

酒レポート 平成28年3月

はじめに

酒類は、酒税が課される担税物資であり、安定した税収が見込まれることから、国家財政において重要な役割を果たしています。また、酒類は、「百薬の長」と言われているほか、その国の食文化とも関わりの深い伝統性を有した代表的な嗜好品の一つですが、アルコール飲料であるため致酔性、習慣性を有するなど、社会的に配慮を要する物資でもあります。

酒税は、明治以降、地租とともに政府の大きな財源となり、一時は地租を抜き国税収入の中で首位となったこともありました。その後、所得税・法人税などの直接税のウエイトが高まり、平成26年度においては、酒税が国税収入に占める割合は2.3%となっています。酒税は、景気の影響を受けにくく、平成26年度の税収は1.33兆円と安定した税収が見込ま

れています。

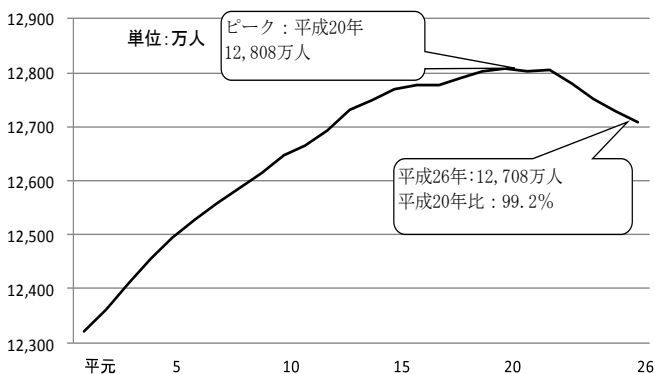
このように、酒類は一般の食品と異なり高率の酒税が課されているため、酒税の保全を図る観点から、その確実な徴収と消費者への円滑な転嫁を目的として、酒類の製造及び販売業については免許制度が採用されています。

国税庁は、酒類業の所管官庁として、酒税の保全と酒類業の健全な発達を図るため、人口減少社会の到来、国民の健康や安全性に対する意識の高まり、生活様式の多様化といった酒類業を取り巻く環境の変化を踏まえつつ、消費者や酒類産業全体を展望した総合的な視点に立った施策を行うとともに、未成年者飲酒防止や酒類容器のリサイクル等の社会的要請に対する取組も行っています。

更に近年では、政府一体となって日本産酒類の輸出環境整備などにも取り組んでいます。

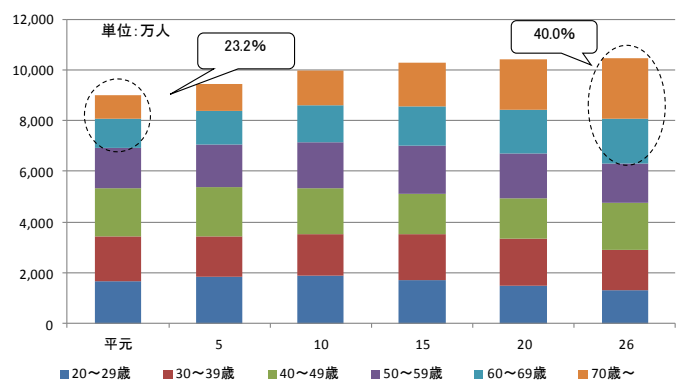
以下、酒類業を取り巻く環境や酒類業の現

図1 人口の推移



資料：統計局人口推計（長期時系列データ・各年次）

図2 成人人口の推移（年齢層別）



資料：統計局人口推計（長期時系列データ・各年次）

状について、統計データ等を参照しながら説明するとともに、諸問題に対する国税庁の取組を紹介します。

1 酒類業を取り巻く環境

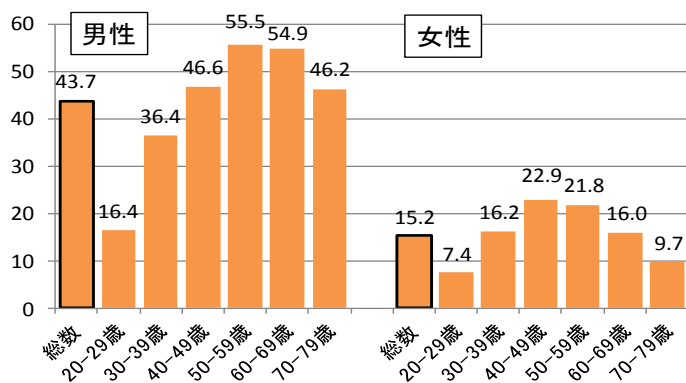
(1) 国内市場環境

国内の市場環境は、平成20年に1億2,808万人であった人口が減少傾向にあるとともに、その構成においても、成人人口に占める60歳以上の割合が、平成元年度の23.2%から平成26年度には40.0%へ増加するなど、人口減少社会の到来、高齢化が進展しています。【図1、図2参照】

飲酒習慣のある者は、男女ともに30歳代から大幅に増加し、70歳以上では減少する傾向がありますので、このような人口構成の変化が酒類の消費に与える影響は大きいものと考えられます。【図3参照】

