

平成 22 年 5 月 18 日
独立行政法人国民生活センター

ミニカップタイプのこんにやく入りゼリーの現状について（2010 年）

1. 目的

国民生活センターでは、一口サイズのいわゆる「ミニカップ」に入ったこんにやく入りゼリーについて、乳幼児や高齢者の窒息事故が相次いだことから、1995 年以降繰り返しテスト結果や警戒情報を公表してきた¹⁾。

政府は、2008 年 10 月の消費者安全情報総括官会議において「こんにやく入りゼリーによる窒息事故の再発防止について」（平成 20 年 10 月 16 日申合せ）を取りまとめ、この中で「独立行政法人国民生活センターは、表示、形状、物性、販売方法などの改善状況について適時把握を行い、関係機関及び一般消費者に対して情報提供を行う」とされた。

今回、昨年公表より 1 年が経過していることから、消費者庁の依頼に基づき、こんにやく入りゼリーについて、表示、形状、物性、販売実態の調査とともに事業者へのアンケート調査を実施した。

2. 調査実施期間

2010 年 1 月～4 月

3. 調査対象

（1）販売実態調査

東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県のスーパーマーケット、ドラッグストア、100 円ショップ、ディスカウントショップ合計 225 店舗の調査を行った。

また、インターネット通信販売の大手ショッピングモールの店舗を中心とした、35 店舗におけるミニカップタイプのこんにやく入りゼリーの販売実態を調査した。

（2）物性及び表示

販売実態調査の結果、2010 年 2 月現在販売が確認された 5 社及びインターネット通信販売で確認された 2 社の計 7 社のミニカップタイプのこんにやく入りゼリー 27 銘柄²⁾について、調査を行った（参考資料 1 及び 2 参照）。なお、調査に用いた商品は、2010 年 2 月 15 日～26 日の間に製造・販売元より直接購入した。

1) 2009 年 1 月 8 日付当センター公表資料「ミニカップタイプのこんにやく入りゼリーの現状について」を参照。
(http://www.kokusen.go.jp/test/data/s_test/n-20090108_1.html)

2) 2010 年 2 月現在に市場で販売が確認されたが、それ以前に製造・販売元が販売を終了（もしくは中止）していた銘柄（各メーカーへの聞き取りによる）及び個別のフレーバーで販売されている商品を詰め合わせたミックスタイプの銘柄については、テスト対象としなかった。なお、テストの対象とした商品には、製造者もしくは販売者（輸入者）及び商品の名称が同じで、表示等のデザインもよく似ており、フレーバーのバリエーションが異なるものがパッケージングされている商品が複数存在するものがある。本報告書では、個別にパッケージングされたそれら個々の商品を「銘柄」とした。

(3) アンケート調査

物性及び表示の調査を行った当該 7 社については、出荷量や出荷の際に小売業者に対し行っている陳列場所や警告表示に関する依頼等についてアンケートを実施した。

さらに、販売実態調査を行った店舗のチェーン本部を中心とする 40 社に対して、商品の陳列場所や警告表示の掲示等に関するアンケート調査を実施した。

4. 販売実態調査

農林水産省より全国こんにやく協同組合連合会、全国菓子工業組合連合会及び全日本菓子協会の業界 3 団体に対し出された「こんにやく入りゼリーによる窒息事故防止に向けた対策の強化について」（平成 20 年 9 月 30 日）によれば、ミニカップタイプのこんにやく入りゼリーの販売については「小売店における注意事項の掲示を行うことや子供向け菓子類と一緒に販売しないことなど、販売業者に協力を要請し、販売の際にも事故の防止の工夫を行うこと」とされ、これを受けて業界団体より出された販売方法の改善では、「小売業、卸売業の団体に、(中略) 店頭において警告表示の掲示、子供向け菓子と一緒に販売しないなどの取組に、傘下企業の協力をお願いする」とされている。また、その後も内閣府、厚生労働省及び農林水産省より業界団体に対し「こんにやく入りゼリーによる窒息事故の再発防止策について」（平成 20 年 10 月 21 日）、「こんにやく入りゼリーによる窒息事故の再発防止策の周知徹底について」（平成 21 年 1 月 8 日）などにより、関係者による再発防止に向けた取組について重ねて協力要請が行われてきたところである（参考資料 3 参照）。

今回、実際にミニカップタイプのこんにやく入りゼリーを販売している小売店を訪れ、これらの指針に沿った販売が為されているかを調べた。

(1) 調査地域・対象店舗及び販売状況

ミニカップタイプのこんにやく入りゼリーは、ドラッグストアやディスカウントショップでは、高い割合で販売されていた

東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県のスーパーマーケット、ドラッグストア、100 円ショップ、ディスカウントショップを対象にミニカップタイプのこんにやく入りゼリーの販売実態調査を行った。また参考として、東京都を中心に輸入食品を多く扱っている小売業者（以下、輸入食品店と記載）の調査も行った（表 1 及び 2）。

その結果、スーパーマーケットや 100 円ショップでは、調査店舗の 4 分の 1 程度で販売されていたが、ドラッグストアでは 77.5%、ディスカウントショップでは 96.8% と高い割合で販売されていた。

表 1. 調査地域・店舗数内訳

都県	東京都	神奈川県	埼玉県	千葉県	合計
店舗数	84	57	44	40	225

表2. ミニカップタイプのこんにやく入りゼリーを販売している店舗数

カテゴリー	調査店舗総数	販売している店舗数
総合	225	117 (52.0 %)
スーパーマーケット	52	13 (25.0 %)
ドラッグストア	80	62 (77.5 %)
100円ショップ	43	12 (27.9 %)
ディスカウントショップ	31	30 (96.8 %)
輸入食品店 (参考)	19	0 (0.0 %)

