

いわゆる「健康食品」に関する消費者アンケート結果

消費者庁 消費者安全課

いわゆる「健康食品」に関する消費者アンケート
調査報告書

調査実施機関 (株)サーベイリサーチセンター

目次

I 調査の概要.....	3
1 調査の目的.....	3
2 調査の対象.....	3
(1) 調査手法	3
(2) 調査項目	3
(3) 調査期間	3
(4) 調査対象者	3
(5) 回収標本数.....	3
(6) その他.....	3
II 本調査の結果	4
1 単純集計	4
(1) 性別・年齢（スクリーニング調査(以下「SC」という)1・SC2)	4
(2) 「健康食品」のイメージ（SC3）	5
(3) 「健康食品」だと思う食品（SC4）	6
(4) 「健康食品」の利用頻度（SC5）	6
(5) 「健康食品」の利用目的（問 1）	7
(6) 「健康食品」に対する期待（問 2）.....	7
(7) 「健康食品」の購入時に重視するポイント（問 3）.....	8
(8) 「健康食品」の利用期間（問 4）.....	8
(9) 「健康食品」への不安（問 5）	8
(10) 「健康食品」のひと月あたりの支出（問 6）.....	9
(11) 「健康食品」の購入方法（問 7）.....	9
(12) 「健康食品」に関する情報の入手経路（問 8）.....	10
(13) 「健康食品」に関するインターネット情報の入手経路（問 9）.....	11
(14) 「健康食品」購入時の参考情報（問 10-1）	12
(15) 「健康食品」購入時の決め手となったもの（問 10-2）.....	13
(16) 「サプリメント」の利用種類数（問 11）.....	14
(17) 「サプリメント」の 1 日の摂取量（問 12）.....	14
(18) 健康状態（問 13）.....	15
(19) 通院状況（問 14）.....	15
(20) 「健康食品」について相談の有無（問 15）	16
(21) 不健康状態の改善の有無（問 16）	16
(22) 「健康食品」の改善目的（問 17）	17
(23) 「健康食品」の形状（問 18）	17

(24)	「健康食品」の満足度 (問 19-1).....	20
(25)	「健康食品」の満足度(最も満足したもの) (問 19-2-1).....	20
(26)	「健康食品」の満足度(最も不満だったもの) (問 19-2-2).....	20
(27)	不満を感じた理由 (問 20).....	21
(28)	相談・通報先 (問 21).....	22
(29)	「健康食品」の摂取記録の有無 (問 22).....	29
(30)	「健康食品」を周囲に勧めたことがあるか (問 23)	30
(31)	個人輸入した「健康食品」の安全性 (問 24).....	30
(32)	「健康食品」の安全性・有効性情報データベース(HF-Net)があることを知っている か (問 25)	30
2	クロス集計	31
(1)	「健康食品」の利用目的 (問 1)	31
(2)	「健康食品」に対する期待 (問 2)	32
(3)	「健康食品」の購入時に重視するポイント (問 3)	33
(4)	「健康食品」の利用期間 (問 4)	34
(5)	「健康食品」の不安 (問 5).....	35
(6)	「健康食品」のひと月あたりの支出 (問 6)	37
(7)	「健康食品」の購入方法 (問 7)	38
(8)	「健康食品」に関する情報の入手経路 (問 8)	40
(9)	「健康食品」に関するインターネット情報の入手経路 (問 9).....	42
(1)	「健康食品」購入時の参考情報 (問 10-1)	43
(2)	「健康食品」購入時の決め手となったもの (問 10-2)	47
(3)	「サプリメント」の利用種類数 (問 11).....	51
(4)	「サプリメント」の1日の摂取量 (問 12)	54
(5)	不健康状態の改善の有無 (問 16)	56
(6)	「健康食品」の改善目的 (問 17).....	58
(7)	相談・通報先 (問 21).....	60
(8)	「健康食品」の摂取記録の有無 (問 22).....	65
(9)	「健康食品」を周囲に勧めたことがあるか (問 23)	66
(10)	個人輸入した「健康食品」の安全性 (問 24)	68
(11)	「健康食品」の安全性・有効性情報データベース(HF-Net)があることを知っている か (問 25)	70

I 調査の概要

1 調査の目的

一般消費者の「健康食品」に関する意識や利用状況等を調査するもの。

2 調査の対象

(1) 調査手法

インターネット調査

(2) 調査項目

「健康食品」の利用実態等

※今回の調査において、「健康食品」はサプリメントを含め健康に良いとして販売されている食品と定義して調査を実施。

(3) 調査期間

令和7年3月7日(金)～3月10日(月)

(4) 調査対象者

「健康食品」利用者かつ日本在住の男女20歳～79歳

(5) 回収標本数

全ての問いに回答した10,000人である。

(6) その他

本調査結果に掲載している数値は小数第2位で四捨五入を行っている。また、特段の断りがない限り、割合(%)は、10,000人を分母として算出した。

Ⅱ 本調査の結果

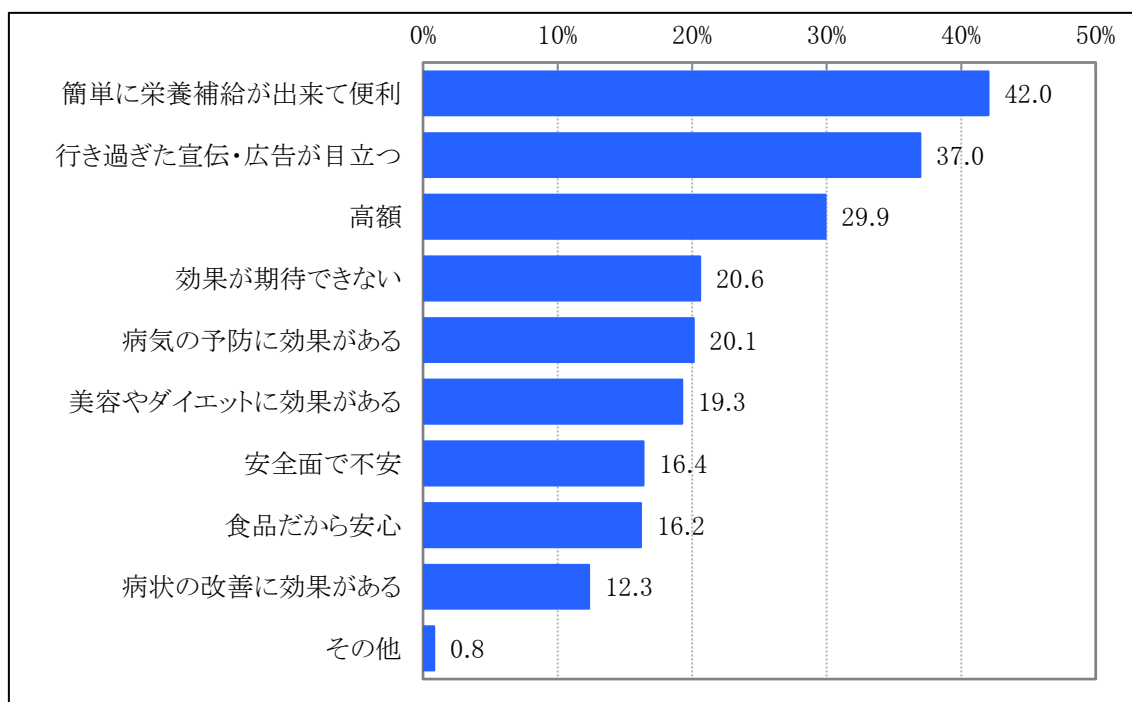
1 単純集計

(1) 性別・年齢 (スクリーニング調査(以下「SC」という)1・SC2)

性年代別	人数(n)	割合(%)
男性 20 代	690	6.9
男性 30 代	729	7.3
男性 40 代	917	9.2
男性 50 代	973	9.7
男性 60 代	806	8.1
男性 70 代	885	8.9
女性 20 代	690	6.9
女性 30 代	729	7.3
女性 40 代	917	9.2
女性 50 代	973	9.7
女性 60 代	806	8.1
女性 70 代	885	8.9
全体	10000	100.0

(2) 「健康食品」のイメージ (SC3)

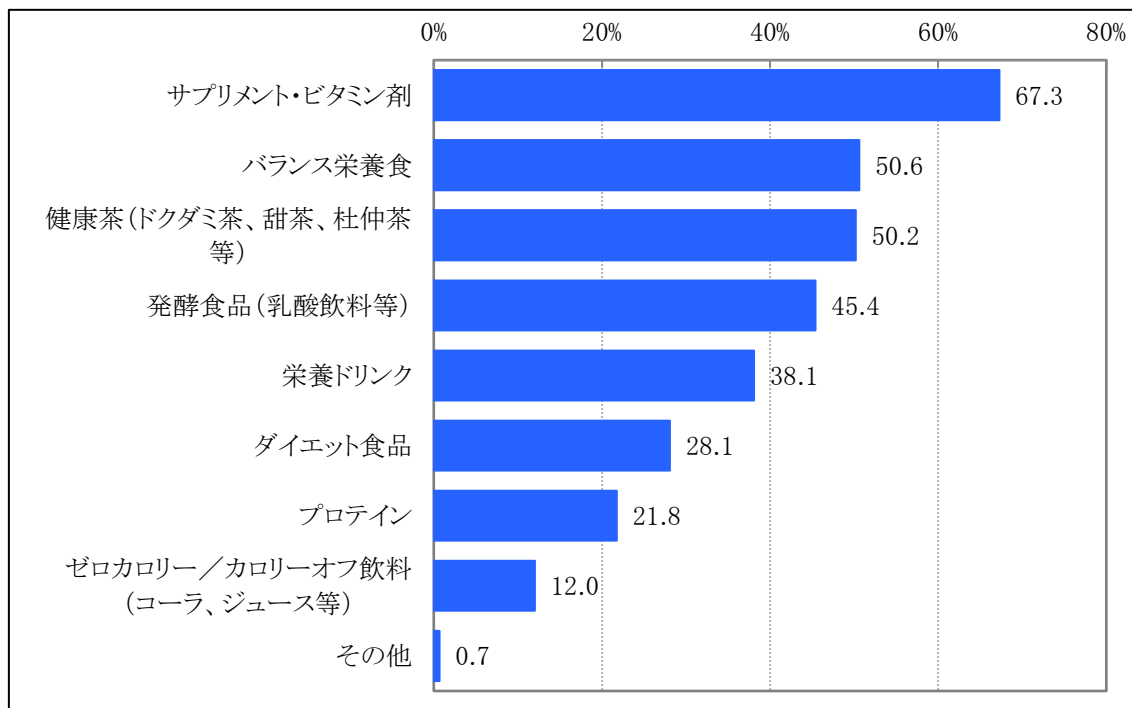
「健康食品に関するあなたのイメージとして当てはまるものを全てお答えください。」(複数回答)



【n=10,000】

(3) 「健康食品」だと思う食品 (SC4)

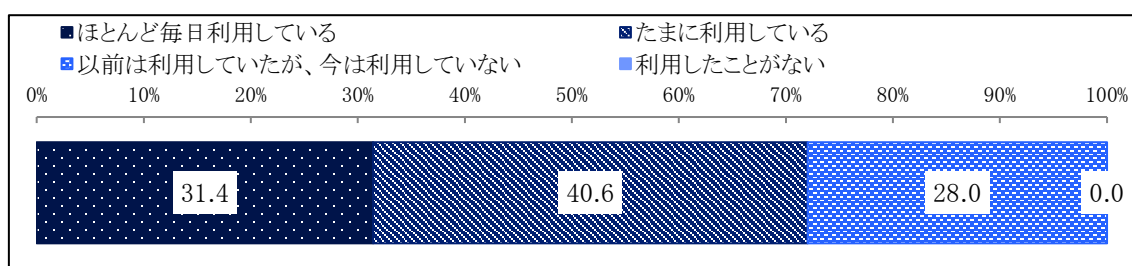
「あなたが、健康食品だと思う食品について当てはまるものを全てお答えください。」(複数回答)



【n=10,000】

(4) 「健康食品」の利用頻度 (SC5)

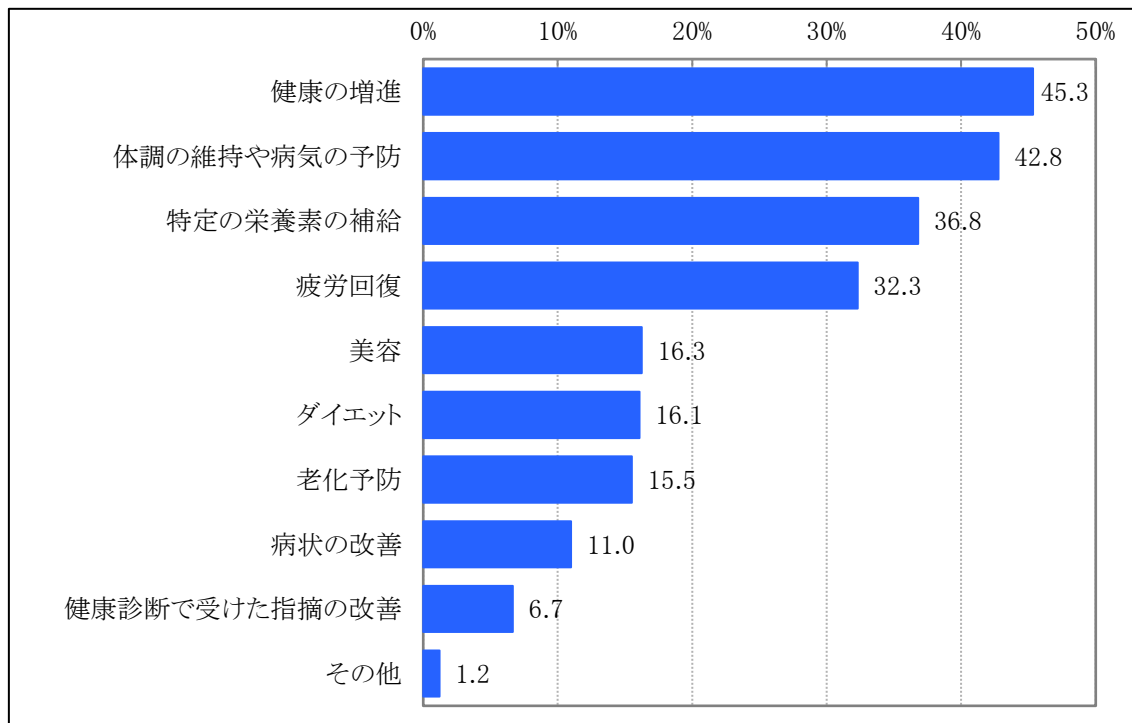
「あなたは、「健康食品」を利用したことがありますか？利用したことがある方は、利用頻度をお答えください。」(単一回答)



【n=10,000】

(5) 「健康食品」の利用目的 (問 1)

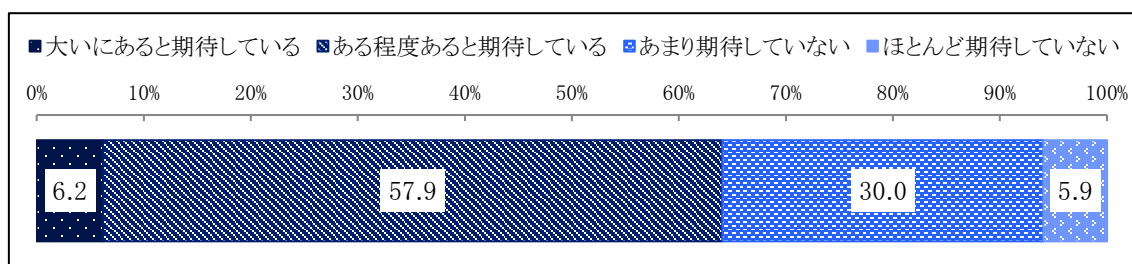
「あなたが「健康食品」を利用する目的は何ですか？」(複数回答)



【n=10,000】

(6) 「健康食品」に対する期待 (問 2)

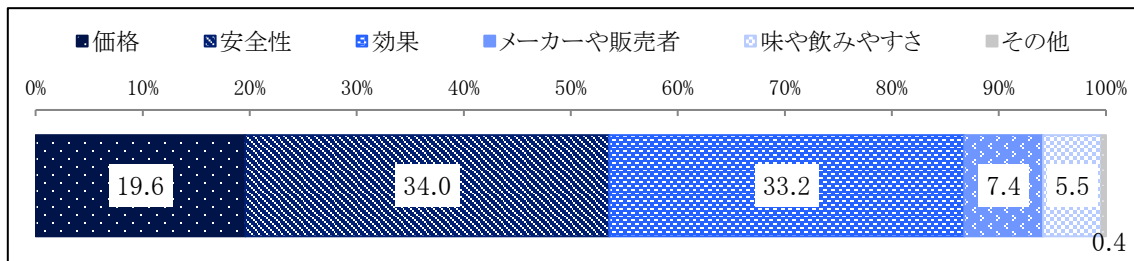
「あなたは「健康食品」を利用又は購入する時、うたわれている効果がどれくらい自分にあると期待していますか？」(単一回答)



【n=10,000】

(7) 「健康食品」の購入時に重視するポイント (問 3)

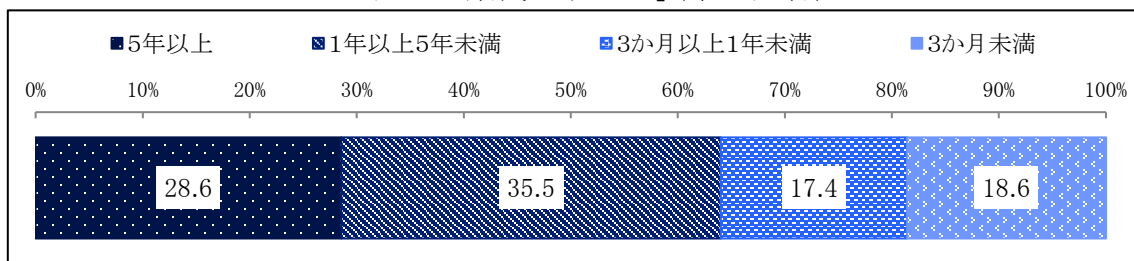
「あなたが「健康食品」を購入する時、最も重視するポイントは何ですか？」(単一回答)



【n=10,000】

(8) 「健康食品」の利用期間 (問 4)

「あなたが利用している又はしていた「健康食品」のうち、最も長く利用している又はしていたのはどれくらいの期間ですか？」(単一回答)

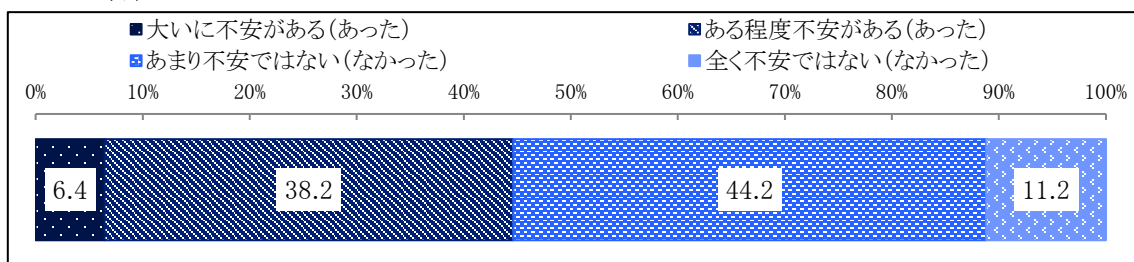


【n=10,000】

(9) 「健康食品」への不安 (問 5)

(問4で、「5年以上」、「1年以上5年未満」を回答した人が対象)

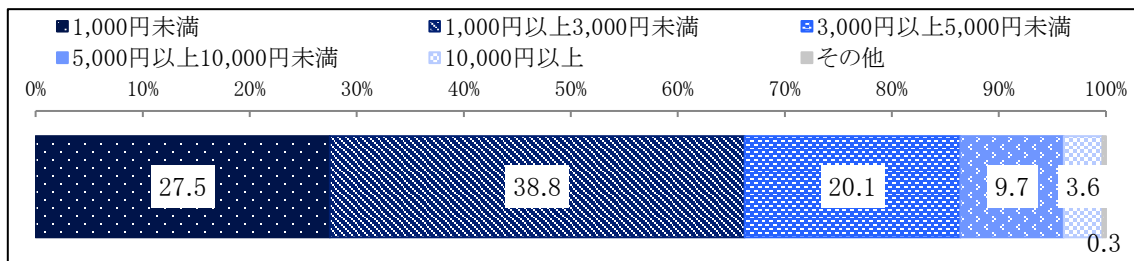
「あなたはその「健康食品」の利用をやめるのに不安を感じますか？」(単一回答)



【n=6,401】

(10) 「健康食品」のひと月あたりの支出 (問 6)

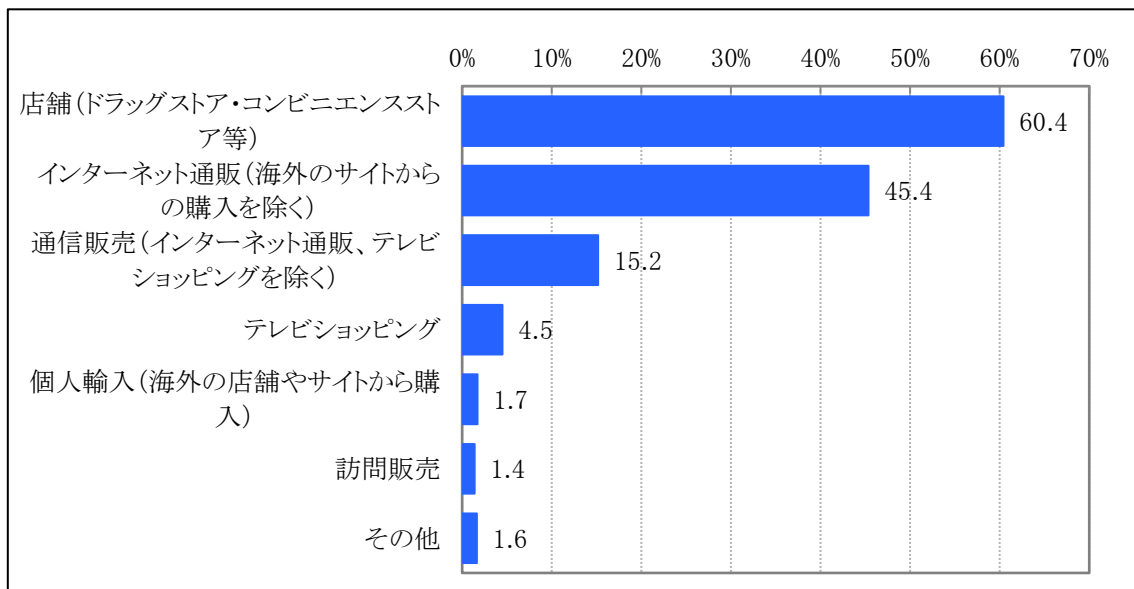
「あなたは「健康食品」にひと月あたりどの程度支出していますか又はしていましたか？」(単一回答)



【n=10,000】

(11) 「健康食品」の購入方法 (問 7)

