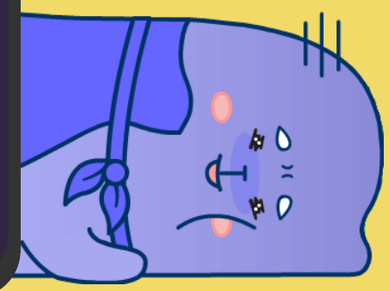
음주폐해 불감증 사회



4 나는 술 마케팅, 기는 규제

보건복지부 KHEPi 한국건강증진개발원

START
알코올,
멈추면
#____시작

술, 술이 아닌 모습으로 나타났다?

'진라거(라면)', '2080이팔맥(치약)', 고길동 에일(만화)'
어떤 제품의 이름일까요? 바로, '술' 이름 입니다.
최근 산업계 전반에 젊은 층을 대상으로 '컬래버(협업)'가
유행하면서 주류 마케팅 또한 이러한 관련 업계의 수요에 맞물려
주류와 술이 아닌 상품 간 협업하는 '컬래버레이션 제품'이
신종 주류 마케팅으로 떠오르고 있습니다.

*출처 : 국민일보 [And 건강] 이거 술이야, 음료야?... 청소년 음주 유혹 '컬래버마케팅'

음주를 부추기는 주류 협업제품

엄마!
나 이거, 근육맨!
근육맨 힘 빵빵!

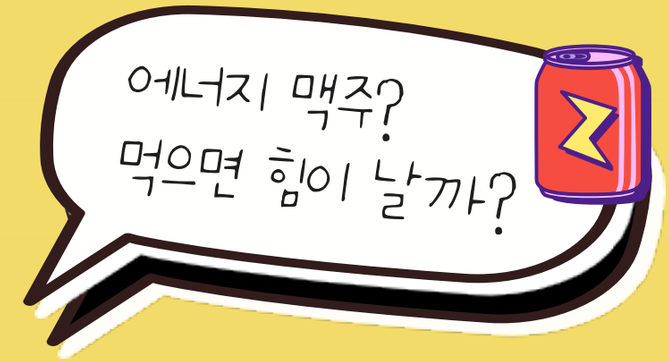
땡땡바 맛 술?
신기한데 마셔볼까...?

쓰면 안돼요!

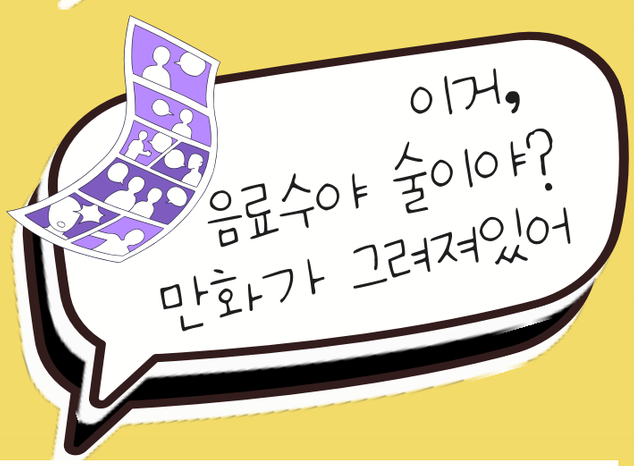
술 광고에 금지되는 문구, 표현

★음주를 미화함

★신체/정신건강에 도움을 줌



에너지 맥주?
먹으면 힘이 날까?



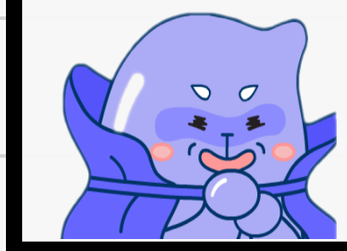
이거,
음료수야 술이야?
만화가 그려져있어

캐릭터 주류제품, 청소년 음주 확률을 증가시킬 수 있다!

이런한 제품들은 소비자에게 술을 주류가 아닌 다른 제품으로 오인하게 하거나, 특히 어린이/청소년이 술에 호기심을 갖게 할 수 있습니다.

