

STEP2

危険な状況のリストアップ

- お酒をたくさん飲みたいという欲求の現れ方は、時間帯や場所、その時の気分、一緒にいる人などの周囲の状況で変わってきます。
- 飲酒日記も参考にしながら、以前あなたがお酒を飲みすぎた時のことを思い浮かべて下さい。
- あなたがついお酒を多く飲んでしまう状況のパターンを見つけましょう。

危険な状況リスト

リストの中から、あなたがつい量を多く飲んでしまう状況を4つ選んでチェックしましょう。他にあれば自由に書いてください。

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 葬式、法事、結婚式などの行事 | <input type="checkbox"/> 憂うつな気分の時 |
| <input type="checkbox"/> 仲間や仕事場の同僚との宴会 | <input type="checkbox"/> イライラしている時 |
| <input type="checkbox"/> 居酒屋、スナック、カラオケに行った時 | <input type="checkbox"/> 家族と言い争いをした時 |
| <input type="checkbox"/> 近所の人との会合、寄り合い | <input type="checkbox"/> 友人や上司に批判をされた時 |
| <input type="checkbox"/> 余暇を楽しみ、リラックスしたい時 | <input type="checkbox"/> 何か失敗して後悔している時 |
| <input type="checkbox"/> コンビニや自販機の前を通りかかった時 | <input type="checkbox"/> 怒りの感情がわいた時 |
| <input type="checkbox"/> 仕事帰り | <input type="checkbox"/> 何か一つの事を成し遂げた時 |
| <input type="checkbox"/> 休日の前夜、週末 | <input type="checkbox"/> 眠れない時、眠りたい時 |
| <input type="checkbox"/> 寒い時、暑い時 | <input type="checkbox"/> お金や給料をもらった時 |
| <input type="checkbox"/> 嬉しい時、気分が高揚している時 | <input type="checkbox"/> 体が疲れた時、体調が悪い時 |
| <input type="checkbox"/> 心配事がある時 | <input type="checkbox"/> 頭痛や体に痛みがある時 |
| <input type="checkbox"/> 一人である時 | <input type="checkbox"/> お腹が空いている時 |
| <input type="checkbox"/> 暇な時、退屈な時 | <input type="checkbox"/> _____ |
| <input type="checkbox"/> さびしい時 | <input type="checkbox"/> _____ |
| | <input type="checkbox"/> _____ |

STEP3

危険な状況への対処法を考えよう

- あなたがつい誘惑に負けてお酒を多く飲んでしまいそうな状況でも、あなたが目標としている量以上にお酒を飲まずに対処する方法を考えていくのが次の課題です！ Aさんの場合を見てみましょう。



Aさん

Aさんの危険な状況

「仕事の後に、つい同僚とのみに行きたくなるんですよね」

Aさんの思いついた対処法

- ★酒を飲めないように車通勤に変える
- ★千円以上のお金をもたないようにする
- ★夜、毎日近くの公園を散歩する
- ★新たに趣味を見つける
- ★仕事の後友達と酒を飲む日数を「月に何日まで」と決めておく
- ★隔週木曜日は仕事の後スポーツジムに通う
- ★2ドリンク飲んだ後は一人でさっさと帰る
- ★2ドリンク飲んだ後はノンアルコールの飲み物に替える
- ★友達を酒を飲まない友達に替える
- ★夜10時以降はノンアルコールだけにする

Aさんは、実行する段階では「隔週木曜日は仕事の後スポーツジムに通う」と「2ドリンク飲んだ後はノンアルコールの飲み物に替える」を選びました。いかがですか？
Aさんは、現実的で比較的負担の少ない方法を選んだと思いませんか？あなたなら、どの方法を選びますか？

あなた自身の対処法を考えましょう！！



- では、Aさんの例を見ていただいたところで、今度はあなたにご自分の対処法を考えていただきます。
- あなたがお酒を飲みすぎてしまう危険な状況(STEP2参照)に対する対処法を、2つずつ挙げてみましょう！

