

Title	嗜好品ビジネスにおける制度や社会文化への対処：問題学および産業パラダイム論からの考察
Author(s)	藤井, 俊平; 妹尾, 堅一郎; 伊澤, 久美; 宮本, 聡治
Citation	年次学術大会講演要旨集, 36: 861-866
Issue Date	2021-10-30
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/17824
Rights	本著作物は研究・イノベーション学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Research Policy and Innovation Management.
Description	一般講演要旨

嗜好品ビジネスにおける制度や社会文化への対処 ～問題学および産業パラダイム論からの考察～

○藤井俊平, 妹尾堅一郎, 伊澤久美, 宮本聡治 (産学連携推進機構)
shumpei-fujii@nposangaku.org

キーワード: 嗜好品、SDGs、問題学、産業パラダイム、嗜好品ガバナンス、
多様な選択肢の用意と選択自由度の確保、ハードローとソフトロー

1. はじめに

嗜好品ビジネスは、酒やたばこ、茶・紅茶、コーヒーなどに代表されるように、税制や専売制、法度・禁法といった「制度」や、地域文化や宗教、その時代毎の価値観など、ローカルおよびグローバルでの「社会文化」に強く影響を受けながら展開されてきた。近年では SDGs やサーキュラーエコノミー (循環経済) に向けた世界的潮流を受け、嗜好品ビジネスは、健康・社会リスク、原料生産国の貧困や環境破壊、大量廃棄による環境汚染など、様々な側面で問題視され、それらへの対処が迫られている。

本論では、嗜好品ビジネスを「制度」や「社会文化」の側面から検討し、事例を俯瞰的に整理すると共に問題学および産業パラダイム論の観点から考察する。

2. 嗜好品について

嗜好品とは、広辞苑第6版によると「栄養摂取を目的としない、香味や味を楽しむための飲食物」であり、特に「酒」「茶」「コーヒー」「たばこ」は“四大嗜好品”と呼ばれている¹。嗜好品には習慣性があり、多かれ少なかれ「嗜癖」状態になる可能性を孕んでいる。著者らは先行研究において「あらゆるモノやサービスは“嗜好品”化し、事業者は生活者に商品を使い続けてもらうために、自社のモノ・サービスの嗜好品化を試みるが、それが“嗜癖品”化すると問題が生じうる」と論じた²。

本論では四大嗜好品に焦点を絞り、嗜好品ビジネスが「制度」や「社会文化」と歴史的にどのように関わり合い変遷を遂げてきたのか、そして近年の SDGs やサーキュラーエコノミーに向けた世界的潮流にどのように対処しているのかについて整理・考察する。

3. 嗜好品をとりまく制度や社会文化の変遷

本章では、四大嗜好品である「酒」「たばこ」「コーヒー」「茶」を取り巻く制度や社会文化に着目し、その歴史的変遷と近年の動向を俯瞰的に整理する。

3.1. 酒ビジネスをとりまく制度や社会文化

酒は四大嗜好品の中でも最も古くから人々に嗜まれてきた嗜好品とされ、中国では紀元前 9000～7000 年頃から醸造が行われていたとされる²。やがて地域ごとに酒に関連する社会文化が形成され、宗教的な祭事や人々の交流の場などで使われるようになった²。酒を禁止する宗教的な戒律なども登場し、法的にも度々規制の対象となった。例えば、1920 年にアメリカ合衆国で施行された禁酒法では、禁酒運動の高まりを受けて、酒の製造・販売・輸送が全面的に禁止された。しかし、この禁酒法は密造酒や違法酒場の横行、密売に関わるギャングの台頭による治安の悪化を招き、1933 年に廃止された²。

