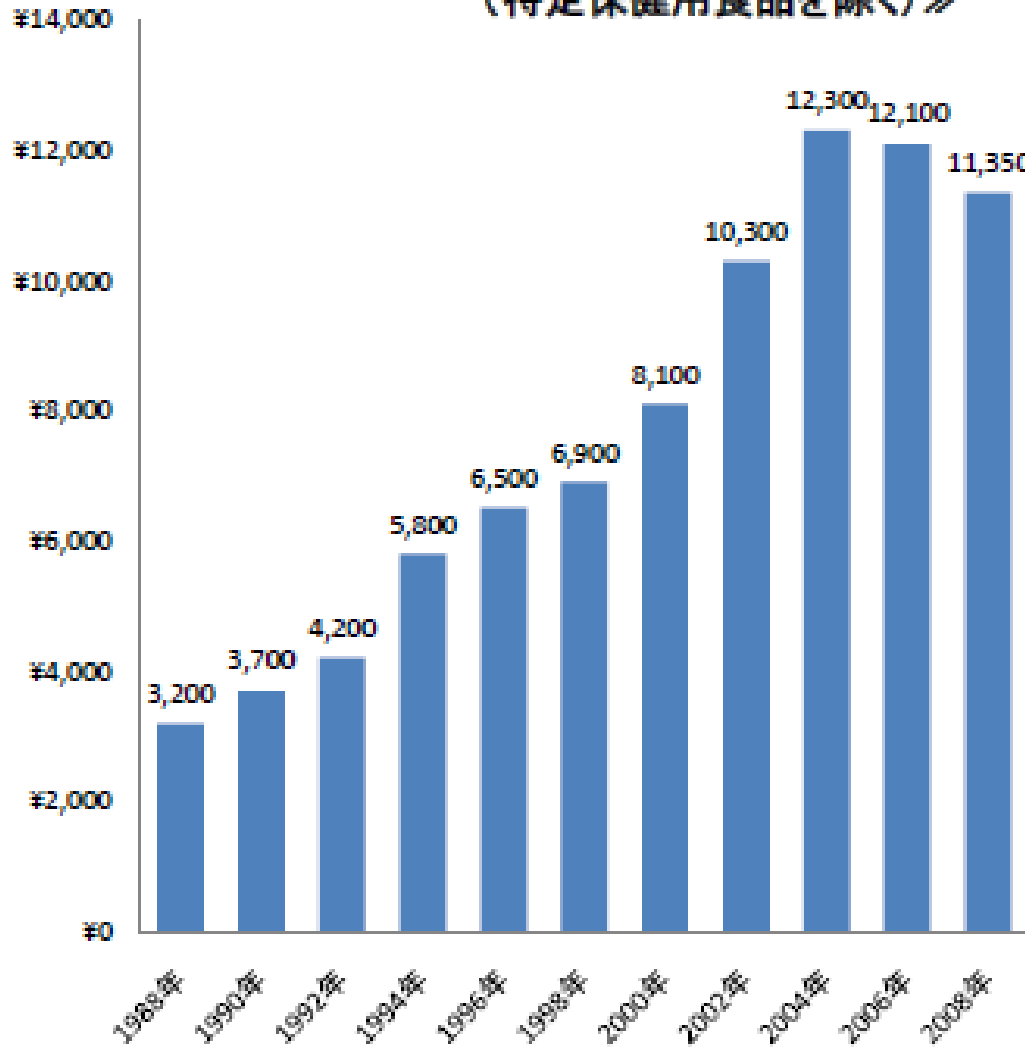


日本医師会  
「健康食品安全情報システム」  
事業

2011年1月19日  
社団法人 日本医師会  
定例会見

# いわゆる「健康食品」の利用状況

億円 <健康食品市場の推移  
(特定保健用食品を除く)>



小売ベースの推計値 CMPジャパン調べ

消費者庁資料によれば、2008年の健康食品市場は、特定保健用食品を除いて、1兆1350億円。

特定保健用食品は、2009年で5500億円。  
(日本健康・栄養食品協会調べ)

