# 酒類行政

## ~ 酒類業の振興を図るため、様々な取組を実施~

国税庁は、酒税の適正・公平な課税の実現はもとより、酒類業の健全な発達に向けて、積極的な取組 を実施しています。

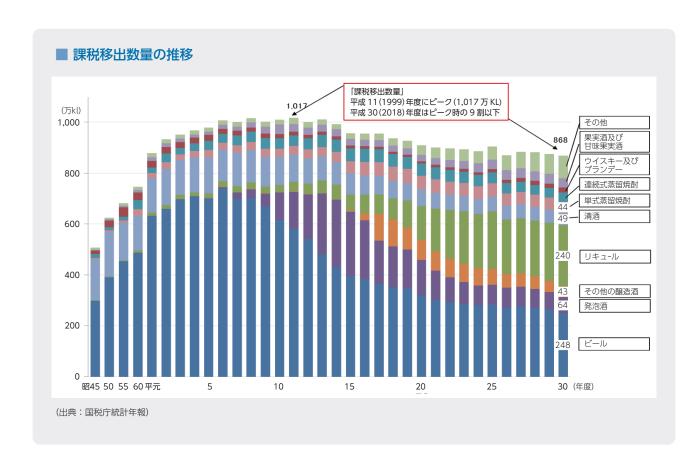
酒類業は、歴史的・文化的に重要な地場産業を形成してきたほか、近年では、地方創生やクールジャ パンとして新たな価値を創出しており、その発展は地域経済や日本経済の活性化等に寄与するものです。 こうした観点から、国税庁においては、酒類業の事業所管官庁として、個々の酒類業者や業界団体等 のニーズや課題等の把握に努めるとともに、関係省庁・機関等と連携・協調しつつ、酒類業の振興のた めの取組を強化していきます。

一方、酒類は致酔性、習慣性を有するなど、社会的に配慮を要する物品であることから、社会的要請 に応えるための取組にも適切に対応しています。

# 酒類業界の状況

# (1) 国内市場の状況

酒類の課税移出数量(国内出荷数量)は平成11(1999)年度の1,017万KLをピークとして減少して きています。各酒類の課税移出数量の構成比率の推移を見ると、近年、その構成が大きく変化してお り、特にビールの課税移出数量が大きく減少しています。これは、ビールからチューハイやビールに類 似した低価格の酒類(いわゆる「新ジャンル飲料」)に消費が移行していることが一因と考えられます。 他方、近年、クラフトビール(いわゆる「地ビール」)の人気が高まっています。



酒類業界の大半は中小企業ですが、商品の差別化、高付加価値化、海外展開等に取り組み、成長して いる事業者も少なくありません。最近では、異業種やスタートアップ(新規事業の立ち上げ)、更には海 外からの参入の動きも見られます。

# (2) 日本産酒類の輸出の状況

海外に目を向けると、日本産酒類は、近年、国際的なコンクールで受賞するなど、世界的な評価が高 まっています。また、世界の食市場は今後も拡大が見込まれます。

このような中、日本産酒類の輸出金額は、令和元(2019)年は約661億円(対前年6.9%増)となり、 8年連続で過去最高を記録しました。



# 国税庁の取組

## ~ 酒類業の振興 ~

酒類業の振興に当たっては、官民の適切な役割分担の下、事業者や業界団体等が創意工夫を発揮し て意欲的な取組が行われるよう、サポートや環境整備に取り組んでいきます。また、制度改善や外国政 府との交渉等、民間では対応できない課題については、行政として適切に対応を図ります。更に、中小 企業の経営基盤の安定に配意するとともに、酒類製造業者の技術力の強化を支援していきます。

# (1) 海外需要の開拓

## イ 関税や輸入規制の撤廃等の国際交渉

EPA等の国際交渉において、関税や輸入規制等の撤廃、地理的表示(GI: Geographical Indication) の保護等を求めています。

平成31(2019)年2月に発効したHEU・EPA1では、EUに対する日本産酒類の輸出について、①全 ての酒類の関税即時撤廃、②「日本ワイン」の輸入規制の緩和、③単式蒸留焼酎の容量規制の緩和、④

