

新聞広告にみる健康食品

寺嶋昌代

1. はじめに

ヒトが食品を摂取するのは、食品には、栄養素を補給して生命を維持する一次機能、次に、嗜好性、つまり、味、香り、色彩、歯ごたえ、舌触りなど五感を満足させる二次機能、さらに、生体防御、体調の調節などの三次機能があるためである。これらの機能により、健康が維持増進され、心満たされ、疾病予防にもなるわけである¹⁾。最近では、この中でも、食品の第三の機能である健康増進、疾病予防の機能が注目されている。

健康を維持するには、栄養だけでなく、運動や休養を含めて考えていかなければならない。(図1)しかし、食事、運動、睡眠などの生活習慣はそのまま、食品の第三の機能を強調した健康食品を摂ることによって、手っ取り早く安心を得ようとするのが、健康食品ブームにつながっているのかもしれない。また、販売する側からみると、その第三の機能の有効性を示唆して販売していることになる。

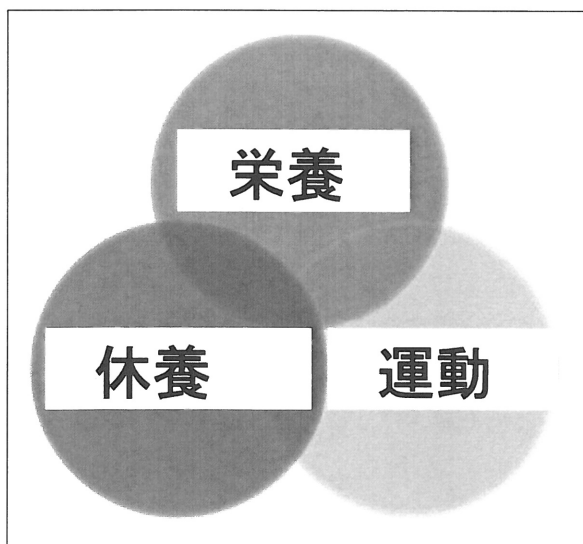


図1. 健康の三要素

健康食品というのは食品であるから、薬事法により医薬品とは明確に区別されている。健康食品は、食品の生来もつ第三の機能の生体調節機能を活用し、機能成分を分離、濃縮し、それを普通の食品などに配合したり、普通の食品とは異なる形態であるカプセルや錠剤という形

で摂取するような食品であり、通常の食事メニューとは異なる方法で健康を意識して特別に摂る食品である。

健康食品には、平成21年から厚生労働省より業務を移管された消費者庁が機能の表示を許可している「保健機能食品」(「特定保健用食品」と「栄養機能食品」)があり、それ以外の「いわゆる健康食品」もある。一般に健康食品というと、「保健機能食品」と「いわゆる健康食品」を含む^{2,3)}。(図2)

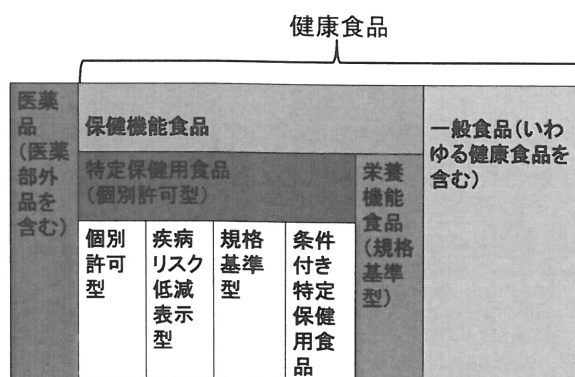


図2. 医薬品と健康食品

健康食品とは「保健機能食品」と「いわゆる健康食品」を含む。

健康食品の有効性や安全性を消費者が見極めるには、積極的に独立行政法人「国立健康栄養研究所」のホームページにある「健康食品」の有効性・安全性情報を見たり⁴⁾、消費者庁、厚生労働省、各都道府県の食品安全情報などから、これから摂取しようとする食品についてのヒトにおける有効性・安全性の科学的データに基づく知見を得る必要がある。(表1) 有効性を言うには、試験管実験、動物実験は当然であり、人を対象とした無作為化比較試験(randomized controlled trial, RCT)が最低限1編は実施され、審査委員システムのある学術雑誌(インパクトファクター付き)に掲載されていなければならない⁵⁾。

