



# アメリカ西海岸における 清酒(日本酒)市場の動向と輸出環境について

調査研究事業 報告書

2016年 3月

一般社団法人 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会

## 1. 調査の目的

一般社団法人全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会(以降、全米輸)は、これまで世界各国へコメ・コメ加工品の輸出に対する各種の取り組み(ジャパンプランドの確立)を行い、具体的な成果を得ている。平成27年度は、アメリカ西海岸の清酒(日本酒)市場の環境と輸出に直結した調査研究を実施する。

## 2. 調査研究の方法・内容

調査方法は、国内の資料を基本に、海外の調査ネットワークによる現地調査員による現地取材を行う。国内からアメリカに向けて輸出される清酒(日本酒)の価格に関する現状を分析し、報告書の作成を行う。特に、アメリカ国内における、取引の現状把握を行う。

## 3. 実施内容

### 1) 調査の種類

アメリカ西海岸 及び 国内文献調査 及び 国内外インタビュー調査

### 2) ヒアリング先/情報入手先

【国内】財務省、国税庁、外務省、日本貿易振興機構、みずほ情報総研、  
日刊経済通信社

【国外】(連邦政府) 国勢調査局、商務省経済統計局、財務省酒類たばこ税貿易管理局、  
保険福祉省食品医薬品局、国立衛生研究所 アルコール乱用・依存症研究所、  
連邦準備制度理事会

(カリフォルニア州政府) アルコール飲料管理局、査定平準局、雇用開発局  
(その他組織) 全米税務管理者連盟

### 3) 調査対象者

上記国内対象者 及び 対象国となるアメリカ国内の流通関係者。

### 4) 調査方法

「国内で入手可能な公的資料」「入手可能な情報による分析研究」を基本に、補完すべき事項が必要

な場合には、調査ネットワークにより海外関係先への各種ヒアリングによって実態を把握する。販売形態や流通価格調査については、現地の情報を収集する。明らかになりにくい各流通段階調査における価格、流通マージン、リベート等についても可能な範囲において調査(推計)する。

### 5) 調査分析期間

平成27年8月1日～平成27年10月31日

### 6) 調査時に検討する主要な内容

主要項目	内容	入手／ヒアリング
1. 米国の清酒(日本酒)市場についての情報	1) 米国における清酒(日本酒)のカテゴリ 2) 米国内の酒類市場の把握 3) 米国内における清酒(日本酒)輸出货量・消費量	
2. 米国内の流通経路について	1) 流通チャネル 2) 流通諸費用の試算	
3. 関税・租税等	1) 通関時に掛かる各種租税 2) 流通時に掛かる各種租税 3) 適用される酒税等	
4. 検疫について	1) 清酒(日本酒)に関わる、検疫に関する規制内容 2) 福島第一原発事故にかかる輸入規制措置	
5. 枠規制、法規制について	1) ラベル表示、容器に関する規制 2) テロ対策等に関する規制 2) アルコール販売ライセンスについて	
6. その他商慣習	1) 流通マージン等の商慣習	
7. 輸出業者の留意点	1) 市場開拓時の課題	
8. まとめ	1) 調査研究で得られた課題の集約	

※ 調査研究事業の主要項目は、調査実施に統合した報告や付帯項目を追加するものとする。  
また、対象国内で入手した資料については、翻訳を行い、報告内容に反映させる。

## 7) 分析方法

分析は、文献査読とインタビュー調査とし、(6)の内容と目的に沿った回答の割合から、実施内容の傾向や回答を報告書へ反映させる。

## 4. 調査結果の活用方法

調査報告内容は、全米輸の国内調整活動である定例会で共有。各会員の今後の活動や全米輸の活動、ジャパブランド確立の翌年度実施のための参考資料として活用するものとする。

## 5. 事業メニューの実施体制

アメリカ国内(西海岸)を対象地域に調査研究を実施する。対象都市における清酒(日本酒)の流通に対して、取引価格を中心とした流通実態についての調査報告を行う。ただし、市域全体の調査を実施するのではなく、主要ルートに限定する。

