

# 自殺とアルコールの関連性

## ——中高年男性に着目して——

社会学部 4年 坂口 紗梨

<目次>

|                       |             |
|-----------------------|-------------|
| はじめに                  | IV. 考察      |
| I. 自殺の現状              | V. 今後の課題と提言 |
| II. 自殺の危険因子としてのアルコール  | おわりに        |
| III. アルコールに関するアンケート調査 | 参考文献        |

### はじめに

近年、我が国において自殺者数は3万人を超え、大きな社会問題となっている。なかでも、中高年男性の自殺者数が最も多い。また近年、中高年男性の自殺とアルコールの関連性が高いということが明らかにされている。

そこで本論文では、中高年男性の自殺の背景として、アルコールという問題に着目し、自殺との関連について考察していきたい。そして、今後の我が国における、自殺対策やアルコールの課題を検討することで、自殺件数を減少させる対策について提言したいと考えている。

## I. 自殺の現状

### 1. 自殺者数の推移

我が国における自殺の概要及び政府が講じた自殺対策の実施の状況については、自殺対策基本法（平成18年法律第85号）第10条の規定に基づき、政府が毎年、国会に提出する年次報告書である『自殺対策白書』に記載されて

いる<sup>1)</sup>。

警視庁の自殺統計によると、平成 21 年度の我が国の自殺者数は 3 万 2,845 人にも及び、前年に比べ、1.8% 増えている。平成 10 年に初めて 3 万人を突破し、以降 12 年連続して 3 万人を超える状態が続いている<sup>2)</sup>。自殺者は、一日約 90 人で、交通事故死者数の 6 倍以上にもなる。自殺率（人口 10 万人あたりの自殺者数）は、世界的にみても非常に高い水準にあり、アメリカの 2 倍、イギリスやイタリアの 3 倍と、先進国の中では突出して高い。

注目すべきは、その 13 年もの間、年間自殺者数が 3 万人を超え続けていることである。もし自殺が個人的な事情で起きているのであれば、年間自殺者の数に増減があってしかるべきだろう。例えば、ある年に集中して 10 万人以上が自殺で亡くなり、「自殺しそうな人が社会からいなくなってしまった」から、翌年は 1,000 人になった、といった具合にである。しかし実際は、そうした増減はほとんどない。ほぼコンスタントに、3 万 1,000~3,000 人という大変狭い振幅で年間自殺者数は推移している。つまり毎年それだけの人が自殺をせざるを得ない、「条件」が現代日本社会には整ってしまっているということである<sup>3)</sup>。

## 2. 男女別の年齢階級別の自殺者数

警視庁の自殺統計によると、平成 21 年度の男女別の自殺者数は、男性が 2 万 3,472 人で、女性が 9,373 人である。前年に比べて、男性は 2.8% 増えたが、女性は 0.5% 減少している。

また、年齢別にみると、「男性」では、「50 代」が 5,107 人と最も多い。次いで「60 代」、「40 代」の順となる。また、男性の 40~60 代の自殺者数は前年に比べ、他の年代と比べても増加が多い。「女性」では、男性に比べると、年代別の自殺者数にあまり顕著な変化はみられない。すべての階級において男性の占める割合が高い。特に、30 歳代から 60 歳代までは男性が 7 割を超えている<sup>4)</sup>。自殺統計を取り始めた昭和 53 年から現在に至るまで、一貫して自殺者数は、女性よりも男性が上回っている。また、いくつかの例外はあるが、世界的に見ても、既遂自殺は圧倒的に男性に多い<sup>5)</sup>。

### 3. 自殺の動機

警視庁の自殺統計によると、平成 21 年度における原因・動機特定者の原因・動機は、「健康問題」1,5867 人が最も多く、次いで「経済・生活問題」、「家庭問題」、「勤務問題」、「男女問題」、「学校問題」の順となっている。平成 20 年から 21 年にかけて増加が顕著な原因・動機については、病気の悩み・影響（うつ病）といった「健康問題」、生活苦、失業といった「経済・生活問題」などがあげられる。女性では、すべての階級において、「健康問題」が原因・動機の第 1 位である。しかし、男性においては、40 代と 50 代の第 1 位は「経済・生活問題」であり、19 歳以下では、「学校問題」が第 1 位となっている<sup>6)</sup>。総数では男女ともに、「健康問題」が第一位の原因となっているが、平成 11 年の統計までは、「病苦」、「アルコール症を含めた精神障害」といった分類がされていたのだが、それ以後、その両者を合わせて、あらたに「健康問題」としてひと括りにしている。そのため、身体疾患を苦しめたものか、精神疾患に悩んでいたのかわからなくなっている<sup>7)</sup>。

以上のことから、本章では、我が国の自殺の現状として、年間 3 万人を超える自殺者は女性よりも圧倒的に男性が多く、中でも 50 歳代の増加が著しく、中高年で自殺者全体の約 6 割を占めていることが明らかになった。そこで本章では、中高年男性の自殺に着目する。