しかし、一般消費者はなかなかそのような情報にアクセスしないまま、イメージとして宣伝されるテレビ、雑誌、新聞、インターネットバナーなどの情報に左右されているのではないだろうか。本来なら、健康食品はあくまで食品であるから、食事や運動、睡眠のバランスを整

表1. 健康食品についての情報の入手先

健康食品についての情報の入手先	内容
国立健康栄養研究所	「健康食品」の有効性・安全性情報
厚生労働省	食品の安全性確保に関する情報
内閣府食品安全委員会	食品の安全性評価に関する情報
消費者庁	食品の表示に関する情報
国立医薬品食品衛生研究所	食品の安全性に関する情報
国民生活センター	健康食品に関する製品の検査結果など
東京都	健康食品ナビ
ナチュラルメディシン・データベース	健康食品の有効性・安全性・医薬品との相互作用。

えた上で、食事などからは充分摂取できない理由があり、その成分の補給・補完する目的で選択し、利用は最小限にとどめるべきであろう。

健康食品の情報は、テレビショッピングでは垂れ流されているし、雑誌の広告の奇抜な宣伝も目を引くが、新聞紙面や折り込み広告においても健康食品の広告は見られる。新聞の広告は、テレビや雑誌の広告よりも、信頼感がある。各戸配布されている新聞は消費者の手に確実に届くルートに乗っており、消費者も必要ならば、時間をかけて、検討する余裕も生じる広告媒体である。情報源としてインターネットに頼ることが多い若年層に対し、新聞の購読層は健康食品を利用することが多い中高年層であるので⁶⁾、このような理由で、健康食品を利用する中高年によって安定的な情報源として支持されていると思われる新聞の紙面の中で広告されている健康食品に注目し、健康食品宣伝の実態と問題点を調べた。

2. 研究方法

東海学院大学の存在する岐阜県各務原市に配布された朝日新聞、読売新聞、中日新聞、日本経済新聞の半年分（平成25年1月～6月）の朝刊に掲載されている健康食品の広告について、①日付、②商品名、③広告の面積、④健康食品のカテゴリー、⑤有効含有成分、⑥受賞歴、⑦キャンペーンや割引の有無、⑧体験談の有無、⑨権威者の推薦の有無、⑩研究結果への言及の有無、⑪食事を基本とする旨の表示の有無、⑫キャッチフレーズ、うたい文句の有無、⑬その他について調べた。これらは先行研究である赤松らの研究における調査項目をほぼ踏襲した⁶⁾。また、健康食品の中の健康増進に対する関与が期待される成分について、国立健康栄養研究所のホームページで有効性・安全性についての情報を調べた⁴⁾。

3. 結果

3-1. 健康食品の広告数

朝日新聞、読売新聞、中日新聞、日本経済新聞の四紙の半年の合計で1409件あった。朝日新聞が535件（40.0%）、読売新聞が409件（29.0%）と多く、中日新聞292件（21%）、日本経済新聞173件（12.3%）と掲載数は少なかった。（表2）

表2. 新聞に掲載された健康食品の広告数

新聞	健康食品の広告数
朝日新聞	535
読売新聞	409
中日新聞	292
日本経済新聞	174
計	1409件

3-2. 健康食品の分類

新聞に広告がでていた健康食品を、「特定保健用食品」、「栄養機能食品」、「いわゆる健康食品」にわけると、圧倒的に「いわゆる健康食品」が80%と多かった。「栄養機能食品」が11%、「特定保健用食品」が9%で、「保健機能食品」としては、20%であった。（図3）

