の利用にあたっての、さらなる情報や啓発活動が必要であろう。
- ② 特定保健用食品の有効性や安全性については、限られた被験者で検証されたものである。したがって、許可後もその検証を継続し、また市場調査などを通して引き続き有効性や安全性が検討されることが望まれる。
- ③ 特定保健用食品については、成分の特性や有効性に対する消費者の認識は十分ではないと思われる。食品の包装に表示のできる量に限度があり、表示が消費者に正しく理解され、食生活の改善に繋がっているかについては、調査されていない。消費者に対するより広い情報提供の方法について検討する必要がある。
- ④ 栄養機能食品については、栄養素以外の成分を販売する手段として利用されることがあり、こうした事例には厳正な対処が望まれる。
- ⑤ 保健機能食品は、食品としての条件に国の栄養政策や健康政策に合致することがあげられているが、これまで認可されている食品ではその点が必ずしも明確ではない。また個別の食品での有効性や安全性は審査されているが、制度全体が国民の健康維持や増進に有効なものであるかの検討が望まれる。

3. いわゆる健康食品について

いわゆる健康食品についてはさまざまな問題がある。表示違反、販売方法の問題、健康被害、その有効性についての科学的根拠も十分ではない。これらの問題の解決はきわめて困難である。今回の調査ではこれらの問題を解明するだけのデータを得ることはできていない。今回の調査の範囲から次のようにまとめた。

- ① いわゆる健康食品については統一的に扱う法律がなく、消費者が安全に、有効に利用するために行政制度として抜本的な改善が望まれる。

4. 食品表示を適切に判断し、生かすために

栄養成分表示、保健機能食品、いわゆる健康食品に共通する問題として、消費者がこれらを適切に利用し、健全な食生活を営むことができるようにするためには、消費者の判断力が重要である。

- ① これまでにも述べたように、消費者は栄養成分表示や健康強調表示を適切に判断できる知識や健全な食生活に対する考え方の確立も必要である。行政、企業、学会などは一般消費者への啓蒙啓発活動や情報提供あるいは、学校教育や社会人教育などについても充実させることが必要である。
- ② 食品を扱う企業やマスコミなどは、消費者が安全で有効な食品を利用できるように、その責任を自覚し、科学的根拠に基づいて情報提供することが望まれる。

今回の調査は、平成16年度食育実証研究助成を受けて行ったものである。

調査データの集計にご協力をいただきました、国立健康・栄養研究所栄養疫学プログラム、国民健康・栄養調査プロジェクト所属の野末みほさん、猿倉薫子さんに心より感謝申し上げます。

文 献

- 1) 坂本元子, 杉浦加奈子, 香川芳子, 池上幸江, 江指隆年, 倉田忠男, 斎藤衛郎, 鈴木久乃, 八尋政利, 吉池信男 (2001) 栄養成分表示の認知度について. 日本栄養・食糧学会誌 **54**, 311-7.
- 2) 田中恵子, 池田順子 (1999) 食品表示教育に関する研究—女子学生の食品表示の見方と活用について—. 栄養学雑誌 **57**, 343-54.
- 3) 西尾素子, 足立巳幸 (1999) 高校生の栄養成分表示利用に影響を及ぼす食知識・食態度. 栄養学雑誌 **57**, 145-56.
- 4) 西尾素子, 足立巳幸 (2006) 栄養表示利用行動と食生活および健康との関連に関する研究—男子大学生についての検討—. 栄養学雑誌 **64**, 261-71.
- 5) Geiger GJ, Wyse BW, Parent CR, Hansen RG (1991) Review of nutrition labeling formats. *J Am Diet Assoc* **91**: 808-12.
- 6) Geiger GJ, Wyse BW, Parent CR, Hansen RG (1991) Nutrition labels in bar graph format deemed most useful for consumer purchase decisions using adaptive conjoint analysis. *J Am Diet Assoc* **91**: 800-7.
- 7) Byrd-Bredbenner C (1994) Designing a consumer friendly nutrition label. *J Nutr Educ* **26**: 180-90.
- 8) Levy AS, Fein SB, Schucker RE (1996) Performance characteristics of seven nutrition label formats. *J Pub Policy Market* **15**: 1-15.
- 9) Kreuter MW, Brennan LK, Schreff DP, Lukwago SN (1998) Do nutrition label readers eat healthier diets? Behavioral correlates of adults' use of food labels. *Am J Prev Med* **13**: 277-83.
- 10) Leathwood PD, Richardson DP, Strater P, Todd PM, van Trijp HCM (2007) Consumer understanding of nutrition and health claims: sources of evidence. *Br J Nutr* **98**: 474-84.
- 11) 清水俊雄 (2008) EUの健康表示食品の最新動向. *FOOD STYLE* **21**(12): 41-5.
- 12) 清水俊雄 (2007) 第4章 食品の表示: 健康・栄養食品アドバイザースタッフ・テキストブック,