## II. 自殺の危険因子としてのアルコール

### 1. 中高年男性における自殺の危険因子

心理学的剖検の手法による「自殺予防と遺族支援のための調査」によると、死亡 1 年前に、アルコール依存・乱用に関わらず何らかのアルコール関連問題を抱えていた中高年は 3 割で、40 代と 50 代を中心とした男性有職者がほとんどであった。彼らの多くは、異動・配置転換や資金繰りの借金といった職業上のストレスを、アルコールで一時的に紛らわせたり、不眠に対してアルコールを使用したりといった、アルコールによる誤った対処が認められた。

また、アルコール関連問題を抱えていた人は、平均すると2つの精神疾患を合併しており、アルコール使用障害とうつ病との合併が最も多く確認された<sup>8)</sup>。

また、海外の動向をみると、フィンランドにおける大規模な心理学的剖検調査でも、自殺既遂者の42%がアルコール依存に罹患していたことが明らかになっている<sup>9)</sup>。ロシアでは、昭和60年からの反アルコールキャンペーンでアルコール消費量が大幅に下がった。すると、昭和59年に比べて、平成2年に自殺率が、男性で32%、女性で19%低下した。エストニアでは、昭和60年から反アルコールキャンペーンが行われた結果、国民一人当たりの飲酒量が年間純アルコール換算にして10.9リットルから6.6リットルへと大幅に減少したが、この間に自殺遺体のアルコール検出率が男性で39.2%、女性で41.4%減少した。デンマークでは、アルコール価格の高騰による「自然の実験」において自殺率の低下が見られた。ポルトガルでは、個人のアルコール消費量が1リットル増えると、男性の自殺率が1.9%上昇したということが明らかになっている<sup>10)</sup>。

## 2. アルコールとストレス

総理府広報室の飲酒理由に関するアンケートによると、「疲れを癒す」「友人仲間との交際を深める」がそれぞれ40数%を占め、次いで「気分を変える」「よく眠れるように」「仕事上の交際や接待のため」「飲む場所の雰囲気が好き」となっている。「お酒が好き」であるとあげているのは25%にすぎず、「疲れを癒す」「気分を変える」「よく眠れるように」「飲む場所の雰囲気が好き」と、ストレス・コーピングの便宜的な手段として飲酒行動を用いている<sup>11)</sup>。また、厚生省（現 厚生労働省）の「昭和五十四年保健衛生基礎調査」によると、「面白くなかったり、イライラする時」の気分転換法でもっともよくとられるのは、男性の場合「酒を飲む」が21.7%であった。年齢別に見ると、35～44歳の働き盛りの人々の間で、「日常生活の不満があり」が68.8%ともっとも高く、そのため、その対処行動としてとられる「酒を飲む」もこの年齢層にいちばん多いという結果が出ている<sup>12)</sup>。宝酒造で実施したインターネット調査では、30～50代のビジネスマンの大半が「仕事」「収入」「人間関係」にスト

レスを感じており、そのストレス解消法として5割以上の人が「酒を飲む」を挙げていることが明らかにされている<sup>13)</sup>。

以上のように、総理府広報室の飲酒理由に関するアンケート、厚生省の「昭和五十四年保健衛生基礎調査」、宝酒造のインターネット調査の結果をまとめると、中高年男性は、飲酒をすることによってストレスを解消している傾向があるといえる。

### 3. アルコールが自殺に及ぼす影響

アルコールは精神に作用する物質であり、その薬理作用が抑うつ状態を悪化させ、自身への攻撃性や衝動性を高め、心理的視野狭窄を促進させることで自殺行動のリスクを高めることが指摘されている<sup>14)</sup>。

また、アルコール依存症との診断基準に合致しないまでも、自殺を図る人の大多数が自殺行動を起こす際に酩酊状態にある点も注目される。その為、飲酒量が徐々に増加していく傾向については注意を払わなければならない。うつ病患者で本人も周囲も症状の増悪に気づかれぬ時期に、次第に飲酒量が増加していくことはよく認められる臨床的な事実である。とくに中高年の人で、これまではつきあい程度であったのに、徐々に酒量が増していく場合は、背後にうつ病が潜んでいる可能性がある。アルコールの直接の影響で、自我の判断も弱まり、直接、自殺行動へ走る傾向を促進していることも多い<sup>15)</sup>。アルコールは、疲労を認知する大脳新皮質を麻痺させるため、少量を飲めばその機能が低下して、一見元気になる。そして、飲酒によって、気分が晴れ、睡眠を十分にとれるようになると信じている一般の人は驚くほど多い。しかし、実際は、酩酊している間は多少なりとも症状の改善を認めたとしても、酩酊状態から脱するとうつ状態はさらに悪化していく<sup>16)</sup>。