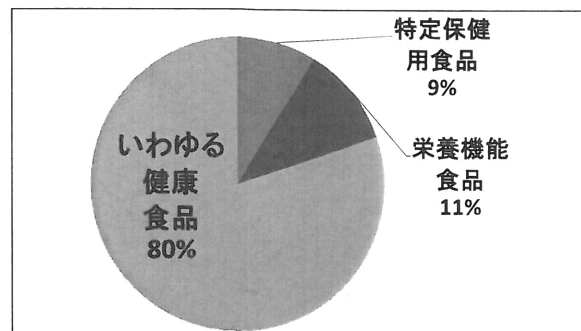


図3. 新聞底面に広告として載った健康食品の分類

3-3. 健康食品の広告の内容

健康食品の広告の中に、キャッチフレーズあるいは売り文句があるものが95%、なんらかのキャンペーン(割引など)があるものが81.6%であった。この二つが広告には不可欠なものようである。その他、健康食品を摂取した体験談が載せられているものが44.7%、食事を基本とする旨の記載のあったものは26.3%であった。体験談や権威者の推薦や、研究結果、受賞歴などは少なかった。(図4) キャッチフレーズあるいは売り文句というのは、心ひかれ印象に残る短い言葉や文章であり、例えば、「毎朝スッキリ、爽快!」、「みなぎる活力。あの頃のように強い男でいたい。」、「女優の〇〇さんも御愛飲」、「サプリメント売り上げNo1!」などである。キャンペーン(割引など)の例としては、「限定5000セット」、「先着1万名様1ヶ月分無料!」、「1ヶ月お試しセットが半額」、「定期購入でもう1箱」、「モニターキャンペーン〇〇名様」などである。体験談として「冒険家の〇〇さん体験談」など、権威者の推薦としては、「〇〇学会理事推奨」、「〇〇大学教授が体験&推奨」、「〇〇協会が品質認定」、「〇〇大学と共同研究」、「医学博士〇〇推薦」、「〇〇協会推薦」などがあつた。受賞歴というのは、「モンドセレクション受賞」、「内閣総理大臣賞受賞(日本ものづくり大賞部門)」などがあつた。

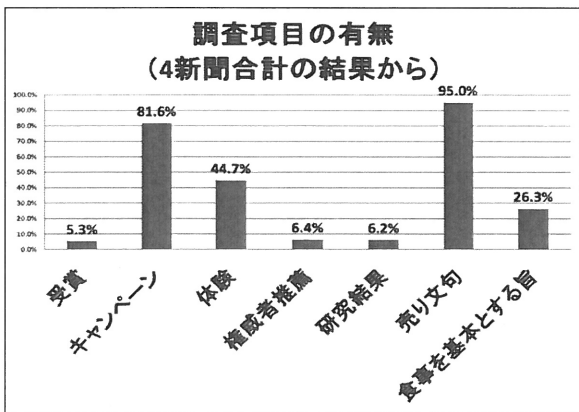


図4. 健康食品の広告内容

3-4. 新聞広告が多く出ている健康食品の期待される機能

どのような効果や効能をもった健康食品が多く広告に出されているか調べたところ、四新聞の半年間の合計の結果では、お腹の調子を整えるような便通改善が一番多く16%、ついで、疲労回復12%、関節の強化10%、抗酸化10%、血液さらさら8%であった。(図5)

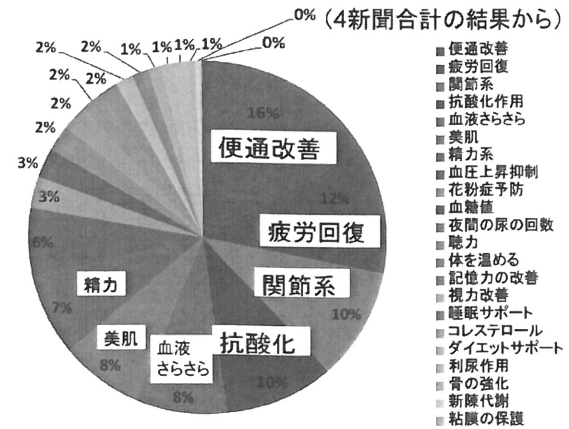


図5. 効能別の広告割合

3-5. 期待される機能ごとの関与成分

最も広告回数が多かった便通改善を期待した関与成分には、大麦若葉、フコイダン、クマザサ、乳酸菌、植物発酵エキスが多かった。占有面積では、1ページ分を1として、大麦若葉が、22.4ページ分、クマザサが15.5ページ分あつた。(表3-1)