※括弧内の数値は各カテゴリー内でのパーセンテージ。

なお、ミニカップタイプのこんにやく入りゼリーを販売していた 117 店舗において確認できたのは、5 社の製品であった (表 3)。

表3. 販売されていたミニカップタイプのこんにやく入りゼリー

銘柄	製造者または販売者 (輸入者)	販売していた店舗数 (117店舗中の%)
ナタデココ入りこんにやくゼリー	(株)アイプティ	10 (8.5%)
蒟蒻のおかげ	(株)下仁田物産	11 (9.4%)
収穫のおかげ 蒟蒻ゼリー	(株)ハーベスト	2 (1.7%)
すらっとこんにやくゼリー	富士正食品(株)	2 (1.7%)
蒟蒻畑 (ライト含む)	(株)マンナンライフ	95 (81.2%)

※複数の銘柄を販売していた店舗があったため、「販売していた店舗数」の合計は 117 を超える。

(2) 警告表示の掲示について

警告表示を掲示して販売していた店舗は、全体の 3 割以下であった

ミニカップタイプのこんにやく入りゼリーを販売していた店舗における警告表示の掲示の有無について調べた (表 4)。

表4. 販売していた店舗における警告表示の掲示の有無

カテゴリー	調査店舗数	警告表示あり	簡易な警告表示あり	警告表示なし
総合	117	21 (18.0 %)	13 (11.1 %)	83 (70.9 %)
スーパーマーケット	13	3 (23.1 %)	1 (7.7 %)	9 (69.2 %)
ドラッグストア	62	14 (22.6 %)	1 (1.6 %)	47 (75.8 %)
100円ショップ	12	0 (0 %)	0 (0 %)	12 (100 %)
ディスカウントショップ	30	4 (13.3 %)	11 (36.7 %)	15 (50.0 %)

※店舗に「～お願い～ お子様や高齢者の方はたべないでください 本品は弾力性があり、そしやく力の弱い高齢者や小さなお子様はのどに詰まるおそれがあります」という内容の警告表示の掲示があるか否かを調べた。ただし、表示の文字が小さく読みづらいものやなぜ食べてはいけないのかの理由の記載のないもの、「食べる時、気をつけてください」等の子どもや高齢者が「食べてはいけない」という注意点が明確に読み取れないものは「簡易な警告表示あり」と判定した。なお、括弧内の数値は各カテゴリー内でのパーセンテージ。

その結果、商品の陳列場所に警告表示を掲示して販売していたのは、簡易なものもあわせて、3割以下であり、7割以上の店舗では警告表示を確認できなかった。

また、警告表示を掲示している多くの店舗では、業界団体推奨で、現在多くの商品のパッケージ前面にプリントされている警告表示と同じ文面の「～お願い～ お子様や高齢者の方はたべないでください 本品は弾力性があり、そしゃく力の弱い高齢者や小さなお子様はのどに詰まるおそれがあります」と記載された張り紙等を行っていたが、一部の店舗では、「子どもや高齢者の方は食べないで」という表示が非常に小さく読み難いところやなぜ食べてはいけないのかの理由の記載のないもの、「食べる時、気をつけてください」等の子どもや高齢者が「食べてはいけない」という注意点が明確に読み取れないものなども見られた。

(3) 陳列場所について

ドラッグストアでは、バランス栄養食品や健康食品と同じ場所で売られている場合が多かったが、その他では菓子売り場で売られている場合が多く、普通のゼリーと一緒に売られていることも少なくなかった

ミニカップタイプのこんにやく入りゼリーの陳列場所については、ドラッグストアでは主にバランス栄養食品とともに並べられていたが、スーパーマーケット、100円ショップ、ディスカウントショップでは、ほとんどが菓子売り場やその直近に配置されていた(表5)。

表5. 陳列場所及び警告表示の有無

カテゴリー	調査店舗数	カテゴリー合計	警告表示の有無			
			警告表示あり	簡易な警告表示あり	警告表示なし	
スーパーマーケット	菓子売り場	13 (11)	13 (11)	3 (3)	1 (1)	9 (7)
ドラッグストア	菓子売り場	62 (3)	4 (1)	2 (0)	1 (0)	1 (1)
	バランス栄養食品・健康食品売り場		53 (2)	11 (0)	0	42 (2)
	その他		5 (0)	1 (0)	0	4 (0)
100円ショップ	菓子売り場	12 (8)	11 (7)	0	0	11 (7)
	その他		1 (1)	0	0	1 (1)
ディスカウントショップ	菓子売り場	30 (15)	23 (14)	3 (2)	9 (6)	11 (6)
	バランス栄養食品・健康食品売り場		6 (1)	1 (0)	2 (1)	3 (0)
	その他		1 (0)	0	0	1 (0)

※括弧内の数字は、普通のゼリーと同じ売り場にあった店舗数。警告表示については表4注釈参照。

また、ドラッグストアでは、ミニカップタイプのゼリーは、ほとんどこんにやく入りゼリーのための販売だったのに対して、スーパーマーケット、100円ショップ、ディスカウントショップでは、その半数程度の店舗で普通のミニカップゼリーと一緒に販売されており、中でもスーパーマーケットでは、その比率が高かった。