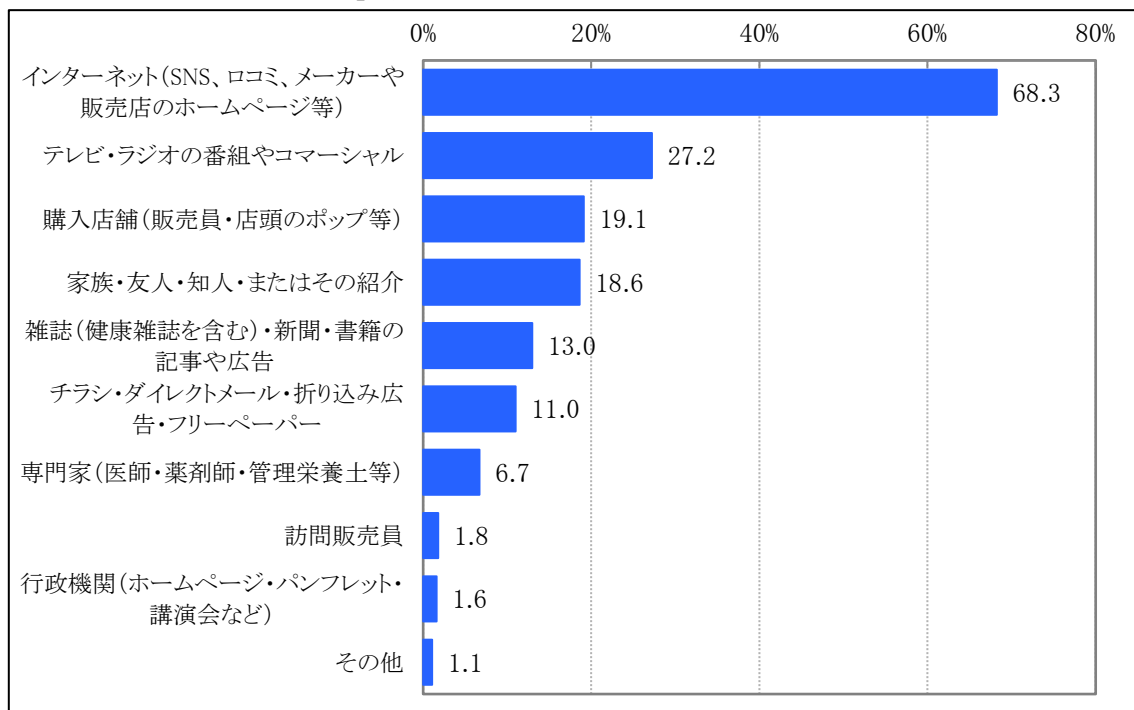
「あなたは普段、どのようにして「健康食品」を購入しますか？」(複数回答)



【n=10,000】

(12) 「健康食品」に関する情報の入手経路 (問 8)

「あなたが「健康食品」を購入するまでに、どんなところから情報を得ていますか
又はしていましたか？」(複数回答)

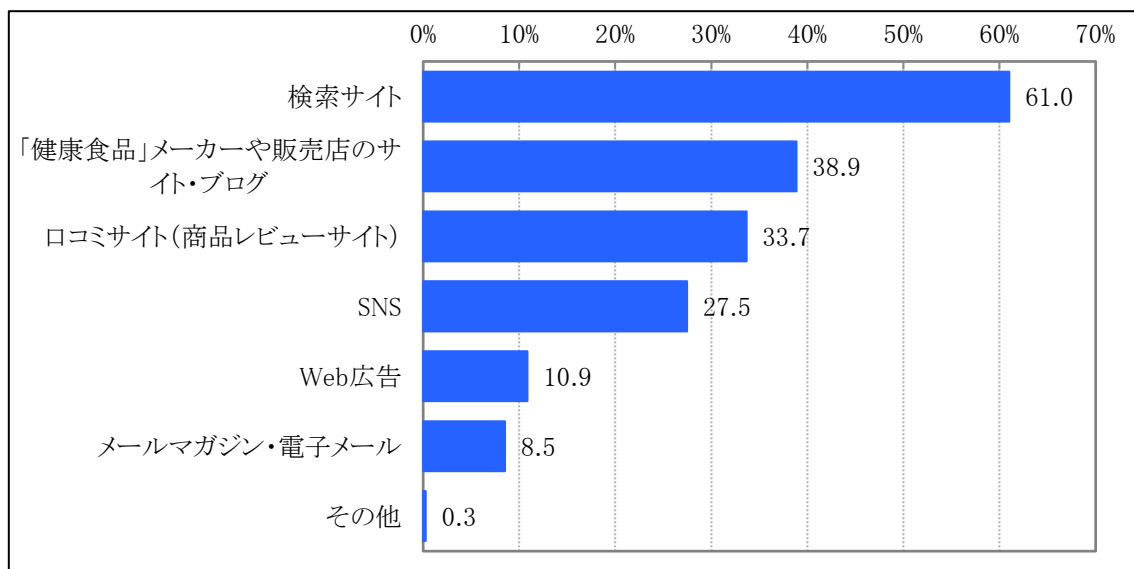


【n=10,000】

(13) 「健康食品」に関するインターネット情報の入手経路 (問 9)

(問8で、「インターネット(SNS、ロコミ、メーカーや販売店のホームページ等)」を回答した人が対象)

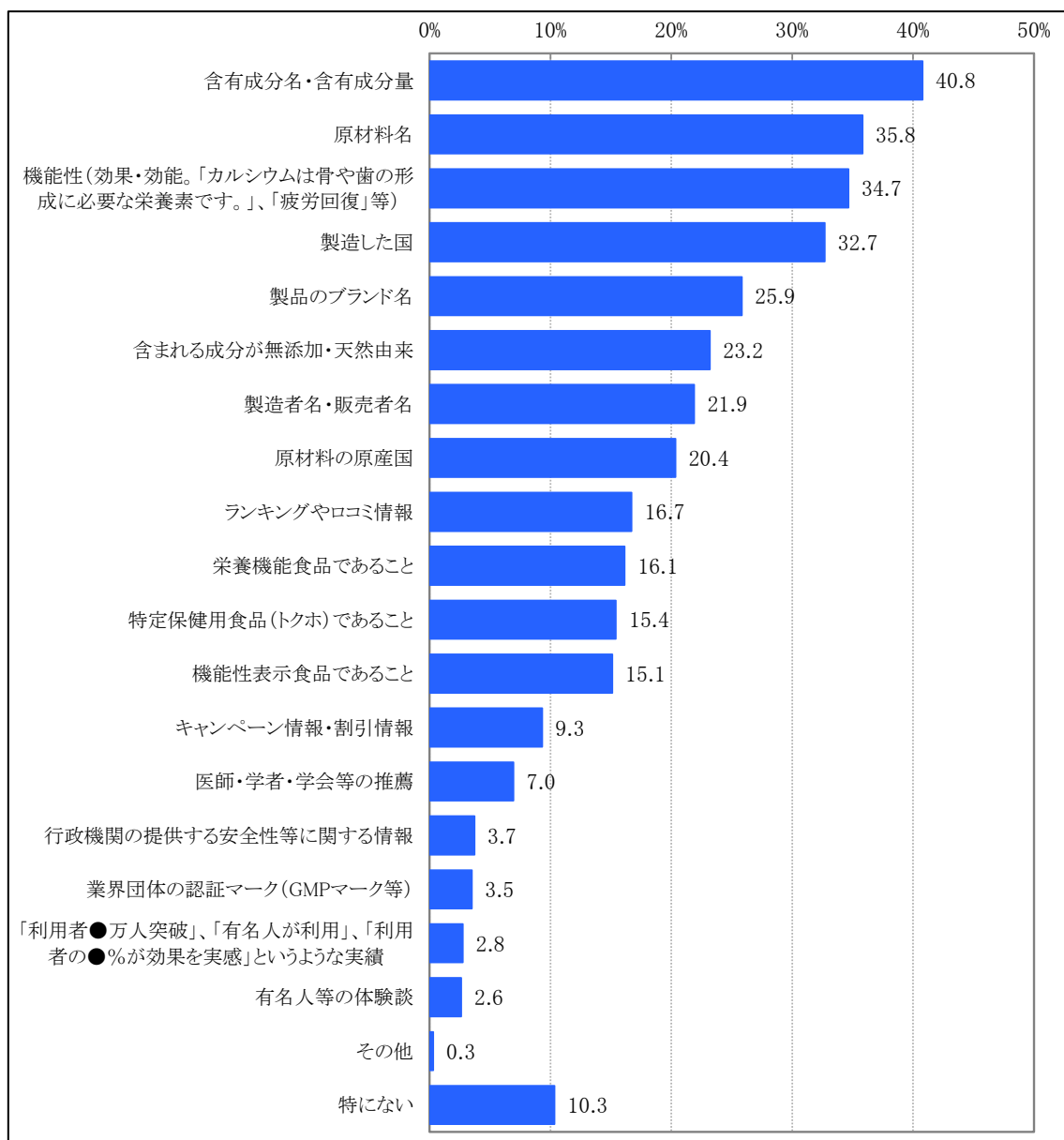
「インターネットのうち、どんなところから情報を得ていますか又は得ていましたか?」(複数回答)



【n=6,827】

(14) 「健康食品」購入時の参考情報 (問 10-1)

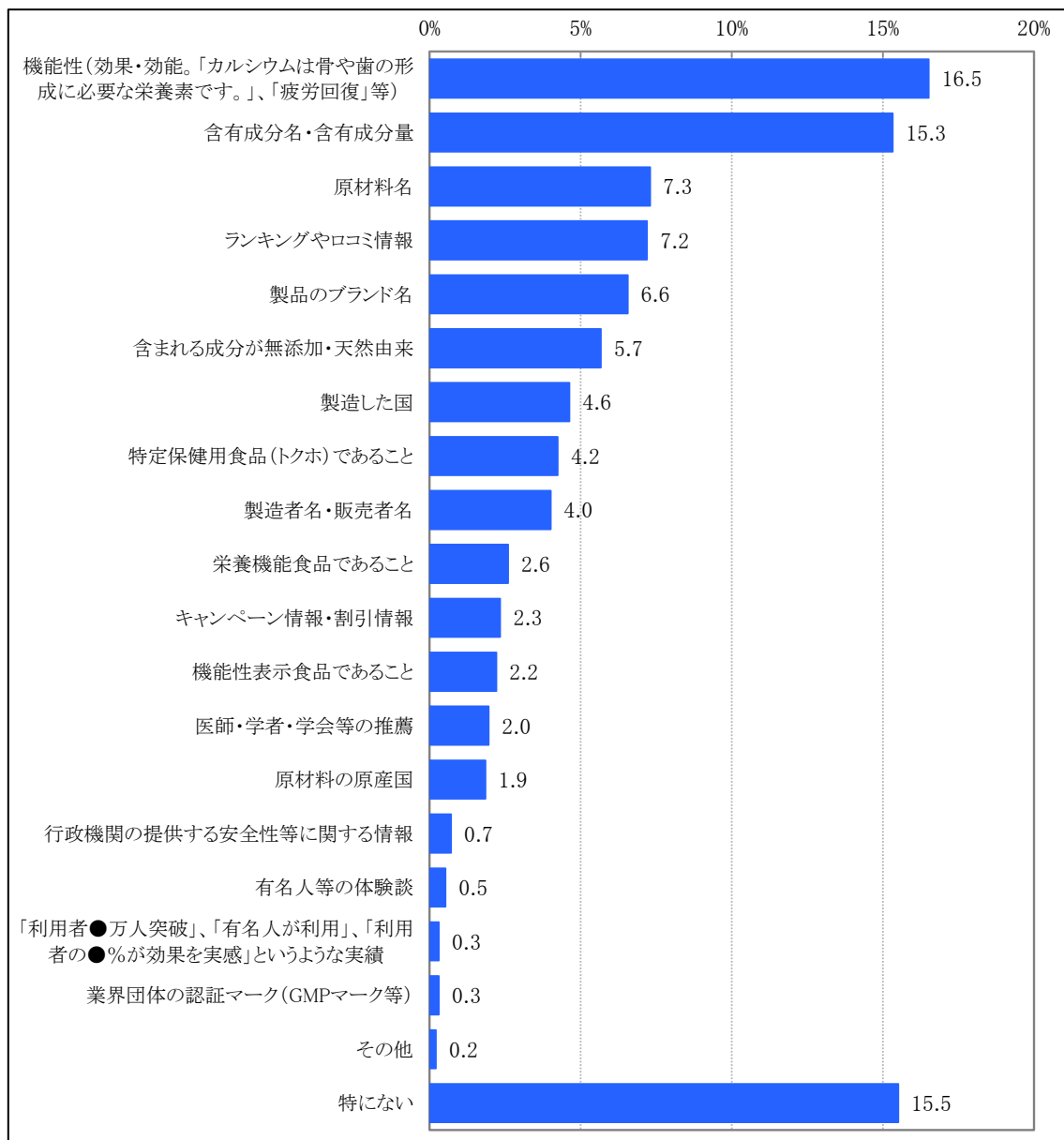
「あなたが「健康食品」を購入する時に、どんな情報を参考にしていますか、もしくは、していましたか？」(複数回答)



【n=10,000】

(15) 「健康食品」購入時の決め手となったもの (問 10-2)

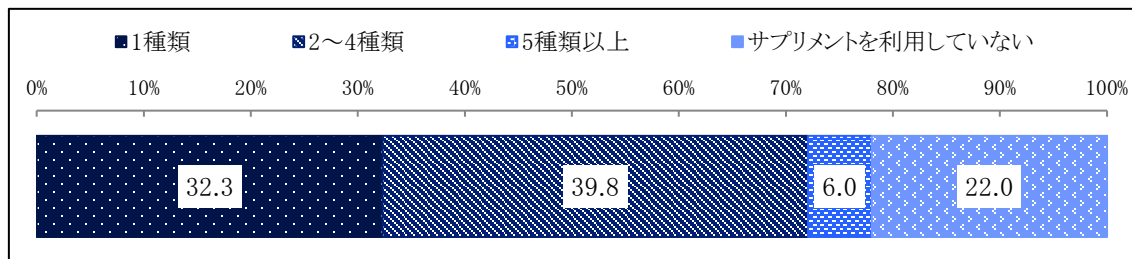
「あなたが「健康食品」を購入する時に、決め手となったものをひとつお答えください。」(単一回答)



【n=10,000】

(16) 「サプリメント」の利用種類数 (問 11)

「あなたは同時期に何種類の「サプリメント」を利用していますか、もしくは、していましたか？」(単一回答)

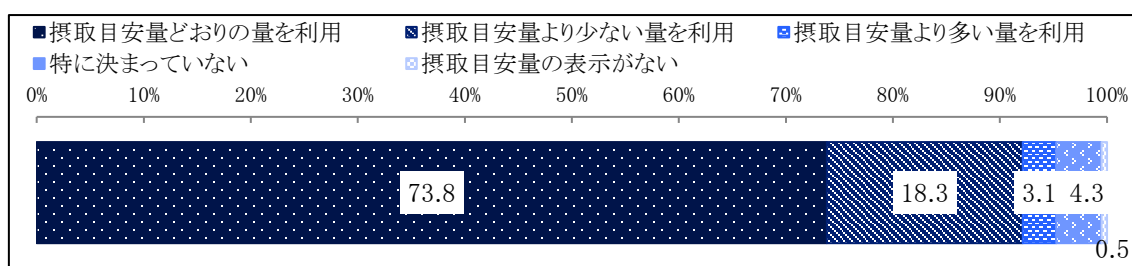


【n=10,000】

(17) 「サプリメント」の1日の摂取量 (問 12)

(問 11 で、「サプリメントを利用していない」以外を回答した人が対象)

「あなたは「サプリメント」を利用する時、1日にどのくらいの量を利用していますか？」(単一回答)

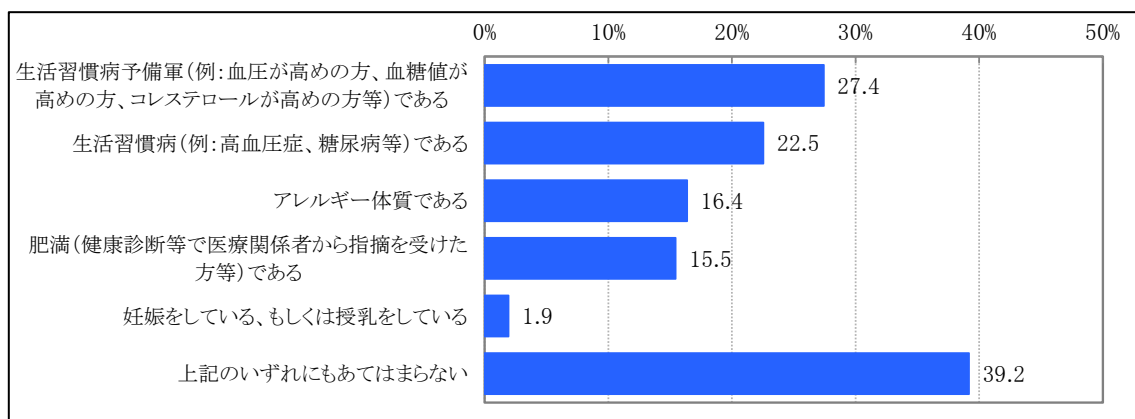


【n=7,802】

(18) 健康状態 (問 13)

(問 11 で、「サプリメントを利用していない」以外を回答した人が対象)

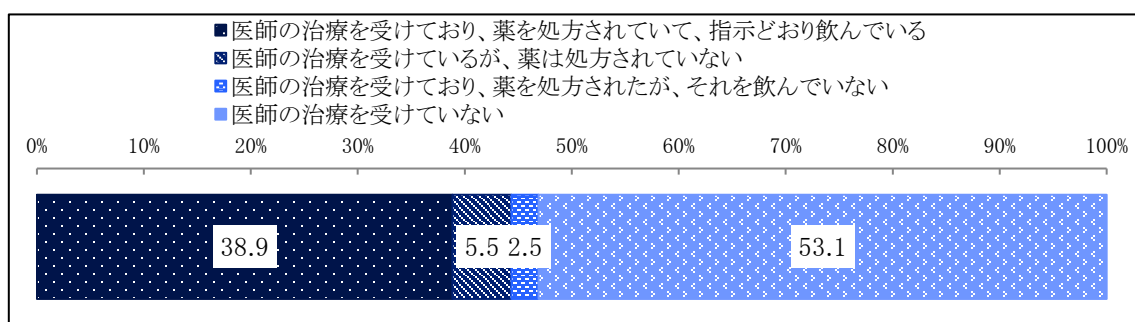
「あなたの健康状態について、あてはまるものを全てお答えください。」(複数回答)



【n=7,802】

(19) 通院状況 (問 14)

「あなたの通院状況をお答えください。」(単一回答)

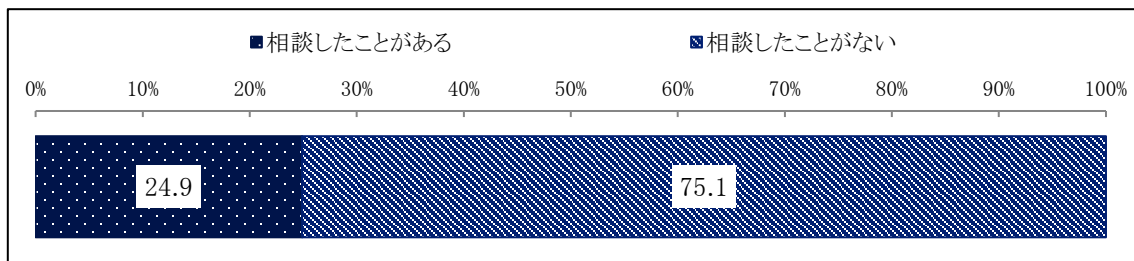


【n=10,000】

(20) 「健康食品」について相談の有無 (問 15)

(問 14 で、「医師の治療を受けていない」以外を回答した人が対象)

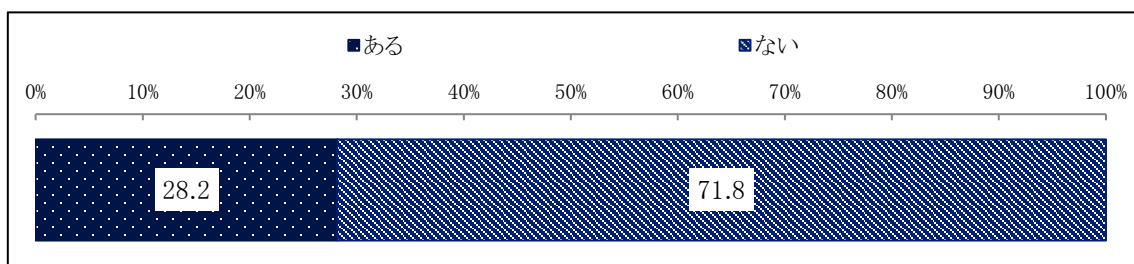
「あなたは医療機関を受診した又は薬局で薬を調剤された時に、「健康食品」について医師や薬剤師等に相談したことはありますか？」(単一回答)



【n=4,689】

(21) 不健康状態の改善の有無 (問 16)

「あなたはこれまでに医師の治療を受けたり、薬を飲んだりする代わりに、「健康食品」で不健康な状態を改善しようとしたことはありますか？」(単一回答)

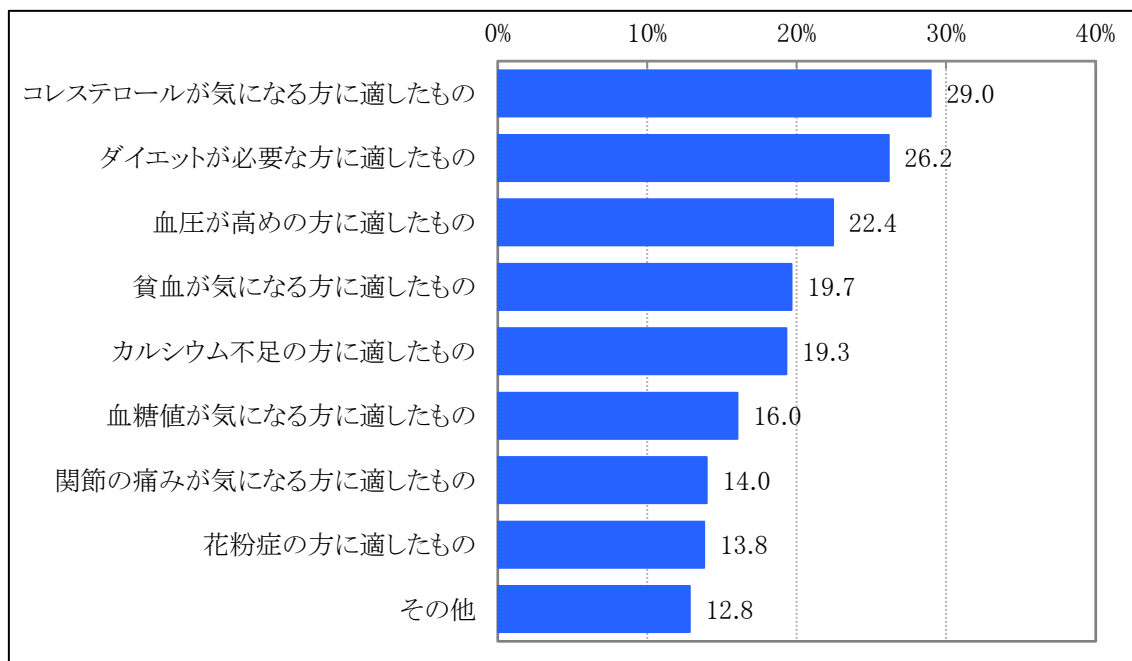


【n=10,000】

(22) 「健康食品」の改善目的 (問 17)

