

2020年12月24日

興和株式会社
代表取締役社長 三輪芳弘 様

適格消費者団体・特定適格消費者団体
特定非営利活動法人 消費者支援機構関西
理事長 藤井 克裕

【連絡先（事務局）】担当：松田
〒540-0024 大阪市中央区南新町一丁目2番4号
椿本ビル5階502号室
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)

お問合せ（その4）兼回答

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「カンゾコーワドリンク」及び「カンゾコーワ粒」（以下これらの製品を総称して「カンゾコーワ」という。）のweb上の表記、商品の容器、包材、テレビCMについて検討し、カンゾコーワには、アルコールを分解する、二日酔いを防止・緩和するといった効果・効能があると不特定かつ多数の一般消費者に誤認される表示を行わないことを求め、2020年9月3日付けで申入れを行いました。

この申入れに対して、期限内の同年10月1日付けで貴社より回答をいただきました。

当団体において、貴社からの回答と現行の商品の容器、包材、ホームページでの表示等を検討しましたが、カンゾコーワの今後の表示変更について改めてお問合せをいたします。

また、併せて貴社回答書でお尋ねされた事項について、回答いたしますので、ご確認をお願いします。

つきましては、本「問合せ」に対する貴社のご回答を、2021年1月28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、すでに貴社に連絡しておりますとおり、申入書送付以降の問合せは、公開の方式で行わせていただきます。

したがって、本「問合せ」の内容、及びそれに対する貴社の回答の有無とその内容等は、全て当団体ホームページ等で公表いたしますので、その旨お知りおきください。

記

【お問合せ】

貴社は、2020年10月1日付け「この度の『申入書』に対する回答について」（以下「貴社回答書」という。）において、

「しかしながら、当社としては、この度の貴機構のご指摘を真摯に受け止め、消費者の皆様に対しましてより適切な情報を提供できるよう、お申入れの本件各表示を考慮し、商品ラベル・包装や販促資材等の変更につきまして検討を進めてまいる所存です。」

と述べておられます。

現在、カンゾコーワの公式サイトは、本件各表示を使用しないものに変更されており、当団体は、貴社の誠実なご対応を評価しております。

しかしながら、公式サイトに表示されているカンゾコーワの商品ラベル・包装には、依然として、「飲み会を科学する」などの表示があります。

この点に関し、以下の点をご教示下さい。

- (1) 商品ラベル・包装や販促資材等についても、本件各表示を使用しないものに変更する予定はありますか。予定がある場合、いつ頃までに変更を行う予定ですか。
- (2) 変更後のカンゾコーワの公式サイトには、「アルコールを分解したり二日酔いを防止・緩和するものではありません。」との表示があります。

商品ラベル・包装や販促資材等につき、かかる表示のあるものに変更する予定はありますか。

予定がある場合、いつ頃までに変更を行う予定ですか。

【回答】

貴社回答書における「お尋ね」に対し、以下のとおり回答いたします。

1 「1）」について

- (1) 「アルコール摂取を主な目的とする『飲み会』に参加する人にとって特にメリットがあるかのような印象」の意味について

当団体としては、カンゾコーワを摂取すれば、体内のアルコールの分解が促進

される、アルコールによる身体へのダメージが軽減される、二日酔いが防止・緩和される、といった効果・効能を得ることができるという印象を意味していると考えられています。

(2) どのような理由で「アルコール摂取を主な目的とする『飲み会』に参加する人」にとって前記「印象」を抱かせることになるのかについて

当団体が既に申入書でも指摘しているとおり、これから「飲み会」に参加しようとする消費者や「飲み会」に参加した後の消費者が栄養ドリンク等の購入を検討する際には「アルコールによる身体へのダメージを緩和したい」「二日酔いを防止・緩和したい」といった関心を抱いていることが多いと言えます。

そして、本件各表示には、「飲み会」という表現が多々用いられており、栄養ドリンク等の外観等において「会食」「食事会」「外食」等ではなく、敢えて「飲み会」という一般的に飲酒を伴う食事会を意味する表現が用いられている場合には、その表現を目にした消費者は、この栄養ドリンクを飲むと、アルコール摂取に対するメリットがあるものと期待すると思われれます。

消費者が期待する、栄養ドリンク等を飲んだ場合の「アルコールを摂取する者にとってのメリット」を想定すれば、「アルコールを分解する」「二日酔いを防止・緩和する」といったメリットが想定されるというべきです。

以上より、本件各表示を見た消費者が、カンゾコーワを摂取すれば、アルコールを分解する、二日酔いを防止・緩和するといった効果・効能を得られると誤認する可能性が高いことは明らかというべきです。

2 「2）」（「アルコールによる身体へのダメージを緩和したい」「二日酔いを防止・緩和したい」といった関心を抱いている消費者が、本件各表示を見た場合にカンゾコーワには、アルコールを分解する、二日酔いを防止・緩和するといった効果・効能があると誤認する可能性が高いといえる理由）について

上記1(2)で述べたとおりです。

以上