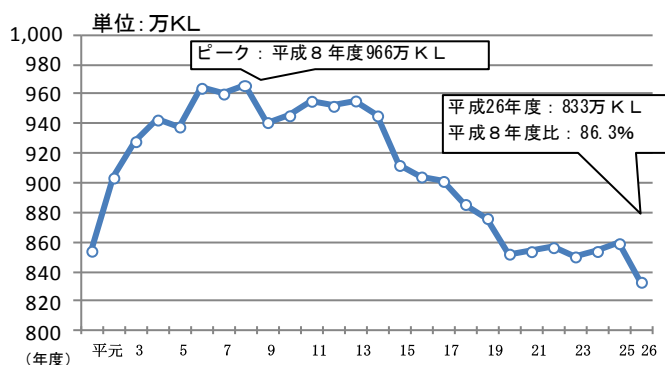
このような環境の変化を背景に、酒類の販売（消費）数量は平成8年度の966万KLをピークとして減少してきています。【図4

図3 飲酒習慣のある者の割合（性・年齢階級別）



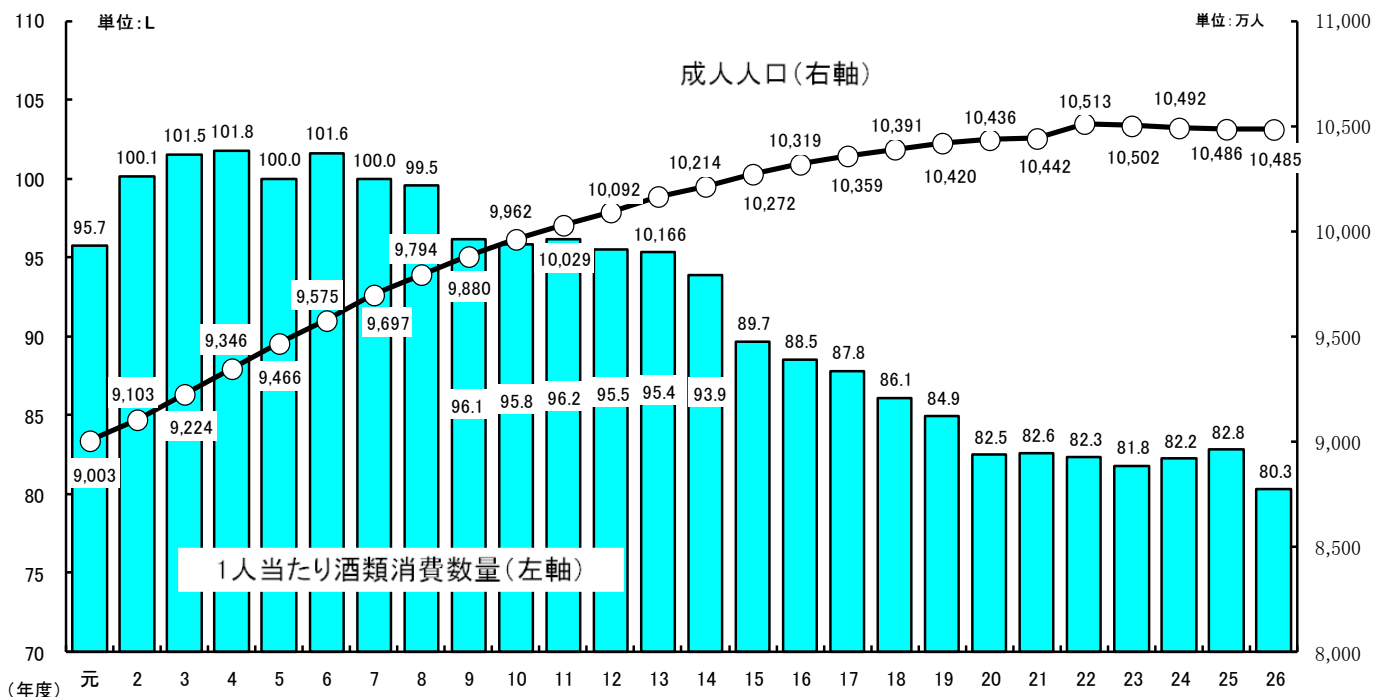
資料：平成25年国民生活基礎調査（厚生労働省）表17を再編加工（週3日以上飲酒する者を「飲酒習慣あり」とした。）

