

適正飲酒の大切さとお酒の魅力を伝える新たな活動 「ドリンク スマイル」を開始

- 2030年までに企業や自治体などを対象に
延べ20万人にセミナーを実施 —



この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/news/index.html> に掲載しています。

サントリーグループは、「お酒は、なによりも適量です。」というメッセージを盛り込んだモデレーション広告[※]を1986年から展開するなど、“ほどほど”にお酒を楽しむ適正飲酒の大切さを訴え続けてきました。また2011年から企業や自治体等向けに実施している適正飲酒啓発セミナーでは、2023年までの13年間で延べ3万6,000人に、お酒の正しい知識と付き合い方をお伝えしてきました。

※当社の適正飲酒啓発広告の呼称。モデレーションとは「ほどほど」「中庸」を意味する。

今回、適正飲酒の大切さとお酒の魅力を伝える新たな活動として「ドリンク スマイル」を11月6日（水）から開始します。「ドリンク スマイル」では、適正飲酒啓発による「お酒との共生社会実現」に、「お酒文化の継承」を加えることで、正しく多様なお酒の楽しみ方をお伝えします。

具体的には、2025年から2030年までの6年間で、日本国内で延べ20万人を目標に「ドリンク スマイル」セミナーを開催します。当社グループの考え方に賛同いただいたパートナー企業や自治体などを対象に、お酒に関するコンプライアンス意識の向上や、健康推進支援の側面から社会へ貢献していきます。

また、世界で酒類事業を担うサントリーグローバルスピリッツ社においてもグローバルでの適正飲酒啓発活動を強化します。日本の「ドリンク スマイル」の活動と合わせ、世界で「2025年から2030年の6年間で延べ10億人のお客様に向けて適正飲酒に関するメッセージを届ける」ことを目指します。

●「ドリンク スマイル」のロゴ・ステートメントについて

「ドリンク スマイル」が目指すのは、適正飲酒とノンアルコールも含めた“お酒”によって笑顔がもたらされる「お酒との共生社会」です。笑顔が重なり、キラリと光るロゴには、お酒のある席で、お酒を飲む人も飲まない人も、すべての人が分け隔てなく、豊かな時間を共有することで、新しい出会いや発見が生まれ、笑顔の絶えない空間になることを表現しています。

▼サントリーグループ「ドリンク スマイル」ホームページ

<https://www.suntory.co.jp/arp/drinksmile/>

▼サントリーグループ「アルコール関連問題に関する取り組み」ホームページ

https://www.suntory.co.jp/company/csr/soc_alcohol/

▽本件に関するお客様からの問い合わせ先

サントリーお客様センター <https://www.suntory.co.jp/customer/>

以 上

水と生きる SUNTORY

自然と水の恵みに生かされる企業として、貴重な水資源を守ること。
さまざまな企業活動を通じて社会に潤いをもたらす、社会にとっての水であること。
社員一人ひとりが水のように自在にしなやかに挑戦できる会社であること。
「人間の生命（いのち）の輝き」をめざす想いを、「水」に託して伝えるメッセージです。