この関与成分の中で、便通改善に関してヒトに対する有効性の科学的データがあるものは、独立行政法人国立健康栄養研究所の「健康食品」に関する有効性・安全性情報によると、乳酸菌に対してのみである。(表4-1)

次に広告回数の多かった疲労回復を期待した関与成分は、クエン酸、にんにく、オルニチン、黒酢、麹菌などであり、占有面積では、オルニチンが一番多く、次に、にんにく、麹菌であった。(表3-2) これらの成分のうち、ヒトに対する有効性の科学的データがあるものはない。(表4-2)

関節を丈夫にすることを期待した関与成分は、グルコサミン、コラーゲン、ヒアルロン酸、コンドロイチンが多く、占有面積も掲載数もグルコサミンが圧倒的に多かつた。(表3-3) これらの成分のうち、関節に対して効果があるという科学的データがあるものは、グルコサミンだけである。(表4-3)

抗酸化作用を期待した関与成分はセサミン、ポリフェノール、リコピンなどが多く、占有面積もセサミンが一番多かつた。(表3-4) 抗酸化作用として有効性が確立されているのは、ビタミンCとEである。ポリフェノールにはさまざまな種類がある。カテキン、ルチン、イソフラボンについては有効性の根拠があるが、アントシアニン、エラグ酸、レスベラトロールなどには認められていない。クロロゲン酸やカカオマスポリフェノールは現在データが積み重ねられている段階である。それゆえ、ポリフェノールとひとくくりにして有効性が有る無しを

言うことはできない。(表4-4)

血液さらさらを期待した関与成分は、DHA、EPA、アラキドン酸、ムメフラールなどがあつた。ムメフラールとは梅肉エキスの中の成分である。(表3-5) これらの中では、DHAが記載数、占有面積とも一番多かつた。これらの成分の中で、有効性のデータがあるものは、

表3-1. 便通改善を期待した関与成分の広告回数と占有面積

成分名	記載数 (四紙合計)	占有面積 (ページ)
大麦若葉	35	22.4
フコイダン	32	8.3
クマザサ	31	15.5
乳酸菌	24	6.6
植物発酵エキス	18	11.5

表3-3. 関節を丈夫にすることを期待した関与成分の広告回数と占有面積

成分名	記載数 (四紙合計)	占有面積 (ページ)
グルコサミン	118	78.5
コラーゲン	18	6.7
ヒアルロン酸	6	6.8
コンドロイチン	1	0.3

表3-5. 血液サラサラを期待した関与成分の広告回数と占有面積

成分名	記載数 (四紙合計)	占有面積 (ページ)
DHA	89	24.6
EPA	9	3.4
アラキドン酸	5	2.4
ムメフラール	1	0.1

DHAとEPAだけである。(表4-5)

新聞広告に多くでている関与成分は、記載回数、占有面積とも、上位1位はグルコサミン、2位、DHA、3位セサミン、4位大麦若葉であつた。(表5) 新聞広告に多くでているものが必ずしもヒトでの有効性安全性についての科学的データが充分あるものとは限らない。

表3-2. 疲労回復を期待した関与成分の広告回数と占有面積

成分名	記載数 (四紙合計)	占有面積 (ページ)
クエン酸	26	4.2
にんにく	20	9.7
オルニチン	17	18.2
黒酢	15	9.3
麹菌	13	9.5

表3-4. 抗酸化作用を期待した関与成分の広告回数と占有面積

成分名	記載数 (四紙合計)	占有面積 (ページ)
セサミン	56	24.4
ポリフェノール	21	6.4
リコピン	13	11.6
ビタミンC,E	7	4.6
カロテン	5	5.0

表4. 新聞広告に見る健康食品の効果：「健康食品」の安全性・有効性情報より⁴⁾
※有効性についてデータのあるものは左欄に○を記載

表4-1. 便通改善を期待した関与成分

関与成分	俗に期待されている効果	有効性	安全性
大麦若葉	食物繊維による便通改善 コレステロール低下 抗酸化作用SOD 血液さらさら 高血圧予防 ビタミン豊富	ヒトに対する十分な有効性データなし。	十分なデータなし。
フコイダン(昆布、わかめのぬめり成分、L-フコース多糖)	便通改善 血圧上昇抑制 コレステロールを下げる がん効く、抗ウイルス、抗菌 アレルギーを抑える	マウスに対し、NK細胞活性化。ヒトに対する有効性データなし。	十分なデータなし。
クマザサ	健康茶 健康維持増進 美容によい	ヒトに対する十分な有効性データなし。	十分なデータなし。

