

ヒアリング等のポイント

第 11 回 懇談会再開の趣旨及び経緯等	1
《平成 16 年 2 月 24 日 (金)》	
第 12 回 酒類業界・酒類行政の現状等と前回の取りまとめの対応状況	5
《平成 16 年 3 月 24 日 (水)》	
第 13 回 「酒類と青少年問題」に関するヒアリング	8
— 「酒類の特性」「青少年の健全な育成」の観点—	
《平成 16 年 4 月 2 日 (金)》	
1 「青少年問題」に対する取組みの現状と課題	8
(内閣府政策統括官 (共生社会政策担当) 付参事官 (青少年育成第 1 担当) 有松育子)	
2 「青少年問題」と飲酒	9
(中央大学文学部教授 矢島正見)	
3 未成年者飲酒防止に関する取組み状況等について	11
(警察庁生活安全局少年保護対策室長 保住正保)	
第 14 回 「酒類と健康・疾病問題」に関するヒアリング	14
— 「酒類の特性」の観点—	
《平成 16 年 4 月 21 日 (水)》	
1 内科疾患とアルコール	14
(東京慈恵会医科大学内科学講座主任教授 田嶋尚子)	
2 アルコール関連問題の現状と課題	15
((独)国立病院機構久里浜アルコール症センター院長 丸山勝也)	
3 アルコール関連問題等に対する取組の現状と課題	17
(厚生労働省健康局総務課生活習慣病対策室長 大江雅弘)	
第 15 回 「酒類業とコミュニティのあり方」等に関するヒアリング	19
— 「地域社会における酒類業者の役割」等の観点—	
《平成 16 年 5 月 12 日 (水)》	
1 青少年健全育成条例について	19
(東京都生活文化局都民生活部青少年担当課課長補佐 松原吉治)	
2 地域社会における酒販店、商店街の役割	20
((社)流通問題研究協会副会長 三浦功)	
3 欧米の犯罪機会論と日本の安全・安心まちづくり	22
(立正大学文学部助教授 小宮信夫)	

第11回（第1回）

懇談会再開の趣旨及び経緯等

（事務局説明）

（各界からの要望等）

- ・ 緊急措置法の附則第3条

「この法律の施行の状況、酒類の特性、青少年の健全な育成の重要性、地域社会における酒類小売業者の役割等を勘案し、酒類販売業免許の制度の在り方について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする」

- ・ 昨年末の与党の税制改正大綱（検討事項）

「未成年者飲酒防止等の重要性、酒類業の健全な発達の観点を踏まえ、免許の基準について幅広い観点から検討する」

- ・ 全国小売酒販組合中央会

「酒税の保全のみならず、公共の福祉の面や酒類の社会的管理の観点からの酒類販売業免許制度の再構築」、「酒類産業の健全な発達のため国際的整合性のある制度の運用基準の整備」

- ・ 酒類業中央団体連絡協議会（酒類業組合中央6団体等で構成。16年度税制改正要望）

「酒販免許制度は、酒税の保全はもとより、公共の福祉の面や酒類の社会的管理等を果たす役割からも必要不可欠であり、社会的規制をかんがみた酒類産業の健全な発展のため、国際的整合性のある制度構築と適切な運用基準が示されるよう要望する」

- ・ 全国卸売酒販組合中央会

「これからの時代の酒類事業のあり方、社会的管理体制の整備を中心として」を取りまとめ、その中で、「酒類事業法の制定」等を提言。

（酒類業を取り巻く環境（他業種）の変化）

- ・ 酒類業を取り巻く環境については、この1年余の間に、酒類業の制度にも関係してくるいろいろな変化が生じてきている。酒類業を取り巻く周辺の他業態の動きも踏まえながら、酒類販売のあり方を考えていくことも必要。

- ・ 製造たばこの販売規制

「たばこ対策枠組条約」への対応をめぐり、テレビ・看板等での広告制限のあり方等、様々な議論が今行なわれており、指針等が示されてきている。

たばこと酒は違う面もあるが、課税物資であり、かつ、依存性を有する嗜好品という共通の特性もあり、今後は、WHOの場で酒類に関しても健康問題を中心にいろいろな議論が本格化する可能性もある。

これらの国際的な議論の流れ、状況の変化もフォローしていく必要がある。

- ・ 酒、たばこ以上に販売管理の必要性が高いと考えられる医薬品に関しても、コンビニエンスストアでの販売の問題等、いろいろな動きが見られる。

(懇談会における検討の必要性等)

- ・ 緊急措置法の附則第3条のほか、昨年12月の与党の税制改正大綱、更には業界（例えば小売酒販組合中央会）からも様々な要望が寄せられている。

- ・ 未成年者飲酒の現状

昨年末から年明けにかけて、渋谷の繁華街における深夜の未成年者飲酒の実態について、未成年者の店舗での購入、路上で酒を飲んで騒ぐ、年越しのカウントダウンで酒を飲んで騒ぐ等のテレビ報道が相次いでされた。

- ・ 東京都青少年健全育成条例の改正等

青少年の深夜徘徊、有害図書、刃物に関する問題を、すべて直ちに酒類の販売管理の問題と同列に論じることには無理な点もあるが、現在の青少年を取り巻く環境がいかに危機的な状況にまで立ち入っているかが現われている。

- ・ こうした社会環境の中で、酒類に関しても、現行の酒税法・酒類業組合法との体系の下においても、区分陳列、表示あるいは販売管理者の選任といったアプローチだけではなく、もう少し直接的な措置・規制というものが採り得るかどうか検討の余地がある。

- ・ 酒類の自販機についても、現在、酒類小売業界自身から、法的措置を求める声も上がっている。自販機あるいは広告の問題等については、前回の懇談会の取りまとめにおいて、段階的整備が重要である、あるいは安易に法的規制によるべきでなく、自主的に進めるべきと提言され、酒類業界の自主的取組に現在のところ委ねている事項。

現在の社会情勢を踏まえると、自主的取組で十分か、あるいは法的措置も含め一層の対応が必要か、社会情勢、たばこの動きも踏まえつつ、不断に検討していくことが必要ではないか。

- ・ 「諸外国の酒類販売制度」と題する資料は、日本、アメリカのカリフォルニア州、イギリスの3カ国のいわばイントロダクションとでも言うべきもの。

免許の要件は、大きく分けて、「人的要件」、「場所的要件」、「需給調整要件」と区分できる。

人的要件は、日本、カリフォルニア州、イギリスいずれにもある。

需給調整要件は、カリフォルニア州にもイギリスにもある。現在の日本には需給調整と同等の機能を営むものとして緊急措置法があり、比較的似通った形になっている。

場所的要件は、カリフォルニア州が教会、病院等、公共施設から一定の距離の出店制限を設けている。

免許を付与された後の販売規制、行為規制といった観点で、未成年者飲酒防止、広

告、自販機等に関する規制等を整理すると、

自販機に関しては、イギリスではこれを禁止する法律上の明文規定があり、カリフォルニア州法では、自販機を禁止する個別の明文規定は無いが、社会秩序の維持及び酒類の消費節制という一般条項を適用し制限を行っているようである。

広告に関しては、カリフォルニア州法では制限規定を設けているほか、州当局に具体的な基準の策定に関する権限を与えている。

販売時間に関する制限は、イギリス、カリフォルニア州にもあるし、ドイツ、フランス等大陸諸国でも制限を設けている。

これらの規制は、それぞれの国における歴史的、文化的背景の上に成り立っているものと考えられるが、他方でたばこの動きを見ると、こうした歴史的、文化的背景を最大公約数化したような形で国際的規制に向けた取組が行われている。

今後、酒類についてもたばこのような国際的な取組が行われる可能性があり、諸外国の制度が実際にどのように、どの程度執行されているのか制度の運用面、各国国民がどのように受け止めているのか等詳細に検討していく必要がある。

(意見交換)

- 物事は川の水のごとく動いているし、現実の事象にかかわらないことを幾ら分析しても学問とは言えないという。これまで審議した結果が現実の政策のアクションに結実してきているが、しかし、その場は毎日刻々と変わっているので、事務局から紹介のあった検討事項で再開することも意味がある。
- 「酒という商品」は一体何なのか。商品ということは儲かればいい、あるいは、安く手軽にどこでも買えれば、便利ならばいいと、こう考えられているが、致酔性を有する商品はどうあるべきかをもう一度基本的に考えるべき。
- 今後、酒類販売管理者を今以上にきちっと位置付けていくべき。
- 対応すべき物事の順番、何が一番今問題になってきているのか。
都市部は供給（過剰）の問題が今後も引き続いていけようし、それが一番重要な問題なのかどうか。そういったことも青少年の問題とも関連していると思う。
- これから特にクローズアップされてくるのは、お酒によって「青少年の暴力への扉」を開かせないようにすること、そして健康面の要件だと思う。産業面以上に社会的な要請が高まってくると思う。

- 今までの議論が繰り返しにならないためには、今後、今回の措置が有効に機能するかどうか改正後のチェックが大事。
- 最初に検討の中身をはっきりさせることが一番大事だと思う。
少しずつ部分的につぎはぎにするとますます問題が出てきそうだと印象があるので、どこまでやるかということを最初に議論しておいた方がいいかなと思う。
- 「お酒とは何か」ということを突き詰めていきたいと思う。
- 消費者の利便性というのは一体何かということの検討も必要。
- 神奈川県のような青少年の親への罰則を検討事項として大いに考えていい時代が来ている。親教育が必要な時代に入ったので、この辺を考えていただきたい。
- なぜ青少年の飲酒に対しての罰金がないのか、常々とても不満に思っていた。(本間氏)
- 売る方の側についての検討事項が多いようだが、買う方の側、飲む方の側についての検討事項というのも十分に揃えていただきたい。
- 特に強調したい点は、教育の問題、飲酒に関する教育の問題。文化を含めた広い意味の教育に焦点を当てることが非常に重要。
青少年の問題ということは、地域の問題と教育の問題。「親の教育」の問題の中身を詰めていくことだ。そうすると、健康の問題になるし、その場合、いわゆる科学的な裏付けとそれをどのように教育するかを検討する必要がある。
お酒は文化。地域を巻き込んだ教育を考えると、酒類小売業者の経営の中身が問われると思う。どのくらい地域の中で教育力を高めながら酒類の販売をやっているのかということも基準として重要。
- 本格的に何が必要なのかを考えなくてはいけない。それにはこの場だけではなくて、いろんな世界の関係分野のコンセンサスを得る必要がある。

第12回(第2回)

酒類業界・酒類行政の現状等と前回の取りまとめの対応状況

(事務局説明)

(酒類業界・酒類行政の現状等)

- ・ 租税収入の総額に占める酒税収入の割合は、平成14年度は3.7%。
- ・ 低アルコール、低価格商品へのシフトが進むとともに、酒類全体の需要は若干減少。
- ・ 日本全国の人口は、2006年にピークになり、減少に転じる予想。高齢化社会の到来は、酒類需要の減少要因とも見られている。

- ・ 卸売業免許場数、製造免許場数は最近緩やかな減少傾向。

卸売業、小売業とも医薬品小売業を除いて専門店は減少傾向にある。

「許可等の件数」は、酒や医薬品、たばこの小売店は増加傾向にある一方で、米の小売店は、平成7年に許可制から登録制に変更後大きく増加したものの、現在は平成9年に比べて減少。

酒の場合、専門店というよりは、「酒も置いてある店」が増えている。

- ・ 様々な取組にもかかわらず、未成年者飲酒禁止法による検挙人員は平成15年には170人に増加。昨年の飲酒による少年の補導人員は3万6千人余りと増加。飲酒により補導された不良行為少年は、11歳、12歳の増加も目立ってきている。

中・高校生の飲酒率は、かなり高い。

日刊紙に掲載された記事を見ても、様々な未成年者の飲酒実態が分かる。

- ・ 公正取引委員会の注意件数は、依然として酒類業者への注意がほとんど。平成15年3月には酒類小売業者4者に対して「不当廉売」の警告が、平成15年12月には「取引条件等の差別取扱い」の警告・注意がビール製造業者に行われている。

酒の価格競争は大変激しい。

(前回の取りまとめの対応状況)

- ・ 飲酒の弊害に関する情報の提供については、一般的広報だけでなくターゲットを絞って、より直接的に、例えば酒類の容器等に必要な警告表示をやっていくことも必要。

「飲んではいけない」といった禁圧、抑圧的な表示も重要ではあるが、効果ははっきり分かっていない。未成年者も含めて、特に本人の健康にとってどれだけ害があるのかを伝えていくことが重要との見方がある。

