

令和7年度健康食品試買調査結果

－健康食品の不適正な表示、広告にご注意ください－

東京都では、健康食品による健康被害を未然に防止するため、法令違反の可能性が高いと思われる健康食品を販売店やインターネット通信販売などで購入し、調査を行っています。

このたび、令和7年度の調査結果を取りまとめましたのでお知らせします。

1 調査結果の概要

(1) 表示・広告の検査結果(詳細は別紙参照)

- 都が購入した健康食品の94%(125製品中118製品)*に不適正な表示、広告を発見しました。

*本調査は、これまでの試買調査で得られた知見を踏まえ、違反の可能性が高いと判断した製品を購入・検査した結果であり、健康食品市場全体の違反率を示すものではありません。

- 健康食品の不適正な表示、広告として「疲労回復」「免疫力アップ」など医薬品的な効能効果の標ぼうや「頭髮の悩みを根本から改善する」「化学物質・汚染物質・添加物・ウイルス・細菌などを吸着し体外に排出」など優良誤認に該当するおそれのある表示等がありました。

(2) 6製品から医薬品成分を発見*

都が購入した健康食品のうち、医薬品成分又は専ら医薬品成分に該当する成分等の含有が疑われる製品を発見しました。(検出成分：タダラフィル、シルデナフィル、ジクロフェナク、アシュワガンダ)

*医薬品成分を含有する製品の発見については、東京都健康安全研究センターホームページで情報提供しています。

<令和7年度 無承認医薬品発見情報：アシュワガンダ含有>

https://www.tmiph.metro.tokyo.lg.jp/kj_shoku/kenkounavi/m20251007/



<令和7年度 無承認医薬品発見情報：シルデナフィル等含有>

https://www.tmiph.metro.tokyo.lg.jp/kj_shoku/kenkounavi/m20251205/



2 事業者の指導と情報の提供

不適正な表示、広告を行った事業者等に対しては、改善指導等を行っています(都が直接指導又は他の自治体に通報等を行っています)。

【問合せ先】

(健康食品試買調査関係)

東京都健康安全研究センター
企画調整部健康危機管理情報課
電話：03-3363-3472

(景品表示法関係・特定商取引法関係)

生活文化局
消費生活部取引指導課
電話：03-5388-3068

【都民のみなさまへ】

- 今回の調査の結果、健康食品に不適正な表示、広告（医薬品的な効能効果の標ぼうや根拠がない表示等）がありました。
- 健康食品の利用の前には、表示、広告をよく確認してください。
- 健康食品の正しい利用に関する情報をぜひご覧ください。

