

グローバル法学科におけるワイン法教育の意義

——ワイン市場のグローバル化から考える——

蛭原 健介

はじめに

2018年4月、明治学院大学法学部は、法律学科（1966年開設）、政治学科（1990年開設）、消費情報環境法学科（2000年開設）につづく4つ目の学科として、日本初の「グローバル法学科」を開設した。グローバル法学科は、Do for Others（他者への貢献）という明治学院大学の教育理念のもと、「柔軟な異文化理解力」と「実践的なコミュニケーション能力」に裏付けられた「法的な解決能力」を駆使しながら、さまざまな分野で「世界市民」として活躍することのできる「グローバル人材」の育成を教育目標としている⁽¹⁾。

「グローバル」を標榜する学部・学科は、国公立大学・私立大学を問わず、これまでに数多く開設されているが、グローバルな視点に立って法的な解決能力の修得を身につけさせることを教育目標に掲げているところは、かならずしも多くはない。私立大学の法学部に、国際関係法学科を置く、若干の例が存在するにとどまる。明治学院大学のグローバル法学科が学生に修得させようとする「法的な解決能力」とは、具体的には、次のように要約することができる。すなわち、「(1)グローバルに展開される経済活動、文化活動、政治活動などにおいて生じる問題を法的側面から捉え、法的な視角から事象分析し、法的な論点を整理し、法的知識を駆使しながら問題を解決する能力」、および、「(2)

国や地域によって異なる政治や法文化の中で、グローバルな諸活動が直面する法の抵触や紛争に対して、国際法をはじめとする適用可能な共通基準を見いだして行く能力」である。

実際に、このような能力を修得させるために、グローバル法学科のカリキュラムにおいては、基礎科目として、「グローバル法入門」、「グローバル基礎演習」、「民事法の基礎」、「Introduction to Japanese Law」を必修科目として置くほか、留学科目として、海外の留学先協定校における「海外法学学習」、選択必修科目に位置づけられる「国際関係法分野」科目（国際法、国際人権法、国際人道法、国際環境法、国際海洋法）、「グローバル取引法分野」科目（国際私法、EU法、アメリカ契約・不法行為法、知的財産法、グローバル企業法、国際取引法、ワイン法など）、「法学基礎分野」科目（法学入門、憲法、民法総論、契約法など）、「国内法分野」科目（物権法、債権総論、会社法、行政法、刑法総論など）が配置されている。

グローバル法学科で学ぶ学生には、卒業後、多国籍企業、商社、民間企業の国際取引部門などで活躍することを志す者が少なくない。そのような学生は、「グローバル取引法分野」科目を重点的に学ぶことになるであろうが、筆者は、この科目群に属する科目として、EU法およびワイン法の担当を予定している。そこで、本稿では、グローバル法学科における「グローバル取引法分野」科目のひとつとして、ワイン法を学ぶことの意義を「ワイン市場のグローバル化」という視角から検討することとしたい。

一 加速するワイン市場のグローバル化

今日、数多くのワインが国境を越えて取引きされている。ワインの消費はもちろんのこと、その生産も、現在では地球規模にまで広がっている。もともと、ワインは、地中海沿岸諸国で生産され、主にヨーロッパで消費されてきたが、ワイン業界で「ニューワールド＝新世界」と呼ばれる新興生産国が20世紀末

から台頭し、ヨーロッパを含む世界のワイン市場で急速にシェアを伸ばしている。ワイン生産量の上位3か国は、イタリア、フランス、スペインのEU諸国であるが、4位以下には、アメリカ合衆国、オーストラリア、中国、南アフリカ、チリ、アルゼンチンといった非ヨーロッパ諸国が続いている⁽²⁾。ワインの消費量をみても、今日ではアメリカ合衆国が首位にあり、かつてトップであったフランスは2位に甘んじている。これまでのヨーロッパ=旧世界を中心としたワイン地図は、大きく書き換えられようとしているのである。