日本では、酒に関する法律のうち、未成年者飲酒禁止法は 1922 年の制定以来、段階的に取り締まりを強化する改正がすすめられている³。飲酒運転に関する道路交通法も 2000 年代以降、凄惨な飲酒運転事故の発生などを背景に罰則が強化されている⁴。2013 年に交付されたアルコール健康障害対策基本法では、アルコール依存症などの心身の健康障害を「アルコール健康障害」、飲酒に関連して起こる飲酒運転などの問題を「アルコール関連問題」と定義し、対策が推進されている⁵。厚生労働省は、生活習慣病のリスクを高める純アルコール摂取量を男性 40g 以上、女性 20g 以上と定め、2021 年の第二期アルコール健康障害対策推進基本計画の中で、アルコール度数だけでなく含有量の容器記載を事業者に求めている⁶。なお日本では酒税法上、アルコール分が 1%未満の飲料は清涼飲料水として扱われ、このうち酒類に味を似せた飲料は「ノンアルコール飲料」と呼ばれる³。

こうした酒の健康・社会リスクへの懸念は世界的な潮流であり、2010 年に WHO は「アルコールの有害な使用を低減するための世界戦略」を採択している⁵。さらに 2015 年、国連サミットで採択された

持続可能な開発目標（SDGs）の目標3「すべての人に健康と福祉を」には、「薬物乱用やアルコールの有害な摂取を含む、物質乱用の防止・治療を強化する」「2030年までに、飲酒などの生活習慣が原因の非感染症疾患による早期死亡を、予防や治療を通じて3分の1減少させ、精神保健および福祉を促進する」と明記され、世界的に飲酒を規制する動きは高まっている⁷。

なお、世界の年間アルコール消費総量は、2017年時点で約357億リットルあり、大量生産・大量消費に伴う大量の原料絞り粕や廃棄酒が発生している⁸。日本国内ではこうした廃棄物について循環経済社会構築の観点から再資源化を推進するよう、官省庁が酒類業界団体を通じて働きかけている⁹。

3.2. たばこビジネスをとりまく制度や社会文化

たばこの起源は中央アメリカであり、大航海時代以降世界に伝播し、嗅ぎたばこ、パイプ、葉巻、紙巻きたばこ、各地域・時代で多様なたばこが普及していった。19世紀末に巻き上げ機が発明されてからは、紙巻たばこが、世界中で大量生産・大量消費されるようになった²。

1960年代になると、欧米を中心にたばこの健康リスクが懸念されるようになり、2005年にはWHO加盟国による「たばこ規制枠組条約」に準じた規制がはじまり、広告や販売促進の禁止、包装への警告表示などが求められるようになった¹⁰。副流煙の健康リスクも懸念され、日本では「健康増進法」に受動喫煙の防止が明示された。受動喫煙防止策は、東京オリンピック・パラリンピックが開催予定であった2020年に向けて強化され、学校や病院、行政機関の敷地、飲食店や職場の屋内などは原則禁煙となった。SDGsの目標3「すべての人に健康と福祉を」には「全ての国々においてたばこの規制に関する世界保健機関枠組条約の実施を適宜強化する」と明記され、規制の動きは年々高まっている⁷。

なお、2012年の調査では、世界におけるたばこの消費量は年間約6兆本あるとされ、このうち4.5兆本程度が吸い殻として海洋などの自然環境へと廃棄されており問題視されている¹¹。

3.3. コーヒービジネスおよび茶ビジネスをとりまく制度や社会文化

コーヒーの起源は南アフリカにあるとされ、アラビア半島で煮出して飲料とするようになったのが原型とされている。やがてコーヒーはイスラム全土へと広まり、14世紀に焙煎したコーヒーが開発されると、17世紀にはヨーロッパに広がった²。茶の起源には諸説あるが、中国の雲南省地域で食用とされていたものが、前漢時代から飲用されるようになったとされる。16-17世紀以降、西欧でも茶を嗜む文化が広まると、やがて発酵茶である紅茶が普及するようになった²。

欧米諸国は、世界各地で植民地支配を展開して以降、熱帯・亜熱帯地域の広大な農地に資本を投入し、現地の先住民や奴隷などの安価な労働力を用いて、コーヒーや茶など、自国で嗜好品となる農作物を栽培する「プランテーション農業」を行なった。現在もブラジルではコーヒーが、インドのアッサムや、スリランカ（旧セイロン）では茶が現地の主要な農産物となっている¹。プランテーション農業は、買い手となる国々が安価に生産物を輸入できる構造をもたらしたが、他方で、不安定な政治・経済の問題、低賃金・児童労働などの労働問題、森林破壊などの環境問題など、生産国に様々な問題をもたらした。