(問 16 で、「ある」を回答した人が対象)

「その状態を改善するために利用していた「健康食品」はどのようなものですか？」(複数回答)



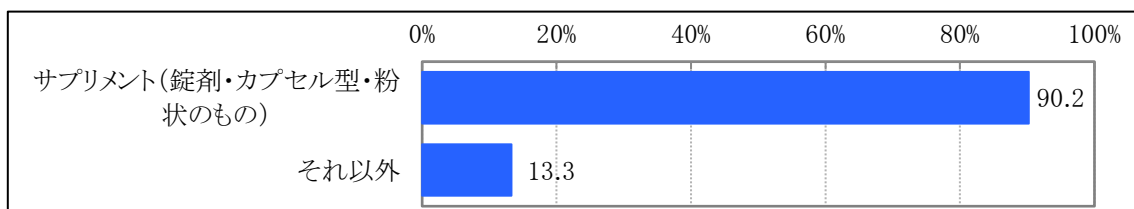
【n=2,818】

(23) 「健康食品」の形状 (問 18)

「その状態を改善するために利用していた「健康食品」はどのような形状のものですか？」(複数回答)

(問 17 で、「ダイエットが必要な方に適したもの」を回答した人が対象)

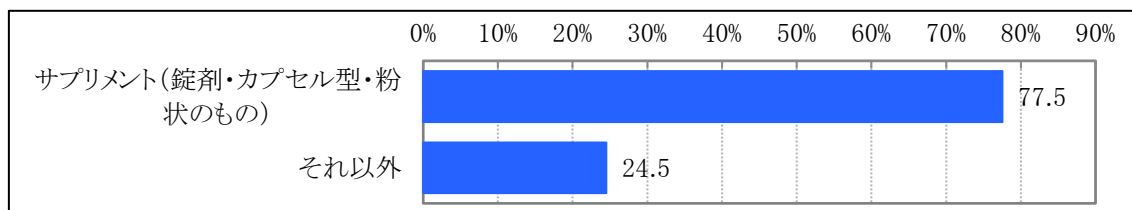
【ダイエットが必要な方に適したもの】



【n=737】

(問 17 で、「血圧が高めの方に適したもの」を回答した人が対象)

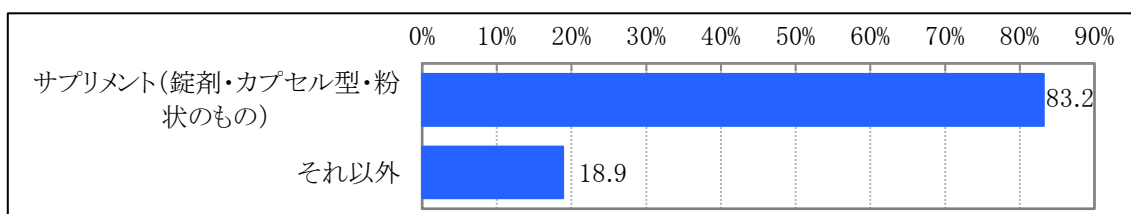
【血圧が高めの方に適したもの】



【n=632】

(問 17 で、「コレステロールが気になる方に適したもの」を回答した人が対象)

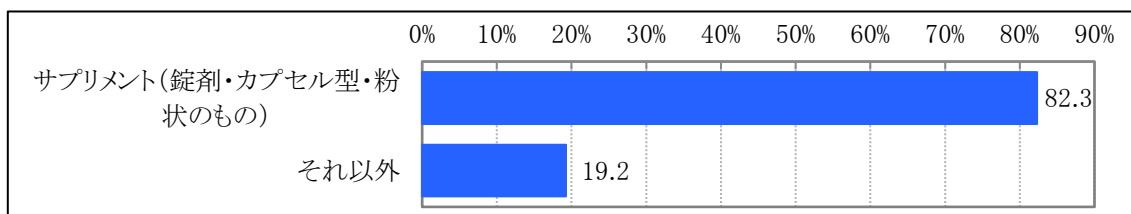
【コレステロールが気になる方に適したもの】



【n=816】

(問 17 で、「血糖値が気になる方に適したもの」を回答した人が対象)

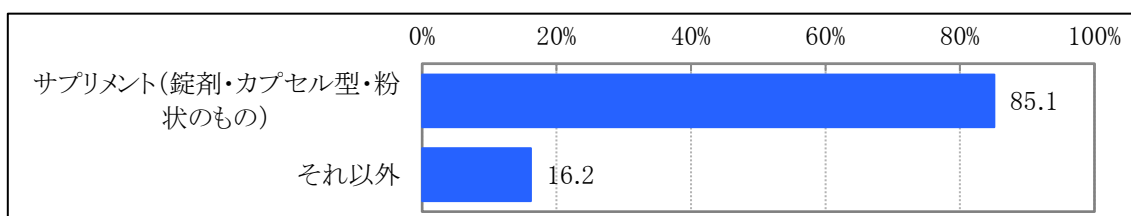
【血糖値が気になる方に適したもの】



【n=452】

(問 17 で、「カルシウム不足の方に適したもの」を回答した人が対象)

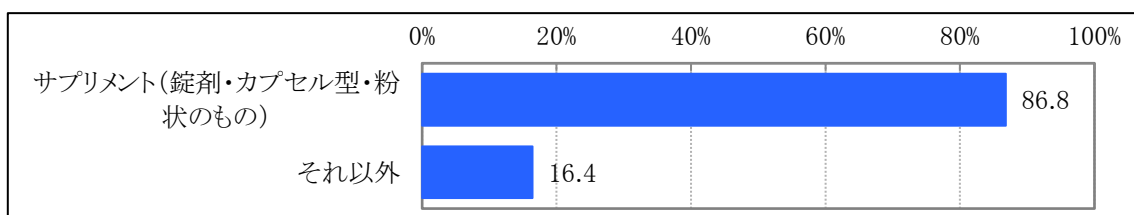
【カルシウム不足の方に適したもの】



【n=544】

(問 17 で、「貧血が気になる方に適したもの」を回答した人が対象)

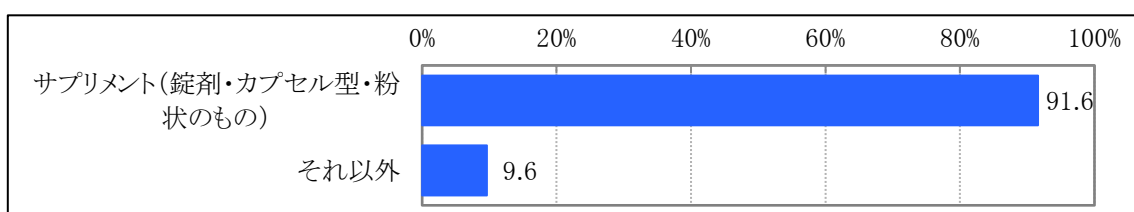
【貧血が気になる方に適したもの】



【n=554】

(問 17 で、「関節の痛みが気になる方に適したもの」を回答した人が対象)

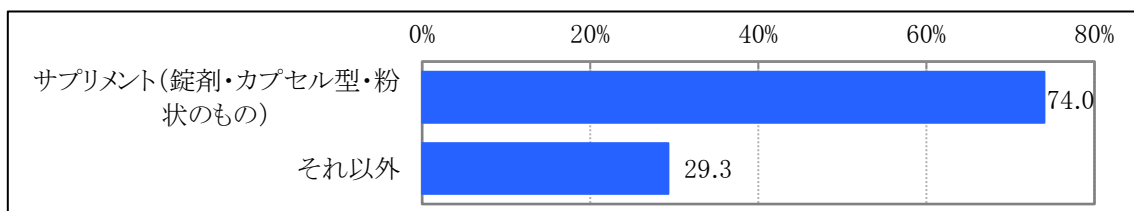
【関節の痛みが気になる方に適したもの】



【n=394】

(問 17 で、「花粉症の方に適したもの」を回答した人が対象)

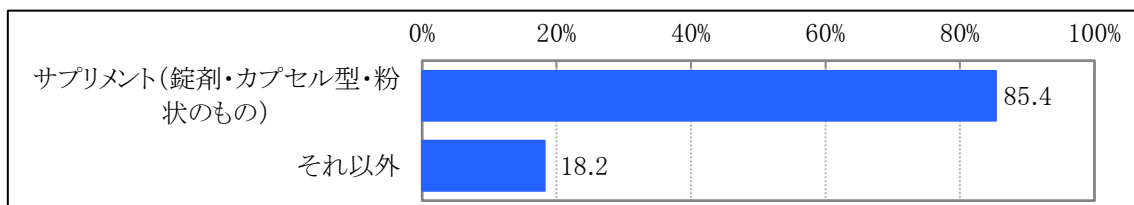
【花粉症の方に適したもの】



【n=389】

(問 17 で、「その他」を回答した人が対象)

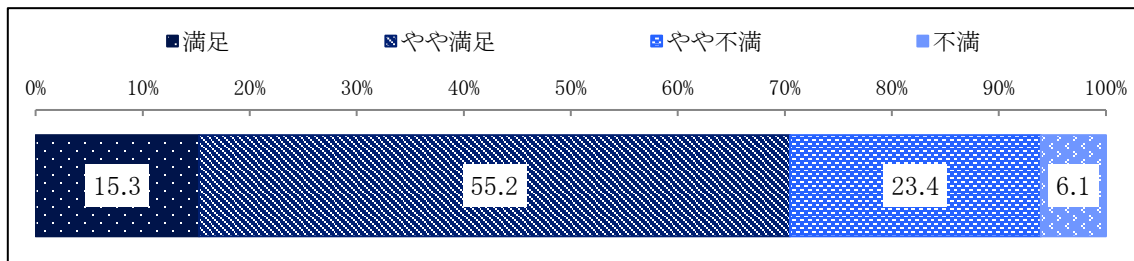
【その他】



【n=362】

(24) 「健康食品」の満足度（問 19-1）

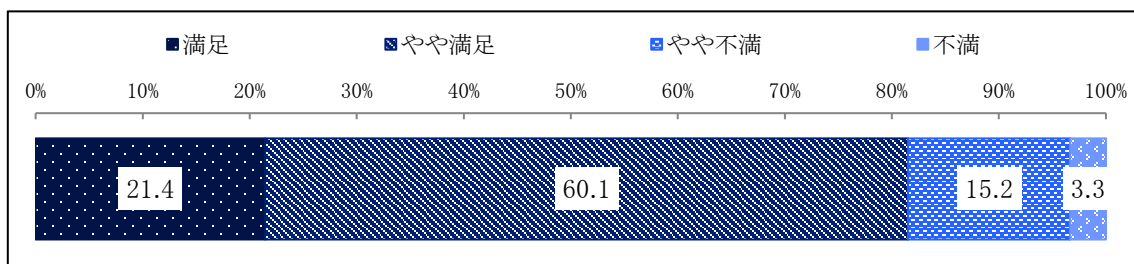
「これまでに利用した「健康食品」のうち、あなたの印象にもっとも近いものを選びください。」（単一回答）



【n=6,502】

(25) 「健康食品」の満足度（最も満足したもの）（問 19-2-1）

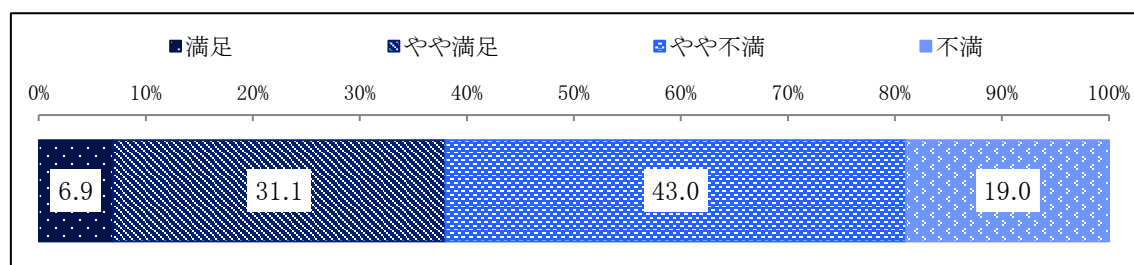
「もし利用した「健康食品」が複数ある場合には、その中から最も満足したものについてお答えください。」（複数回答）



【n=3,498】

(26) 「健康食品」の満足度（最も不満だったもの）（問 19-2-2）

「もし利用した「健康食品」が複数ある場合には、その中から最も不満だったものについてお答えください。」（複数回答）

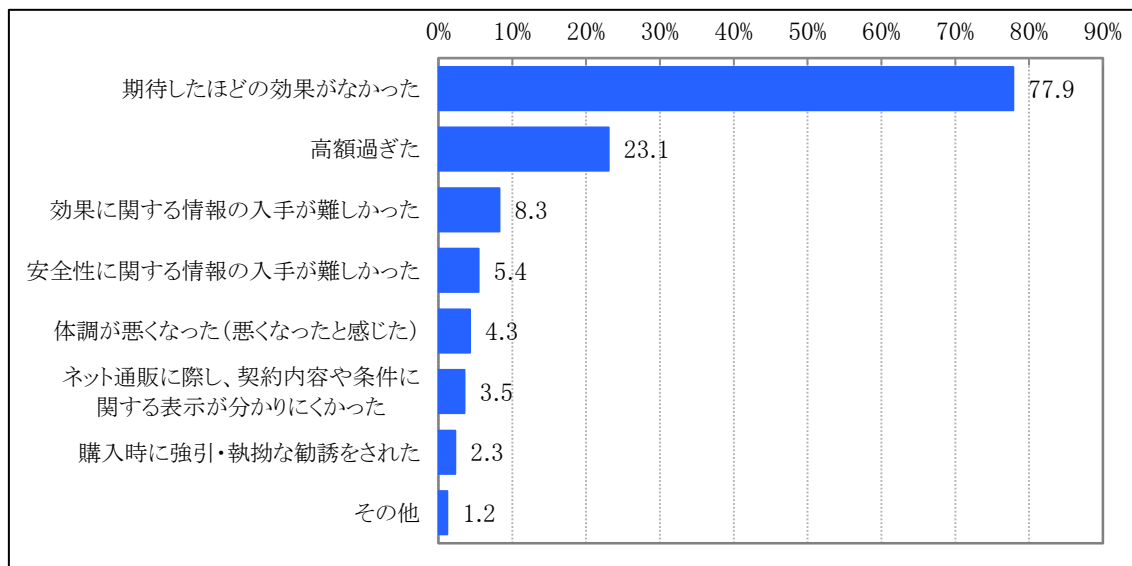


【n=3,498】

(27) 不満を感じた理由 (問 20)

(問 19 で、「やや不満」、「不満」を回答した人が対象)

「不満を感じた理由にあてはまるものを全て選択してください。」(複数回答)



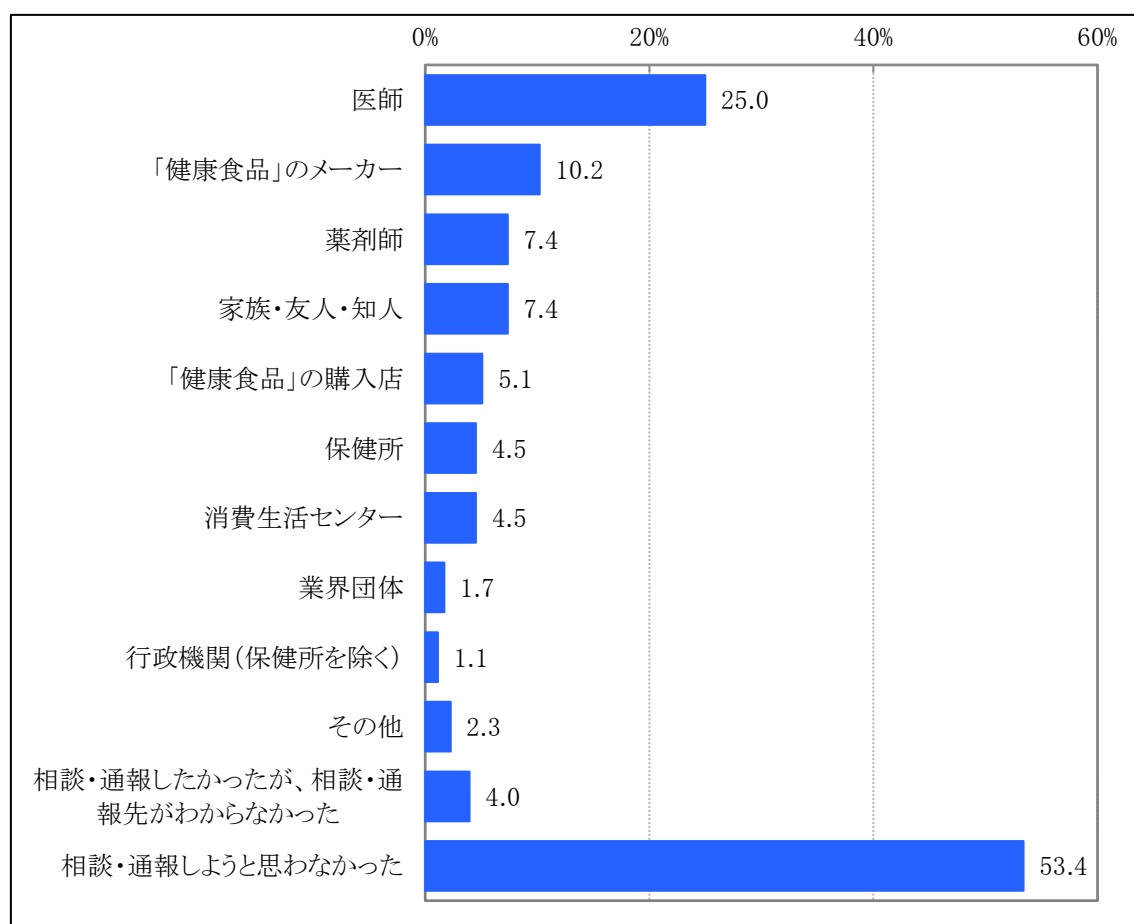
【n=4,130】

(28) 相談・通報先 (問 21)

「不満を感じた際、誰か、もしくはどこかに相談・通報しましたか？」(複数回答)

(問 20 で、「体調が悪くなった(悪くなったと感じた)」を回答した人が対象)

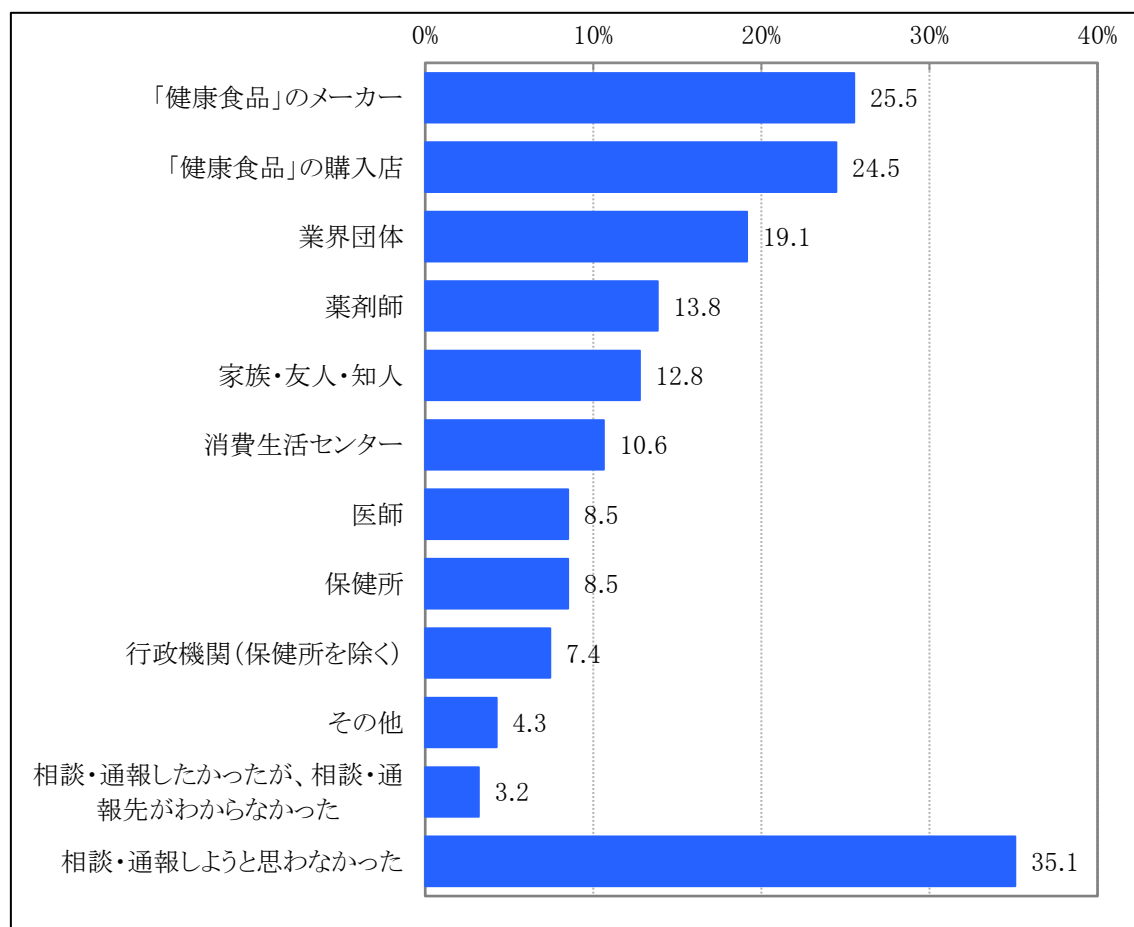
【体調不良】



【n=176】

(問 20 で、「購入時に強引・執拗な勧誘をされた」を回答した人が対象)