図4 酒類販売（消費）数量の推移



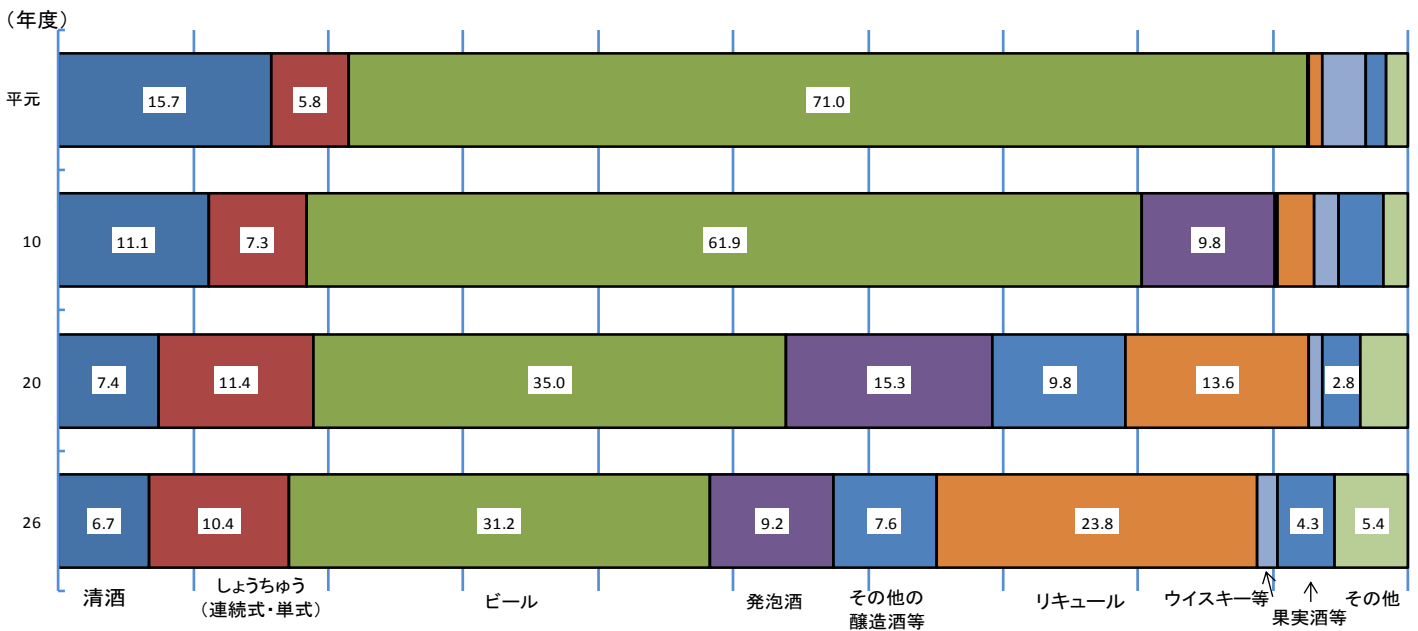
資料：国税庁統計年報（以下の図表において、特記がない資料は国税庁統計年報による。）

図5 成人1人当たり酒類消費数量の推移



資料：成人人口は、「人口推計年報（各年10月1日現在）」（総務省統計局）による。
 注釈：1人当たり酒類消費数量（左軸）に沖縄分は含まない。

図6 各酒類の販売（消費）数量構成比率の推移



【参照】

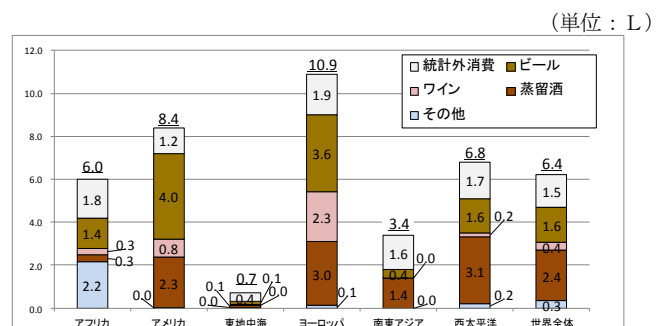
また、成人1人当たりの酒類消費数量は平成4年度の101.8Lをピークとして減少傾向にあり、平成26年度には80.3Lとおおよそ8割に減少しています。この間、成人人口は増加傾向であったことを踏まえると、飲酒習慣のある者においても、その飲酒量は減少しているものと考えられます。【図5参照】

続いて、各酒類の販売（消費）数量構成比率の推移を見ると、平成10年度以降、その構成が大きく変化していることが分かります。特にビールの構成比率は大きく減少していますが、これはリキュール及びその他の醸造酒等を合計した構成比率が増加していることから、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によるものと考えられます。【図6参照】

別アルコール消費動向に係る調査報告によると、2010年の15歳以上1人当たりの純アルコール消費数量について、東地中海の0.7Lからヨーロッパの10.9Lまで大きくばらつきがあり、かつ各地域で飲まれている品目についても違いがあることが分かります。【図7参照】

また、各地域の飲酒人口の割合について、男女の差を見ると、どの地域でも女性より男性の飲酒者の方が多くなっています。しかし、男女の比を見ると、ヨーロッパの1.2倍から南東アジア地域の4.3倍と、地域によつ

図7 世界の地域区別アルコール消費動向（2010年）



資料：世界保健機構（WHO）「Global status report on alcohol and health 2014」

注釈：統計外消費とは、自家醸造や非飲用アルコール等政府が関知していない消費量の推計値である。

(2) 海外市場環境

WHOが2014年に発表した世界の地域区分

て違いがあることが分かります。【表1参照】

2 酒類業の現状

(1) 酒類の製造業と販売業の状況

まずは、酒類の製造業の状況について概観します。酒類を製造するには酒類製造免許を酒類の品目や製造する場所ごとに取得する必要があります。酒類製造免許は税務署において人的要件等の審査を経て免許を付与等しており、平成26年度の酒類製造免許場数（各酒類を通じたもの）は3,096場となっています。

酒類製造免許場数は、長期で見れば総数は減少傾向にあるものの、大きな変化は生じていません。【図8参照】

品目別に平成19年度と比べると、清酒製造免許場数が11.4%、ビール製造免許場数が18.4%減少しており、果実酒製造免許場数が19.7%、その他の品目の製造免許場数が33.3%増加しています。なお、その他の品目の製造免許場数の増加幅が大きくなっていますが、その要因としては、構造改革特別区域法によりその他の醸造酒（いわゆる「どぶろく」）の酒類製造場や特産品を用いた酒類の製造場が増加していることが挙げられます。【図9参照】

