

今年も猛暑でビールの売り上げも久々に伸びたのではないかと思うが、夏になると思いだすのが、ビールの税金の話だ。ビールの小売価格の四割は税金で、三五〇ミリリットル缶に直すと、酒税額は七十七円である。これが発泡酒（麦芽比率二五%未満）になると四十七円になり、第三のビールになると二十八円になる。ビールと発泡酒とは麦芽比率の違い、ビールと第三のビールは原料の違いである。第三のビールは、ホップのかわりに、えんどうタンパク等が原料として使用されている。

私は九六年に、発泡酒の税率改正（増税）を担当した経験があるので、当時の議論を振り返りつつ、ビールと税金の問題を論じてみたい。

当時の発泡酒は今と違って、大手四社のうち二社だけが発売しており、税金を安くすることを主たる目的として、開発された商品であった。

ビールと発泡酒の酒税法上の定義の違いは、使用される麦芽の比率の多寡である。

当時の定義は、麦芽比率六七%以上がビール、未満が発泡酒で、発泡酒はさらに二つに分かれ、麦芽比率が二五%未満のものは税金がさらに安い、という三重構造であった。これは、「麦芽こそがビールの味を決めるもの」という認識によるものである。

1. 発泡酒を巡る税率論議

このような状況の中で、九〇年代半ばごろから、ビールと味はそれほど変わらないが、税金分だけ価格が安い、という発泡酒が開発され、ビールとま

ビールと税金の話

中央大学法科大学院教授 森信茂樹

ちがうような外見で販売を始めたのである。税金の安い発泡酒の販売は伸びたが、税金の高いビールの販売は低迷したので、ビールの税収は大きく落ち込んでしまった。

これに対して「同じものには同じ課

税」という租税の大原則（税の中立性）

に忠実な税制当局は、「ビールと大して変わらない発泡酒のせいで税収は落ち、税の原則も踏みにじられようとしている」という危機感から、税金の大幅な見直しが必要ということになった。

その際、メーカーが新商品を開発したのにすぐ増税というのは、民間の開発努力を損なうものであるという声があった。しかし、麦芽比率だけで調整するというのは、新商品とはいえない

税論

という反論があり、さらに、外見がビールそっくりで、コンビニでも酒屋でも同じところに陳列し、消費者も安めのビールとして購買していることが決め手になり、自民党税制調査会で増税が決まった。

その際、麦芽比率五〇%がメルクマールとされ、五〇%未満であれば味は劣りビールとは言えず、異なるお酒となるので税金は安くてもいい、と考

え方が整理された。これで落ち着くかと思われたビールの税金問題であるが、税収の更なる落ち込みを懸念して税負担はその後もう一度引き上げられた。

2. 当局の想定を超えた 第三のビール

このような度重なる増税を踏まえてビールメーカーは、麦芽比率にこだわらない、画期的な商品である「第三のビール」を開発した。これは、麦芽比率を抑えることによりビールを発泡酒にする、という従来型の発想から抜け出て、麦芽を一切使用せず、えんどうタンパク等を原料としたもので、酒税分類上は「その他の醸造酒」と呼ばれるものである。税務当局の予想を超える商品開発といえよう。

ここまでくれば、これは立派な新製品だから、「同じものには同じ課税」という税務当局の原則を乗り越えることができる、と業界側は考えていたが、二〇〇六年に税率はふたたび引き上げられ、「第三のビール」は四円（三五〇ミリリットル缶）の増税（ビールは一円の減税）となったのである。

節税を図ろうという民間側の知恵と税収を確保したい当局との壮絶な戦いの歴史である。税金が、良くも悪くも民間経済に大きな影響を与える、ということの証でもある。税金のせいでは（？）ビール以外の商品が出回り、若者のビール離れを招いたということであれば、ビール党にとっては残念だ。