酒類についても、たばこの例を参考として何か検討できないか。

- ・ テレビコマーシャル等の広告が四六時中大量に反復して流されると、未成年者やアルコール依存症者等の問題、弊害を防止することは困難となるとの見方もある。

酒類の広告についても業界の自主規制が行われているが、自主的な取組ということ

もあり、完全遵守はなかなか難しい状況が現実存在。

- ・ 規制に関しては営業の自由にもかかわり、また、広告については表現の自由との関係など、様々な観点から考える必要もある。今後自主規制をさらに進めていくのか、法的規制も含めてどのように広告の問題を考えていくべきか、なお検討が必要。
- ・ 公正取引の確保については、まずは緊急措置法の措置請求による公取委への働きかけに努力しているところ。引き続き意見を伺って考えていくことが必要。
- ・ そもそも酒を深夜を含め24時間販売することは如何かの観点から、深夜販売については、諸外国と同様、一定の制限をすべきとの意見もある。他方、大人まで含めて、一切夜間の販売を制限することは、営業の自由の観点から過度に広範な規制との意見もある。
- ・ 酒類の引き渡しに際しては身分証明書の提示を求めるよう、現在行政指導を行っているが、もう一段進めて、法的に義務付ける考え方もある。この場合、未成年者飲酒禁止法（「年齢の確認その他の必要な措置を講ずるものとする」）との関係を整理する必要があり、また、証明書の提示の義務付けに対する国民感情もあるので、これも含めて、年齢確認のあり方についてももう少し検討していく必要がある。
- ・ 学校等の施設周辺における酒の販売については、そもそも出店を制限すべきではないかという意見も現にあるが、憲法の下での営業の自由や様々な国民的合意の形成可能性も含めて、考えていくことが必要。
- ・ 小売酒販組合からもこれ以上自販機の撤廃を進めるには法的措置まで必要ではないかといった意見も出始めており、法的規制のあり方について検討が必要。
- ・ 免許とは何なのかを改めて考える必要があるという提言は、現時点においても非常に重要な提言と認識しており、引き続き検討する必要がある。

（意見交換）

- 警告表示を基本的に行うとか、コマーシャルでその危険性を自ら示すことは良いことかもしれないが、ただ単純にやっつけていけば良いということでは、業界の責任回避のようなことにつながる恐れについても将来考えられる。
- アメリカではたばこでも、砂糖でも、どのくらい健康被害があるかを非常にシンプルなメッセージで伝えている。それだけにインパクトがあるが、その裏には必ずそれを裏付けるデータを持っている。アルコールはその摂取量等によっても健康への影響は異なり、ヘルスハザードという面でなかなかはっきりした画一的なものがない。
- 若い方の感覚というのは随分グローバル化してきている。アメリカなどでは当然身分

証を出す。そういうものだと国からの指導があれば、身分証の提示についても定着するのではないか、若い世代にはそれもなじんでいくのではないかと。

- 免許の目的について見直しを加えるとなると、より厳しく規制をする方向へ進んでいくことになるかと思う。役人がより忙しくなる方向へ、新たな仕事を作るようなことになりがちだが、そうならないよう、免許の目的を見直す方向性としては、より簡素な格好にして、国民が自己責任でもってやっていく方向性で進めていくべき。
- 地方自治体レベルになると、消費者、PTAの代表などが関与する可能性が出てくる。そういった場で、未成年者に対する研修ばかりではなく、むしろ広く教育そのものについて考えた方がいいのではないかと。
- 説得力を持って酒類販売管理研修に取り組み、酒販店で、買いに来る方たちに口頭で何気なく伝えていくことがこれから個人の意識を形成するのに非常に大きな価値があると思う。薬にも毒にもなる酒が、どういった場合に健康を害することになるのか分岐点的なものを客観的に分かるように数値化して、それを酒販店が口頭で何気なく客に伝えていくことによって、単なる規制・管理ではない国民教育ができるのではないかと。ぜひその客観的数値をこの懇談会の中で出して、それを研修に盛り込んでいただきたい。

第13回（第3回）

「酒類と青少年問題」に関するヒアリング

－「酒類の特性」「青少年の健全な育成」の観点－

1 「青少年問題」に対する取組の現状と課題

内閣府 有松参事官

- ・ 青少年育成施策大綱の基本理念として、「青少年の健全な育成は、社会全体の責任であることを踏まえて、家庭、学校はもとより、職場、地域、民間団体等の社会を構成するすべての組織と個人が、それぞれの役割や責任を果たしながら、相互に協力しながら取り組む」ことを挙げている。
- ・ 大綱は、各担当省庁がそれぞれの施策を実施するという方針に基づいて、例えば、「10代の飲酒をなくす」ための施策を国税庁等が実施する仕組み。
- ・ 大綱には、「未成年者が酒類やたばこを容易に入手できるような環境をなくすため関係業界への働きかけを強化する」旨の内容が盛り込まれている。
- ・ 国税庁では、大綱の趣旨に沿って、青少年向けのパンフレットを作り、あるいは業界に対する各種施策に取り組んでいると承知しているが、併せて、青少年育成のための強調月間、具体的には11月の青少年健全育成全般の強調月間、非行に特化したものとしては7月の青少年の非行防止のための強調月間などには、各省庁、各都道府県、各種団体の参加を得て、内閣府が取りまとめる形で様々な施策を実施しているところ。また、これらの強調月間のいずれにおいても、未成年者の飲酒をなくすために各種広報啓発活動に取り組むことを毎年掲げ、特に非行防止月間においては、酒の関係業界にも協賛をいただいて、各種啓発に取り組んでいるところ。

（質疑応答）

- 「能動性を重視した青少年観への転換」は、大変良いことだと思う。
本来、人間はどうあるべきかということ、周りの人のために尽くせるような人間でなければだめだと思っている。「周りの人」というのは、隣の人でもあるし、社会でもある。社会の一番小さい単位は家庭だが、個人個人が犠牲を払わないと家庭は守れないと思っている。人に迷惑をかけることは、人のために犠牲を払うこととは反対だから、例えば「飲酒」により迷惑をかけることについても、当然考えていくべきである。この「能動的に」という原則をはっきりと打ち出すことが重要。
- 具体的にどういう手段で、だれが担当して達成するのかという道筋については、たちまち意見が分かれて、「総論賛成・各論反対」になってくる。例えばメディアの自主的な

取組というのがあるが、メディアの方々が視聴率競争とか販売部数競争をしていて、オピニオンリーダーであるメディア自体が自らの倫理に反することを行う場合も間々ある。自主的だけで本当にやっていただけるのかちょっと疑問。

- 学童期、思春期にメディアを活用する能力、コミュニケーション能力、規範意識を醸成する、あるいは地域活動といったもの、これらをばらばらにやると恐らく手がかかる。
- 「地域社会を支えるまちづくり・むらづくり」、特に青少年を含む地域の人々相互間の関心、連帯感を育むというようなときに、「お祭り」などが位置付けられると思っている。
- 酒が手に入りやすい状況が進む中で、いかにして青少年だけには入手しにくくするかという課題への対応としては、国税庁や関係業界で進めている年齢確認などの様々な取組がまさにこれに当たるもの。全体としては非常に手に入りやすい状況になっている中で、難しい取組だと思っているが、非常にきつい形で規制をするというところまで決め打ちをしているわけではなく、現在進められている取組の一層の充実を図るということもあろうかと思う。
- 未成年の犯罪とか、あるいは違法行為については、親世代の意識あるいは教育の問題がかなりあるように思う。

2 「青少年問題」と飲酒

中央大学文学部 矢島教授

(飲酒に対する健康意識)

- ・ たばこはかなり害があるとの認識が強く浸透しているので、これが子供たちへの牽制効果になるが、酒の場合は、害があるといくら大人が言ったって「うるさい」と言うだけで、そのような注意はほとんど無意味という結論を導かざるを得ない。

(規範意識)

- ・ 法律で禁止されているということも、酒に関しては抑止力としては効力が非常に弱いと言わざるを得ない。これはたばこも同じ。二十歳未満は吸ってはいけないと法律的に説教をしてもその有効性はほぼ無い。

(酒の「購入場所」)

- ・ 2000年と1994年でかなり異なる点は、自販機での購入が2000年ではぐっと減ってきている。自販機規制の効果が出てきている。しかし、自販機規制をしたから子供た

ちは酒を入手できないかと思ったら大間違い。自販機で買えなくても、スーパー・コンビニで買える。

- ・ 喫煙と比較して飲酒の方が経験率は高い。酒に関しては、喫煙以上に親も含めた世の中のインフォーマルな統制が弱い、「寛容である」ということが言える。
- ・ 非行・不良行為、逸脱問題行動と酒類を自販機で買って飲んだことがある子供たちの関係にはかなりの相関性が見られる。アダルトビデオ、ポルノコミック、テレクラの電話経験等々、性的な逸脱行為と飲酒経験も、極めて相関性が高い。
- ・ マナー行動、人様を無視するような行動においても相関関係が見られる。
- ・ 飲酒に対しての寛容文化は大人だけでなく、青少年にも浸透している。
- ・ 青少年の飲酒と他の逸脱行動とは相関関係にある。ただし、因果関係を説明するものではない。1つの享楽志向的・逸脱的な青年文化の中の1つとして飲酒が含まれているということ。
- ・ 未成年者の飲酒に対する規制を厳しくすることは、飲酒をきっかけにしてほかの逸脱行動についても厳しくすることであり、他の逸脱行動等を厳しく規制していくことは間接的に飲酒についてもより厳しく規制することになってくると思う。飲酒だけを規制することは、効果は余りないのではないか。
- ・ 日本の飲酒文化は、欧米各国と比べてみると、飲酒に非常に寛容な文化、酔うことにも寛容な文化、それから、酒の飲み方にうるさい文化。青年期に、この酒の飲み方について学習する文化があった。
- ・ 我が国の学習文化が崩壊し、異年齢集団ではなく同年齢集団で飲むようになってきている。酒の飲み方の個人主義化、人には関係なく自分は飲むといった変化がある。
今後、「酒の無秩序化・逸脱化」が明確に出てくる。ただし、飲み方にうるさい文化だけ復活させることができるかという無理。ある程度トータルに規制していくことが必要、飲み方の分からない者に対しては、やはり厳しく扱わなくてはならない。

(質疑応答)

- 結局、青少年でお酒を飲んでいる人たちは、ほとんど自覚症状がないというか、そこを責めても仕方がない部分があると受け止めた。
どうすればいいのか、行き着くところは、「販売する側」、家で飲んでしまう分は仕方無いが、外で飲む又は買う場合、自販機での購入も含めて、「販売する側」に何かを働きかけることが一番効果的と思う。
- 業者に対してかなりの責任を負わせるような方向性の法律強化は良いことだろうか。

- 社会学では、スケープゴート論というのがある。業者を厳しく取り締まることによって、世の中の大人も含めて、もちろん子供たちに対して、「酒に関しては近ごろ厳しくなったんだ、やかましくなったんだ」という警告を発することができる。これは非常に効果がある。業者を取り締まって、子供たちにも「最近やばいぞ」と思わせるやり方も十分効果はある。
- 日本の場合、未成年者の飲酒自体を禁止しているものの、あつてなきがごとの調査結果が出てきている。製造側、販売側といった方を規制のターゲットにするということが世界的な流れだと思う。
- 規制の強化と同時に、飲酒にしろ何にしろ、「俺たちの自由だ、少しぐらいなら許されるだろう」といった考え方は通用しないことをきちんと指導していかないとまずい、指導の一環として、未成年者の飲酒もきちんと対応しなくてはならない。
- 実は「お酒は18歳を過ぎると飲んでもいい」と思っている子供がかなり多い。「大学生なのに何でいけないの」と聞いてくる。「未成年」は「20歳未満」ということをしっかりと子供たちにも浸透させていく必要がある。

3 未成年者飲酒防止に関する取組み状況等について

警察庁生活安全局少年保護対策室 保入室長

- ・ 少年による飲酒に対する警察庁としての基本的な認識
未成年者の飲酒は、重大な非行の前兆ともなり得る不良行為であるとともに、未成年者に酒類を提供する行為は、その健全育成を阻害する悪質な行為である。
- ・ 全刑法犯の検挙人員のうち約38%を14歳から19歳までの少年が占めている。大体3分40秒に1人の頻度で少年が刑法犯として検挙されている。成人と比較してみると、成人が検挙される率よりも8倍高いという状況。
- ・ 平成13年以降、未成年者飲酒禁止法に基づく検挙人員が従前の2倍に増加。
- ・ 未成年者飲酒禁止法違反の特異事例によると、都市部では、違反のあった販売業態としてコンビニが多く、次いでカラオケ、居酒屋。
- ・ 販売を断ることによって何かされるのではないかと恐ろしさが先立って販売してしまったとか、声をかけて文句を言われるのが嫌だった、実際に買いに来たお客に年齢を確認するのは失礼だ、店の売り上げが優先で今まで酒を買いに来た客の年齢を確認したことなど1度もないといった話も聞かれる。

- ・ 未成年者の飲酒は重大な非行の前兆ともなり得る。不良行為中学生の飲酒についても、一般少年が 14.2%に対して、非行少年は 36.9%と際立った差異がある。
- ・ いわゆる訓示規定であるが、未成年者による飲酒というのは、広い意味では違法行為で、このような違法行為は、ほとんどの場合、法規範に対する遵守意識の低下傾向を示す。
- ・ 昨年 1 年間で約 130 万人の少年を補導している。この数字は平成 6 年の 1.9 倍の増加となっている。「飲酒」は全体の中で見ると、2.8%のシェアとなっているが、平成 6 年から比べて 27.2%の増加となっている。
- ・ 酒類の入手先は、平成 13 年の愛知県警の 5 千人を対象に行ったアンケート調査（重複回答）では、「コンビニ・スーパー」が 68.8%、「酒屋」が 27.2%。「親・家」が 25.8%、「自販機」が 21.1%。警察庁が平成 12 年、飲酒で補導した 2,830 名の少年を対象にした調査では、「コンビニ」が 3 割、「自動販売機」が 25%、「居酒屋」が 10%。
- ・ 少年の規範意識の希薄化は、大人にも原因がある。不良行為をしている少年を発見しても、大人の 2 人に 1 人は見て見ぬふりをしている。
- ・ 未成年者の飲酒、あるいはその対策の実態を見ると、残念ながらその改善状況を示す指標は 1 つもない。未成年者飲酒禁止法による検挙人員は平成 12 年と比べて 2 倍に増加している。補導人員は平成 6 年の 1.9 倍に増加している。少年の規範意識も低下している。中学生の半数、高校生の 7 割が飲酒を経験している。このような実態を踏まえ、我々大人社会は真剣に反省すべきではないか。子供は「未来から来た客人」と言われている。将来の日本を担うことになる客人は、我々現在の大人が大切にもてなす必要がある。このような深刻な少年の不良行為、非行情勢を踏まえると、未成年者の飲酒防止対策において、少年の健全な育成を促す上で、酒類の販売事業者とか関係機関が果たすべき役割は非常に大きいと思う。

