

特定保健用食品利用者の保健行動

高橋 久仁子¹⁾・板倉 ゆか子²⁾

1) 群馬大学教育学部家政教育講座

2) 東京薬科大学生命科学部

(2011年9月28日受理)

Health Behavior in the Users of “food for specified health uses”

Kuniko TAKAHASHI¹⁾ and Yukako ITAKURA²⁾

1) Department of Home Economics, Faculty of Education, Gunma University,

Maebashi, Gunma 371-8510, Japan

2) Laboratory of Environmental Molecular Physiology, School of Life Sciences, Tokyo University
of Pharmacy and Life Science, Hachioji, Tokyo 192-0392, Japan

(Accepted on September 28th, 2011)

〈緒言〉

特定の保健効果を表示することが許可された特定保健用食品(以後、トクホと称する)は1991年に制度が発足して以来すでに20年が経過し、許可された製品は960品目(2011年8月22日現在)⁽¹⁾に及ぶ。トクホは国が行う審査に合格した製品であり、ヒトを対象に行った実験で一応の効果があつたと認められたことを意味している。しかしながら、あるトクホ製品について公表された論文を子細に検討すると実験条件や被験者特性から考えてその効果はかなり限定的であることがわかり⁽²⁾、利用者すべてに期待した効果が発現するわけではないと受け止める必要がある。ところが産業界からの「効果てきめん」を連想させる宣伝広告等に影響されて利用する人々が少なくないと推察されることはすでに報告⁽³⁾した。

許可されたトクホ製品の一覧表は消費者庁のウェブサイト⁽¹⁾に掲載されており、各製品の「食品の種類」「関与する成分」「許可を受けた表示内容」「区分」等が閲覧できる。2009年8月末時点におけるトクホ商品群(892品目)を概観したところ、「食品の種類

の半数以上が飲料関係に大きく偏っており、「関与する成分」の約3割が難消化性デキストリンであることがわかつた⁽⁴⁾。

トクホの利用者は自らの健康を保持・増進するための行動、すなわち保健行動の一つとしてトクホを利用していると思われる。今回、トクホ利用者は他の保健行動、すなわち「栄養・運動・休養」、および喫煙等はどうのような状況にあるのかを知ることを目的に消費者を対象とするアンケート調査を行った。

〈方法〉

1. 調査対象者及び調査時期

主として東日本在住の成人(学生を除く)に調査票を配付し、回答を依頼した。調査は2010年9～11月にかけて行った。

2. 調査項目

年齢、性別、身長、体重、保健行動、健康状態、ほぼ毎日摂取する食品・食品群、食関連健康情報への関心、特定保健用食品の利用等である。

3. 統計処理

調査結果は百分率(%)、または平均値±標準偏差で示した。必要に応じて頻度の差は χ^2 検定、平均の差はt検定で解析した。

〈結果〉

回収された調査票 1,277 部のうち、性別、年齢、身長、体重、特保利用状況のいずれかが未記入、または質問項目全般に大幅な記入漏れがある調査票を不備回答票 (113 部) として除外した 1,164 部 (有効回答率 91.2%) について集計分析した。

1. 回答者の属性、トクホの利用経験・イメージ等

回答者は女性が 54% (633 人)、男性が 46% (531 人) であり、40 歳代と 50 歳代が 68% を占め、60 歳以上が 18%、20 歳代と 30 歳代が 14% であった (表 1)。

表 1 回答者の性別と年代

		年 代						
		20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳	70歳~	
合計	人	1,164	63	105	373	414	174	35
	%	100	5.4	9.0	32.0	35.6	14.9	3.0
男性	人	531	34	49	136	248	52	12
	%	100	6.4	9.2	25.6	46.7	9.8	2.3
女性	人	633	29	56	237	166	122	23
	%	100	4.6	8.8	37.4	26.2	19.3	3.6

