

平成14年9月

発泡酒の酒税 増税反対について

発泡酒の税制を 考える会

ホームページ <http://www.happoshu.com>

会 長

佐藤 安弘

会員会社

アサヒビール株式会社
キリンビール株式会社
サッポロビール株式会社
サントリー株式会社
オリオンビール株式会社

発泡酒の酒税 増税反対について

6月の政府税制調査会の答申を受け、政府は、発泡酒に対する酒税の増税を検討しているとのことですが、私どもは次のことから、発泡酒の増税は容認できません。

なにとぞ、事情ご賢察賜り、発泡酒の酒税の増税は行われないうよう強くお願い申し上げます。

1

発泡酒は、わが国の醸造技術が生んだ世界に類を見ない新しいジャンルの酒類であり、消費者にもビールとは違うものとして飲用され、今や新しい庶民のお酒として広く定着しました。

2

小売価格に占める間接税（個別消費税）の比率の高い発泡酒を製造・販売する企業にとって税制の安定性は必要不可欠です。

3

発泡酒の増税は、低アルコール酒類間の消費者の選択を歪めるものです。

4

発泡酒の増税は、今や家庭でお酒を飲む人の主流となりつつある発泡酒愛好者に不利益をもたらし、我が国の酒類産業の発展に大きな影響を与えます。

1

発泡酒は、わが国の醸造技術が生んだ世界に類を見ない新しいジャンルの酒類であり、消費者にもビールとは違うものとして飲用され、今や新しい庶民のお酒として広く定着しました。

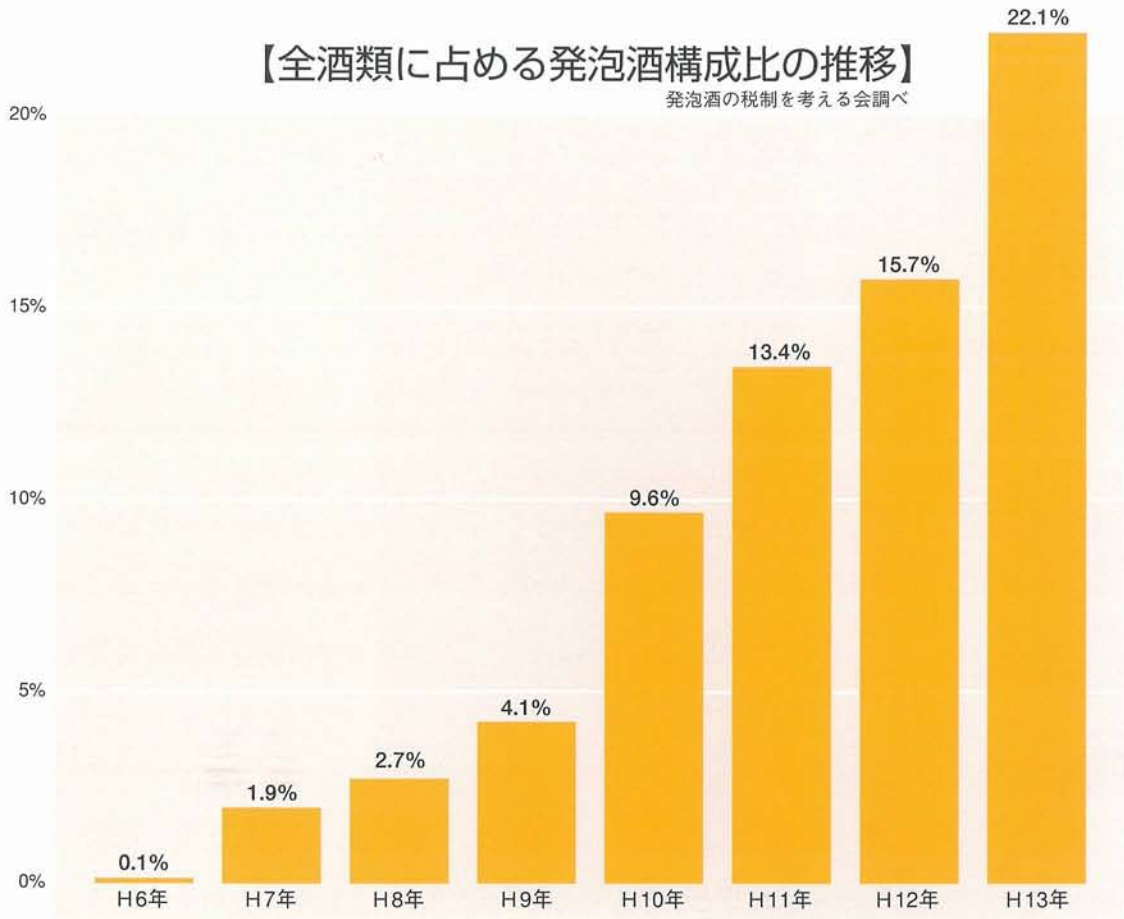
- ① ……発泡酒は、日本の醸造技術の粋を集め平成6年に誕生し、その後の研究開発等により、さらに品質が向上し、消費者の絶大な支持を獲得しました。そして、今や新しいジャンルの酒類として完全に定着しました。
- ② ……世界の醸造学上、麦芽使用量25%未満で、その他多様な原料を使用したもの（麦芽以外の原料比率が75%以上のもの）をビールとする考え方はありません。
- ③ ……また発泡酒は、原料、味覚特性、イメージ等の点で消費者に、ビールとは明確に区分され、認知されています。
- ④ ……さらに発泡酒の消費の場をみても、ビールとは違って、贈答用や料飲市場での消費は小さく、ほとんど家庭で飲用されているという実態があります。

