

# スポーツ雑誌の広告にみる「スポーツ食品」 の現状と課題

金子佳代子\*, 吉井綾子\*\*

A study of Nutritional Supplements for Athletes  
— Analysis of Advertisements in Journals for Athletes

Kayoko KANEKO and Ayako YOSHII

## 1. 緒言

健康志向の高まりにともなってひとびとの食品に対する関心は、必要な栄養素を供給し、個人の空腹や嗜好を満足させるというだけでなく、体にとって好ましい機能を果たしたり、体調を整えてくれる成分を期待する傾向が増大している。中嶋氏は、このような食品の生体調節機能と加工度との関連から、特殊栄養食品や健康食品等と通常の商品（一般食品）、さらに医薬品との関係を図1のように位置付けている<sup>1)</sup>。

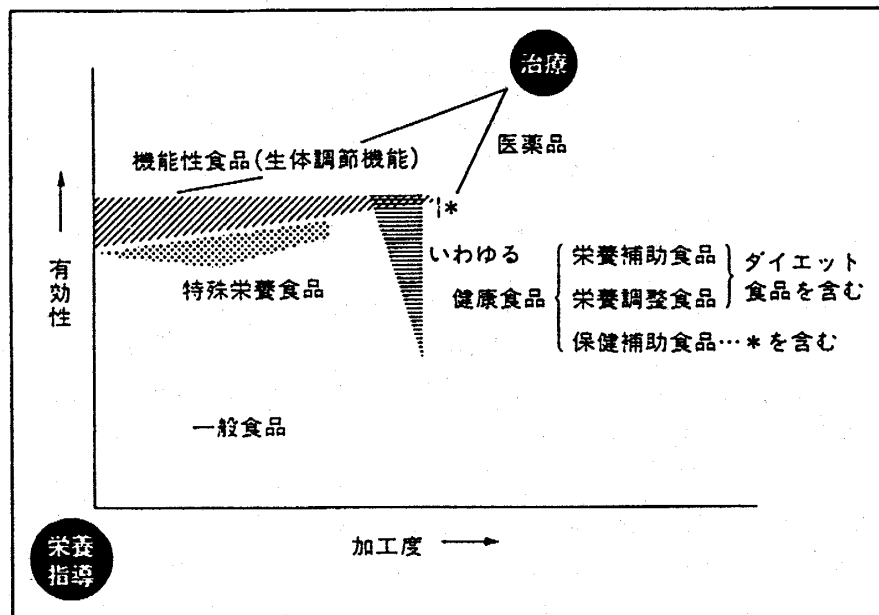


図1 さまざまな食品（中嶋茂氏による）

\* 家政学教室

\*\* 鎌倉女子大学附属小学校

図中の機能性食品についてはその後厚生省による検討の結果、平成3年に栄養改善法にもとづく特殊栄養食品制度が整備され、食生活において特定の保健の目的が期待できる旨の標示が許可される「特定保健用食品」が制度化されるに至っている（図2）。1995年5月現在、特定保健用食品としてフラクトオリゴ糖、カゼインホスホペプチド（CPP）などを原料とした製品が35件認可されている。

