

移行特例措置の設置のお願い

今回の酒税法の改正について、「法は、誰のためのものなのか」「なぜそれが必要なのか」また、「間違っただけで商いをしてきたわけではない」と、悩み過ぎています。

かつて「平成27年食品表示基準」が制定されました。その時は、今までのものには、5年間は従前の表示を行えるよう、「経過措置期間」が設けられています。これは、今回の酒税法改正と同様、生産者と消費者のための表示基準だと思えます。

どうか、食品表示基準同様の移行特例措置の適用をよろしくお願いいたします。

株式会社 富田商店
代表取締役 富田 栄一

下記は、困って悩んでいる現状です。

記

○「上座の露」は、今まで販売していたもので「よかった」のに、なぜ？

これまでスピリッツとして販売できていたものが、デザイン上表示できないことで、販売を中止しなくてはならない状況です。これまで商品開発にかけた費用や資材がふいになっても何の救済もありません。また、法改正及び施行までに表示についての詳しい情報が開示されておらず、準備期間もなかったに等しいです。そして、一度スピリッツとしてラベルの届け出が済んでおり販売中の商品について、販売中止せざるを得ないほどの法改正、表示内容を、なぜもっと早く製造者側に伝えなかったのかが理解できません。

○「ウイスキーとまちがえないため」の法改正による指導だと思いますが、上座の露は、ウイスキーに間違えられたことはありません。黒色の瓶に、秋月和紙のラベルに黄金色の筆文字と、そして製品表示ラベルです。

「和（麴）と洋（樽貯蔵）の調和を目指した蒸留酒」です。小さい田舎の酒屋と蔵元とその仲間たちがつくりあげた「酒」です。実際飲んだ方から逆に「こんな日本酒飲んだことがない。」という感想を、いただいています。このことは、私もビックリしました。

○大きく言えば「日本の文化の再発見」（麴のすばらしさ・小倉百人一首筆頭歌が詠われた、都の食物を賄った地域力・天皇が農のことをおもっていただいている日本）「日本の蒸留酒の価値を知っていただくため」

（例えば世界と日本の蒸留酒と醸造酒の価格対比の逆転）につくり、デザインしたものです。「第24回福岡デザインアワード」で、ノミネート商品に選出されたので、賞をいただきました。コンセプトからデザインし直します。「上座の露」が、変わってしまいます。