

ハ．商品の多様化、一般商品化、ライフサイクルの短縮

- a パッケージも酒らしくないものが販売されており、それを若者が飲んでいるということであれば・・・
- b 規制緩和が進むと酒を売るスーパー等が増え、消費者は酒であるかどうかには注意がいかななくなると思われる
- c 酒類業の特性と変化（第1回資料2頁）

アルコール度数の低い物にシフトしている。飲みやすいことから一般消費者に受け入れられ、それが未成年者の飲酒につながっている

ビール、チューハイ、発泡酒と値下げの傾向にあるが、これが進むと一般商品化する、手を出して買い易くなることをもっと明確化すべきではないか。パッケージで若者が飲んでいるというより、スーパーにあれば置いてあれば誰が飲んでもいいという状況にあるのではないか

低年齢層の飲酒の問題も、シェア獲得のための宣伝・広告による一般商品化がもたらしている

酒らしくない、工夫したパッケージのものが売られている、それは酒だけに特筆すべきことではない

容器に酒であるという印が付いていることから、酒らしくないパッケージについての議論は必要ない

消費者の立場から過当競争をみると、それが市場原理かもしれないが、各社余りにも「売らんかな」の体制が強いように思う。これが不透明性につながっているのではないか。消費者において節度があった嗜好性に係わることが何がなんだか分からなくなってしまい消費者の選択眼を惑わしているのではないか

メーカー・流通の変化、マーケットの変化、消費者の嗜好の変化、教育の変化等の変化がある。それにどう対応していくかについて考える必要がある。経済のトレンドを人為的に変えるのは難しいのではないか

(2) 酒類の特性とは

イ．致酔性、習慣性

- a 酒は致酔性飲料であり、未成年者に対する悪影響がある
- b アルコールには悪い面、良い面の両面がある
- c 酒は様々な犯罪のもとであるというマイナスの面がある
- d 大学生の半数が20才未満である中でコンパで死人がでるような状況である
- e 20才以上の飲酒習慣者比率は、男性が概ね横ばい、女性は男性に比べると大変比率は少ないが少し増えてきている。また、アルコール依存で現に医療機関で受療している方は4～5万人、アルコール性肝疾患の方が5～6万人
- f 未成年で最も危険なのが急性アルコール中毒。また、成人よりも少量のアルコールで肝臓障害や膵臓炎が発生する。精神的障害では、学習意欲、精神的成長の停止、依存症に移行し易い。車の事故はティーンエイジャーが多く、原因としては飲酒運転が多い

致酔性という言葉はよく分からない。分かり易い一般的な言葉はないか

長い歴史の中で、酒類の特性について消費者の立場も変わってきている。「致酔性、習慣性」は、今も昔も変わっていないが、「嗜好品、・・・」は、現在では酒に特化したものではない。「文化・伝統性」は、酒は文化、伝統からかけ離れて飲まれている。「財政物資性」は、担税物資といってもいいが、税収入に占めるウェイトから考えると変わってきている。「致酔性」を重視し、社会的規制が必要とするのであれば、全体の中で議論する必要がある

酒の特性については、変化しているもの、そうでないもの両方の面があるのではないか

致酔性等による酒類の害については、個人の責任・判断によるべきであり、政府が規制すべきではない。また、害があるのは酒類だけではない

ロ．嗜好品、ストレス解消のための商品

- a 昔から「酒は百薬の長」といわれている
- b アルコールには悪い面、良い面の両面がある
- c 飲酒の効用として、ストレスからの解放、仲間との連帯感などがある

小売業の若い人たちが、アンテナショップ等、酒をうまく飲むという啓蒙活動を行うための情報が不足しているように思う

ハ．文化・伝統性（食文化と酒類の組み合わせ）

- a 酒はその国の食文化とつながっており、こうした伝統文化を継承していくことも必要
- b 酒、殊に清酒は、伝統文化、食文化としての意味合いから、広めていくことも必要
- c 広く一般に酒というものの感覚等を育成していき、文化として広めれば、やたら飲むといった悪癖は緩和されるのではないか
- d 大学において総合的に酒を学ぶ講義があってもいいのではないか

本醸造、吟醸、純米という種類分けができていますが、この飲み分けというのも殆どが酒の好きな人に任されているものであり、まだ知識として広く日本全体に共有されていない状況。酒販店でレクチャーしながら新しい酒の種類を広めていければよいと思う

清酒は地域の食文化に密接に関係していて、地域毎に特色のある清酒が生産され飲酒文化が育ってきたが、TVCM等によるマーケティングにより、このような文化がなくなっている。地方日本文化をのこすのであれば地場産業を残すための施策が必要

