

令和 2 年 3 月

酒 の し お り

国税庁課税部酒税課

目 次

○ 酒レポート	1
○ 基本的方向性	19
〔酒 税 収 入〕	
1 国税収入の累年比較	21
2 酒税収入の累年比較	22
付表 我が国における酒税制度等の沿革（概要）	23
〔酒 類 の 品 目〕	
3 酒税法における酒類の分類及び定義	24
4 酒類の製造工程図	
(1) 清酒	25
(2) 連続式蒸留焼酎・原料用アルコール	26
(3) 単式蒸留焼酎	27
(4) 単式蒸留焼酎（泡盛）	28
(5) ビール	29
(6) ワイン	30
(7) ウイスキー	31
〔酒 税 の 税 率〕	
5 酒税率一覧表（平成18年5月1日～）、（令和2年10月1日～）	32
付表1 主要酒類の酒税等負担率表	34
付表2 酒税等の負担率の推移	34
〔製 成 数 量〕	
6 酒類製造数量の推移	35
付表1 酒類製成数量の推移表	37
付表2 特定名称の清酒のタイプ別製成数量の推移表	38
〔課税数量及び課税額〕	
7 酒類課税数量の推移（国税局分及び税関分の合計）	39
付表 酒類課税数量の推移表（国税局分及び税関分の合計）	41
8 酒類課税数量の推移（国税局分）	
付表1 酒類課税数量の推移表（国税局分）	44
付表2 特定名称の清酒のタイプ別課税数量の推移表（国税局分）	45

付表 3	清酒製造業の出荷金額と単価の推移	47
9	酒類課税数量の推移（税関分）	48
付表 1	酒類課税数量の推移表（税関分）	50
付表 2	国内製造品・輸入品別課税数量の推移	51
10	酒税課税額の推移（国税局分及び税関分の合計）	52
付表	酒税課税額の推移表（国税局分及び税関分の合計）	54
11	酒税課税額の推移（国税局分）	55
付表	酒税課税額の推移表（国税局分）	57
〔販売（消費）数量〕		
12	酒類販売（消費）数量の推移	58
付表	酒類販売（消費）数量の推移表	60
13	平成30年度成人1人当たりの酒類販売（消費）数量表（都道府県別）	61
〔免 許 場 数〕		
14	酒類等製造免許場数の推移	62
付表 1	地ビール製造免許場（者）数の推移	63
付表 2	果実酒製造免許場（者）数の推移（特定酒類（果実酒））	63
付表 3	濁酒製造免許場（者）数の推移（特定酒類（その他の醸造酒））	63
付表 4	果実酒製造免許場（者）数の推移（特産酒類（果実酒））	64
付表 5	リキュール製造免許場（者）数の推移（特産酒類（リキュール））	64
付表 6	単式蒸留焼酎製造免許場（者）数の推移（特産酒類（単式蒸留焼酎））	64
付表 7	原料用アルコール製造免許場（者）数の推移（特産酒類（原料用アルコール））	65
15	酒類販売業免許場数の推移	66
〔酒類業者の概況〕		
16	酒類販売業者の概況	67
〔酒 類 の 表 示〕		
17	酒類の表示義務	71
18	清酒の製法品質表示基準	72
19	果実酒等の製法品質表示基準	76
20	酒類における有機の表示基準	78
21	酒類の地理的表示に関する表示基準	80
22	二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準	84
23	酒類の表示の基準における重要基準	86

	〔酒類容器のリサイクル〕	
24	酒類容器等の3R（スリーアール）の推進	87
	〔20歳未満の者の飲酒防止〕	
25	20歳未満の者の飲酒防止等に関する取組等	89
26	未成年者の飲酒防止等対策及び酒類販売の公正な取引環境の整備に関する施策大綱	92
27	酒類自動販売機の設置状況	96
28	「20歳未満の者飲酒防止への取組」7か条	98
	〔アルコール健康障害対策〕	
29	アルコール健康障害対策基本法の概要	99
	〔酒類販売管理者制度〕	
30	酒類販売管理者制度	101
	〔公正取引の確保〕	
31	酒類の公正な取引に関する基準	103
32	酒類に関する公正な取引のための指針	104
33	酒類の取引状況等実態調査実施状況の公表について	109
34	酒類の公正な取引に関する基準に基づき「指示」をした事例	112
35	「厳重指導」、「指針」に示された公正なルール等に則していない主な事例	115
	〔酒類業の活性化・経営革新支援〕	
36	酒類業に対する活性化支援	119
	〔独立行政法人酒類総合研究所〕	
37	独立行政法人酒類総合研究所の概要	120
	〔酒類業組合〕	
38	酒類業組合等構成図表	121
	〔輸出環境の整備〕	
39	最近の日本産酒類の輸出動向について	122
40	最近の清酒の輸出動向について	122
41	各酒類の主な輸出先（2019年）	123
42	主な輸出先の輸出金額（2019年）	123
43	日本産酒類の輸出促進に向けた国税庁の取組	124
44	日EU経済連携協定（EPA）の概要	125
45	日米貿易協定 酒類の合意概要	126
46	「Imbibe Live 2019」における日本産酒類プロモーション	126

47	海外のバイヤーの招聘	127
48	G20大阪サミットにおける日本産酒類プロモーション	127
49	「SALON DU SAKE 2019」における日本産酒類のプロモーション	128
50	ジャパン・ハウス ロンドンにおけるプロモーション	128
51	海外の日本産酒類専門家の招聘	129
52	G I 日本酒シンポジウム	129
53	輸出用の「標準的裏ラベル」と「表記ガイド」	130
54	日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会	130
55	酒蔵ツーリズムにおける酒税免税制度	131
56	琉球泡盛のプロモーションについて	132
〔技術支援に関する取組〕		
57	技術支援に関する取組（国税庁）	132
58	技術支援に関する取組（酒類総研）	133
〔放射性物質に対する酒類の安全性確保〕		
59	放射性物質に対する酒類の安全性確保のための施策について	135
〔その他〕		
60	国税庁の使命	137
〔参 考〕		
○	国税局及び酒類指導官設置署等一覧表（令和元年7月10日現在）	139

酒レポート 令和2年3月

はじめに

酒類は、酒税が課される財政上重要な物品であり、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、その国の食文化や地域社会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品でもあります。

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・法人税等の直接税のウエイトが高まり、平成30年度においては、酒税が国税収入に占める割合は2.0%となっています。酒税は、景気の影響を受けにくく、安定した税収を確保できる税目であり、平成30年度の税収は1.3兆円となっています。

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、20歳未満の者の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。

酒類の国内出荷数量は平成11年度をピークとして減少してきていますが、近年では、商品の差別化、高付加価値化、海外展開等に取り組む事業者も少なくなく、より高付加価値の商品の需要が高まっている中で、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います。また、国際的な評価の高まりから、輸出も拡大しています。

国税庁は、酒類業の更なる競争力強化や輸出促進を図るため、関係省庁・機関等と連携して、国内外における情報発信や販路開拓支援、国際交渉等を通じた輸出環境整備に積極的に取り組むなど、酒類業の振興に努めています。令和2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。

以下、酒類業界の状況や課題について、統計データ等を参照しながら説明するとともに、事業所管官庁としての国税庁の取組を紹介します。



Japan.
"Kampai"
to the world.

1 酒類業界の状況

(1) 国内市場の状況

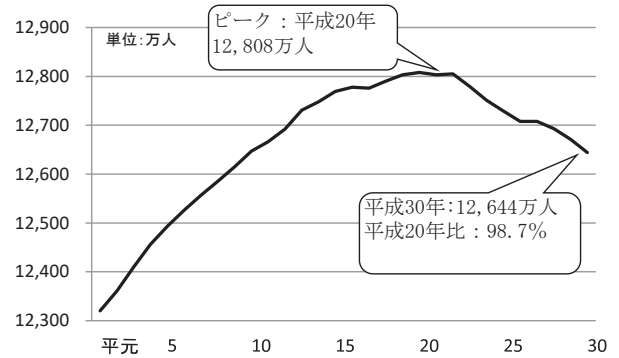
国内の市場環境は、平成20年に1億2,808万人であった人口が減少過程に入っており、その構成においても、成人人口に占める60歳以上の割合が、平成元年度の23.2%から平成30年度には41.1%へ増加するなど、人口減少社会の到来、高齢化が進展しています。【図1、2】

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、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】

また、成人1人当たりの酒類消費数量について、平成元年度以降は、平成4年度の101.8Lをピークとして減少傾向にあります。【図4】

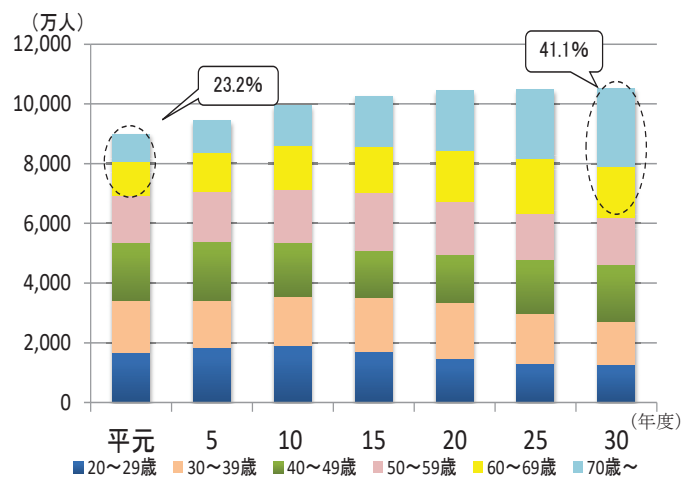
このような環境の変化を背景に、酒類の課税移出数量（国内出荷数量）は平成11年度の1,017万KLをピークとして減少してきています。【図5】

図1 人口の推移



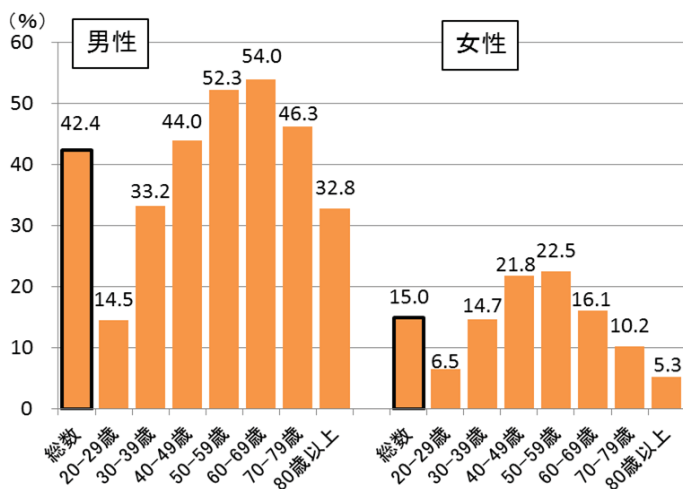
資料：国勢調査結果・人口推計（総務省統計局）

図2 成人人口の推移（年齢層別）



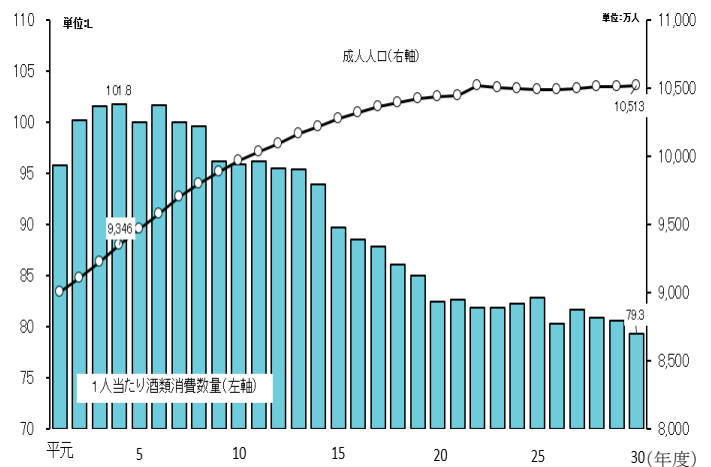
資料：国勢調査結果・人口推計（総務省統計局）

図3 飲酒習慣のある者の割合（性・年齢階級別）



資料：平成28年国民生活基礎調査（厚生労働省）表15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 成人一人当たり酒類消費数量の推移



資料：成人人口は、国勢調査結果・人口推計（総務省統計局）による。

（注）1人当たり酒類消費数量（左軸）に沖縄分は含まない。

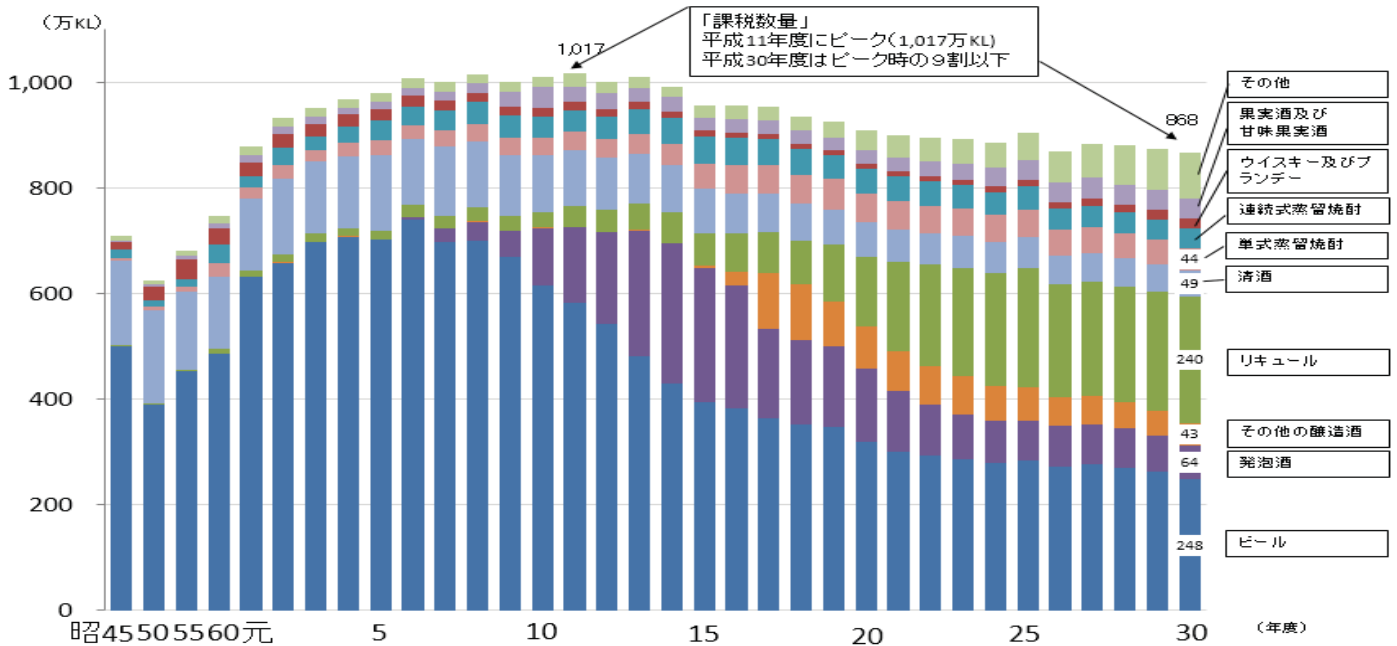
続いて、各酒類の課税移出数量の構成比率の推移を見ると、平成10年度以降、その構成が大きく変化していることが分かります。

特にビールの課税移出数量が大きく減少していますが、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、クラフトビールの人気が高まっています。

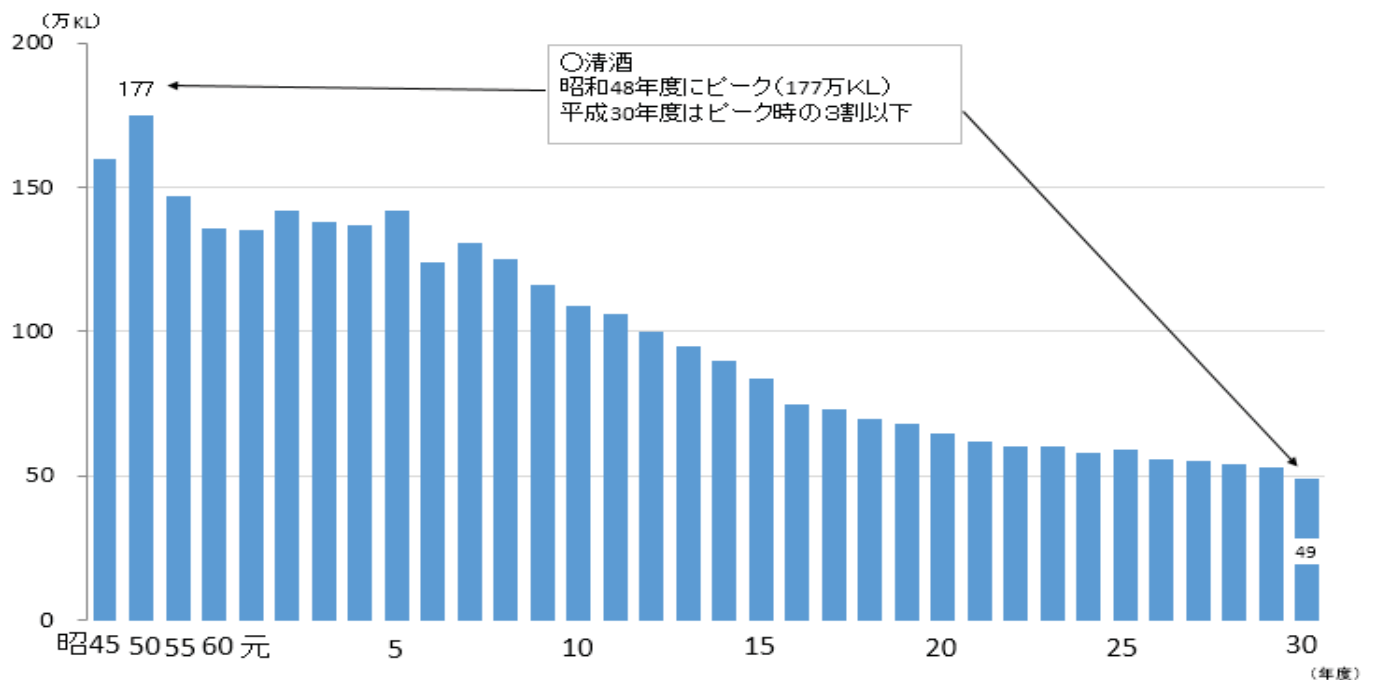
清酒の課税移出数量は昭和48年度のピーク時（177万KL）から平成30年度には3割以下の49万KLまで減少しています。【図6】