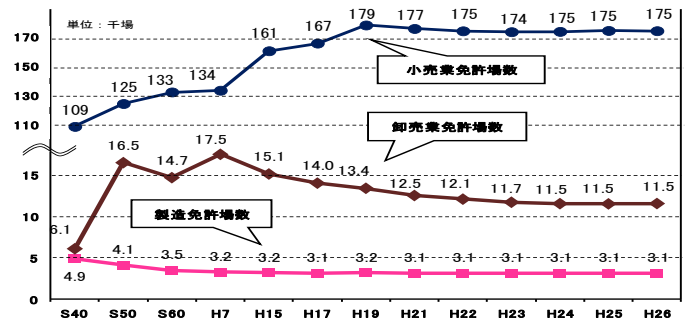
表1 世界の地域区別
男女別飲酒人口の割合（2010）

地域区分	飲酒者の割合		
	男性(%)	女性(%)	男性/女性
アフリカ地域	40.2	19.6	2.1
アメリカ地域	70.7	52.8	1.3
東地中海地域	7.4	3.3	2.2
ヨーロッパ地域	73.4	59.9	1.2
南東アジア地域	21.7	5.0	4.3
西太平洋地域	58.9	32.2	1.8
世界全体	47.7	28.9	1.6

資料：世界保健機構（WHO）「Global status report on alcohol and health 2014」

注釈：15歳以上を対象として算定している。

図8 酒類業免許場数の推移

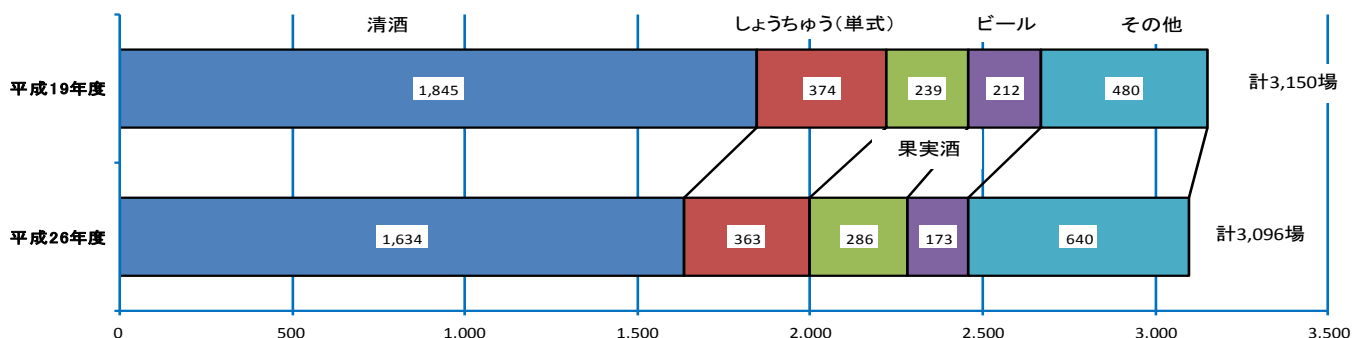


注釈：1 各会計年度の末日（3月31日）の場数である。

2 小売業免許場数は一般酒類小売業免許の場数である。

次に、酒類の販売業の状況について概観します。酒類の販売業を行うには酒類販売業免許を販売場ごとに取得する必要があります。酒類販売業免許は酒類卸売業免許と酒類小売業免許に区分し、税務署において

図9 酒類製造業の現状



注釈：複数の品目を製造している製造場は、製造数量が最も多い酒類の品目で計上している。

人的要件等の審査を経て免許を付与等しており、平成26年度の酒類卸売業免許場は11,529場、一般酒類小売業免許場は175,086場となっています。

酒類卸売業免許場数は、総数としては減少傾向にあります。1業者当たりの卸売免許場数は、酒類卸売業における地場卸の統合や系列化・集約化が進んだことにより、平成21年度以降増加しましたが、近年は横ばいの傾向にあります。【図8、図10参照】

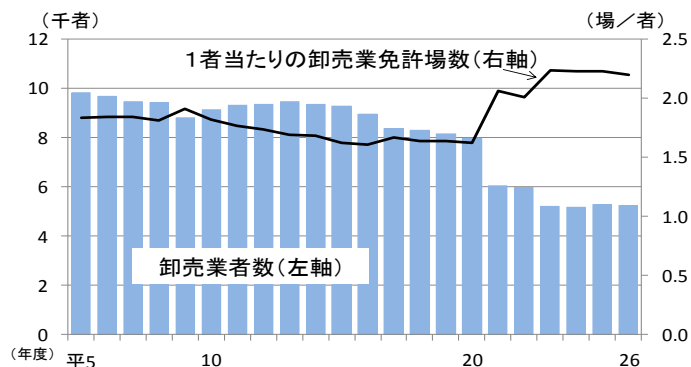
また、需給調整要件の段階的な緩和の結果、一般酒類小売業免許場数は、平成19年度までは増加していましたが、近年は減少傾向にあります。【図8参照】

なお、この需給調整要件の緩和により、スーパーマーケットやコンビニエンスストア等の酒類小売業への参入が進んだ結果、酒類小売業免許場の業態別構成比ではこれらの業態の比率が増加する一方で、一般酒販店の比率が大きく減少するなど、酒類小売業界の構造は大きく変化しています。

