

酒文化研究所

NEWS LETTER

第 71 号 2018 年 11 月 25 日

【酒類消費動向】

酒の平成史 グローバル化が進んだ酒業界

30 年にわたった平成の時代もあと半年で幕を閉じます。振り返ると酒類市場は様変わりしました。均質だったビール市場は 3 層に分化、ウイスキーは V 字回復し、南九州の地酒だった芋焼酎が全国に広がりました。

9 月に弊社の酒好きモニター約 100 人が回答した「平成酒の 10 大ニュース」でもこれらはランクインしています。この表を俯瞰した時、浮かんでくるのは「業界のグローバル化」というキーワード。酒業界に通じていない方には少しわかりにくいと思いますの

■平成酒類の10大ニュース

	件名	時期	支持率
1位	酒税改正で日本酒の級別が廃止に	平成5年(1993)	54%
2位	第3のビールが発売ラッシュ、急拡大	平成16年(2004)	45%
3位	「角ハイボール」が料飲店で人気に。ウイスキー増勢へ	平成20年(2008)	39%
4位	ポリフェノール効果で赤ワインが大ブーム	平成9年(1997)	38%
5位	ジャパニーズ・ウイスキーが国際コンクールを席巻。評価が高まる	平成15年(2003)	36%
6位	酒税改正で特級ウイスキーが大幅値下げ、2級は大幅値上げ	平成元年(1989)	32%
7位	いも焼酎ブームが拡大。東日本でもいも焼酎が定着	平成15年(2003)	27%
8位	ノンアルコールビールの定着進む	平成23年(2011)	26%
9位	サントリーが発泡酒『ホップス』を発売。その後、発泡酒が急増	平成6年(1994)	26%
10位	日本酒では『獺祭』が大人気に	平成26年(2014)	24%

※全選択肢の中から一人5票以内で選択した

で、今回は平成元年から時間軸に沿ってこの表を読み解いていきます。

【お問い合わせ】 本資料に関するお問い合わせは下記まで。

〒101-0032 東京都千代田区岩本町 3-3-14CM ビル

株式会社酒文化研究所（代表 狩野卓也）<http://www.sakebunka.co.jp/>

TEL03-3865-3010 FAX03-3865-3015

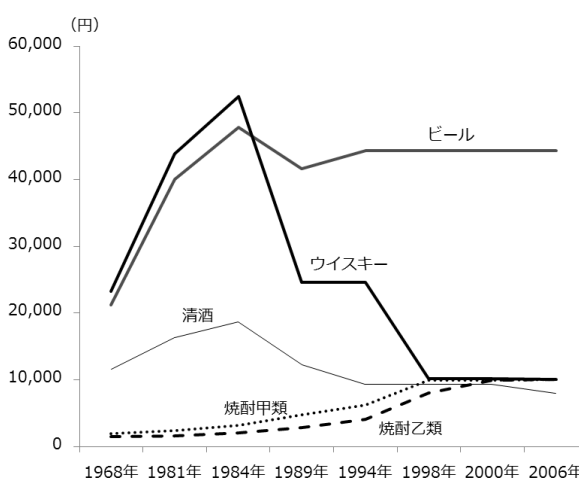
担当：山田聡昭（やまだ としあき）Eメール：yamada@sakebunka.co.jp

ヒト・モノ・カネのすべてにおいて海外とのやり取りが活発になった平成では、国内だけで通用していたルールをあらためなければならぬ分野が次々に出てきました。酒類業界では、それは非関税障壁の撤廃要請への対応というかたちで動きます。複雑化していた酒税制度を見直したうえ、量販店で酒類を販売できるように酒販免許の緩和を進めることになったのです。そのスタートは平成元年（1989）の酒税法の抜本改正でした。この酒税法改正は、多岐にわたるドラスティックなものでしたが、焼酎とウイスキーの酒税率の格差が是正に向けて動き出したことと、清酒とウイスキーで級別制度が廃止されたこと、酒販免許の自由化を決めたことの3点に注目します。

■ 蒸溜酒の税率格差の解消

1980年代後半、英国（EU）は、日本でスコッチウイスキーの輸入量が増えないのは、ウイスキーが同じ蒸溜酒である焼酎と比べて著しく高い酒税をかけられているからだとして主張し、ガット（GATT＊現在のWTO）に非関税障壁であると提訴しました。それが認められて焼酎とウイスキーの税率格差を見直した、最初で最大のものがこの改正です。その後、数回

図表1 アルコール度数1度あたり酒税額（1KL）



にわたって是正されて、2006年に焼酎とウイスキーは「蒸留酒類」という同カテゴリになり、アルコール度数1度あたりの税額は同じになりました。（図表1）

この改変でウイスキーは特級が大幅な減税となる一方で、それまで税率が低く抑えられていた二級は増税となりました。急激な価格上昇に二級市場は縮小、大幅な値下げとなった特級には追い風と見えたが、ブランドコミュニケーションが混乱するなどして、増加に転じられませんでした。ウイスキーはこの時からほぼ20年後のハイボールの大ヒットまで雌伏の時を過ごします。ただ、大手メーカーはこの間も品質向上に努め2000年ごろから海外のウイスキーコンテストでトップを独占し、評価が急速に高まりました。