▽

このような発泡酒を、原料の一部に麦芽を使用しているという理由で、ビールと同じ酒類と断じ、同一税率とするという考え方には合理性がありません。発泡酒はビールとは異なるジャンルの酒類として確立されるべきで、現行税率は維持されるべきであります。

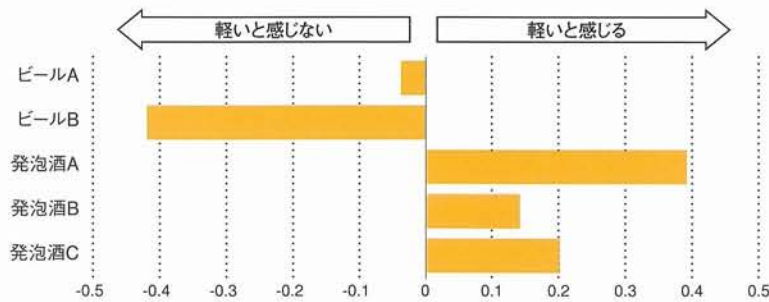
【全酒類に占める発泡酒構成比の推移】

発泡酒の税制を考える会調べ



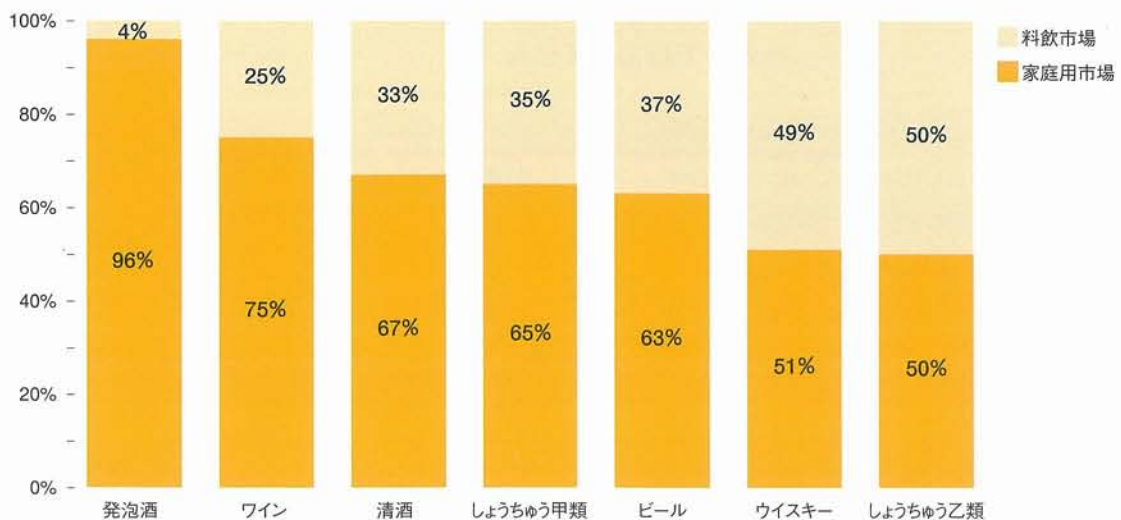
【味覚・イメージ比較】

発泡酒の税制を考える会調べ
(n=男性600 2001年5月)



【酒類別市場構成比】

出典：富士経済
[2002年食品マーケティング便覧]



