



## 意外と知らない「お酒の表示」 — 適正な飲酒環境の醸成に向けた商品情報の発信 —

市田 浩恩 Ichida Hirooki アルコール健康医学協会常務理事(広告審査委員会兼務)  
札幌国税局長、税務大学校副校長等を経て、現在、公益社団法人 アルコール健康医学協会。論文、寄稿文等あり

### 多種多様な「お酒の表示」

お酒は、冠婚葬祭等での飲食も含め、昔から日本の社会文化に深く浸透していますが、お酒の容器やテレビコマーシャルにはさまざまな表示があるのをお気づきでしょうか。アルコール度数、原材料(例：米、麦)など食品に必要な表示、特定名称(例：吟醸酒)、地理的表示(例：なだごころ灘五郷[清酒]、北海道[ぶどう酒])等の品質情報を提供する表示がある一方で「お酒は適量に」と飲み方を注意する表示まであります。

本稿では意外と知らない「お酒の表示」を紹介します(本稿で意見にわたる部分、新規作成等は執筆者の個人的な見解であり、飲酒に関する連絡協議会、アルコール健康医学協会の公式見解を示すものではありません)。

### 多面的な性格を有する「お酒」

お酒<sup>\*1</sup>は日本食品標準成分表では嗜好品<sup>しこう</sup>に分類され、食品表示法・食品表示基準では加工食品に該当します。国家財政上の観点では酒税が課される、いわゆる「財政物資」です。さらに、医学的な観点からは致酔性(成分にエチルアルコールを含む)があり、例えば、健康日本21(第3次国民健康づくり運動)では「節度ある適度な飲酒行動」が求められています<sup>\*2</sup>。こうした多面的な性格を有する「お酒」に対するさまざまな要請が、簡潔に「表示」というかたちとなって、酒

類業界から消費者の皆様への商品情報として提供されています。

### お酒の表示の種類

#### (1) 法令に基づいた表示

お酒の表示には法令に規定された表示があります(表1)。

#### (2) 酒類業界の自主基準に基づいた表示

酒類業界(自主基準策定者は「飲酒に関する連絡協議会」)では、法令で規定の「20歳未満の飲酒の防止に関する表示基準(表1⑤)」を拡大し、消費者への広告宣伝活動(テレビCM等)の「表現」等まで自主的に規制する「酒類の広告・宣伝<sup>およ</sup>及び酒類容器の表示に関する自主基準(以下、自主基準)」を策定しています<sup>\*3</sup>。

### 自主基準の概要

#### (1) 基準制定の趣旨

酒類業界が自主基準を定めた趣旨が基準の「I 基本的な考え方」に次のとおり書かれています。

【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、20歳未満の者の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

\*1 本稿で紹介する「お酒」は、酒税法第2条、第3条で規定する「アルコール分1度以上の飲料」が該当する(詳細は同法参照)

\*2 アルコール健康障害に関する関連情報は厚生労働省ウェブサイト「e-ヘルスネット」参照  
<https://www.e-healthnet.mhlw.go.jp/information/alcohol>

\*3 酒類の広告審査委員会ウェブサイト <http://www.rcaa.jp/standard/pdf/jishukijun.pdf>



応えていく観点から、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……(以下、略)

基準の個別規定内容も勘案すれば、「酒類には致酔性の特性があるため、事業者が適正な飲酒環境を醸成する等の社会的責任を果たし、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」ことを目的として自主基準が策定され、必要情報を「表示」化して消費者に訴求していることが読み取れます。

## (2) 法令に基づいた「20歳未満の者の飲酒防止の表示」等(概要)

法令に準拠した「20歳未満の者の飲酒防止の表示基準(告示)」の概要が表2です。

## (3) 自主基準による致酔性関連表示等の拡大

自主基準では、法令に規定のある「20歳未満の者の飲酒防止」に加えて、「妊産婦の飲酒防止」「酒類の消費と健康」「飲酒運転禁止」等も「表示」の対象とし、広告宣伝(テレビコマーシャル、新聞広告等)での「表現」も対象に加えています。お酒に該当しない「ノンアルコール」飲料も表示等の対象とされており、