<sup>1</sup> 日本と欧州連合(EU)との間で、貿易や投資など経済関係を強化する目的で締結された「経済連携協定 (EPA: Economic Partnership Agreement)」であり、物品 の貿易だけでなく、サービスや知的財産権などを含む全23章からなる包括的な協定です。

EU域内における酒類の地理的表示の保護を実現しました。

また、令和2(2020)年1月に発効した日米貿易協定では、米国は、①ワイン、蒸留酒の容量規制の改 正に向けた手続を進めること、②米国での日本産酒類の10の地理的表示の保護に向けた検討手続を 進めること、③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、④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を行うことについて約束しました。

東日本大震災に伴う東京電力福島第一原子力発電所の事故を起因とした各国の輸入規制」については、 引き続き科学的根拠に基づき、撤廃を求めていきます。

## ロ 輸出手続の迅速化・簡素化

日本から輸出する酒類の通関に際して国税当局が発行する証明書の提出を求める国がある場合には、 迅速な発行に努めています。

令和元(2019)年9月には、輸出証明書の発行手続の迅速化の観点から、各種証明書の申請から発行 までの事務手続の見直しを行いました。

また、令和2(2020)年4月には、酒税における輸出免税の適用に当たって必要となる輸出明細書に ついて、税務署長への提出が不要とされ、当該手続が簡素化されました。

## ハ 販路開拓支援

酒類業者等に対し、海外の輸入・流通業者とのビジ ネスマッチングの機会を提供するため、海外の酒類見 本市への出展支援やバイヤー招へい等に取り組んで います。



# ニ 国際的プロモーション

日本産酒類の輸出促進の ため、国際的イベント等に おけるプロモーション、海 外の酒類専門家の酒蔵等へ の招へい等により、日本産 酒類に対する国際的な認知 度や理解の向上に取り組ん でいます。





# ホ 酒蔵ツーリズムの推進

洒類製造者が自ら製造した洒類を訪日外国人旅行者に販売した場合に消費税に加えて洒税が免税と なる「酒蔵ツーリズム免税制度」が平成29(2017)年10月から施行されました。令和元(2019)年10 月現在で151の酒類の製造場が免税販売の許可を取得しており、引き続き活用促進に努めます。

令和2(2020)年度には、新規施策として、事業者によるモデル事例の構築を支援することとしてい ます。

<sup>1</sup> 東日本大震災に伴う東京電力福島第一原子力発電所の事故後、輸出先国において導入された酒類に対する輸入規制に対しては、関係省庁、独立行政法人酒類総合研究 所等と連携して、規制の解除・緩和に向けた働きかけを行っています。その結果、これまでに、EU、ブラジル、マレーシア、ロシア、タイ、エジプト、仏領ポリネシア、 アラブ首長国連邦(ドバイ・アブダビ)、ブルネイ及びシンガポールにおいて、酒類に対する輸入規制が解除・緩和されています(令和2(2020)年1月末現在)。

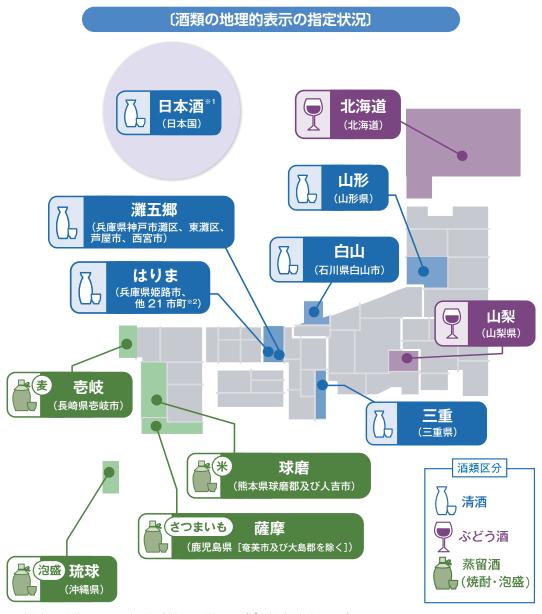
## (2) ブランド化の推進

## イ 地理的表示(GI)の普及拡大

地理的表示(GI)制度は、酒類や農産品について、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、一定の生産基準を満たした商品だけが、その産地名(地 域ブランド名)を独占的に名乗ることができる制度です。

