

(1)

## アルコールの有害な使用の低減：ビール、ワイン、スピリッツ生産者の誓約

### 序文

ビール、ワイン、スピリッツの世界的生産者は、アルコールの有害な使用は公衆衛生に重大な影響を与え、非感染性疾患のリスク要因であることを認識しています。私たちはアルコールを乱用する人と、そのような行為が、その人自身と家族、および社会に与える悪影響を憂慮しています。よって私たちは、WHO の「アルコールの有害な使用を低減するための世界戦略」を支持し、個人、家族、コミュニティにとって、健康を増進しよりよい社会的結果を生み出すというビジョンの実現に向けて真摯に努力いたします。さらに私たちは、加盟国によって明らかにされた、ビール、ワイン、スピリッツの生産者、流通業者、マーケティング業者、販売業者が、この重要な問題について世界的な行動を推進していく上で担うべき、重要かつ積極的な役割を真剣に受け止めています。

私たちは、アルコールの有害な使用をなくすため、これまでの長きにわたる努力と現在の取り組みを土台とし、以下の基本理念にもとづいて、地方や国内外の関係者と協力しつつ今後とも努力を続けてまいります。

- 私たちは、成人がアルコール飲料を飲む——あるいは飲まないことを選択する権利を尊重いたします。
- 私たちは、社会で販売されているすべてのアルコール飲料は、適切かつ効果的に規制されるべきであると考えます。
- 私たちは、アルコールの消費パターンは文化や宗教的要因に大きく影響されると考えます。
- 私たちは、アルコールの有害な使用を減らす最も実行可能かつ効果的な対策は、科学的証拠に基づく、飲酒パターンを考慮した、具体的な問題に照準を絞ることだと考えています。
- 私たちは、政府、生産者、その他の関係者は、「非商業」の、記録のないアルコールによる害を減らすため、いっそう精力的に協力する必要があると考えます。なぜなら、それは世界の、特に多くの低・中所得国で消費されている、すべてのアルコールの中で大きな割合を占めているからです。
- 私たちは、アルコールの有害な使用を低減することは、社会と私たちのビジネスにも同じように利益をもたらすと考えます。

(2)

WHO や加盟各国政府の要請に応じ、下に署名した企業は、次の 5 分野で、現在の取り組みを強化拡大し、ビール、ワイン、スピリッツの生産者、流通業者、マーケティング業者、販売業者として私たちが出来る範囲で、アルコールの有害な使用を低減するための行動を取ることをここに誓約いたします。その多くは、様々な国での成功事例をヒントにしています。

- 未成年者飲酒の低減
- マーケティング自主基準の強化、拡大
- 消費者情報提供と、責任ある製品開発
- 飲酒運転の低減
- 有害な飲酒低減に向けた、小売業者への協力要請

私たちは、この世界的誓約を各国で実施しなければならない(地元企業やその他の関係者の協力と参加を含む)ことを認識しており、これらの誓約を実行に移すため、世界各地の他のアルコール企業をこの誓約に参加するよう要請します。

以下の誓約は 2013 年から 5 年間実施されますが、その中にはほとんど直ちに実行されるものと、かなり時間をかけて実施されるものがあります。

私たちは、これらの誓約の遵守状況を監査するため専門的な資格を有する第三者機関を任命し、その評価結果の要約を公表し、必要に応じ、これらの措置の効果を測定するため、独立した調査を行うよう推進します。

私たちは、2013 年末から毎年 1 回、私たちの取り組みの進捗状況を国際社会に報告いたします。

(3)

## 1. 未成年者飲酒の低減

私たちは、世界各国の政府、WHO、ならびにその他の国際機関が表明している、未成年飲酒の広がり、その有害な影響を敏感に察知しており、その懸念を共有しています。ほとんどの国では、アルコールの購入や消費の最低年齢が定められていますが、最低年齢未満の者の飲酒が世界各地で問題となっており、公衆衛生に重大な影響を及ぼす可能性があります。

未成年者の飲酒は社会的課題であり、政府、法執行機関、小売業者、親、教育者、およびその他のコミュニティの人々の幅広い協力によってしか防止することはできません。

よって私たちは、私たち自身の取り組みの強化と、小売業者も含めた他の当事者との協力を通じて、**2018年までに未成年者のアルコール飲料の購入と消費を大幅に低減するための野心的、現実的、かつ測定可能な目標を設定するよう、各国政府に申し入れてまいります。**

- 私たちは、私たち自身の取り組みだけでは十分でないことを認識し、私たちが商業活動をし、購入や消費の最低年齢が定められているすべての国で、**未成年者の購入と消費に関する政府の規制の施行を積極的に求めていくことを誓約いたします。** このような制限のない国では、私たちは(私たち独自で、あるいはこの目標を共有する他者と共に)、**最低購入年齢を導入し、それを施行するよう**に政府に申し入れてまいります。