SDGsの目標8「働きがいも経済成長も」には、児童労働の撲滅や、労働者の権利保護が、目標12「つくる責任、つかう責任」には、開発途上国に対し持続可能な生産形態を支援することがターゲットとして明記されており、途上国から搾取するようなプランテーション農業は問題視されている⁷。

こうした状況を受け、原料生産国における労働環境や自然環境を守るための国際認証制度が登場しており、代表的なものに「国際フェアトレード認証」や「レインフォレスト・アライアンス認証」がある。フェアトレードとは、開発途上国の生産物を適正な価格で購入することで、生産者や労働者の生活改善と自立を目指す公平・公正な「貿易の仕組み」を指す。国際フェアトレード認証は、原料が完成品となるまでの各工程でフェアトレードの基準が守られていることを証明する制度である。レインフォレスト・アライアンス認証は、生物多様性や気候変動に悪影響を及ぼす木材生産、農地拡大、牧場経営等に歯止めをかけることを目的として開始された認証制度である¹²。

なお、世界におけるコーヒー、茶の年間生産量は、それぞれ推計1000万、590万トンであり^{13,14}、大量のコーヒーかすや茶殻などの廃棄物に関しても、資源循環の観点から再資源化が求められている。

4. 近年の制度や社会文化の変化に対処した嗜好品ビジネスの事例

本章では、近年の制度や社会文化の変化に対処した四大嗜好品ビジネスの事例を俯瞰する。

4.1. 酒ビジネスにおける対処

酒に含まれるアルコールには習慣性がある。日本国内では飲酒運転の厳罰化に伴い、酒類メーカー各社はノンアルコール飲料の開発に注力するようになった。2007年以降、飲酒運転への罰則がさらに重くなると、麒麟麦酒(株)はアルコールが0.00%の「キリンフリー」を発売した。このヒットを受け、酒類

メーカー各社は続々とアルコール 0.00%飲料の販売を開始した。なおこれらの商品には、飲酒への誘因の恐れがあるとして、20 歳以上の成人に向けた製品である旨が容器に表記されている。近年、アサヒグループホールディングス(株)は、アルコール度数 3.5%未満の低アルコール飲料やノンアルコール飲料の販売量構成比を 2020 年時点の 6%から 2025 年までに 20%まで上げることを目標に掲げている¹⁵。また酒類メーカー各社は、自社のウェブサイトや商品にアルコール含有量を表示する取り組みを始めている。

世界的にも酒類メーカーは連携して不適切な飲酒への対処を強化している。2013 年には世界のアルコール飲料の 74%の売り上げを占める企業 11 社が連盟して IARD（責任ある飲酒国際連盟：The International Alliance for Responsible Drinking）を創設し、未成年者飲酒や飲酒運転の防止、責任ある製造に関する情報開示などに取り組んでいる¹⁶。また、同連盟の報告書には、アサヒグループホールディングス(株)による製造過程で発生する副産物・廃棄物の 100%再資源化の取り組みなど、環境保護にする事例も取り上げられている。酒粕や廃棄酒の再資源化については、ベンチャー企業も参入しており、エシカル・スピリッツ(株)は酒粕や余剰酒を蒸留し、ジンなどに再製造する事業を行っている¹⁷。