ワインの歴史は8,000年前にまで遡るといわれている。ワインの取引の歴史は古く、古代エジプト・ギリシアの時代から交易品として位置づけられてきた。数多くのワイン生産国が加盟するOIV(国際ブドウ・ワイン機構)の統計によれば、2016年におけるワインの総輸出数量は、全世界合計で1億410万ヘクタリットル、総輸出額は289億ユーロとなっている。同じく2016年におけるワインの総生産量は、全世界合計で2億6,700万ヘクタリットルであることから、そのうち約4割のワインが国境を越えて取引きされているということになる。

ワインの輸出数量を国別で見ると、スペイン、イタリア、フランスの欧州3か国が上位3位までを占めているが、4位以下には、生産量同様、チリ、オーストラリア、南アフリカ、アメリカといった新世界ワインの生産国が続いている。輸出額では、依然としてフランスが首位を維持し、82億ユーロを超える輸出額となっている(図表1参照)。

これに対して、ワインの輸入に関していえば、輸入数量ではドイツが第1位であり、これにイギリス、アメリカ、フランス、中国が続いている。ワインの大生産国であるフランスが輸入国の上位に入っているのは、スペインなどから大量のバルクワインがフランスに輸入されているからである。フランスで瓶詰めされた輸入バルクワインの多くは、さらにフランスから域外の第三国などに輸出されている。輸入額では、アメリカが第1位であり、これにイギリス、ドイツ、中国が続く形となっている(図表2参照)。なお、日本は、輸入数量270

【図表 1】 主要輸出国のワイン輸出数量・輸出額（2016年）

	輸出数量（百万 hl）	輸出額（百万ユーロ）
スペイン	22.9	2,649
イタリア	20.6	5,582
フランス	14.1	8,232
チリ	9.1	1,668
オーストラリア	7.5	1,543
南アフリカ	4.3	603
アメリカ	3.8	1,415
ドイツ	3.6	930
ポルトガル	2.8	727
アルゼンチン	2.6	738
ニュージーランド	2.1	1,017

Sources: OIV, GTA

【図表 2】 主要輸入国のワイン輸入数量・輸入額（2016年）

	輸入数量（百万 hl）	輸入額（百万ユーロ）
ドイツ	14.5	2,450
イギリス	13.5	3,498
アメリカ	11.2	5,016
フランス	7.9	736
中国	6.4	2,143
カナダ	4.2	1,604
ロシア	4.0	660
オランダ	3.8	940
ベルギー	3.1	885
日本	2.7	1,343

Sources: OIV, GTA

万ヘクトリットルで第10位であるが、輸入額は13億ユーロを超えるまでになっている。

日本においては、古くからブドウの栽培が行われていた歴史があるものの、それがワイン生産に向けられることにはならなかった。最近の研究では、江戸時代初期（1627～30年）に小倉藩細川家がワインを醸造させていた事実が明らかにされているが⁽³⁾、本格的なワイン造りが行われるようになったのは、明治

維新以降のことであり、さらに、ワイン消費が広く国民に浸透しはじめたのは、1970年代に入ってからである。

後述するように、日本のワイン市場は、世界各国から輸入されたワインで溢れている。日本国内で生産されるワインも一定程度の割合を占めているとはいえ、その多くが輸入原料を使用したものであり、日本国内で収穫されたブドウのみを使用した「日本ワイン」が市場に占める割合はきわめて少ない。海外からの輸入ワインおよび輸入原料なくしては、日本のワイン市場は成り立たないのが現状である。今後も、このような状況が大きく変化するとは考えられず、日本はワインの純輸入国であり続けるであろう。

近年、「日本ワイン」がブームとなっており、国内のワイナリー数は劇的に増加しているが、日本ワインの生産に不可欠となる国産ブドウの生産は、栽培農家の高齢化や苗木不足が足枷となって伸び悩んでいる。そこで、大手生産者は、原料を安定的に確保するため、自らブドウ栽培に乗り出し、戦略的に自社畑の拡張に努めている。

大規模生産が展開されている諸外国と比較すると、日本ワインの生産コストは高く、新世界ワインのようなコストパフォーマンスを実現することは困難である。高い評価を得ている日本ワインは、生産量が限られていることが多く、外食産業は、安定的に供給される輸入ワインに依存しなければならない状況にある。

