焼酎、幻の「琥珀色」出荷

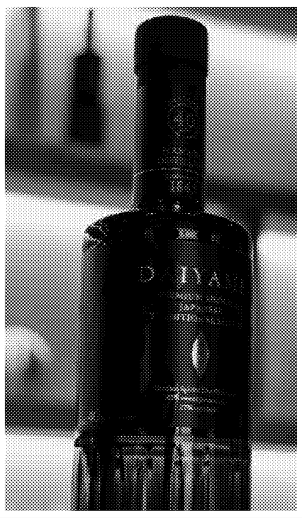
熟成の高級感、色規制で生かせず

業界分断 輸出拡大に難

日本酒、ウイスキーと比べ海外での知名度が低い焼酎。欧米がボトルの容量規制を緩和し輸出拡大の好機だが、業界の足並みがそろわない。ネックは約70年続く「色規制」だ。長期熟成の証しで高級感のある「琥珀（こはく）色」のまま出荷できない。政府は焼酎を輸出拡大の重点品目に定めるが、国際競争力がそがれている。

「焼酎はまだ世界に発見されていない。感動を届けるべく海外向け新製品を展開する」。鹿児島県の浜田酒造は5月中旬、輸出専用の芋焼酎「DAIYAME40」を発表した。焼酎はアルコール度数20～25度が一般的だが、40度と高めに設定。浜田雄一郎社長は「（焼酎のような）蒸留酒をカクテルにする海外の飲み方に合わせた」と語る。

米国で本格焼酎を売り込む浜田酒造（米ワシントンD.C.のスミソニアン博物館）



輸出専用で発売する浜田酒造の本格焼酎「DAIYAME40」

「黒霧島」で知られる業界最大手、霧島酒造（宮崎県）も今夏、米国や中国、東南アジアで初の市場調査に乗り出す。新型コロナウイルス感染拡大に伴う「宅飲み」需要を想定する。

一升瓶で欧米へ

一部企業が海外展開に動き始めた背景には欧米の規制緩和がある。2020年末、米国向けに新たに720ミリリットル（四合瓶）や1・8リットル（一升瓶）など4種類のボトルで輸出可能になった。同様の規制緩和は欧州連合（EU）でも18年に実施。EU、米国ともに関税はなかったが、ボトルを詰め替えなければならないことが非関税障壁となっていた。日本酒にはこうした容量規制はない。

焼酎の海外展開は他の酒類と比べて大きく出遅れている。過去10年、輸出額は年15億円前後で横ばい。10年に焼酎と同水準だったウイスキーの輸出額は、20年に焼酎の約23倍の271億円になった。日本酒（清酒）も241億円に達している。

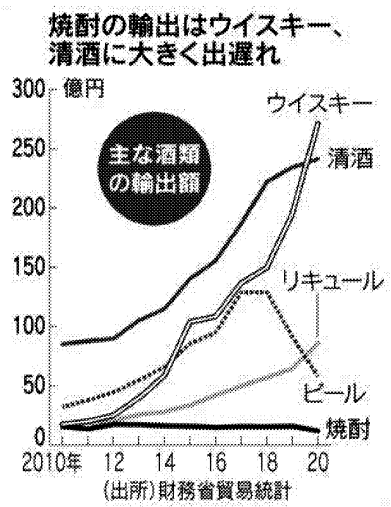
欧米の規制緩和は焼酎の輸出拡大に追い風となりそうだが、業界全体では動きは鈍い。焼酎を輸出する南山物産（東京・杉並）の中山大希社長は「『色規制』に手をつけない限り焼酎の輸出拡大は厳しい」と話す。

色規制は、焼酎はウイスキーの10分の1程度の色の濃さとする国税庁の通達。同じ蒸留酒のウイスキーと区別するために1950年代に定められた。「蒸留酒を色で規制するのは世界的にも珍しい」（中山氏）

焼酎には、蒸留を繰り返して高純度のアルコールを取り出す甲類と、じっくり蒸留する乙類がある。本格焼酎と呼ばれる乙類は、木のたるで長期熟成するとウイスキーなどと同じく濃い琥珀色になる。だが、色規制のためにろ過したり薄めたりして出荷している。

琥珀色の蒸留酒は海外では高級酒と認知される。炭でろ過し色を薄めた本格焼酎を手掛ける六調子酒造（熊本県）の池辺道人社長は「海外では無色という理由だけで高級酒と見てもらえない」と嘆く。

実は政府は、欧米への規制緩和の働きかけに加え、色規制の緩和にも動いた。21年2月に国内の水を使用するといった「ジャパニーズウイスキー」の定義が明確に定められ、色で焼酎と区別する意義は薄れている。



政府は緩和検討

だが、政府関係者によると、焼酎業界の足並みがそろわず色規制緩和は先延ばしになった。焼酎の税制優遇を巡る懸念が業界内にあったからだ。

80～90年代、スコッチウイスキーの輸出拡大を目指した英国の要求で、ウイスキーの税率は下がり焼酎に近づいた。だが、今でもアルコール度数37度未満では焼酎の税率はウイスキーより低い。

「色規制がなくなればウイスキーと同等に扱われ、税制優遇も見直されてしまう」。そんな懸念から、琥珀色になる長期熟成の焼酎を手がけていないメーカーからの賛同を得られなかった。

国内の焼酎市場は販売数量で07年度をピークに約25％減少した。国内での減少を補おうと、政府は20年11月、輸出拡大実行戦略の重点品目に本格焼酎を指定。25年までに輸出額を3倍強の40億円に高める計画を掲げる。

だが、色規制で焼酎として売れないならと、食物繊維を加えて「リキュール」として販売する企業もある。こうした混乱が続くようでは、「焼酎」という日本発のブランドを生かす機会を逸しかねない。

規制70年の「賞味期限」

日本酒 製造参入、輸出のみ解禁

規制が海外展開の可能性を狭める事例は他にもある。今では海外展開で先行する日本酒も、焼酎の色規制と同じく約70年続いた規制があった。製造への新規参入規制だ。

13年に和食が国連教育科学文化機関（ユネスコ）の無形文化遺産に認定されるのに合わせ、官民一体で日本酒を売り込んだ。輸出は大きく伸びたが、そこに商機を見いだす事業者がいても、日本酒製造への新規参入はできなかった。大手酒造が参加する業界団体が反対していたからだ。

だが、20年度の税制改正大綱で、輸出向けのみという条件付きで新規参入が認められた。輸出拡大の好機を逃さないために、できるところから変えるという現実解だ。

翻って焼酎はどうか。政府が支援し欧州で試飲会などが開かれているが、企業や酒造組合ごとの参加が中心で一体感に乏しい。それが、色規制を巡る方針もまとまらない遠因ともいえる。

政府は焼酎の輸出拡大に向け、高付加価値化を方策の一つに挙げる。色規制が原因で高級感を打ち出せないとの声があるのなら、しっかりとルールの賞味期限を精査する必要がある。（林英樹）

掲載日 2021年06月30日 日本経済新聞朝刊 019ページ
(C)日本経済新聞社 無断複製転載を禁じます。