- (独立行政法人国立健康・栄養研究所監修，山田和彦・松村康弘編著)，p. 193-206. 第一出版，東京.
- 13) 梅垣敬三 (2007) 第3章 「健康食品」 E 特定保健用食品：健康・栄養食品アドバイザースタッフ・テキストブック，(独立行政法人国立健康・栄養研究所監修，山田和彦・松村康弘編著)，p. 155-63. 第一出版，東京.
 - 14) 斎藤衛郎 (2007) 第3章 「健康食品」 F 栄養機能食品，健康・栄養食品アドバイザースタッフ・テキストブック，(独立行政法人国立健康・栄養研究所監修，山田和彦・松村康弘編著)，p. 164-73. 第一出版，東京.
 - 15) 浜野弘昭 (2007) 第3章 「健康食品」 I. 市場と海外動向，健康・栄養食品アドバイザースタッフ・テキストブック，(独立行政法人国立健康・栄養研究所監修，山田和彦・松村康弘編著)，p. 183-91. 第一出版，東京.
 - 16) 独立行政法人国民生活センター編 (2006) 3. 危害情報システムに見る危害・危険情報：消費生活年報，p. 44-65.
 - 17) 杉山寿美，上本久美，石永正隆 (2002) 女子大学生のサプリメント利用実態と食に関する保健行動. 日本栄養・食糧学会誌 **55**, 97-103.
 - 18) 嘉山有太，稲田早苗，村木悦子，江畑みどり，角田伸代，加園恵三 (2006) 大学生におけるサプリメントの利用と食行動・食態度との関連—運動部学生と薬学生との比較—. 栄養学雑誌 **64**, 173-83.
 - 19) Greger JL (2001) Dietary supplement use: consumer characteristics and interests. *J Nutr* **131**: 1339S-43S.
 - 20) Harrison RA, Holt D, Pattison DJ, Elton PJ (2004) Are those in need taking dietary supplements? A survey of 21, 923 adults. *Br J Nutr* **91**: 617-23.
 - 21) Costello R, Finkelstein J, Dell'Orto M (2003) Executive summary: Conference on dietary supplement use in the elderly—Proceedings of conference held January 14-15, Natcher Auditorium, National Institutes of Health, Bethesda (2004), MD. *Nutr Rev* **62**: 160-75.
 - 22) Swanson C (2002) Suggested guidelines for articles about botanical dietary supplements. *Am J Clin Nutr* **75**: 8-10.
 - 23) Ross S (2000) Functional foods: the Food and Drug Administration perspective. *Am J Clin Nutr* **71** (suppl): 1735S-8S.

栄養成分と健康に関する表示についてのアンケート

このアンケートの目的

最近食品に様々な表示がされています。この中で栄養素の含量などに関する表示や健康に効果があることを表示するものがあります。これらの表示について、消費者に分かりやすく、有益な表示を明らかにしたいと考えています。皆様のご協力をお願いいたします。各質問について該当する番号に○をつけていただくか、記入をお願いいたします。

1. あなたのことをお尋ねいたします。

問 1 あなたの年齢を教えてください。

- 1 10歳代 2 20歳代 3 30歳代 4 40歳代 5 50歳代
6 60歳代 7 70歳以上

問 2 性別を教えてください。

- 1 男 2 女

問 3 あなたのお住まいのある都道府県名と市・郡名を教えてください。

都道府県名 () 市・郡名 ()