図5 酒類課税移出数量の推移



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6 清酒の課税数量の推移

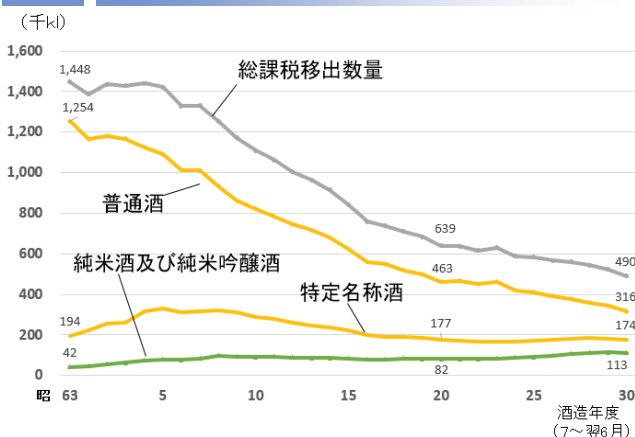


清酒の課税移出数量をタイプ別に区分して見ると、普通酒については減少傾向にありますが、純米酒及び純米吟醸酒については、平成20酒造年度の8.2万klから平成30酒造年度は11.3万klと、この10年間で37.8%増加しています。【図7、8】

更に、清酒製造業の出荷金額は、平成24年から増加基調にあり、出荷金額の単価も上昇しています。これらは、より高付加価値の商品の需要の高まりを表すものと考えられます。【図9】

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、更には海外からの参入の動きも見られます。

図7 清酒のタイプ別 課税移出数量の推移



資料：「清酒製造状況等調査」（国税庁）より作成

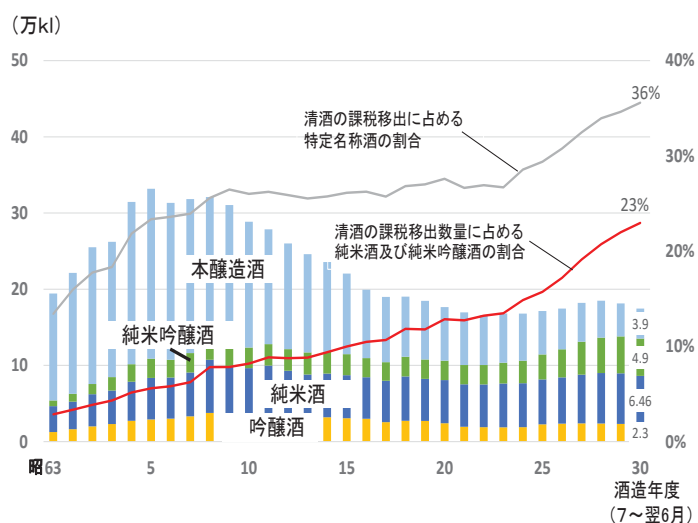
(2) 日本産酒類の輸出の状況

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。

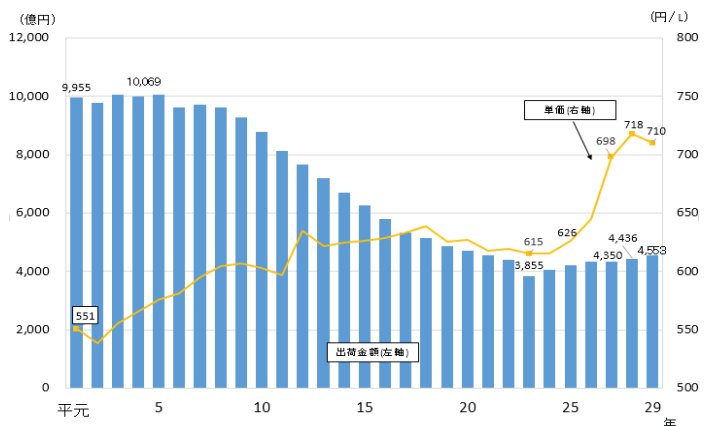
令和元年の輸出金額を品目別にみると、清酒が最も多く約234億円（対前年5.3%増）、次いでウイスキーが約195億円（対前年

図8 特定名称酒の課税移出数量の推移



資料：「清酒製造状況等調査」（国税庁）より作成

図9 清酒製造業の出荷金額と単価の推移



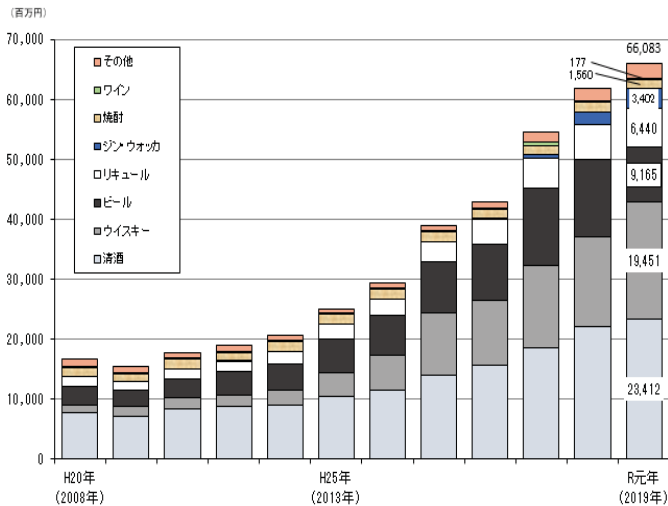
資料：経済産業省「工業統計表」より作成
 (注) 従業員4人以上の事業所

29.9%増) となりました。

伸び率では、ジン・ウォッカ（対前年54.1%増）、ウイスキー（対前年29.9%増）が大きく伸びました。

また、輸出金額が上位の国（地域）を見ると、アメリカ合衆国が最も多く約157億円（対前年19.5%増）、次いで中華人民共和国が約101億円（対前年54.7%増）、香港が63億円（対前年7.4%増）となり、特に中華人民共和国が伸びています。【図10】

図10 最近の日本産酒類の輸出動向



資料：財務省貿易統計

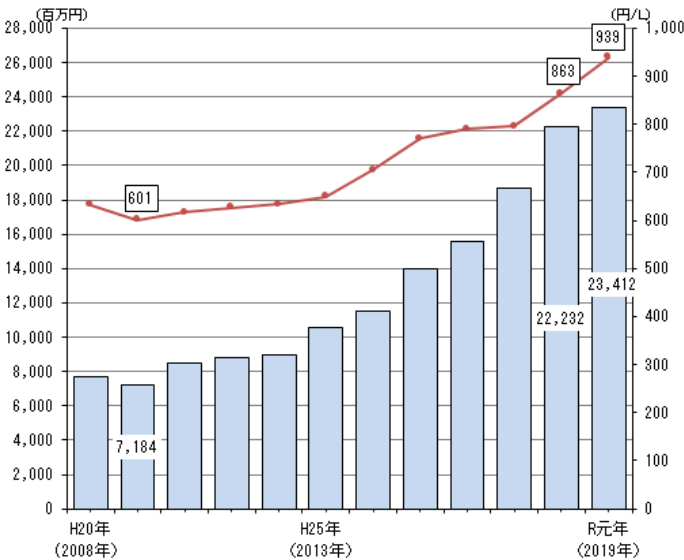
○品目別輸出金額 (単位: 百万円、%)

品目	R元	対前年増減率
清酒	23,412	+ 5.3
ウイスキー	19,451	+ 29.9
ビール	9,165	▲ 28.8
リキュール	6,440	+ 13.5
ジン・ウオッカ	3,402	+ 54.1
焼酎	1,560	+ 2.0
ワイン	177	▲ 37.0
その他	2,475	+ 20.6
輸出金額合計	66,083	+ 6.9

○輸出金額上位10か国(地域) (単位: 百万円、%)

国名	R元	対前年増減率
アメリカ合衆国	15,662	+ 19.5
中華人民共和国	10,117	+ 54.7
香港	6,253	+ 7.4
台湾	6,198	+ 4.9
大韓民国	6,151	▲ 44.4
オランダ	3,607	+ 45.5
シンガポール	3,443	+ 9.4
フランス	3,440	+ 3.2
オーストラリア	2,292	▲ 4.8
ベトナム	1,927	+ 5.3
(参考)EU	9,159	+ 20.5

図11 最近の清酒の輸出動向



資料：財務省貿易統計

資料：財務省貿易統計

○輸出金額上位10か国(地域) (単位: 百万円、%)

国名	R元	対前年増減率
アメリカ合衆国	6,757	+ 7.0
中華人民共和国	5,001	+ 39.4
香港	3,943	+ 4.5
大韓民国	1,360	▲ 38.5
台湾	1,359	+ 0.6
シンガポール	857	+ 2.3
カナダ	548	+ 3.6
オーストラリア	439	▲ 1.6
ベトナム	376	▲ 14.5
英国	373	+ 15.2
(参考)EU	1,421	+ 6.5

○輸出単価上位10か国(地域) (輸出金額上位20か国のうち)

国名	単価(単位: 円/L)
マカオ	3,940
香港	2,047
シンガポール	1,406
メキシコ	1,094
英国	1,059
フランス	1,055
アメリカ合衆国	1,047
中華人民共和国	972
マレーシア	955
オーストラリア	908
(参考)EU	702

資料：財務省貿易統計

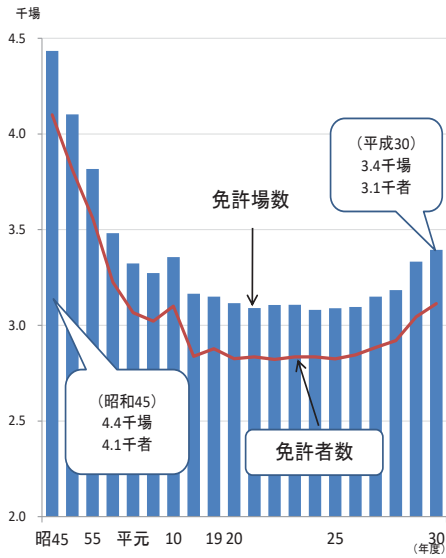
清酒の輸出金額は、10年連続で過去最高を記録しました。清酒の輸出金額が上位の国(地域)を見ると、アメリカ合衆国が最も多く約68億円(対前年7.0%増)、次いで中華人民共和国が約50億円(対前年39.4%増)、香港が約39億円(対前年4.5%増)となりました。輸出単価も10年連続で増加しており、マカオ、香港、シンガポール等が上位となっています。他方、欧州市場の開拓は今後の課題となっています。【図11】

(参考) 海外の市場環境について

WHOが2018年に発表した世界の地域区分別アルコール消費動向に係る調査報告によると、2016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、東地中海地域の0.6Lからヨーロッパ地域の9.8L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。

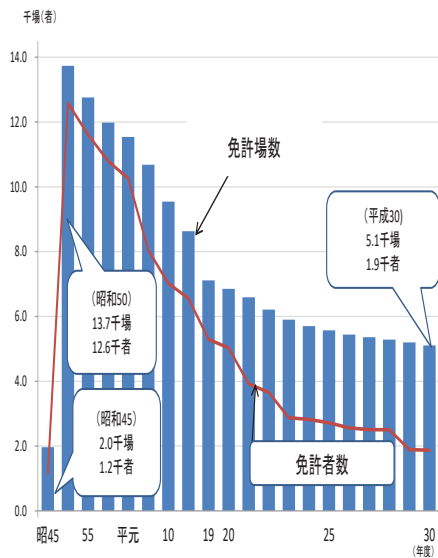
【図12】

図13 酒類製造業者数等の推移



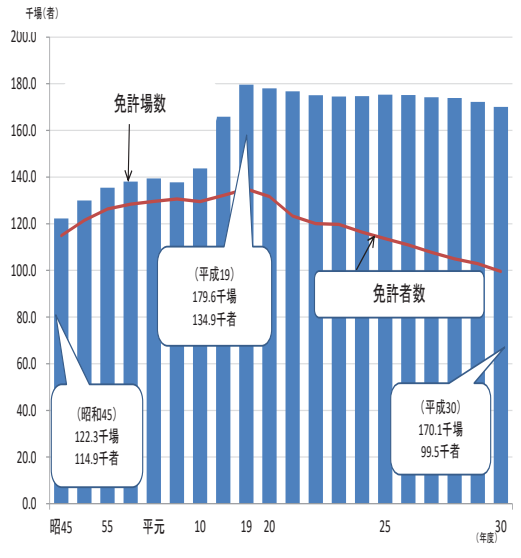
(注) 各酒類を通じたものを掲げた。

図14 酒類卸売業者数等の推移



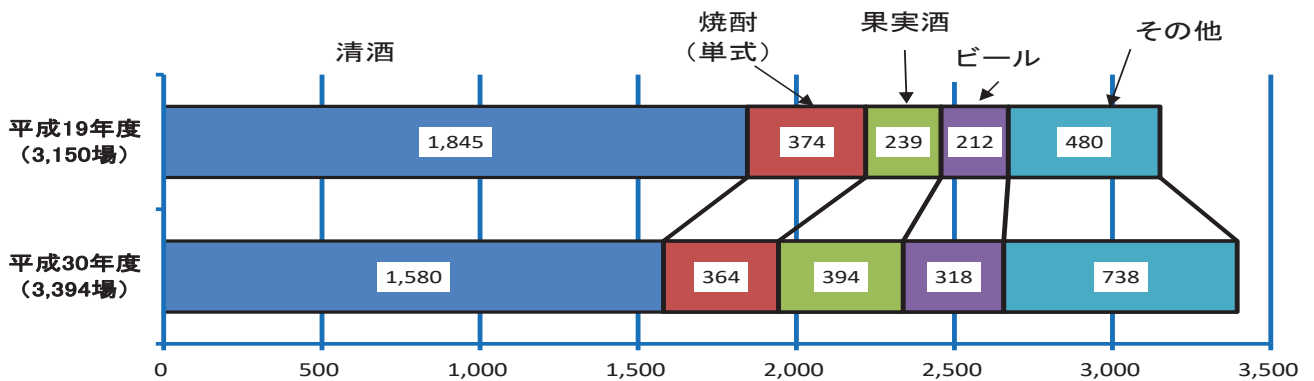
(注) 販売できる酒類の範囲が全酒類のものを掲げた。

図15 酒類小売業者数等の推移



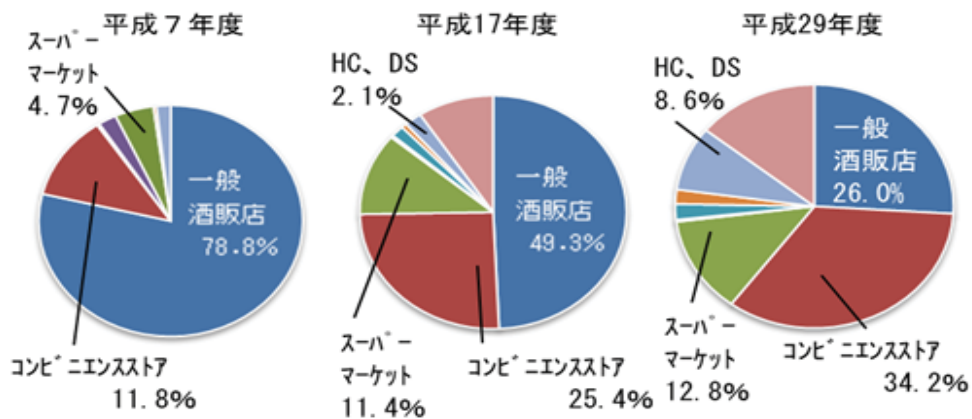
(注) 販売できる酒類の範囲が全酒類のものを掲げた。

図16 酒類製造業の現状



(注) 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。

図17 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29年度は酒類小売業者の概況による。

(注) HC (ホームセンター)、DS (ドラッグストア)

(4) 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30年度の税収は1.3兆円となっており、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18】

近年の酒類の課税額の推移を見ると、平成6年度の2.1兆円をピークに、平成30年度には1.3兆円まで減少しています。【図19】

次に、平成30年度における酒税収入の内訳を見ると、4割超がビール（約5,438億円）であり、発泡酒（約866億円）、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（約1,972億円）を合わせると、これら低アルコール飲料でおよそ3分の2を占めます。【図20】