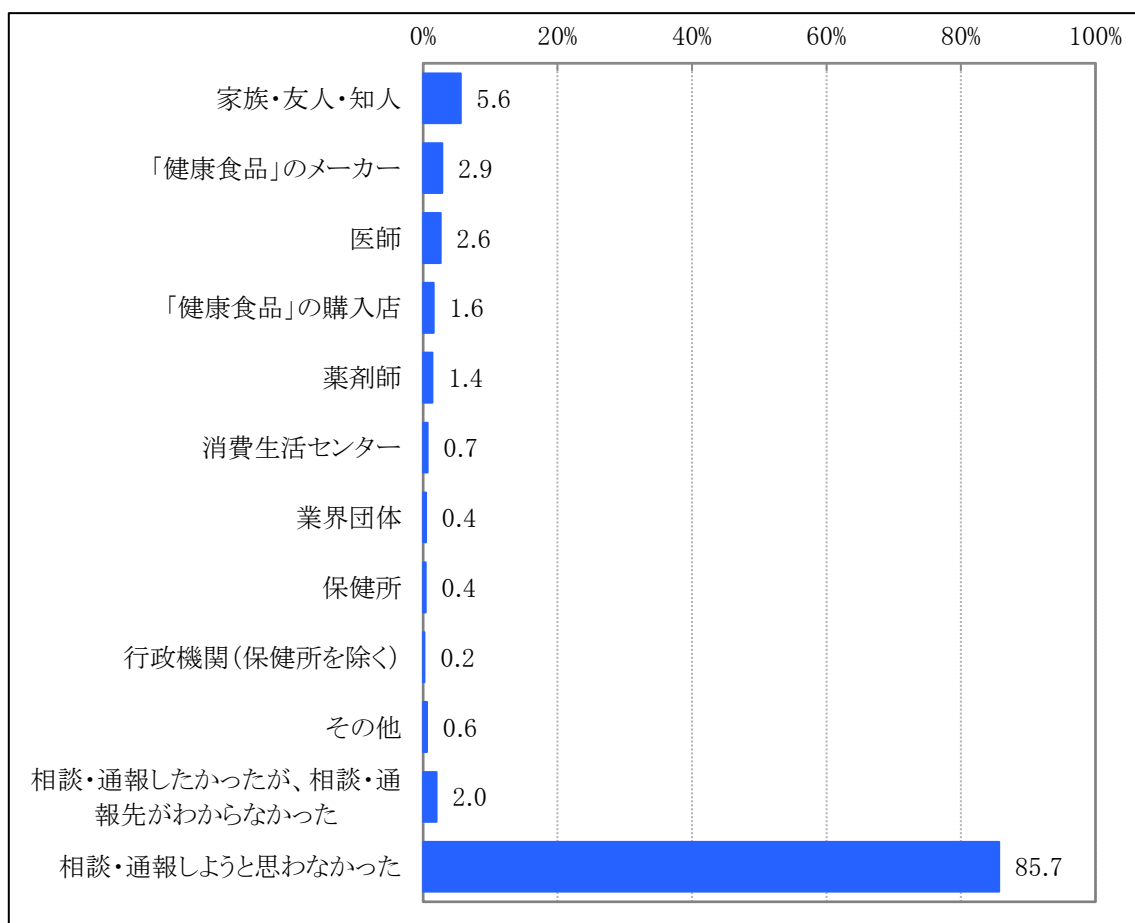
【購入時のトラブル】



【n=94】

(問 20 で、「期待したほどの効果がなかった」を回答した人が対象)

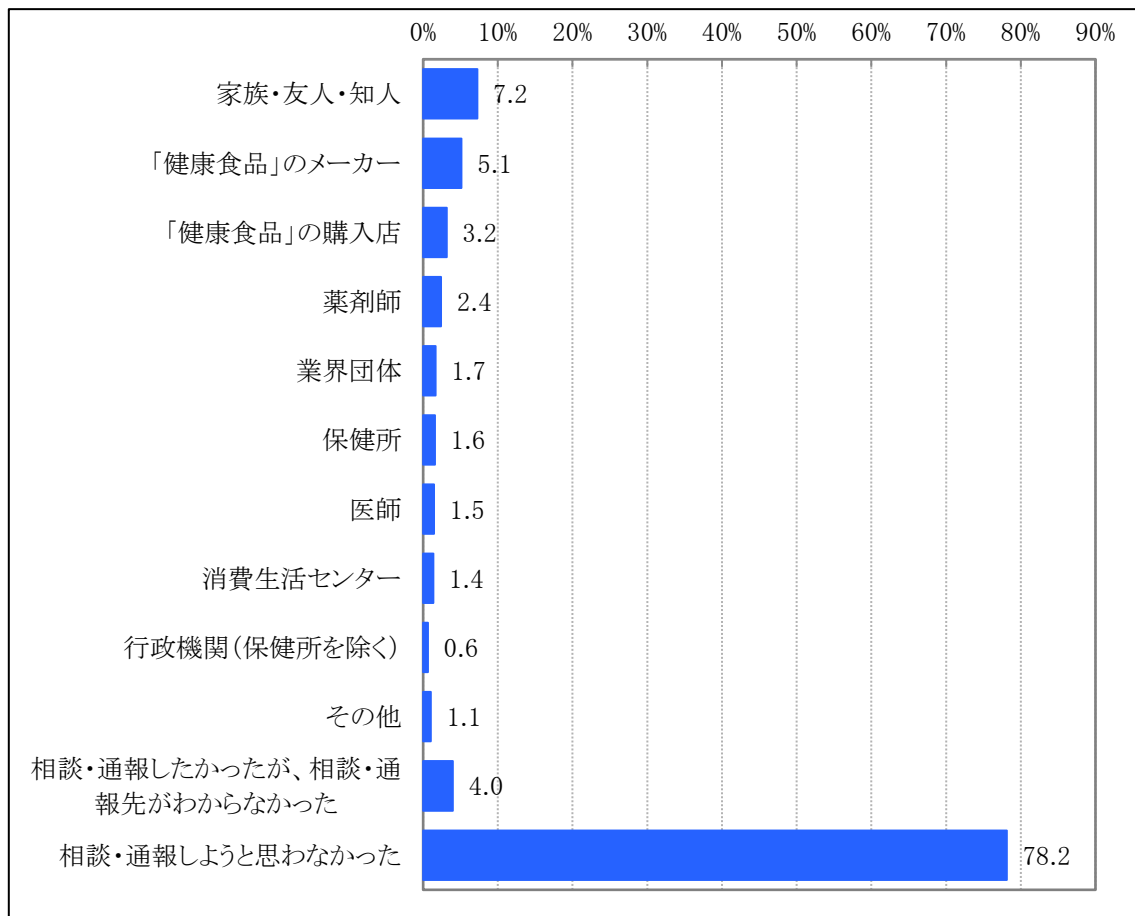
【期待したほどの効果がなかった】



【n=3,216】

(問 20 で、「高額過ぎた」を回答した人が対象)

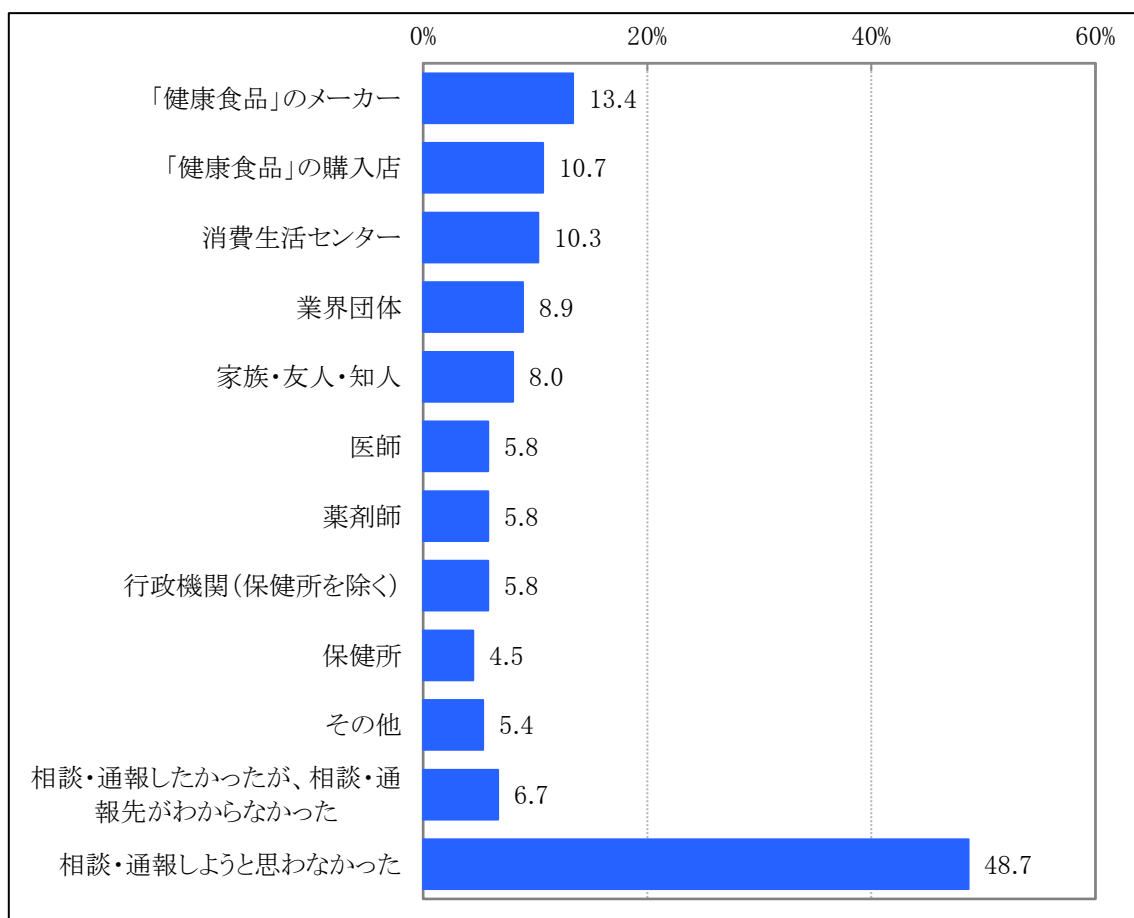
【高額】



【n=952】

(問 20 で、「安全性に関する情報の入手が難しかった」を回答した人が対象)

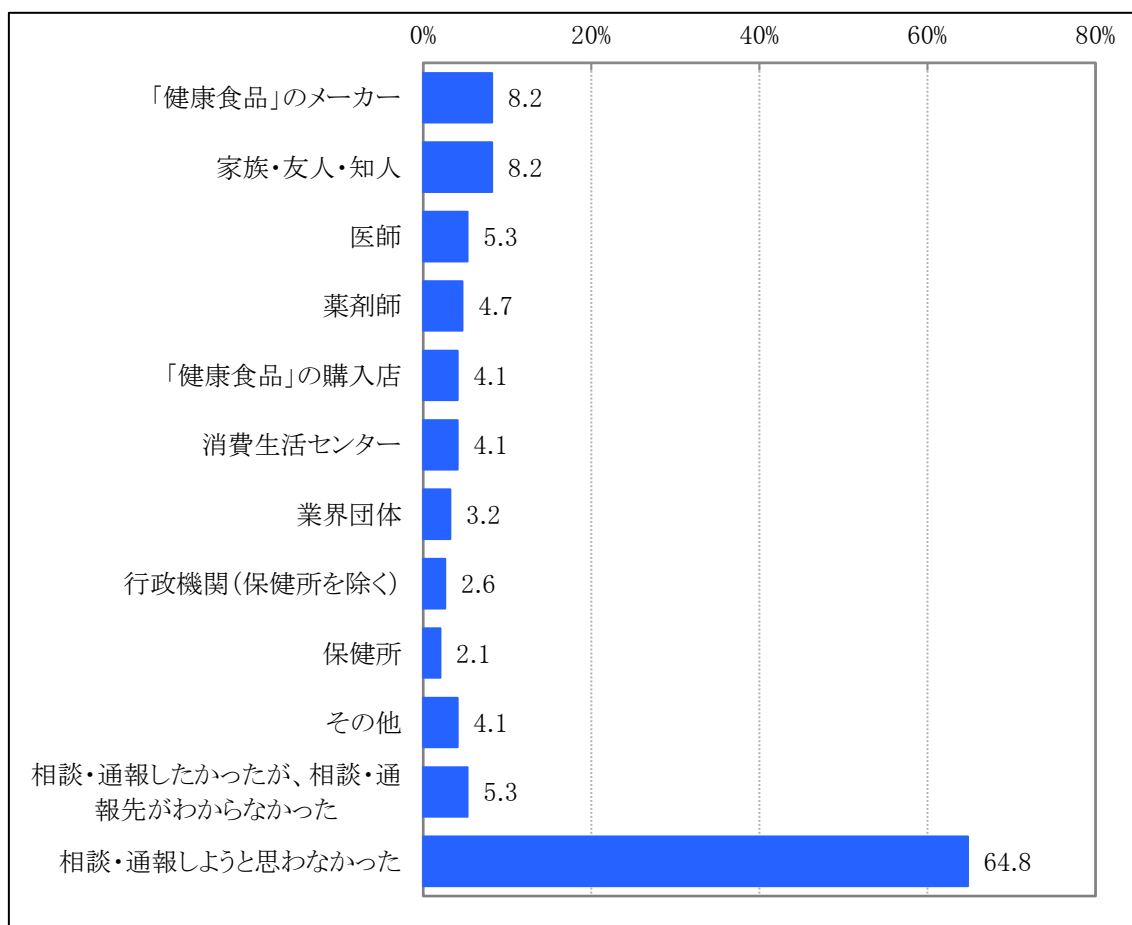
【安全性情報の入手が困難】



【n=224】

(問 20 で、「効果に関する情報の入手が難しかった」を回答した人が対象)

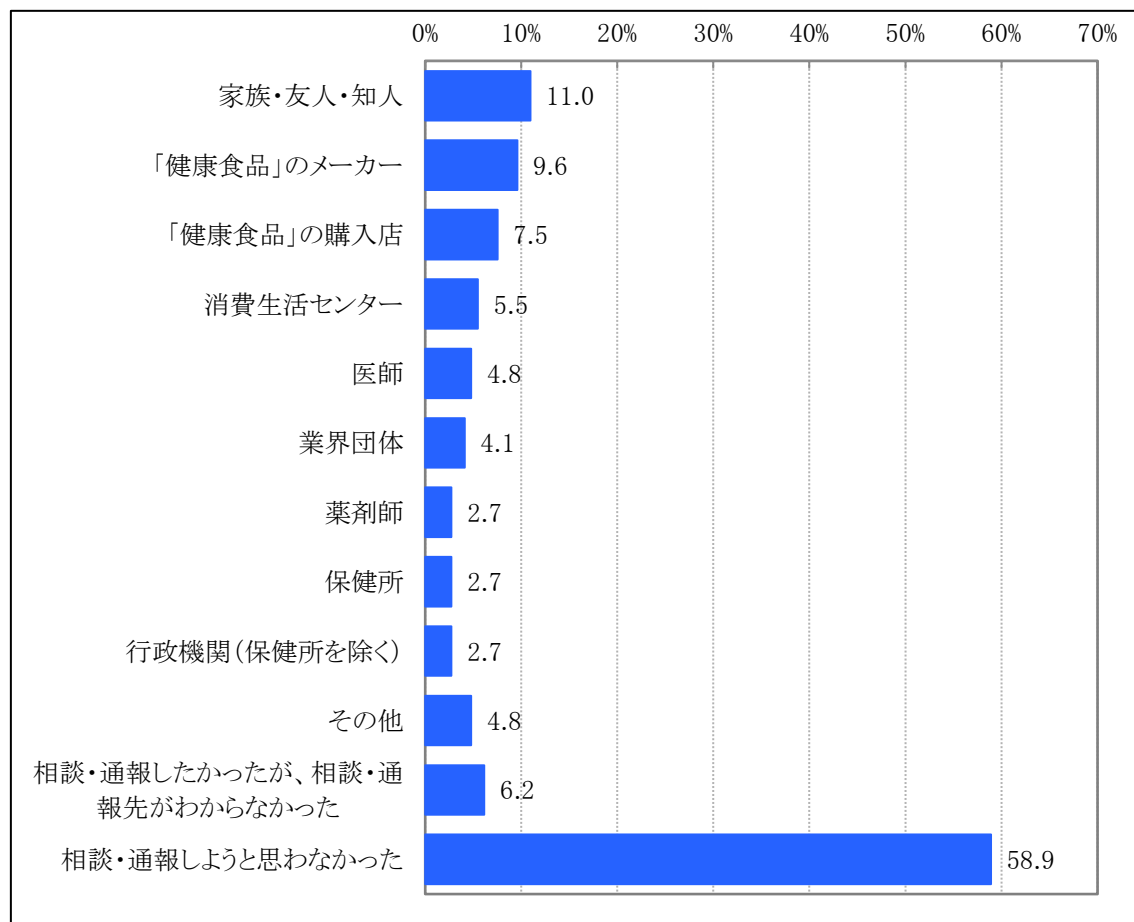
【有効性情報の入手が困難】



【n=341】

(問 20 で「ネット通販に際し、契約内容や条件に関する表示が分かりにくかった」を回答した人が対象)

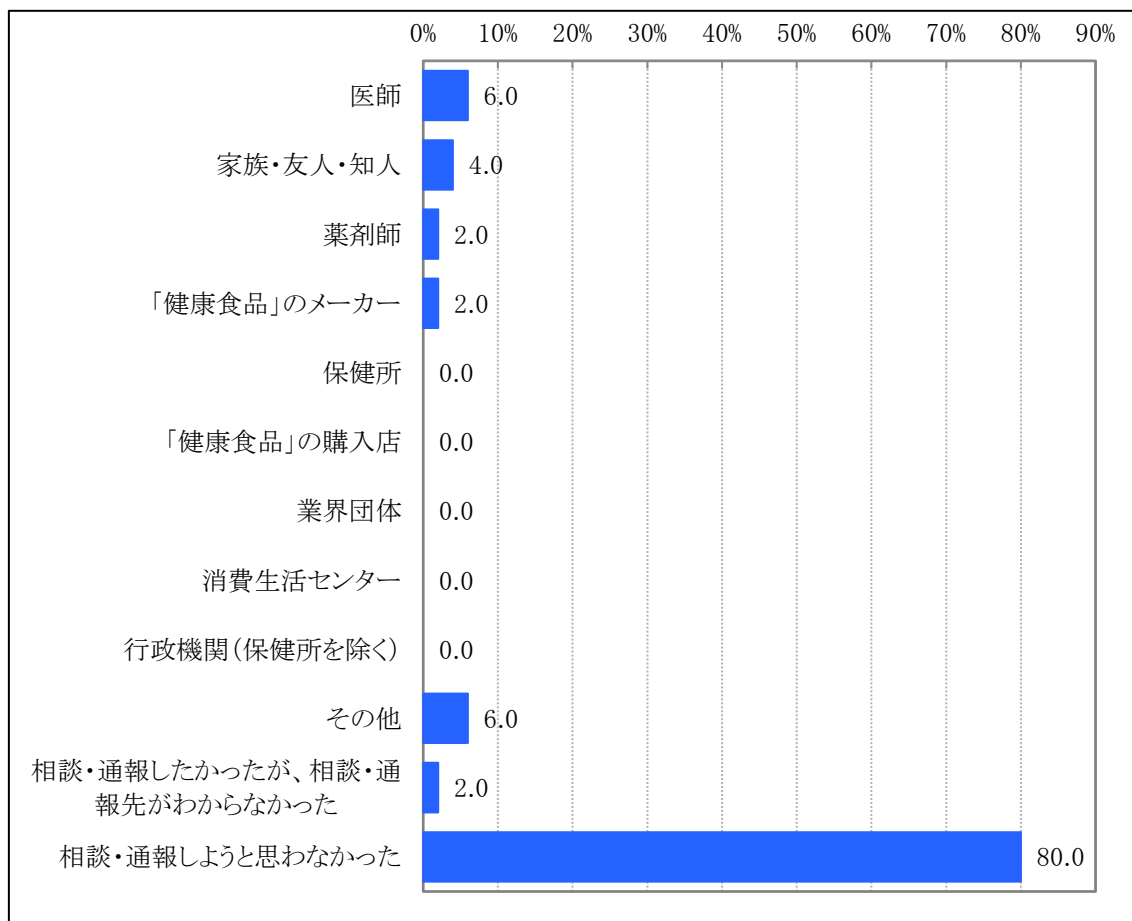
【ネット通販の表示が不明瞭】



【n=146】

(問 20 で、「その他」を回答した人が対象)

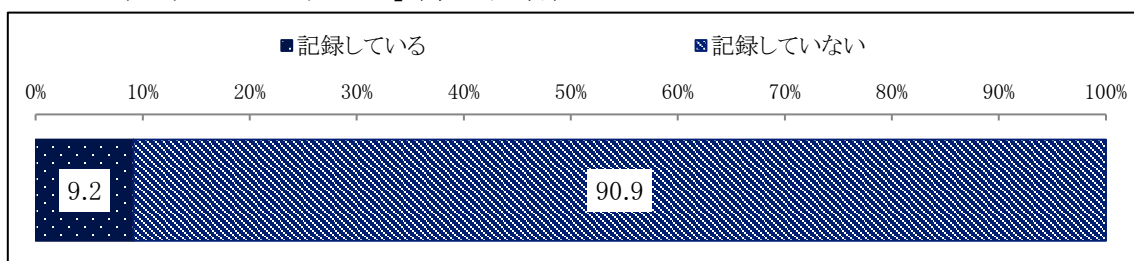
【その他】



【n=50】

(29) 「健康食品」の摂取記録の有無 (問 22)

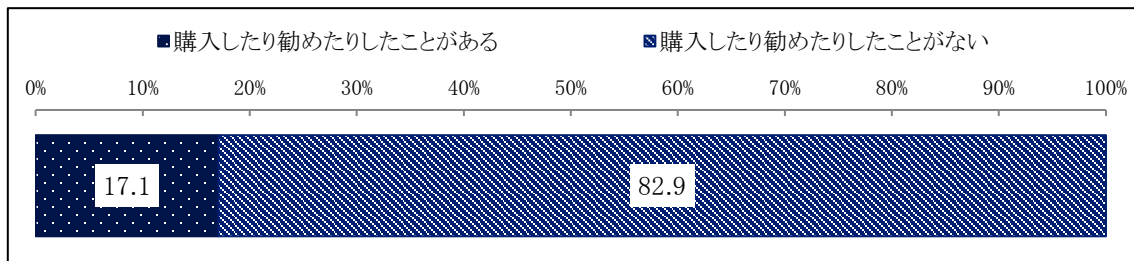
「あなたは「健康食品」を摂取する際、いつ、なにを、どれだけ摂ったのかについて記録していますか？」(単一回答)



【n=10,000】

(30) 「健康食品」を周囲に勧めたことがあるか (問 23)

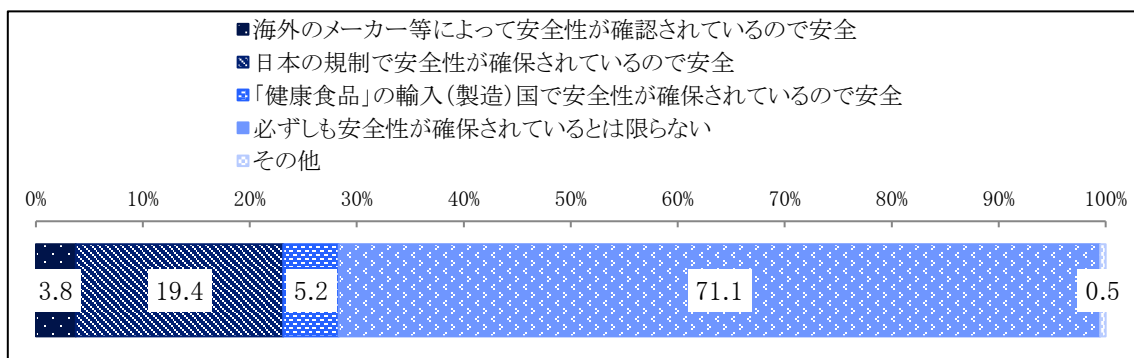
「あなたは「健康食品」を、家族や知り合いの、高齢者、子ども、妊婦、病気の方
に対し、購入したり勧めたりしたことがありますか？」(単一回答)