◆ 健康食品啓発動画「あなたは大丈夫？サプリメントとの付き合い方」

サプリメントの使用を医師・薬剤師に伝えましょう！

体調の変化を感じたら、すぐに使用をやめて、医療機関へ！

<https://tokyodouga.metro.tokyo.lg.jp/wbicqy37fri.html>



ニャプリ

ウサプリ

健康食品啓発キャラクター

◆ 東京都のホームページ「健康食品ナビ」

健康食品に関する最新情報を紹介しています。

https://www.tmiph.metro.tokyo.lg.jp/kj_shoku/kenkounavi/



◆ 普及啓発用パンフレット「健康食品ウソ？ホント？」

健康食品を安全に利用するために必要な基礎知識を紹介しています。

https://www.tmiph.metro.tokyo.lg.jp/kj_shoku/kenkounavi/kouhoumat/usohonto-2/



◆ 若者向けホームページ「磨け！選択眼 サプリは魔法のくすりじゃない」

歌って、踊って、楽しく、正しく、選択できる眼を磨こう！

健康食品を適正に利用するためのヒントを紹介します！

https://www.hokeniryo1.metro.tokyo.lg.jp/shokuhin/sentaku_gan/2020.html



1 実施期間

令和7年5月から令和8年3月まで

2 調査製品

法令違反の可能性が高いと思われる製品を、健康食品売場等の販売店で36製品、インターネット等の通信販売で89製品、合計125製品を購入し、調査した。

3 表示、広告検査結果

(1) 食品の表示、広告に関する主な規定事項

食品表示法：食品表示基準（品質事項・衛生事項・保健事項・その他）の遵守

食品衛生法：食品、添加物等に関する基準の遵守

健康増進法：健康の保持増進効果等に関する虚偽・誇大な表示の禁止

医薬品医療機器等法（医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律）：

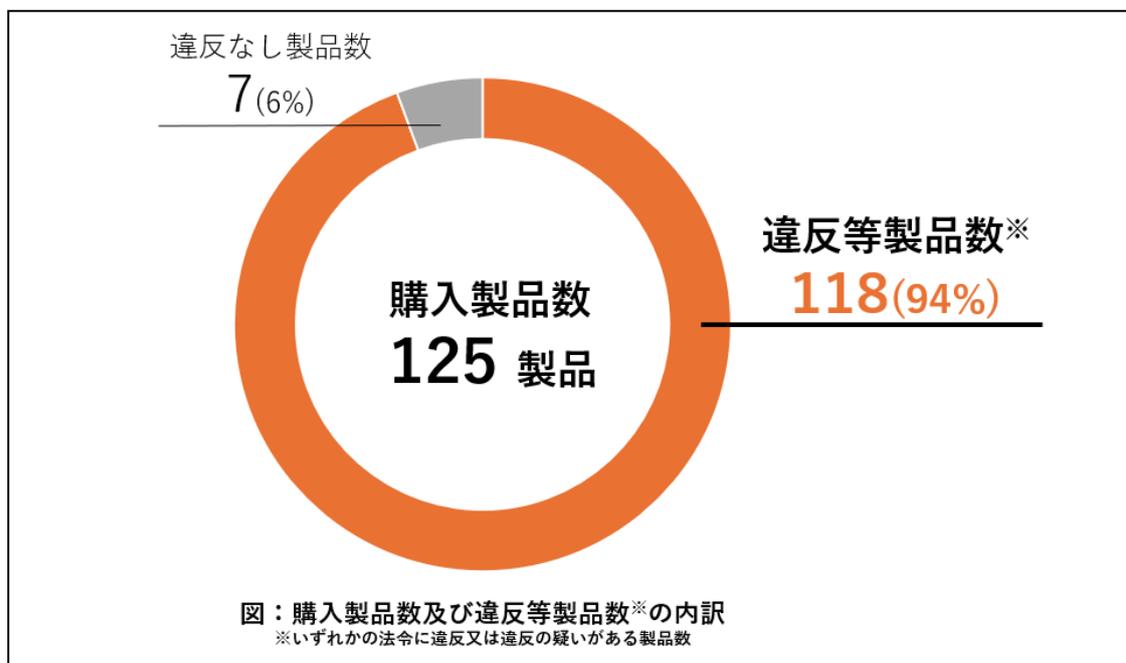
医薬品的効能効果等の標ぼうの禁止

景品表示法（不当景品類及び不当表示防止法）：優良誤認、有利誤認等不当表示の禁止

特定商取引法（特定商取引に関する法律）：広告規制の遵守

(2) 違反等製品数

都が購入した健康食品の94%（125製品中118製品）に不適正な表示、広告が見られた（図）。



注）法令違反の可能性が高いと思われる健康食品を購入

(3) 購入方法別製品数内訳（表1）及び法令別違反又は違反の疑いがある製品数の内訳（表2）

（表1）購入方法別製品数内訳 ※違反等製品数：いずれかの法令に違反又は違反の疑いがある製品数

製 品 群	全 体		販売店購入製品		インターネット等 購入製品	
	購入 製品数	違反等 製品数※	購入 製品数	違反等 製品数※	購入 製品数	違反等 製品数※
美白、美容、美肌	15	15	5	5	10	10
痛み・炎症の緩和	6	4	2	0	4	4
骨・筋力サポート	5	5	1	1	4	4
ダイエット効果	12	11	2	1	10	10
抗糖化・エイジングケア	15	14	1	0	14	14
男性機能向上	26	24	14	12	12	12
女性向け	4	4	0	0	4	4
免疫力増強	16	16	4	4	12	12
脳機能改善	6	6	2	2	4	4
育毛・発毛	3	3	0	0	3	3
健康茶	8	7	5	4	3	3
視力回復	5	5	0	0	5	5
その他	4	4	0	0	4	4
合 計	125	118	36	29	89	89

