

酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準

昭和63年12月9日制定
平成22年8月23日最終改正
飲酒に関する連絡協議会

I 基本的な考え方

- 1 酒類は致酔性飲料としての特性を有することから、酒類の製造販売に携わる事業者としては、未成年者飲酒や飲酒運転など法律を逸脱する行為のほか、不適切な飲酒を防止し、適正な飲酒環境を醸成するなどの社会的責任を果たしていく必要がある。
- 2 酒類事業者は、このような社会的な要請に応じていく観点から、酒類の広告・宣伝や酒類容器の表示に当たり、法令を遵守することはもとより、それに加え、自ら尊重すべき基準としての「酒類の広告・宣伝に関する自主基準」を定め、その遵守に努めてきたところであるが、近年の酒類を取り巻く環境変化を踏まえ、今後の酒類産業の健全な発展と消費者利益の一層の確保を図る観点からも、本基準の不断の見直しを行なうなど社会的な要請への更なる対応を期する必要がある。
- 3 本基準の内容については、消費者の理解と共感を得ながら実施されるべきものであるが、酒類事業者は、それぞれが酒類を取り扱う事業者であるとの自覚と責任の下、基準の趣旨を十分に踏まえて、その運用の万全を期する必要がある。

II 広告・宣伝関係

1 未成年者の飲酒防止に関する事項

(1) 表示内容

国税庁告示「未成年者の飲酒防止に関する表示基準」に基づく場合に準拠するものとし、文言については、例えば「未成年者の飲酒は法律で禁じられています」、「お酒は二十歳になってから」などとする。

(2) 注意表示の方法等

イ 適用媒体

新聞、雑誌、ポスター、テレビ、ラジオ、インターネット、消費者向けチラシ(パンフレット類を含む)とする。

ロ 文言の大きさ等

次の大きさ・露出秒数等以上で明瞭に判読できるよう表示する。

(イ) 新聞については、全5段以上は14ポイント以上、半3段以上全5段未満は10.5ポイント以上とする。

(ロ) 雑誌については、B5以上は14ポイント以上、B5 1/2以上B5未満は10.5ポイント以上とする。

(ハ) ポスターについては、B3以上は20ポイント以上、B3未満は14ポイント以上とする。ただし、駅ばり等の大型ポスターの場合においては、当該ポスターの大きさを考慮したものとする。

(ニ) テレビについて

注意表示の露出秒数は、次のとおりとする。

A 15秒以下の広告 1. 5秒以上

B 15秒超30秒以下の広告 1. 7.5秒以上

C 30秒超の広告 2. 0秒以上

(ホ) インターネットについては、表示可能スペースを考慮し、明瞭に判読できる大きさで表示する。

(ヘ) チラシについては、B5以上は14ポイント以上、B5 1/2以上B5未満は10.5ポイント以上と

する。

ハ 字体等

- (イ) 字体については、明瞭に判読できる字体とする。
- (ロ) 注意表示は、色等に配慮し、見やすい場所に明瞭に表示する。
- (ハ) テレビについては、更に次の点に特に注意する。
 - A 未成年者飲酒防止の注意表示については原則として広告の最後に実施することとし、広告の途中で実施する場合には、明瞭に判読できるよう十分配慮する（例えば、白抜き等）。
 - B 「未成年者の飲酒は法律で禁止されています。」等の長い文言の使用は避ける等配慮する。
- (ニ) ラジオについては、次の点に特に注意する。
 - A 未成年者飲酒防止の注意表示については、原則として広告の最後に実施する。ただし、広告の放送の秒数が短い場合は、これを省略することができる。
 - B 明瞭に聞き取れるよう十分配慮する。
- (ホ) テレビ及びラジオのスポンサーは、視聴者の70%以上が成人であるという企画のもとに制作されたことが確認できた提供番組において、酒類の広告を行うよう配慮する。

ニ 表示省略

調味料として用いられること又は薬用であることが明らかであるもの及び専ら酒場、料理店等に対する引渡しに用いられるものについては、表示を省略することができる。

(3) 広告・宣伝の際の留意事項

- イ 未成年者の飲酒を推奨、連想、誘引する表現は行わない。
- ロ 未成年者を対象としたテレビ番組、ラジオ番組、新聞、雑誌、インターネット、チラシには広告を行わない。
- ハ 未成年者を対象としたテレビ番組、ラジオ番組の直前直後にはスポット広告は極力行わない。
- ニ 未成年者を広告のモデルに使用しない。
- ホ 主として未成年者にアピールするキャラクター、タレントを広告のモデルに使用しない。
- ヘ 主として未成年者が使用する衣類、玩具、ゲーム等に酒類の商品ロゴ、商標を使用しない。
- ト 酒類を清涼飲料と誤認させる表現は行わない。
- チ 未成年者を対象としたキャンペーンは行わない。
- リ 公共交通機関には、次の広告は行わない。
 - (イ) 車体広告
 - (ロ) 車内独占広告
 - (ハ) 自動改札ステッカー広告
 - (ニ) 階段へのステッカー広告（駅改札内を対象）
 - (ホ) 柱巻き広告（駅改札内を対象）
- ヌ 小学校、中学校、高等学校の周辺100m以内に、屋外の張替式大型商品広告板は設置しない。