なお、商品を陳列している位置は、販売を確認した 117 店舗中 87 店舗 (74.4%) が、子どもの視界に入りやすいと思われる下段であった (表 6)。

表 6. こんにやく入りゼリーの陳列位置について

カテゴリー	調査店舗数	上段	中段	下段
総合	117	9 (7.7 %)	21 (17.9 %)	87 (74.4 %)
スーパーマーケット	13	4 (30.8 %)	1 (7.7 %)	8 (61.5 %)
ドラッグストア	62	1 (1.6 %)	8 (12.9 %)	53 (85.5 %)
100円ショップ	12	1 (8.3 %)	3 (25.0 %)	8 (66.7 %)
ディスカウントショップ	30	3 (10.0 %)	9 (30.0 %)	18 (60.0 %)

※括弧内の数値は各カテゴリー内でのパーセンテージ。

5. インターネット通信販売の販売実態調査

通信販売に関しては、先に記載した販売に関する指針が出されている小売業等に該当しないが、販売に際しては、同様の配慮が為されることが望ましい。そこで、インターネット通信販売における販売実態について調べた。

(1) 調査対象店舗及び販売状況

大手ショッピングモールでは、ミニカップタイプのこんにやく入りゼリーが複数の店舗で購入可能であった

インターネット通信販売の大手ショッピングモールである楽天市場、Yahoo!ショッピング、Amazon.co.jp において、「こんにやくゼリー」及び「こんにやく入りゼリー」のキーワードで検索し、確認できたミニカップタイプの商品を販売していた 32 店舗及びミニカップタイプのこんにやく入りゼリーの製造者もしくは販売者のホームページ

表 7. 調査店舗数内訳

ショッピングモール	調査店舗総数
総合	35
楽天市場	19
Yahoo!ショッピング	11
Amazon.co.jp	2
直販系	3

からリンクされていた通信販売サイト（以下、直販系と呼ぶ）3店舗を併せた、計35店舗³⁾について調査を行った（表7）。

ミニカップタイプのこんにやく入りゼリーを販売していた35店舗において確認できたのは、6社の製品であった（表8）。

表8. 販売されていたミニカップタイプのこんにやく入りゼリー

銘柄	製造者または販売者（輸入者）	販売していた店舗数（35店舗中の%）
ナタデココ入り こんにやくゼリー	(株)アイプティ	1 (2.9%)
やっぱり安心 ゼロカロゼリー	サニーヘルス(株)	3 (8.6%)
収穫のおかげ 蒟蒻ゼリー	(株)ハーベスト	1 (2.9%)
すらっとこんにやくゼリー	富士正食品(株)	4 (11.4%)
ミニカップゼリー	(株)フルーツバスケット	9 (25.7%)
蒟蒻畑	(株)マンナンライフ	18 (51.4%)

※複数の銘柄を販売していた店舗があったため、「販売していた店舗数」の合計は35を超える。

(2) 警告表示等について

65%の店舗では、警告表示を記載して販売していた

ミニカップタイプのこんにやく入りゼリーを販売していた店舗における警告表示の有無について調べた（表9）。

表9. 販売していた店舗における警告表示の有無

ショッピングモール	調査店舗数	警告表示あり	簡易な警告表示あり	警告表示なし
総合	35	21 (60.0%)	2 (5.7%)	12 (34.3%)

※商品の購入ページに「お願い お子様や高齢者の方はたべないでください 本品は弾力性があり、そしゃく力の弱い高齢者や小さなお子様はのどに詰まるおそれがあります」という内容の警告表示の記載があるか否かを調べた。ただし、子どもや高齢者が「食べてはいけません」という注意点が明確に読み取れないものや、「吸い込まずによく噛んでお召し上がりください」等の食べる際の注意点しか記載されていない場合は「簡易な警告表示あり」と判定した。

その結果、商品の購入ページにおいて警告表示を記載して販売していたのは、簡易なものもあわせて65%を超えていた。

また、警告表示を記載していた多くの店舗では、「お子様や高齢者の方はたべないでください」「本品は弾力性があり、そしゃく力の弱い高齢者や小さなお子様はのどに詰まるおそれがあります」という2点を網らしていた。さらに、「国民生活センターでは「お子様や高齢の方には与えないように」と注意喚起しています。」という部分を引用

³⁾ 同一の運営会社から複数のショッピングモールに出店されている場合があるが、ショッピングモールにより表示している内容等が異なっている場合があるため、本調査では、それぞれ1店舗とみなし調査を行った。なお、調査結果は2010年4月上旬時点のものである。また、本調査は、当該ショッピングモールにおいてこんにやく入りゼリーを販売している全ての店舗を調べたものではない。

していた店舗も 9 店舗あった。商品パッケージ前面に表示されている警告表示の文章とイラストをそのまま表示していた店舗も 3 店舗あった。ただし、表示文の文字の大きさ等については、店舗によって大きな差が見られ、赤字や太字、囲みなどで表示している店舗がある一方、商品の説明文の中に盛り込んでいるような店舗もあった。

商品にこんにやくが使用されていることが判る表示または記述があるかを調べたところ、原材料の記述がなかった店舗は 13 店舗あり、その内、商品名以外にはこんにやくに関する記述がない店舗が 6 店舗あった（表 10）。さらに、6 店舗中 5 店舗では、警告表示の記載もなかった。

表 10. こんにやくが使用されている旨の記述の有無

原材料表示のなかった13店舗中	何らかの記述がある	商品名のみ
	7 (20.0 %)	6 (17.1 %)

