

## 新聞に掲載された健康食品に関する広告の内容分析

アカマツ      リエ      ウメガキ      ケイゾウ  
赤松      利恵\*      梅垣      敬三<sup>2\*</sup>

**目的** 新聞に掲載されている健康食品の広告の実態について、質的研究法である内容分析を用いて明らかにすることを目的とした。

**方法** 2007年10月1日～31日の全国紙5紙(朝日新聞, 産経新聞, 日経新聞, 毎日新聞, 読売新聞)の東京版を対象に, 新聞の名称, 広告の面積, 健康食品のカテゴリー(特定保健用食品, 栄養機能食品, JHFA, その他の4種類), 効果を示す文句, 含有成分等, 14項目について調べた。

**結果** 健康食品の広告数は, 述べ541個であり, これらの広告の健康食品のカテゴリーごとの割合は, 特定保健用食品12.4%, 栄養機能食品6.3%, JHFA 4.3%, その他77.1%であった。広告で強調されていた成分は, 全部で95種類あり, 「お徳感・キャンペーン・割引」や「効果を示す文句」の表示がある広告の割合が多かった(各々70.6%と60.8%)。調査項目の表示の有無は, 健康食品のカテゴリーごとに分布に違いがあった。また, 栄養機能食品において, 許可対象成分とうたい文句において強調されている成分が異なっていた。

**結論** 本研究の結果より, 新聞における健康食品の広告は, その他の健康食品が多いこと, 広告の内容は健康食品のカテゴリーによって異なっていたこと, 栄養機能食品の広告において, 表示許可対象成分とうたい文句において強調されている成分に相違がみられたことが示された。消費者を対象とした健康食品の広告の読み方のスキル, すなわち, メディアリテラシー教育の必要性が考えられた。

**Key words** : 健康食品, 広告, 新聞, 内容分析

---

\* お茶の水女子大学大学院人間文化創成科学研究科

<sup>2\*</sup> 独立行政法人国立健康・栄養研究所

連絡先: 〒112-8610 東京都文京区大塚 2-1-1

お茶の水女子大学大学院人間文化創成科学研究科

赤松利恵