図18 酒税収入と国税における酒税収入割合の推移

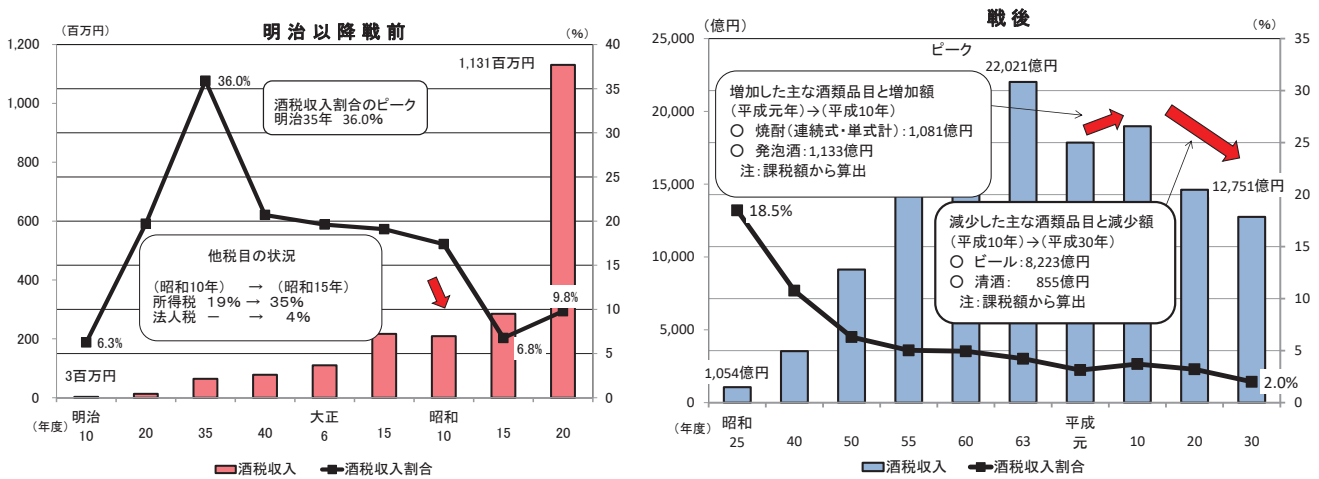
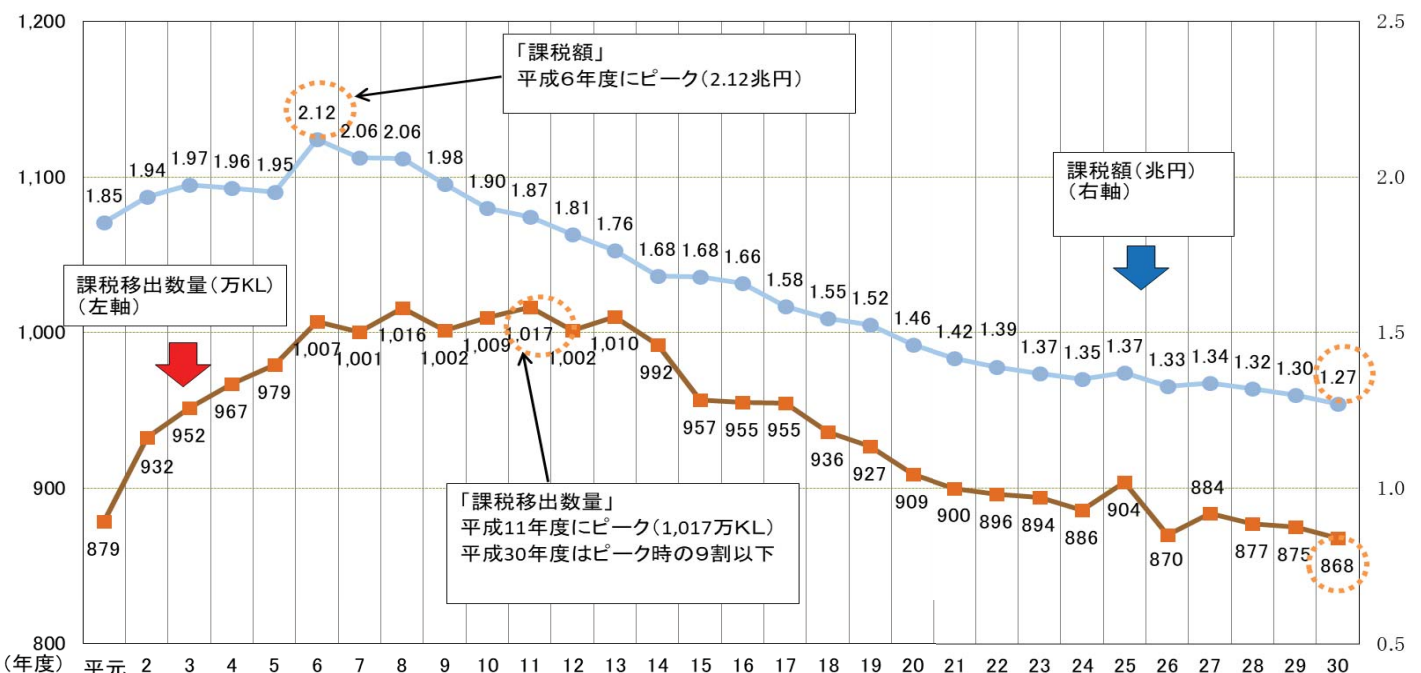
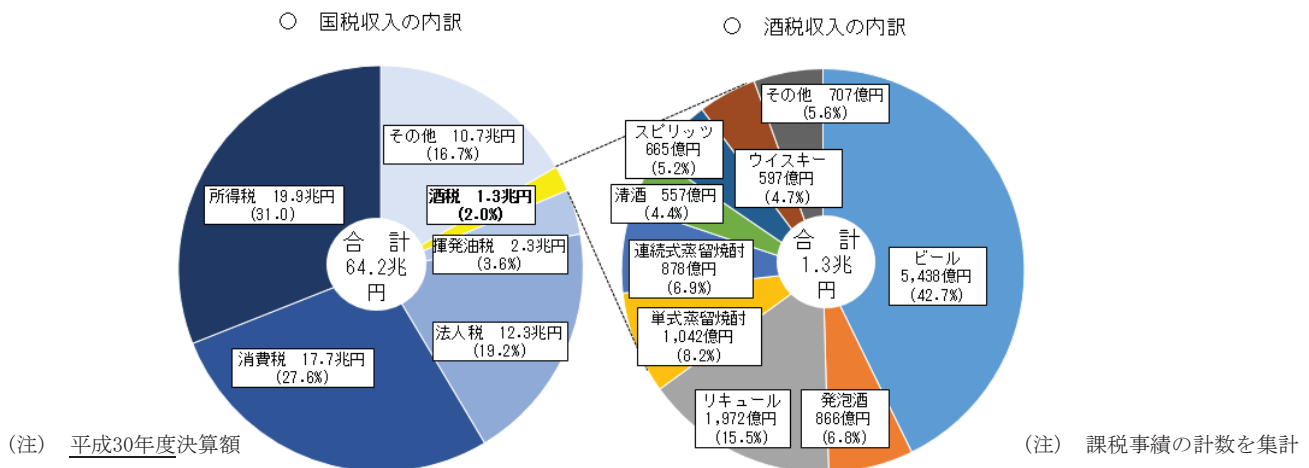


図19 酒類課税数量と課税額の推移





2 酒類業界の主な課題

このような状況の中、酒類業界においては、関係法令等のコンプライアンスの確保はもちろんのこと、業界の更なる発展に向けて、主に以下のような課題に取り組むことが重要と考えられます。

(1) 商品の差別化・高付加価値化

国内市場が量的に飽和する中、内外の消費者に日本産酒類の魅力を訴求するためには、商品の差別化・高付加価値化が求められます。

製造・販売を通じ、マーケットインの観点（消費者目線）も踏まえた商品の開発、消費者にとって分かりやすい価値訴求、商品のブランド化（個社ブランド、地域ブランド、JAPANブランド）等を進めることが重要となります。

また、農商工連携や異業種（食、酒器、観光、コンテンツ、地域資源等）との連携、ストーリーや体験的価値等を重視する「コト消費」の視点も有効です。

更には、従来 of 枠に必ずしもとらわれない新たな価値機軸の展開も期待されます。

価格競争が過度にわたる場合、事業者の体

力を弱める要因となりますが、こうした商品の差別化・高付加価値化は、過度の価格競争からの脱却にも資するものです。

高付加価値に相応した適正な価格設定や高価格帯市場の更なる開拓等も重要でしょう。

(2) 海外需要の開拓

成熟する国内需要のみならず、インバウンドも含めた海外需要の一層の開拓が重要になっています。

引き続き、日本産酒類の国際的な認知度や理解の向上を図るとともに、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や提案に努めることが、海外需要の開拓のために求められています。

また、富裕層向けを含め、多様な需要に応じた幅広い価格帯の商品提供も期待されています。

更に、増加する訪日外国人向けに酒蔵ツーリズムを実施し、購入促進を図ることで、地域活性化等のインバウンド効果や海外需要の拡大につなげることも重要です。

(3) 技術の活用と人材等の確保等

醸造技術等について、伝統技術の継承や更

なる開発を進めるとともに、自動化・省力化投資、IT、IoTやAI等のテクノロジーの活用による業務効率化や高付加価値化等に取り組むことも重要です。

人材の確保・育成や働きやすい環境の整備、事業承継等も課題であり、女性の一層の活躍も期待されます。

また、原料の円滑な確保にも留意する必要があります。

(4) 公正取引の確保

酒類の取引については、「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に、引き続き自主的に取り組む必要があります。

また、適正な販売管理の確保も重要です。

(5) 社会的要請への対応

地球温暖化や海洋ごみ問題といった地球規模の課題が深刻さを増しており、持続可能な社会の実現を推進するため、酒類業界においても環境保全に取り組むことが求められています。

また、20歳未満の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おり、不適切な飲酒の誘引防止やアルコール健康障害の発生防止等に取り組んでいく必要があります。

3 国税庁の取組

このような酒類業界の状況や課題等を踏まえ、国税庁においては、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、酒類業の事業所管官庁として、積極的に役割を果たしていきます。

(1) 酒税の適正・公平な課税

酒税の調査及び指導事務については、記帳

義務、申告義務等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など酒税法に違反する行為が認められる場合には、国税通則法第11章の規定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) 酒類行政の基本的方向性と具体的取組

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）に取り組んでいきます。

① 適切な法執行

(イ) 免許事務

酒類の製造及び販売業の免許事務については、手続の簡素化等の規制改革を着実に実施しているほか、制度の趣旨を踏まえ、申請等に対して適正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。

事業者からの相談や申請等については、事業者の置かれた立場等に十分配慮して、丁寧に対応することとしています。

(ロ) 酒類業組合の監督

酒類業組合の業務又は会計が法令等に違反している場合や運営が著しく適正を欠く場合には、改善措置を講ずるよう指導・助言するなど、適正な運営となるよう酒類業組合の監督を行っています。

(ハ) 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」や、平成29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。同調査において、上記基準に則していない取引等が認められた場合には、同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、同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等を公表しています。

引き続き、上記基準等の周知徹底、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。

(二) 適正な表示の確保

酒類の容器及び包装には、酒税の保全の観点から、当該酒類の品目等の所定の事項の表示義務が課されています。

また、酒類の円滑な取引や消費者利益に資する観点から、法令に基づき、酒類の製法、品質等の表示基準を告示として定めています。

このほか、食品を摂取する際の安全性の確保等の観点から、平成27年4月に食品表示基準が定められ、令和2年4月より、酒類の容器及び包装においても、食品表示基準に基づく表示を行う必要があります。

これらの酒類の表示に関して、適正な履行がなされるよう調査・指導等を行っています。

(ホ) 品質・安全性の確保

酒類の生産から消費までのすべ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等に関する技術指導を行っています。

(ハ) 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推進月間」と定め、関係省庁連携した啓発活動を行っています。

また、平成28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CO₂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。

(ト) 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。

(フ) 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。

現在、第2期の同計画（令和3年4月～令和8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つて、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。

② 酒類業の振興

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、事業所管官庁として、引き続き、酒類業界の課題やニーズ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。

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、国税庁はサポートや環境整備に取り組みます。

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。

また、中小企業の経営基盤の安定に配慮するとともに、酒類製造業者の技術力の強化を支援していきます。

主な具体的取組としては以下のとおりです。

(イ) 海外需要の開拓

○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)の保護等を求めています。

平成31年2月に発効した日EU・EPA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、④EU域内における酒類

の地理的表示の保護を実現しました。【参考1】

また、令和2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、撤廃を求めています。

○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る見込みです。

○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聘等に取り組みます。

これまでに英国の「Imbibe Live」の出展を支援したほか、ドイツや台湾の大手バイヤーを招聘し、日本産酒類製造者との商談会を実施しました。【参考2】

参考1 | 日EU・EPAの概要

清酒・焼酎

関税

EU側は清酒の関税を即時撤廃
(焼酎は従前から無税)
日本側は清酒・焼酎の関税を11年目に撤廃
(段階的撤廃)

地理的表示(GI)

相互保護を確保
※従前は、日本の地理的表示(GI)はEUでは
保護されませんでした。

非関税措置

単式蒸留焼酎の容器容量規制が緩和され、
四合瓶や一升瓶の輸出が可能となりました。
※EUにおいては、蒸留酒(焼酎含む)について、
700mlや1,750ml等の決められた容量以外
では流通・販売ができない容器容量規制があり、
従前は四合瓶や一升瓶での輸出はできま
せませんでした。

ワイン

関税

EU側、日本側ともに即時撤廃

地理的表示(GI)

相互保護を確保
※従前は、日本の地理的表示(GI)はEUでは
保護されませんでした。

非関税措置

日本ワインの輸入規制が緩和されました。
※EUにおいては、EUワイン醸造規則に従って
製造されたもの以外は流通できないこととされ
ており、日本からEUにワインを輸出する場
合、従来、例えば、ワイン製造過程で添加され
る糖の量や使用されるぶどう品種が限定されて
いましたが、「日本ワイン」であれば当該要件
にかかわらず輸出が可能となりました。
※また、EUワイン醸造規則に従っている旨の公
的機関が発行した証明書の添付義務がありまし
たが、「日本ワイン」であることについての業
者の自己証明によって輸出が可能となりまし
た。

参考2 | 販路拡大支援の具体例

Imbibe Live 2019

令和元年7月に開催された英国最大級の酒類見
本市「Imbibe Live 2019」に、日本産酒類プロ
モーションブースを出展しました。

また、マスターソムリエの資格を有する者を講
師として、清酒の特徴やペアリングについてのセ
ミナーを開催しました。

海外のバイヤーの招聘

令和元年11月及び令和2年2月、日本産酒類の
取扱いを希望する海外の輸入卸売事業者のバイ
ヤーを招聘し、日本酒製造業者及び焼酎製造業者
を対象とした商談会を実施しました。

商談会に併せて、酒蔵視察を行い、海外のバイ
ヤーに対して製造工程等を解説し、日本酒や焼酎
の特徴や魅力を発信しました。

○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聘等により、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。

令和元年は、6月にG20大阪サミットでプロモーションブースを設置したほか、10月にパリで開催された「SALON DU SAKE 2019」でセミナー・ワークショップを実施しました。

また、令和2年2月にロンドン、同年3月にサンパウロのジャパン・ハウスでもプロモーションを実施しました。【参考3】

○酒蔵ツーリズムの推進

酒類製造者が自ら製造した酒類を訪日外国人旅行者等に販売した場合に消費税に加えて酒税が免税となる「酒蔵ツーリズム免税制度」が平成29年10月から施行されました。令和元年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。

参考3 国際的プロモーションの具体例

G20大阪サミットにおけるプロモーション

令和元年6月、サミット会場に設置された国際メディアセンターにおいて、日本産酒類のプロモーションブースを設置しました。

開催地である大阪や関西の酒類のほか、東日本大震災の被災地の酒類を含めた幅広い日本産酒類のPRを行ったほか、日本酒等の製造工程や特徴等の展示を行い、各国代表団やメディア関係者等の情報発信力の高い層に対し、日本産酒類の魅力を発信しました。

海外の日本産酒類専門家育成事業

令和2年1月、海外における日本産酒類の理解の向上を通じ、輸出拡大につなげることを目的に、海外市場で影響力や情報発信力のある海外の酒類専門家（WSET関係者）を招聘し、日本酒や焼酎・泡盛の酒蔵の視察や酒類総合研究所によるレクチャーを実施しました。

パリで開催された「SALON DU SAKE 2019」におけるプロモーション

令和元年10月、海外バイヤー等に対して、日本酒の製法や「うまみ」等の特徴、食材とのペアリングの基本について説明を行い、日本酒の魅力を発信しました。

また、「SALON DU SAKE 2019」の主催者であるシルヴァン・ユエ氏がプレゼンターとなり、欧州産チーズと日本酒のペアリング体験を実施しました。

ジャパン・ハウスにおけるプロモーション

令和2年2月、ロンドンのジャパン・ハウスにおいて、焼酎・泡盛について消費者向け及びビジネス向けのセミナーや、来館者に対して試飲・ペアリング体験等を実施しました。また、バーテンダー向けに焼酎・泡盛カクテルに関するワークショップも行いました。同年3月には、サンパウロのジャパン・ハウスにおいて、来館者に対して日本酒等の試飲・ペアリング体験を実施しました。

(ロ) ブランド化の推進

○地理的表示（G I）の普及拡大

地理的表示（G I）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。

これまでに11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。【表2】

○ワインの表示ルールの定着

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。

こうした状況を踏まえ、国税庁において、日本ワインの定義等を定めた「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年10月から施行されています。【参考4】

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等を集めた情報交換会等も開催しています。

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等を図ります。

表2 地理的表示（G I）の指定状況

名称	産品	指定日
吉岐	麦焼酎	平成7年6月30日
球磨	米焼酎	平成7年6月30日
琉球	泡盛	平成7年6月30日
薩摩	芋焼酎	平成17年12月22日
白山	清酒	平成17年12月22日
山梨	ぶどう酒	平成25年7月16日
日本酒	清酒	平成27年12月25日
山形	清酒	平成28年12月16日
灘五郷	清酒	平成30年6月28日
北海道	ぶどう酒	平成30年6月28日
はりま	清酒	令和2年3月16日

参考4 ワインの表示ルールの概要

○国産ぶどうのみを原料とし、日本国内で製造された果実酒のみが「日本ワイン」と表示することができます。

○また、「日本ワイン」のみが①地名、②ぶどうの品種名、③ぶどうの収穫年を表示することができます。

（注）例えば、ワインの産地名として地名を表示する場合、その地名が示す範囲にぶどうの収穫地（85%以上使用）と醸造地があること等、それぞれの表示ができる場合の要件があります。

○海外原料を使用したワインは、表ラベルに「濃縮果汁使用」「輸入ワイン使用」等の表示が義務付けられました。また、地名やぶどうの品種名・収穫年を表示することはできません。

○日本酒の輸出用裏ラベルの作成・周知

令和元年8月には、JFOOD0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。

○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観点から、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。

令和元年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。【参考5】

○海外向けブランド化のモデル事例構築支援

令和2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。

(ハ) 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。

(ニ) 技術支援

○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、鑑評会や研究会等の開催、酒造組合等の講習会や審査会等への職員派遣等を通じ、酒

類総合研究所の研究成果をはじめ、先端技術等の普及を推進しています。

また、新規参入者等、技術基盤の維持・向上が必要と考えられる酒類製造者に対しては、丁寧な技術支援に取り組んでいます。

○安全性に関する支援及びHACCPの義務化への対応支援

酒類の放射性物質に関する調査・情報提供等により安全性を確認しているほか、HACCP（※）の制度化に伴い、手引書の作成等、業界団体の対応を支援しています。

※ 食品衛生上の危害の発生を防止するために特に重要な工程を管理するための国際的な基準

○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、独立行政法人酒類総合研究所で行っています。

その他にも、酒類の輸出促進のための研究・開発、酒類醸造講習の実施、輸出酒類に係る分析、酒類に関する正しい知識・魅力の普及等の取組を実施しています。【参考6】

(ホ) 沖縄振興

「琉球泡盛の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。

- 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、ブランド力を高める
- 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

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ト
- (8) 商品のブランド化
- (9) 地理的表示（G I）の活用等
ディングの結果
- (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、価値の提案が重要
- 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

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、小口配送等）
- 「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（G I）の指定も進める
- 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

研究・開発（代表的なもの）

○日本ワインの競争力強化に向けて酒類総合研究所を代表とする「日本ワインの競争力強化コンソーシアム」を形成し、栽培・醸造・ICTの各分野について、研究を実施しました。

日本の代表的なブドウ品種である「甲州」の優良系統の選抜・普及を行ったり、各地の気象やブドウの生育予測が分かる栽培支援情報システムを開発するなど、栽培・醸造双方に技術支援を行ったことで、日本ワインの競争力強化に貢献しました。

○日本産酒類のブランド価値向上のために酒類の輸出促進に貢献するため、日本産酒類（清酒、ワイン、焼酎を含む国産蒸留酒など）のブランド価値向上につながる研究開発を拡充しています。

例えば、清酒については、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に成功しており、現在は全国の製造者が広く使用できるよう実用化を進めています。

今後は、原料米の品種や産地、使用する米の特徴（いわゆるテロワール）や長期熟成による経年変化が、品質向上にどのように影響を与えているか研究していきます。

醸造技術者の育成（酒類製造講習）

醸造技術者を育成するため、各業界団体との共催で、酒類総合研究所の最新の成果を取り入れた酒類醸造講習を、清酒、ワイン、ビール及び本格焼酎・泡盛と幅広い酒類について実施しています。