○ 乳酸菌	お腹の調子を良くする	排便効果、下痢予防。 特定保健用食品として許可	小児に対しても安全性示唆。 乳製品に対しアレルギー 例報告あり
植物発酵エキス	各種酵素により、お腹の 調子を良くする		

表4-2. 疲労回復を期待した関与成分

関与成分	俗に期待されている効果	有効性	安全性
クエン酸	疲労回復 筋肉、神経の疲労予防	皮膚に対し、日焼けや乾燥を防ぐことに有効性示唆。実証は不十分。	経口投与でまれに胃腸の不調。 外用では光過敏症、長期では皮膚がんリスク増大。
にんにく	強壮、抗菌作用	コモンションEでは、血中脂肪を下げる効果と、老化による血管変化を予防。高血圧、加齢による血管弾力性の減少阻止。	胃腸障害。 局所投与による熱傷や皮膚炎の報告多数。 出血傾向増大。
オルニチン（シジミに多く含まれるアミノ酸）	疲労回復 強肝臓 成長ホルモン分泌	ヒトに対する十分な有効性データなし。	おそらく安全。
黒酢	疲労回復 血圧を下げる 血流を改善 脂質代謝を改善	血圧低下（含まれる酢酸による）。ヒトに対する十分な有効性データなし。	高濃度のものを摂取すると中毒、肝障害の例。 扁平疥癬の発症例。腐食性胃腸炎の例。
麹菌	各種酵素により、体調改善	ヒトに対する十分な有効性データなし。	ヒトに対する十分な有効性データなし。

表4-3. 関節を丈夫にすることを期待した関与成分

関与成分	俗に期待されている効果	有効性	安全性
○ グルコサミン	関節の動きをなめらかにする。 関節の痛みを改善する	硫酸グルコサミン、塩酸グルコサミンは変形性関節症におそらく有効。 硫酸グルコサミンは顎関節炎に有効。	糖尿病、高脂血症、高血圧のリスクのある人は服用注意。 肝障害報告例。 血糖値上昇報告例。
コラーゲン（皮膚や血管に存在する繊維状タンパク質）	関節疾患によい美容によい	ヒトに対する十分な有効性データなし。	アレルギー症例
ヒアルロン酸	関節炎に対してよい、美肌効果	外科的な関節炎への投与、眼内注射は有効。 経口摂取には有効性のデータなし。	アレルギー症例。 肺炎、肝障害例あり。
コンドロイチン	骨の形成をたすける 動脈硬化や高血圧の予防	コンドロイチン硫酸とヒアルロン酸ナトリウムの点眼は白内障の術後に有効、ドライアイに有効。	おそらく安全。経口摂取で上腹部痛、吐き気例あり。

表4-4. 抗酸化作用を期待した関与成分

関与成分	俗に期待されている効果	有効性	安全性
セサミン（ゴマグリナン）	がんや老化の予防	ゴマペプチドについて血圧低下（特定保健用食品）。過酸化脂質上昇抑制について、報告例。 ヒトに対する十分な有効性データなし。	ゴマ過敏症。