危険な状況1
対処法1
対処法2

危険な状況2
対処法1
対処法2

危険な状況3
対処法1
対処法2

危険な状況4
対処法1
対処法2

STEP4

お酒を減らして変わることは？

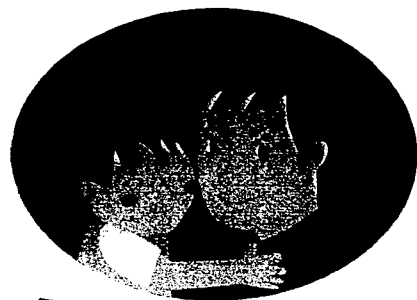
- あなたが飲酒量を減らして変わること(健康、家庭、仕事など)を想像してみてください。あなたの目標をお酒が妨げていませんか？
- お酒を減らしたり止めたりするという、必ずしも簡単でない課題に向き合うのに、あなたはどんなことを期待して取り組みますか？
- 変わることへの期待、あなたが手に入れる健康や幸福が大きいほど、あなたのやる気も高まるでしょう。

「お酒を減らした場合に期待できる効果」

(アルコールの影響についての最近の研究成果より)

あなたがお酒を減らすのにふさわしい理由、減らそうと思わせる理由を3つ選んでチェックしてください

- 5年から10年長生きできるでしょう
- よく眠れるでしょう
- 気分がよくなるでしょう
- 体が楽になり、体力がつくでしょう
- 朝気持ちよく起きられるでしょう
- お金がたくさん貯まるでしょう
- 家庭や職場などでの人間関係が良くなるでしょう
- 子どもや孫が喜ぶでしょう
- いつまでも若々しさを保てるでしょう



- 生きている間にできることが増えるでしょう
- 脳にダメージを与えることなく、健やかな老後をむかえることができるでしょう
- 能率が上がり、仕事が充実するでしょう
- 酒類には多くのカロリーが含まれているので、スリムなままでいられるでしょう
- 憂うつな気分になったり、死にたくなったりすることが1/6に減るでしょう
- 心臓病や癌で死ぬことが少なくなるでしょう
- 火事に巻き込まれたり、溺れて死ぬ危険がずっと減るでしょう
- 周囲の人から尊敬されるでしょう
- 警察沙汰になることがずっと少なくなるでしょう
- 肝臓病で死ぬ可能性が1/12に減るでしょう
- 酔ってケガをすることが少なくなるでしょう
- 自動車事故で死ぬ危険が1/3に減るでしょう
- 男性の場合：性的な機能が高まるでしょう
- 女性の場合：予定以外の妊娠をすることが減るでしょう
- 女性の場合：おなかの赤ちゃんにダメージを与えることが減るでしょう



他にも、あなたがお酒を減らすことで期待できることがあれば、自由にお書きください。

あなたが作る 健康日記

—お酒と楽しく
付き合うために—

氏名
番号

私の健康日記

—お酒との付き合い方の記録—

- 飲みすぎたり、飲んでしまったことを正直に記録したり、話したりすることが、長い目で見れば目標達成のための第一歩です。
- 日々の飲酒の記録をつけていくことはお酒の量を減らす最良の方法ということが私たちの経験から分かっています。
- 飲酒日記を付けて、さっそく目標に向かって進みましょう！！

飲酒日記の付け方(例) 一日2ドリンク(缶ビール500ml 1缶)までを目標にした人の場合

2週目	飲んだ酒類と量	飲んだ状況	目標達成できたか
○月○日	焼酎1合	仕事があまくいかず、憂さ晴らしに同僚と	△
○月△日	ビール(500ml)1缶	夕食前に、野球を見ながら一人で	○
○月×日	全く飲まず	夕食前に1時間ほど妻と散歩した	◎

- ①飲んだ時には、どんな状況(場面や心理)で飲んだかを記入しておきましょう。あなたの近づきやすい危険な状況や、お酒を飲みたくなる心の状態を知るためのヒントにもなります。
- ②お酒を飲まないで済んだ時には、その日にあなたが使った対処法を「飲んだ状況」の欄に記入してください。危険な状況での有効な対処法を知るヒントになります。
- ③その日全く飲まなかったら◎、目標設定内で飲めたら○、目標を少し超えて飲んだら△、飲みすぎたら×で記録します。

私の行動目標と 到達目標

- 飲酒日記を記入し始める前に、まずあなた自身が達成しようと思う飲酒の具体的な目標を書き入れてみましょう。
- そして、その目標を達成できた時に、あなたが手にする「健康と生活面での変化」のイメージを作ってみましょう。

