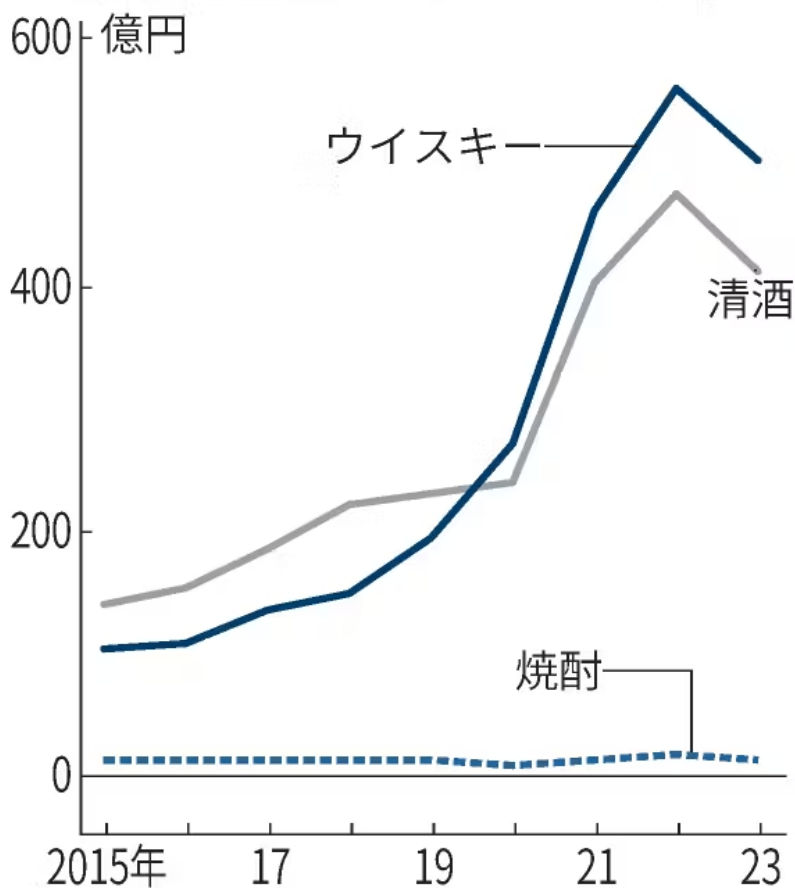


焼酎の輸出は横ばいが続く



(出所)財務省貿易統計

焼酎の輸出を手掛けている南山物産（東京・杉並）の中山大希社長は「海外では日本語の区分表記をみて酒を購入するわけではないのでスピリッツか焼酎かは問題ではない」と話す。「琥珀色は長期貯蔵の付加価値を感じられる。ウイスキーと同様の飲み方でよいとわかれば、飲み方がわからないといわれていた弱点も克服できる」と期待する。

国内の本格焼酎の販売数量は06年度をピークに22年度までに30%近く減少した。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清酒・ウイスキーとともに本格焼酎・泡盛を指定。25年までに輸出額を40億円に高める計画を掲げている。

国税庁では色規制について「焼酎業界の意見が一致すれば、今後の見直しはあり得る」（酒税課）としているが、酒税は生産者側が負担するだけに「中小のメーカーには焼酎の税制優遇の見直しにつながるとの警戒感があり簡単でない」（南山物産の中山氏）という。優遇に甘んじず、積極的に海外市場で実利を得ようとする企業努力を後押しする政策が求められる。

(曾我真粧巳)