

## 赤ちゃんとお母さんにやさしい 母乳育児支援

20時間基礎セミナー

セッション4 母乳育児の保護

revised 2016健

### セッションの目的

1. 乳児の栄養に対するマーケティングの影響
2. 「母乳代用品のマーケティングに関する国際規  
準」(「国際規準」)
3. 母乳代用品のマーケティングから乳児の家族を  
守る方法
4. 災害時など緊急事態における母乳代用品の寄付  
についての注意点
5. マーケティングの商業慣行への対処法

2

### マーケティングの定義

- 製品の販売促進や流通,宣伝,製品の広報活  
動,情報サービスなどのすべて

3

### 1. 乳児の栄養の実践における マーケティングの影響

### 郁子さんのストーリー

- 郁子さんは2人目を妊娠中
- 最初の赤ちゃんは別の病院で生まれた
- 郁子さんは1人目の妊娠中に,病院で割引券  
がついた人工乳のチラシをもらい,出産して  
退院するときに粉ミルクの缶と高品質の哺乳  
びんと人工乳首のセットをもらった

図3-1  
産前健診での母親

5

郁子さんが赤ちゃんの栄養法を決める  
にあたって,  
これらの試供品は  
どのように影響したでしょうか?

6

## 市販人工乳のマーケティング と販売促進活動

- 母乳育児をいつの間にか阻害している
- 母乳育児の世界的な衰退に大きな影響を与えている

地域での母乳代用品（人工乳）の販売促進・  
宣伝などに使われているマーケティングの方  
法にはどのようなものがあるでしょうか？

7

## マーケティングの商業慣行例

- テレビやラジオでの宣伝
- 新聞や雑誌での広告
- 広告の看板による宣伝
- 販売促進活動のためのウェブサイト
- 特価提供・割引価格・割引券
- 妊娠中の女性や母親へのダイレクトメール
- 電話相談
- クリニックや病院のポスターやカレンダー・ロゴ  
入りの授乳クッションや時計
- 医師の推薦
- おみやげ・授乳日誌・試供品
- 教材

8

## マーケティングがいけない理由

- 企業は製品をもっと売るという目的で製品情報  
を提供するので情報が偏っている可能性がある
- ✓ 母親は適切な情報に基づいた選択ができない
- 間違った情報をもった家族/友人/保健医療従事  
者による矛盾した助言/さりげないプレッシャー
- ✓ 十分に情報提供された母親であっても自信が  
揺らぐかもしれない
- ✓ 母乳で育てる能力に疑いをもつようになるか  
もしれない

9

## 2. 「母乳代用品のマーケティング に関する国際規準」 （「国際規準」）

## BFHが遵守する「国際規準」とは

- 母乳育児を保護・人工乳が必要な少数の乳児も  
保護するため
- ✓ 1981年の世界保健総会で加盟国によって合  
意（米国は反対、日本は棄権）
- その後の約2年ごとの世界保健総会決議「国際  
規準」と同じ効力
- ✓ （1994年に全会一致で賛成）
- 法律ではなく推奨：保健医療領域での国際的な  
最高機関である世界保健総会での全加盟国の決  
議に基づいた推奨

11

## 「国際規準」の目的

安全で十分な栄養を  
すべての乳児に供給すること

12



## 「国際規準」 目的達成のため必要なこと

- 母乳育児の保護,推進,支援
- 母乳代用品が必要なときは適切な使用がされるよう保証すること
- 乳児栄養法に関する十分な情報提供
- 母乳代用品の宣伝や他のあらゆる形で  
の販売促進活動を禁止すること

13

## 「国際規準」 人工栄養児も守る

- 女性の意志に反して母乳育児を強いることが目的ではない
- 目的：誰もが乳児の栄養法に関して偏りがない正確な情報を得られるようにすること
- 人工栄養児に対しても製品の選択が公平で科学的であること⇒子どもたちの健康を守る
- ラベル（表示）には安全な調乳のための注意と適正な指示を書くように勧告している

