ポーランド大統領府、酒類広告規制と夜間販売制限を検討

当局者によると、ポーランドの状況に厳格な規則が適しているか判断する前に、海外の事例を調査し、専門家と協議している

2026年11月23日（月）



ポーランド大統領府は、酒類広告を禁止し、夜間の酒類販売を制限する案を検討している。承認されれば、国内全域でビール、ワイン、蒸留酒の販売と販売促進に関する規則が厳格化される可能性がある。

11月23日（月）、レシキェヴィチ大臣は朝の番組「TOK FM」のインタビューで、大統領府は決定に先立ち、これらの措置の可能性を分析していると述べた。大統領府官房が公表した情報によると、検討では、同様の制限が他国で効果を上げているか、またポーランドの状況にどう適合させられるかに焦点が当てられている。

この案は、過度の飲酒に関連する被害の軽減を目的としている。大統領府は、公衆衛生を守り、アルコール乱用に伴う社会問題や公共の安全に関わる問題を、とりわけ深夜の時間帯に減らすための、より広範な取り組みの一環として制限を検討していると述べた。

レシキェヴィチ氏は、禁止や販売制限の範囲と詳細を決めるうえで、専門家および一般市民との協議が重要な役割を果たすと述べた。この発言からは、大統領府が措置を自動的に導入するのではなく、実施に進むかどうかを決める前に、予想される影響を検討していることがうかがえる。

当局者の発言によれば、特に注目されているのは二つの分野だ。一つは広告で、より広範な禁止措置が導入されれば、酒類メーカーや小売業者が消費者に働きかける方法が変わる。もう一つは夜間の小売販売で、販売時間の制限は、暗くなってから酒類を扱うコンビニエンスストア、スーパーマーケット、ガソリンスタンドなどの店舗に影響する可能性がある。

酒類業界にとって、影響は小さくない。全国的な酒類広告の制限は、ビール、ワイン、蒸留酒の各メーカーのマーケティング戦略を変える可能性があり、夜間販売の制限は大規模な消費市場全体の販売動向を変える可能性がある。影響の大きさは、禁止の範囲や対象製品、例外が認められるかどうかによって左右される。

大統領府は、この議論を最終決定ではなく政策の見直しとして位置づけている。公表された発言では、海外の事例に基づく検討と、規制をポーランドの実情に合わせることが重視されている。当局が公衆衛生上の根拠だけでなく、規則が実際にどのように機能するかも見極めようとしていることを示している。

酒類規制は、保健政策、事業活動、消費者の入手しやすさ、公共の秩序など、複数の利害が同時に関わるため、政治的に扱いの難しい問題だ。専門家との協議や比較分析を軸に据えることで、大統領府は、次の決定に向けて説明可能な根拠を整えようとしていることを示している。

レシキェヴィチ氏の発言からは、ポーランドでの議論が飲酒そのものだけでなく、深夜の入手しやすさや商業的な販促など、多量飲酒を促す可能性のある状況にも焦点を当てていることが分かる。今回の検討は、依存症や暴力など、アルコールに関連する被害への対策として、各国政府が酒類マーケティングや入手を制限する手段を検討してきた、より広範な欧州の動きの中に位置づけられる。

TOK FMへの出演後に公表された発言では最終決定は示されなかったが、大統領府は、提案が引き続き検討対象であり、署名に関する決定を行う前に審査中であることを明らかにした。決定が下されるまでは、ポーランドの酒類メーカー、小売業者、広告関係者は、制限がどこまで及ぶのかを注視するとみられる。