トクホマークを見たことがあるか否か、およびトクホの利用経験を尋ねた結果を表 2 にまとめた。調査票の表紙面にトクホマークと消費者庁によるその説明を載せ、「そのマークを今までに見たことがあるか」を尋ねたところ、「ある」と答えたのは全体の 88% であった。男女差が大きく男性では 82%、女性では 93% であり、この差は有意であった ($p < 0.01$)。

「特定保健用食品マーク付きだから利用している製品はあるか」について「ある、以前あった、ない」の 3 選択肢で質問したところ、全体の 16% が「ある」(「利用者」とする)、9% が「以前あった」(「過去利用者」とする) と答え、全回答者の 4 分の 1 に利用経験(「トクホ利用経験者」とする)があった。利用経験率も男女差が大きく「ある」「以前あった」はい

ずれも女性が有意に高く、「ない」は男性に高かった ($p < 0.01$)。

表 2 特定保健用食品マークを見た経験と利用経験

		合計		男性		女性	
		人	%	人	%	人	%
		1,164	100	531	100	633	100
マークを見たこと	あ る	1,026	88.1	435	81.9	591	93.4**
	な い	137	11.8	95	17.9	42	6.6
	無 回 答	1	0.1	1	0.2	0	0
トクホ利用経験	あ る	185	15.9	63	11.9	122	19.3**
	以前あった	105	9.0	33	6.2	72	11.4**
	な い	874	75.1	435	81.9	439	69.4**

** $p < 0.01$: 男性と女性との間における χ^2 検定

トクホへのイメージを複数回答で尋ねた結果が図 1 である。トクホ利用経験が「ない」と答えた人を「非利用者」とし、利用者、過去利用者と比較した。「体に良さそう、効きそう、病気にも効果がありそう」のいずれかを選んだ人は全体では 59% であったが、利用者では 8 割が、そして非利用者においても 53%、すなわち半分以上がこれを選んだ。「国が許可しているのだから効果があるはず、ほかの健康食品より信用できそう」のいずれかを選んだ人は全体では 47% であったが利用者では 71% にのぼり、非利用者でも 40% であった。さらにこれら肯定的なイメージのいずれかを選んだ人は全体では 76% であり、利用者の 97%、過去利用者の 92%、そして非利用者においてさえ 70% であった。

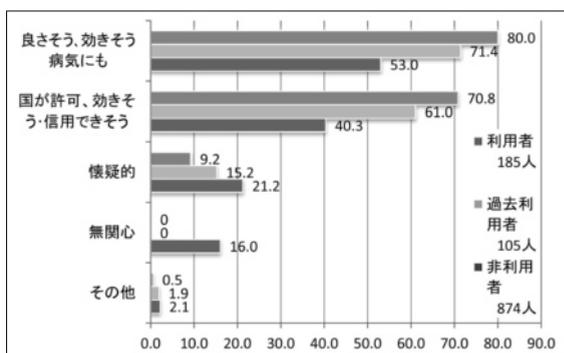


図 1 特定保健用食品へのイメージ

一方、「誰にでも効果があるのか疑わしい・何となくうさんくさい」のいずれかを選んだ「懐疑的」な

人は全体では19%おり、非利用者では21%であった。懐疑的な非利用者の存在は予想できることであるが、利用者でも6%、過去利用者でも15%の「懐疑的」な思いを抱く人がいたことは「本当に効くのだろうか」と疑問を持ちつつ利用している、もしくは利用していた人がいると推察される。

「無関心」はさすがに利用者と過去利用者にはいなかったが、非利用者では16%にのぼった。ちなみに「トクホマークを見たことがない」とした137人は45%が「無関心」を選んでいった。

2. トクホ利用経験者における効果の実感、利用の動機等

トクホ利用経験者に、「期待した効果の有無」について「あった、少しあった、あまりなかった、なかった、わからない」の5選択肢で尋ねたところ(表3)、「わからない」が最多の39%であり、次いで多かったのが「なかった・あまりなかった」で28%であった。「あった」は6%と少なく、「少しあった」の19%を合わせて25%であり、利用経験者の4分の3は効果を実感できていないと推察される。