【n=10,000】

(31) 個人輸入した「健康食品」の安全性 (問 24)

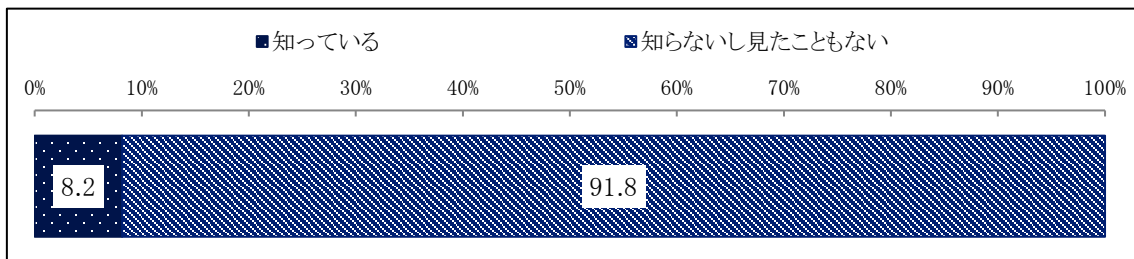
「あなたは個人輸入(海外の店舗やサイトからの購入)した「健康食品」の安全
性についてどう思いますか？」(単一回答)



【n=10,000】

(32) 「健康食品」の安全性・有効性情報データベース(HF-Net)があることを知っ
ているか (問 25)

「あなたは「健康食品」に関する情報が掲載されている「健康食品」の安全性・
有効性情報データベース(HF-Net)があることを知っていますか？」(単一回答)



【n=10,000】

2 クロス集計

(1) 「健康食品」の利用目的 (問 1)

「あなたが「健康食品」を利用する目的は何ですか？」(複数回答)

- 全体で見ると、「健康増進」が45%で最も高く、「体調維持・病気予防」(43%)、「特定の栄養素の補給」(37%)が続いた。
- 性年代別に見ると、「美容」・「ダイエット」は、女性では年代が下がるにつれ高くなっている。一方で、「体調維持・病気予防」は、男女ともに年代が上がるにつれ高くなっている。
- 健康状態別に見ると、「特定の栄養素の補給」は、妊産婦(57%)のみ5割を超えた。

【性年代別・「健康食品」の利用目的】

	n	健康増進	疲労回復	体調維持・病気予防	特定の栄養素の補給	病状改善	美容	ダイエット	老化予防	善健康診断での指摘事項改	その他
全体	10000	45.3	32.3	42.8	36.8	11.0	16.3	16.1	15.5	6.7	1.2
男性20代	690	50.1	40.3	38.0	33.3	18.3	19.4	21.4	7.2	5.4	0.9
男性30代	729	48.7	41.8	38.5	36.4	10.3	12.2	16.7	9.7	4.8	0.8
男性40代	917	50.3	39.6	42.5	37.3	10.3	10.5	16.6	14.1	5.8	0.7
男性50代	973	45.1	37.7	45.2	34.6	10.6	3.5	12.0	12.5	7.7	1.3
男性60代	806	45.8	29.8	48.6	34.6	9.8	1.7	10.3	20.2	9.9	2.0
男性70代	885	50.7	24.6	50.7	34.1	10.8	0.5	6.1	23.4	9.7	1.1
女性20代	690	38.4	31.2	32.3	38.8	9.7	39.0	30.3	5.8	3.6	1.0
女性30代	729	43.8	32.1	35.7	44.2	10.2	36.5	27.8	9.6	2.5	1.5
女性40代	917	46.2	33.2	38.8	36.9	11.3	31.0	22.2	15.0	5.5	0.8
女性50代	973	37.5	31.4	41.8	35.4	11.3	26.0	19.8	20.6	7.0	1.5
女性60代	806	41.2	26.3	46.9	39.5	9.4	14.4	10.0	18.0	7.3	1.5
女性70代	885	46.3	21.4	49.8	37.9	10.8	7.5	4.7	24.5	9.2	1.4

【健康状態別・「健康食品」の利用目的】

	n	健康増進	疲労回復	体調維持・病気予防	特定の栄養素の補給	病状改善	美容	ダイエット	老化予防	善健康診断での指摘事項改	その他
全体	10000	45.3	32.3	42.8	36.8	11.0	16.3	16.1	15.5	6.7	1.2
ハイリスクグループ	4622	46.0	33.4	47.6	39.5	14.1	14.5	17.5	19.1	8.9	0.8
肥満	1206	47.8	37.6	45.3	37.8	15.8	14.1	31.7	17.8	10.1	0.7
生活習慣病	1759	47.0	33.0	47.7	36.6	17.7	10.3	16.7	21.1	10.6	1.0
生活習慣病予備軍	2140	47.1	32.8	52.1	43.5	14.2	14.6	17.9	22.1	12.0	0.6
アレルギー体質	1278	45.7	38.8	49.7	45.6	16.1	22.8	18.4	18.6	7.4	1.3
妊産婦	150	46.0	27.3	34.7	56.7	4.7	30.7	20.0	7.3	2.7	1.3
上記に該当せず	3056	47.1	31.7	40.4	39.4	8.2	21.7	12.8	14.7	3.3	0.9

(2) 「健康食品」に対する期待 (問 2)

「あなたは「健康食品」を利用又は購入する時、うたわれている効果がどれくらい自分にあると期待していますか？」(単一回答)

- 全体で見ると、「大いにあると期待している」(6%)と「ある程度あると期待している」(58%)を合わせた『期待している(計)』は、64%であった。一方で、「あまり期待していない」(30%)と「ほとんど期待していない」(6%)を合わせた『期待していない(計)』は、36%であった。
- 性年代別で見ると、『期待している(計)』は、男性 20 代(73%)のみ 7 割を超えた。

【性年代別・「健康食品」に対する期待】

	n	る大いにあると期待している	ある程度あると期待している	あまり期待していない	ほとんど期待していない	期待している(計)	期待していない(計)
全体	10000	6.2	57.9	30.0	5.9	64.1	35.9
男性20代	690	18.8	54.3	22.8	4.1	73.2	26.8
男性30代	729	11.0	54.9	29.4	4.8	65.8	34.2
男性40代	917	6.9	54.0	32.2	7.0	60.9	39.1
男性50代	973	5.5	56.6	32.1	5.8	62.2	37.8
男性60代	806	3.5	59.6	30.4	6.6	63.0	37.0
男性70代	885	2.3	61.9	28.7	7.1	64.2	35.8
女性20代	690	7.8	57.7	29.6	4.9	65.5	34.5
女性30代	729	7.0	53.6	33.2	6.2	60.6	39.4
女性40代	917	4.5	56.9	33.0	5.6	61.4	38.6
女性50代	973	5.3	60.2	28.3	6.2	65.6	34.4
女性60代	806	3.1	61.0	29.7	6.2	64.1	35.9
女性70代	885	2.5	62.1	29.5	5.9	64.6	35.4

(3) 「健康食品」の購入時に重視するポイント（問 3）

「あなたが「健康食品」を購入する時、最も重視するポイントは何ですか？」（単一回答）

- 全体で見ると、「安全性」が34%で最も高く、「効果」（33%）、「価格」（20%）であった。
- 性年代別で見ると、「安全性」は、女性では年代が上がるにつれ高くなり、70代で48%となった。

【性年代別・「健康食品」の購入時に重視するポイント】

	n	価格	安全性	効果	メーカーや販売者	味や飲みやすさ	その他
全体	10000	19.6	34.0	33.2	7.4	5.5	0.4
男性20代	690	29.1	31.0	26.4	7.5	5.8	0.1
男性30代	729	26.2	28.4	30.9	7.5	6.7	0.3
男性40代	917	25.3	28.4	34.1	6.5	5.6	0.1
男性50代	973	22.6	26.6	39.4	7.3	3.6	0.5
男性60代	806	19.9	30.4	38.5	7.4	3.1	0.7
男性70代	885	15.0	36.5	37.9	8.8	1.6	0.2
女性20代	690	22.6	30.4	29.9	7.2	9.4	0.4
女性30代	729	22.2	32.4	26.2	7.8	10.8	0.5
女性40代	917	18.6	34.5	32.9	6.7	7.0	0.3
女性50代	973	18.1	36.5	33.5	6.3	5.2	0.4
女性60代	806	12.4	43.2	31.5	7.6	4.6	0.7
女性70代	885	6.4	48.4	32.9	8.0	4.0	0.3

【利用頻度別・「健康食品」の購入時に重視するポイント】

	n	価格	安全性	効果	メーカーや販売者	味や飲みやすさ	その他
全体	10000	19.6	34.0	33.2	7.4	5.5	0.4
ほぼ毎日利用	3143	19.5	31.8	35.7	8.9	3.7	0.5
たまに利用	4060	19.4	35.4	31.8	6.7	6.5	0.2
以前利用	2797	19.9	34.6	32.3	6.7	5.9	0.6

(4) 「健康食品」の利用期間 (問 4)

「あなたが利用している又はしていた「健康食品」のうち、最も長く利用している又はしていたのはどれくらいの期間ですか？」(単一回答)

- 全体で見ると、「1年以上5年未満」が36%で最も高く、「5年以上」(29%)、「3か月未満」(19%)であった。
- 性年代別に見ると、「5年以上」は、男女ともに年代が上がるにつれ高くなっている。
- 健康状態別に見ると、「1年以上5年未満」は、妊産婦(51%)のみ5割を超えた。

【性年代別・「健康食品」の利用期間】

	n	5 年 以 上	1 年 以 上 5 年 未 満	3 か 月 以 上 1 年 未 満	3 か 月 未 満
全体	10000	28.6	35.5	17.4	18.6
男性20代	690	14.8	43.9	24.1	17.2
男性30代	729	22.2	38.8	19.3	19.6
男性40代	917	26.3	36.1	17.7	20.0
男性50代	973	30.4	32.4	16.0	21.2
男性60代	806	37.7	33.7	13.9	14.6
男性70代	885	39.5	33.6	14.1	12.8
女性20代	690	10.9	36.2	23.3	29.6
女性30代	729	15.5	37.2	20.4	26.9
女性40代	917	25.1	35.4	19.8	19.6
女性50代	973	31.1	35.5	15.4	18.0
女性60代	806	37.7	31.4	14.5	16.4
女性70代	885	42.5	33.9	13.6	10.1

【健康状態別・「健康食品」の利用期間】

	n	5 年 以 上	1 年 以 上 5 年 未 満	3 か 月 以 上 1 年 未 満	3 か 月 未 満
全体	10000	28.6	35.5	17.4	18.6
ハイリスクグループ	4622	32.4	39.5	17.4	10.6
肥満	1206	30.3	39.9	17.6	12.3
生活習慣病	1759	32.5	41.3	16.2	10.1
生活習慣病予備軍	2140	34.2	38.5	17.6	9.7
アレルギー体質	1278	33.1	39.3	16.8	10.8
妊産婦	150	14.0	50.7	24.7	10.7
上記に該当せず	3056	31.7	37.6	17.0	13.6

(5) 「健康食品」の不安 (問 5)

(問 4 で、「5 年以上」、「1 年以上 5 年未満」を回答した人が対象)

「あなたはその「健康食品」の利用をやめるのに不安を感じますか？(又はやめた時に不安を感じましたか？)」(単一回答)

- 全体で見ると、「あまり不安ではない (なかった)」が 44%で最も高く、「ある程度不安がある (あった)」(38%)、「全く不安ではない (なかった)」(11%)であった。
- 利用頻度別で見ると、「ある程度不安がある (あった)」は、ほぼ毎日利用(47%)のみ 4 割となった。

【性年代別・「健康食品」の不安】

	n	た大 い に 不 安 が あ る (あ っ た)	あ る 程 度 不 安 が あ る (あ っ た)	あ ま り 不 安 で は な い (な か っ た)	全 く 不 安 で は な い (な か っ た)
全体	6401	6.4	38.2	44.2	11.2
男性20代	405	8.9	38.0	34.8	18.3
男性30代	445	7.0	36.2	44.0	12.8
男性40代	572	5.6	34.6	48.3	11.5
男性50代	611	6.5	36.7	47.0	9.8
男性60代	576	5.6	39.9	43.2	11.3
男性70代	647	4.2	39.7	46.4	9.7
女性20代	325	6.5	29.8	46.2	17.5
女性30代	384	7.6	31.3	49.2	12.0
女性40代	555	7.6	37.5	42.3	12.6
女性50代	648	7.9	42.6	41.7	7.9
女性60代	557	7.0	43.4	40.2	9.3
女性70代	676	4.7	41.1	46.2	8.0

【利用目的別・「健康食品」の不安】

	n	大いに不安がある（あった）	ある程度不安がある（あった）	あまり不安ではない（なかった）	全く不安ではない（なかった）
全体	6401	6.4	38.2	44.2	11.2
健康増進	3146	7.8	39.8	42.0	10.5
疲労回復	2099	7.2	39.1	43.3	10.4
体調維持・病気予防	3060	8.0	40.3	43.0	8.8
特定の栄養素の補給	2552	6.9	38.9	43.8	10.4
病状改善	705	10.9	42.0	37.0	10.1
美容	1055	10.0	40.4	38.4	11.2
ダイエット	933	7.9	38.0	41.4	12.6
老化予防	1164	9.4	44.8	38.3	7.5
健康診断での指摘事項改善	448	9.2	37.7	41.7	11.4
その他	55	10.9	32.7	29.1	27.3

【利用頻度別・「健康食品」の不安】

	n	大いに不安がある（あった）	ある程度不安がある（あった）	あまり不安ではない（なかった）	全く不安ではない（なかった）
全体	6401	6.4	38.2	44.2	11.2
ほぼ毎日利用	2825	11.4	47.0	34.0	7.6
たまに利用	2457	2.7	35.1	51.9	10.3
以前利用	1119	2.1	22.7	53.0	22.3

(6) 「健康食品」のひと月あたりの支出 (問 6)

「あなたは「健康食品」にひと月あたりどの程度支出していますか又はしていませんか?」(単一回答)

- 全体で見ると、「1,000 円以上 3,000 円未満」が 39%で最も高く、「1,000 円未満」(28%)、「3,000 円以上 5,000 円未満」(20%)であった。
- 性年代別で見ると、「1,000 円未満」は、女性では年代が下がるにつれ高くなり、20 代で 43%となった。一方で、「5,000 円以上 10,000 円未満」は、女性では年代が上がるにつれ高くなり、70 代で 16%となった。
- 利用頻度別で見ると、「1,000 円以上 3,000 円未満」は、たまに利用(42%)のみ 4 割を超えた。

【性年代別・「健康食品」のひと月あたりの支出】

		1 , 0 0 0 円 未 満	3 1 , , 0 0 0 0 0 0 円 円 未 以 満 上	5 3 , , 0 0 0 0 0 0 円 円 未 以 満 上	1 5 0 , , 0 0 0 0 0 0 円 以 上 満	1 0 , 0 0 0 円 以 上	そ の 他
	n						
全体	10000	27.5	38.8	20.1	9.7	3.6	0.3
男性20代	690	29.3	34.3	22.8	10.3	3.0	0.3
男性30代	729	29.1	37.3	20.7	10.2	2.6	0.1
男性40代	917	32.7	37.9	18.0	8.8	2.2	0.3
男性50代	973	27.3	40.2	18.9	9.7	3.2	0.7
男性60代	806	25.4	38.7	20.1	10.8	4.8	0.1
男性70代	885	17.9	42.5	25.3	10.4	3.7	0.2
女性20代	690	42.8	36.1	13.9	4.1	2.6	0.6
女性30代	729	38.3	35.3	18.4	5.8	2.1	0.3
女性40代	917	31.1	44.2	14.2	6.2	4.1	0.2
女性50代	973	25.1	42.7	18.6	10.1	3.6	0.0
女性60代	806	21.8	39.0	21.3	13.2	4.5	0.2
女性70代	885	14.4	34.0	29.2	15.6	6.2	0.7

【利用頻度別・「健康食品」のひと月あたりの支出】

		1 , 0 0 0 円 未 満	3 1 , , 0 0 0 0 0 0 円 円 未 以 満 上	5 3 , , 0 0 0 0 0 0 円 円 未 以 満 上	1 5 0 , , 0 0 0 0 0 0 円 以 上 満	1 0 , 0 0 0 円 以 上	そ の 他
	n						
全体	10000	27.5	38.8	20.1	9.7	3.6	0.3
ほぼ毎日利用	3143	14.3	35.9	24.8	16.5	8.3	0.2
たまに利用	4060	32.8	41.7	18.0	6.1	1.2	0.2
以前利用	2797	34.6	37.8	18.0	7.2	1.8	0.6

(7) 「健康食品」の購入方法 (問 7)

「あなたは普段、どのようにして「健康食品」を購入しますか？」(複数回答)

- 全体で見ると、「店舗（ドラッグストア・コンビニエンスストア等）」が 60%で最も高く、「インターネット通販（海外のサイトからの購入を除く）」(45%)、「通信販売（インターネット通販、テレビショッピングを除く）」(15%)が続いた。
- 性年代別に見ると、「店舗（ドラッグストア・コンビニエンスストア等）」は、女性では年代が下がるにつれ高くなり、20代で77%となった。一方で、「インターネット通販（海外のサイトからの購入を除く）」は、男性60代(51%)のみ5割を超えた。
- 利用頻度別に見ると、「店舗（ドラッグストア・コンビニエンスストア等）」は、たまに利用(70%)のみ7割を超えた。一方で、「インターネット通販（海外のサイトからの購入を除く）」は、ほぼ毎日(57%)のみ5割を超えた。

【性年代別・「健康食品」の購入方法】

	n	等コ店 ン舗 ビ（ド ニエ ラッ スグ ス ス ト ア ・	除外イ クン ンサ タ イ ト ネ カ ッ ト の 通 購 販 入 （ を 海	テレ ビ シ ョ ッ ピ ン グ	ント通 グ通信 を販 除、売 （テ レ ビ シ タ ー ネ ッ ピ	訪問 販売	サ個 イト 人輸 から （海 外 の 店 舗 や	そ の 他
全体	10000	60.4	45.4	4.5	15.2	1.4	1.7	1.6
男性20代	690	65.1	43.8	12.0	14.6	4.5	2.3	0.3
男性30代	729	64.9	46.2	6.3	9.3	1.4	2.1	0.4
男性40代	917	66.0	44.8	3.1	10.8	0.4	2.0	1.0
男性50代	973	62.6	47.2	3.3	10.8	1.2	1.3	1.7
男性60代	806	54.0	51.4	2.6	15.3	1.6	2.1	1.4
男性70代	885	46.1	48.5	5.1	22.0	1.6	0.8	1.9
女性20代	690	77.0	36.2	4.1	9.0	1.4	2.0	0.6
女性30代	729	74.8	40.6	2.3	9.7	0.8	2.1	1.0
女性40代	917	64.6	46.9	1.5	12.3	0.5	2.0	2.2
女性50代	973	59.3	48.5	1.8	16.8	1.0	2.3	1.6
女性60代	806	52.9	46.9	5.3	21.7	0.7	0.9	2.2
女性70代	885	44.4	40.5	8.4	27.3	1.8	1.0	4.4

【利用目的別・「健康食品」の購入方法】

	n	店舗（ドラッグストア・コンビニエンスストア等）	インターネットからの購入（海外のサイトを除く）	テレビショッピング	通信販売（インターネット通販、テレビショッピングを除く）	訪問販売	個人輸入（海外の店舗やサイトから購入）	その他
全体	10000	60.4	45.4	4.5	15.2	1.4	1.7	1.6
健康増進	4534	62.4	48.6	4.0	15.5	1.6	1.9	1.6
疲労回復	3231	69.4	45.8	5.4	14.9	1.3	2.1	0.9
体調維持・病気予防	4279	59.8	50.2	5.1	17.2	1.7	2.1	1.6
特定の栄養素の補給	3680	63.7	50.7	4.1	15.0	1.2	2.3	1.3
病状改善	1100	57.6	50.5	10.6	21.8	3.0	3.4	1.9
美容	1625	65.7	52.7	6.6	18.0	2.2	3.4	1.0
ダイエット	1608	65.3	51.8	6.2	17.3	2.0	2.7	1.0
老化予防	1552	55.0	55.3	6.4	22.6	2.3	3.5	2.4
健康診断での指摘事項改善	667	57.6	53.5	6.4	19.0	2.4	3.7	2.1
その他	121	56.2	27.3	0.0	8.3	1.7	5.0	23.3

【利用頻度別・「健康食品」の購入方法】

	n	店舗（ドラッグストア・コンビニエンスストア）	インターネットからの購入（海外を除く）	テレビショッピング	通信販売（インターネット通販、テレビショッピングを除く）	訪問販売	個人輸入（海外の店舗やサイトから購入）	その他
全体	10000	60.4	45.4	4.5	15.2	1.4	1.7	1.6
ほぼ毎日利用	3143	45.9	57.1	4.8	20.1	2.3	3.0	2.2
たまに利用	4060	70.2	41.8	4.2	11.7	1.1	0.9	0.9
以前利用	2797	62.5	37.3	4.5	14.8	0.8	1.4	2.1

(8) 「健康食品」に関する情報の入手経路 (問 8)

「あなたが「健康食品」を購入するまでに、どんなところから情報を得ていますか
又はしていましたか？」(複数回答)

- 全体で見ると、「インターネット (SNS、ロコミ、メーカーや販売店のホームページ等)」が 68%で最も高く、「テレビ・ラジオの番組やコマーシャル」(27%)、「購入店舗 (販売員・店頭のポップ等)」(19%)が続いた。
- 性年代別で見ると、「テレビ・ラジオの番組やコマーシャル」は、女性では年代が上がるにつれ高くなり、70代で 46%となった。
- 利用目的別で見ると、「インターネット (SNS、ロコミ、メーカーや販売店のホームページ等)」は、ほとんどの利用目的で 7 割台となっている。
- 不満事項別で見ると、「インターネット (SNS、ロコミ、メーカーや販売店のホームページ等)」は、体調不良、期待したほどの効果がなかった、高額で 7 割を超えた。一方で、「テレビ・ラジオの番組やコマーシャル」は、購入時のトラブル(42%)のみ 4 割を超えた。
- 利用頻度別で見ると、「インターネット (SNS、ロコミ、メーカーや販売店のホームページ等)」は、ほぼ毎日利用(72%)のみ 7 割を超えた。

