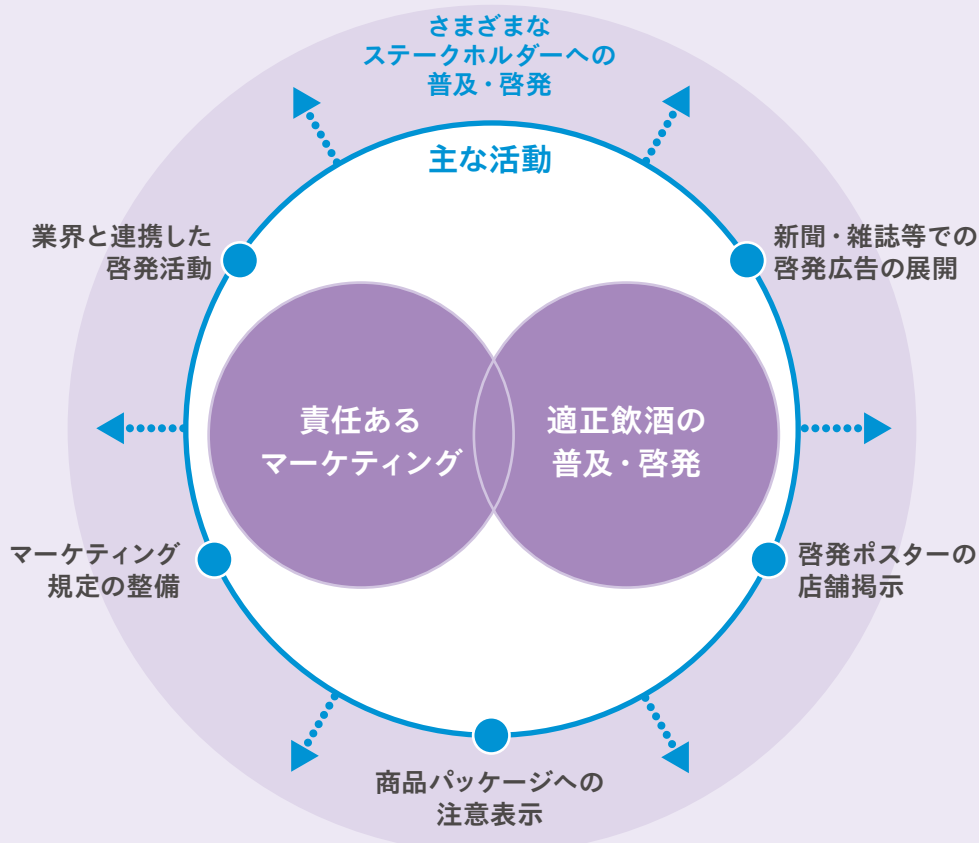


# 酒類を扱う企業として 責任あるマーケティングと 適正飲酒の普及と啓発

古来から、世界のさまざまな地域の気候や風土に根ざしてつくられてきたお酒は、日々の暮らしに喜びや潤いをもたらすとともに、人生の節目である祝事・慶事などでも大きな役割を果たしています。

しかしその一方で、アルコール飲料の不適切な飲用は、未成年者飲酒、飲酒運転、アルコール依存症など、社会の中でさまざまな問題を生み出していることも事実です。サントリーグループは、グローバルに事業を展開する総合酒類食品企業として、これらの課題の解決に積極的に取り組んでいく責任があります。

適正飲酒に関する「基本理念」「行動指針」を策定し、専門組織を設けて社内外への適正飲酒の啓発、販売・宣伝活動の社内チェック、研究機関への参加・協力・支援を継続しているほか、業界やWHO（世界保健機関）と協働して、国内外でさまざまな取り組みに参画しています。2014年に、グローバルなマーケティング規定をもつビームサントリーがグループに加わったことをふまえ、2015年からは同社とアルコール問題などを定期的に討議しながら、責任あるマーケティングに取り組んでいきます。



## アルコール関連問題への取り組み

酒類を製造・販売する企業の責任として、アルコール関連問題に積極的に取り組んでいます。

### 酒類製品を製造・販売することの責任

お酒は古くから百薬の長といわれます。また、コミュニケーションを円滑にし、人々に幸福をもたらす面もあります。その一方で、致酔性・依存性を有することから、不適切な飲み方によってさまざまな問題が生じるおそれがあることも事実です。

