

保存期間：10年

資料	6
----	---

## 酒類業界の現状と今後のあり方

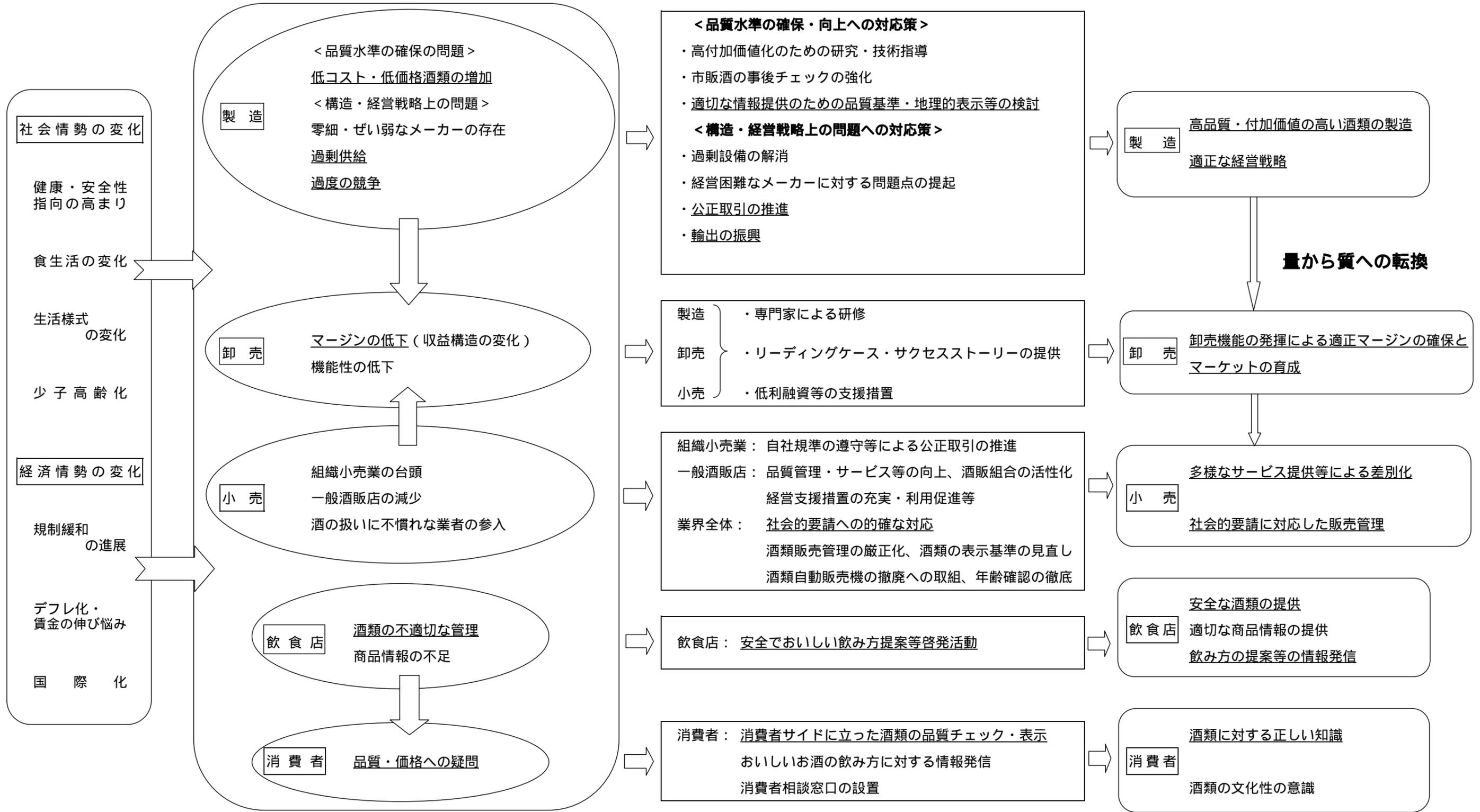
# 酒類産業の現状と今後のあり方

## 外部環境要因

## 現 状

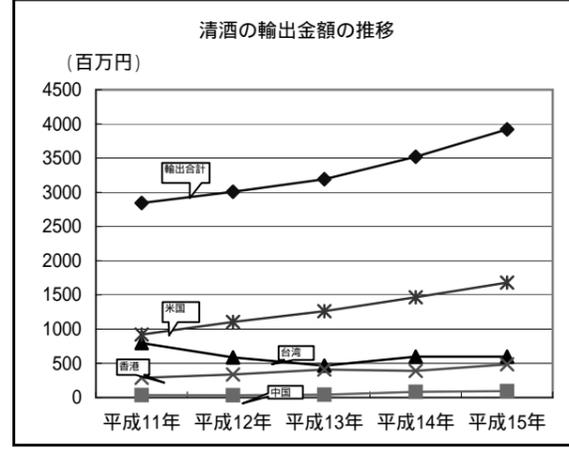
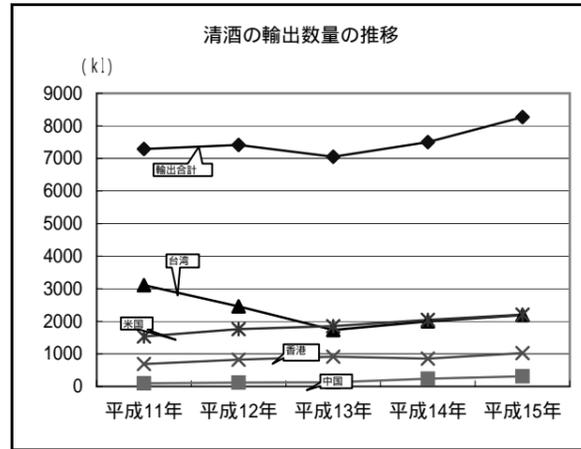
## 対 策（行政・業界、それぞれにおける取組）

## 将来像



## 1 輸出市場の現状整理

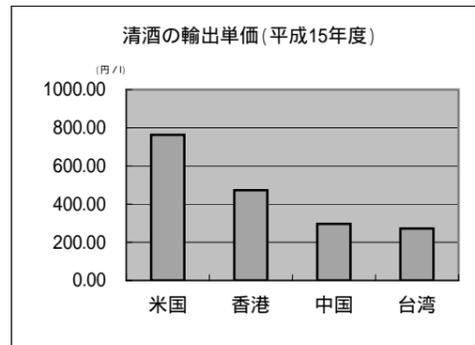
輸出は量、金額ともおおむね順調に推移  
 今後とも伸びる可能性は大きい 要因 日本食ブーム(米国)、日本産というブランド力(アジア)  
 諸外国の人口の多さ、海外在留邦人の増加