表3 特定保健用食品利用経験者による期待した効果の有無

	利用経験者合計		利用者		過去利用者	
	人	%	人	%	人	%
	290	100	185	100	105	100
あ っ た	18	6.2	15	8.1	3	2.9
少しあった	55	19.0	44	23.8	11	10.5
あまりなかった	62	21.4	27	14.6	35	33.3
な か っ た	20	6.9	7	3.8	13	12.4
わ か ら な い	112	38.6	80	43.2	32	30.5
無 回 答	23	7.9	12	6.5	11	10.5

これを「利用者」と「過去利用者」で見ると、利用者においては32%が効果を少しでも感じているのに対し、過去利用者は13%にとどまった。過去利用者は「なかった・あまりなかった」が46%にのぼり、さらに「わからない」が3割を占めていることから、効果を実感できないので利用をやめたのではないかと考えられる。

トクホ利用のきっかけを利用経験者に複数回答で

尋ねた結果を図2に示した。「テレビコマーシャルを見て良さそうだと思った」が他を大きく引き離す65%であり、続くのが新聞・チラシ宣伝広告の30%である。これら以外は10%以下でしかないが、いわゆる「口コミ」、すなわち「家族・友人・知人からのすすめ」は少ないとはいえ1割近い。近年、インターネットの普及が著しいのでこれによる宣伝広告を選択肢に用意したが4%にとどまり、テレビや紙媒体(新聞・チラシ宣伝広告)には未だ及ばないが、今後増えることが予想される。なお、テレビ、新聞・チラシ、インターネットのいずれかの宣伝広告を選んだ人は77%にのぼり、4分の3以上が宣伝広告をきっかけとしてトクホを利用していると推察される。また、トクホは病気の人には利用対象外であるが、「医療スタッフからのすすめ」、すなわち「医師・看護師・薬剤師・栄養士からすすめられた」が3%あったことは少々気になることである。

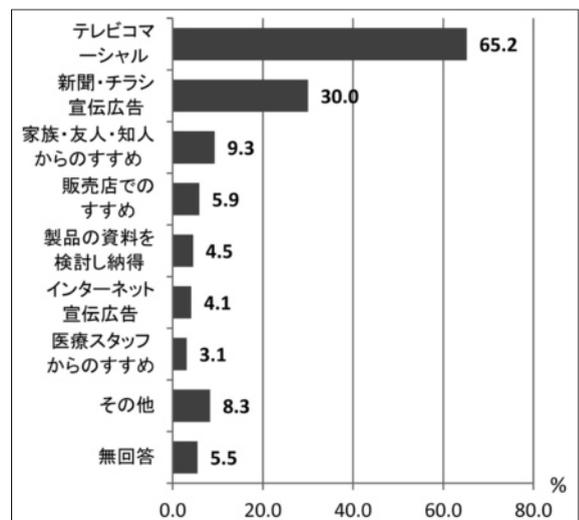


図2 特定保健用食品利用のきっかけ (複数回答、n=290人)

3. トクホ利用経験者とトクホ非利用者の比較

「食に関連する健康情報に関心がありますか」を「ある、少しある、あまりない、ない」の4選択肢で尋ねたところ、トクホ利用者では68%、過去利用者で49%、非利用者で40%が「ある」を選択した。しかしながら、「特定の保健効果がある」と主張する

