

保存期間：10年
(2031年末)
令和3年3月30日

資料

2-1

酒類行政における最近の取組等

国 税 庁

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
- 酒類行政の基本的方向性 11

最近の日本産酒類をめぐる動向

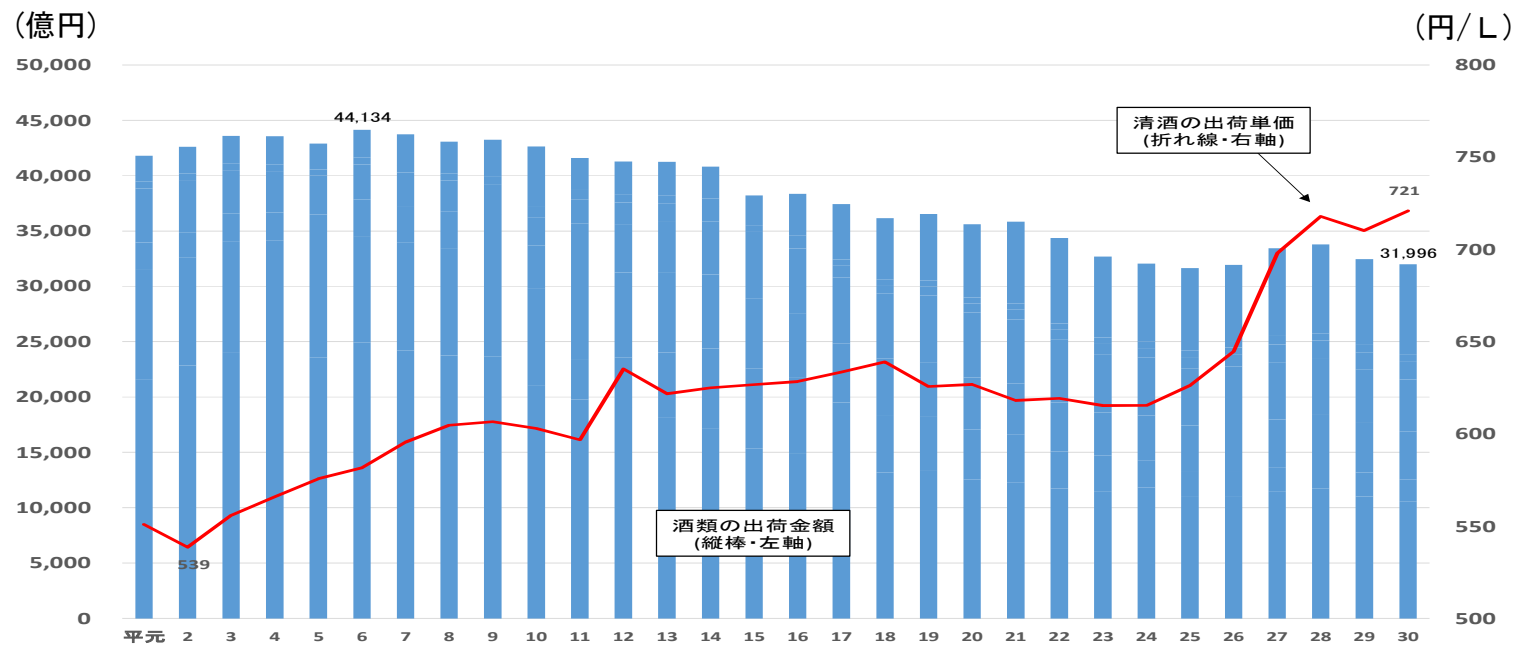
最近の酒類の消費動向

(単位：前年同期比増減率、%)

	2020年													2021年
	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	1月
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	+15.6
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	▲90.8
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	▲28.8