日・EUの経済連携協定(EPA)などにより、関税の撤廃が実現すると、その恩恵を受ける低価格帯の輸入ワイン(たとえば、スペイン産、南フランス産、イタリア産)の販売量はさらなる増加が予想される⁽⁴⁾。日本国内のワイン製造業者には、関税の撤廃を脅威と捉えるところもあるが、日本ワインがその影響を受けるかといえば、かならずしもそうとは限らない。前述のように日本のワイン生産コストは高く、関税撤廃の恩恵を受ける安価な輸入ワインとは価格帯が異なるからである。日本ワインの消費者層が、数十円程度の値下げによって直

ちに輸入ワインに流れるとは容易に考えられない。また、そもそも関税の撤廃が輸入ワインの小売価格に反映されるかどうかも疑わしい。むしろ、輸入ワインの値下げによって市場が拡大すれば、それは日本ワインにとっても好機となりうるのではなからうか。

ワイン市場のグローバル化は、ワインに関する基準や法的規制のグローバル化を不可避的に加速させる。ワインがもっぱら同一国内で生産され、同一国内で消費されるのであれば、各生産国がそれぞれ独自の法令や基準を設け、それを適用しても問題は生じない。しかし、ワインは、国境を越えて取引される国際商品であって、法令や基準の相違がその取引の障害となることも少なくない。ワイン市場がグローバル化すればするほど、ワインに関する国際基準の確立とともに、こうした非関税障壁の除去が喫緊の課題として意識されることになる。そして、こうした課題を検討するにあたっては、まさしく明治学院大学のグローバル法学科における教育を通して学生が身につけようとする「グローバルに展開される経済活動……において生じる問題を法的側面から捉え、法的な視角から事象分析し、法的な論点を整理し、法的知識を駆使しながら問題を解決する能力」や「グローバルな諸活動が直面する法の抵触や紛争に対して……適用可能な共通基準を見いだして行く能力」が求められるのである。

二 日本のワイン市場における輸入ワインと輸入原料

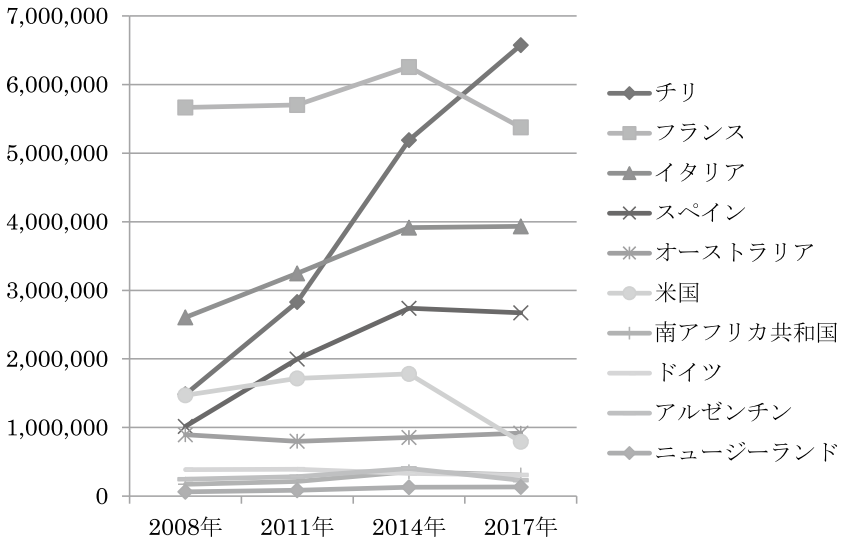
国税庁の統計などによれば、2015年度における日本のワイン消費数量の内訳は、輸入ワインが25万9,977キロリットル、国内製造ワインは11万360キロリットルとなっている。日本で消費されるワインのうち、輸入ワインが約7割を占めている計算である。また、国内製造ワインとはいっても、その多くが輸入原料を使ったものである。南米などから輸入された濃縮果汁を希釈して国内で製造されたワインが国内製造ワインとして販売されており、その数量は、

