

# 国税庁説明資料

(令和3年度の国税庁の取組等について)

# 目次

- 最近の日本産酒類をめぐる動向 1～2
- 令和3年度等予算の概要 3～5
- 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略 6～7
- ユネスコ無形文化遺産登録に向けた取組 8～9
- 酒類の地理的表示(GI)の取組 10～11
- 表示ルールの見直し 12～15
- 参考資料 参1～23

# 最近の日本産酒類をめぐる動向

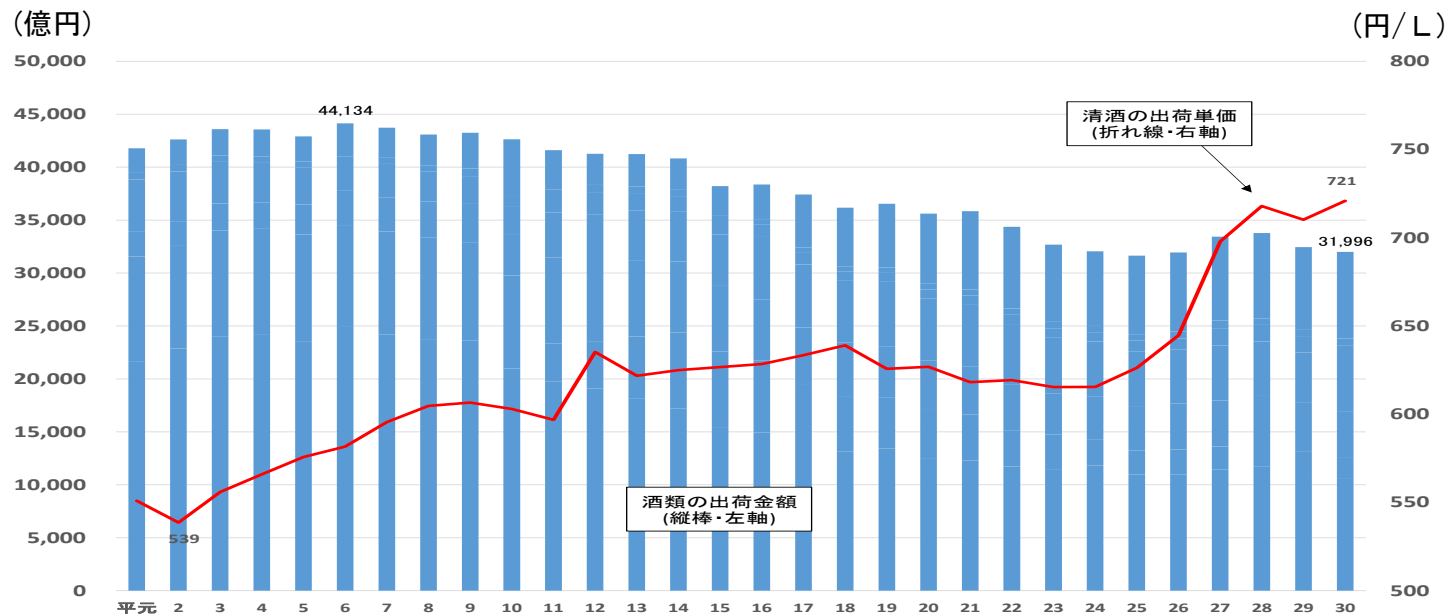
# 最近の酒類の消費動向

(単位：前年同期比増減率、%)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
家庭消費	+5.2	+12.5	+9.5	+22.5	+26.9	+17.4	+12.2	+11.7	+5.9	+22.1	+14.2	+8.2	+13.6
飲食店消費	+16.1	+12.3	▲ 51.9	▲ 90.0	▲ 88.0	▲ 62.5	▲ 52.6	▲ 63.6	▲ 53.3	▲ 35.9	▲ 57.2	▲ 81.7	▲ 52.7
家庭＋飲食店消費	+9.5	+12.5	▲ 13.6	▲ 17.1	▲ 9.0	▲ 6.3	▲ 7.0	▲ 10.2	▲ 9.5	+2.9	▲ 10.2	▲ 24.1	▲ 8.1

(出典) 総務省統計局「家計調査」(2020年) (「2人以上世帯」の1世帯あたり平均消費支出金額【名目】)

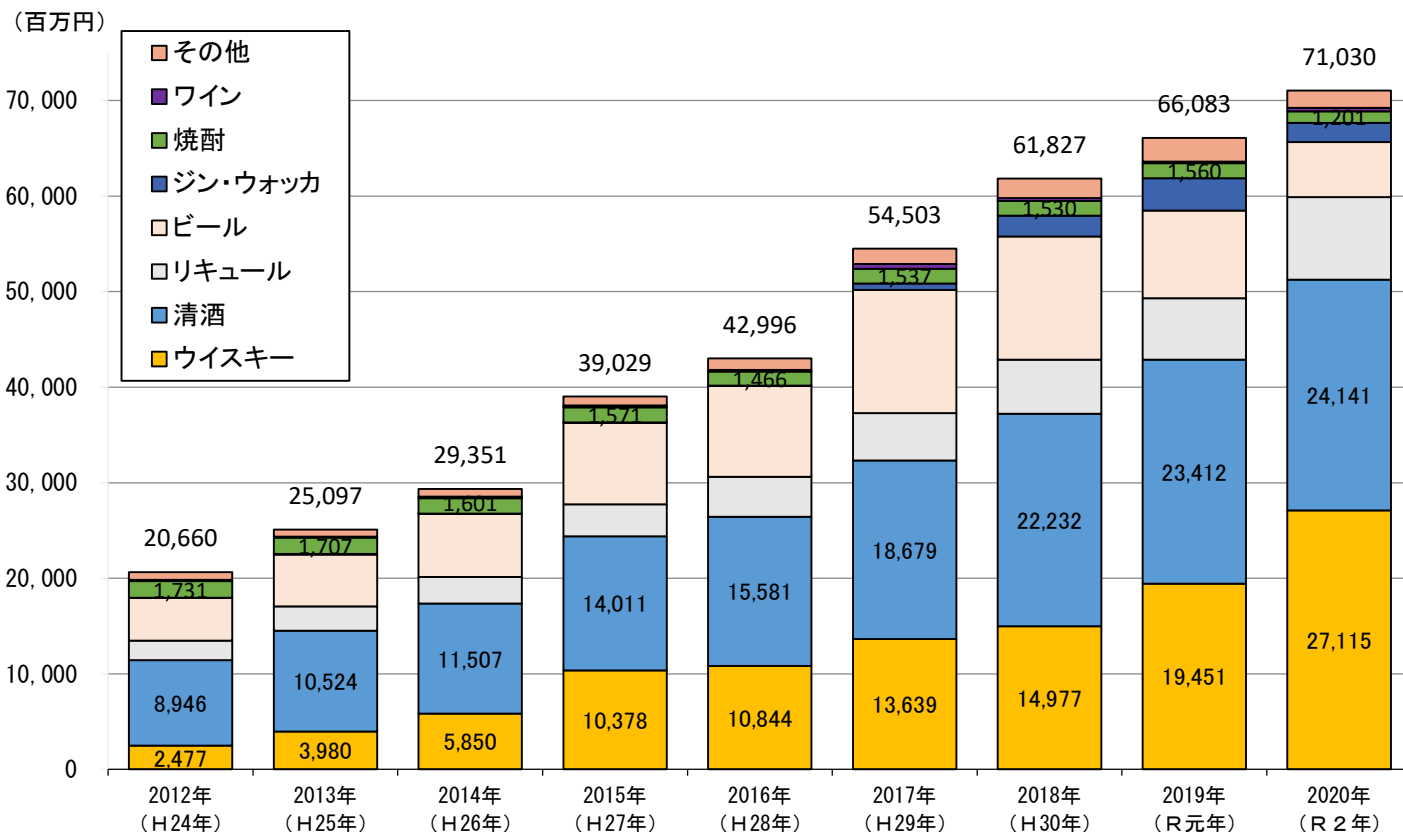
## (参考) 酒類の出荷金額及び清酒の出荷単価の推移



(注) 従業員4人以上の事業所  
 (出典) 経済産業省「工業統計表」より作成

# 最近の日本産酒類の輸出動向について

- 2020年の輸出金額は約710億円(対前年7.5%増)となり、9年連続で過去最高を記録。
- 月別にみると、新型コロナの影響によりマイナスの時期もあったが、8月以降プラスに転じ、好調に推移。
- 品目別にはウイスキーやリキュール、国・地域別には中国や香港が大きく輸出額を伸ばしている。



○品目別輸出金額 (単位:百万円)

品目	2020年	対前年増減率
ウイスキー	27,115	+39.4%
清酒	24,141	+3.1%
リキュール	8,623	+33.9%
ビール	5,772	▲37.0%
ジン・ウォッカ	2,019	▲40.7%
焼酎	1,201	▲23.0%
ワイン	348	+99.8%
その他	1,811	▲26.9%
合計	71,030	+7.5%

○輸出金額上位10か国・地域 (単位:百万円)

国・地域	2020年	対前年増減率
中華人民共和国	17,292	+70.9%
アメリカ合衆国	13,840	▲11.6%
香港	9,975	+59.5%
台湾	6,541	+5.5%
シンガポール	3,829	+11.2%
フランス	3,185	▲7.4%
オランダ	3,062	▲15.1%
オーストラリア	2,617	+14.2%
大韓民国	1,919	▲68.8%
ロシア	1,282	+237.5%
(参考)EU	7,247	▲20.9%

○2020年の輸出金額の推移

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
輸出金額 (億円)	50.1	55.9	55.5	52.5	38.6	55.3	57.8	53.0	61.9	72.3	73.5	84.0	710.3
対前年同期比 (%)	+0.8	▲7.3	▲19.2	▲19.2	▲27.1	▲16.3	▲1.2	+17.2	+28.4	+53.6	+68.2	+51.5	+7.5

# 令和3年度等予算の概要

「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」に基づき、日本産酒類の一層の輸出拡大を図るため、海外販路の拡大及び認知度向上等を同時に実現するための輸出促進施策を加速・強化。  
 更に、ポストコロナの好機を的確に捉え、酒類業構造転換支援等を新たに実施し、国内向け施策と輸出促進施策を両輪として展開。  
 （※ ○は令和3年度当初予算、◎は令和2年度第3次補正予算）

### 国内向け施策

#### 酒類業構造転換支援

新規

【3次補正 6.0億円】

（補助対象となる取組）

- ◎ 酒類事業者が抱える構造的課題の解決に向けた新規性・先進性のある取組を支援し、ポストコロナに向けた酒類事業者の経営改革、酒類業界の構造転換を促進

- ① 商品の差別化による新たなニーズの獲得
- ② 販売手法の多様化による新たなニーズの獲得
- ③ ICT技術を活用した、製造・流通の高度化・効率化

### 輸出促進施策

#### 海外販路拡大に向けた取組

【R3 3.3億円、3次補正 4.0億円】

- ◎ 消費者の嗜好等を把握するための市場調査 拡充
- ◎ 海外拠点におけるコーディネーター設置・活用 拡充
- 海外大規模展示会においてジャパブースを設置
- 海外商談会の実施、海外バイヤーの招へい
- 輸出商社・卸と酒類製造者等のマッチング等支援（日本産酒類輸出促進コンソーシアム） 拡充
- 沖縄振興の観点から琉球泡盛等のプロモーション等

