コーヒー摂取と肝がん発症リスクとの関連

Coffee consumption and the risk of primary liver cancer: pooled analysis of two prospective studies in Japan.

2005年 International Journal of Cancer 発表

コーヒーを飲む人ほど肝がん発症リスクが低い

コーヒーによる肝がんの発症予防効果の可能性が注目されています。今までこれを示唆する研究が世界でいくつか発表されていますが、その有効性を本格的に検討するための前向きコホート研究は行われていませんでした。 そこで私たちは宮城県コホート・三府県コホートのデータを解析して、コーヒーと肝がん発症リスクとの関連を検討してみました。

その結果、コーヒーを「まったく飲まない」と答えた人が肝がんを発症するリスクを 1.0 とすると、「時々飲む」と答えた人の相対リスクは 0.7、「1 日 1 杯以上飲む」と答えた人では 0.6 と、日常生活でのコーヒーの摂取が増

えるほど肝がんを発症するリスクが低いことがわかりました。緑茶や紅茶にも同じ効果があるかどうか調べてみましたが、緑茶については、たくさん飲むほど肝がん発症リスクが低いという結果は出ませんでした。紅茶については、1日1杯以上飲む人の数が少ないため解析できませんでした。

いずれにしても、今回の研究は、コーヒーに肝がん予防効果があるとする仮説を強く支持する結果となりました。今後は、コーヒーのどの成分が肝がんを予防しているのか、どんな人たちがコーヒーを飲むと肝がん予防に有効なのかなどの研究を進めていく必要があります。

1 0.7 0.6 0.6 まったく飲まない 時々飲む 1日1杯以上コーヒーの摂取頻度

コーヒー摂取と肝がんの発症リスク

研究データについて

ベースライン調査:解析には、宮城県内の2つのコホート研究のデータが使われました。1つめは、宮城県コホートで1990年6月から8月に、宮城県内の14町村在住の40-64歳の男女約5万2千人に対して自己記入式アンケートを配布したもので、うち4万7605人から有効回答を得ました。回答率は92%でした。

2つめは、三府県コホートで1984年1月に、宮城県内の3町村在住の40歳以上の男女約3万3千人を対象に、生活習慣や健康状態などに関する自己記入式アンケートを配布したもので、3万1345人から有効回答を得ました。回答率は94%でした。

追跡調査:ベースライン調査に答えていただいた方のうち、三府県コホートの集団は、1984年1月1日から1992年12月31日まで、宮城県コホートの集団は1990年8月1日から1997年3月31日まで追跡調査を実施しました。

その上で、がんの既往歴のある方、今回の研究に関連する質問への回答に不備のあった方を分析の対象から外しました。三府県コホートでは2万2404人(男性1万588人、女性1万1816人)が調査の対象になり、うち追跡期間中に70人(男性50人、女性20人)が肝がんと診断されました。宮城県コホートでは、3万8703人(男性1万8869人、女性1万9834人)が調査の対象になり、うち追跡期間中に47人(男性41人、女性6人)が肝がんと診断されました。

コーヒーの摂取について

いずれのアンケートでも、コーヒー、緑茶、紅茶を飲む頻度、飲酒、喫煙、食事などの生活習慣、病気の既往歴などを尋ねています。肝臓病の既往歴については「肝臓病にかかったことがありますか」という簡単な質問を設けましたが、具体的な肝臓病の種類までは問いませんでした。コーヒーを飲む量に関する回答は「まったく飲まない」「時々」「1日1-2杯」「1日3-4杯」「1日5杯以上」の5つから選んでもらいました。コーヒーの入れ方や、インスタントコーヒーかどうかなどは聞いていません。この地域の人が飲むコーヒー1杯の分量はほぼ150ml前後でした。

研究の特徴と限界について

コーヒーを飲むと肝がんの発症リスクが低くなるという研究は、最近、イタリアやギリシャでも報告され、注目を集めています。ただイタリアやギリシャでの研究が、すでに肝がんを発症した人を対象に過去を振り返って調査した症例対照研究であるのに対して、宮城県の研究は一般市民を対象にした前向きなコホート研究です。比較的多くの肝がんの症例も含まれており、より信頼度の高い結果が出ています。また、他の条件の影響をできるだけ取り除いて解析し直した場合でも、結論は変わりませんでした。

ただし、肝がんに移行する可能性が高いB型、C型肝炎の既往歴は尋ねていないため、B型、C型肝炎にかかったことでコーヒーを飲まなくなり、コーヒーを飲まない人で肝がんの発生率が見かけ上増加している可能性があります。