2

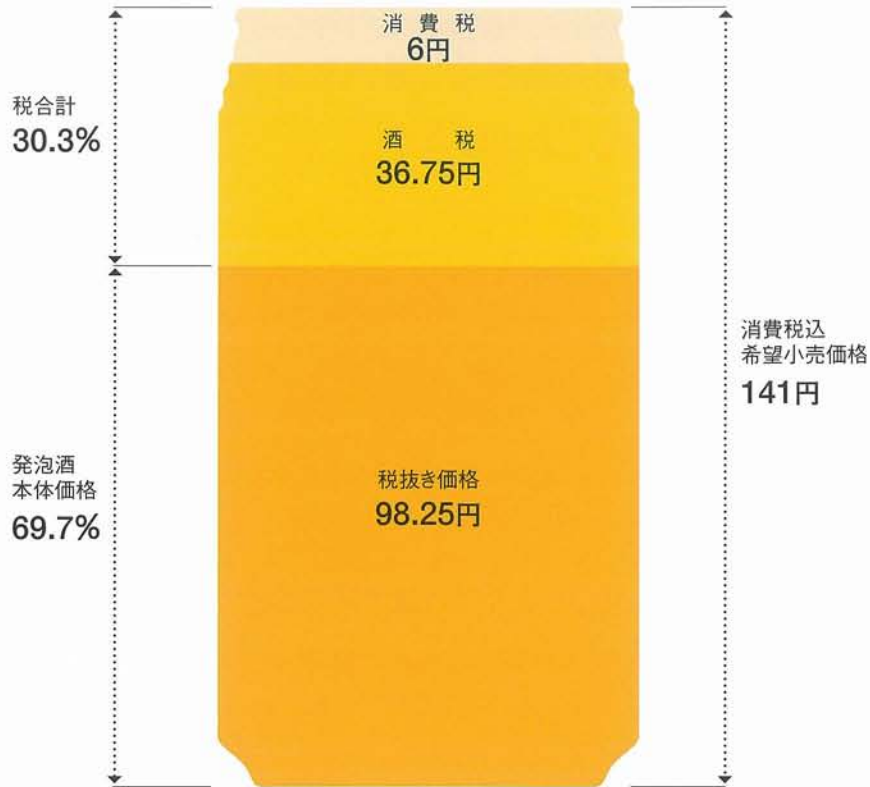
小売価格に占める間接税（個別消費税）の比率の高い発泡酒を製造・販売する企業にとって税制の安定性は必要不可欠です。

- ①……………発泡酒は、平成6年に誕生し、その後平成8年の税制改正を踏まえ、製造各社は、発泡酒専用の製造設備投資、たゆまぬ研究開発投資、マーケティング投資等多大な投資を行ってきました。
- ②……………確立されたはずの発泡酒の税制が、安易に変更（増税）されるということは、発泡酒は小売価格に占める間接税（個別消費税）の比率の高い商品であるが故に、発泡酒を製造・販売する企業にとって、これまでの多大な投資や経営努力が水泡に帰すばかりか、今後の企業の存続をも脅かしかねないという深刻な打撃を受けることにもなります。

▼

企業活動の前提となる法制度の変更は、企業活動に重大な影響を及ぼすものでありますので、安易に行われるべきものではありません。

【発泡酒350ml缶1缶当りの税負担】



【発泡酒の税率の推移】

■平成8年度発泡酒税制改正の概要

(酒税額/KL)

	麦芽比率	改正前	改正後
ビール	67%以上	222,000円	222,000円
発泡酒	67%未満50%以上	152,700円	222,000円
	50%未満25%以上	152,700円	152,700円
	25%未満	83,300円	105,000円

【主な発泡酒の発売経緯】

平成6年10月	麦芽比率65%の商品発売(サントリー社「ホップス」)			
平成7年4月	麦芽比率25%未満の商品発売(サッポロ社「ドラフティ」)			
平成8年10月	発泡酒税制改正			
平成8年5月以降	各社麦芽比率25%未満の主な発泡酒発売時期			
平成8年5月	サントリー社「スーパーホップス」	平成9年6月	オリオン社「アロマトーン」	
平成10年2月	キリン社「麒麟 淡麗<生>」	平成10年10月	サッポロ社「プロイ」	
平成11年6月	サントリー社「マグナムドライ」	平成12年5月	サッポロ社「冷製辛口」	
平成12年12月	オリオン社「スペシャル辛口生」	平成13年2月	アサヒ社「本生」	
平成13年3月	サッポロ社「北海道生搾り」	平成13年10月	サントリー社「ダイエット<生>」	
平成14年1月	サッポロ社「ファインラガー」	平成14年2月	キリン社「極生<ゴクナマ>」	
平成14年2月	サントリー社「マグナムドライ<爽快仕込>」	平成14年4月	キリン社「淡麗グリーンラベル」	
平成14年4月	サントリー社「炭濾過 純生」	平成14年5月	サッポロ社「きりっと新辛口<生>」	
平成14年6月	サッポロ社「樽生仕立」	平成14年6月	サントリー社「スーパーマグナムドライ」	

