

5 強調表示と「こんな方へ」表示。これを一緒に目にすると、必要かも・・・と
つい購入したくなってしまいました

銘柄名	強調表示	こんな方へ表示
セサミンEプラス	セサミンに感謝	・健康維持に前向きな方 ・働き盛りの方・若々しい毎日をおくりたい方 ・美容を心がけている方
グルコサミン&コンドロイチン	健やかな毎日に大切なのは軟骨成分です	・スムーズな毎日を過ごしたい方 ・ウォーキングをよくされる方 ・スポーツ好きで活動的な方
アラビタ	アラキドン酸で毎日スラスラ週間	・「あれ？」と思うことが多くなった方 ・仕事や趣味で考えることが多い方 ・いつまでもハッキリとしていたい方
サメの軟骨	アクティブな毎日をサポートするコンドロイチン	・階段の上り下りがゆううつ ・スムーズに動きたい
ヒアルロン酸	スムーズな動きに発酵ヒアルロン酸	・階段が気になる・スムーズに動きたい方 ・活動的な毎を送りたい方 ・40歳を過ぎた頃からいつもどこか・・・
ローヤルゼリーキング	50歳を過ぎると何かと女性は気がかりが多い	・寝ても寝てもスッキリしない ・健康にも美容にも良いものってないかしら？ ・化粧品や食事に気を使っているのに何だかさえない ・つい、ため息をついてしまう方
イミダペプチド	休めないあなたへ	・毎日ハツラツとしたい方 ・仕事や勉強が忙しい方・最近年齢を感じる方
四季潤	ワダカルがたどり着いたのは潤滑成分ヒアルロン酸	・ヒアルロン酸と軟骨成分を一緒に摂りたい ・スムーズな動きを維持したい ・立ったり座ったりがおっくう
カプシエイト Natura	食事を制限するより低下した燃やすチカラを高めますか	・若々しく過ごしたい方 ・引き締めたい方・昔と違うなあと感じる方 ・美容を心がけている方
グリナ	きちんと休めるから朝から元気がでる	・年齢とともに休めなくなった方 ・生活が不規則で朝がつらい方 ・日中をいきいき過ごしたい方
オルニチン	I粒でしじみ約300個分のオルニチン	・家族の健康を気づかう方 ・若々しさを心がけたい方 ・夜のお付き合いが多い方 ・毎日忙しくお過ごしの方 ・健やかな朝を迎えたい方
海の元気 伝統紅麹+EPA	食事中的コレステロールが気になる方に	・食事のコレステロールが気になる方 ・肉や揚げ物がお好きな方 ・青魚を毎日食べられない方 ・つい食べすぎ、飲みすぎてしまう方 ・あまり運動をしていない方
ラクトフェリン	何だかスカートがキツイ!	・スカートのサイズが変わった ・毎日しっかり食べたいけど・・・ ・薄着になるとき、スタイルがきになる!
海の元気EPA	青魚のサラサラ成分	・青魚を毎日食べられない方・宴席が多い方 ・甘いものや果物をよく食べる方
明日葉青汁	だから私は飲みやすい「明日葉青汁」です	・健康なカラダを保ちたい方 ・野菜不足が気になる方・生活が不規則な方 ・美容が気になる方
さらっとたま茶	たまねぎの皮のお茶おいしく飲んで健康を実感	・生活習慣が気になる・毎日の健康維持に

6 全面広告の特徴

全面広告の中には新聞社の企画紙面と誤解してしまうものがありました。その中身を見てみると・・・

字が小さく見落としがち

効果があると思わせる

字が小さく見落としがち

体験談
毎若飲
日いはい
がっはじ
楽めて
しいわ
いから
われる調
子いい

くらしと健康

工場や研究所の紹介
(写真)
最新の技術・設備

**加齢とともに減少
いつまでも元気でいたい**

取.....材
○
○
○
○

研究者の
顔写真

商品の
絵や
写真

注意事項 お試し価格 今なら半額 〇〇円

お客様センター ××株式会社
0120-〇〇〇-〇〇〇

企画記事と見間違える

取材者・レポーター等の名前が入り内容に信憑性が感じられる

安全に作られているという安心感を与える

研究されて作られているという信頼や安心感

不安をあおりつつ希望をもたせる

7 アンケート結果

消費者フェスタ来場者を対象にアンケートを実施しました。回答者は67人でした。(男11人 女56人)

健康食品を利用したことがありますか	
はい	38(57%)
いいえ	29(43%)

何で知りましたか	
新聞	10
チラシ	10
テレビ	8
その他	23

※その他は友人・インターネット等

効果はありましたか	
ある	11
ない	3
分からない	22
不明	2

アンケートはサンプル数が少なく、傾向を把握するのに止まったが、健康食品を利用したと回答した人は57%だった。あると回答した38人のうち22人が効果は分からないと回答し、ないの3人を加えると66%の人が効果を実感していないといえる。

まとめ

健康食品の広告は、食品衛生法、JAS法、健康増進法、景品表示法によって規制され、購入方法が通信販売による場合は、特定商取引法の規制も受けます。また、医薬品的効能効果をうたうことは薬事法で禁止されています。

新聞広告では、広告主、広告代理店、新聞社それぞれでチェックが行われるため、調査した新聞広告には、上記規制に明確に抵触するものは見られませんでした。しかし体験談や「こんな方へ」表示、広告紙面の中で、太く大きく書かれた強調表示によって、効果効能を暗示していると思えるものは多数見られました。中でも「年齢とともに減少し、食事では補いにくい」という表現は、加齢による身体機能の低下に不安を抱く中高年にとって、更に不安をあおるだけかせることになり、食生活を見直す機会を逃し、必要以上に健康食品に依存する状況を作り出すと思われる。

健康食品には、医薬品として使われる成分を含むものがあるにもかかわらず、健康食品は自己判断で利用されることが多く、継続して摂取するものとしても捉えられています。また、中高年層では医療機関にかかっている割合も高いと思われ、医薬品との併用の影響も考えられます。そのため、注意事項の明記やお客さま相談室の設置は、すべての銘柄、企業で必要と思われれます。ある企業になぜ注意事項を記載しないのか問い合わせたところ、薬品ではなく食品なので記載は必要ないとの返答でした。

効果効能が暗示されながら食品として扱われる健康食品。広告表示への規制だけではなく、健康食品の品質そのものへの基準や規制が必要と思われれます。