①私の飲酒の目標は _____ です。

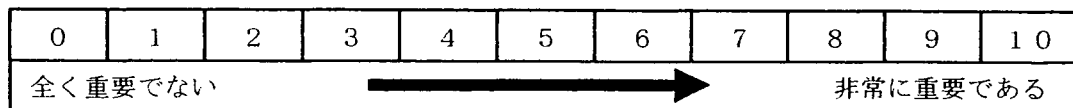
②私がお酒を減らそうと思う理由は

_____ です。

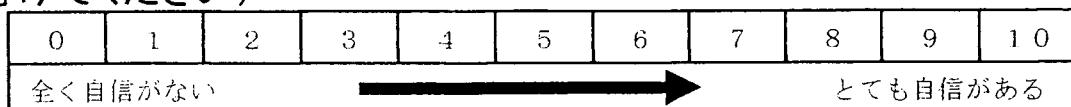
③私がお酒を減らした時に、私の健康と生活は

_____ に変わります。

④私にとってお酒の量を減らしたり、お酒を止めたりすることがどれだけ重要かを0から10までの間の数字で表すと、下の図のようになります。(当てはまる数字に○を付けてください)



⑤私がお酒を止めたり、飲酒する量を減らしたりといった自分で立てた目標を実行できる自信がどのくらいあるか0から10までの数字で示すと、下の図のようになります(当てはまる数字に○を付けてください)



さあ今日から目標達成に向かって始めましょう！

1週目	飲んだ酒類と量	飲んだ状況	目標達成 できたか
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			

2週目	飲んだ酒類と量	飲んだ状況	目標達成 できたか
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			

4

3週目に入りました。いい調子です！

3週目	飲んだ酒類と量	飲んだ状況	目標達成できたか
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			

4週目	飲んだ酒類と量	飲んだ状況	目標達成できたか
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			

5

飲酒日記を続けよう！

- これまで付けていただいた飲酒日記を、もう8週間続けてみましょう。「面倒だな」、と思われる方もあるかもしれませんが、続けていくことで、ますます自分のことがわかっていくことは間違いありません！！
- 飲酒日記の付け方の確認と、らくに続けるコツをお伝えしましょう。



ポイント1)

目標を確認しましょう

前回と引き続き同じ目標でいきますか？それとも再設定しますか？目標の再設定は、ワークブックー応用編ーの4ページで行います。目標を設定しなおした方は、これ以後は新しい目標に沿って、達成できたかどうかを記録していきます。

ポイント2)

記録の仕方

全く飲まなかったら◎、目標設定内で飲めたら○、目標を少し超えて飲んだら△、飲みすぎたら×で記録しましょう。

ポイント3)

続けるコツは・・・

- ・毎日同じ時間に記録する。(例:朝食後すぐ、昼休みなど)
- ・飲酒日記を常に目に付く場所に置いておく。
- ・誰かに協力を求める。(日記をつけるように言ってもらい、一緒に書いてもらうなど)

今日からまた新たな気持ちで目標に向かいましょう！

5週目	飲んだ酒類と量	飲んだ状況	目標達成できたか
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			

6週目	飲んだ酒類と量	飲んだ状況	目標達成できたか
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			

7

折り返しを過ぎました。その調子です！

7週目	飲んだ酒類と量	飲んだ状況	目標達成できたか
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			

8週目	飲んだ酒類と量	飲んだ状況	目標達成できたか
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			

8

いよいよラストスパート。頑張ってください！

9週目	飲んだ酒類と量	飲んだ状況	目標達成できたか
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			

10週目	飲んだ酒類と量	飲んだ状況	目標達成できたか
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			

9

あと残り2週間、目標達成を目指しましょう！！

11週目	飲んだ酒類と量	飲んだ状況	目標達成できたか
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			

12週目	飲んだ酒類と量	飲んだ状況	目標達成できたか
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			
月 日			

10

厚生労働科学研究費補助金(「わが国における飲酒の実態ならび
に飲酒に関連する生活習慣病、公衆衛生上の諸問題とその対策に
関する総合的研究」事業)

標記研究事業 分担研究者 樋口 進氏(国立病院機構久里浜アルコール症センター副院長)からの平成19年度委託業
務「酒類業界等におけるアルコール関連問題への取り組みの現状・実態についての調査研究」についての報告書

