

酒類販売業等に対する社会的要請への さらなる対応のあり方

「酒類販売業等に関する懇談会」取りまとめ

平成16年12月

はじめに

「酒類販売業等に関する懇談会」は、酒類小売業免許の規制緩和が進展する中で、未成年者飲酒防止等の酒類の販売管理に対する社会的な要請が高まっていることを踏まえ、平成13年12月、国税庁審議官が主催する懇談会として発足した。平成14年9月には、酒類の販売管理等に関して今後必要な手当て等について「酒類小売業を中心とした酒類業等の現状と課題」を取りまとめたところである。

その後、酒類業界では、未成年者飲酒防止への自主的な取組をはじめ様々な取組を行っており、行政では、当懇談会の取りまとめ等を踏まえ、酒類販売管理者の選任義務規定の創設（酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律の改正・平成15年）、酒類業免許に係る人的要件の拡充（酒税法の改正・平成15年）等の措置を講じている。

一方、平成15年4月には、「酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法」が成立し、一定の地域における酒類小売業免許の付与等の1年間の停止等の措置が採られ、同法附則第3条においては、「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、酒類の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」とされたところである。

このように、酒類販売を取り巻く環境が大きく変化するなかで、これまでの取組を踏まえ、酒類の販売管理に対する社会的要請への今後のさらなる対応としてどのような施策が考えられるかの検討を行うため、当懇談会は、平成16年2月に議論を再開した。

今回の検討に当たっては、社会的な要請として「酒類と健康」、「青少年の健全な育成」、「地域社会における酒類小売業者の役割」の観点から、そして、「公正取引」の実現という消費者利便の観点から、我が国における酒類販売を取り巻く現状等について各界の有識者からヒアリングを行った。さらに、メンバーが主要諸外国を訪問し、各国・各地域での社会的要請への対応の実態を精力的に調査した。

本取りまとめでは、まず、各界の有識者からのヒアリングと検討内容をまとめ、次に、海外の状況の調査内容を紹介している。そして、これらを踏まえ、我が国における酒類の販売管理等に対する社会的要請への対応のあり方について言及している。当懇談会としては、これまでの議論を整理し、本取りまとめを提示する次第である。行政、酒類業界等による今後の対応策の指針となれば幸甚である。

目次

| | |
|--|----|
| 1. 酒類販売業を取り巻く現状 ―各界の有識者からのヒアリング内容と懇談会での意見― | 1 |
| (1) 酒類と健康 | 2 |
| (2) 青少年の健全な育成 | 5 |
| (3) 地域社会における酒類小売業者の役割 | 9 |
| (4) 公正取引の確保 | 11 |
| (5) 酒類業界における社会的な要請への対応の現状 | 12 |
| 2. 海外における酒類販売等の状況 ―メンバーによる実地調査内容― | 14 |
| (1) 酒類販売に係る参入規制等 | 14 |
| (2) 未成年者飲酒防止への取組 | 17 |
| (3) 酒類に関する広告宣伝・製品表示等 | 20 |
| 3. 社会的な要請への今後の対応のあり方 | 22 |
| (1) 未成年者飲酒防止への取組 | 22 |
| (2) 適正飲酒の定着 | 26 |

1. 酒類販売業を取り巻く現状 ― 各界の有識者からのヒアリング内容と懇談会での意見 ―

近年の酒類の需要を見ると、酒類の全体で、平成 15 年度は 9,566,404k1 の課税数量であり、10,000,000k1 超であった平成 6～13 年度から 2 年連続で減少している。一人当たり課税数量も減少傾向にあり、今後、我が国が人口減少に転じることを考慮すると、長期的に需要の減少が進行していくことが予想される。また、酒類の種類別で見ると、平成 15 年度には、清酒のシェア（平成 10 年度 10.8%→8.8%）としょうちゅうのシェア（同 7.2%→10.3%）が逆転し、ビール（61.1%→41.3%）から雑酒（発泡酒等）（10.7%→27.0%）やリキュール類（2.8%→6.4%）へのシフトが進むなど、種類間での変動が顕著となっている。