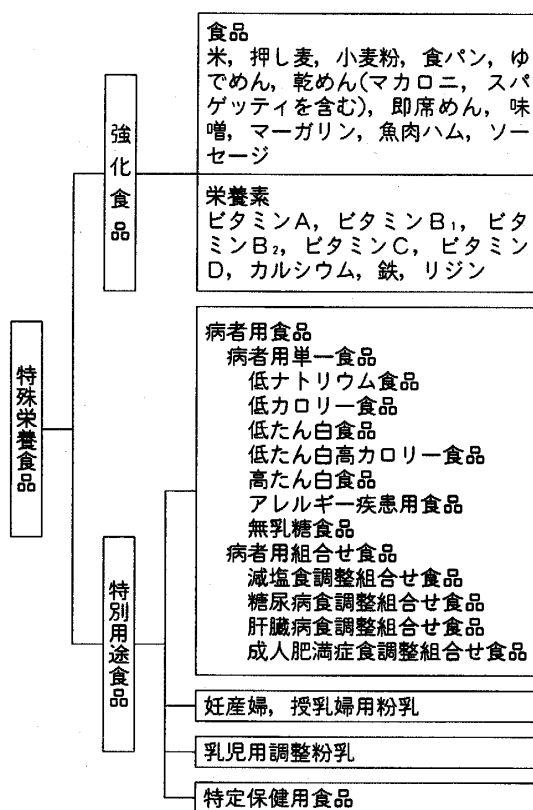


図2 特殊栄養食品制度の整備について（厚生省，機能性食品検討会）

一方市場には「健康食品」「栄養補助食品」等が多数出回っており、(財)日本健康・栄養食品協会の認定健康食品（JHFAマーク表示許可製品）だけでも1,026件、市場規模推定金額は3,275億円、いわゆる健康食品全体では約5,000億円にのぼるといわれる（1994年3月）<sup>29)</sup>。現在、売上高の多いものにはクロレラ食品、ローヤルゼリー、ビタミンC含有食品、プルーンエキス食品、キチン・キトサン、食物繊維加工食品、オタネニンジン根加工食品、たん白加工食品、ビタミンE含有植物油などがあげられているが<sup>3)</sup>、特定の栄養素（ビタミンE・C、ベータカロチン、カルシウム・鉄等のミネラル類、たん白質、EPA・DHA・ガンマーリノレン酸）や成分（食物繊維、大豆レシチン、大豆サポニン、オリゴ糖類）を含有するもの、天然の動植物等（スッポン、牡蛎、靈芝、アロエ、ニンニク、深海鮫エキス）を加工したものに分類される。

これらの健康食品は医薬品や特定保健用食品とは異なり、保健効果が医学・栄養学的に明らかにされているものではない。また、商品によっては安全性に問題のある場合もみら

れる。国民生活センター<sup>4)</sup>の全国消費生活相談統計によれば、健康食品は数年来、相談件数の多い商品の上位にあり、1993年度には7,703件（全受付件数の1.9%、商品のうち第9位）、うち苦情件数は4,866件、受付内容では販売方法（45%）、契約解約（45%）、品質・機能（30%）、価格・料金（13%）、安全・衛生（9%）であった。危害発生の多いものとしてクロレラ、ローヤルゼリー、緑葉製品などがあげられており、中毒症状や皮膚症状を含む諸症状が報告されている。

最近、スポーツマンを購買層とした「スポーツ食品」「サプリメント」「栄養補助食品」等が健康食品売り場の一角を占めるようになってきている。健康のためスポーツをする人が増えている今日、このようなスポーツマン向け健康食品の市場は拡大することが予想されるが、その現状に関する資料はみあたらず、名称や定義、その有用性や利用方法についてまとめられたものもみられない。

本論文ではまず、近年スポーツ栄養学の分野で研究が進みつつあるNutritional Supplementsに関する知見をまとめ、わが国における「スポーツ食品」等の用語を整理検討し、スポーツマンを対象とした実態調査から「スポーツ食品」の利用状況、主要メーカーの資料から市場動向を探る。さらにスポーツマン向けの雑誌に掲載されている広告から「スポーツ食品」の販売実態を知り、今後の課題を考察しようとするものである。

## 2. スポーツマンの競技力向上とNutritional Supplements

競技力を向上させるには科学的・効果的なトレーニングが不可欠であるが、栄養はその効果を最大限に発揮させるために重要な鍵になっている。必要な栄養素が不足した状態では最大のトレーニング効果は期待できない。スポーツマンの栄養必要量に関する研究成果ならびに各選手の食事による栄養摂取量調査から、必要な栄養がとれない場合にDietary Supplements（栄養補給食品あるいは栄養補助剤）が使用される。スポーツドリンク、デキストリンなどの糖質補給液、プロテイン、ビタミン剤、ミネラル剤などがこのような用途のために開発されている<sup>5)</sup>。

これとは別に、Nutritional Ergogenic Aids（仕事を意味するギリシア語 ergonに由来する語で、仕事を助けるの意味）として利用されるさまざまな成分についても知られている。表1にその例を示す<sup>6)</sup>が、アミノ酸や酵素、カフェイン、ハーブ、鉱物などのほか、朝鮮人參やローヤルゼリーなど健康食品として市販されているさまざまなものがみられる。Ergogenic Aidsの競技力向上効果については、ある程度の研究データが公表されているものもあるが、多くは科学的根拠不明であり、使用するスポーツマンやその指導者の知識不足や一種の「信仰」によって利用されていることが多いのではないかと考えられる。

以上のように、Nutritional SupplementsはDietary SupplementsとNutritional Ergogenic Aidsとに大きく分けられ、両者は性格の異なるものであるから、栄養指導においては両者を区別して、その利用の仕方を考える必要があるといえる。しかし、現状ではSupplementsないしはErgogenic Aidsの名称で混同して取り扱われていることが多いことが指摘されている。

