

2001年9月27日

サントリー株式会社

代表取締役 佐治 信忠様

主婦連合会

会長 和田 正江

日本アルコール問題連絡協議会

会長 上野 佐

要 望 書

貴社のホームページによると、発泡酒「ダイエット<生>」を2001年10月10日発売する予定とのことでした。

貴社ホームページにはカロリー50%カット(当社発泡酒比)と掲載してあります。しかし、発泡酒「ダイエット<生>」という名称・表示は、あまりにもストレートに「ダイエット」を謳っており、消費者に「いくら飲んででも太らない」、あるいは「痩身効果がある」という印象を与えます。また、ダイエットという言葉によって、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、あたかもヘルシーであるかのような印象を与えかねません。

よって同商品の名称・表示は、消費者を誤認させるものであり「不当景品類及び不当表示防止法」第4条に違反すると思います。

最近、特に若い女性はやせているにもかかわらず、異常なほどダイエット志向が強く、大きな社会問題になっています。そして、女性のアルコール依存症者の多くが摂食障害を合併しています。このような状況を踏まえ、アルコール飲料に「ダイエット」という名称・表示はあってはならないと思います。私たちは以下の事項を強く要望します。

記

発泡酒「ダイエット<生>」の名称・表示は「不当景品類及び不当表示防止法」第4条に違反し、消費者に誤認を与えるため、名称を変更すること

以上

2001年9月27日

公正取引委員会 御中

主婦連合会

会長 和田 正江

日本アルコール問題連絡協議会

会長 上野 佐

申告書

サントリー株式会社のホームページによると、発泡酒「ダイエット<生>」を2001年10月10日発売する予定とのこと。同社のホームページにはカロリー50%カット(当社発泡酒比)と掲載してあります。しかし、発泡酒「ダイエット<生>」という名称・表示は、あまりにもストレートに「ダイエット」を謳っており、消費者にくいから飲んでも太らない<、あるいは<瘦身効果がある>という印象を与えます。また、ダイエットという言葉によって、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、あたかもヘルシーであるかのような印象を与えかねません。

よって同商品の名称・表示は、消費者を誤認させるものであり「不当景品類及び不当表示防止法」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、排除措置をとられることを求めます。

調査の結果をご連絡いただきたいと思います。

【申告に当たっての現状について】

最近、特に若い女性はやせているにもかかわらず、異常なほどダイエット志向が強く、大きな社会問題になっています。また、アルコール飲料は致酔性・依存性の特徴をもつ商品であり、飲酒による障害(急性アルコール中毒、飲酒運転・転落などの事故、肝臓障害など慢性疾患、アルコール依存症など)も多々あります。そして、女性のアルコール依存症者の多くが摂食障害を合併しているのです。消費者にくいから飲んでも太らない等、瘦身効果があるという印象を与えるアルコール飲料を製造・販売することは、酒類メーカーの責務である「飲酒によるリスク情報提供」に反すると考えます。

以上