# 医療提供者の立場から見た健康食品の問題点

- 副作用、アレルギー等
  - － 健康の保持等に効果のある成分(未知の成分含む)を濃縮して含有
  - － 医薬品成分の含有(医薬品にしか使用が認められていない場合、国内未承認の成分の場合を含む)
- 医薬品との相互作用
  - － 患者が健康食品を摂取していることを伏せている場合は、相互作用の把握、原因究明に、遅れが出る
- 国民・患者の多種摂取、過剰摂取
  - － 多くの種類の食品を、一度に摂取
  - － 用量を大幅に超えた摂取
- 過大な宣伝方法
  - － 「がんが治る」などの宣伝を信じた場合は、適切な時期に、医師の診療を受けるチャンスを逸失するおそれ
- 医師における、健康食品の成分や有害性等に関する情報不足
- 医師が、患者が健康食品を摂取していることを把握できていない

# 「食品安全に関する情報システム」モデル事業 (2006' ~ 2009' 実施)

- 参加医師会(17)

- 北海道ブロック:北海道医師会
- 東北ブロック:青森県医師会、福島県医師会
- 東京ブロック:東京都医師会
- 関東甲信越ブロック:千葉県医師会
- 中部ブロック:石川県医師会、岐阜県医師会
- 近畿ブロック:兵庫県医師会
- 中国四国ブロック:岡山県医師会
- 九州ブロック:全県医師会

定点観測方式、セミナーの開催、新聞での紹介など、各医師会で、様々な取り組みを実施

- 参加医師会員:約3万5千人

- 情報提供、判定の状況(2010年3月末)

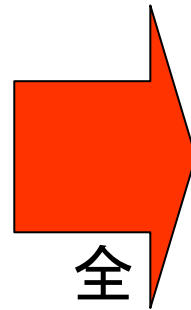
- 情報提供件数:50件、96製品

# 「健康食品安全情報システム」事業

「食品安全に関する  
情報システム」モデル事業  
(2006' ~ 2009')

## 趣旨・目的

「かかりつけの医師」(=日本医師会会員)に、国民の健康な生活にとって脅威となる問題の情報提供をしてもらい、さらに、提供された情報に基づいて検討し、現場に還元して診療等に役立ててもらおうシステムを構築するため、「健康食品」をモデルとして取り上げたもの。



全国展開へ

「健康食品安全  
情報システム」事業  
(2010' ~)

## 趣旨・目的

モデル事業を通して、健康食品による健康被害、地域医師会や医師会会員に対する情報提供、国民・患者への啓発・広報活動の重要性が認識された。

これを受け、日本医師会として、モデル事業を全国に展開して、健康食品の被害に対する情報システム構築に寄与することを目標とする。

# 健康食品安全情報システム事業

■全ての地域を包括すること。

■情報収集・提供システムの密度の維持・充実を図ること。

(国民生活安全対策委員会報告書(平成22年3月)より)

## 「協力医師会」

(モデル事業参加17医師会)

