

ベルギーにおける日本酒市場調査

2016年2月

日本貿易振興機構(ジェトロ)

ブリュッセル事務所

本報告書で提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。  
ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

Copyright(C) 2016 JETRO. All right reserved.

## 目次

1. ベルギーに関する基本情報.....	2
1.1. ベルギーのアルコール消費量とワインの輸入量.....	2
2. ベルギーのアルコール輸入規制 .....	5
2.1. ラベル表示規制.....	5
2.2. 税制情報：関税、国内酒税、その他.....	5
2.3. 容量・サイズ規制 .....	9
2.4. 日本酒の輸送コスト .....	9
2.5. 日本酒の輸入・販売に関するライセンス.....	10
3. ベルギーにおける日本酒のポジション .....	11
3.1. 日本酒の流通状況 .....	11
3.2. 日本酒に対する消費者の認識.....	13
3.3. 産業界としての課題 .....	13
4. ワインの販売手法からみる日本酒のプロモーション方法 .....	14
4.1. EU レベル.....	14
4.2. ワインの同業者組合 .....	15
4.3. 小売店の対策 .....	15
5. 日本酒のプロモーション .....	17
6. 付録 .....	20
6.1. 付録1：アルコール消費量の推移 .....	20
6.2. 付録2：ラベル表示規制.....	20
6.3. 付録3：各地域別のカスタマー・マーケティングサービス（Diensten Klantenbeheer en marketing (KLAMA)問い合わせ先 .....	22

## はじめに

ベルギーでは、日本酒の流通の大部分は、日系の小売に限られている。

本報告書では、ベルギーで日本酒の普及に向けて、現地の非日系卸業者が商流を確保するための課題と対策を明らかにする。本報告書では、アルコール度数や取扱方法が日本酒と類似しており、かつ、ベルギーで広く普及しているワインの市場を参考にした。

1、2章で資料を基に、ベルギー市場の特性や、輸入時の規制を含む現状を整理した上で、3章でヒアリングを基にベルギー人（消費者）と販売店の日本酒に対する意識を調査した。4章では、ベルギーで広く普及しているワインの主な販売方法を参考に、日本酒にも活用できるであろう事例を収集した。5章で、現在の日本酒の普及状況を踏まえた上で、効果的だと思われるアプローチを整理する。

## 1. ベルギーに関する基本情報

### 1.1. ベルギーのアルコール消費量とワインの輸入量

OECD の2010年の統計によれば、ベルギーは、英国、デンマーク、スロベニア、チェコに続き、EU 加盟国の中で5番目に、15歳以上の人口一人当たりのアルコール消費量が多い国である。(付録1参照)

一方で、以下の EU 加盟国のワインの生産量が示すように、ベルギーはワインの生産がほとんどなく、輸入に頼っていることがわかる。

表 1:EU 加盟国のワインの生産量 (単位 : 1 00 キロリットル)

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
フランス	46,269	44,322	50,757	41,075	41,930	47,094
イタリア	45,800	46,734	42,705	-	-	-
スペイン	35,489	35,353	33,709	31,123	45,308	39,494
ドイツ	9,320	6,976	9,223	9,102	8,493	9,294
ポルトガル	5,894	7,148	5,622	6,308	6,231	6,202
ルーマニア	4,957	3,287	4,058	3,310	5,113	3,749
ギリシャ	3,365	2,950	2,750	3,115	3,343	2,800
ハンガリー	3,343	1,761	2,822	2,243	2,944	2,585
オーストリア	2,313	1,710	2,783	2,124	2,353	1,965
ブルガリア	1,426	1,224	1,236	1,442	1,913	881
クロアチア	1,433	1,409	1,293	470	-	842
スロベニア	790	759	849	646	-	659
チェコ	545	385	650	487	-	-
スロバキア	346	207	369	325	373	286
ルクセンブルク	135	110	132	85	101	125
キプロス	146	117	84	111	108	93
マルタ	40	40	40	22	21	20
英国	24	30	23	8	33	-
ベルギー	3	5	5	3	6	6

注：統計のない加盟国は削除

(出所：EU 統計局)

オランダの貿易振興機関（CBI）が実施したベルギーのワイン市場に関する分析<sup>1</sup>によれば、ベルギーで消費されているワインの約67%はフランス産である。

ベルギーでは、北部のオランダ語圏（フランダース地域）を中心に、チリ産など、伝統的なワインの生産国でない国のワインを受け入れる傾向がある。消費者は、価格と原産国よりも、ブランドやブドウの種類をより重視し、高品質の製品にお金を払う市場だと分析されている。さらに、CBI はベルギーで消費されているワインの約65%は家庭、約20%はレストランで消費されていると推計している。表2に家庭で消費されているワインの購入場所と、ボトル当たりの平均購入価格を示す。