新聞広告にみる健康食品

	ポリフェノール	抗酸化作用	種類によって異なる	
	リコピン	抗酸化作用 美白、血糖値を下げる、 動脈硬化を予防、がんの 予防	血圧低下、コレステロール 低下の例あり。 ヒトに対する十分な有効 性データなし。	おそらく安全。
○	ビタミンC	免疫力 活性酸素の除去 メラニン色素生成抑制	がんのリスク低減。 心臓血管症の脂肪率低減。 ビタミンEとの併用にお いて動脈硬化進行遅延、血 管性痴呆症の予防、女性の 胆嚢疾患のリスク低減。	おそらく安全。 多量は結石のリスク高め る。 銅の吸収を低下し、鉄の 吸収を増加させる。
○	ビタミンE	抗酸化作用 活性酸素の除去	心筋梗塞の予防。 前立腺がんの予防。 アルツハイマー抑制。 リウマチ性関節炎の治療 の補助。 他の抗酸化ビタミンや亜 鉛との併用により加齢黄 斑変性症の進行遅延。	おそらく安全。
	カロテン	抗酸化作用 がんを予防	βカロテンと亜鉛の併用 で老人性黄斑変性症に有 効。気管支炎、呼吸困難 の予防。前がん状態のヒ トの胃がんリスクの低減。 光感受性のヒトの日焼け 防止。心血管障害予防と しては無効	おそらく安全。過剰摂取 で柑皮症。肺がん、前立 腺がん、脳出血、新血管 病のリスク増大。喫煙者 で肺がん増加。

表4-5. 血液サラサラを期待した関与成分

	関与成分	俗に期待されている効果	有効性	安全性
○	DHA	動脈硬化、認知症予防、 脳の発達、	冠動脈疾患のリスク低減。 統合運動障害の小児の運 動障害の改善。 加齢黄斑変性予防。	おそらく安全。大量摂取 で出血傾向。
○	EPA	動脈硬化、脂質異常症、 認知症の予防改善 アトピー・アレルギーによ い	冠動脈疾患、潰瘍性大腸 炎への有効性。抗うつ剤 の補助、境界性人格障害、 免疫能の向上。リウマチ の改善、中程度肥満者の 体重減少	おそらく安全。大量摂取 で出血傾向。
	アラキドン酸	免疫機能、学習記憶脳録	ヒトに対する十分な有効 性データなし。 他の脂肪酸との組み合わ せで、胃粘膜傷害改善、 視覚機能向上、精神発達 指標の向上効果について 報告あり。	安全。
	ムメフラール(梅肉エキス)	抗菌活性、消化器系効果、 血流改善、降圧、免疫力	ヒトに対する十分な有効 性データなし。	おそらく安全。

表5. 新聞広告に多く登場する健康食品

	健康食品	新聞広告 記載回数	占有面積 (ページ)
1	グルコサミン	118	78.5
2	DHA	89	24.6
3	セサミン	56	24.4
4	大麦若葉	35	22.4

3-6. 栄養機能食品と広告される健康食品の問題点

栄養機能食品と明記している広告において、強調されていた成分が栄養機能食品として表示が許可されたビタミン、ミネラルに該当するかどうかを調べたところ、ほとんどが、非該当成分であり、該当成分はわずか、6%であった。(図6)下の例(写真1)は、葉酸として、栄養機能食品の表示がしてあるが、健康食品として強調しているのは、DHA、EPAを豊富に含むヨーグルトということである。規格基準型の栄養機能食品が栄養成分含有量さえ満たせば、栄養機能食品として表示できることを利用し、権威付けをし、しかし、葉酸を宣伝するわけではなく、DHA、EPA含有ということが強調されている。