ストレスと飲酒量の関係性を調べたラットを使っての実験結果によると、飲酒はストレス解消的であり、不安や緊張を緩和すると考えられている。しかし、飲酒したときの不安や緊張の緩和は、長くは続かず酔いが醒めるとともに戻ってしまう。飲酒量が適量であれば抗ストレス的であっても、量が多ければおそらくかえって問題になる場合もあるといえる<sup>17)</sup>。しかし、飲酒その

ものは社会的に認められているだけに、問題飲酒についての認識が低いのだろう。WHO(世界保健機関)は、アルコールこそが世界でもっとも乱用されている薬物であるとさえ指摘している。覚醒剤や麻薬の乱用に対しては非常に警戒心が強いのは対照的に、アルコールの乱用に対する認識はきわめて低い<sup>18)</sup>。

以上のように、本章では、中高年男性の最も身近なストレス解消法として、アルコールが用いられていることが明らかになったが、アルコールは量がすぎれば、攻撃性や衝動性を高め、心理的視野狭窄を促進させる。実際に、中高年男性の自殺者の多くが、死亡1年前に何らかのアルコール関連問題を抱えていたことが明らかになっている。そこで、次章では、中高年男性にアルコールに関する調査を実施し、その結果を基に自殺との関連性について考察していくこととする。

### Ⅲ. アルコールに関するアンケート調査

#### 1. 調査目的

我が国における自殺者は、中高年男性の割合が最も高くなっており、ストレス解消にアルコールを用いる人も少なくない。そこで中高年男性の自殺とアルコール問題との関連性が高いことを踏まえ、本調査目的は、中高年男性を対象として、飲酒状況や知識等に関することを明らかにする無記名の自記式アンケート調査を実施した。

#### 2. 調査方法

調査対象は本調査の趣旨に協力を得られた小規模多機能型居宅介護事業所職員等である。本調査における44名の中高年男性の定義については、『自殺対策白書』の年齢階級を引用し、30～64歳とした。また、全く飲酒習慣のない者については、調査対象外とした。調査票の配布は職員の代表者が行い、その後、封を閉めた形で代表者が回収した。

調査内容は、①基本属性、②飲酒状況、③飲酒欲求、④飲酒の影響、⑤飲

酒の知識である。また回収後には、アルコールに関する知識をレジユメとして手渡し、正しい飲酒を促した。また倫理的配慮として、個人情報保護と調査協力が職場環境へ影響を与えることはないことを文書で伝え、同意の得られたものに調査を実施した。調査は平成23年6月3日に配布し、同年6月18日に調査票の回収を行った。

### 3. 結果

#### ① 基本属性

回答者の年齢は、「40歳代」が36%と最も多く、次いで「50歳代」の30%、「30歳代」の20%、「60歳代」の14%となっている。同居家族は、「いる」が86%であり、「いない」が14%であった。以上のように、本回答者の基本属性は、40～50歳代で、同居家族のいる者が多いという特徴がある。

#### ② 飲酒状況

##### 1) 飲酒頻度

飲酒頻度は、「ほぼ毎日」と答えた人が64%(28人)であり、「週3～4回」が30%(13人)であった。両者を合わせると94%にも及ぶ。「週1～2回」、「月1～2回」と答えた人は、どちらも共に5%(2人)であった。

##### 2) 平均飲酒量

1回あたりの平均飲酒量は、「缶ビール1～2本」の45%(20人)が最も多く、次いで「缶ビール3本以上」の39%(17人)、「缶ビール5本以上」9%(4人)、「缶ビール6本以上」7%(3人)であった。

##### 3) 最も良く飲むお酒の種類

最もよく飲むお酒の種類は、「ビール」の39%(17人)が最も多く、次いで、「発泡酒」の25%(11人)、「焼酎」16%(7人)、「日本酒」と「チューハイ・カクテル」が共に7%(3人)、「ワイン」5%(2人)、「ウイスキーなどのアルコール度数の高いお酒」が2%(1人)、「その他」が0%であった。

##### 4) 選んだ理由

最もよく飲むお酒に選んだ理由は、「一番おいしいから」が55%(23人)で最も多く、次いで、「安いから」30%(13人)、「アルコール度数が高いから」5%

(2人)、「アルコール度数が低いから」2%(1人)「その他」9%(4人)であった。その他の回答は、「とりあえずビールだから」、「乾杯時に飲用するため」、「飲み慣れている」、「料理に合う」であった。

#### 5) 飲酒場所

飲酒する機会の中で、最も多いものは、「晩酌・家で飲む」が73%(32人)と最も多く、次いで、「同僚、知人、友人との飲酒」25%(11人)、「職場の飲み会」2%(1人)、「一人でお店で飲む」は0%であった。