【図11参照】

図10

1業者当たりの酒類卸売業免許場数の推移



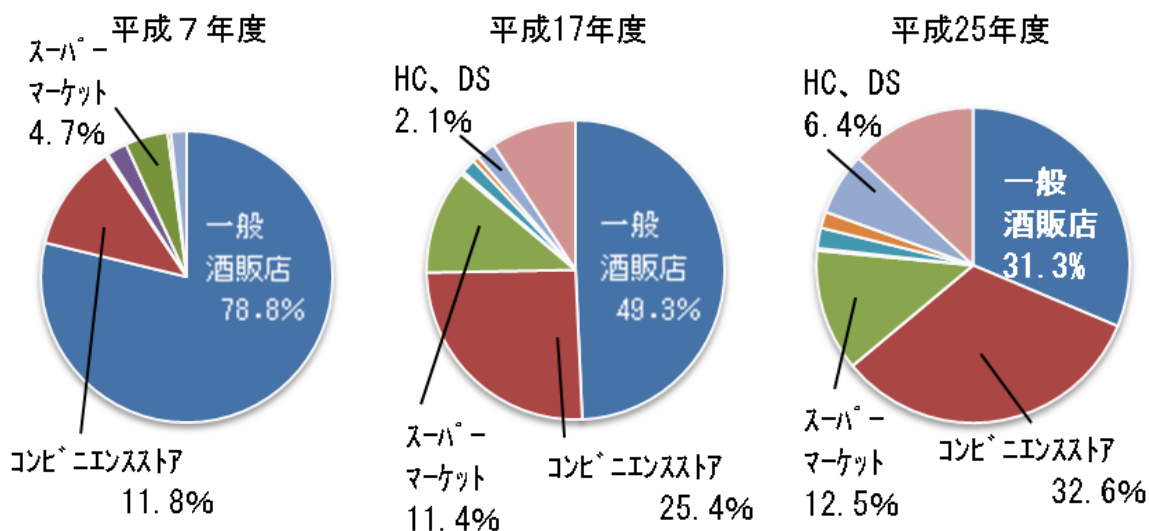
(2) 酒税の課税状況

日本の租税収入における酒税収入割合は、明治35年度にはおよそ3割強を占めており、日本が近代国家として発展する過程において重要な役割を果たしていました。

戦後においても、長らく租税収入の1割超を担っていましたが、経済発展により法人税や所得税の収入が増加したためその割合は低下しているものの、平成26年度の税収は1.33兆円となっており、安定した租税収入として引き続き重要な役割を果たしています。【図12参照】

近年の酒類の課税数量と課税額の推移を見ると、課税数量は平成11年度の1,017万

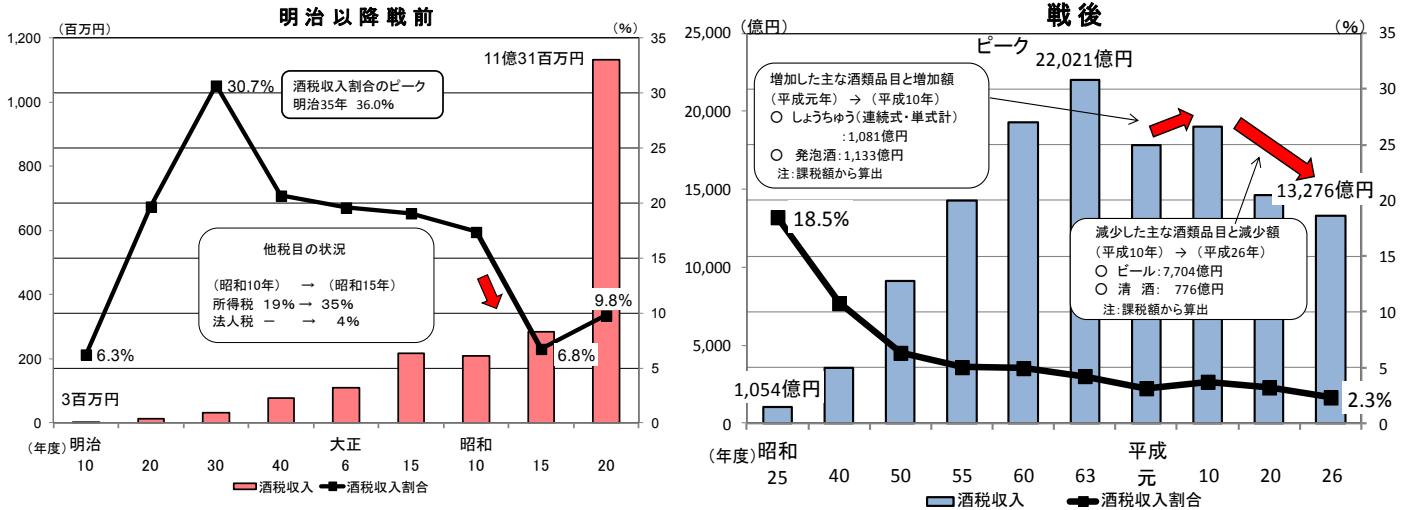
図11 酒類小売業免許場の業態別構成比



資料：平成7年度及び17年度は酒類小売業者経営実態調査による。平成25年度は酒類小売業者の概況（平成26年度調査分）による。

注釈：HC（ホームセンター）、DS（ドラッグストア）

図12 酒税収入と国税における酒税収入割合の推移



KL、課税額は平成6年度の2.12兆円をそれぞれピークに、平成26年度には870万KL、1.33兆円といずれも減少しています。【図13参照】

次に、平成26年度における酒税の課税実績を見ると、全課税数量のおよそ3割がビール（271万KL）であり、発泡酒（78万KL）、チューハイや新ジャンル飲料が大部分を占めるリキュール（212万KL）、その他の醸造酒（55万KL）を合わせると、これら低アルコール飲料でおよそ7割を占めま

