vinetur

ラトビア保健省、飲酒・購入可能年齢を20歳に引き上げる案

酒類広告とガソリンスタンドでの販売を禁止する包括案。大半の変更は2028年に施行予定

2026年11月20日（金）



ラトビア保健省は、新たな規制案として、酒類の購入・飲酒が認められる最低年齢を20歳に引き上げることや、酒類広告の禁止、ガソリンスタンドでの酒類販売の停止を提案した。案は現在、関係機関による検討に付されている。

同省は11月19日（木）、関係機関との協議に向けて計画案を提出した。協議は12月2日まで行われる予定で、提案の実施には政府の承認が必要となる。

同省の報告書によると、主な変更は2028年1月1日に施行される予定。すべての酒類について、購入および飲酒の法定最低年齢を18歳から20歳に引き上げるほか、18歳と19歳の人が個人使用目的で酒

類を所持することも禁じる。同省はさらに、他者がこの年齢層に飲酒をさせたり、酒類を提供したりすることも禁止したい考えだ。ただし、監督者が同席する職業教育プログラムの実習は例外とする。

同省は、蒸留酒だけを対象に年齢制限を引き上げるのではなく、すべての酒類に一律で20歳の最低年齢を設ける方針を支持している。この年齢層ではビール、ワイン、シードルも広く飲まれていると指摘し、健康リスクは飲料のアルコール度数だけでなく、摂取するエタノールの総量、飲酒頻度、飲酒パターンにも左右されると説明した。

この報告書は、年齢制限の引き上げを求めた「21歳からの酒類」と題する市民請願にも一部対応している。同省によれば、欧州連合（EU）加盟国に、酒類購入の最低年齢を一律21歳としている国はない。年齢確認の強化、価格対策、予防策、酒類の入手しやすさや販促に対する規制強化と組み合わせるなら、ラトビアでは一律20歳とするのがより適切だと結論づけた。

提案は年齢制限にとどまらない。同省は、あらゆるチャネルでのブランド広告を含む酒類広告の全面禁止を求める一方、販売促進に関する現行規制は維持する方針だ。部分的な規制では、スポンサー活動やデジタルマーケティング、その他の情報発信を通じて酒類ブランドが目に触れる余地が残ると説明した。

この規制案では、スポンサー情報が酒類、酒類ブランド、または飲酒に言及する場合、エンターテインメントやスポーツイベントへの協賛も禁止する。これに伴い、ラトビアの電子メディア法を改正する必要があると同省は述べた。

別の措置として、ガソリンスタンドの敷地内、または同スタンドと機能的につながりのある近隣施設での小売酒類販売を禁止する。同省はまた、比例性と実効性を重視した方法で、店舗内の酒類の目立ちやすさを抑える新たな規則も求めている。

生産者や販売業者にとって、提案が採択されれば、広告の選択肢や一部の小売販売チャネルが減り、ビール、ワイン、蒸留酒市場全体で商業活動の条件が厳しくなる可能性がある。同省の報告書は、特に低価格帯の酒類を対象とした価格対策など、さらなる措置の可能性にも言及している。

さらに同省は、2029年1月1日から酒類の包装に新たな表示要件を設けることを提案している。酒類が健康に及ぼす有害な影響やがんのリスクについての警告に加え、妊娠中や運転中の飲酒を控えるよう促す警告の表示を義務づける内容だ。報告書は原材料や栄養成分に関する追加情報の表示も求めているが、ワイン製品や小規模酒類生産者には一部適用除外を設けるべきだとしている。表示の変更には、欧州委員会との調整も必要となる。

同省の報告書は、2025年8月1日に施行された酒類規制についても検証している。同日以降、ラトビアでは持ち帰り用の酒類を月曜から土曜は午前10時から午後8時まで、日曜は午前10時から午後6時まで販売できる。オンライン販売などの遠隔販売では、注文から6時間が経過する前の配達は禁止され、配達も販売可能時間内に行わなければならない。同時に導入された規則では、価格や割引の広告に加え、複数の販売促進手法も制限された。

これらの措置を検証した同省は、現行規制を維持し、引き続き評価するべきだと述べた。報告書にはWHO欧州地域事務局の分析も盛り込まれている。それによると、2025年8月1日以降の5カ月間に、アルコール使用に直接起因する死因による死亡率は、従来の傾向が続いた場合に予想された水準よ

り27％低かった。

一方、報告書は、飲酒、疾病、負傷、死亡に対する規制の長期的影響について確かな結論を出すには、観察期間がまだ短すぎるとしている。また、入手可能なデータでは、規制の影響を他の要因から完全に切り分けることはできないとも指摘した。

同省の経済評価によると、2025年8月から2026年3月までにラトビアで消費に回された酒類とビールの数量は、前年同期を6.6％下回った。ただし、この減少は直近の規制が施行される前から始まっており、市場には物品税の変更、インフレ、消費者の購買力、その他の経済状況も影響していたという。そのため、販売減少を酒類規制だけに帰することはできないと報告書は述べている。

報告書によると、酒類とビールからの物品税収入は、比較対象となる前年同期とおおむね同水準を維持した。販売数量の減少を税率引き上げが相殺したためだ。

経済的影響は市場全体に一様に及んだわけではない。同省によると、報告書は一部の専門小売業者、遠隔販売事業者、地方の小規模店舗への影響がより大きかったと指摘した一方、小売業全体のデータからは、セクター全体に一律の減少は確認されなかった。

報告書はまた、規制施行後、ラトビアでは酒類価格が下落した一方、リトアニアとエストニアでは上昇したとしている。これを踏まえ同省は、特に安価な酒類の入手を抑えるため、追加の価格対策を検討するよう勧告した。

規制当局は、既存ルールの執行や解釈にも問題があると報告した。同省によると、監視では酒類の割引広告、ハッピーアワーやセット販売の実施、オンライン販売における法定販売時間の違反、違法な流通経路などが確認された。このため、特に遠隔販売における義務的な6時間の待機期間が守られているかを確認するなど、監督を強化する案を示した。

保健省は、経済省と財務省からの情報を用い、WHO欧州地域事務局およびラトビア疾病予防・管理センターと協力して報告書を作成したと述べた。12月2日に協議期間が終了した後、提案は政府に提出され、検討される予定だ。