4.2. たばこビジネスにおける対処

たばこに含まれるニコチンには習慣性がある。ニコチンの健康リスクは少なくないとはいえ、喫煙関連疾患の主な要因はむしろ、たばこ葉が燃焼するときが発生する「タール」とされる。フィリップ・モリス社は、たばこ葉の燃焼を伴わない「iQOS」という、加熱式たばこと呼ばれるカテゴリーの商品を 2014 年以降販売している。このヒットを受けて日本たばこ産業(株)やブリティッシュ・アメリカン・タバコ社は、次々に加熱式たばこを上市しており、2020 年時点で加熱式たばこ市場は、国内たばこ市場の 26%を占めるまで成長している¹⁸。また、インペリアル・ブランズ社は、タール・ニコチンを共に含まない製品「myblu」を 2018 年から販売を開始している。これはベイプと呼ばれる、リキッドを加熱してそのフレーバーを楽しむカテゴリーの商品である（2021 年 6 月に販売を中止）。なお、フィリップ・モリス社は 2021 年に、10 年以内に日本国内の紙巻たばこの販売から撤退する方針を示している¹⁹。

日本では、改正健康増進法により屋内喫煙が原則禁止になったことをきっかけに、たばこメーカーは、飲食をしながら加熱式たばこを嗜める専用室の設置の支援を始めている。また公共喫煙所に関しても煙やにおいに配慮した喫煙所の整備をすすめ、加熱式たばこ専用喫煙所の設置等を行っている²⁰。

なお、フィルターを含むたばこの吸い殻の再資源化の取り組みとして、サンタフェナチュラルタバコ社とテラサイクル社が共同して、灰やタバコ葉は肥料に、フィルターなどはプラスチック製品へリサイクルする取り組みを行っている²¹。

4.3. コーヒービジネスおよび茶ビジネスにおける対処

コーヒーや茶に含まれるカフェインには習慣性がある。コーヒーや茶のビジネスでは、植民地時代の残滓である原料生産国の搾取構造の問題に対して、近年、国際認証をとる事業者が増えている。国内では、味の素 AGF(株)、小川珈琲(株)、スターバックスコーヒージャパン(株)、その他コーヒー豆や茶を扱う商社など多くの事業者が「国際フェアトレード認証」を取得している²²。また UCC 上島珈琲(株)やキリンホールディングス(株)などの企業が「レインフォレスト・アライアンス認証」を取得している²³。

また、「コーヒーかす」や「茶殻」といった廃棄物の再資源化についても多様な試みがなされている。いずれも飼料や堆肥へと再利用されるのが一般的であるが、エコアルフジャパン社はコーヒーかすを原料とした衣料などの製造を行っている²⁴。(株)伊藤園は、茶殻を建材、樹脂、段ボールなどの原料に用いる「茶殻リサイクルシステム」を 2000 年から開始している²⁵。

5. 考察①：問題学の観点からの考察

妹尾は問題学において、「“そうあるべき、あるいはより好ましいと考えられる状態や基準”と“現実状態”との間の乖離・齟齬・不均衡“を『問題』とし、その間を埋める行為を『問題解決』とする考え方”を「問題解決の古典的定義」と呼んでいる。そして、現実には“あるべき状態”は問題を認識する主体によって異なること、またその乖離（問題状況）を埋める対処には、「解決」に加え、「改善」「放置」「容認」「妥協」「解消」の 6 つのパターンがあることを指摘している（図 1）²⁶。本章では、ここまで紹介した酒、たばこ、コーヒーおよび茶に関するビジネスの事例について、「事業者」や「生活者（消費者）」、そして制度をつくる国や国連などの「制度設計者」のそれぞれの視座に基づき、どのように問題状況を捉え対処を行ったのか、問題学の観点から考察を行う。

5.1. 酒ビジネスにおける問題状況への対処

酒ビジネスを禁止したかつてのアメリカの禁酒法は、密造酒の横行や治安悪化などの新たな問題状況を招いた。このことは、政府の制度設計の意図通りに実態を動かすことが困難であることを示している。そして政府は禁酒法を撤廃し、妹尾が指摘するように「容認」の対処をとっている²⁶。