【性年代別・「健康食品」に関する情報の入手経路】

	n	メーカーや販売店のホームページ等	インターネット (SNS、ロコミ、メーカーや販売店のホームページ等)	テレビ・ラジオの番組やコマーシャル	雑誌・新聞・健康書籍の広告・記事	雑誌・新聞・健康書籍の広告・記事	テレビ・ラジオの番組やコマーシャル	購入店舗 (販売員・店頭のポップ等)	訪問販売員	専門家の紹介 (医師・薬剤師・管理栄養士等)	家族・友人・知人・またはその紹介	行政機関 (ホームヘルプ・講演会など)	その他
全体	10000	68.3	27.2	13.0	11.0	19.1	1.8	6.7	18.6	1.6	1.1		
男性20代	690	61.0	17.2	13.6	13.5	24.1	8.6	9.6	12.0	3.5	0.9		
男性30代	729	67.8	15.5	11.8	8.9	20.2	3.6	5.2	12.1	1.1	1.0		
男性40代	917	70.4	22.8	9.8	7.7	20.9	1.0	5.9	13.0	1.5	0.7		
男性50代	973	72.5	27.2	12.0	9.8	19.4	0.6	4.5	12.2	1.0	0.9		
男性60代	806	73.7	36.4	15.6	11.5	15.5	0.5	5.3	9.9	1.0	2.1		
男性70代	885	67.3	43.8	18.2	19.1	10.7	1.4	7.7	16.4	2.3	1.1		
女性20代	690	68.4	12.2	7.5	6.8	20.6	2.2	6.4	25.1	2.5	1.2		
女性30代	729	73.4	14.4	7.8	5.1	22.9	1.4	6.4	24.0	1.8	0.8		
女性40代	917	73.4	18.9	11.1	6.9	21.9	1.0	7.9	24.9	1.4	0.8		
女性50代	973	73.0	25.6	12.1	9.5	18.9	0.9	7.1	22.1	0.9	0.6		
女性60代	806	64.3	39.5	17.1	14.0	19.4	0.6	6.5	26.4	0.9	1.2		
女性70代	885	52.3	45.9	17.6	18.3	16.6	1.7	8.1	25.2	1.8	1.6		

【利用目的別・「健康食品」に関する情報の入手経路】

	n	カー（S N S、ロコミ、メール等）	イン（S N S、ネット）	コマ（S N S、ラジオの番組や）	や（S N S、ラジオの番組や）	雑誌（健康雑誌を含む）・新聞・書籍の記事	リー（折り込み広告・フリーペーパー）	チラシ・ダイレクトメール	の（ポップ等）	購入店舗（販売員・店頭）	訪問販売員	専門家（医師・薬剤師・管理栄養士等）	家族・友人・知人・またはその紹介	行政機関（ホームページ・講演会など）	その他
全体	10000	68.3	27.2	13.0	11.0	19.1	1.8	6.7	18.6	1.6	1.1				
健康増進	4534	72.9	29.9	14.9	12.0	19.1	1.7	6.9	20.7	1.7	0.8				
疲労回復	3231	71.4	31.2	16.0	13.6	22.7	2.2	7.4	20.2	2.1	0.6				
体調維持・病気予防	4279	71.3	32.1	17.0	13.4	21.3	2.1	8.6	22.0	1.9	0.8				
特定の栄養素の補給	3680	72.0	28.0	14.8	12.5	24.4	1.8	8.8	21.0	1.7	1.0				
病状改善	1100	69.9	34.7	20.3	20.2	23.2	5.5	12.5	19.9	3.3	1.3				
美容	1625	77.8	23.1	15.1	11.4	23.1	4.5	9.7	25.7	2.2	0.6				
ダイエット	1608	75.2	24.0	12.9	11.4	21.8	3.4	7.8	20.4	2.9	1.0				
老化予防	1552	74.0	37.7	19.3	16.8	20.9	2.8	11.2	26.4	3.1	0.8				
健康診断での指摘事項改善	667	71.2	37.2	18.4	15.7	21.9	2.7	13.5	18.9	4.9	1.3				
その他	121	49.6	17.4	9.1	9.1	15.7	1.7	7.4	20.7	0.0	14.9				

【不満事項別・「健康食品」に関する情報の入手経路】

	n	カー（S N S、ロコミ、メール等）	イン（S N S、ネット）	コマ（S N S、ラジオの番組や）	や（S N S、ラジオの番組や）	雑誌（健康雑誌を含む）・新聞・書籍の記事	リー（折り込み広告・フリーペーパー）	チラシ・ダイレクトメール	の（ポップ等）	購入店舗（販売員・店頭）	訪問販売員	専門家（医師・薬剤師・管理栄養士等）	家族・友人・知人・またはその紹介	行政機関（ホームページ・講演会など）	その他
全体	10000	68.3	27.2	13.0	11.0	19.1	1.8	6.7	18.6	1.6	1.1				
体調不良	176	75.6	27.3	14.8	18.8	22.2	4.0	14.2	21.0	2.3	1.1				
購入時のトラブル	94	52.1	41.5	27.7	27.7	27.7	10.6	19.1	23.4	6.4	1.1				
期待したほどの効果がなかった	3216	74.6	32.3	14.5	12.6	19.6	1.2	6.8	18.8	1.4	1.0				
高額	952	72.4	32.1	14.4	15.2	22.1	2.5	10.0	21.4	2.2	1.2				
安全性情報の入手が困難	224	61.6	32.6	22.8	21.0	23.7	6.7	18.3	20.5	7.6	2.2				
有効性情報の入手が困難	341	68.9	29.3	18.5	17.6	24.0	2.1	11.4	22.9	3.8	0.6				
ネット通販の表示が不明瞭	146	65.8	30.8	15.8	18.5	16.4	1.4	9.6	19.9	10.3	0.7				
その他	50	70.0	12.0	6.0	4.0	14.0	0.0	4.0	20.0	0.0	6.0				

【利用頻度別・「健康食品」に関する情報の入手経路】

	n	カー（S N S、ロコミ、メール等）	イン（S N S、ネット）	コマ（S N S、ラジオの番組や）	や（S N S、ラジオの番組や）	雑誌（健康雑誌を含む）・新聞・書籍の記事	リー（折り込み広告・フリーペーパー）	チラシ・ダイレクトメール	の（ポップ等）	購入店舗（販売員・店頭）	訪問販売員	専門家（医師・薬剤師・管理栄養士等）	家族・友人・知人・またはその紹介	行政機関（ホームページ・講演会など）	その他
全体	10000	68.3	27.2	13.0	11.0	19.1	1.8	6.7	18.6	1.6	1.1				
ほぼ毎日利用	3143	72.4	24.7	14.0	11.5	17.0	2.3	9.2	19.6	1.8	1.0				
たまに利用	4060	67.1	27.9	12.8	11.2	22.3	1.7	5.7	18.1	1.5	1.2				
以前利用	2797	65.4	29.1	12.0	10.2	16.8	1.4	5.3	18.3	1.5	1.0				

(9) 「健康食品」に関するインターネット情報の入手経路 (問 9)

(問8で、「インターネット(SNS、ロコミ、メーカーや販売店のホームページ等)」を回答した人が対象)

「インターネットのうち、どんなところから情報を得ていますか又は得ていましたか?」(複数回答)

- 全体で見ると、「検索サイト」が61%で最も高く、「健康食品」メーカーや販売店のサイト・ブログ(39%)、「ロコミサイト(商品レビューサイト)」(34%)が続いた。
- 性年代別で見ると、「SNS」は、男女ともに年代が下がるにつれ高くなっている。一方で、「健康食品」メーカーや販売店のサイト・ブログ」は、女性では年代が上がるにつれ高くなり、女性70代で57%となった。

【性年代別・「健康食品」に関するインターネット情報の入手経路】

	n	検索 サイト	販 ー 売 健 店 康 の 食 サ 品 イ ー ト メ ・ メーカー ブ ロ ー グ や	ビ ロ ュ コ ー ミ サ サ イ サイト ト (商 品 レ	S N S	メ メ ー ル ル マ ガ ジ ン ・ 電 子	W e b 広 告	そ の 他
全体	6827	61.0	38.9	33.7	27.5	8.5	10.9	0.3
男性20代	421	73.6	30.9	31.6	39.4	6.9	5.9	0.5
男性30代	494	74.7	29.8	28.1	30.4	3.2	4.0	0.2
男性40代	646	67.0	30.0	35.3	26.6	4.3	8.5	0.0
男性50代	705	63.7	34.8	33.0	17.6	6.5	13.6	0.1
男性60代	594	59.4	48.5	25.4	14.1	13.0	17.2	0.5
男性70代	596	50.8	58.9	20.8	9.2	20.8	19.8	0.2
女性20代	472	51.1	25.2	38.6	64.4	2.1	4.0	0.0
女性30代	535	61.7	27.1	39.8	49.9	2.2	3.7	0.0
女性40代	673	63.2	33.7	43.7	34.5	5.8	6.8	0.3
女性50代	710	58.0	39.3	41.1	27.6	7.2	12.0	0.7
女性60代	518	57.9	51.5	35.7	14.9	14.3	11.8	0.2
女性70代	463	52.3	56.8	27.0	10.6	16.4	20.5	0.6

(1)「健康食品」購入時の参考情報（問 10-1）

「あなたが「健康食品」を購入する時に、どんな情報を参考にしていますか、もしくは、していましたか？」（複数回答）

■全体で見ると、「含有成分名・含有分量」が41%で最も高く、「原材料名」(36%)、「機能性（効果・効能。「カルシウムは骨や歯の形成に必要な栄養素です。」、「疲労回復」等）」(35%)と続いた。

■性年代別で見ると、「原材料名」、「含まれる成分が無添加・天然由来」は、男女ともに年代が上がるにつれ高くなる傾向がある。一方で、「機能性（効果・効能。「カルシウムは骨や歯の形成に必要な栄養素です。」、「疲労回復」等）」は、女性では年代が上がるにつれ高くなり、70代で49%となった。

【性年代別・「健康食品」の参考情報】

	n	原材料名	含有成分名・含有分量	含まれる成分が無添加・天然由来	製造した国	原材料の原産国	製造者名・販売者名	製品のブランド名	機能性（効果・効能。「カルシウムは骨や歯の形成に必要な栄養素です。」、「疲労回復」等）	特定保健用食品（トクホ）であること	栄養機能食品であること
全体	10000	35.8	40.8	23.2	32.7	20.4	21.9	25.9	34.7	15.4	16.1
男性20代	690	28.8	32.0	16.2	20.7	15.9	14.2	24.1	22.9	14.1	15.9
男性30代	729	30.6	34.6	18.0	25.9	16.6	13.0	23.9	21.8	11.8	14.0
男性40代	917	30.9	42.1	18.1	30.4	17.9	17.7	24.1	27.0	13.2	14.4
男性50代	973	32.7	41.5	18.2	29.8	17.1	20.1	25.6	33.0	13.5	13.3
男性60代	806	34.9	45.7	20.0	34.0	17.6	26.4	28.8	36.4	14.1	12.7
男性70代	885	36.0	41.6	27.5	38.4	23.8	35.6	28.4	42.3	16.3	14.7
女性20代	690	28.3	32.5	15.9	19.1	12.2	11.6	24.3	27.1	16.7	20.1
女性30代	729	32.6	39.0	19.8	28.8	19.1	17.0	28.8	32.4	16.2	16.5
女性40代	917	39.5	41.8	25.2	37.4	23.7	21.6	24.9	34.6	13.2	16.2
女性50代	973	42.3	43.2	28.3	36.3	23.6	21.6	25.2	36.7	14.6	16.6
女性60代	806	46.5	49.3	31.6	42.6	26.4	28.9	25.7	47.5	20.3	21.3
女性70代	885	42.6	41.9	35.6	42.1	26.9	30.1	26.4	48.8	21.4	18.9
	n	機能性表示食品であること	キャンペーン情報・割引	●名人が利用し、万人突破し、●有名人が効果を実感し、という具体的な実績	ランキングや口コミ情報	有名人等の体験談	業界団体の認証マーク（GMPマーク等）	医師・学者・学会等の推薦	行政機関の提供する安全性等に関する情報	その他	特になし
全体	10000	15.1	9.3	2.8	16.7	2.6	3.5	7.0	3.7	0.3	10.3
男性20代	690	12.3	7.7	5.8	12.8	5.2	5.2	4.9	3.0	0.1	15.7
男性30代	729	9.6	5.3	3.2	12.9	2.9	2.5	5.1	3.0	0.3	17.0
男性40代	917	12.5	7.9	2.0	15.3	2.2	2.4	4.0	2.4	0.2	13.2
男性50代	973	12.1	7.6	1.5	11.2	1.4	2.5	6.8	3.1	0.3	11.6
男性60代	806	13.6	7.9	1.6	12.9	1.6	3.5	7.9	4.2	0.0	9.2
男性70代	885	17.6	7.7	1.6	6.2	1.4	4.2	7.6	5.0	0.3	5.6
女性20代	690	17.1	8.4	4.3	25.7	5.7	3.8	5.2	3.6	0.6	15.7
女性30代	729	14.0	11.5	5.8	28.4	5.2	5.3	7.7	3.2	0.4	11.9
女性40代	917	15.5	11.6	3.5	27.8	3.1	2.0	7.5	3.1	0.3	10.6
女性50代	973	15.8	14.5	1.8	24.2	1.7	2.6	8.6	3.6	0.5	6.7
女性60代	806	20.8	11.5	1.6	15.3	0.7	3.2	7.9	5.2	0.5	5.0
女性70代	885	19.7	9.2	2.0	9.6	2.1	5.8	9.2	5.2	0.1	5.2

(10) 「健康食品」購入時の参考情報（問 10-1）

「あなたが「健康食品」を購入する時に、どんな情報を参考にしていますか、もしくは、していましたか？」（複数回答）

■利用目的別で見ると、「含有成分名・含有成分量」は、特定の栄養素の補給、老化予防で5割を超えた。一方で、「ランキングやロコミ情報」は、美容(32%)のみ3割を超えた。

【利用目的別・「健康食品」の参考情報】

	n	原材料名	含有成分名・含有成分量	含まれる成分が無添加・天然由来	製造した国	原材料の原産国	製造者名・販売者名	製品のブランド名	機能性（効果・効能。『カルシウムは骨や歯の形成に必要な栄養素です。』、『疲労回復』等）	特定保健用食品（トクホ）であること	栄養機能食品であること
全体	10000	35.8	40.8	23.2	32.7	20.4	21.9	25.9	34.7	15.4	16.1
健康増進	4534	42.2	44.9	26.6	35.0	22.0	23.3	28.6	38.3	17.3	18.4
疲労回復	3231	41.0	45.0	25.8	36.6	24.1	24.0	29.4	35.8	18.2	20.7
体調維持・病気予防	4279	41.7	49.9	30.3	38.7	25.3	27.8	30.2	44.8	18.8	19.8
特定の栄養素の補給	3680	40.4	53.8	28.6	38.6	25.0	28.1	31.6	46.9	18.5	22.3
病状改善	1100	40.1	44.9	31.6	38.1	28.7	28.2	32.3	44.0	21.1	21.1
美容	1625	39.0	44.2	26.3	35.4	24.0	24.2	32.2	38.8	18.9	23.3
ダイエット	1608	33.7	35.7	22.1	31.7	22.3	21.1	28.1	35.7	22.0	22.4
老化予防	1552	46.5	52.8	33.2	44.5	29.8	31.5	33.2	48.1	20.7	22.7
健康診断での指摘事項改善	667	37.9	47.1	28.5	41.1	25.9	31.8	32.4	47.2	25.8	21.1
その他	121	26.4	27.3	14.0	19.8	17.4	14.0	10.7	25.6	13.2	10.7
	n	と機能性表示食品であること	情報・キャンペーン情報・割引	●名人が利用し、万人突破し、万人が効果を実感し、という実績	ランキングやロコミ情報	有名人等の体験談	業界団体の認証マーク（GMPマーク等）	医師・学者・学会等の推薦	行政機関の提供する安全性に関する情報	その他	特になし
全体	10000	15.1	9.3	2.8	16.7	2.6	3.5	7.0	3.7	0.3	10.3
健康増進	4534	17.1	11.1	3.4	17.6	3.0	4.0	7.7	3.9	0.3	8.8
疲労回復	3231	18.0	12.2	4.0	18.7	3.5	3.7	7.9	4.4	0.3	8.9
体調維持・病気予防	4279	19.6	11.0	3.7	19.0	3.0	4.6	9.1	5.3	0.4	5.7
特定の栄養素の補給	3680	20.2	11.6	3.7	19.9	2.6	4.6	8.8	5.1	0.4	6.0
病状改善	1100	21.3	13.9	6.6	21.2	5.4	7.5	11.0	7.7	0.5	6.3
美容	1625	20.2	15.5	6.8	31.9	7.1	5.0	10.2	4.9	0.4	9.1
ダイエット	1608	20.8	15.6	6.7	26.3	6.5	5.4	8.5	4.8	0.4	11.7
老化予防	1552	22.7	15.8	4.8	23.2	4.6	7.2	13.4	7.8	0.2	5.3
健康診断での指摘事項改善	667	26.4	15.4	6.3	19.8	4.8	6.6	15.6	9.9	0.1	8.4
その他	121	9.9	6.6	1.7	10.7	1.7	2.5	5.0	1.7	0.8	33.9

(10) 「健康食品」購入時の参考情報（問 10-1）

「あなたが「健康食品」を購入する時に、どんな情報を参考にしていますか、もしくは、していましたか？」（複数回答）

■ 不満事項別で見ると、「原材料名」は、安全性情報の入手が困難（52%）のみ 5 割を超えた。

【不満事項別・健康食品】の参考情報】

	n	原材料名	含有成分名・含有成分量	含まれる成分が無添加・天然由来	製造した国	原材料の原産国	製造者名・販売者名	製品のブランド名	機能性（効果・効能）シウムは骨や歯の形成に必要な栄養素です。）、「疲労回復」等）	特定保健用食品（トクホ）であること	栄養機能食品であること
全体	10000	35.8	40.8	23.2	32.7	20.4	21.9	25.9	34.7	15.4	16.1
体調不良	176	42.0	47.7	33.0	38.1	27.3	31.8	26.1	42.0	18.2	17.6
購入時のトラブル	94	37.2	43.6	38.3	43.6	38.3	31.9	22.3	31.9	25.5	21.3
期待したほどの効果がなかった	3216	38.1	45.4	24.3	37.1	22.6	26.0	26.7	43.1	19.1	16.7
高額	952	38.7	45.2	29.2	40.0	26.1	28.2	28.8	39.4	21.5	19.4
安全性情報の入手が困難	224	51.8	44.6	39.7	44.6	35.7	33.9	24.6	37.9	26.8	18.8
有効性情報の入手が困難	341	40.8	43.7	30.5	40.8	28.7	29.9	24.0	39.9	16.7	15.8
ネット通販の表示が不明瞭	146	28.1	30.8	27.4	31.5	23.3	24.7	21.2	35.6	24.0	19.9
その他	50	38.0	44.0	24.0	26.0	22.0	18.0	20.0	26.0	14.0	14.0
	n	と機能性表示食品であること	情報キャンペーン情報・割引	●名人が利用し、万人突破し、有●%が効果を実感」というような実績	ランキングや口コミ情報	有名人等の体験談	（GMPマーク等）業界団体の認証マーク	薦医師・学者・学会等の推薦	行政機関の提供する安全性等に関する情報	その他	特にな
全体	10000	15.1	9.3	2.8	16.7	2.6	3.5	7.0	3.7	0.3	10.3
体調不良	176	14.2	14.2	5.1	25.6	8.5	8.0	11.4	5.1	0.0	9.1
購入時のトラブル	94	13.8	12.8	13.8	21.3	8.5	6.4	7.4	7.4	0.0	4.3
期待したほどの効果がなかった	3216	17.7	12.5	3.4	20.3	2.5	4.6	9.0	5.2	0.2	7.6
高額	952	19.0	15.8	3.9	20.5	3.3	6.5	9.3	6.5	0.1	10.9
安全性情報の入手が困難	224	18.8	14.3	7.1	14.7	6.3	8.9	12.9	11.2	0.0	8.9
有効性情報の入手が困難	341	15.5	15.5	4.7	15.8	3.8	6.2	11.7	8.5	0.0	11.4
ネット通販の表示が不明瞭	146	24.7	16.4	6.8	10.3	6.8	5.5	13.7	10.3	0.0	21.9
その他	50	14.0	6.0	2.0	16.0	0.0	6.0	6.0	8.0	6.0	20.0

(10) 「健康食品」購入時の参考情報 (問 10-1)

「あなたが「健康食品」を購入する時に、どんな情報を参考にしていますか、もしくは、していましたか？」(複数回答)

■健康状態別で見ると、「原材料名」、「含有成分名・含有成分量」、「製造した国」などは、アレルギー体質が最も高くなっており、「含有成分名・含有成分量」で5割を超えた。

【健康状態別・「健康食品」の参考情報】

	n	原材料名	含有成分名・含有成分量	天然由来成分が無添加・	製造した国	原材料の原産国	製造者名・販売者名	製品のブランド名	機能性(効果・効能。シウムは骨や歯の形成に必要な栄養素です。)、疲労回復(等)	特定保健用食品(トクホ)であること	栄養機能食品であること
全体	10000	35.8	40.8	23.2	32.7	20.4	21.9	25.9	34.7	15.4	16.1
ハイリスクグループ	4622	37.9	44.5	25.2	36.6	22.7	25.7	27.6	38.9	18.3	17.9
肥満	1206	35.7	43.6	24.4	35.1	21.9	26.0	26.1	37.2	20.4	20.3
生活習慣病	1759	37.5	41.2	25.1	34.6	23.5	26.3	27.5	35.9	20.2	17.2
生活習慣病予備軍	2140	37.4	47.9	27.2	38.9	25.0	28.5	29.2	44.8	20.4	20.4
アレルギー体質	1278	44.1	50.1	27.7	40.8	26.4	28.6	31.2	42.5	19.2	20.8
妊産婦	150	35.3	36.0	26.0	25.3	18.0	12.0	27.3	34.0	13.3	20.7
上記に該当せず	3056	36.1	43.7	23.1	30.8	18.3	20.8	26.2	34.4	11.1	14.9
	n	と機能性表示食品であること	キャンペーン情報・割引	●名が効果を実感というよう な実績 ●利用者が万人突破、 ●有	ランキングや口コミ情報	有名人等の体験談	業界団体の認証マーク (GMPマーク等)	医師・学者・学会等の推薦	行政機関の提供する安全性等に関する情報	その他	特にな
全体	10000	15.1	9.3	2.8	16.7	2.6	3.5	7.0	3.7	0.3	10.3
ハイリスクグループ	4622	17.6	11.0	3.5	17.3	3.1	4.3	8.5	4.1	0.2	5.0
肥満	1206	20.6	12.4	4.2	21.1	4.6	5.3	9.8	3.5	0.2	6.0
生活習慣病	1759	18.2	11.0	3.8	12.6	3.3	4.3	8.0	4.0	0.2	4.8
生活習慣病予備軍	2140	20.1	12.6	4.3	17.1	2.9	5.0	10.0	4.9	0.0	4.1
アレルギー体質	1278	17.7	12.4	3.9	23.8	4.1	6.2	10.2	5.1	0.3	5.6
妊産婦	150	13.3	11.3	4.0	38.7	5.3	4.0	7.3	0.7	0.7	6.7
上記に該当せず	3056	13.4	8.8	2.6	18.5	2.6	3.1	6.1	3.3	0.4	10.9