清酒については、販売数量が減少しているなかで、紙パック酒の普及が進み、増量パック商品が登場するなど価格面での競争が進んでいる。酒類の製造場の総数約 3,200 場のうち約 2,000 場が清酒の製造場であるが、厳しい経営状況にあるメーカーが多い。しょうちゅうについては、健康面の効果が話題となっていることなどにより、最近では「焼酎ブーム」と称されるほどの販売数量の伸びを示している。一方で、いもしょうちゅうの原料であるさつまいもの不足やしょうちゅう粕の処理対策など、業界が抱える課題も多い。ビールについては、ビールから発泡酒のシフトに続き、最近では、「第三のビール」と呼ばれるビール風味の酒類が販売を伸ばしており、低税率の商品のシェアが拡大している。また、低アルコールの缶チューハイも販売数量を大きく伸ばしており、全体として、これら低価格・低アルコールの酒類のシェアが増大する傾向にある。

酒類小売業については、酒類小売業免許の規制緩和による酒類小売店の増加や、ビール・発泡酒市場の価格競争の激化による利益率の低下等により、全体として大変厳しい経営環境にある。一般酒類小売業免許又は大型店舗小売業免許（販売できる酒類の範囲に制限のないもの）を付与されている販売場の数は、平成 10 年 3 月末の 135,655 場から平成 16 年 3 月末には 161,250 場に増加している。中でもスーパーマーケットやコンビニエンスストアの免許取得が急増しており、ここ数年は両者で免許申請件数の 6 割前後を占めている。

一方、このような酒類小売業者の厳しい経営状況を踏まえ、平成 15 年 4 月には「酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法」が議員立法により成立し、酒類小売業免許の付与等を 1 年間停止する「緊急調整地域」が、平成 15 年 9 月からの 1 年間について 922 地域、平成 16 年 9 月からの 1 年間について 1,274 地域、それぞれ指定されたところである。

また、酒類小売業者の業態変化等に伴い、酒類卸売業の経営環境は厳しくなっており、大手業者間の事業統合が進展し、地方卸売業者が減少している。

(1) 酒類と健康

酒類は、「百薬の長」と言われるように、適度な摂取が健康にプラスの効果を与えるとされる一方、致酔性・依存性のある飲料であることから、健康に十分に配慮した飲酒が強く推奨されている。

厚生労働省では、生活習慣病の予防等を図るため、「21世紀における国民健康づくり運動（健康日本21）」のプロジェクトを推進している。同プロジェクトにおいては、栄養・食生活、身体活動・運動等をはじめ九つの領域で具体的な目標が掲げられており、アルコールについては、「1日に平均純アルコールで約60グラムを超え多量に飲酒する人の減少」、「未成年者飲酒をなくす」及び「『節度ある適度な飲酒』としては、1日平均純アルコールで約20グラム程度である旨の知識を普及する」という三つの目標を掲げている。ここでいう純アルコール約20グラムとは、おおよそ日本酒で1合（180ml）、ビールで中瓶（500ml）1本の分量である。また、対策としては、「アルコール関連問題の早期発見と早期介入」、「未成年者の飲酒防止」、「国民一般への情報提供」及び「アルコールを取り巻く環境の整備」を挙げている。

また、平成15年5月には、「健康増進法」が施行されているが、同法の柱の一つには「情報提供の推進」があり、「食生活・運動・休養・喫煙・飲酒・歯の健康などの生活習慣に関する普及啓発」が呼びかけられている。

ヒアリング先（役職はヒアリング時・敬称略。以下同じ。）

東京慈恵会医科大学内科学講座主任教授 田嶋尚子

(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

厚生労働省健康局総務課生活習慣病対策室長 大江雅弘

武蔵野大学現代社会学部助教授 林理

(飲酒と疾患との関係)

1日平均純アルコール約60グラムを超えた多量の飲酒をする者の割合は、「健康づくりに関する意識調査」(平成8年度・財団法人健康・体力づくり事業財団)によると、成人男性で4.1%、成人女性で0.3%であり、「健康日本21」では、多量の飲酒者を2割以上減少させることを目標としている。

このような習慣的な大量飲酒は、内科疾患のリスクを高めるという研究がある。飲酒に最も

特徴的な内科疾患としては、肝疾患があり、これには、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による脂肪肝、脂肪肝の状態での大量飲酒の継続により引き起こされるアルコール性肝炎、これがさらに進行した状態のアルコール性肝繊維症やアルコール性肝硬変が含まれる。また、飲酒は、糖尿病とその合併症にとって不利益が多いとされる。一方、心血管疾患については、必ずしも飲酒が悪影響を与えず、むしろ血管障害の予防作用があるともされるが、習慣的な大量飲酒は、高血圧や心筋症を介して、心疾患のリスクを高めるとされる。

(飲酒と未成年者・妊産婦の健康との関係)

未成年者の飲酒の現状について、「全国調査結果」(1996年・国立久里浜病院資料)によると、飲酒経験は、中学生で56.8%、高校生で72.8%であり、週に1回以上の頻度で飲酒している者は、それぞれ5.2%、10.1%にも上っている。