国税庁では、国内外における酒類のブランド価値向上等の観点から、地理的表示の指定や普及拡大 に取り組んでおり、地理的表示の指定に向けた相談等に対しては、説明会・セミナーの実施、パンフレッ ト等広報媒体の作成等による支援を行っています。

令和 2 (2020) 年 6 月末までに 12 の地理的表示を指定するとともに、消費者等の認知度の向上に向 けたシンポジウム等を開催しています。



- ※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、宍栗市、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。

## ロ ワインの表示ルールの定着のための取組

従来、国内では、国産ぶどうのみを原料とした「日本ワイン」のほか、輸入濃縮果汁や輸入ワインを原 料としたワインなど様々なワインが流通しており、消費者にとって[日本ワイン]とそれ以外のワイン との違いが分かりにくいという問題がありました。

こうした状況から、国税庁において、日本ワインの定義などを定めた「果実酒等の製法品質表示基準」 (ワインの表示ルール)を策定し、平成30(2018)年10月から施行されています。

(参考 https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hyoji/kajitsushu/index.htm)

また、日本ワインの消費者向けシンポジウムや業界団体や研究機関を集めた情報交換会なども開催 しています。

こうした表示ルールの定着により、日本ワインのブランド価値の向上を図ります。

## ハ 日本酒の輸出用裏ラベルの作成・周知

令和元(2019)年8月には、JFOODO(日本食品海外プロモーションセンター)と共同で、日本酒の 裏ラベルについて、海外の消費者が日本酒を理解しやすく、相互に比較しながら選択しやすいよう、輸 出用の「標準的裏ラベル」と「表記ガイド」を作成し、日本酒の輸出拡大に向けて、事業者や業界団体に 周知を行っています。

## 二 日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会の開催

日本酒業界全体での輸出拡大やブランディングを推進するため、令和元(2019)年9月から、日本酒 のグローバルなブランド戦略に関する検討会を開催し、委員に加え、関係省庁・機関や有識者を交え、 現状の課題や今後の取組等について多面的な議論を行っています。

# ホ 海外向けブランド化のモデル事例構築支援

令和2(2020)年度には、新規施策として、事業者による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を支援することとしています。

# コラム 9

# 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

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いて、令和元(2019)年12月には、同年9月から12月 までの議論の概要と、これを踏まえた政府の施策について整理し、中間とりまとめとして公表しました。

とりまとめた政府の施策の実施等に向けて、令和2(2020)年度には大幅に予算を増額し、輸出促進室を設置す るなど、輸出促進の取組を抜本的に拡充することとしています。

#### 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(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、ブランドカを高める
- 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スティングの結果
- (8) 商品のブランド化
- (9) 地理的表示(GI)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
- 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 の施策等に取り組む

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
- 「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 (GI) の指定も進め
- ○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

# (3) 技術支援

## イ 醸造技術等の普及の推進

各国税局には、技術部門として鑑定官室を設置しており、酒類製造者への指導や相談対応、鑑評会や 研究会などの開催、酒造組合などの講習会や審査会などへの職員派遣などを通じ、酒類総合研究所の 研究成果をはじめ、先端技術などの普及を推進しています。

## ロ 酒類の品質及び安全性に関する支援

酒類の生産から消費までの全ての段階における酒類の安全性の確保と品質水準の向上を図ることを 目的として、酒類の製造工程の改善などに関する技術指導を行っているほか、酒類の放射性物質に関 する調査・情報提供などにより安全性を確認しています。