日本で収穫されたブドウのみを使った「日本ワイン」よりもはるかに多いのである。

輸入ワインのなかで、日本における販売数量がもっとも多いのは、かつてはフランスワインであったが、今日ではチリワインがトップである（図表3参照）。チリワインは、2015年から3年連続で輸入数量トップを維持しており、2017年のボトルワイン輸入数量は658万ケース（1ケース=9ℓ）、バルク輸入および国内瓶詰品をあわせると、752万ケースとなっている。ところが、輸入額で見ると、ボルドー、ブルゴーニュ、シャンパーニュといった高級ワイン産地を擁するフランスが依然としてトップの座にある。価格帯別の販売状況をチリワインについて見ると、1,000円未満のワインが全体の77%を占めている状況である⁽⁵⁾。

輸入原料を用いた国内製造ワインは、現在ではかなりの生産量を占めているが、2018年10月に国税庁の定めた「果実酒等の製法品質表示基準」が完全施

【図表3】 主要国からのスティルワイン輸入数量の推移（単位：c/s=9ℓ）⁽⁶⁾



行されると、「日本ワイン」との区別が明確化され、表ラベルには「濃縮果汁使用」「輸入ワイン使用」などの表示が義務付けられる⁽⁷⁾。他方で、関税撤廃により低価格帯の輸入ワインの小売価格がますます下がり、価格差が小さくなると、あえて輸入原料を使った国内製造ワインを消費者が選択すべき理由は乏しくなるものと考えられる。もっとも、日本においては、依然として「酸化防止剤無添加」ワインに拘る消費者も少なくないことから、輸入原料を用いて製造されるこの種のワインに対する需要が完全になくなるとは考えられず、今後もニッチな市場として残ることが予想される。

ところで、ブドウ栽培やワイン醸造について厳格な規制が存在するEUとは異なり、新世界のワイン生産国では、栽培・醸造に関する規制は一般に緩やかであり、これがワインの生産コストを抑える効果をもたらしていたのも事実である⁽⁸⁾。その一例がオークチップの使用である。通常、ワインに樽香をつけるためには、木樽でワインを発酵、熟成、または貯蔵する必要があるが、木樽の価格は十万円を超え、その分ワインの価格に反映される。しかし、高価な木樽の代わりに、オークチップを使用すれば、はるかに低コストで樽香のついたワインを大量に生産することが可能になる。アメリカ産のワインには、このオークチップを使用したものが少なくない。

これまで日本の酒税法では、オークチップを使用したワインは、一般の果実酒よりも酒税の税率が高い「甘味果実酒」として扱われてきた。酒税法3条14号によれば、果実酒等に「植物を浸してその成分を浸出させたもの」は甘味果実酒に該当するものとされ、オークチップの使用は、この行為にあたりと解されてきたからである。しかし、2018年4月の酒税法改正により、同法3条13号の果実酒の定義に「政令で定める植物を浸してその成分を浸出させたもの」が加えられ、さらに、酒税法施行令7条4項において「政令で定める植物は、オーク（チップ状又は小片状のものに限る。）とする」と規定されたことにとともに、オークチップを使用したワインには、一般のワインと同じく果実酒

の税率が適用されることとなった。これにより、今後は、オークチップを使用したワインの輸入が加速することになるであろう。

さらに、日・EU の EPA 交渉の結果、ワイン添加物について、日・EU それ

【図表 4】 日・EU 経済連携協定により日本で承認が予定されるワイン添加物⁽⁹⁾

<p>Authorisation of Oenological Practices – Phase 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Calcium alginate - Caramel - L(+) tartaric acid - Lysozyme - Microcrystalline cellulose - Oak chips - Perlite - Potassium alginate - Potassium bisulphite = potassium hydrogen sulphite - Potatoes protein - Yeast protein extracts
<p>Authorisation of Oenological Practices – Phase 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ammonium bisulphite - Calcium carbonate + double calcium salt of L(+) tartaric and L(-) malic acids - Chitin-glucan derived from Aspergillus - Dimethyldicarbonate (DMDC) - Metatartaric acid - Neutral potassium tartrate - Neutral salt of potassium DL tartaric acid - Polyvinylimidazole-polyvinylpyrrolidone copolymers (PVI/PVP)
<p>Authorisation of Oenological Practices – Phase 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Argon - Calcium phytate - Calcium tartrate - Copper sulphate - Kaolin (aluminium silicate) - Malolactic fermentation activators - Potassium bicarbonate = potassium hydrogen carbonate = potassium acid carbonate - Potassium caseinate - Potassium ferrocyanide