未成年者については、成人と異なる点として、アルコールの分解速度、アルコールの体を与える影響及びアルコール依存状態の作られやすさの3点が挙げられる。アルコールの分解速度については、未成年者は遅いと言われており、これが遅いと急性アルコール中毒となる危険性が高い。アルコールの体を与える影響として、アルコール摂取が、男性に対して男性ホルモン、女性に対して女性ホルモンの低下の影響を及ぼすことから、思春期の飲酒は、二次性徴の到来を遅らせるとの研究もあるほか、未成年者の大量飲酒が脳萎縮を起こすとの指摘もある。また、アルコール依存状態については、飲酒開始年齢が低い場合と将来的なアルコール依存症との相関関係を指摘した米国での研究もある。

次に、妊産婦の飲酒の現状については、「乳幼児身体発育調査」(平成12年)によると、妊娠中に飲酒していた母親の割合は18.1%に上っている。

妊娠中の飲酒については、胎児の発育に影響を及ぼす胎児性アルコール症候群(FAS)を引き起こす可能性があるが、アルコールの胎児に対する影響の認知度はかなり低い水準となっている。

(アルコール依存症の問題)

我が国における大量飲酒者数は、過去35年間で約2倍の227万人(平成11年)に増加したとのデータがあるが、アルコール依存症の患者は、昭和43年の14,720人から平成11年には19,400人に増加している程度であり、その数は少ない。このことからアルコール依存症ではなくアルコール関連疾患という病名で治療を受けている患者が相当数存在することが想定され

る。

なお、アルコール依存症患者のいる家庭では、家庭内暴力の被害が重篤であるとの研究もなされている。家庭内暴力の予防対策の観点からもアルコール依存症対策は重要であり、アルコール依存症の予防や早期での発見・治療を推進すべきである。

(飲酒の弊害についての知識の普及のあり方)

適正な飲酒を推進していくためには、消費者の自己責任を促す観点から、飲酒の弊害について正しい知識を幅広く共有することが重要である。

飲酒の弊害についての情報の内容としては、大量飲酒が内科疾患の誘因となること、未成年の飲酒は発育に与える影響があるほか急性アルコール中毒や将来的なアルコール依存症の誘因の可能性が高いこと、妊産婦の飲酒は胎児の発育に影響を与える可能性があること等が挙げられる。

知識の普及に当たっては、これらの弊害をより効果的に伝達できるよう、具体的なメッセージを盛り込むとともに、弊害が生じるとする客観的な根拠についても述べるなど、説得力を持つ内容にする工夫が必要である。

(飲酒の弊害についての広告宣伝・注意表示のあり方)

酒類の広告宣伝は、飲酒の危険性に対する意識を低下させ、飲酒に対する肯定的イメージを形成するとの指摘があり、飲酒の弊害の発生防止の観点からも、酒類の広告宣伝の量や質には一定の制限が求められる。

現在、酒類の広告宣伝については、酒類業者で構成する「飲酒に関する連絡協議会」が自主基準を設けている。同基準では、酒類の広告において、過度の飲酒を勧めるような表現や飲酒について社会的良識に反する表現を用いないことを求めている。

また、酒類の注意表示について、適正飲酒の観点から、酒造メーカーの一部が、妊娠中や授乳期の飲酒について注意の製品表示（酒類容器への表示）を実施している。これに関して、一般に、本人が重要と考える対象に対して影響があるとのメッセージは有効とされることから、例えば、子供を重要と考える妊婦を対象とした飲酒の胎児への影響に関する警告は有意義である。

メンバーの主な意見

- ・酒類と健康について取り組むべき課題としては、大量飲酒者対策が重要である。
- ・大量飲酒者の減少について具体的な目標を立てられないか。
- ・規制的手段によるとかえって社会的なコストが高くなる場合もあるから、国民の自己責任を促す方向で取り組むべきである。
- ・問題の性質に応じて法的な規制によるか否かを判断し、柔軟に対応すべきである。
- ・酒類の摂取量（純アルコール換算）の限界を含む適正飲酒に関する知識を習得させる必要がある。
- ・飲酒教育のパンフレット等の配布はまだまだ数が少ないので、学校等に対して積極的に配布を働きかけるべきである。
- ・青少年の健康教育は、給食を通じた食育が効果的であり、食育で飲酒教育を行ってはどうか。
- ・酒類の注意表示については、効果が薄減するので、効果を持続する工夫が必要である。

