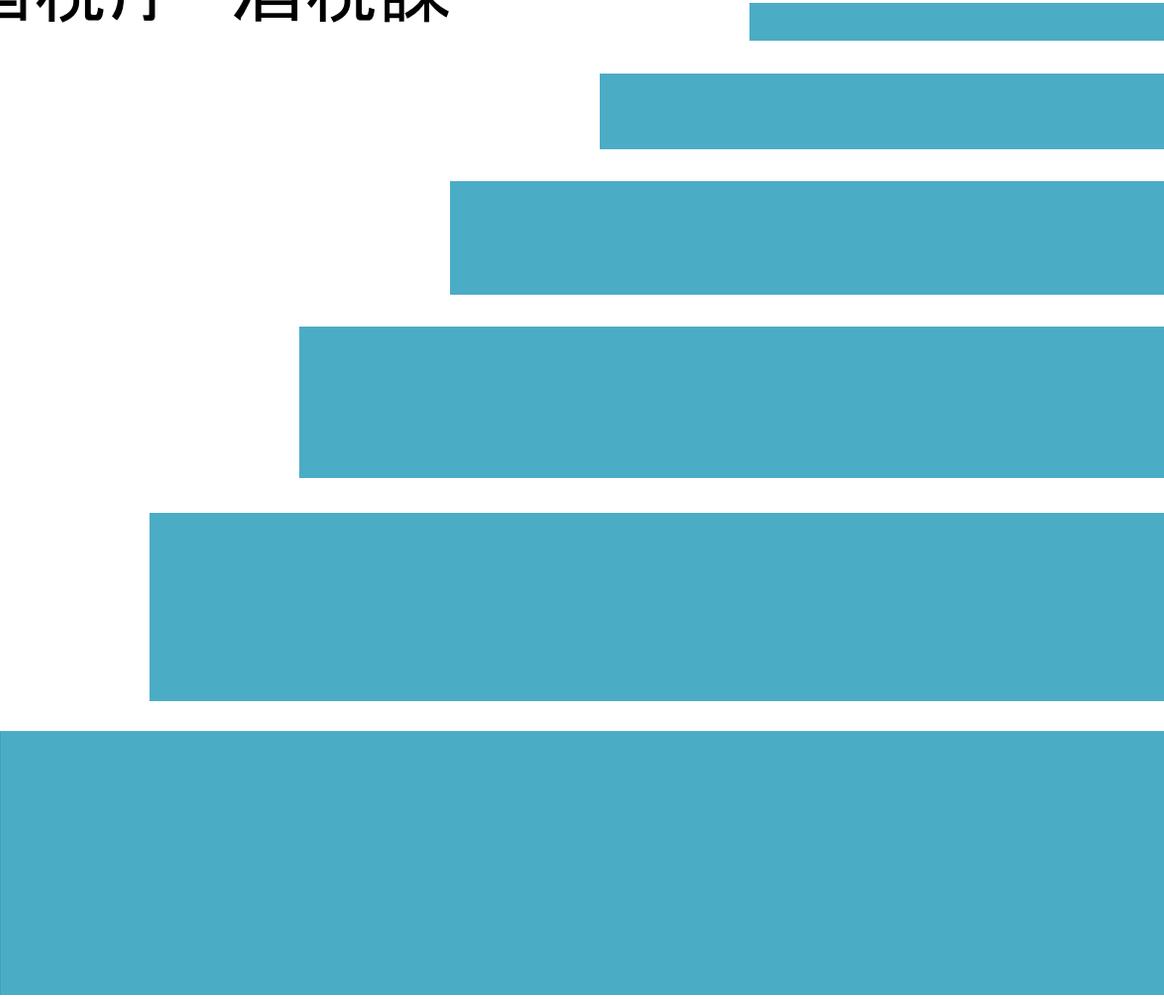


平成28年3月

酒類の地理的表示 活用の手引き

国税庁 酒税課



酒類の地理的表示 活用の手引き

- はじめに ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● 1
- 1 地理的表示(GI)とは ● ● ● ● ● ● ● ● 2
 - 1. 一般的な産地名の表示
 - 2. 地理的表示である場合の産地名の表示
- 2 酒類の地理的表示の制度概要 ● ● ● ● ● 4
 - 1. 地理的表示の指定
 - 2. 地理的表示の保護
 - 3. 地理的表示であることを明らかにする表示
- 3 地理的表示の効果と活用 ● ● ● ● ● ● ● 7
 - 1. 地理的表示の導入効果
 - 2. 地理的表示の活用
- (コラム)地理的表示「日本酒」の指定について ● ● ● ● ● 9
- 4 地理的表示の指定を受けるために ● ● ● ● ● 10
 - 1. 指定に向けた検討
 - 2. 検討の流れ
 - 3. 生産基準(案)の作成
 - 4. 業務実施要領の作成

はじめに

地理的表示制度は、酒類の確立した品質や社会的評価がその酒類の産地と本質的な繋がりがある（主として帰せられる）場合において、その産地名を独占的に名乗ることができる制度です。

この制度は、ヨーロッパを中心に古くから国際貿易の主要産品として取引されてきたワインの原産地呼称制度を起源とするものです。ワインのラベル表示は、ワインの出所や品質の判断要素として消費者に重要視されてきましたが、著名になった産地名を名乗る安価なブレンドワインも流通したことなどから、フランス等のワイン主産国では、産地名を名乗ることができる基準である原産地呼称制度を公的に定め、製造者と消費者の双方の利益を確保してきました。

日本では、WTO（世界貿易機関）の発足に際し、ぶどう酒と蒸留酒の地理的表示の保護が加盟国の義務とされたことから、国税庁が「地理的表示に関する表示基準」を平成6年に制定し、国内外の地理的表示について適正化を図ってきたところです。

国内の地理的表示としては、焼酎の「壱岐」、「球磨」、「琉球」、「薩摩」、清酒の「白山」、ぶどう酒の「山梨」の6産地を指定してまいりましたが、更なる制度の活用のため、平成27年10月に見直しを行い、地理的表示の指定を受けるための基準の明確化を行うとともに全ての酒類を制度の対象としました。