また、上記との関連において、私たちはこれ以外にも有意義で重要な対策を講じて、未成年飲酒の発生を減らす一助としてまいります。

- 私たちは、非政府組織(NGO)、政府間組織(IGO)を含めた他の当事者との協力を強化し、若者自身、あるいは若者の行動に強い影響を与えるといわれている人のいずれかに向けた、**未成年者の購入と消費を防止し低減するための教育資材とプログラムを開発、推進し、普及させることを誓約いたします。** これには親、学校、地域のグループ、およびソーシャルメディアでの使用のための、教材開発の有効な事例について、専門家に相談することも含まれています。

(4)

## 2. マーケティング自主実施基準の強化、拡大

私たちは、法定飲酒年齢以上の成人を対象としてマーケティングを行っています。私たちの企業や業界の自主基準や内部プロセスは、私たちの製品のマーケティングが責任ある飲酒だけを推進するものとなるよう作成されています。私たちは主に未成年者の飲心を引くものを禁止し、過剰で無責任な消費を促すようなやり方で製品を販売促進することを禁止し、違反があれば速やかに対処するよう、今後もマーケティングの実施基準を強化してまいります。

これらや、その他の規定は、数年前から主要企業のマーケティング自主基準に含まれています。私たちは、私たちの「有害な飲酒に関するグローバルアクション」イニシアチブによる自主的な取り組みを土台とし、それを自社ブランドを販売しているすべての国に拡大することによって、これらの規定をさらに強化してまいります。

他の多くの製品と同様、アルコール飲料のマーケティングにも、デジタルメディアが使われることが増えています。これは、情報の獲得や交換、また場合によっては商品の購入にデジタルソースを使う人が増えており、そのような生活様式をする人がますます増えているからです。

この新しい傾向が持続し、技術が進むにつれ、私たちはアルコールのマーケティング業者や販売業者が、未成年者によるアクセスを制限するよう注意する必要があること、またデジタルメディアによるマーケティングが必ず責任ある内容であり、未成年者の飲酒を奨励するものではないことを確認する必要があることを認めます。主要企業は、すでにこれらの問題に取り組んでおり、多くのマーケティング自主基準がデジタルメディアを含むものに改定されています。私たちは今後もこれらの取り組みを強化し拡大してまいります。

- 私たちは、製品を広告している印刷、電子、放送、デジタルメディアの視聴者の 70%以上が成人となるように、今後 12 か月以内に(合理的に入手可能なデータを使って)独自に検証可能な対策を取ることを誓約いたします。

(5)

- 私たちは、2013 年中に、デジタルメディアによるアルコール飲料のマーケティングのための世界指針を作成することを誓約いたします。これは、いかなるオンライン・マーケティングについても、私たちの伝統的なマーケティング活動に適用されるのと同じ、高い基準を満たすことを義務付けるものです。 私たちが消費者と直接やりとりするデジタル「ソーシャルメディア・サイト」についても、可能な範囲で未成年者のアクセスを制限する管理体制を整え、消費者の年齢確認の仕組みを運用することを誓約いたします。この目的を達成するため、私たちは関連のあるソーシャルメディア・プロバイダーの協力を要請いたします。

- 今後5年以内に、自主基準の規定を遵守させるプロセスに、業界以外の参画がない国においては、参画を進め、下された決定に従うような仕組みを策定することを約束いたします。

- 私たちは、実施可能かつ合法である場合、製品の責任あるマーケティングおよび販売の自主基準を遵守することを求める適切な契約上の文言を、広告代理店との契約に盛り込むことを誓約いたします。

(6)

### 3. 消費者情報提供と責任ある製品開発

製品と包装のイノベーションは消費者に選択肢を与え、環境資源の使用を改善し、製品の品質を高め、健全な市場競争を育成するものです。

飲料の選択肢の増加は様々な飲酒パターンに対応するもので、もし可能であり、十分な消費者需要がある場合は、低アルコールの飲料を発売することもそれに含まれます。

新製品の開発にあたっては、私たちの社内プロセスでは、主に未成年者に訴求することや、過度の飲酒を暗示することを避けるように設計されています。

私たちは、一部のアルコール飲料製品のイノベーションについて、公衆衛生上の懸念が表明されていることを認識しています。すなわち、「エナジードリンク」に含まれる成分などの刺激添加物を過度に含んだ、あるいは一部の香料やある種の包装を使用した、酒類を生産または販売促進することです。

私たちはまた、製品が責任ある製品といえるかどうかは、その名称、包装、表示、マーケティングなどの要素の組み合わせによって異なると考えます。

- 私たちは、カフェイン、ガラナ、タウリンなどの刺激添加物を過剰に含んだいかなる酒類も生産せず、活性作用または刺激作用をもたらすいかなる酒類も売り込まないこと、あるいはそのような作用を起こすいかなる酒類の組み合わせも販売促進しないことを誓約いたします。

(7)

