

2010年6月11日～13日に、国立京都国際会館において、第10回日本抗加齢医学会総会が開催されました。NR協会理事で、学術担当をさせていただいております清水洋利(敬称略、医療法人社団グローバル会)が、ポスター演題を提出いたしましたところ、170演題中11題の優秀演題に選出されました。

この研究は、サプリメントに関する意識調査を、消費者の立場に立って行ったもので、全国の複数の拠点から431名の回答を得たものです。NRとして活動される上で、大変参考になるデータです。

*保健機能食品からいわゆる健康食品までを含み、「サプリメント」と表記しています。

*ここでは、患者さんを用語として「患者」と表記し、また「医療消費者」としてとらえた表現をしています。

【緒言】

サプリメントに対する消費者の認識やニーズを相談を受ける側が十分に把握することは、サプリメントの正しい利用を呼びかけるにあたり、非常に重要なことです。

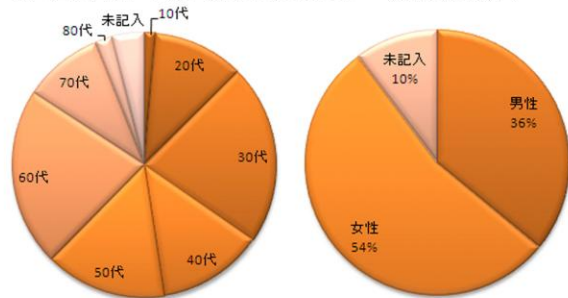
【目的・方法】

地域性の異なる複数の歯科クリニックにて、問診に組み込んだ共通のアンケート方式により、サプリメントに対する消費者の認識や、ニーズについて調査を行いました。

【結果・考察】

問診にアンケートを組み込むことにより、回答率がほぼ100%かつ、本音を聞き出しやすいという、他の調査と比較しても、非常に高い回答率と精度を保った調査ができるとともに、未記入もまた一つの結果として反映させることができます。

また、歯科医院は受診者層が幅広い年齢構成となっており、しかも、重篤な全身疾患を伴う患者も少なく、健常者に分類される人もかなり多いため、アンケートの母集団として、たとえば一般病院やドラッグストアあるいはネットによるアンケート調査結果と比較しても、国民全体の構図をほぼ反映し、一般的な意識やニーズを非常に高精度に反映した結果が得られる可能性が高いと考えられます。



【年齢構成と性別】

男性155名、女性232名、未記入44名で、合計431名、平均年齢49.8歳。年齢は、ほぼすべての年齢層を含み、その比率もバランスの良い母集団であると考えられます。

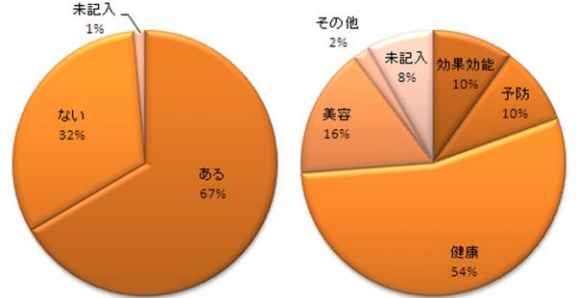
問診と同時にアンケートをお渡しし、患者情報としてカルテに添付して保存。そうすることによって、服用中の医薬品についての情報も入手が可能で、サプリメントの利用に際して有益なアドバイスをする事が可能になります。

問診時に調査をするため、回答率は100%でした。また、設問中の未回答も、「関心なし」も含め、結果としてデータ化することが可能です。

【サプリメントの利用経験と利用目的】

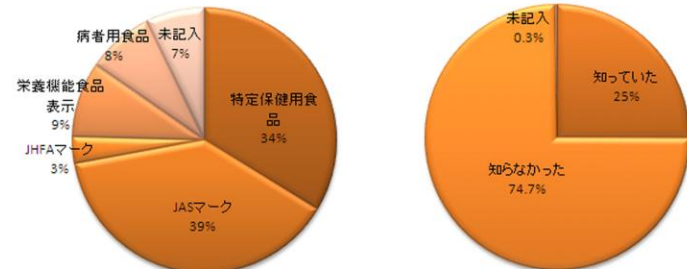
67%の患者が健康ドリンク等も含み、サプリメントの利用経験をもっていました。昨年行った同様のアンケート調査の際においては、ただ単に「サプリメント」という問い方であったため30%程度の利用率という結果でした。同一内容でも、聞き方によって倍以上の数字の開きが生ずることを示しています。また、このことは、サプリメントというものの自体を明確に消費者側が位置づけていないことも示していると考えられます。