また、地理的表示として規定された一定の基準を満たした酒類であることを消費者が容易に見分けることができるよう、地理的表示を名乗る酒類には、そのラベルに「地理的表示〇〇」等の表示を行うことを義務化しました。

酒類への地理的表示の使用は、正しい産地であるかどうかを示すだけでなく、その品質についても一定の基準を満たした信頼できるものであることを示すこととなります。

今後、この制度が広く活用されていくことにより、国内外に対して日本各地の特色ある酒類が広く認知され、日本産酒類のブランド価値が向上していくことを期待しております。

国税庁 酒税課

1 地理的表示(GI)とは

ポイント

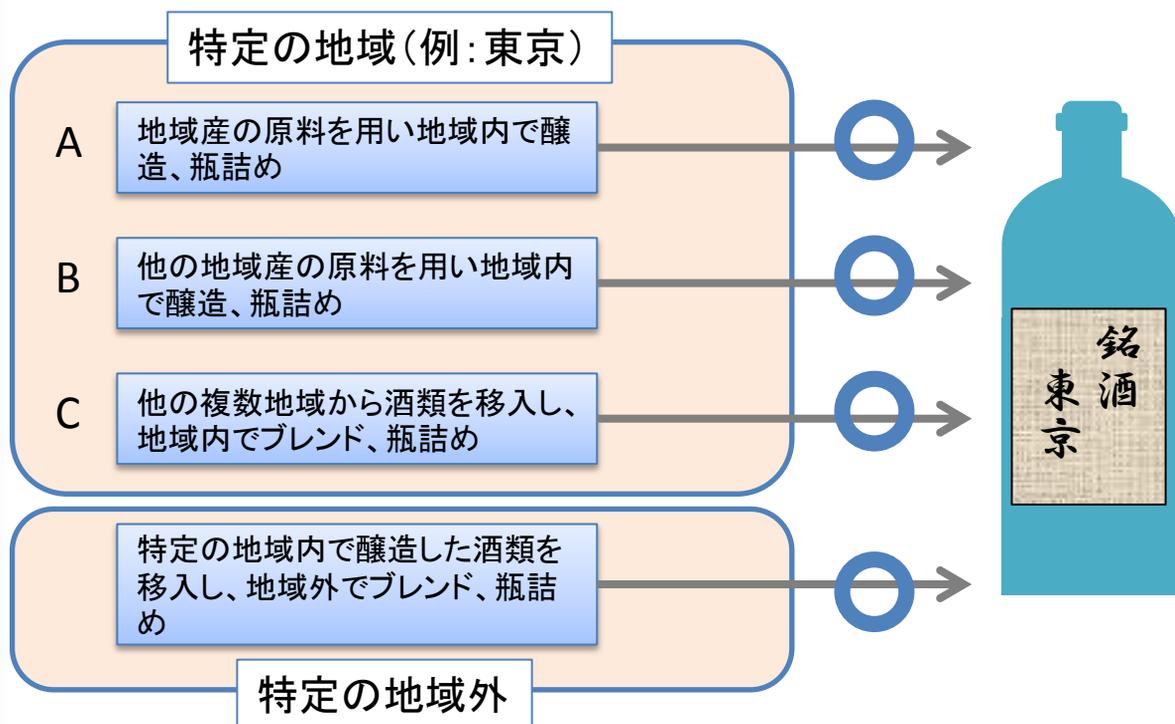
- 地域の共有財産である「産地名」の適切な使用を促進する制度です。
- 産地名が有する「ブランド価値」を保護します。
- 消費者が適切に商品選択をすることができるようになります。

1. 一般的な産地名の表示

「東京焼酎」や「焼酎 東京産」等と産地名をラベルに表示し、その酒類が特定の地域に由来することを特徴の1つとして販売している酒類があります。

このような産地名の表示に関しては、酒類に限らず一般的に、産地を偽ったり、産地を誤認させるようなものでなければ表示することができます。

(注)「果実酒等の製法品質表示基準(平成27年10月国税庁告示第18号)」等のように、地名の表示に関して個別の表示ルールがある酒類もありますので、ご注意ください。



2. 地理的表示である場合の産地名の表示

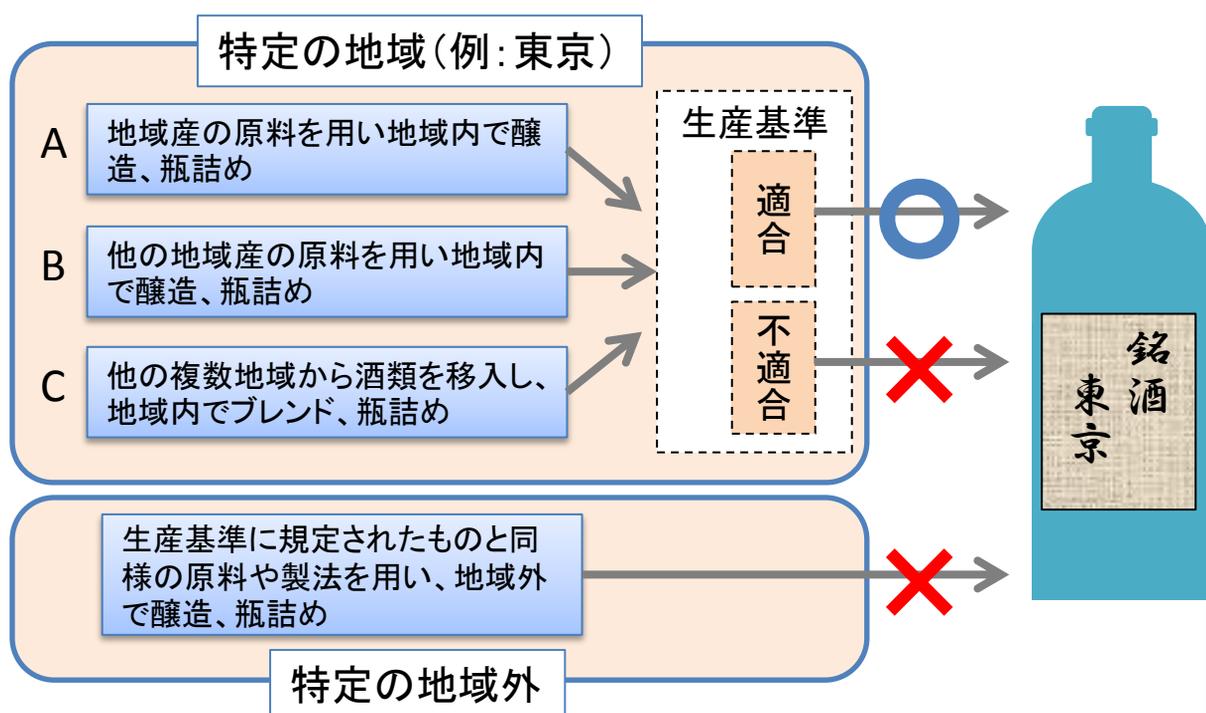
長年特定の地域で酒類が製造された結果、その地域の酒類が土地の風土と繋がる特別な品質を持つようになった場合など、その地域で産出されたことが消費者にとっての付加価値(ブランド)となる場合があります。