또한, 제품들이 어린이 눈 높이에 진열되거나 청소년들이 술을 음료로 착각하게 하고 친화적 인식을 심어주는 등 문제가 발생하고 있으며, 이는 이른 나이에 음주를 시작하는 '게이트웨이(관문)'로 작용할 수 있습니다.

*출처 : 국민일보 [And 건강] 이거 술이야, 음료야?... 청소년 음주 유혹 '컬래버마케팅'

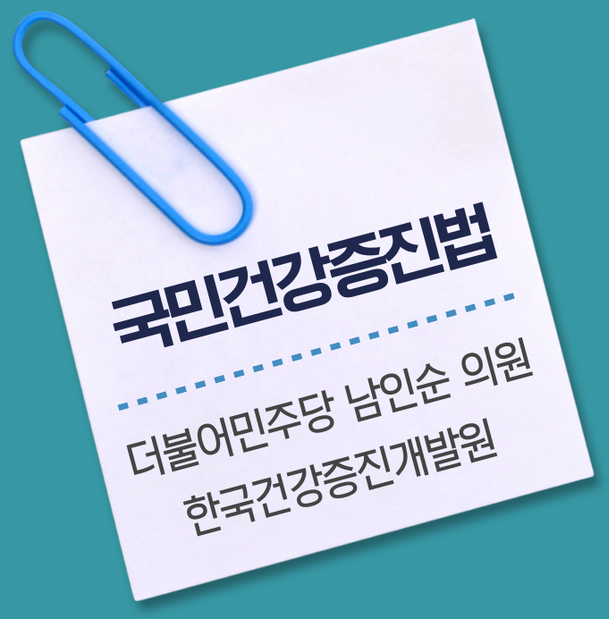


주류 포장/용기 표기 규제 사각지대

그러나, 이러한 문제를 규제하기는 실상 어렵습니다.
국민건강증진법 상 방송, 신문 등 매체에서 술 광고를 할때
음주를 미화하거나 신체/정신 건강에 도움 관련
문구와 표현은 사용이 금지되어 있으나,
주류 용기의 표시(문자, 도형, 상품 특성 등)를 규제하는 규정은
현재 없기 때문입니다.

*출처 : 국민일보 [And 건강] 이거 술이야, 음료야?... 청소년 음주 유혹 '컬래버마케팅'

주류 표시 제한 강화를 위한 법 발의



개정(안)

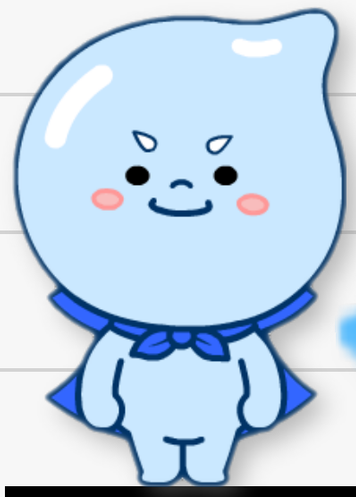
'주류가 아닌 제품의 용기·포장에
주류의 품명, 종류 및 특징 등에 관한
사항을 표시해선 안된다'

"법 발의의 취지는 청소년 보호에 초점을 맞춰,
급 발암물질인 술에는 알코올 이외 정보가 들어가지 않도록
알코올과 일반 음료 간 경계를 명확히 하기위함입니다."

이에, 정부는 주류 표시 관련 조항을 신설하기 위한 법 개정을
추진하는 등 신종 주류 마케팅에 대응하기 위하여 노력하고 있습니다.

귀여운 캐릭터, 달콤한 아이스크림, 유명한 연예인...
신기하고 호기심을 자극하는 이러한 협업제품들도 모두 술! 입니다.
술로부터 우리 어린이와 청소년을 보호해주세요!

*출처 : 국민일보 [And 건강] 이거 술이야, 음료야?... 청소년 음주 유혹 '컬래버마케팅'



잊지마세요!

건강에 '안전한 음주'는 없습니다.

*출처 : 국민일보 [And 건강] 이거 술이야, 음료야?... 청소년 음주 유혹 '컬래버마케팅'

START 알코올, 멈추면 # 시작