

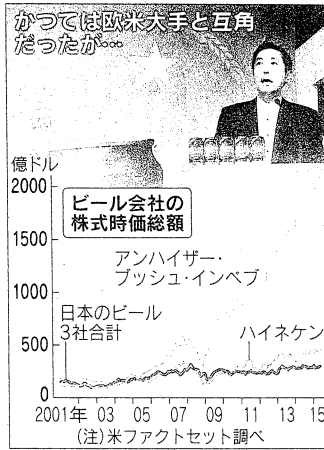
税金考

気になる光景 ▶ 2

「こんな泥沼の展開になるとは思わなかった」。6月下旬、東京都内で暮らすサントリー（現サントリーホールディングス）元幹部（74）は、ビール業界と国税庁の20年にわたる戦いについてこう漏らした。20年戦争の発端は、サントリーが1994年に発売した初の発泡酒「ホップス」だ。当時、ビールは1缶（3

50㍻）225円だったが、ホップスは2割安い180円で売り出した。ドイツの17倍

ビール20年戦争 技術革新 世界とズレ



65%に抑えたことでホップスは税法上ビールでなくなりました。折しも、80年代後半のバブル経済の熱狂が冷め企業倒産がじわじわ増えていた。安くキレの良い味は消費者をつかみ爆発的に売れた。あれから約20年。混迷は深い。サッポロビールは6月22日、同社の「極ゼロ」が税金の安い第三のビールではないとした。国税当局に異議を表明。115億円の税金返還を求めた。

海外展開で後手

勝者はだれだろう。少なくとも国税当局では94年度に2兆円超だったお酒の税収は20年で約4割減った。この先も税収は減りそうだ。「まだまだ伸びる。キリンビールの担当者が胸を張るのはノンアルコールのノンアルコールビール「キリンフリー」を発売。飲酒運転への法規制強化を追い風に幅広い支持を得た。ノンアルコールビールは17倍だ。戦費調達のため日露戦争直前にせいたく品として課税した慣習が、ビールが庶民の飲み物になった今も残る。税金が重いほ

打って参入。サントリーによると、15年の市場規模は08年の14倍になる。ビール大手も勝者といえない。約20年前、キリンビールの株式時価総額はアンハイザーの2倍近かったが、今や3割程度にとどまる。最大手のアンハイザー・ブッシュ・インベプ（ベルギー）は6月末時点で約24兆円。日本勢はキリン、アサヒ、サッポロの上場3社合計でも4兆円足らずだ。国内市場の縮小はわかってきたのに新興国を軸とするグローバル市場の争奪戦で後手を踏んだ。野村証券の藤原信史アナリスト(35)は「世界で通用しない酒税法対策の技術革新に気をとられすぎた」と見る。

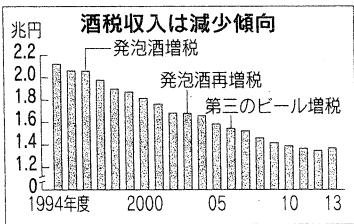
政府・与党内ではビールの税率を下げる一方、発泡酒や第三のビールの税率を上げて一本化する案が浮上する。今度こそ技術革新をゆがめない中立な税制をつくれなければ、20年戦争は税が生んだ勝者なき戦いとして歴史に刻まれてしまう。（関連記事3面に）

電子版 対論 税とイノベーション Web 刊 ↓紙面運動

税金考

ビール類の税制は猫の目のようにここそこと変わった。最大の税収源であるビールは1968年から段階的に量あたりの税率を引き上げた。89年の消費税導入時の酒税見直しでも下げ幅は小さかった。94年の発泡酒登場以降は税率だけでなく、原料である麦芽の含有量など改正の範囲は多岐にわたる。

ビール税制 猫の目改正



第2次大戦後、酒税はビールへの依存度を高めてきた。

た。89年の消費税導入時は等級制の廃止で清酒、ウィスキーの税率は5割超下がったがビールの下げ幅は1割強にとどまった。発泡酒はビールが酒税法で麦芽比率が3分の2以上と定義されていた点に着目してメーカーが開発した商品だ。だが、96年の改正で麦芽比率5割以上の商品はビール扱いとなった。各社は麦芽比率を最低税率の適用基準だった25%未満に下げ対抗したが、03年に同

「新製法」巡りいたちごっこ

区分も増税となる。そこで登場したのが、大豆やエンドウ豆を原料にしたり、発泡酒に蒸留酒（スピリッツ）を混ぜたりした「第三のビール」だ。だが、これも06年に税率を引き上げた。国税当局とメーカーのいたちごっこは今も続く。特異な税制が生んだビール風飲料は世界の市場で通用するだろうか。そうでないなら、この戦いはむなしさが残る。（1面参照）