このような場合、例え産地を偽ったものでなくとも、その土地の風土に繋がる特別な品質を持っていない酒類にまで自由に産地名が表示されると、消費者は期待通りの商品選択ができません。

結果的に、その地域の事業者の努力により築き上げた消費者にとっての付加価値である「ブランド価値」が棄損し、その地域の産業発展が阻害されることとなってしまいます。

しかし、産地名はその地域の共有の財産であり、通常は商標権のように特定の者だけが独占的に使用することにはなじみません。

そこで、地理的表示制度では、その地域に由来する確立した品質や社会的評価を有する酒類の産地名を「地理的表示」とし、産地名を名乗ることができる基準(生産基準)を事前に定め、当該基準を満たさない酒類への産地名の表示を禁止することにより、事業者と消費者双方の利益を確保します。



- ・ その土地で製造していることが事実であっても、生産基準に適合していないものは産地名の表示不可
(例えば、清酒の生産基準で東京産の山田錦(米の品種)を原料とすることを規定している場合、東京産のコシヒカリを原料とした清酒には産地名の表示不可)
- ・ 生産基準に規定されたものと同様の原料や製法を用いたものであっても、地域外で製造されたものには産地名の表示不可

2 酒類の地理的表示の制度概要

ポイント

- 酒類の地理的表示は国税庁長官が指定します。
- 地理的表示の名称は、産地以外を産地とする酒類及び生産基準を満たさない酒類には使用できません。
- 地理的表示を酒類容器に表示する場合には、「地理的表示〇〇」等の表示を併せて行う必要があります。

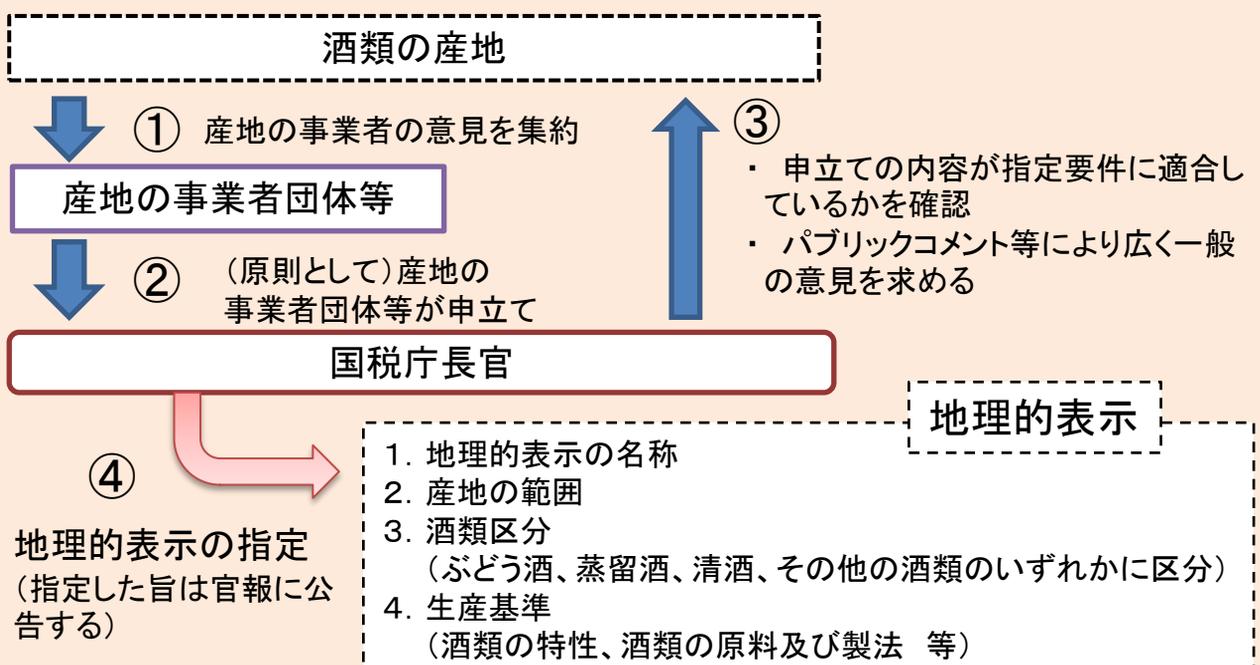
1. 地理的表示の指定

酒類の地理的表示の指定は、原則として、酒類の産地からの申立てに基づき行います。

指定を受けるためには次の2つの要件を満たすことが必要です。

- ① 酒類の産地に主として帰せられる酒類の特性が明確であること
 - ・ 酒類の特性があり、それが確立していること
 - ・ 酒類の特性が酒類の産地に主として帰せられること
 - ・ 酒類の原料・製法等が明確であること
- ② 酒類の特性を維持するための管理が行われていること