#### 認知度向上等に向けた取組

【R3 10.3億円、3次補正 3.1億円】

- 海外需要を積極的に取り込み輸出拡大につなげるため、酒類事業者による商品のブランド化や酒蔵ツーリズム推進に係る取組を支援 拡充 新規
- 地理的表示(GI)シンポジウム等の開催 拡充
- ジャパンハウス等を活用した日本産酒類のPR 拡充
- 海外の酒類専門家の招へい（酒蔵視察等） 拡充
- ◎ 日本酒等のユネスコ無形文化遺産登録に向けた調査及び保存・活用体制の整備 新規 等

（注）この他に令和3年度予算において、以下を計上。

- ・ 酒類総合研究所に対する運営費交付金【10.4億円】（ブランド価値向上等に資する研究、国内外への情報発信強化等）
- ・ 日本酒造組合中央会の國酒振興事業に対する補助金【6.0億円】（イベント等を通じた消費者に対する情報発信、技術継承のための勉強会等）

# 令和2年度第3次補正予算 酒類業構造転換支援事業費補助金 (6.0億円) (フロンティア補助金)

## 背景

- 酒類業は、国内需要の減少や酒類事業従事者の減少・高年齢化等の構造的課題に直面。
- これらの構造的課題に対応するため、酒類事業者の経営改革、酒類業の構造転換の促進が必要。

## 施策概要

- 酒類業のフロンティアを開拓するような、以下のア～ウに該当する新規性・先進性のある取組に対し、補助を行う。
  - ア 商品の差別化による新たなニーズの獲得
  - イ 販売手法の多様化による新たなニーズの獲得
  - ウ ICT技術を活用した、製造・流通の高度化・効率化

### <補助内容>

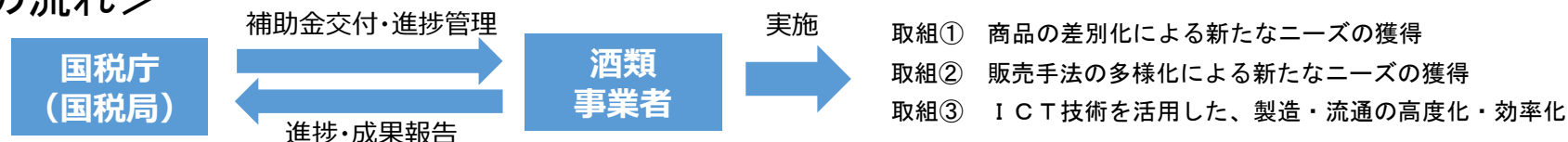
補助対象者：酒類事業者(製造業者、卸売業者、小売業者)又は酒類事業者を一者以上含むグループ

補助対象経費(例)：設計・デザイン料、施設整備費、機械装置・システム構築費等

(注)通常業務に要する費用は補助対象外

補助率：補助対象経費の1/2、1件当たり500万円上限、200万円下限

### <事業の流れ>



## 今後のスケジュール(予定)

- 令和3年2月1日(月)～3月4日(木)：公募期間
- 令和3年4月末以降：事業開始



# 令和3年度予算 日本産酒類海外展開支援事業費補助金（7.0億円） （ブランド化・酒蔵ツーリズム補助金）

## 背景

- 日本産酒類の輸出促進には、商品等の高付加価値化や、認知度向上に向けた取組が重要。そのための有効なツールとしてブランド化及び酒蔵ツーリズムを推進。

## 施策概要

- ① 酒類事業者による商品等の高付加価値化やブランド戦略策定の取組を支援する。
- ② 酒類事業者による酒蔵ツーリズムプラン策定、他産業との連携に係る取組を支援する。

### <補助内容>

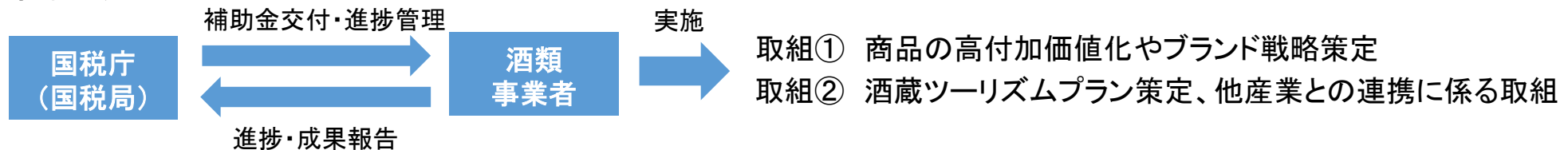
補助対象者：酒類事業者（製造業者、卸売業者、小売業者）又は酒類事業者を一者以上含むグループ

補助対象経費（例）：謝金、通訳・翻訳費、資料購入費、展示会等出展費等

（注）通常業務に要する費用は補助対象外

補助率：補助対象経費の1/2、1件当たり1,000万円上限、200万円下限

### <事業の流れ>



## 今後のスケジュール(予定)

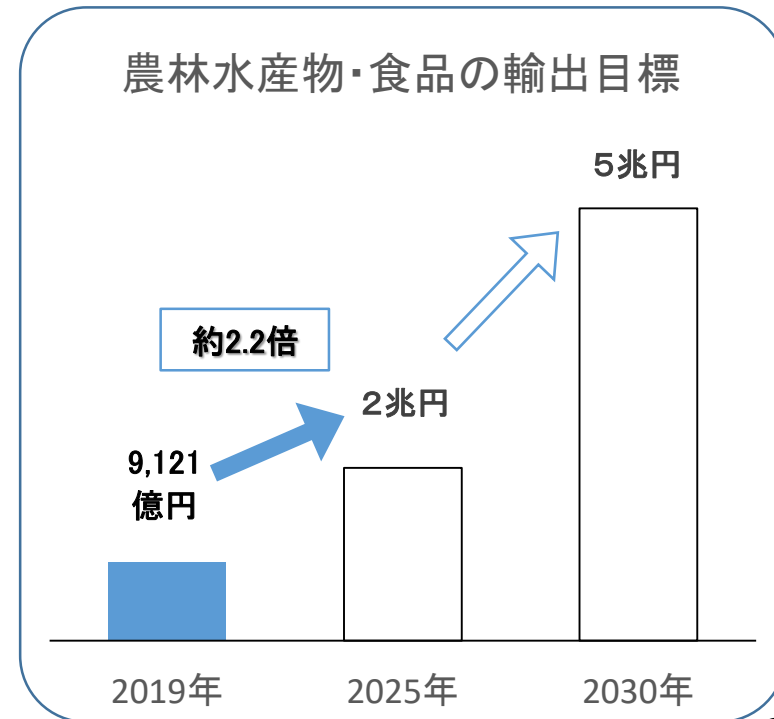
- 令和3年2月1日(月)～3月11日(木):公募期間
- 令和3年4月末以降:事業開始(令和3年度予算成立が前提)

# 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略

# 輸出拡大実行戦略（酒類）

- 農林水産物・食品の輸出目標である、「2025年までに2兆円、2030年までに5兆円」の達成に向け、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」において、酒類については、「清酒」、「ウイスキー」及び「本格焼酎・泡盛」の3品目を重点品目とし、ターゲット国等を定め、更なる輸出拡大に取り組んでいく。
- この3品目については、農林水産物・食品全体の輸出目標の伸び率（対2019年比約2.2倍）を上回ることを目指す。

重点品目	ターゲット国	2025年目標 (2019年)	
清酒	米国、中国、香港、EU・英国、台湾、シンガポール	600億円 (234.1億円)	約2.5倍
ウイスキー	EU・英国、米国、中国、台湾	680億円 (194.5億円)	約3.5倍
本格焼酎・泡盛	中国、米国、台湾	40億円 (15.6億円)	約2.5倍



# 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（別表1）

令和2年12月15日  
農林水産業・地域の  
活力創造本部決定

重点品目	ターゲット国	2025年目標 (2019年)	具体的課題・方策（抜粋）
清酒	米国、中国、香港、 EU・英国、台湾、 シンガポール	600億円 (234.1億円)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EPA等による関税・輸入規制の撤廃、地理的表示の保護の早期の実現に向けて交渉を継続</li> <li>• 日本食レストランや日系スーパーでの取扱いを更に拡大するほか、非日系市場にも浸透を図る</li> <li>• 国際的イベントを活用した情報発信や、酒蔵ツーリズムを活用したインバウンド需要の拡大により、認知度向上に取り組む</li> <li>• ユネスコ無形文化遺産登録に向け、保存・活用体制の整備などの検討を加速</li> <li>• 地理的表示やブランド化の推進による商品の高付加価値化</li> <li>• 市場調査を実施し、各国・地域の嗜好やニーズを把握</li> <li>• 商社・卸と製造者のマッチング等を通じた販路拡大</li> </ul>
ウイスキー	EU・英国、米国、 中国、台湾	680億円 (194.5億円)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 大手メーカーを中心に民主導で順調に輸出を伸ばしている</li> <li>• EPA等による関税・輸入規制の撤廃、早期の実現に向けて交渉を継続</li> <li>• 中小事業者をターゲットとした販路開拓を支援</li> <li>• 原酒の確保という課題について、事業者や事業者団体の取組をサポート</li> </ul>
本格焼酎・ 泡盛	中国、米国、台湾	40億円 (15.6億円)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EPA等による関税・輸入規制の撤廃、地理的表示の保護の早期の実現に向けて交渉を継続</li> <li>• 清酒（日本酒）と比較して諸外国での認知度が低いため、国際的イベント等を活用した情報発信や、酒蔵ツーリズムを活用したインバウンド需要の拡大による認知度向上が喫緊の課題</li> <li>• 市場調査を実施し、各国の嗜好やニーズ、日本酒等とは異なる販路を踏まえた、認知度向上・販路開拓に取り組む</li> <li>• ユネスコ無形文化遺産登録に向け、保存・活用体制の整備などの検討を加速</li> <li>• 地理的表示やブランド化の推進による商品の高付加価値化</li> <li>• 事業者に対して輸出意識の啓発を行い、輸出の機運を醸成</li> </ul>

# ユネスコ無形文化遺産登録に向けた取組

# 日本酒等のユネスコ無形文化遺産登録に向けた検討

## 日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会 中間とりまとめ（令和元年12月25日）

※日本酒の輸出拡大やブランディング推進などの検討を行う国税庁の有識者会議（文化庁もオブザーバー出席）

ユネスコ無形文化遺産への登録【文化庁、国税庁】

「稼ぐ文化」の柱の一つとして、日本酒等のユネスコ無形文化遺産への登録に向け、検討を開始する。

## 成長戦略フォローアップ（令和2年7月17日閣議決定）

日本酒等のユネスコ無形文化遺産への登録を視野に調査を2020年度中に開始する。

## 菅総理大臣施政方針演説（令和3年1月18日第204回通常国会）

**日本酒、焼酎などの文化資源について、ユネスコ無形文化遺産への登録を目指します。**

文化庁が行う醸造技術などの調査に協力し、日本酒造組合中央会等とも連携して、令和2年度第3次補正予算による調査及び保存・活用体制の整備に取り組み、登録に向けた検討を加速する。

