

平成 19 年 8 月 13 日

財団法人 日本禁酒同盟
理事長 加藤順二 様

東京都港区台場二丁目 3 番 3 号
サントリー株式会社
AR P 室 室長 徳田 英典

ご連絡

拝啓、時下ますますご清祥の段、お慶び申し上げます。平素は格別のご厚誼にあずかり、厚く御礼申し上げます。

貴法人から平成 19 年 8 月 3 日付けの「缶酎ハイの果実の絵・写真とテレビ広告についての申し入れ」について以下のとおり当社の見解をご連絡いたします。

1. 未成年飲酒防止について

当社は、酒類を扱う企業としての社会的責任を自覚し、酒類の特性に留意し、特に未成年者飲酒防止に関して、特段の注意を払ったマーケティング活動を実施しております。また、洋酒酒造組合等の関連団体に対しても、業界自主基準の設定及びその遵守にも尽力し、自らモデレーション広告等の実施をはじめとする未成年者飲酒防止についての働きかけを行っております。

2. 「沖縄チューハイ」の缶デザインについて

貴法人から、「沖縄チューハイ」の缶デザインにつき、缶の表面デザインから果実の絵・写真の表示を除くべきであるとの申し入れを受けましたが、当社といたしましては、「沖縄チューハイ」に限らず、商品デザインについては、お客様に商品の中味・フレーバー等をわかりやすく伝えるという目的から、果実のデザインを商品に使用しております。

酒類につきましては、果汁飲料とは異なり、果汁の含有量の多寡よりも、風味設計上の含有のバランスが重要であり、果汁の含有量に合わせて商品における果実の絵・写真等の表示の大きさを対応させるということは、かえって、お客様に商品の特性について誤解を招くことになりかねないと考えております。

ご指摘の洋酒酒造組合における「低アルコール度リキュール類の特定の事項の表示に関する自主基準」を策定した際にも、果実の絵・写真等の大きさの制限については、果実飲料との誤認防止、ひいては未成年者飲酒の防止を図る意図で策定しております。当社はこれを遵守するとともに、当社におきましては、加えて「お酒」マークの表示の視

認性の向上にも努めて、未成年者飲酒防止に努めております。

また、果汁含有量につきましては、商品の正面部分に明確に果汁含有量を表示することにより、お客様の誤認を防ぐようにいたしております。

2. 広告表現について

テレビコマーシャルにつきましても、放送時間帯の自主基準の遵守、未成年者飲酒防止のメッセージの表示を含め、未成年者飲酒防止に努めております。

また、本商品においては、中味の特徴をお客様にわかりやすく伝えるために、手で果実をグラスに絞るシーンを使用しており、缶に直接手で果汁を絞っているとの誤解は招かないと考えます。また、果汁含有量につきましても、商品のみならずテレビコマーシャルにおいても、果汁含有量を表示するなど、誤解を招かないような対応をいたしております。なお、ご指摘のコマーシャルについては既に放映を終了しております。

以上、当社の見解を述べさせていただきましたが、当社といたしましては、貴法人のご指摘を真摯に受け止め、今後とも、アルコール飲料の特性を認識し、未成年者飲酒防止を始めとする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、今後とも人々のより健康で文化的な生活のために貢献するため、適切なマーケティング活動を実施していく所存でございます。今後ともよろしくお引き立てのほどをお願い申し上げます。

敬具