酒類の地理的表示の指定の枠組み



2. 地理的表示の保護

A. 禁止される表示

地理的表示の名称は、

- ① 当該地理的表示の産地以外を産地とする酒類、
 - ② 当該地理的表示に係る生産基準を満たさない酒類、
- について使用することができません。

また、当該酒類の真正の産地として使用する場合又は地理的表示の名称が翻訳された上で使用される場合若しくは「種類」、「型」、「様式」、「模造品」等の表現を伴い使用される場合においても同様に使用することはできません。

【例】地理的表示「壱岐(焼酎)」について

長崎県壱岐市以外で製造された焼酎に次のような表示はできません。



B. 使用の範囲

上記「A. 禁止される表示」における「使用」とは、酒類製造業者又は酒類販売業者による行為であり、次のものをいいます。

- ・ 酒類の容器又は包装に地理的表示を付すこと
- ・ 酒類の容器又は包装に地理的表示を付したものを販売等すること
- ・ 酒類に関する広告等として地理的表示を付すこと

【例】違反となる使用について

長崎県壱岐市以外で製造された焼酎には、次のような酒類ラベルへの表示及び販売場のPOP表示を行うことはできません。



○×焼酎(○×酒造)
1,000円(税込)

～麦を原料とした壱岐風の焼酎です～



C. 保護の適用除外

地理的表示として指定された後についても、次の表示については引き続き使用することができます。

- ① 地理的表示の指定より先に登録(出願)された商標は、地理的表示の名称を含んでいても引き続き使用可能。
- ② 地理的表示の名称を含む商品名等については、地理的表示の指定に併せて公示したものに限り、引き続き使用可能。
- ③ 地理的表示の名称を含む次の表示(公衆が地理的表示と誤認するような方法で使用する場合を除く。)
 - ・ 自然人の氏名又は法人の名称
 - ・ 酒類製造業者の製造場等の所在地
 - ・ 酒類の原料の産地としての使用※ 例えば、山梨県産ぶどうを使用し長野県で製造したぶどう酒のラベルに「山梨県産ぶどう使用」と表示することは、地理的表示「山梨」により禁止されません。

3. 地理的表示であることを明らかにする表示

消費者が、酒類のラベル表示から地理的表示制度に基づいた酒類であるかどうかを区別できるよう、消費者に分かりやすい統一的な表示のルールとして、酒類の容器又は包装に地理的表示を使用する場合は、使用した地理的表示の名称のいずれか一箇所以上に

- ① 「地理的表示」
- ② 「Geographical Indication」
- ③ 「GI」

のいずれかの文字を併せて使用する必要があります。

なお、地理的表示の名称を表示していない酒類には、「地理的表示」等の文字を使用することはできません。

【表示例】



- ・ いずれか一箇所以上に併せて表示します。
(全ての「虎ノ門」の表示にGIを併せて表示する必要はありません。)
- ・ マークのような表示も可能です。

3 地理的表示の効果と活用

ポイント

- 地理的表示の指定を受けることにより、「地域ブランド」としての価値向上や、輸出拡大が期待できます。
- 品質管理のコストを負担しつつ、地理的表示を継続的に活用していくためには、付加価値向上のためのブランド戦略の構築が重要となります。

1. 地理的表示の導入効果

「地域ブランド」による他の製品との差別化

- 製造された酒類とその産地との繋がりを明確にすることにより、「地域ブランド」としての付加価値の向上が期待でき、他の製品との差別化を図ることができる。

消費者の信頼性の向上

- 品質検査等により一定の品質が確保されることにより、消費者の信頼性向上につながる。
- 公開された生産基準により、消費者は容易にその産地の製品に関する情報を知ることが可能になる。

「地域ブランド」の保護効果

- 行政の取締により「地域ブランド」が保護されるため、商標のように自力で訴訟等を行う必要がない（国際的にも保護され得る。）。
- 似たような表示も禁止されるため、努力して築き上げた「地域ブランド」への「ただ乗り」を防止できる。

日本の特産品として輸出拡大に寄与

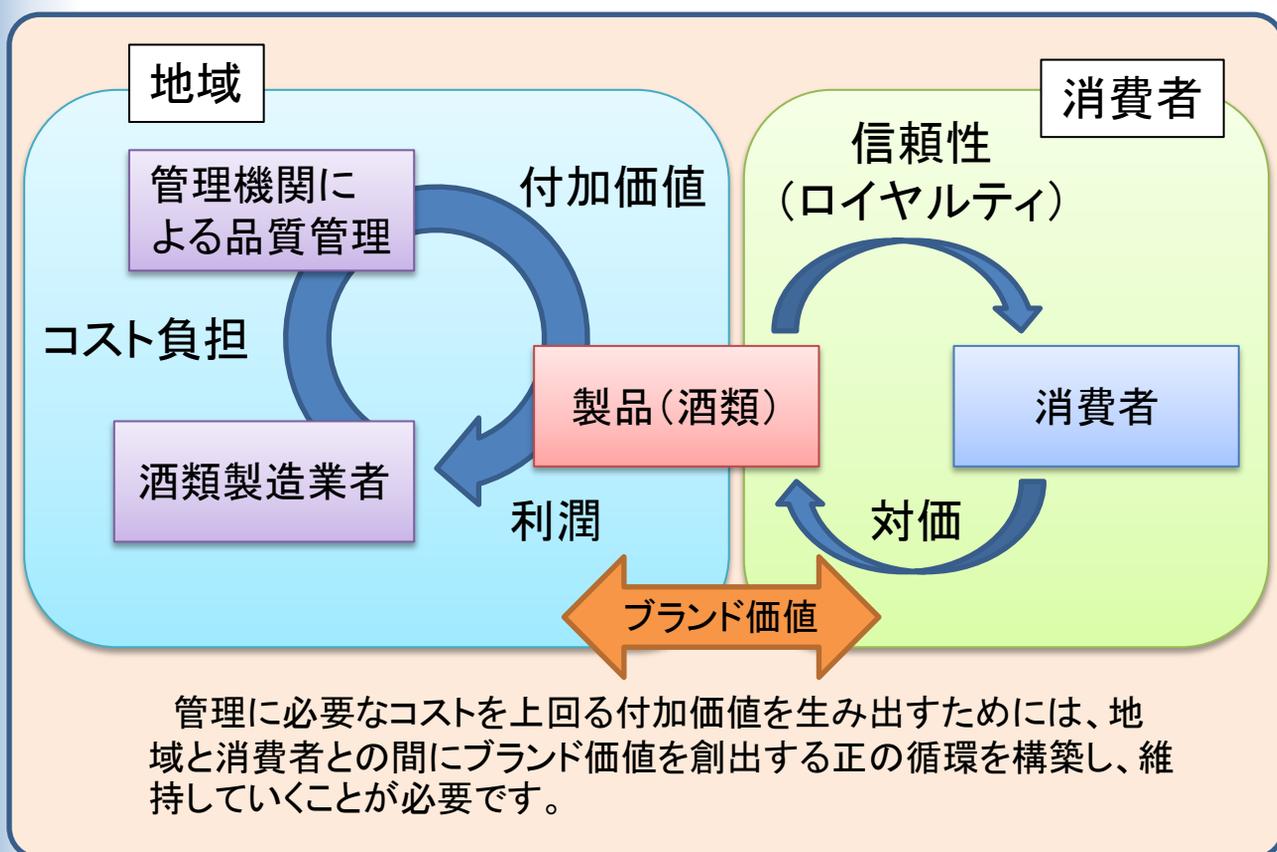
- 地理的表示が浸透しているヨーロッパ等においては、信頼できる特産品として扱われるなど、海外への輸出を後押しすることが期待できる。

