

媒体	アメリカ(各州ごとに若干異なる)	日本
TV・ラジオ広告	TV、ラジオともウイスキーやスピリッツなどの蒸留酒の広告は全面禁止。 アルコール24%未満のお酒に限り、ビール・ワイン等は条件に適した場合に限り許可。 但し、タレントが飲んでいるシーンや、注ぐ音など飲酒をそそるような音響効果も禁止。	規制なし
新聞・雑誌広告	事前承認制といって、掲載する広告を事前にチェックするなどの表現規制が厳しい。	規制なし
酒類の屋外広告	教会・学校付近などでは禁止または規制。 メーカーから小売店へ配布されるポスターやチラシその他販促物を禁止している州もある。	規制なし

図 4.6 長医師資料 (28頁)

## 第2節 機器製造事業者

機器製造事業者として、①アルコール・インターロック装置を販売しているアルコール検知器販売事業者に対し、アルコール・インターロック装置の可能性について、②アルコール・インターロック装置を取付ける対象である自動車製造事業者に対し、アルコール・インターロック装置の車両への取付に係る課題について聴取したところ、以下の通りであった。

### (1) アルコール検知器メーカー

(アルコール・インターロック装置の活用法等)

アルコール検知器メーカーとして、東海電子株式会社の杉本哲也専務取締役から、以下の通り聴取した。

- 常習飲酒運転者対策におけるアルコール検知器メーカーの役割は、高信頼性の検知器、司法に耐える検知器及びアルコール・インターロック装置の提供であると考えている。
- 2003年1月当時、アルコール検知器を使用しているバス事業者は2割以下であったが、国土交通省の指導等により普及が進んできており、現在(2008年)では、バス事業者の87%がすべての運転者に対してアルコール検知器を使用している。
- 2003年以降、我が国において、アルコール検知器は、飲酒運転防止の水際対策として活用されてきている。現在(2008年)では、5メーカー、数十種類の検知器があり、その種類も、点呼等で用いることを想定した簡易なタイプから運輸事業者向けの専用機の提供に至っている。

## さまざまなアルコール検知器 (インターロックはアルコール検知器の一種である)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
業務用 据置 点呼用 (水際1)						
業務用 車両 準動態管 理 (水際2)						

5メーカー、数十種類のアルコール検知器がある。

4

業務用活用のトレンド：簡易タイプから、運輸業向けの専用機へ

図 4.7 杉本専務資料（4頁）

- アルコール検知器は、主に「点呼」において使用され、安全確保の命綱となっており、その使用は、バス、タクシー、トラック事業者はもとより、船舶操縦士、企業などにおける営業周り・外勤の者への使用等鉄道、航空、一般企業にも広がっている。
- なお、現時点において、アルコール検知器の使用が義務づけられていることはなく※、任意の使用となっている。また、各都道府県のトラック協会の助成制度があり、少なくとも12の都道府県においては、アルコール検知器に対して助成金を出している。なお、アルコール・インターロック装置については、これまでの実績では、3県で助成制度があったものの、現在は終了しているところもある。  
※平成21年3月にとりまとめられた「事業用自動車総合安全プラン2009」（事業用自動車に係る総合的安全対策検討委員会）において、平成22年度内に、運送事業者に対して点呼時におけるアルコールチェッカーの使用を義務付けることが盛り込まれている。
- アルコール検知器については、水際での飲酒運転防止に役立つ、企業防衛に役立つ、睡眠時間が確保できるようになるなどのメリットがある一方、飲酒習慣の改善のための教育がなされないまま運用されることにより、飲酒習慣を改善できない運転手の退社、適切な教育がなされないまま単純な懲戒規定の強化につながるといったデメリットもある。
- 企業による従業員に対するアルコール検知器の配付、あっせん等について、①業種の特性として特に厳格な取組が必要（公共交通、アルコール飲料メーカー等）、②CSR（企業の社会的責任）の観点から必要、③従業員の福利厚生観点から望ましい、④企業や労働組合が、組合員への啓発活動、健康管理の一環として望ましい、といった意義を認め、実際に行われている事例がある。