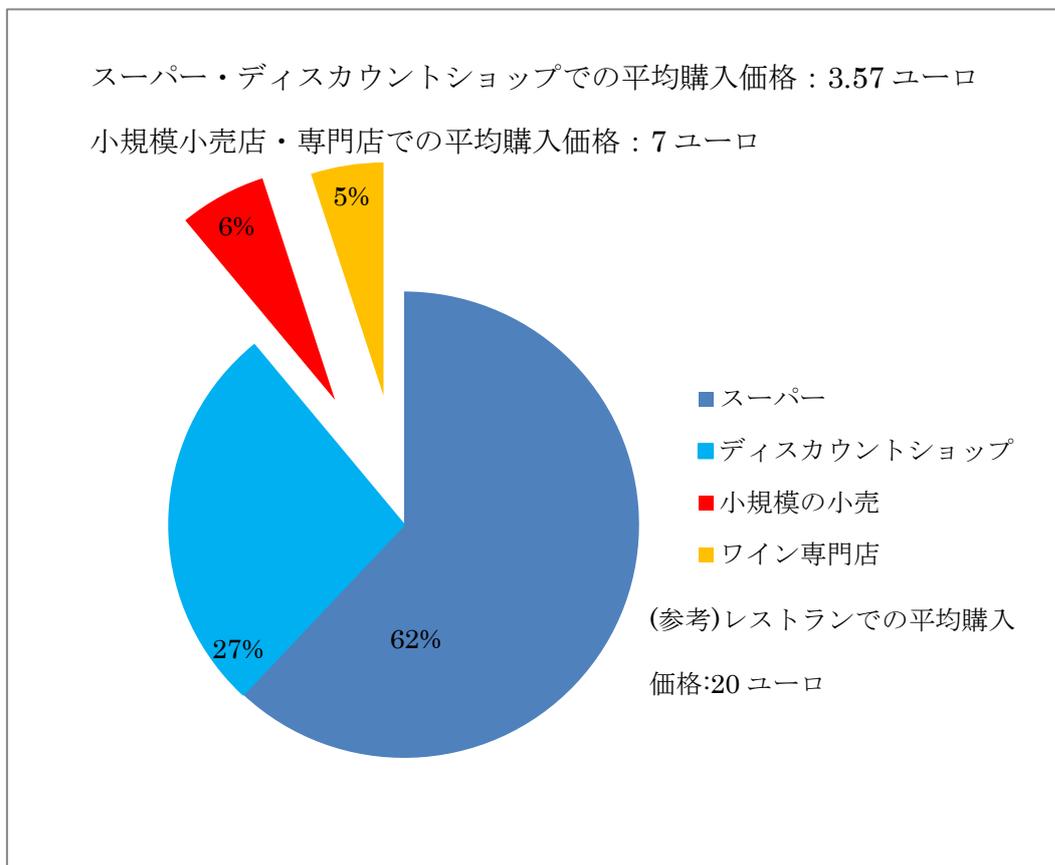
スーパーやディスカウントショップでの、ワイン1本当たりの平均購入価格は3.57ユーロ、小規模の小売店とワイン専門店での平均購入価格は7ユーロである。7～15ユーロ程度のプレミアムワインは、ベルギーのワイン販売量全体の6%を占めるという。

今回のヒアリング調査では、日本酒は720ミリリットルのボトルが1本当たり、20～40ユーロで販売されていた。現状を踏まえると、日本酒の購入層となりうるのは、小売店や専門店、スーパーで、より高価格のワインを買う傾向がある客層である。

---

<sup>1</sup> CBI Trends for wine in Belgium(2014)

表 2:家庭で消費されているワインの購入場所、および平均購入価格



(出所：CBI 資料)

## 2. ベルギーのアルコール輸入規制、販売規制、諸税

### 2.1. ラベル表示規制

ベルギーにおいて販売される日本酒のラベル表示は、EU 規則 No.1169/2011「消費者への食品情報提供に関する規制」に基づいて規定されている。(詳細は付録2参照)

### 2.2. 税制情報：関税、国内酒税、その他

日本酒の輸入・販売に関連する税制として、EU 域外の国・地域からの輸入に対して一律の関税率を適用する EU の共通関税と、ベルギーが定める酒税（物品税）及び付加価値税、包装税がある。

#### 関税

EU への日本酒の輸入には、域内で統一された輸入関税番号（合同関税品目分類表：CN コード）と EU 統合関税率（TARIC）が適用される。

日本酒に対する2016年の関税率は、表3が示す通り、CN コード別(最初の4桁が2206)に、100リットル当たり5.76～19.2ユーロと幅がある。<sup>2</sup>

ただし、EU は輸入関税割当制度<sup>3</sup>を設けており、品目と輸入量に応じて関税率が変更される場合がある。

表 3:日本酒にかかる関税率

日本酒：CN コード	標準関税率 (%)
22060039 (発泡性あり)	19.2 ユーロ/100 リットル
22060059 (発泡性なし、2 リットル以下)	7.7 ユーロ/100 リットル
22060089 (発泡性なし、2 リットルを超えるもの)	5.76 ユーロ/100 リットル

(出所：欧州委員会資料)

<sup>2</sup> 2016 年の統合関税率

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:092:0016:0023:EN:PDF>

日本酒の CN コード分類

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:092:0016:0023:EN:PDF>

<sup>3</sup>一定の輸入数量の枠内に限り、無税又は低税率（一次税率）の関税を適用して、需要者に安価な輸入品の供給を確保する一方、一定の輸入数量の枠を超える輸入分については、比較的高税率（二次税率）の関税を適用することによって、国内生産者の保護を図る制度。

## 酒税（物品税）

ベルギーでは、税制改革の一環として、2015年11月1日より、ディーゼル車やたばこ、清涼飲料などとともに、エチルアルコールおよびアルコール飲料の酒税（物品税、特別物品税）が引き上げられた。新たな物品税は、「アルコールとアルコール飲料の制度と物品税に関する1998年1月7日の一時的法改正の政令」<sup>4</sup>で規定されている。日本酒は、「その他の発酵飲料」に分類され<sup>5</sup>、「非発泡性」の日本酒は、100リットル当たり57.2440 ユーロから74.9086 ユーロへと、約31%引き上げられた。「発泡性」の日本酒は、195.8775 ユーロから256.3223 ユーロへと、非発泡性日本酒と同じく約31%引き上げられた。「アルコール度数8.5%以下の非発泡性及び発泡性」の日本酒では、100リットル当たり18.2049 ユーロから23.9119ユーロへと、同様に約31%引き上げられた。

また、焼酎や梅酒は、「蒸留酒」に分類され、アルコール分100リットル当たり2,124.6812 ユーロから2,992.7928 ユーロと、約40%の引き上げとなった。

連邦政府の発表によれば、ビールは1瓶当たり1セント、ワインは19.5セント、蒸留酒などアルコール度数の高いものは2.6ユーロの増税になる。

表 4:酒類別の新旧税額

酒類	2015年11月1日以前の課税額 (100トリットル当たり)	2015年11月1日以降の課税額 (100トリットル当たり)
非発泡性ワイン	<b>57.2440</b> ユーロ (物品税 0 ユーロ +特別物品税 57.2440 ユーロ)	<b>74.9086</b> ユーロ (物品税 0 ユーロ +特別物品税 74.9086 ユーロ)
発泡性ワイン	<b>195.8775</b> ユーロ (物品税 0 ユーロ +特別物品税 195.8775 ユーロ)	り <b>256.3223</b> ユーロ (物品税 0 ユーロ +特別物品税 256.3223 ユーロ)
アルコール度数 8.5 % vol.以下の非発泡性/発泡性 ワイン	<b>18.2049</b> ユーロ (物品税 0 ユーロ+特別物品税 18.2049 ユーロ)	り <b>23.9119</b> ユーロ (物品税 0 ユーロ +特別物品税 23.9119 ユーロ)

