

お客様の
「いきいき」の
ために

お客様の健康への配慮

酒類メーカーの社会的責任として、率先して適正飲酒の啓発に取り組んでいます。

適正飲酒の啓発活動

酒類を製造・販売する企業の社会的責任として

宝酒造は、酒類を製造・販売する企業の責任として、飲みすぎによる健康障害や未成年者飲酒、飲酒運転などを防止するため、適正飲酒の啓発に取り組んでいます。1984年の「はたちまでストップ」キャンペーン以来、過剰な飲酒や未成年者飲酒、妊産婦飲酒、飲酒運転の防止に関する情報発信を継続。一方で、こうした不適正な飲酒を誘発するような広告表現や表示、販売方法を行わないように徹底しています。

啓発情報の発信

1986年にお酒の正しい知識や飲み方をわかりやすくまとめたパンフレット「Say No読本」を発行しました。

さらに2009年にはこれを増補・リニューアルした「お酒おつきあい読本」を発行し、適正飲酒を呼びかけています。この冊子をさまざまなイベント等でご提供しているほか、同内容を宝酒造ホームページでも公開しています。



お酒おつきあい読本

 D: お酒おつきあい読本

広告での配慮

酒類のテレビCMについては、①未成年者飲酒を誘発するような表現はしない、②過度の飲酒を勧めるような表現や社会的良識に反する飲酒の表現はしない、③未成年者飲酒禁止、飲酒運転禁止などを明示する、④放送時間帯を制限する(昼間[18時まで]は放送しない)、⑤未成年者の視聴者が多い番組での放送は自粛するといった業界基準を遵守しています。

新聞・雑誌などテレビCM以外の宣伝広告についても同様に、未成年者の飲酒を禁止する旨などのメッセージを、読者の目に付きやすい位置にはっきりと表示しています。

商品表示や販売上の配慮

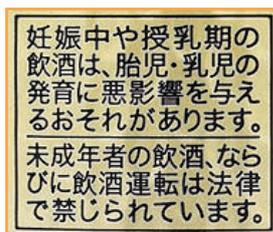
未成年者の飲酒を防止する取り組みとして、1995年から商品パッケージに「未成年者の飲酒は禁止されている」旨の表示をしています。また、未成年者の飲酒につながりかねない酒類自動販売機の屋外設置は受け付けていません。

さらに、妊娠中や授乳期の飲酒防止のために、2004年から商品パッケージや新聞・雑誌広告に妊産婦飲酒に関する注意表記を表示しています。

飲酒運転の防止に関しては、1995年から酒類全商品のパッケージに飲酒運転に関する注意表記を表示しています。

また清涼飲料との誤飲を防ぐため、ソフトアルコール飲料に「お酒」マークを業界で初めて表示しました。2011年から、アルコール分10度未満で300ml以下のすべての酒類製品に同様のマークを表示しています。

試飲や試供品配布は、未成年者でないこと、運転者でないことが確認できる場合に限っています。



注意表記の表示の例



お酒マークの表示の例



お客様の「いきいき」のために