問 4 あなたのお仕事を教えてください。

- 1 会社員(正社員) 2 公務員 3 内職 4 パート・アルバイト
5 派遣 6 自営業 7 農業従事 8 教員 9 学生
10 無職 11 その他 ()

問 5 あなたの身長と体重を教えてください。

身長: () cm

体重: () kg

2. 栄養表示についてお尋ねします。

問 6 あなたは食品の包装紙や箱に表示されているものを、よく見ますか。該当するものを一つ○で囲んでください。

- 1 必ず見る 2 時々見る 3 関心のある食品のときに見る
4 見たことがある 5 あまり意識して見ていない
6 見たことはない

問 7 前問(問 6)で1から4に○をつけた方のみ答えてください。

表示はどんなときに利用しますか。該当する番号を一つ○で囲んでください。
1 肥満解消のため 2 健康の保持・増進を考えて 3 不足栄養素を補うため 4 食欲がないとき 5 病気の治療のため

問 8 つぎに示す3例は栄養成分を具体的に示したものです。これを見て、あなたにとって分かりやすい表示に該当する番号を一つ○で囲んでください。

1. 例1が簡単に分かりやすい 2 例2は1日当たりの摂取量が分かってよい 3 例3は関心のある栄養素の1日当たりの摂取量が分かってよい
4 どれもよい 5 どれも分かりにくい

例1: 1つの包装単位に含まれるエネルギーと主な栄養素量のみを表示したもの

| 栄養成分表示/1袋(18g)当たり | |
|-------------------|---------|
| エネルギー | 78 kcal |
| たんぱく質 | 0.9 g |
| 脂質 | 4.2 g |
| 炭水化物 | 9.2 g |
| ナトリウム | 18 mg |

例2: 1つの包装単位に含まれるエネルギーと主な栄養素量に加え、1日当たりの摂取基準と摂取基準に対する割合を数値で示したもの

| 栄養成分表示 | 1袋(18g)当たり | 1日当たりの摂取基準 | 摂取基準に対する割合 |
|--------|------------|------------|------------|
| エネルギー | 78 kcal | 2,000 kcal | 3.9% |
| たんぱく質 | 0.9 g | 60 g | 1.5% |
| 脂質 | 4.2 g | 50 g | 8.4% |
| 炭水化物 | 9.2 g | 300 g | 3.1% |
| ナトリウム | 18 mg | 4,000 mg | 0.6% |

例3: 1つの包装単位に含まれるエネルギーと主な栄養素量を表示するとともに、全量摂取した場合におけるその他のビタミン・ミネラルの量と1日当たりの摂取基準に対する割合を数値とグラフで示したもの

| 栄養成分表示/1袋(18g)当たり | |
|-------------------|---------|
| エネルギー | 78 kcal |
| たんぱく質 | 0.9 g |
| 脂質 | 4.2 g |
| 炭水化物 | 9.2 g |
| ナトリウム | 18 mg |

| 栄養素名 | 1袋(18g)当たりの量 | 1日の必要摂取基準量(成人男性)に対する割合 |
|-------|--------------|------------------------|
| カルシウム | 255mg | 27% |
| 鉄 | 3.0mg | 25% |
| ビタミンA | 135μg | 25% |
| ビタミンC | 25mg | 25% |

問 9 栄養成分表示に対するあなたの意見をお聞かせください。下記の項目の中で、あなたが同意される意見があったら、いくつでも○をつけてください。

- 1 商品を選ぶときの目安となる 2 摂取栄養量の参考になる
3 栄養量の計算に便利 4 絵やグラフのほうが見やすい
5 単位がばらばらで比較しにくい 6 表示が小さくて見にくい
7 栄養所要量がわからず役に立たない
8 表示している商品をもっと増やしてほしい
9 意識して見ていない
10 その他(ご自由に意見をお書きください)

問 10 商品に含まれる特別な栄養素について、「多い」、「少ない」、「ゼロ」などの表示があるものを「栄養強調表示」といいます。こうした表示についてあなたの意見をお聞かせください。下記の項目の中で、あなたが同意される意見があったら、いくつでも○をつけてください。

- 1 健康に役立つ表示が目立つのはよい 2 薬の効能書きのようだ
3 販売戦略だと思う 4 分かりやすくてよい
5 細かい表示は必要ない
6 その他(ご自由に意見をお書きください)