（参考）食文化振興の動き

平成25年 「和食；日本人の伝統的な食文化」のユネスコ無形文化遺産への登録

令和2年4月 文化庁参事官（食文化担当）設置

食文化の基本政策をとりまとめるとともに、地域活性化に資する食文化振興や、海外への食文化発信に、関係省庁と連携して取り組む。

# ユネスコ無形文化遺産登録に向けた国税庁の取組等

## 令和2年度第3次補正予算による取組（案）

### 1 醸造技術等の外部委託調査

国税庁では、ユネスコ登録に向けた検討等に資するため、以下の外部委託調査を実施予定

- こうじ菌を使った日本の伝統的な酒造り技術に係る歴史や理念（芸術性等）を調査するための文献調査、及び複数の杜氏等に対するヒアリング調査
- 海外におけるこうじ菌を使った酒造り、及びユネスコ無形文化遺産に登録されている酒類等についての文献調査

### 2 機運醸成事業

ユネスコ無形文化遺産登録に向けた機運を醸成するため、ポスター、リーフレット等の作成や業界団体とも連携した効果的な事業を実施予定

※機運醸成に向けた取組は今後も継続的に実施する予定

## （参考1）担い手団体の設立

- ユネスコ無形文化遺産登録に向け、日本酒、焼酎等の日本の伝統的な酒造り技術の担い手を特定し、当該技術の保護措置の検討・実施を目的とした担い手団体を本年4月を目途に設立予定。

## （参考2）文化庁との取組

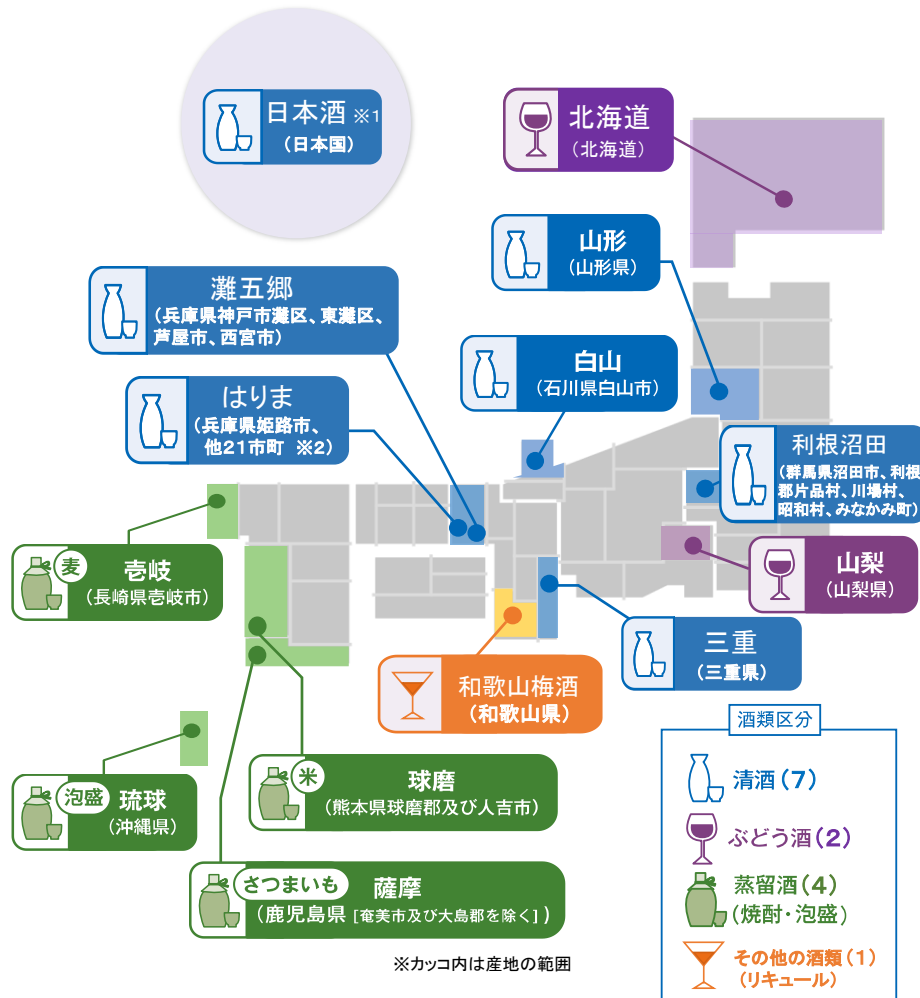
- 無形文化財及び無形の民俗文化財の登録制度を新設し、食文化を含む幅広い文化財の保存・活用を図る文化財保護法の改正案が令和3年2月5日に閣議決定されたことを受け、文化庁と協力し、早期に日本酒・焼酎等の醸造技術について、登録を目指す予定。

# 酒類の地理的表示(GI)の取組



# 酒類の地理的表示の指定状況

地理的表示 (Geographical Indication : GI) 制度は、酒類や農産品において、ある特定の産地ならではの特性 (品質、社会的評価等) が確立されている場合に、当該産地内で生産され、生産基準を満たした商品だけが、その産地名 (地域ブランド) を独占的に名乗ることができる制度。



※カッコ内は産地の範囲

※1 原料の米に国内産米のみを使い、かつ、日本国内で製造された清酒のみが、「日本酒」を名乗ることができます。

※2 兵庫県相生市、加古川市、赤穂市、西脇市、三木市、高砂市、小野市、加西市、宍粟市、加東市、たつの市、明石市、多可町、稲美町、播磨町、市川町、福崎町、神河町、太子町、上郡町及び佐用町

※3 カッコ内は産地の範囲を記載しています。また、地図上では、都道府県単位で着色を行っており、必ずしも産地の範囲と一致しているわけではありません。

酒類の地理的表示指定状況

	名称	産品	指定日等
1	壱岐	麦焼酎	平成7年6月30日
2	球磨	米焼酎	平成7年6月30日
3	琉球	泡盛	平成7年6月30日 (変更 令和2年9月14日)
4	薩摩	芋焼酎	平成17年12月22日
5	白山	清酒	平成17年12月22日
6	山梨	ぶどう酒	平成25年7月16日
7	日本酒	清酒	平成27年12月25日
8	山形	清酒	平成28年12月16日
9	灘五郷	清酒	平成30年6月28日 (変更 令和2年8月17日)
10	北海道	ぶどう酒	平成30年6月28日
11	はりま	清酒	令和2年3月16日
12	三重	清酒	令和2年6月19日
13	和歌山梅酒	リキュール	令和2年9月7日
14	利根沼田	清酒	令和3年1月22日

※ 平成27年10月に見直した「酒類の地理的表示に関する表示基準」に基づく変更のみ記載。

## 【地理的表示「利根沼田」生産基準】

### 1 産地の範囲

群馬県沼田市、利根郡片品村、川場村、昭和村、みなかみ町

### 2 酒類の産地に主として帰せられる酒類の特性に関する事項

#### (1) 酒類の特性について

□ 当たりは総じて透明感のある味わいの中に、適度な旨味を感じることができる酒質である。

#### (2) 酒類の特性が酒類の産地に主として帰せられることについて

##### イ 自然的要因

三国山脈への降水が、「古沼田湖」の湖底に堆積した砂礫・泥礫層を通ることにより、軟水となり、良質な仕込み水が採集できる。また、米の生育期の日照時間が長く、一日の大きな気温差により、豊満で登熟が良好な酒造に適した米が収穫できる。

##### ロ 人的要因

江戸時代から地域の酒蔵同士の緊密な交流が続いており、定期的な情報交換等を通じて、地域特有の酵母の開発、その酵母に適した米作りや酒造りのノウハウの研究・蓄積が行われている。

### 3 酒類の原料及び製法に関する事項

- ・純米酒に限定
- ・産地の範囲において収穫された特定品種等(雪ほたか、五百万石、コシヒカリ)に限定
- ・産地で採水した水の加工処理を禁止(ろ過を除く)
- ・発酵に用いる酵母を限定(群馬KAZE酵母、群馬G2酵母、蔵付き酵母)

### 4 酒類の特性を維持するための管理に関する事項

「GI利根沼田協議会」が酒類の特性を維持するための管理を行う。


「醸造年度」(ビンテージ)の表示の統制を行う。

# 表示ルールの見直し

# 表示ルールの在り方について

## 日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会における意見

国内外の消費者にとっての分かりやすさやブランド価値向上の観点から、ワインの国際ルールも参考にしつつ、日本酒の表示ルール(製法品質表示基準)等を見直すべきである(特定名称、米の品種、産地、精米歩合、製造年月(ビンテージ)、日本酒度、酸度等)  
⇒ 中間とりまとめ(令和元年12月25日)における政府の施策として、「日本酒の表示ルールの在り方について、業界と議論を開始する」とされた。



## 日本酒造組合中央会(制度等委員会)

- 令和2年 1月 検討会中間とりまとめを受け、日本酒表示に関する問題意識を共有
- 令和2年 3月 清酒の製法品質表示基準全般における議論
- 令和2年 7月 これまで業界内を含めて課題として挙げられた事項(※)のうち、意見集約可能なものから順次検討することで意見一致
  - ※ 特定名称・精米歩合表示の抜本的見直し、受賞の記述表示の容認、製造時期の表示義務の廃止など
- 令和2年 10月～ 受賞の記述表示、製造時期表示の見直しを中心に議論

# 清酒の製法品質表示基準の概要

- 清酒の製法品質表示基準(平成元年国税庁告示第8号)は、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律(昭和28年法律第7号)の規定に基づき平成元年11月に制定(平成2年4月施行)。
- 消費者利益の保護の観点から特定名称を表示するのにふさわしい製法品質の確保と表示の適正化を図るため、特定名称表示の要件を規定するほか、清酒全般における必要表示事項、任意表示事項及び禁止表示事項の基準を規定。

## 特定名称表示

- ・吟醸酒
- ・純米酒
- ・本醸造

等

## 必要表示事項

- ・原材料名
- ・製造時期
- ・保存又は飲用上の注意事項
- ・原産国名
- ・外国産清酒を使用したものの表示

## 任意表示事項

- ・原料米の品種名
- ・清酒の産地名
- ・貯蔵年数
- ・原酒
- ・生酒
- ・生貯蔵酒
- ・生一本
- ・樽酒
- ・受賞の記述

等

## 禁止表示事項

- ・清酒の製法、品質等が業界において「最高」、「第一」、「代表」等最上級を意味する用語
- ・官公庁御用達又はこれに類似する用語
- ・特定名称酒以外の清酒について特定名称に類似する用語

# 見直しに向けた具体の検討事項

## 見直し方向のもの

(速やか(年内)に国税審議会に対して諮問予定)