現在では日本やアメリカなどの国々において制度設計者である政府は、アルコールによる健康リスクや、飲酒運転などの社会リスクに対する懸念が高まる中、あるべき社会の姿を“飲酒は許容しつつも、健康・社会リスクができる限り低減された社会”として捉えて、年々規制を強めるという「改善」的対応をとっているとみることができる。多くの事業者から見ればあるべき姿は“生活者や社会に健康・社会リスクをできる限り負わずに、酒類を生活者へ提供できる状況”と捉えているといえるだろう。しかし現実として、アルコールを含む飲料を提供する限り、健康・社会リスクの管理責任は生活者に負わせることになる。そこで各事業者は、「生活者が自身のリスクを評価・管理できるように、必要な情報を伝えつつ酒を提供する」「アルコール含有量が少ない酒類を提供する」といった、生活者の健康・社会リスクを直接的・間接的に軽減する「改善」的対応をとっている。また「酒ではないノンアルコール飲料の提供」は、事業者があるべき姿を“酒を提供している状況”から“酒風味の飲料を提供している状況”と捉えなおした「妥協」の対処といえよう。生活者にとってのあるべき姿には様々なものが考えられるが、多くの生活者にとっては“健康・社会リスクをできる限り抑えつつ飲酒を楽しめる状況”と捉えられる。だが実際には、飲酒をする限り健康・社会リスクをゼロにすることはできない。こうした問題状況で多くの生活者は、事業者によって提供される情報や多様な商品により、低アルコールビールを選んだり、摂取するアルコール量を把握・節制したりすることで、リスクを評価・管理しながら飲酒を楽しむ「改善」の対処をとっていることになる。あるいはノンアルコール市場が拡大していることからわかるように、“酒でなくとも酒風味の飲料を楽しめる状況”とあるべき姿を捉えなおして、「ノンアルコール飲料」を選択する「妥協」の対処をとる生活者もいる。

5.2. たばこビジネスにおける問題状況への対処

たばこにおいても酒と同様、制度設計者の視座からみると、一律に禁止するのではなく、あるべき姿を“一定の規制の下で使用される状況”と置き、規制を重ねることで「改善」の対処を行っているといえることができる。なお、たばこがもたらす問題状況の特徴は、副流煙による使用者のまわりの生活者の健康リスクも懸念されていることであり、この点に関する制度的な取り締まりは年々強化されている。他方、たばこ事業者はあるべき姿を“生活者や社会に健康・社会リスクをできる限り負わずに、たばこを生活者へ提供できる状況”と捉え、加熱式たばこやパイプなど、使用者および周囲の人々の健康リスクが低いとされる商品を提供したり、分煙環境を整備したりするなどして、酒ビジネスと同じく「改善」や「妥協」の対処をとっている。そしてたばこを嗜む多くの生活者にとってあるべき姿は、“自身および周囲の人が健康・社会リスクをできる限り負わずに、たばこを吸える状況”となってきた。使用者は加熱式たばこを選択することで、従来の紙巻たばこ程の満足感が得られなくとも、自身や周囲の生活者に対する健康リスクを減らすことを選択できる。あるいはパイプのようなたばこ様の製品を選択することもできる。

5.3. コーヒーおよび茶ビジネスにおける問題状況への対処

コーヒー豆や茶葉などの嗜好品原料を生産している開発途上国が抱えている問題は、植民地時代においては問題状況として捉えられていなかった。やがて国連等が問題として認識し、この問題状況の「解決」に向けてSDGs等の制度的な対処を行い始めているとみることができる。そして事業者は現状の“原料生産国を搾取している状態”に対して、あるべき姿を“原料生産国に、貧困や環境破壊をもたらさずにコーヒーや茶葉を調達できる状況”と捉え、国際認証の基準に準じたビジネスを行うことで「解決」を誘導する対処をしているとみることができる。そして多くの生活者は、あるべき姿を“途上国に不当な負担を強いずにコーヒー・茶製品を楽しむ状況”と捉え、認証マークがある製品を購入するなどして

