

明治グループ BMS マーケティングポリシー

(BMS : Breast-Milk Substitutes : 母乳代替品)

私たち明治グループは、倫理的マーケティングを支持し、事業を展開する関係各国・地域で適用される法令や内部規則を遵守します。乳児用およびフォローオン調製乳^{※1}のマーケティングにおいて、適切なガイダンスを従業員、代理店に提供していきます。

1. 基本的な考え方

- (1) 私たちは、世界保健機関（WHO）の「母乳代替品の販売に関する国際マーケティングコード」や世界保健総会（WHA）の乳幼児の食事についての決定事項の考えの重要性を認識し、その原則を支持します。
- (2) 私たちは、生後6カ月間は母乳の授乳を続け、その後は安全で適切な補完食品を導入するというWHOの世界的な公衆衛生勧告を支持します。
- (3) 私たちは、生後6カ月以降も、安全で適切な補完食品を導入するとともに、母乳育児の重要性を奨励しています。

2. 行動指針

- (1) 私たちは、当社製品のマーケティング資料を通して、授乳の実践が損なわれないように努めます。
- (2) 私たちは、事業を行っている国のいずれにおいても、乳児用調製乳について不特定多数を対象とした宣伝または販売促進することはありません。
- (3) 私たちは、高リスク国^{※2}では、フォローオン調製乳を宣伝または販売促進することはありません。
- (4) 私たちは、全ての乳幼児のための良好な健康と安全な栄養を促進する責任あるマーケティング活動を支援し、提唱します。
- (5) 私たちは、パートナー、企業団体、業界団体、およびステークホルダーと協力し、責任ある倫理的なマーケティング業務を推進します。
- (6) 私たちは、当社製品を市場に提供する際、WHOコードおよび本BMSマーケティングポリシーの重要性を認識し、小売店の顧客およびパートナーと協力し、活動を行います。
- (7) 私たちは、事業を行う国の適用されるすべての法規制を遵守します。
- (8) 私たちは、各国政府が、その社会的・法的枠組みにふさわしい保健政策を策定する役割を尊重します。

※1 本 BMS ポリシーにおいて、フォローオン調製乳とは、生後 6 ヶ月から 12 ヶ月まで向けの母乳代替品を意味します。

※2 高リスク国のリストは下記サイトの別表 A に掲載

https://research.ftserussell.com/products/downloads/F4G_BMS_Criteria.pdf

制定 2020 年 2 月