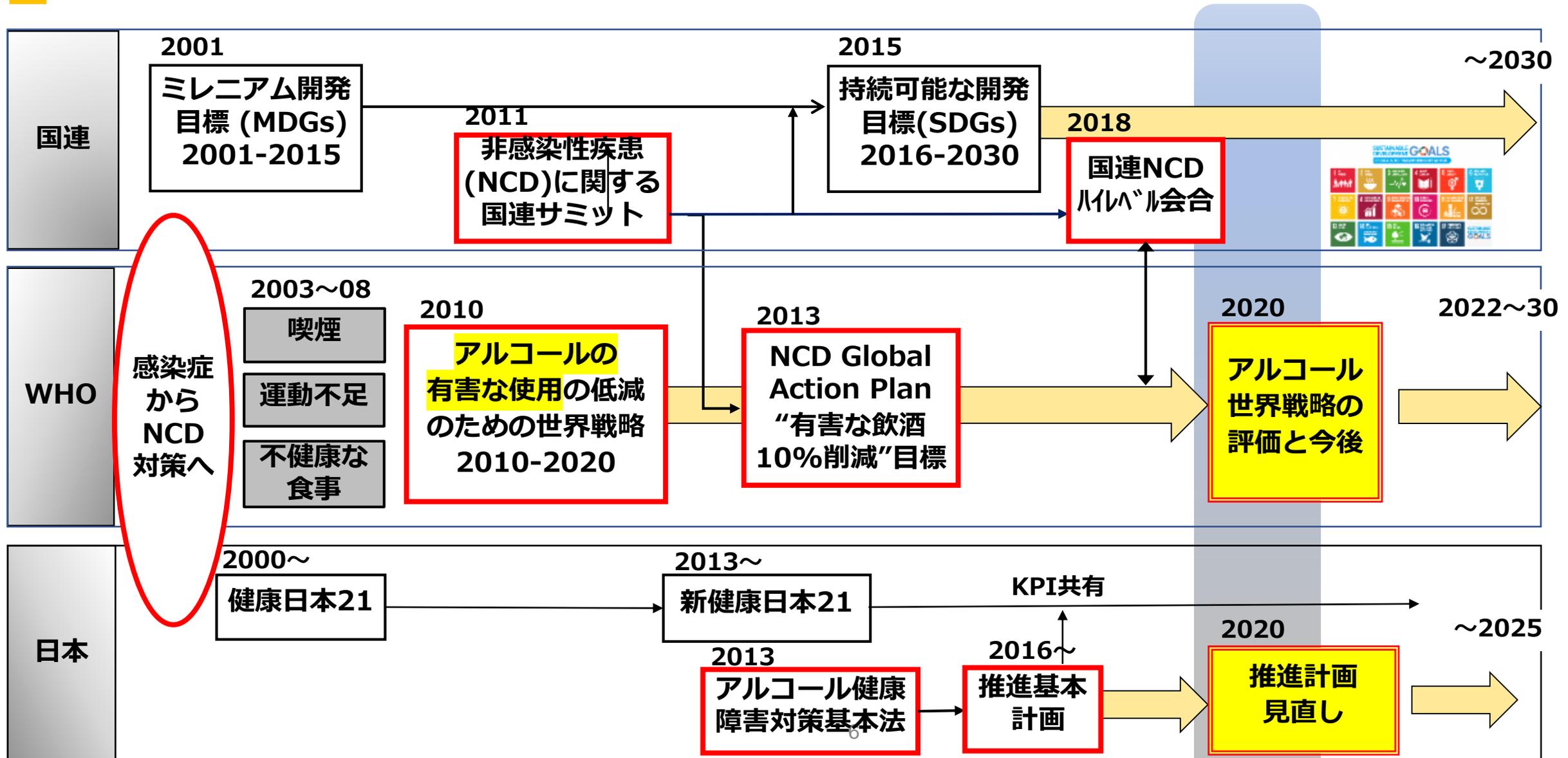


WHOアルコール世界戦略と 酒類業界の取り組み

(参考人) 日本洋酒酒造組合 田中 潤

アルコール関連政策 世界と日本の動き



“WHO Global Strategy to Reduce Harmful Use of Alcohol”

- 2010年WHO総会で採択
- 重要ポイント：
 - アルコールそのものではなく、アルコールの有害使用の低減、に焦点
 - 統一的拘束政策でなく、選択メニューを提示
 - 各国・各地域の発展段階や文化的背景を考慮
 - 社会全体での取り組みを促し、政策採択へNGOや民間部門等のステークホルダーの関与を認める