<sup>4</sup>酒税リストは <http://tarweb.minfin.fgov.be/>の「Accijnzijn」、「Accises」にてダウンロード可能。

改正法：

[http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi\\_loi/change\\_lg.pl?language=nl&la=N&table\\_name=wet&cn=2015102601](http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&table_name=wet&cn=2015102601)

改正前：

[http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi\\_loi/change\\_lg.pl?language=nl&la=N&cn=1998010757&table\\_name=wet](http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&cn=1998010757&table_name=wet)

<sup>5</sup> [http://www.aalst.be/documenten/publicaties%5Ceconomie\\_en\\_werk/Lijst\\_gegiste\\_en\\_sterke\\_dranke\\_n.pdf](http://www.aalst.be/documenten/publicaties%5Ceconomie_en_werk/Lijst_gegiste_en_sterke_dranke_n.pdf)

非発泡性のその他発酵飲料（日本酒含む）	<b>57.2440</b> ユーロ （物品税 0 ユーロ+特別物品税 57.2440 ユーロ）	<b>74.9086</b> ユーロ （物品税 0 ユーロ +特別物品税 74.9086 ユーロ）
発泡性のその他発酵飲料（日本酒含む）	<b>195.8775</b> ユーロ （物品税 0 ユーロ+特別物品税 195.8775 ユーロ）	<b>256.3223</b> ユーロ （物品税 0 ユーロ +特別物品税 256.3223 ユーロ）
アルコール度数 8.5 % vol.以下の非発泡性および発泡性のその他発酵飲料（日本酒含む）	<b>18.2049</b> ユーロ （物品税 0 ユーロ+特別物品税 18.2049 ユーロ）	<b>23.9119</b> ユーロ （物品税 0 ユーロ +特別物品税 23.9119 ユーロ）
アルコール度数 15 % vol.以下の非発泡性中間製品	<b>90.5231</b> ユーロ （物品税 47.0998 ユーロ +特別物品税 43.4233 ユーロ）	<b>118.5944</b> ユーロ （物品税 47.0998 ユーロ +特別物品税 71.4946 ユーロ）
アルコール度数 15 % vol.超の非発泡性中間製品	<b>120.5199</b> ユーロ （物品税 66.9313 ユーロ +特別物品税 53.5886 ユーロ）	<b>157.7792</b> ユーロ （物品税 66.9313 ユーロ +特別物品税 90.8479 ユーロ）
アルコール度数 15 % vol.以下の発泡性中間製品	<b>195.7825</b> ユーロ （物品税 47.0998 ユーロ +特別物品税 148.6827 ユーロ）	<b>256.0948</b> ユーロ （物品税 47.0998 ユーロ +特別物品税 208.9950 ユーロ）
アルコール度数 15 % vol.超の発泡性中間製品	<b>195.7825</b> ユーロ （物品税 66.9313 ユーロ +特別物品税 128.8512 ユーロ）	<b>256.0948</b> ユーロ （物品税 66.9313 ユーロ +特別物品税 189.1635 ユーロ）
エチルアルコール	アルコール分 100 リットル当たり <b>2,124.6812</b> ユーロ （物品税 223.1042 ユーロ +特別物品税 1,901.5770 ユーロ）	アルコール分 100 リットル当たり <b>2,992.7928</b> ユーロ （物品税 223.1042 ユーロ +特別物品税 2,769.6886 ユーロ）
蒸留酒、リカー、その他 CN コード 2208 の蒸留酒を含むアルコール飲料（焼酎。梅酒含む）	飲料に含まれるアルコール分 100 リットル当たり <b>2,124.6812</b> ユーロ （物品税 223.1042 ユーロ +特別物品税 1,901.5770 ユーロ）	飲料に含まれるアルコール分 100 リットル当たり <b>2,992.7928</b> ユーロ （物品税 223.1042 ユーロ +特別物品税 2,769.6886 ユーロ） 4
ビール（通常課税額）	100 リットル/プラト一度（注）当たり <b>1.8473</b> ユーロ（物品税 0.7933 ユーロ +特別物品税 1.0540 ユーロ）	100 リットル/プラト一度当たり <b>2.0043</b> ユーロ（物品税 0.7933 ユーロ +特別物品税 1.2110 ユーロ）
ビール（低課税額 - 年間生産量 12.500 hl 以下）	100 リットル/プラト一度当たり <b>1.6063</b> ユーロ（物品税 0.3966 ユーロ +特別物品税 1.2097 ユーロ）	100 リットル/プラト一度当たり <b>1.7428</b> ユーロ（物品税 0.3966 ユーロ +特別物品税 1.3462 ユーロ）
ビール（低課税額 - 年間生産量 25.000 hl 以下）	100 リットル/プラト一度当たり <b>1.6599</b> ユーロ（物品税 0.3966 ユーロ +特別物品税 1.2633 ユーロ）	100 リットル/プラト一度当たり <b>1.8010</b> ユーロ（物品税 0.3966 ユーロ +特別物品税 1.4044 ユーロ）
ビール（低課税額 - 年間生産量 50.000 hl 以下）	100 リットル/プラト一度当たり <b>1.7134</b> ユーロ（物品税 0.3966 ユーロ +特別物品税 1.3168 ユーロ）	100 リットル/プラト一度（糖度）当たり <b>1.8590</b> ユーロ（物品税 0.3966 ユーロ +特別物品税特別物品税 1.4624 ユーロ）
ビール（低課税額 - 年間生産量 75.000 hl 以下）	100 リットル/プラト一度当たり <b>1.7670</b> ユーロ（物品税 0.4462 ユーロ +特別物品税 1.3208 ユーロ）	100 リットル/プラト一度当たり <b>1.9172</b> ユーロ（物品税 0.4462 ユーロ +特別物品税 1.4710 ユーロ）
ビール（低課税額 - 年間生産量 200.000 hl 以下）	100 リットル/プラト一度当たり <b>1.8206</b> ユーロ（物品税 0.4462 ユーロ +特別物品税 1.3744 ユーロ）	100 リットル/プラト一度当たり <b>1.9754</b> ユーロ（物品税 0.4462 ユーロ +特別物品税 1.5292 ユーロ）