### 【受賞の記述表示】

- ・現行の受賞の記述表示の取扱い(公的機関から付与された賞に限り受賞機関及び受賞年の表示可)を廃止する。  
⇒公的機関以外の機関から付与された賞の表示を可能とする。
- ・食品表示基準に倣い、品評会等で受賞したものであるかのように誤認させる用語を表示禁止事項に追加する。

### 【その他】

- ・「生原酒」、「生貯蔵原酒」等の複合表示を認める。

## 見直しに向け議論中のもの

(準備が整い次第、国税審議会に対して諮問予定)

### 【製造時期表示】

- ・食品の国際規格であるコーデックス一般規格や食品表示基準に沿って、必要表示事項から任意表示事項に変更してはどうか。
- ・現行の製造時期表示の取扱い(原則として容器詰めした年月表示)に代えて、日付表示のバリエーション(上槽、詰口、出荷等の時期)を認めることとしてはどうか。

## その他の項目

長年使用されてきた特定名称・精米歩合表示(平成2年4月~)などのあり方については、表示ルールとして既に消費者の間にも一定程度定着しているとの意見があることも考慮しつつ、国内外の消費者にとっての分かりやすさやブランド価値向上の観点から更に議論を継続。

# ジャパニーズウイスキーの表示に関する基準 概要

日本洋酒酒造組合自主基準 令和3年2月12日制定  
(令和3年4月1日施行、令和6年3月31日まで経過措置)

## ジャパニーズウイスキー

※「ジャパニーズウイスキー」表示 ○

### 原材料

麦芽(必須)、穀類、日本国内で採水された水

### 製法

#### 製造

糖化、発酵、蒸留は、日本国内の蒸留所で行うこと

#### 貯蔵

内容量700リットル以下の木製樽に詰め、当該詰めた日の翌日から起算して3年以上日本国内において貯蔵すること

#### 瓶詰

日本国内において容器詰めし、充填時のアルコール分は40度以上であること

#### その他

色調の微調整のためのカラメルの使用を認める

## 【 上記に該当しないウイスキーの例 】 ※「ジャパニーズウイスキー」表示 ×

- アルコール、スピリッツなどを使用したもの
- 麦芽を使用していないもの
- 海外原酒を使用したもの
- 3年以上木製樽(700リットル以下のもの)に貯蔵していないもの

# 参考資料



# 日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会 中間とりまとめ(2019年12月25日)のポイント

- 日本酒の輸出のポテンシャルは大きい
- 文化的な観点からも積極的に価値づけを行い、ブランド力を高める
- 商品の高付加価値化とそれに見合った価格設定、そのためのブランド戦略が重要
- 主役である事業者の取組の一層の積極化を期待するとともに、政府は事業者の自主的で意欲的な取組を支援

## 1. 議論の概要

### 認知度の向上、販路開拓、ブランド化を一体的に進める必要

- (1) 認知度の向上
- (2) 販路開拓の推進
- (3) 適切な品質管理の確保
- (4) 分かりやすい情報発信
- (5) インバウンドの活用
- (6) ペアリング（うま味）の訴求
- (7) 訪日外国人向けテイस्टिंगの結果
- (8) 商品のブランド化
- (9) 地理的表示（G I）の活用等
- (10) 価格の多様化

#### 【ブランド化に関する主な意見】

- 「良いものをより安く」から「良いものをより高く」という方向にすべき
- 高価格化には裏付けとなるストーリーが重要
- 原材料や技術等のファクトではなく、価値の提案が重要
- ワインの市場・文化を意識した取組（ペアリング、テロワール、原産地呼称等）も有効
- スパークリングや熟成（ビンテージ）は新たな価値を創造。海外向けに可能性も大きい
- ラグジュアリー市場は拡大傾向。富裕層ビジネスの観点も重要
- 原材料コストや精米歩合等の原価計算による販売価格は適正か
- オークションにより高価格化を狙う取組は興味深い
- 多様性も重要。一般的な商品から高級ブランドまで全面的に進めるべき

## 2. 政府の施策

国税庁は、関係省庁・機関、業界団体とも連携し、以下の施策等に取り組み引き続き、国際交渉により、輸出先の関税や輸入規制の撤廃に取り組む

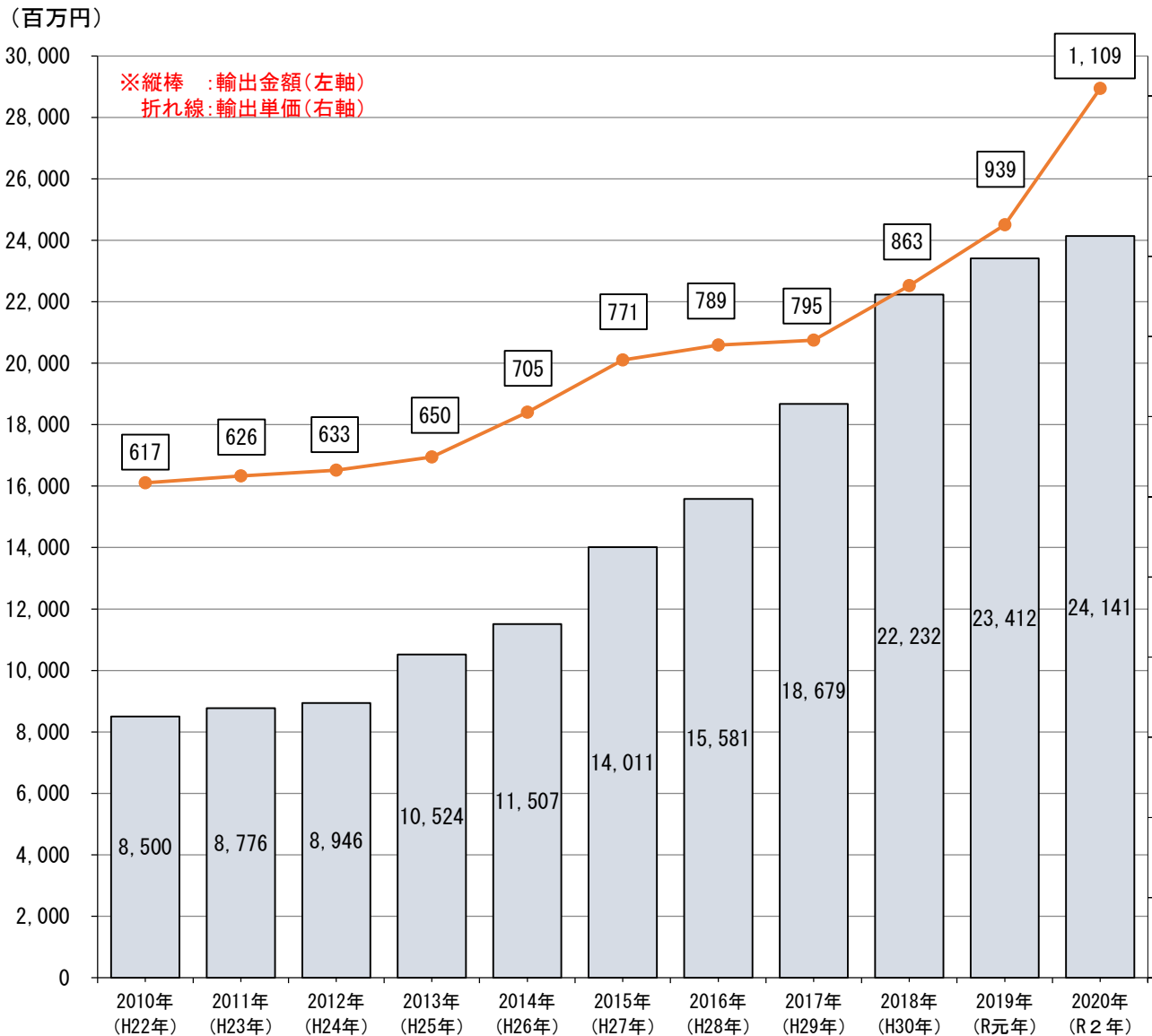
- (1) 認知度の向上と分かりやすい情報発信
- (2) 販路開拓の推進
- (3) 適切な品質管理の確保
- (4) ブランディングの推進
- (5) 表示ルールの在り方

#### 【主な施策】

- 各国市場調査（嗜好、価格、規制、品質管理、小口配送等）
- 「日本産酒類輸出促進コンソーシアム」（商社等と酒蔵等とのマッチングや販路開拓等を支援）の構築
- 酒蔵ツーリズムについて、モデル事例の構築支援や「Your Japan 2020」キャンペーンの実施
- 事業者の海外向けブランド化の取組（戦略構築、新商品開発、販路開拓等）のモデル事例の構築支援
- 原料産地に着目した地理的表示（G I）の指定も進める
- ユネスコ無形文化遺産への登録や杜氏の人間国宝への認定等について検討
- テロワールや熟成の品質に与える影響、品質劣化の防止に関する調査研究
- 表示ルールの在り方についての議論を開始

# 最近の清酒の輸出動向について

- 2020年の清酒の輸出金額は約241億円(対前年3.1%増)となり、11年連続で過去最高を記録。輸出単価も上昇。
- 国・地域別には香港や中国、シンガポールが大きく輸出額を伸ばしている。



○輸出金額上位10か国・地域 (単位:百万円、%)

国・地域	2020年	対前年増減率
香港	6,178	+56.7%
中華人民共和国	5,792	+15.8%
アメリカ合衆国	5,070	▲25.0%
台湾	1,430	+5.3%
シンガポール	1,113	+30.0%
大韓民国	979	▲28.0%
オーストラリア	491	+11.9%
カナダ	429	▲21.6%
ベトナム	279	▲25.8%
マレーシア	278	+14.8%
(参考)EU	915	▲35.6%

○輸出単価上位10か国・地域 (単位:円/L、百万円)

国・地域	単価	(参考)輸出金額
マカオ	4,067	179
香港	2,350	6,178
シンガポール	1,619	1,113
ロシア	1,370	71
スイス	1,323	67
中華人民共和国	1,214	5,792
英国	976	215
アメリカ合衆国	962	5,070
フランス	958	213
オーストラリア	935	491
(参考)EU	632	915

(注) 輸出金額上位20か国・地域のうち、輸出単価上位10か国・地域

## 消費者向けイベント 実施案

### 日本ワインフェア

》 日本ワインの消費の回復や販路の拡大を図り、国内需要喚起させる取り組み

- ① 全国の料飲店をオンラインで繋いだ分散型セミナーの実施（全6回・総参加者数1,253人）
  - ② 情報発信を行う日本ワインファンサイトの開設
  - ③ 商談会や即売会を併せた「日本ワインまつり」（試飲イベント）の開催
- ・ 実施時期 令和2年10月～令和3年6月頃
  - ・ 共同実施団体 日本ワイナリー協会・日本のワインを愛する会