WHOアルコール世界戦略（続き）



- 政策オプション：地域・国の選択メニューの10領域
 - a. リーダーシップ、認識とコミットメント
 - b. 保健医療サービスの対応
 - c. 地域社会の行動
 - d. 飲酒運転に関する方針と対応策
 - e. アルコールの入手可能性
 - f. アルコール飲料のマーケティング
 - g. 価格設定方針
 - h. 飲酒およびアルコール酪酐による悪影響の低減
 - i. 違法または非正規に製造されたアルコールが公衆衛生に与える影響の低減
 - j. 観察と監視

国連ハイレベル会合政治宣言



NCDの予防と統制に関するハイレベル会合（2018年10月）

General Assembly Distr.: General 17 October 2018

Seventy-third session

Resolution adopted by the General Assembly on 10 October 2018

73/2. Political declaration of the third high-level meeting of the General Assembly on the prevention and control of non-communicable diseases

44. Invite the private sector to strengthen its commitment and contribution to the implementation of national responses to prevent, control and treat non-communicable diseases to reach health and development objectives by:
- (a) Promoting and creating safe and healthy working environments, by implementing occupational health measures, including by establishing tobacco-free workplaces, and through good corporate practices, workplace wellness programmes and health insurance plans, as appropriate;
 - (b) Encouraging economic operators in the area of alcohol production and trade, as appropriate, to contribute to reducing harmful use of alcohol in their core areas, taking into account national religious and cultural contexts;
 - (c) Taking concrete steps, where relevant, towards eliminating the marketing, advertising and sale of alcoholic products to minors;
 - (d) ...

国連ハイレベル会合政治宣言（続き）



NCDの予防と統制に関するハイレベル会合（2018年10月）

73/2. NCDの予防と統制に関する第三回国連総会ハイレベル会合の政治宣言

第44項. 保健及び開発目標達成のためのNCDの予防、統制、措置の各国の責務遂行に対する民間部門によるコミットメントと貢献強化の誘致

- (a) （安全で健康的な職場環境づくりの推進）
- (b) 酒類の製造や販売に関わる民間部門が、そのコアエリアにおいて、各国の宗教的、文化的背景を勘案し、適切に、アルコールの有害な使用の低減に貢献することを促進する。
- (c) 特に、未成年者への酒類製品のマーケティング、広告、販売の削減について、それが適切であるところにおいて、具体的な取り組みを促す。
- (d) （健康的な食事の促進に向けた食品分野での取り組み）

酒類業界の取り組み



「グローバルな酒類メーカーによるコミットメント」:

- アルコールの有害な使用の低減のため
- 2013年からの5年間、5つの分野での取り組みを公約し、毎年報告
- 大手メーカーだけでなく各国の主要酒類業組合も参画

1. 未成年者飲酒の低減
2. マーケティング業界自主基準の強化・展開
3. 消費者への情報開示促進と責任ある製品開発
4. 飲酒運転の低減
5. 有害な飲酒の削減に向けた小売業界の協力獲得



酒類業界の取り組み（続き）

デジタル媒体に関する基本原則の策定と遵守（2018年～）

- 世界広告主連盟（WFA）と共同で、未成年者に対するデジタル媒体のメッセージ防止の原則を策定
- 年齢認証ゲート、未成年者への転送禁止メッセージ等の5原則を主要プラットフォームと共同で推進
- 原則の遵守率を主要市場でモニタリング

未成年者飲酒防止のための取り組み強化（2020年1月）

- 2018年の国連政治宣言に応える形で施策を発表
- 未成年飲酒禁止に関する注意表示、ノンアルコール飲料への酒類同様のマーケティング基準の適用、デジタル媒体でのメッセージ到達防止、eコマース等での未成年による購買防止策など、への取り組み強化

アルコールの有害な使用に関するトレンドレポートの発行

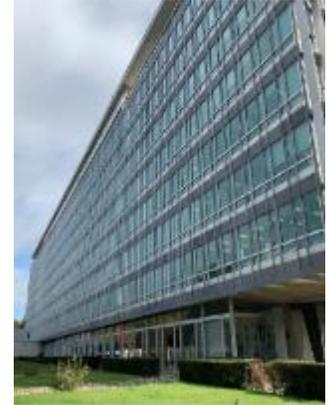
- 飲酒運転、未成年者飲酒、機会大量飲酒に対する主要市場での取り組みと傾向を報告



