

# 令和3年度 国税庁 酒類業振興関係予算概算要求のポイント

【令和3年度概算要求48.2億円 ←令和2年度:28.5億円】

## 1 国税庁【26.7億円←令和2年度:12.8億円】

国内向け施策

### (1) 国内需要開拓支援事業

【5.1億円←令和2年度:-】

地場の飲食店等に販路が限定されがちな小規模酒類事業者を対象とした、以下の取組を支援。

- ① eコマース等の新たな販売チャネルの構築 **新規**  
自社通販サイトや大手ECサイトを活用したeコマース導入等、販売チャネルを開拓・拡大。
- ② 家飲み消費を意識した新商品開発 **新規**  
飲食店消費から家庭消費へのシフトに対応し、家庭消費に適した新商品(日本酒ミニボトル、RTD(レディ・トゥ・ドリンク)商品など)開発について、開発経費や生産能力増強のための設備投資。

など

輸出促進施策

### (2) 日本産酒類の競争力強化・海外展開推進事業

【21.7億円←令和2年度:12.8億円】

新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえつつ、以下の施策を実施。

- ① 海外販路開拓支援 **拡充**  
従来の取組に加え、日本から事業者が出張できない場合にも、現地バイヤー向けに参加事業者の商品を陳列し、その場でウェブ経由の商談に移行可能とするオンラインを積極活用したweb商談会を実施。
- ② 国際的プロモーション **拡充**  
現地バイヤーやバーテンダー向けに日本産酒類の特徴や魅力を発信するため、オンラインセミナーを実施。感染拡大の影響を見極めた上で、試飲会等の対面型のイベント開催についても検討。
- ③ ブランド化・酒蔵ツーリズムの推進 **拡充**  
日本産酒類の海外展開に資するブランド化等について、斬新で意欲的な取組を行う酒類事業者等を募集。令和2年度の実績も踏まえ、対象事業者数を拡大し、補助金による支援を実施。

## 2 日本酒造組合中央会【7.6億円←令和2年度予算6.0億円】

国内向け施策

### (1) 伝統・文化及び地域への取組等【4.1億円】

- ① イベント・セミナー等を「3密」を避けつつ実施
- ② 高付加価値化支援事業・消費回復等事業 **新規**  
メーカーの在庫の一部を一元管理し、熟成等の付加価値をつける取組等

輸出促進施策

### (2) 日本産酒類の輸出促進への取組【3.5億円】

- ① 空港キャンペーン等の実施
- ② 海外イベント等への参加 **拡充**
- ③ 海外への情報発信・海外の情報収集の強化 **拡充**

## 3 酒類総合研究所【運営費交付金:13.9億円←令和2年度予算9.6億円】

運営費交付金内で、新たに実施する主な酒類業振興関係予算は以下のとおり。

- (1) 日本産酒類のブランディング【0.5億円】 **拡充**
- (2) 地域ブランドの強化【1.3億円】 **拡充**
- (3) AIの活用による消費者の好みの可視化【0.3億円】 **新規**
- (4) 国内外への情報発信強化【0.3億円】 **拡充**
- (5) 新型コロナ感染症に対応した講習設備の拡充【0.4億円】 **新規**