酒類業界等におけるアルコール関連問題への
取り組みの現状・実態についての調査研究

社団法人アルコール健康医学協会 理事長 玉木 武

研究要旨

本研究は、アルコール関連問題について、酒類を社会に提供する側がどのような対策を講じ、かつ取り組みを行ってきているかを、ヒアリングとアンケート調査に基づいて調査したものである。酒類を提供する側とは酒類業界(コンビニエンス業界をふくむ)を指すが、ここではこの問題、特に未成年者飲酒について大きく係わりをもつ教育分野で活動する財団法人日本学校保健会と民間団体の健康行動教育科学研究会の活動についても調査した。さらに適正飲酒を標榜し、また酒類業界への情報提供と協力を行っている当社団法人アルコール健康医学協会の活動についても調査・紹介する。

アルコール関連問題について酒類業界は、自ら取り組む課題は次の五つとしている。

1. 未成年者飲酒の防止
2. 飲酒運転の防止
3. イッキ飲み・社会的迷惑行為の防止
4. 妊娠中・授乳期の飲酒防止
5. 適正飲酒の啓発、大量飲酒の防止、疾病予防など

調査の結果では酒類業界では『未成年者飲酒の防止』にもっとも多くの努力を注いでいるし、関心度も高い。とくに酒類小売業界はその業態からいっても、積極的に未成年者への販売を防止することに努力をしてきた。対面販売における年齢確認作業は調査では95%がなされていると答えている。『飲酒運転防止』の問題についても取り組みは全国的になされている。ただしこの問題については、将来飲食店業界との密接な連携が望まれる。

『イッキ飲み・社会的迷惑行為の防止』に関して、酒類業界は積極的に啓発を行ってきた経緯がある。これにより少なくともイッキ飲みについては減少傾向を示している。

『妊娠中・授乳期の飲酒防止』は3年ほど前から取り組みを始めたもので、現在のところ、酒類の商品・広告に記載される注意表示事項として全国的に表示が実施されているが、啓発活動などに取り組んでいる団体は限られている。

『適正飲酒の啓発・大量飲酒の防止・疾病予防など』の問題は広義の適正飲酒の啓発に収斂される。この取り組みは常に継続して行われるべきと認識されてはいるが、中小企業では難しく、主に大規模企業に依存せざるを得ないのが現状である。

以上の結果を基にして、アルコール関連問題に対する酒類業界の取り組みにおける提言と、今後の課題について取りまとめた。

A. 研究目的

アルコール関連問題を低減、改善するためには、医療分野からの調査・研究だけでなくアルコールを提供する側等からの取り組みが不可欠であることは論をまたない。そのためにはまず酒類業界等のこの問題に対する認識、取り組みの経緯、実態等を把握しておくことが重要であり、平成19年度においては、本報告書「研究要旨」にあるとおり、酒類業界、教育分野、社団法人アルコール健康医学協会に対し、この問題への取り組みの現状・実態等について調査研究することとした。

B. 研究方法

(1)酒類業界や学校教育分野での現状・実態を把握するために平成19年11月から平成20年1月にかけて主にききとり調査という形で実施した。ききとり調査先は下記のとおり。

- ・日本酒造組合中央会
- ・日本蒸留酒酒造組合
- ・ビール酒造組合
- ・日本洋酒酒造組合
- ・全国卸売酒販組合中央会
- ・全国小売酒販組合中央会
- ・日本洋酒輸入協会
- ・日本ワイナリー協会
- ・日本フランチャイズチェーン協会
- ・財団法人日本学校保健会
- ・健康行動教育科学研究会
- ・社団法人アルコール健康医学協会
- ・山梨県ワイン酒造組合
- ・メーカー（白鶴酒造株式会社、キリンビール株式会社、アサヒビール株式会社、サッポロビール株式会社、サントリー株式会社、宝酒造株式会社）
- ・小売店（松田酒店（大阪）、早長酒店（仙台）、鈴木酒店（塩釜））

なお、この問題への取り組みの実情をより明確にするために、日本酒造組合中央会（日本酒・焼酎メーカー）、全国小売酒販組合中央会（酒販店）に対してアンケート調査を実施した。

