

31-1122

健康食品製造企業における消費者からの問い合わせとその対応

○伊藤 正泰¹, 内田 安紀¹, 高橋 八千代¹, 徳山 尚吾¹ (¹神戸学院大薬)

【目的】我々は日本薬学会第 124 年会において、特定保健用食品（トクホ）に関する消費者からの問い合わせに対する各製造企業の対応についての調査結果を報告した。今回は、トクホ以外の健康食品について同様の調査を行うことを企図した。

【方法】アンケートは、トクホを除く健康食品を扱っている企業 245 社を対象とした。消費者からの問い合わせ内容と企業の対応について 14 の設問からなる調査用紙を作成し郵送した。回収率は 18.8% であった。

【結果および考察】前回のトクホ関連企業に対する回収率 60% と比較するとかなりの低率であった。取扱い食品としては、ハーブ (21%)、糖類 (16%)、キノコ (10%)、ミネラル (10%) をベースとしているものが多かった。全体の 53.8% の企業が消費者からの問い合わせに対して情報提供する専門的機関を持ち、薬剤師を中心としたスタッフが対応している実態が明らかになった。消費者からの質問は年平均 20 件ぐらいで、電話によるものがそのほとんどを占めた。7 割強が女性からの問い合わせであり、50 ~ 60 歳代が最多であった。内容としては、安全性 (26%)、相互作用 (15%)、効能効果 (9%) に関するものが多くみられ、商品に対する苦情（味、摂取方法、効果に対する疑問など）も 18% に上った。さらに、78% の企業では、消費者からの問い合わせ・問題点をその後の製品製造・管理・サービス等に反映しているとの回答を得た。しかしながら、消費者からの問い合わせに対しての回答内容などにおいては、科学的根拠の不足に起因すると思われる曖昧さも多く散見された。今後も健康食品ブームは続くと考えられ、各企業は消費者のニーズに的確に対応できる体制構築を急がねばなるまい。