(2)「健康食品」購入時の決め手となったもの（問 10-2）

「あなたが「健康食品」を購入する時に、決め手となったものをひとつお答えください。」(単一回答)

- 全体で見ると、「機能性（効果・効能。「カルシウムは骨や歯の形成に必要な栄養素です。」、「疲労回復」等）」が17%で最も高く、「含有成分名・含有成分量」（15%）、「原材料名」、「製品のブランド名」、「ランキングや口コミ情報」（ともに7%）であった。
- 性年代別で見ると、「機能性（効果・効能。「カルシウムは骨や歯の形成に必要な栄養素です。」、「疲労回復」等）」は、女性では年代が上がるにつれ高くなり、70代で25%となった。

【性年代別・「健康食品」の決め手となったもの】

	n	原材料名	含有成分名・含有成分量	含まれる成分が無添加・天然由来	製造した国	原材料の原産国	製造者名・販売者名	製品のブランド名	機能性（効果・効能。「カルシウムは骨や歯の形成に必要な栄養素です。」、「疲労回復」等）	特定保健用食品（トクホ）であること	栄養機能食品であること
全体	10000	7.3	15.3	5.7	4.6	1.9	4.0	6.6	16.5	4.2	2.6
男性20代	690	9.9	14.1	4.2	4.3	3.8	3.6	7.1	10.4	3.8	2.9
男性30代	729	8.1	17.6	4.9	5.9	3.2	2.7	8.6	8.2	3.7	2.3
男性40代	917	6.8	18.9	4.5	6.8	1.9	3.3	5.8	14.3	3.8	3.1
男性50代	973	6.8	18.9	4.4	5.0	1.3	4.9	6.7	16.1	3.8	2.2
男性60代	806	5.8	18.9	3.6	4.0	1.5	4.8	8.2	18.1	4.1	1.9
男性70代	885	5.6	13.7	7.3	4.5	2.4	8.8	8.5	20.2	5.2	1.5
女性20代	690	7.4	12.6	3.9	3.3	1.4	2.0	6.8	11.9	2.9	3.3
女性30代	729	7.8	13.6	4.8	4.0	1.0	2.1	5.9	14.7	4.4	2.5
女性40代	917	7.4	14.5	6.3	4.3	2.3	2.7	5.0	15.8	2.5	2.5
女性50代	973	8.5	14.5	6.9	4.0	0.8	3.3	5.4	18.4	3.9	3.0
女性60代	806	7.8	15.6	6.8	4.2	1.5	4.8	4.5	21.8	5.8	3.0
女性70代	885	6.3	10.4	9.3	4.9	1.7	4.1	6.8	24.6	6.8	3.3
	n	と機能性表示食品であること	情報・キャンペーン情報・割引	●「万人が利用」・「万人が効果を実感」というような実績	ランキン	有名	業	薦	行政	その他	特
全体	10000	2.2	2.3	0.3	7.2	0.5	0.3	2.0	0.7	0.2	15.5
男性20代	690	1.9	2.5	0.4	5.9	0.4	0.9	0.9	0.6	0.1	22.3
男性30代	729	2.5	1.0	0.3	6.7	0.7	0.3	0.7	1.1	0.1	21.4
男性40代	917	1.5	2.5	0.1	6.8	0.4	0.0	0.7	0.4	0.1	18.5
男性50代	973	1.7	2.3	0.1	4.8	0.3	0.1	1.8	1.2	0.3	17.1
男性60代	806	2.6	1.7	0.2	4.6	0.2	0.6	1.6	1.0	0.0	16.5
男性70代	885	2.0	2.1	0.3	1.7	0.1	0.0	2.7	0.9	0.3	12.0
女性20代	690	3.5	1.4	0.3	13.8	1.6	0.3	1.4	0.9	0.4	20.7
女性30代	729	1.5	2.9	0.8	12.6	1.2	0.4	1.8	0.0	0.3	17.8
女性40代	917	2.0	2.2	0.3	12.5	0.8	0.4	3.3	0.3	0.1	14.7
女性50代	973	1.8	4.1	0.3	10.7	0.2	0.3	2.7	0.3	0.1	10.7
女性60代	806	2.9	3.6	0.2	4.6	0.0	0.4	1.9	1.1	0.5	8.9
女性70代	885	2.9	1.4	0.3	2.9	0.7	0.2	3.4	0.7	0.1	9.3

(11) 「健康食品」購入時の決め手となったもの（問 10-2）

「あなたが「健康食品」を購入する時に、決め手となったものをひとつお答えください。」(単一回答)

■利用目的別で見ると、「含有成分名・含有成分量」は、特定の栄養素の補給(20%)のみ2割を超えた。

【利用目的別・「健康食品」の決め手となったもの】

		原材料名	含有成分名・含有成分量	含まれる成分が無添加・天然由来	製造した国	原材料の原産国	製造者名・販売者名	製品のブランド名	機能性（効果・効能。シウムは骨や歯の形成に必要な栄養素です。）、疲労回復（等）	特定保健用食品（トクホ）であること	栄養機能食品であること
	n										
全体	10000	7.3	15.3	5.7	4.6	1.9	4.0	6.6	16.5	4.2	2.6
健康増進	4534	8.3	16.2	5.9	4.5	1.8	3.9	6.6	17.7	4.0	2.9
疲労回復	3231	7.4	15.1	5.8	5.4	2.0	3.9	7.0	15.9	4.7	2.8
体調維持・病気予防	4279	6.2	17.5	6.7	4.3	1.9	4.3	6.3	20.6	4.5	2.4
特定の栄養素の補給	3680	5.4	20.4	5.5	4.0	1.7	4.1	6.4	21.0	3.8	2.7
病状改善	1100	6.9	13.1	6.4	4.9	3.0	5.0	7.3	17.5	3.7	2.6
美容	1625	6.0	14.5	5.3	3.8	2.4	3.4	5.6	15.9	2.6	3.4
ダイエット	1608	6.7	10.1	4.4	3.8	1.9	3.2	6.0	16.2	5.6	2.7
老化予防	1552	6.5	16.1	5.7	4.5	2.3	4.5	6.1	20.1	4.3	2.3
健康診断での指摘事項改善	667	4.2	13.0	4.2	4.2	1.6	4.9	5.5	20.7	6.7	2.2
その他	121	6.6	12.4	2.5	1.7	1.7	1.7	4.1	9.1	0.8	2.5
	n	と機能性表示食品であること	情報キャンペーン情報・割引	●名人が利用し、万人突破し、有名人が効果を実感し、というように実績	ランキングや口コミ情報	有名人等の体験談	業界団体の認証マーク（GMPマーク等）	医師・学者・学会等の推薦	行政機関の提供する安全性等に関する情報	その他	特になし
全体	10000	2.2	2.3	0.3	7.2	0.5	0.3	2.0	0.7	0.2	15.5
健康増進	4534	2.2	2.6	0.3	6.8	0.5	0.3	1.5	0.6	0.2	13.2
疲労回復	3231	2.4	2.6	0.2	7.9	0.4	0.2	1.6	0.6	0.2	13.9
体調維持・病気予防	4279	2.2	2.3	0.4	6.5	0.3	0.3	2.2	0.9	0.4	10.1
特定の栄養素の補給	3680	2.4	1.9	0.3	6.9	0.3	0.4	2.0	0.7	0.2	9.8
病状改善	1100	2.5	2.5	0.5	7.4	0.5	0.1	2.6	1.2	0.4	11.7
美容	1625	2.5	2.8	0.4	14.0	1.4	0.1	2.0	0.5	0.3	13.3
ダイエット	1608	2.7	3.4	0.9	11.9	1.1	0.4	1.2	0.6	0.3	16.7
老化予防	1552	2.5	3.0	0.5	7.0	0.6	0.3	3.0	1.0	0.1	9.7
健康診断での指摘事項改善	667	3.1	1.9	0.4	5.5	0.1	0.3	4.9	1.8	0.1	14.1
その他	121	1.7	2.5	0.0	6.6	0.0	0.0	3.3	0.0	0.0	43.0

(11) 「健康食品」購入時の決め手となったもの（問 10-2）

「あなたが「健康食品」を購入する時に、決め手となったものをひとつお答えください。」(単一回答)

■ 不満事項別で見ると、「機能性（効果・効能。「カルシウムは骨や歯の形成に必要な栄養素です。」「疲労回復」等）」は、期待したほどの効果がなかった(21%)のみ 2 割を超えた。

【不満事項別・「健康食品」の決め手となったもの】

	n	原材料名	含有成分名・含有成分量	含まれる成分が無添加・天然由来	製造した国	原材料の原産国	製造者名・販売者名	製品のブランド名	機能性（効果・効能。「カルシウムは骨や歯の形成に必要な栄養素です。」「疲労回復」等）	特定保健用食品（トクホ）であること	栄養機能食品であること
全体	10000	7.3	15.3	5.7	4.6	1.9	4.0	6.6	16.5	4.2	2.6
体調不良	176	8.5	13.6	7.4	2.8	1.1	7.4	5.7	14.8	3.4	2.3
購入時のトラブル	94	8.5	10.6	12.8	6.4	3.2	6.4	4.3	14.9	5.3	6.4
期待したほどの効果がなかった	3216	4.9	15.8	4.8	4.0	1.5	4.4	5.9	20.6	5.3	1.9
高額	952	4.0	15.9	5.4	4.7	1.8	4.4	5.9	17.3	5.3	1.8
安全性情報の入手が困難	224	9.4	11.2	8.0	7.1	3.6	5.8	2.7	13.4	4.9	1.3
有効性情報の入手が困難	341	6.5	12.3	8.5	5.0	0.9	5.6	3.5	15.5	3.8	2.1
ネット通販の表示が不明瞭	146	6.2	6.8	6.8	3.4	1.4	5.5	4.8	11.0	7.5	0.7
その他	50	6.0	20.0	4.0	0.0	4.0	0.0	8.0	12.0	4.0	4.0
	n	機能性表示食品であること	キャンペーン情報・割引情報	● % が効果を実感したというよう ● 万人突破、万人が利用、万人が効果を実感したというよう	ランキングや口コミ情報	有名人等の体験談	業界団体の認証マーク（GMPマーク等）	医師・学者・学会等の推薦	行政機関の提供する安全性等に関する情報	その他	特になし
全体	10000	2.2	2.3	0.3	7.2	0.5	0.3	2.0	0.7	0.2	15.5
体調不良	176	1.1	2.3	0.6	10.8	1.1	0.6	2.8	0.6	0.0	13.1
購入時のトラブル	94	0.0	2.1	0.0	9.6	0.0	1.1	1.1	0.0	0.0	7.4
期待したほどの効果がなかった	3216	2.0	3.0	0.3	8.1	0.4	0.3	2.4	1.0	0.2	13.4
高額	952	2.3	4.0	0.4	6.6	0.0	0.4	2.1	0.6	0.1	17.0
安全性情報の入手が困難	224	2.7	1.8	0.4	3.1	0.9	0.0	4.9	1.3	0.0	17.4
有効性情報の入手が困難	341	2.6	2.1	0.6	5.3	0.9	0.3	2.9	1.8	0.0	19.9
ネット通販の表示が不明瞭	146	3.4	2.7	1.4	2.1	0.7	0.0	4.8	1.4	0.0	29.5
その他	50	4.0	0.0	2.0	2.0	0.0	0.0	2.0	0.0	2.0	26.0

「あなたが「健康食品」を購入する時に、決め手となったものをひとつお答えください。」(単一回答)

【健康状態別・「健康食品」の決め手となったもの】

50

(3)「サプリメント」の利用種類数（問 11）

「あなたは同時期に何種類の「サプリメント」を利用していますか、もしくは、して
いましたか？」(単一回答)

- 全体で見ると、「2～4 種類」が 40%で最も高く、「1 種類」(32%)、「サプリメントを利用していない」(22%)であった。
- 性年代別に見ると、「2～4 種類」は、女性では年代が上がるにつれ高くなる傾向があり、70 代で 45%となった。
- 利用目的別で見ると、「2～4 種類」は、ほとんどの利用目的で 4 割台となっている。
- 健康状態別で見ると、「2～4 種類」は、ハイリスクグループ(53%)のみ 5 割を超えた。
- 利用頻度別で見ると、「2～4 種類」は、ほぼ毎日利用(57%)のみ 5 割を超えた。

【性年代別・「サプリメント」の利用種類数】

	n	1 種 類	2 ～ 4 種 類	5 種 類 以 上	い さ な い サ プ リ メ ン ト を 利 用 し て
全体	10000	32.3	39.8	6.0	22.0
男性20代	690	23.5	41.2	9.7	25.7
男性30代	729	26.5	37.3	7.3	28.9
男性40代	917	32.4	37.7	5.9	24.0
男性50代	973	34.4	36.2	5.2	24.2
男性60代	806	33.7	39.7	7.3	19.2
男性70代	885	37.6	40.7	3.5	18.2
女性20代	690	30.0	37.2	5.5	27.2
女性30代	729	32.9	36.9	4.0	26.2
女性40代	917	33.0	39.8	5.2	21.9
女性50代	973	35.0	42.1	5.7	17.2
女性60代	806	32.1	42.6	7.6	17.7
女性70代	885	32.8	44.9	5.5	16.8

【利用目的別・「サプリメント」の利用種類数】

	n	1 種 類	2 ～ 4 種 類	5 種 類 以 上	い サ プ リ メ ン ト を 利 用 し て い な い
全体	10000	32.3	39.8	6.0	22.0
健康増進	4534	30.2	42.5	7.2	20.1
疲労回復	3231	30.7	41.0	7.0	21.3
体調維持・病気予防	4279	28.0	45.7	7.5	18.8
特定の栄養素の補給	3680	29.5	46.2	8.4	15.8
病状改善	1100	28.5	44.7	9.2	17.5
美容	1625	25.1	48.5	10.6	15.8
ダイエット	1608	28.2	39.5	8.4	23.9
老化予防	1552	25.5	48.4	12.4	13.7
健康診断での指摘事項改善	667	27.4	40.0	10.0	22.5
その他	121	31.4	19.8	3.3	45.5

【健康状態別・「サプリメント」の利用種類数】

	n	1 種 類	2 ～ 4 種 類	5 種 類 以 上	い サ プ リ メ ン ト を 利 用 し て い な い
全体	10000	32.3	39.8	6.0	22.0
ハイリスクグループ	4622	38.7	52.7	8.5	0.0
肥満	1206	39.9	51.4	8.7	0.0
生活習慣病	1759	37.4	54.1	8.6	0.0
生活習慣病予備軍	2140	34.9	55.1	10.0	0.0
アレルギー体質	1278	37.6	53.0	9.5	0.0
妊産婦	150	49.3	46.7	4.0	0.0
上記に該当せず	3056	45.2	48.4	6.4	0.0

【利用頻度別・「サプリメント」の利用種類数】

	n	1 種 類	2 ～ 4 種 類	5 種 類 以 上	い サ プ リ メ ン ト を 利 用 し て い な い
全体	10000	32.3	39.8	6.0	22.0
ほぼ毎日利用	3143	23.5	57.2	13.1	6.2
たまに利用	4060	33.9	37.9	3.0	25.2
以前利用	2797	40.0	22.9	2.1	35.0

(4)「サプリメント」の1日の摂取量（問 12）

（問 11 で、「サプリメントを利用していない」以外を回答した人が対象）

「あなたは「サプリメント」を利用する時 1 日にどのくらいの量を利用していますか？」（単一回答）

- 全体で見ると、「摂取目安量どおりの量を利用」が 74%で最も高く、「摂取目安量より少ない量を利用」（18%）、「特に決まっていない」（4%）であった。
- 性年代別で見ると、「摂取目安量どおりの量を利用」は、女性 30 代 (80%) のみ 8 割となっている。
- 健康状態別で見ると、「摂取目安量どおりの量を利用」は、妊産婦 (81%) のみ 8 割を超えた。

【性年代別・「サプリメント」の1日の摂取量】

	n	利 用 取 目 安 量 ど お り の 量 を	を 利 用 取 目 安 量 よ り 少 な い 量	利 用 取 目 安 量 よ り 多 い 量 を	特 に 決 ま っ て い な い	摂 取 目 安 量 の 表 示 が な い
全体	7802	73.8	18.3	3.1	4.3	0.5
男性20代	513	58.9	27.3	7.8	4.9	1.2
男性30代	518	64.9	21.2	7.1	6.0	0.8
男性40代	697	72.7	16.4	4.7	5.2	1.0
男性50代	738	72.1	17.6	4.3	5.7	0.3
男性60代	651	73.0	19.7	1.7	5.2	0.5
男性70代	724	75.4	17.5	1.5	5.4	0.1
女性20代	502	76.5	14.9	4.6	2.6	1.4
女性30代	538	80.1	14.9	1.7	3.2	0.2
女性40代	716	76.5	16.3	2.9	4.1	0.1
女性50代	806	77.4	16.5	1.6	4.2	0.2
女性60代	663	78.1	18.4	0.6	2.7	0.2
女性70代	736	75.7	20.8	1.2	1.9	0.4

【健康状態別・「サプリメント」の1日の摂取量】

	n	利用 摂取目 安量ど おりの 量を	を 利用 摂取目 安量よ り少な い量	利用 摂取目 安量よ り多 い量を	特 に決ま っていない	摂取目 安量の 表示が ない
全体	7802	73.8	18.3	3.1	4.3	0.5
ハイリスクグループ	4622	71.9	20.2	3.9	3.6	0.4
肥満	1206	76.0	16.4	3.1	4.2	0.2
生活習慣病	1759	69.1	23.1	3.7	3.8	0.3
生活習慣病予備軍	2140	71.4	20.4	4.5	3.5	0.2
アレルギー体質	1278	73.7	18.0	3.4	4.2	0.6
妊産婦	150	81.3	13.3	2.7	2.7	0.0
上記に該当せず	3056	76.4	15.8	1.9	5.3	0.6

(5) 不健康状態の改善の有無（問 16）

「あなたはこれまでに医師の治療を受けたり、薬を飲んだりする代わりに、「健康食品」で不健康な状態を改善しようとしたことはありますか？」（単一回答）

- 全体で見ると、「ない」が 72%であった。
- 利用目的別で見ると、「ある」は、病状改善、健康診断での指摘事項改善で 4 割を超えた。
- 健康状態別で見ると、「ある」は、ハイリスクグループ(41%)のみ 4 割を超えた。

【性年代別・不健康状態の改善の有無】

	n	あ る	な い
全体	10000	28.2	71.8
男性20代	690	29.6	70.4
男性30代	729	29.9	70.1
男性40代	917	32.3	67.7
男性50代	973	27.5	72.5
男性60代	806	26.6	73.4
男性70代	885	27.5	72.5
女性20代	690	23.5	76.5
女性30代	729	24.7	75.3
女性40代	917	29.3	70.7
女性50代	973	30.4	69.6
女性60代	806	27.4	72.6
女性70代	885	27.9	72.1

【利用目的別・不健康状態の改善の有無】

		ある	ない
	n		
全体	10000	28.2	71.8
健康増進	4534	30.7	69.3
疲労回復	3231	33.1	66.9
体調維持・病気予防	4279	33.8	66.2
特定の栄養素の補給	3680	32.0	68.0
病状改善	1100	44.3	55.7
美容	1625	33.6	66.4
ダイエット	1608	31.0	69.0
老化予防	1552	36.9	63.1
健康診断での指摘事項改善	667	45.6	54.4
その他	121	19.8	80.2

【健康状態別・不健康状態の改善の有無】

		ある	ない
	n		
全体	10000	28.2	71.8
ハイリスクグループ	4622	40.6	59.4
肥満	1206	44.3	55.7
生活習慣病	1759	41.7	58.3
生活習慣病予備軍	2140	41.8	58.2
アレルギー体質	1278	42.3	57.7
妊産婦	150	28.7	71.3
上記に該当せず	3056	23.9	76.1

(6)「健康食品」の改善目的 (問 17)

(問 16 で、「ある」を回答した人が対象)

「その状態を改善するために利用していた「健康食品」はどのようなものですか?」(複数回答)

- 全体で見ると、「コレステロールが気になる方に適したもの」が 29%で最も高く、「ダイエットが必要な方に適したもの」(26%)、「血圧が高めの方に適したもの」(22%)が続いた。
- 性年代別で見ると、「ダイエットが必要な方に適したもの」は、男性では年代が下がるにつれ高くなり、20代で 40%となった。一方で、「関節の痛みが気になる方に適したもの」は、女性では年代が上がるにつれ高くなり、70代で 30%となった。
- 利用目的別で見ると、「ダイエットが必要な方に適したもの」は、ダイエット(63%)のみ 6 割を超えた。一方で、「血圧が高めの方に適したもの」、「コレステロールが気になる方に適したもの」、「血糖値が気になる方に適したもの」は、健康診断での指摘事項改善で高かった。「貧血が気になる方に適したもの」は、美容(34%)のみ 3 割を超えた。

【性年代別・「健康食品」の改善目的】

	n	適した ダイエット が必要な 方に	血圧が 高めの方 に	コレステ ロールが 気になる 方に	血糖値が 気になる 方に	カルシウ ム不足の 方に	貧血が 気になる 方に	関節の 痛みが 気になる 方に	花粉症 の方に	その他
全体	2818	26.2	22.4	29.0	16.0	19.3	19.7	14.0	13.8	12.8
男性20代	204	39.7	27.5	33.8	27.0	30.4	22.1	6.9	12.7	6.4
男性30代	218	39.4	24.8	29.8	17.9	13.8	15.6	7.8	14.7	9.6
男性40代	296	35.5	29.7	37.5	19.6	13.5	10.1	6.8	14.5	6.8
男性50代	268	28.7	30.2	38.8	22.0	17.2	6.7	11.2	14.6	9.7
男性60代	214	20.6	36.0	35.5	27.1	21.0	11.7	22.0	9.3	12.1
男性70代	243	11.1	34.2	31.3	22.6	18.9	4.9	21.4	10.3	17.3
女性20代	162	29.6	14.8	16.7	8.6	15.4	45.1	4.3	17.9	14.2
女性30代	180	32.2	6.7	21.1	7.2	16.7	40.6	4.4	18.3	16.7
女性40代	269	28.3	10.0	19.0	8.6	16.0	45.0	8.6	12.6	15.6
女性50代	296	25.7	14.9	21.6	9.5	18.6	25.0	17.2	14.5	18.2
女性60代	221	15.8	16.7	26.2	10.4	22.2	14.0	23.1	14.9	14.5
女性70代	247	9.7	19.8	31.2	10.9	29.6	7.3	30.0	13.0	13.4