わが国においても事情は同様であり、厚生省では「スポーツ食品とは健康食品の一つの

表1 Ergogenic Aids の例

Product	Promoted Use
Inosine	Increase energy, strength and recovery
Carnitine	Increase endurance
Dibenzozide (cobalimides)	Steroid alternative ; increase stamina
Organic germanium	Increase oxygen transport ; strengthen immune system
Betaine	Lipolytic
Chromium picolinate	Anabolic, lipolytic
Boron	Anabolic
Citrulline	Anabolic
Ferulic acid	Anabolic, antioxidant, lipotropic, decrease fatigue
Succinates	Reduce lactic acid, maintain ATP production
Tryptophan/piperidine	Lipolytic
L-phenylalanine	Stimulant to increase noradrenaline production
Nicotinic acid	Anabolic
Pyridoxine HCL	Anabolic
Co-enzyme Q-10	Optimize ATP production to increase energy/endurance
Aspartates	Increase energy
Gamma linolenic acid, eicosapentaenoic acid	Steroid alternative ; increase energy/endurance
Ornithine, arginine, glycine, lysine	Anabolic
Branched chain amino acids (leucine, isoleucine, valine)	Anabolic ; increase recovery ; decrease muscle catabolism
Protein powder	Anabolic ; increase recovery ; decrease muscle catabolism
Arginine pyroglutamate/lysine	Anabolic
Mexican sarsaparilla root	Increase energy, recovery, anabolic, lipolytic, steroid alternative
Sterols	Anabolic
Ginseng	Increase energy and recovery ; decrease fatigue
Eleutherococcus senticosus	Increase energy and recovery ; decrease fatigue
Yohimbe bark	Steroid alternative ; increase energy
Gamma oryzanol	Anabolic ; lipotropic ; decrease energy
Guarana	Increase energy
Adrenal cortex extract	Increase energy
Potassium with herbs	Cure-all, do-all product
Chinese herbs	Cure-all ; increase energy, recovery time and weight loss

分類であり、特にスポーツ時に失われやすい栄養素や必要量が増す栄養素の補給を目的としたものである（厚生省新開発食品保健対策室）」として、Dietary Supplementsと考えられる解釈を示しているが、実際の市場ではスポーツマン向けの、体に良い健康食品として、「スポーツ食品」「サプリメント」「栄養補助食品」などの名称が混在し、明確な区別なく扱われている。

こうした状況をふまえて、本論文では「スポーツ食品」「サプリメント」「栄養補助食品」の用語を、同義として使用されていると考え、スポーツマンを対象として、競技力向上を謳って販売されている商品をすべて含めて考えることとし、一括して呼称する場合は「スポーツ食品」を用いることとした。

### 3. スポーツマンにおける「スポーツ食品」の利用状況

著者らは1988年に、大学、専門学校、高等学校の運動部所属学生、生徒526名を対象に栄養についての認識と食生活実態に関する調査<sup>7)</sup>を行ったところ、「ふだん食事以外にとっているもの」がある人は29%であり、男女差、学校差はみられなかった。摂取している「スポーツ食品」は表2のようであり、ビタミン剤、カルシウム、プロテイン、栄養ドリンクなどDietary Supplementに分類されるもののほか、カフェイン、ホルモン剤などのNutritional Ergogenic Aidsにあたるものもあげられていた。これらの「スポーツ食品」を複数とっている人も多く、ひとり当たりの平均摂取数は1.7種であった。

米国では502名のCommunity college studentsについて1991年に実施した調査結果<sup>8)</sup>が報告されている。それによれば、日常的にFood Supplementsを使用している人は37%であり、時々使用する人は25%、全く使用していない人は38%であったという。使用されていたFood Supplementsの内訳はビタミン剤、ミネラル剤、アミノ酸、ニンニク、アロエ、イースト、魚油などの製剤であり、日常的に使用している人では、使用していない人にくらべて「効用がある」と考えている人が多かったと報告されている。

表2 「スポーツ食品」をとっていたスポーツマンの  
人数と調査対象者に対する割合

スポーツ食品	人数 (%)
ビタミン剤	75 (11.8)
カルシウム剤	62 (9.8)
プロテイン	50 (7.9)
栄養ドリンク	40 (6.3)
カフェイン	18 (2.8)
ブドウ糖タブレット	11 (1.7)
ホルモン剤	7 (1.1)
鉄剤	5 (0.8)
食物繊維	3 (0.4)
カロリーメイト	3 (0.4)
ソルトタブレット	2 (0.3)
プルーン	2 (0.3)
その他*	37 (5.9)

\* アミノ酸、植物たんぱく質、レシチン、エメラルドグリーン、野菜の錠剤、ビトンハイなど。

#### 4. 「スポーツ食品」の市場動向

わが国では、1977年明治製菓がトレーニングジムなどのスポーツ施設において「スポーツ食品」としてプロテイン等の商品の販売を始めたことにより、健康食品の中で独立した存在になったと思われる。その後、1980年に明治製菓は“ZAVAS”のブランド名でプロテイン製品、デキストロースタブ等の小売を開始した。1985年には森永製菓が米国 Winder社との提携によりスポーツ食品市場に参入、大手2社がリードする形で店舗販売のスポーツ食品がスポーツマンに提供されるようになった。