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

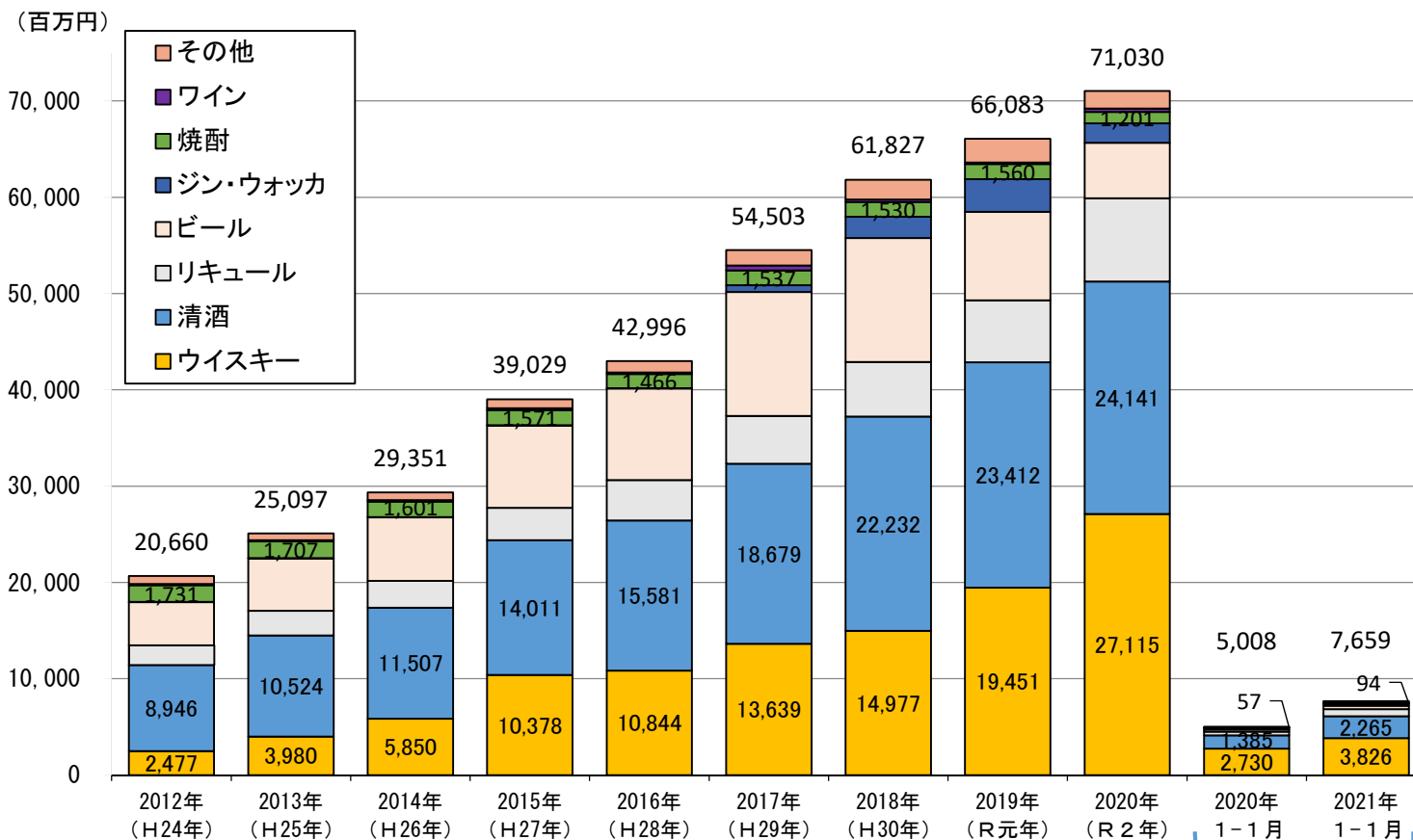
(参考) 酒類の出荷金額及び清酒の出荷単価の推移



(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。
- 2021年1月の輸出金額は76.6億円(対前年同期52.9%増)と、好調な滑り出しとなった。
- 品目別にはウイスキーや清酒、国・地域別にはアメリカや中国、香港が輸出を牽引している。



○輸出金額の推移

	2020年													2021年
	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	1月
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	76.6
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	+52.9

○品目別輸出金額 (単位: 百万円)

品目	2020年	対前年増減率	2021年 (1-1月)	対前年同期増減率
ウイスキー	27,115	+39.4%	3,826	+40.1%
清酒	24,141	+3.1%	2,265	+63.5%
リキュール	8,623	+33.9%	744	+94.5%
ビール	5,772	▲37.0%	353	+48.3%
ジン・ウォッカ	2,019	▲40.7%	164	+20.5%
焼酎	1,201	▲23.0%	94	+66.1%
ワイン	348	+99.8%	53	+457.4%
その他	1,811	▲26.9%	161	+130.3%
合計	71,030	+7.5%	7,659	+52.9%

