

母乳代用品のマーケティングに関する国際規準（WHO:1981）の要旨 The International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes

1. 消費者一般に対して、母乳代用品の宣伝・広告をしてはいけない。
2. 母親に試供品を渡してはいけない。
3. 保健施設や医療機関を通じて製品を売り込んで서는ならない。これには人工乳の無料提供、もしくは低価格の販売も含まれる。
4. 企業はセールス員を通じて母親に直接売り込んで서는ならない。
5. 保健医療従事者に贈り物をしたり個人的に試供品を提供したりしてはならない。保健医療従事者は、母親に決して試供品を手渡してはならない。
6. 赤ちゃんの絵や写真を含めて、製品のラベル(表示)には人工栄養法を理想化するような言葉、あるいは絵や写真を使用してはならない。
7. 保健医療従事者への情報は科学的で事実に基づくものであるべきである。
8. 人工栄養法に関する情報を提供するときには、必ず、母乳育児の利点を説明し、人工栄養法のマイナス面、有害性を説明しなければならない。
9. 乳児用食品として不適切な製品、例えば加糖練乳を乳児用として販売促進してはならない。
10. 母乳代用品の製造業者や流通業者は、その国が「国際規準」の国内法制を整備していないとしても、「国際規準」を遵守した行動を取るべきである。

Allain A & Chetley A. Protecting Infant Health. 10th edition
IBFAN/ICDC Penang Malaysia 2002.
母乳育児支援ネットワーク翻訳. 乳児の健康を守るために WHO 「国際規準」実践ガイドブック
保健医療従事者のための「母乳代用品のマーケティングに関する国際規準」入門.
NPO 法人日本ラクテーション・コンサルタント協会.2007 より (2009.11、2018.7 一部改訂)

母乳代用品のマーケティングに関する国際規準（邦訳全文）は、下記サイトに掲載されています。

http://jal-net.jp/dl/International_code.pdf

NPO 法人日本ラクテーション・コンサルタント協会編. 母乳育児支援スタンダード 第2版、医学書院、2015年、p463～469にも掲載されています。あわせて参照下さい。