2. 地理的表示の活用

地理的表示は「国のお墨付き」であり、指定を受けるだけで「地域ブランド」としての価値が向上するといわれることがあります。実際に地理的表示によって製品の付加価値を向上させていくためには、地理的表示を活用した地域ブランド戦略の構築が重要となります。

特に、地理的表示の管理機関が行う品質管理については、継続的なコスト負担が必要であり、コストに見合うだけの付加価値向上がなければ地理的表示が使われなくなるおそれがあります。

地理的表示の指定後についても、地域で足並みの揃った計画的なブランド価値向上への取組が必要です。



地理的表示「日本酒」の指定について

酒類業を所管する国税庁では、日本酒のブランド価値向上や輸出促進の観点から、国レベルの地理的表示として、平成27年12月25日付で地理的表示「日本酒」を指定しました。

指定による効果

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」を独占的に名乗ることができる

- 1 外国産の米を使用した清酒や日本以外で製造された清酒が国内市場に流通したとしても、「日本酒」とは表示できないため、消費者にとって区別が容易になる。
- 2 海外に対して、「日本酒」が高品質で信頼できる日本の酒類であることをアピールできる。
- 3 海外においても、地理的表示「日本酒」が保護されるよう国際交渉を通じて各国に働きかけることにより、「日本酒」と日本以外で製造された清酒との差別化が図られ、「日本酒」のブランド価値向上を図ることができる。

(注)地理的表示「日本酒」を酒類の容器又は包装に表示する場合には、「地理的表示であることを明らかにする表示」(「地理的表示」、「GI」等)を併せて表示しなくてもよいこととしています。



「日本酒」の国内での需要振興や海外への輸出促進に大きく貢献



4 地理的表示の指定を受けるために

ポイント

- ▶ 地理的表示は産地名を独占的に名乗ることができる制度であり、その効果は酒類販売業者にも及ぶなど、排除性が高い制度であるため、指定を受けることに対する地域内での合意形成が重要となります。
- ▶ 地理的表示の指定を受けること自体を目的とせず、指定を受けた後に継続的に活用していくことを考慮する必要があります。

1. 指定に向けた検討

地理的表示の指定は、原則として、酒類の産地からの申立てに基づき行います。申立ては、その酒類の産地を所管する国税局(沖縄国税事務所)に対して、産地の事業者団体や酒類製造業者が行うこととなります。

申立てに当たっては、自らの地域で製造している酒類の特性やその産地との繋がり等について、その産地の酒類製造業者の方々に整理を行い、明文化を進めることとなります。

地理的表示の指定により、その産地の酒類のうち生産基準を満たした酒類だけが独占的に産地名を名乗ることができることとなります。また、酒類販売業者等が行う広告における表示や店頭での販売促進のための表示等においても、適切に地理的表示を表示した酒類のみが産地名を名乗って販売することができることとなります。

他方、地理的表示の指定は、生産基準を満たさない酒類を製造している産地内の酒類製造業者や、それらの酒類を取扱う酒類販売業者等の事業活動に影響を及ぼす可能性があることに留意が必要です。

このようなことを踏まえ、地理的表示の指定に当たっては、検討の段階から産地内の酒類製造業者の合意形成を図っていただくことが肝要です。

また、地理的表示の指定を受けた後にどのように地理的表示を継続的に活用していくかについても十分に検討を行う必要があります。

地理的表示の指定に関する申立てについては、各国税局(沖縄国税事務所)で内容の確認を行うこととなりますので、事後的に内容の不備等が生じないように、出来る限り検討の初期段階から相談を行っていただきますようお願いいたします。

2. 検討の流れ

生産基準(案)の作成

- ・酒類の特性の明確化
- ・産地との繋がり
の明確化
- ・原料・製法等の明確化
- ・酒類の特性が確立していること
の立証
- ・産地の範囲の明確化

業務実施要領の作成

- ・管理機関の設置
- ・確認業務の実施方法の検討
- ・その他業務の実施方法の検討

産地内酒類製造業者の合意形成

地理的表示の指定は、原則として産地の範囲に当該酒類の品目の製造場を有する全ての酒類製造業者が、適切な情報や説明を受けた上で、地理的表示の指定に反対していないことを確認できた場合に行うこととなります。

