

ヤクルトグループ広告方針

ヤクルトグループは「私たちは、生命科学の追究を基盤として、世界の人々の健康で楽しい生活づくりに貢献します」という理念に基づきグローバルに事業展開しています。

その理念の実現のために、変化するメディア環境に対応した訴求力の高いコミュニケーション施策により「企業・商品ブランド」と「生活者」のエンゲージメントを高めます。

1. 変化するメディア環境への対応
2. 訴求力の高い広告表現によるブランド認知度・好意度向上
3. 法令を遵守し、SDGs を考慮したコミュニケーション活動の推進

責任ある広告活動のために

グローバルに事業展開する企業として、責任ある広告の実現がきわめて重要です。

ヤクルトグループは、SDGs の基本的な考え方である「誰一人取り残さない」持続可能な社会を実現するために、SDGs の 17 の目標を考慮した広告活動を実施します。

また、事業を展開している各国および地域で適用されるマーケティングのための関連法令、国際規範および「ヤクルト倫理綱領・行動規準」を遵守した広告を実施します。

- 遵守する国際規範の例
 - ・ 国際商業会議所（ICC）による広告宣伝およびマーケティングコミュニケーションコード（ICC Advertising and Marketing Communications Code）
 - ・ 責任ある食品および飲料のマーケティングコミュニケーションのためのフレームワーク（Framework for Responsible Food and Beverage Marketing Communications）

上記を実践していくために、以下の項目を徹底します。

- 広告やコミュニケーションについては、誹謗中傷や差別的表現を行わないことはもちろん、過剰な消費を容認・奨励したり、お客さまに誤解を与えたり、まぎらわしい表示にならないように、社内規定や関連法令に基づいて適切に制作します。また、適切な手段やコンテンツ、表現およびデザインを用いて広告を提示します。
- 商品に関わる安全および栄養・健康上の利点に関する情報提供および主張について、各国の関連法令やヘルスクレームに関するルールを遵守するとともに、科学的根拠に基づいて実施します。また、味、サイズ、内容物の安全性および栄養・健康上の利点などの商品の材料特性を正確に表すよう実施します。
- 公正で責任ある広告やコミュニケーションのために、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、ウェブサイト、SNS、交通広告、チラシ、POP 等における情報発信の内容については、事前校閲・内部審査等を実施します。これに加え、広告出稿媒体による外部審査を実施します。
- 役員・社員等に対して研修の実施、啓発資材の配付などの活動を通じて、関連法令や国際規範の遵守に必要な推進体制を確立します。

また、主として12歳未満の子どもに対する配慮として、以下の項目を徹底します。

- 子どもの権利の尊重・推進の観点から、子どもに負の影響を及ぼすような、また子どもの知識・経験不足、好奇心、想像力、発達特性を利用した不適切な広告やコミュニケーションは行いません。
- 子どもの健康的で規則正しい食生活やライフスタイルを推奨し、実現するために、それらに関連する公的な指針などに反する表現をしないように配慮します。

策定：2021年3月30日

※ 当方針で用いる広告の定義は、以下のとおりとします。

ヤクルトグループが商品・サービス、組織に関する情報を消費者や社会に向けて伝達し、販売促進や認知拡大のために行うコミュニケーション全般とします。また、広告の媒体については、下記内容が含まれます。

- ・ すべての紙媒体（新聞、雑誌、本、公共の場における印刷広告）
- ・ すべての電波媒体（テレビ、ラジオ）
- ・ すべての非電波媒体およびデジタルメディア（自社および第三者のウェブサイト、ソーシャルメディア、携帯・SMS 広告、ネイティブ広告、ゲーム・アプリ、CD/DVD）