

プロジェクトの成果と課題

プロジェクト名	成果	課題
国民生活センター 商品テスト	<p><u>* 錠剤・カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 徳島県や徳島県消費者協会等の協力のもと、実証フィールド調査を実施。健康食品を収集し、収集したものについて、対面で使用状況等聞き取り調査を行うことができた 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 徳島オフィスで実証フィールド調査を行い、テストやアンケート等は徳島県外で実施したため、徳島オフィス外で行う業務が多かった ・ 徳島県のみを実証フィールドとして活用し、全国展開できるテーマを継続的に選定することは、全国的な代表性の観点から限界がある ・ なお、相模原における商品テスト業務量を踏まえると、徳島オフィスに職員を常駐させることは、効率的でない

背景及び目的

- ・ 健康食品は、医薬品とは異なり、一定の品質のものが製造されるような法的な規制はない
- ・ PIO-NETに寄せられる健康食品の品質に係る相談件数は増加傾向（2014・2015年度は年間2,000件前後、2016～2018年度は年間3,000件超）

→市販されている商品だけでなく、利用途中の商品の品質に注目して調査し、消費者へ情報提供を行う

（効能や効果については調査を行っていない）

実施体制

- 徳島オフィスの人員 : 3名（職員2名、非常勤職員1名）、ほか客員研究員2名
- 相模原職員の関わり具合 : アンケート調査や実証フィールド調査時に相模原職員が結果の解析や調査を共同で実施
テスト業務に関しては相模原職員が実施
- 出張（相模原→徳島） : 30人日（商品テスト分析・評価委員会、実証フィールド調査等）
- 出張（徳島→相模原） : 59人日（アンケート業者の入札関連、検体チェック、表示の調査準備等）

調査内容と結果の全国展開

1. アンケート調査(徳島オフィス+相模原)

- ・インターネットアンケートにより、全国の消費者20～70歳代の男女約10,000名に向けて「錠剤・カプセル状の健康食品の品質に関するアンケート」を実施。

2. 実証フィールド調査(徳島オフィス)

- ・徳島県内の消費者約100名に、設定した県内8か所の会場に来所してもらい、錠剤・カプセル状の健康食品約100商品を収集。また、その商品の利用状況について対面で聞き取り調査も実施。

3. 品質に係るテスト(相模原+徳島県外)

- ・商品の購入及び保管は、相模原事務所で実施。
- ・アンケート調査結果を参考に選定・購入した新品100銘柄及び、実証フィールド調査で収集した約100商品について、品質を調査
- ・入札により決定した徳島県外の試験機関や相模原事務所でテストを実施。

4. 表示・広告の調査(徳島オフィス+相模原)

- ・新品の100銘柄については表示・広告を調査し、品質に係る記載の有無や、医薬品医療機器等法や景品表示法、健康増進法、食品表示法等の関連する法律に抵触するおそれがないかを調査

徳島県を実証フィールドとした理由

徳島県の協力が得られやすく、下記の理由により健康食品への関心が高いと考えられるため

- ・健康保持用摂取品の1世帯当たりの年間支出金額が多い（徳島市、総世帯、全国9位）
- ・医療施設数が多い（人口10万対、病院数3位、一般診療所数4位）
- ・薬局数が多い（人口10万対、12位）
- ・薬局・医療施設従事薬剤師数が多い（人口10万対、いずれも全国1位）

実証フィールド調査

- ・実施時期：2018年11月下旬～12月下旬
- ・実施内容：利用中の錠剤又はカプセル状の健康食品を収集し、対面により利用状況等に関する聞き取り調査を実施
- ・収集商品：105商品（89銘柄） そのうち、重複した商品は29商品（12銘柄、内容量違いも含む）
アンケート調査結果を参考に選定・購入した100銘柄と一致したのは18商品（11銘柄、内容量違いも含む）

調査会場（全8会場、応募総人数：106名）



調査会場風景



品質に係るテストの対象商品（新品100銘柄）の選定方法

アンケート調査における、「どのような効果を狙った商品をお飲んでいるか？」の回答結果を参考に、多くの消費者が摂取する商品のカテゴリーを10個選定し、それぞれ10銘柄ずつ選定した

アンケート選択肢及び回答率

足りていない栄養素(ビタミン類、ミネラル類)の補給(65.8%)

体力、持続力の維持・向上(疲れやすさの改善)(32.0%)

美容、デトックス、エイジングケア(抗加齢)、老化予防・防止(32.0%)

ダイエット(体重、体脂肪の減少)(22.3%)

目の健康の維持・改善(17.3%)

おなかの健康(14.6%)

不安のある関節、筋肉、骨の強化(12.4%)

血中の脂質・コレステロール値の維持・改善、血管を健康的に維持したい(9.9%)

カテゴリー

新品銘柄数

収集商品数

→ マルチビタミン	10	8
→ GABA	10	1
→ 黒酢、香醋	10	3
→ コエンザイムQ10	10	2
→ 酵素	10	1
→ HMB	10	2
→ ルテイン	10	14
→ 乳酸菌類	10	8
→ グルコサミン	10	5
→ DHA、EPA	10	14
その他	—	47

※新品100銘柄には、機能性表示食品は11銘柄、栄養機能食品は21銘柄含まれる

※収集商品は商品名や主成分により分類した。その他としては、ビタミンの単体やミネラル、N-アセチルグルコサミンなどを主成分とするものが多くみられた

(参考)商品テスト部の実績

○商品テスト職員は、消費生活センター等から依頼のあった商品テスト(テストⅠ)を実施し、商品に係る専門的な技術相談を受けている。また、注意喚起のための商品テスト(テストⅡ)や危害情報の公表などを同時並行的に実施している。

(件数)

分類	H28年度	H29年度	H30年度
消費生活センター等からの商品や技術等に関する問い合わせ・相談の総件数	1,381	1,223	1,038

テストⅠ 消費生活センター等からの依頼のあった商品テスト実施件数	214	201	210
テストⅡ 被害の未然防止・拡大防止の注意喚起のためのテスト(公表件数)	10	10	11
危害情報の実施件数	6	5	3
消費者庁への協力 ^{※1}	6	11	5
商品テスト依頼以外に、商品に係わる専門的技術相談件数	470	436	363

商品テスト部職員数(相模原) ^{※2}	28名	27名	27名
------------------------------	-----	-----	-----

→ 消費者行政新未来
創造オフィス業務開始

※1 消費者庁からのテスト依頼件数及び消費者庁の公表資料へのテスト画像等の提供件数

※2 H28年度は10月時点、H29年度は7月時点、H30年度は5月時点