



健康食品に期待される情報

独立行政法人国立健康・栄養研究所 情報センター 梅垣敬三

消費者は健康食品に効果を求めている。しかし、実際に効果が実感できている利用者は多くはない。この原因は、健康食品に対する消費者の期待感と製品実態の乖離が大きいことによる。医薬品と異なり、健康食品は基本的に消費者の自己判断で利用される製品であり、安全性を確保するためには、生体に強い作用を示す成分や量は含まれていないべきではない。特定保健用食品についても、その生体に対する作用は強くはなく、病気の治療や治癒の効果が期待できる製品ではない。すなわち食品であること、食品という名称が付いている製品は、生体に対して強い作用を示さないからこそ、多くの人が安全に利用できると解釈することができる。ではなぜ健康食品に対して過大な期待がもたれているのだろうか。その原因は、健康食品に関して提供されている不確かな情報の氾濫にあると言ってよいであろう。

現状における健康食品情報は、製造販売側の視点で提供されている有効性のみを強調した内容で、消費者がどのように安全に効果的に利用するかに関する内容が不足している。優れた製品でも、全ての人に安全なものではなく、利用対象者や利用方法によっては、望まない影響が出る可能性はある。例えば、利用者の体質が関係したアレルギーや医薬品との相互作用による薬効の増減などは、全ての利用者に発現するわけではなく、製品の販売後に多くの人が利用して発覚する有害事象である。

科学的根拠に基づく情報は、製品を安全かつ効果的に利用する上で極めて重要である。ただし、そのような情報が提供されても、その内容が消費者に正しく理解されなければ、提供情報は役に立たず、むしろ混乱をまねく場合もある。例えば、成分情報と製品情報の違い、試験管内実験や動物実験とヒト試験の違い、摂取量と生体影響の関係は、消費者に正しく理解されていない典型的な内容であろう。また、提供情報は求められる内容であることが望ましいが、消費者は「有効か無効か」「安全か危険か」といった、わかりやすい二者択一の情報を求めている。利用される製品の安全性や有効性は、利用する目的・対象者・方法に大きく依存しており、両極端に判断することはできない。多様な消費者が提供情報を正しく理解することは難しく、保健医療の専門職や健康食品のアドバイザースタッフが、科学的根拠に基づく情報の詳細を個別の消費者の理解度に合わせて提供することが重要である。

健康の保持増進の基本は、バランスのとれた食事・運動・休養であることは言うまでもない。生体への作用が強くない健康食品でも、食生活や生活習慣を改善する動機づけとして利用されれば、製品は健康に役立つものとなる。そのような考え方で、真に消費者の安全性に配慮した情報が提供されれば、健康食品は健康に貢献できるものになるであろう。