(質疑応答)

- 大人自身の規範意識がなくなっていることが根底にある。それは酒だけではない。
- 未成年者飲酒禁止法違反者は「福祉犯」という定義。福祉を害する犯罪というのは、子供が被害者、あるいは子供の人権の侵害という構成に基本的にはなっていて、子供の人権侵害に対して、被害者たる子供を処罰することは基本的に困難となる。個人益ではなくて社会益であるなど、別の法目的があれば、子供を含めて何人も処罰される場合はあり得るが、基本的には福祉犯として子供を罰するのは難しい。
- 福祉犯ということで子供が親の犠牲になっている。親がどうしようもないとなればや

はり販売者が販売する時点において厳格な運用をしていかざるを得ない。そこには、ある程度の厳しい罰則も多少つけ加えざるを得ないというショッキングなデータ等をいただいた。

- 「家族と一緒に食事をすることの教育的効果が注目されており、家族で食卓を囲むことは未成年者の麻薬・飲酒などの予防に大きな効果がある。」という。日本でも食育というのはテーマとして今大変注目されている。

第14回（第4回）

「酒類と健康・疾病問題」に関するヒアリング

－「酒類の特性」の観点－

1 内科疾患とアルコール

東京慈恵会医科大学内科学講座 田嶋主任教授

- ・ 「酒は百薬の長」と言われているように、適度なアルコールの摂取は健康にプラスの効果を与えるという疫学的な研究がある。一方、「万の病は酒よりこそ起これ」と言われるように、近代社会で大きな問題となっている生活習慣病の元になることも事実。今ほど酒との賢い付き合い方が求められているときはないと思う。
- ・ 健康増進法では3つの柱が示されている。①基盤整備＝国民健康・栄養調査等の調査等がある。②情報提供の推進＝食生活・運動・休養・喫煙・飲酒・歯の健康等の生活習慣に関する普及啓発が掲げられている。③生涯を通じた保健事業の一体的推進で、これらが生涯を通じた保健事業の一体的推進に寄与する。
- ・ 「健康日本21」では、生活習慣にかかわる9項目が挙げられ、アルコールの項では、「（日本酒では）1日1合を目安に適量を心がけよう」と目標が設定されている。
- ・ アルコール量として1日約60g以上を5年以上連続して飲んでいると臓器障害を起こすリスクが高まるという疫学的なデータがある。
- ・ 最も早期に起こるのが脂肪肝である。アルコールによる脂肪酸の酸化抑制と脂肪酸合成の亢進等が考えられており、例えば日本酒を約5合、1週間継続して飲んだだけで脂肪肝の所見があらわれる。しかし、慢性的に飲んでいない場合には断酒で改善できる。また、日本酒3合以上を5年以上飲んでいる方における脂肪肝の有病率は50%以上である。非常に発病頻度が高い疾患である。
- ・ 飲酒そのものが独立した肝臓がんの危険因子だということも明らかにされている。
- ・ 飲酒量の増加とともにアルコール性肝障害疾患の割合が増えている。
- ・ 1日当たりの純アルコール摂取量が30gから40gまでのアルコールの習慣的な飲酒は、むしろ虚血性心疾患の発症を低下させるというデータが報告されている。
しかし、大量の習慣飲酒は、血圧を高めたり心筋症を起こしたりを介して、心疾患のリスクを高める。
- ・ 慢性飲酒によって発生する内科疾患はたくさんある。アルコールによる臓器障害は全身に及ぶという認識が必要。そうならないためにオーダーメイドの適正な飲酒が必要。

(質疑応答)

- お酒のまとめ飲みは具合が悪い。なお、肝臓の専門医は、蓄アルコールの量、何年間でどのくらい飲んだかが問題と理解していると思う。
- 客観的に一人一人「自分の適量」がどれくらいかをきちんと算出するのは難しいように思うが、具合、脈拍などによって自分の適量を感じ取ることができるのではないか。
- アルコール摂取によって、血中アルコール濃度が上昇することが問題だから、適量とは、正確には体重当たりどのくらいと出すべきと思う。
- 一般的な認識として、未成年者は恐らく肝機能も損なわれていないので、高齢者よりはるかに代謝はいいと思う。もちろんアルコール代謝の酵素をどのくらい持っているかにもよる。

2 アルコール関連問題の現状と課題

独立行政法人国立病院機構久里浜アルコール症センター 丸山院長

(未成年の飲酒)

- ・ 未成年がなぜ飲酒してはいけないのかという理由をまとめると、①法律に禁止されていること、学問的には、②急性アルコール中毒の危険性が高い、③脳や肝臓など臓器への障害が大きい、④性ホルモンに及ぼす影響もある。⑤依存がより早く進行し、⑥他の薬物の入口ともなる、⑦危険な行為にも走りやすくなる。

(アルコール依存症)

- ・ 大量飲酒者（日本酒で毎日5合以上をほぼ毎日飲んでいるような方々をいう。）をアルコール依存症に近いと考えると、平成11年の段階で227万人と推計されている。
- ・ 久里浜病院では女性のアルコール依存症者が特に増えているというデータがある。もう一つの特徴は60歳以上の方も、どんどん増えてきている。
- ・ 実際に治療を受けているアルコール依存症者は2万数千人。他の人はアルコール関連疾患と呼ばれる病気で治療を受けていることが考えられる。
- ・ 総医療費約16兆円のうちアルコールによって引き起こされる疾患に費やされる医療費は約1兆1千億円（7%）という問題がある。

(女性の飲酒)

- ・ 女性の年齢別の飲酒率は、時代を経るほど増えている。また、急性アルコール中毒は最近女性も男性と同じような率ですごく増えてきている。

(妊産婦の飲酒)

- ・ 妊娠中に飲酒していた母親の割合は 18.1% と非常に高率。
- ・ フィータル・アルコール・シンドローム (FAS、胎児性アルコール症候群)、すなわち飲酒が乳幼児に影響を及ぼす可能性が考えられる。米国では出生 1,000 に対して 0.2 から 2.2、我が国ではそれが 0.1 程度の発症という報告がある。

(アルコール防止教育の課題)

- ・ ①喫煙、薬物に比べて、アルコールの場合は実施頻度が最も低い、②専門家あるいは専門機関の支援を受けていない、③教育方法・教育内容に多様性、新しい方法が少ない、④教育効果があまり評価されていない、⑤研修があまりなされていない、⑥教材が充実していない、⑦学校の中でアルコール問題の認識が低い。

(ドメスティックバイオレンス)

- ・ アルコール依存症の家族におけるドメスティックバイオレンスの被害は、一般人口に比べて予想以上に重篤である。約 30% が身体的な暴力・暴行を受け、25% が性的強要、60% が心理的攻撃を繰り返し受けている。その相対危険率は 5~10 倍にも及んでいる。

(質疑応答)

- 特に未成年の女性で急性アルコール中毒の認定が高いのは、いろんなものがミックスされて起きているのだろうと思う。
 - ① よく言われているのは、体の大きさ、肝臓の大きさが男性よりも小さいことから、同じ量のアルコールを飲めば、影響が大きいだろうということ。
 - ② アルコールは胃の粘膜や小腸粘膜から吸収される。胃を空にしているとアルコールは腸にすぐに流れるが、何か物を食べていると、飲んだアルコールは胃の中にとどまる。その胃からのアルコールの吸収について男性と女性に違いがある。胃粘膜にあるアルコール代謝酵素が女性の場合は男性よりも弱いので、胃からの吸収が多くなりその結果女性の方が血液中のアルコールの濃度が高くなるだろうということ。
 - ③ 女性ホルモンがアルコールの代謝を弱くする、特にエストロジェンがある状態で酒を飲むとアルコールの血中濃度もすごく上がってくる。
- 未成年の場合、アルコールによってダメージを与えられて一度破壊された脳細胞は回復するすべがないと一般的には言われている。
- アルコールは体によくないということを説得するに当たって、若者の心に一番響く説得の仕方は、これも成人と同じで、体の障害を話すと非常によく理解し、それによって

アルコールは怖いものだなというところに行く。特に脳と性の問題、生殖器の問題、骨の問題もあるが、その話をすると、みんな乗ってくる。

○ 内科医の立場から、第二次予防、早期発見、早期治療が現段階では一番いいと思う。

もちろん、第一次予防の教育も重要なことは分かるが、現段階で227万人の大量飲酒者がいて、そのうち数万人しか治療を受けていないとすれば、アルコール依存症の再生産ということに我々医師が加担していると思っている。そこを何とかストップするような方向性に持っていったらいいと思っている。

3 アルコール関連問題等に対する取組の現状と課題

厚生労働省健康局総務課生活習慣病対策室 大江室長

(「健康日本21」アルコール分野の目標)

- ・ 目標の第1は、「多量に飲酒をする人の減少」で、2010年には大体2割以上減少させようという目標。第2は、「未成年者の飲酒をなくす」で、未成年者は飲酒をしてはいけないので、2010年には当然、0%という目標。第3は、「節度ある適度な飲酒の知識の普及」で、2010年にはこれを全員に知ってもらうという目標。

(我が国の飲酒者状況)

- ・ 飲酒習慣者(国民栄養調査によるもので、週3回以上、1日に清酒1合以上又はビール大ビン1本以上飲んでいる人)は、直近の14年度で25.4%。男性は49.0%、女性は8.5%。年次を追っていくと、データのとり方の問題もあって、やや振れてもいるが、基本的にはそんなには変わっていない。

ただ、男性の若い層を見ると意外というか、割と減っている。基本的には男女ともそれほど変わらず、男性で平均すれば半分、女性は1割弱ぐらいが飲酒習慣がある。

- ・ 多量飲酒者(平均1日当たり日本酒に換算して3合以上消費する方)は、ちょっとデータは古い(平成8年健康づくりに関する意識調査)が、男性で4%ぐらい、女性で0.3%である。
- ・ 実際に市町村等で保健指導をする際の指導の視点をまとめた「保健指導マニュアル」等を活用して、いろんな市町村の現場で保健指導という手段を通じて対応している。

(質疑応答)

- アルコールの問題だけでなくたばこもそうだが、子供たちに対する啓発のアプローチは、まず学校で、小学校、中学校、高校で使うテキストの中にしっかりしたものを作ってもらって、学校の教育としてやっていただくことがまず基本だろうと思っている。し

たがって、そこはよく文部科学省と連携している。

- 厚生労働省は、国民の健康を預かる立場だが、もちろんその全部を担当してできるものではない。子供たちの問題で文部科学省との連携と言ったが、やはり事業者については国税当局とも、従来からもこのアルコール問題は関係省庁の連絡会議というような形で連携をしてきている。
- 子供が生まれてから成人するまでの18歳までの間で、目で見えるもの、聞くもの、手で触れるもの全部を100%教育と考えた場合、学校教育はたった9%しか占めていないという数字が挙がっている。そうすると未成年者の教育の問題はむしろ家庭、それから地域、メディアにおける教育の方が効果が上がるのではないか。学校というところが一番コンパクトに教えられるという場であることは確かだが。
- もちろん学校以外でも、地域や家庭もあると思う。厚生労働省は地域保健を担っており、例えば市町村保健センターでいろんな形で、いわゆる健康教育という形で取組を進めており、未成年の方でも参加できる。また、今後、子供たちにどこまでできるかということになるが、いろんな多くのチャンネル、地域、家庭、ITとかを使って、普及啓発あるいは健康の教育を進めていきたい。
- 飲酒に関しては、各省庁、文部科学省も一緒に、三省の政策群でここに書いてある目標を本気でみんなで取り組むというぐらいに進めてもいいと思う。ただ、未成年者の飲酒をなくす、ゼロにするのは、理想であろうが、現実的には不可能なところもあるので、まずは毎日飲むような子たちをなくすように、危険だということを知らせるようなことを考えられたらどうかと思う。
- アルコールで苦しんでいる患者は227万名いて、しかし現実には治療を受けている方はごくわずかという。227万人の方をもう少し減らすといったことは目標になり得ないのか。

第15回（第5回）

「酒類業とコミュニティのあり方」等に関するヒアリング

－「地域社会における酒類業者の役割」等の観点－

1 青少年健全育成条例について

東京都生活文化局都民生活部青少年対策室 松原課長補佐

（青少年健全育成条例の目的）

- ・ 東京都青少年健全育成条例は、子供が健全に育つよう、都民の責務、関係業界の自主規制、行政による規制を柱として、18歳未満の青少年の違反行為については免責して、あくまでも大人、事業者の行為を規制するという条例。
- ・ 大人の世界と子供の世界を区分けする、ゾーニングという考え方に基づいている。