### 酒販店フェア（試飲会）

》 地域の酒屋（酒のプロ）が地元の酒類の魅力や特色を伝える「酒販店発信」によるキャンペーン

酒販店に併設されている簡易飲食スペース（角打ち等）を活用し、試飲や店主による商品説明を通じ、酒類の理解を深め消費者に購入を促す

- ・ 実施時期 令和2年12月～令和3年2月
- ・ 共同実施団体 全国小売酒販組合中央会等
- ・ 参加店舗数 959店舗 ※2月16日現在

### クラフトビール・オンラインフェス

》 クラフトビールの消費回復・拡大と生産地域・周辺産業の活性化を図る取り組み

クラフトビールの魅力を伝えるオンラインによるメーカーと消費者のコミュニケーションイベントを実施し、ECサイト及び料飲店テイクアウトの利用促進を図る

- ・ 実施時期 令和3年1～2月
- ・ 参加メーカー等85社 参加消費者約5,000名
- ・ 共同実施団体 全国地ビール醸造者協議会

### Googleマップとの連携

》 全国の酒類製造場の詳細情報をGoogleマイビジネスに登録し、Googleマップ上で表示する

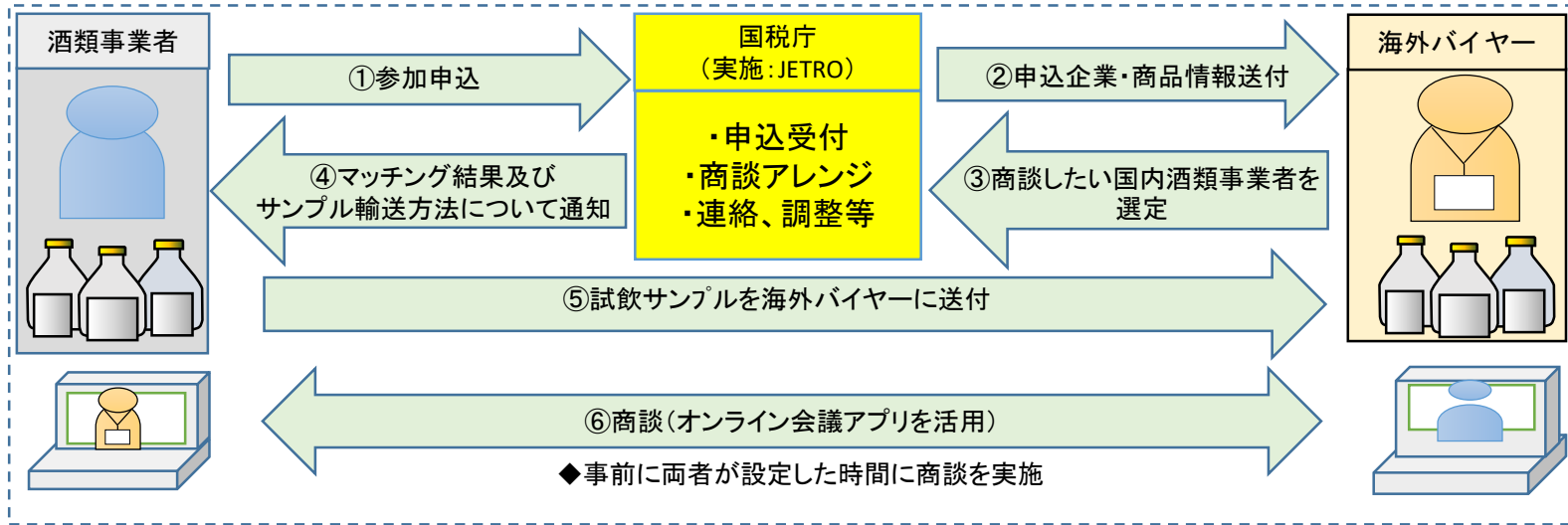
消費者が酒類製造場に関する情報にアクセスしやすい環境を整備して消費者の日本産酒類に対する興味関心を喚起し、日本産酒類の消費回復を図る

- ・ 実施時期 令和3年3月頃
- ・ 多言語対応（日・英・中）
- ・ 登録予定場数 約900場（自社登録を含む）※1月末時点

# 海外販路開拓支援事業 オンライン商談会（令和2年度）

新型コロナウイルス感染症の影響により、海外バイヤーとの対面による商談実施が困難なため、日本にいながらにして海外バイヤーと商談する「オンライン商談」を実施。

（主催：国税庁、実施：日本貿易振興機構（JETRO））



（商談イメージ）

**11カ国・地域において、海外バイヤー45社、国内酒類事業者351社が参加** ※1月末時点

## 【実施済】

- ◆ 台湾（令和2年11月30日～12月2日）

## 【実施中】

- ◆ 香港（令和2年10月～2月末）
- ◆ オーストラリア（令和2年12月～令和3年2月末）
- ◆ 欧州（イタリア、スイス）（令和3年2月）

## 【実施予定】

- ◆ 中国（北京、西安、河北省）（令和3年3月）
- ◆ 欧州（スイス、ポーランド、エストニア）、カナダ（令和3年2月～3月中旬）
- ◆ 中国（上海、大連、成都）、米国（アトランタ）（令和3年2月下旬～3月上旬）
- ◆ オーストラリア、マレーシア（令和3年3月上旬）

# 日本産酒類輸出促進コンソーシアム

## 日本産酒類輸出促進コンソーシアム

- 2020年7月、国税庁、ジェトロ、JFOODO、クールジャパン機構、全国卸売酒販組合中央会を運営主体とし、「日本産酒類輸出促進コンソーシアム」を立ち上げ
- 新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえ、対面式によるセミナー&商談会から、オンラインに切り替えて開催（全13回）。

（輸出に意欲的に取り組もうとする輸出商社・卸（地域商社等を含む）と酒類製造者・酒造組合等とのマッチング）

### ① 専門家によるセミナー・個別相談



※全13回で延べ507社が参加

（セミナー）



（専門家による個別相談）



### ② 商談会の実施



※全13回で延べ131社が参加

（商談会）



（オンライン商談会）

【開催実績】（※第3回以降は、オンラインで実施）

第1回	7月29日	「海外市場と輸出の取組み方」
第2回	8月19日	「海外市場とコロナ後の展望」
第3回	8月26日	「オンライン商談への対応」
第4回	9月30日	「香港の市場動向等」
第5回	10月14日	「台湾の市場動向等」
第6回	10月28日	「米国の市場動向等」
第7回	11月11日	「中国の市場動向等」
第8回	11月25日	「東南アジア等の市場動向等」
第9回	12月9日	「ヨーロッパの市場動向等」
第10回	12月16日	「商流と輸送時の品質管理等」
第11回	1月27日	「新興国への輸出や課題」
第12回	2月10日	「カナダの市場動向等」
第13回	2月24日	「米国へのプロモーション方法等」

「輸出商社の取組事例」
「輸出を行う清酒製造業者の事例①」
「輸出を行う清酒製造業者の事例②」
「GI（地理的表示）」
「クラフトビール」
「焼酎」
「日本ワイン」
「日本酒」
「リキュール・スピリッツ」
「日本酒」
「本格焼酎」
「焼酎・スピリッツ」
「関係機関による輸出支援」



# 海外市場調査

海外における日本産酒類の市場調査を実施することで、潜在市場の発掘を含め、海外市場の状況を的確に把握し、国税庁による効果的な輸出促進策の実施に繋げるとともに、調査結果を公表することにより業界全体へ還元し、輸出拡大の取組を支援。

## 令和2年度 調査対象国・地域

米国※1、カナダ、EU※2、イギリス、中国※3、香港、台湾

※1 米国については、全体調査のほか、ニューヨーク、ロサンゼルス、シカゴ、ヒューストンを個別調査

※2 EUについては、全体調査のほか、国際連合の定める地理区分におけるヨーロッパ州の各地域（全4地域）の区分調査、フランスを個別調査

※3 中国については、全体調査のほか、上海、北京、広州、深圳を個別調査

### 〈選定理由〉

国税庁の支援施策の中心となっている日本酒、焼酎・泡盛業界の要望を踏まえ、日本酒の輸出基本戦略（日本酒輸出協議会）等において定める輸出重点国・地域、潜在成長国・地域及びその他要望国を対象に選定。

## 調査項目

### 〈市場調査〉19項目

- ・ 統計データ（人口動態、家計消費状況等）
- ・ 酒類のEC市場規模（酒類別）
- ・ 酒類を取り扱う飲食（小売）店数、日本食を提供している飲食店数等
- ・ 酒類の物流実態（保管倉庫の状況、品質管理体制等）

### 〈嗜好調査〉5項目

- ・ 日本産酒類の認知度、購入（取扱い）経験等
- ・ 酒類の購入場所（酒類別、年代、性別、所得層）
- ・ 家飲み需要（酒類別、年代、性別、所得層、頻度）

## 今後の調査実施予定（令和2年度第3次補正予算）

輸出目標の達成のための輸出重点品目ごとの戦略に基づき、引き続きターゲット国の調査を実施するとともに、酒類事業者の販路開拓等のアクションに繋げるよう、令和2年度の調査を更に深掘して実施する。

# 日本産酒類のブランド化推進事業・酒蔵ツーリズム推進事業

## 日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会 中間とりまとめ（令和元年12月25日）

輸出拡大やブランディングの推進に向けて、政府の取り組むべき施策を提言

- (1) 認知度の向上と分かりやすい情報発信
- (2) 販路開拓の推進
- (3) 適切な品質管理の確保
- (4) ブランディングの推進
- (5) 表示ルールの在り方

## 日本産酒類の競争力強化・海外展開推進事業（令和2年度予算12.8億円の内4.7億円）

日本産酒類の更なる輸出拡大に向け、販路開拓支援、国際的プロモーションを強化。更に、**新規にブランド化や酒蔵ツーリズムを推進**する。

日本産酒類のブランド化推進事業

酒蔵ツーリズム推進事業



モデル事例の構築を支援

- 令和2年3月から募集を開始し、ブランド化182件、酒蔵ツーリズム122件の応募
- 外部有識者による審査の上、ブランド化24件、酒蔵ツーリズム16件  
計40件のモデル事例の対象を選定
- モデル事例の対象とならなかったプロジェクトに対しても、専門家による助言を実施
- コロナ禍において、海外でのプロモーションや、外国人を対象としたモデルツアーの実施などに制約があったが、ポストコロナを見据えた取組を実施

