

2016年3月24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  
TEL.06-6920-2911 FAX.06-6945-0730  
E-mail : info@kc-s.or.jp  
HP: [http:// www.kc-s.or.jp](http://www.kc-s.or.jp)

## 再申入れ兼再要請

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12月16日付「申入れ、要請及び再お問い合わせ」を送付し、貴社から、2016年1月16日付で回答をいただきました（以下回答書といいます）。そこで、当団体は、貴社からの回答書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上の表記やテレビコマーシャルに関して、下記の通り【再申入れ】及び【再要請】をさせていただきます。

なお、【再申入れ】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、【再要請】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「再申入れ兼再要請」に対する貴社のご回答を、2016年4月〇〇日までに、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「再申入れ兼再要請」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「再申入れ兼再要請」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

### 【再申入れ】

#### 1 申入れの趣旨

貴社webサイトやテレビコマーシャル、各種媒体において、「ギュッと凝縮した」「超濃縮」「濃いエキスをぎゅっと濃縮」など、過度に濃縮した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

貴社は、貴社webサイトやテレビコマーシャル、各種媒体において、「ギュッと凝縮した」「超濃縮」「濃いエキスをぎゅっと濃縮」など、濃縮を強調された表記をされています。作業工程上濃縮されていることは間違いないのですが、貴社は「しじみ習慣」の一粒当たりのしじみの含有量を明らかにされていません。一方的にしじみが多く含有されているかの表記をされることは、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。

### 【再要請】

#### 1 要請の趣旨

貴社が提供する「しじみ習慣」一粒当たりに、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、貴社Webサイトなどで表記するよう求めます。

#### 2 要請の理由

貴社が提供する「しじみ習慣」は、しじみを主成分とする加工食品です。貴社もwebサイトにおいて、「昔から人々の健康を養ってきた「しじみ」の優れた栄養素を丸ごと摂取する。」と、しじみが優れた食品であることを強調されています。消費者は「しじみ習慣」そのものを摂取することを望んでいるのではなく、「しじみ習慣」を通じてしじみの栄養分を摂取することを期待していることは明らかです。そうである以上、消費者に“「しじみ習慣」一粒当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”は、消費者が「しじみ習慣」を購入する上で、必要不可欠な情報です。実際当団体において外部の消費者44名に「健康食品・サプリメントを購入する際、その主成分が一粒（あるいは一回の摂取量）あたり、どれだけ入っているか、というこ

とを商品選択するにあたって考慮しますか」との質問のアンケートを取ったところ、42名が「考慮する」2名が「考慮しない」との結果でした。

およそ自然の産物である以上、季節や個体差によるばらつきはある程度仕方のないものです。例えば牛乳の乳脂肪分の表記は、「〇. 〇%以上」と最低これ以上、という数値が書かれています。消費者に対し、正確で分かりやすい情報提供の工夫をされるよう求めます。

以上