（注）プラト一度：ビールの麦汁エキスの濃度を示し、ビール100グラム当たりのグラム数で表示される。

（出所：ベルギー連邦政府）

酒税は、連邦政府から取得した登録番号（ライセンス）を持つ輸入事業者が、納税申請書類に登録番号を記した上で、連邦政府財務省に申告する<sup>6</sup>。

地域別に設置されているカスタマー・マーケティングサービス（Diensten Klantenbeheer en marketing : KLAMA）によれば、ベルギーの通関を経て他の EU 加盟国に再輸出する場合、または他の加盟国で通関後にベルギーに輸入された場合は、通関では関税のみを支払い、経由国の酒税の支払いは免除され、最終輸入国の酒税が適用される。

なお、製品が加盟国間を移動する場合、輸入国において最終的に輸入品を受け取る販売事業者（小売店やレストラン、バーなど）は、自ら輸入ライセンスを保有するか、入荷国のライセンスを保有する輸入事業者を通して入荷手続きを行う必要がある。

例えば、輸入ライセンスを持たないベルギーのレストランがフランス経由で日本酒を輸入する場合、ベルギーのライセンスを保有する輸入事業者を通して必要書類の申請を行う必要があり、ベルギーの輸入ライセンスを持たない輸入事業者を通じて仕入れることは認められない。

ベルギーの輸入ライセンスを保有する輸入事業者が、経由地の酒税免除申請を行う際に必要な申請手続き書類は、各地域別のカスタマー・マーケティングサービス(KLAMA)に問い合わせる必要がある。（付録3参照）

## 付加価値税

ベルギーでは、全てのアルコール飲料に21%の付加価値税が適用される。

## 包装税

EU の包装廃棄物指令に基づき、ベルギーでは分別収集費用を賄うため、原料の重量と

---

<sup>6</sup>申告は、<http://plda.fgov.be/nl/AC4>においてネット上で可能。同サイトを通じ関税の他に物品税などの支払いも行うことができる

素材の環境負荷に基づく課税として、100リットル当たり9.86ユーロの包装税が適用される。<sup>7</sup>

包装税が課されるのは、以下の通り。

- 1) (物品税の対象となる) 個々に包装された飲料を提供する場合
- 2) すでに物品税が支払われた飲料を、個々に包装し、ベルギー市場で提供する場合

物品税の支払い時に包装税が支払われる場合は、物品税の支払者が、物品税がすでに支払われている場合は、飲料の包装を行う個人または会社が支払う。前者は、既に包装済みの製品を輸入する場合などで、後者はバルクで（他の業者によって）輸入された製品を事業者が包装して販売する場合などが想定される。<sup>8</sup>

### 2.3. 容量・サイズ規制

ベルギーでは、欧州議会・理事会指令2007/45/ECにより、製品の容量・サイズ規制はワインおよび蒸留酒を除き、事前包装された全ての製品で廃止された。

### 2.4. 日本酒の輸送コスト

日本から日本酒を輸入し、小売店及び消費者に販売するまでに要する輸送コストは、空輸か、もしくは海運コンテナ（ドライ、リーファー）の輸送手段によって大きく異なる。

輸入事業者へのヒアリングによれば、輸送費+通関手数料等を合わせたおよその輸送コストは、

- 1) 空輸の場合、日本酒1本（720ミリリットル）につきおよそ10～12ユーロ、一升瓶1本（1.8リットル）につき約20-25ユーロ。
- 2) 海運リーファーコンテナの場合、日本酒1本（720ミリリットル）につき同3～5ユーロ程度、一升瓶（1.8リットル）では約6～8ユーロ。

---

<sup>7</sup> 1993年7月16日通常法 371条

16 JULI 1993. - Gewone wet tot vervollediging van de federale staatsstructuur.

[http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi\\_loi/change\\_lg.pl?language=nl&la=N&cn=1993071631&table\\_name=wet](http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&cn=1993071631&table_name=wet)

<sup>8</sup> <http://www.bapp.be/import-wijnen-verpakkingsheffing-i-p-v-milieutaks/?lang=nl>

表 5:輸送手段別の運送費

	日本酒（720ミリリットル）1本	一升瓶(1.8リットル)1本
空輸	約 10～12 ユーロ	約 20～25 ユーロ
海運	約 3～5 ユーロ	約 6～8 ユーロ

（出所：事業者へのヒアリングを基に作成）

## 2.5. 日本酒の輸入・販売に関するライセンス

ベルギーでは、アルコールを輸入・販売する場合にライセンスを取得する必要がある。連邦政府財務省（Federal Ministry of Finance）が管轄するライセンスを取得したアルコールの輸入事業者と卸売事業者には、登録番号（EORI）が付与される。同ライセンスは毎年更新する必要がある。一方、アルコール製品の輸入、卸売に関する規制の監督及び管理は、地方政府レベルで行われる。<sup>9</sup>

小売事業者に対するライセンスは、a.店内で消費されるアルコール飲料を販売する小売事業者（バーやレストランなどの on-premise retailers）と、b.店外消費向けにアルコール飲料を販売する小売事業者（スーパーマーケットやガソリンスタンドなどの off-premise retailers）に分類される。これら小売事業者が販売するアルコール飲料は以下の2種類に分類され、それぞれの販売する際の資格要件が異なる。

- 発酵飲料（Gegiste dranken）：ビール、ワイン、中間製品<sup>10</sup>（ポルト、ベルモット、シェリーなど）、その他の発酵飲料とされ、これに日本酒も含まれる<sup>11</sup>。
- スピリッツ（Sterke Dranken）：アルコール度数が22度以上のアルコール、全体において1.2%以上の蒸留酒を含む飲料など。