表1 法令に基づいた「お酒の表示」(概要)

表示義務の根拠法令	表示の目的	表示内容
酒類業組合法(第86条の5)	酒税の保全	・製造業者の氏名又は名称・製造所の所在地 ・内容量 ・品目 ・アルコール分 など
酒類業組合法(第86条の6)	酒類の取引の円滑な運行及び消費者の利益に資する	(以下は全て国税庁告示) ①清酒の製法品質表示基準(平成元) 【表示例】 ・特定名称(吟醸酒、純米酒、本醸造等)、精米歩合、原材料名、製造年月日等 ②果実酒等の製法品質表示基準(平成27) 【表示例】 ・日本ワイン、原産国名(輸入ワイン)、原材料名等 ③酒類における有機の表示基準(平成12) 【表示例】 ・有機純米吟醸酒、有機農産物加工酒類等 ④酒類の地理的表示基準(平成27) 【表示例】 ・吉岐(蒸留酒)、薩摩(蒸留酒)、灘五郷(清酒)、新潟(清酒)、山梨(ワイン)、北海道(ワイン)等 ⑤二十歳未満の者の飲酒の防止に関する表示基準(平成元)【詳細な内容は表2参照】
食品表示法(第4条)	食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保	・製造業者の氏名又は名称 ・製造所の所在地 ・内容量 ・品目 ・アルコール分 など

※国税庁発行「酒のしおり(令和4年3月)」67～93ページの掲載情報を筆者が加工して作成

表2 法令に基づいた「20歳未満の者の飲酒防止の表示基準」(概要)

表示の実施対象区分	表示の記載場所	表示文言の内容 (他に使用活字のポイント数も指定)
1 酒類容器等	酒類の容器又は包装	・「20歳未満の飲酒は法律で禁止されている。」旨
2 酒類の陳列場所	営業店舗の酒類陳列場所	・「酒類の売場である又は酒類の陳列場所である。」旨 ・「20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない。」旨
3 酒類の自動販売機	自動販売機の前面	・「20歳未満の飲酒は法律で禁止されている。又は20歳未満の者には酒類を販売しない。」旨 ・免許者の氏名又は名称、酒類販売管理者の氏名、並びに連絡先等 ・販売停止時間「午後11時から翌日午前5時まで販売を停止している。」旨
4 酒類の通信販売	・酒類の広告又はカタログ(含むインターネット上) ・購入申込書等の書類(含むインターネット上の申込画面) ・購入者に交付する納品書等の書類(含むインターネットでの通知)	【広告又はカタログ】 ・「20歳未満の飲酒は法律で禁止されている。又は20歳未満の者には酒類を販売しない。」旨 【納品書等の書類】 ・「20歳未満の飲酒は法律で禁止されている。」旨

※本表は「20歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準」(平成元年11月国税庁告示第9号)に基づいて筆者が作成

自主基準で拡大した表示対象等が表3の網掛け部分です。

## 自主基準の具体的な規定内容の紹介

自主基準の規定は詳細かつ多岐であるため、一部を例示します。

**表3 「お酒の表示等」に関する法令と自主基準の対象範囲の比較(※1)**

表示の根拠規定		酒類業組合法(第86条の6)	酒類自主基準
表示の目的等			
表示の目的	20歳未満の者の飲酒防止	規制対象	自主規制対象
	アルコールと健康関連等	—	・妊産婦の飲酒防止 ・適量飲酒 ・飲酒運転禁止※2
表示規制の対象	酒類の容器等	・酒類容器、包装	・酒類容器、包装
		・酒類の店舗等 ・酒類の自動販売機 ・酒類の通信販売のカタログ、申込等の書類	(法令準拠を明記) ・ノンアルコール飲料
	広告宣伝活動(広告媒体、禁止箇所等)	—	・テレビ、ラジオ、インターネット等 ・新聞、雑誌、ポスター等