(2) 青少年の健全な育成

未成年者の飲酒については、未成年者飲酒禁止法により、20歳未満の者の飲酒が禁止されている（第1条第1項）ほか、親権者による未成年者飲酒の制止義務（同条第2項）、未成年者による飲用を知っての酒類の販売等の禁止（同条第3項）、酒類販売時の購入者の年齢確認等義務（同条第4項）等が規定されている。親権者による制止義務及び酒類の販売等の禁止については、罰則が規定されており、酒類の販売等の禁止については、平成12年12月に、その違反について、従前の料率から50万円以下の罰金に罰則が強化され、同時期になされた酒税法改正で、酒類販売業免許の取消しについて未成年者飲酒禁止法違反による罰金刑を受けたことが要件として取り込まれた。さらに、平成15年5月の酒税法改正では、未成年者飲酒禁止法違反による罰金刑を受けていないことが免許付与の要件にも盛り込まれた。なお、酒類販売時の購入者の年齢確認等義務は、平成13年12月の未成年者飲酒禁止法改正で盛り込まれたものであるが、罰則は規定されていない。

また、平成15年12月に政府の青少年育成推進本部で決定された「青少年育成施策大綱」においては、青少年の育成に係る政府の基本理念として、「現在の生活の充実と将来への成長の両面を支援」、「大人社会の見直しと青少年の適応の両方が必要」及び「すべての組織及び個人の取組が必要」との3点が示されるとともに、今後の施策の方向性について、「思春期特有の課題への対応」として、10代の喫煙及び飲酒をなくすことが、また、「酒類・たばこの未成年者に対する販売等の防止」として、関係業界への働きかけの強化と販売行為に対する所要の捜

査・適正な処分を行うことがそれぞれ挙げられている。同大綱の施策の推進体制としては、関係行政機関間の連携・協力、地方公共団体や青少年も含めた民間団体等との連携・協力等が示されている。

ヒアリング先

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

中央大学文学部教授 矢島正見

警察庁生活安全局少年保護対策室長 保住正保

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

武蔵野大学現代社会学部助教授 林理

神戸大学発達科学部教授 川畑徹朗

日本自動販売機工業会事務局長 黒崎貴

（青少年の飲酒行動と飲酒文化、大人の意識等）

未成年者飲酒については、先に述べた「全国調査結果」（1996年）のとおりに中高生の飲酒割合がかなり高い現状にある。飲酒により補導された少年の数は、平成14年の33,407人から平成15年には36,291人と増加している。

このように青少年の飲酒が増加している背景としては、青少年の飲酒に対する健康意識・規範意識の低下が要因の一つとして挙げられる。「青少年とタバコ等に関する調査研究報告書」（平成13年1月・総務庁青少年対策本部）によると、飲酒は健康に対して「言われるほどに害はなくかまわない」とする中高生の割合が平成9年の11.3%から平成12年には19.0%に増加しているほか、飲酒は「本人の考えにまかせればよい」とする中高生の割合も平成9年の48.7%から平成12年には59.4%に増加している。一方、同報告書では、中高生の飲酒機会が増加しているにもかかわらず、飲酒で親から注意された中高生の割合が低下していることも指摘されており、飲酒に対しての寛容な姿勢が大人から青少年に浸透しつつあることが示唆される。

ただし青少年の規範意識の低下については、一般社会の規範よりも自己が属す集団のものを優先させている結果に過ぎず、単純に社会規範意識一般の強化を図るだけでは問題の解決とはならない。むしろ、若年者自身が一般社会から受容されていると実感して、一般社会の規範を受容する必要があり、単に飲酒の問題では解決しない。

（学校・家庭・地域社会等における未成年者飲酒防止策のあり方）

未成年者飲酒防止策を含めた青少年の健全な育成については、「青少年育成施策大綱」にも示されているとおり、関係行政機関、地方公共団体、民間団体等の幅広い連携・協力が必要不可欠である。「すべての組織及び個人の取組が必要」という同大綱の基本理念の下、「青少年の健全な育成は、社会全体の責任」とされ、「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及び個人が、それぞれの役割及び責任を果たしつつ、相互に協力しながら取り組むことが必要」とされている。

地域における意欲的な取組として、地方公共団体による青少年健全育成条例等の制定がある。例えば、「東京都青少年の健全な育成に関する条例」は、平成16年の改正により、保護者が青少年を深夜外出させない努力義務の規定、大人が保護者の承諾なしで深夜に青少年を連れ出すこと等を禁止する規定等が創設され、条例の規定の整備が図られている。