表4 回答者の分類、健康状態、体調不良、病気の有無、「健康食品」の利用、テレビ番組の視聴、年齢、BMI平均値

回答者の分類条件	男 性						女 性					
	トクホ利用経験者		トクホ非利用情報への関心高い		トクホ非利用情報への関心低い		トクホ利用経験者		トクホ非利用情報への関心高い		トクホ非利用情報への関心低い	
	M トクホ群	M 非ト高群	M 非ト低群	F トクホ群	F 非ト高群	F 非ト低群	人	%	人	%	人	%
群名称と人数	96	100	132	100	303	100	194	100	218	100	221	100
健康状態 良好・ほぼ良好	80	83.3	111	84.1	245	80.9	170	87.6	191	87.6	198	89.6
病気 ない	62	64.6	84	63.6	204	67.3	124	63.9	149	68.3	173	78.3**
体調不良 ない	54	56.3	75	56.8	174	57.4	90	46.4	122	56.0*	127	57.5*
トクホ以外の「健康食品」を利用している	29	30.2	26	19.7	34	11.2**	62	32.0	57	26.1	29	13.1**
健康を話題とする TV 番組を見る	19	19.8	17	12.9	15	5.0**	59	30.4	74	33.9	18	8.1**
年齢 (歳) 平均±標準偏差	47.4±11.87		52.0±10.19 ##		49.4±9.68		51.9±11.10		51.7±11.22		47.2±10.61 ##	
BMI 平均±標準偏差	24.7±3.08		23.7±3.34 #		23.4±2.73 ##		22.1±2.90		21.6±3.07		21.6±2.98	

* $p < 0.05$ 、** $p < 0.01$ ：トクホ群と非ト高群、トクホ群と非ト低群の間における χ^2 検定 (男女別)

$p < 0.05$ 、## $p < 0.01$ ：トクホ群と非ト高群、トクホ群と非ト低群の間における t 検定 (男女別)

トクホを利用するという経験は、食に関連する健康情報に関心があるからこそその行動と言えよう。したがってトクホ利用経験者はこの質問への回答のいかんを問わず「健康情報への関心が高い」とみなすこととした。そしてトクホの利用経験がない 874 人を、「ある」と答えた 350 人とそれ以外を選択した 524 人とに分け、前者を「健康情報への関心が高い」、後者を「健康情報への関心が高い」とみなすこととした。さらに、保健行動には男女差のある⁽⁶⁾こと、および本調査においてもすでに男女差のあることを考慮し回答者を男女別にし、トクホ利用経験者を「トクホ群」、トクホ非利用者が健康情報への関心が高い人を「非ト高群」、トクホ非利用者が健康情報への関心が高い人を「非ト低群」と分類し(表4)、トクホ利用経験者の保健行動等の特徴を検討した。

(1) 健康状態、病気の有無、体調、BMI 等

表4には回答者の分類のほか、健康状態や体調、「健康食品」の利用等の結果をまとめた。

健康状態に関してはいずれの群も「良好・ほぼ良好」が80%を超えていた。「何か病気がありますか」について「ない」との答えは女性の非ト低群だけが78%で他の群より高く、女性のトクホ群との差は有意であった。「何となく感じている体調不良なし」は

女性のトクホ群が46%と有意に低かった以外は55%以上であった。

トクホ以外の「健康食品」を利用しているという人はトクホ群で3割を超えていた。男女ともに非ト高群との差は有意ではなかったが、非ト低群とは有意な差であった(男女とも $p < 0.01$)。トクホ利用者はトクホを含めて「体に良い」と期待させる製品を利用する傾向があると推察される。

「健康を話題とするテレビ番組を見ますか」を「見る、たまに見る、あまり見ない、見ない」の4選択肢で尋ねたところ、「見る」と答えた人は男性よりも女性の割合が高く、特に女性のトクホ群と非ト高群では3割を超えたが、非ト低群においては男女ともに10%以下でトクホ群との差は有意($p < 0.01$)であった。

各群の平均年齢は男性の非ト高群と女性のトクホ群、非ト高群が52歳であり、男性トクホ群と女性の非ト低群が47歳であった。トクホ群との差は男性では非ト高群が、女性では非ト低群が有意($p < 0.01$)であった。

自己申告による身長と体重から算出したBMIの平均値は男性においてはトクホ群が他の2群より有意に高かった(非ト高群とでは $p < 0.05$ 、非ト低群とでは $p < 0.01$)。女性においてはトクホ群がやや高く