# 令和2年度 日本産酒類のブランド化推進事業選定結果

No.	都道府県	代表者	事業テーマ
1	山口県	株式会社Archis	長期熟成型“ヴィンテージ日本酒”のブランド確立と、世界における日本酒の地位向上
2	東京都	一般社団法人awa酒協会	スパークリング日本酒「awa酒」の海外展開に向けたブランディング事業
3	東京都	Inagora株式会社	中国における富裕層・若年層への日本産酒類のマルチチャンネルブランディング
4	東京都	株式会社SGマネジメント	海外酒類消費の中心である「バー」をターゲットにした焼酎の開発・PR
5	香川県	香川県酒造組合	「新開発のオリーブ酵母清酒のブランド化と海外展開調査事業」
6	大分県	萱島酒造有限会社	ベトナムにおける萱島酒造「西の関」のブランドの向上とベトナム人への日本酒の認知度向上と普及
7	京都府	地方独立行政法人京都市産業技術研究所	京都産の地域酵母と計測技術を活用した欧州向け日本酒新製品開発
8	兵庫県	株式会社神戸酒心館	日本産酒類を取り扱う現地インポーターのイベント活動を支援する枠組み
9	神奈川県	株式会社Sake Business Laboratory	地質に対応した日本酒仕込み水の水質分析体系化によるテロワール・ブランディング
10	大阪府	株式会社ジープリッジ	「プレミアム焼酎を世界へ」、パリから発信するプロモーション活動
11	北海道	地理的表示「北海道」使用管理委員会	東アジアにおけるインフルエンサーを活用したGI北海道のプロモーション
12	京都府	一般社団法人刻SAKE協会	刻SAKE(日本酒の熟成)の基準作りとブランド化事業
13	鳥取県	鳥取県和酒輸出蔵元協議会	鳥取県の日本酒を13億人のインドの未開発巨大新市場に丸で販路開拓
14	群馬県	永井酒造株式会社	SDGs 型・特定名称酒ではない新たな価値創造の商品を世界同時発売！ ～地域異業種・農商工連携による地域ブランド化事業による輸出促進～
15	兵庫県	灘五郷酒造協同組合、はりま酒研究会	魅力ある「GI 灘五郷・はりま」のプロモーション in 華の都パリ
16	東京都	南山物産株式会社	「日本の古酒、熟成酒の深淵なる世界」を伝えるO2Oプロジェクト
17	東京都	日本酒応援団株式会社	「グローバル・アドバイザーボード」による日本酒ブランド化推進事業
18	北海道	北海道自由ワイン株式会社	味香り分析等を活用し、日本版テロワールで、プレミアムな外国人市場を開拓
19	愛知県	株式会社萬乗醸造	日本酒初のラグジュアリーブランド構築
20	三重県	三重県酒造組合	”三重の酒”ブランドを、海外で継続的に高め、周知することを目的とした事業。→「三重の酒を照らす事業」
21	東京都	株式会社未来酒店	日本のSAKEをイギリスに届けるため ～革新的なAI技術が味覚をつなぐ～
22	山形県	山形県酒造組合	日本酒GIで「YAMAGATA」を世界有数の日本酒銘醸地として確立する
23	山梨県	山梨銘醸株式会社	世界の富裕層が唸る高付加価値化乾杯酒の開発とブランド戦略の構築
24	山梨県	山梨ワイン海外輸出プロジェクト(KOJ)	山梨県産ワインの認知度向上に向けたロンドンプロモーション及び産地招聘事業



# 令和2年度 酒蔵ツーリズム推進事業選定結果

No.	都道府県	申請代表者	実施地域	ツーリズム名称
1	長野県	伊南DMO設立準備会	長野県駒ヶ根市、飯島町、宮田村、中川村	Visit Sake Breweries of Alpine Valley MINAKOI NAGANO 「美酒ツーリズムinアルプスの里みなこい」
2	東京都	ANAホールディングス株式会社	佐賀県、長崎県、福岡県	酒蔵を簡単に見つけて行ける、気に入った地酒を空港で簡単に購入できる気軽に地酒に触れられる酒蔵ツーリズム「Take “SAKE” easy」
3	群馬県	大利根酒造有限会社	群馬県利根沼田地域	利根沼田酒蔵ツーリズム
4	佐賀県	鹿島酒蔵ツーリズム推進協議会	佐賀県鹿島市、嬉野市	鹿島・嬉野酒蔵ツーリズム®(仮称) (「酒蔵ツーリズム」は佐賀県鹿島市の登録商標です。)
5	大阪府	一般財団法人関西観光本部	滋賀県、京都府、奈良県、大阪府、和歌山県、兵庫県、福井県、三重県、鳥取県、徳島県、京都市、大阪市、堺市、神戸市	お土産を個人輸出に転換！ ～ストーリーで綴る酒蔵ツーリズム～
6	宮城県	株式会社佐浦	宮城県塩竈市、「仙台・松島復興観光拠点都市圏」、山形県山形市、天童市	塩竈発“ストーリー”を呑む東北酒蔵カンパニリズム ～宮城・山形編～
7	山形県	株式会社JTB山形支店	山形県	酒×食を楽しむスローな「酒味楽たび」 ～知的好奇心と味的好奇心(みてきこうきしん)を満たす天童の健康に出会う旅～
8	宮城県	株式会社仙台秋保醸造所	宮城県名取市～仙台市広域ルート	「テロワージュ東北」広域連携パイロットモデル (名取ベイエリア 秋保バレー 作並バレー ルート)
9	鳥取県	大山山麓・日野川流域観光推進協議会	鳥取県米子市、倉吉市、境港市、大山町、南部町、伯耆町、日吉津村、琴浦町、日野町、江府町、日南町、島根県安来市、松江市	五感満喫！酒・食・遊 San'in Daisen HAKKO Tour
10	栃木県	栃木県酒蔵酔って見つけ協議会	栃木県日光エリア、那須烏山エリア、益子茂木エリア、宇都宮	Brewery Tour to the North of Tokyo ～Enjoy an authentic craft sake tour in Tochigi～
11	千葉県	鍋店株式会社	千葉県成田市、神崎町、栄町、香取市	『酒・人・心』発酵の里こうざき・日本酒体験ツアー
12	兵庫県	播磨広域連携協議会	兵庫県姫路市、加古川市、たつの市、小野市、相生市、赤穂市、西脇市、三木市、高砂市、加西市、宍粟市、加東市、明石市、多可町、稲美町、播磨町、市川町、福崎町、神河町、太子町、上郡町、佐用町	「はりま」は日本酒のふるさと ～山田錦と酒、歴史文化の源流を求めて～
13	福島県	公益財団法人福島県観光物産交流協会	福島県喜多方市	KITAKATA Sake & Ramen Tourism
14	長野県	北信エリア 地元産酒類のツーリズム資源化推進実行委員会	長野県北部地域	酒処信州 北しなの 酒蔵めぐり旅(仮) North Nagano SAKE Tourism(仮)
15	徳島県	株式会社本家松浦酒造場	徳島県鳴門市	米作り・酒造りと郷の風土、まるごと体験して学ぶ鳴門テロワール
16	宮崎県	ミートツーリズム推進委員会	宮崎県都城市	ミート×酒蔵ツーリズム

# 上海への琉球泡盛輸出促進事業

令和2年12月24日(木)から令和3年1月6日(水)の間に、上海の大規模商業施設(上海金虹橋商場)に「泡盛のアンテナショップ」を出店し、一般消費者向けの試飲・販売会を開催。開催期間中、約43万人が来店。

※ 今後、新たな販路開拓のため、泡盛製造者、輸出商社及び上海の酒類販売事業者によるウェブ商談会を、令和3年3月までに2回以上開催予定。

## 【実施概要】

- ◆ 17社27銘柄の琉球泡盛について、試飲をはじめとしたPRを実施。
- ◆ 商業施設への来場者以外に対しても、中国人インフルエンサーによるライブコマース(インターネット上での実演販売)等を活用したPRと販売を実施し、約32万人が視聴。
- ◆ 上海で泡盛を取り扱う販売店や料飲店を紹介するマップを作成・配布。
- ◆ 現地販売事業者の協力の下、琉球泡盛の販売も実施。準備した琉球泡盛約600本のほとんどが完売。

# 文化財保護法の一部を改正する法律案の概要（1）

＜予算関連法案＞

## 趣旨

社会の変化に対応した文化財保護の制度の整備を図るため、**無形文化財及び無形の民俗文化財の登録制度を新設**し、幅広く文化財の裾野を広げて保存・活用を図るとともに、**地方公共団体による文化財の登録制度**及び文部科学大臣への文化財の登録の提案等について定める。

## 文化財保護の制度

	文化財の種類	指定 強い規制と 手厚い保護措置	登録 幅広く緩やかな 保護措置
国	有形文化財 建造物、美術工芸品 等	○	○
	有形の民俗文化財 衣食住の用具 等	○	○
	無形文化財 芸能、工芸技術 等	○	新設
	無形の民俗文化財 風俗慣習、民俗芸能、民俗技術 等	○	新設
地方	[文化財の種類は任意]	○	新設

# 文化財保護法の一部を改正する法律案の概要（2）

## 1. 無形文化財及び無形の民俗文化財の登録制度の新設

### （1）無形文化財の登録制度

- 文部科学大臣は、重要無形文化財に**指定されていない無形文化財**のうち、その文化財としての価値に鑑み**保存及び活用のための措置が特に必要とされるもの**を文化財登録原簿に**登録できる**こととする（登録に際し、保持者又は保持団体を併せて認定）。【第76条の7 関係】

#### 【登録の効果】

- ・保持者の氏名変更等の**届出義務**（罰則あり）【第76条の9 関係】
- ・保存・公開に要する**経費の補助、指導助言** 【第76条の10～第76条の12 関係】
- ・登録無形文化財**保存活用計画の作成・認定** 【第76条の13～第76条の17 関係】  
（名称及び保持者等、具体的な措置の内容、計画期間等）

### （2）無形の民俗文化財の登録制度

- **無形文化財と基本的に同様**の制度として新設する。【第90条の5～第90条の11 関係】

### （3）施行期日

- 公布日から3月以内で政令で定める日

※ **新型コロナウイルス感染症により、多様な無形の文化財について、公演等の継承活動に深刻な影響が生じていることから、迅速にこれらの無形の文化財の登録を進め、国による保護の網をかけるとともに、予算措置等による支援を図る。**

# 文化財保護法の一部を改正する法律案の概要（3）

## 2. 地方登録制度の新設

### （1）概要

① 地方公共団体は、条例の定めるところにより、重要文化財等以外の文化財でその区域内に存するもののうち、その文化財としての価値に鑑み保存及び活用のための措置が特に必要とされるものを当該地方公共団体の文化財に関する登録簿に登録できることとする。

【第182条第3項関係】

② 地方公共団体は、①により登録した文化財のうち相当であると思料するものについて、文部科学大臣に対し、国の文化財登録原簿への登録を提案できることとする。【第182条の2 関係】

### （2）施行期日

○ 令和4年4月1日

EU関税や容器容量規制の撤廃、日本GIの保護を通じ、清酒・焼酎（泡盛を含む）の競争力を高め、新たな市場を確保

## 発効前

清酒・焼酎の輸出は、米国、東アジア等に比べてEU向けは少ない

- ※清酒の輸出量（平成30年）：25,747KL、22,232百万円  
（内EU向け：1,809KL、1,334百万円）
- ※焼酎の輸出量（平成30年）：2,195KL、1,530百万円  
（内EU向け：33KL、33百万円）

### 関税

- EU側**
  - ・清酒：0.077ユーロ/L（約10円）  
（焼酎は無税）
- 日本側**
  - ・清酒：70.4円/L
  - ・焼酎：16%（従価税）