3. 特定保健用食品、栄養機能食品についてお尋ねします。

特定保健用食品とは

特定の成分を含むことによって、何らかの健康上の有効性をもつ食品について科学的な根拠があれば、厚生労働省の審議会における審査を経て、その効果を表示することができるものです。普通の食品の形と錠剤やカプセルなどの形があります。右図のマークは特定保健用食品につけられているものです。



栄養機能食品とは

17種のビタミン、ミネラルについて厚生労働省の示す規格に従って製造され、その栄養素の機能と含量を表示している。普通の食品の形と錠剤やカプセルなどの形があります。

問 11 特定保健用食品を知っていましたか。該当する番号を一つ○で囲んでください。

- 1 知っていた 2 聞いたことはあるがよく知らなかった
3 まったく知らなかった

問 12 特定保健用食品を利用したことがありますか。該当する番号を一つ○で囲んでください。

- 1 毎日利用している 2 たまに利用する 3 利用したことはない
4 分からない

問 13 前問(問 12)で1, 2に答えた方にお聞きします。特定保健用食品を利用する理由について、該当する番号を一つ○で囲んでください。

- 1 買わない 2 理由はとくにない 3 効果を期待しているから
4 病気の予防を期待して 5 食事だけでは不足なので 6 手軽だから
7 おいしいから 8 安価だから 9 なんとなく
10 その他 ()

問14 特定保健用食品の機能（保健の用途といわれる）のうち、あなたが関心のある項目についていくつでも○をつけてください。

- 1 骨の健康が気になる方に 2 歯を丈夫で健康に保ちます
3 虫歯の原因になりにくい 4 お腹の調子を整える 5 便通の改善に役立つ
6 腸内環境を整える 7 ビフィズス菌を増やす 8 血圧高めの方に
9 コレステロール高めの方に 10 血清コレステロールを下げる
11 体に脂肪が付きにくい 12 中性脂肪高めの方に
13 肥満気味の方に 14 血糖値の気になり始めた方に 15 糖の吸収を穏やかにする
16 貧血気味の人に適する 17 カルシウムやマグネシウムの吸収を促進する

問15 特定保健用食品に使われている下記の成分の中で、あなたが関心のある成分についていくつでも○をつけてください。

- 1 食物繊維 2 小麦ふすま 3 難消化デキストリン 4 低分子化アルギン酸ナトリウム
5 ポリデキストロース 6 キトサン 7 オリゴ糖 8 大豆オリゴ糖
9 乳果オリゴ糖 10 フラクトオリゴ糖 11 クエン酸リンゴ酸カルシウム（CCM）
12 カゼインホスホペプチド 13 乳酸菌 14 杜仲茶配糖体 15 大豆たんぱく質
16 ヘム鉄 17 サイリウム種皮 18 ジアシルグリセロール
19 植物ステロール 20 マルチトール 21 キシリトール
22 サーデンペプチド 23 かつお節ペプチド 24 グアバ葉ポリフェノール
25 茶カテキン 26 大豆イソフラボン 27 中鎖脂肪酸 28 EPAとDHA

問16 栄養機能食品を知っていましたか。該当する番号を○で囲んでください。

- 1 知っていた 2 聞いたことはあるが知らなかった
3 まったく知らなかった

問17 栄養機能食品を利用したことがありますか。該当する番号を○で囲んでください。

- 1 毎日利用している 2 たまに利用する 3 利用したことはない
4 分らない

4. 健康食品に対するあなたの関心についてお尋ねします。

健康食品とは

健康食品とは、とくに厚生労働省で認可を得ている特定保健用食品や栄養機能食品のように食品に健康上の有効性を表示することは許されていませんが、人々にダイエット効果や病気の予防や治療の効果を期待させているような食品をさしています。

問18 健康食品を利用していますか。該当する番号を○で囲んでください。

- 1 ある（継続して3ヶ月以上） 2 ある（3ヶ月未満） 3 以前は利用していた 4 利用したことはない

問19 あなたは健康食品に関する情報をどこから得ていますか。該当する番号を○で囲んでください。

- 1 テレビの番組やCM 2 新聞記事 3 料理や栄養関係の本や雑誌
4 健康情報誌 5 家族や友人の口こみ 6 ダイレクトメール
7 商品の効能・効果についての表示 8 店頭での宣伝を聞いて
9 新聞の折込広告 10 病気が治ったという本（バイブル本）
11 インターネット 12 体験談 13 その他（ ）