私たちはまた、消費者が何をいつ飲むか、また飲むか飲まないかを決定するのに役立ててもらうため、アルコールの度数など、アルコール飲料についての一定の情報や、過剰飲酒あるいは不適切な飲酒が健康に与えるリスクについて消費者に注意喚起する情報の伝達を開始する予定です。

- 私たちは 2 年以内に、①飲酒運転、②未成年者飲酒、③妊娠中の飲酒を防止するような、業界共通の分かりやすいシンボル、またはそれに相当する文言を作成し、世界中で適用することを誓約いたします(ただし、同様の情報がすでに法的に義務付けられ、あるいは禁止されているか、あるいは自主基準によって定められている場合は例外とします)。 また5年以内に、これらのシンボルもしくは文言が、個々にあるいは組み合わせによって製品の包装に表示するようにします。私たちはまた、すでに運営中のウェブサイトを通じたものとして、製品のアルコール度や、過剰飲酒が健康に及ぼす影響についての注意喚起などの追加情報を掲載する専用のウェブサイトを作成し、そのウェブサイトへのアクセス方法の詳細を製品の容器に表示します。 私たちは、このウェブサイトのコンテンツを作成するため、公衆衛生専門家からの寄稿や意見を募集いたします。

(8)

#### 4. 飲酒運転の低減

国連総会は 2011 年から 2020 年を「交通安全のための行動の 10 年」と宣言しました。国連の「道路安全連携」は、この「行動の 10 年」のためのグローバル計画を作成しました。この計画の 4 項では、道路使用者の交通安全行動に重点を置いた活動の全体的な枠組みを定めており、飲酒運転の削減も含まれています。この計画では特に、政府、国際機関、市民団体、民間企業に、この計画を活動の指針として利用するよう促しています。このような状況において、私たちは飲酒運転の予防が交通事故や死者数の減少に貢献すること認識しています。交通事故による傷病はあらゆる年齢層に影響を与えますが、2009 年の WHO の交通安全に関する世界状況報告書が示すように、その影響が最も大きいのは若者です。

私たちは、政府や市民団体のパートナーと協力し、飲酒運転による傷病と死亡を防止し低減するために果たすべき重要な役割があると考えており、この目標達成に協力する意志があることをすでに表明しています。

よって私たちは、現在の飲酒運転に関する法律や規則を執行するよう各国政府に呼びかけるとともに、私たちが商業活動を行っている国でそのような法規がまだ制定されていない国では、血中アルコール濃度の上限設定、初心者へのより低い血中アルコール濃度基準導入など、効果的な飲酒運転禁止法の導入と、その適切な執行を積極的に提言いたします。私たちは、これらの目的を共有する、非政府組織も含めた公衆衛生および交通安全のパートナーと協働してまいります。

私たちは長きにわたって、飲酒運転防止プログラムを世界中で実施しています。この中には、中国、コロンビア、メキシコ、ナイジェリア、ロシア、ベトナムで現在行っている 6 つのグローバルアクションの飲酒運転試験プログラムも含まれています。( [www.global-actions.org](http://www.global-actions.org) )

- 2014 年末に、私たちはこれらの試験プログラムの評価を行い、どのプログラムが成功で、現地で持続可能かを決定することを誓約いたします。また私たちは今後 5 年の間に、成功が証明されたプログラムを、6 大陸をすべて網羅するように、しかし主に途上国に焦点を当て、少なくともあと 6 か国で同様に実施いたします。

(9)

## 5. 有害な飲酒の低減に向けた、小売業者への協力要請

私たちは、安全な飲酒環境を推進し、有害なアルコールの使用を防止する取り組みには、小売業者の参加が欠かせないという点で、公衆衛生専門家と意見を一にしています。私たちは、膨大な数の小売店、独立した所有者、その多様性(バー、カフェ、レストラン、ホテル、ナイトクラブ、スーパーマーケット、専門店、食料品店)、様々な種類の販売店(飲食店と小売店)、さらに途上国における小売慣行や小売施設の大きな違いから見て、この取り組みがいかに複雑であるかを承知しています。

- 私たちは、取引関係にある主要な国際的な小売業者に、私たちと共に、責任ある小売イニシアチブを開始するよう呼びかけることを誓約いたします。このイニシアチブの第一目的は、「責任ある酒類小売の指導指針」を作成することであり、この指針は、責任ある酒類の小売についてのベストプラクティスのガイドラインを明らかにし、リストアップすることに重点を置いています(無責任なプロモーションの法的に許容される範囲での防止、小売店舗での責任ある店頭マーケティングおよび販売促進、私たちの製品の責任ある販売を適切な小売業者に請け負わせること、その他アルコール関連の害を減らすための対策)。またこのイニシアチブは、各国での責任ある小売イニシアチブを開始し、年齢証明提示の義務付けなどによって未成年者の飲酒防止対策に関する指導指針を実施し、またすでに斟酌している飲酒者をどのように見分け、販売を防止し、対応するかについての小売スタッフの研修に関する指導指針を実施するよう促すものです。