

1999年5月31日

東京都知事  
石原慎太郎 様

**主婦連合会**

会長 清水鳩子

<事務局>

千代田区六番町15

☎03-3265-8121

**日本アルコール問題連絡協議会**

会長 上野 佐

理事長 河野裕明

<事務局>

中央区日本橋浜町3-19-3 ヲガ21ビル

アルコール問題全国市民協会内

☎03-3249-2551

FAX03-3249-2553

アルコール問題全国市民協会 (ASK)

アディクション問題を考える会 (AKK)

日本キリスト教婦人矯風会

日本アルコール・薬物医学会

日本アルコール関連問題ソーシャルワーカー協会

飲酒運転に反対する市民の会

イッキ飲み防止連絡協議会

全日本断酒連盟

救世軍日本本営

国際グッドテンプレートズ

日本禁酒禁煙協会

日本禁酒同盟

アンswers相互保険会社

## 都営地下鉄におけるアルコール飲料のウインドウビジョン広告に関する緊急申し入れ

別紙の申し入れを東京都交通局に行ないました。

都の財政事情が厳しいことはよくわかりますが、都営地下鉄は公共の交通機関であり、別紙に記述のウインドウビジョン方式（この春初めて方法です）でアルコール飲料の広告を行なうことは、厳に謹んでいただきたいと思います。

即刻の中止を求めます。

1999年5月31日

東京都交通局長  
横溝清俊 様

**主婦連合会**

会長 清水鳩子

<事務局>

千代田区六番町15

☎03-3265-8121

**日本アルコール問題連絡協議会**

会長 上野 佐

理事長 河野裕明

<事務局>

中央区日本橋浜町3-19-3 ヲノミビル

アルコール問題全国市民協会内

☎03-3249-2551

FAX03-3249-2553

アルコール問題全国市民協会 (ASK)

アディクション問題を考える会 (AKK)

日本キリスト教婦人矯風会

日本アルコール・薬物医学会

日本アルコール関連問題解決ワーキンググループ協会

飲酒運転に反対する市民の会

イッキ飲み防止連絡協議会

全日本断酒連盟

救世軍日本本営

国際グッドテンブラーズ

日本禁酒禁煙協会

日本禁酒同盟

アンスワール相互保険会社

## アルコール飲料の都営地下鉄ウインドウビジョン広告に関する緊急申し入れ

都営地下鉄浅草線・新宿線等で、窓に大きなビールのステッカーを連続して貼った車両を見かけて、非常に驚き不快感を覚えました。この形態でのアルコール飲料の広告を即刻中止していただきたく、申し入れる次第です。

これは、ウインドウビジョンと呼ばれる初めての広告形態で、窓の下半分に特殊な大型ステッカーを貼るという方法です。ステッカーは車内からは広告が見えず、車外にだけアピールする形になっています。

ホームで列車の到着を待っている乗客は、突然、目の前を通り過ぎていくビールの広告を連続して見せられることとなります。それは、“ビール列車”の到着とでもいうべき状況です。早朝から深夜まで、何十分かに1本はその列車に遭遇することとなります。乗客の中には通学途上の未成年者も数多くおり、成人ではあってもこれから仕事に向かおうという人たちが早朝から目の前にビールの広告を見せつけられるのです。

車内の中吊り広告や駅のポスターならば、目をそらして見ないでいることもできます。でも、列車が駅に入ってくれば、乗客の視線は当然その列車に集まります（もし見なかったとしたら危険ではないでしょうか）。その目に、唐突に、ビールの広告が連続して飛び込んでくるのです。私たちは、このような強制的な形で広告を、しかもアルコール飲料の広告を見せられたくありません。

アルコール飲料は、致酔性・依存性をもつ商品です。近年、未成年飲酒者の増加、飲酒による障害（急性アルコール中毒・飲酒運転・ホームからの転落などの事故、肝臓障害などの慢性疾患、アルコール依存症など）等、大きな社会問題となっています。鉄道各社は酔客の起こす事故や喧嘩、嘔吐物の処理には日々ご苦労なさっているはずですが。

海外では、テレビCMをはじめ看板等も禁止している国が数多くあります。野放しに広告してよい商品ではないのです。アルコール飲料のウインドウビジョン広告を即刻中止するよう、強く要望します。