WHOと酒類業界の協議会



- アルコールな有害な使用の低減に向け、WHOと酒類の製造・販売に関わる経済事業者との継続した対話
- 過去3回実施：2011年11月、2018年6月、2019年10月
- 出席者
 - WHO： 事務局長オフィス、NCD対策、薬物依存・精神疾患、交通安全、非政府機関等の担当部局、地域事務局代表
 - 業界： IARD事務局、IARDメンバー社、世界の主要業界団体、発展途上国の業界代表、小売部門、WFA（世界広告主連盟）、Face Book、YouTube代表等
- 直近の主なテーマ：
 - ①製品開発や情報開示など
低アル・ノンアル商品の開発、途上国での品質管理と安全、消費者への情報開示など
 - ②マーケティングと規制のあり方
デジタル媒体での未成年者や非飲酒者への露出制限、eコマースでの自主基準策定など
 - ③小売、サービス、配送での実践強化
特に未成年者への販売防止策の強化





日本における酒類業界の取組み

国内における取組み全体像

アルコール関連問題に関する
社会的責任

業界自主基準の
制定と遵守

適正飲酒等の啓発
に向けた各種
キャンペーン等の実施

酒類販売管理者研修
による販売管理者への
教育の実施等

業界自主基準の策定と遵守

- 20歳未満者飲酒や飲酒運転などの違法行為や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すため、業界において、法令順守に加え、昭和63年に広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準を定め、遵守に努めている
- 酒類業界を取り巻く環境変化を踏まえて不断の見直しを行い、今までに17回の改正を実施
- アルコール健康障害対策推進基本計画第1期においては未成年者への誘引、アルコール依存症の方への配慮の観点から自主基準の引上げを実施

【一例】酒類容器の表示

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。



【一例】酒類容器の表示

3 清涼飲料等との誤認防止に関する事項

- (1) 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、絵柄等に配慮する。
- (2) 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。

〔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



平成28年改正点

(3) 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、チラシには広告を行わない。

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。

平成28年改正点

(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。

適正飲酒等の啓発に向けた各種キャンペーン等の実施

酒類業中央団体連絡協議会（酒中連）傘下の組合や酒造メーカーにおいて、様々な啓発活動を実施
 アルコール健康障害対策推進基本計画第1期においては、女性の適正飲酒にフォーカスした取組みを強化

項目	主な取組み
20歳未満者飲酒防止	未成年者飲酒防止・飲酒運転撲滅全国キャンペーン STOP！20歳未満飲酒キャンペーン 20歳未満飲酒防止教育 学校コンクール
生活習慣病のリスクを高める飲酒防止	ほど酔い女子プロジェクト 女性の飲酒お酒あるある川柳
妊娠・授乳期の飲酒防止	妊婦手帳、母子健康手帳アプリへの協賛

項目	主な取組み
飲酒運転防止	20歳未満飲酒防止・飲酒運転撲滅全国キャンペーン Team Zero Fukuoka プロジェクトへの賛同 SDD Stop Drink Driving プロジェクトのサポート
不適切な飲酒防止	イッキのみ防止キャンペーンへの協賛 NO IKKI キャンペーン 酔客転落防止キャンペーン
全般	各種啓発冊子・リーフレットの配布

【事例】20歳未満者飲酒防止

未成年者飲酒防止・飲酒運転撲滅全国キャンペーン



地域のゆるキャラで注目度アップ



- 街頭キャンペーンだけで
- 全国主要200箇所
- 総勢約7000名が参加

地域の中高等学校とコラボで世代同士で啓発



【事例】20歳未満者飲酒防止

STOP!20歳未満飲酒キャンペーン（年2回展開）

全国9エリア（首都圏、中京地区、京阪神地区、四国地区、札幌市、仙台市、広島市、福岡市、那覇市）で展開

シンボルマーク



店頭POP



交通広告 車内ドア横ステッカー



【事例】20歳未満者飲酒防止

20歳未満飲酒防止教育学校コンクール

2018年 最優秀賞の各校

STOP! 20歳未満飲酒

2019年度
20歳未満飲酒防止教育
学校コンクール

応募締切
2019年11月29日(金)

「20歳未満飲酒防止教育“学校コンクール”」では、
20歳未満飲酒が及ぼす健康への影響などの理解促進を狙いとして、
全国の小学校、中学校、高等学校、特別支援学校(学級)から
20歳未満飲酒防止教育の事例を募集いたします。

主催：ビール酒造組合 / 共催：日本洋酒酒造組合

毎年、後援をいただいている内閣府、警察庁、保健局、文部科学省、厚生労働省、一般社団法人全国高等学校PTA連合会、公益社団法人日本PTA全国協議会、全国教師教育者協議会、全国児童学校校長協会、全日本中学校長協会、全国連合小学校長協会、公益社団法人アルコール健康被害予防会につきましては、賞状、後援の枠の中で、来年も引き続き後援をいただく予定となっています。