### 地理的表示（GI:Geographical Indication）

日本が指定したGIはEUでは保護されない

- ⇒日本以外の他国で製造された清酒（sake）であっても日本酒と称して販売することができる
- ※ 清酒では国レベルのGIとして「日本酒」（日本の米を原料とし日本国内で製造された清酒）を指定済み  
また、地域レベルのGIとして「山形」、「白山」を指定済み
- ※ 焼酎では「壱岐」、「球磨」、「薩摩」、「琉球」を指定済み

### 非関税措置

蒸留酒の容器容量規制

- ⇒EUへの輸出専用として、ビンの調達や瓶詰設備等の追加的な投資負担
- ・ 700mlや1,750ml等の決められた容量以外では流通・販売ができない
- ・ 日本で流通する焼酎は、主に四合瓶（720ml）や一升瓶（1,800ml）

## 発効後

清酒の関税や焼酎の容器容量規制の即時撤廃及びGI「日本酒」等の保護により、EU向け輸出の拡大を期待

- EU側** 清酒の関税を即時撤廃
- 日本側** 清酒・焼酎の関税を11年目に撤廃（段階的撤廃）

酒類GIの相互保護により清酒、焼酎のEU域内での保護を確保

- ⇒GI日本酒が保護されることにより、日本酒と他国で製造された清酒がEU域内で差別化されるなど、将来に渡り日本酒のブランド価値保護が実現される
- ※ 日本側もEUのGI（「シャンパン」、「ボルドー」等145名称。令和3年2月現在）を保護（日本の業者にとっての激変緩和措置として、5年間GIの先使用を認める）
- ※ 令和3年2月に相互保護となる清酒GIを追加（「灘五郷」及び「はりま」）

単式蒸留焼酎の容器容量規制の緩和

- ⇒単式蒸留焼酎について、日本で流通する四合瓶や一升瓶の輸出が可能

## 【日本側】

- ✓ ワインについての関税撤廃は、TPPと同内容。

(注) TPPでは、ボトルワイン、スパークリングワインは8年目無税(2025年4月～無税)。

- ✓ ワイン以外の酒類(清酒、焼酎等)は譲許せず。

(注) TPPでは、清酒、焼酎は11年目無税。

## 【米国側】

米国への日本産酒類の輸出を促進するため、以下の非関税措置を約束。

- ✓ 日本の伝統的な四合瓶(720ml)、一升瓶(1.8L)等での輸出を可能とするため、ワイン、蒸留酒の容量規制の改正に向けた手続を進める。

米国の容量規制の改正により、米国内で流通可能な蒸留酒の容量に、  
日本が要望していた700ml、720ml、900ml、1.8Lが追加された(令和2年12月29日施行)。

- ✓ 米国での日本産酒類の10表示<sup>(注)</sup>の保護に向けた検討手続を進める。

(注) 国税庁長官が指定した地理的表示: ぶどう酒(山梨、北海道)、蒸留酒(壱岐、球磨、琉球、薩摩)、  
清酒(日本酒、白山、山形、灘五郷)

- ✓ 米国での酒類の販売に必要なラベルの承認のための手続の簡素化。
- ✓ 米国市場における日本の焼酎の取扱いについてレビュー。



# 日英EPA 交渉結果（ワイン、清酒、焼酎）

英国関税の撤廃や日本ワインの輸入規制緩和、日本産酒類GIの保護について日EU・EPAと同一内容を確保するとともに、容量規制の緩和を拡充

## 日EU・EPA

### 関税

- EU側 全ての酒類の関税を即時撤廃
- 日本側 ワインの関税を即時撤廃  
清酒・焼酎の関税を11年目に撤廃（段階的撤廃）

### 非関税措置

#### <ワイン>

EU仕様で製造しなくても、多くの国内向け日本ワインをそのまま自己証明を付して輸出できる。

- EUは、日本ワイン（国産ぶどうのみを原料とし、日本国内で製造された果実酒）の醸造方法を容認  
⇒EUワイン醸造規則によらず、日本ワインであれば輸出可能
- 業者の自己証明を導入  
⇒金銭的、時間的な負担を大幅に軽減

#### <焼酎>

- 単式蒸留焼酎の容量規制の緩和  
⇒単式蒸留焼酎について、日本で流通する四合瓶や一升瓶の輸出が可能

### 地理的表示（GI:Geographical Indication）

酒類GIの相互保護によりGI「山梨」、GI「日本酒」等のEU域内での保護を確保

### ワイン添加物

主要なワイン添加物について、日EUそれぞれが申請手続を開始

## 日英EPA

日EU・EPAと同一内容を維持  
（段階的撤廃の撤廃時期は、日EU・EPAと同様）

#### <ワイン>

日EU・EPAと同一内容を維持

#### <焼酎>

- 単式蒸留焼酎の容量規制の緩和を拡充  
⇒単式蒸留焼酎について、四合瓶や一升瓶での輸出に加え、五合瓶での輸出も可能  
※ 五合瓶については、英国で国内法改正等の必要な手続をとり、協定の効力発生後90日以内に手続完了を日本に通報する。

日EU・EPAに継続して、GI「山梨」、GI「日本酒」等の英国内での保護を確保

※ 日本側も英国のGI（「スコッチ・ウイスキー」等3名称）を保護

日EU・EPAと同一内容を維持



# RCEP: 酒類の合意概要

我が国がこれまでEPAを締結していない中国・韓国との間で清酒をはじめとする日本産酒類の関税撤廃を獲得。

## 日本産酒類の中国・韓国へのアクセス

主な品名	中国		韓国	
	現在の関税率	合意内容	現在の関税率	合意内容
ビール	無税	無税	30%	20年目撤廃
ボトルワイン	14%	11年目撤廃	15%	10～15年目撤廃
清酒	40%	21年目撤廃	15%	15年目撤廃
ウイスキー	5%	11年目撤廃 (注1)	20%	10～15年目撤廃
焼酎	10%	21年目撤廃	30%	20年目撤廃

(注1) 交渉時の関税率である10%から段階的に削減し、11年目に撤廃

## RCEP参加国の日本へのアクセス

主な品名	現在の関税率	合意内容
ビール	無税	無税
ボトルワイン	15%又は 従量税(注2)	16年目撤廃
紹興酒／マッコリ	42.4円/L	21年目撤廃
ウイスキー	無税	無税
白酒／ソジュ	16%	21年目撤廃

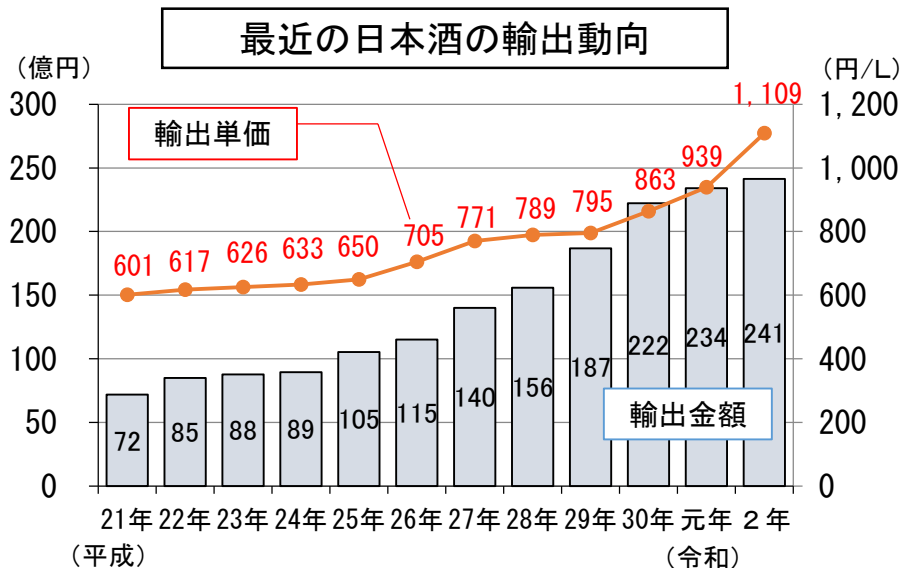
(注2) ボトルワインの関税率は、15%又は125円/Lのうちいずれか低い税率。ただしその税率が67円/Lを下回る場合は67円/L

○ 日本酒の輸出拡大に向けた取組み等を後押しする観点から、日本酒輸出用の製造免許(最低製造数量要件の適用除外)を新たに設ける。

※ 免許取得については、令和3年4月以後の申請から適用する。

## ■ 特例の趣旨

既存業者にとっても、少量で高付加価値商品の製造場を新たに設置することが可能となるとともに、海外向けの生産を国内生産に誘導・回帰させ、品質管理が可能な状況の下で、「日本酒」のブランド価値の確保・向上を図る。