（未成年者飲酒防止についての広告宣伝・注意表示のあり方）

酒類の広告宣伝は、特に価値観等の確立の過程で不安定な時期にある青少年の飲酒に対する考え方に大きな影響を与える。

現在、酒類の広告宣伝についての法令上の規定は存在しないが、酒類業者で構成する「飲酒に関する連絡協議会」では、未成年者飲酒防止等の観点から、自主基準を設定しており、①未成年者を対象とした雑誌やTV番組等での広告の自粛、②未成年者のメインモデルへの使用の禁止、③未成年者向けキャラクターの使用禁止、④一定時間（平日昼間、土日）等のテレビ広告禁止等を掲げている。

また、酒類に関する表示の基準としては、「容器等に対する表示」、「陳列場所における表示」、「自動販売機に対する表示」及び「通信販売における表示」について、国税庁の告示による規定がある。基準に違反する業者に対しては、国税庁が基準の遵守命令を行い、それでも遵守しない業者に対しては、罰金を適用し、販売業免許の取消処分を行うといった仕組みが既に整備されている。

具体的には、「容器等に対する表示」としては、6ポイント以上の大きさの文字で「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」旨を、「陳列場所における表示」としては、100ポイント以上の大きさの文字で「酒類の売場である」又は「酒類の陳列場所である」旨及び「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」旨をそれぞれ表示することを義務付けている。また、自

販売機や通信販売のカタログ等においても、「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」旨等の表示を義務付けている。

(酒類自動販売機の規制への取組)

酒類自動販売機について、全国小売酒販組合中央会は、平成7年5月に、屋外設置の酒類自販機の平成12年5月までの撤廃を決議し、成人識別機能が付いた改良型のみの存続を容認した。その後、同決議後の平成8年3月に約185,800台あった成人識別機能が付いていない従来型の酒類自販機は、平成16年4月には約42,600台へと急減した。また、改良型の酒類自販機は、平成16年4月現在で、約16,200台である。

酒類自販機の減少により、未成年者の酒類自販機での購入が減少している。「青少年とタバコ等に関する調査研究報告書」(平成13年1月)によると、酒類を購入した中高生のうち酒類自販機で購入したとされる割合は、平成6年の20.0%から平成12年には10.9%に減少している。

メンバーの主な意見

- ・未成年者飲酒防止対策としては、中高校生を主な対象とすべきである。
- ・「販売する側」に対して働きかけることが一番効果的である。
- ・酒類販売者に対して未成年者飲酒禁止法の厳格な適用をしていかざるを得ない。また、ある程度厳しい罰則が必要ではないか。
- ・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が良いか疑問である。
- ・法的規制ばかりではなく、望ましい方向を示す指導も有効である。
- ・まずは未成年者に大量飲酒の危険性を周知することができないか。
- ・大人と異なり判断力のない未成年者をどのように教育するか検討する必要がある。
- ・未成年者の飲酒が健康に悪影響を与えるから法律で規制しているという考え方を浸透させるべきである。
- ・未成年者の教育は、家庭、地域及びメディアによる教育が効果が上がるのではないか。
- ・テレビドラマ等の飲酒シーンの影響も大きく、これに関する教育が必要ではないか。
- ・未成年者飲酒の問題は、地域ぐるみで取り組むべき問題であり、地域的な取組を行う仕組みは考えられないか。
- ・未成年者が飲酒をしづらい環境を住民が作る事が重要である。

- ・家族と一緒に子供が居酒屋等へ入店する場合も増えていることから、居酒屋等に未成年者飲酒防止等の表示をできないか。
- ・酒類の購入時のIDの提示を当たり前とする仕組みができないか。
- ・「酒類を購入するには20歳以上であることを証明する必要がある」旨の表示をし、年齢を証明できない場合は酒類を購入できない仕組みとすべきである。
- ・コンビニエンスストアなどでは、購入者の年齢確認を徹底する必要がある。
- ・ポスター等は、未成年者が飲酒をしてはいけない理由についてメッセージを加えることで説得力のあるものとなるのではないか。
- ・ポスターは、「年齢を証明できない場合は酒類の購入はできません」としてはどうか。
- ・ポスターは、「酒類を購入するには年齢の証明が必要です」とする方が効果的ではないか。
- ・パンフレットは、実際に販売している場所で掲示することが効果的である。
- ・パンフレットは、学校だけではなく、地域への配布も行ったらどうか。
- ・未成年者によく飲まれている缶チューハイなどの酒税を増税するのが効果的ではないか。
- ・未成年者飲酒防止に積極的に取り組んでいる販売業者を表彰してはどうか。
- ・国税庁が、酒に関する作文コンクールを実施してはどうか。
- ・未成年者飲酒の問題は、関係団体が連携して適正飲酒・適正販売の活動を行うのがよい。