ビール酒造組合とビールメーカーが連携しての取り組みです。日本洋酒酒造組合とビールメーカーが連携しての取り組みです。

応募要項 2018年度は下記の応募がございました。

- 祭りや遠征地などでお酒に接する場面も多く、飲酒が及ぼす健康への影響を〇×クイズで学習 (小学校部門)
- ライフスキル教育の一環として、児童の字本になる保護者や地域の大人と児童と一緒に学習 (小学校部門)
- 地域行事において飲酒に対する責任をも見受けられるため、飲酒を断るロールプレイング演習 (中学校部門)
- 夏休み前に、未成年者とアルコールに関する映像教材を視聴し、飲酒防止の意義を明確化 (中学校部門)
- お酒に接する先輩と生徒の交流が多く、飲酒に止る危険性を感じ、警察署と連携して講座を実施 (高等学校部門)
- 進学先や就職先でのお酒に触れる機会を見据え、飲酒状態体験ゴーグルを使用して飲酒状態を体験 (高等学校部門)

ホームページでは過去の受賞作品や、表彰式・最優秀賞受賞校の発表などがご覧いただけます。

ビール酒造組合 学校コンクール で 検索

● 昨年の表彰式・最優秀賞受賞校の発表の様子(ホームページで動画でご覧いただけます。)