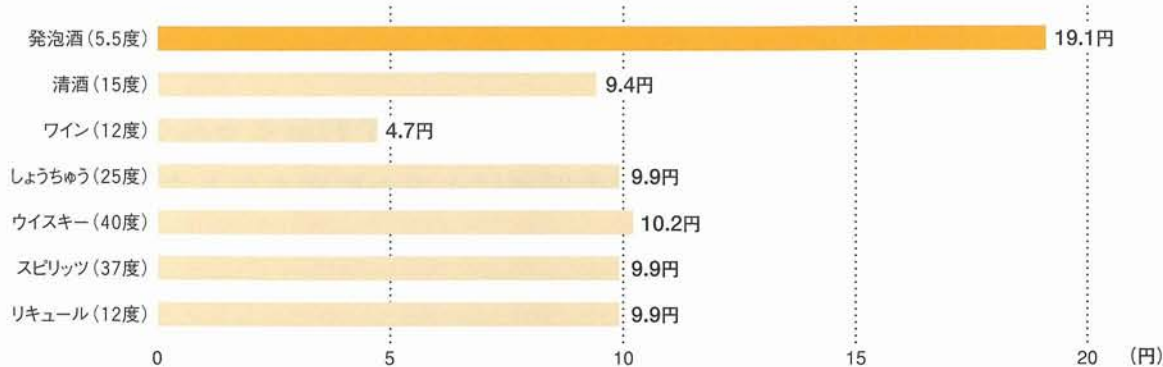
発泡酒の増税は、低アルコール酒類間の消費者の選択を歪めるものです。

- ①……………近年、低価格・低アルコール酒類間の競争は激化しており、相互間の代替性はますます高まっております。
- ②……………そうした中で、発泡酒の酒税は、缶チューハイ等の低アルコール酒類に比べて高率、高額なものとなっております。