す。また、酒税の課税額ではおよそ5割がビール（5,957億円）によるものとなっています。【図14参照】

(3) 輸出の状況

日本から輸出される酒類は近年増加傾向にあり、平成27年の酒類の輸出金額は、390億円と過去最高を記録し、10年前（平成17年）の輸出金額118億円の約3.3倍となっています。品目別に見ると、清酒については平成17年が53億円、平成27年が140億円と、約2.6倍となっています。また、特にウイ

図13 酒類課税数量と課税額の推移

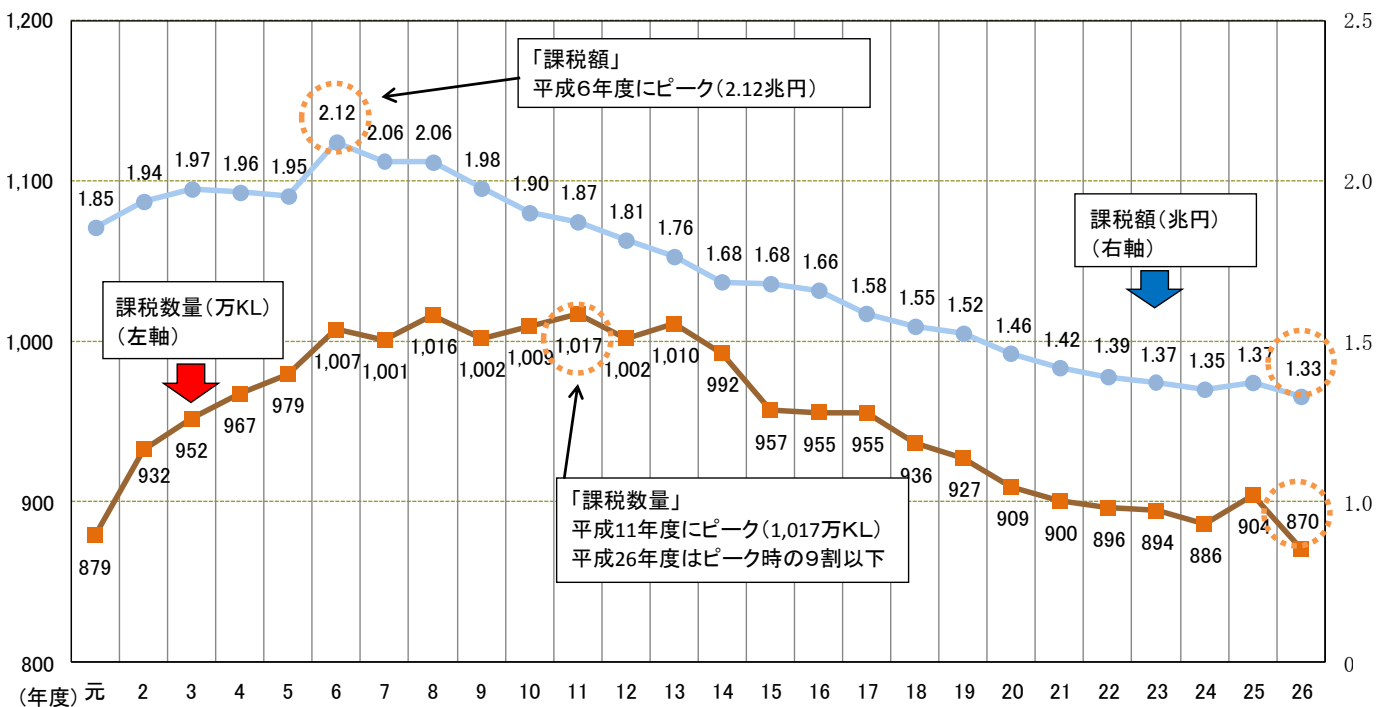
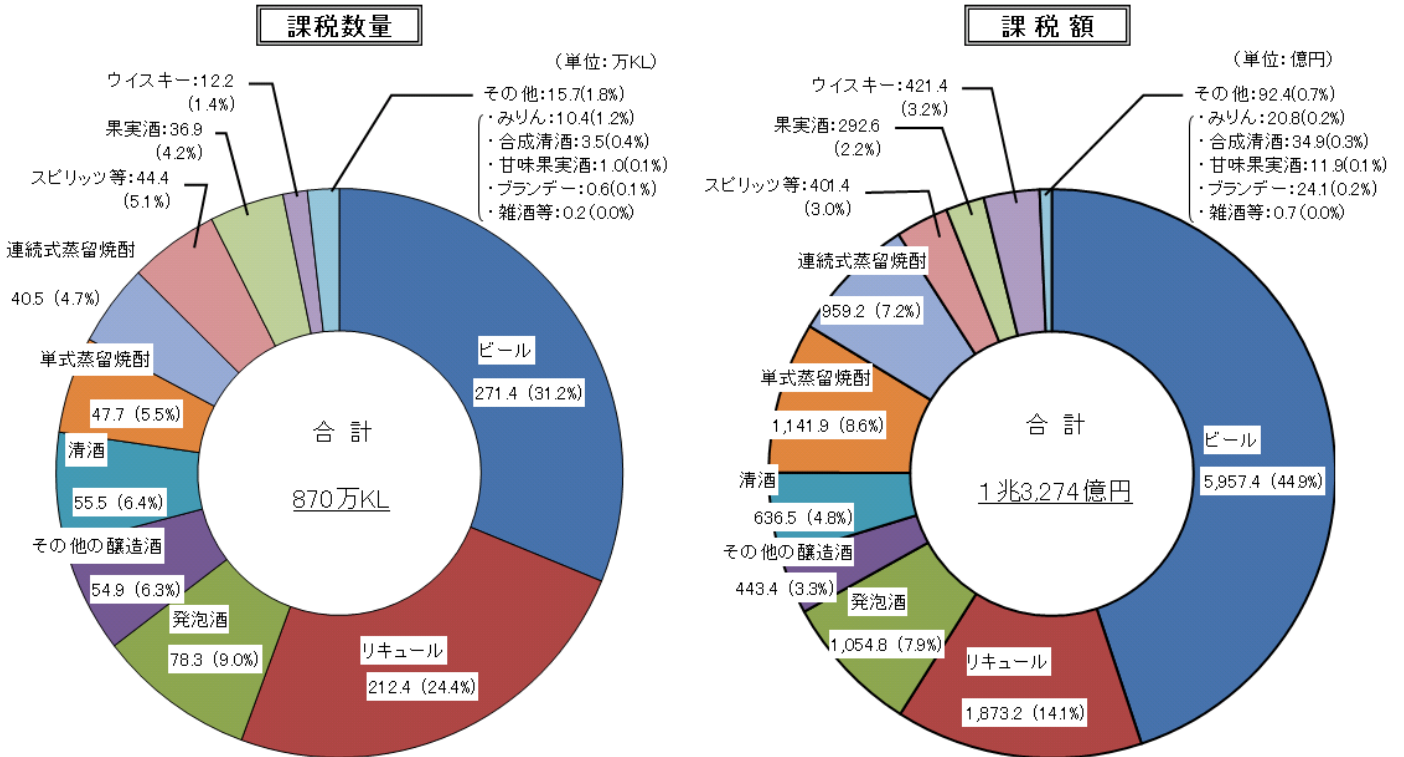


