

2007年3月7日

サントリー株式会社
代表取締役社長 佐治 信忠様

主婦連合会
会長 兵頭美代子
特定非営利活動法人ASK
代表 今成 知美

要望書

1990年代後半から2000年代前半にかけて、果物味の低アルコール飲料が次々発売されました。これらの商品の容器には果物の絵柄が大きく描かれ、果汁入り清涼飲料と見間違えデザインが多く見られ、アルコール飲料であることが分かりにくく誤飲を招き、未成年者の飲酒を誘引する、果汁飲料や清涼飲料では厳しく規制されている表示がまかりとおっているなど、さまざまな問題がありました。

NPO法人ASKと主婦連合会は、それら問題の是正を求め、公正取引委員会に申告書を提出したり、再三各メーカーに要望書を提出してきました。その結果、日本洋酒酒造組合は、「低アルコール度リキュール類の特定の事項の表示に関する自主基準」を制定。また、飲酒に関する連絡協議会では「酒類の広告・宣伝に関する自主基準」を定め、徐々にではありますが、お酒らしい容器に改善しつつありました。

ところが、貴社の「suntory -196 LEMON」「銀座 カクテル ピーチ」にはこのような、これまでの努力を無にするいくつかの問題点があると考えます。上記酒類の販売方法には未成年者の飲酒、誤飲を防止すべき慎重な対応は感じられません。酒類メーカーとしての社会的責任(CSR)を果たしていただきたく、私たちは以下の事項を強く要望します。

記

1. ホームページおよびテレビCMの改善

(1)ホームページおよびテレビCMで、「suntory -196 LEMON」の缶容器を斜めに切ったとき、缶の切り口がレモンの切り口になっています。ホームページの説明によると、果実を瞬間凍結されたとはいえ、パウダー状に微粉碎されたものを使用しているとのこと。自主基準を見ると、果汁を使用している場合は、果汁の使用割合をパーセントで表示することになっていますが、「果実の浸漬酒の使用は含まない」と記載されています。そのためかパウダーの分量が記載されていません。それをあたかも缶容器いっぱいには果実が詰まっているかのような表現は、健康へのリスクを伴うアルコール飲料であることを忘れさせ、ヘルシーであるかのような印象を与えかねません。これは、消費者を誤認させるものであり「不当景品類および不当表示防止法」第4条に違反すると考えます。よって、この表現を改善することを求めます。

(2)「銀座 カクテル」シリーズのホームページおよびテレビCMでは、銀座千疋屋が選んだフルーツでつくったとして、桃・メロン・マンゴなどが表示されます。4%~10%の果汁しか含まれていないにもかかわらず、画面いっぱいには果物が強調されることは、上記①同様、健康へのリスクを伴うアルコール飲料であることを忘れさせ、ヘルシーであるかのような印象を与えかねません。これは、消費者を誤認させるものであり「不当景品類および不当表示防止法」第4条に違反すると考えます。よって、この表現を改善することを求めます。

2. 「低アルコール度リキュール類の特定の事項の表示に関する自主基準」の遵守

「低アルコール度リキュール類の特定の事項の表示に関する自主基準」の一部が改正され、低アルコールの缶製品への「果実の絵・写真等の大きさ」が規制されました。2006年11月1日から実施されたとのこと。

改正前は、(果実の絵・写真等の表示)は、「他の表示事項とバランスのとれたものとし、色彩、絵柄等の表示方法にも配慮する」とありましたが、「缶容器への果実の絵・写真等の大きさは、表示可能面積の4分の1以下とする」に改正されました。

しかし、「suntory -196 LEMON」の缶容器のレモンの絵は「4分の1」以上で、自主基準違反だと思われます。よって、自主基準を遵守することを求めます。

以上