(2)倫理面への配慮については、本調査研究の内容からして特段行っていない。

C. 研究結果および考察

本セクションの概要は、本報告書の「研究要旨」および「D. 結論」等に記述のとおりであるが、以下にその詳細を記述する。

〔はじめに〕

酒類業界に属する個々の企業は、組合を作っている。その組合は法令に沿って設立され、「酒税の保全に協力し、及び共同の利益を増進する事業を行う」ことが目的であるが、アルコール関連問題への取り組み・活動もこれらの組合を通じて行われているところが多い。もちろん個々の企業においてもこれらの取り組み・活動をしているところも多いのだが、小規模経営の企業では、組合の指導や方針・通達に従って活動をしているのが実情である。そこでまずこれらの組合の活動の仕組みについて調査した。

これらの組合は地域別、業種（酒類の）別などで作られているが、地域別の組合などの場合はさらに全国規模の中央組合を作り、諸問題の検討・協議をそこで行っている。

さらにこれらの組合は、共同して「酒類業中央団体連絡協議会」（酒中連と略称）を作り、ここが酒類業全般に関する社会的な対応の諸協議、検討、通達などを行っている。当然アルコール関連問題もこの場で討議されている。酒中連に加盟している組合は次のようになっている。

酒中連

- －日本酒造組合中央会－
各地の酒造組合
（清酒、乙類焼酎、みりん）
- －日本蒸留酒酒造組合－
各地の蒸留酒メーカー
（甲類焼酎、合成清酒等）
- －ビール酒造組合－
ビールメーカー
- －日本洋酒酒造組合－
各地の洋酒メーカー
（ウイスキー類、リキュールカクテル類等）
- －全国卸売酒販組合中央会－
各地の卸売酒販組合

- －全国小売酒販組合中央会－
- 各地の小売酒販組合
- －日本洋酒輸入協会－
- 洋酒輸入業者(輸入洋酒)
- －日本ワイナリー協会－
- 各地のワインメーカー

本年度の調査研究では、酒中連に加わるこれらの組合、及びそれに加盟するいくつかの個別企業がアルコール関連問題に向けて行ってきた諸活動の実態を調査した。また、酒中連には加わっていないが山梨県ワイン酒造組合についても調査をしたので、あわせて報告する。

さらに消費者がもっとも身近に酒類に接する販売場所として、コンビニエンスストアがある。ここでもどのような対応を行っているかについて調査した。

また、本研究課題のなかの重要テーマである未成年者飲酒の防止については、学校教育との連携が必要であるが、ここでは財団法人日本学校保健会と民間団体の健康行動教育科学研究会の活動を取り上げる。

社団法人アルコール健康医学協会は、昭和55年設立され、アルコール飲料に関する正しい知識と適正な飲酒を普及させるための活動をしてきているが、これに対し酒類業界も協力支援関係にあり、本研究の中ではアルコール健康医学協会の活動も含めて報告する。

なお、今回日本酒メーカー、酒飯店の両方に対して、アルコール関連問題に関するアンケート調査を実施した。この問題に対するそれぞれの取り組み認識がうかがえると思われるので、付表1、2を添付した。

[概要]

アルコール関連問題について酒類業界は取り組むべきものとして次の五つを課題としている。

1. 未成年者飲酒の防止
2. 飲酒運転の防止
3. イッキ飲み・社会的迷惑行為等の防止
4. 妊娠中・授乳期の飲酒防止
5. 適正飲酒の啓発、大量飲酒の防止、疾病予防など

以下に内容を記す。

1. 未成年者飲酒の防止

(1) 注意表示の記載と啓発活動

酒類業界の取り組みの主たる目標はこれまで未成年者の飲酒防止に置かれてきたといえる。高度成長を遂げた日本で、酒類業界も発展を遂げ、あわせて飲酒人口の拡大とともに飲酒の機会と場が広がった。それと同時に、未成年者の酒類の入手を容易にすることにもつながったことにより、未成年者の飲酒は次第に広がりを見せるようになった。

たとえば平成16年(2004)の国立保健医療科学院の調査では、「週に1～2回飲む、週に2回以上飲む、月に1～2回飲む」という未成年者は、中学生では男子12.7%、女子11.8%、高校生では男子31.3%、女子27.6%であった。未成年者飲酒については問題の重要性はかねてから指摘されてきており、酒類業界でもこれに対処することが求められていた。すでに平成元年(1989)には酒中連は参加各組合にたいして、企業が広告を出稿するにあたり、未成年者飲酒禁止の注意事項を表示するよう求めている。広告としての適用媒体は、新聞、雑誌、交通広告であり、そこでは表示する文言の文字の大きさなども規定している。この時から現在まで「未成年者の飲酒は法律で禁止されています」、「飲酒は20歳を過ぎてから」などの文言があらゆる酒類の広告に記載されるようになった。これらの注意事項については、後記「具体的な取り組み・活動の実態」のなかで取り上げた酒中連制定の「酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準」で詳しく述べる。