14

## 「国際規準」 マーケティングを禁止

- 母乳代用品の製造と,安全で適切な製品を利用できるようにすることは必要としている
- 多くの消費製品がマーケティングされているような方法で,母乳代用品を販売促進することは容認できないと明言している

15

## 「国際規準」各国での実施

- 加盟各国: 道義的に国際規準を守り実施
- それぞれの国で最適と思える方法で実施してよい（法制化、地方自治体の首長による条例、省庁での法令など）
- 国際規準: **最低限**守るべき水準として採択されている
- 加盟国は基本原則を守った上で必要に応じて条項を強化することが望まれる
- 弱めたり,削除はできない

16

## 「国際規準」の実情 198カ国



- カテゴリー1 国内法制化 35カ国(ブラジル,フィリピン,インド,ネパール,スリランカ,イエメン,バーレーン,マダガスカル,ケニア,アフガニスタン)
- カテゴリー2 多くの条項が法制化 35カ国 (ノルウェイ,ベトナム)
- カテゴリー3 多くの条項が法制化,その後の関連決議が考慮されていない 42カ国 【ほとんどのEU諸国,中国,韓国,】
- カテゴリー4 任意規定,法的拘束力はないが適切なモニタリングすれば有効 13カ国 【オーストラリア,ニュージーランド】
- カテゴリー5 他法律と融合/ガイドライン 7カ国 【カナダ,】
- カテゴリー6 条項一部が任意規定/モニタリングが適切でなく  
企業の影響から保護されない 22カ国 【日本,タイ】
- カテゴリー7 政府の素案が検討 16カ国
- カテゴリー8 研究はされている 9カ国 【ロシア】
- カテゴリー9 まったく情報なし/まったく行動なし 13カ国 【アイスランド,  
モナコ,北朝鮮,アメリカ】(ただしアメリカは州によって部分施行)  
(IBFAN, 2014)

Ireland	EURO	2013	Few provisions in law
Israel	EURO		Few provisions in law
Italy	EURO	2013	Few provisions in law
Jamaica	AMRO		No legal measures
Japan	WPRO		No legal measures
Jordan	EMRO		Few provisions in law
Kazakhstan*	EURO	2003	Few provisions in law
Kenya	AFRO	2012	Full provisions in law
Kiribati	WPRO		No legal measures
Kuwait	EMRO	2014	Full provisions in law
Kyrgyzstan	EURO	2008	Many provisions in law
Lao People's Democratic Republic	WPRO	2007	Few provisions in law
Latvia	EURO	2013	Few provisions in law
Lebanon	EMRO	2008	Full provisions in law
Lesotho	AFRO		No legal measures
Liberia	AFRO		No legal measures
Libya	EMRO		No legal measures
Lithuania	EURO	2013	Few provisions in law
Luxembourg	EURO	2013	Few provisions in law
Madagascar	AFRO	2011	Full provisions in law
Malawi	AFRO	2004	Many provisions in law

WHO  
2016健  
18

## 「国際規準」モニタリング

- 政府: 国際規準適用をモニタリングする責任がある
  - ✓ 目的達成のため、製造流通業者、専門家団体やNGOは政府と協力すべき
- 国際規準のモニタリング: 営利と無関係である必要がある

19

## 「国際規準」の適用範囲 対象商品

- 母乳の代わりとして部分的にでも全面的でも、乳児用にマーケティングしたり適切な製品だと表示したりする場合に適用となる
  - ✓ 乳児用人工乳を含む母乳代用
  - ✓ 哺乳瓶で与えることのできるそのほかの乳製品、食品(シリアル)
  - ✓ 赤ちゃん用のお茶やジュース
- 哺乳びんや人工乳首