### 【注】報告書における通貨単位の記載方法

通貨の交換レートを説明しているものでは、米ドル/円と〇〇に、通貨単位を前表記とした。  
一方、流通段階では、通貨単位を数字の後表記とした。

(はじめに)

## 1. 品目の定義について

### アメリカにおける清酒(日本酒)のHSコードについて

HSコードとは、国際貿易商品の名称及び分類を世界的に統一する目的のために作られたコード番号であり、貨物を輸出入する際の品目分類に用いる輸出入統計品目番号のことである。輸出入統計品目番号は、輸出入されるあらゆる品目を、9桁又は10桁の数字で表記する。最初の6桁は世界共通の番号であるが、その後の3桁(または4桁)は、各国の事情に合わせて品目をさらに細分化するために使用されるため、各国ごとに番号が異なっている。HSコードが税関への告知書に記載されることによって、日本からの輸出、および輸出先での輸入通関の際、税関職員がそのコードをもとに、該当する品目の種類と関税等の税率を容易に調べることができるため、通関手続の時間短縮に貢献する、重要な番号となっている。

アメリカ合衆国における、清酒(日本酒)を示すHSコードは [2206.00.45] である。

HSコード	内容	
2206.00.45	Rice wine or Sake	清酒(日本酒)
2204	Wine of fresh grapes including fortified wines	ワイン
2208	Spirits, Liqueurs and other spirituous beverages	蒸留酒(焼酎など)

## 2. 地理的表示の開始に伴う、本報告書での「日本酒」表記について

2015年6月、国税庁は、2015年秋に酒類業組合法に基づく表示基準を改正し、地名を商品名に付した「地理的表示」の対象に日本酒を指定する方針であることを公表した。このため、本報告書の作成にあたっては、この方針に沿う形で、特に日本産の清酒を指す場合にのみ「日本酒」と表記し、米国現地生産の清酒、および現地における清酒市場を指す場合は「清酒」または「清酒(SAKE)」と区別して表記した。また、それ以外での表記については「清酒(日本酒)」の表記で統一している。

## アメリカ国内の清酒(日本酒)市場と 酒税を中心にした現地市場の実態

## 1. アメリカ国内の清酒(日本酒)関連資料および現地調査から、日本酒輸出拡大を検証

- ・アメリカでは清酒(SAKE)の現地生産量と、日本からの“日本酒”の輸入量を合わせると、およそ20,000キロリットルと推計される。国税庁「平成25酒造年度における清酒の製造状況等について」(2015年1月)での統計によれば、日本国内で製造された清酒(日本酒)の総製造量は446,435キロリットル(アルコール分20度換算数量)であったので、米国市場には国内製造量のおよそ5%分に相当する量が流通している計算となる。清酒の製造量が減少する日本国内とは対照的に、“日本酒”に対する需要が年々高まっている米国市場は、今後の市場拡大が大いに期待される。
- ・アメリカ国内において、清酒(SAKE)は「日本食レストランで日本食と一緒に味わうもの」という位置づけであった。しかし最近では“エキゾチックなアルコール”として、家庭内やパーティでの飲酒に供されたり、日本食以外のレストランでも提供される機会が多くなった。徐々にではあるが、現地での存在感が高まりつつある。
- ・流通ルートについては、日系やアジア系の食品を扱う卸業者や、アルコールを扱う現地の卸業者に長年の取り扱い実績があり、新たな銘柄の輸入の受け皿は備わっている。しかしながら新たに米国市場に輸出されている銘柄数は伸び悩んでいる。
- ・消費者への供給は日本食レストランが最も大きいのが、来店客に勧めるられるだけの日本酒の知識を持っていないスタッフも多い。さらには、そもそも積極的に清酒(日本酒)の取扱いと売上を伸ばそうとする意欲のあるレストランが少ないため、現状において大幅な需要増加を見込むことは困難である。
- ・小売店については、日系のスーパーでは店員がある程度の清酒(日本酒)の知識を有しており、店頭でのセールスが可能である。ただし客層が日系人や日本人が大部分なため、日本人以外の、現地の米国人へのセールスには環境が厳しい。
- ・アジア系のスーパーにも、多くの銘柄が陳列されている。しかし、セールスができる店員が少ないことや、客層の大部分がアジア系である。
- ・現地の人々が利用する地元のスーパーには、限られた種類の銘柄が陳列されてはいるものの、店頭でのセールスが展開できるようなシステムにはなっていない。

