別紙２

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
令和８年７月１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、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・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準」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。

４ なお、酒類事業者が製造販売するノンアルコール飲料は、２０歳以上の者の飲用を想定していることから、これに係る広告・宣伝及び容器の表示等についても、本自主基準において取り扱うこととする。

Ⅱ 広告・宣伝関係

１ ２０歳未満の者の飲酒防止に関する事項

⑴ 表示内容

国税庁告示「二十歳未満の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「２０歳未満の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。

⑵ 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 １．７５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 ２０歳未満の者の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 「２０歳未満の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。

Ｃ 一画面に注意表示を複数表示する場合には、以下によるものとする。

① 注意表示は３項目以内とする。

② 表示は２行までとする。

③ ３項目の１行表示は行わない。

④ 上下・左右に分離した表示、縦書き・横書きが混在した表示は行わない。

⑤ 行またぎ表示（１項目を２行以上にわたり表示すること）は行わない。

Ｄ 注意表示を明瞭に識別できるようにするため、文字と背景のコントラストについて、適切な措置を講じるものとする（例：識別しやすい色の組み合わせや縁取りの利用等）。

（注）上記Ｃ及びＤについては、Ⅱ２（1）に規定する注意表示（妊産婦飲酒、適正飲酒等関連）に準用する。

(ﾆ) ラジオについては、次の点に特に注意する。

Ａ ２０歳未満の者の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２０歳以上の者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。

⑶ 広告・宣伝の際の留意事項

イ ２０歳未満の者の飲酒を推奨、連想、誘引する表現は行わない。

ロ ２０歳未満の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、チラシには広告は行わない。

ハ ２０歳未満の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 ２０歳未満の者を広告のモデルに使用しない。

ホ テレビ広告において、２５ 歳未満の者を広告のモデルに使用しない。また、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。

（注）広告出演者の中で、エキストラ等は対象外とする。

ヘ 主として２０歳未満の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。

ト 主として２０歳未満の者が使用する衣類、玩具、ゲーム等に酒類の商品ロゴ、商標を使用しない。

チ 酒類を清涼飲料と誤認させる表現は行わない。

リ ２０歳未満の者を対象としたキャンペーンは行わない。

ヌ 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）

ル 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

⑴ 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100 ㎠未満の場合にあっては、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

ヲ テレビ広告での喉元を通る「ゴクゴク」等の効果音は使用しない。

ワ テレビ広告での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配慮する。

(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（２０歳未満の者の飲酒、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 ２０歳未満の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

⑴ 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。

⑵ 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っては、上記Ⅲ２⑴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。

⑶ 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。

３ 純アルコール量に関する事項

⑴ 表示内容

製品に含まれる純アルコール量を次のいずれかの方法により表示するものとする。

イ １本（又は１容器容量）あたり

ロ 100ミリリットル あたり

ハ １杯あたり　この場合、１杯分の容量も併せて表示するものとする。

⑵ 対象容器

原則として、消費者に販売される形態となっている酒類容器とし、具体的な対象容器については、必要に応じて協議会を構成する各団体において定める。

⑶ 表示方法等

イ 容器の見やすい所に明瞭に表示する。

ロ 文字の大きさは、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。ただし、表示可能面積がおおむね150㎠以下のものに表示するものにあっては、5.5ポイントの活字以上の大きさの文字とすることができる。

ハ 純アルコール量は重量（グラム）を整数または小数点以下第１位まで表示するものとし、整数表示では小数点以下第１位を、また小数表示では小数点以下第２位をそれ

ぞれ四捨五入する。なお、小数表示をする場合において、小数点以下第１位が０になった場合は小数点以下の.0を省略することができる。また単位についてはアルファベット文字で表記することができる。

ニ 純アルコール量は、商品に表示されているアルコール分（V%）を基礎として算出する。なお、アルコール分の表示に幅がある場合の純アルコール量の表示については、表示されている度数に合わせて幅を持たせて表示すること、または最も重い重量を表示することができる。

４ 清涼飲料等との誤認防止に関する事項

⑴ 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、絵柄等に配意する。

⑵ アルコール分10度未満の酒類の容器には、酒マークを表示する。

イ 対象容器

(ｲ) すべての缶容器

(ﾛ) 300ミリリットル以下の缶以外の容器

ロ 酒マークの図形

(ｲ) 酒マークは、円形又は楕円形の中に「お酒」という文字を記す方式とし、文字の白抜き及び色刷りは自由とする。

(ﾛ) 「お酒」という文字は、ゴシックの横書きとし、「酒」の文字には「さけ」というふりがなを付する。

(ﾊ) 「お酒」という文字の大きさは、350ミリリットル未満の容器にあっては20ポイント活字以上、350ミリリットル以上の容器にあっては24ポイント活字以上とする。

ハ 酒マークの表示場所は、主たる商標を表示する側の胴部又は肩部とし、酒マークが消費者に容易に認識できる場所とする。この場合、主たる商標面が二つ以上のときは、各々の面に表示するものとする。

ニ 酒マークの表示にあたっては、ラベル等の地色とは対照色にする等、酒マークが鮮明になるようにし、円の中及び円の周囲には模様を付さないこととする。

Ⅳ ノンアルコール飲料関係

１ ノンアルコール飲料の定義

ノンアルコール飲料とは、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・推奨しているものとする。

２ ノンアルコール飲料に関する広告・宣伝関係

⑴ ２０歳未満の者を広告のモデルに使用しない。

⑵ ２０歳未満の者の飲用を推奨、連想、誘引する表現は行わない。

⑶ ２０歳未満の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、チラシには広告は行わない。

⑷ ２０歳未満の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。

(5)　主として２０歳未満の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。

(6)　主として２０歳未満の者が使用する衣類、玩具、ゲーム等に商品ロゴ、商標を使用しない。

(7)　酒類と誤認させる表現は行わない。

(8)　２０歳未満の者を対象としたキャンペーンは行わない。

(9)　テレビ及びラジオのスポンサーは、視聴者の70%以上が２０歳以上の者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、広告を行うよう配慮する。

(10) 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。

(11) 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。

３ ノンアルコール飲料の容器の表示等

(1)　製品に２０ 歳以上の者を対象としている旨を表示する。

(2)　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 その他

酒類については小売業者に対する販売管理研修において区分陳列及び年齢確認の上、消費者に販売するよう指導されていることに鑑み、ノンアルコール飲料についても同様に対応するものとする。

Ⅴ 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、平成２２年８月、平成２３年６月、平成２４年１１月、平成２８年７月、令和元年７月、令和８年７月

附則（今回改正 令和８年７月１日）

この基準は、令和８年７月１日から施行する。

ただし、Ⅲ３の純アルコール量の表示に関する事項についてはラベル切り替えのタイミング等の事情により、またⅡ１（２）ハ（ハ）のテレビの注意表示に関する事項についてはテレビ広告の放映・制作スケジュール等の事情により、それぞれ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９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、一般社団法人全国地ビール醸造者協議会）で構成されている。

〔参 考〕 酒マークのイメージ図（一例）

１ ３５０ml 未満（２０ポイント活字）

(1) 円 形

(2) 楕円形

２ ３５０ml 以上（２４ポイント活字）

(1) 円 形

(2) 楕円形