東ちづる 審査委員長



教育支援ツール

アルコールパッチテストキット



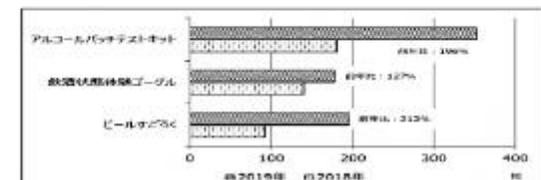
ビールすごろく



飲酒状態体験ゴーグル

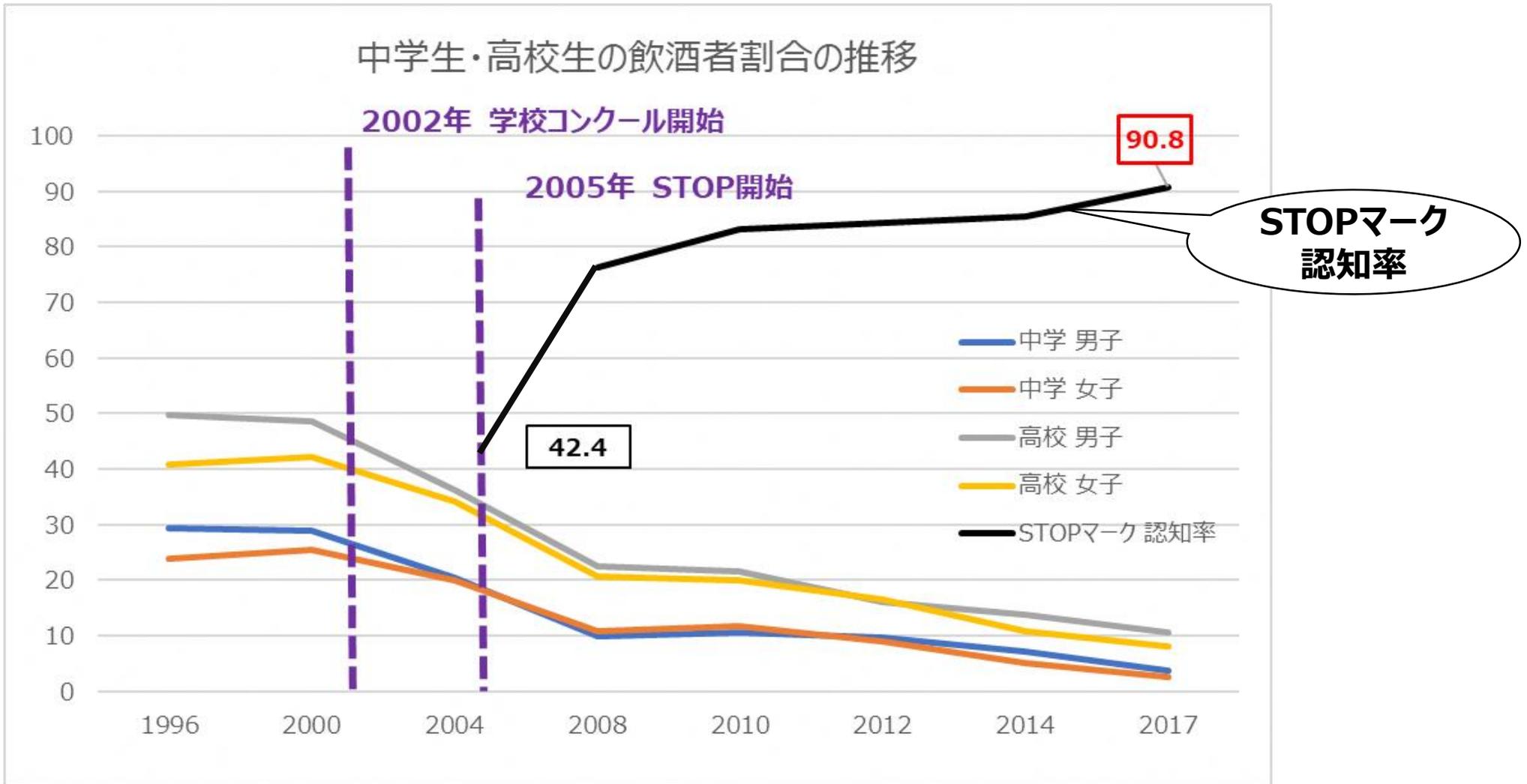


20歳未満飲酒防止教育支援ツール申込み状況 (1~20 月累計)



©2018 株式会社。画像はイメージです。

【参考】20歳未満者の飲酒率推移



<データ>

飲酒率:2008年迄は平成24年度「未成年者の喫煙・飲酒行動に関する実態調査研究」、それ以降は健康日本21（第二次）-現在値の年次推移-別表第5より
STOPマーク認知率:ビール酒造組合調べ

【事例】生活習慣病のリスクを高める飲酒防止

ほど酔い女子PROJECT



啓発ポスター



Eラーニング



DNAチェッカー結果レポート

【事例】生活習慣病のリスクを高める飲酒防止

女性の飲酒お酒あるある川柳

募集告知ツール

都営地下鉄車内 啓発広告



表彰式の報道



【事例】妊娠・授乳期の飲酒防止

スマートフォンアプリ 母子健康手帳への協賛



ほど酔い女子PROJECT

Eラーニング

The graphic features a woman's face and text explaining the risks of alcohol during breastfeeding. It includes a 'Q5' section with the answer: '一口も飲んでではダメ' (Even a sip is not okay). A text box states: '授乳期のお母さんの飲酒は、母乳を通して赤ちゃんにお酒を飲ませたことになってしまいます。アルコールが母乳へ移行する割合は高く、血液中のアルコール濃度と母乳中の濃度はほぼ同じと言われています。『授乳する時と間隔を空けているから大丈夫』『ほんの少量なら大丈夫』それらはすべて間違いです。' (Alcohol consumption during breastfeeding is equivalent to giving alcohol to the baby through breast milk. The transfer rate of alcohol to breast milk is high, and the concentration in the blood is almost the same as in the breast milk. It is said that 'It's okay because I'm breastfeeding at intervals' and 'It's okay because it's a small amount'. All of these are wrong.)

【事例】飲酒運転防止

未成年者飲酒防止・飲酒運転撲滅全国キャンペーン



地域のゆるキャラで注目度アップ

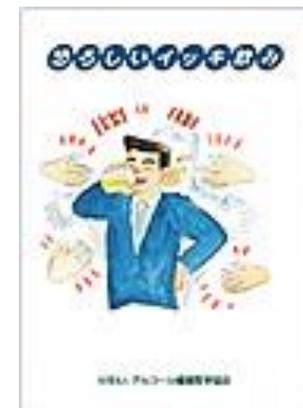
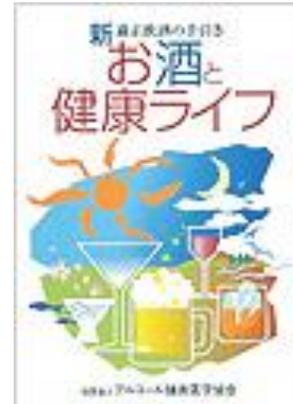


- 街頭キャンペーンだけで
- 全国主要200箇所
- 総勢約7000名が参加

地域の中高等学校とコラボで世代同士で啓発



【事例】啓発冊子・リーフレット等





今後について

今後について

- **アルコール健康障害対策基本法の趣旨に沿って、酒類の製造又は販売を行う事業者として、アルコール健康障害の発生、進行及び再発の防止に引き続き努める**
- **第2期アルコール健康障害対策推進基本計画の実施にあたり、関係者会議等で抽出された課題については業界において真摯に検討し、3つの軸を中心に対応を反映させていく**