## 2. 租税関係

米国で清酒(日本酒)を輸入・販売する際に課税される税は、大きく分けて以下の3種類に分類される。

(1) 【連邦税】	① 連邦酒税 ※輸入申告時に課税。 ② 輸入業者が保有するライセンスに対し課税する「特別営業免許税」
(2) 【関税】	輸入関税
(3) 【州税】	① 州酒税 ※輸入申告時に課税。各州により税率が異なる。 ② 「Sales & Use TAX」(売上および使用税) ※州内でも各自治体単位で税率が異なる。

### (1) 連邦税

アメリカ国内での日本酒の輸入に際し連邦政府に支払う税は、内国消費税である「連邦酒税」、および輸入事業者が課税される「特別営業免許税」の2種類である。

#### ① 連邦酒税

清酒(日本酒)に適用される連邦酒税の課税額は、醸造用アルコールの添加有無により税額が大きく異なることに留意する必要がある。税法上、醸造時にアルコールを添加しない純米酒(純米吟醸・純米大吟醸)は【ビール】カテゴリに区分され低い税率が適用されるのに対し、アルコールを添加する上記以外の清酒(日本酒)の場合はすべて【蒸留酒(Spirits)】に区分され、高い税率で課税される。

米国で販売される清酒(日本酒)の多くが純米酒なのは、酒税率が低く抑えられ、販売に有利なためである。連邦酒税の管轄は米国内国歳入庁(IRS)であるが、税関での輸入申告の際、関税と一緒に徴収される。

【図表 20】 連邦酒税のタイプ別区分と税額の目安 (2015年8月現在)

酒のタイプ		連邦酒税上の区分	税額
■ビール		ビール	0.05ドル/340ml缶あたり ※生産量20,000バレル(2,340kl)未満の場合は緩和税率を適用
■清酒	(アルコールが添加されていないもの)	ビール	0.02ドル/750mlあたり (緩和税率適用の場合)
	(アルコールが添加されているもの)	蒸留酒	2.14ドル/750mlあたり
■ウイスキー、焼酎などの蒸留酒(スピリッツ)		蒸留酒	2.14ドル/750mlあたり
■ワイン		ワイン	0.31ドル/750mlあたり ※アルコール度数14度~21度の場合

(出所) アメリカ財務省・酒類タバコ税貿易管理局(TTB)ホームページ

## ② 特別営業免許税

アメリカ財務省・酒類タバコ税貿易管理局(TTB)から「輸入業」「卸売業」のライセンスを取得している輸入業者が支払う税金で、納付額は年間500ドルである。

## (2) 関税

米国国内で清酒(日本酒)を示すHSコード [2206.00.45] (Rice wine or Sake)に適用される関税率は、一律で1リットルあたり:0.03ドル(3セント)である。

## (3) 州税(カリフォルニア州の場合)

### ① カリフォルニア州税としての酒税

連邦州税での区分に従って、州税(地方税)としての酒税も同時に課税される。徴収の管轄はカリフォルニア州査定平準局(BOE)であるが、税関での輸入申告の際、関税と一緒に徴収される。

【図表 21】 カリフォルニア州酒税のタイプ別区分と税額の目安 (2015年8月現在)