なお、6月14日までにご回答を上記申し入れ団体までお寄せくださいますようお願いいたします。

1999年5月31日

アサヒビール株式会社  
代表取締役社長 福地茂雄 様

主婦連合会  
会長 清水鳩子  
<事務局>  
千代田区六番町15  
☎03-3265-8121

日本アルコール問題連絡協議会  
会長 上野 佐  
理事長 河野裕明  
<事務局>  
中央区日本橋浜町3-19-3 ヲノ2ビル  
アルコール問題全国市民協会内  
☎03-3249-2551  
FAX03-3249-2553

アルコール問題全国市民協会 (ASK)  
アディクション問題を考える会 (AKK)  
日本キリスト教婦人矯風会  
日本アルコール・薬物医学会  
日本アルコール関連問題ソーシャルワーカー協会  
飲酒運転に反対する市民の会  
イッキ飲み防止連絡協議会  
全日本断酒連盟  
救世軍日本本営  
国際グッドテンプレートズ  
日本禁酒禁煙協会  
日本禁酒同盟  
アンswール相互保険会社

## アルコール飲料のウインドウビジョン広告に関する緊急申し入れ

都営地下鉄浅草線・新宿線等で、窓に貴社のビール広告を連続して貼った車両を見かけて、非常に驚き不快感を覚えました。さっそく環境文化推進部に電話で抗議しましたが、5月28日、中止する意志はないとの回答を口頭でいただき、貴社の姿勢に深く失望した次第です。

そこで、東京都交通局に緊急の申し入れを行なうとともに、貴社にもあらためて書面で申し入れることにしました。アルコール飲料のウインドウビジョン広告を即刻中止してください。以下はその理由です。

ホームで列車の到着を待っている乗客は、突然、目の前を通り過ぎていくビールの広告を連続して見せられることとなります。それは、“ビール列車”の到着とでもいうべき状況です。早朝から深夜まで、何十分かに1本はその列車に遭遇することとなります。乗客の中には通学途上の未成年者も数多くおり、成人ではあってもこれから仕事に向かおうという人たちが早朝から目の前にビールの広告を見せつけられるのです。

車内の中吊り広告や駅のポスターならば、目をそらして見ないでいることもできます。でも、列車が駅に入ってくれば、乗客の視線は当然その列車に集まります（もし見なかったとしたら危険ではないでしょうか）。その目に、唐突に、ビールの広告が連続して飛び込んでくるのです。私たちは、このような強制的な形で広告を、しかもアルコール飲料の広告を見せられたくありません。

アルコール飲料は、致酔性・依存性をもつ商品です。近年、未成年飲酒者の増加、飲酒による障害（急性アルコール中毒・飲酒運転・ホームからの転落などの事故、肝臓障害などの慢性疾患、アルコール依存症など）等、大きな社会問題となっています。海外では、テレビCMをはじめ屋外看板等も禁止している国が数多くあります。野放しに広告してよい商品ではないのです。

なお、6月14日までに、ご回答を再度上記の団体までお寄せください。

1999年5月31日

ビール酒造組合  
会長 瀬戸雄三 様

**主婦連合会**

会長 清水鳩子

**<事務局>**

千代田区六番町15

☎03-3265-8121

**日本アルコール問題連絡協議会**

会長 上野 佐

理事長 河野裕明

**<事務局>**

中央区日本橋浜町3-19-3 ヲノ21ビル

アルコール問題全国市民協会内

☎03-3249-2551

FAX03-3249-2553

アルコール問題全国市民協会 (ASK)  
アディクション問題を考える会 (AKK)  
日本キリスト教婦人矯風会  
日本アルコール・薬物医学会  
日本アルコール関連問題シンクタンク協会  
飲酒運転に反対する市民の会  
イッキ飲み防止連絡協議会  
全日本酎酒連盟  
救世軍日本本営  
国際グッドテンプレート  
日本禁酒禁煙協会  
日本禁酒同盟  
アンスワール相互保険会社

## アルコール飲料のウインドウビジョン広告に関する緊急申し入れ

都営地下鉄浅草線・新宿線等で、窓にビールの広告を連続して貼った車両を見かけて、非常に驚き不快感を覚えました。これは、ウインドウビジョンと呼ばれる初めての広告形態で、窓の下半分に特殊な大型ステッカーを貼るという方法です。ステッカーは車内からは広告が見えず、車外にだけアピールする形になっています。