○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	2021年 (1-1月)	対前年同期増減率
アメリカ合衆国	13,840	▲11.6%	2,214	+39.8%
中華人民共和国	17,292	+70.9%	1,446	+239.9%
香港	9,975	+59.5%	977	+64.7%
台湾	6,541	+5.5%	733	+100.1%
オランダ	3,062	▲15.1%	464	▲8.5%
シンガポール	3,829	+11.2%	378	+5.9%
オーストラリア	2,617	+14.2%	341	+0.1%
フランス	3,185	▲7.4%	277	+21.7%
ベトナム	1,281	▲33.6%	166	+90.4%
大韓民国	1,919	▲68.8%	117	+102.5%
(参考)EU・英国	7,975	▲12.9%	844	▲4.2%

出典: 財務省貿易統計

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>

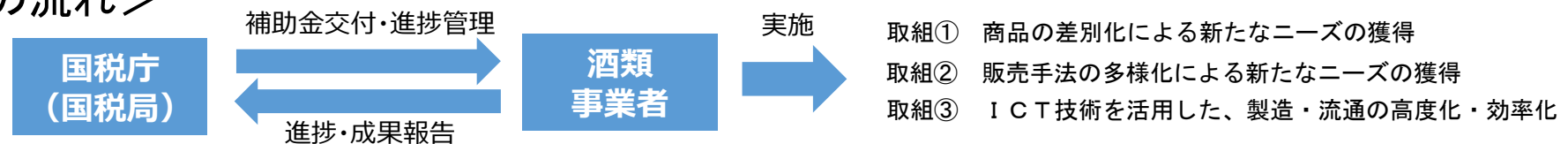
補助対象者：酒類事業者(製造業者、卸売業者、小売業者)又は酒類事業者を一者以上含むグループ

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>

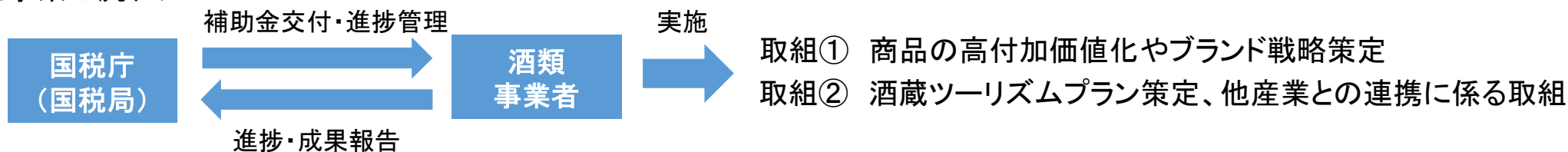
補助対象者：酒類事業者（製造業者、卸売業者、小売業者）又は酒類事業者を一者以上含むグループ

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)

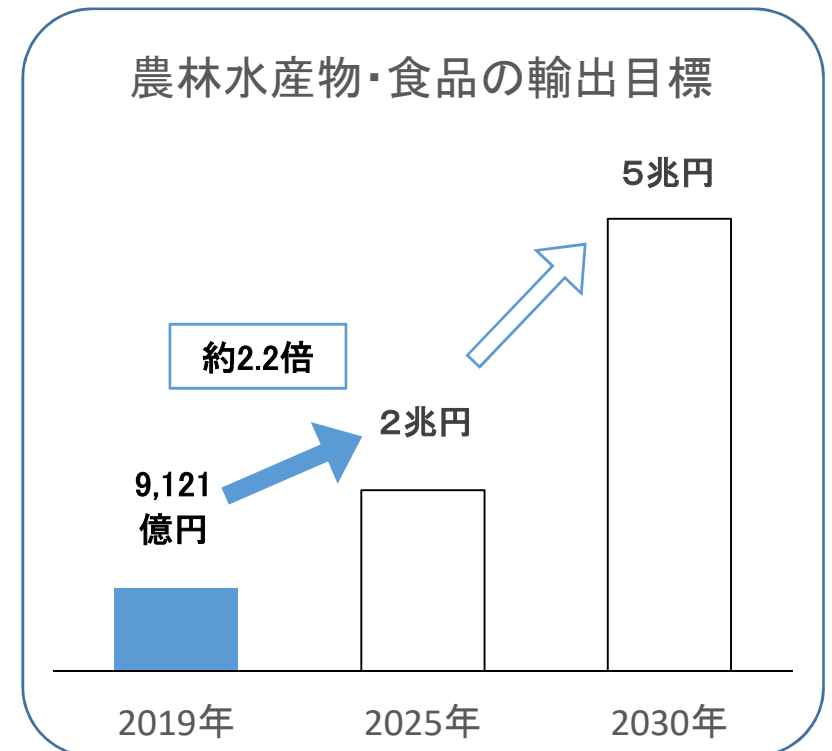
- 令和3年2月1日(月)～3月11日(木):公募期間
- 令和3年4月末以降:事業開始(令和3年度予算成立が前提)