現行でも高い発泡酒の酒税をさらに増税することは、消費者の他の低価格酒類への移行を進めかねず、決して容認できるものではありません。

【アルコール分1度1リットル当たりの酒税額比較】

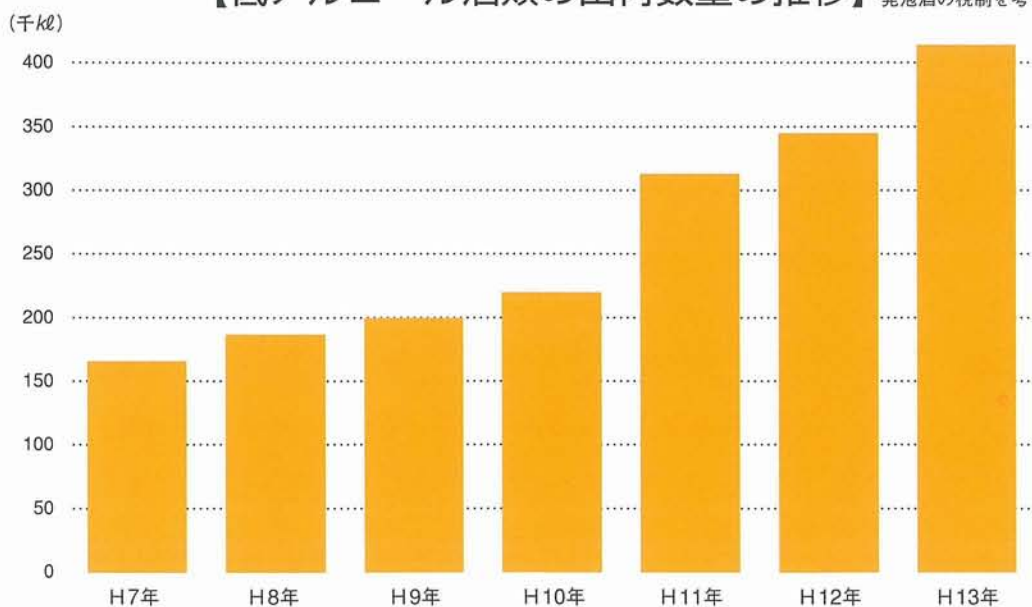


【350ml当たりの酒税額比較】



【低アルコール酒類の出荷数量の推移】

発泡酒の税制を考える会調べ



低アルコール酒類とは、カクテル・チューハイ等、梅酒（発泡性）、水割りウイスキー類をいう。

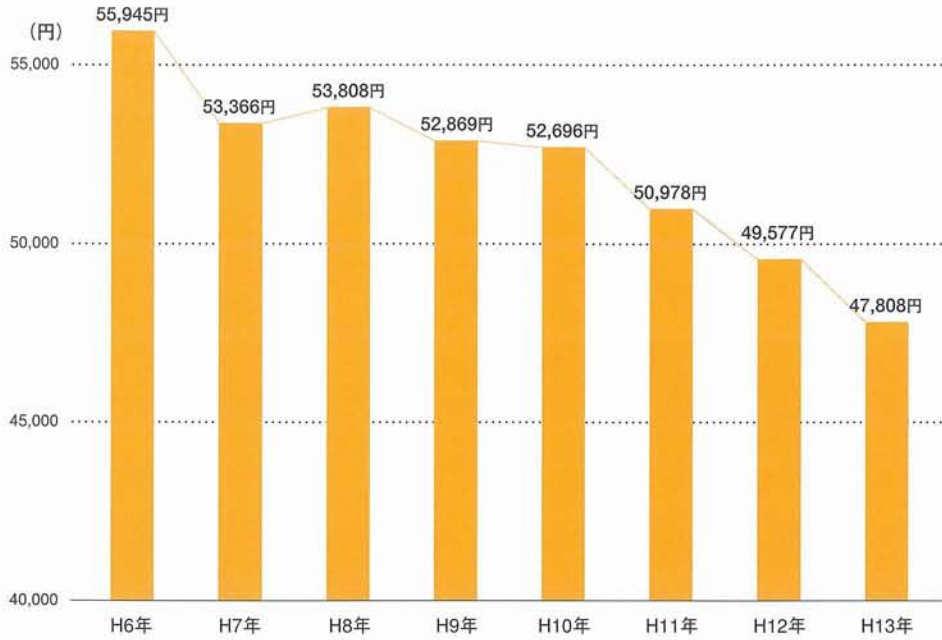
発泡酒の増税は、今や家庭でお酒を飲む人の主流となりつつある発泡酒愛好者に不利益をもたらし、我が国の酒類産業の発展に大きな影響を与えます。

- ①…………長引く不況下において、消費者の所得水準が上がっておらず、先行き不安を抱える中で、消費者の低価格志向はますます強まっており、酒類の消費支出金額も年々低下しております。
- ②…………また、所得階層別の発泡酒の購入比率をみても、ほぼ所得の小さい階層ほど低価格の発泡酒を購入しているという実態があります。
- ③…………製造各社は、コスト削減努力により消費者にさらに買い求めやすい低価格を追求し、実現してまいりました。
- ④…………そうした中で発泡酒が増税された場合には、発泡酒の消費数量の減少を引き起こし、各社の努力が水泡と帰すばかりか、流通を含めた酒類業界の衰退につながるものとなり、決して増収につながらないと認識すべきであります。