また、平成30(2018)年6月の食品衛生法改正により、HACCP1に沿った衛生管理が義務化された ことから、これら制度の変更について酒類製造者への周知を図るとともに、酒類総合研究所とも協力し、 酒類業団体による手引書<sup>2</sup>作成を支援しています。

## ハ 酒類総合研究所の取組

鑑定官室では対応できない高度な分析・鑑定及びその理論的裏付けとなる研究・調査等については、 酒類総合研究所に依頼し、実施しています。

# 独立行政法人 酒類総合研究所

酒類総合研究所は、国税庁の果たすべき任務である、酒税の適正かつ公平な賦課の実現及び酒類業の健全な発達 を遂行するために、国税庁からの依頼を受けた研究・調査のほか、主に以下のような取組を行っています。

- ・先端技術などの研究開発
- ・醸造講習実施による醸造技術者の育成
- ・酒造組合などの講習会や審査会などへの講師・審査員の派遣

また、近年では、酒類の輸出促進に貢献するため、長期輸送・保管しても劣化 しにくい清酒製造につながる新酵母の開発など、日本産酒類のブランド価値向 上のための研究開発を拡充し、実施しています。

(右図:長期輸送・保管下でも劣化しにくい新酵母の開発の様子)

詳しくは、酒類総合研究所ホームページ (https://www.nrib.go.jp) をご覧く ださい。



<sup>1</sup> 食品等事業者自らが食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因を把握 (Hazard Analysis) した上で、それらの危害要因を除去又は低減させるため特に重要な工程 (Critical Control Point) を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理法です。国際食品規格 (コーデックス) 委員会 (国連食糧農業機関 (FAO) と世界保健機関 (WHO) の合同機関)がガイドラインを制定しています。

<sup>2</sup> 小規模事業者の負担に配慮し、食品等事業者団体が手引書を策定するよう、厚生労働省が定めています。酒類製造業においては、日本酒造組合中央会等8団体が共同 で策定しました。手引書につきましては、厚生労働省ホームページ (https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000179028\_00003.html) をご覧 ください。

# (4) 中小企業対策

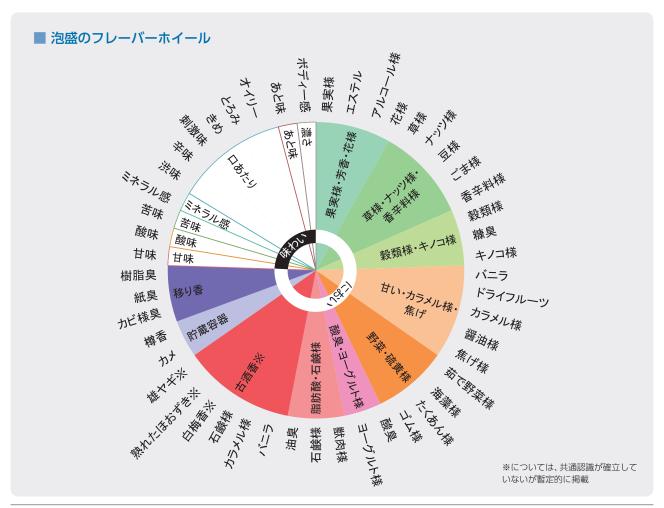
中小企業が大半を占める酒類業界が社会経済情勢の変化に適切に対応できるよう、日本酒造組合中 央会の近代化事業をはじめ、業界団体の各種の取組を支援しているほか、中小企業診断士等の専門家 を講師とした研修の開催、中小企業等経営強化法に定める経営力向上計画の作成支援等を行っています。 また、関係省庁・機関や地方自治体等と連携しつつ、政府の中小企業向け施策(相談窓口、補助金、税 制、融資等)について、事業者や業界団体に情報を提供し、活用の促進に取り組んでいます。

## (5) 沖縄振興

「琉球泡盛海外輸出プロジェクト」を踏まえ、内閣府等の関係省庁等と連携し、沖縄県産酒類の振興 に取り組んでいます。

海外のプロモーション・イベントにおける泡盛の情報発信、海外の酒類見本市への泡盛事業者の出 展支援を行っているほか、関係省庁の取組には、醸造技術の専門家として沖縄国税事務所の鑑定官が 協力しています。

