

2007年3月7日

公正取引委員会 御中

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

## 申告書

サントリー株式会社は同社のホームページおよびテレビCMで、「suntory -196 LEMON」の説明をするとき、缶容器を斜めに切って、缶の切り口がレモンの切り口になるように表現しています。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果実が詰まっているかのように表現することは、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。

また、「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ています。4%～10%の果汁しか含まれていないにもかかわらず、画面いっぱいに果物が強調されることは、上記同様、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。公正取引委員会がこれらを調査し、排除措置を採られることを求めます。

なお、調査の結果をご連絡いただきたく、お願いいたします。

### <申告にあたっての現状>

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く、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、「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)を果たすべきだと考えます。

以上