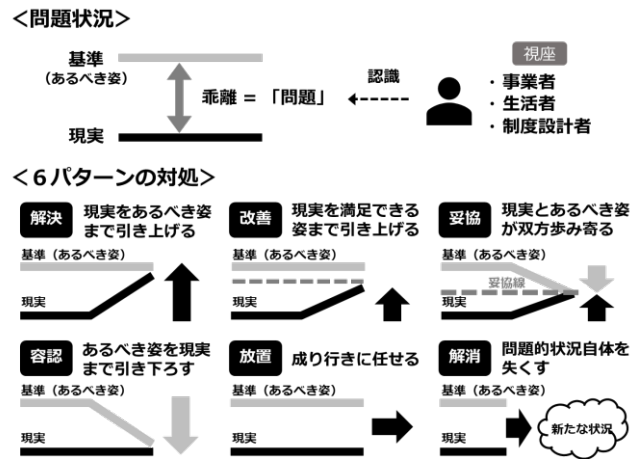


図1：問題状況と6パターンの対処 (妹尾2016を修正)

「解決」に向けた対処を行っているといえる。

5.4. 問題学の観点からみた嗜好品ビジネス

以上、四大嗜好品ビジネスを取り巻く問題状況は、大きくわけて「健康・社会リスク」と「原料生産国の劣悪な労働環境や自然破壊」の二者である。主に前者は酒・たばこビジネスにかかることであり、後者は茶・コーヒービジネスにかかることである。

コーヒー・茶ビジネスにおいては、制度設計者、事業者、生活者の視座のいずれからにおいても、原料生産国における問題状況に対して、あるべき姿が明確な目標として設定され、「解決」に向けた対処が行われている状況といえる。他方、酒やたばこビジネスでは、制度設計者は健康・社会リスクを軽減するための制度を模索しながら「改善」を重ね、かたや事業者は、生活者にむけてリスクを低減するための情報や商品を提供することで「改善」や「妥協」の対処を模索している。これらの対処の基本は、生活者への「多様な選択肢の用意と選択自由度の確保」であり²⁷、生活者はこれに応じて自ら対処を行っている。つまり酒やたばこビジネスの健康・社会リスクにかかる問題状況への対処は、三者が明確な目標を持って「解決」志向で対処しているのではなく、それぞれが許容できる健康・社会リスクを模索し、「改善」や「妥協」の対処を繰り返しているといえることができる。今後 SDGs やサーキュラーエコノミーの潮流で制度設計者が描く“あるべき姿”が加速的に変わる中、生活者のあるべき姿と現実の乖離は急速かつ多様に変化し、事業者はさらなる対処を迫られることになるだろう。

また、たばこ・酒に限らず、先行研究において論じたように、あらゆるモノ・コトは嗜好の対象となる²⁸。そして、そのビジネスは常にロックインを導く“嗜癖性”を求め、健康・社会リスクをもたらさう²⁹。その時、ある制約下における「多様な選択肢の用意と選択自由度の確保」が、嗜好品ビジネスに求められる一つの目安になるだろう。

6. 考察②：産業パラダイム論からの考察

妹尾らは、「産業パラダイムは技術・制度・社会文化により構成され、これら三要素が相互に関係することでパラダイムシフトが起こる」と議論している^{28,29}。ここでは、前章の事例について「技術」「制度」「社会文化」がどのように関与してきたのか整理・考察する。

6.1. 酒ビジネスにかかる産業パラダイム

酒に対する制度的な取り締まりは、世界的に強化される傾向にあり、これは健康・社会リスクへの対処を求める「社会文化」からの要請に答えたものといえる。ノンアルコール飲料や低アルコール飲料は、こうした「制度」による規制強化に事業者が「技術」によって対処した事例といえる。こうした商品の市場規模は年々上昇しており、酒ビジネスにおける産業パラダイムは、近年の社会文化の潮流を受けた制度的な制約を、技術によって乗り越えながら、着実に変化しているといえよう。

6.2. たばこビジネスにかかる産業パラダイム

たばこも酒同様、禁止ではなく規制を強める形で「制度」が形成されてきたといえよう。こうした中登場した「加熱式たばこ」は、健康・社会リスクへの対処を求める「社会文化」の要請に、新カテゴリーのたばこ開発という「技術」によって応えたといえる。また、飲食店や公共喫煙所における加熱式たばこ専用の喫煙環境の整備など、「制度」からもその普及を促進している側面もみてとれる。近年の加熱式たばこ市場の急拡大は、たばこビジネスにかかる産業パラダイムの大変容を表しているといえよう。