また、組合、個々の企業などで未成年飲酒防止のためのビデオ、パンフレット、ステッカーなど、多様な啓発用の資料を作成し、配布をしたり、学生生徒への講演会なども行っている。これには学校側の協力も必要であり、また教育する側のこの問題に関する知識向上のための研修など、酒類業界と学校側との協力が随所にみられる。

このような取り組みもあり、健康日本21では、次のようなデータを発表している。

中学3年男子	26.0%	16.7%
--------	-------	-------

中学3年女子	16.9	14.7
高校3年男子	53.1	38.4
高校3年女子	36.1	32.0

(注) 数値は飲

酒経験者率

最近では中高生の飲酒は以前ほどの広がりを見せていないという見解も教育関係者の中にある。酒類業界がこれまでもっとも力を注いできたこの未成年者飲酒の防止が実を結びつつあるものと思われる。

(2)自動販売機の撤廃

酒類の自動販売機は、販売機会の拡大をもたらし、かつ24時間稼働させうることから人件費の節約になるということで、かつては多くの酒販店で設置されていた。しかし、未成年者が容易に酒類を購入できるという点から好ましくないと、平成6年(1994)に全国小売酒販組合中央会は自動販売機の撤廃を決議した。ちなみにこの年の酒販店における自動販売機の設置台数は 186,000 台であった。この年から撤廃の動きは着実に進められ、平成18年(2006)では、全国で 22,000 台と 12%にまで減少した。全国小売酒販組合中央会では撤廃に向けてさらに取り組みをすすめている。

自動販売機の撤廃の動きは、酒類業界、とくに小売酒販組合の力によるところが大きい。自動販売機は未成年者がかつとも接触しやすい購入場所であるので、これが無くなることで飲酒の減少においてかなりの効果が上がると思われる。

(3)対面販売

消費者、とくに未成年者が酒類を購入しやすい場として、自動販売機のほかに昨今ではコンビニエンスストアが目される。自動販売機が撤廃される方向のなかで、当然酒類は対面で購入(あるいは販売)しなければならない。そこにはいくつかの問題があった。この点について、酒類業界の小売部門としてはどういう対応をしているかを報告する。

2. 飲酒運転の防止

平成11年(1999)に起きた東名高速道路での飲酒運転

の結果、幼児2名が死亡した事故から、飲酒運転にたいする世論は厳しさを増した。この事故に端を発し、危険運転致死傷罪が平成13年(2001)に成立する。また平成18年(2006)の福岡市における飲酒運転による幼児3名の死亡事故から、飲酒運転はさらに社会的な問題として関心が高まっている。飲酒運転に対する罰則も最近強化された。こうした動きとあいまって酒類業界も飲酒運転を防止するための活動を強めてきている。

後述するが、酒中連は参加各組合に飲酒運転防止のための啓発活動をするよう求めるとともに、自治体、警察などとともに各地で行われるイベントや講演会などに積極的に参加してきた。酒類業界だけでなく、飲食店業界も取り組みを始めており、酒類を提供する飲食店では客が自動車であつたかどうかを確認するとともに、同伴者の中から帰路運転者を指名してもらい、その人には酒類を提供しないという「ハンドルキーパー」運動が平成18年から始まっているが、これに対しても協力している。

3. イッキ飲み・社会的迷惑行為の防止

仲間との飲酒のなかでイッキに大量の酒を飲み干すという「イッキ飲み」が主として学生たちの間に広がったのは、30年ほど前からである。このイッキ飲みによる急性アルコール中毒のため死亡した大学生の数は、昭和58年(1983)からこれまでに70名余に上っている。東京消防庁は毎年、急性アルコール中毒による救急搬送者の数を発表しているが、平成2年(1990)8,130名だったものが次第に増え、平成15年(2003)には15,001名と倍近くになった。なかには誤飲による急性中毒などもあると考えられるが、年代別にみると20歳代が搬送者の過半数を占めている実態をみると、これらはイッキ飲み、あるいは過度の飲酒によるものがほとんどと考えられる。