（主な改正内容）

- ・ 東京都では、条例制定当時、青少年が深夜外出することより深夜に青少年を対象とした営業をしていることが問題だと考え、深夜外出そのものではなく興行場等への立ち入りについて規制していた。今回の改正では、青少年に深夜外出させないよう保護者に努力義務を課すとともに、保護者の承諾なしで深夜青少年を連れ回した場合には、罰則をかけるという規定を置いた。
- ・ 深夜立入制限施設に、今若者の間ではやっているカラオケボックス等を追加し、夜11時以降は青少年を立ち入らせてはならないことを規定した。
- ・ いわゆる努力義務であるが、（従来から）小・中・高等学校の敷地内から100メートル以内には、いわゆる成人向けの図書類等の自販機を設置しないよう努力義務を課している。営業の自由との関係もありあくまでも努力義務。ちなみに100メートルの根拠は、風適法の、風俗営業店を文教施設の100メートル以内に設置しない規定に合わせたもの。

（質疑応答）

- 一般の都民の方から電話等で、酒・たばこ等の販売等について電話を頂くケースも多々あるが、酒・たばこは対象年齢が20歳未満であるとともに、酒類・たばこ等に関する法律があるので、先方には「国の方でやっている」と答えている。
- 都民の方は多分、年齢的な区切り（18歳未満か20歳未満か）ということについて分かっていない。
- 例えば書店、コンビニでの販売は、従業員がいるので対面販売が可能。自販機で書籍を買う場合は、人がいるわけではなく代金さえ入れればだれでも買うことができる（対

面販売ではない) ので自販機に年齢識別機をつけることとした。

(闇での売買等の問題は、) 実態的にはなかなか難しいとは思いますが、条例には「何人も閲覧・頒布してはならない」という努力規定を規定している。

- カラオケ業者の半分がカラオケボックス防犯協会に加盟しているので、健全育成条例改正前でも、例えば18歳未満の方は午後10時以降は立ち入りできないとか、中学生は午後8時以降は立ち入りできないといった自主規制を設けている。防犯協会では、酒やたばこの販売(=提供)についても、自主規制でやっていると思う。
- やはり現状を余りとらえていないのではないかと思う。例えば住宅地に空き地などがあると、12時でも1時でも、明らかに18歳未満というような子供たちが、チューハイか何かを飲んで、酒盛りか会合かを開いている。一般の住宅地の住民には通報するしか対応策がない。「取り締まる」はよくないと思っているので、保護者が不在という現状でも彼らにこれはおかしいのだと悟らせる方策を何か探っていただけないか。
- 新たな規定として、深夜営業をやっている方について善導義務等の規定を設けている。今の規制だと夜11時以降コンビニ等に入ってはいけないという規定はないので、例えば11時以降店内にいたり、あるいは店外の駐車場といった敷地内にいるケースについては、保護・善導の義務という形で、店内放送とか声かけをするといった努力規定を設けた。

2 地域社会における酒販店、商店街の役割

社団法人流通問題研究協会 三浦副会長

- ・ 商店街や街が寒々としていたとしてもそれは生活の在り様の変化の結果。ただ、今後は人間型を強く出していくことが必要で、回帰現象も起こっているように思う。
- ・ 昔の小売業は、ただ物を売るというだけではなく、何らかの機能を持っていて、客とのコミュニケーションで、関係をよくしていたと思う。
- ・ 今、酒屋も含めて小売店舗、商店街が急減しているがこれはやむを得ない。詰まるどころ消費者の行動の結果と受けとめるしかない。街や店が消費者に目を向けてもらうような努力をしていないことが1つのポイント。
- ・ セルフ販売が近代的という極論が起こりその方向に動いたが、今、セルフ販売と対面販売がバランスをとろうとしている。対面販売には、物を流す機能だけではなく、バリュー(価値)を伝達すること、店頭でメーカーには作り出すことのできない価値を作り出す力等があり、高質化してきた消費者の中で意味を持ち始めてきた。

- ・ ダラスでは、オールマート・ネイバーフッドという新しく小さいオールマートを作り、地域の中のライフラインを24時間確保していた。それでいながら、様々な清潔感やガードも両立しており、ライフラインショップには確かに意味があると思う。
- ・ ダラスのある店では、「ハードリカーは、健康やその他の問題から当店のテーマに合わない。3km先のハードリカーの専門店に行ってもらいたい」と言われた。そのぐらいの提供型の棲み分け、自己主張が大事になってきていると思う。
- ・ 顧客に良い提案、食べ方とか、食べ事とかの場面を提案することにより、店が寝ていくことは学校にはできないことと思う。
- ・ 酒飲みマナーの伝達、酒をがぶがぶ飲むことによって生じる悲劇などを、口コミでどんどん教えてやればいい。セルフやベンディングマシンにはできない役割。
- ・ 店を明るくして地域防犯や和みづくりに貢献する。酒屋は中核の店だから、店を明るくして貢献することをテーマにすることは良いことだと思う。
- ・ 高齢化社会の中で訪問宅配とか地域安全便利業というふうなコンセプトも大事。宅配の質を考えていくとき、酒販店はこの受け皿として適している。
- ・ 今、流通は所有の価値から使用の価値に進み、さらに再生の価値づくりがミックスされようとしている。ビンやカンのリサイクルを考えていくと、この再生の価値づくりを酒販店が担うことは可能だと思う。問題は、やり続けていく仕組みをどう応援するかということ。これは、地域、自治体の課題でもあると思っている。
- ・ 競争には土俵が要る、秩序が要る。この土俵での競争の結果、いずれ本物だけが残っていいと思う。そういう中での政策としてはあら探しより相褒めが効果的。いい取組をしている事業者、地域を国税庁がPRするなど応援していただきたい。

(質疑応答)

- イギリスでは中小小売業に対して、ここまでやるのかというぐらいのきめ細かい規制や振興策があった。パンフレットや、2、3人に対する講習とかを非常に丹念にやっている。
- 今改めて、日本の商店街が持っている良さを考えてみると、小さな地域の文化、歴史、人間関係だと思うが、それは作ろうと思ってできるものではないので、それを残しながら、きちんとした責任体制、タイトな体制をどう作るかが重要になる。
- 商店街は、公民館やその他の施設以上に集まれる場所と思う。それは、商店街の非常に強力な武器のはずなので、近代的な機能と、コミュニティの機能を期待できると思う。同時に、商店街の中で酒屋は中心的な存在なので、なおさら期待できると思う。

3 欧米の犯罪機会論と日本の安全・安心まちづくり

立正大学文学部 小宮助教授

- ・ 欧米の犯罪対策を非常に大きい視点からとらえると、20年ぐらい前に考え方が大きく変わっている。「原因論から機会論へ」、あるいは「犯罪者から被害者へ」、「人格から場所へ」というような考え方の変化。
- ・ 「犯罪機会論」は、犯罪の原因ではなくて犯罪の機会に注目するというもの。どんなに犯罪の原因を持つ人がいたとしても、目の前に犯罪の機会がなければ犯罪は起こらない、機会なければ犯罪なしという発想。犯罪の原因をなくすというところにエネルギーを注ぐよりも、犯罪の機会を減らして、それによって犯罪を防ぐという発想。
- ・ 犯罪の機会論においては、犯罪者と一般人との差異はほとんどない。どんな人でも目の前に犯罪の機会、例えば100万円入っている封筒が落ちていれば、それを盗んでしまうかもしれない。逆にどんなに犯罪性が高い者でも、目の前に犯罪の機会がなければ犯罪は実行されないという前提に立っている。
- ・ 監視カメラをつけた直後は犯罪が激減するが、住民が「これで大丈夫だ」と逆に地域のきずなを弱めてしまいがちで、それにより、縄張り意識や当事者意識を低下させてしまった地域では、一たん下がった犯罪発生率もじわじわと上昇し、かつての水準に戻り、さらにもっと悪化してしまう。やはり、最後の勝負は、縄張り意識と当事者意識のソフトの面。
- ・ 酒屋のような小売店舗は、縄張り意識と当事者意識の塊みたいなもので、酒屋が存在すること自体が、縄張り意識と当事者意識のメッセージになっている。どんなに閑静な住宅街でも、そこに昔ながらの小売店が1つ、2つあるところでは、なかなか犯罪は起きていない。それが現代的なコンビニと伝統的な小売店舗の大きな違い。
- ・ ニューヨークの例。きれいなところでは犯罪は起きないという考えから、トイレもとにかくきれいにする、ごみが落ちていないようにするという割れ窓理論の実践が行われている。
- ・ 欧米の酒絡みの犯罪を防ぐ方法は、そこで飲ませないという場所の管理が中心になっている。イギリスではそういう法律までつくっている。
- ・ 地域の縄張り意識と当事者意識を強めるということは地域に尽きるので、いろんな専門機関が地域へおりてきている。例えば地域の警察のセンター。ここに地域の子供たちを集めて、警察の職員が酒を飲むとどういう害があるかを指導している。
- ・ 欧米のコミュニティ裁判所で行っていることは割れ窓理論の実践。犯罪には至らないような行為（ディスオーダー、秩序違反）を管理して、その段階できめ細かく対応することにより犯罪を防いでいる。
- ・ コミュニティ裁判所の判決は、コミュニティサービス。例えば、ごみ拾い、老人ホ

ームの修理。また、同時に、例えば、アルコール問題を抱えている者にはアルコールをやめさせるようなプログラムに強制的に参加させる。それでも、さらに同じような犯罪を繰り返す場合は、通常裁判所に送られるというステップをとっている。

- ・ 酒を飲んではいけない地域を地方自治体が指定できる。例えば公園。そこで酒を飲んでいたらそれだけで犯罪になってしまう。
- ・ 特定の店でフリーガン等の問題がある場合には、警察官が令状なしにそこを閉鎖できる権限が与えられた。
- ・ 酒を売って捕まった業者が「未成年だと知らなかった」と言うのと処罰されなかったが、その後挙証責任が転換され、確認のステップをきちんと踏んだことをその業者が証明しなければ処罰される。
- ・ ライセンスの与えられていた業者が酔っぱらいに酒を売った場合にはその店で働いている全ての従業員が処罰されることになった。
- ・ ライセンシング・アクトの最新版では、法律（ライセンス）の目的を、犯罪とディスオーダーを防ぐためとしている。
- ・ 酒を飲んではいけない場所で、酒を持ち歩いていたら没収できるという権限を警察に与えた。また、特定の列車、駅での酒の販売を禁止する命令を裁判所が出せる。
- ・ かつては営業時間や営業日も定めていたが、これを排除し、営業時間や営業日は申請し、それを個別に許可するという形に変わってきている。
- ・ 欧米では酒の売買よりも、むしろ、特定の場所、犯罪や秩序違反を起こしてはいけないような場所での違反は厳しく罰するが、それ以外では自由ということでバランスをとっている。

（質疑応答）

- 「駅で売らない」、「列車の中でも売らない」との規定が設けられたときの根拠は何か。やはり犯罪機会の減少を最優先するということか。営業権はどうなのか。
- ずっと永続的なものではない。例えば、ある特定の駅で酔っぱらいが非常に多く、事件が多いということが分かって、そのオプションの一つとして、そもそも酒を売らなかつたらいいということで、それを警察が裁判所に申請して、販売禁止の命令を出せるような形になったのがこの法律。
イギリスでは、アルコール関連のディスオーダー、バイオレンス（暴力）が非常に問題になっていて、年間 120 万件ぐらい起こっている。すべての暴力犯罪の半分はアルコール関連と言われているので、この辺には非常に神経質になっている。
- 我が国では、現在、酒の販売業に関しては酒税法で規定されているが、犯罪の未然防

止、治安維持を目的として、一定の期間、一定の場所における酒の販売を制限する仕組みは、現在の法律上の体系の中にはない。こうした規制は、憲法上の営業の自由、職業選択の自由との比較衡量の上で、なおかつ、許可制・免許制のような参入規制を手段として用いることにより犯罪を未然に防止していくことがより一層重要というような国民合意が形成された場合に、免許の目的にその点を明確に位置づけていくという手順を踏んだ上で可能となるといわれている。まさに、今、社会の現状がそこまで至っているのかどうなのか、国民合意がどこにあるのかということだと思う。

- 重要なポイントが1点浮かんできたように思う。
- ソフトな要素が少年にとっても極めてプラス。ソフトな要素というのは、環境犯罪学では住民側がこういうふう運動しよう、対策をたてようということ。つまり、お酒は買いづらい、飲みづらい状況をつくること。そうなれば、隣町まで行って買おう、飲もうという発想をする子供もいるかもしれないが、大多数の子供は飲酒をあきらめて、やめてしまって、それが2~3年続けば、もう大体やめる。このソフトな要素というのは、犯罪・非行をさせない要素であると同時に、子供たちを守る要素でもある。
- イギリスでは、コミュニティが中心になってまちづくりをしていて、必ずしも商店街の人たちが中心になるわけではない。日本だと、その役割は、やはり商店街の人たちの方が、学歴的にも高く、社会的な地位もある、教養もあるという意味で、商店街がこういう役割を果たし得ると考えている。
- 文明的には何か昔へ帰るというニュアンスが非常に感じられる。アルコールの対策としては非常に万全でうれしいと思う一方、また管理社会になるという辺が心配。
- 商店街が非常に閉鎖的になって、なかなか新しい改革に入れられないという悩みがあったとの話があったが、私は、そういう面では、コミュニティがベースである、地域がベースであることは間違いないと思う。ただ、従来型の非常に狭いところでは、この情報化社会ではなかなか機能していかない。そこに、いろんなコミュニティをつなぐ形での、横断的な組織、あるいは人間の動きも必要になってくるのではないかと思う。そこによってコミュニティの行き過ぎた監視もチェックできるのではないか。