6. 物性及び表示について

今回テスト対象としたのは、販売実態調査で確認された 5 社及びインターネット通信販売で確認された 2 社⁴⁾、合計 7 社の 27 銘柄である（表 11）。

表 11. テスト対象銘柄一覧（7 社 27 銘柄）

銘柄	製造者または 販売者（輸入者）	原産国
ナタデココ入りこんにやくゼリー （ぶどう味 [*] 、マンゴー味 [*] 、青りんご味 [*] 、ライチ味 [*] ）	輸入者 ㈱アイプティ	台湾
やっぱり安心 ゼロカロゼリー [*]	販売者 サニーヘルス㈱	—
蒟蒻のおかげ （ぶどう [*] 、ピーチ [*] 、りんご [*] ）	製造者 ㈱下仁田物産	—
収穫のおかげ 蒟蒻ゼリー （ぶどう味 [*] 、ピーチ味 [*] 、マンゴー味、りんご味 [*] 、ライチ味）	販売者 ㈱ハーベスト	—
すらっとこんにやくゼリー （グレープ [*] 、ピーチ [*] 、マンゴー [*] 、青りんご [*] 、オレンジ [*] ）	製造者 富士正食品㈱	—
フルーツバスケットミニカップゼリー （ぶどう、りんご、みかん、野菜ミックス）	販売者 ㈱フルーツバスケット	—
蒟蒻畑 （ぶどう味 [*] 、白桃味 [*] 、りんご味 [*] 、マスカット味、オレンジ味）	製造者 ㈱マンナンライフ	—

☆：2009 年 1 月公表時と同じ銘柄名で販売されていた銘柄（6 社 19 銘柄） —：記載なし
※このテスト結果は、テストのために購入した商品のみに関するものである。

4) インターネット通信販売の大手ショッピングモールである楽天市場、Yahoo!ショッピング、Amazon.co.jp において、「こんにやくゼリー」及び「こんにやく入りゼリー」のキーワードで検索し、確認できたミニカップタイプの商品を販売していたところ（2010 年 1 月下旬時点）。

(1) 物性について

1) かたさ・弾力性

現在販売されている商品は銘柄によりかたさや弾力性が異なり、1社の商品は、普通のゼリーと比べてもやわらかかった。また、2009年1月に公表した6社については、2社の商品を除き、ほとんど変わっていなかった

恒温恒湿室内（室温 20℃、湿度 60%RH）で、ゼリーの表面が破断したときの力（かたさ）とゼリーの表面が陥没し破断するまでの距離（弾力性）を測定した（図1）。

図1. ゼリーのかたさと弾力性

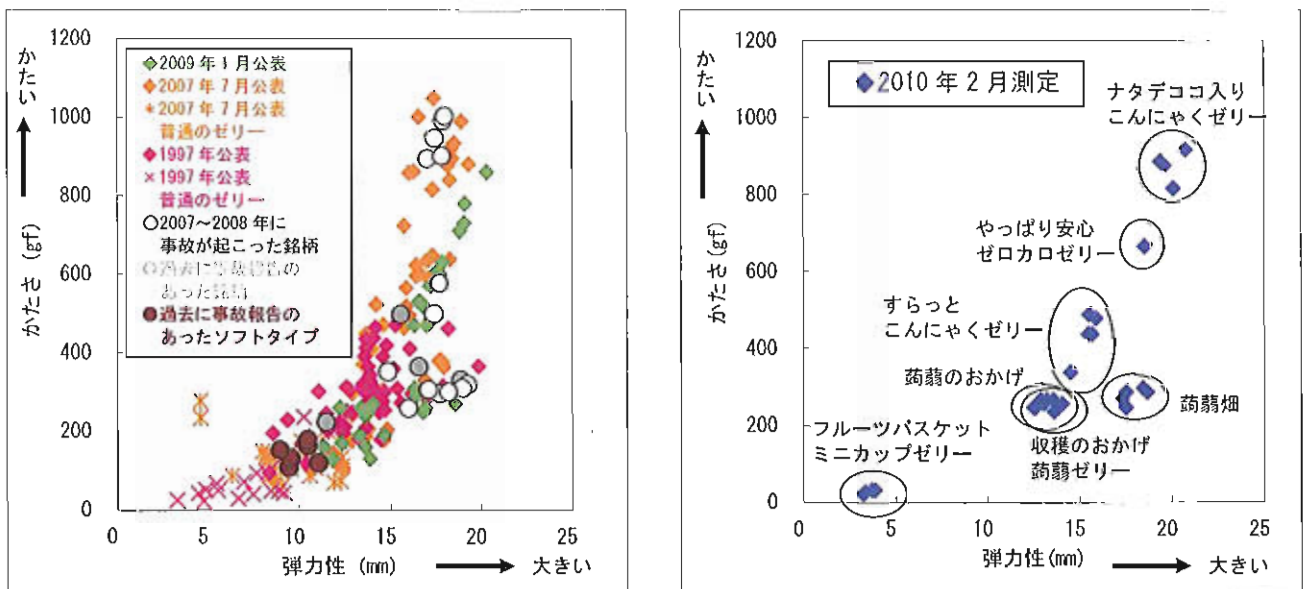
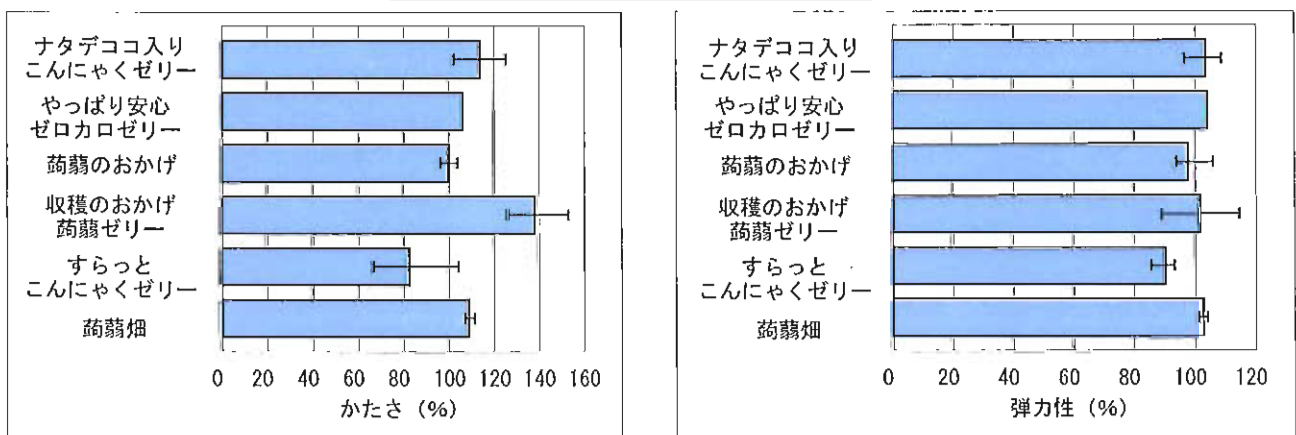