ぞれが申請手続を開始することが決まり、かかる添加物を使用した EU 産ワインの輸入が可能になるほか、日本のワイン生産者も EU ですでに認められている添加物を使用できるようになる（図表4参照）。たとえば、酒石酸安定化の目的で、EU 諸国をはじめ、オーストラリア、ニュージーランド、チリ、南アメリカ、アルゼンチンなど多くの生産国で広く使用されているメタ酒石酸（Metatartaric acid, E353）がそのひとつである。また、上記のオークチップもここに列挙されている。

三 海外へ輸出される日本産ワイン

今日、わが国においては、高齢化社会の進展に加え、若者のアルコール離れが進んでおり、国内の酒類市場は縮小を余儀なくされている。国内における酒類の消費数量は、1996年度の966万キロリットルをピークに減少し、成人1人あたりの消費数量も、ピーク時のおよそ8割まで落ち込んでいる。今後、国内市場の回復は期待できないことから、わが国の酒類業界は、輸出促進に取り組んでいるところである。2016年の日本産酒類の輸出金額は、約430億円（前年対比110.2%）に達し、5年連続で過去最高額を記録するにいたった。

ワインについては、国内市場の拡大も望めないではないが、海外での和食ブームを追い風にして、行政の支援を得ながら日本産ワインの輸出が試みられてきた。産地としてワインの輸出にいち早く取り組んできたのは、ワイナリー数および日本ワイン生産量のトップに位置する山梨県である。2009年7月には、山梨県内のワイン生産者15社と甲州市商工会、甲府商工会議所、山梨県ワイン酒造協同組合によってKOJ（Koshu of Japan）が設立され、ヨーロッパなどでプロモーション活動を展開している。

日本産ワインを海外に輸出するにあたっては、輸出先の国内法に適合するワインを生産し、定められた手続にしたがって輸出しなければならない。なかで

も EU においては、厳格なワイン法が存在し、その規制は、EU 産ワインのみならず、EU に輸入される日本産ワインにも及ぶ。EU ワイン規則（現在の欧州議会・欧州理事会規則 1308/2013）は、ワインの生産に関して、国際協定に定めのある場合を除き、同規則にしたがって EU により認可されたワイン醸造行為、または、EU による認可の前には、OIV が勧奨し公表しているワイン醸造行為によって生産されなければならない、と定めている。また、EU に向けてワインを輸出するにあたっては、EU が公開しているリストに含まれる公的認証機関による証明書および分析報告書が必要となる。

日本においては、2008 年、酒類総合研究所が EU の認める認証機関としてリストに掲載され、EU 向け輸出ワインの証明および分析を担当することとなり、日本産ワインを EU に輸出することが可能になった。しかし、EU 法の定める手続にしたがって輸出されたワインであっても、当初は、品種名や産地名を名乗ることができない状況にあった。

EU のワインラベル表示規則（委員会規則 607/2009）によれば、EU 域外からの輸入ワインに、ブドウ品種を表示するには、その生産国においてブドウ品種に関する表示ルールが存在し、かつ、ブドウ品種およびそのシノニムが OIV などの国際機関のリストに掲載されていなければならない。KOJ が輸出を進めていたのは甲州種のワインであるが、OIV のリストには甲州が登録されておらず、EU 市場では品種名を表示することができなかった。そこで、山梨県は、国税庁に OIV への登録申請を行うよう要望を出し、これをふまえて、酒類総合研究所から、登録申請書のほか、甲州種がヴィティス・ヴィニフェラに属する品種であることを科学的に証明する論文が提出され、2010 年 4 月、OIV の品種リストに甲州種を掲載する決定がなされた⁽¹⁰⁾。

また、EU 法においては、地理的表示つきワインと地理的表示なしワインが明確に区分されており、地理的表示つきワインでなければ、ワイン産地の表示は認められない。EU では、地理的表示を付することのできないワインは、一