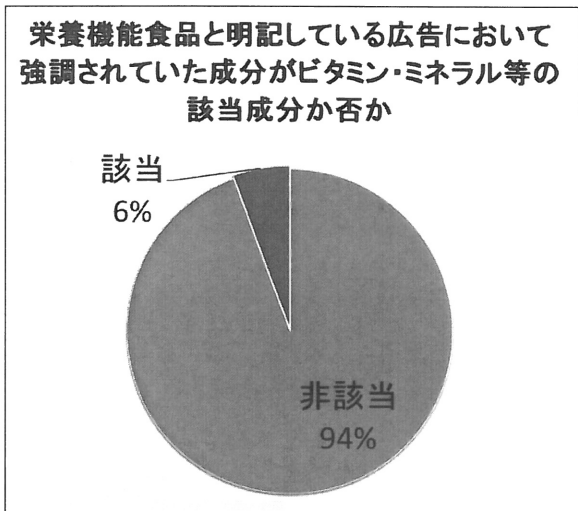


図6. 健康食品の強調成分が栄養機能食品としての表示成分と該当しているか

栄養機能食品は、通常の食生活を行うことが困難な場合などに不足しがちな栄養成分を補給補完する食品であり、現在、日本人の食事摂取基準(2010年版)において摂取基準が定められているビタミン13種類のうち、ビタミンKをのぞく12種のビタミンと、ミネラル13種類のうち5種類(カルシウム、鉄、銅、亜鉛、マグネシウム)であり、各栄養素について、上限値と下限値が定められている。上限値は栄養成分を1日あたりに摂取できる最大限量であり、耐容上限量ULから、または、ULが策定されていない栄養成分については、副作用非発現量(NOAEL)から現在の摂取量を差し引いた値と、当該栄養成分を含む医薬部外品の最大分量の値を比較し、低いほうの値と設定されている²⁾。下限値は、当該栄養成分の栄養素等表示基準値(NRV)の30%である。1日あたりの容量がこの上限値と下限値の間の範囲に設定されていれば、消費者庁への届け出を行うことなく、栄養機能食品として表示が許可される規格基準型のものである。表示については³⁾、

1. 栄養機能食品である旨および、栄養成分の名称
2. 栄養成分の機能表示
3. 栄養成分量および熱量
4. 1日あたりの摂取目安量
5. 摂取の方法および摂取をする上での注意事項
6. 1日あたりの摂取目安量に含まれる機能表示成分の量が栄養素等表示基準値に占める割合
7. 調理または保存の方法に関し、注意を必要とするものはその注意事項
8. バランスのとれた食生活の普及啓発を図る文言「食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。」を、容器包装の前面に
9. 「本品は、特定保健用食品と異なり、消費者庁長官による個別の審査を受けたものではありません。」旨を記載しなければならない。

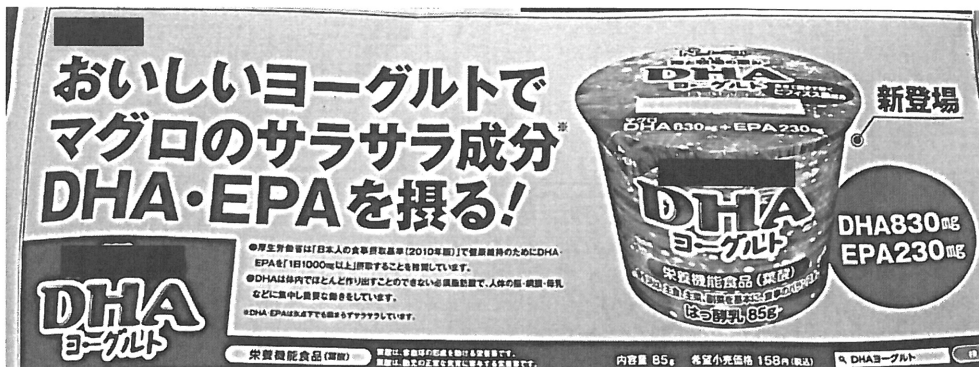


写真1. 栄養機能食品(葉酸)でありながら、健康食品として期待される関与成分はサラサラ成分であるDHA・EPAが強調されている。

栄養機能表示は、身体の健全な成長、発達、健康の維持に必要な栄養成分の栄養生理的機能を表すものであり、その科学的根拠は、ヒトにおいて実証されており、過去の食経験からも確立されたものである。ただし、疾病の診断、治療または予防に関する表示はできない。注意喚起表示は、「本品は、多量摂取により疾病が治癒したり、より健康が増進するものではありません。1日の摂取目安量を守ってください。」である。ビタミンAについては、「妊娠初期または妊娠を希望する女性は過剰摂取にならないように注意すること」、マグネシウム、銅、亜鉛については、「乳幼児、小児は本品の摂取をさせないでください。」との記載が必要である。

「保健機能食品」としての権威付けは欲しいが、個別評価型の「特定保健用食品」になるには、有効性、安全性の検証や審査にお金も時間もかかる。「特定保健用食品」の試験に要する費用はヒト試験や安全性に関する各種毒性試験などのために2000万円以上は概算で最低限必要であるらしい³⁾。そのために、手軽な規格基準型の「栄養機能食品」の方を利用していると思われる。