サプリメントの利用目的は、過半数は健康の維持・増進ですが、効果効能(すなわち病気の治療を期待)や予防のために利用するという、サプリメントの利用に関する正しい理解が得られていないことも明らかとなりました。いずれにせよ、サプリメントを考える際には、「美容と健康」という切り口が多く消費者ニーズであり、重要なことと考えられます。



あなたは、健康ドリンクを含めサプリメントを利用したことがありますか？

サプリメントを利用する目的は何でしょうか？複数回答可。



あなたは次の健康食品の分類をご存知でしたか？複数回答可。

あなたは、一般的に健康食品には効果効能表示ができないことをご存知でしたか？

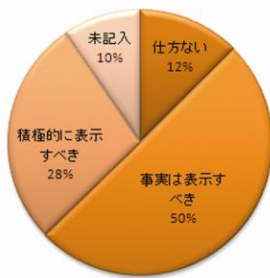
【サプリメントの分類の認知度】

特定保健用食品の認知度は34%、JASマークは39%と高いものの、栄養機能食品表示は9%と低く、やはりマーク等のデザイン的なアピールの影響が大きいことがわかります。

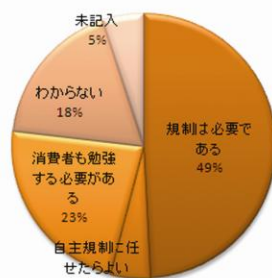
このことは、消費者は一般的に細かな表示よりも見た目のイメージで商品を選択しやすい事を示唆していると考えられます。

【サプリメントの効果効能表示の規制に関する認知度】

薬事法上、サプリメントは「食品」に分類されるため、特定保健用食品の保健の用途、栄養機能食品の栄養素の機能表示以外、効果効能はもちろんのこと、用途や機能に関する表示をしてはいけないという規制があることを知っていた人は25%と、全体の4人に1人しかいませんでした。このことは「書いてあることがすべて」と勘違いされたり、ロコミや体験談が独り歩きしてしまったりする恐れもあり、ひいては、キャッチコピーや誇大表示に踊らされてしまう原因の一つにもなっていると考えられます。



あなたは、サプリメントの表示規制に関して、どう思われますか？



あなたは、サプリメントの表示規制に関して、必要と思いますか？

【サプリメントの表示規制に関して】

サプリメントの表示について、約80%の人が、有効性に関する科学的かつ正しい情報の公開を求めています。そして、この情報を伝える担い手として、各種アドバイザー有資格者は、非常に重要な、また、責任のある役割を担ってゆくものと考えられます。

【サプリメントの表示規制の必要性に関して】

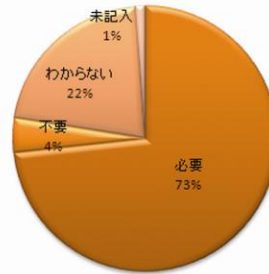
しかしその一方で、消費者としては、虚偽・誇大広告の問題から、ある程度の表示や宣伝・広告に関する規制はやはり必要であるということを感じており、業界の自主規制でよいという考えはわずか5%と、非常に厳しい目を持っています。

反面、消費者自身がサプリメントの目利きができるような知識の習得の必要性も23%の人が感じていることがわかりました。

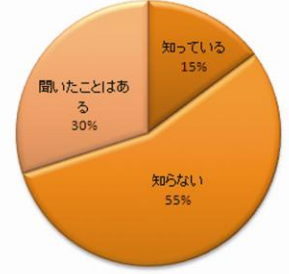
【サプリメントに関する専門家の必要性と認知度】

サプリメントの相談ができる専門家の必要性は、73%の人が必要と感じており、明確に不要と考える人は4%程度でした。しかしながら、専門家の必要性を感じてはいるものの、実際に資格を持って活躍している専門家の存在に関しては、55%の人が知らないという状況でした。