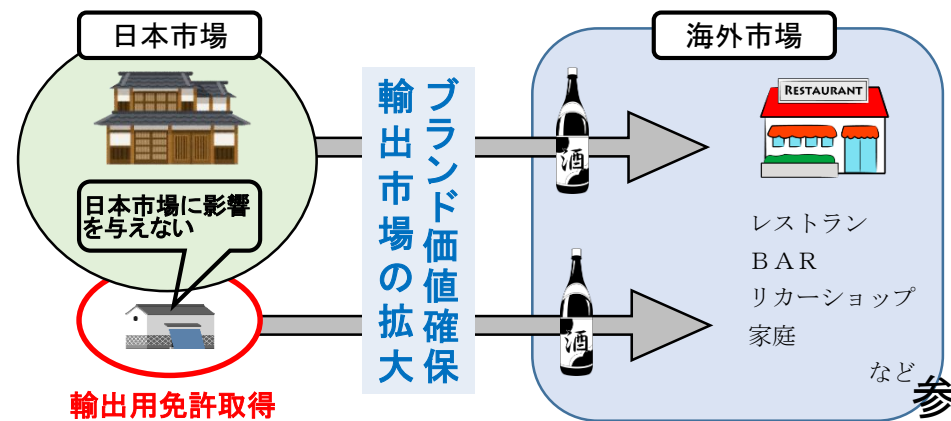


## ■ 適切な制度運用の確保

全国の酒蔵が安心して酒造りに取り組めるよう、関係者の理解を得つつ、適切な制度運用を確保しながら実施する。

### 主な制度概要

- ①輸出専用の免許(国内流通不可等)、②地理的表示(GI)日本酒に限定(国内製造・国産米使用)、③技術要件の厳格審査、④期限付免許(定期的な品質確認)等



# 輸出用清酒製造免許の制度運用（概要）

酒税法の法令解釈通達等において、以下のとおり規定。

## ① 輸出専用の免許

- ・ 「輸出するために製造するものに限る」旨の免許条件を付し、国内に流通させるための清酒の製造は認めない旨を明確化

※ 国内に流通させた場合には、免許条件違反として取締り（1年以下の懲役又は50万円以下の罰金。罰則を受けた場合、免許取消要件に該当）

※ 商品のラベルを提出させ、国内に流通していないか、税務署においてチェックを実施

※ 例外として、輸出のための商談会等で使用するサンプル、公的機関が主催する鑑評会等への出品酒等は、無償かつ課税処理した上で移出を認める

- ・ 未納税取引は原則認めない。

## ② 品質及びブランド価値の確保

- ・ 製造する清酒は、原料として国産米を使用し、国内で製造・容器詰めしたもの（G I「日本酒」）に限定

- ・ 「清酒の製法品質表示基準」に準じたラベル表示を行う

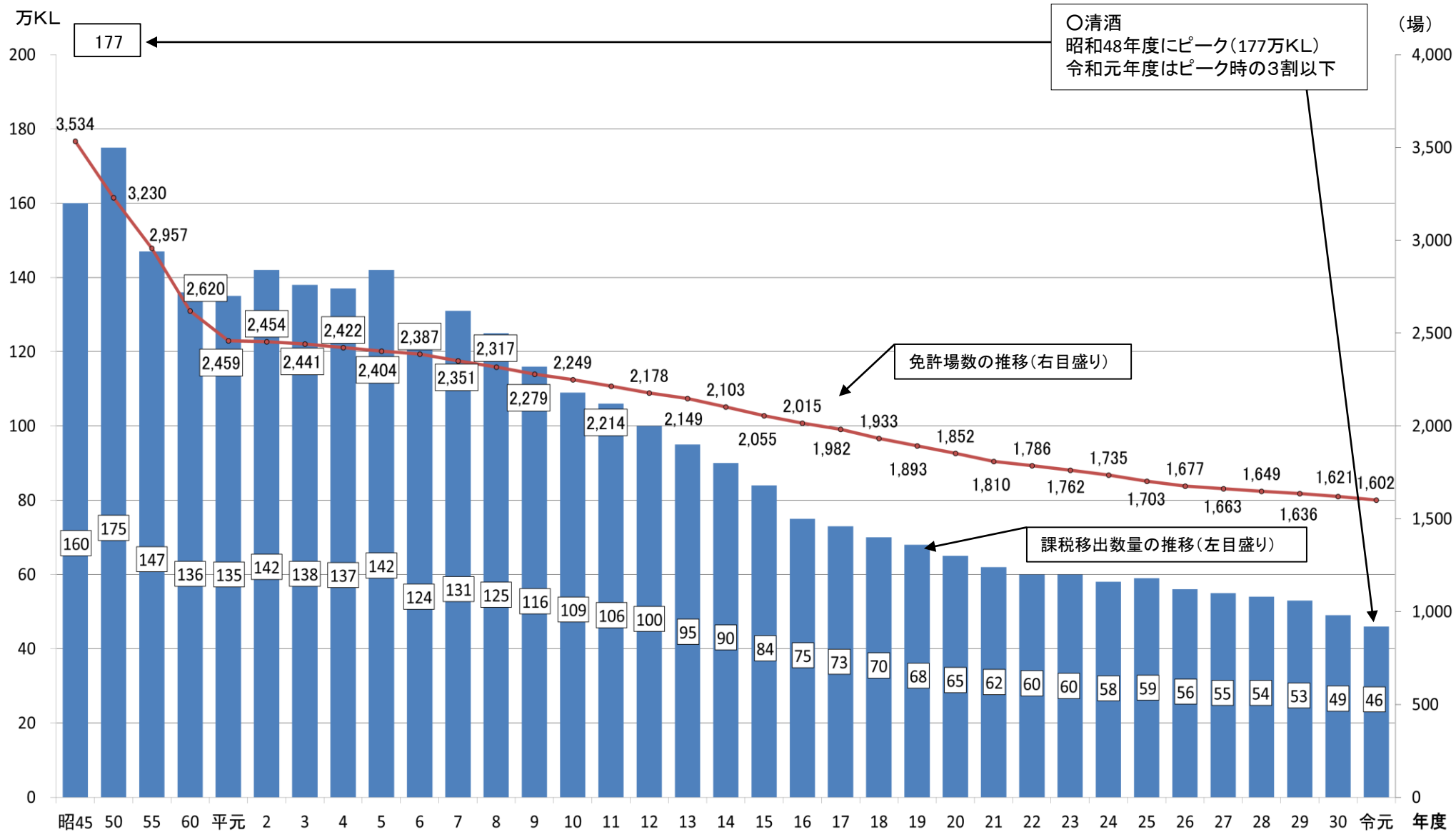
## ③ 技術要件等の厳格な審査

- ・ 申請者について、食品等の輸出の経験や海外への販路を確保しているかどうかを審査
- ・ 申請者の製造技術について、製造担当者の技術や経歴等を審査

## ④ 期限付免許

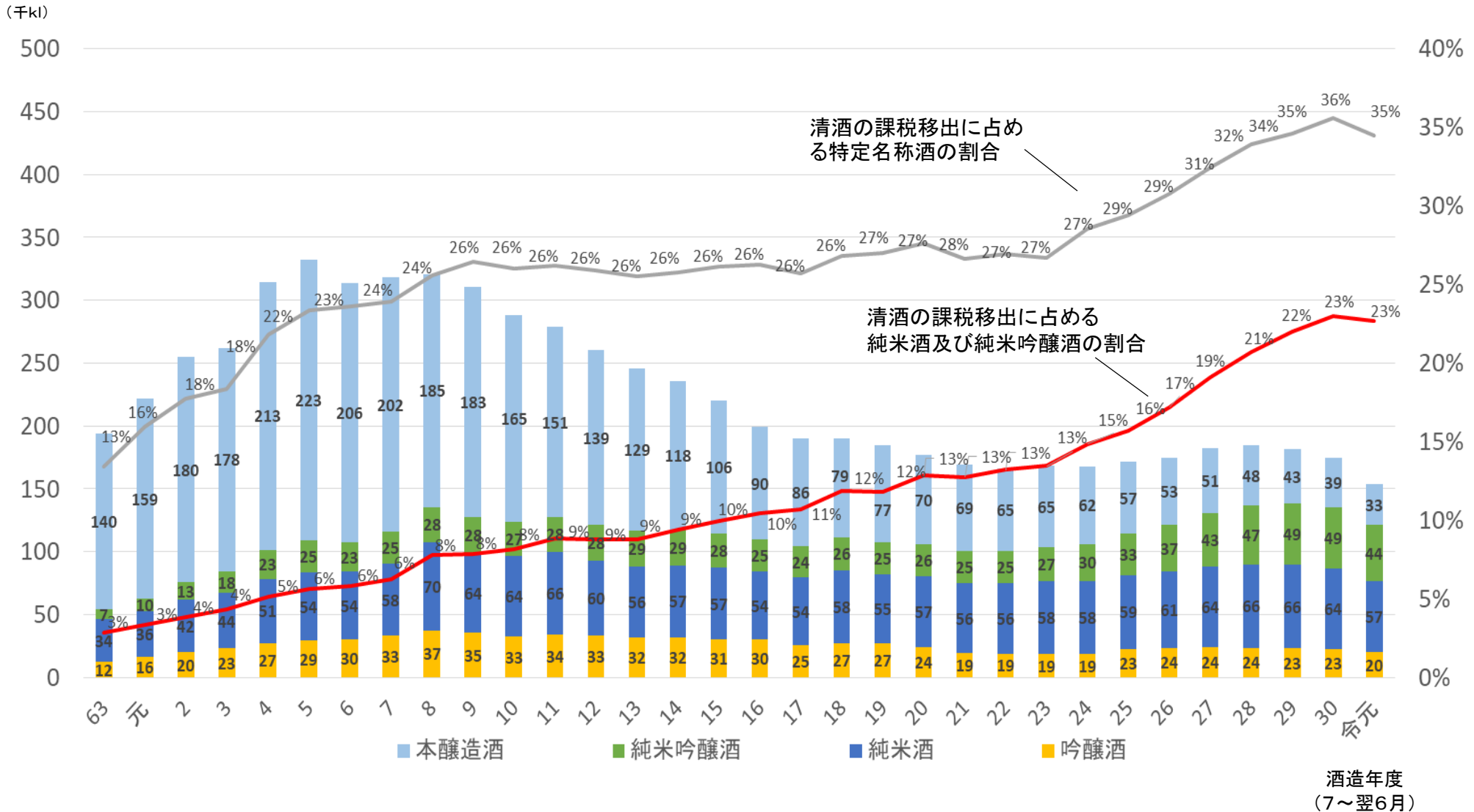
- ・ 免許付与から少なくとも3年間は1年ごとの免許期限を設定し、国税局において製造される清酒の品質等をチェックした上で、延長の可否を判断（既存の清酒製造者を除く）

# 清酒の課税移出数量と免許場数の推移



(注) 1 「国税庁統計年報」による。  
2 免許場数には、試験製造場の数は含まない。

# 特定名称酒の課税移出数量等の推移



(注) 特定名称酒とは、清酒の製法品質表示基準（平成元年11月国税庁告示第8号）に定められた要件により分類された「吟醸酒」「純米酒」「本醸造酒」等の特定名称を表示した清酒をいう。

出典：「清酒製造状況等調査」（国税庁）より作成

# ジャパニーズウイスキーとスコッチウイスキーの定義比較

	ジャパニーズウイスキー	スコッチウイスキー
原材料	麦芽(必須)、穀類、日本国内で採水した水	水とイースト菌と大麦麦芽のみ (麦芽以外の穀物の使用も可)
製造 (糖化・発酵・蒸留)	糖化、発酵、蒸留を日本国内にある蒸留所で行う  <small>現行酒税法で規定</small> ・蒸留の際の留出時のアルコール分が95度未満のものに限る	<ul style="list-style-type: none"> <li>・糖化、発酵、蒸留をスコットランドにある蒸留所で行う</li> <li>・蒸留時のアルコール度数は94.8%以下</li> </ul>
貯蔵	容量700L以下の木製樽に詰め、日本国内の貯蔵庫で3年以上熟成させる	容量700L以下のオーク樽に詰め、スコットランド国内の貯蔵庫で3年以上熟成させる
瓶詰	日本国内で容器詰し、充填時のアルコール度数は40%以上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・シングルモルトウイスキーはスコットランド国内で瓶詰め、ラベリング</li> <li>・瓶詰の際のアルコール度数は40%以上</li> </ul>
その他の製造面での要件	色度調整のためのカラメルの使用可	色度調整のためのカラメルの使用可

# 参考条文

## 酒税法(抄)

### 第3条

十五 ウイスキー 次に掲げる酒類(イ又はロに掲げるものについては、第9号ロからニまでに掲げるものに該当するものを除く。)をいう。

イ 発芽させた穀類及び水を原料として糖化させて、発酵させたアルコール含有物を蒸留したもの(当該アルコール含有物の蒸留の際の留出時のアルコール分が95度未満のものに限る。)

ロ 発芽させた穀類及び水によつて穀類を糖化させて、発酵させたアルコール含有物を蒸留したもの(当該アルコール含有物の蒸留の際の留出時のアルコール分が95度未満のものに限る。)

ハ イ又はロに掲げる酒類にアルコール、スピリッツ、香味料、色素又は水を加えたもの(イ又はロに掲げる酒類のアルコール分の総量がアルコール、スピリッツ又は香味料を加えた後の酒類のアルコール分の総量の百分の十以上のものに限る。)