図2. 2009年1月調査時の商品との比較



※旧商品と比べ、今回購入した商品のかたさ及び弾力性がそれぞれ何%になっているかを示した。棒グラフは、その銘柄名の商品の平均値を表しており、グラフから伸びるライン（|——|）はフレーバーによるばらつきを表現している。なお、比較しているものは2009年1月公表時にテストをしたフレーバーについてのみである。

その結果、かたさや弾力性は、メーカーによって非常に幅があり、今回新たに調査した「フルーツバスケットミニカップゼリー」は、かたさ、弾力性とも非常に小さく、過去に調査した普通のゼリーと比べてもやわらかく、弾力性も小さかった。

また、2009年1月公表の対象銘柄と同じ銘柄名で販売されていた6社19銘柄（表11参照）については、2009年1月公表時と今回のデータを比較した（図2）。

「ナタデココ入りこんにやくゼリー」は、かたさがわずかに増したと思われたが、弾力性はほとんど変わっていなかった。

「やっぱり安心 ゼロカロゼリー」は、かたさ、弾力性ともほとんど変わっていなかった。

「蒟蒻のおかげ」は、かたさ、弾力性ともほとんど変わっていなかった。

「収穫のおかげ 蒟蒻ゼリー」は、弾力性はほとんど変わっていないが、かたさが2009年公表時に比べ3割強増しており、「蒟蒻のおかげ」とほぼ同程度になっていた。

「すらっとこんにやくゼリー」は、かたさが全体的に若干やわらかくなり、弾力性もわずかに低下していた。

「蒟蒻畑」は、かたさ、弾力性ともほとんど変わっていなかった。

以上、現在販売されている商品は、「すらっとこんにやくゼリー」では若干やわらかく、「収穫のおかげ 蒟蒻ゼリー」ではややかたさが増していたが、この2社の銘柄を除いては、前回の調査とほとんど変わっていなかった。

2) 形状・大きさ

①形状

ゼリーの形状は、多種多様あるが、2009年1月に公表の対象銘柄についてはその形状が大幅に変更されていたものはなかった

形状では、フタに接している部分（最大径を持つ）は、7社中6社の22銘柄（「ナタデココ入りこんにやくゼリー」「やっぱり安心 ゼロカロゼリー」「蒟蒻のおかげ」「収穫のおかげ 蒟蒻ゼリー」「すらっとこんにやくゼリー」「フルーツバスケットミニカップゼリー」の全銘柄）が円形だった。その他には、崩れたハート型（「蒟蒻畑」の5銘柄）のものが見られた（参考資料2参照）。

ゼリー自体の形状は、各社様々であるが、バケツの様な底のややすぼまった円柱状でひだ・ミゾのあるものが3社10銘柄（「やっぱり安心 ゼロカロゼリー」「すらっとこんにやくゼリー」「フルーツバスケットミニカップゼリー」の全銘柄）、円すいの様な形状でひだ・ミゾのあるものが2社8銘柄（「蒟蒻のおかげ」「収穫のおかげ 蒟蒻ゼリー」の全銘柄）あった。その他には、半球状のものが4銘柄（「ナタデココ入りこんにやくゼリー」の全銘柄）、フタに接している部分も底の形状もハート型のもの（ハート柱）が5銘柄（「蒟蒻畑」の全銘柄）あった（参考資料2参照）。