6.3. コーヒーおよび茶ビジネスにかかる産業パラダイム

コーヒーおよび茶ビジネスにおいては、使用を規制するような制度は歴史的にもほとんどない。SDGs や近年のサーキュラーエコノミーの潮流の背景にある価値観に呼応して「制度」が対応し、事業者はフェアトレード認証やレインフォレスト・アライアンス認証などの「ソフトロー」を活用しながら、原料生産国における問題に本格的な対処するようになった。これは「社会文化」からの要請に答える形で、「制度」（多くはソフトロー）が生まれ、コーヒー・茶ビジネスはこれらに応じることで、原料生産国の貧困や環境破壊といった問題に対処しているといえる。

6.4. 産業パラダイム論からみた嗜好品ビジネス

以上、四大嗜好品ビジネスにおいて事業者は、人々の健康や生活、及び自然環境の持続性を求める「社会文化」を起点とし、健康・社会リスクの低い製品を開発するなどの「技術」を活用した対処や、国際認証などの「制度」を活用した対処を行っていることがわかる。また、4章でみてきたように、いずれの嗜好品ビジネスにおいても、資源循環への社会的な要請に応じ、生産や使用からの廃棄物を再資源化する技術が生まれてきている。これは、SDGs やサーキュラーエコノミーといった社会的正義へ人々の価値観が移行する潮流を背景に、付度的損得勘定であったとしても、あらゆるビジネスにおいて求め

られていることでもある³⁰。

嗜好品は古くから、それぞれの国や地域で社会文化そのものを形成してきた歴史がある。だが、近年のSDGsやサーキュラーエコノミーの潮流の中で、嗜好品のビジネスをとりまく産業パラダイムは大きく変容し、事業の在り方に変容を迫られている。嗜好品は基本的に必需品ではない。そこで、こうした社会的潮流に対処できないと、近年の先進国における紙巻たばこのように、社会から“不必要なもの”さらには“有害なもの”として糾弾を受ける。持続可能なかたちで事業・産業を成立させるために、今後嗜好品ビジネスはより一層「制度」や「社会文化」の変化に対処が迫られるだろう。

では、その対処の方向性はどのようなものだろうか。おそらく、第一に「技術的」には、より生理的ダメージと心理的ダメージを削減する方向で社会的ダメージに至らない製品開発に向かう技術が求められると考えられる。第二に「制度的」にはハードロー的（法律による制約）とソフトロー的（標準と認定・認証、ガイドライン等）の相互補完的対応、第三に「社会文化的」には事業者と生活者の双方に関する実効性のある啓発が求められると考えられる。これらを相互に関連付ける「嗜好品ガバナンス」が求められる時代になってきたのである。

7. むすび

本論では、現在までにいたる四大嗜好品のビジネスに関わる制度や社会文化を俯瞰し、それに対して嗜好品ビジネスがどのように対処してきたのかを整理し、問題学、産業パラダイムの観点から考察を行った。その結果、我々は、新たな「嗜好品ガバナンス」を検討する必要性を感じるに至った。今後は、この切り口からさらに調査研究を進めていくこととしたい。