（表2）法令別違反又は違反の疑いがある製品数の内訳

製 品 群	違反又は 違反の疑い がある 製品数	法令別の内訳※								
		食 品 表 示 法				食 品		健 康	医 薬 品	景 品
		品 質 事 項	衛 生 事 項	保 健 事 項	そ の 他	衛 生 法	増 進 法	医 療 機 器 等 法	表 示 法	取 引 法
美白、美容、美肌	15	1	6	4	0	0	2	13	6	6
痛み・炎症の緩和	4	1	1	2	0	0	0	4	3	0
骨・筋力サポート	5	2	3	3	0	0	0	4	5	2
ダイエット効果	11	1	4	3	1	0	0	6	5	6
抗糖化・エイジングケア	14	2	5	2	0	1	0	11	9	8
男性機能向上	24	7	9	7	1	1	0	11	10	2
女性向け	4	1	1	2	1	1	0	2	2	1
免疫力増強	16	5	6	7	2	0	5	14	6	6
脳機能改善	6	1	2	4	0	0	1	6	2	2
育毛・発毛	3	0	2	1	0	1	0	2	1	1
健康茶	7	1	3	0	3	0	0	7	2	2
視力回復	5	0	1	1	0	0	1	4	0	3
その他	4	0	2	1	0	0	0	1	3	3
合 計	118	22	45	37	8	4	9	85	54	42

※ 複数の法令に違反又は違反の疑いのあるものは、各々計上しているため、各製品群の法令別内訳の合計は、違反又は違反の疑いがある製品数とは一致しない。

(4) 法令で義務付けられている表示にかかる不適正な事例（表3）

（表3）法令で義務付けられている表示にかかる不適正な事例

【食品表示法上、容器包装の表示にかかる不適正な事例】

- ・ 原材料と添加物が明確に区分されていなかった。
食品衛生法で既存添加物とされており、添加物として表示が必要な物質を、原材料に混在して表示していた。
- ・ 原料原産地が表示されていなかった。
加工食品の重量順第一位の原材料に原料原産地表示がなかった。
- ・ 表示が欠落していた。
容器包装に一括表示がなかった。
- ・ 内容量が欠落していた。
一括表示中の内容量表示がなかった。
- ・ 栄養成分表示が正しく表示されていなかった。
「栄養成分表示」と表示するべきものを、「栄養成分」「栄養成分表」などと正しく表示されていなかった。
「ビタミンE配合」と補給ができる旨の栄養強調表示をしているが、ビタミンEの栄養成分表示がなかった。

【特定商取引法上、通信販売広告等の表示にかかる不適正な事例】

- ・ 広告に表示が必要な事項が明確に表示されていなかった。
インターネット通販の広告画面において表示が義務付けられている、送料、返品や解約に関する事項、事業者の正式名称や電話番号が、わかりやすく表示されていなかった。
- ・ 最終確認画面に表示が必要な事項が適正に表示されていなかった。
インターネット通販の最終確認画面（注文を確定する画面）において表示が義務付けられている、返品や解約に関する事項、商品の引渡回数や時期が、容易に確認できるように表示されていなかった。

注）これらの事例は、紹介した以外の法令にも抵触する可能性があります。

(5) 製品についての不適正な表示・広告の事例（表4）

（表4） 製品についての不適正な表示・広告の事例

【健康増進法上、健康保持増進効果等の虚偽誇大表示に該当するおそれのある表示の事例】

○著しく事実と相違する又は人を誤認させるおそれのある表示

（例）

- ・製品同封の広告に、「花粉症が治まった」「血糖値が下がった」「血圧が下がった」「がんが改善」等と、当該製品を摂取することで健康保持増進効果について著しく誤認を与える表現をしていた。

【景品表示法上、消費者の自主的かつ合理的な商品選択を阻害するおそれのある表示の事例】

○優良誤認に該当するおそれのある表示

- ・客観的な実証のない場合など、その商品が他社の商品よりも優れているかのように消費者の誤認を招くおそれのある表示を行っていた。

（例）

「○○ランキング No.1」「ユーザー満足度 98%」等

○ステルスマーケティングに該当するおそれのある表示（消費者が事業者の表示であることを判別することが困難であるおそれのある表示）

（例） 以下のような表示について、事業者の表示であることが明瞭になっていなかった。

（注記や「PR」等の表示なし）

- ・「お客様の声」等として、商品に関する消費者の体験談を掲載していたが、寄せられた体験談の中から無作為抽出したのではなく、好意的な評価をしているものを恣意的に抽出したものであった。（抽出・編集した旨の記載なし）
- ・「広告・雑誌で取り上げられた」等と表示していたが、事業者自らが広告として掲載を依頼したものであった。