この2社は従来から薬品、健康食品を製造販売しており、「スポーツ食品」はそれまでの薬局やデパートの健康食品売り場のほか、スポーツ施設、スポーツ店、「ミズノ」「アシックス」などのスポーツ関連品問屋などを通して販売されるようになる。また、スポーツ栄養に関する講習会、カウンセリング、図書の出版、競技会の協賛などが積極的に行われるようになった。

運動中の水分補給を速やかに行うことを目的としたスポーツドリンクについては、これよりやや早く、米国より「ゲータレード」が輸入され、その後国内の多数のメーカーが製品の開発、販売を始めた。大塚製薬より発売されたポカリスエットは運動時以外の脱水状態においても速やかに水分が補給できる飲料として、スポーツドリンクが日常的に、一般にも広く飲用される契機をつくったと思われる。今日では、消費者はさまざまなソフトドリンク類、健康志向飲料、スポーツドリンクを広く飲料としてとらえ、嗜好や飲用目的によって選択、飲用するようになってきていると思われる。

「スポーツ食品」はその市場をスポーツマンに特定している健康食品であるが、近年の健康志向によってスポーツ人口は急増しており、図3に示すように Nutritional supplements を要すると思われる①～④の競技者の裾野には、⑤「本格的にスポーツをする一般」から⑦「たまにスポーツをする人」までの大きな市場がある。これらの人にとって“スポーツをする人のための”健康食品は、差別化商品として購買意欲をそそるのではないかとと思われる。

「スポーツ食品」の販売は、通信販売などの無店舗販売および店舗販売により行われているが、その市場規模等については、店舗販売、無店舗販売ともによくわかっていない。

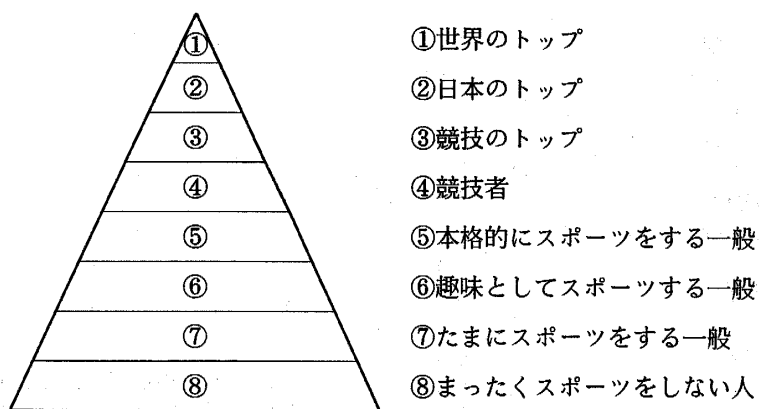


図3 スポーツ人口の構成

## 5. スポーツ雑誌の広告にみる「スポーツ食品」の販売実態

表3に示した各種スポーツ雑誌15誌、1993年9月～1994年8月の1年間に掲載された広告の中から「スポーツ食品」と思われる商品をピックアップし、記載されている内容等から次の項目について整理し、集計を行った。

- ①掲載月
- ②価格
- ③販売方法（店頭・通信販売）
- ④商品の形状
- ⑤販売対象（プロ・アマ）
- ⑥使用目的
- ⑦含有成分
- ⑧使用するタイミング

その結果は以下のものであった。

表3 調査対象雑誌

競技種目	雑誌名	出版社
陸上競技	月刊陸上競技	講談社
バレーボール	月刊バレーボール	ベースボールマガジン社
バスケットボール	月刊バスケットボール	日本文化出版
剣道	月刊剣道	スキージャーナル
柔道	近代柔道	ベースボールマガジン社
水泳	スイミングマガジン	ベースボールマガジン社
ソフトボール	ソフトボールマガジン	ベースボールマガジン社
バドミントン	バドミントンマガジン	ベースボールマガジン社
ボクシング	ボクシングマガジン	ベースボールマガジン社
ラグビー	ラグビーマガジン	ベースボールマガジン社
マラソン	ランナーズ	ランナーズ発行
野球・サッカー	Nunber	文芸春秋
卓球	卓球レポート	卓球レポート編集部
テニス	月刊テニスジャーナル	スキージャーナル
スキー	月刊スキージャーナル	スキージャーナル

## (1) 掲載広告数

15誌のうち、卓球レポート、月刊テニスジャーナル、月刊スキージャーナルの3誌には該当商品の広告は掲載されていなかった。これ以外の12誌の掲載広告数を表4にまとめた。1年間の総合計件数は1,765件であり、雑誌別ではボクシングマガジンが855件と最も多く、次いで近代柔道285件、ラグビーマガジン180件、スイミングマガジンおよびランナーズ114件であった。発行月別の比較では大きな違いはみられず、季節的な広告掲載数の変動はみられなかった。