2 アルコールと健康問題等に関する事項

(1) 注意表示事項等

イ 表示内容

次の(イ)から(ニ)の内容に関し表示するものとする。

- (イ) 妊産婦の飲酒に関する注意表示の文言については、例えば、「妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります」とする。
- (ロ) 酒類の消費と健康に関する注意表示の文言については、例えば、「飲みすぎに注意」、「お酒は適量を」とする。
- (ハ) 飲酒運転に関する注意表示の文言については、例えば、「飲酒運転は法律で禁止されています」とする。
- (ニ) 酒類容器のリサイクルに関する注意表示の文言については、例えば、「空き缶はリサイクル」

とする。

ロ 適用媒体

新聞、雑誌、ポスター、インターネット、消費者向けチラシ（パンフレット類を含む）とする。

ハ 文言の大きさ等、字体、表示省略等

(イ) IIの1の規定（テレビ、ラジオにかかる規定を除く。）を準用する。

(ロ) 適用媒体の表示する面積が100cm²未満の場合にあつては、上記1(1)及び2(1)イに掲げる表示内容のうち一項目以上を任意に選択し、表示することができる。

(ハ) テレビ広告を行う際は、上記2(1)イ(イ)及び(ロ)の内容を表示する。

(2) 広告・宣伝の際使用しない表現

イ 過度の飲酒につながる表現

ロ 「イッキ飲み」等飲酒の無理強いにつながる表現

ハ 飲酒への依存を誘発する表現

ニ 妊娠中や授乳期の飲酒を誘発する表現

ホ スポーツ時や入浴時の飲酒を推奨誘発する表現

（「時」とは、スポーツは直前・最中・直後、入浴は直前・最中をいう。）

ヘ 重大事故につながりやすい作業時の飲酒を誘発する表現

ト 危険な場所など不適切な状況での飲酒を誘発する表現

チ 飲酒運転につながる表現

リ 製造物責任法（PL法）の精神に則り、安全性を損なうおそれのある表現

ヌ リサイクルを始めとする環境保全に反する表現

ル 動物愛護の精神に反する表現

(3) テレビ広告を行なわない時間帯

5時00分から18時00分まで

ただし、企業広告（企業の経営理念、社会貢献への取り組み等をアピールし、当該企業に対するイメージ向上を目的とする広告をいう。）及びマナー広告（飲酒に関する注意喚起（未成年者飲酒、飲酒運転、妊産婦の飲酒、容器リサイクル、適正飲酒等）、その他公共福祉全般に関する啓発を目的とする広告をいう。）は除く。

なお、酒類の商品の表示、飲酒シーン（注ぐ・嗅ぐ等の描写を含む。）は、禁止とする。

III 酒類容器関係

1 未成年者の飲酒防止に関する事項

法令に従い表示する。

2 アルコールと健康問題等に関する事項

(1) 表示内容

次のイからハの内容に関し表示するものとする。

イ 妊産婦の飲酒に関する注意表示の文言については、例えば、「妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります」とする。

ロ 酒類の消費と健康に関する注意表示の文言については、例えば、「飲みすぎに注意」、「お酒は適量を」とする。

ハ 酒類容器のリサイクルに関する注意表示の文言については、例えば、「空き缶はリサイクル」とする。

(2) 対象容器

2.0リットル超の容器とする。

なお、2.0リットル以下の容器にあつては、上記III2(1)に掲げる表示内容のうち、一項目以上を任意に選択し、表示を行うことに努める。

(3) 表示方法等

- イ 容器の見やすい所に明瞭に表示する。
- ロ 文言の大きさは、6ポイントの活字以上の大きさの統一のとれた日本文字とする。
- ハ 調味料として用いられること又は薬用であることが明らかであるもの及び専ら酒場、料理店等に対する引渡しに用いられるものについては、表示を省略することができる。

IV 自主基準の遵守等

連絡協議会は、この自主基準の周知徹底を図ることに努めることとし、協議会構成メンバーである各団体は、それぞれの団体に所属する企業の本基準の遵守に努めるとともに、その実効性を確保するための方策の検討とその実現に努める。

当面は、消費者等からの自主基準の運用の実体等に関し問題提起があった場合には、随時協議会を開催し問題の是正に努めることとする。

附則（自主基準の改正事績(内容省略)）

平成4年3月、平成5年4月、平成7年6月、平成10年5月、平成12年12月、平成17年10月、平成18年5月、平成18年12月、平成20年1月、平成21年7月、平成22年2月

附則(平成22年2月22日改正)

この基準は、平成22年4月1日から施行する。

ただし、II2(3)の規定は、平成22年10月1日から施行する。

なお、広告・宣伝契約中である場合や準備の都合等により施行日から実施できない場合は、できるだけ早期に実施することとする。

附則(平成22年8月23日改正)

この基準は、平成22年10月1日から施行する。

なお、広告・宣伝契約中である場合や準備の都合等により施行日から実施できない場合は、できるだけ早期に実施することとする。

(注) 飲酒に関する連絡協議会メンバー

酒類業中央団体連絡協議会の8団体（日本酒造組合中央会、日本蒸留酒酒造組合、ビール酒造組合、日本洋酒酒造組合、全国卸売酒販組合中央会、全国小売酒販組合中央会、日本ワイナリー協会、日本洋酒輸入協会）で構成されている。