#### 6) 購入場所

お酒の購入場所については、「スーパー」50%(22人)が最も多く、次いで、「酒屋」39%(17人)、「コンビニエンスストア」9%(4人)、「購入はしない(お店で飲む)」5%(2人)、「自販機」0%であった。

以上のように本回答者の飲酒状況は、ほぼ毎日、自宅にて缶ビールを1~2本飲むという人が多いという特徴がある。また、最もよく飲むお酒は「ビール」と「発泡酒」が6割以上を占めている。よく飲むお酒に選んだ理由に「一番おいしいから」と回答した者が約半数、「安いから」と回答した者が約3割いる。また、お酒の購入場所は、「コンビニエンスストア」、「お店で飲む」と回答した者は少なく、「スーパー」と「酒屋」で約9割を占めている。

### ③ 飲酒欲求

#### 1) 飲酒量が増える時

飲酒量が増える時については、あてはまるものすべてに回答してもらった。「飲み会の時」と答えた者が32人と最も多く、次いで、「嬉しいことがあった時」12人、「嫌なことがあった時」11人、「仕事で疲れた時」10人であった。

#### 2) 飲酒を減らそうと思った経験

今までに飲酒を減らそうと思った経験があるかについては、「はい」が57%(25人)、「いいえ」が43%(19人)であった。

#### 3) 飲酒を減らそうと思った理由

飲酒量を減らそうと思ったことがあるに「はい」と答えた者に、その理由について、あてはまるものすべてに回答してもらった。「健康に良い」が12



人と最も多く、次いで、「医者から言われた」が6人、「家族に言われた」、「体型が気になる」が共に5人、「お金を節約する」が3人であった。

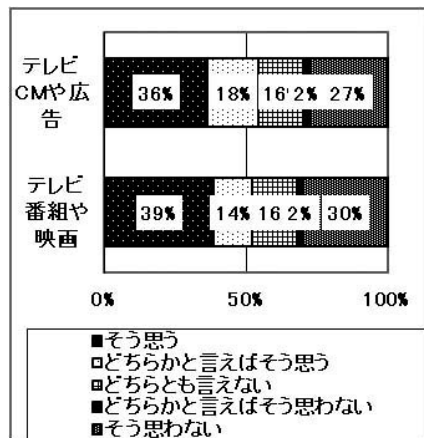
4) 飲酒量について気を付けていること

飲酒量を減らそうと思ったことがあるに「いいえ」と答えた者に、飲酒量について気を付けていることについて、あてはまるものすべてに回答してもらった。「二日酔いにならない程度に飲む」が7人と最も多く、次いで、「その日の気分で量を決める」、「一日に飲む量のある程度決めている」が共に6人、「特にない」が4人、「酔ったという自覚症状がでるまで飲む」、「酔いつぶれるまで飲む」が共に3人、「休肝日を設けている」は0人であった。

5) テレビコマーシャルや広告などの影響による飲酒欲求

テレビコマーシャルや広告などの飲酒シーンをみると、お酒を飲みたくなる時があるかについては、「そう思う」「どちらかといえばそう思う」を加えたものをみると、54%(24人)であり、約半数を占めている。「そう思わない」が27%(13人)、「どちらとも言えない」が16%(7人)、「どちらかと言えばそう思わない」が2%(1人)であった。

第1図 テレビの影響による飲酒



6) テレビ番組や映画などの影響による飲酒欲求

テレビ番組や映画などの飲酒シーンをみると、お酒を飲みたくなる時があるかについては、「そう思う」「どちらかといえばそう思う」を加えたものをみると53%(23人)であり、約半数占めている。次いで、「そう思わない」が30%(13人)、「どちらとも言えない」が14%(7人)、「どちらかと言えばそう思わない」2%(1人)であった。テレビコマーシャルや広告による影響と比較したところ、回答に大差はみられなかった。

7) 酒税が値上がりしたら、飲酒量を減らそうと思うか

今後、酒税が値上がりしたら、飲酒量を減らそうと思うかについては、「そう思わない」が41%(18人)と最も多く、次いで、「どちらとも言えない」が27%(12人)、「どちらかと言えばそう思う」「そう思う」を加えたものをみると23%(10人)であった。