また、業界ニーズの高まりを踏まえ、講習の回数の増加等を図っています。

輸出酒類に係る分析

輸出酒類の安全性を確保し、輸出に支障のないよう、放射性物質の分析を行い、相手国・地域が求める証明書を発行しています。

その他、台湾への酒類の輸出及びEUへのワイン輸出において求められる、公的機関の分析等証明書について、酒類総研が分析・証明体制を整備して対応しています。

酒類に関する正しい知識・魅力の普及

酒類の商品知識や品質管理等に関する研修会等に、専門知識豊富な講師を派遣しています。

また、広報誌「エヌリブ」や情報誌「お酒のはなし」等各種広報資料を発行しています（英語を含む、多言語にも対応）。

酒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査の実施
 - ・ 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対策
- 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慮するとともに、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
- #### 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

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

1 国 税 収 入 の 累 年 比 較

区 分	平成22		23		24		25		26		27		28		29		30		令和元	
	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %
直接税	246,225	56.3	258,580	57.2	276,251	58.7	311,380	60.8	328,821	56.8	335,704	56.0	328,528	55.7	360,744	57.8	377,358	58.8	363,066	56.7
所得税 (内源泉分)	129,844	29.7	134,762	29.8	139,925	29.7	155,308	30.3	167,902	29.0	178,071	29.7	176,111	29.9	188,816	30.3	199,006	31.0	190,640	29.8
(内申告分)	106,770	24.4	110,108	24.4	114,725	24.4	127,592	24.9	140,267	24.2	147,732	24.6	144,860	24.6	156,271	25.1	165,650	25.8	157,400	24.6
法人税	23,073	5.3	24,654	5.5	25,200	5.4	27,717	5.4	27,635	4.8	30,340	5.1	31,251	5.3	32,544	5.2	33,356	5.2	33,240	5.2
相続税	89,677	20.5	93,514	20.7	97,583	20.7	104,937	20.5	110,316	19.1	108,274	18.1	103,289	17.5	119,953	19.2	123,180	19.2	117,150	18.3
特別会計分	12,504	2.9	14,744	3.3	15,039	3.2	15,743	3.1	18,829	3.3	19,684	3.3	21,314	3.6	22,920	3.7	23,333	3.6	23,330	3.6
	14,200	3.2	15,560	3.4	23,703	5.0	35,391	6.9	31,774	5.5	29,674	4.9	27,814	4.7	29,056	4.7	31,839	5.0	31,946	5.0
間接税等	190,850	43.7	193,174	42.8	194,242	41.3	200,894	39.2	249,671	43.2	263,990	44.0	261,036	44.3	263,034	42.2	264,882	41.2	277,511	43.3
酒 税	13,893	3.2	13,693	3.0	13,496	2.9	13,709	2.7	13,276	2.3	13,380	2.2	13,195	2.2	13,041	2.1	12,751	2.0	12,710	2.0
消費税	100,333	23.0	101,946	22.6	103,504	22.0	108,293	21.1	160,290	27.7	174,263	29.1	172,282	29.2	175,139	28.1	176,809	27.5	190,620	29.8
たばこ税	9,077	2.1	10,315	2.3	10,179	2.2	10,375	2.0	9,187	1.6	9,536	1.6	9,142	1.6	8,642	1.4	8,613	1.3	8,890	1.4
揮発油税	27,501	6.3	26,484	5.9	26,219	5.6	25,743	5.0	24,864	4.3	24,646	4.1	24,342	4.1	23,962	3.8	23,478	3.7	23,030	3.6
石油ガス税	119	0.0	113	0.0	107	0.0	103	0.0	97	0.0	92	0.0	87	0.0	82	0.0	76	0.0	70	0.0
航空機燃料税	749	0.2	462	0.1	494	0.1	522	0.1	521	0.1	513	0.1	514	0.1	522	0.1	527	0.1	520	0.1
石油石炭税	5,019	1.1	5,191	1.1	5,669	1.2	5,995	1.2	6,307	1.1	6,304	1.1	7,020	1.2	6,908	1.1	7,014	1.1	7,070	1.1
電源開発促進税	3,492	0.8	3,314	0.7	3,280	0.7	3,283	0.6	3,211	0.6	3,159	0.5	3,197	0.5	3,257	0.5	3,220	0.5	3,300	0.5
自動車重量税	4,465	1.0	4,478	1.0	3,969	0.8	3,814	0.7	3,728	0.6	3,849	0.6	3,915	0.7	3,778	0.6	3,944	0.6	3,760	0.6
関 税	7,859	1.8	8,742	1.9	8,972	1.9	10,344	2.0	10,731	1.9	10,487	1.7	9,390	1.6	10,241	1.6	10,711	1.7	9,610	1.5
とん 税	95	0.0	97	0.0	98	0.0	100	0.0	100	0.0	99	0.0	98	0.0	99	0.0	103	0.0	110	0.0
そ の 他	1	0.0	2	0.0	0	0.0	1	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.0	0	0.0	69	0.0	500	0.1
印紙収入	10,240	2.3	10,469	2.3	10,777	2.3	11,261	2.2	10,350	1.8	10,495	1.8	10,791	1.8	10,515	1.7	10,729	1.7	10,490	1.6
特別会計分	8,007	1.8	7,868	1.7	7,475	1.6	7,353	1.4	7,011	1.2	7,165	1.2	7,063	1.2	6,848	1.1	6,838	1.1	6,831	1.1
合 計	437,074	100.0	451,754	100.0	470,492	100.0	512,274	100.0	578,492	100.0	599,694	100.0	589,564	100.0	623,803	100.0	642,241	100.0	640,577	100.0

(注) 1 平成30年度までは決算額、令和元年度は補正後予算額である。

2 電源開発促進税については、平成19年度から一般会計に組み入れられた。

3 億円単位未満の値については四捨五入しているため、各項目の合計と合計欄の金額は一致しない。

2 酒 税 収 入 の 累 年 比 較

年 度	国 税 収 入		酒 税 収 入			間 接 税 比 率
	総 額	対 前 年 比	収 入 額	対 前 年 比	対 国 税 収 入	
	億 円	%	億 円	%	%	%
昭和55	283,688	113.7	14,243	97.5	5.0	28.9
60	391,502	106.5	19,315	103.8	4.9	27.2
61	428,510	109.5	19,725	102.1	4.6	26.9
62	478,068	111.6	20,815	105.5	4.4	26.7
63	521,938	109.2	22,021	105.8	4.2	26.8
平成元	571,361	109.5	17,861	81.1	3.1	25.8
2	627,798	109.9	19,350	108.3	3.1	26.3
3	632,110	100.7	19,742	102.0	3.1	26.7
4	573,964	90.8	19,610	99.3	3.4	29.3
5	571,142	99.5	19,524	99.6	3.4	30.6
6	540,007	94.5	21,127	108.2	3.9	33.4
7	549,630	101.8	20,610	97.6	3.8	33.9
8	552,261	100.5	20,707	100.5	3.7	34.7
9	556,007	100.7	19,619	94.7	3.5	36.6
10	511,977	92.1	18,983	96.8	3.7	40.7
11	492,139	96.1	18,717	98.6	3.8	42.8
12	527,209	107.1	18,164	97.0	3.4	38.7
13	499,684	94.8	17,654	97.2	3.5	40.5
14	458,442	91.7	16,804	95.2	3.7	43.7
15	453,694	99.0	16,842	100.2	3.7	43.9
16	481,029	106.0	16,599	98.6	3.5	41.8
17	522,905	108.7	15,853	95.5	3.0	39.7
18	541,169	103.5	15,473	97.6	2.9	38.1
19	526,558	97.3	15,242	98.5	2.9	38.6
20	458,309	87.0	14,614	95.9	3.2	42.3
21	402,433	87.8	14,168	96.9	3.5	47.1
22	437,074	108.6	13,893	98.1	3.2	43.7
23	451,754	103.4	13,693	98.6	3.0	42.8
24	470,492	104.1	13,496	98.6	2.9	41.3
25	512,274	108.9	13,709	101.6	2.7	39.2
26	578,492	112.9	13,276	96.8	2.3	43.2
27	599,694	103.7	13,380	100.8	2.2	44.0
28	589,564	98.3	13,195	98.6	2.2	44.3
29	623,803	105.8	13,041	98.8	2.1	42.2
30	642,241	103.0	12,751	97.8	2.0	41.2
令和元	640,577	99.7	12,710	99.7	2.0	43.3

(注) 国税には、特別会計分を含み、平成30年度までは決算額、令和元年度は補正後予算額である。

付表 我が国における酒税制度等の沿革(概要)

年	次	事	項
明 治	4 年	7 月	清酒、濁酒、醤油醸造鑑札収与並収税法規則の制定
明 治	8 年	2 月	酒類税則の制定
明 治	13 年	9 月	酒造税則の制定
明 治	26 年	4 月	酒精営業税法の制定
明 治	29 年	3 月	酒造税法の制定
明 治	34 年	10 月	酒精及び酒精含有飲料税法の制定
明 治	34 年	12 月	麦酒税法の制定
明 治	38 年	1 月	酒造組合法の制定
昭 和	13 年	4 月	酒類販売業が免許制度となる
昭 和	14 年	3 月	酒類の価格が統制価格となる
昭 和	15 年	3 月	酒税法の制定（造石税、庫出税の併課）
昭 和	16 年	11 月	酒税等の増徴等に関する法律の制定
昭 和	18 年	4 月	庫出税に級別差等課税制度を採用 酒類業団体の制定
昭 和	19 年	4 月	造石税の廃止、庫出税のみとなる
昭 和	22 年	3 月	酒類業団体を酒類業組合法に改正
昭 和	23 年	7 月	酒類業組合法の廃止
昭 和	24 年	6 月	国税庁が発足
昭 和	28 年	2 月	酒税法（現行法）の制定 酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律（酒類業組合法・現行法）の制定
昭 和	35 年	10 月	統制価格の完全廃止、基準販売価格制度となる
昭 和	37 年	4 月	酒税法の大幅改正（酒類の種類分類の改正、一定の価格を超える高価格酒への 従価税制度の採用、申告納税制度の採用）
昭 和	39 年	6 月	基準販売価格制度の廃止（自由価格となる）
昭 和	42 年	6 月	登録免許税法の制定（酒類の製造、販売業免許にも登録免許税を課税）
平 成	元 年	4 月	酒税法等の大幅改正（級別制度の廃止、従価税制度の廃止、酒類の種類間の税 率の見直し等、酒類の表示基準制度の創設）
平 成	6 年	4 月	酒税法の一部改正（ビールの製造免許に係る最低製造数量基準の引下げ等）
平 成	9 年	10 月	酒税法の一部改正（WTO勧告に対応するためのしょうちゅう等蒸留酒に係る 税率の見直し）
平 成	10 年	5 月	
平 成	12 年	12 月	酒税法の一部改正（酒類の販売業免許の取消事由に、「酒類販売業者が未成年 者飲酒禁止法の規定により罰金の刑に処せられた場合」の追加）
平 成	15 年	4 月	酒税法の一部改正（酒類等の検定制度の廃止等）
平 成	15 年	7 月	酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法の制定（時限立法、平成18年 8月に緊急調整地域の指定が失効）
平 成	15 年	9 月	酒税法及び酒類業組合法の一部改正（免許の拒否要件の追加、酒類の表示に関す る命令規定の整備、酒類販売管理者の選任規定の新設）
平 成	18 年	5 月	酒税法等の一部改正（酒類の分類を4種類に簡素化、一部酒類の定義を改正）
平 成	29 年	6 月	酒税法及び酒類業組合法の一部改正（「酒類の公正な取引に関する基準」の制定、 酒類販売管理研修の義務化等）
平 成	30 年	4 月	酒税法の一部改正（酒類の品目の定義改正）

3 酒税法における酒類の分類及び定義

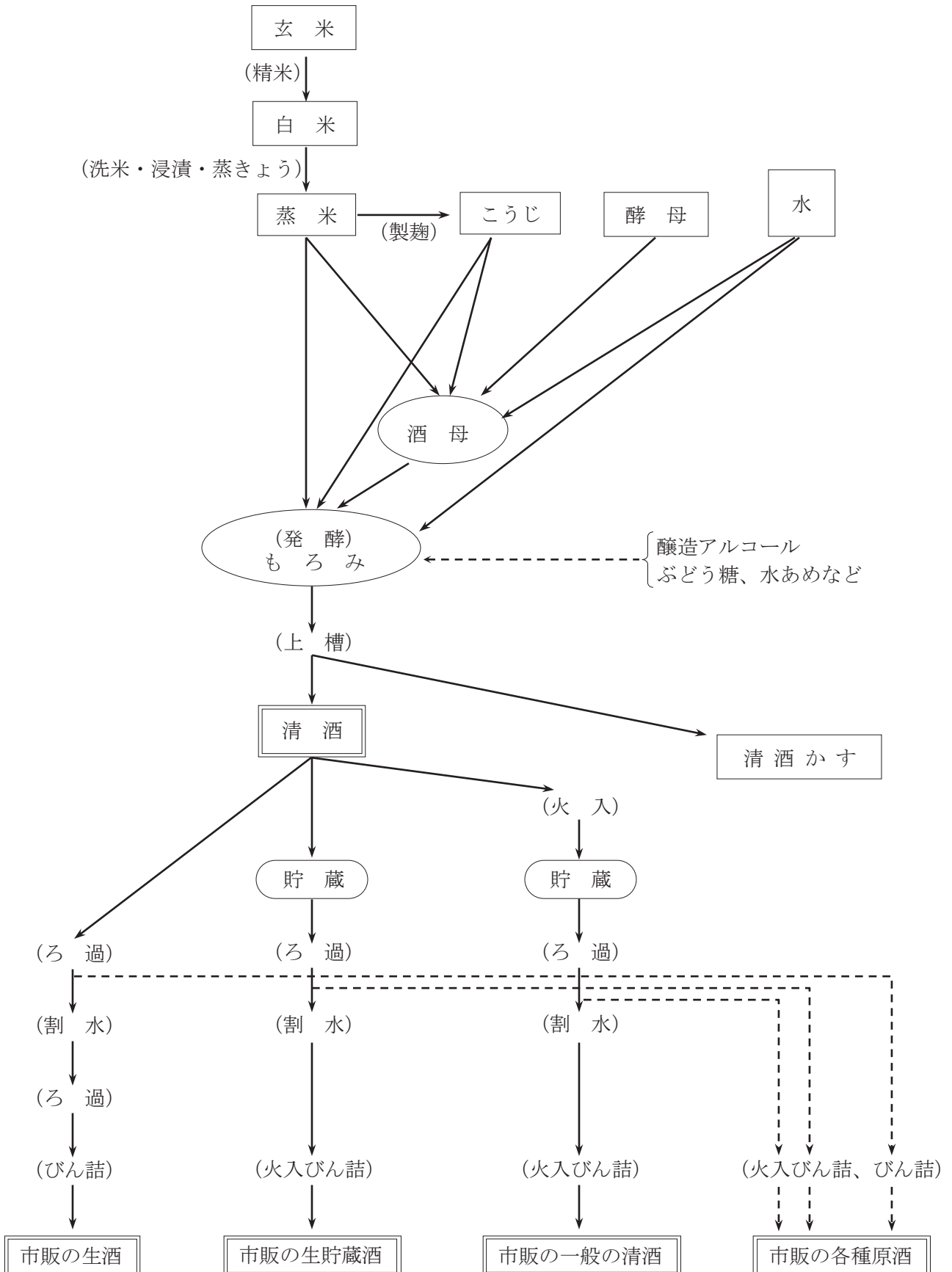
種 類		内 訳 (酒税法第3条第3号から第6号まで)
酒 類 アルコール分 1度以上 の飲料 (酒税法第2条)	発泡性酒類	ビール、発泡酒、その他の発泡性酒類 (ビール及び発泡酒以外の酒類のうちアルコール分が10度未満で発泡性を有するもの)
	醸造酒類(注)	清酒、果実酒、その他の醸造酒
	蒸留酒類(注)	連続式蒸留焼酎、単式蒸留焼酎、ウイスキー、ブランデー、原料用アルコール、スピリッツ
	混成酒類(注)	合成清酒、みりん、甘味果実酒、リキュール、粉末酒、雑酒

