

WHO アルコール政策と酒類業界

サントリー(株)CSR推進本部ARP室 高梨 健

本年5月の世界保健会議（WHO 公式会議）ではアルコール問題が審議され、予防研主宰の樋口・真栄里両先生が政府代表として参加された。そういうタイミングでの研究会ゆえに、標記のテーマで業界の状況を報告する。

WHO（世界保健機関）の役割・位置付けは近年大きく変化していると言える。具体的には伝染病対策中心型から非伝染性疾病対策への拡大ないしシフトであり、我々が学校で習ったWHOのイメージすなわち従来型の開発途上国での疾病対策支援を20世紀型活動と呼ぶとすれば、近年の先進国で注目されている生活習慣病対策は21世紀型と呼べるのではないか。無論、最近年に現れたSARS・鳥インフルエンザなど新型伝染病は各国の発展段階に関わらず大きな脅威となったが、旧来型の伝染病は実質的に途上国に密着したものとなっている。しかし、WHOの活動テーマ・範囲はこうしたアジア・アフリカ諸国を中心とする従来型伝染病対策から、西欧型先進社会で注目を集めつつある健康問題をもカバーするものとなってきたのである。その典型的問題は肥満、喫煙、飲酒などを含めた生活習慣病対策である。地球上では、貧困に根ざす不良衛生環境や食料不足がもたらす死産や乳幼児死亡とHIV感染などが大量に発生している一方で、経済的に恵まれた諸国では食料過多、栄養過多と運動不足による肥満、糖尿病などの非伝染性の生活習慣病が多く見られる、という大きな対極的な問題が進行している。

ここでWHO組織の状況を見ても、加盟国は193カ国という膨大な数におよび、費用的にも2年で5000億円を超える活動規模となっている。その費用の多くは経済先進国の負担に依存するもので、我国も米国の22%に次いで16.6%・第二位の負担をしておりかつ三位以下を大きく凌いでいる点は、誇れるものであろう。また、世界6地域に分かれる組織の中では西太平洋地域に所属し、事務局長は日本から出ている。ジュネーブ本部の事務総長は本年選出された香港出身のChan女史である。女史は、就任挨拶の中で特に女性の保健・健康問題への注力を表明している。

WHOは加盟諸国の合意による政策を進める役割を担うが、さてアルコールに関していうと、加盟諸国の姿勢は大きく三派に分類できる。①積極的規制論を掲げる諸国、②規制には自重的で酒類業界を含む利害関係者の総合的な結集による飲酒の害防止を掲げる諸国、そして③中立的な諸国である。各々の国がアルコールに対しては個別の状況を持つが、規制論派には北欧やロシアなど寒冷地での大量飲酒者問題を抱える諸国やアジア・ラテンアメリカ・アフリカという亜熱帯の密造酒が日常的に蔓延しているという問題を抱える諸国が多く、反対に規制自重論派には欧米型先進諸国や中南米

のアルコール産業への依存度が高い諸国が多いと言える。日本は規制自重派に入れてよいと思われる。この両論では対立する考え方・政策論がハッキリしている。その典型が、酒類広告規制の是非、販売国家管理の是非、罰則的課税の是非・依存症対策での国民的展開か対象を明確にした展開か、そして酒類業界の関与を必要と観るか否か、である。また、積極的規制論者はタバコのように世界一律の消費規制への枠組みを求めるが、自重論者はアルコールが諸国の歴史や生活文化と分かち難い側面を持つ点が無視できないこと、それゆえに世界一律の政策適用にはムリが多く成果を挙げることは至難の技であり現実性を欠く、と主張する。

業界としては、社会的責任（CSR）が重視されつつある昨今の社会動向を踏まえた「自主規制」による問題予防的な活動の仕組みづくりと、アルコール問題に関わる社会の全ての関係者つまり、医療・社会保健・教育・行政・市民 NGO・産業界などを巻き込む仕組みが不可欠であり、それらを保証する自由な言論、自由経済体制の保全を強く訴えて来たとし、今後もそれへの広範な理解と支持を得て行きたい。

日本に限って言うと、WHO 事務局が提示する「アルコール問題防止への理想 10 項目」のうちの多くが実質的に社会に組み込まれており、これに照らすと問題予防へのシステムがある程度整備されている。但し、小売の政府専売・販売可能期日の限定・酒税の重課税については、歴史的な適用事例と効果をみる限り問題への効果のほどは甚だ疑問であり、安易に適用されるべきではないと考えている。

また、アルコールはしばしばタバコと比較されるが、アルコールは人々の健康への影響では医学的に一方的な害をもたらすものではないと判っており、比較の妥当性には強い違和感を持たざるを得ない。

一部の人が持つ誤解を解くためにも酒類業界は様々な活動を展開しており、アルコールが「致福」的な飲用時効果を持ちつつも「依存薬物側面」を持つことを自覚し、誤った飲み方によるネガティブな影響を伝えることや依存症防止への研究支援などにも積極的に取り組んで来たとし、今後もそうでありたいと考えている。適正なアルコール摂取への啓発・自主規制の先進国である外国企業の例では、教材の開発・提供に留まらず、依存症治療や回復への支援活動を行っている例もある。

これらを通じて、我々業界は「適正飲酒社会風土の定着」を目指した活動を続ける所存である。無論これには「飲まないひと・飲まない場合（非飲酒）」の認識・理解も含めた考え方である。業界としては、今後の課題として「マーケティング・広告の自主規制推進」・「業界自主基準の整備」・「第三者による広告審査」などの仕組みを強化し、業界自主規制への評価と信頼を獲得すべく努力を続けていく所存である。この機会に、業界の具体的な活動の一部を紹介すると、「妊産婦飲酒警告表示」、「STOP 未成年者飲酒キャンペーン」、「広告自主規制国際ワークショップ開催」、「飲酒運転警告広告」、「チューハイ果実デザイン規制」などがある。今後も、未成年者飲酒防止は大きなテーマであり、また健康日本 21 でも取り上げられる「大量飲酒・過剰飲酒の防止」も取り組み課題である。最後に、企業独自の取り組み例を紹介して、終わりたい。サントリー社独自の取り組みとしては、新聞でのモデレーション広告シリーズの展開、業界に先駆けた適正飲酒啓発パンフの配布、10 歳～15 歳とその保護者・教育者を対象にした飲酒防止啓発パンフ配布などがある。 以上