広告主であるアサヒビールにさっそく電話で抗議しましたが、5月28日、中止する意志はないとの回答を口頭でいただき、その姿勢に深く失望した次第です。そこで本日、東京都交通局に緊急の申し入れを行ない、アサヒビールにも再度書面で申し入れました。

今回、貴組合にも申し入れを行なうのは、この問題をアサヒビール1社のものとせず、酒類メーカー全体の問題として考えていただきたいためです。その上で、自動改札機へのステッカー広告や車内独占広告（東急BOX等）ばかりでなく、ウインドウビジョン広告もやらないという共通認識をもっていただきたいのです。以下はその理由です。

ウインドウビジョン広告では、ホームで列車の到着を待っている乗客は、突然、目の前を通り過ぎていく広告を連続して見せられることとなります。それは、“ビール列車”の到着とでもいうべき状況です。乗客の中には通学途上の未成年者も数多く、成人ではあっても仕事に向かう人たちが早朝から目の前にビールの広告を見せつけられるのです。

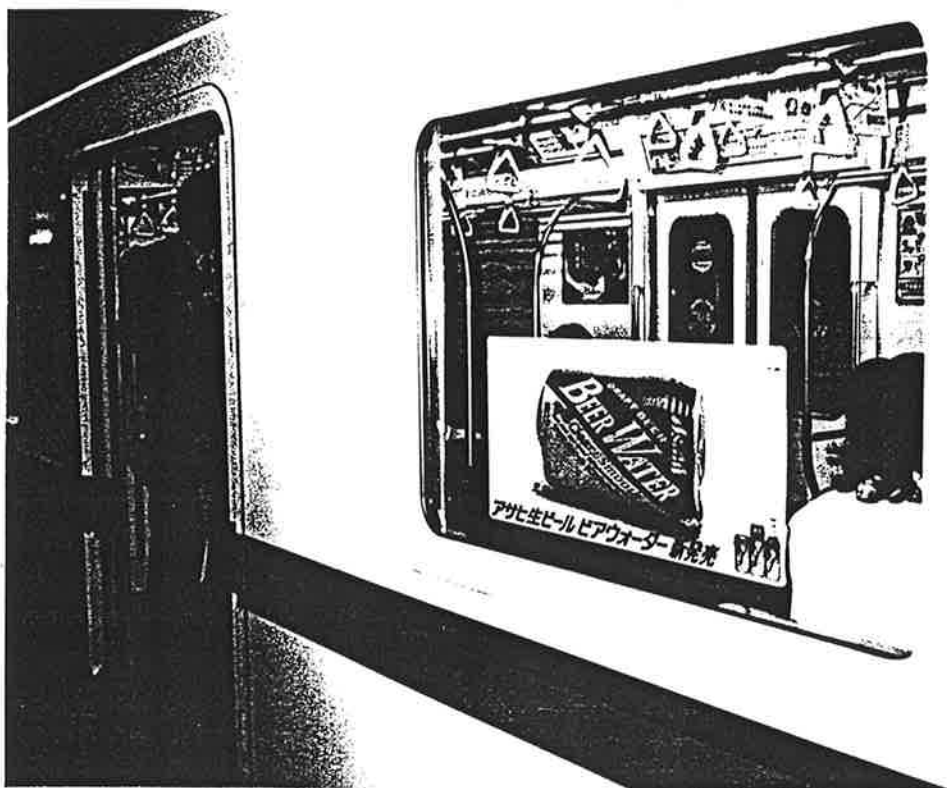
列車が駅に入ってくれば、乗客の視線は当然その列車に集まります。その目に、唐突にビールの広告が連続して飛び込んでくるのです。私たちは、このような強制的な形でアルコール飲料の広告を見せられたくありません。

アルコール飲料は、致酔性・依存性をもつ商品です。近年、未成年飲酒者の増加、飲酒による障害（急性アルコール中毒・飲酒運転・ホームからの転落などの事故、肝臓障害などの慢性疾患、アルコール依存症など）等、大きな社会問題となっています。野放しに広告してよい商品ではないことは、貴組合はよくご承知だと思います。

なお、6月14日までに、貴組合のご見解を再度上記の団体までお寄せください。

# アサヒ生ビール ビアウォーターの「ウインドウビジョン広告」

都営地下鉄・浅草線 5月19日撮影



アサヒ「ビア・ウォーター」 都営浅草線・ウインドウビジョン 4月15日撮影