国税局への申立て

国税局では、申立てのあった内容について、当該産地及び産地近隣の酒類製造業者及び酒類販売業者からの意見聴取や現地調査等により確認を行います。

国税庁長官による地理的表示の指定

(注)地理的表示の指定は、酒類製造業者、酒類販売業者やパブリックコメントでの意見を勘案した上で、「酒類の地理的表示に関する表示基準の取扱いについて(法令解釈通達)」の「第2章 地理的表示の指定に係る指針」に準拠していると認められた場合に行います。詳細については、当該法令解釈通達を確認してください。

3. 生産基準(案)の作成

地理的表示の生産基準は、国税庁長官がその指定に際して定めることとなりますが、その策定に当たっては産地からの申立ての内容を十分に勘案して行うこととしています。

地理的表示の指定に向け、まずはその地域の酒類の特性やその産地との繋がり等について、地域の酒類製造業者の方々に整理(明確化)を行っていただく必要があります。

A. 酒類の特性の明確化

その産地における酒類の特性は、「酒類の品質」又は「酒類の社会的評価」のいずれかにより説明することが必要です(この手引きでは、「酒類の品質」についてのみ解説します。)

「酒類の品質」の特性は、消費者が他地域で製造される同種の酒類の品質との違いを理解できる(実感できる)よう明確化する必要があります。

明確化は、次の要素から統合的に行います。

- ・ 官能的要素(香味色たく、口あたり等)
- ・ 物理的要素(外観、重量、密度、性状等)
- ・ 化学的要素(化学成分濃度、添加物の有無等)
- ・ 微生物学的要素(酵母等の製品への関与等)
- ・ 社会学的要素(統計、意識調査等)

特に、官能的要素については必ず明確にする必要があります。

この際、例えばぶどう酒については、赤ワインと白ワイン等、清酒については特定名称酒とそれ以外等のタイプごとに区分して説明することにより、消費者にとって分かりやすいものとなります。

B. 産地との繋がり(因果関係)の明確化

酒類の特性と産地との繋がり(因果関係)については、その産地の自然的要因や人的要因によって明確にする必要があります。

- ・ 「自然的要因」とは、産地の風土のことであり、地形(標高、傾斜等)、地質、土壌、気候(気温、降水量、日照等)等が考えられます。
- ・ 「人的要因」とは、産地で人により育まれ伝承されている製法等のノウハウのことであり、発明、技法、教育伝承方法、歴史等が考えられます。

産地との繋がりについては、一般的に次の方法により明確化することが可能です。

- ① 生産段階における産地との繋がりとして、酒類の製造に使用できる原料や製法を、産地や特性に適合したものに限定していること
- ② 製品段階における産地との繋がりとして、品質検査により酒類の特性（特に官能的要素）が適切に確認されていること



① 生産段階での繋がり

自然的要因	(例) ・地質に合ったぶどう品種の限定 ・産地内で栽培した米の使用 ・産地内で栽培した芋の使用
人的要因	(例) ・独自のぶどう栽培方法 ・産地で開発された酵母の使用 ・伝承されている蒸留方法の使用

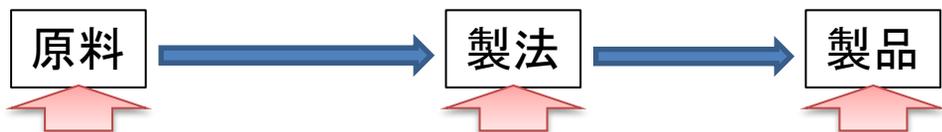
② 製品段階での繋がり

人的要因	(例) その地域の文化的背景(消費者の選好)に適合した味わいを酒類の特性とし、それを官能検査により確認する取組の実施
------	--

C. 原料・製法等の明確化

原料・製法等については、酒類区分ごとに次の項目について明確に示す必要があります。

なお、この他の項目についても、酒類の特性を明確にする観点から産地において自主的に定めることができます。



原料	製法	製品
ぶどう酒	<ul style="list-style-type: none"> ・産地内での醸造（貯蔵する場合は産地内） ・糖類及び香味料の添加可否及びその量 ・酸類の添加可否及びその量 ・除酸の可否及びその量 ・加える総亜硫酸の重量（350mg/kg以下） 	<ul style="list-style-type: none"> ・「日本ワイン」であること ・アルコール分の設定 ・総酸の設定 ・揮発酸の設定
清酒	<ul style="list-style-type: none"> ・産地内での醸造（貯蔵する場合は産地内） 	—
焼酎	<ul style="list-style-type: none"> ・産地内での原料の発酵及び蒸留（貯蔵する場合は産地内） ・製法を明確に設定 	—

D. 酒類の特性が確立していることの立証

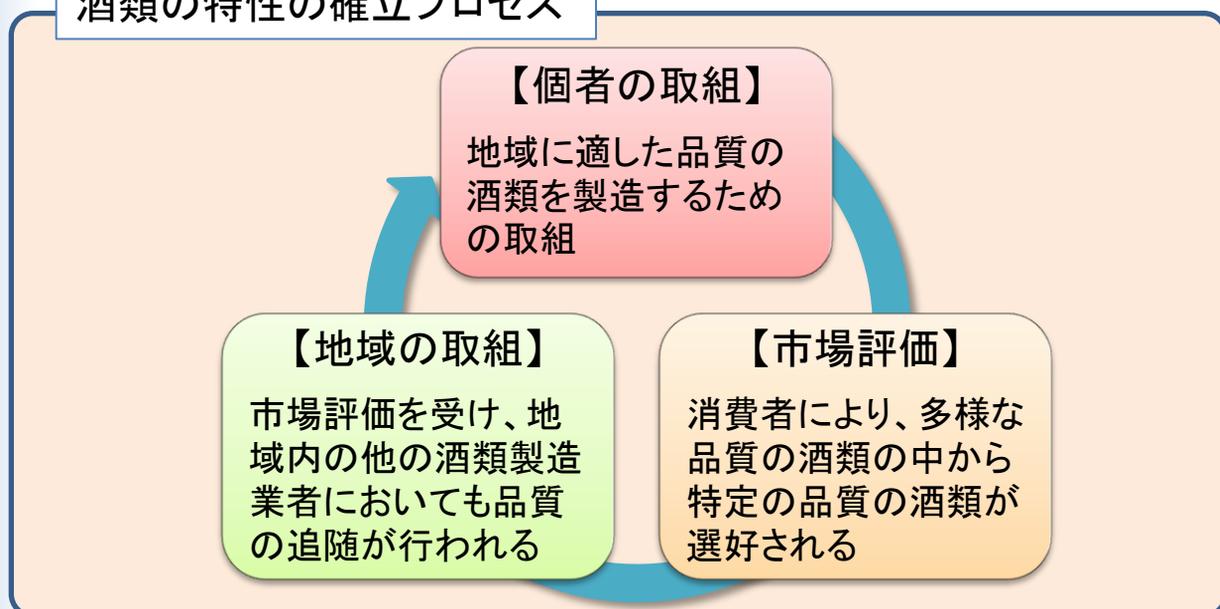
酒類の特性が確立しているとは、酒類の特性を有した状態で一定期間製造されている実績があることをいいます。