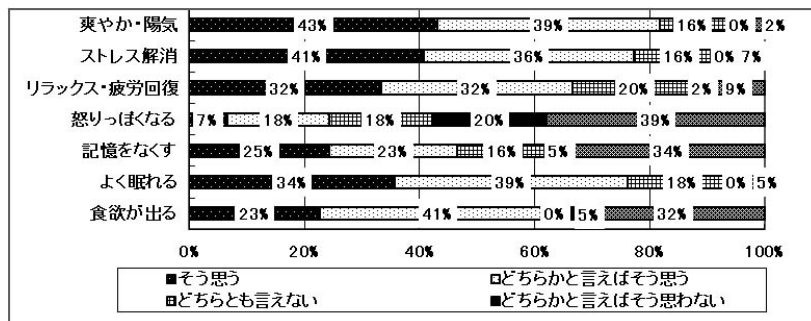
以上のように本調査の回答者は、飲み会の時に飲酒量が増えると回答した者が多かった。また、約6割の者が飲酒量を減らそうと思った経験があると回答しているにもかかわらず、その多くがほぼ毎日飲酒をしているということになる。また、テレビコマーシャルや広告、テレビ番組や映画などの飲酒シーンを見ると、約4割程度の者が飲酒欲求を駆り立てられており、約4割の者が、今後酒税が値上がりしても飲酒量を減らすことはないと答えているという特徴があり、飲酒欲求が強い傾向にある。

④ 飲酒の影響

1) 飲酒による影響

飲酒による影響について、「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」を加えてみると、「爽やか・陽気」が84%(36人)と最も多く、次いで「ストレス解消」が77%(34人)、「よく眠れる」が73%(32人)、「リラックス・疲労回復」「食欲が出る」が共に64%(28人)といずれも高い割合になっているのに対し、「怒りっぽくなる」「記憶をなくす」といった影響については、逆に「そ

第2図 飲酒による影響



う思わない」「どちらかと言えばそう思わない」の割合が高くなっている。

以上のように本調査の回答者は、飲酒をすることによって、「爽やか・陽気」「ストレス解消」「リラックス・疲労回復」「よく眠れる」「食欲が出る」といった効果を得ていることがわかった。

#### ⑤ 飲酒の知識

##### 1) 適度な飲酒の量

適度な飲酒量に対する回答は、「ビール1本」が正しいにもかかわらず、「ビール2本」と回答した者が41%(18人)と最も多く、次いで、「ビール1本」が36%(16人)、「ビール3本」が16%(7人)、「ビール5本」が7%(3人)、「ビール4本」が0%であった。

##### 2) 日本人でお酒の弱い人の占める割合

日本人でお酒の弱い人はどの程度いるかに対する回答は、「40%」が正しいにもかかわらず、「30%程度」が39%(17人)と最も多く、次いで、「20%程度」が32%(14人)、「10%程度」が16%(7人)、「40%程度」、「50%程度」が共に7%(3人)であった。

##### 3) 体内のアルコールが分解される時間

アルコール度数5%のビール500ml飲んだ場合、体内のアルコールが分解されて消えるまでに約何時間かかるかに対する回答は、「3時間」にもかかわらず、「1時間」が25%(11人)と最も多く、次いで、「5時間」が23%(10人)、「2時間」「3時間」が共に20%(9人)、「4時間」が11%(5時間)であった。

以上のように本回答者は、飲酒に関する正しい知識を認識している者が少ないということがわかった。また、全問正解した者は、一人もいなかった。

## IV. 考察

### 1. 健康意識と飲酒欲求

本調査の回答から、飲酒頻度は「ほぼ毎日」と「週3~4回」を加えたものをみると、94%であるということから、中高年男性にとって飲酒がいかに身

近なものかが明らかになった。しかし、飲酒量を減らそうと思った経験があるかという質問に対し、57%の人が「はい」と回答し、その理由としては、「健康に良い」という回答が最も多かった。また、飲酒の知識に関する回答はすべてにおいて、正答とは違う回答をした者が多くなっている。全問正解した者は一人もいなかった。適度な飲酒の量における正答は、「ビール1本」であるが、「ビール2本」と回答した者が41%で最も多かった。実際の1回あたりの平均飲酒量については、適正飲酒の基準値を超える「缶ビール3本」と答えたものが39%もいた。

以上の調査結果から、飲酒により身体に害があるという意識を持つてはいるものの、実際に飲酒量を減らしている者は少なく、大半がほぼ毎日飲酒していることがわかる。ほぼ毎日飲んでいるのにもかかわらず、飲酒の知識を正しく理解した上で、飲んでいる者はほとんどいないということになる。今後日本において、アルコールの正しい知識を普及させる必要があると考えられる。

第1章でも述べた『自殺対策白書』における、40代50代男性の自殺の原因は、「経済・生活問題」に続き「健康問題」が二位となっている。WHO(世界保健機関)が発表した、「アルコールと健康のグローバルな現況報告書」でも、1年に世界で250万人が、アルコール関連で死亡しているとされており、アルコールは世界の死因の約4%を占め、エイズ、結核、暴力より多いとされている。また、アルコールが引き起こす病気は、脂肪肝や肝硬変などの肝障害だけでなく、すい臓、消化管、循環器系、脳、末梢神経など、全身の器官に障害が現れる。そしてアルコール依存症は、飲酒をしているすべての人に、その可能性がある。