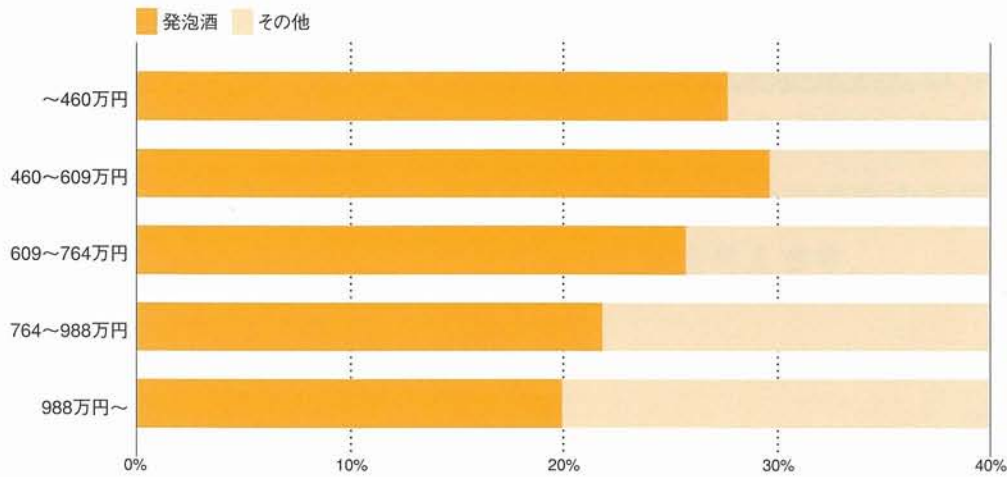


発泡酒の安易な増税は、発泡酒の存続を脅かし、発泡酒愛好者に不利益をもたらすものであります。日本経済再生のためには、企業の研究開発の促進と、個人消費の拡大等が必要です。この両面に水を差す発泡酒の増税には、我々は断固反対いたします。

【1世帯当たり年間酒類支出金額の推移】 出典：総務省統計局 「平成13年家計調査年報」



【所得階層別発泡酒購入比率】 出典：総務省統計局 「平成13年家計調査年報」



【発泡酒税が増税された場合の飲用状況の変化】 発泡酒の税制を考える会調べ (n=男・女1020 2002年7月)



消費者の皆様の声

1

発泡酒は、わが国の醸造技術が生んだ世界に類を見ない新しいジャンルの酒類であり、消費者にもビールとは違うものとして飲用され、今や新しい庶民のお酒として広く定着しました。



発泡酒はビールとは明らかに違うし、私も場所と気分によってビールと発泡酒を飲んでいる。原料が同じだからという訳の分からない理論での増税は絶対反対。一般消費税というのは浅く広く課税するものである。ビール、発泡酒は贅沢品でもなく、逆に更なる減税をするべき製品だと考える。

M.I. 様(東京都西東京市)



発泡酒は発泡酒としての文化を築きつつある。単なる価格の安い酒としてだけではなく、ライフスタイルの中で楽しむことが出来るように消費者も変わってきている。創造途中にある文化をつぶすのは止めて頂きたい。

タケ様(兵庫県芦屋市)



増税というすぐにお酒を対象とするのはやめて！
発泡酒は庶民のお酒。日本はそうではなくてもお酒が高い！
お酒は悪い飲み物だと思っているのでしょうか。酒飲みの楽しみを奪うな！

ひこうきぐも様(東京都港区)

2

小売価格に占める間接税（個別消費税）の比率の高い発泡酒を製造・販売する企業にとって税制の安定性は必要不可欠です。



お酒は20歳になってから。みんなでルールを守りましょう。政府も自分で作ったルール(法律)を守りましょう。原材料の割合によってビールとそれ以外に分けて税率を別にしたのは政府自身のはず。後になって増税しようとするなんてずるくないですか？自分の子供にちゃんと説明できますか？

発泡酒ファン様(千葉県野田市)



発泡酒のマーケット確立を目指した企業努力を水の泡にし、更なる消費低迷につながる増税に反対します。

おずん様(千葉県松戸市)

3

発泡酒の増税は、低アルコール酒類間の消費者の選択を歪めるものです。



仮に発泡酒を増税しても発泡酒のユーザーが他のお酒に乗り換えるだけで、酒税全体から得られる税収は増えないので失敗に終わると思います。

もーぐる様(滋賀県栗東市)



増税には反対です。このデフレ社会の中、安い飲み物を庶民は望んでいます。たった数十円が厳しいのです。

masa 様(千葉県佐倉市)



子供にお金がかかる子育て世帯の強い見方、それが発泡酒です。発泡酒の値段だからこそ、おとうさんも家計の心配をせずに晩酌を楽しめるのです。増税したら買う本数を減らすだけ! 増税反対!

MARI 様(東京都西東京市)



増税反対。家で飲むのは8割が発泡酒。税金を何のために上げようとしているのか、もう一度考えて欲しい。これで、発泡酒やビール離れが起きて、結局減収になったら、愛飲家にも業界にも、また国民にとってもマイナスになりますよ。

3児のパパちゃん様(埼玉県蕨市)



僕は、発泡酒が好きだ。この不景気で給料も上がらず、家計を切り詰めて生活をしている中、発泡酒の増税は飲む楽しみを奪うのと同時に、家計の破綻をまねく。みんなの幸せを考える政府であるならば、発泡酒の増税をやめてほしい。

S.T. 様(群馬県高崎市)

発泡酒の増税は、今や家庭でお酒を飲む人の主流となりつつある発泡酒愛好者に不利益をもたらし、我が国の酒類産業の発展に大きな影響を与えます。

4