(注) その他の発泡性酒類に該当するものは除かれます。

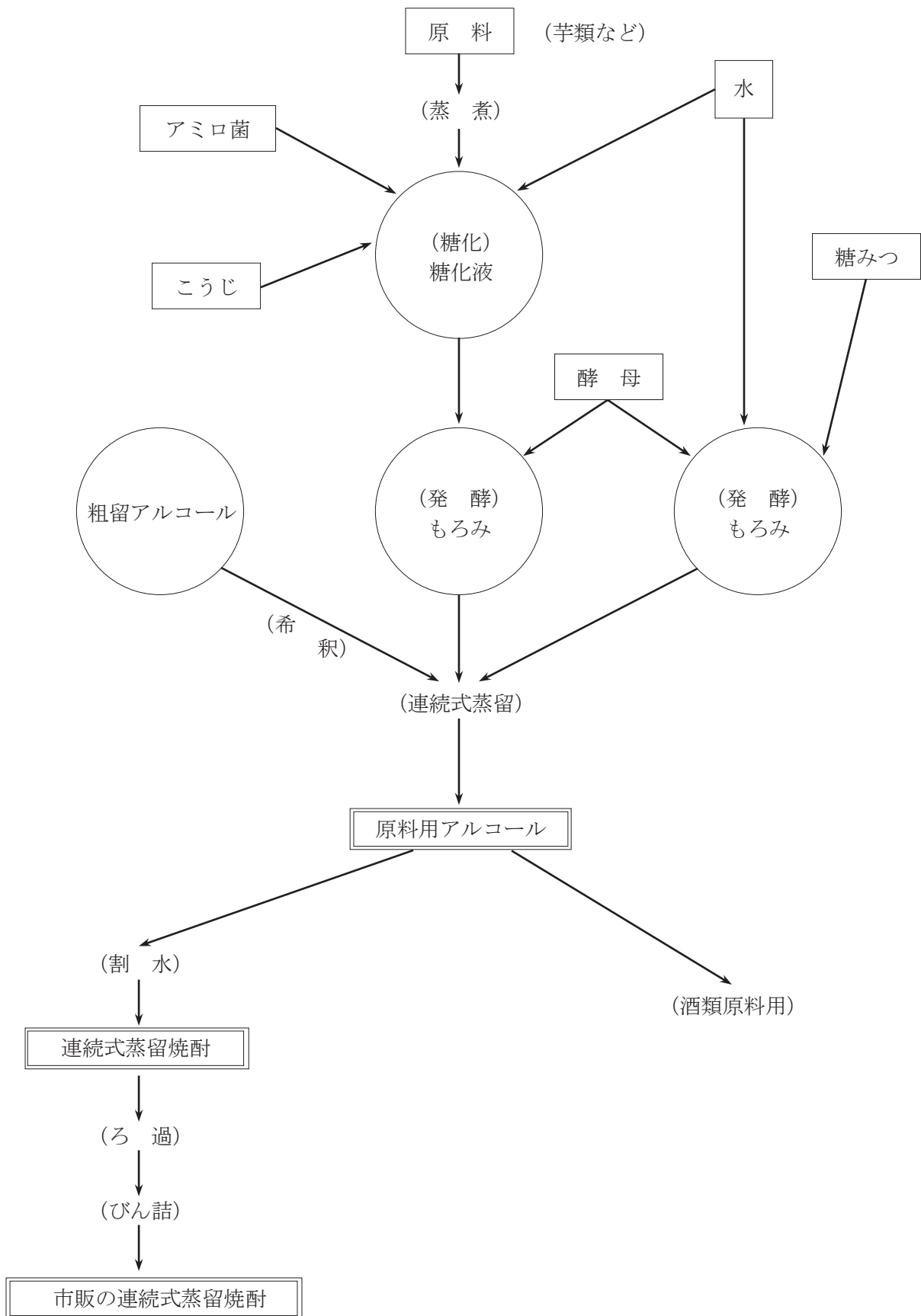
品 目	定 義 の 概 要 (酒税法第3条第7号から第23号まで)
清酒	* 米、米こうじ及び水を原料として発酵させてこしたもの (アルコール分が22度未満のもの) * 米、米こうじ、水及び清酒かすその他政令で定める物品を原料として発酵させてこしたもの (アルコール分が22度未満のもの)
合成清酒	* アルコール、焼酎又は清酒とぶどう糖その他政令で定める物品を原料として製造した酒類で、その香味、色沢その他の性状が清酒に類似するもの (アルコール分が16度未満でエキス分が5度以上等のもの)
連続式蒸留焼酎	* アルコール含有物を連続式蒸留機により蒸留したもの (アルコール分が36度未満のもの)
単式蒸留焼酎	* アルコール含有物を連続式蒸留機以外の蒸留機により蒸留したもの (アルコール分が45度以下のもの)
みりん	* 米、米こうじに焼酎又はアルコールを加えてこしたもの (アルコール分が15度未満でエキス分が40度以上等のもの)
ビール	* 麦芽、ホップ及び水を原料として発酵させたもの (アルコール分が20度未満のもの) * 麦芽、ホップ、水及び麦その他の政令で定める物品を原料として発酵させたもので、下記の条件を満たすもの (アルコール分が20度未満のもの) * 上記に掲げるビールにホップ又は政令で定める物品を加えて発酵させたもので、下記の条件を満たすもの (アルコール分が20度未満のもの) (条件) 麦芽比率が100分の50以上であること並びに使用した果実 (乾燥したもの、煮詰めたもの又は濃縮した果汁を含む。) 及び一定の香味料の重量が麦芽の重量の100分の5を超えない (使用していないものを含む。) こと
果実酒	* 果実を原料として発酵させたもの (アルコール分が20度未満のもの) * 果実に糖類を加えて発酵させたもの (アルコール分が15度未満のもの) * 上記に掲げる果実酒にオーク (チップ状又は小片状のもの) を浸してその成分を浸出させたもの
甘味果実酒	* 果実酒に糖類又はブランデー等を混和したもの
ウイスキー	* 発芽させた穀類及び水を原料として糖化させて発酵させたアルコール含有物を蒸留したもの
ブランデー	* 果実若しくは果実及び水を原料として発酵させたアルコール含有物を蒸留したもの * 果実酒にオーク (チップ状又は小片状のもの) を浸してその成分を浸出させたものを蒸留したもの
原料用アルコール	* アルコール含有物を蒸留したもの (アルコール分が45度を超えるもの)
発泡酒	* 麦芽又は麦を原料の一部とした酒類で発泡性を有するもの (アルコール分が20度未満のもの)
その他の醸造酒	* 穀類、糖類等を原料として発酵させたもの (アルコール分が20度未満でエキス分が2度以上のもの)
スピリッツ	* 上記のいずれにも該当しない酒類でエキス分が2度未満のもの
リキュール	* 酒類と糖類等を原料とした酒類でエキス分が2度以上のもの
粉末酒	* 溶解してアルコール分1度以上の飲料とすることができる粉末状のもの
雑酒	* 上記のいずれにも該当しない酒類