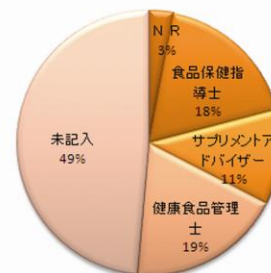
専門家の必要性がわからないという人たちに対して、実際の専門家の存在ならびに活動のアピールが、専門家の必要性の明確化につながるものと考えられます。



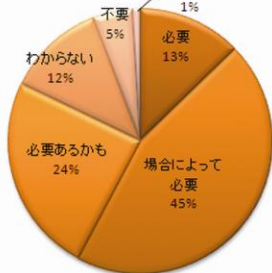
あなたは、サプリメントに関して適切に相談できる専門家は必要だと思いますか？



あなたは、サプリメントに関して適切な相談のできる専門資格が存在することをご存じですか？



あなたは、サプリメントに関する具体的な資格名をご存知ですか？複数回答可。



あなたにとってサプリメントは必要なものと思いますか？

【サプリメントに関する専門資格名の認知度】

サプリメントに関する専門資格名を、具体的に知っているという人は、全体の半数程度でした。これは、前問の「知っている」「聞いたことはある」という人と、ほぼパラレルであり、複数回答可のため、具体的な資格名を挙げた人の合計が、資格の存在を知っているという人の割合よりもやや多くなっていると考えられます。

ここでは、NR、健康食品管理士、サプリメントアドバイザーならびに食品保健指導士の名称について質問してみました。

どの資格認定団体においても、資格の認知度の向上は火急の課題となっており、NRにおいても、最も重要な課題の一つであるといえます。

【サプリメントの必要性に関して】

サプリメントに対する必要性は、82%が肯定的にとらえており、明確に「不要」とする回答は5%程度でした。わからないと回答した人の理由としては、サプリメントそのものの位置づけや理解が困難であることが考えられます。

【健康・栄養食品アドバイザースタッフとしての対応】

サプリメントの市場規模は年々拡大している半面、玉石混交は否めず、消費者はあふれる情報に戸惑い、しかし、科学的で正確な情報に関しては不足しているというのが現状です。そのような状況を反映して、サプリメントを気軽にしかも適切に相談することのできる専門家が必要とされていることがわかりました。

疾病治療と同様、時にはそれ以上に、生活の質そのものに直接関与する相談を受ける事も多いかと思われます。そのときに、声に出されない現状に対する不満（サイレントオピニオン）を拾い出すことができれば、真の意味でのアドバイザースタッフとしての評価を得ることができるものと考えられます。

消費者に対する接客において、常に高い評価を受け続けているザ・リッツカールトンのクレド（信条）は、我々アドバイザースタッフに対して非常に重要な示唆を与えてくれます。すなわち、心のこもったおもてなしと快適さを提供することを最も大切な使命と心得る事、そして、言葉にされない願望やニーズをも先読みしてお答えするサービスの心です。

とすると、科学的説明に偏りがちになりますが、売りたいものと買いたいものは必ずしも一致しないということ、教えたことととききたこともまた必ずしも一致しないということを認識する必要があります。後者が優先されるべきであることは言うまでもありません。ニーズをとらえ、ニーズを先読みするためには、何よりおもてなしの心をベースにした消費者とのコミュニケーションが重要になります。「相談してよかった」「また相談したい」と思っていたただける鍵がこの信条にあると思います。

【結論】

1. サプリメントは、回答者の7割近くが利用しており、利用目的のはじめの一步は、「美容と健康」である場合が多い。
2. サプリメントに関する表示規制はほとんど知られておらず、科学的かつ正しい情報の表示が消費者からは求められている。
3. 患者自身による、サプリメントに対する目利きに関するスキルアップのニーズも確実に存在している。
4. サプリメントに関する相談相手となりうる専門資格を持った人材の必要性は高い。
5. サプリメントの必要性を感じている消費者は非常に多く、サプリメントに関する正しい知識の普及が重要である。

【協賛・謝辞】

本研究を遂行するに当たり、NR協会賛助会員である富士化学工業株式会社様、サプリメントの取り扱いに関する資料をご提供いただきました、株式会社ヘルシーパス様に厚く御礼申し上げます。