なお、2009年1月公表時と同じ銘柄名で販売されていた6社19銘柄（7ページ表

11 参照) についてみると、形状が大幅に変更されていたものはなかった。

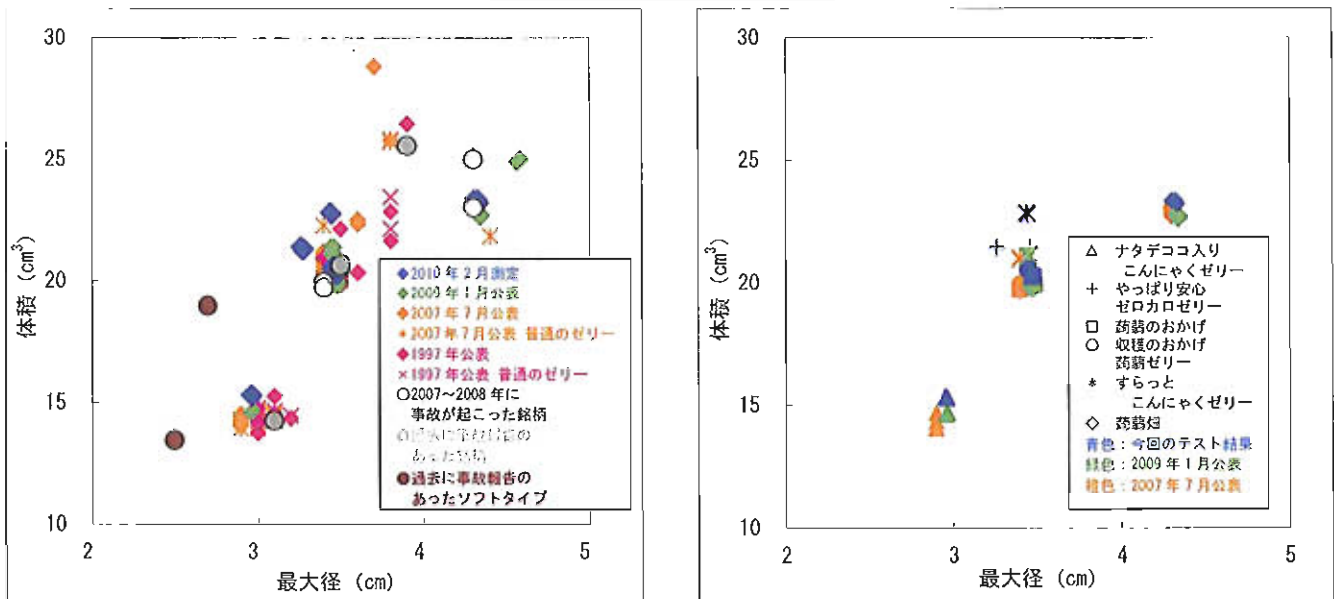
また、2009 年 1 月公表時に(株)アイプティより販売されていた立方体のような形状のゼリーは販売が中止されていた。

②最大径と体積

最大径と体積の傾向は、過去のテスト結果と比べほとんど変わらなかった

フタに接している部分の最大径とゼリーの体積を調べた (図 3 左)。また、2007 年 7 月以降に同じ銘柄名で販売されていた商品は、2007 年 7 月公表時、2009 年 1 月公表時及び今回のデータを重ねて比較した (図 3 右)。

図 3. ゼリーの最大径と体積



現在販売されている商品の全体の傾向としては、過去に公表したときと同様、銘柄により大きさや形状は様々であった。また、2007 年 7 月以降に同じ銘柄名で販売されていた商品については、大きさや形状に大幅な変更があったものは少なく、最大径や体積もほとんど変わらなかった。

ゼリーの最大径と体積については、過去に国民生活センターで行ったテスト結果と同様に銘柄によるばらつきが大きいが、どの銘柄も一口で食べることが可能であると考えられた。

(2) 表示について

農林水産省より業界 3 団体に対し出された「こんにやく入りゼリーによる窒息事故防止に向けた対策の強化について」(平成 20 年 9 月 30 日付; 参考資料 3 参照)の中で、商品の表示については、「警告マークや注意メッセージの表示については、その大きさ

を大きくし、警告文を大きく商品前面に記載すること、また、「個包装（カップ）にも警告のための表示を行なう」こととされている。

また、農林水産省からの通知を受けて、平成 20 年 10 月 3 日に業界 3 団体連名で出された「一口タイプのこんにやく入りゼリーの事故防止強化策について」（参考資料 3 参照）では、商品の前面に大きな白抜きの四角スペースを設けて、「～お願い～ 小さなお子様や高齢者の方は絶対に食べないで下さい。本品は弾力性があり、そしゃく力の弱い小さなお子様や高齢者はのどに詰まる恐れがあります。」という文章での警告表示を行うこととされ、裏面の警告表示枠内の文字を大きくし、「凍らせないこと」と「召し上がり方についての注意」も表示事項として追加するとしている。

さらに、個々のミニカップのフタ部分にも、警告マーク（文章入り）又は「お子様や高齢者の方は食べないで下さい。」という表示を大きくはっきりと分かるように行うとしている。

なお、この取り組みに関しては、その後も内閣府、厚生労働省及び農林水産省より業界団体に対し「こんにやく入りゼリーによる窒息事故の再発防止策について」（平成 20 年 10 月 21 日）、「こんにやく入りゼリーによる窒息事故の再発防止策の周知徹底について」（平成 21 年 1 月 8 日）などにより、関係者による再発防止に向けた取組について重ねて協力要請が行われてきたところである（参考資料 3 参照）。

購入した銘柄が、上記の「こんにやく入りゼリーによる窒息事故防止に向けた対策の強化について」（平成 20 年 9 月 30 日付）に対応しているか、パッケージの警告表示の内容等を調べた。

1) 「フルーツバスケットミニカップゼリー」について

「フルーツバスケットミニカップゼリー」は、外装パッケージや個包装に警告表示が記載されておらず、原材料表示以外でこんにやくが使用されていることがわかりにくかった。ただし、ゼリー自体はとてもやわらかいものであった

「フルーツバスケットミニカップゼリー」の 4 銘柄については、原材料に「こんにやく粉」と記載されているが、こんにやくが使用されていることが分かる警告表示はなく、業界団体が推奨する警告表示等がされていなかった。ただし、ゼリー自体の物性は、過去に国民生活センターで調査した普通のゼリーと比べてもやわらかく、弾力性も小さかった（「(1) 物性について」参照）。

2) 袋おもて面の警告内容の明確化及び警告マークの拡大について

1 社以外は、外装パッケージの表面に大きな警告絵表示等が、また裏面には大きく取り扱い等が記載されていた

テストをした 7 社中 6 社で、パッケージへの印刷により業界団体が推奨する警告表示に対応していた（表 12 及び参考資料 2 参照）。

3) 袋の裏面の警告表示等の改善について

1 社以外は、「子どもや高齢者は食べない」や「凍らせないこと」については表示されていた

「子どもや高齢者は食べない」や「凍らせないこと」については、7社中6社の商品で表示されていた。また、「吸い込まない」についても、7社中6社の商品で表示されていた(表12及び参考資料2参照)。

