

2015年12月16日

佐々木食品工業株式会社 自然食研
代表取締役社長 佐々木 興平 様

適格消費者団体
特定非営利活動法人 消費者支援機構関西
理事長 榎 彰 徳

【連絡先（事務局）】担当：袋井
〒540-0033 大阪市中央区石町
一丁目1番1号天満橋千代田ビル
TEL06-6920-2911/FAX06-6945-0730
メールアドレス info@kc-s.or.jp
ホームページ [http:// www.kc-s.or.jp](http://www.kc-s.or.jp)

申入れ、要請及び再お問い合わせ

当団体は、消費者団体訴訟制度の制度化を受けて、不当な勧誘行為や不当条項の使用の中止の申し入れや、団体訴権を行使していくことを重要な活動内容として、関西地域の7府県の消費者団体や消費者問題に取り組む個人によって、2005年12月3日に結成された消費者団体です。2007年8月23日には、内閣総理大臣より消費者契約法第13条に基づく適格消費者団体として認定されました（組織概要についてはホームページをご参照ください）。

当団体は、貴社が販売する「しじみ習慣」のweb上の表記について検討した結果、貴社に対し、2015年9月30日付「お問い合わせ」を送付し、貴社から、同年10月27日付で回答をいただきました。また、貴社からの要請により、11月19日に貴社と協議を行いました。そこで、当団体は、貴社からの回答及び貴社との協議内容を検討いたしました結果、貴社が販売する「しじみ習慣」のweb上の表記に関して、下記の通り【申入れ】、【要請】及び【再お問い合わせ】をさせていただきます。

なお、【申入れ】は消費者契約法第12条に規定される適格消費者団体としての差止請求権に基づくものであり、【要請】は、消費者契約法第12条に基づくものではなく、消費者団体としての任意の要請です。

つきましては、本「申入れ、要請及び再お問い合わせ」に対する貴社のご回答を、2016年1月22日までに、書面にて当団体事務局まで送付いただきますようお願い

願いたします。貴社の誠実かつ迅速な対応をお待ちしております。

なお、すでに貴社にご連絡しております通り、本「申入れ、要請及び再お問い合わせ」につきましては、公開の方式で行わせていただきます。したがって、本「申入れ兼要請兼再お問い合わせ」の内容、及びそれに対する貴社のご回答の有無とその内容等は、すべて当団体ホームページ等で公表いたしますので、その旨ご承知おきください。

記

【申入れ】

1 申入れの趣旨

貴社が提供する「しじみ習慣」のweb上の表記、twitterのプロモーション、各媒体上の広告などにおいて、「休肝日の代わりにしじみ習慣」「休肝日？私はしじみ習慣」など、「しじみ習慣」を摂取することが、休肝日設けることの代わりになるかのような表記を停止するよう求めます。

2 申入れの理由

「休肝日の代わりにしじみ習慣」「休肝日？私はしじみ習慣」などの表記は、「しじみ習慣」を摂取することが休肝日設けることと同じような機能、効能・効果を持つとの意味内容を表示しているといえます。しかし、しじみのエキスを摂取することが、休肝日と同じ効果を持つとは到底考えられません。上記表記は消費者の認識を誤らせ、健康に対する被害を生じさせる懸念すら抱かせます。

また、貴社が提供する「しじみ習慣」は、しじみを主成分とした加工食品であり、機能性表示食品でも特定保健用食品でも、ましてや医薬品でもありません。であるにもかかわらず、上記のような機能もしくは効能・効果を表示することは、商品の質について、一般消費者に対し実際よりも著く優良であると示しているものであり、上記表記は景品表示法第10条1号に該当します。

【要請】

1 要請の趣旨

(1) アフィリエイト広告についての適切な対策について

アフィリエイトの方法で貴社の商品を宣伝するウェブサイトについて、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、景品表示法、

特定商取引法に抵触する事態が生じないように、随時、サイトの点検をした上で、必要な対策を講じるよう要請します。

(2) 広告であることの明示について

自社サイト以外で、貴社または貴社の関係者が貴社製品の広告のためのサイトを設置するときは、それが、貴社あるいは貴社の関係者が設置したサイトであること及びその内容が広告であることを明示するよう要請します。

2 要請の理由

(1) アフィリエイト広告についての適切な対策について

貴社は、自社商品の広告手段として、アフィリエイト広告を利用しておられます。

アフィリエイト広告においては、アフィリエイトターが報酬目当てで誇大な広告や、法令に抵触する広告を作成するおそれがあります。広告主とアフィリエイトサービスプロバイダとの間の契約や、アフィリエイトサービスプロバイダとアフィリエイトターとの間の契約の中で、法令を遵守する義務が定められている場合でも、全てのアフィリエイトターにまで徹底されているとは限りません。つきましては、広告主として不適切な広告により、消費者が不利益を被ることがないようにすべきであるとの見地から、随時、サイトの点検をした上で、必要な対策を講じるよう要請するものです。

(2) 広告であることの明示について

ネット上には、もっぱら貴社製品を推奨することを目的としたと見られるサイトが散見されます(*1)。しかしこれらのサイトは、商品自体の紹介や、体験談の紹介の体裁をとっており、広告であることの明示がありません。また、サイトの設置者が誰であるのかも全く不明です。

これらのサイトは、アフィリエイト広告である可能性もありますが、もし、貴社あるいは貴社の依頼を受けた者が設置したサイトであるならば、広告であることを隠して、実質的に広告を行うものであり、いわゆるステルスマーケティングに該当することになります（消費者庁「インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項」5頁）。

ステルスマーケティングは、消費者に対して、広告であることを隠して購入動機の形成を働きかけるもので、情報提供のあり方として不公正な面があり、欧米でも規制対象となっています。

したがって、これらのサイトが貴社あるいは貴社の関係者が設置したサイトであるときは、貴社あるいは貴社の関係者が設置したサイトであること及びその内容が広告であることを明示するよう要請します。

*1)

<http://xn--68jclj.a-aj.com/>

<http://www.denki-fujicon.com/>

<http://xn--n8jubd0np25mlvx3ug759cv66a.com/>

<http://xn--a-38td0n461wufxb.com/>

<http://www.xn--t8jzad0nuyj15t6vclu2g.com/>

【再お問い合わせ】

貴社が提供する「しじみ習慣」一粒あたりに、しじみ何グラム分、あるいは何個分のエキスが入っているかは、消費者が商品を選択する上で重要な情報提供である、と当団体は考えます。しかし、12月〇〇日現在で、貴社が提供する「しじみ習慣」のweb上において、明確な表記が確認できません。そこで以下の質問についてお答えください。

- 1 貴社は、貴社が提供する「しじみ習慣」一粒あたりに、しじみ何グラム分、あるいは何個分のエキスが入っているのか、消費者に情報提供することは、必要だと思われませんか、不必要だと思われませんか。理由も含めてお答えください。
- 2 必要だと思われる場合、いつからどのような内容で情報提供をされるのか、予定をお聞かせください。

以上