

1992年7月23日

メルシャン株式会社

代表取締役 鈴木 忠雄 殿

千代田区神田神保町1-17

アルコール問題全国市民協会

代表 今成 知美

メルシャン株式会社の

社会的責任を問う

一致酔・酩酊奨励広告についての緊急申し入れ

一、当協会はアルコールによる健康被害、社会問題の発生の予防を旨とする市民団体です。

二、さて、貴社は最近

「あまりシラフでいるのもカラダに毒だよ」

というキャッチフレーズでメルシャンワイン スピリッツ・クラブ

の広告をしておられます。この広告は上記キャッチフレーズのほか

「何やら最近、マジメやケジメが見直されているとか

でも人間なんだから、肩ヒジはらず、たまにはネジをゆるめましょう

甘くないさわやかなノドごしだから、ゴクゴクいけるスピリッツクラブ

ジン&ライム ウォッカ&レモンの新快感で登場です。さ、酔って、笑って、夢見ましょうよ」

とのコピーが記載されております。

三、アルコール関連問題についての認識が十分でなかった時期はともかくとして、この問題が社会問題として次第にクローズアップされてきた今日では、各メーカーともアルコール類の広告内容が不適正な飲酒形態を勧めるものとならないよう、それなりの配慮をするようになってきました。これは致酔性をもつ飲料のメーカーとしての社会的責任を自覚したものと思われまます。

この配慮のひとつが、広告については製品自体の味わいなど製品の属性を広告のコンセプトにすることに留め、「致酔・酩酊への勧

め」についてはコンセプトにしないというものと解されます。

四、しかし、貴社の上記広告は、この致酔・酩酊への直接的勧誘をコンセプトとしており、しかも「あまりシラフでいるのもカラダに毒だよ」などと、身体の正常と非正常とを転倒させ、このコンセプトを強く印象づけるように工夫しておられます。

さらに、この広告は、適度の酔いの正当性とか娯楽性を隠れミノに、歯止めのない致酔・酩酊への勧誘をメッセージとしていることは、

「たまにはネジをゆるめましょう」

「ゴクゴクいける」

「酔って笑って夢見ましょうよ」

などというコピーからも明らかです。

五、このような広告は、未成年者に対しても飲酒を奨励する訴求力を有しており、未成年者飲酒防止の視点からも大きな問題です。

六、つきましては、当協会は貴社に対し上記広告を直ちに中止ことを求めます。

また、貴社がこの問題についてどのようにお考えになるのか、また、直ちにこの広告を中止されるか否かについて、1週間以内に

回答されるよう求めます。

尚、このことについて別途国税庁長官宛要請したことを申し添えます。

1992年7月23日

日本洋酒酒造組合

会長 村山 達雄 殿

千代田区神田神保町1-17

アルコール問題全国市民協会

代表 今成 知美

アルコール広告のガイドライン 作成についての申し入れ

一、最近メルシャン株式会社が、

あまりシラフでいるのもカラダに毒だよ

何やら最近、マジメやケジメが見直されているとか

でも人間なんだから、肩ヒジはらず、たまにはネジをゆるめま
しょう

甘くないさわやかなノドごしだから、ゴクゴクいけるスピリッ
ツクラブ

レモン&ライム ウォッカ&レモンの新快感で登場です。さ、

酔って、笑って、夢見ましょうよ

との広告で「メルシャンワイン スピリッツクラブ」なる商品を買
り出してあります

二、この広告は無差別な致酔・酩酊を直接的に奨励するものであり、未
成年者飲酒の防止、アルコール関連問題の予防の視点から看過でき
ない悪質なものと思われ、当協会としては別紙の申し入れを致しま
した。

三、つきましては組合としてメーカーの広告宣伝活動にいきすぎのない
よう厳しく自主規制されると共に、広告宣伝についての適切なガイ
ドラインを業界で作成されることを要望いたします。

1992年7月23日

国 税 庁 長 官

土 田 正 顕 殿

千代田区神田神保町1-17

アルコール問題全国市民協会

代 表 今 成 知 美

メルシャンワインの致酔・西名西丁
奨励広告に関する要請書

一、最近メルシャン株式会社が、

あまりシラフでいるのもカラダに毒だよ

何やら最近、マジメやケジメが見直されているとか

でも人間なんだもの、肩ヒジはらず、たまにはネジをゆるめま
しょう

甘くないさわやかなノドごしだから、ゴクゴクいけるスピリッ
ツクラブ

レモン&ライム ウォッカ&レモンの新快感で登場です。さ、

酔って、笑って、夢見ましょうよ

との広告で「メルシャンワイン スピリッツクラブ」なる商品を売
り出しております。

二、この広告は無差別な致酔・酩酊を直接的に奨励するものであり、未
成年者飲酒の防止、アルコール関連問題の予防の視点から看過でき
ない悪質なものと思われ、当協会としては別紙の申し入れを致しま
した。

三、つきましては監督官庁として、メーカーの広告宣伝活動にいきすぎ
のないよう厳しく監督されると共に、広告宣伝についての適切なガ
イドラインを業界に作成させるよう指導されることを要望いたしま
す。