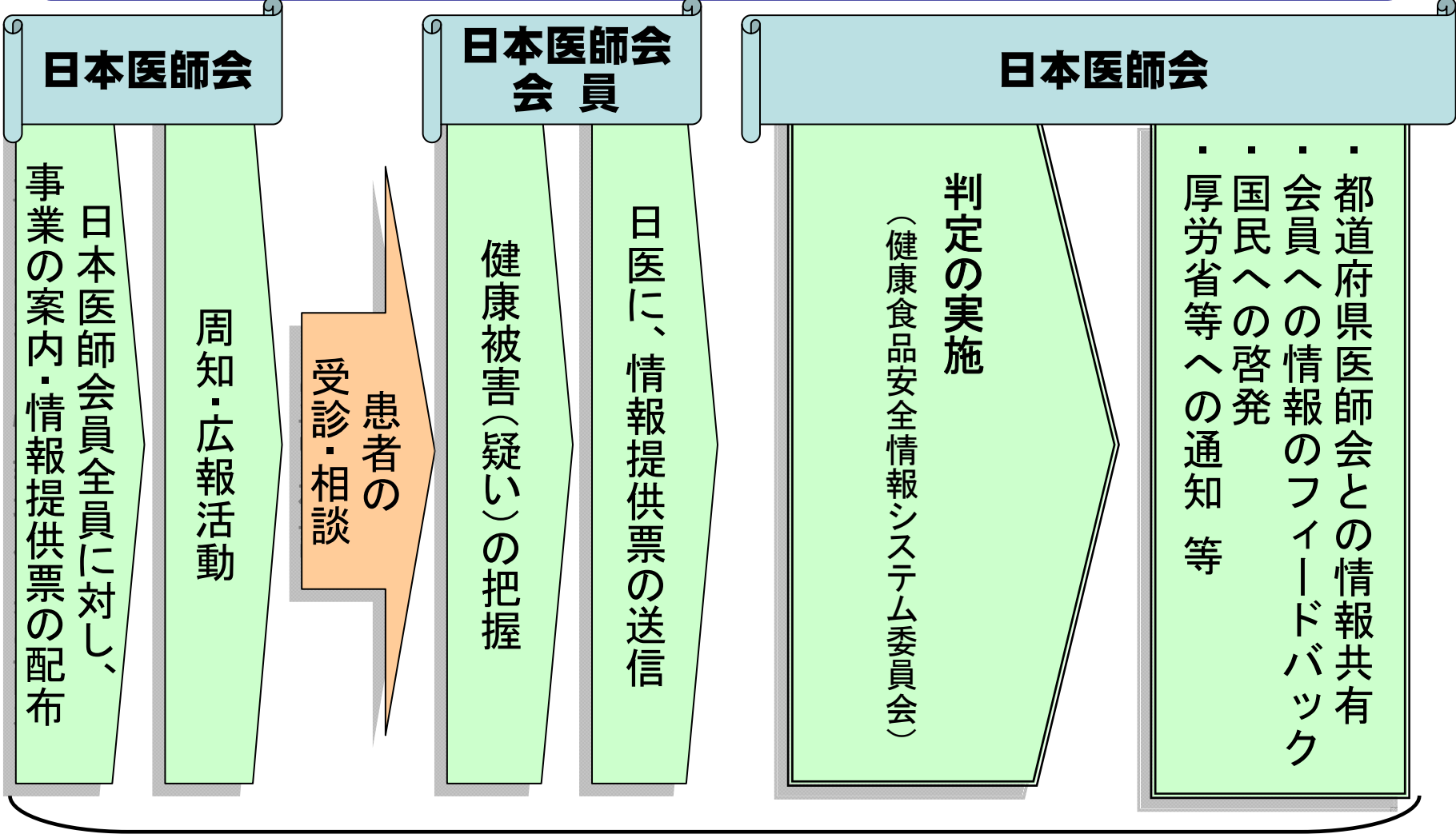
- ・定点観測による情報収集の徹底
- ・セミナーや会報等による啓発・周知活動
- ・都道府県下の関係学会、関係団体との連携
- ・事業に対する評価、改善意見

## 全ての日本医師会員

(約17万人)

- ・日医雑誌等により、情報提供票等を配布
- ・会員より、直接日医に情報提供  
→ 当該都道府県医師会に連絡

# 「健康食品安全情報システム」事業



## 活動に対する評価

(国民生活安全対策委員会での審議、都道府県医師会等へのアンケートなど)

## 日本医師会員からの情報提供

- 医師会員が、患者の診察から健康食品による健康被害を覚知したときに、情報提供票に記入して、FAXないしWEBにより、日本医師会に情報提供してもらう。
- 「健康被害」(疑いの場合を含む)
  - ① 患者の症状が、健康食品と何らかの関連がある
  - ② 患者の服用している医薬品と、健康食品との間に、相互作用がある
  - ③ 宣伝文句を過信した患者が、その健康食品に依存してしまい、治療を中断してしまった



# 健康食品安全情報システム事業

- 情報のフィードバック時の法的リスクへの対応
  - － 業者や製品を特定せず、含有成分やその摂取方法などについて、日本医師会員に情報を伝達する方法を取ることを、実施要綱に規定。
  - － 国民向け啓発も同様。過量摂取、多種の製品の大量摂取への注意喚起など、健康食品との付き合い方についての啓発も行う。