第16回（第6回）

「望ましい酒類の販売方法のあり方」等に関するヒアリング

－「酒類の特性」「青少年の健全な育成」「酒類業の健全な発達」等の観点－

1 酒類の注意表示について考慮すること

武蔵野大学現代社会学部 林助教授

- ・ 情報を与えたつもりでも、受けとめる側が求めている情報は単純に無視されるという事情がある。健康に関する注意でも全く同様なことが発生する。
- ・ どんな情報が求められているのかというと、一般的には、個別的な情報、「私にとってどうなのか」という情報。
- ・ 「一般的に困りますよ」では、人はなかなか動かない。「あなたが対象」と思われることが必要。包括的な注意事項は無視される。
- ・ 「酒を飲んでいけば、みんな、将来的にアルコール障害で困ることになりますよ」ではだめ。「あなたの場合、酒を飲んでいてはまずい」と言えればいい。ところが、「大量飲酒はだれの体にも悪影響を与える」とならざるを得ないから、「あなたの場合特に悪いのか」、「この人の場合特に悪くはないのか」といったことをどの程度言えるかということが後々問題になってくる。

（短期的情報は効く）

- ・ 例えば、一度入院し、医者から「あなたの健康にこれはやめた方がいい」と言われた場合のような、短期的情報は効く。ところが、「今は困らないが100年後に困りますよ」といったことは、大体、効いていない。

（関心の高低によって変わる）

- ・ 大して関心のない問題だったらどうでもいいことなので、結論だけを断定的に述べると信じられやすくなる。
- ・ ところが、高い関心を持っている問題だと、結論だけを断定的に示されても、情報提供者の言うことは、信用が低下して情報が伝わらない。これは受け手の情報処理能力によっても変わる。アメリカの実験では、一般的には、教養程度の低い人ほど結論だけを断定的に押しつける言い方が有効。
- ・ 日本の場合、大部分の国民が断定的な情報をぼんと信じるような状況にはなく、いきなり断定的に結論を言うのはまずい。つまり、ただ、「あなたの健康に悪いですよ」とだけ言っていると、「どこがどうまずいんだ」という反応になってしまう。こうした条件は、情報の受け手が大量の情報を受けているということに起因する。

（情報の単純化と認知的不協和の解消）

- ・ 大酒飲みだったら必ず寿命が短いというわけではなくて、例外は幾らでも出てくる。

その結果、「大酒を飲んでも大丈夫」と主張する資料に事欠かない。

- ・ どんな害があるかということを経験の受け手が直感的に理解できないと、情報を提供することは大変難しい。

(介入(社会的に操作すること)の鈍化)

- ・ 社会的に操作しようと思って人間に情報を与えるとき、同じ情報を続けて何度も何度も与えていると、介入の鈍化が発生する。介入効果がどんどん減衰していく。
- ・ 大きな効果が上がるのは初期段階。酒類の注意表示についても同様。たばこの警告文をローテーションで次々に変えるという勧告が出たのは、恐らくこれへの対応のため。定期的に表示を見直していかないとうまくいかない。

(規範意識がないのではなく、規範が異なっている)

- ・ 高校生は「クラスの中で浮く」ことが大きな心配事になっており、「大人社会は他人だから関係ない。仲間うちの基準を守るべきだ」ということになっている。つまり、守っている規則の中身が大幅に違うだけ。従って、一般的に規則を守りなさいと言っても効果がなく、注意表示で何とかなるものでもない。

(どのようなメッセージが必要か)

- ・ だれに対しても有効なメッセージは初めから存在しない。これはメッセージに個別性が求められる以上、如何ともし難いこと。あなたの問題ですという個別性は絶対に必要。あなたの健康に有害ですよというメッセージは、実際に健康のありがたみを感じる人々には有効。
- ・ 胎児への影響に関する警告文は妊娠中の女性に対する効果が期待できる。
- ・ 「未成年者の飲酒は有害」という表示は、親が子供に「少々ならいいか」といって飲ませてしまうことを防ぐ効果がある。これは親向けの注意表示。ただ単に、「未成年者の飲酒は法律で禁じられています」という表示をやると、親サイドも「少々ならいいか、うちの中で少しぐらいなら関係ない」と合理化を起こす。「子供には有害です」という表示は意味がある。この方法は、小学生のうちには効果があるが、高校生を抑止することは大変難しい。居酒屋のオーナーに、「酒を出すな」といっても、年齢の確認方法がないということを利用して逃げられるのが落ち。居酒屋のオーナー自身が、未成年者に酒を飲ませてはいけないとどの程度思っているかは大変疑問。一般的には、最近、家族連れで居酒屋に行くような習慣ができつつあり、そうすると当の子供も出入りしてはいけないと思わなくなる。大人の場所と子供の場所を区分するような方法でもあれば別だが、そうならないという事実を認めなければならない。
- ・ 効果が期待できるのは、せいぜい小学生の親ぐらいの水準。その条件が、結局あなたの子供に有害ですよというような言い方であろうというのが全体のまとめ。

(質疑応答)

- (規範の異なる高校生に対する有効な手立てとして考えられることは、) 学校の中で居場所がないような高校生をつくらないという政策。「あなたはこの社会の中に居場所がないわけじゃないよ」という非常に大きなメッセージを送ってやることが有効。ただ、それはもはや、酒類だけの話ではない。大きく言えば、異論に許容的な社会をつくること。
- 「あなたはどう思いますか」、「あなたの友達はどう思っているでしょうか」と私的見解を何通りか聞いてみると、その平均値は大体、自分がいけないと思っている程度よりも友達の思っている程度の方が若干緩いと判断される。集団になると、友達に合わせなければいけないという理由から酒を飲んでしまう。最終的に解決するためには、友達に合わせなければいけないという考えを何とかしなければいけない。
- 警告文はどんなにすばらしいものでも効果がだんだん通減していくようなので、(たばこのように) 頻繁に警告文を変えていかなければいけないようだ。
- 列車の中での携帯電話の件で、いろいろなアナウンスがずっと発信し続けられ、結果的にはかなりの数が減った。これを止めた場合、やはり長期的には幾らか変わってくると思う。これはアナウンスがうるさく言っていると、「ほら言っているじゃない、やめなさい」と周りの人が文句を言い易い。面構えの偉そうな、また、腕力がありそうな人にとやされそうだという気持ちから、電車内で携帯電話を使わない人もいる。ただ、そういった人々が半分腕力に物を言わせて、言うことを聞かせやすい環境を作っていることにもなる。
- 「これが規則である」というような書き方をしても、「ああそうですね」と見過ごされてしまうと思う。しかし、なぜ青少年が酒を飲んではいけないのかということには、幾つかのエビデンスがある。それらを少しポスター等に加えると、見る人が見れば「ああそうか、規則でくくっているだけではないのだ、根拠があるのだ」と少し強いメッセージになると思う。

特に健康の面からのエビデンスをメッセージの中につけ加えれば、もう少し説得力があるのではないかと思う。
- 一般的に言えば、根拠が明らかであれば効果はかなりましになる。ただ、「こういう人は健康のためにやめましょう」と言った場合、健康をありがたいと思わない人には効果がない。いずれにしても根拠が直感的に分かる状態になっていくことは必要。

- ある程度のエビデンスをつけて表示をしていく際に、どの程度のエビデンスをつけていくのが妥当かは、個々の状態によって違うが、例えば、酒を飲むと胃がんや食道がんのリスクが高くなるという水準のものでも意味はある。食道がんの確率が何%上がるという表現にするのであれば、かなり劇的に数値が上がれば意味がある。3割ぐらいだと効果は不確実。5倍になると言えればかなりの効果がある。

2 青少年の危険行動の形成要因 —飲酒行動に及ぼすメディアの影響—

神戸大学発達科学部 川畑教授

(要約)

- ・ 飲酒は我が国の青少年が最も頻繁にとる危険行動の一つ。
- ・ 早期からの飲酒は強い依存を引き起こし、短期及び長期の健康問題を生じるだけでなく、喫煙や薬物乱用のリスクを高め、他の危険行動のリスクを高める。飲酒の開始をできるだけ遅らせることは非常に大きな意味を持っている。
- ・ たばこや酒類の宣伝・広告は、喫煙や飲酒の危険性に対する意識を低下させ、喫煙や飲酒に対する肯定的イメージを形成することから、青少年の態度に大きな影響力を持っている。
- ・ たばこや酒類の宣伝・広告を含む社会的要因（周囲の人たちの行動とか態度を含む）は、特に価値観等の確立の過程にある、非常に不安定な時期にある青少年に対して非常に大きな影響を与える。
- ・ 人の行動は、社会的要因を含む環境要因と個人的要因に左右される。セルフエスティーム＝自尊心、ライフスキル＝心理社会能力の低い青少年が特に社会的要因の影響を受けやすい。あるいは逆に、みずから進んで危険行動をとる場合がある。
- ・ 青少年の危険行動の防止のためには、彼らの個人的責任を強調するだけでは不十分で、周囲の人々への働きかけや、法律の整備などを含む社会的環境の整備が不可欠（ヘルスプロモーション）。

(青少年の6つの危険行動)

- ・ 青少年の6つの危険行動とは、①故意又は不慮の事故に関する行動、つまり自殺、他殺、あるいは交通事故といったもの。②喫煙。③飲酒及び薬物乱用。これらはすべて依存性を生じる。④危険な性行動。⑤不健康な食生活、⑥運動不足。
- ・ これらの危険行動は青少年期に形成され、次第に固定化される。つまり多くの場合は10代のうちに形成されてしまう。特に早くに喫煙、飲酒、薬物乱用を始めた子供ほど依存性が強くなってやめにくい、あるいはいろいろな健康問題が出てくる。危険行動は、本当は生涯にとって欲しくないが、しかし遅らせるだけでも意味がある。

- これらの危険行動は相互に関連性が強い。15歳前に飲酒を開始した子供は、アルコール依存になりやすいこともあるが、飲酒が絡んだ暴力、自殺、飲酒運転、危険な性行動、他の薬物の乱用を非常に起こしやすいことが分かっている。この6つの危険行動のうち、飲酒は4つと直接あるいは間接的な関係があり、危険行動の中でも非常に大きな問題となっている。
- 子供たちの行動に影響を与える要因は、個人的要因と環境要因、環境要因の中でも特に社会的要因に分けられる。子供たちを取り巻く周囲の人たち、小さいうちは両親、成長につれて友人の影響が大きくなっていく。それからマスメディア、宣伝・広告、ドラマや映画に登場するタレントがたばこや酒を使うことも影響力を及ぼす。
- マスメディアの酒の宣伝・広告、特にドラマでも日常的にたばこを吸っている。これらは、飲酒とか喫煙に対する危険性の意識を明らかに低下させる効果があると思う。ある映画では、スポンサー会社の販売するたばこの像が異常に出てきたが、これも間接的、直接的な影響が非常にある。残念ながら私たちは普段はそのことに気が付かない。気が付かないからこそ逆に怖いと言える。
- 故意にたばこの広告と人間的な魅力といったものを結びつけることは明らかにルール違反で、こういったたぐいの広告は社会的に非常に問題があると考えている。広告をする際のポイントの1つは、人間的な特性の魅力と商品等、たばこや酒の商品のイメージとを結びつけないこと、これは守るべきルールの1つ。
- 宣伝広告が、女性の飲酒行動、喫煙行動を促進していることはまず間違いない。
- 私たちのプログラムでは、例えば、たばこや酒の広告についている注意表示を、同世代の仲間に対してもっとアピールするような警告文、注意表示に切りかえることを最後のまとめにしている。自分たちの仲間にもっとアピールする。国のレベル、個々の教育のレベルでできること、すべきことを分けて考えたらいい。全部が全部法律でやると、逆に何をやっているのか分からないことになる。例えば、注意表示や危険表示は若者に対して直接的な効果がなくても、社会の問題意識を高めることには非常に大きな役割を果たすと考えている。
- 自尊心をはじめとするライフスキルの劣った子供たちが、社会的要因の影響を非常に強く受ける。
- 自尊心の低い子供にとっては、友人からたばこや酒を勧められたときに、それを断ったら自分がこのグループの中で受け入れてもらえないという恐れが先に立つ。ところが、自尊心の高い子供は全部が全部同じである必要はないという考え方ができる。高校生にそういった物の考え方を教えようとしても、なかなかできない。既に低い自尊心の現れとして、低い自尊心の子供たちがとる行動というのはパターン化されてしまっている。そうした子供たちを変えることは非常に大きな努力を要する。従って、

環境要因、社会要因に対する強靱性を小さいころから作っていくことが必要。

- ・ 環境に問題があったら、健康づくりはなかなかうまくいかない。健康を支援する環境作りが大切。自販機を制限、規制する、たばこ、酒の宣伝広告を少なくする、そうしたことによって若者や子供たちがもっと健康的な行動を取り易くする。そういう環境作りをすることと、個人的責任と社会的責任のよいバランスを取ることが、目指すべき健康づくりであり、危険な飲酒行動の防止のための様々な取組。

(質疑応答)

- 15歳未満で飲酒を始めた人、しかもセルフエスティームや社会的な心理能力の低い人々をターゲットにすると一番有効な結果が出るのではないかと感じたが、実はこの方々は一番介入しづらい方でもある。介入の方法としては、国のレベルの介入、恐らくこれは広告の規制が問題になる気がする。
- 学校教育の中の健康教育でカバーできるのは、恐らく中程度のリスクの子供たちであり、それを外れた一番リスクの高い子供たちには、普通の学校教育とは違った考え方、やり方でアプローチすることが必要。1つ可能性としては、居場所作りというのがあるのではないか。
- むしろドラマの問題性はすごく高い。広告を見るときには広告を身構えて見るが、ドラマはその身構えが少ない。ドラマには酒とかたばこが出るシーンが何回かあって、それが最近是非常に多くなっていると聞くが、それは規制ができない文化活動と認識されているので、なかなか規制は無理ということになると、その対抗力としてはやはりドラマがどう自分に影響してくるかという高度な教育が必要になってくる。非常に難しいと思っている。
- 社会的対策と教育の両方をやっつけていかないといけないと考える。