<sup>9</sup> 輸入ライセンス（EORI 番号）取得の申請に関する情報

<http://fiscus.fgov.be/interfdan/nl/enterprises/eori.htm#B>

<sup>10</sup> 中間製品はアルコール度数 1.2%超 22%以下の CN コード 2204、2205、2206 の製品で同法中の 4（ビール）、8（発泡性/非発泡性ワイン）、11（その他の発酵飲料）に当たらないものを指す。

<sup>11</sup> 日本の酒税法における日本酒の定義では、「アルコール分が 22 度未満」としており、スピリッツには当てはまらない。

日本酒を含む発酵飲料については、on-premise retailers 及び off-premise retailers のいずれも、小売事業者として営業登録を行えば販売が可能で、全営業時間にわたりアルコール飲料の販売が認められる。登録は、連邦政府財務省のホームページ<sup>12</sup>から申請書類をダウンロードした上で、KLAMA に申請する。

on-premise retailers は、小売業ライセンスの取得に加え、地方自治体に販売場所を届け出る必要がある<sup>13</sup>。

スピリッツを販売する場合は、on-premise retailers 及び off-premise retailers のいずれも、地方自治体においてスピリッツを販売するためのライセンスの取得が必要となる。

表 6: ベルギーにおけるアルコール販売に掛かるライセンス

	発酵飲料（日本酒を含む）	スピリッツ (Sterke Dranken)
a. 店内消費向け（バーやレストランなど）	小売業の営業登録 地方自治体に販売場所を届け出る	地方自治体でライセンスの取得
b. 店外消費向け（小売店やスーパーなど）	小売業の営業登録	地方自治体でライセンスの取得

（出所：各種資料を基にジェトロ作成）

### 3. ベルギーにおける日本酒のポジション

本章は、ブリュッセルで日本酒を既に販売している店舗や一般のワイン販売店、シェフに対するヒアリングを基に作成した。

#### 3.1. 日本酒の流通状況

##### 店舗での扱い

ベルギーにおける日本酒の販売状況は二極化している。

低価格の日本酒は、中国食品店などで販売される他、デレーズなど、大手スーパーの店内で、寿司を作りテイクアウトできる寿司バー付近で陳列されている。陳列されている日

<sup>12</sup> 連邦政府財務省のホームページ（検索システムの最初の項目に「alcohol」と入れて検索する。）

<https://eservices.minfin.fgov.be/portal/nl/public/citizen/services/forms>

<sup>13</sup> <http://www.fedhorecavlaanderen.be/downloads/custompages/m7KbIcixAzW22mMB.pdf>

本酒の中には埃をかぶっているものもあり、日本酒の販売目的よりも寿司バーの装飾として活用されているようにみられた。

高価格の日本酒を扱う店舗は、日本食品を販売する店舗、もしくは一部のアルコールの販売店である。

日本酒を扱っているワインの卸売事業者によれば、日本酒のリピーターは非常に限られている、という。日本料理（主に寿司）を家庭で作ったり、デリバリーを取ることで日本酒を合わせたいという顧客はいても、普段から現地の料理に合わせるために購入する顧客はほぼいない。

最近の傾向としては、ミシュランの星付レストランや、日本調味料を取り入れた創作料理を提供するレストランなどからの受注が定期的に入るようになったという。

また、まれに最初から日本酒を求めて訪れる顧客もいる。日本に旅行へ行き日本酒を味わった経験や、またはフレンチレストラン等で日本酒を味わった事がある人たちだと思われる。

日本食販売店では、1本90ユーロ前後の日本酒も販売しているが、購入者は主に、裕福な年配層や、ある程度日本食に知識のある人だという。また、20ユーロ前後の日本酒は、寿司などのテイクアウトを行う際に、合わせて購入されている。

ワインの卸売事業者に日本酒を扱わない理由をヒアリングしたところ、顧客からの要望がないことが挙げられた。一方で、現在日本酒を扱っていない販売店でも、近年のジン・ブームを背景にジンの取り扱いを始めた例を挙げて、日本酒の需要があれば扱いたい、という意見も聞かれた。

### 消費者の好み（レストラン、バー）

現地人は銘柄ではなく、まず価格で選んでいる傾向がみられる。「安い」ことがキーポイントになる、という。ベルギーでは720ミリリットル前後の日本酒の最低価格は10ユーロ

口前後であり、食事に合わせるワインの平均的価格（7ユーロ前後）よりも高い値段となっている。40ユーロ以上の価格帯となると、なかなか売れないという。

一方で、ハイエンドの客層をターゲットとして、日本酒も扱うワイン・バーでは、現地の顧客が好む、との理由から「フルーティ」な日本酒を提供している。また、純米大吟醸などを試飲会で提供した際に、「味がない」という声も聞かれ、お米のマイルドな味がまだ十分に理解されていないことがうかがえる。

なお、ミシュランの星付レストランでは、コースごとにワインを1杯ずつ組み合わせるセットに日本酒を取り入れ始めている。

### 3.2. 日本酒に対する消費者の認識

シェフの中でも、未だに日本酒と中国のアルコール度数の高い酒を混同している人もいる状況の中、一般人の日本酒に対する理解は深いとは言にくい。日本酒＝アルコール度数の強い酒、食後に温めて飲む酒、などのイメージが強く、米で製造された酒（ライスワイン）という知識がなく、強い酒としての先入観によってマイナスのイメージを持つ人が多いという。実際に、ブリュッセルの中国料理店でも、「SAKE」と称して中国のアルコール度数の高い酒を提供していることもあり、混乱を招いていることがうかがえる。また、寿司レストランなど、日本酒を提供するレストランでも、「SAKE」としか紹介されておらず、銘柄の紹介や説明がないことも、日本酒＝SAKE といった誤解を招いている。このようなレストランは、日本人以外の現地人、もしくはアジア人によって運営されていることが多く、店員が日本酒の銘柄を知らないことも珍しくない。