4) 個包装の表示の改善について

ほとんどのメーカーでは、ミニカップのフタ部分に警告表示をしていた

個々のミニカップのフタ部分にも、警告マーク(文章入り)又は「お子様や高齢者の方は食べないで下さい。」という表示を大きくはっきりと分かるように表示していたのは7社中5社の商品であった(表12及び参考資料2参照)。また、「収穫のおかげ 蒟蒻ゼリー」は、銘柄ごとに異なり、ピーチ味には警告マーク(文章入り)がプリントされていたが、ぶどう味とりんご味には、「底をつまみ、押し出して吸い込まずにお召上がりください。」と文章のみがプリントされており、マンゴー味とライチ味には警告表示がなかった。

表12. パッケージ及びミニカップのフタの表示内容

銘柄	製造者または販売者・輸入者	容器・包装の表示									原産国	
		外装パッケージ表面		外装パッケージ裏面						ミニカップのフタ		
		警告表示		子どもや高齢者は食べない	のどに詰まる危険性	万が一の対応	吸い込まない	凍らせない	子どもの手の届くところに保管しない	警告表示		その他の表示
1	ナタデココ入り こんにやくゼリー	㈱アイプティ	あり	○	○	○	○	○	○	○	凍らせないで ください	台湾
2	やっぱり安心 ゼロカロリー	サニーヘルス(株)	あり	○	○	○	○	○	○	○	—	—
3	蒟蒻のおかげ	㈱下仁田物産	あり	○	○	○	○	○	○	○	—	—
4	収穫のおかげ 蒟蒻ゼリー	㈱ハーベスト	あり	○	○	○	○	○	○	○ (ピーチ味のみ)	吸い込まない (ぶどう味、りんご 味のみのみ)	—
5	すらっと こんにやくゼリー	富士正食品(株)	あり	○	○	○	○	○	○	○	—	—
6	フルーツバスケット ミニカップゼリー	㈱フルーツバスケット	なし	×	×	×	×	×	×	×	×	—
7	蒟蒻畑	㈱マンナンライフ	あり	○	○	○	○	○	○	○	—	—

○: 関連する警告表示(またはマーク)がある ×: 関連する警告表示(またはマーク)がない —: 記載なし

7. アンケート調査

(1) 製造者・販売者対象アンケート

2008年秋以降、ほとんどのメーカーが表示を中心に変更を行っていた。ただし、出荷の際、小売店に陳列場所の依頼をしていたメーカーは少なかった

今回テスト対象としたこんにやく入りゼリーの製造者（または販売者（輸入者））7社を対象に、現在販売しているミニカップタイプのこんにやく入りゼリーの出荷量や2008年秋以降に行ったモデルチェンジ、出荷する際の小売店や販売卸に対する依頼等について、アンケート調査を行った。

2009年1年間の出荷量については、メーカーによって大きな差があるが、パッケージ数ではおよそ2.3万～3,194.8万パッケージ、重量換算ではおよそ6～9,584tであった（表13）。

表13. 2009年1年間の出荷量（概算値）

製造者もしくは販売者（輸入者）	出荷量（パッケージ数）	出荷量（重量）
(株)アイプティ	28.0万	55 t
サニーヘルス(株)	2.3万	6 t
(株)下仁田物産	126.5万	317 t
(株)ハーベスト	126.0万	306 t
富士正食品(株)	51.1万	106 t
(株)フルーツバスケット	6.3万	17 t
(株)マンナンライフ	3,194.8万	9,584 t

※各社の回答より算出した概算値であり、公式に発表されている数値ではない。なお、2010年2月現在で販売されていた銘柄（参考資料2に記載した29銘柄（ミックス、アソートを含む））に関する出荷量であり、その時点で終売となっていた銘柄については、含まれていない。

2008年秋以降に行ったモデルチェンジについては、7社中6社が行っており、主な変更点は、表示の変更が5社、ゼリーの原材料の配合変更が1社という回答であった（表14参照）。

表14. 2008年秋以降に行ったミニカップタイプのモデルチェンジ

製造者もしくは販売者（輸入者）	モデルチェンジの内容
(株)アイプティ	ホームページにて詳細を記載しています。（ http://aipty.com/action.html ） ※パッケージ表裏及び容器フタの表示を変更したことを解説していた
サニーヘルス(株)	<ul style="list-style-type: none"> ・「やっぱり安心 ゼロカロゼリー」「やっぱり安心 ゼロカロゼリー 和風」の外袋を警告表示を入れたものに変更（2008年11月） ・「やっぱり安心 ゼロカロゼリー」「やっぱり安心 ゼロカロゼリー 和風」の外袋に新しい警告表示内容のシールを貼る（2009年3月） ・「やっぱり安心 ゼロカロゼリー 和風」の販売中止（2009年4月） ・「やっぱり安心 ゼロカロゼリー」の外袋と蓋材を新しい警告表示内容のものに変更（2009年7月）
(株)下仁田物産	粒数10粒入から9粒入（袋）に変更し、ゲル化剤の使用量、こんにやく粉の使用量を減量し、粒性、弾力を従来より柔らかくしました。
(株)ハーベスト	2008年10月袋より変更①表面には「お願い」として小さなお子様や高齢者の方のどに詰まるおそれがあるので食べないでの文章②裏面にも「警告」として注意書きを表示しました。（詳しくは実際の商品を参照してください）
富士正食品(株)	23gポーション全品について、容器フタに、警告表示 外袋の表面、裏面に警告表示 2009.2月より実施
(株)フルーツバスケット	行っていない
(株)マンナンライフ	農林水産省の行政指導を受けて業界三団体が取り決め、平成20年10月3日付で発表した一口タイプのこんにやく入りゼリーの事故防止強化策に従い販売しております。

