

令和 5 年度健康食品試買調査結果

－都が購入した健康食品の 84%に不適正な表示、広告を発見－

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 5 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 84%(125 製品中 105 製品)に不適正な表示、広告を発見しました。
- 健康食品の不適正な表示、広告として「感染症予防」、「脳を若返らせる」など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。

(2) 3 製品から医薬品成分を検出※

都が購入した健康食品のうち、1 製品からタダラフィルを、2 製品からシルデナフィル(そのうち 1 製品からはアセトアミノフェンも検出)を検出しました。

※医薬品成分の検出については、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。

https://www.tmiph.metro.tokyo.lg.jp/kj_shoku/kenkounavi/news/m20230719/



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：03-3363-3463

(景品表示法関係・特定商取引法関係)

生活文化スポーツ局
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。

◆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.hokeniryo.metro.tokyo.lg.jp/anzen/kenko_shokuhin/sentakugan-top.html



令和 5 年度健康食品試買調査結果 (令和 6 年 3 月 2 6 日現在)

1 実施期間

令和 5 年 5 月から令和 6 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 44 製品、インターネット等の通信販売で 81 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

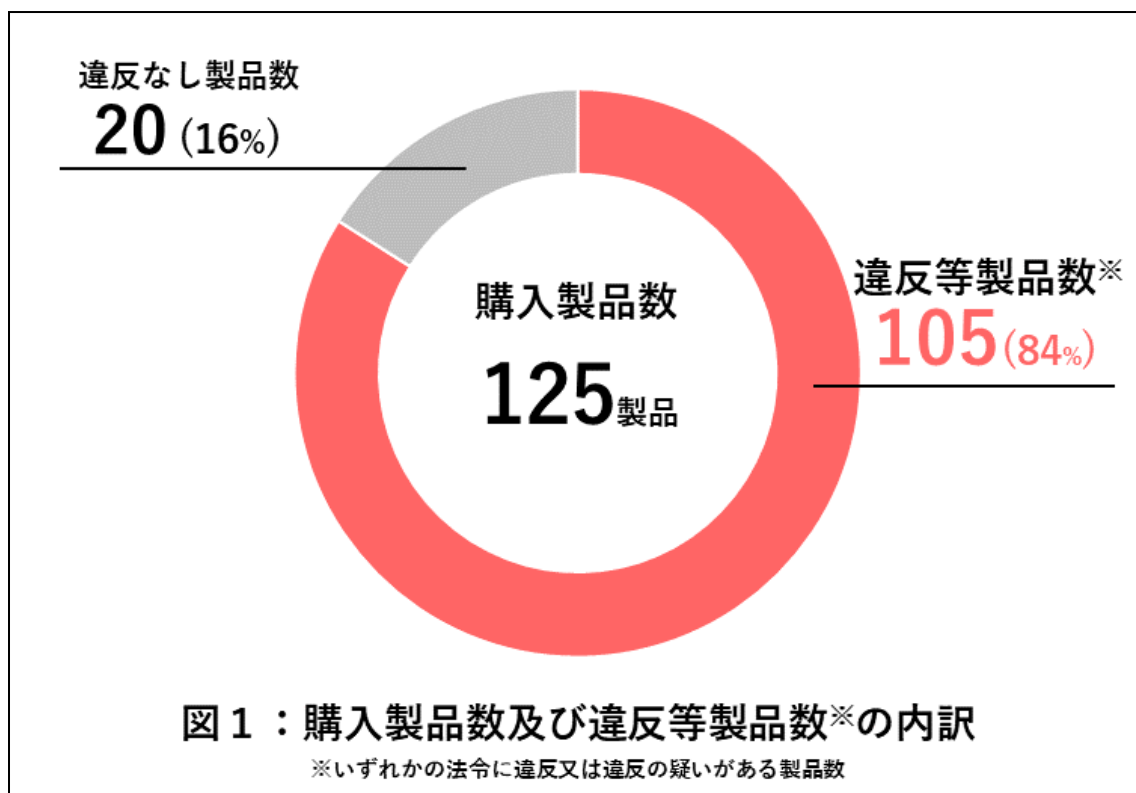
医 薬 品 医 療 機 器 等 法（医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律）：医薬品の効能効果等の標ぼうの禁止