図14 酒税の課税実績（平成26年度）



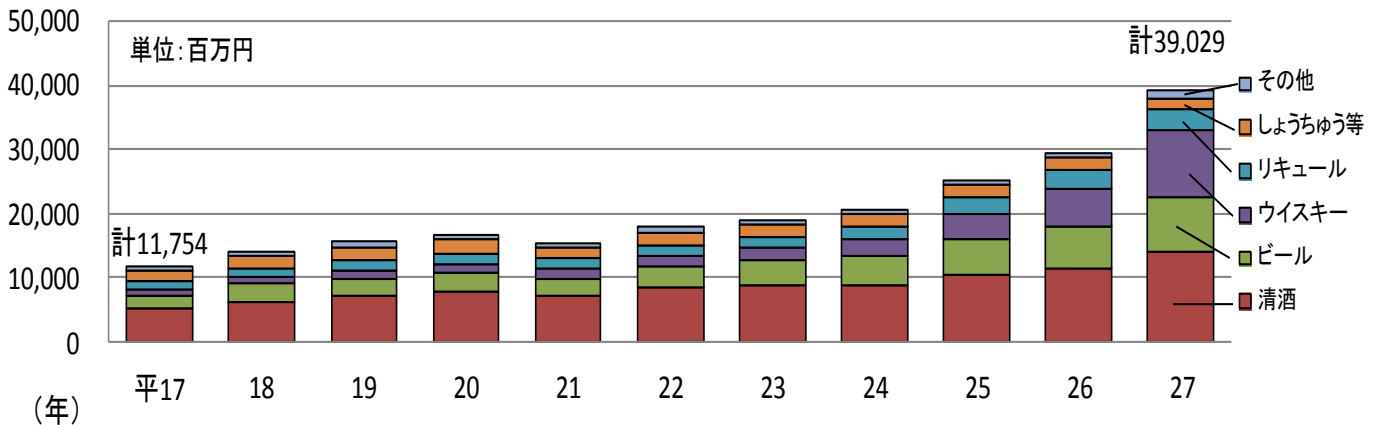
注釈：1 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、雑酒等には粉末酒を含む。
 2 () 内は構成比。

キーの伸びが顕著であり、平成17年が9億円なのに対し、平成27年が104億円と約11倍に伸びています。【図15参照】

輸出される酒類のうち、清酒について国（地域）別で見ると、アメリカ合衆国が金額、数量ともに最大であり、輸出金額割合が35.7%、輸出数量割合が26.3%を占めています。香港は輸出金額割合では16.3%と2番目ですが、輸出数量割合では9.6%と、

大韓民国や台湾よりも少なくなっています。反面、輸出数量割合が18.5%とアメリカ合衆国に次ぐ規模である大韓民国は、輸出金額割合では香港よりも少なくなっているなど、輸出先の国（地域）によって輸出される清酒の主要な価格帯が異なります。【表2参照】