【医薬品医療機器等法上、医薬品とみなす標ぼうの事例】

○医薬品として承認を得たものではないにもかかわらず、医薬品的効能効果を標ぼうしていた。

- ・疾病の治療又は予防を目的とする効能効果

（例）

「動脈硬化の予防」「生活習慣病の予防」「風邪予防」「認知症予防」

「かゆみ改善」「抗アレルギー」「抗炎症」「発毛」

- ・身体の組織機能の一般的増強・増進を主たる目的とする効能効果

（例）

「疲労回復」「免疫力アップ」「サーチュイン遺伝子の活性化」

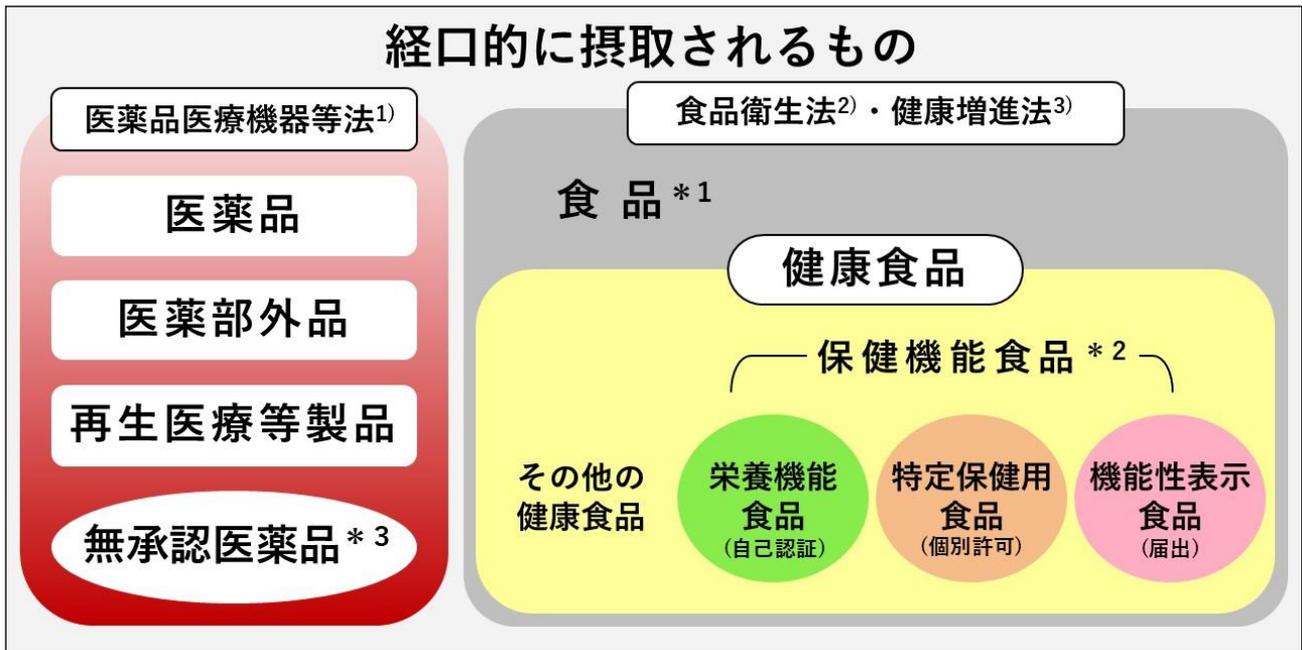
「血液浄化」「記憶力アップ」「細胞再活性化」

注）これらの事例は、紹介した以外の法令にも抵触する可能性があります。

【健康食品とは】

「健康食品」と呼ばれるものについては、法律上の定義はなく、「医薬品以外で経口的に摂取される、健康の維持・増進に特別に役立つことをうたって販売されたり、そのような効果を期待して摂られている食品全般を指す。（令和 6 年 8 月 23 日付厚生食監発 0823 第 4 号、医薬監麻発 0823 第 1 号厚生労働省健康・生活衛生局食品監視安全課長、同省医薬局監視指導・麻薬対策課長連名通知）」

【参考】



1) 医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和 35 年法律第 145 号）

2) 食品衛生法（昭和 22 年法律第 233 号）

3) 健康増進法（平成 14 年法律第 103 号）

* 1 食品とは、すべての飲食物をいう。ただし、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律に規定する医薬品、医薬部外品及び再生医療等製品は、これを含まない。（食品衛生法第 4 条第 1 項）

* 2 保健機能食品

国が定めた安全性や有効性に関する基準など一定の条件を満たした食品をいい、国の許可等の有無や食品の目的、機能等の違いによって、「栄養機能食品」と「特定保健用食品」及び「機能性表示食品」に分類される。

* 3 無承認医薬品

いわゆる健康食品において医薬品成分を含むものは医薬品とみなされ、厚生労働大臣の承認を受けることなく製造販売されたものを販売・授与等することが禁止されている。（医薬品医療機器等法第 55 条第 2 項）