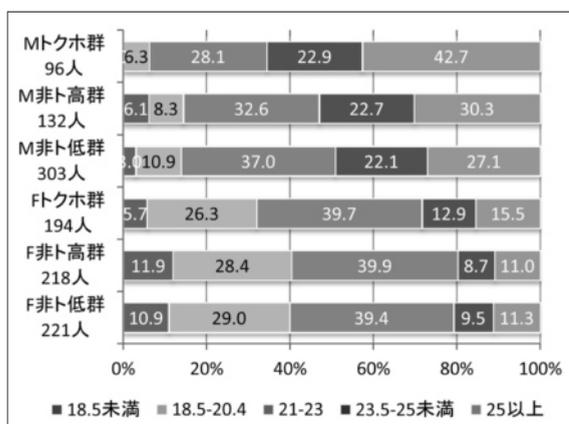


図3 BMIの分布

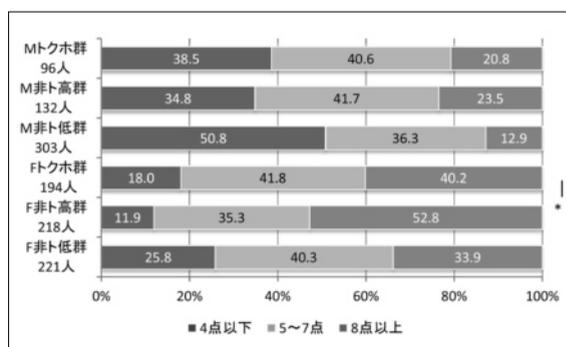


図4 食品群摂取状況

* $p < 0.05$: トクホ群と非ト高群の間における χ^2 検定

表5 保健行動の実践状況

保健行動	略称	男性						女性					
		Mトクホ群		M非ト高群		M非ト低群		Fトクホ群		F非ト高群		F非ト低群	
		人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%
三度の食事をきちんととる	三度の食事	96	100	132	100	303	100	194	100	218	100	221	100
食事には主食、主菜、副菜をそろえる	主食・主菜・副菜	33	34.4	62	47.0	98	32.3	110	56.7	140	64.2	94	42.5**
食べ過ぎない	食べ過ぎない	33	34.4	54	40.9	105	34.7	77	39.7	86	39.4	57	25.8**
減塩	減塩	19	19.8	33	25.0	49	16.2	74	38.1	85	39.0	40	18.1**
体をよく動かす	身体活動	42	43.8	63	47.7	100	33.0	67	34.5	81	37.2	52	23.5*
体力づくり	体力づくり	18	18.8	25	18.9	44	14.5	45	23.2	54	24.8	13	5.9**
睡眠を十分とる	十分な睡眠	41	42.7	67	50.8	134	44.2	73	37.6	98	45.0	74	33.5
喫煙しない	非喫煙	77	80.2	108	81.8	226	74.6	172	88.7	204	93.6	198	89.6
食品群摂取平均点	食品群摂取点	5.42±2.52		5.68±2.37		4.81±2.36		7.03±2.58		7.61±2.48#		6.46±2.70	

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$: トクホ群と非ト高群、トクホ群と非ト低群の間における χ^2 検定 (男女別)
$p < 0.05$, ## $p < 0.01$: トクホ群と非ト高群、トクホ群と非ト低群の間における t 検定 (男女別)

はあったが有意な差ではなかった。BMIの分布は図3に示したが、これを見てもわかるとおり男性のBMIは女性よりも全般的に高く、特に男性のトクホ群では43%がBMI25以上の肥満域にあった。

(2) 保健行動の実践状況

各種の保健行動の実践状況を比較した。

多様な食品を摂取しているか否かを推測するために、適量を摂取することが望ましい食品群11項目を列挙し、ほぼ毎日摂取するものに丸をつけてもらっ

た結果を11点満点で点数化し「食品群摂取状況」とした。11点満点を「4点以下」「5-7点」「8点以上」に3区分した結果を図4に示した(平均点は表5)。男女差が大きく、男性では4点以下が、女性で8点以上の割合が高い。男女ともにトクホ群よりも非ト高群で8点以上の割合が高く女性での差は有意であり($p < 0.05$)、非ト高群の方が多様な食品摂取をしているといえよう。男性の非ト低群は4点以下が半数を占めていたが、同じ非ト低群でも女性での4点以下は26%で、これは男性のトクホ群および非ト高群

