

酒類ガイドライン遵守推進本部だより



平成 22 年 5 月 17 日

全国卸売酒販組合中央会
酒類ガイドライン遵守推進本部

「 酒類販売規制（2） 」

委員 栢 正 一

私は過去「ほろにが」に「酒の文化」①②「酒類販売規制」について投稿しておりますが、今回「酒類販売規制」の続編を書かせて頂きます。

日本は度重なる米国の市場開放要求を受け入れて、政府はグローバル化を進めてきました。行政改革委員会の規制緩和小委員会が中心となり、規制緩和を推進しなければ、日本は国際競争力が弱くなり、世界に遅れていくとの錦の御旗を掲げて、規制緩和を強力に推し進めてきました。

経済政策は全ての業界の生産性を向上させる事が必要であるとの観点から、金融市場のみならず、全ての業界で規制緩和を大きく進展させてきました。

その結果、製造業部門においては相当な犠牲を払った結果ある程度成功したかもしれませんが、非製造業部門、殊に流通業・サービス部門では必ずしも成功したとは思えません。

人口減少社会に入り、平均経済成長率0に近い1%の時代にあっては、自動車、エレクトロニクス、鉄鋼、工作機械等基幹産業は期待どおりの収益を稼ぐことができない状況になり、あらゆる大手企業は海外に活路を見出す方向で動き、生産拠点を中国やアジア・海外諸国へと移転させてきました。

大企業を含む日本企業の大部分は合理化を進め、低収益構造をカバーしてきました。企業は利益を追求するために、労働者に安い賃金コストを求めていくことが一般化しました。その結果、平均的な労働者の賃金が上がらず、格差社会が進展し、地方はますます疲弊してゆきました。

鳩山政権では、政策の見直しが進められております。

現在規制緩和の有効性に疑問がもたれております。規制緩和しさえすれば、新しい世界が開かれるとの考え方は、少し間違っており弊害を伴ったものであります。規制緩

和を有効なものにするためには「規制緩和」と「規制」を同時並行的に進めなければならないと思います。

酒類業界でも、規制緩和の流れに乗り、酒類小売免許は平成15年9月、酒税法改正により免許に一部条件がありますが、実質自由化されました。

その結果量販店・スーパー店頭ではジュース・清涼飲料並みの価格で売られている「酒と呼ばれる商品」が賑わっております。これは少し異常ではないでしょうか。

世界保健機関(WHO)では、アルコールが健康や社会に与える害を防ぐための規制指針案をまとめ1月に理事会で合意されました。酒類メーカーの広告やスポーツイベントのスポンサーになる事の規制、安売りの制限などが含まれております。しかしこの具体化は各国の自主性に任せられる事になったようであります。

先進国ではアルコール害への意識が高まりつつあり、WHOが、たばこに次いでアルコール対策に動いております。この指針は、「アルコールの有害な使用を減らす世界戦略」の一環でもあります。

アルコールの多量飲酒は人間の健康問題に深くかかわるとして、先進諸国ではアルコールの消費量を抑える傾向にあります。このような趣旨に従って世界の国々の当局は、酒税を高くしたり、飲酒年齢を上げたり、酒類販売所を減らしたり、ラベル表示にお酒に起因する害を明示させたり、広告を自粛させたりしております。

日本の酒類販売に対する考え方は、世界の先進国の流れと少し違った形で動いてきました。日本では古来、「酒は百薬の長」「人生酒ありて楽し」などと称して酒を嗜んできた歴史を持っており、酒に対して寛容な国であります。然しながら酒は節度を持って楽しんで飲むべきであります。

過剰な飲酒により、飲酒運転による被害者、一気飲みによる死亡者、暴力・暴言につながる行為、未成年飲酒問題等の事件が起こり、社会に弊害を及ぼしております。

世界保健機関(WHO)が5月に行われる総会で、「アルコールの有害な使用を低減するための世界戦略」が採択される見通しとなる事をふまえて、これらの対策のために酒類メーカーは色々努力しております。

酒類流通業界でも小売酒販組合が中心になって「飲酒運転撲滅」「未成年者飲酒防止」に向けて全国的に統一キャンペーンを展開しております。

このような状況の中、我が国の「免許制度」「酒類販売の在り方」は従来のままで良いのか疑問が残ります。

「ほろにが」104号「酒類販売規制(1)」に書きましたように、アメリカにも「酒類販売規制」があります。全米の18州のコントロール州では、酒類販売が州政府によってコントロールされております。酒類販売は州の経営する小売店に限定され、あるいは個人経営が許可された店でも、州の直営小売店の価格を下回ってはいけない言う規定があります。

更に酒類の免許付与が大きく制限されております。ハードリカーの場合人口比例制をとっており、人口2,500人に対し1件の割でしか交付されない事になっております。

これに対し日本では距離基準、人口基準撤廃後、酒類の販売場数は、ほぼ野放しの状況で増え続けております。現在、成人人口約400人に1場という超過密な状況になっていると聞いております。

このような状況はWHOや先進国の酒類に対する考え方とやや方向性が異なっていると思われる。我が国も国際的な見地を立て、酒類と健康の在り方を見直すために次のような手を打つべきであります。

- ① 新規免許付与の在り方を見直し、販売場数を適切に保つ。
- ② 酒類が対面販売であれば、真夜中であれ24時間何時でも販売出来る状況はおかしい。販売時間を見直すべきであります。
- ③ 酒税体系の見直しを進め、過度な値引きを制限し、ジュース、清涼飲料並みの価格の低価格・酒類商品を規制すること。
- ④ スーパー・量販店のチラシ広告などで、酒類の過度な価格訴求の制限をすること。

このような対策をとって、酒類は適切な価格で売らるべきであります。

酒類販売の適切な規制は酒類産業全体の利益向上に貢献し、酒類流通業界で仕事をしている人々に力をもたらします。現在酒類産業全体がデフレスパイラルに陥っています。酒類業界の健全な発達のためにも早急に検討すべき時が来ているのではないかと思います。

○ 平成22年4月ビール及び発泡酒等の出荷状況

(単位:kℓ・%)

期間 区分	4月			1～4月		
	当月数量	前年数量	前年比	本年数量	前年数量	前年比
ビール	244,964	256,163	95.6	762,543	811,055	94.0
発泡酒	89,942	108,363	83.0	293,681	372,323	78.9
新ジャンル	162,178	148,917	108.9	531,382	485,950	109.3
計	497,084	513,443	96.8	1,587,606	1,669,328	95.1