3 最近のたばこを巡る規制について

財務省理財局総務課たばこ塩事業室 垣水室長

(たばこ規制枠組条約のポイント)

- ・ 条約のポイントは、①受動喫煙を禁止する措置を採る、②パッケージに、たばこは健康に悪いという注意表示を付ける、③たばこの広告規制、④、⑤は、かなり裁量の余地がある規定ぶりになっている。

- ・ たばこの箱の表と裏にそれぞれ、「喫煙はあなたにとって肺がんの原因となります」、「たばこの煙が周りの人の健康に悪影響を及ぼします」と書く。このような文言が8種類あって、具体的には、省令の別表第1、別表第2に、文言が8通り入っている。このうちの2つをたばこ条約の規定に従わせて、順次その組み合わせを変えて表示していく。
- ・ 最初の4つが、肺がん、心筋梗塞、脳卒中、肺気腫に関するたばこを吸う方の健康への注意文言であり、科学的なデータもつけている。
- ・ 「未成年者の喫煙は健康に対する悪影響や依存をより強めます、周りから勧められても決して吸ってはいけません」という表示。余り押しつけがましいとかえって反発してしまう、未成年者の喫煙は法律で禁止されていますと書くと、かえって反抗心が湧くこともあるので、説得的に書いた。それから、疫学上のデータを説得的に挙げて、これほど吸っている本人の健康に悪影響がありますといったことを書いてある。

(たばこ事業法による広告規制の仕組み)

- ・ たばこ事業法という法律があり、その第40条に、製造たばこの広告を行う者は未成年者が喫煙をしないように、健康との関係を保つように、過度にわたることのないように努めなければならないという、3つの条件が努力義務として書いてある。
- ・ 2項で、これに照らして必要であると認める場合には、審議会の意見を聞いて、財務大臣は当該広告を行う際の指針を示すことができるとされ、これに基づいて、平成元年以降指針を出してきている。
- ・ 3項では、この指針に従わずに広告を行った者に対しては勧告をすることができるとなっている。
- ・ 4項では、正当な理由なく勧告に従わない場合は、その旨を公表することができるとなっている。結局この指針に従わないと、最終的には公表されるというレクレーションリスクといったペナルティーがある。
- ・ 平成元年の指針の主な内容は、テレビやラジオについては時間帯に配慮すること、テレビや雑誌については、「未成年者の喫煙は禁じられています」と「あなたの健康を損なう恐れがあるので吸いすぎに注意しましょう」をはっきり表示すること。

(質疑応答)

- ドラマの中で頻繁にたばこのシーンが出てくることに関しては、たばこ規制の先進国、イギリスでもかなり議論されていて、映画でたばこシーンを使っちゃいけないとか、イタリアでも何かそういう法律ができるという話を聞いている。ヨーロッパでは大分進んでいるが、日本では、そこまではやっていない。ただ、そういう契約を、ある俳優なりある会社と明示的に結んでしまえば、これはスポンサーシップ契約になるので、排除で

きる可能性があるかと思っている。

○ 専売から民営化にするときに、輸入に対して非常にオープンにした。その結果、必然的に、新しい市場に外国たばこ会社が入ってくるので、ものすごい競争になる。それが懸念されたので、この指針を第40条に盛り込んだ経緯もある。やはり過度に広告競争をすると業界共倒れになってしまうかもしれないし、社会からの批判も厳しいだろうということでこういう埋め合わせ（たばこ業界の自主基準を4者で定めた）をしたと理解している。

○ 酒の場合には直接的に犯罪に結びつきやすい。たばこは関係ないじゃないかと思われるが、実は欧米ではそうではなくて、たばこのポイ捨て等がそのコミュニティの力を低下させるとか、あるいはそういった公共の場所での他人に対する配慮を欠くというその行為が巡り巡って犯罪を起こすということがあるので、単にその健康というアプローチだけではなくて、そのコミュニティの秩序とか、そういった面からもかなり規制が強化されていると思う。

○ これ以外のたばこに係る大きな規制としては、たばこ小売店に関するものがある。

販売についての距離基準の規制が未だに残っていて、販売数量と、距離基準でたばこの小売店の許可がおりるといふ昔の酒屋のような免許制度になっている。平成10年に大きな規制緩和をしているが、零細小売店業者の保護のために、まだこういった規制が残っている。また、たばこ定価制になっていて、自由な値段で販売することはできない。つまり、現在、小売定価と販売の許可という二つの規制が残っている。条約の方でも、たばこの不正取引を防止するためには場合によってはこういうことが必要であるという言い方をしているので、この規制の許可制とか販売の定価制というものの自体をどうにかしろという議論は、今はできないと審議会でも位置づけている。ただ、こういう細かい規制のあり方が本当にいいのかという議論は、当然審議会の委員の中でも出ているので、それについては今後も検討していきたいと思っている。

それから、同じたばこの販売規制をするにも未成年者喫煙防止の観点からはやらないのかという意見もある。これについても、一部では、当然やっているが、たばこ条約にもそういうことをもっと推進すべきだという趣旨のことが書かれているので、これについても、今後、警察庁をはじめとした関係省庁と相談してやっていきたいと思っている。

第17回（第7回）

「独禁政策の現状と課題」等に関するヒアリング

1 不当廉売等に対する取組

公正取引委員会事務総局取引部取引企画課 野口課長

（考え方の明確化）

- ・ どういった行為が問題になるかについて、一般論としての「不当廉売についての考え方」も出しているが、特に問題が多く見られる業種については、個別に、状態に即した形でガイドラインをさらに細かに書いている。酒類、ガソリン、最近では情報システムの調達といったものもある。

（最近の違反事件処理）

- ・ 酒でいうと、不当廉売について5件、警告・公表している。それから、ビールメーカーによる差別取り扱いで、昨年12月にやはり警告・公表している。

（注意件数の推移）

- ・ 「注意件数」は酒の関係が圧倒的に多い。特に13年度は2,500件ほどの注意を行っている。件数は少しずつ減っている。やはり消費者にアピールしなければいけない、それが目玉商品的な安さを強調しやすい商品だと、どうしても行き過ぎになりやすいということだと思う。そういう意味では、ビール・発泡酒もみんなが値ごろ感を分かっている商品であるから、これが安ければみんな安いのではないかと思わせやすい商品なので、酒類についても廉売が同じように多いのかと思う。

（最近の警告事例）

- ・ 非常に安く売っていた例と、アサヒビールの件はメーカーの差別的取り扱いを問題にしたケース。

実際の値段は、24本入りなので、ビールだと1本150円ちょっとぐらい、発泡酒だと100円を切るような値段。

（質疑応答）

- 違反者の違反歴だが、問題がたくさんたまってから注意するわけではなく、早い段階に動いているという面があるが、違反者が繰り返すことは一般的に多い。だんだん明確な形での違反ではなくなっていると言え、余りひどい廉売はしないようになっている。違反を繰り返したから厳しくできるかという、立証する上で難しい感じがする。
- 13、14、15年度と全体の件数も減っているが、過去の経緯を言うと、平成10年4月に国税庁で「公正な競争による健全な酒類産業の発展のための指針」を示している。ま

た、いわゆる酒類ガイドラインが12年11月及び13年4月に出ている。そういう行政サイドのいろいろな努力もある。あるいは業界に対する周知、啓発、指導を公正取引委員会とも連携しながらやってきた。特にここ数年は人の交流等も含めてやってきている。

国税庁では、業界に対して千数百件の取引実態調査をしている。そんな牽制効果もあるかと思う。そういう行政の指針をはじめ、ガイドライン等が12年末、13年に示されてきたことが、一つの施策の効果として表れていると考えられる。

15年に、例えば秋田で警告までいくような不当廉売にかかるものが出てきている。そうすると、残っているものはかなりそういう意味では確信犯的な、相場観がだんだん分かってきているのにやってしまっているという意味ではコア的なものもある種ある。そういう意味では、決して改善したわけではなくて、そういうものに対しては厳しく見ていかなければいけない、問題というのはいまだいろいろ残っている。

2 医薬品販売に係る規制緩和等について

厚生労働省医薬食品局総務課 尾崎課長補佐

(規制緩和について)

- ・ 薬局・薬店に行くと、薬剤師がいる店の方が多いが、制度の趣旨と実態が十分に合っていないのではないかと指摘が多々あり、それが規制緩和の要求と結びついているのではないかと意見を様々な方から伺っている。

(薬剤師の店舗への「常時配置」についての現在の考え方)

- ・ 法律上は、薬局あるいは薬店においてはきちんと薬剤師あるいは薬種業者といった者が配置されてなくてはならないと規定している。薬事法の第八条で(薬局の管理)について規定しているが、第二項で、「その薬局を実地に管理させなければならない。」と「実地に管理」という規定を条文にしている。
- ・ この「実地に管理」という言葉の意味について次の二つの規制を示している。まず、「開局中又は開店中は、薬剤師を薬局等に常時配置」、つまり、営業時間中に必ずそこにいるということ。もう一つは、「医薬品の販売に当たり、購入者等に対し医薬品の適正な使用のために必要な情報を提供する」ということで、対面で販売をし、必ず必要な情報を対面でお客に伝えなくてはならないということ。しかし現実には、指導等の問題もあったかもしれないが、必ずしも常に薬局に薬剤師がいて、必要な情報提供を必ず店の側から行うというわけではないのではないかと指摘されている。

(医薬品の一般小売店における販売)

- ・ 様々な専門家会議を経て、安全上特に問題がないというものはないが、医薬品の薬理作用等を踏まえて、人体への作用が非常に緩和かどうかといった観点、あるいは販

売に当たって専門家による情報提供が必要かどうかといった観点を専門的に分析した。最終的には、特に問題がないというものはないが、15 製品群については、必ずしも薬剤師がお店で相談を行うあるいは情報提供を行うことでなくても人体への作用は比較的緩和で副作用等の問題は生じにくいのではないかという結論になった。

- これまで薬剤師が情報提供をするという観点で製品化許可をしてきたが、薬剤師がいなくても情報を適切に説明できるように、外箱に注意事項をきちんと表示をするため、商品を外見で見てすぐ分かるようにしていくことで、今、メーカーと厚生労働省において様々な検討等の準備を進めている状況。

(厚生科学審議会医薬品販売制度改正検討部会の設置)

- 医薬分業もかなり進んでいる。また、薬剤師がきちんと常時配置され対面で販売することが求められているが、必ずしもそれが行われていない状況になっていることもあり、薬事法のあり方について一から議論をしてみたらどうかということになり、本年 4 月に厚生科学審議会に、医薬品販売制度改正検討部会が設置され、そこで医薬品の販売のあり方について一から見直しをすることになった。
- リスクに応じて、情報提供のあり方をいかに考えるかについて、きちんと議論していくために部会が設けられた。
- 規制緩和でも規制強化でもない、本当に国民の立場から見てあるべき医薬品販売を考えるということが、この部会の大きなテーマ。
- ドラッグストアは、最近非常に伸びてきている。
- 一般用医薬品の生産金額の推移を見ていると、セルフメディケーションという言葉が随分と関係者の間で広く行き渡っているが、一般用医薬品自体はそれほど大きくは伸びていない。最近はむしろ減少傾向にある状況で、この分析等も行っていく必要がある。

(質疑応答)

- 国民は、「安全性を確保しろ。しかし、自由にしろ」というふうに、全く相反することを言う。その中でできるだけ職責を全うしようとするれば、細かく規制せざるを得ない。同じことが酒税についても言えると思う。
- どこが調査するかによって結果が少々変わってきている状況だが、各世論調査においても利便性を求める方と、それからやはり薬については安全性、安心感を求める方がいる。政治との関係で言うと、与党及び野党の一部の方を含めて、安全性を非常に重視してやっていくべきだということで、コンビニ販売について反対だと言っている先生方もたくさんいて、必ずしも規制緩和という方向に流れているのではないと考えている。

3 飲酒運転の防止等に対する取組の現状と課題

警察庁交通局交通指導課 堀金交通事故事件捜査指導官

(危険運転致死傷罪)

- この危険運転致死傷罪は実質平成14年から施行されている比較的新しい法律だが、大体年間300件余りの方が検挙されていて、その約半分近くがアルコールによる事故。

(酒気帯び運転の基準の強化)

- 酒気帯び運転の基準が強化されて、従来は呼気1リットル当たり0.25mg以上のものを処罰対象にしていたが、0.15mg以上に引き下げられている。アルコールの程度は体の大小とか性別とか、それから飲んだ後の時間によって変わってくるから、余り正確なことは言えないが、大体体重60キロぐらいの方で換算すると、従来の呼気1リットル当たり0.25mg以上というのはビール大瓶2本ぐらいであったが、0.15mg以上に引き下げられたことで、ビール大瓶1本ぐらいになった感じ。

(飲酒の基準の引き下げ理由)

- 平成に入ってから飲酒の事故は1.29倍に増えているが、0.25mg未満の事故では2.38倍とかなり大きな伸びを示していることから、この酒の対策を何とかしないとイケないというのが一つ。因果関係がはっきりしていないので数字だけの問題だが、酒を飲んでない場合の全事故に占める重大事故の割合は8.5%だが、酒が入っているときには14.1%になっており、2倍まではいかないがかなり高い。