また、泡盛の品質・技術の向上のため、フレーバーホイール「を活用した泡盛鑑評会を開催しています。 泡盛の輸出促進に向け、関係省庁等と連携しつつ、国際的な情報発信等に一層取り組んでいくこと としています。



<sup>1</sup> 沖縄国税事務所では、平成29(2017)年4月26日、泡盛に関する科学的知見を踏まえ、泡盛から感じることのできる香りや味わいなどの表現について整理し、似た香り・ 似た味わいのものを近くに配置して円状に配列したフレーバーホイールを作成しました。 詳しくは <u>https://www.nta.go.jp/about/organization/okinawa/</u> <u>sake/flavor\_wheel.htm</u> をご覧ください。

# (6) 洒類の公正な取引環境の整備

酒類業の健全な発達のためには公正な取引環境の整備が重要であることから、平成 18(2006)年8 月に制定・公表した「酒類に関する公正な取引のための指針」や、平成29(2017)年3月に制定・公表 した「酒類の公正な取引に関する基準」を酒類業者へ周知・啓発し、公正取引の確保に向けた酒類業者 の自主的な取組を推進するとともに、酒類の取引状況等実態調査を実施しています。この調査において、 基準に則していない取引等が認められた場合には、基準に基づく指示等を行っています。

また、酒類業者に公正な取引の確保に向けた自主的な取組を促す観点から、毎年、調査の結果概要と ともに、指示事例や改善を指導した事例を公表しています。

引き続き、基準等の周知徹底、深度ある取引状況等実態調査の実施に努め、問題ある酒類業者には厳 正に対処していきます。

# (7) 社会的要請への対応

## イ 資源リサイクル等の推進

食料品業界の一員として、酒類容器のリサイクルや食品廃棄物の発生抑制等を通じた循環型社会の 構築の観点から、酒類業団体等を通じて酒類容器のリサイクル等への取組が一層推進されるよう周知・ 啓発を行うとともに、毎年10月を $[3R^1$ 推進月間]と定め、関係省庁と連携した啓発活動を行っています。 また、平成28(2016)年に閣議決定された「地球温暖化対策計画」に基づき、国税審議会酒類分科会 において、ビール業界が取り組むCO。削減目標(低炭素社会実行計画)について、評価・検証を実施して います。

# ロ 20歳未満の者の飲酒防止対策

20歳未満の者の飲酒防止に向け、啓発ポスターやパンフレットを作成するほか、毎年4月を[20歳 未満飲酒防止強調月間 | と定め、関係省庁・業界団体と連携した啓発活動を行っています。

また、「二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準(告示)」の制定や酒類販売管理研修等を通じて、 酒類の適正な販売管理を確保するよう酒類業者等へ指導するとともに、関係省庁と連名で酒類販売時 の年齢確認の徹底を要請する文書を酒類販売業者等に発出し、指導しています。

# ハ アルコール健康障害対策

「アルコール健康障害対策基本法」に基づき「不適切な飲酒の誘引の防止」等を盛り込んだ「アルコー ル健康障害対策推進基本計画 | が平成28(2016)年5月に閣議決定され、関係省庁・団体等と連携し、 同計画に掲げられた施策に取り組んでいます。

また、現在、第2期基本計画(令和3(2021)年4月~令和8(2026)年3月)の策定に向けた議論が 進められており、引き続き、酒類業界等と一体となって、20歳未満の者や妊産婦など飲酒すべきでは ない者の飲酒の誘引防止やアルコール健康障害の発生防止等の取組を推進していきます。