### 3.3. 産業界としての課題

日本酒の普及・現地市場への浸透にあたり、最も大きな課題の一つに日本酒の価格が挙げられる。日本酒は、ベルギーでよく飲まれているワインやビールなどと比較すると割高である。前述したように、日本酒の価格は、ワインと比較した場合、ボトル1本当たり2

～4倍以上になる。

さらに、日本食品店でヒアリングしたところ、顧客からワイン用語を使って自分の好みを説明され、日本酒を選んでほしいと言われるものの、ワインと日本酒では単純比較できない部分があり、「フルーティ」、「ドライ」、「甘口」などの説明が難しいという。さらに、日本酒の製造方法が知られておらず、日本酒の違いが製造方法に由来している場合、英語で説明することが難しいという。

一方で、日本酒を扱うワインの販売店では、ワイン用語を使って日本酒の特徴を説明している。特に、流通する日本酒の本数が限られているために、ワインの味と比較しながら説明する、という現状になっている。

## 4. ワインの販売手法からみる日本酒のプロモーション方法

### 4.1. EU レベル

EU では、食品の販売促進の際に地理的表示（GI）を活用している。特にワイン、スピリッツは、その他の食品と区別して規則されている。欧州委員会の加盟国原産および域外産のワインに関するデータベース「E-BACCHUS」によると、2016年2月時点でワインについては計2,883件の登録が行われており、うち EU 産が1,750件（原産地呼称保護：PDO が1,291件、地理的表示保護：PGI が459件）で、いずれもイタリア、フランス、スペインの順で多くなっている。

EU でも比較的新しいワインといえるオーガニックワインについて、欧州委員会はオーガニックワインに関する報告書<sup>14</sup>の中で、「オーガニック」などの有機ロゴと共に GI の利用を促進している。

レストラン関係者向けの展示会には、多数のワイン専門店並びにワイン生産者が出展して、ワインのプロモーションを行っている。

---

<sup>14</sup> オーガニックワイン（2013）

[http://www.itr.si/uploads/LW/AJ/LWAJRgGe\\_kylvigPDidvmg/ifoameu\\_reg\\_wine\\_dossier\\_201307.pdf](http://www.itr.si/uploads/LW/AJ/LWAJRgGe_kylvigPDidvmg/ifoameu_reg_wine_dossier_201307.pdf)

## 4.2. ワインの同業者組合

農業国であるフランスは、1961年にフランス産農畜産物の市場開拓を目的とする機関 SOPEXA<sup>15</sup>を設立し（現在は民営化）世界各地域に事務所を設け、ワインを含むフランス産農畜産物のマーケティングを行っている。ワインに関するプロモーションとしては、テイastingや、ソムリエの教育などを中心に活動していた。

近年は特に、ボルドーなど主要産地・地域ごとのイベントが行われている。その他、ワインツーリズムが推進されており、フランス外務・国際開発省のサイトでも紹介されている。<sup>16</sup>

## 4.3. 小売店の対策

ワインの卸事業者が最も活用しているプロモーションの手法は、テイastingである。ヒアリングでは、日本食品店でも定期的に日本酒の試飲会を行っているが、毎回来ている人は限られている、といった意見もあった。地元の人には、試飲会に来るよりも、日本食をテイクアウトする際に、一緒に小さなボトルを買っていく人が多いという。地元の人に飲んでもらう機会の一例として、ブリュッセルの有名パティシエ、ピエール・マルコリーニ氏が、「日本酒」に合うチョコレートを作成し、その発表会を開催した。会場（チョコレート販売場所）では、現地人が進んで日本酒を試していたように思う、という意見もあり、日本酒単体ではなく、現地人が馴染みのあるものを活用することで、より高い効果が期待できる。

昨今のジン・ブームを背景に、ジンのプロモーションを行った小売店では、ジンを利用したカクテルのレシピを作成し、テイastingの時に配布したという。

さらに、年末（クリスマス）のギフト用カタログにジンや、ジン用のグラスなどと共に、プレゼント仕様として掲載したという。この手法は、ワインでもよく活用されている。

---

<sup>15</sup> OECD report PROMOTING FOOD AND LIFESTYLE: THE FRENCH EXPERIENCE  
[http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2012\\_Food\\_and\\_the.pdf](http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2012_Food_and_the.pdf)

<sup>16</sup> <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/l-action-du-maedi-en-matiere-de-promotion-du-tourisme/cinq-poles-d-excellence-pour-renouveler-l-image-touristique-de-la-france/article/pole-oenotourisme>



(写真1 ギフト用パッケージ ブリュッセル事務所撮影)

CBI の分析によれば、ベルギーの消費者は、健康のために体重調整に気を使い、より軽めの食事を好む傾向がある。軽めの食事と日本酒を合わせて紹介する、もしくは、日本酒のボトルに「軽めの食事に合う」などの表記もしくは表示が消費者に対して効果的な方法といえる。



(写真2 ラベル下部に「味の特徴」として、①甘口、②ミディアムなこくがあるミディアムボディ、③ワインに合う料理として、フルーツやチーズ、軽めの食事、と標記されている。ブリュッセル事務所撮影)

CBI の分析によれば、インターネットを通じてのワイン販売は、高額ワインの販売に向いているという。その背景として、ワインをインターネットで購入する層はワイン通が多く、ワインにまつわる様々なストーリーをウェブサイトで読んだ上で購入できるためであるという。実際、ヒアリングでは、インターネットで高額のワインを購入する顧客は、既にそのワインを試したことがある傾向にあるという。

## 5. 日本酒のプロモーション

ベルギーにおける日本酒市場の状況は、日本酒は知っているが、試したことがない人が多い。関心はあるが、どう試していいかわからない、どのような料理と合うのかわからない、どんな味の銘柄があるのかわからない、といった日本酒に関する知識・経験がない、もしくは乏しいために敬遠されている傾向があることがわかる。

このような現状を踏まえて、現段階で最も日本酒の販売促進で重要なことは、日本酒に関する情報の発信であるといえる。さらに、ワインの普及例を見てもわかるように、以下のとおり国レベルと小売店、生産者レベルの両サイドからのアプローチが必要だといえる。