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"> • 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 • 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 • 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 • 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 • 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 • 市場調査を実施し、各国・地域の嗜好やニーズを把握 • 商社・卸と製造者のマッチング等を通じた販路拡大
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"> • 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 • 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 • 中小事業者をターゲットとした販路開拓を支援 • 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
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"> • 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 • 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 • 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 • 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 • 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 • 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

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。

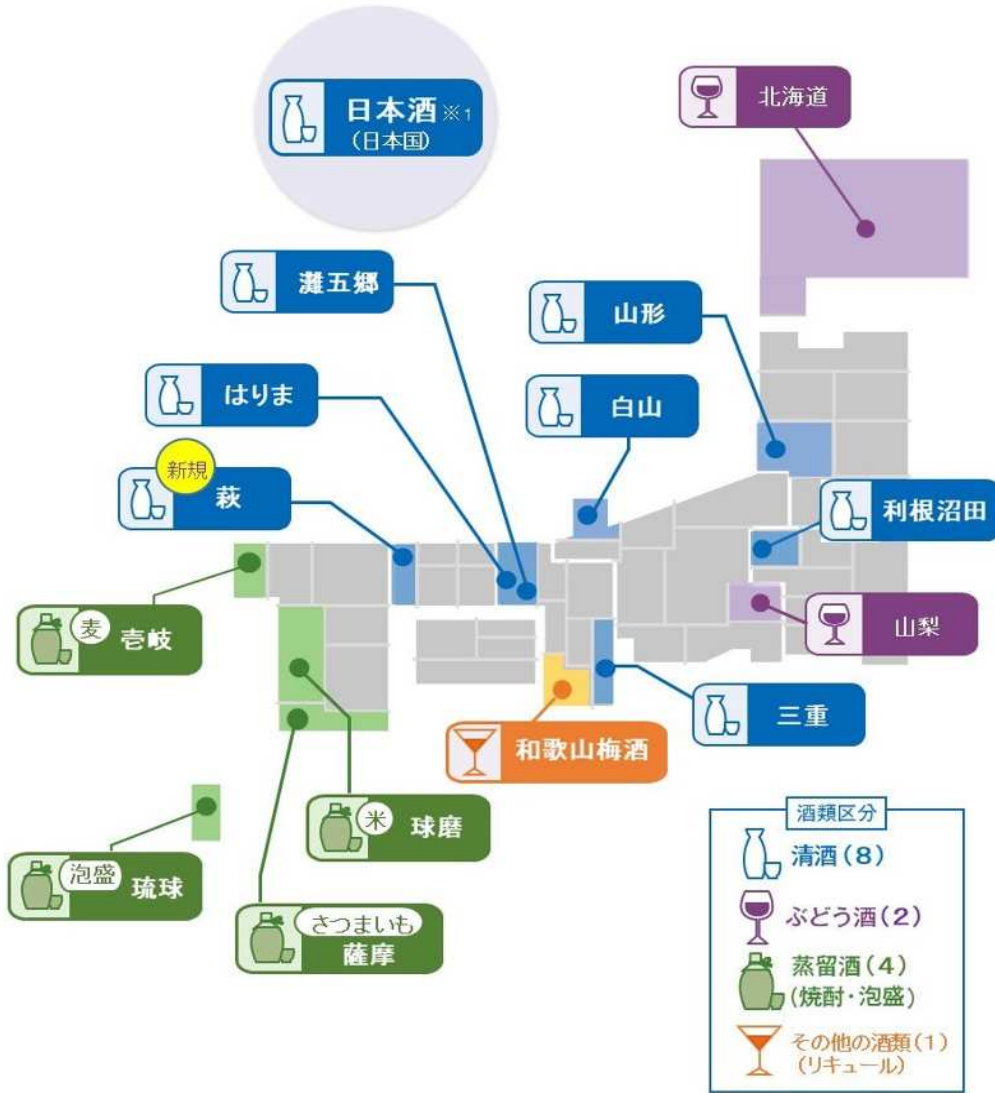
（参考2）文化庁との取組

- 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。



	名称	産地の範囲	指定日等 ※1
1	壱岐	長崎県壱岐市	平成7年6月30日
2	球磨	熊本県球磨郡、人吉市	平成7年6月30日
3	琉球	沖縄県	平成7年6月30日 (変更 令和2年9月14日)
4	薩摩	鹿児島県 (奄美市、大島郡を除く)	平成17年12月22日