# ~ 洒類行政の基本的方向性 ~

#### 1. 国税庁の任務

①内国税の適正かつ公平な賦課及び徴収の実現 ②酒類業の健全な発達 ③税理士業務の適正な運営の確保

#### 2. 酒類業界の概況

- 酒類の国内市場は量的に飽和 し、全体としては縮小傾向
- 価格競争が過度にわたる場合、 事業者の体力を弱める
- 近年、国内ではRTDのほか、ウイスキー、ワイン、クラフトビール等も拡大
- ●日本酒、ウイスキーをはじめ、日本産酒類の海外での評価が高まり、輸出が増加。世界の 食市場は今後も拡大見込み
- 差別化・高付加価値化や海外展開等で成長している事業者も少なくない
- 異業種やスタートアップ、更には海外からの参入の動きも見られる

#### 3. 酒類業界の主な課題

- (1) 商品の差別化・高付加 価値化
- ・消費者にとって分かりやすい価 値訴求
- ・高付加価値に見合った価格設定
- ・ブランド化 (個社、地域、JAPAN)
- ・農商工連携、異業種連携
- ・従来の枠にとらわれない新たな 価値機軸の展開・訴求
- (2) 海外需要の開拓 (インバウンド含む)
- ・国際的な認知度や理解の向上
- ・非日本食市場への展開
- ・現地輸入・流通業者等の開拓
- ・海外の事業者・消費者に分か りやすい表示・提案
- ・富裕層向け
- ・酒蔵ツーリズム

- (3) 技術の活用と人材 等の確保
- 伝統技術の継承・発展
- ・デジタルツールの活用
- ・事業承継
- ・働き方改革
- ・女性の一層の活躍
- 原料の確保

#### (4) 公正取引の確保

- ・「酒類の公正な取引に関する基準」や 「酒類に関する公正な取引のための指 針」の遵守を通じた公正取引の確保
- ・適正な販売管理の確保
  - (5) 社会的要請への対応
- ・環境負荷の低減
- アルコール健康障害対策

#### 4. 酒類行政の基本的方向性

酒類業の事業所管官庁として、酒税の保全と酒類業の健全な発達を図るため、関係省庁・機関等と連携・協調しつつ、消費者 や酒類産業全体を展望した総合的な視点から、適切な法執行の確保と酒類業の振興の強化(特に輸出促進)に取り組む

#### (1) 適切な法執行

- 免許
- 酒類業組合の監督
- 公正取引の確保
  - ・ 深度ある取引状況等実態調 杳の実施
  - ・問題ある事業者には厳正に 対処
- 適正な表示の確保
- 品質・安全性の確保
- 資源リサイクル等の推進
- 20歳未満の者の飲酒防止
- ●アルコール健康障害対策

#### (2) 酒類業の振興

- 官民の適切な役割分担の下、事業者や業界団体等が創意工夫を発揮して意欲的な取組が行わ れるよう、サポートや環境整備に取り組む
- 制度改善や外国政府との交渉等、民間では対応できない課題に適切に取り組む
- ●中小企業の経営基盤の安定に配意するとともに、酒類製造者の技術力の強化を支援

#### 主な具体的取組

#### 海外需要の開拓

- 国際交渉(関税、輸入規制の 撤廃等)
- 輸出手続の迅速化・簡素化
- ●販路開拓支援
- 国際的プロモーション
- 酒蔵ツーリズムの推進

#### ブランド化の推進

- 地理的表示の普及拡大
- ワインの表示ルールの定着
- ●日本酒のブランド戦略検討 会
- ●モデル事例の構築支援

#### 技術支援

- 先端技術等の普及の推進
  - 事業者の指導、相談対応
  - 鑑評会や研究会等の開催
- 放射性物質に関する安全性 の確認
- HACCPの義務化への対応 を支援
- 酒類総合研究所の取組
  - 先端技術等の研究開発
- ・ 醸造技術者の育成
- ・講師・審査員の派遣
- ・ 輸出促進への貢献

#### 中小企業対策

- 業界団体の取組(近代化事業等)を支援
- 政府全体の中小企業向け施策の周知と活用促進

国税庁の取組についての詳細は、国税庁ホームページの「酒のしおり」 (https://www.nta.go.jp/taxes/sake/shiori-gaikyo/ shiori/01.htm)をご覧ください。