図15 酒類の輸出金額の推移



資料：財務省貿易統計

表 2 清酒の国（地域）別輸出状況
（金額順・平成27年）

	国（地域）	金額 （百万円）	輸出全 体に占 める割 合 （%）	数量 （KL）	輸出全 体に占 める割 合 （%）
1	アメリカ合衆国	4,997	35.7	4,780	26.3
2	香港	2,282	16.3	1,745	9.6
3	大韓民国	1,364	9.7	3,367	18.5
4	中華人民共和国	1,172	8.4	1,576	8.7
5	台湾	890	6.3	2,112	11.6
6	シンガポール	526	3.8	437	2.4
7	カナダ	345	2.5	553	3.0
8	オーストラリア	310	2.2	358	2.0
9	英国	260	1.9	252	1.4
10	ベトナム	248	1.8	339	1.9
	合計	14,011	100	18,180	100

資料：財務省貿易統計

3 酒税行政の取組

(1) 免許・酒税調査等

酒類の製造及び販売業の免許事務については、免許付与手続の公平性及び統一性の確保に努めるとともに、制度の趣旨を踏まえ、申請等に対して適正かつ厳格な審査を行っています。また、長期間休造又は休業中の酒類製造場や酒類販売場については、的確な実態把握等に努め、免許の取消処分を行うなど、適切に対処しています。

酒税の調査及び指導事務については、記帳義務、申告義務などの酒税法令に規定する秩序の維持を図り、適正・公平な課税の実現を図ることを目的として、効果的・効率的な実施に努めるほか、無免許による酒類の製造や販売業など酒税法に違反する行為が認められる場合には、国税犯則取締法に基づき犯則調査を実施し、厳正かつ適切な処理に努めています。

(2) 酒類業の振興及び輸出環境の整備

酒類業の振興については、「日本ワイン」の国際的な認知の向上や消費者にとって分かりやすい表示等の観点から、平成27年10月に「果実酒等の製法品質表示基準」を制定しました。

また、日本産酒類のブランド価値向上等に有効な地理的表示 (Geographical Indication : GI) の活用促進を図るため、平成27年10月に、地理的表示制度の改正を行いました。更に、この改正後の制度に基づいて、平成27年12月に、国レベルの地理的表示として「日本酒」を指定しました。

日本産酒類の輸出環境整備については、クールジャパン推進の一環として、官民一丸となって取組を進めています。

平成27年6月に改訂された「『日本再興戦略』改訂 2015 - 未来への投資・生産性革命 -」においても、「ジャパン・ブランドの推進」の一環として、引き続き「日本食・日本産酒類を効果的に連携させた海外展開」が盛り込まれています。

国税庁では、関係府省と連携しながら国際交渉等の機会を通じて貿易障壁の撤廃・緩和に向けた働きかけを行っています。

平成27年10月には環太平洋パートナーシップ (TPP) 協定が大筋合意に至りました。酒類の主な交渉結果として、TPP参加国における全ての酒類の関税の撤廃のほか、米国においては、蒸留酒の容量規制の改正及び地理的表示「日本酒」をはじめとする日本産酒類の地理的表示の保護に関して手続を進めることに合意したところです。

また、TPP大筋合意を受け、平成27年11月に取りまとめられた「総合的なTPP関連政策大綱」には、「日本産酒類等の海外展開を推進するほか、観光プロモーション等を通じて和食文化や食品の海外展開を促進する。地理的表示 (GI) の活用を促進する。」ことが盛り込まれました。国税庁では、TPP

大筋合意の結果や「総合的なT P P 関連政策大綱」を踏まえ、日本産酒類の海外展開推進事業等を進めています。

このほか、国際会議等の場を活用した日本産酒類のP R、酒類の品質評価、安全性等に関する情報発信、海外における酒類教育機関の日本酒プログラムへの協力などといった酒類に関する専門的知識等の国内外への普及・啓発等にも取り組んでいます。平成27年には、ミラノ万博をはじめとして、海外での日本食イベントに職員を派遣して日本産酒類のP Rを行ったほか、日本酒造組合中央会と協力して在京の各国大使等を対象とした酒蔵ツアーを開催しました。

また、平成27年の日本産酒類の輸出額は約390億円となり、平成26年に引き続き、過去最高を記録しました。

(3) 酒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」（以下「指針」といいます。）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促進するとともに、酒類の取引状況等実態調査（以下「取引実態調査」といいます。）を実施しています。

取引実態調査において指針に則していない取引が認められた場合には、合理的な価格設定や公正な取引条件の設定等が行われるよう改善指導を行うほか、酒類業者に自主的な取組を促す観点から、主な事例を公表しています。また、法令違反などが思料される場合は公正取引委員会と連携を図り適切に対応しています。

(4) 社会的要請への対応

平成22年のWHO総会において「アルコールの有害な使用を低減するための世界戦略」

が決議され、平成26年6月には「アルコール健康障害対策基本法」が施行されるなど、未成年者の飲酒防止や適正飲酒に関する社会的要請は強まっています。また、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などを通じた循環型社会の構築も求められています。

このような社会的要請に応えるため、酒類小売業者に対して、酒類販売管理者の選任義務及び酒類の陳列場所における表示義務を遵守し、酒類販売管理者に酒類販売管理研修を受講させるよう周知・啓発を行うとともに、選任義務や表示義務を遵守しない者については、必要に応じて酒類販売場に対する臨場調査を実施し改善指導を行うなど、その徹底を図っています。また、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・啓発を行っています。

(5) 酒類業の健全な発達に向けた技術的指導等

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、全国市販酒類調査、酒類の製造工程の改善等に関する技術指導・相談、酒類の安全性に係る成分の実態把握等を行っています。

また、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、独立行政法人酒類総合研究所で行っています。



Japan.
“Kampai”
to the world.