20

## 「国際規準」適用範囲 時期

- 望ましい乳児栄養法の推奨: 生後6か月間は母乳だけ
- ↓
- 生後6か月未満: 乳児に与えられる母乳以外のあらゆる飲食物は母乳代用品
  - 生後6か月以降: 子どもの食のうち母乳にとって代わるものは何でも母乳代用品  
(液状のベビーフードやフォローアップミルク)

21

## 「国際規準」が 禁止していないこと

- 母乳代用品の製造と利用を禁止しているわけではない
- 生後6か月以降の補完食(離乳食)の適切な使用に干渉するものではない

22

## 販売促進と情報提供 表示

- 製品に表示すべき事項
  - ✓ 母乳育児の優位性
  - ✓ 使用にあたり保健医療従事者の助言を受ける必要があること
  - ✓ 健康への危険性についての注意事項
- 表示が禁止されている事項
  - ✓ 赤ちゃんの写真
  - ✓ 乳児用の人工乳の使用が望ましいと想起させるような絵や文章

23

## 販売促進と情報提供 対象

- 消費者一般への母乳代用品の宣伝活動
  - ✓ 「国際規準」では許可されていない
- 企業から保健医療従事者への情報
  - ✓ 原材料とその製品に関する必要な情報
  - ✓ 科学的で事実に基づいたもの
  - ✓ 販売促進のための資料であってはならない
  - ✓ 製品に関する情報は母親に与えるべきでない

24



## 販売促進と情報提供 教材

- 両親への教材に含まれる必要な説明
  - ✓ 母乳育児の重要性
  - ✓ 人工栄養（哺乳びんの使用）に関連した健康への悪影響
  - ✓ 乳児用人工乳を使用する際にかかる費用
  - ✓ 母乳育児をしないと決めていて気が変わった場合に、母乳育児に戻すことの難しさ

25

## 試供品と支給品の禁止

- 母乳代用品の無料や低価格での支給を禁止
- 試供品（=母親に製品を勧めるための物）
  - ✓ 母親やその家族、保健医療従事者に試供品を提供してはいけない
  - ✓ 退院時や地域で、おみやげや贈答品として少量でも試供品を母親にあげることは許されない

26

## 寄付

- 政府が社会福祉を目的として（例えばHIV陽性で母乳で育てない）母親や養育者に無料か割引価格で母乳代用品を斡旋する場合
  - ✓ その乳児が必要としているだけの期間、責任を持って継続して支給
- 母乳で育てられていない赤ちゃん
  - ✓ 最初の6か月で20kgの調製粉乳と2歳までその子にあった母乳代用品が必要
- 寄付は中止される可能性がある
  - ✓ 支給品は寄付に頼ってはならない

27

## 品質

- すべての製品は高品質である必要がある
- 使用される国の気候と保存状況を考慮しなければならない
- 期限切れの製品の頒布禁止

28

## 3. 保健医療従事者はマーケティングから乳児の家族をどう守るか

病院や保健医療施設を通じてなされている、母乳代用品の販売促進や宣伝などのマーケティングの例をあげてみましょう

30

## 保健医療システムでのマーケティング例

P105参照

- 試供品・病院や保健医療専門家個人への無料の支給品
- ペン/メモパッド/カレンダー/ポスターなど
- 保育器/医療機器/冷蔵庫/エアコン/コンピューターなど大型の寄贈品
- 病院/診療所や事業、専門家団体への資金援助、研究のための助成金
- 専門家向け催しへの参加援助
- 専門雑誌/出版物の広告や情報に見える「記事型広告」
- 企業販売担当者が開業医、保健施設、省庁を訪問すること

31

## 母と子をマーケティングから守るために保健医療従事者ができること

- 宣伝のポスター・広告を撤去、拒否
- 企業からの贈答品の受け取りを拒否
- 試供品や贈答品、チラシが母親の手に渡るのを拒否
- 集団の調乳指導、特に企業が提供する教育を排除
  - ✓ 必要としているときは個別に
- 「国際規準」の違反を担当部署に報告
- 乳業会社からは販売のための資料ではなく製品そのものの科学的情報のみ受け取る
- BFHは「国際規準」とその後の決議の遵守が必要