一般的に市場競争力が低いため、地理的表示つきワインとして販売することが不可である。日本においては、国税庁長官が酒類の地理的表示を指定する権限を有しており、過去には焼酎の「壱岐」「球磨」「薩摩」、泡盛の「琉球」などが指定されてきた。そこで、山梨県は、海外市場における県産ワインの付加価値向上をはかるため、地理的表示「山梨」の指定を国税庁に働きかけ、2013年7月、ワインとしては日本初の地理的表示である「山梨」が指定されたのである。

この手続により指定された日本の地理的表示は、日本国内では保護され、所定の生産基準を満たしたワインに限って当該地理的表示の使用が認められる。しかし、現在のところ、その保護は、海外にまでは及ばない。ただし、前述の日・EUのEPA交渉では、日・EUが相互に地理的表示を保護することが盛り込まれ、今後、EU域内においては、日本国内同様、「山梨」などの地理的表示が保護される見通しである。

さらに、このEPA交渉の結果、これまで必要とされてきた酒類総合研究所によるロットごとの証明書および分析報告書の添付が免除され⁽¹¹⁾、生産者による自己証明で足りることとなった。これにともない、日本産ワインを輸出する生産者は、金銭的、時間的な負担が大幅に軽減され、これまではきわめて困難であった小ロットでの輸出も可能になるものと期待される。

前述の「果実酒等の製法品質表示基準」にいう日本ワインは、今後、EUへの輸出が劇的に容易になる。日本ワインに該当するワインであれば、EUの醸造規則にしたがって製造されたものでなくても輸出が認められるからである。EUワイン法は、補糖、補酸、使用品種などについて厳しい基準を設けており、日本の気候条件の下では、EUの基準を満たしたワイン醸造は容易ではなかった⁽¹²⁾。すでに言及したように、日本で使用が認められている添加物は、EUにおいても使用が認められることとなっており、日本ワインのEU向け輸出は今後大幅に増加することになるかもしれない。

四 グローバル法学科におけるワイン法教育のねらい

すでに述べたように、現在、世界で生産されているワインの約4割が国境を越えて取引されている。さらに、日本市場を見てみると、国内で消費されているワインは、ごく一部の日本ワインを除けば、ほとんどが輸入ワイン、もしくは輸入原料を使って製成された国内製造ワインとなっている。他方で、これまでは、もっぱら日本国内で消費されていた日本ワインも、日・EUのEPAにより輸出が容易になり、海外への輸出量の増加が予想されている。このように、もはや国境を越えた取引を抜きにしては考えられないのが今日のワイン市場である。

このようにワイン市場が著しくグローバル化しているなかで、ワイン法教育を行っている大学・大学院は、世界的に見てもきわめて少ない。日本においては、明治学院大学を除くと、学部レベルで本格的なワイン法教育を行っている大学は皆無であるといつてよい。しかし、グローバル法学科におけるワイン法教育の主眼は、ワイン法のプロフェッショナルを養成することにあるのではない。むしろ、国際商品であるワイン生産やその取引をめぐる生じうるさまざまな法的問題を手がかりにして、グローバル人材に必要とされる法的な解決能力を身につけることに、そのねらいがあるといつてよい。ここでは、いくつかの材料を列挙するにとどめたい。

ワインの名声や社会的評価には、国境は存在しない。ボルドーのトップシャトー、ブルゴーニュの偉大なブドウ畑、シャンパーニュの高名な生産者は、フランス国内においてはもちろんのこと、国際的にも高いブランド価値を有している。こうした有名産地の名称や有名生産者の商標を不正に利用し、利益を得ようとする行為は、国内・国外を問わず起こる可能性がある。そのリスクは、ワイン市場がグローバル化すればするほど高まり、被害も大きくなる。地理的

表示や商標が国外においても保護されなければ、生産者は、安心して輸出することができないし、消費者も、偽物を掴まされる心配をしなければならない。かかる問題の解決にあたって、国際的な取り組みが不可欠であることは、あらためて指摘するまでもないであろう。

