

平成 21 年 12 月 24 日

報道関係各位

ビール酒造組合

ビール酒造組合加盟社における酒類のテレビ広告自粛時間の延長について

ビール酒造組合（会長代表理事：松沢幸一）は、酒類のテレビ広告について、酒類業界の「酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準」（以下「自主基準」）の規定を遵守しつつより充実した内容とするため不断の見直しを進めてまいりました。この度、ビール酒造組合の自主的な取組みとして、以下のように自粛時間を延長し、実施いたします。

記

1. 内容

ビール酒造組合の自主的な取組み	現行「自主基準」の規定
<p>テレビ広告を行わない時間帯 ただし、企業広告及びマナー広告は除く。なお、酒類の商品の表示、飲酒シーン（注ぐ・嗅ぐ等の描写を含む。）は、禁止とする。</p> <p><u>年間を通し、5時00分～18時00分まで、酒類のテレビ広告を自粛する。</u></p>	<p>テレビ広告を行わない時間帯 ただし、企業広告及びマナー広告は除く。なお、酒類の商品の表示、飲酒シーン（注ぐ・嗅ぐ等の描写を含む。）は、禁止とする。</p> <p><u>王曜日、日曜日、祝祭日、国民の休日、振替休日、1月2～3日</u> <u>5時00分～12時00分まで</u> <u>月曜日～金曜日</u> <u>5時00分～18時00分まで</u></p>

2. 実施時期： 平成 22 年秋以降順次

3. 対象社

ビール酒造組合加盟 5 社（麒麟ビール（株）、サッポロビール（株）、サントリー酒類（株）、アサヒビール（株）、オリオンビール（株））

4. 今回の決定に至る経緯

ビール酒造組合では、業界団体である酒類業中央団体連絡協議会（以下酒中連）加盟団体とともに随時、社会的な要請（未成年者飲酒防止、適正飲酒推進等）に応えるため、「自主基準」の見直しを行っており、平成 21 年 7 月には、スポンサー提供する番組の成人視聴者比率を従来の 50% から 70% に引き上げる等の改定をしております。（実施は平成 22 年 4 月から）

今回の決定は、世界保健機関（WHO）が「アルコールの有害な使用を低減するための世界戦略」を平成 22 年 5 月の第 63 回 WHO 総会にて採択する中で、ビール酒造組合が諸外国の状況、酒中連での検討内容等を踏まえ、自主的に実施するものです。

なお、今回の決定は現在のところ、ビール酒造組合内のものですが、「自主基準」の改定につながるよう、業界団体である酒中連加盟団体に対して働きかけを行ってまいります。

本件に関する問い合わせ先

ビール酒造組合 東京都中央区京橋 2 - 8 - 1 8
電話（03）3561 - 8386

以上