5	白山	石川県白山市	平成17年12月22日
6	山梨	山梨県	平成25年7月16日
7	日本酒	日本国	平成27年12月25日
8	山形	山形県	平成28年12月16日
9	灘五郷	兵庫県神戸市灘区、 東灘区、芦屋市、西宮市	平成30年6月28日 (変更 令和2年8月17日)
10	北海道	北海道	平成30年6月28日
11	はりま	兵庫県姫路市他21市町 ※2	令和2年3月16日
12	三重	三重県	令和2年6月19日
13	和歌山梅酒	和歌山県	令和2年9月7日
14	利根沼田	群馬県沼田市、利根郡片品村、 川場村、昭和村、みなかみ町	令和3年1月22日
15	萩	山口県萩市、阿武郡阿武町	令和3年3月30日

※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 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。

※1 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。

※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

酒類行政の基本的方向性

酒類行政の基本的方向性 ～主に産業振興の観点から～（概要）

【国税庁の使命】「酒税の適正かつ公平な賦課及び徴収」「酒類業の健全な発達」

酒類業界の現状

国内市場の状況

国内市場は、中長期的に縮小。他方で、清酒の出荷金額単価上昇がみられるなど、高付加価値化の動きも。

酒類輸出の状況

2012年以降、9年連続で過去最高を記録。清酒やウイスキーの米国・中国向け輸出が全体を牽引。

酒類業界の主な課題と国税庁の取組

酒類業の振興

コンプライアンスの確保

課題

商品の差別化・高付加価値化等

海外市場の開拓（輸出促進）

技術の活用と人材の確保等

中小企業支援

免許制度等の適切な執行

公正な取引環境の整備等

国税庁の取組

- ▶ ブランド化推進事業
- ▶ 酒類業構造転換支援事業(新商品・サービスの開発)
- ▶ 地理的表示(GI)制度の活用
- ▶ 表示基準の周知・見直し等

- ▶ 輸出拡大実行戦略の推進
- ▶ 酒蔵ツーリズムの推進
- ▶ 日本産酒類輸出促進コンソーシアム
- ▶ 展示会出展、バイヤー招へい、商談会
- ▶ 国際交渉

- ▶ 酒類業構造転換支援事業(ICT技術の活用)
- ▶ 日本酒等のユネスコ無形文化遺産登録に向けた取組の推進
- ▶ 酒類総合研究所による技術支援

- ▶ 業界団体との連携
- ▶ 中小企業向け施策の情報提供(関係省庁・機関、地方自治体等との連携)
- ▶ 技術相談等の技術支援

- ▶ 酒類の製造及び販売業免許の審査等
- ▶ 酒類製造場・販売場の実態把握
- ▶ 酒類業組合の監督
- ▶ 適性な表示、品質・安全性の確保

- ▶ 酒類の取引状況等実態調査
- ▶ 「酒類の公正な取引に関する基準」の見直し
- ▶ アルコール健康障害対策推進基本計画(第2期)の推進
- ▶ 20歳未満の者等の飲酒防止対策