酒のタイプ		連邦酒税上の区分	税額
■ビール		ビール	0.20ドル
■清酒	(アルコールが添加されていないもの)	ビール	0.20ドル
	(アルコールが添加されているもの)	蒸留酒	3.30ドル ※アルコール度数50度(アルコールプルーフ100単位)未満の場合
■ウイスキー、焼酎などの蒸留酒(スピリッツ)		蒸留酒	アルコール度数50度未満:3.30ドル アルコール度数50度以上:6.60ドル
■ワイン		ワイン	0.20ドル

(出所) アメリカ税務管理者連盟(Federation of Tax Administrators)

## ② Sales & Use TAX (売上および使用税)

アメリカにおけるSales TAX(セールスタックス:売上税)は、州政府および地方自治体(郡および市町など)が課税主体となり、それぞれが独自に税率を設定し、小売業者の売上に対して課税する地方税である。日本の消費税と仕組みが似ているが、最終消費者に対する売上のみが課税対象である点

において、卸売業者も課税対象としている日本の消費税とは仕組みが異なる。なお、全米にはオレゴン州など、セールスタックスそのものが無税の州も存在している。

日本酒(清酒)を含むほとんどの酒類はセールスタックスの課税対象品となっている。しかし、穀物・野菜・果物・肉・魚・卵・砂糖・塩・牛乳・ボトル入り水やスポーツドリンクなどの食品は生活必需品として免税となっており、この中には「料理酒として使うワイン」も含まれている。

カリフォルニア州におけるセールスタックスは「Sales & Use TAX」(売上および使用税)と呼称し、小売店だけでなく、Amazonなどのネット通販による利用にも課税されるのが特徴である。なお、州内の最大都市・ロサンゼルス市の税率は【州税: 7.5%+ロサンゼルス郡税: 1.5%+ロサンゼルス市税: 0%】の合計9%となっているが、州全体がこの税率で統一されている訳ではなく、隣り合う自治体でも税率が異なることに注意する必要がある。

カリフォルニア州各自治体のSales & Use TAXの税率は、カリフォルニア州査定平準局(BOE)のホームページを参照されたい。

■カリフォルニア州査定平準局(BOE: California State Board of Equalization) ホームページ  
<http://www.boe.ca.gov/>

### 3. 価格形成から見た、アメリカへの日本酒輸出拡大の可能性を考察

- ・アメリカでは清酒(日本酒)の説明にワインを引き合いに出されるため、価格もワインと比較されることが多い。輸入銘柄の価格は高価格帯のワインに相当する銘柄が多い。
- ・問題は、清酒(日本酒)に関する知識が浸透していないために、価格相応の価値が理解できないことである。
- ・これまでは現地生産を展開する清酒メーカーが個別に清酒(日本酒)の啓蒙や普及を図ってきたが、情報発信量には限界がある。
- ・アメリカでの日本食のイメージは悪くなく、市場も安定しているため、スケールの大きな普及活動展開が輸出拡大のポイントと言える。

#### <清酒(日本酒)の基礎知識の浸透>

現地では清酒(日本酒)にはいろいろなタイプがあることは、あまり広く知れ渡っている状況ではない。このため現地での日本酒のPRにあたっては、ワインを知らない層に最初からワインを説明するようなレベルで、行うことが必要である。最初は吟醸酒に興味を持ってもらい、次に純米酒など異なるタイプを紹介するなど、認知されやすい組み合わせで清酒(日本酒)の奥深さを理解して頂くパターンを作っていくのが有効と思われる。

#### <飲食店でのセールスサポート>

日本食レストランではドリンクの利益率は高いが、清酒(日本酒)については、来店客にセールスするだけの知識と手間が課題となっている。日本食レストランは、清酒(日本酒)のタイプや、多様な銘柄をお試し頂くには絶好のロケーションであることから、スタッフの知識がなくてもセールスが可能な、料理との相性を切り口とした飲用促進など、なるべく大きなスケールで継続展開することが効果的である。実施するレストランには、認定制度やスタッフへのミニセミナーなどのサポートが必要と思われる。