ところで図表1で酒税率の格差を見ると、ビールと他の酒類で税負担が大きく異なっていることがわかります。諸外国と比べて日本はビールへの課税率が著しく高く、この矛盾を突く形で節税型のビール風飲料として発泡酒や新ジャンル（第3のビール）が登場、一般家庭に欠かせない酒となりました。今、ビール類の税率は一本化する方向で進みつつありますが、ビール類と他の酒類の税率格差は一本化された後も残ります。

■ 級別制度の廃止 大衆の支持を失った清酒

平成元年の酒税法の大改正ではシンプルな制度にするために、清酒とウイスキーで特・一・二級と三段階に分かれていた級別制度を廃止します（清酒は1992年に完全廃止）。ウイスキーでは酒税率の大きな変動で価格体系が一変したことの衝撃が大きく、級別が廃止されたこと自体はあまり注目されませんでした。しかし、多くのメーカーが級別制度をもとに価格を決めていた清酒は、級別が変わるグレード軸づくりが混迷し、次第に大衆性を失っていきます。大手各社は級別が変わる呼称として「上撰（一級）」「佳撰（二級）」を打ち出しましたが定着せず、かわって原料と製法で清酒を区分した特定名称酒が上級品とされます。特定名称酒が清酒全体に占める割合は約3割です。残りの7割は褒める言葉を失ったような状態になりました。もっとも飲まれているスタンダードな商品が、品質の裏付けを欠いたような状態では、ユーザーの裾野はなかなか広がりません。

一方で上級品とされた特定名称酒は、ラベルにスペックが細かに記載されるようになります。清酒に関心のある勉強好きな人の興味を惹くことはできましたが、専門用語が並んだ酒は一般の人には理解されず、徐々に消費者との距離が開いていきました。

他方、焼酎は平成元年以降、度々増税されたものの、もっともリーズナブルな酒というポジションのまま成長を続け、2003年に消費量は清酒を上回ります。最初にスッキリ飲みやすい甲類焼酎と麦焼酎が裾野を広げ、2000年頃から独特の華やかな香りの芋焼酎が支持され、本格焼酎が定着しなかった東北・北海道にも受け入れられます。

■ 酒販免許の実質自由化

酒類が到酔飲料であることと担税商品であることを根拠に、酒類販売は免許制になっています。これが参入障壁となって1980年代まで酒類のメインチャネルは業種店（個人酒販店）であり、メーカーの希望小売価格が維持されていました。

1989年に始まった日米構造協議は、日本の公的機関のビジネスへの介入（規制）が非関税障壁にあたると指摘して、速やかに規制緩和を進めるように求めました。酒類では酒販免許がそのターゲットとなり緩和と運用の透明性の確保の方針が固まります。4月に抜本的に改革された酒税法が施行されると、国税庁は6月に「酒類販売免許等取扱要領」を出し運用基準を緩和します。酒販免許は需給調整のために販売場1場あたりの人口や販売場間の距離を厳しく定め、新規取得には地元の酒販組合の意見聴取も必要でしたが、これらが緩和されると酒DS（ディスカウンター）が急増、数年のうちに全国各地に広がります。

1990年には公正取引委員会の要請で、ビールメーカーがビールは自由価格であることを全国紙に広告を出します。1993年には当時の細川護熙首相の私的諮問機関である経済改革

研究会（平岩レポート）が「経済的規制は原則自由に、社会的規制は自己責任を原則に最小限に」と規制緩和の基本方針を打ち出し、規制緩和はペースを上げます。酒販免許では 2001 年には距離基準が廃止され、2003 年に人口基準がなくなって実質的に自由化されました。その結果、酒類のメインチャネルはスーパーマーケットになり、すべてのコンビニエンスストアで酒が 24 時間売られ、ネット販売で全国どこへでも送れるようになりました。15 万店を超えていた酒販店は 4 万店まで減少し、酒類卸売業者は優勝劣敗、合従連衡が進み、大手卸が全国ネットワークを完成させ量販店チェーンを相手にしのぎを削っています。

■地ビール解禁・どぶろく特区誕生

酒類業界のグローバル化の動きのなかで、もうひとつ重要な変革がありました。酒造免許の緩和です。近代的な酒税制度は明治前期に整えられていきますが、1899 年に自家醸造を禁止し免許制が完成します。以来、国は酒造免許を厳しく管理してきました。海外にも酒税はありますし、免許制をとるところは一般的ですが、酒造免許の取得は日本ほど厳しくありません。

1994 年細川内閣の時、ビールの最低製造数量が 200KL から 60KL に引き下げられ、小規模ビール新規参入の道が開かれます。各地に醸造所が誕生し、一時は低迷したものの、現在はブルワリーの数が 300 を超えて過去最高となりました。その後 2002 年の小泉内閣の構造改革特区制度のなかでどぶろく特区が誕生し、最低製造数量に縛られることなく酒造免許を取得できるようになりました。ワイン、リキュールにも広がり、現在（2018 年 3 月時点）では酒造特区（事業者ではない）は 229 を数えます。これが昨今の北海道や長野でのワイナリー起業を後押ししていることは間違いありません。

残された課題は自家醸造の解禁です。海外では多くの国で自分で酒をつくるのが認められています。アメリカのビール市場で 2 割のシェア（金額ベース）をもつまでになったクラフトビールは、ビール自家醸造の愛好家たちが原動力となって世界的なムーブメントとなりました。グローバル化が進むなか、いずれ日本でも趣味の酒づくりが認められるようになり、人々が酒に新たな角度から関心を向けるようになるのでしょうか。 ■



どぶろく特区で 130 以上の農家が製造免許を取得し、なかには事業化に成功したところもある。