

令和8年4月28日

酒類業者の皆様へ

国税庁酒税課

アルコール健康障害対策基本法を踏まえた対応について

平素より、酒類行政及び税務行政について御理解と御協力を賜り、誠にありがとうございます。

酒類は国民の生活に豊かさと潤いを与えるものであり、その伝統と文化は国民の生活に深く浸透しています。その一方で、不適切な飲酒はアルコール健康障害の原因となります。そして、アルコール健康障害は、本人の健康の問題であるだけでなく、その家族に深刻な影響を与えたり重大な社会問題を生じさせたりするおそれがあります。

このため、アルコール健康障害対策を総合的かつ計画的に推進して、アルコール健康障害の発生、進行及び再発の防止を図り、あわせてアルコール健康障害を有する者等に対する支援の充実を図り、もって国民の健康を保護し、安心して暮らすことのできる社会の実現に寄与することを目的として、平成25年にアルコール健康障害対策基本法(以下「基本法」といいます。)が制定され、翌年6月1日から施行されています。

今般、基本法第12条に基づき、令和8年度から令和12年度を対象期間とする第3期アルコール健康障害対策推進基本計画(以下「基本計画」といいます。)が閣議決定されました。基本計画においては、「IV 基本的施策」の「2. 不適切な飲酒の誘引の防止」の中で、酒類の広告、表示及び販売に関する事項が記載されています(別添)。

また、基本法においては、「事業者の責務」として「酒類の製造又は販売(飲用に供することを含む。)を行う事業者は、国及び地方公共団体が実施するアルコール健康障害対策に協力するとともに、その事業活動を行うに当たって、アルコール健康障害(注1)の発生、進行及び再発の防止に配慮するよう努める」(第6条)こととされているほか、「国は、酒類の表示、広告その他販売の方法について、酒類の製造又は販売を行う事業者の自主的な取組を尊重しつつ、アルコール健康障害を発生させるような不適切な飲酒を誘引することとならないようにするために必要な施策を講ずるものとする」(第16条)とされております。

この点、酒類の広告宣伝は、受け手の意識や行動に影響を与えうるものであることから、不適切な飲酒を誘引しないよう、例えば、20歳未満の者や妊産婦の飲酒に繋がるような場所(媒体)での広告や広告表現、一気飲みを助長するような広告表現は行わないなど、広告

場所(媒体)やその表現に特に配慮が必要です。

なお、酒類の製造及び販売を行う事業者団体に組織する「飲酒に関する連絡協議会」(注2)においては、「酒類の広告・宣伝及び容器表示に関する自主基準」を定め、不適切な飲酒の誘引の防止に取り組まれています。

酒類業者の皆様におかれましては、これらの趣旨を十分にご理解いただき、アルコール健康障害の発生、進行及び再発の防止に配慮した事業活動を行っていただきますようお願いいたします。

(注1) 「アルコール健康障害」:

アルコール依存症その他の多量の飲酒、二十歳未満の者の飲酒、妊婦の飲酒等の不適切な飲酒の影響による心身の健康障害(基本法2条)

(注2) 飲酒に関する連絡協議会加盟団体:

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

(以 上)

【参考】 関連資料

(1) 第3期アルコール健康障害対策推進基本計画(厚生労働省)

<https://www.mhlw.go.jp/content/10901000/001680715.pdf>

(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

<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/kenkoushogai/01.pdf>

2. 不適切な飲酒の誘引の防止

(現状等)

20歳未満の者への酒類販売・供与についての指導・取締りが図られ、不適切な飲酒の誘引の防止が推進された。

また、酒類業界では、広告・宣伝等についての自主基準の遵守や企業ホームページにおける年齢認証の導入等、酒類業者による企業等向けの適正飲酒セミナー開催などの取組に加え、酒類の容器へのアルコール量の表示について表示対象容器や表示ルール等の検討を行うなどの取組を進めている。酒類関係事業者には、今後も基本法を踏まえ、アルコール健康障害の発生、進行及び再発の防止に資するための自主基準の改定等の取組を講ずることが望まれる。

(目標)

国、地方公共団体及び酒類関係事業者が連携し、社会全体で、不適切な飲酒の誘引を防止することを目標として、以下の施策を実施する。

(1) 広告

- 酒類業界は、不適切な飲酒を誘引することのないよう、広告・宣伝に関する自主基準について、業界内での周知徹底を図り、遵守を継続するとともに、酒類の交通広告については、特段の配慮を行い、状況に応じて自主基準の見直しを行う。

また、20歳未満の者の飲酒の誘引防止の観点から、企業のホームページにおいて、年齢認証等の導入に努めていく。

さらに、電子広告などの新たな広告媒体においても、20歳未満の者や妊産婦などの飲酒すべきでない者及びアルコール依存症の当事者に対して飲酒を誘引しないよう特段の配慮を行う。

【国税庁】

- 国は、広告等が依存症である者にどのような影響を与えるのかについて科学的知見の集積を図り、酒類業界は、知見を踏まえて必要な取組を検討する。

【厚生労働省、国税庁】

(2) 表示

- 酒類業界は、20歳未満の者の飲酒防止の観点から、酒類と清涼飲料との誤認による不適切な飲酒を誘引することのないよう、引き続き、低アルコール飲料の酒類の容器に表示している「酒マーク」の認知向上を図る。

【国税庁】

- 酒類業界は、いわゆるストロング系アルコール飲料の普及状況や、飲酒ガイドラインの内容、活用・周知の状況や業界内での合意事項も踏まえ、酒類の容器へのアルコール量の表示の取組を推進する。

【国税庁】

(3) 販売

- 酒類業者に対し、20歳未満の者への販売の禁止の周知を徹底するとともに、酒類の特殊性とリスクについての知識の習得を含め、適正な販売管理の確保が図られるよう、酒類販売管理研修の定期的な受講を引き続き強く促す。また、20歳未満の者の飲酒防止、飲酒に起因する各種の事件、事故、トラブルの防止や、泥酔者等への酒類販売防止等の社会的要請への対応が困難な無人店舗での酒類販売を行わないよう、酒類業者への指導を継続する。

なお、酒類業者には、致酔性、依存性等の酒類の特殊性を踏まえた「酒類の公正な取引に関する基準」（平成29年国税庁告示第2号）等にとり販売価格を設定することが望まれる。

【国税庁】

- 酒類を販売又は供与する営業者による20歳未満の者への酒類販売・供与について、指導・取締りを徹底する。

【警察庁】

(4) 提供

- 風俗営業の管理者等に対し、管理者講習等を通じて20歳未満の者への酒類提供の禁止の周知を徹底する。

【警察庁】

- 風俗営業を営む者等による営業所での20歳未満の者への酒類提供について、指導・取締りの強化を図る。

【警察庁】

(5) 少年補導

- 酒類を飲用等した少年の補導を徹底する。

【警察庁】