出荷する際に依頼している事項は、陳列場所についての依頼を行っているのが7社中3社、警告表示の掲示に関する依頼を行っているのが7社中5社であった(表15)。

表15. 販売卸・小売店への出荷の際に依頼している事項

製造者または販売者(輸入者)	陳列場所	警告表示	その他
(株)アイプティ	している	している	—
サニーヘルス(株)	していない	している	—
(株)下仁田物産	していない	している	—
(株)ハーベスト	していない	していない	—
富士正食品(株)	している	している	—
(株)フルーツバスケット	していない	していない	している注
(株)マンナンライフ	している	している	—

注:「冷凍して食べることはしない様をお願いしています」とのこと。

また、ミニカップタイプ以外のこんにやく入りゼリーの販売状況については、1社が60gカップタイプのを販売しており、1社がクラッシュタイプを販売していた。さらに今後の新しいタイプの商品の販売予定を尋ねたところ、2社で予定があり、ピロータイプとクラッシュタイプが各1社ずつであった。

(2) 小売業者本部対象アンケート

小売業者本部よりミニカップタイプのこんにやく入りゼリーの販売に関して指示を出していた会社は多いが、その内容は、各社で大きな差があり、陳列場所・警告表示ともに指示を出していたところは少ない

販売実態調査を行った小売店の販売本部を中心に40社を対象として、こんにやく入りゼリーの販売状況に関するアンケート調査を行った。24社よりの回答があった(回収率60.0%。表16参照)。

表16. アンケート対象会社数内訳

カテゴリー	調査対象会社数	回答数
スーパーマーケット	10社	8社
ドラッグストア	13社	4社
100円ショップ	4社	4社
ディスカウントショップ	9社	5社
輸入食品店	4社	3社
合計	40社	24社

ミニカップタイプのこんにやく入りゼリーを取り扱っていたのは、回答のあった24社中16社(66.7%)で、ドラッグストアやディスカウントショップではその比率が高かった(表17)。

表17. ミニカップタイプのこんにやく入りゼリーの取扱い

カテゴリー	合計	全店舗で販売している	全店舗で販売していない	一部の店舗では店舗の裁量で販売している	店舗に任せており、把握していない
総合	24	12	8	3	1
スーパーマーケット	8	4	3	1	0
ドラッグストア	4	4	0	0	0
100円ショップ	4	0	2	1	1
ディスカウントショップ	5	4	0	1	0
輸入食品店	3	0	3	0	0

また、現在、ミニカップタイプを取り扱っていない8社のうち、以前は取り扱っていたのは4社あり、取り扱いを止めたのは、2008年10月頃より後という回答が多かった(表18)。

表18. ミニカップタイプのこんにやく入りゼリーの取扱いを止めた時期

カテゴリー	合計	扱ったことがない	2008年4月から	2008年10月から	2008年11月から	無回答
総合	8	3	1	2	1	1
スーパーマーケット	3	0	0	2	1	0
ドラッグストア	0	0	0	0	0	0
100円ショップ	2	1	0	0	0	1
ディスカウントショップ	0	0	0	0	0	0
輸入食品店	3	2	1	0	0	0

現在、ミニカップタイプのこんにやく入りゼリーを扱っている16社で、陳列場所・警告表示ともに指示を行っている(もしくは過去に行っていた)と回答したのは3社であった。指示に関して、回答が最も多かったのは、警告表示のみ指示している(もしくは過去に行っていた)というもので、6社あった(表19)。

表19. 指示の内容/販売する際の指示を行っている・過去に行っていた13社中

カテゴリー	合計	陳列場所・警告表示とも	陳列場所のみ	警告表示のみ	詳細不明
総合	13	3	3	6	1
スーパーマーケット	4	1	0	3	0
ドラッグストア	4	1	1	2	0
100円ショップ	1	0	0	1	0
ディスカウントショップ	4	1	2	0	1
輸入食品店	0	0	0	0	0

また、具体的に行っている指示の内容としては、「指定棚に陳列」や「店頭にて注意喚起を促すPOPを掲示するよう指示」といった回答があった。

8. 消費者へのアドバイス

ミニカップタイプのこんにゃく入りゼリーは子どもや高齢者は食べないこと

こんにゃく入りゼリーは、普通のゼリーよりもかたく、弾力性も強いものが多い。また、水に極めて溶解しにくく、口腔内ではほとんど溶解しない。従って、えん下力・そしゃく力の弱い子どもや高齢者では、窒息事故を起こす危険性を否定できないため、食べてはいけない。

今回実施した、小売店舗における販売実態調査の結果、売り場にパッケージの表示以外の警告表示がない場合も多く、子どもが食べる菓子と同じ売り場で販売されている等のケースも見られたが、ミニカップタイプのこんにゃく入りゼリーを子どもや高齢者に与えてはいけない。

【情報提供先】

消費者庁 消費者安全課
消費者庁 消費者情報課 地方協力室
内閣府 食品安全委員会 事務局
厚生労働省 医薬食品局 食品安全部
農林水産省 生産局 生産流通振興課
農林水産省 総合食料局 食品産業振興課
農林水産省 消費・安全局 消費・安全政策課
全日本菓子協会
全国菓子工業組合連合会
全国こんにゃく協同組合連合会
社団法人日本通信販売協会

本件問い合わせ先

商品テスト部：042-758-3165