国境を越えるワインの取引それ自体を妨げるものとしては、関税や非関税障壁がある。EU 域内においてさえ、かつては、差別的な内国税や非関税障壁が存在していた。ワインに関する事案ではないが、「物の自由移動」を妨げうる国内法が問題となったカシス・ド・ディジョン事件⁽¹³⁾や純粋ビール事件⁽¹⁴⁾が有名である。これらの欧州司法裁判所判例は、従来から EU 法の講義で取り上げられてきたところであるが、ワインに関しては、地理的表示との関係で、EU 運営条約 35 条 (EC 条約 29 条) が、他の加盟国への輸出について、数量制限やこれと同等の効果を持つ措置を禁止している点が問題になるであろう。EU 運営条約 36 条 (EC 条約 30 条) には、工業的・商業的所有権の保護の理由から輸出入の制限または禁止が許容される旨の規定があり、実際に、産地内での瓶詰めを義務づけた加盟国の国内法は、輸出に対する数量制限と同等の効果を有する措置にあたるとしつつも、原産地呼称ワインの高い評価を維持するためにはそのような制限が正当化されるとした欧州司法裁判所の判決がある⁽¹⁵⁾。

EU 法の厳格なラベル表示のルールも、EU 向け輸出を行っている域外のワイン生産者には、非関税障壁と捉えられることがある。EU 市場でワインを販売するには、第三国産のワインであっても、EU のラベル表示のルールに服することを義務付けられており、たとえば、「château」「clos」「sur lie」「grand cru」といった表現 (伝統的表現)⁽¹⁶⁾を使用することは、原則として禁止されている。フランス語が公用語ではない国においても、これらの伝統的表現がワインの銘柄やラベル表記に用いられることがあり、とりわけアメリカの生産者の間では、かかる規制に対する不満が少なくない。

ワイン市場のグローバル化が進んでいるとはいえ、今もってなお、ワイン生

産およびワイン消費の双方において、EU市場が占めている位置は圧倒的である。域外の生産者といえども、EU市場への輸出を考えるのであれば、EUワイン法に適合するワイン醸造を行うことを余儀なくされる。したがって、EUワイン法、および、EU法が参照するOIVの基準が実質的なグローバル・スタンダードとなるのである。

これまで、日本においては、ワイン法のグローバル・スタンダードがワイン造りに直接的な影響を及ぼすケースは限られており、また、法律にもとづくワインの分類やラベル表示基準も存在しない状況であった。ところが、前述のように、国税庁は、2015年10月、「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律(酒類業組合法)」にもとづき、「果実酒等の製法品質表示基準」を定めるにいたった。この表示基準は、「国が定める初めてのワインのラベル表示のルール」⁽¹⁷⁾とされているが、まさしくこれこそ、日本でも「ワイン法のグローバル化」が進行していることを示す象徴的な出来事であろう。国税庁は、この基準を策定するにいたった背景として、「国内における酒類消費が伸び悩んでいる中、ワインについては国内製造分も含め消費が拡大している成長産業であ」って、「特に、国産ぶどうのみから醸造されたいわゆる『日本ワイン』の中には、近年、国際的なコンクールで受賞するほど高品質なものも登場している」ことに言及しつつ、「日本ワインの国際的な認知の向上や消費者の商品選択が容易になるよう、国際的なルールを踏まえた『果実酒等の製法品質表示基準(国税庁長官告示)』を策定した」と説明している。このように、「日本ワインの国際的な認知の向上」をねらって、「国際的なルールを踏まえた」基準を導入しようというのが国税庁の意図であって、ワイン法すら存在しない状態から、一気にグローバル・スタンダードへとという大転換がなされたのである⁽¹⁸⁾。こうしたワイン法整備の動きは、もはや日本が「ワイン法のグローバル化」と無縁ではいられなくなったことを物語っている。

ワインをめぐる問題は、産地内で解決できる場合もあれば、一国ではとうて

い解決できないものもある。グローバル・スタンダードに対応した国内法の整備にとどまらず、国際交渉や多国間の協力が必要となる場面も少なくない。本稿で触れた醸造規則や添加物の相互承認、あるいは、地理的表示の国際的保護などがその典型例である。ワイン法を手がかりに、グローバルな観点からこうした問題を取り上げ、その解決方法を探っていくことは、まさしくグローバル法学科だからこそ実現できる法学教育であるといえよう。