※1 酒類業組合法(長官告示)と酒類自主基準に基づいて筆者が作成 ※2 テレビ広告では任意とされているが、概ね表示されている

## 自主基準の規定(一部を例示)

### (1) 酒類の広告宣伝関係の規定

#### ① 20歳未満の者の飲酒防止関連

##### 【基準が適用される媒体】

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)(※適用媒体が限定される場合は媒体を注記)

##### 【注意表示内容の例示】

「お酒は二十歳になってから」などとする

##### 【広告宣伝手法(表現、場所等)の自粛】

・視聴者の70%以上が20歳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番組において、酒類の広告を行うよう配慮する

(テレビ、ラジオ)

- ・20歳未満の者を広告のモデルに使用しない
- ・25歳未満の者を広告のモデルに使用しない。25歳以上であっても、25歳未満に見えるような表現は行わない(エキストラ等は除外)(テレビ)
- ・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関連

##### 【基準が適用される媒体】

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)である(※適用媒体が限定される場合は媒体を注記)

##### 【注意表示内容の例示】

- ・妊産婦関連の例示が「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」
- ・酒類の消費と健康関連の例示が「飲みすぎに注意」「お酒は適量を」
- ・飲酒運転関連の例示が「飲酒運転は法律で禁じられています」

##### 【広告宣伝手法(表現、時間帯等)の自粛】

##### ○ 広告・宣伝の際、使用しない表現

- ・過度の飲酒につながる表現
- ・「イッキ飲み」等飲酒の無理強いつながる表現
- ・妊娠中や授乳期の飲酒を誘発する表現
- ・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
- ・飲酒運転につながる表現

- ・喉元のどを通る「ゴクゴク」等の効果音は使用しない(テレビ)
- ・お酒を飲むシーンについて喉元アップの描写はしない(この運用に際しては、肩から頭部が描写されているように配慮する)(テレビ)

##### ○ テレビ広告を行わない時間帯

- ・5時00分から18時00分まで(企業広告及びマナー広告は除く)

### (2) 酒類容器関係の規定

#### ① 20歳未満の者の飲酒防止関連(法令に準拠)

#### ② アルコールと健康問題等関連

##### 【注意表示内容の例示】

宣伝広告と同じ4項目の表示を求めているが、2.0リットル以下の容器は4項目のうち1項目以上の任意選択が可

#### ③ 清涼飲料等との誤認防止関連

- ・酒類の容器又は包装の表示に際しては、清涼飲料、果実飲料等の酒類以外の飲料と誤認されないよう、色彩、絵柄等に配慮
- ・アルコール分10度未満の酒類の容器は酒マークを表示(対象容器は全ての缶容器と300ml以下の缶以外の容器)

【酒マークのイメージ図】(一例) 350ml未満(20ポイント活字)

##### ① 円形



##### ② 楕円形だえん



### (3) ノンアルコール飲料関係の規定

#### ① ノンアルコール飲料の定義\*4

アルコール度数0.00%で、味わいが酒類に類似しており、20歳以上の者の飲用を想定・推奨しているもの

#### ② 広告宣伝での表現の自粛

ノンアルコール飲料固有の「酒類と誤認させるような表現は行わない」「健康上の理由で禁酒、断酒している人や妊産婦をターゲットとした広告やキャンペーン、サンプリングは行わない」等の規定以外も酒類と概ね同じレベルで表現を自粛する規定がある

#### ③ ノンアルコール飲料の容器表示等

- ・製品に20歳以上の者を対象としている旨を表示する
- ・既存のアルコール飲料と同一のブランド名及び誤認を招くような類似する意匠は使用しない

\*4 近年、酒類、ノンアルコール飲料に該当しない微量なアルコール分(0.5%、0.7%等)を含んだビール風味、ハイボール風味の飲料が販売されているが、これらについては、基本的に広告自主基準策定の趣旨を踏まえ、ノンアルコールではなく、ビール等に準じた表記が行われている