このような特性をもつ酒類を製造・販売する企業として、サントリーグループではアルコール関連問題の予防と適正飲酒の啓発を目的としたさまざまな活動を続けています。

2002年には、適正飲酒のための基本理念・行動指針を制定しました。

#### 適正飲酒のために

##### ——サントリーの基本理念・行動指針(2002年制定)

#### 基本理念

サントリーグループは、アルコール飲料の特性を認識し、アルコール関連問題の予防に努めるとともに、適正飲酒の考え方を普及させることによって、人々のより健康で文化的な生活のために貢献します。

1. アルコール飲料の持つ致酔性、依存性が、身体的、精神的、社会的な問題を引き起こすことを認識し、アルコール関連問題の予防をめざします。
2. 体質の違いや身体の状態、飲酒に対する考え方の違いが尊重されるより良い飲酒環境の形成をめざします。
3. 節度をわきまえた適度な飲酒(適正飲酒)は、心身の健康に役立ち、人間関係に潤いを与えるとの認識に立って、お酒の科学的研究の推進と、その正しいつきあい方についての知識の普及に努めます。

#### 行動指針

1. 飲酒に関する正しい知識の啓発に努めます。
2. 社会活動に積極的に協力します。
  - ・未成年者飲酒防止
  - ・イッキ飲み防止
  - ・飲酒運転防止など
3. 法令、当社ならびに業界自主基準を厳守します。
4. アルコールと健康に関する医学研究に自ら取り組み、また、支援します。

### 専門組織が責任をもって対応

サントリーグループは、1976年に「サントリー宣伝コード」を制定し、飲酒に関する宣伝・広告表現の自主規制を業界に先駆けて開始しました。その後、アルコール関連の専門組織「ARP※委員会」と、事務局であるARP事務局(現ARP室)を設置。社内外への適正飲酒の啓発、販売・宣伝活動の社内チェック、研究機関への参加・協力・支援などを行っています。

※ARP: Alcohol-Related Problems(アルコール関連問題)

#### 社内審査でマーケティング活動を指導

ARP室は、酒類製品に関するマーケティング活動のすべてに対して、適法性・妥当性の社内事前審査を行っています。この審査により、不適切なマーケティング活動を未然に防止しています。

2006年には、製品表示などについても事前審査をシステム化しました。2007年には広告宣伝に関するマーケティングコードを改定し、活動をより強化しました。2007年以降も、酒類広告に関する自主基準の見直しなどを業界団体と連携して行い、責任あるマーケティング活動の推進に努めています。

#### マーケティングにおける自主基準を改定

「飲酒に関する連絡協議会」が制定した共通自主基準をもとに、社会情勢に対応して自主基準を改定しています。2010年にはCMに妊産婦飲酒の注意表示を実施。また、テレビCMの土・日・祝日の自粛時間を5時00分～12時00分までから、5時00分～18時00分までに延長し、年間を通して5時00分～18時00分まで酒類のテレビ広告を自粛することとしました。

#### 従業員に対する適正飲酒啓発

酒類を製造・販売している企業の一員として、従業員の適正飲酒に関する意識を高めることも重要です。サントリーグループのイントラネットには、ARP室による「お酒を悪玉にしないために——グループ社員一人ひとりにできること。」を開説し、国内グループ会社従業員への啓発を行っています。また、飲酒運転を行った従業員は、公私を問わず諭旨免職以上の処分とすることを就業規則に定めています。

## アルコールと健康に関する医学研究への 取り組み・支援

サントリーグループでは、アルコール関連の各種研究に注力しています。1992年から主催・運営している「アルコールと健康」研究会もその1つで、アルコールが人体に及ぼす影響をプラス・マイナスの両面から研究しています。毎年新しく研究テーマを設定し、同会の会員となっている大学病院医師の方々に調査・研究を委託しています。

また、アルコール医療の発展に貢献するために、WHO(世界保健機関)から日本で唯一アルコール関連問題の施設として指定された「独立行政法人国立病院機構久里浜医療センター」と長期の研究委託契約を締結しています。

## お客様に適正な飲酒を啓発

酒類メーカーとして、お酒の特性や適切な飲み方をお客様に正しくご理解いただく取り組みを行っています。さらに、2015年からは、適正飲酒を含むグローバルなマーケティング規定をもつビームサントリーと、アルコール関連問題に関するビジョンや方針を討議する会議を年4回開催していきます。