(3) 地域社会における酒類小売業者の役割

従来の酒販店が果たしてきた機能として、商品や飲酒方法等の情報の対面販売による伝達、顧客への提案・価値の伝達を通じた需要の創造、地域の中核店としての地域防犯への寄与、地域の各種イベントへの貢献、宅配等を通じた地域の人的つながりの形成、リサイクルへの貢献等がある。近年、従来型の酒販店が減少する中で、これら機能の価値を再評価すべきである。

ヒアリング先

(社) 流通問題研究協会副会長 三浦功

立正大学文学部助教授 小宮信夫

(酒販店の未成年者飲酒防止に果たす役割)

平成15年5月の酒類業組合法の改正により、酒類小売業者は、販売場ごとに酒類販売管理者を選任することとされ、当該管理者に酒類販売管理研修を受講させるよう努めることとされ

た。また、当該管理者は、従業員が酒類の販売業務に関する法令の規定を遵守するよう、必要な助言・指導を行うものとされた。

酒類の小売販売については、対面による販売方法が未成年者飲酒防止等の観点からも望ましい。しかし、近年、酒類小売業の業態が変化しており、対面販売が持つ未成年者飲酒防止等の機能を再評価する必要がある。

(酒販店と地域の防犯)

地域における犯罪発生への監視という観点からは、防犯の当事者意識が重要であるとの意見がある。従来の酒販店は、地域とのつながりが強く、その存在自体が防犯のメッセージの役割を果たしてきたという側面がある。

なお、海外では、地域における秩序違反（ディスオーダー）が近年社会問題となっており、コミュニティの機能を再生させて犯罪の機会を減少させることで、これを防止しようという試みもなされている。

(地域社会による独自の取組)

未成年者の飲酒防止に当たっては、未成年者が酒類を購入しづらい環境をコミュニティ自身が備えることが重要である。この点に関しては、上述した地方公共団体による青少年健全育成条例の制定等の制度面での手当てに加え、学校、家庭、民間団体等と地域が一体となって、取組を推進する必要がある。

その際、地域によって問題の性質も異なることから、地域の実情に合致した取組を地域が主体的に選択することが重要である。

メンバーの主な意見

- ・飲酒についても、地域社会における秩序違反を管理する観点から、地域社会での対応が必要である。
- ・東京や大阪のような大都市においては、夜間販売や未成年者に対する販売を厳しく規制することが重要である。
- ・公道や電車等の公共の場所における飲酒の規制を検討すべきである。
- ・公序良俗の観点から、美術館、図書館等の公共性の高い場所での飲酒を施設管理者が禁止する必要もあるのではないか。

- ・酒類販売管理者の位置付けをより明確にする必要があるのではないか。
- ・一般酒販店の存在自体が犯罪を抑制する環境を醸成している。
- ・高齢者が経営している一般酒販店に防犯を期待するのは厳しいのではないか。
- ・将来的には、スーパーマーケットやコンビニエンスストアに一般酒販店の地域防犯機能の役割を期待すべきである。
- ・コンビニエンスストアの多くはフランチャイズ契約であるが、オーナーが従業員とともに、地域防犯の役割の意識を持つことは可能である。
- ・地域住民も地域の商店が防犯機能を担っていることを認識すべきである。

(4) 公正取引の確保

平成15年4月に成立した「酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法」においては、国税局長又は税務署長は、酒類小売業者の取引に関し、独占禁止法上の不公正な取引方法に該当する事実があると思料されるときは、公正取引委員会に対しその事実を報告し、適当な措置をとるべきことを求めることができるとされた。また、同法において、酒類製造業者又は酒類卸売業者は、酒類の販売数量に応じて酒類販売業者への金銭の供与、その他酒類販売業者との酒類の取引の条件について基準を定めるとともに、これを取引関係その他これに類する関係のある酒類販売業者に対し提示するよう努めることとされている。

ヒアリング先

公正取引委員会事務局取引部取引企画課長 野口文雄

(不当廉売等に対する取組)

酒類について不当廉売につながる恐れがあるとして、公正取引委員会が注意を行った件数は、平成13年度2,494件、平成14年度904件、平成15年度507件と連年大幅に減少している。