4 酒類の製造工程図

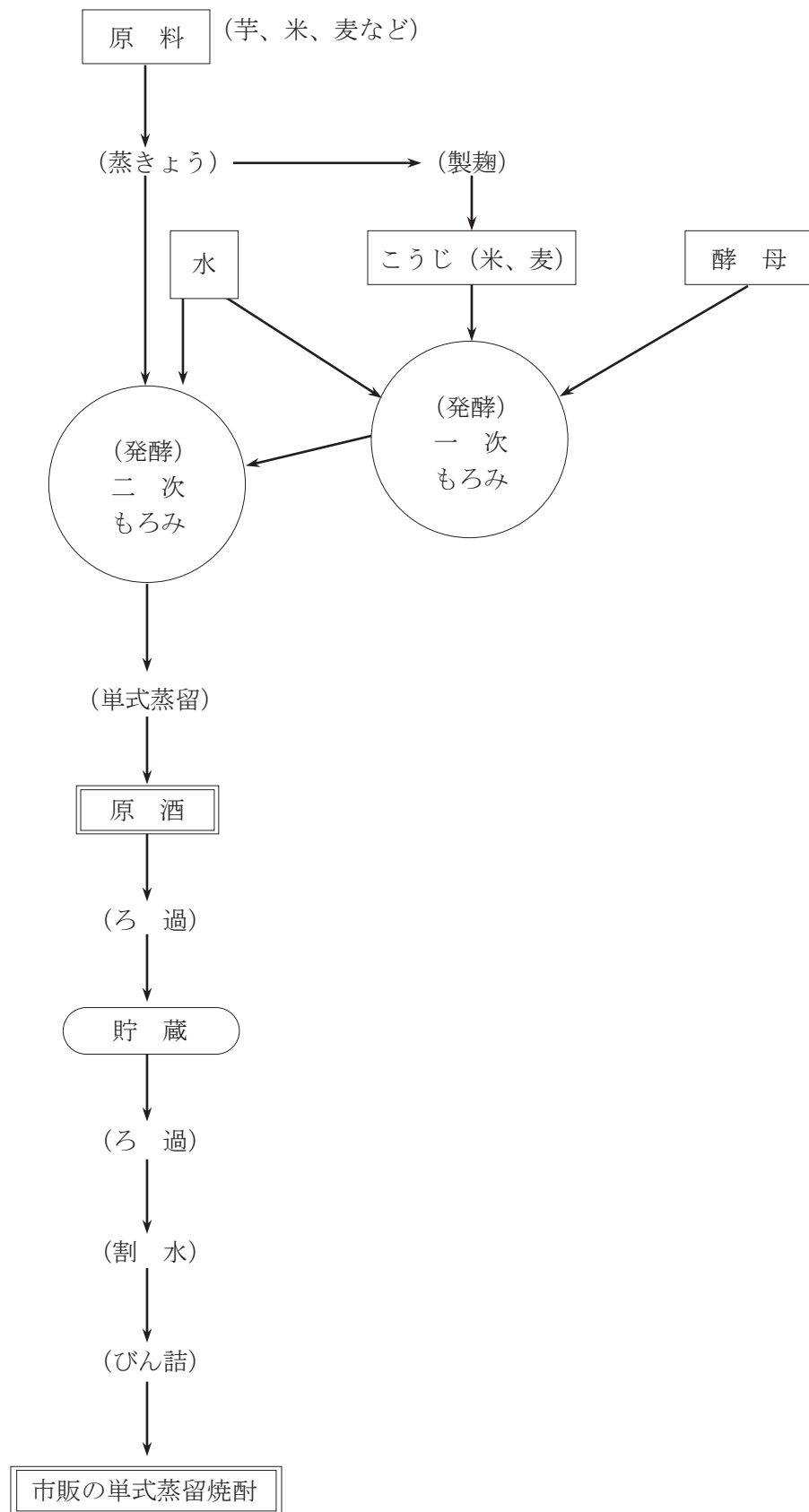
(1) 清 酒



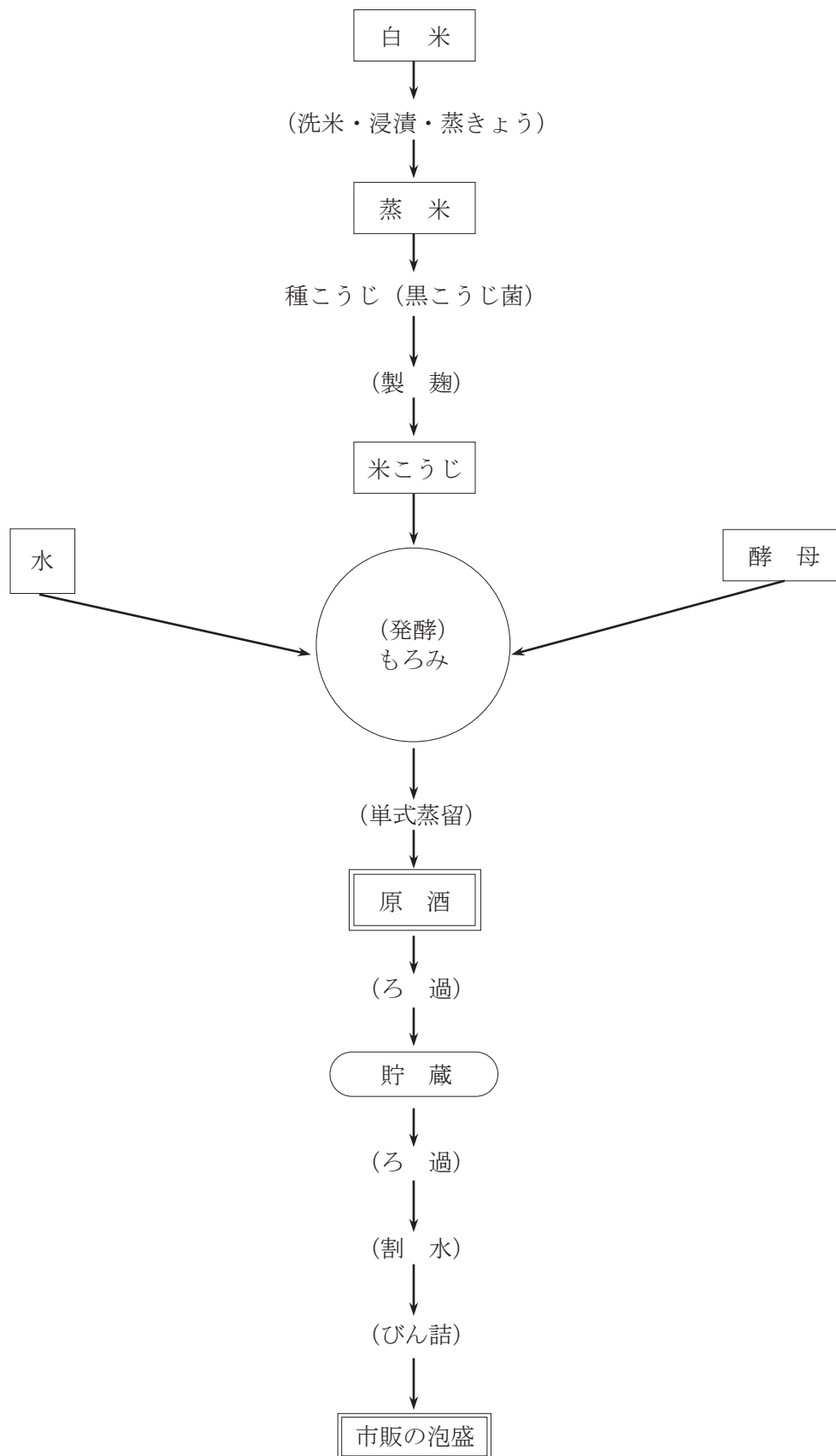
(2) 連続式蒸留焼酎・原料用アルコール



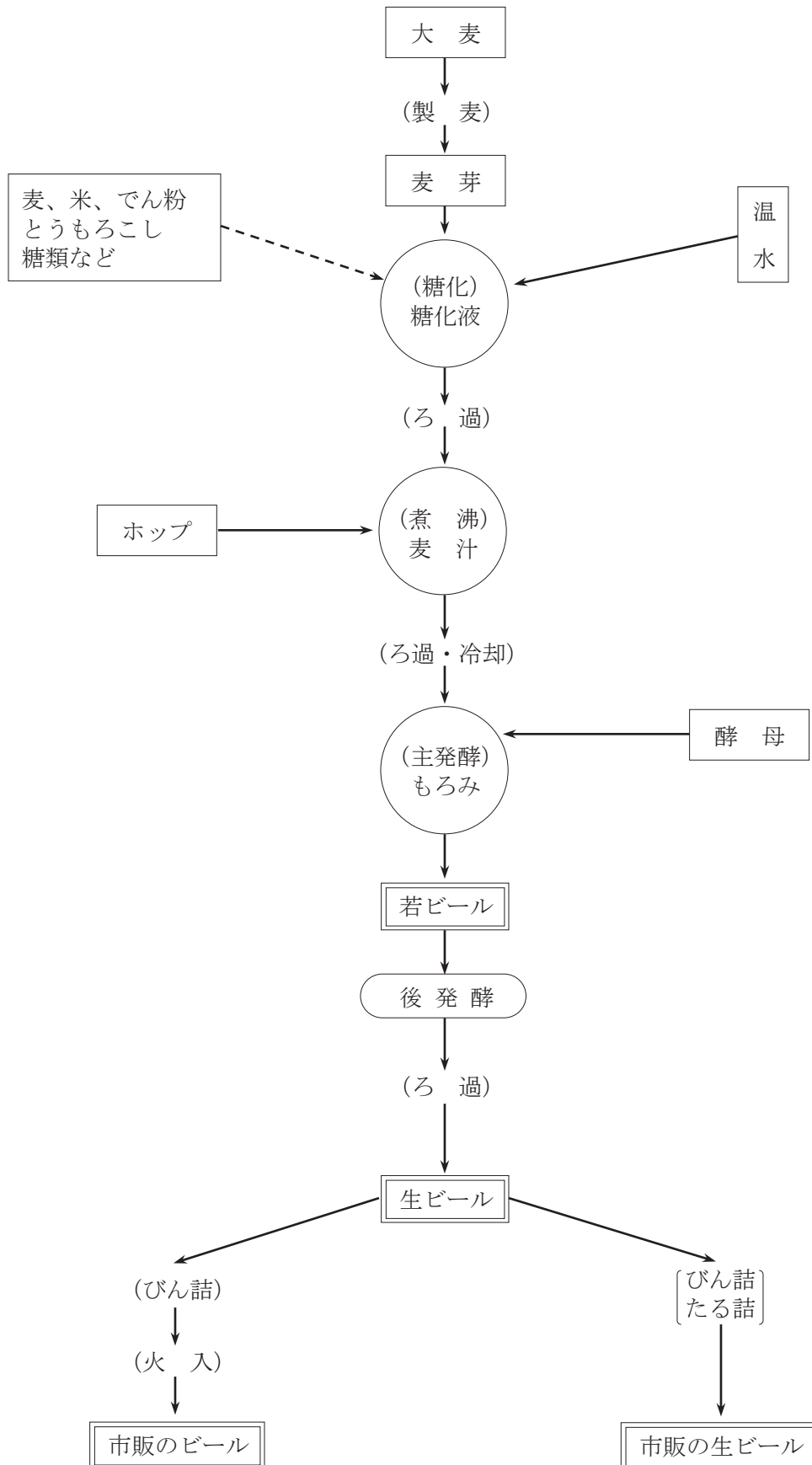
(3) 単式蒸留焼酎



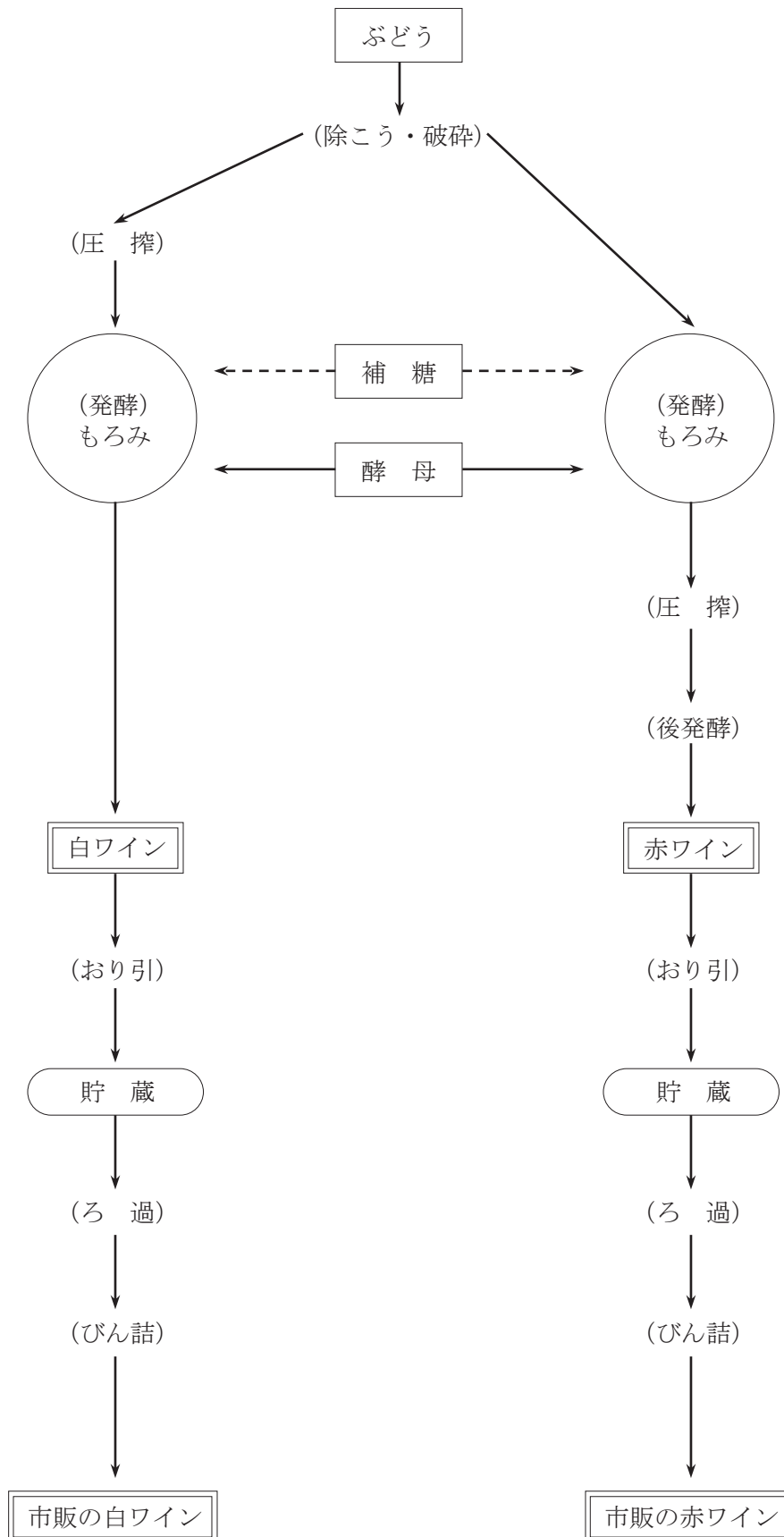
(4) 単式蒸留焼酎（泡盛）



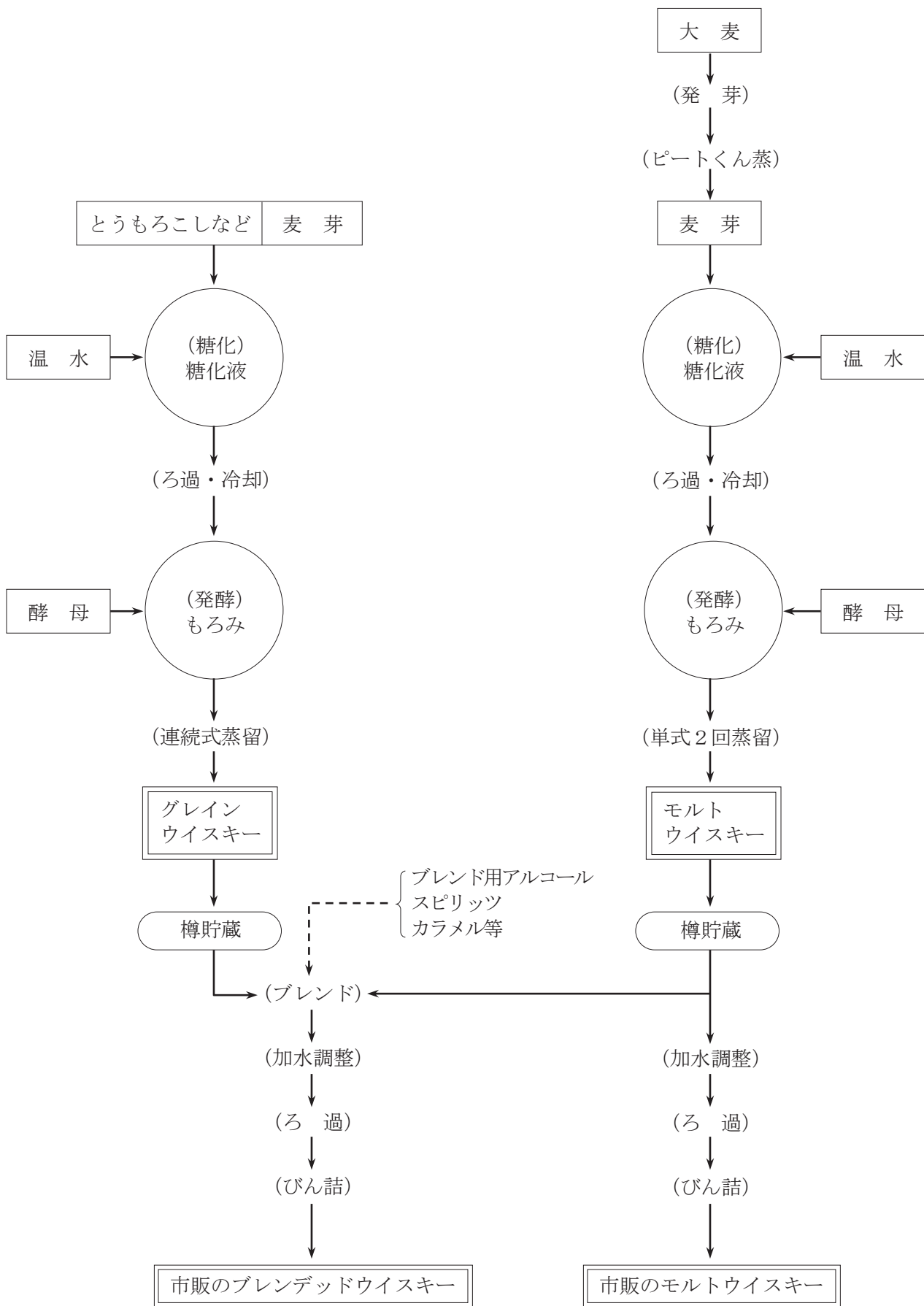
(5) ビール



(6) ワイン



(7) ウイスキー



5 酒税率一覧表(平成18年5月1日～令和2年9月30日)

1. 酒税法第23条関係

酒類の分類	アルコール分等	1kl当たり	税率
○発泡性酒類(基本税率)		220,000円	
ビール	220,000円		
	麦芽比率50%以上又はアルコール分10度以上	220,000円	
発泡酒	麦芽比率25%以上(アルコール分10度未満)	178,125円	
	麦芽比率25%未満(アルコール分10度未満)	134,250円	
その他の発泡性酒類	ビール及び発泡酒以外の品目の酒類のうち、アルコール分が10度未満で発泡性を有するもの(※)	80,000円	
○醸造酒類(基本税率)		140,000円	
清酒		120,000円	
果実酒		80,000円	
その他の醸造酒		140,000円	
○蒸留酒類(基本税率)		200,000円に20度を超える1度ごとに10,000円加算 200,000円	
連続式蒸留焼酎		200,000円に20度を超える1度ごとに10,000円加算 200,000円	
単式蒸留焼酎		200,000円に20度を超える1度ごとに10,000円加算 200,000円	
原料用アルコール		370,000円に37度を超える1度ごとに10,000円加算 370,000円	
ウイスキー ブランデー スピリッツ		220,000円に20度を超える1度ごとに11,000円加算 220,000円	
○混成酒類(基本税率)		100,000円 20,000円	
合成清酒		120,000円に12度を超える1度ごとに10,000円加算 120,000円	
みりん		390,000円	
甘味料 フルーツ 粉末		20,000円 220,000円に20度を超える1度ごとに11,000円加算 220,000円	
雑酒	みりん類似 21度以上 21度未満		

(※) ホップ等を原料の一部とした酒類で次に掲げるものは、その他の発泡性酒類に含まれる。
1 糖類、ホップ、水及び一定の物品(注)を原料として発酵させたものでエキス分2度以上のもの(その他の醸造酒)

(注)「一定の物品」とは、次のものをいう。
たんばく質分解物(大豆を原料とするもの)及び酵母エキス又はこれらとカラメル
たんばく質分解物(えんどうを原料とするもの)及びカラメル又はこれらと食物繊維
たんばく質分解物(とうもろこし、たんばく質分解物(とうもろこしを原料とするもの)、酵母エキス、アルコール、食物繊維、香味料、くえん酸三カリンウム及びカラメル
2 麦芽及びホップを原料の一部として発酵させた発泡酒(麦芽比率が50%未満のもの)に、大麦又は小麦を原料の一部として発酵させたアルコール含有物を蒸留したスピリッツを加えたものでエキス分2度以上のもの(リキュール)

2. 租税特別措置法第87条の2関係

次の品目のうち、発泡性のない酒類で、アルコール分13度未満のもの(リキュールについては12度未満のもの)については、1の表にかかわらず、次表の税率を適用する。

品目	アルコール分等	1kl当たり	税率
連続式蒸留焼酎 ウイスキー ブランデー スピリッツ	9度以上13度未満	80,000円に8度を超える1度ごとに10,000円加算	
	9度未満	80,000円	

3. 租税特別措置法第87条及び第87条の4関係

次の品目のうち、前年度の課税移出数量がそれぞれ1,300kl以下である者(前年度の課税移出数量の合計が10,000kl超の酒類の製造者を除く)が、当年度に移出する酒類の200klまでのものについては、1の表により算出した酒税額を次表の割合で軽減した酒税額とする。
なお、前年度の課税移出数量が1,000kl超～1,300kl以下の場合には上段の軽減割合、1,000kl以下の場合には下段の軽減割合を適用する。

品目	平成30年度	軽減割合		3年度	4年度
		令和元年度	2年度 ～9月 10月～		
清酒(連続式蒸留焼酎、 単式蒸留焼酎、 原料用アルコール) ウイスキー ブランデー スピリッツ	10%	10%	10%	10%	10%
果実酒(その他の発泡性酒類に該当するものを除く)(注1)	20%	20%	20%	20%	20%
合成清酒、発泡酒(注1)	10%	10%	10%	20%	20%
ビール(注2)	7.5%	7.5%	7.5%	7.5%	7.5%
	15%	15%	15%	15%	15%

(注)1 東日本大震災により酒類の製造場に基大な被害を受けたことについて国税庁長官の確認を受けた製造者は、上記の割合で軽減した酒税額を6.25%軽減した酒税額とする。(平成30～令和2年度)

2 当該免許を受けた日から5年を経過する日の属する月の末日までは、下記に応じた軽減割合が適用される。
・平成25年4月1日から平成30年3月31日までの間に初めてビールの製造免許を受けた者における軽減割合は、当該免許を受けた日から5年を経過する日の属する月の末日までは15%(平成27年度以降は15%又は7.5%)
・平成30年4月1日から令和3年3月31日までの間に初めてビールの製造免許を受けた者における軽減割合は、当該免許を受けた日から5年を経過する日の属する月の末日までは15%又は7.5%

酒税率一覧表(令和2年10月1日～令和5年9月30日)

1. 酒税法第23条関係

酒類の分類	アルコール分等	1kl当たり	税率
〇発泡性酒類(基本税率)		200,000円	
ビール	200,000円	200,000円	
発泡酒	麦芽比率50%以上又はアルコール分10度以上	200,000円	
	麦芽比率25%以上(アルコール分10度未満)	167,125円	
	麦芽比率25%未満(アルコール分10度未満)	134,250円	
その他の発泡性酒類	いわゆる「新ジャンル」(アルコール分10度未満で発泡性を有するもの)(※)	108,000円	
	ホップ及び一定の苦味料を原料としない酒類(アルコール分10度未満で発泡性を有するもの)	80,000円	
〇醸造酒類(基本税率)		120,000円	
清酒		110,000円	
果実酒		90,000円	
その他の醸造酒		120,000円	
〇蒸留酒類(基本税率)		200,000円に20度を超える1度ごとに10,000円加算 200,000円	
連続式蒸留焼酎		200,000円に20度を超える1度ごとに10,000円加算 200,000円	
単式蒸留焼酎		200,000円に20度を超える1度ごとに10,000円加算 200,000円	
原料用アルコール		370,000円に37度を超える1度ごとに10,000円加算 370,000円	
ウイスキー		200,000円に20度を超える1度ごとに10,000円加算 200,000円	
合成清酒		100,000円	
みりん		20,000円	
甘味料		120,000円に12度を超える1度ごとに10,000円加算 120,000円	
粉末		390,000円	
雑		みりん類似 20,000円 200,000円に20度を超える1度ごとに10,000円加算 200,000円	

(※) いわゆる「新ジャンル」とは、糖類、ホップ、水及び一定の物品を原料として発酵させたもので、エキス分が2度以上のも又は麦芽及びホップを原料の一部として発酵させた発泡酒(麦芽比率50%未満のもの)に、大麦又は小麦を原料の一部として発酵させたアルコール含有物を蒸留したスピリッツを加えたもので、エキス分が2度以上のもの。

(注) 「一定の物品」とは、次のものをいう。
イ たんぱく質分解物(大豆を原料とするもの)及び酵母エキス又はこれらとカラメル
ロ たんぱく質分解物(えんどうを原料とするもの)及びカラメル又はこれらと食物繊維
ハ たんぱく質分解物(とうもろこしを原料とするもの)、酵母エキス、アルコール、食物繊維、香料、くえん酸三カリウム及びガブラメル

2. 租税特別措置法第87条の2関係

次の品目のうち、発泡性のない酒類で、アルコール分13度未満のもの(リキュールについては12度未満のもの)については、1の表にかかわらず、次表の税率を適用する。

品目	アルコール分等	1kl当たり税率
連続式蒸留焼酎	9度以上13度未満	80,000円に8度を超える1度ごとに10,000円加算
ウイスキー	9度未満	80,000円

3. 租税特別措置法第87条及び第87条の4関係

次の品目のうち、前年度の課税移出数量がそれぞれ1,300kl以下である者(前年度の課税移出数量の合計が10,000kl超の酒類の製造者を除く)が、当年度に移出する酒類の200klまでのものについては、1の表により算出した酒税額を次表の割合で軽減した酒税額とする。

なお、前年度の課税移出数量が1,000kl超～1,300kl以下の場合には上段の軽減割合、1,000kl以下の場合には下段の軽減割合を適用する。

品目	令和元年度	軽減割合		3年度	4年度
		平成30年度	2年度 ～9月 10月～		
清酒(連続式蒸留焼酎、単式蒸留焼酎、その他の発泡性酒類に限る)(注1)	10%	10%	10%	10%	10%
果実酒(その他の発泡性酒類に該当するものを除く)(注1)	20%	20%	20%	20%	20%
合成清酒、発泡酒(注1)	10%	10%	10%	20%	20%
ビール(注2)	7.5%	7.5%	7.5%	5%	5%
	15%	15%	15%	10%	10%

(注) 1 東日本大震災により酒類の製造場に甚大な被害を受けたことについて国税庁長官の確認を受けた製造者は、上記の割合で軽減した酒税額を6.25%軽減した酒税額とする。(平成30～令和2年度)

2 当該免許を受けた日から5年を経過する日の属する月の末日までは、下記に応じた軽減割合が適用される。

- ・ 平成25年4月1日から平成30年3月31日までの間に初めてビールの製造免許を受けた者における軽減割合は、当該免許を受けた日から5年を経過する月の末日までは15%(平成27年度以降は15%又は7.5%)
- ・ 平成30年4月1日から令和3年3月31日までの間に初めてビールの製造免許を受けた者における軽減割合は、当該免許を受けた日から5年を経過する月の末日までは15%又は7.5%

付表1 主要酒類の酒税等負担率表

(令和元年12月現在)

品 目	区 分		代表的なもの の小売価格 (税込) ①	酒 税 額 ②	消費税額 ③	酒税等負担率 (②+③)/①
	容 量	アルコール分				
	ml	%	円	円	円	%
ビ ー ル	633	5.0	364	139.26	33.09	47.3
	350	5.0	228	77.00	20.73	42.9
発 泡 酒 (麦芽比率25%未満のもの)	350	5.5	168	46.99	15.27	37.1
その他の醸造酒 (発泡性) ①	350	5.0	147	28.00	13.36	28.1
リ キ ュ ー ル (発泡性) ①	350	5.0	147	28.00	13.36	28.1
清 酒	1,800	15.0	2,055	216.00	186.82	19.6
果 実 酒	720	11.0	649	57.60	59.00	18.0
連続式蒸留焼酎	1,800	25.0	1,510	450.00	137.27	38.9
単式蒸留焼酎	1,800	25.0	1,878	450.00	170.73	33.1
ウ イ ス キ ー	700	43.0	2,068	301.00	188.00	23.6

- (注) 1 清酒、果実酒、連続式蒸留焼酎、単式蒸留焼酎及びウイスキーの小売価格(税込)は、大手主要銘柄のメーカー参考小売価格を基に算出した。
また、ビール、発泡酒、その他の醸造酒及びリキュールはオープン価格であるため、大手コンビニエンスチェーンにおける代表的な小売価格を掲げた。
なお、ビール(633ml)には容器保証金(5円)が含まれている。
- 2 その他の醸造酒(発泡性)①及びリキュール(発泡性)①とは、ホップ又は財務省令で定める苦味料を原料の一部とした酒類で酒税法第23条第2項第3号イ又はロに該当するものをいう。
- 3 消費税率は10%で計算している。

付表2 酒税等の負担率の推移

(単位:%)

品 目	年 度															
	昭和 45	55	平成 元	2	4	6	7	9	10	12	18	20	25	26	28	令和 元
ビ ー ル (大びん:633ml)	47.9	42.5	46.9	44.1	44.1	45.5	45.5	46.5	46.5	46.5	46.2	45.1	45.1	46.6	46.6	47.3
清 酒 (1.8ℓ)	35.3	24.1	21.9	20.7	16.4	16.3	16.3	17.9	17.9	17.9	16.2	16.2	15.8	18.1	18.1	19.6
連続式蒸留焼酎 (25度、1.8ℓ)	19.9	10.9	22.7	21.3	21.3	25.5	25.5	31.7	35.8	35.8	36.0	36.0	36.0	37.8	37.8	38.9
単式蒸留焼酎 (25度、1.8ℓ)	12.9	7.2	14.3	13.5	13.5	17.0	17.0	23.9	27.9	32.0	32.1	29.9	29.9	31.8	31.8	33.1
ウ イ ス キ ー (43度、700ml)	46.2	47.3	41.3	41.3	41.3	41.3	39.5	27.6	22.8	22.8	22.5	21.8	21.8	24.0	22.2	23.6

- (注) 1 平成元年度以降の酒税等の負担率は、消費税を含む。
2 ビールについては、容器保証金(5円)込み価格から算出した。
3 ウイスキーについては、平成7年度から平成20年度まではアルコール分「40度」で酒税等の負担率を計算している。

6 酒類製成数量の推移

(単位:千kg)

品目 年度	清酒	合成 清酒	連続式蒸留 焼酎 (al分25%換算)	単式蒸留 焼酎 (al分25%換算)	みりん	ビール	果実酒	甘味 果実酒	ウイスキー (al分40%換算)	ブランデー (al分40%換算)	発泡酒	リキュール	スピリッツ等 (al分100%換算)	その他の 醸造酒等	合計
昭和 45	1,257	32	164	54	33	3,037	10	27	139	5	-	25	9	0	4,793
50	1,350	18	125	80	40	3,897	6	21	242	6	-	22	11	1	5,819
55	1,193	18	146	118	65	4,559	28	18	351	13	0	25	10	1	6,545
60	928	18	358	312	79	4,852	34	17	252	21	4	76	29	2	6,983
平成 元	1,119	20	210	246	117	6,287	46	10	182	27	0	99	45	2	8,409
5	1,026	36	359	279	91	6,964	42	9	144	27	1	129	32	2	9,141
6	963	39	317	330	95	7,101	43	9	142	27	30	216	33	2	9,346
7	980	43	347	327	94	6,797	58	8	110	24	210	223	24	2	9,245
8	937	42	356	345	97	6,908	60	8	102	21	327	233	19	2	9,457
9	872	39	373	356	107	6,637	83	10	135	19	487	251	25	1	9,396
10	781	39	330	331	108	6,176	104	12	113	11	1,061	253	16	2	9,338
11	735	39	353	365	150	5,890	87	14	125	17	1,433	332	43	2	9,585
12	720	39	356	399	127	5,464	85	12	122	14	1,715	327	39	2	9,421
13	680	40	405	392	102	4,813	78	11	98	14	2,374	419	82	1	9,510
14	633	40	394	424	100	4,300	84	5	79	10	2,624	558	53	2	9,305
15	601	34	425	480	105	3,959	75	5	71	10	2,503	595	47	46	8,955
16	524	38	431	612	103	3,844	65	4	64	8	2,282	714	76	282	9,048
17	499	34	424	627	86	3,650	89	5	62	8	1,694	742	76	1,043	9,037
18	513	49	416	600	113	3,536	65	10	61	7	1,594	755	114	1,056	8,888
19	505	53	402	587	116	3,470	67	6	56	6	1,528	1,025	157	835	8,812
20	488	50	417	537	112	3,213	70	5	60	6	1,383	1,285	272	781	8,678
21	469	45	417	539	106	3,036	72	4	68	5	1,103	1,562	270	749	8,444
22	447	43	402	492	102	2,954	74	4	80	5	948	1,714	274	720	8,258
23	440	41	393	460	97	2,895	80	4	80	5	773	1,838	303	699	8,110
24	439	39	382	495	90	2,803	87	4	84	5	626	1,891	326	660	7,929
25	444	37	383	514	92	2,862	93	5	89	5	527	1,996	359	608	8,015
26	447	35	358	518	91	2,733	95	7	101	5	560	1,871	444	537	7,801
27	445	35	352	480	96	2,794	107	5	111	5	536	1,920	531	506	7,923
28	427	32	344	470	94	2,753	96	4	114	4	502	1,979	565	485	7,871
29	411	29	338	468	91	2,684	102	4	128	4	502	2,065	638	444	7,907
30	406	27	330	450	87	2,544	96	6	140	4	422	2,270	772	411	7,967

