

2018年11月7日

特定非営利活動法人
埼玉消費者被害をなくす会
理事長 池本 誠司 様

イマジン・グローバル・ケア株式会社
代表取締役社長 木下 弘貴

「申入書」への回答

貴法人より頂戴いたしました2018年10月23日付「申入書」(以下「10月23日付申入書」といいます。)につきまして、下記のとおりご回答申し上げます。

記

1. 10月23日付申入書の第1.1記載の表示(元気パワーに関する表示)について

10月23日付申入書において、同申入書の第1.1記載の表示は、全体としてブロリコを摂取すると驚きの元気パワーが生じると一般消費者に誤解させる表示であり、景品表示法第5条第1号の優良誤認表示に該当するとのことご指摘がございました。

当社と致しましては、自然免疫機能を活性化する効果があるブロリコという商品について元気パワーが生じると表示をしても、それは、実際の商品の品質よりも著しく優良な品質を表示するものではなく、景品表示法第5条第1号の優良誤認表示には該当しないと思料しておりますが、貴法人のご指摘を踏まえて、表示を変更する方向で検討させていただいております。

具体的には、自然免疫機能を活性化することが人間の「健康」につながることは自明であると考えられることも踏まえて、上記申入書の第1.1記載の表示のうち、「驚きの元気パワー」を「健康パワー」に修正し、「元気成分『ブロリコ』のパワー」を「健康成分『ブロリコ』のパワー」に修正し、「元気」という用語を無くすことを考えております。これにより、ブロリコを摂取すると驚きの元気パワーが生じると一般消費者を誤解させるのではないかと貴法人のご指摘に答えることができると考えておりますが、いかがでしょうか。

なお、「健康パワー」という用語は、大手メーカーの商品の広告(サントリーの「DHA&EPA + セサミン EX」という商品の広告(<https://www.suntory-kenko.com/supplement/main/43322/>))においても使用されていますので、ご参考までにお伝え致します。

2. 10月23日付申入書の第1.2記載の表示(特許に関する表示)について

ご指摘を踏まえて、「他社に真似できない世界初の成分」、「技術をもっているのは当社だ

けです」という表示につきましては、「当社が発見した世界初の成分」、「サプリメントとして販売しているのは当社だけです」などと変更する方向で検討させていただきます。

3. 10月23日付申入書の第1.3記載の表示（「驚きの元気パワーはプロポリスの1000倍以上」という表示）について

(1) 「驚きの元気パワー」という用語について

「驚きの元気パワー」という用語につきましては、上記1記載のとおり、表示を変更する方向で検討させていただいております。

(2) 「活性率」や「比活性」という用語について

10月23日付申入書において、「活性率」や「比活性」という用語は専門用語であり、一般消費者にとって分かりやすいとはいえないとのご指摘がございましたので、「活性率」や「比活性」という用語は削除する方向で検討させていただきます。

(3) 「精製前のプロリコ(80units/mg)で比較した場合：約140倍」という表示について

10月23日付申入書において、「精製前のプロリコ(80units/mg)で比較した場合：約140倍」という表示の文字のサイズが小さいとのご指摘がございましたので、文字のサイズを大きくする方向で検討させていただきます。

4. 10月23日付申入書の第1.4記載の表示（体験談の表示）について

「野菜不足を補ってくれているみたい」、「体調を崩しやすくて悩んでいたのが、一週間で効果を実感しはじめ、季節の変わり目でも元気に過ごせるようになった」という体験談の表示につきましては、変更する方向で検討させていただきます。

以上