32

## 4. 災害などの緊急事態における寄付

## 災害時の乳児栄養のリスク

- 災害時→安全な人工栄養に必要な基本的資源（きれいな水/燃料）が不足・欠如している
- 人工栄養を試みることは
  - ✓ 栄養失調・病気や死亡のリスクを増大させる
- 母乳で育てられていない子どもは
  - ✓ 母乳による健康を守る効果を得ていないため感染や病気にかかりやすい

34

## 災害時の寄付とそれによる危険性

- 人工乳や哺乳びんの寄付は善意はあるが十分に情報提供されていない小グループや個人からのものもある
- メディアが、女性は危機的状況では母乳育児ができないと思わせるような報道をし、寄付者を誘導してきたのかもしれない

35

## 寄付を拒否すべき理由

- 余剰の人工乳
  - ✓ 人工乳を必要としない赤ちゃんまで受け取ってしまう
  - ✓ 余剰の人工乳の保存と廃棄、包装のごみの廃棄の問題がある
- ブランド名の宣伝
  - ✓ 母親はそのブランドが推奨されていると誤解してしまう
- 期限切れや不適切な人工乳の寄付
  - ✓ 安全な使用ができない

36



### 付随する問題

- 海外からの寄付
  - ✓ 人工乳の調乳方法について、その地域の言語で書かれているもので提供されない可能性がある
  - ➡ 間違った調乳方法で調乳する危険性がある
- 被災時にはカップ授乳が推奨されているにもかかわらず、哺乳びんと人工乳首と一緒に送られてくるかもしれない

37

### 被災時の人工乳の無制限支給: さらなる危険性

- 波及効果
  - ✓ 母乳で育てていた母親が自信を失い必要もないのに人工栄養を開始してしまうこと
  - ✓ 乳児とその家族が乳児用人工乳に依存
- 企業からの大量の寄付は新しい市場の開拓の意図の可能性がある

38

## 5. 実際のマーケティングの 対応方法話し合う

### 実際の対応例(1)

- 乳業会社の販売担当者が、改良された新しい乳児用人工乳の販売を促進するために、小児病院を訪れた
- 彼は「この人工乳は特に栄養状態の悪い赤ちゃんに有用である」と言っている
- それぞれの母親が無料で2缶ずつ受け取れるだけの量を提供することを申し出た

スタッフが「国際規準」を遵守しようとする場合、どのように対応することができるでしょうか？

40

### 実際の対応例(2)

- 石井さんは個人の産院を開業している
- 友人の渡辺さんは、乳児用人工乳の企業で働いていて、母乳育児と人工栄養に関する家庭用のポスターとチラシをくれることや、人工乳の支給を申し出てきた

石井さんは、友人にどう言えばいいでしょうか？

41

### 実際の対応例(3)

- 田中さんは小児科医になるためのトレーニングを受けている
- 彼は乳児の栄養に強く関心を持っている
- ある乳業会社は、彼に、その企業が開催するカンファレンスへの無料参加、すなわち、旅費とカンファレンスが開かれるホテルへの宿泊費を負担すると申し出てきた

田中さんがこの資金援助を受け入れた場合に、何が起ころうでしょうか？

42

### Take-Home Messages

- 母乳代用品/哺乳びんのマーケティングは母乳育児への自信を阻害
- 「国際規準」とその後の決議は保健医療従事者と母親が間違った情報にさらされる機会を減らす
- 保健医療従事者: 「国際規準」を守り、企業からの贈答品を拒否し、マーケティングのための資料や試供品を母親に配布するのを拒否することができる
- 被災時の母乳代用品の寄付: 乳児の栄養と健康を悪化させかねないので最大限に注意