よりも低い割合であった。各群の平均点は表4に示すとおりであり、男女差が大きい。

「三度の食事」「主食・主菜・副菜」「食べ過ぎない」「減塩」「身体活動」「体力づくり」「十分な睡眠」「非喫煙」の8項目について、実践している者の割合を表5にまとめた。男性ではすべての項目において非ト高群の実践率が高かったがトクホ群との差が有意な項目は皆無であった。女性では「食べ過ぎない」を除いた項目において非ト高群の実践率が高く、このうち「三度の食事」のみトクホ群との差が有意($p < 0.05$)であった。女性の非ト低群は「喫煙しない」以外は最低の実践率であり、「主食・主菜・副菜」「食べ過ぎない」「減塩」「身体活動」「体力づくり」の5項目におけるトクホ群との差は有意であった。

トクホは容器包装の見やすい面に「バランスの取れた食生活の普及啓発を図る文言」を表示することが義務づけられており⁶⁾、その多くが「食生活は主食、主菜、副菜を基本に食事のバランスを。」となっている。トクホ群はその文言を見慣れているはずであるが、女性では57%、男性では34%の実践率にとどまり、男女ともに非ト高群よりも有意ではないものの低かった。トクホの利用が「主食、主菜、副菜を基本に」の実践にはつなげていないようである。

〈考 察〉

トクホ制度が発足して20年を経た時点において本調査を行ったが、回答者の9割近い人々がそのマークを見たことがあると答え、4分の1の回答者にトクホ利用経験があった。トクホに対し肯定的なイメージを持つ人は、利用経験のある人では9割以上、利用経験のない人においてさえ7割に達し、懐疑的なイメージを持つ人は2割弱であった。「国が許可した」製品に人々が大きな期待を寄せていると推察せざるを得ないが、その期待に恥じない製品がどれだけ存在するのか、疑問に感じる⁴⁾。

トクホ利用者の保健行動等の特徴を知るために行った本調査であるが、トクホ利用経験の有無以上に保健行動の実践率は男女差が大きかった。すなわち、女性は男性より肥満者(BMI25以上)が少なく、

多様な食品群摂取状況が良好であり、「主食・主菜・副菜」「減塩」「非喫煙」の実践率が有意に高く、男性の実践率が有意に高かったのは「身体活動」「十分な睡眠」であった。

また、トクホ非利用者も一括して論ずるには無理があり、「トクホ非利用で食に関連する健康情報に関心の低い人々(非ト低群)」の保健行動の実践率は非常に低かった。男女それぞれに3群を設けたので全6群で比較すると最低の実践率はすべて男女いずれかのこの群にあり、「主食・主菜・副菜」「減塩」「非喫煙」は男性で、他の5項目は女性で最低であった。

これらを考慮するとトクホ利用経験者の特徴を性別不問で論ずることは難しいが、男女とも「トクホ非利用で食に関連する健康情報に関心の高い人々(非ト高群)」よりも総じて保健行動の実践率が低い傾向にあるとは言えよう。

男性間で見ると、トクホ群と非ト高群を比較すると「身体活動」「体力づくり」「非喫煙」はほぼ同じであるものの、「三度の食事」「主食・主菜・副菜」「食べ過ぎない」「減塩」「十分な睡眠」は有意ではなかったが非ト高群より5~13%低い実践率であった。総じて実践率の低い非ト低群と比較しても「主食・主菜・副菜」「食べ過ぎない」はほぼ同じで、「三度の食事」はさらに約5%低い実践率であった。男性トクホ利用経験者の保健行動はトクホ非利用で健康情報への関心が高い人よりも低い傾向にあり、事柄によってはトクホ非利用で健康情報への関心が低い人々と同じ、もしくは低いことすらあると言えよう。