表4 掲載広告数

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
月刊陸上競技	6	7	4	5	13	6	9	12	1	6	1	6	76
月刊バレーボール	3	9	0	7	0	1	0	13	0	6	0	1	40
月刊バスケットボール	0	7	0	1	6	1	7	1	0	0	3	0	26
月刊剣道	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
近代柔道	26	22	22	22	29	22	19	23	23	22	30	25	285
スイミングマガジン	8	8	8	11	19	8	12	10	0	10	9	11	114
ソフトボールマガジン	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	14
バドミントンマガジン	0	0	0	2	4	0	0	1	0	0	0	0	7
ボクシングマガジン	65	71	68	74	72	72	75	57	88	81	67	65	855
ラグビーマガジン	15	5	8	17	5	11	22	11	32	15	25	14	180
ランナーズ	7	21	9	5	3	3	10	16	18	9	8	5	114
number	1	0	0	0	0	0	3	1	0	0	0	0	5
合 計	137	155	124	149	157	129	162	150	167	154	148	133	1765

## (2) 商品価格

商品価格が記載されていたものは1,685件、(総件数の95%)であった。その内訳は表5のように、多くの商品が1,000円～1万円であり、3,000円台のものが395件(22.3%)でもっとも多かった。最小価格は100円、最大は19,000円であり、1万円以上の商品は30件みられたが、そのうち16件がボクシングマガジンに掲載されたものであった。

表5 商品価格別広告件数

	100円未満	100円～499円	500円～999円	1000円～1999円	2000円～2999円	3000円～3999円	4000円～4999円	5000円～9999円	10000円～14999円	15000円以上
月刊陸上競技	0	10	4	19	1	14	1	15	5	1
月刊バレーボール	0	3	0	7	5	10	2	3	0	1
月刊バスケットボール	0	2	0	5	7	4	2	2	0	0
月刊剣道	0	1	0	0	0	12	12	24	0	0
近代柔道	0	4	0	12	38	17	37	167	0	0
スイミングマガジン	0	4	0	0	14	37	24	33	0	0
ソフトボールマガジン	0	0	0	12	0	0	0	0	0	0
バドミントンマガジン	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0
ボクシングマガジン	0	0	0	68	156	227	167	218	4	12
ラグビーマガジン	0	12	0	11	12	53	42	23	0	0
ランナーズ	0	14	4	23	6	21	10	20	5	2
number	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
合 計	0	54	8	157	239	395	297	505	14	16



## (3) 販売方法

商品の広告に記載されていた販売方法を表6にまとめた。通信販売・店頭販売の併用がもっとも多く1,280件(72.5%)、通信販売のみのものは224件(12.7%)であり、店頭販売のみで売られているものは20件(1.1%)と少なかった。また、販売方法の記載がみられなかったものが241件(13.7%)みられた。

表6 販売方法別広告件数

	通信販売	店頭販売	通販・ 店頭販売	記載なし
月刊陸上競技	32	0	8	36
月刊バレーボール	2	3	11	24
月刊バスケットボール	0	13	10	3
月刊剣道	0	0	48	1
近代柔道	48	3	218	16
スイミングマガジン	0	0	103	11
ソフトボールマガジン	2	0	12	0
バドミントンマガジン	0	0	2	5
ボクシングマガジン	97	0	757	1
ラグビーマガジン	0	0	84	96
ランナーズ number	43 0	0 1	27 0	44 4
合 計	224	20	1280	241

## (4) 商品の形状

商品の形状が記載されていたものは1,155件(65.4%)であり、錠剤(521件, 29.5%)、粉末(384件, 21.8%)、液体または飲料タイプ(120件, 6.8%)のものが多くみられた。そのほかはカプセル、葉、ゼリー、固形であった(表7)。

表7 商品の形状別広告件数

	粉末	固形	液体	錠剤	カプセル	ゼリー	葉	記載なし
月刊陸上競技	15	6	15	15	0	11	0	14
月刊バレーボール	9	0	2	26	0	1	0	2
月刊バスケットボール	8	1	2	14	0	0	0	1
月刊剣道	24	1	0	24	0	0	0	0
近代柔道	134	0	5	97	0	0	0	49
スイミングマガジン	20	2	34	20	0	5	9	24
ソフトボールマガジン	0	0	2	0	0	0	12	0
バドミントンマガジン	0	1	0	0	50	3	0	3
ボクシングマガジン	115	7	13	262	0	0	0	408
ラグビーマガジン	39	1	8	43	0	3	1	85
ランナーズ number	20 0	2 0	34 5	20 0	0 0	5 0	9 0	24 0
合 計	384	21	120	521	50	28	31	610

