

## 第41回インナーゼミナール大会

### 研究計画書

<b>ゼミ名</b>	後藤ゼミⅡ	<b>チーム名</b>	レイちゃんとゆかいな仲間たち
<b>タイトル</b>	あなたは騙されている!? 健康商品広告の甘いワナ ~インターネット広告編~		
<b>テーマ群</b>	g) その他		
<b>メンバー</b>	田村智徳 青木直也 織田一輝 松岡大輔 中吉裕理 佐々木あゆみ 白石陽奈 和田亜弓 東志拓 泉安奈 吉田菜未 山田雄大 和田浩樹 柳田絵美 山田英里名 能美太貴 上野義忠 諏澤陽介 岡本拓也 梅谷真美		
<b>研究計画内容</b>	<p>私たちが生活していく中で、よく目にする『健康』や『ダイエット』に関する商品。選ぶための基準は人それぞれですが、誰もが広告を見て商品の良し悪しを判断します。広告には私たちが求める理想がたくさん書かれていて、その効果を期待し商品を購入します。また、それらは医師の処方箋を必要としないため簡単に手にし、利用することができます。</p> <p>しかし、中には消費者に過度の期待を抱かせるものや、あたかも医薬品と同等の効果があるかのように信じさせる表示があります。そういった誇大広告の商品は使用法や利用する量を誤ると、私たちの健康に重大な悪影響を及ぼす恐れがあります。</p> <p>科学的根拠に基づいていない健康の保持や促進に関する広告表示は、法律で禁止されています。それにもかかわらず、不当な表示は私たちの身近なところに数多く存在します。パンフレットにある広告は、実在するものをもとに作りました。この中にもたくさんの不当な表現が含まれています。一見ありふれた広告ですが、みなさんはどれが不当な表現かわかりますか？</p> <p>今回の研究では、簡単に商品が買えてしまうインターネット販売に着目しました。無数に存在するインターネット上の広告が、全て管理されているのか疑問に思ったからです。商品の広告が諸費者に正しい情報を与えているかを調査するため、健康に関する法律から、独自のチェックリストを作成しました。それをもとに、インターネット広告のあり方について考えます。</p>		