地方の米を使った清酒が出てきているが、こうしたものを大事にして欲しい。清酒メーカーの件数は多いように思う。地域の特殊性の中で生き残っていくべきものではないか。補助金のばら蒔きはよくない

二．財政物資性

- a 財政物資の中で、酒は徴税コストがかからない、容器がリサイクルされている、生ゴミが発生しない等優等生
- b 酒が高額な税負担をしていることについて消費者には分かりにくい
- c 租税収入に占める酒税収入の割合（第1回資料4頁）
- d 酒税の転嫁と保全のスキーム（第1回資料6頁）、酒類の取引の概要（第2回資料8頁）
- e 末端の健全経営がなされなければ酒税の保全に大変な問題が出てくる

財政物資性という言葉はよく分からない。分かり易い一般的な言葉はないか

財政物資性についてはふさわしい言葉が必要

財政物資性という用語は酒類に税を課す根拠から整理すべき

酒類の特殊性は酒税と言えるが蔵出税であるから、販売業は（酒税の保全に）関係ないのではないか

（3）酒類業の特性とは

イ．これまでは伝統性、地域性などでメーカーが捉えられ、全体としては中小企業性が強調されている。

（伝統性、地域性、中小企業性）

- a ローカルな日本酒が少なくなっている。大型店はローカルな清酒メーカーをどう考えているのか
- b 酒類業の特性と変化（第1回資料2頁）
- c 酒類業界は中小企業が多く、その中で、与信や消費者を含めた掛け売り、手形決済などの独特の商慣行を形成している

昔は地域の清酒に地域性、風土性があったが、今は限りなく平準化へ向かっている。モータリゼーション、TV普及等生活環境の変化により地酒メーカーが生きていく地域性等の基盤が減ってきている。生き残っていくには、全国の消費者を対象にして、自分の商品を飲んでくれる消費者をつかんでいくしかないのではないか。国はそれを助ける施策が必要ではないか

地域の特徴が大切。助成金は役に立つはずである

環境の変化について、大量生産、大量消費型のパターンを認めつつ、中小メーカーをどう扱うか。中小メーカーは、少量生産、高級酒等を作っていく、そう考えると現状のメーカー数が多すぎる、大メーカーの力が強すぎるとも考えられる。税の調整、補助金も考えられるが、国税庁が全体に網をかけるのは適当ではない。国は強制しない程度に各酒類の業界が協調したマーケットを作るよう誘導していけばそれで十分ではないか

政府は、特徴のある製造業者、努力をしている製造業者は補助金等により助けてやってもいいのではないか

中小企業がどんどん廃業している状況で、酒類業だけに特殊性があるとは言えないのではないか

清酒、焼酎、ワインの中小製造業者の酒類は、地域の中小卸業者、小売業者が対面販売により消費者を説得して販売されてきたが、ビール等の大メーカーの酒類はＴＶＣＭ等により販売されている。両者の販売方法が違うことから同じには扱えない
国税庁は、酒について責任を持ちすぎ、持たされすぎ

[小売販売業免許のあり方]

2. これまでの規制緩和の評価

(1) 新規参入による消費者アクセスの増加、市場の活性化

(消費者の利便性の増大)

a 食品取扱店舗4,717店舗のうち、酒販免許を受けているのは半分程度

食品を取り扱うからには品揃えに酒類を加え消費者のワンストップショッピングに貢献したい。新規に出店をしても酒販免許が受けられない場合があり、消費者のニーズに対応できていない

b 需給調整規制完全撤廃の前倒し、いわゆる2%条項の復活、大型店舗の需給調整規制の廃止、インターネット上での酒類販売の容認

c 経済的規制は原則自由であるべきである。免許の規制緩和状況は未だ不十分であり、緩和の前倒し・拡大を図るべきである

(市場の活性化)

a 経済的規制は原則自由との考えの中、各社が創意・工夫により競争していくべきもの

(2) 未成年者対策、公正市場問題への取り組みの推進

(未成年者対策への取組)

a 未成年者に酒を売らないよう、業界では努力しているようだが、平成12年の調査では、高校3年生男子の56.2%がコンビニ、スーパーで購入している

b 未成年者飲酒禁止法の改正(平成12年:罰則強化、平成13年:年齢確認その他の必要な措置を講ずるものとする)が行われた

c 未成年者飲酒防止に向けた取組(第1回資料12頁)及び酒類小売業免許の規制緩和の経緯(同1頁)