## (5) 販売対象

「プロ（上級者）用」と対象を特定している商品は73件（7種）と少なく，そのうちのほとんどがボクシングマガジンにみられた（表8）。全体の96%の商品は対象が明記されておらず，スポーツマン全般を販売対象としている商品がほとんどであることが分かった。

表8 販売対象別広告件数

雑 誌 名	プロ	全般	プロ（上級者）向けとされていた商品例（商品名）
月刊陸上競技	0	76	・チャンピオン・アスリートチョイス
月刊バレーボール	0	40	
月刊バスケットボール	0	26	・パワープロテイン1000（プロフェッショナルタイプ）
月刊剣道	0	49	・ニュードクター・マッスルビルダー
近代柔道	0	285	
スイミングマガジン	2	112	・パワープロテイン（プロフェッショナルタイプ）
ソフトボールマガジン	0	14	・パワープロテイン・スーパータブレット
バドミントンマガジン	0	7	
ボクシングマガジン	65	790	（プロフェッショナルタイプ）
ラグビーマガジン	5	175	・モリヤプロテイン
ランナーズ	1	113	
number	0	5	・プロテイン・スーパータブ900
合 計	73	1692	（プロフェッショナルタイプ）

## (6) 使用目的

使用目的が記載されていたものは1,028件（58.2%）であり，表9に示したように，筋力アップがもっとも多く398件，続いてビタミンC補給，減量，ウェイトアップ，カルシウム補給，エネルギー補給，持久力アップ，鉄分補給などであった。

記載されていた使用目的は競技種目により異なる傾向がみられた。筋力アップや減量は，近代柔道，ラグビーマガジン，ボクシングマガジンに多く，ウェイトアップはスイミングマガジン，ラグビーマガジンに多かった。ランナーズでは持久力アップやエネルギー補給を目的としたものが多かったが，この傾向については月刊陸上競技も同様であった。

表9 記載されていた使用目的

使用効果	件数 (%)
筋力アップ	398 (38.7)
ウェイトアップ	69 ( 6.7)
減量	74 ( 7.2)
体づくり	33 ( 3.2)
持久力アップ	44 ( 4.3)
栄養バランスを整える	32 ( 3.1)
集中力・記憶力等アップ	19 ( 1.8)
エネルギー補給	58 ( 5.6)
(複合)ビタミン補給	23 ( 2.2)
ビタミンB補給	6 ( 0.6)
ビタミンC補給	83 ( 8.1)
カルシウム補給	64 ( 6.2)
鉄分補給	39 ( 3.8)
その他	86 ( 8.4)
合 計	1,028 (100)

## (7) 含有成分に関する記載

広告に含有成分が記載されていたものは328件(18.6%)にすぎなかった。月刊陸上競技, ランナーズでは広告の半数以上に成分の記載があったが, それ以外では記載のない割合が多かった(図4)。