(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。

2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。

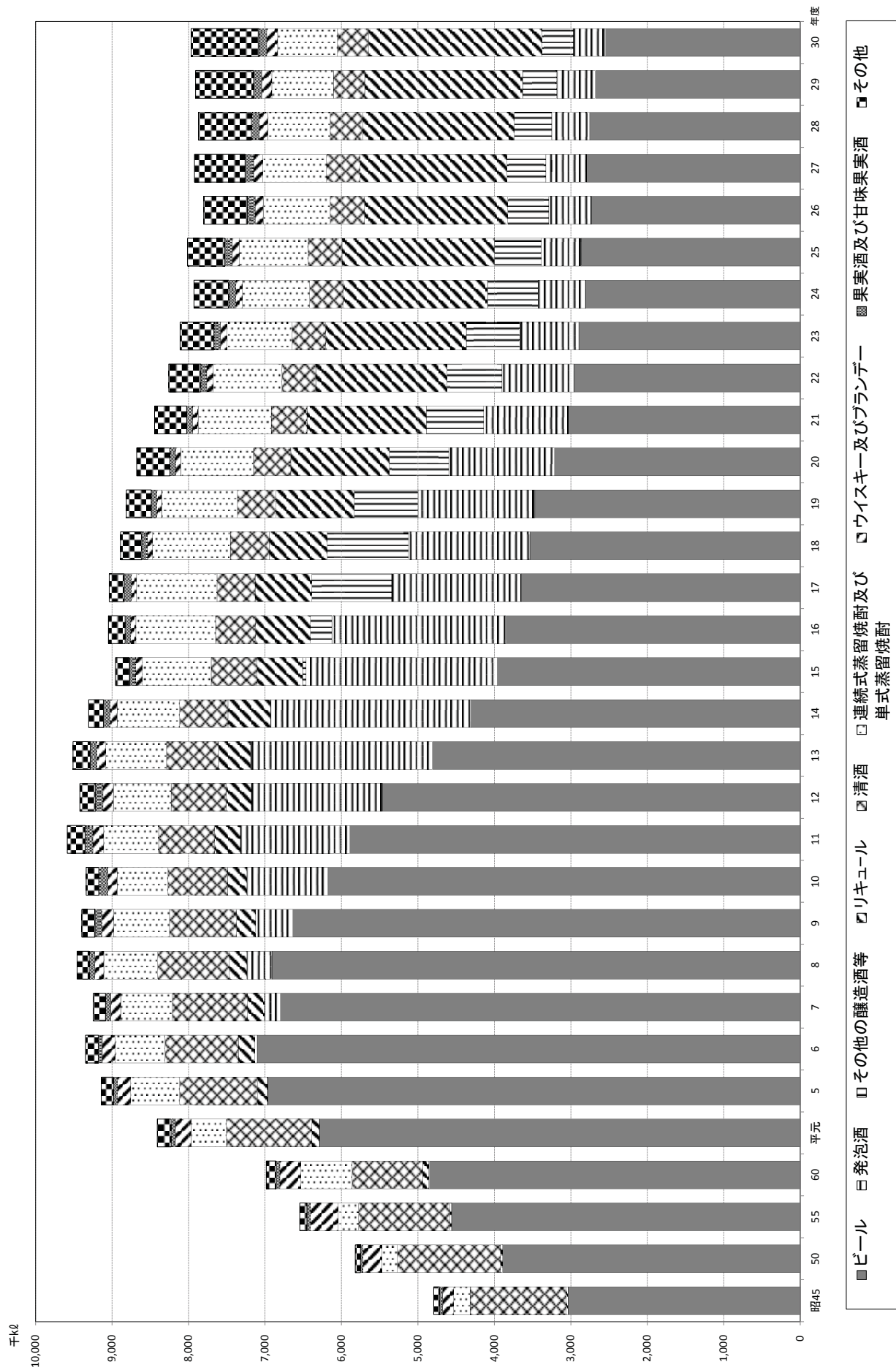
3 平成17年度以前の品目別製成数量は、現行の品目に対応する平成18年度改正前の酒税法の種類の品目は品目の製成数量である。

4 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。

5 その他の醸造酒等中、粉末酒については酒税法施行令第12条の3の方法により計算した数量としている。

6 原料用酒類(ウイスキー・原酒及びブランデー・原酒を含む。)として製成された数量は除いている。

(6 酒類製成数量の推移)



(注) その他は、合成清酒、みりん及びスピリッツ等の合計である。

付表1 酒類製成数量の推移表

品 目	年 度							
	平20	25	28	29	30	対20年度比	対25年度比	対前年度比
	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	%	%	%
清 酒	487,911	444,190	426,549	411,272	406,064	83.2	91.4	98.7
合 成 清 酒	49,800	37,376	32,022	29,498	27,360	54.9	73.2	92.8
連続式蒸留焼酎 (al分25%換算)	416,715	382,658	344,329	337,674	330,444	79.3	86.4	97.9
単式蒸留焼酎 (al分25%換算)	537,197	514,164	470,026	467,670	450,305	83.8	87.6	96.3
み り ん	112,167	92,230	93,920	91,046	87,037	77.6	94.4	95.6
ビ ー ル	3,212,874	2,861,803	2,752,795	2,683,542	2,544,314	79.2	88.9	94.8
果 実 酒	69,532	93,189	96,317	101,903	95,834	137.8	102.8	94.0
甘 味 果 実 酒	4,800	4,955	4,240	4,239	6,141	127.9	123.9	144.9
ウ イ ス キ ー (al分40%換算)	59,582	88,621	114,296	127,721	140,438	235.7	158.5	110.0
ブ ラ ン デ ー (al分40%換算)	5,939	4,788	4,368	3,978	3,711	62.5	77.5	93.3
発 泡 酒	1,382,947	527,336	502,438	501,887	422,061	30.5	80.0	84.1
リ キ ュ ー ル	1,285,256	1,996,455	1,979,404	2,065,242	2,270,056	176.6	113.7	109.9
ス ピ リ ッ ツ 等 (al分100%換算)	271,981	359,143	565,155	637,685	771,970	283.8	214.9	121.1
そ の 他 の 醸 造 酒 等	780,916	608,062	485,291	443,900	411,314	52.7	67.6	92.7
合 計	8,677,617	8,014,970	7,871,150	7,907,257	7,967,049	91.8	99.4	100.8

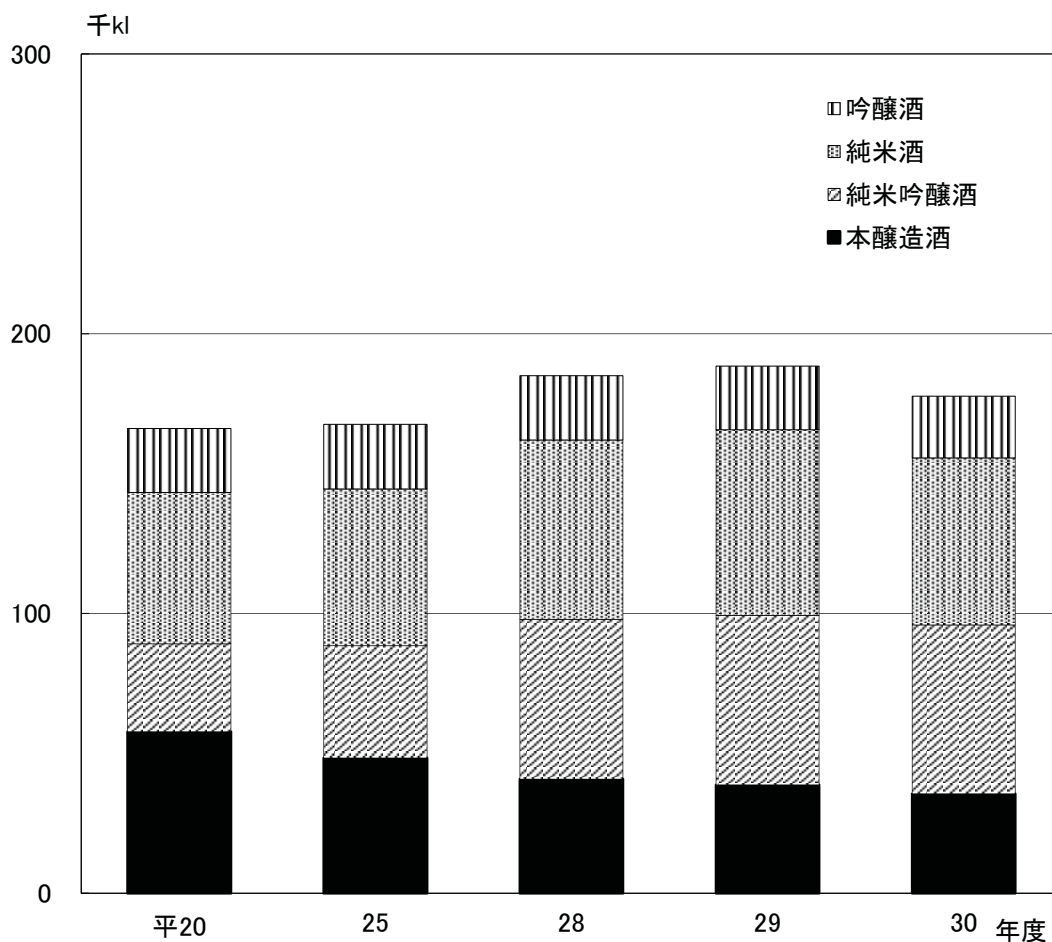
- (注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。
2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。
3 平成17年度以前の品目別製成数量は、現行の品目に対応する平成18年度改正前の酒税法の種類又は品目の製成数量である。
4 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。
5 その他の醸造酒等中、粉末酒については、酒税法施行令第12条の3の方法により計算した数量としている。
6 原料用酒類(ウイスキー原酒及びブランデー原酒を含む。)として製成された数量は除いている。

(6 酒類製成数量の推移)

付表2 特定名称の清酒のタイプ別製成数量の推移表

酒造年度 タイプ	平20		25		28		29		30	
	kl	構成比 %	kl	構成比 %	kl	構成比 %	kl	構成比 %	kl	構成比 %
吟醸酒	22,836	4.6	23,105	5.1	22,970	5.4	22,654	5.4	22,144	5.6
純米酒	54,062	11.0	56,089	12.4	64,177	15.2	66,414	15.8	59,606	15.1
純米吟醸酒	31,552	6.4	40,101	8.9	57,079	13.5	60,576	14.4	60,450	15.3
本醸造酒	57,659	11.7	48,328	10.7	40,736	9.6	38,723	9.2	35,490	9.0
計	166,109	33.7	167,623	37.1	184,962	43.7	188,367	44.9	177,690	45.0
総製成数量	492,781	100.0	452,353	100.0	423,414	100.0	419,822	100.0	394,597	100.0

(注) 1 本表は、「清酒の製造状況等について」(国税庁)によった。
 2 酒造年度は7月～翌年6月までをいう。



7 酒類課税数量の推移(国税局分及び税関分の合計)

(単位:千k)

品目 年度	清酒	合成 清酒	連続式蒸留 焼酎	単式蒸留 焼酎	みりん	ビール	果実酒	甘味 果実酒	ウイスキー	ブランデー	発泡酒	リキュール	スピリッツ等	その他の 醸造酒等	合計
昭和 45	1,601	38	161	53	31	2,982	6	27	132	5	0	23	9	0	5,068
50	1,747	22	122	73	41	3,908	31	21	249	8	0	22	6	1	6,250
55	1,473	21	141	107	69	4,533	47	18	354	18	0	24	8	2	6,814
60	1,355	21	366	260	80	4,861	69	20	272	27	5	91	33	5	7,464
平成 元	1,353	22	209	207	91	6,320	137	13	222	38	0	121	46	8	8,788
5	1,422	42	367	289	93	7,015	116	12	186	40	2	168	31	9	9,792
6	1,243	48	342	275	92	7,413	146	11	168	36	31	223	33	10	10,071
7	1,310	54	385	300	95	6,979	158	12	148	33	252	240	31	10	10,006
8	1,254	56	406	329	97	7,012	176	12	135	32	350	262	30	11	10,160
9	1,162	54	420	324	106	6,686	268	14	141	27	497	279	27	11	10,016
10	1,094	55	400	331	110	6,165	370	15	136	25	1,075	287	24	10	10,095
11	1,061	57	410	346	158	5,820	279	16	131	23	1,441	388	26	11	10,166
12	999	61	425	357	135	5,416	269	15	125	20	1,746	406	29	11	10,015
13	949	64	479	368	107	4,808	259	13	112	18	2,385	500	30	11	10,104
14	898	67	483	395	107	4,299	270	10	106	15	2,646	587	29	12	9,923
15	842	64	511	471	109	3,955	248	8	97	13	2,527	615	52	54	9,567
16	753	64	519	534	108	3,837	241	7	86	11	2,308	732	81	272	9,554
17	730	65	505	539	112	3,642	257	7	84	10	1,699	770	83	1,047	9,549
18	700	58	495	550	113	3,528	236	14	80	9	1,591	813	106	1,069	9,362
19	676	55	465	569	115	3,466	237	10	74	9	1,535	1,066	129	858	9,266
20	653	51	478	537	111	3,199	246	7	76	8	1,383	1,337	216	790	9,093
21	616	47	480	532	108	3,018	250	7	84	7	1,148	1,685	265	755	9,001
22	603	44	462	508	107	2,943	274	7	96	7	967	1,917	303	726	8,963
23	603	41	450	508	104	2,859	302	8	96	7	855	2,058	320	724	8,936
24	583	39	439	506	104	2,804	344	8	101	6	786	2,138	333	672	8,863
25	587	38	439	512	106	2,842	364	9	110	6	761	2,268	375	623	9,040
26	555	35	405	477	104	2,714	369	10	122	6	783	2,124	444	550	8,698
27	554	34	400	486	108	2,764	379	9	142	6	767	2,166	500	522	8,836
28	538	31	386	480	106	2,710	368	8	149	6	732	2,191	569	500	8,773
29	525	29	377	465	103	2,628	382	8	167	5	694	2,269	640	452	8,745
30	487	27	371	436	101	2,478	355	9	183	5	643	2,396	762	430	8,684

(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。

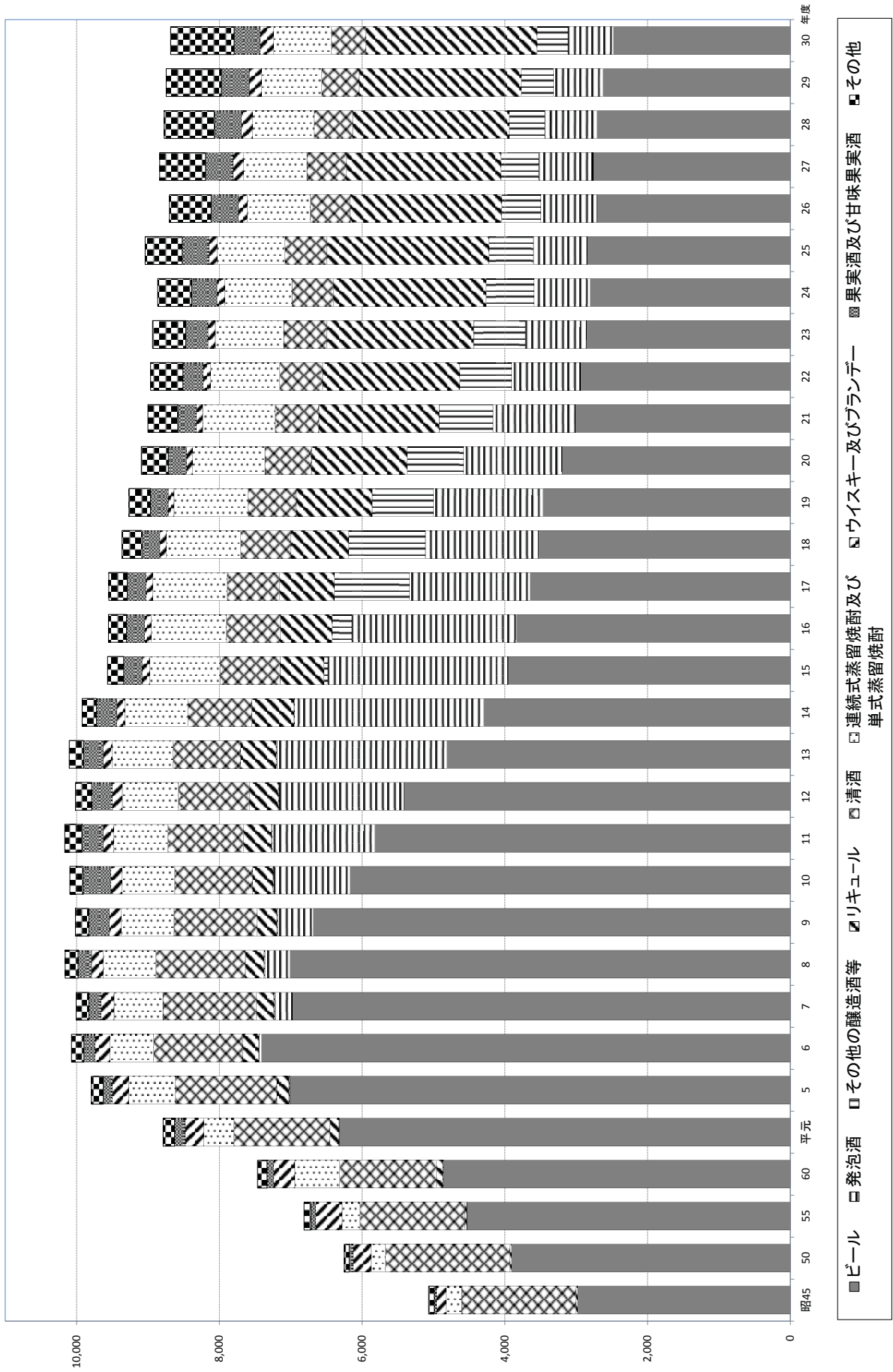
2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。