したがって、今後アルコール対策を進めていくことによって、中高年男性の健康問題を改善するきっかけとなり、自殺予防へとつながるのではないかと考えられる。

## 2. メディアと酒税価格が及ぼす飲酒への影響

欧米の国々の多くがアルコールコマースを規制する何らかの法律があ

る。法規制を持たないといわれるイギリスでも、酒類メーカーとメディアが合意した「英国広告コード」がある。アメリカでも蒸留酒はコマーシャル禁止、ビール協会は飲酒場を禁じるなど、厳しい自主規制コードがある。例えば、アメリカでは、テレビ、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されている。また、タレントが飲んでるシーンや、注ぐ音など飲酒をそそるような音響効果も禁止されている。これらの広告規制は、アメリカやイギリスだけでなく、同様にその他多くの国でも行われている。日本にも、酒類業中央8団体で構成される「飲酒に関する連絡協議会」で策定された「酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準」があり、広告・宣伝活動において、未成年者の飲酒防止、過度な飲酒を勧めるような表現や社会的良識に反する飲酒の表現の禁止、テレビ広告の放映時間に関する制限などが示された。

しかし、その内容は世界基準に比べより遠く、日本の消費者は世界的には類を見ない量のコマーシャルに日々さらされるという状況に置かれている。また、特定非営利活動法人ASKが平成21年7月に発表したアルコールのコマーシャル調査結果によると、日本の大手酒類メーカー9社のコマーシャルほぼすべてが、飲酒シーンや効果音を用い、視覚と聴覚に訴えて味・冷たさ・喉ごしの触感を連想させる「直接的に飲酒をそそる手法」を用いている。また、20代の若い女性タレントがコマーシャルキャラクターに起用されることが多くなってきていることを明らかにしている<sup>19)</sup>。

これらの結果を踏まえ、筆者はアルコールのコマーシャルは飲酒欲求を駆り立てる手法がなされ、また若い女性タレントの起用により、アルコールがより身近な飲料として認識される可能性があるのではないかという仮説を立てた。そこで、本調査において、テレビコマーシャルや広告・テレビ番組や映画などの飲酒シーンをみると、お酒を飲みたくなる時があるかについて調査した。「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」を加えると半数を超えるという結果になった。本調査の特徴として、中高年男性の約半数が、メディアにより飲酒欲求を駆り立てられていることが明らかになった。

また、アルコール臨床研究のフロントラインによると、日本人の約40%はお酒に弱く、4%がまったくお酒を飲めないといわれている。その原因として、飲酒をした時に発生する有害物質アセトアルデヒドを分解する酵素であるADLH2の欠損があげられ、これは日本人などのモンゴロイド特有のもので、アフリカやヨーロッパ系の人種には見られないといわれている<sup>20)</sup>。欧米の国々に比べ、人種的にお酒の弱い人が多い日本において、アルコール対策は強化されなければならないが、現状は欧米の国々にはるかに遅れている。

また、酒税を増税することにより、飲酒頻度や、飲酒量が減るのではないかという仮説を立て、本調査では、今後もし酒税が値上がりしたら、飲酒量を減らそうと思うかについて質問したが、「そう思わない」が41%(18人)と最も多く、「そう思う」はわずか7%(3人)であった。中高年男性が最もよく好むお酒は「ビール」であり、その理由は「一番おいしいから」という回答が最も多かった。「発泡酒」と答えたものが次に多く、理由は「安いから」という回答が次に多かった。この結果をみると、ビールの嗜好よりも価格が優先されることが推測できる。そうすると、前述の酒税が値上がりしても飲酒量を減らさないという回答との矛盾が生まれる。しかし、たばこ税と同様に、酒税の増税が図られることで、購入抑制のきっかけになることが考えられる。

### 3. 飲酒の理由と飲酒量の関連性

筆者は、中高年男性の飲酒理由を探ることで、アルコール対策を考えるきっかけとなると考えた。第Ⅱ章においてストレスとアルコールの関連性が高いことが明らかになったため、飲酒量が増える時は、「嫌なことがあった時」「仕事で疲れた時」という項目が高い割合を占めるだろうという仮説を立てていた。しかし、本調査における結果は、「飲み会の時」が32人と最も多く、次いで「嬉しいことがあった時」「嫌なことがあった時」であった。

したがって、中高年男性において飲酒は、単にストレス解消の手段として使われるだけでなく、周囲との親睦をはかる為の手段として用いられることも多いということが明らかになった。また、飲酒をすることによって、「爽やか・陽気」「ストレス解消」「リラックス・疲労回復」「よく眠れる」「食欲が