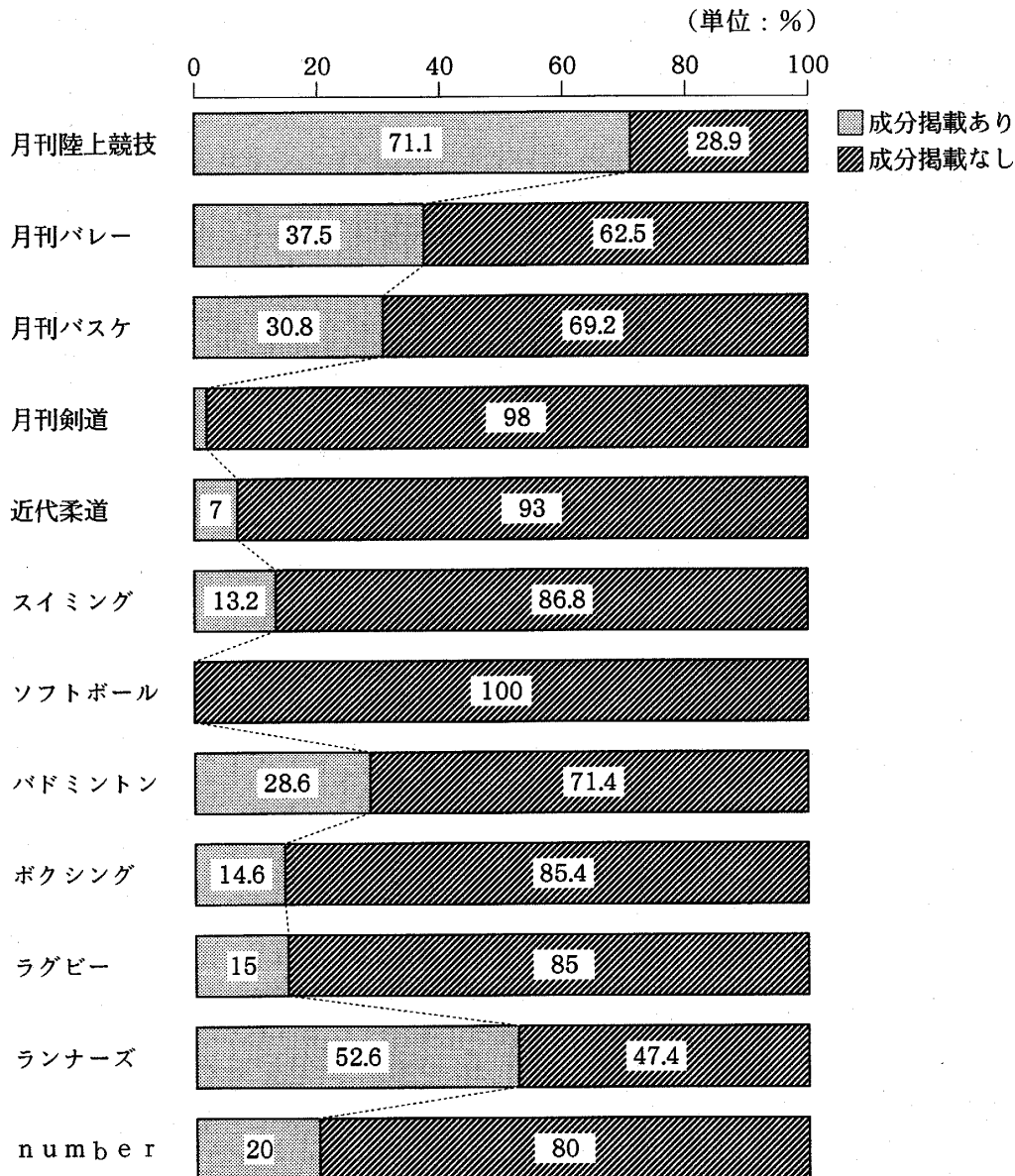


図4 成分掲載広告件数

記載されていた成分の内容を表10にまとめた。ビタミン類がたいへん多く, 中でもビタミンB<sub>1</sub>, B<sub>2</sub>が多くみられた。次にたんぱく質, カルシウム, 鉄, ミネラルなどの栄養素が多かった。含有成分が栄養素ではなく, ergogenic aids と思われるものには, レシチン, DNA, SOD, オクタコサノール, スクアレン, ロイヤルゼリー, アスパラサスがみられたが, これらの成分が記載されていた件数は少なかった。

表10 含有成分に関する記載内容

栄養素					
たんぱく質	149件	ミネラル	69	ビタミン	133
アミノ酸	28	灰分	1	ビタミンA	35
アルギニン	9	カルシウム	80	ビタミンB	185
BCAA	1	鉄	69	ビタミンC	68
脂質	2	ナトリウム	1	ビタミンD	35
脂肪酸	2	食塩	4	ビタミンE	35
リノール酸	1	ヨード	7	ビタミンB <sub>1</sub>	61
DHA	2	カリウム*	2	ビタミンB <sub>2</sub>	57
糖質	20	マグネシウム*	1	ビタミンB <sub>6</sub>	30
炭水化物	2	銅*	1	ビタミンB <sub>12</sub>	27
果糖	7	亜鉛*	1	ビタミンB群	10
ブドウ糖*	2	マンガン*	1	βカロチン	10
マルトース*	1	CPP	1	ナイアシン	21
デキストリン*	3			ナイアシンアミド	7
乳糖*	3			葉酸	14
オリゴ糖*	1			パントテン酸	4
				ビタミンF	2
				ビタミンP	7
その他					
シチレン	13				
コラーゲン	7				
DNA	7				
スクアレン	2				
クエン酸	14				
ロイヤルゼリー*	2				
オクタコサノール*	3				
アスパラサス*	1				
CCP	1				

\* ランナーズのみ掲載されていたもの

## (8) 使用するタイミング

「スポーツ食品」を使用（摂取）するタイミングについては特に明記されていないものがほとんどであった。記載されていた商品85件（4.8%）の中ではスポーツ前、スポーツ中とするものが多くみられ、使用目的別にみると筋力アップ、ウェイトアップ、エネルギー補給を目的としたものに多かった。食事時に摂取するとしているものは6件と少なかった（表11）。