## 「お酒の表示」等の実効性の確保

### (1) 法令関連

法令に準拠した「表示」は、酒類産業の所管官庁(国税庁)等が法令に基づいて指導監督します。

### (2) 自主基準関連

#### ①「酒類の広告審査委員会」の設置

自主基準は1988(昭和63)年に策定され、今まで16回改正されており、当初は各事業者の自主的な対応で遵守していました。

表示の「文言」の客観的審査は容易ですが、視覚、音声による広告宣伝の「表現」は抽象的な規定で実務的に客観的審査が難しいことから、自主基準の遵守の一層の徹底と審査の客観性の強化に努めるため、基準の遵守状況を第三者的立場で審査し、審査結果を酒類業界にフィードバックする「酒類の広告審査委員会」が2007(平成19)年1月に発足しました。

#### ② 広告審査の客観性確保の枠組

審査委員会は審査を最終的に判断する本委員会、本委員会の審査の事前準備をする実務者委員会等で構成されています。

本委員会の委員は法曹関係、医療関係、消費者関係、マスコミ関係、行政関係(厚生労働省の局長経験者)と全員が酒類業界以外の者となっており、実際の広告宣伝活動に関する自主基準の遵守状況の審査の客観性を確保しています。

審査結果等の活動概要は審査委員会ウェブサイト<sup>\*5</sup>で公開しています。

## 「適正な飲酒環境の醸成」について

### (1) 「適正飲酒」について

自主基準の「基本的な考え方」にある「適正な飲酒環境の醸成」について補足します。酒類業界は「適正飲酒」の表現も使用していますが、「適

正飲酒」の起源は厚生省が「第1次国民健康づくり対策」を策定した1978(昭和53)年当時、アルコール依存症対策の予防面強化の標語として使用し始めた時期に遡ります。

広告審査委員会を運営するアルコール健康医学協会は1980(昭和55)年に「適正な飲酒習慣に関する思想の普及」を目的として、厚生省(現在、内閣府所管)により設立されてから、飲酒に関する医学的情報等を発信しており、「適正飲酒」の文言には40年を超える歴史があります<sup>\*6</sup>。

### (2) 自主基準の遵守と「適正飲酒」の関連性

前述のとおり、自主基準は「適正な飲酒環境の醸成のために必要な情報提供や対応」を目的として定められたものと読み取れます。ここで、アルコール健康医学協会で作成した「適正飲酒の10か条」<sup>\*7</sup>と自主基準の規定と比較したものが表4となります。すべてが関連しており、自主基準の遵守による「適正な飲酒環境の醸成」は、自主基準で規定されている表示等の内容から、消費者に向けた「適正飲酒の思想の普及啓発」ともなっていると受け止めています。

表4 「適正飲酒の10か条」と「自主基準」の関連性

	適正飲酒10か条の各条項における提案内容	自主基準の規定内容との関連性
適正飲酒の10か条	1 談笑し 楽しく飲むのが基本です	○
	2 食べながら 適量範囲でゆっくりと	○
	3 強い酒 薄めて飲むのがオススメです	○
	4 つくろうよ 週に二日は休肝日	○
	5 やめようよ きりなく長い飲み続け	○
	6 許さない 他人(ひと)への無理強い・イッキ飲み	○
	7 アルコール 薬と一緒に危険です	○
	8 飲まないで 妊娠中と授乳期は	○
	9 飲酒後の運動・入浴 要注意	○
	10 肝臓など 定期検査を忘れずに	○
	(併記)しない させない 許さない 20歳未満飲酒・飲酒運転	○

※アルコール健康医学協会ウェブサイト、各種出版物を参考として筆者が作成

\*5 酒類の広告審査委員会ウェブサイト <http://www.rcaa.jp/standard/index.html>

\*6 「適正飲酒」40年の沿革は、市田浩恩「アルコール健康医学協会40年の歩みと酒類業界との連携 - 責任ある飲酒行動(適正飲酒)の普及啓発に向けた協会の取組 -」日本醸造協会誌第116巻6号(2021年)を参照

\*7 アルコール健康医学協会ウェブサイト <https://www.arukenkyo.or.jp/health/proper/index.html>