「一定期間」の長さについては地域の実情を踏まえ、個別に判断することとなります。なお、酒類の特性は、一般的には製造の試行回数が多いほど確立が進むものであると考えられますので、その産地の酒類製造業者数や当該酒類の製造量についても考慮することとなります。

酒類の特性は、産地内の酒類製造業者が、酒類の製造活動や販売活動を通じて、地域に適した品質の酒類となるよう様々な取組を繰り返した結果、他の産地の同種の酒類と品質における違いができた時点で有することとなったものと考えられます。

このような事実関係は、酒類の製造記録、新聞、書籍やウェブサイト等の情報により確認できる必要があります。

酒類の特性の確立プロセス



E. 産地の範囲の明確化

産地の範囲は、酒類の特性に鑑み必要十分な範囲である必要があり、過大であったり過小であってはなりません。

範囲の明確化に当たっては、地理的表示の指定後もブランド価値向上のために継続的に制度が活用されるよう、酒類の特性が確立してきた経緯を踏まえ検討することとなります。

一般的に、酒類の特性の確立過程において、都道府県や酒造組合単位などの安定した組織単位で活動を行っている場合には、それらの組織活動の範囲が基本になると考えられます。

4. 業務実施要領の作成

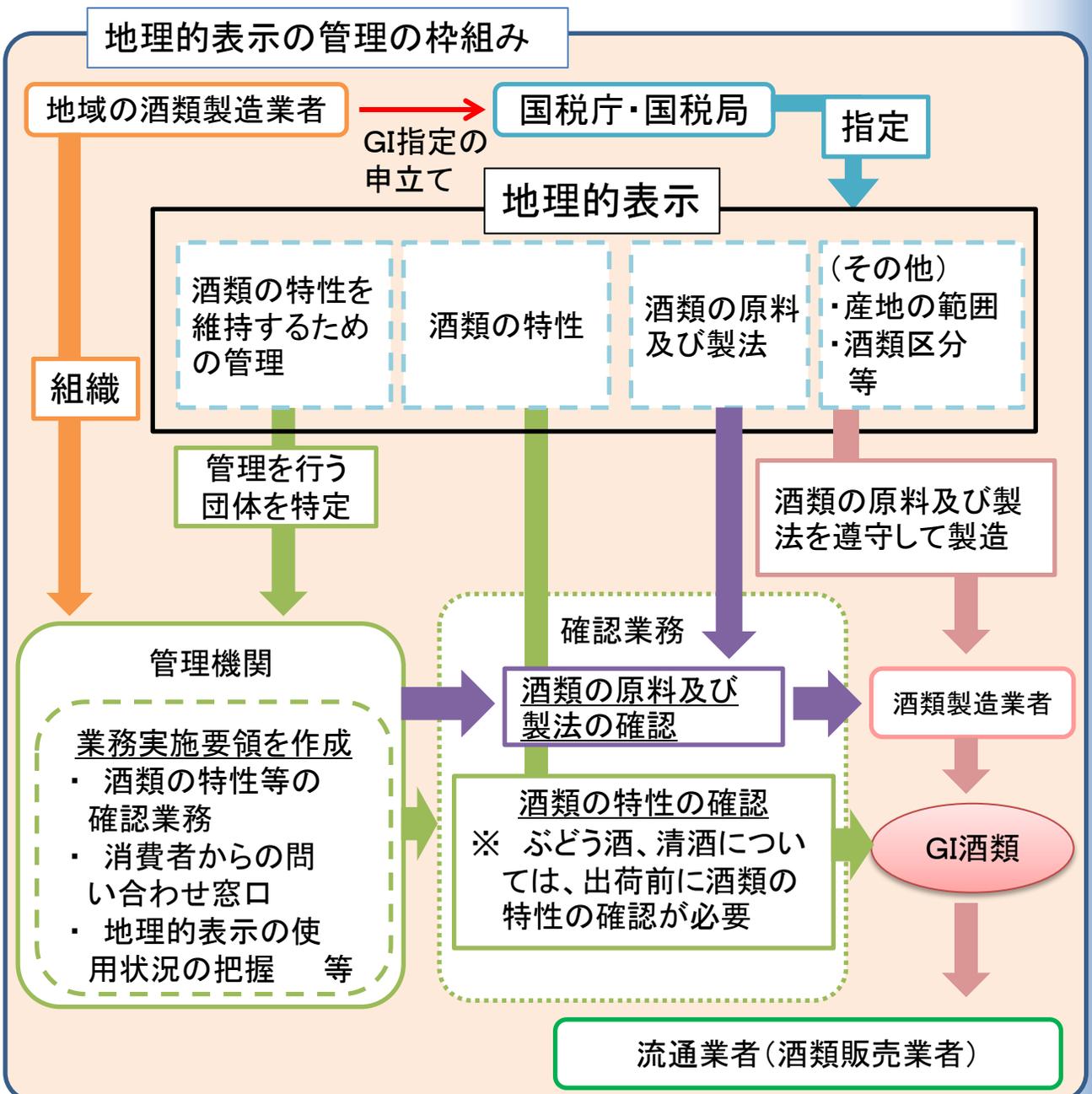
地理的表示の指定を受けるためには、その産地の自主的な取組により、酒類の特性を維持するための確実な管理が行われていることが必要です。