表11 使用するタイミング（使用方法）および使用目的

使用 方 法	件数	使 用 目 的	件数
食事に	6	カルシウム補給	1
		持久力アップ	3
		栄養バランスを整える	2
スポーツ前	28	筋力アップ	12
		ウェイトアップ	12
		減量	4
スポーツ前・中	1	エネルギー補給	1
スポーツ前・中・後	1	エネルギー補給	1
スポーツ前・中、試合中	1	エネルギー補給	1
スポーツ前・後	1	エネルギー補給	1
		栄養バランスを整える	
スポーツ前・後、試合前	4	エネルギー補給	4
スポーツ中	28	エネルギー補給	7
		エネルギー補給, 集中力・記憶力等の能力アップ	1
		持久力アップ	6
		体づくり	1
		吸収が早い	2
		(複合) ビタミン補給	1
		(複合) ビタミン補給, 持久力アップ, 吸収が早い	10
試合前	6	エネルギー補給	4
		ビタミンC補給	2
試合後	1	エネルギー補給	1
試合中	8	筋力アップ	2
		持久力アップ	3
		記載なし	3

## (9) まとめ

以上の結果から、今日、各種スポーツ雑誌には多数の「スポーツ食品」広告が掲載されており、栄養補給のほかに栄養成分以外の成分を含有する商品もみられ、健康食品と重なり合う商品も少なくないと思われた。使用目的が記載されていたものは全体の58.2%であり、栄養成分補給のほか筋力、持久力などの向上をうたったものがみられたが、商品の含有成分を記載しているものは全体の18.6%に過ぎなかった。

このように、含有成分の記載がない商品が多数あったことから、ほとんどの商品については店頭などに出向いて実際に商品とその表示を見なければ含有成分に関する情報を得ることができず、使用目的にうたわれている「有効性」にひかれて通信販売で購入するという状況が少なくないのではないかと想像される。

使用目的にうたわれている「有効性」についても科学的根拠は曖昧なものが多いと思われたが、本調査は雑誌広告に記載された内容についてみたものであり、今後さらに、実際の商品について、含有成分、使用方法、有効性の表示内容をあわせて検討していく必要があると思われた。

## 6. 今後の課題

健康志向の高まりとともにスポーツ人口も増大しており, 従来の健康食品のみならず「スポーツ食品」の市場もますます大きくなることが予想されるが, 「スポーツ食品」についての認識や健康食品との境界など曖昧なまま商品の販売が先行していくことが懸念される。

「スポーツ食品」を購入, 摂取したスポーツマン(競技者)に, 使用した商品の欠陥や使用方法の誤りによる被害が発生すれば, それまでに培った競技力や体力が低下し, 選手生命を脅かすことにもなりかねない。また最近では, こうした商品の使用が高校生・中学生にまで及び, その使用にともなって健全な食事習慣が崩壊する例もでており, 何らかの対策を必要とする時期にきていると思われる。

健康食品については厚生省の指導により, 昭和60年に(財)日本健康食品協会(現在(財)日本健康・栄養食品協会)が設立され, 製品の規格基準の設定および認定・登録, 有用性などの表示の基準が整備されてきており, 消費者が購入・使用する際にめやすになる情報が提供されつつある。「スポーツ食品」についてもこのような制度上の整備が, 混乱を回避するために必要になってきているものと思われる。

スポーツマンにおける栄養補給の必要性の有無やその方法に関する科学研究の推進も早急に進めなければならない課題である。スポーツ栄養学についての関心はようやく高まってきたばかりであるが, 今後, 基礎的な実験研究とあわせて実践的な調査研究が実施され, 科学的な根拠に裏づけされた栄養補給の指導や製品の開発が行われなければならない。Ergogenic Aidsの開発についても同様である。

さらに, これらの知識の普及・教育が充実されることが必要と考えられる。スポーツ時の栄養や食事について, 栄養学の基本的な知識とあわせて学校教育・社会教育の場で広く教育が行われることが, これからの健康志向の時代には必須となるであろう。

## 引用文献

- 1) 中嶋茂: 機能性食品を考える, 栄養・食生活情報 1, (3), 28 (1987)
- 2) (財) 日本健康・栄養食品協会: JHFAマーク表示許可製品一覧 (1995)
- 3) (財) 日本健康・栄養食品協会: 健康食品の市場規模の推計 (1994)
- 4) 国民生活センター: 消費生活年報1994, 142-189, 89-125 (1994)
- 5) Burke, L. M. and Read, R. S. D.: Dietary supplements in sport, Sports Medicine, vol. 15, 43-65 (1993)
- 6) Lightsey, D. M.: Deceptive tactics used in marketing purported ergogenic aids, Nat. Str. Cond. Ass. J., vol. 14, 26-31 (1992)
- 7) 金子佳代子, 三浦あゆみ, 太田和子, 高橋裕美, 伊藤孝: 運動部所属学生・生徒の栄養についての認識と食生活の実態, 横浜国立大学 教育紀要, 第35号, 235-243, (1995)
- 8) Eldridgel, A. L. and Sheehan, E. T.: Food supplement use and related beliefs: survey of community college students, J. Nutr. Educ., vol.26, 259-265 (1994)