出る」という項目では、「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」という回答が多いのに対し、「怒りっぽくなる」「記憶をなくす」という項目では逆に「そう思わない」という回答が多かった。したがって、飲酒することによって嫌な体験をすることよりも、心地良い体験をする方が圧倒的に多いことがわかった。飲酒により、得るこの心地良い体験が、依存性を高めているのだろう。また、働き盛りの忙しい中高年男性にとって、飲酒は一日の仕事を終え、家に帰ってからできる最も手軽なストレス解消法なのだろう。第Ⅱ章で述べた総理府広報室の飲酒に関するアンケート、厚生省の「昭和五十四年保健衛生基礎調査」、宝酒造のインターネット調査の結果と同様に、本調査においても中高年男性のストレスと飲酒は高い関係性を示した。嫌なことなどストレスを飲酒により解消できるなら、逆に自殺予防になると考えるかもしれない。だが、問題なのは、適正な飲酒量が守られていないところにある。第Ⅱ章でも述べたが、飲酒量が適量であれば、抗ストレス的であっても、量が多ければ、逆効果である。「健康日本21」(厚生労働省)が定める適正飲酒量は、純アルコールに換算して1日20gとされている。アルコール5%のビールでは、およそ500mlの缶ビール1本に相当する。60gを超えて多量に飲酒することを多量飲酒という。しかし、本調査においては、52%の人が適正な量を守れていなかった。また、休肝日を設けている者もいなかった。適正飲酒量を知っている者も36%と半分にも満たない結果となった。今後は、適度な飲酒量を心掛け、飲酒の正しい知識を持った上で、上手に付き合っていくことが重要となる。適度な飲酒により、心の健康も身体の健康も保たれるといえる。

## V. 今後の課題と提言

### 1. 今後の課題

本アンケート調査の限界がある。まず、対象の代表性である。本アンケート調査の対象者は、44名の小規模多機能型居宅介護事業所職員等に限定されている。したがって、我が国における中高年男性の一般的特徴を反映してい

るとはいえない。今後は、より対象者を広げて調査を行う必要があるといえる。

## 2. 提言

### 1) 正しい飲酒知識の普及

本調査で、ほとんどの中高年男性に同居家族がおり、自宅での飲酒機会が最も多いという特徴があった。それを踏まえると、中高年男性だけでなく、その同居家族である人々も飲酒に対する正しい知識を持っておかなければならない。その為には、例えば、地域住民の疾病の予防、健康増進など地域公衆衛生活動の中心となる公的機関である保健所・保健センターや、ボランティアや市民活動の支援など地域の福祉増進に取り組む民間団体である社会福祉協議会などが主催となり、地域住民に向けた「アルコールの正しい知識」についての啓発活動や、教育の場の提供などが取り組まれるべきである。また、義務教育課程において、正しい飲酒の知識を学ぶ必要がある。飲酒に興味を持ち始める年齢から、きちんとした飲酒教育を行い、適正飲酒を認識する必要がある。現在、内閣府は「ゲートキーパー」という地域や職場、教育等の分野において、自殺のサインに気付き、見守りを行い、専門相談機関による相談へつなぐ役割が期待される人材の育成に取り組んでいるが、そこでも今後はアルコールの知識を普及させていく必要がある。そして、行政機関だけでなく地域の身近な支援者として、ボランティアや民生委員など民間組織の活動も期待される。これまで我が国の自殺対策は、うつ病に重点がおかれてきたが、アルコールと自殺の関連性について啓発していかなければならないといえる。

### 2) アルコール対策の強化

現段階では、我が国は、酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示は各種メーカーの自主基準に留まっているが、広告・宣伝を全面禁止あるいは、タレントの飲酒シーンや、注ぐ音など飲酒をそそるような音響効果も禁止をするなどの措置をとる必要がある。テレビコマーシャルだけでなく、テレビ番組や映画などの飲酒シーンなども同様であり、スポーツ・文化イベントのスポ



ンサー規制もされなければならない。また近年、我が国の酒類メーカーは、アルコール飲料に未成年飲酒防止、妊産婦に対する飲酒注意喚起を目的にした警告文を表示しているが、それに加えて、適正飲酒量を表示するなどの対策が必要であると考えられる。また、酒類販売の規制を強化する必要がある。24時間いつでも購入することを可能とするコンビニエンスストアでの販売を禁止する等である。本調査で、飲酒量が増える機会に関する質問をしたが、「飲み会の時」という回答が圧倒的に多かった。したがって、多量飲酒を可能とさせる居酒屋などでの、飲み放題メニューを禁止するなどの対策をとらなければならない。我が国は、諸外国と比べ、ビールの値段は極めて高くなっている。しかし、発泡酒やチューハイなどは、比較的安く手に入れることができる。酒類の相対価格は下がっており、ビールとコーラの比は、1.53で先進国の中では中間に位置している。したがって、今後日本において、酒類の広告の規制を強化し、酒税の増税も検討されるべきである。そうすることによって、多量飲酒を防ぐきっかけとなるだろう。