- ・免許取消理由の追加(酒税法)
- ・未成年者飲酒防止のための表示基準(酒類業組合法)
- ・酒類業界の広告宣伝の自主基準
- ・低アルコールリキュール類の「酒」マークの自主基準

d 交通事故防止や未成年者飲酒防止に資するため酒自販機の撤去を進めている

e 未成年者の飲酒防止に資するため、行政の指導に基づき7項目を実施している

(公正市場問題への取組)

a 公取委は、毎日7件の不当廉売の申告を処理していることになっているが、現在の人員では注意後のフォローは無理ではないか

- b 公正取引環境の整備への取組（第1回資料16頁）
 - ・公正な競争による健全な酒類産業の発展のための指針（国税庁の指針）
 - ・私人による差止め訴訟制度の導入（独禁法）
 - ・酒類流通における不当廉売、差別対価等への対応について（公取委の酒類ガイドライン）
 - ・酒類業組合による「リベート供与基準など社内基準の整備」の啓発
 - ・酒類の取引実態調査の実施及び結果の公表

(3) 今後の課題（利便性が前面に出ている反面、販売の管理がルーズとの指摘など）

- a 免許取得状況の分析と市場の将来予測が必要
- b 規制緩和により酒類販売の自由化が進んでいるが、警察的見地から考えて、何処でも酒が購入できることになり、非行の把握が難しくなるのではないか
- c 深夜における酒類の販売状況、販売体制の現状を把握しているか
- d CVSやビデオ店などにおいて、未成年、成人の区別がはっきりされておらず、社会的な規制が必要である

3. 今後の手当ての必要性について

(販売管理体制の整備)

(1) 社会的規制について

販売管理面での体制整備について（現在の免許制度は酒税の保全中心であり、社会的要請について指導に止まり実効性が不十分ではないか。）、未成年者の飲酒防止等の実効性をあげるために、さらに何が求められるか。（酒類が飲まれる場面での管理など）

- a 消費者利便と社会的規制は別問題として、社会的コストや未成年者飲酒禁止法等の観点から何らかの社会的な規制を考えていくべきではないか
- b 規制緩和により酒類販売の自由化が進んでいるが、警察的見地から考えて、何処でも酒が購入できることになり、非行の把握が難しくなるのではないか
- c 酒は、安くて何処でも買えるからみんなハッピーという発想は問題ではないか
- d 人口又は利便性からの規制ではなく、規制をどういう視点で行うのか明確にすべき
- e 適正に（プラスの方向で）飲むための規制であれば理解ができるのではないか
- f 今後は、交通事故をはじめとする社会的問題や福祉の問題等を盛り込んでいく必要があるのではないか
- g 規制が行き過ぎてはいけない。どこまで規制し、緩めるか、バランスを取った規制を行うべき
- h 余り厳しく取り締まると見えないところで取引するようになり、暴力団の資金源になってしまうおそれがある
- i 個々の人に免許を与えるようにすれば責任感が生まれるのではないか
- j 未成年者の酒類へのアクセス機会を可能な限り減らすため、自販機同様に、酒類の深夜販売を制限し、セルフサービス方式の販売の見直し、酒類販売従事者の年齢を20才以上とすること、等を行うべきではないか
- k 社会全体で未成年者飲酒防止に取り組み、家庭や学校教育等で飲酒教育の啓蒙をすすめ、販売者における酒類の特性等の知識の向上を図るべきではないか

- ・未成年者飲酒防止には、学校、地域社会の体製造りが必要
- ・大学生の半数が20才未満の中で、コンパで死人がでる状況。家庭などにおいてハイティーンに対する何らかの教育が必要

- l 深夜販売について、深夜値段というものを設けてはどうか
- m 飲酒年齢は20才で区切るのがいいのか。風俗営業等との平仄をどうするか
- n 何才から何才まで飲まない方が最善であるということを発表できないか

経済的規制は原則廃止とすべきと考えるが、社会的規制については必要なものは規制していくべきである。酒類については現状の未成年者飲酒禁止法だけでは十分といえるかという検討が必要ではないか。反面、社会的規制は経済的規制にも成り得るので十分に検討する必要がある

(環境保全の見地からの一定の設備要件)

- a 財政物資の中で、酒は徴税コストがかからない、容器がリサイクルされている、生ゴミが発生しない等優等生

(2) 今後の酒税保全のスキームについて

規制緩和の進展により今後過度の参入退出が発生して、酒税保全上問題が生じうるか。その場合、どのような手段が用意されるべきか。

- a 新規参入者が殺到すると過当競争になるが、そうならないようなスキームを考えるべきではないか
- b 業界が制御不能とならないように、コントロールの手段を確保するため、業界の基盤安定が必要ではないか
- c 酒税法の目的は酒税の保全であり、酒税の保全は、健全な経営があって初めて担保されるのではないか
- d 業態別に見た場合、一般酒販店の割合は非常に減少している。なお、中小の酒販店は、転業・廃業・倒産に追い込まれ非常に厳しい状況にある。また、免許人の自殺・失踪も少なくない
- e CVSは卸等への支払がしっかりしているので、酒税の保全を妨げることはない