「酒類の特性を維持するための管理」が行われていると認められるためには、地理的表示を使用する酒類が、

- ① 生産基準で示す酒類の特性を有していること、
- ② 生産基準で示す原料及び製法に準拠して製造されていること、

について、一定の基準を満たす管理機関を設置し、継続的に確認を行う必要があります。

管理機関は、自らが行う業務について、「業務実施要領」を作成し、構成員に配付するとともに、主たる事務所に備えて置く必要があります。



A. 管理機関の設置

地理的表示の指定を受けるためには管理機関を設置する必要があります。管理機関は、次に掲げる基準を満たしている団体である必要があります。

- ・ 主たる構成員が地域内の酒類製造業者であること
- ・ 代表者又は管理人の定めがあること
- ・ 構成員は任意に加入し、又は脱退することができること
- ・ 管理機関が実施する業務について、構成員でない酒類製造業者も利用できること
- ・ 管理機関の組織としての根拠法、法人格の有無は問わないが、特定の酒類製造業者が組織の意思決定に関する議決権の50%超を有していないこと

(注)酒類業組合は、法律上、管理機関として必要な業務を実施できませんので、直接管理機関となることはできません。

B. 確認業務の実施方法

管理機関の行う業務のうち、地理的表示を使用する酒類が、生産基準のうち酒類の特性に関する事項及び原料及び製法に関する事項に適合していることの確認を行うことを「確認業務」といいます。

「確認業務」では、「酒類の特性」を有するために不可欠な事項(原料・製法等)を、事後的(又は酒類の出荷前)に理化学分析、官能検査及び書類等の確認などにより行います。これにより、地理的表示の生産基準を満たさない酒類が産地名を名乗って地域内から流通することを自主的に抑止します。

特に、酒税法等による公的な記帳義務がない、原料の原産地や酒類の品質等については、管理機関が責任を持って管理をする必要があります。

(注1)酒類製造業者に実施を義務付ける理化学分析等がある場合には、業務実施要領にその旨を規定します。

(注2)ぶどう酒及び清酒については、地理的表示を付した酒類の出荷前に、確認業務のうち酒類の特性に関する事項について、管理機関が確認を行うことが必要です。

(注3)理化学分析及び官能検査については、管理機関が他の機関に委託して実施することも可能です。

C. その他業務の実施方法

管理機関は、確認業務の他、次の業務の実施方法について業務実施要領に記述する必要があります。その他、各業務に付随する業務を実施する場合にも、業務実施要領に記述します。

- ・ 消費者からの問い合わせ窓口
- ・ 地理的表示の使用状況の把握、管理
- ・ 業務に関する資料等の保存に関する事項(国税当局からの求めに応じてこれらを提供すること)

D. 確認業務の実施内容の検討

ブランド価値向上等のためには、管理機関自らが積極的に、市場流通する地理的表示酒類の品質コントロールを行うことが有効です。特に、製品段階で酒類の特性と産地との繋がりを確認する場合には、官能検査方法や確認頻度等の内容に配慮する必要があります。

他方で、日常的な品質管理責任については、各酒類製造業者に委ね、必要事項の確認のみをすることも可能です。

いずれにしても、確認業務の実施内容は、地域ごとの酒類の特性や地理的表示を活用した地域ブランド戦略に適合したものとする必要があります。

【主な検討事項】 (⇕ は実施内容の幅のイメージ)

<p>製品の 官能検査 (注1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 産地固有の特性が十分に反映されていることの確認(特に、製品段階における産地との繋がりを明確にする場合) <p style="text-align: center;">⇕</p> <ul style="list-style-type: none"> 酒類の特性に合致しない異常な味や香りが無いことの確認
<p>製品の 理化学分析 (注1、2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 管理機関自ら理化学分析を実施(他の機関に委託して実施することも可能) <p style="text-align: center;">⇕</p> <ul style="list-style-type: none"> 各酒類製造業者が行うべき理化学分析とその結果の記録方法を規定した上で、製造者から記録の提出を受け確認(書類確認)
<p>原料及び製法 の書類確認</p>	<ul style="list-style-type: none"> 原料の産地や使用原料等について、記帳記録及び原料の仕入伝票等の提出を受け確認 <p style="text-align: center;">⇕</p> <ul style="list-style-type: none"> 記帳記録において疑義がある場合のみ、原料の仕入伝票等を追加確認
<p>確認頻度・ 確認時点</p>	<ul style="list-style-type: none"> 地理的表示を付す酒類のロット(貯蔵容器単位、詰口単位や同一仕込方法単位など具体的に設定)ごとに、各ロットの出荷前に確認を実施 確認後、ロットごとに有効な確認証を発行 <p style="text-align: center;">⇕</p> <ul style="list-style-type: none"> 地理的表示を付す酒類の商標ごとに年1回確認を実施 (ぶどう酒と清酒についてはその年に製造した酒類の最初の出荷前に実施し、その後の品質管理責任は各酒類製造業者に委ねる) 確認後、酒類の商標ごとに1年間有効として確認証を発行

(注1) 蒸留酒については、製品の官能検査や理化学分析を実施しなくとも差し支えありません(ただし、ブランド価値向上等の観点から、実施しても構いません)。

(注2) 生産基準に定量的な基準を設定した場合には、実施が必要となります(ぶどう酒については、少なくともアルコール分、総酸、揮発酸の設定が必要になります)。



Japan. “Kampai” to the world.

地理的表示に関する詳細な情報や、国税庁長官が指定した地理的表示等の一覧は、国税庁ホームページに掲載しています。

- 国税庁のホームページのアドレスは、
<http://www.nta.go.jp> です。

「税について調べる＞酒税行政関係情報(お酒に関する情報)＞酒類の表示」
からご覧ください。