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

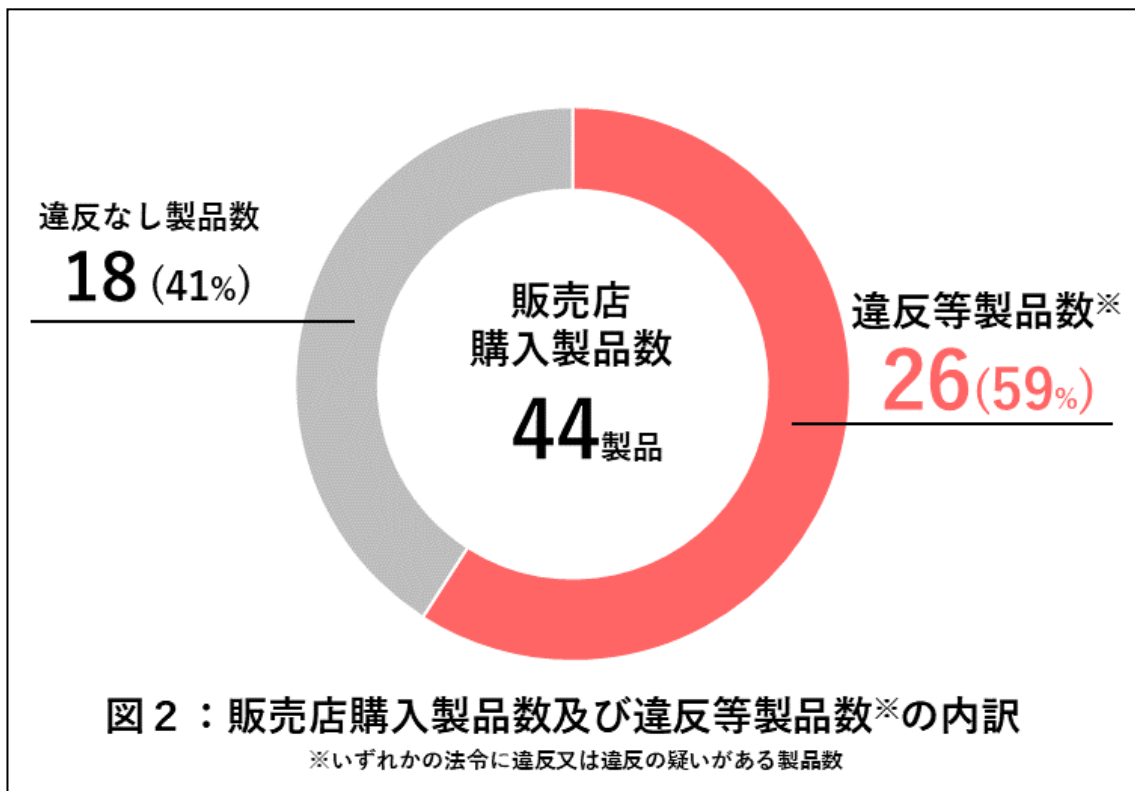
(2) 購入製品全体

都が購入した健康食品の 84%（125 製品中 105 製品）に不適正な表示、広告が見られた（図 1）。



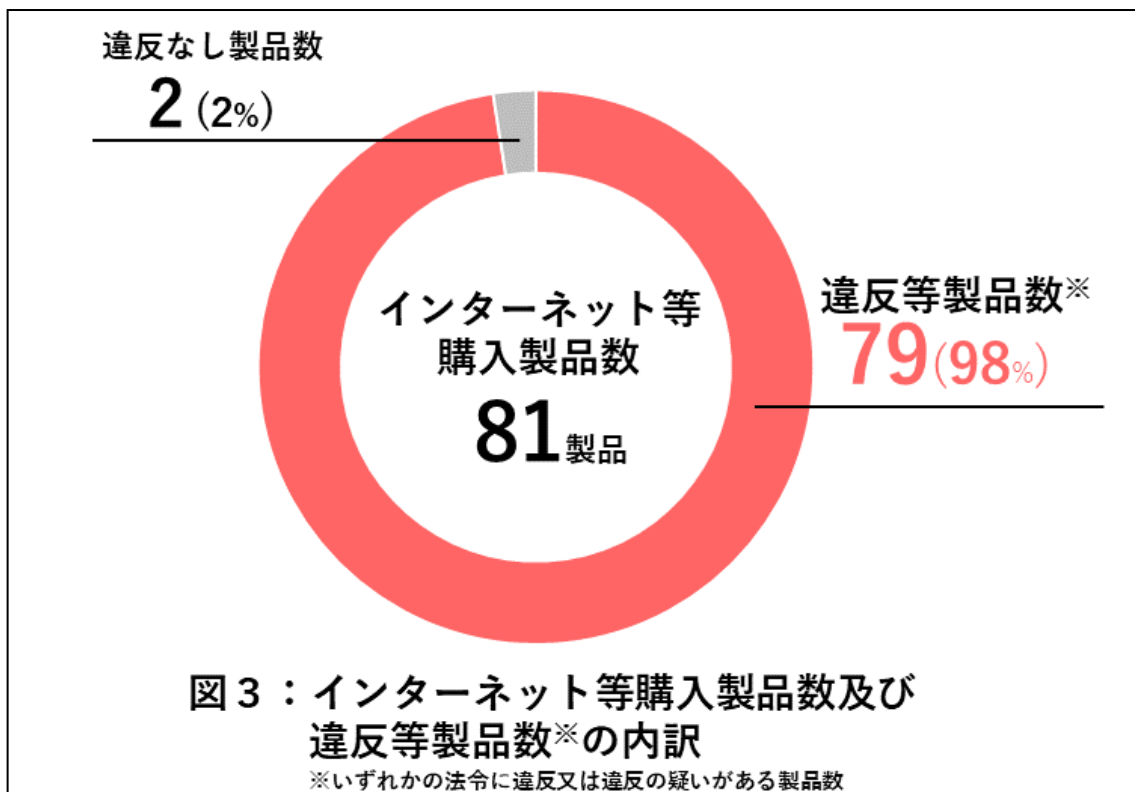
(3) 販売店購入製品

59%（44 製品中 26 製品）に不適正な表示、広告がみられた（図 2）。



(4) インターネット等の通信販売で購入した製品

98%（81 製品中 79 製品）に不適正な表示、広告がみられた（図 3）。



(5) 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	21	19	3	2	18	17
痛み・炎症の緩和	8	5	2	0	6	5
骨・筋力サポート	4	3	2	1	2	2
ダイエット効果	19	17	6	4	13	13
抗糖化・エイジングケア	12	12	4	4	8	8
男性機能向上	18	13	12	7	6	6
女性向け	4	4	0	0	4	4
免疫力増強	15	12	6	3	9	9
脳機能改善	4	4	1	1	3	3
育毛・発毛	5	5	1	1	4	4
健康茶	9	5	7	3	2	2
視力回復	5	5	0	0	5	5
その他	1	1	0	0	1	1
合 計	125	105	44	26	81	79

（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 品質事項	衛生事項	保健事項	その他	食品衛生法	健康増進法	医薬品 医療機器等法	景品表示法	特定商 取引法
美白、美容、美肌	19	6	7	4	1	0	2	14	9	11
痛み・炎症の緩和	5	2	2	1	1	0	0	5	1	2
骨・筋力サポート	3	1	3	2	0	0	0	2	0	0
ダイエット効果	17	5	7	7	1	1	1	12	6	4
抗糖化・エイジングケア	12	0	2	3	0	0	0	9	6	3