参考文献（Webサイトについては最終アクセス日 2021 年 9 月 1 日）

- 1 高田公理／嗜好品文化研究会 編「嗜好品文化を学ぶ人のために」（2008）
- 2 藤井俊平、妹尾堅一郎、伊澤久美、宮本聡治「あらゆるモノとサービスは嗜好品化する～嗜癖ビジネスに関する一考察～」研究イノベーション学会（2020）
- 3 厚生労働省 ヘルスネット <https://www.e-healthnet.mhlw.go.jp/information/dictionary/alcohol/>
- 4 警察庁「みんなで守る『飲酒運転を絶対にしない、させない』」 <https://www.npa.go.jp/bureau/traffic/insyu/info.html>
- 5 厚生労働省「アルコール障害対策基本計画」（2016）
https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-12200000-Shakaiengokyokushougaihokenfukushibu/keikaku_1.pdf
- 6 厚生労働省「アルコール健康障害対策推進基本計画（第2期について）」 <https://www.mhlw.go.jp/content/12601000/000768754.pdf>
- 7 SDGs（持続可能な開発目標）17の目標&169ターゲット個別解説 <https://imacocollabo.or.jp/about-sdgs/17goals/>
- 8 Sustainable Japan「世界のアルコール消費量、東南アジアや西太平洋の中低所得国で急増」
<https://sustainablejapan.jp/2019/06/07/alcohol-consumption/40058>
- 9 国税庁「酒レポート」（平成30年3月） <https://www.nta.go.jp/taxes/sake/shiori-gaikyo/shiori/2018/pdf/000.pdf>
- 10 外務省「たばこの規制に関する世界保健機関枠組条約」 <https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/who/ftct.html>
- 11 Curr Environ Health Rep. Tobacco Product Waste: An Environmental Approach to Reduce Tobacco Consumption (2014)
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4129234/>
- 12 TOKEN Express「他企業と差をつける！SDGsの認証制度6選」 <https://token-express.com/magazine/sdgs-certifications/>
- 13 AGF株式会社 HP「世界と日本のコーヒー豆事情」 <https://www.agf.co.jp/enjoy/cyclopedia/zatugaku/circumstances.html>
- 14 食品産業新聞社 ニュース Web (2019) <https://www.ssnp.co.jp/news/beverage/2019/10/2019-1025-1031-14.html>
- 15 FOOD navigator-asia.com「ノンアルコール、低アルコールの拡大：アサヒ、2025年までに低アルコール製品販売を3倍にする最中、『ピアリー』を発売」（2021） <https://www.foodnavigator-asia.com/Article/2021/02/23/2025-3>
- 16 Sustainable BRANDS「世界のビール大手など11社、SDGs達成の取り組みを強化」
https://www.sustainablebrands.jp/community/column/detail/1190601_2557.html
- 17 エシカル・スピリッツ株式会社ウェブサイト <https://ethicalspirits.jp/>
- 18 日本経済新聞（2020年8月31日記事） <https://www.nikkei.com/article/DGXMZO63239450R30C20A8XQH000/>
- 19 日経電子版「たばこ大手米PMIトップ、加熱式普及『政府と対話』」（2021年8月27日 有料会員限定記事）
- 20 フィリップ・モリス社 Web サイト「サステナビリティ・レポート」 <https://www.pmi.com/markets/japan/ja/sustainability>
- 21 Terracycle「Cigarette Waste Recycling Program」 <https://www.terracycle.com/en-US/brigades/cigarette-waste-recycling>
- 22 国際フェアトレード認証 認証・登録組織一覧 https://www.fairtrade-jp.org/license/files/Trader%20List_2021.05.11.pdf
- 23 RAINFOREST ALLIANCE ウェブサイト「認証製品を探そう」 <https://www.rainforest-alliance.org/ja/find-certified/>
- 24 ECOALF ウェブサイト <https://ecoalf.jp/>
- 25 伊藤園ウェブサイト「茶殻リサイクルシステムとは？」 https://www.itoen.co.jp/ochagara_recycle/about/index.html
- 26 妹尾堅一郎「問題学原論のための序説ノート」、金安・加藤編著『時空間の視座』（財）地域開発研究所（2016）
- 27 妹尾堅一郎「『サービス・ホスピタリティビジネス』検討に役立つ概念群」、『ていくおふ』No141、ANA総合研究所、（2016）
- 28 妹尾堅一郎「情報社会における知的財産」、妹尾・生越編著『社会と知的財産』、放送大学教育振興会（2008）
- 29 妹尾堅一郎「技術・制度・社会文化による産業パラダイムの大変容」、『Re』2019.10 No.204、一般社団法人建築保全センター（2019）
- 30 妹尾堅一郎「技術起点型から社会文化起点型へ～サーキュラーエコノミーによるイノベーション起点の重点移行～」知財学会（2019）