(対策強化前後の検挙件数の変化)

- 酒酔い運転は余り変化がないが、酒気帯びの方は、0.25mg以上が旧来は21万6,000件ぐらいあった。改正後は、0.25mg以上が大体10万件、0.25mgから0.15mgに引き下げたところが10万件ぐらいになったということで、警察庁の方の評価としては、全体として少し下がったのではないかとやっている。

(対策強化前後の交通事故件数の変化)

- 交通事故は、劇的に減っていて効果があったと言っているのではないかなと思う。この1年間の増減比を比べると、飲酒ありの交通事故が27.6%減っている。全事故の減少率は2%程度なので、対策の効果が出ていると考えている。
- 酒を販売している方々に個人的なお願いだが、警察の取り締まりとか、罰則の強化は心理的にやめさせる、あるいは、経済的に引き合わないということでやめていただくということ。もちろん大事だと思うが、やはり自発的に危険な運転はしないことを自ら実践して欲しいというのが我々の願い。そのためにやはり広報をやりたい。
- 酒類販売業の方々がスポンサーにつき、啓発ビデオを流して頂けたらありがたい。
- 多くの方が事故の実態を知らなくて、事故を起こすとどういう責任を負わなければ

いけないのか、また事故に遭った方がどういう苦しみを負っているのかが分からない、知らないがために平気で運転しているケースが多いと思っている。その辺を改めるために新たな広報方法を考えていかなければならない。

(質疑応答)

- 1本30万円で物すごく事故が減ったと言っていたので、警察が取り締まらなくてもいい、罰則をさらに強化すれば効果があるのではないかと感じた。
- 事故や死亡事故の件数を見てもはっきり効果が出たと我々も思っている。ただ、一般論として、罰則の引き上げは、一時的な効果はあるが永続性についてはいろいろ疑問を出す声もあり、何年か、3年とか5年とか見た上で効果を判断しなければいけないのではないかと思っている。
- 罰則の強化だけでは対策にならない、取締りを強化した方が有効だと思う。
- 酒を売った方に対しては、道交法では何もない。酒を勧めること自体は道交法自体には罰則がないので、飲酒運転をしたという結果が起きたときに、その共犯として教唆犯とか幫助犯という形で処罰している。

4 自動販売機による物品販売の現状と課題

日本自動販売機工業会 黒崎事務局長

(普及台数及び年間自販金額の推移)

- ・ 現状で自販機がどれくらい普及しているかということ、昨年末現在で普及台数が552万600台、これは飲料自販機から各種自動サービス機まで含めてである。機械を通して15年1年間でどれだけ商品やサービスが販売されたかとなると6兆9,427万9,300円で、ほぼコンビニエンスストアの売り上げと拮抗する状況。

(未成年者問題)

- ・ 機械メーカーとしては、屋内に設置してある免許が要らない場所には従来型のものを出荷しているが、酒販店に対しては一切従来型のものを出荷していない。
- ・ たばこの自販機については、非接触ICカードを利用した成人識別機能付きたばこ自販機を開発している。
- ・ たばこ、酒自販機については、成人識別機能を付けた自販機を開発して、現在、出荷を推進している。

(質疑応答)

○ 年齢確認の自販機については、ユーザーの方は1つクッションが多くなるので、アクションが多くなってやりづらいということはあるが、やはり未成年者の飲酒を防止する上では仕方ないだろうという反応。酒販店も同じ。

○ 成人識別機能の種類には幾つかあると説明があり、カードの貸し借りの問題はモラルの問題だと言われたが、なかなかその点は難しい点だと思う。

○ 成人識別機能付自販機がどの方式にまとまっていくかは、我々で決められることではないと思う。やはり消費者の方の意見で決まってくる話と思う。

カードの貸し借りの問題について、これが一番問題になると思うが、やはり何も無いカード、例えばIDカードで全く人に貸しても何の痛みも覚えられないようなものは貸される可能性があると思うが、例えば運転免許証を貸すとか、それから中にクレジット機能が入っているようなものを貸すとか、そういったことは一般的な常識からは考えられないと思う。

ただ、これは自販機メーカーとしてこれと方向をつけるのではなくて、やはり酒販店や消費者の方の意見で決まってくるものではないかと思う。

第18回（第8回）

社会的要請への対応に係る酒類小売・卸売業界からのヒアリング

－「酒類業の健全な発達」「地域社会における小売業者の役割」「卸売業者の役割」の観点－

1 全国卸売酒販組合中央会

（小売業態の変化）

- ・ 1999年、一般酒販店のシェアは45.2%あったが、現在では、17.0%になっている。スーパーマーケットのシェアが8.9%から32.0%に、コンビニエンスストアのシェアが11.6%から20.0%に、ディスカウントストアのシェアが15.5%から17.0%に、業務用酒販店のシェアが13.2%から12.0%に、そのほかの百貨店や生協関係のシェアが5.6%から2.0%にというようなドラスティックな変化が出ている。

（今後更に拡大が予測される業態）

- ・ 今後更に拡大が予測される業態としては、ドラッグストア、ホームセンター、スーパーセンターで、これがまた大きく変化してくる。

（小売業態の変化の要因）

- ・ その要因としては、大店法、酒販小売免許の緩和、ワンストップショッピング志向、車利用のショッピング志向、購買行動（価格）の二極化があり、また、少子高齢化があるので、宅配ビジネスや通信販売が大きく出てくるのではないかとの予測がある。

（価格政策の変化）

- ・ 価格は、店舗の大型化に従い、大量仕入れ、大量販売が可能になり、外資の侵攻を待つまでもなく、だんだんと安くなってきている。

（酒類卸企業数並びに酒類卸売販売高の減少）

- ・ 平成8年の企業数は1,623者だったが、平成13年の実績では、1,087者、売上販売金額では、平成8年の5兆7,240億6,300万円から4兆5,969億600万円と大きく減っている。平成8年から13年までに536者の卸売企業数の減少があった。再編成をやっていった業者があるので、実際にもとからの経営者の減少数というのは、さらに相当数いる。
- ・ 最近の特徴としては、業界再編成ということで、特に商社の関係の進出が大きい。中間流通、あるいは小売、飲食業界の方まで系列を進めているのが商社の実態。

（酒類の販売業者倒産の高原状態化）

- ・ 酒類の販売業者の倒産は高原状態化にあり、未だ再編成並びに淘汰が進んでいる現状。

（卸に求められる機能）

- ・ 卸に求められる機能は、より高度なサービスレベルが要求されており、正確性、迅

速性、品質保証というところまで及ぶ。諸外国の卸売業者と比べても、日本の卸売業者、中間流通の機能というのは非常に優れている。その機能に対応できない業者が、徐々に再編成の波に巻き込まれて推移してきている。

(「これからの時代の酒類事業のあり方」(新ビジョン))

- ・ 昨年、「これからの時代の酒類事業のあり方」を刊行した。社会的管理体制の整備が必要であるという立場からまとめられている。

(具体的な提言の内容)

- ・ 具体的な提言の内容は、まず国民健康維持政策としては、誤飲表示の排除、注意表示、おとり商品化の制限、広告量の制限、電波媒体広告の制限、価格訴求広告の制限、大容量商品の制限、対面販売、新規免許業者への啓発体制化がある。資源・環境対策としては、容器リターナブルの推進や、物流機器の標準化がある。
- ・ 酒類業者の経営の健全性については、公正取引委員会への措置請求制度、免許停止制の導入、酒類業組合法第42条(合理化カルテル)の活用、経営健全化指導、価格体系の見直し刷新、貸倒に係る酒税の還付制度、酒税と消費税の重複課税の排除がある。
- ・ 事業者団体体制の刷新は、事業内容の刷新、卸売酒販組合組織の見直し、酒類業中央団体連絡協議会の機能の再開発がある。酒類業には日本酒造組合中央会などの8団体があるが、社会的要請に対応していく上で、これらの団体を再構築した方がいい。
- ・ 酒類事業法(仮称)の制定。
- ・ 行政は、関係省庁が連絡するだけでなく、一本化した新しい体制が必要。
- ・ 酒類事業のあり方の理念を十分に理解するとともに、酒類を適時、適切な価格、適切な方法で適量生産して販売することは、社会的責任であるということを、生産者から小売まで、酒類業者全体が自覚し、酒類事業に当たることが必要である。売上高やシェアに代表される評価ではなく、安心、安全、社会性、環境、消費資源に配慮した評価ができるような業界にしていった方がいいと考え、「これからの時代の酒類事業のあり方」、卸のビジョンを作った。

(質疑応答)

- 卸の役割、機能としては、生産者と消費者の間であって、これをいかに最適流通に持っていくかということ。
- 売場の変化について、一般酒販店のシェアは5年間で劇的に変わっている。そのことと粗利益率は何か関連があるのか。

2 日本チェーンストア協会

今野理事、内藤会長秘書役、増田流通・税制担当総括マネージャー

(酒類販売管理研修の実施状況)

- ・ 酒類販売管理者の研修は昨年10月から現在までに、およそ36回にわたり開催、3,000名を超える人が研修に参加している。
- ・ 研修を通じ、酒類販売管理者になる者をはじめとして、未成年者飲酒防止に対する取り組みを従業員に周知徹底させている。

(表示取付義務化ツール)

- ・ 表示取付義務化ツールは、ポスター（コーナー表示）、コーナーボード、仕切板、みりんの仕切板、それからショーカード。協会で作成し、会員社には無料で配布。

(表示啓蒙ツール)

- ・ 表示啓蒙ツールは、未成年者対策として、「酒・たばこは未成年者に売らない、買わせない、飲ませない！」といったものを掲出して、未成年者が購入しづらい雰囲気を作るため、平成8年から実施している。

(会員社における個別の取組例)

- ・ 対面販売に加え、酒類をレジでスキャンした場合にはアラームが鳴る、あるいはランプが点く、年齢確認をしてくださいというような表示が点くといった機能があるレジを採用し、レジの方が購入者の年齢をチェックしているところがある。
- ・ 自治体と一緒に実施しているようだが、店舗の入り口に「未成年者への酒類の販売は行いません」といった告知掲示をしているところもある。
- ・ お使いに対する対応は様々で、一切酒類を販売しない会員社もある。また、所定の販売受付票に氏名、年齢、住所を記入し、書類で対応しているところもある。
- ・ それぞれ社内でマニュアルを作成して、年齢確認の問題等を含めて、レジの方がしなければいけない対応等をチャートにしてルール化して、対応中。
- ・ 購入しづらい雰囲気作りについては、店内のBGMで「未成年者に酒類の販売はしない」といったものを流すとともに、ポップを掲示して注意喚起をしている。

(質疑応答)

- ステッカーを採用している会員社からは、「未成年者らしき方が、酒を販売している場所に立ちづらくなっているのではないか」というような感じはある。」と聞いている。
- 実際には客の年齢確認のため、レジで登録をするとともに客の顔を確認するべきだが、繁忙時ということでパートさんが客の顔を見ないでレジに登録してしまい、後でその未成年者が深夜徘徊で補導されて、警察の方から店に酒類の販売に関して確認の連絡が入

ったということがある。

指導、対応を行っていても、やはりどうしても漏れてしまう部分というのはあり、幾ら徹底して教育、指導、又はステッカー等で表示しても、そういった事例は多少なりともある。

- 販売管理者の方がレジの方に研修したかどうかは、だれかが確認しているのか。
- 実際にはそこまでの確認は、私どもの方ではできていないのが現状。
基本的には、二十歳未満の方に酒を売らないということに対するレジの教習マニュアルがすべてでき上がっている。
- 酒類販売管理者は、研修の内容について、例えば店舗は業態ごとに特殊性があるので、それも踏まえて、きちっとした形で、例えばレジの従業員なり、あるいはアルバイトたちにきちんと指導をしなければいけないとされている。

3 日本フランチャイズチェーン協会

伊藤酒類対策プロジェクト座長、白石規範委員長、三木顧問、磯野事務局長

(業界の概要等)

- ・ コンビニエンスストアは、地域密着型。1日約3,000万人の方が来店しており、日常生活支援産業ということで必要不可欠な存在となっている。

(酒類販売管理研修受講者実績)

- ・ 9月から研修実施団体として、現在受講者が2万9,540名、受講率が92.5%。恐らく6月中には全部終わる。
- ・ 公益的なものなので、他の団体の方、例えば新しく免許を取られた花屋、葬儀屋、ピザ屋、いろいろなところが私どもの研修を受けにきている。

(セーフティステーション・トライアル活動について)

- ・ セーフティステーションは、私どもが自主的に、自発的に客のために、国民のために取り組む活動。川崎と佐賀で実施した結果も、強盗事件は全国では増えていたが、実施した地区では減った。全3カ月を前年と比べた場合に、75.2%も減った。青少年育成会議などで、コンビニは青少年にとって悪い存在、一番地域で問題になっているという話があるが、これは大変残念なことで、まだPRが足りない。
- ・ 安心・安全なまちづくりへの協力、青少年育成への取り組みは、コンビニエンスストアだけではなく将来、他の店も地域住民も全部一緒に取り組む先駆けといった考え

方で実施している。

(質疑応答)