こうした状況のなかで民間に「イッキ飲み防止連絡協議会」という団体が生まれた。また大学生協も事態を深刻に受け止め、大学生間に広がったイッキ飲みの防止に乗り出した。酒類業界はこのキャンペーンを積極的に支援してきている。その結果、上述の東京消防庁調査の急性アルコール中毒搬送者数は平成15年の15,001名をピークに下方傾向を示している。もっともイッキ飲み防止連絡協議会の発表データによれば平成12年(2000)から平成18年

(2006)までの死者は10名に達するということであるから、まだイッキ飲みが各地で無くなってはいないことが考えられる。

4. 妊娠中・授乳期の飲酒防止

平成16年(2004)、酒類業界は女性の飲酒率上昇の中で、妊娠中の女性の飲酒が胎児に悪い影響を与えるおそれがあり、また授乳期の幼児にたいしても母乳から悪影響を及ぼす恐れがあるとの知識が若年層に普及していないとして、これらに関する注意表示を酒類容器、広告などに記載することとした。この問題はまだ動き始めてから日も浅く、その効果の測定などはできていないが、たとえば女子学生たちへの講演を行う、あるいはこの問題を自社で制作する啓発のためのパンフレットに取り上げるなどの活動が行われてきている。

5. 適正飲酒の啓発、大量飲酒の防止、疾病予防など

飲酒を適正に、という啓発活動はアルコール健康医学協会が昭和55年(1980)に設立された当初の基本的テーマであったが、これらの活動が協会独自で行われるだけではその効果に限界がある。酒類業界の団体もまたアルコール関連問題として生じた社会的要請に応えた形で、課題に取り組まねばならなかった。両者が連携して活動するということは自然の流れであったといえよう。

酒類業界は、みずから適正飲酒の啓発活動を行うだけでなく、協会の行う啓発活動に協力し、自己の持つ市場へのコミュニケーションチャンネルを通じて、イベント、視聴覚教材、印刷物などを消費者に届けてきた。さらに協会活動にたいし、資金面での協力も重ねてきている。

このように酒類業界のアルコール関連問題への取り組みを概観してみると、ここ30年ほどの間に当初は未成年者飲酒の防止に始まり、そしてさらにイッキ飲みの防止、ついで飲酒運転の防止、女性の妊娠・授乳期の飲酒注意と、だいにその活動の輪を広げていることが読み取れる。

以下、このような大きな動きに沿って個別の各組合、あるいは企業が独自でどのような取り組みをしてきているかを調査した。

[具体的な取り組み・活動の実態]

第1章 「酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準」の制定

個々の実態を取り上げる前に、「酒類業中央団体連絡協議会(酒中連)」が制定した上記の自主基準について説明しておかねばならない。この自主基準が酒類業界の基本的な考え方であり、行動の拠りどころになっているからである。

消費者が商品を知るのは、その広告を見る時と実際にその商品を手にとった時である。この二つの場で商品知識として認識してもらうために、生産者は注意事項を表示する。酒中連はその表示について自主基準を定めており、傘下の組合、企業にその実行を要請してきている。酒中連傘下の企業の多くは小規模経営であり、広報活動に多額の予算を割く余裕はない。

こうしたところでは、広告、容器に商品の持つ特性からくる注意表示を記載することが、アルコール関連問題取り組みの最大の手段となっている。自主基準の内容は次のとおりである。

<広告・宣伝関係の表示基準>

(1)未成年者飲酒防止に関する事項

- ①表示内容は国税庁告示「未成年者の飲酒防止に関する表示基準」に基づくとし、文言は例えば「未成年者の飲酒は法律で禁じられています」、「飲酒は20歳を過ぎてから」、「お酒は20歳になってから」などとする。
- ②適用媒体は新聞、雑誌、ポスター、テレビ、ラジオ、インターネット、消費者向けチラシ(パンフレット類含む)。自主基準文言の大きさは媒体毎に細かく規定されている。字体についても明瞭で判読できるものと規制している。
- ③テレビ、ラジオのスポンサーは、視聴者の50%以上が成人であるという企画で制作された番組で酒類の広告を行う。
- ④未成年者の飲酒を推奨、連想、誘引する表現は行わない。
- ⑤未成年者対象の番組や新聞、雑誌等に広告はしない。