注

- (1) 明治学院大学「法学部グローバル法学科設置届出に係る申請書類」
https://www.meijigakuin.ac.jp/disclosure/j_global/index.html
- (2) OIV, State of the Vitiviniculture World Market, April 2017.
- (3) 「日本最古のワイン醸造——江戸初期の九州小倉藩」酒販ニュース 2018年5月1日付。
- (4) 現在、EU側では、ボトルワイン0.154ユーロ/ℓ、スパークリングワイン0.32ユーロ/ℓの関税が課されており、日本側では、ボトルワイン67円～125円/ℓ、スパークリングワイン182円/ℓの関税が課されている。
- (5) 「日本のワイン市場を読む」WANDS 2018年4月号 11頁参照。
- (6) 「data 日本の輸入スティルワイン市場 2017」WANDS 2018年4月号6頁をもとに作成。
- (7) この基準につき、詳しくは、蛭原健介「新しいラベル表示基準と『日本ワイン』の課題——国税庁告示『果実酒等の製法品質表示基準を定める件』をめぐって」明治学院大学法学研究 101号上巻 49頁以下。
- (8) 本稿では、詳論に立ち入ることはできないが、長らくEUで実施されてきた栽培制限制度も、ブドウ栽培・ワイン生産の大規模化によるコストダウンを妨げるものとして機能してきた。参照、蛭原健介＝大村真樹子「欧州共同体におけるワイン産業の持続可能性と共通市場制度改革——消費動向および生産調整制度に関する分析」明治学院大学法学研究 87号。
- (9) 欧州委員会の以下のサイトに対象となる添加物の一覧が掲載されている。いずれも、委員会規則606/2009(Annex IA)によりEUにおいて使用が認められている添加物である。
http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2017/december/tradoc_156424.%20TiG%20Rules%20CONSOLIDATED%20TEXT%20with%20wine_%20FINAL%207%20Dec_

A3.pdf

- (10) 酒類総合研究所「ブドウ品種『甲州』, 国際ブドウ・ワイン機構に品種登録」(平成22年4月5日)
<https://www.nrib.go.jp/info/infopdf/220405info.pdf>
- (11) 従来の証明書発行手数料は, 1ロットにつき27,100円であった。
- (12) たとえば, EU法では, 補糖の上限は最大でも3%と定められており, とくに果汁糖度が上がりにくい甲州種を用いたワインでは, この基準を満たすことは容易ではない。蛭原健介『はじめてのワイン法』(虹人社, 2014年)262頁以下参照。
- (13) C.J.C.E., Arrêt du 20 février 1979, *Rewe-Zentral AG contre Bundesmonopolverwaltung für Branntwein*, Affaire 120/78, ECR 649.
- (14) C.J.C.E., Arrêt du 12 mars 1987, *Commission des Communautés européennes contre République fédérale d'Allemagne*, Affaire 178/84, ECR 1227.
- (15) C.J.C.E., Arrêt du 16 mai 2000, *Royaume de Belgique contre Royaume d'Espagne*, Affaire C-388/95, ECR I-3123. 本判決につき, 蛭原健介「ECにおける物の自由移動とワインの原産地呼称」明治学院大学法科大学院ローレビュー6号参照。
- (16) 伝統的表現をめぐる問題に関して, 蛭原健介・前掲書218頁以下参照。
- (17) 税務署「果実酒等の製法品質基準について(ワインのラベル表示のルール)」(平成28年2月)
<https://www.nta.go.jp/publication/pamph/winelabel.pdf>
- (18) 一例をあげれば, ブドウ品種の表示に関して, 「表示するぶどうの品種の使用量の合計が85パーセント以上を占める場合に限り, 当該ぶどうの品種名をその容器又は包装に表示できるものとする」との規定は, 多くのワイン生産国のワイン法等で定められている基準と同じであり, いわばグローバル・スタンダードに対応したものといえる。この点について, 詳しくは, 蛭原健介「新しいラベル表示基準と『日本ワイン』の課題——国税庁告示『果実酒等の製法品質表示基準を定める件』をめぐって」(前掲)を参照。