(3) 消費者の観点からの手当について

酒類の提供において、利便性(アクセスの増加)・透明性(商品情報のわかりやすさや安全性)・販売管理(未成年者飲酒防止等)の3つが充足される必要。この観点からも価格の不透明さに繋がる不公正な取引は排除される必要

(利便性)

- a 消費者の立場では、いつでも、どこでも、安いものが手に入れば良いと考えるが・・・
- b 規制緩和によって酒屋の都市部への一極集中(地方の過疎化)が見られる
- c スーパーの未だ半数の店舗において免許の取得及び全酒類の販売ができない。結果として生活者のニーズに対応できない状況

(透明性)

- a 規制緩和等については、食品の安全性や「知る権利」といった消費者利益を擁護する観点からの検討をすべき
- b 消費者に「酒」であるとの認識がもたれるよう明確に表示する(清涼飲料水を買ったつもりが酒であったというようなことがないよう「酒」という目印をつけるべき)

(販売管理)

- a 酒税収入 1兆8千億円に対し、アルコール関連の社会的費用(1987年)は6兆6千億円
- b 未成年者飲酒問題は数次の酒類販売規制の緩和により一層深刻な事態を迎えつつある
- c 平成3年4月、WHOはアルコール関連問題が健康面、経済面で国家、国民に与える悪影響を考慮し、早急な政策及びプログラムを着実に実行するよう勧告を出している

(4) 公正取引の観点からの手当てについて

現在の指針やガイドラインに沿った公正取引への取り組みに加えてさらに何が求められるか。

- a 生産者価格に極めて近い価格で販売してなぜ利益がでるのか
- b 独禁法の厳正な運用と厳正対応(罰則強化)
- c 仕入条件が公開され、努力目標がはっきりしないと経済活動は発展しない。差別取引、優越的地位の濫用などをなくして欲しい

4. 今後の酒類行政のフレームワークは

(1) 酒類販売業免許等公的規制のあり方

- a 法律の立法目的と規制目的とのねじれが生じているものもあると思われるので、規制目的を整理することが必要
- b 諸外国においては警察目的としている国もある。我が国も財政目的以外の独特の免許制度であってもよい
- c 規制は少ない方がよい。行政はなるべく関知しない方がよい
- d 世界的にみても、経済的規制を緩め、社会的規制を強める方向へ移行してきている
- e 国民の健康・福祉の向上、未成年者飲酒防止、飲酒による事故防止、道德秩序の維持等総合的な見地からの法律の創設が必要

イ. 社会的規制について
人的要件の整備

販売体制のミニマムリクエスト

その他

- a 「数だけの規制」から「地域(コミュニティ)の意思としての規制」への転換が必要
- b 人口基準について、飲酒(成人)人口による基準とすべき。また、距離基準について、病院などからは一定の距離を隔てるなどの措置が必要

ロ. 酒税の保全について
過度の参入退出に対する対策

- a 免許取得時に一定の保証金を要求したり、更新制で更新料を要求することにより、乱立を防ぐことができないか
- b 酒税保全に貢献できるようなデポジット制、更新制などを考えるべきではないか
- c 1販売場から販売される量の制限、販売時間、事業者の生業が成り立たないような販売環境の是正等、抜本的な改正が必要ではないか

	<ul style="list-style-type: none"> d 酒類は致酔性飲料であり、また、不公正取引も多いので、酒類の再販制度導入も検討すべきではないか e 人口基準について、成人人口による基準とすべき。また、距離基準について、病院などからは一定の距離を隔てるなどの措置が必要
(2) 酒類業の健全な発達のための取り組み	<p>(消費者ニーズへの対応)</p> <ul style="list-style-type: none"> a 酒販店の経営努力が必要である b 価格競争では大きい方が有利だが、小さいながらの戦い方があるのではないか c 品揃えの充実など販売面での努力が必要
社会的要請への対応への取り組み	<p>(社会的要請への対応)</p> <ul style="list-style-type: none"> a 酒類の社会的規制については、80%の人が必要だとの意見 b 酒類の特性と健康影響に対し、酒類に携わる全関係者が一体となり社会全般への啓発と国民運動を行っていく c 酒類販売従事者に対する自主的教育・研修制度実施についての公的認知 <p>(公正な取引環境の整備)</p>
・ 実施主体としての小売酒販組合の活性化とアウトサイダーへの取り組み	<p>(小売酒販組合の役割)</p> <p>(国税庁等における酒類産業行政の運営体制の整備等)</p> <ul style="list-style-type: none"> a 個々の企業による飲酒の効用の広報でなく、国がそのガイダンスを出していくのがいいのではないか