問20 健康食品にはどの程度の効果を期待していますか。あるいはどの程度期待できると思いますか。該当する番号を○で囲んでください。

- 1 薬のように即効性のある効果が得られる 2 長く使っていれば薬と同様の効果が得られる
3 薬ほどではないが、改善効果が得られる 4 予防として使える
5 健康の維持のために使える 6 ハーブ類などは安全性が高い
7 気休め程度 8 期待はできない

大事な時間を頂き、ご協力ありがとうございました。ご意見は有効に役立てたいと思います。

J Jpn Soc Nutr Food Sci **61** : 285-302 (2008)

Committee Report

Report of Committee for Food Labeling and Nutrition Education Survey on Recognition and Needs for Nutrition and Health Labeling and Their Application to Dietary Education

Sachie Ikegami,^{*,1} Kazuhiko Yamada,² Shinji Ikemoto,³ Sumiko Kurata,⁴
Toshio Shimizu,⁵ Yumiko Fujisawa,⁶ Katsushi Yoshita,²
Masahiro Wada,⁷ and Motoko Sakamoto⁶

(Received August 29, 2008; Accepted September 22, 2008)

Summary : The Committee of Food Labeling and Nutrition Education of the Japanese Society of Nutrition and Food Science has reported a survey on food labeling and has held symposia on these issues based on the results. In the last term, we have surveyed the awareness and recognition of food labeling in various fields and compared recent results with those in the previous report (2001).

In the future, we would like to present our opinions on desirable food labeling by conducting a further survey. This report summarizes the survey focusing on the recognition, utilization and information sources for nutrition claims, Food for Specified Health Use (FOSHU), and so-called health foods.

The results are as follows:

- ① Nutrition claims are commonly seen and utilized for maintenance and promotion of health. However, it is desirable for consumers that the presentation method of food labeling be improved because the present labeling system is difficult to understand and is restricted to certain foods. This result is the same as that of the previous survey.
- ② There is a general awareness and use of FOSHU items. Especially the younger generation and students often know and utilize FOSHU items, and have keen interest in some of their functions, whereas the elderly and readers of healthy life-related magazines seldom use them. The health claims of FOSHU that are of most interest are related to body fat and the condition of the intestines. However, there seems to be hardly any relationship between the components of FOSHU and their claimed health benefits.
- ③ Although "Foods with Nutrition Function Claim" are hardly recognized and utilized in comparison with FOSHU, the trends seen among the generations are the same as those for FOSHU.
- ④ So-called health foods show a different trend of utilization compared with FOSHU. There is no obvious difference in usage among the generations, and elderly people also use such kinds of foods. As consumers obtain information on these foods mainly from TV and friends, it seems difficult for them to have access to accurate scientific information on health foods. In the future, in order to ensure the safety and effectiveness of health foods, a suitable framework of regulations should be established.

Key words : nutrition labeling, health claim, food for specified health use, food for nutrient function claim, so-called health foods

* Corresponding author (E-mail: sikegami@otsuma.ac.jp)

¹ Otsuma Women's University, 12 Sanban-cho, Chiyoda-ku, Tokyo 102-8357, Japan

² National Institute of Health and Nutrition, 1-23-1 Toyama, Shinjuku-ku, Tokyo 162-8636, Japan

³ Ochanomizu University, 2-1-1 Otsuka, Bunkyo-ku, Tokyo 112-8610, Japan

⁴ Tokyo Kasei Gakuin University, 2600 Aihara-machi Machida, Tokyo 194-0292, Japan

⁵ Nagoya Bunri University, 364 Maeda, Inazawa-machi Inazawa, Aichi 492-8520, Japan

⁶ Wayo Women's University, 2-3-1 Kohnodai, Ichikawa, Chiba 272-8533, Japan

⁷ Josai University, 1-1 Keyakidai, Sakado, Saitama 350-0295, Japan