ワインの販売促進では、EU と国のレベルで「ワイン」の品質保証や、ブランドの確立、レストラン関係者への教育などを目的としたテイスティングが行われていた。生産者レベルでは、製品のブランドやデザインなどを工夫していることがうかがえる。

### 国レベル

#### ・「日本酒」ブランドの確立

2015年12月25日、国税庁により国レベルの地理的表示(GI)として、「日本酒」が指定された。これに伴い日本国内では、「国産米を原料とし、かつ日本国内で製造された清酒」のみが「日本酒」と表示することが可能となった。現段階では、当規制は日本国内のみに効果があるが、EU でも積極的に活用できるように、日本酒に関するパンフレットや料理本、インターネットのサイトなどで、統一した情報提供手段を構築する必要がある。

また、現在交渉継続中の日本・EUEPA が合意に達し、相互に地理的表示を保護するようになった場合には、GI が相互に保護される可能性もあることも考慮する必要がある。

#### ・日本酒のテイスティング

レストラン関係者、もしくは、一般人向けなど対象を絞ったうえで、テイスティングを実施する。

レストラン関係者向けには、日本酒の製造方法や保存方法などの専門的な知識だけでなく、日本酒の銘柄や味の特徴などをメニューに掲載することの意義を説明する。(例：ベルギーで、〇〇ブランドの日本酒が飲めるのは当店のみ、など)

一般人向けには、「刺身」と言えば日本料理だが、「カルパッチョ」といえば、現地の料理になるなど、現地の料理と合わせることも可能だと提案できるようなワークショップを実施するのも一案と思われる。

これらのワークショップで共に有効な手段としては、現地の有名シェフなどに依頼して日本酒に合う料理を考案してもらうことも有効である(例：有名パティシエのピエール・マルコリーニ氏が日本酒を使ったチョコレートを作り、日本酒と共に提供した、など)。

#### 小売店や日本酒の生産者レベル

##### ・日本酒のテイスティング

レストラン関係者向けの展示会などに参加し、自社製品の特徴などを説明する。特に、ただ参加するだけでなく、自社製品の説明ができるようにする、複数銘柄日本酒を展示し、来場者が飲み比べて味の違いが分かるようにするなど、選択肢があることをアピールする。ヒアリングでも、消費者にとって選択肢は重要であるとの意見があった。数種類から選べることによって日本酒にもワインのように種類があることを印象付けることができる。価格にも選択肢ができるとさらによい。



(写真3 テイスティングの準備 ブリュッセル事務所撮影)

#### ・ブランドの確立

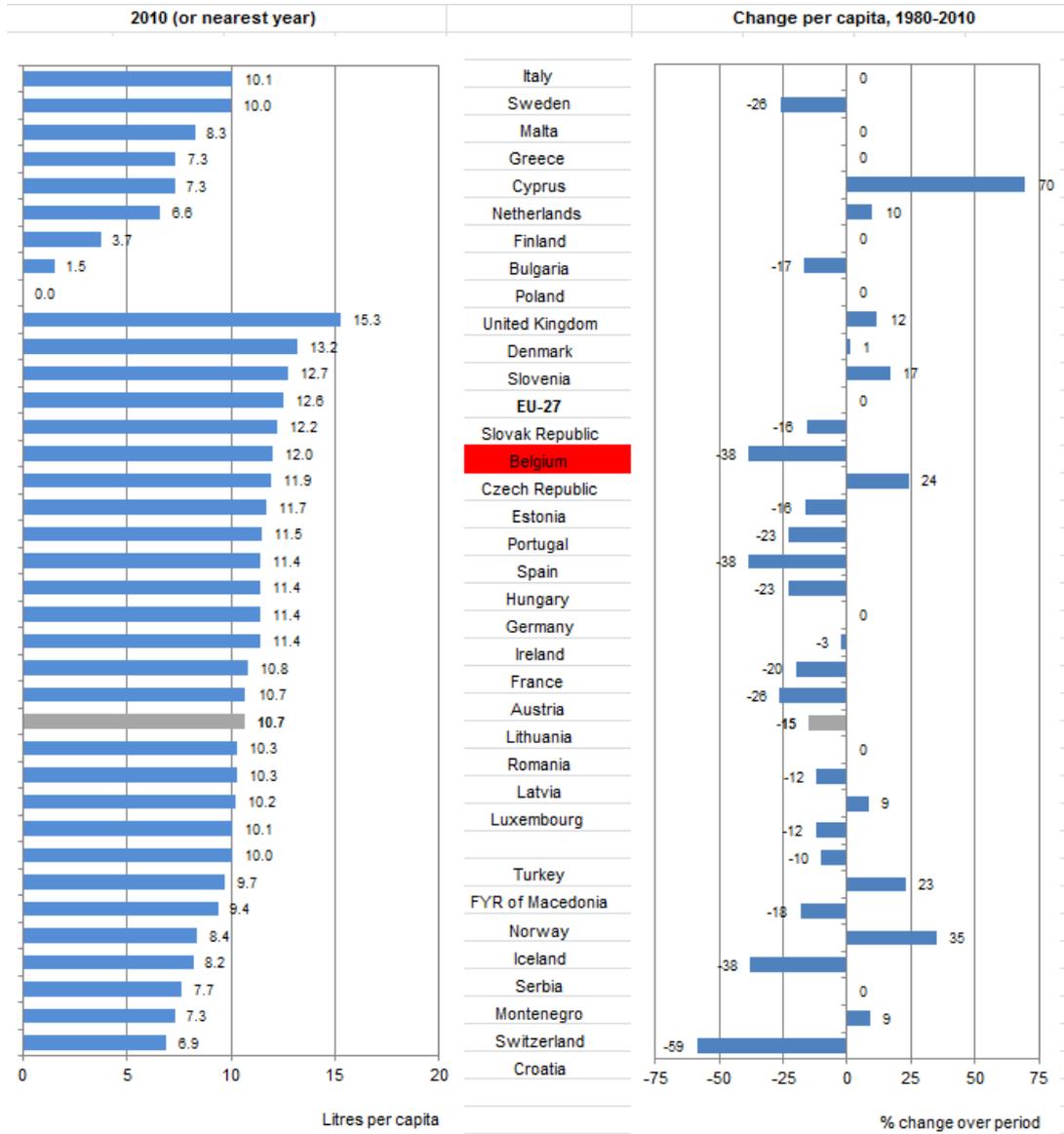
現地人の好みを味やボトルのデザインに取り入れ、独自のブランドを確立する。CIBの分析によれば、ベルギーの消費者は、高級ワインに対しては、高級感のある自然のコルク、日常用のワインに対しては、金属のスクリューキャップに対して抵抗がない傾向があるという。高級飲料として位置付けられる日本酒は、スクリューキャップで販売されていることが多いため、高級感が演出できる栓への変更も考慮してもいいかもしれないという声も聞かれた。一方で、日本酒を提供して売るバーにヒアリングしたところ、既に日本酒はスクリューキャップの状態で普及しており、無理やりコルク栓に変えても風味が変わってしまう危険性があるので、従来キャップで良い、との意見もあった。さらに、最近ではテトラパックのワインもあり、品質維持やエコの面で一部の間で注目されて始めている。