- 24時間営業は、憩いの場を含めた様々な客のニーズに応えるためのもの。
- 深夜の売上げの割合は、約2割。
- 青少年への対策、精神教育だけ、つまり考え方を販売員に教育するだけで、もうすべて解決するものなのだろうかという疑問を持っている。
- アルバイトといえどもクルーだから、クルーというのは、船に乗ったら船長、店に入ったら店長、当然クルーが役割分担でやらなければ、店が信用されなくなる。
ただ、逆に言うと、従業員の教育というのは、例えば酒の場合、未成年者飲酒禁止法で両罰規定を適用された場合に、その人間に、将来ある人間に瑕疵がつく。だから店主にも、将来の履歴に傷をつけるようなことはしてはいけないことをくどく言っている。店員が売ってしまっただなんていうことはとんでもない話だと、くどく何回も何回も、会議のたびに言っているというのが実態。

4 全国小売酒販組合中央会

幸田会長、井上副会長、島田部長

(酒に対する中央会の基本的な考え方)

- ・ 私たちは、免許制度を、①酒税の保全、②完全で安全な商品の安定供給、③致酔性飲料としての限度販売、いわゆる限界販売があるんだという考え方をしている。
- ・ 自由経済社会の中であっても、致酔性飲料については、一定の販売に対するコントロールが必要である。欧米社会でも、特にアメリカ社会はそうだが、酒については、売る側も買う側も、一定の不便性のある商品だというコンセンサスが得られている。
- ・ 一定の健康阻害、飲酒運転等の防止のため、酒税を使うよう考え方を変えていくべき。
- ・ 交通事故を起こした方が、いろいろな法的処罰を受ける、これは結果責任、自己責任として当然ではあるが、加害者ではなくて、被害者がどうなるのか、そういう問題を含めて、結果責任、自己責任とは言い切れないのが酒であるとの認識もまたしなければいけない。

(小売酒販組合の使命・役割からの加入義務化の主張)

- ・ 未成年の飲酒防止の活動などが組合にとり大きなウエートを占めている。組合は、公共的なもの。よく会費が高いと言われるが、ほとんどそういう面に消化している。
- ・ 大阪の組合においては、昨年度、今年と入学の時期に、未成年者飲酒防止取組推進宣言式を行い、また、31箇所の駅前宣伝を行った。
- ・ 残念ながら最近、組合の加入が非常に少なくなってきており、新規免許がおりても20%ぐらいしか加入しない。ある大手スーパーは、不況になったので組合を辞めたいと言ってきている。
- ・ 商売という中に、我々は致酔飲料ということを大きく位置付けている。残念ながら組織率が非常に低下して、財政的な負担のために組合を脱退させてもらいたいということが増えてきており、何とかして入会を義務づけるような形を作っていただきたい。
(社会的管理の観点から国際的整合性のある酒販免許制度の構築への主張)
- ・ 新業種が現われるまでは夜の11時から朝の5時まで酒の販売は停止していたが、現在は夜中であろうが何であろうが販売している。常識的な判断でやられるということだが、ある程度の最低のルールを作っていただきたい。
(酒類取引にかかる公正な取引環境の整備の主張)
- ・ 最近、酒をおとり商品にして、安く売って、それを宣伝によって(広め)、市場が非常に乱れている。
- ・ 総合的な面で、組合の位置づけ、(免許制度の)国際的な位置づけ、市場の取引の安定化を特に望むものであるので、やはりある程度の経済的な面での(公的な)規制も必要ではないだろうか。
(加入勧奨のパンフレット)
- ・ 加入勧奨のパンフレットに組合の活動内容が書かれているように、社会的要請に対する活動を行っている。
(各国の酒類販売規制一覧表)
- ・ 国際的整合性のある免許制度の目的も見直しの1つではないかと今回も要望をさせていただいている。
(ロビンソン・パットマン法)
- ・ ロビンソン・パットマン法のような小が大に対抗するためには、やはり平等な競争のルールというのが必要。このような法律を生かして、日本でも対応して欲しい。
(県議会、都議会における意見書採択)
- ・ 酒税保全のみならず、社会的要請に対応するために、県議会、都議会に対して意見書を採択している。
(未成年者飲酒防止キャンペーン)
- ・ 全国的に、消費者に対して啓発活動を行っている。また、対面販売を励行している。

青年部もステッカーを作成して啓発活動を行っている。

(質疑応答)

- 未成年者の飲酒問題というのは、どちらかという地域ぐるみで取り組まなければいけない問題だと思うし、特に酒類販売業者の役割は大きいと思うので、小売酒販組合に加盟する加盟しないは別として、他のフランチャイズなり、あるいはチェーンストア協会なりに、それなりに努力している部分も見受けられるようなので、一体として、地域的な取り組みをやる仕組みは考えられないものか。
- 緊急措置法の効果は、酒ローンの実施が4月からということもあり、まだその効果は表れていない。
- 学校の隣、あるいはアルコール依存症の更生病院の隣に酒の販売場ができていると中央会に非常に苦情が来ている。
- フランチャイズチェーン協会、あるいはチェーンストア協会等と一緒に地域的なものでやるべきだということについてはまさにそのとおりだと思っている。問題なのは、このチェーンストア協会にもフランチャイズ協会にも中央会にも入っていない方たちである。教育をしろと言われても、うちに入っていない人たちの教育はなかなかできないので、加入を義務づけしていただかないと、そういう教育ができない。
未成年者の問題は、やはり地域ぐるみで取り組まなければ、学校、あるいは町会、民生委員、そういう人たちも全部取り組まないとなかなか難しい。
アルコール依存症の問題もある。今、こういう不景気になってくると、夜中、子供だけではなくて、大人まで夜中に大声を出してふらふらしている。そういうこともあり、私たちとしては、自販機は撤去していく。深夜販売も止めていくという方向に行くべきだと思っている。
- 組合はボランティア的なこともやっている。非組合員にも酒類販売管理研修の受講を認めている。青少年環境協議会が動員をかける場合、他の団体は動員に応じてくれないが、酒の業界はありがたいことにすぐ来てくれる。非常にこの組織は位置付けが高い。
- 酒類販売に関しても、全国小売酒販組合中央会があって、フランチャイズ協会があると業種でばらばらになっているが、一本化はできないのか。
- 後日議論する課題にさせていただきたい。

- 大阪や東京のような大都市においては、夜の販売や未成年者の販売を厳しくしていくことは大変重要なこと。

- 一番この規制緩和で打撃を受けているのは地方。大きなものがどんと出店する、そして地方の商店街などは大体壊滅的な状況になっている。また、大きな店がやめる場合もあり、買い物が大変不便な状況となっていることは事実。免許業者として免じて許される、ほかの人たちができない仕事を我々はさせていただいている、やはり公のために奉仕することも必要なんだということで、そういう誇りと、地域社会に貢献する業種だということに対する認識はさらに徹底するようにしている。

第19回（第9回）

社会的要請への対応に係る酒類製造業界からのヒアリング等

－「酒類業の健全な発達」「製造業者の役割」の観点－

1 業界の現状と課題

（日本酒造組合中央会）

- ・ 日本酒に限らずアルコール飲料は、その時々々のムードや心理に影響される飲み物であり、物があふれている現代の価値観は健康問題にシフトしていることから、非飲酒率が高まっており、酒類全体として需要の大きな伸びは、今後望めないと考えている。
- ・ サービスが価格だけに集中する傾向があり、価格指向に合わない酒は棚から外されてしまうということで、清酒を育てていく店が少なくなった。さらに、行き過ぎた価格競争は品質低下を招き、酒は売れないという悪い循環ともなっている。魅力ある品揃えと情報発信で顧客を集める店舗がもっと増加してほしい。
- ・ 作り手と買い手の顔が見える流通形態が、日本酒の本来性にフィットする。

（日本蒸留酒酒造組合）

- ・ しょうちゅう甲類業界の第一の課題は、公正取引の確保である。安売り合戦が未成年者飲酒等の飲酒問題に与える影響も大きいと考えられることから、業界として、公正な取引環境の確保に取り組んでいる。

（ビール酒造組合）

- ・ ビール本来の魅力・文化を広く消費者に情報発信することで、ビールファン・愛飲家を一人でも増やす活動を行っている。
- ・ 日本のビールに対する税率は、諸外国と比較しても、国内の他の酒類と比較しても高いと考えている。一方、発泡酒についても、既に2度にわたって増税が実施されており、この不公平感を何とかしてほしい。

（日本洋酒酒造組合・（日本ワイナリー協会））

- ・ ウイスキーの課税移出数量は、平成15年度には、ピーク時（昭和58年）の23%。
- ・ 缶チューハイは、消費者が望んでいる商品であると認識している。
- ・ リキュール類の課題は、特に表示面の清涼飲料との誤認等であり、消費者等からの指摘もあることから、適切に対応しているところである。
- ・ 国産ワインの需要拡大が今後の課題。

（質疑応答）

- 当懇談会では、一昨年、酒の特性として文化性・伝統性ということを謳い、今後は販売業だけではなく、製造業についても酒類産業の将来展望、個々の事業のあり方、行政

との関わり方について、引き続き関係者が検討することを望むという提言がなされたが、それは重要なポイントであると考えている。

また、酒類は食文化や伝承されるべき国民文化と関わった商品であると考えられることから、商品経済、市場原則に委ねた場合には文化性や伝統性が維持されず、価格競争では大企業が勝ち、地方で文化性・地場性、伝統性を守っているような酒類メーカーは倒れていかざるを得ない。

- 酒類産業行政が財務省設置法でも謳われた以上、これからの行政というのは「価格競争に委ねておけば全てが解決する」という規制改革のみで成り立つ産業とそうでない産業を峻別し、そうでない産業を所管する役所は、それを行政の中心に据えることが必要である。
- 文化や伝統を重視することは市場経済の中でも十分に考えていかなければならないと思うが、競争を無くすことは国民にとってはマイナスである。単なる価格競争、過当競争、弱肉強食と言われるような競争をするのではなく、お酒というものを大事にする気持ちがあって、それぞれの業界で競争するような、もう少し次元の高い競争を行ってほしい。
- 競争原理は我々の業態にとって最重要な原理と考えている。
酒税法では酒類の分類等の定義もしていることから、「税を課すためだけの法律」とするのは乱暴かもしれないが、その国の文化を守るという視点はないと考える。
今後の酒類産業の法体系を作るときには、「お酒はこういうものでなければいけない」という国民的コンセンサスとしてある程度盛り込むなど、そういった国家的関わりが、文化を育て守るためには必要であろうと考える。

2 酒類製造業界における社会的要請への対応の概要

(酒類業中央団体連絡協議会)

- ・ 社会的要請に対する対応として、①「酒類の広告・宣伝に関する自主基準」の策定、②未成年者飲酒対策への取組、③(社)アルコール健康医学協会を通じた健康問題への取組、④妊産婦飲酒に関する注意表示の実施、⑤リサイクルへの取組、⑥公正取引の確保の6つの項目について取り組んでいる。
- ・ 不当廉売を助長するような取引環境は、ひいては未成年者飲酒問題、不適正飲酒にもつながるものであり、公正な取引環境の整備は業界共通の喫緊の課題と認識。

(日本酒造組合中央会)

- ・ 500ml、300ml のリユースびん開発に取り組んでいる。中身は個々の企業の文化・個性であり、資材は共通ということが望ましい。現状は、中身が画一であり、資材はバラバラ。これを逆転させなければいけない。

(日本蒸留酒酒造組合)

- ・ お客の満足と社会の満足が共生することを目指し、①環境問題への対応、②未成年者飲酒防止・適正飲酒の推進、③社会貢献活動に会社を上げて取り組んでいる。
- ・ 廃棄物の発生回避（リフューズ）のため、当社では「量り売り」を実践している。
- ・ 未成年者飲酒防止・適正飲酒の推進については、「Say No運動」として節度ある飲酒を推進するための活動を展開している。

(ビール酒造組合)

- ・ ビール酒造組合においては、アルコール関連問題に関する対応として、①共同広告の実施、②未成年者飲酒防止ポスター・スローガン募集キャンペーンの実施、③組合員各社のアルコール問題啓発教材の作成・配付に取り組んでいる。
- ・ 平成9年に女性雑誌に掲載した「妊産婦飲酒への注意」については、平成13年に日本雑誌広告賞の金賞を受賞した。
- ・ 中学生や高校生に未成年者飲酒の問題を考えてもらうきっかけとするため、平成14年から中学・高校生から未成年者飲酒防止ポスター・スローガンを募集するキャンペーンを実施している。

(日本洋酒酒造組合)

- ・ お客様からの電話や、主婦連等のアルコール問題に取り組む民間団体とのパイプを形成することにより、社会的な要請に対するアンテナを張り巡らせ、今後の事業活動に生かすことを重視してきている。
- ・ 適正飲酒啓発等のモデレーション広告を出すなどの啓発活動に取り組んでいる。

(質疑応答)

- 「酒類の広告・宣伝に関する自主基準」は、中央酒類審議会の答申を受けて、業界内に協議会を設けて自主基準を作成したもの。
- 未成年者の飲酒を防止するためには、酒類を購入させないことと思うが、流通業者に何か協力を要請しているのか。
- 酒類販売管理者制度がそれに当たると理解している。
- 当組合として酒類自動販売機の斡旋を中止し、本年5月1日から未成年者の判別が難

しいことや飲酒運転対策のため、スーパーの店頭などで行っていた試飲会を止めた。

- 我々酒類業に関わる者として、取組を行う責務を内在的に負っていると思うし、個々の企業として、また業界全体として、酒類に関する問題に対処しなければいけないと考えている。そうしたことから酒類業中央団体連絡協議会において、酒類業界全体としての取組を行っている。個々の企業活動は基本的には自由であるべきであり、広告宣伝も自由という考えがあるが、アルコールという商品の特性に鑑み、我々の効力の及ばないアウトサイダーに対しても、行政の力をお借りして、酒類業全体として種々の問題に取り組んでいる。