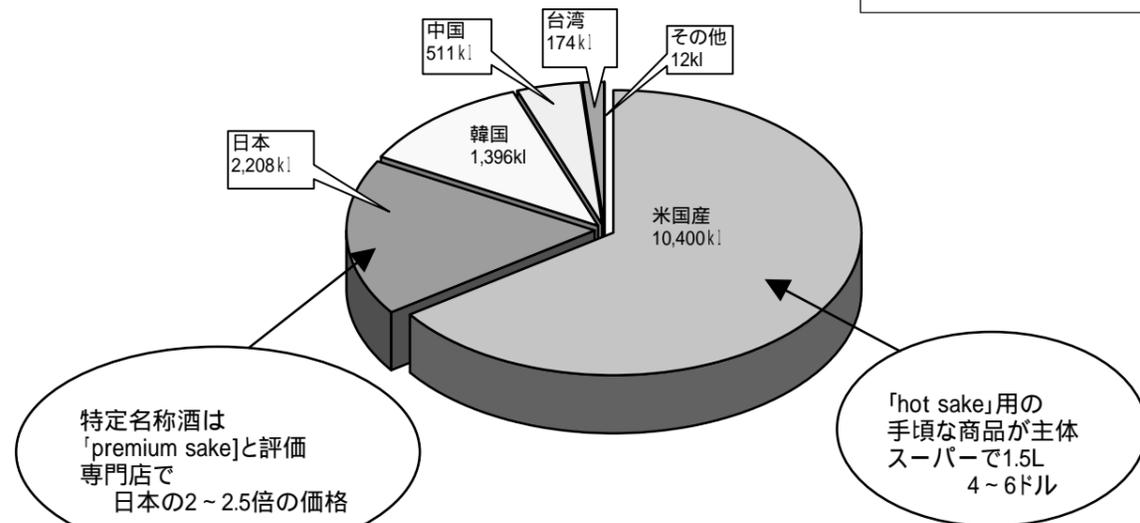
(出所)財務省:貿易統計

## 2 米国市場の分析

清酒市場 15千kl程度(2003年:米国产10.4千kl、輸入4.3千kl(内日本2.2千kl))  
 日本からの輸出は数量、金額ともに大きな伸び。輸出単価は高い。  
 (高級な特定名称酒(純米酒、特別純米、純米吟醸)の輸出)  
 (一部輸出業者は独自の原産地表示を採用)  
 (輸出酒類は300~400銘柄)  
 自社又は輸出業者を活用し輸出...現地デリバリーは米国卸・  
 日系卸と様々。  
 灘・伏見の大手メーカーの輸出も堅調に推移。



米国清酒市場規模の推定(2003年)



## 3 米国輸出の基本戦略

清酒の認識度・好感度の向上  
 高品質の清酒を引き続き輸出  
 ・単発でなく長い目で、価格競争に陥らず販売していく姿勢が重要  
 制度上の隘路解消(参入障壁)  
 ・連邦政府に対し、1品ごとに「ラベル」及び「輸入業者」の登録が必要  
 また、当該製品は最初に登録した業者しか輸入出来ない

### 【具体的戦術】

- 既存ツールの活用
  - ・ジェトロ(見本市、講習会等のイベント開催) 中央会、県組合、メーカーへのツール等の周知
  - ・大使館ルート(レセプション)
  - ・イベントでの日本酒ソムリエの活用(外国語に堪能なソムリエの育成も課題) 業界へ啓発
- 「サケ・アソシエーション・アメリカ」(任意団体(注))の再構築
- ・広報機能の充実 輸出メーカー(大手・中小とも)に啓発 広告の実施、展示会等への出品  
 (注) 現地生産清酒の値引きや販促品の提供を相互監視するために、米国進出メーカーが中心となって1997年に設立
- 清酒に係る地理的表示制度の活用  
 (品質確保のための製造方法の厳格な表示制度の検討)
- 積極的な輸出への支援
  - ・輸出用統一ブランド等立ち上げ
  - ・「輸出の手引き」(仮称)の作成
  - ・輸出清酒に対する品質認証制度の検討 研究所
  - 簡易な外国語版の「日本酒パンフレット」の作成・活用 中央会(研究所の支援)
  - 委託調査等の実施
  - ・米国内の流通構造(参入障壁)
  - ・需要振興策

### 参考

- アジア諸国への当面の戦略
  - 高品質の清酒を引き続き輸出
  - 台湾：関税引き下げ交渉を開始
  - 香港/中国：香港から展開し大陸へ波及
- その他委託調査等
  - ワインの輸出に成功しているフランスやオーストラリア等の諸外国輸出振興策の調査研究

## 「酒類販売業等に関する懇談会」の取りまとめについて

酒類販売を取り巻く環境が大きく変化するなかで、これまでの取組を踏まえ、酒類の販売管理に対する社会的要請へのさらなる対応としてどのような施策が考えられるかの検討を行うため、本年 2 月に当懇談会を再開した。

再開後の懇談会では、前回の「酒類販売業等に関する懇談会」取りまとめ（平成 14 年 9 月「酒類小売業を中心とした酒類業等の現状と課題」）において、「人口基準廃止以降の酒類取引の適正性や販売管理体制などの適正性を確保するための措置の整備を段階的に進めることが必要である」との指摘がなされている経緯等を踏まえ、幅広い観点からのご意見を伺い、また、欧米諸国の酒類販売規制の現状についても、現地調査を実施し、検討を行ってきた。

