平成27年12月
国 税 庁

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（Geographical Indication：GI）として「日本酒」を指定するため、所要の準備を進めてきたところ。

○　関係業界団体との調整を経た上で、パブリックコメント等の所要の手続きが完了したので、<u>１２月２５日付で地理的表示「日本酒」を指定した。</u>

（注）地理的表示は、ある特定の産地に特徴的な原料や製法などによって作られた商品だけが、その産地名を独占的に名乗ることができる制度。
海外の地理的表示としては、ボルドーワインやスコッチウイスキーなどが有名。

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。

「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

（参考）

地理的表示制度の概要

１．地理的表示制度とは

ＥＵ等で普及している地理的表示制度は、酒類や農産品において、その確立した品質、社会的評価又はその他の特性が当該商品の地理的な産地に主として帰せられる場合において、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。

（注）海外の地理的表示としてはボルドーワイン、パルマハムなどが有名。国や国に準じたレベルでの地理的表示としては、カナディアンウイスキー、バーボンウイスキー、スコッチウイスキーなどがある。

地理的表示に指定されると、商品の特徴が明確になり、地域ブランドへの「ただ乗り」防止によるブランド価値の向上が期待できるほか、国際交渉を通じて、外国に対しても地理的表示を名乗った模造品等の取締りを求めることができるようになる。

２．根拠法令等

酒類の地理的表示については、「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」第 86 条の６に基づく「酒類の地理的表示に関する表示基準」により、国税庁長官が指定。

３．現在の指定状況

国内における酒類の地理的表示としては、平成７年６月に「壱岐」、「球磨」、「琉球」（いずれも単式蒸留焼酎）を、平成 17 年 12 月に「薩摩」（単式蒸留焼酎）及び「白山」（清酒）を、さらに平成 25 年７月に「山梨」（果実酒）を指定。平成 27 年 12 月に国レベルの地理的表示として「日本酒」（清酒）を指定。

（注）当初、地理的表示制度の対象は、ぶどう酒及び蒸留酒のみであったが、平成 17 年９月に清酒を追加。平成 27 年 10 月に全酒類を対象とした。