男性機能向上	13	6	4	3	0	0	0	5	4	5
女性向け	4	1	1	2	0	0	0	3	2	2
免疫力増強	12	3	6	4	2	0	1	9	5	5
脳機能改善	4	2	2	2	0	0	1	3	1	1
育毛・発毛	5	1	1	1	0	0	0	4	1	3
健康茶	5	4	2	0	1	0	0	4	1	0
視力回復	5	0	1	2	0	0	1	5	5	3
その他	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
合 計	105	31	38	31	6	1	6	75	41	40

※ 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。

(6) 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。
- ・ 添加物が正しく表示されていなかった。
添加物の用途名である「着色料」のみが記載されており、物質名が併記されていなかった。
- ・ 表示が欠落していた。
容器包装に一括表示がなかった。
- ・ 賞味期限が表示されていなかった。
賞味期限の事項名及び表示箇所のみが記載されており、その年月日又は年月が表示されていなかった。
- ・ 栄養成分表示が正しく表示されていなかった。
栄養成分表示の枠内に食品表示基準別表第9に定められていない成分の表示値が記載されていた。
- ・ 栄養機能食品として必要な表示事項の記載がなかった。
ビオチンの栄養機能食品であるのに、栄養成分表示内にビオチンの記載がなかった。

【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、送料や返品に関する事項（返品の可否、返品の期間等の条件、返品送料の負担の有無）などの通信販売広告に表示すべき事項が、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（注文確定となる画面）に表示すべき事項のうち、返品や解約に関する事項、商品の引渡回数や時期などが、容易に確認できるように表示されていなかった。