この度、懇談会における検討結果が、「酒類販売業等に対する社会的要請へのさらなる対応のあり方」として座長により取りまとめられたところである。

### 【懇談会の開催実績】

〔第 11 回〕平成 16 年 2 月 24 日

（懇談会再開の趣旨及び経緯等（国税庁より説明））

〔第 12 回〕平成 16 年 3 月 24 日

（酒類業界・酒類行政の現状等と前回の取りまとめの対応状況（国税庁より説明））

〔第 13 回〕平成 16 年 4 月 2 日

～〔第 17 回〕平成 16 年 5 月 31 日

（関係省庁、各方面の専門家からのヒアリング）

〔第 18 回〕平成 16 年 6 月 8 日、〔第 19 回〕平成 16 年 6 月 22 日

（関係業界からのヒアリング）

〔第 20 回〕平成 16 年 7 月 5 日

（これまでのヒアリングのポイント整理等）

〔第 21 回〕平成 16 年 9 月 22 日、

〔第 22 回〕平成 16 年 10 月 13 日

（主要国における酒類販売に係る諸規制の実態調査報告）

〔第 23 回〕平成 16 年 10 月 25 日、

〔第 24 回〕平成 16 年 11 月 10 日

（これまでの議論の整理）

〔第 25 回〕平成 16 年 11 月 22 日、

〔第 26 回〕平成 16 年 11 月 29 日

（フリー・ディスカッション、とりまとめ）

（注）本年 2 月の懇談会再開後の実績のみ掲げた。

問い合わせ先、連絡先

国税庁課税部酒税課

: 03(3581)4161（代表）

亀井、初谷（内線 3734、3731）

## 「酒類販売業等に関する懇談会」名簿

(敬称略)

(座長)	奥村 洋彦	学習院大学経済学部教授
(座長代理)	田中 利見	上智大学経済学部教授
	跡田 直澄	慶應義塾大学商学部教授
	井岸 松根	社団法人日本加工食品卸協会専務理事
	宇賀 克也	東京大学法学部教授
	岡本 勝	広島大学総合科学部教授
	神崎 宣武	民俗学者
	小宮 信夫	立正大学文学部助教授
	須磨 佳津江	キャスター
	田嶋 尚子	東京慈恵会医科大学内科学講座主任教授
	寺沢 利雄	財団法人流通経済研究所客員研究員
	本間 千枝子	随筆家
	水谷 研治	中京大学大学院教授
	御船 美智子	お茶の水女子大学生生活科学部教授
	矢島 正見	中央大学文学部教授
	山下 友信	東京大学大学院法学政治学研究科教授

## 社会的な要請への今後の対応のあり方（概要）

本懇談会では、酒類販売等に対する社会的な要請のうち最も重要な課題の一つである「未成年者飲酒防止への取組」と「適正飲酒の定着」を取り上げ、今後の具体的な施策について検討した。その検討結果は、次のとおりである。

酒税の保全を目的とする免許制度による規制では、社会的な要請に十分に対応することは困難であり、酒類販売に係る行為規制を広く検討の対象とする必要がある。なお、諸外国の酒類小売業に係る参入規制を見ると、国・地域により様々であり、国際的な整合性のある制度は見出し難い。

また、諸外国では、若者の集団飲酒による秩序違反（ディスオーダー）やアルコポップスと呼ばれる低アルコール飲料の若者への普及が社会問題となっている。我が国でも、都市部の繁華街等において青少年の飲酒行動が問題視されており、早急な対応が望まれるところである。

未成年者の飲酒防止等の取組に当たっては、関係省庁や業界等とより一層連携して総合的に推進する必要があるが、「未成年者飲酒防止への取組」等の社会的要請に対する具体的な対応策は、以下のとおりである。

### (1) 未成年者飲酒防止への取組

- イ 未成年者飲酒禁止法違反に係る取締り・罰則の更なる強化の要請
- ロ 広告宣伝の自主規制の見直し・遵守の徹底、製品等への実効性のある表示とするための内容、方法等の見直しの検討
- ハ 飲食店も含めた酒類の販売・提供業者による酒類購入者の年齢確認の徹底、年齢確認の社会での定着
- ニ 成人識別機能のない従来型の酒類自動販売機の完全な撤廃
- ホ 一定時間・場所における酒類販売を条例等により規制する等の地域の実情に応じた取組
- ヘ 学校における体験学習や地域学習等を通じた飲酒教育の実施、家庭における未成年である我が子の飲酒防止が親の責務であるとの意識の醸成
- ト 未成年者飲酒防止の観点からの過度な販売競争の抑制

### (2) 適正飲酒の定着

- イ 消費者自身による健康の自己管理を促すための普及啓発
- ロ 妊産婦の飲酒に関する警告表示の義務化の検討
- ハ 大量飲酒に関する注意表示の自主ルール化の検討
- ニ 健康に効果のある酒類の研究開発に期待