ベルギーの消費者は、新しい、もしくは少し変わった製品を好む傾向があるため、ワインと比べて差別化できるボトルデザインは効果的だと思われる。実際、ベルギーで日本酒を販売する日本食品店では、日本酒のボトルのデザインも仕入れるときの選考対象にしているという。

また、欧州人と日本人の日本酒の好みはまったく違う。日本人はキレのいい辛口を好むが、欧州人には深みがないように感じられる。欧州人はワインのような口に広がる味の日本酒を好むという。このような、好みの違いに注目した商品開発も欧州市場で売り込む際に重要になる。

## 6. 付録

### 6.1. 付録1：アルコール消費量の推移



(出所：OECD 世界ヘルスデータ2012)

### 6.2. 付録2：ラベル表示規制

ベルギーで販売される日本酒のラベル表示は、EU 規則 No.1169/2011「消費者への食品情報提供に関する規制」によって規定されている。同規則第4条は、特定の消費者の健康に危害を及ぼす、原料、食品の保存期間や安全な保存・使用方法、食品を摂取すること

によって健康に危害を及ぼす、などの情報を表示する、と定めている。

特に、日本酒に関連する具体的規定としては、アレルギー発症の原因となる成分の強調表示や、表示ラベルの最小文字サイズの指定、などがある。また、容量に対するアルコール度数が1.2%以上の飲料には、容量に対するアルコール度数を表示する義務がある（表示方法の詳細は、同規則 Annex XII を参照）。なお、オンライン販売や遠隔地から販売する事業者にも同様の規定が適用される。

同規則では、義務的ラベル表示事項で、以下の項目を表示する義務を定めている。

- A. 食品名（清酒、焼酎など）
- B. 成分リスト
- C. アレルギー誘発物質 ※アレルギー誘発物質・製品については、規則（EU）No.1169/2011 の付録 2（Annex II）を参照
- D. 正味容量 日本酒は体積単位で表示。通常は「ミリリットル」、「センチリットル」、「リットル」のいずれかで表示
- E. 賞味期限 アルコール度数が 10%以上のものは記載不要
- F. 保存・使用条件：特別な保存方法が必要な場合は明記
- G. 製造者または EU 域内の販売者の名称と住所
- H. 原産国、原産地
- I. アルコール度数：重量比 1.2%超のアルコールを含む飲料のアルコール強度
- J. ロット番号
- K. 栄養表示（2016年12月13日から義務適用）

食品ラベルに使用される言語は、EU の公用語であれば複数の記載が可能だが、当該製品を販売国する国の公用語を必ず使用する必要があるとされており（同規則第15条）、ベルギーの場合は、フランス語、オランダ語、ドイツ語のいずれかとなる。

なお、今まで任意であった包装済み食品の栄養表示が、2016年12月13日以降は義務表示となる。具体的には、食品100グラムまたは、100ミリリットル当たりに含まれるエネルギー量、脂質、飽和脂肪酸、炭水化物、たんぱく質、糖分、塩分の含有量を表示する義務がある（同規則第30条、第32条）。

一方、オーガニック日本酒の販売に関しては、EU 域内で販売される有機食品および表示ラベルに関する EC 規則 No.834/2007に規定されており、日本と EU の有機食品同等性の合意に基づき、日本の有機 JAS マークが付いた日本酒については、EU が指定する登録認定機関による有機食品証明書を付けることにより、「organic」などの表示を行った上で EU 加盟諸国に輸出できる。

### 6.3. 付録3：各地域別のカスタマー・マーケティングサービス（Diensten

#### Klantenbeheer en marketing (KLAMA)問い合わせ先

地方名	住所
Antwerpen	Ellermanstraat 21 te 2060 Antwerpen
Bruxelles	Centre Administratif Botanique – Finance Tower, Boulevard du Jardin Botanique 50 – Boîte 320 à 1000 Bruxelles
Brussel	Administratief Centrum Kruidtuin – Finance Tower, Kruidtuinlaan 50 – Bus 320 te 1000 Brussel
Gent	R.A.C. "Ter Plaeten", Sint-Lievenslaan 27 te 9000 Gent
Hasselt	Voorstraat 43 – bus 70 te 3500 Hasselt
Leuven	Philipssite 3A, bus 4 te 3001 Leuven
Liège	Tour Paradis à 4000 Liège
Mons	Avenue Melina Mercouri 1 à 7000 Mons

参考資料

- Wines in Belgium (2006)Mission of Israel to the EU

<http://www.moital.gov.il/NR/rdonlyres/58C426C6-11E5-4C9F-9717-A2EEDDE1A26C/0/WinesinBelgium.pdf>

- Market channels and segments for Wine in Belgium(2014)CBI

<https://www.cbi.eu/sites/default/files/study/channels-segments-belgium-wine-2014.pdf>

以上

ベルギーにおける日本酒市場調査

2016年2月作成

---

作成者 日本貿易振興機構(ジェトロ)ブリュッセル事務所

農林水産・食品部 農林水産・食品課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32

Tel. 03-3582-4966

---