女性間で見ると、トクホ群は「食べ過ぎない」「減塩」「身体活動」「体力づくり」は非ト高群とほぼ同じであるものの、「三度の食事」は有意に低く、「主食・主菜・副菜」「十分な睡眠」「非喫煙」が有意ではないものの5~8%低い実践率であった。トクホ群と非ト低群を比較すると「非喫煙」がほぼ同じであったほかはいずれの項目もトクホ群の方が5%以上高い実践率であった。女性トクホ利用経験者の保健行動はトクホ非利用で健康情報への関心が高い人とほぼ同じかやや低い傾向にあり、トクホ非利用で健康情報への関心が低い人より非喫煙以外は高

いと言えよう。

本調査の結果からトクホ非利用で食に関する健康情報に関心が低い人々は保健行動に無頓着であるらしいことがわかった。トクホ利用経験者は彼らよりは健康に配慮し、気遣う行動をとっていると推察されるが、トクホ非利用で健康情報に関心が高い人々に勝ることはない。トクホ利用者は「健康に良かれ」との思いをもってトクホを利用するのであるが、逆にトクホを利用することによって「健康に良いことをしている」との自己満足に陥ってしまい、他の保健行動、すなわち、適切な食生活を営む、適度な運動習慣をもつ、休養する、喫煙しない等の実践を軽んじさせている可能性も否定できない。トクホ利用の契機の大半が宣伝広告であることから考えても過大な効果を期待させない配慮が必要である。

〈要 約〉

トクホ利用者の保健行動の状況を知ることを目的に消費者を対象とするアンケート調査を行った。年齢、性別、身長、体重、保健行動、健康状態、ほぼ毎日摂取する食品・食品群、食関連健康情報への関心、トクホの利用等を尋ねる調査票を作成し、主として東日本在住の社会人に回答を依頼した。調査は2010年9～11月に行い、不備回答票を除いた1,164部について集計分析した。回答者は女性が54%、男性が46%であった。トクホマークを見たことがある人は88%、トクホ利用者は16%、過去利用者は9%であった。トクホに対し全体の76%が肯定的イメージを持ち、懐疑的なイメージを持つ人は19%であった。「期待した効果」について「あった・少しあった」

の選択率は利用者では32%、過去利用者では13%であり、効果を実感しない人が多かった。利用のきっかけは「テレビコマーシャル」が最多の65%で、「新聞・チラシ宣伝広告」(30%)、「家族・友人・知人からのすすめ」(9%)と続いた。トクホ利用者と過去利用者を合計してトクホ利用経験者とし、トクホ非利用者を食に関連する健康情報への関心の高・低により2分し、男女別にトクホ利用経験者の保健行動を比較検討した。トクホ非利用で食に関する健康情報に関心が低い人々は保健行動に無頓着であり、トクホ利用経験者は彼らよりは健康に配慮していると推察されるが、トクホ非利用で健康情報に関心が高い人々に勝ることはなく、トクホを利用することによって「健康に良いことをしている」との自己満足に陥ってしまい、他の保健行動の実践を軽んじさせている可能性が示唆された。

〈引用文献等〉

- (1) <http://www.caa.go.jp/foods/pdf/syokuhin630.xls>
- (2) 大塚和弘ら 茶カテキン類による女性の体脂肪代謝に及ぼす効果 栄養-評価と治療 19, 365-376, 2002
- (3) 高橋久仁子 健康情報(娯楽) テレビ番組の視聴と特定保健用食品の利用 群馬大学教育学部紀要 芸術・技術・体育・生活科学編 42巻, 135-143頁, 2007
- (4) 高橋久仁子 特定保健用食品の現状 群馬大学教育学部紀要 芸術・技術・体育・生活科学編 45巻, 113-120頁, 2010
- (5) 平成19年度 高齢者を中心とした健康知識と行動のちぐはぐ度調査事業報告書 http://www.health-net.or.jp/tyousa/houkoku/pdf/h19_chiguhagu.pdf
- (6) 健康増進法に規定する特別用途表示の許可等に関する内閣府令 <http://law.e-gov.go.jp/htmldata/H21/H21F10001000057.html>