国税庁では、平成10年4月に「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、公正取引委員会では、平成12年11月及び平成13年4月に「酒類ガイドライン」等を示すなど、業界への周知・啓発及び指導に取り組んでいる。

また、「酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法」に規定された国税当局による公正取引委員会に対する措置請求については、本年7月に措置請求に基づく事案2件及びその

関連事案2件の計4件について、同委員会による警告が発出された。また、金銭の供与その他酒類の取引条件についての基準についても、酒類業界が自社基準の策定や同基準の取引先への提示等の取組を行っているところである。

しかし、仕入コストや利益を度外視して販売価格を設定するなど、指針に示した公正なルールに則しているとは言い難い取引も未だ散見される。

メンバーの主な意見

- ・不公正取引に対しては、断固なる措置を講ずる必要がある。
- ・単なる価格競争等と言われるような競争ではなく、お酒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次元の高い競争が望まれる。

(5) 酒類業界における社会的な要請への対応の現状

酒類業界の各団体では、中央団体のリーダーシップにより、未成年者飲酒の防止等をはじめとする様々な社会的な要請に対応した各種の取組を行っている。

また、酒類の業界団体以外でも社会的な要請への対応を目的とした団体として、社団法人アルコール健康医学協会があり、同協会では、「国民の健康の保持とアルコール飲料による疾病の予防、さらに、それと調和した酒類業界の健全な発展に資すること」という同会の目的を踏まえ、「適正飲酒の推進」、「未成年者飲酒防止」等への各種取組を実施している。

ヒアリング先

全国卸売酒販組合中央会会長 國分勸兵衛 他

全国小売酒販組合中央会会長 幸田昌一 他

日本チェーンストア協会理事 今野一正 他

(社)日本フランチャイズチェーン協会酒類対策プロジェクト座長 伊藤廣幸 他

日本酒造組合中央会会長 辰馬章夫 他

日本蒸留酒酒造組合公正競争規約推進委員会委員長 後藤巧 他

ビール酒造組合公正取引協議会中央調査員 山崎史雄 他

日本洋酒酒造組合アルコール問題対策委員会委員 高梨健 他

(全国卸売酒販組合中央会)

全国卸売酒販組合中央会では、平成15年10月に、「これからの時代の酒類事業のあり方」として、「国民の健康保持に対する対応」、「産業政策並びに財政政策に係る対応」、「資源環境問題に対する対応」及び「治安問題への対応」を取りまとめた。具体的には、誤飲表示の排除、健康への影響の注意表示、酒類を「おとり商品」とすることの制限、広告量の制限、電波媒体広告の制限、価格訴求チラシ広告の制限、大容量商品の制限等のほか、未成年者飲酒防止の観点から、対面販売の推進等を提言している。

(全国小売酒販組合中央会)

全国小売酒販組合中央会では、未成年者飲酒防止に関する活動を組合活動の中心の一つとして、年齢確認の徹底、販売体制の整備等に加え、毎年4月の「未成年者飲酒防止月間」にはポスターを全組合員に配布するなどの活動を行っている。さらに、地域の組合は、様々な地域活動においても中心的な役割を担っている。

なお、同会では、社会的な要請への対応として飲酒に関する環境整備に貢献するという組合の役割と位置付けを明確にすることや、酒類販売の社会的な管理の観点から現行の免許制度の目的を見直して国際的な整合性のある免許制度を構築すること、酒類取引に係る公正な取引環境の整備等を提言している。

(日本チェーンストア協会)

日本チェーンストア協会では、酒類販売管理者をはじめとした従業員に対して、未成年者飲酒防止への取組の周知徹底を図っているほか、酒類売場における表示ツールの取付義務化、未成年者飲酒禁止の表示啓蒙等に取り組んでいる。

(社団法人日本フランチャイズチェーン協会)

社団法人日本フランチャイズチェーン協会では、酒類販売管理者研修を実施しているほか、未成年者飲酒喫煙防止の統一キャンペーンや、安心・安全なまちづくりへの協力及び青少年の健全育成の観点からのセーフティステーション・トライアル活動を展開している。

(各酒造組合)

日本酒造組合中央会では、適正飲酒の啓発、未成年者の飲酒防止等に努めているほか、リユース瓶の開発等を通じてリサイクル問題にも取り組んでいる。ビール酒造組合や日本蒸留酒酒

造組合では、特にビール・発泡酒やしょうちゅう甲類の販売について公正取引を推進している。日本洋酒酒造組合では、リキュール類の製品表示について清涼飲料と誤認されとの消費者からの指摘を踏まえ、酒マークを表示する等の対応を行っている。また、各社の判断により、妊娠中や授乳期の飲酒についての注意の製品表示を既に実施に移しているところである。