ビームサントリーとの打ち合わせ

取り組み	開始年度	概要
モデレーション(適量)キャンペーンで節度ある飲み方を啓発	1986年4月	「酒は、なによりも、適量です。」というメッセージを伝える「モデレーション広告」を2014年末までに全国紙に150回以上掲載しています。(2002年には第22回新聞広告賞「広告企画部門優秀賞」を受賞しました)
「イッキ飲み防止キャンペーン」(主催:イッキ飲み防止連絡協議会)への協力	1993年	イッキ飲み防止連絡協議会が実施している同キャンペーンの趣旨に賛同し、第1回からポスター・チラシなどのデザインやノベルティプランニングに協力を続けています。同協議会は、「イッキ飲み」によって亡くなった方々のご遺族が中心となって1992年10月に結成されました。
小冊子「酒は、なによりも、適量ですーその正しいつき合い方を考えよう」を発行	1993年	業界初の適正飲酒を啓発する小冊子「酒は、なによりも、適量ですーその正しいつき合い方を考えよう」を発行し、ARP関連学会や保健所、企業の従業員研修、酒販組合などを通じて無償配布しています。(※同内容はWebサイトにも掲載)
学習教材「親子で学べる未成年者飲酒防止教材」を発行	2005年11月	子どもとその保護者を対象に未成年者飲酒の弊害をテーマにした学習教材「親子で学べる未成年者飲酒防止教材」を発行。首都圏(東京・神奈川・千葉・埼玉)の教育機関などへのご案内で大きな反響をいただき、その後、配布対象範囲を全国へ拡大。未成年者飲酒の防止活動に取り組んでいます。



モデレーション広告(2014年12月掲載、テーマは適正飲酒)



2014年「イッキ飲み防止キャンペーン」のポスター



適正飲酒啓発の冊子



親子で学べる未成年者飲酒防止教材

## ビームサントリーの「drink smart®」プログラム

ビームサントリーは、責任あるマーケティングの取り組みとして「drink smart®」プログラムをグローバルに展開しています。同社では、未成年者飲酒や飲酒運転の防止、適正飲酒の啓発、飲酒をしない人への配慮といったグローバルな基本原則をふまえ、関係団体と協力しながら、各市場固有のニーズ・文化に合わせたプログラムを推進しています。



## 飲酒運転撲滅に向けた予防・啓発活動

### 社会問題化に対応した予防・啓発活動の強化

サントリーグループは1986年から、適正飲酒キャンペーンの新聞広告やホームページ掲載などを通して、飲酒運転防止の啓発活動を行っています。とくに昨今、飲酒運転が社会問題化していることを受け、さらなる意識強化や抑止力となるよう、活動をより一層強化しています。

たとえば、テレビや印刷媒体、交通広告などで飲酒運転警告表示を実施しているほか、飲酒運転予防を呼びかけるポスターを作成し、飲食店様などにも配布しています。さらに、アルコール飲料の責任ある広告と販売を实践するため、酒類商品の店頭試飲会などを中止しました。

また、欧米などで先行している「指定ドライバー制度」(飲食店などで車1台につき1人以上の指名ドライバーを決める制度)は、工場見学受け入れの際に実施。受付時と試飲会場で、2回にわたり確認し、ドライバーの方にはノンアルコール飲料を提供しています。さらに飲食店を運営している(株)ダイナックでは、未成年者飲酒禁止と飲酒運転禁止のステッカーを飲食店全店に貼付しています。今後もサントリーグループは、飲酒運転撲滅のための活動を推進していきます。



未成年者飲酒・飲酒運転予防啓発ステッカー



(株)ダイナックでの未成年者飲酒禁止と飲酒運転禁止のステッカー

### 業界と連携した取り組み

ビール酒造組合や日本洋酒酒造組合などの業界団体の一員として、その活動に積極的に参画しています。これまでに、中高生を対象とした未成年者飲酒防止のためのポスター掲示や、スローガン募集



「STOP! 未成年者飲酒キャンペーン」ロゴ



商品パッケージへの注意表示

活動、新聞・雑誌での啓発広告を展開し、妊産婦飲酒防止に向けた商品パッケージへの注意表示などを実施しています。

### アルコール関連問題低減に向け世界的に活動

WHO(世界保健機関)は、各国政府や公衆衛生機関の専門家などと協議しながらアルコール関連問題の低減に向けた活動を継続的に実施しています。2010年には、酒類業界を重要なステークホルダーと位置づけ、「アルコールの有害な使用の低減に関する世界戦略」を採択しました。

サントリーグループは、ビール酒造組合や日本洋酒酒造組合を通じて、世界の主要酒類メーカーによるWHOのアルコール世界戦略を実現していくための「業界コミットメント」の推進に2013年から取り組んでいます。「業界コミットメント」の進捗は毎年監査法人による監査を経て「プログレスレポート」として発行されています。2015年からはビームサントリーとしてグローバルレベルの「業界コミットメント」の推進にも取り組んでいます。



「プログレスレポート」