【利用目的別・「健康食品」の改善目的】

	n	適 した もの	血 圧 が 高 め の 方 に 適 した もの	コ レ ス テ ロ ール が 気 に な る 方 に 適 した もの	血 糖 値 が 気 に な る 方 に 適 した もの	カル シ ウム 不 足 の 方 に 適 した もの	貧 血 が 気 に な る 方 に 適 した もの	関 節 の 痛 み が 気 に な る 方 に 適 した もの	花 粉 症 の 方 に 適 した もの	そ の 他
全体	2818	26.2	22.4	29.0	16.0	19.3	19.7	14.0	13.8	12.8
健康増進	1394	28.5	23.0	31.5	16.9	21.8	20.4	14.8	15.9	12.8
疲労回復	1070	30.3	23.7	33.3	17.7	22.7	24.2	14.8	15.7	11.4
体調維持・病気予防	1448	23.5	24.9	32.3	18.5	21.2	20.9	16.0	16.2	14.6
特定の栄養素の補給	1176	23.8	20.7	30.9	16.3	24.4	25.9	15.3	15.6	14.5
病状改善	487	26.5	24.6	31.2	23.0	22.4	24.4	21.8	17.0	14.8
美容	546	37.2	18.5	29.1	17.8	23.8	34.2	13.4	17.9	12.6
ダイエット	499	62.5	21.4	34.3	22.6	18.8	23.8	13.8	14.8	5.2
老化予防	572	22.9	25.9	34.6	20.8	26.7	22.4	23.6	19.4	14.0
健康診断での指摘事項改善	304	24.7	32.2	48.4	27.6	23.0	21.7	17.4	14.5	10.2
その他	24	12.5	8.3	0.0	4.2	16.7	12.5	12.5	16.7	58.3

(7) 相談・通報先 (問 21)

「不満を感じた際、誰か、もしくはどこかに相談・通報しましたか？」(複数回答)

- 不満を感じた理由で「体調不良」を選んだ方の全体で見ると、「相談・通報しようと思わなかった」が53%で最も高く、「医師」(25%)、「健康食品」のメーカー」(10%)が続いた。
- 不満を感じた理由で「購入時のトラブル」を選んだ方の全体で見ると、「相談・通報しようと思わなかった」が35%で最も高く、「健康食品」のメーカー」(26%)、「健康食品」の購入店」(25%)が続いた。
- 不満を感じた理由で「期待したほどの効果がなかった」を選んだ方の全体で見ると、「相談・通報しようと思わなかった」が86%で最も高く、「家族・友人・知人」(6%)、「医師」、「健康食品」のメーカー」(ともに3%)が続いた。
- 不満を感じた理由で「高額」を選んだ方の全体で見ると、「相談・通報しようと思わなかった」が78%で最も高く、「家族・友人・知人」(7%)、「相談・通報したかったが、相談・通報先がわからなかった」(4%)が続いた。
- 不満を感じた理由で「安全性情報の入手が困難」を選んだ方の全体で見ると、「相談・通報しようと思わなかった」が49%で最も高く、「健康食品」のメーカー」(13%)、「健康食品」の購入店」(11%)が続いた。
- 不満を感じた理由で「有効性情報の入手が困難」を選んだ方の全体で見ると、「相談・通報しようと思わなかった」が65%で最も高く、「健康食品」のメーカー」、「家族・友人・知人」(ともに8%)、「医師」、「薬剤師」、「相談・通報したかったが、相談・通報先がわからなかった」(ともに5%)が続いた。
- 不満を感じた理由で「ネット通販の表示が不明瞭」を選んだ方の全体で見ると、「相談・通報しようと思わなかった」が59%で最も高く、「家族・友人・知人」(11%)、「健康食品」のメーカー」(10%)が続いた。
- 不満を感じた理由で「その他」を選んだ方の全体で見ると、「相談・通報しようと思わなかった」が80%で最も高く、「医師」、「その他」(ともに6%)、「家族・友人・知人」(4%)が続いた。
- 全体で見ると、「相談・通報しようと思わなかった」は、不満を感じた理由の全項目で

(問 20 で、「体調が悪くなった(悪くなったと感じた)」を回答した人が対象)

【性年代別・相談・通報先(体調不良)】

	n	医師	薬剤師	保健所	「健康食品」のメーカー	「健康食品」の購入店	業界団体	消費生活センター	家族・友人・知人	行政機関(保健所を除く)	その他	相談・通報先がなかった	相談・通報しようと思わなかった
全体	176	25.0	7.4	4.5	10.2	5.1	1.7	4.5	7.4	1.1	2.3	4.0	53.4
男性20代	15	40.0	20.0	20.0	6.7	13.3	0.0	6.7	13.3	0.0	0.0	6.7	26.7
男性30代	10	50.0	30.0	10.0	20.0	10.0	10.0	20.0	10.0	0.0	0.0	0.0	40.0
男性40代	10	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	10.0	50.0
男性50代	12	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	8.3	66.7
男性60代	14	7.1	14.3	7.1	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	64.3
男性70代	13	61.5	0.0	0.0	23.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	15.4
女性20代	10	40.0	20.0	20.0	20.0	40.0	20.0	30.0	40.0	10.0	20.0	0.0	30.0
女性30代	15	20.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	6.7	0.0	0.0	80.0
女性40代	27	18.5	0.0	0.0	3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.7	74.1
女性50代	26	19.2	0.0	3.8	3.8	0.0	0.0	0.0	15.4	0.0	0.0	7.7	53.8
女性60代	11	0.0	0.0	0.0	27.3	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	63.6
女性70代	13	15.4	15.4	0.0	7.7	15.4	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	46.2

(問 20 で、「購入時に強引・執拗な勧誘をされた」を回答した人が対象)

【性年代別・相談・通報先(購入時のトラブル)】

	n	医師	薬剤師	保健所	「健康食品」のメーカー	「健康食品」の購入店	業界団体	消費生活センター	家族・友人・知人	行政機関(保健所を除く)	その他	相談・通報先がなかった	相談・通報しようと思わなかった
全体	94	8.5	13.8	8.5	25.5	24.5	19.1	10.6	12.8	7.4	4.3	3.2	35.1
男性20代	17	11.8	35.3	23.5	35.3	41.2	29.4	29.4	11.8	29.4	11.8	0.0	17.6
男性30代	9	22.2	0.0	11.1	22.2	33.3	33.3	11.1	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3
男性40代	12	8.3	25.0	8.3	25.0	33.3	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
男性50代	6	0.0	16.7	0.0	50.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
男性60代	5	20.0	0.0	0.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0
男性70代	4	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	25.0
女性20代	8	25.0	25.0	12.5	62.5	25.0	37.5	12.5	25.0	25.0	12.5	0.0	12.5
女性30代	3	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3
女性40代	7	0.0	0.0	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	57.1
女性50代	9	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	77.8
女性60代	4	0.0	0.0	0.0	25.0	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0
女性70代	10	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	60.0

(問 20 で、「期待したほどの効果がなかった」を回答した人が対象)

【性年代別・相談・通報先(期待したほどの効果がなかった)】

	n	医師	薬剤師	保健所	「健康食品」のメーカー	「健康食品」の購入店	業界団体	消費生活センター	家族・友人・知人	行政機関（保健所を除く）	その他	相談・通報先がなかった	相談・通報しようと思わなかった
全体	3216	2.6	1.4	0.4	2.9	1.6	0.4	0.7	5.6	0.2	0.6	2.0	85.7
男性20代	103	4.9	9.7	6.8	13.6	13.6	3.9	8.7	6.8	1.9	1.0	1.0	66.0
男性30代	153	2.6	1.3	0.7	5.2	1.3	0.0	2.0	6.5	0.7	0.0	0.7	85.0
男性40代	252	0.8	0.8	0.4	2.4	1.6	0.4	1.2	1.6	0.8	0.8	1.6	90.9
男性50代	363	1.7	0.8	0.0	2.2	0.8	0.3	0.3	4.7	0.0	1.4	2.5	86.8
男性60代	330	5.2	2.1	0.0	3.0	0.3	0.6	0.3	2.1	0.0	0.6	3.0	86.1
男性70代	374	4.8	1.6	0.0	3.2	1.1	0.3	0.3	6.1	0.0	0.8	4.3	81.3
女性20代	106	1.9	1.9	2.8	3.8	3.8	3.8	1.9	9.4	0.9	0.9	0.9	80.2
女性30代	174	1.1	0.0	0.0	1.1	0.6	0.6	0.0	5.7	0.0	0.6	0.6	92.5
女性40代	306	1.0	0.3	0.0	1.0	0.7	0.0	0.3	7.2	0.3	0.0	1.3	88.9
女性50代	361	1.9	1.1	0.0	1.1	0.8	0.0	0.0	4.7	0.0	0.8	1.1	90.6
女性60代	333	2.4	1.2	0.0	3.3	2.1	0.0	0.0	6.3	0.0	0.0	2.1	84.7
女性70代	361	2.8	1.1	0.0	2.8	1.4	0.0	0.0	8.9	0.0	0.3	1.7	82.8

(問 20 で、「高額過ぎた」を回答した人が対象)

【性年代別・相談・通報先(高額)】

	n	医師	薬剤師	保健所	「健康食品」のメーカー	「健康食品」の購入店	業界団体	消費生活センター	家族・友人・知人	行政機関（保健所を除く）	その他	相談・通報先がなかった	相談・通報しようと思わなかった
全体	952	1.5	2.4	1.6	5.1	3.2	1.7	1.4	7.2	0.6	1.1	4.0	78.2
男性20代	60	8.3	15.0	11.7	11.7	13.3	11.7	5.0	10.0	1.7	1.7	3.3	55.0
男性30代	71	2.8	4.2	1.4	8.5	8.5	0.0	0.0	8.5	0.0	0.0	0.0	74.6
男性40代	84	0.0	2.4	2.4	7.1	2.4	3.6	2.4	8.3	0.0	1.2	6.0	72.6
男性50代	92	0.0	1.1	2.2	6.5	2.2	0.0	1.1	7.6	0.0	1.1	5.4	76.1
男性60代	96	2.1	1.0	0.0	6.3	0.0	0.0	1.0	4.2	0.0	1.0	5.2	80.2
男性70代	97	1.0	1.0	0.0	4.1	2.1	0.0	1.0	7.2	1.0	2.1	9.3	74.2
女性20代	37	2.7	2.7	5.4	5.4	5.4	8.1	5.4	10.8	5.4	2.7	5.4	78.4
女性30代	54	0.0	1.9	0.0	5.6	1.9	1.9	1.9	7.4	3.7	1.9	0.0	85.2
女性40代	80	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	6.3	0.0	0.0	3.8	88.8
女性50代	94	0.0	3.2	0.0	1.1	2.1	0.0	0.0	4.3	0.0	1.1	3.2	87.2
女性60代	77	1.3	0.0	0.0	6.5	2.6	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	2.6	79.2
女性70代	110	1.8	0.9	0.9	2.7	2.7	0.9	1.8	7.3	0.0	0.9	1.8	80.9

(問 20 で、「安全性に関する情報の入手が難しかった」を回答した人が対象)

【性年代別・相談・通報先(安全性情報の入手が困難)】

	n	医師	薬剤師	保健所	「健康食品」のメーカー	「健康食品」の購入店	業界団体	消費生活センター	家族・友人・知人	行政機関（保健所を除く）	その他	相談・通報先がなかった	相談・通報しようと思わなかった
全体	224	5.8	5.8	4.5	13.4	10.7	8.9	10.3	8.0	5.8	5.4	6.7	48.7
男性20代	21	9.5	14.3	14.3	14.3	19.0	28.6	47.6	9.5	23.8	14.3	0.0	9.5
男性30代	25	8.0	12.0	8.0	28.0	16.0	4.0	12.0	16.0	12.0	8.0	0.0	32.0
男性40代	21	0.0	4.8	9.5	19.0	23.8	28.6	9.5	9.5	9.5	4.8	0.0	42.9
男性50代	12	0.0	0.0	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	0.0	8.3	8.3	0.0	58.3
男性60代	18	11.1	5.6	5.6	11.1	16.7	5.6	5.6	5.6	0.0	0.0	16.7	44.4
男性70代	29	6.9	6.9	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4	3.4	0.0	3.4	17.2	65.5
女性20代	15	13.3	6.7	6.7	13.3	13.3	20.0	26.7	13.3	6.7	6.7	13.3	46.7
女性30代	7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	28.6	0.0	14.3	14.3	14.3	0.0	42.9
女性40代	20	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	5.0	75.0
女性50代	19	5.3	5.3	0.0	10.5	5.3	0.0	0.0	5.3	0.0	5.3	10.5	63.2
女性60代	21	4.8	4.8	0.0	14.3	9.5	0.0	4.8	4.8	0.0	0.0	4.8	61.9
女性70代	16	6.3	0.0	0.0	37.5	0.0	0.0	0.0	6.3	0.0	6.3	6.3	37.5

(問 20 で、「効果に関する情報の入手が難しかった」を回答した人が対象)

【性年代別・相談・通報先(有効性情報の入手が困難)】

	n	医師	薬剤師	保健所	「健康食品」のメーカー	「健康食品」の購入店	業界団体	消費生活センター	家族・友人・知人	行政機関（保健所を除く）	その他	相談・通報先がなかった	相談・通報しようと思わなかった
全体	341	5.3	4.7	2.1	8.2	4.1	3.2	4.1	8.2	2.6	4.1	5.3	64.8
男性20代	18	16.7	16.7	22.2	11.1	16.7	22.2	22.2	16.7	22.2	0.0	0.0	33.3
男性30代	25	8.0	4.0	4.0	8.0	4.0	8.0	12.0	4.0	4.0	4.0	0.0	72.0
男性40代	32	3.1	6.3	3.1	9.4	6.3	6.3	3.1	9.4	3.1	0.0	3.1	62.5
男性50代	41	9.8	2.4	0.0	9.8	0.0	0.0	0.0	12.2	0.0	2.4	4.9	61.0
男性60代	31	0.0	0.0	0.0	6.5	3.2	3.2	3.2	6.5	0.0	6.5	12.9	61.3
男性70代	39	5.1	7.7	0.0	10.3	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	12.8	64.1
女性20代	21	9.5	14.3	4.8	9.5	4.8	4.8	9.5	19.0	9.5	4.8	0.0	71.4
女性30代	15	6.7	0.0	0.0	6.7	20.0	0.0	6.7	0.0	0.0	6.7	13.3	53.3
女性40代	33	3.0	0.0	0.0	12.1	0.0	0.0	3.0	6.1	0.0	0.0	9.1	69.7
女性50代	25	8.0	8.0	0.0	4.0	0.0	0.0	0.0	8.0	0.0	20.0	4.0	60.0
女性60代	22	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	4.5	0.0	4.5	4.5	0.0	0.0	81.8
女性70代	39	0.0	2.6	0.0	7.7	2.6	0.0	2.6	5.1	0.0	7.7	0.0	74.4

(問 20 で、「ネット通販に際し、契約内容や条件に関する表示が分かりにくかった」を回答した人が対象)

【性年代別・相談・通報先(ネット通販の表示が不明瞭)】

	n	医師	薬剤師	保健所	「健康食品」のメーカー	「健康食品」の購入店	業界団体	消費生活センター	家族・友人・知人	行政機関(保健所を除く)	その他	相談・通報先がなかった	相談・通報しようと思わなかった
全体	146	4.8	2.7	2.7	9.6	7.5	4.1	5.5	11.0	2.7	4.8	6.2	58.9
男性20代	12	16.7	0.0	8.3	16.7	8.3	8.3	8.3	8.3	0.0	0.0	8.3	66.7
男性30代	15	6.7	6.7	6.7	0.0	13.3	0.0	13.3	20.0	6.7	0.0	0.0	60.0
男性40代	14	0.0	7.1	7.1	7.1	0.0	7.1	0.0	7.1	7.1	14.3	0.0	50.0
男性50代	19	0.0	5.3	0.0	15.8	10.5	5.3	0.0	5.3	0.0	5.3	10.5	52.6
男性60代	9	0.0	0.0	0.0	22.2	0.0	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	77.8
男性70代	18	5.6	0.0	0.0	5.6	5.6	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	22.2	50.0
女性20代	7	14.3	14.3	14.3	14.3	28.6	14.3	14.3	28.6	14.3	14.3	0.0	57.1
女性30代	6	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	33.3
女性40代	14	7.1	0.0	0.0	7.1	0.0	7.1	7.1	14.3	0.0	7.1	0.0	64.3
女性50代	10	0.0	0.0	0.0	10.0	10.0	0.0	10.0	20.0	0.0	10.0	10.0	50.0
女性60代	10	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	10.0	70.0
女性70代	12	8.3	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	75.0

(問 20 で、「その他」を回答した人が対象)

【性年代別・相談・通報先(その他)】

	n	医師	薬剤師	保健所	「健康食品」のメーカー	「健康食品」の購入店	業界団体	消費生活センター	家族・友人・知人	行政機関(保健所を除く)	その他	相談・通報先がなかった	相談・通報しようと思わなかった
全体	50	6.0	2.0	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	4.0	0.0	6.0	2.0	80.0
男性20代	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
男性30代	4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	75.0
男性40代	4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	75.0
男性50代	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
男性60代	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
男性70代	8	25.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	62.5
女性20代	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
女性30代	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
女性40代	6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
女性50代	6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
女性60代	6	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	83.3
女性70代	6	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	33.3	0.0	33.3

(8)「健康食品」の摂取記録の有無（問 22）

「あなたは「健康食品」を摂取する際、いつ、なにを、どれだけ摂ったのかについて記録していますか？」(単一回答)

■全体で見ると、「記録していない」が 91%であった。

■性年代別で見ると、「記録している」は、男性 20 代(22%)のみ 2 割を超えた。

【性年代別・「健康食品」の摂取記録の有無】

	n	記録 して いる	記録 して いない
全体	10000	9.2	90.9
男性20代	690	21.7	78.3
男性30代	729	13.7	86.3
男性40代	917	8.1	91.9
男性50代	973	6.7	93.3
男性60代	806	8.9	91.1
男性70代	885	11.0	89.0
女性20代	690	10.7	89.3
女性30代	729	6.6	93.4
女性40代	917	4.5	95.5
女性50代	973	5.7	94.3
女性60代	806	6.2	93.8
女性70代	885	10.1	89.9

(9)「健康食品」を周囲に勧めたことがあるか (問 23)

「あなたは「健康食品」を、家族や知り合いの、高齢者、子ども、妊婦、病気の方
に対し、購入したり勧めたりしたことがありますか？」(単一回答)

■全体で見ると、「購入したり勧めたりしたことがない」が83%であった。

【性年代別・「健康食品」を周囲に勧めたことがあるか】

	n	こ と 入 が し あ た り 勧 め た り し た	こ と 入 が し な い 勧 め た り し た
全体	10000	17.1	82.9
男性20代	690	24.2	75.8
男性30代	729	21.8	78.2
男性40代	917	16.1	83.9
男性50代	973	13.3	86.7
男性60代	806	14.4	85.6
男性70代	885	15.5	84.5
女性20代	690	15.9	84.1
女性30代	729	17.0	83.0
女性40代	917	16.4	83.6
女性50代	973	17.9	82.1
女性60代	806	16.7	83.3
女性70代	885	18.1	81.9

【利用目的別・「健康食品」を周囲に勧めたことがあるか】

	n	こ と 入 が し あ た り あ る	こ と 入 が し な い
全体	10000	17.1	82.9
健康増進	4534	19.8	80.2
疲労回復	3231	20.6	79.4
体調維持・病気予防	4279	21.9	78.1
特定の栄養素の補給	3680	20.0	80.0
病状改善	1100	26.3	73.7
美容	1625	24.4	75.6
ダイエット	1608	18.8	81.2
老化予防	1552	24.1	75.9
健康診断での指摘事項改善	667	18.3	81.7
その他	121	5.8	94.2

(10) 個人輸入した「健康食品」の安全性 (問 24)

「あなたは個人輸入(海外の店舗やサイトからの購入)した「健康食品」の安全性についてどう思いますか?」(単一回答)

- 全体で見ると、「必ずしも安全性が確保されているとは限らない」が71%で最も高く、「日本の規制で安全性が確保されているので安全」(19%)、「健康食品」の輸入(製造)国で安全性が確保されているので安全」(5%)であった。
- 性年代別で見ると、「日本の規制で安全性が確保されているので安全」は、男性では年代が下がるにつれ高くなり、20代で32%となっている。一方で、「必ずしも安全性が確保されているとは限らない」は、男女ともに年代が上がるにつれ高くなる傾向があり、70代でともに8割を超えた。
- 利用頻度別で見ると、「必ずしも安全性が確保されているとは限らない」は、以前利用(79%)のみ7割を超えた。

【性年代別・個人輸入した「健康食品」の安全性】

	n	るて海 の安外 で全の 安性メ がー 全確カ 認ー さ等 れに てよ いつ	保日 さ本 れの て規 い制 るで の安 で全 安性 が全 確	れ造一 てー健 い国康 るで食 の安品 で全ー 安性 全が輸 全入 保へ さ製	れ必 てず いし るも と安 は全 限性 ら確 な保 いさ	そ の 他
全体	10000	3.8	19.4	5.2	71.1	0.5
男性20代	690	9.3	31.7	11.7	47.1	0.1
男性30代	729	5.8	26.9	8.8	58.0	0.5
男性40代	917	4.6	22.1	6.4	66.5	0.3
男性50代	973	3.9	21.3	3.7	70.6	0.5
男性60代	806	2.4	19.5	4.6	72.7	0.9
男性70代	885	1.6	14.5	3.5	80.0	0.5
女性20代	690	4.6	21.7	6.8	66.2	0.6
女性30代	729	4.7	19.5	7.0	68.4	0.4
女性40代	917	3.6	16.5	3.9	75.7	0.3
女性50代	973	2.8	13.4	4.3	79.4	0.1
女性60代	806	2.1	15.6	2.2	78.7	1.4
女性70代	885	1.5	14.6	2.0	81.1	0.8

【利用頻度別・個人輸入した「健康食品」の安全性】

	n	海外の安全性が確認されている	日本の規制で安全性が確保されている	「健康食品」の輸入へ製造国で安全性が確保されている	必ずしも安全性が確保されていない	その他
全体	10000	3.8	19.4	5.2	71.1	0.5
ほぼ毎日利用	3143	6.5	21.4	5.1	66.4	0.6
たまに利用	4060	2.6	22.2	5.1	69.6	0.4
以前利用	2797	2.3	13.0	5.4	78.7	0.6

(11) 「健康食品」の安全性・有効性情報データベース(HF-Net)があることを知っているか (問 25)

「あなたは「健康食品」に関する情報が掲載されている「健康食品」の安全性・有効性情報データベース(HF-Net)があることを知っていますか？」(単一回答)

- 全体で見ると、「知らないし見たこともない」は、92%であった。
- 性年代別で見ると、「知っている」は、男性 20 代(23%)のみ 2 割を超えた。

【性年代別・「健康食品」の安全性・有効性情報データベース(HF-Net)があることを知っているか】

	n	知 っ て い る	い 知 ら な い し 見 た こ と も な い
全体	10000	8.2	91.8
男性20代	690	22.5	77.5
男性30代	729	15.6	84.4
男性40代	917	8.0	92.0
男性50代	973	7.2	92.8
男性60代	806	5.8	94.2
男性70代	885	7.7	92.3
女性20代	690	9.9	90.1
女性30代	729	6.0	94.0
女性40代	917	5.1	94.9
女性50代	973	3.9	96.1
女性60代	806	4.0	96.0
女性70代	885	6.9	93.1

