

《機能性表示食品について》

2015年4月より、企業の責任において、科学的根拠に基づき食品の機能性をうたうことができるようになりました（例：□□の維持に役立ちます、●●の機能をサポートします）。

10月14日現在、104の商品が受理され、店頭に並び始めました。

消費者にとって使いやすく、わかりやすい表示にしていけるために何が必要なのか調査します。

購入したことがある方も、健康食品に興味はないという方も是非ご協力ください!



このアンケートでの【健康食品】とは、いわゆる健康食品、特定保健用食品（トクホ）、機能性表示食品など、すべてを含みます。

【Q1】回答者の年代 ⇒ 学生 20歳代 30歳代 40歳代 50歳代 60歳代 70歳以上

【Q2】回答者の性別 ⇒ 女性 ・ 男性

【Q3】健康食品について、当てはまるものに○をつけてください

①定期的に購入している健康食品はありますか？



ない ・ ある ⇒ある場合、あてはまるものに○をつけてください（複数回答可）

ビタミン類/ミネラル（カルシウム、鉄など）/青汁/グルコサミン/ブルーベリー類

コラーゲン/その他（商品名、成分、メーカーなど）（ ）

②食品（トクホ）と機能性表示食品は違うことを知っていますか？

よく知っている / なんとなく知っている / あまり知らない / 全く知らない

③機能性表示食品として届け出された内容は、消費者庁のホームページでのみ確認できますが、

見たことありますか？

見たことがある⇒購入する前に見た / 購入後に見た

見たことはない / 知らなかった⇒今後見てみようと思う

インターネットを見ることができない

www.caa.go.jp/

消費者庁「機能性表示食品で検索



④見た方は、開示された情報で内容が理解できましたか？

おおむね理解できた/少し理解できた/あまり理解できない/ほとんど理解できない

⇒どんなところがわかりにくかったですか

裏面に続きます

⑤健康食品を購入するきっかけ、参考にする情報で、あてはまるものは？（複数回答可）

広告で謳われている効果、効能／グラフやイラストなど／使用者の感想／価格
専門家によるコメント／特定保健用食品（トクホ）であること／機能性表示食品であること
口コミ・知人からの紹介／症状に効くと思う成分が入っている／キャンペーンなど／
媒体からの情報⇒テレビCM／新聞本紙広告／新聞折込広告／インターネット／雑誌

⑥健康食品を購入した後にトラブルになった場合、どこに相談しますか

事業者（お客様窓口など）／消費生活相談センターなどの行政窓口（県・市町村）

販売店／通販サイト／その他（　　）

⇒どんなトラブルでしたか（

）

【Q4】健康食品の広告について当てはまるものに○をつけてください（複数回答可）

①どの広告を見ることが多いですか

テレビCM／新聞本紙広告／新聞折込広告／インターネット／雑誌

②広告について不満や疑問に思っていることは？

イラストなどにより効果を誇張しすぎ／大げさな表現で効果を誇張しすぎ
トクホと機能性表示食品の違いがわかりづらい／文字が小さくて読めないところがある
キャンペーンや今だけなど、購入を急がせている

【その他疑問に思っていること、困ったことなど、自由にお書きください】