また、調査した中には、「健康基盤食品」というような紛らわしい名称を用いている商品もあった。これも、大変問題である。

4. まとめ

新聞広告に見られる健康食品には、「特定保健用食品」や「栄養機能食品」よりも、「いわゆる健康食品」の広告の割合のほうが多かった。これは、以前の赤松ら研究と同様であった⁶⁾。広告された栄養成分のうち、多いのは、便通改善、疲労回復、関節が丈夫になるという成分であった。最も広告記載回数が多いのは、グルコサミンであり、これも2007年のデータである赤松らの結果と同じであった。しかし、2位以下は、赤松らの研究ではコラーゲン、クエン酸、酢酸、ビフィズス菌が続いたのに比べ、今回の結果では、2位以下にはDHA、セサミン、大麦若葉となり、変化が見られる。「栄養機能食品」として明記された広告において、表示許可成分と、うたい文句に強調されている成分に相違があるものが多かった。これも、赤松らの研究においては、栄養機能食品としての表示の許可対象となった成分と広告内において最も強調されていた成分が、広告すべてで異なっていたが、数年が立った現在でも94%非該当成分が強調されており、依然、「栄養機能食品」の名前が利用されている感は変わらない。

消費者の購買意欲を高めるためにキャッチフレーズやキャンペーンを利用しているものが多かった。赤松ら

の研究では、キャンペーンが一番多い表示項目であり、その次が効果を示す文句であったが、今回の研究では、キャッチフレーズや売り文句が95%とほとんどの商品にみられ、キャンペーン81.6%を上回った。体験談も44.7%と多かった。栄養としてはほぼ満たされている日本社会にあって、商品を売るためには、人々のニーズと好みを捉え、誘惑しなければならぬためにこれらのものが必要なであろう⁷⁾。しかし、新聞広告で宣伝される健康食品は、多くの広告されているものが科学的に有効であるものとは限らない。宣伝の頻繁さや、キャッチフレーズやキャンペーンに惑わされず、冷静に科学的データや安全性のデータを調べてから、利用すべきである。健康食品とは健康になるための食品で、健康に害があるなどとは思わないかもしれないが、通常の食品よりも健康を害する可能性は高いのではないだろうか。それは、関与成分が通常の食品よりも濃縮され、濃度高く摂取されることになるからである。また、多くの健康食品では関与成分が複数混ぜ合わせてあるものも多く、それらの相互作用、相乗効果、減弱効果は十分に調べられているものではない。表示されていない成分が添加されたり混入されていたりする場合もある。強調される表示と中身がずれている場合、例えば、野菜酵素なのに中身がプラセンタ（胎盤）、トマト酢なのに中身が（GABA）といったこともある。また、いくら表示を確かめ、成分を見ても、不純物の問題もあり、本当に信頼のできるメーカーのものであるか、成分や製品の有効性・安全性のデータ収集を含め、健康食品の摂取の前には十分な吟味が必要である。

5. 謝辞

本研究は、東海学院大学健康福祉学部の卒業生松田美沙さんと服部喜美子さんが卒業研究としてデータを整理してくれたものである。また、研究材料となった新聞は、東海学院大学付属図書館職員の方々が新聞を購読後確保してくださった。ここに感謝申し上げる。

本研究の一部は、第49回日本食生活学会で報告しており、それに加筆訂正をして、この論文とした。

参考論文

- 1) 青柳康夫編著、『N ブックス 改訂食品機能学第二版』、建帛社、2009
- 2) 独立行政法人国立健康・栄養研究所監修『健康・栄養食品アドバイザーースタッフ・テキストブック』 第一出版 第7版 2010
- 3) 一般社団法人日本臨床栄養協会編『NR・サプリメントアドバイザー必携』 第一出版 2013
- 4) 独立行政法人国立健康栄養研究所ホームページ健康食品の有効性・安全性情報：<https://hfnet.nih.go.jp/contents/indiv.html>
- 5) 細谷憲政著『サプリメントと栄養管理』、日本医療企画 2006
- 6) 赤松利恵、梅垣敬三『新聞に掲載された健康食品に関する広告に内容分析』 日本公衛誌 第57巻 第4号 pp291-296、2010
- 7) マリオン・ネスル著『フード・ポリティクスー肥満社会と食品産業ー』新曜社、2005