### 3) 中高年男性の援助希求行動の向上

現在、我が国では中高年男性が身近に相談できる機関が少なく、ストレスを飲酒でしか解消することができない社会を作り出しているのではないだろうか。したがって、中高年男性の援助希求行動を高めるためには、職場内にカウンセラーなどを配置し、相談機関を設ける必要がある。専門機関でなくても、気軽に相談ができる場の獲得ができ、適切なストレス・コーピングの確立が期待できる。

また現在、事業者には従業員の健康状態を管理する義務が法律により規定されている。これにより使用者は従業員に対して健康診断を受けさせる義務を負う事になり、違反した場合50万円以下の罰金などの罰則規定が用意されている。この健康診断の際に、身体面だけでなく、精神面での健康診断も義務化されるべきである。また、40代50代男性の自殺の原因の第二位が「健康問題」であることを踏まえると、身体疾患などなんらかの症状で医療機関を受診する患者に対して、心のケアを重視していく必要がある。そして、医療

機関においてアルコール関連問題に対する診断能力の向上や、専門機関につなげるといった支援体制の向上が求められる。中高年のメンタルヘルス問題とアルコール問題の関連性を踏まえた上での、介入が重要となってくる。そうすることで、なかなか専門機関を受診するに至らず、支援につながりにくい人々の早期発見、早期介入が可能となる。

### おわりに

本論文で、中高年男性は飲酒によりストレスを解消している傾向が高いことがあきらかになったが、アルコールは自殺の危険因子の一つとなっているといえる。しかし、今までの我が国のアルコール対策は、未成年者飲酒防止強化に重点がおかれてきたように感じる。

また、自殺対策に関しても、うつ病に重点がおかれてきた。このままでは、年間3万人の自殺者は今後さらに増加していくであろう。そこでまず、自殺者数の最も多い中高年男性層に着目し、これまで我が国であまり着目されてこなかったアルコール対策を強化していくことが必要である。飲酒は、中高年男性にとって大変身近なストレス解消法となっているが、アルコールが依存性を生じる薬物であることや自殺の危険因子となることを認識するとともに、適切なストレス解消法を獲得していくことが求められる。

### 参考文献

- 1) 共生社会政策統括官「自殺対策」<http://www.8.cao.go.jp/jisatsutaisaku/whitepaper/index-w.html> 2011/ 7/ 20 確認。
- 2) 内閣府『自殺対策白書』, 2010年, 2ページ。
- 3) 望月昭他著, 『自殺者三万人を救え! ~ “命” みんなで守る社会戦略』, NHK 出版, 2011年, 177ページ。
- 4) 内閣府『自殺対策白書』, 2010年, 7ページ。
- 5) 高橋祥友著, 「自殺の現状」, 『こころの科学』, 2004年, 13ページ。
- 6) 内閣府『自殺対策白書』, 2010年, 22-24ページ。

- 7) 高橋祥友著, 「自殺の現状」, 『こころの科学』, 2004年, 15ページ。
- 8) 赤澤正人著, 「わが国の自殺対策」, 『人間福祉学研究』3(1), 2010年, 36-37ページ。
- 9) 赤澤正人他著, 「死亡1年前にアルコール関連問題を呈した自殺既遂者の心理学的特徴」, 『精神医学』52(6), 2010年, 562ページ。
- 10) 『平成23年, 第3回 相談機関研修～相談機関のスキルアップを目指して～』, 主催: 堺市役所精神保健福祉課, 2011年3月1日の講演会における配布資料より引用。
- 11) 白倉克之著, 「ストレス・コーピングと飲酒行動」, 『心身医学』38(5), 1998年, 306ページ。
- 12) 清水新二著, 『酒飲みの社会学』素朴社, 1998年, 84ページ。
- 13) 宝酒造「飲酒と健康に関するビジネスマンの意識(宝酒造)ーストレス解消法のトップは断トツで「飲酒」」, 『労働と経済』1339, 2003年, 37-41ページ。
- 14) 赤澤正人他著, 「死亡1年前にアルコール関連問題を呈した自殺既遂者の心理学的特徴」, 『精神医学』52(6), 2010年, 562ページ。
- 15) 高橋祥友, 『自殺の危機』, 金剛出版, 2006年, 48-49ページ。
- 16) 高橋祥友, 『自殺の危機』, 金剛出版, 2006年, 71-72ページ。
- 17) 田中正敏「ストレスとアルコールーアルコールはストレスを解消するか?」, 『治療』87(8), 2005年, 2291-2296ページ。
- 18) 高橋祥友著, 「こころの病とその治療法」高橋祥友 編『中高年自殺ーその実態と予防のために』筑摩書房, 2003年, 116ページ。
- 19) アルコール全薬物問題全国市民協会(ASK) [http://www.ask.or.jp/ask\\_090730-2.html](http://www.ask.or.jp/ask_090730-2.html) 2011年10月16日確認。
- 20) アサヒビール株式会社『人とお酒のイイ関係』, 2010年, 6ページ。