

S09 ダイエット商品のクチコミ評価要因の探索—不健康な利用を防ぐには？

香西希 早見直美（大阪市立大学生活科学部）

研究背景

- 健康食品による健康被害は10~30代女性の瘦身目的の利用、インターネットを介して購入した商品で多く報告されている[1]
- 20~30代女性は瘦身目的で健康食品を購入する際に「ランキング・クチコミ」を重要視する傾向にある[2]
- 瘦身目的で健康食品を利用する者は他の目的の者に比べて情報収集にインターネットの選択率が高く、クチコミサイトやメーカー・販売店のサイトやブログから情報を得ている者の割合が高い[2]

若年女性はクチコミを見て不健康なダイエットにはしりやすいのではないかな？

研究目的

ダイエット商品（健康食品）のクチコミ評価に影響を与えている要因を探索し、
ダイエット商品に対するリテラシーの向上と誤った利用の予防啓発につなげる

◆ 研究の展開

「ダイエット商品の不健康な利用」を…

- 副作用が存在する（下痢、吐き気、頭痛など）
- 短期間に急激な減量(1カ月に体重の5%以上減量など)と定義する。

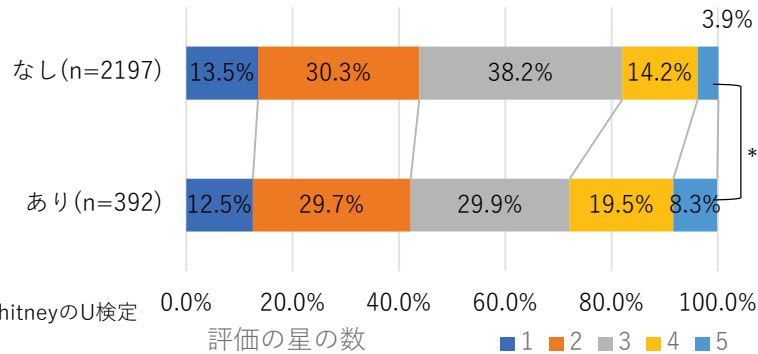
「副作用」と「短期間での急激な減量」が認められるクチコミの評価の構成要素や特徴を明らかにする。

◆ 使用するデータ

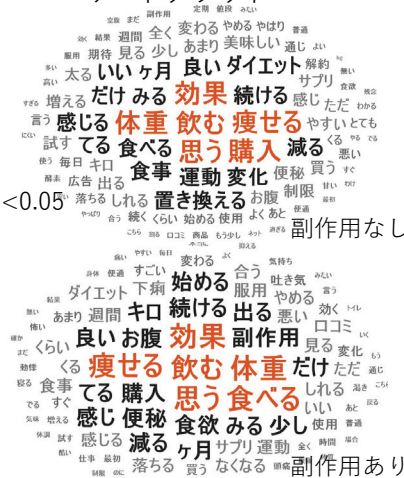
2018年1月1日~12月31日にダイエットカフェへサプリ・食品・ドリンクについて投稿された20~39歳女性の口コミ(n=2589；サプリn=1757、食品n=85、ドリンクn=747) (株式会社T.M.Community様提供の「ダイエット口コミデータセット」を利用した。) 統計解析にはIBM SPSS 27.0、ワードクラウド等の質的解析はNvivoを使用した。

◆ 結果：副作用の有無別の評価とクチコミ内容

副作用の有無別に見た評価の星の数



副作用の有無別に見たクチコミ内容のワードクラウド



◆ 結果：重回帰式を用いた副作用の有無別の評価の構成の違い

- 副作用なし群 評価の星の数 = 2.951 + (-0.217) × 体重変化量 + (-0.989) × クチコミタグ「トラブル」 + (-0.023) × 使用前BMI + 0.117 × クチコミタグ「飲み方・飲むタイミング」
 - 副作用あり群 評価の星の数 = 2.473 + (-0.167) × 体重変化量
- ⇒副作用なし群は体型が考慮され同じ体重変化量でも肥満傾向のほうが効果を感じにくいことや商品への期待値が異なることが考えられる。一方で副作用あり群では体型が考慮されない。

◆ 今後の進め方

① 副作用について

- 「副作用」タグが付いていないクチコミにも潜在的に副作用に関する内容が含まれているのではないかな？
- ワードクラウドの結果で頻出している語句から該当するクチコミを抽出
- 「やせ」「普通」「肥満」で副作用のとらえ方に対する違いはないかな？
- 体格区分によって頻出語句や評価基準が異なるのでは？
- 副作用を好意的にとらえていることはないかな？

② 短期間での急激な減量

低栄養リスクが高いとされる体重減少率	1ヶ月	3ヶ月	6ヶ月
体重の5%以上	体重の7.5%以上	体重の10%以上	[3]

- 全体に占めるリスクが高い減量のケースの割合を明らかにする。
- それらのケースのクチコミの構成要素および特徴を明らかにする。

③ ①②で該当する商品について

- どのような情報を発信しているのか
- 表記や表現が過度なものはないか

結果を基にSNS・動画配信サービスで情報を発信してはどうだろうか？

参考文献

- [1]小林 悦子、佐藤 陽子、梅垣敬三、千葉剛「健康食品による被害未然防止のための注意喚起情報の収集および解析」食品衛生学雑誌、vol59、No2、p93-98(2018)
[2]消費者委員会「消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査（アンケート調査）(2012)」 [3]厚生労働省「栄養改善について」 p21

⇒副作用あり群は評価が高い傾向にあるが、クチコミの内容に不健康な状態を連想させる語句が見られる