メンバーの主な意見

- ・酒類販売について業種ごとに組合があるが、一本化はできないのか。
- ・酒類の種類ごと、企業ごとに異なる取組を行っているが、酒類業全体として取り組む必要があるのではないか。
- ・未成年者飲酒への取組について、考え方を販売員に教育するだけでは解決しないのではないか。
- ・東京や大阪のような大都市においては、夜間販売や未成年者への販売を厳しく規制していくことは重要である。

2. 海外における酒類販売等の状況 — メンバーによる実地調査内容 —

当懇談会では、懇談会のメンバーからなる2つの調査チームを編成し、平成16年8月から9月にかけて、アメリカ（ニューヨーク州・カリフォルニア州）・カナダ（オンタリオ州）とイギリス・ドイツ・フランス・ルクセンブルク（欧州連合事務局）をそれぞれ訪問して、現地調査を実施した。調査は、各国における酒類販売に関する免許制等の参入規制等の状況、未成年者飲酒への取組及び酒類に関する広告宣伝・製品表示等の現状を中心に行った。今回の調査に当たっては、制度的な枠組みのみならず、その運用実態に着目したほか、業界や地域における自主的な取組にも焦点を当て、酒類販売を巡る各国・各地域の実情の把握に努めた。

(1) 酒類販売に係る参入規制等

酒類販売に係る規制は、酒類管理を巡る歴史的な背景、飲酒に対する国民の意識等を反映して、各国・地域で様々となっている。酒類販売の参入規制について見ると、免許制、届出制や、専売制等の参入規制を設けている国・地域もあれば、全く参入規制がない国もある。

① アメリカ

アメリカでは、酒類業界と地方政府の腐敗した関係に反感を持った一般大衆が禁酒法運動への賛成に回ったことなどから、1920年に合衆国憲法修正第18条（いわゆる「禁酒法」）に

より、酒類の製造、販売や輸送が禁止されたという歴史がある。これは、結果として、密造酒、そしてこれにかかわるギャングの争い等を増加させ、さらなる腐敗を生み出すという悪循環をもたらしたため、「禁酒法」は、1933年の合衆国憲法修正第21条によって廃止された。今日、アメリカで実施されている酒類に関する規制手法の多くは、「禁酒法」を廃止させた修正第21条から由来するものであり、「禁酒法」の歴史の残滓とも言える。

現在、アメリカにおいては、連邦・州によりそれぞれ酒類販売に関する規制が実施されている。連邦は州際取引となる卸売を、州は州内取引の卸売及び小売（飲食店等における酒類の提供を含む。）をそれぞれ管理している。州では、32州が免許制を、18州が蒸留酒等に関して専売制を採用している。なお、専売制の18州においても、ビール販売については免許制が採用されている。

連邦では、アルコールたばこ租税通商局（Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau）が、酒税収入の確保の観点から、酒類の製造業及び販売業（州際取引）に対する許可制を所管している。

ニューヨーク州では、州酒類管理局（state liquor authority）が、酒類管理の観点から、酒類免許及び酒類販売管理を所管しており、学校や教会から200フィート（約61メートル）以内には免許を付与していないほか、申請場所から500フィート（約152メートル）以内での飲食店の免許数を制限するなどの規制を実施している。また、夜間（小売店は午前0～8時、飲食店は午前4～8時）の酒類販売を州法で禁止しているほか、各郡（county）でも、独自に販売禁止時間等を設定できるとされている。法令違反については、専門の調査官が取締りを行っており、州知事が任命した委員により違反者への罰則を公開審議している。

また、カリフォルニア州では、州酒類管理局（Alcohol Beverage Control）が、酒類管理の観点から、酒類免許の付与及び執行を行っている。飲食店等における提供（on-sale）については、人口2,000人当たり1件の割合で「全酒類販売免許」を、小売販売（off-sale）については、人口2,500人当たり1件の割合で「全酒類販売免許」及び「ワイン・ビール販売免許」を付与している。また、夜間（午前2～6時）の酒類の販売及び購入を州法で禁止している。酒類販売に関する取締りは、酒類管理局の職員が銃器を携帯して行っている。

なお、アルコールに関する犯罪について、連邦では、銃器犯罪等と同様に、連邦司法省のアルコール・たばこ・銃器・爆発物局（Bureau of Alcohol, Tobacco, Firearms and Explosives）が捜査を担当している。

② イギリス