※ 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。

(7) 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】

○著しく事実に相違する又は人を誤認させるおそれのある表示

製品紹介パンフレットに使用者の体験談を掲載し、健康保持増進効果について著しく誤認を与えるおそれのある表現をしていた。

（例）

「体にとって大切なビタミンやミネラルの合成を助け、消化や血液循環を促す働きがあります。」

「消化力が弱く、肌トラブルも多かったが、３日ほどで便通が良くなり、腸内がピッカピカになった感じがしました。」

【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

- ・表示内容を裏付ける合理的根拠がない場合など、その商品が実際のものよりも著しく優良であ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）

「髪が生まれ変わったように自己再生」「活性成分が腸へ働きかける」等

- ・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）

「口コミ評価第１位」「顧客満足度第１位」等

【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）

「胃炎の改善」「ＰＭＳ症候群」「更年期障害にも効果的」

「高血圧予防」「高脂血症予防」「感染症予防」「歯周病予防」

「花粉症」「抗炎症」「抗不安」「抗うつ」

- ・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）

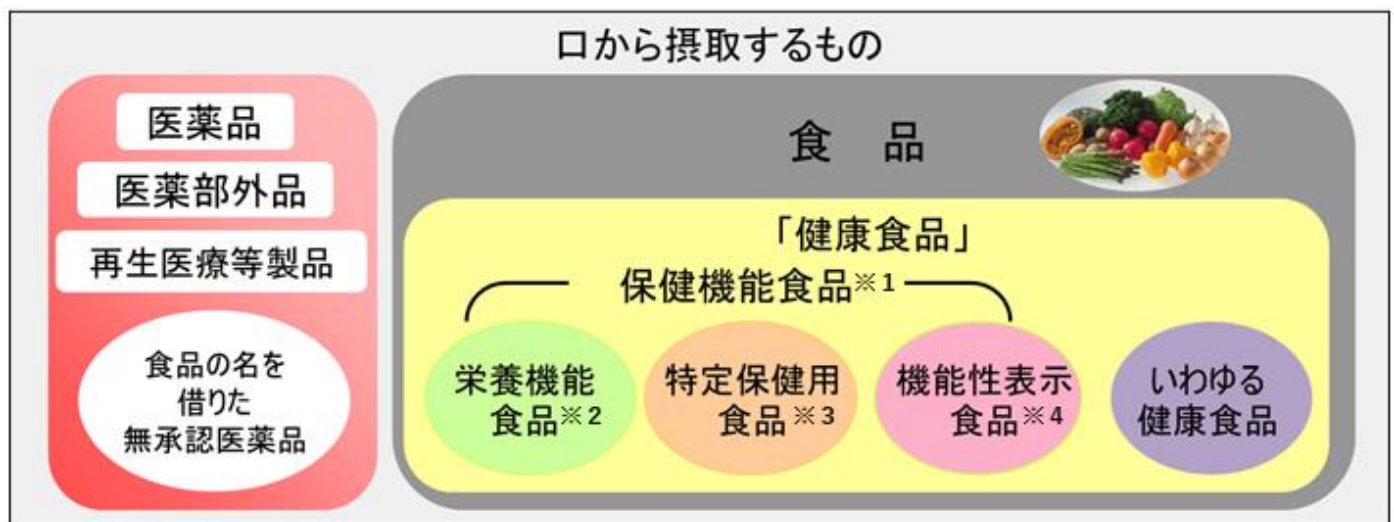
「肝機能を回復」「血流改善」「血液サラサラ」

「脳を若返らせる」「新陳代謝促進」

「発毛」「飲む日焼け止め」

※ 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。

< 参考 「健康食品」の位置付け >



- 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）

(※1) 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。

(※2) 栄養機能食品

健康の維持等に必要な栄養成分（ミネラル、ビタミン等）の補給を主な目的とし、定められた基準に従った表示が必要だが、国の審査・許可を受ける必要はない食品

(※3) 特定保健用食品

食品の持つ特定の保健の用途を表示し、製品ごとに食品の有効性や安全性について審査を受け、表示について国の許可を受けた食品

(※4) 機能性表示食品

事業者の責任において、科学的根拠に基づいた機能性を表示した食品（販売前に安全性及び機能性の根拠に関する情報などが消費者庁長官へ届けられたものであるが、特定保健用食品とは異なり、消費者庁長官の個別の許可を受けたものではない。）