3 平成17年度以前の品目別課税数量は、現行の品目に対応する平成18年度改正前の酒税法の種類又は品目の課税数量である。

4 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。

(7 酒類課税数量の推移 (国税局分及び税関分の合計))

千t



(注) その他は、合成清酒、みりん及びスピリッツ等の合計である。

(7 酒類課税数量の推移(国税局分及び税関分の合計))

付表 酒類課税数量の推移表(国税局分及び税関分の合計)

品目	年度							
	平20	25	28	29	30	対20年度比	対25年度比	対前年度比
	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	%	%	%
清 酒	653,053	587,461	538,071	525,398	487,263	74.6	82.9	92.7
合 成 清 酒	51,418	37,792	31,269	29,333	27,154	52.8	71.9	92.6
連 続 式 蒸 留 焼 酎	478,444	439,393	385,616	377,157	371,203	77.6	84.5	98.4
単 式 蒸 留 焼 酎	536,939	511,976	479,533	464,604	436,031	81.2	85.2	93.9
み り ん	111,409	105,659	106,213	103,415	101,066	90.7	95.7	97.7
ビ ー ル	3,199,008	2,841,702	2,709,758	2,628,186	2,477,966	77.5	87.2	94.3
果 実 酒	245,788	364,260	368,297	381,956	354,580	144.3	97.3	92.8
甘 味 果 実 酒	7,424	8,854	7,627	7,592	9,272	124.9	104.7	122.1
ウ イ ス キ ー	76,067	109,575	148,824	167,043	182,743	240.2	166.8	109.4
ブ ラ ン デ ー	7,903	6,366	5,777	5,453	5,116	64.7	80.4	93.8
発 泡 酒	1,382,751	761,486	732,058	694,065	643,417	46.5	84.5	92.7
リ キ ュ ー ル	1,336,983	2,267,690	2,191,445	2,269,196	2,396,488	179.2	105.7	105.6
ス ピ リ ッ ツ 等	216,275	374,789	568,664	639,667	761,625	352.2	203.2	119.1
そ の 他 の 醸 造 酒 等	789,896	622,557	500,292	452,173	430,052	54.4	69.1	95.1
合 計	9,093,364	9,039,565	8,773,475	8,745,246	8,683,977	95.5	96.1	99.3

- (注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。
 2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。
 3 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。

8 酒類課税数量の推移(国税局分)

(単位:千ℓ)

品目 年度	清酒	合成 清酒	連続式蒸留 焼酎	単式蒸留 焼酎	みりん	ビール	果実酒	甘味 果実酒	ウイスキー	ブランドデー	発泡酒	リキュール	スピリッツ等	その他の 醸造酒等	合計
昭和	1,601	38	161	52	31	2,981	5	25	130	4	-	23	8	0	5,060
	1,747	22	122	73	41	3,905	24	19	228	6	-	22	5	0	6,214
	1,473	21	141	107	69	4,521	35	16	332	12	-	23	7	1	6,758
	1,355	21	363	260	80	4,851	47	15	252	20	5	90	31	3	7,394
平成	1,353	22	206	207	91	6,250	71	11	168	27	0	107	41	6	8,559
	1,421	42	359	289	93	6,895	58	9	142	29	1	163	26	5	9,534
	1,243	48	330	275	92	7,086	64	8	126	26	26	216	27	5	9,572
	1,310	54	362	300	95	6,766	75	7	110	24	205	233	23	3	9,568
	1,253	56	373	328	97	6,846	84	7	101	21	318	252	21	4	9,762
	1,162	54	381	324	106	6,570	119	11	109	19	475	267	19	3	9,619
	1,093	55	357	331	110	6,096	146	11	104	20	1,053	280	16	3	9,676
	1,061	57	359	346	158	5,779	120	13	103	18	1,400	378	17	3	9,810
	999	61	365	357	134	5,389	103	12	100	15	1,693	395	20	3	9,646
	949	64	408	368	106	4,778	101	10	89	13	2,342	486	21	3	9,738
	898	67	404	394	106	4,271	105	6	82	11	2,600	571	20	3	9,538
	841	64	431	469	108	3,929	89	5	77	10	2,488	597	44	45	9,197
	753	64	431	532	107	3,810	80	4	69	8	2,278	711	73	261	9,182
	730	65	425	539	111	3,613	99	4	67	8	1,683	743	75	1,036	9,197
	700	58	418	550	112	3,499	81	7	65	7	1,580	783	98	1,058	9,016
	676	55	396	569	113	3,442	81	6	59	6	1,526	1,023	121	848	8,922
	653	51	410	536	110	3,175	83	4	63	6	1,374	1,270	209	781	8,726
	616	47	411	531	106	2,996	83	4	71	6	1,141	1,575	256	747	8,589
	603	44	398	508	106	2,920	88	4	81	5	961	1,745	292	718	8,472
	603	41	388	507	103	2,822	95	4	80	5	850	1,819	297	718	8,332
	583	39	380	505	103	2,767	99	4	83	5	781	1,882	317	665	8,211
	587	38	380	511	104	2,806	110	5	92	5	756	1,997	361	616	8,369
	555	35	353	476	103	2,681	110	6	103	5	778	1,858	432	544	8,040
	554	34	350	485	106	2,732	113	5	120	5	761	1,925	489	517	8,196
	538	31	342	479	104	2,681	114	4	126	4	727	1,975	557	495	8,177
	525	29	334	464	102	2,600	121	4	143	4	689	2,049	627	447	8,139
	487	27	330	436	100	2,448	119	6	157	4	640	2,263	750	425	8,190

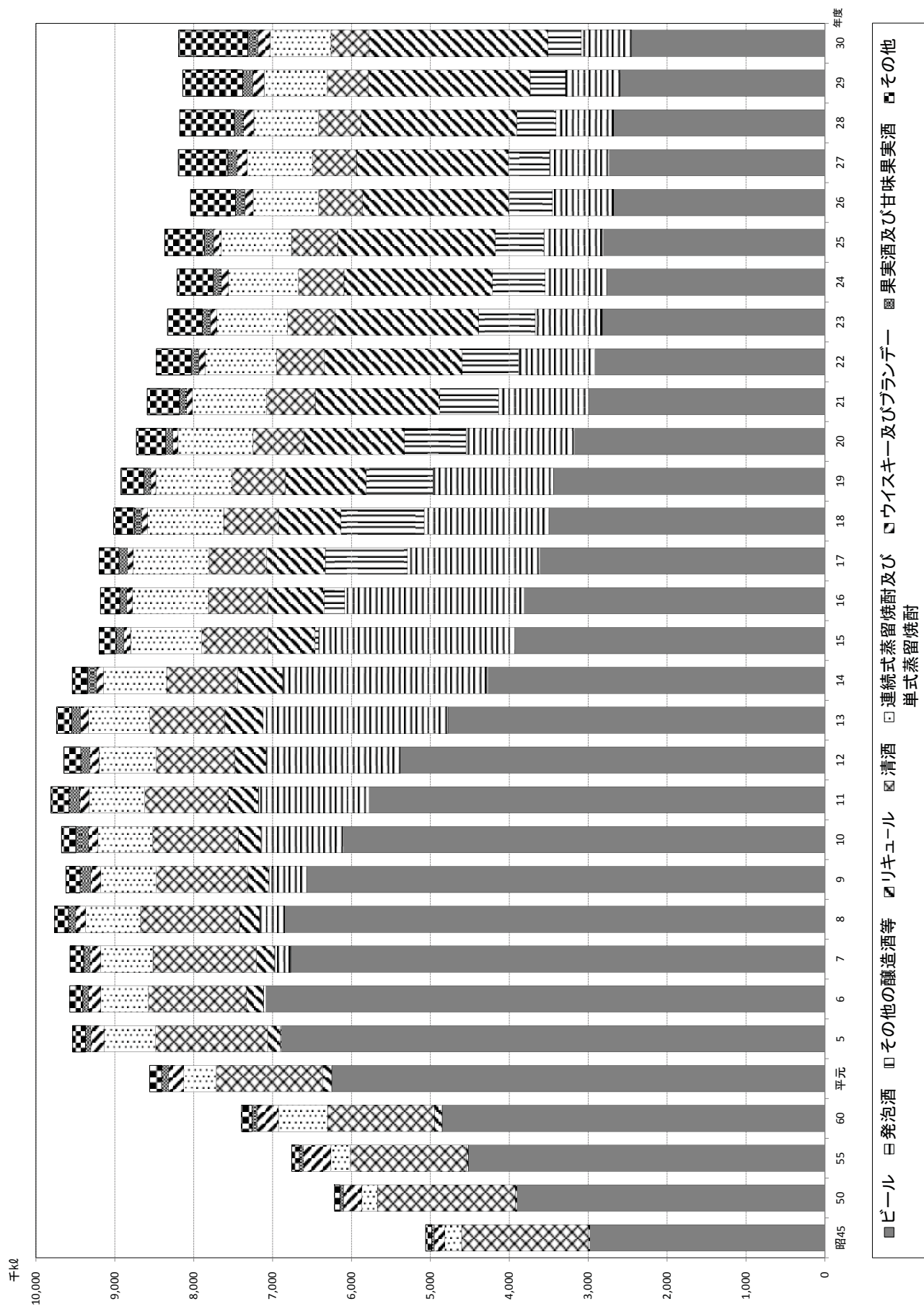
(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。

2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。

3 平成17年度以前の品目別課税数量は、現行の品目に対応する平成18年度改正前の酒税法の種類又は品目の課税数量である。

4 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。

(8 酒類課税数量の推移 (国税局分))



(8 酒類課税数量の推移(国税局分))

付表1 酒類課税数量の推移表(国税局分)

品目	年 度							
	平20	25	28	29	30	対20年度比	対25年度比	対前年度比
	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	%	%	%
清 酒	652,980	587,411	538,025	525,349	487,234	74.6	82.9	92.7
合 成 清 酒	51,418	37,774	31,254	29,319	27,140	52.8	71.8	92.6
連 続 式 蒸 留 焼 酎	410,377	380,075	341,583	333,982	330,275	80.5	86.9	98.9
単 式 蒸 留 焼 酎	536,477	511,319	479,124	464,188	435,675	81.2	85.2	93.9
み り ん	110,042	104,016	104,482	101,747	99,534	90.5	95.7	97.8
ビ ー ル	3,174,829	2,806,411	2,681,181	2,599,797	2,447,951	77.1	87.2	94.2
果 実 酒	83,235	109,577	114,026	120,553	118,786	142.7	108.4	98.5
甘 味 果 実 酒	4,358	4,588	3,998	3,974	5,523	126.7	120.4	139.0
ウ イ ス キ ー	62,521	92,263	125,549	143,056	156,530	250.4	169.7	109.4
ブ ラ ン デ ー	6,123	4,972	4,485	4,119	3,817	62.3	76.8	92.7
発 泡 酒	1,374,096	756,077	726,744	688,790	640,193	46.6	84.7	92.9
リ キ ュ ー ル	1,270,033	1,997,105	1,974,924	2,049,157	2,262,538	178.1	113.3	110.4
ス ピ リ ッ ツ 等	208,711	361,076	556,999	627,457	749,815	359.3	207.7	119.5
そ の 他 の 醸 造 酒 等	781,129	616,115	494,542	447,051	425,367	54.5	69.0	95.1
合 計	8,726,331	8,368,786	8,176,947	8,138,548	8,190,382	93.9	97.9	100.6

(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。
 2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。
 3 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。

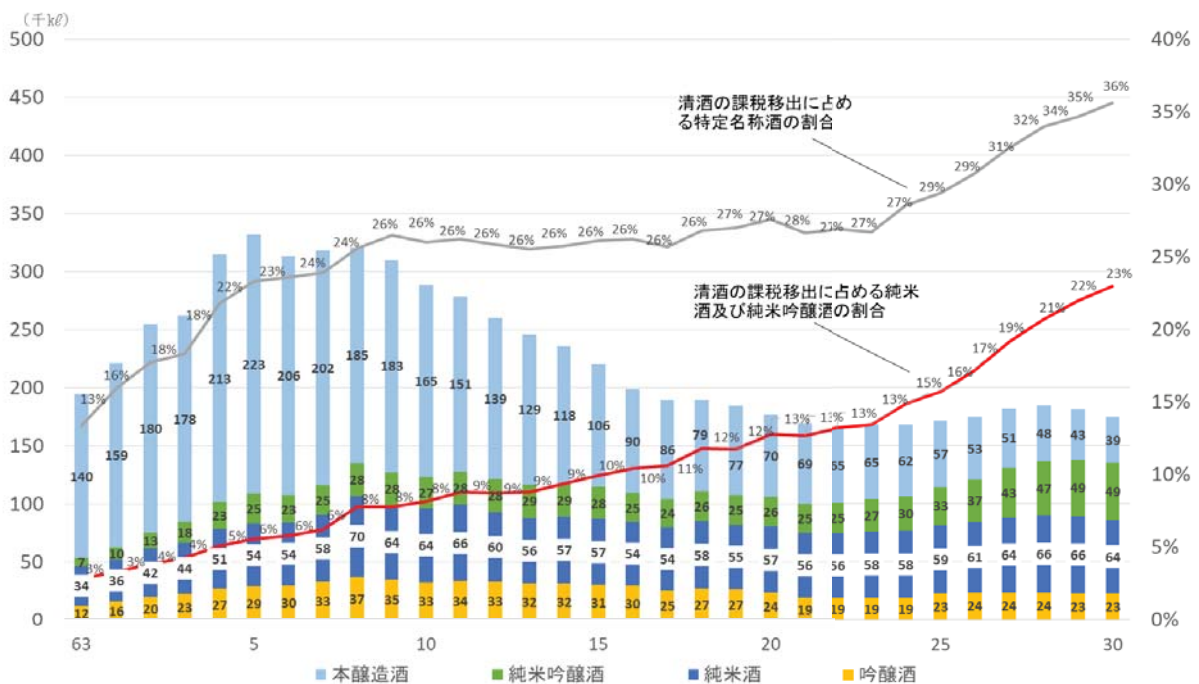
(8 酒類課税数量の推移(国税局分))

付表2 特定名称の清酒のタイプ別課税数量の推移表(国税局分)

酒造年度 タイプ	平20		25		28		29		30	
	kl	構成比 %	kl	構成比 %	kl	構成比 %	kl	構成比 %	kl	構成比 %
吟醸酒	24,016	3.8	22,692	3.9	23,638	4.3	23,083	4.4	22,513	4.6
純米酒	56,660	8.9	58,892	10.1	66,288	12.2	66,478	12.7	63,733	13.0
純米吟醸酒	25,534	4.0	32,786	5.6	46,570	8.6	48,515	9.3	48,860	10.0
本醸造酒	70,355	11.0	56,941	9.8	48,334	8.9	43,129	8.2	39,349	8.0
計	176,566	27.6	171,311	29.4	184,830	34.0	181,205	34.6	174,455	35.6
総移出数量	639,783	100.0	582,785	100.0	544,377	100.0	523,215	100.0	490,143	100.0

(注) 1 本表は、「清酒の製造状況等について」(国税庁)によった。
2 酒造年度は7月～翌年6月までをいう。

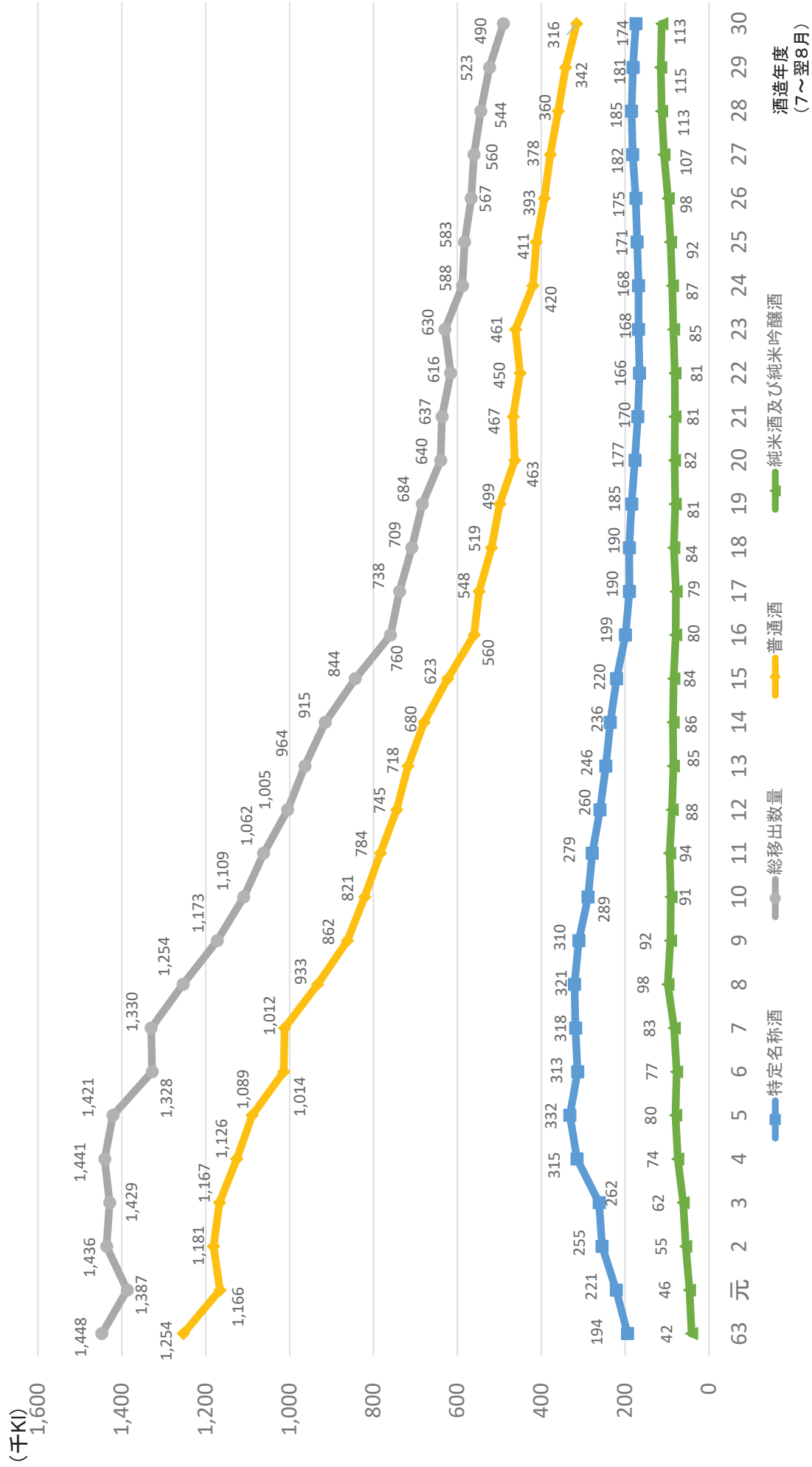
特定名称酒の課税移出数量等の推移



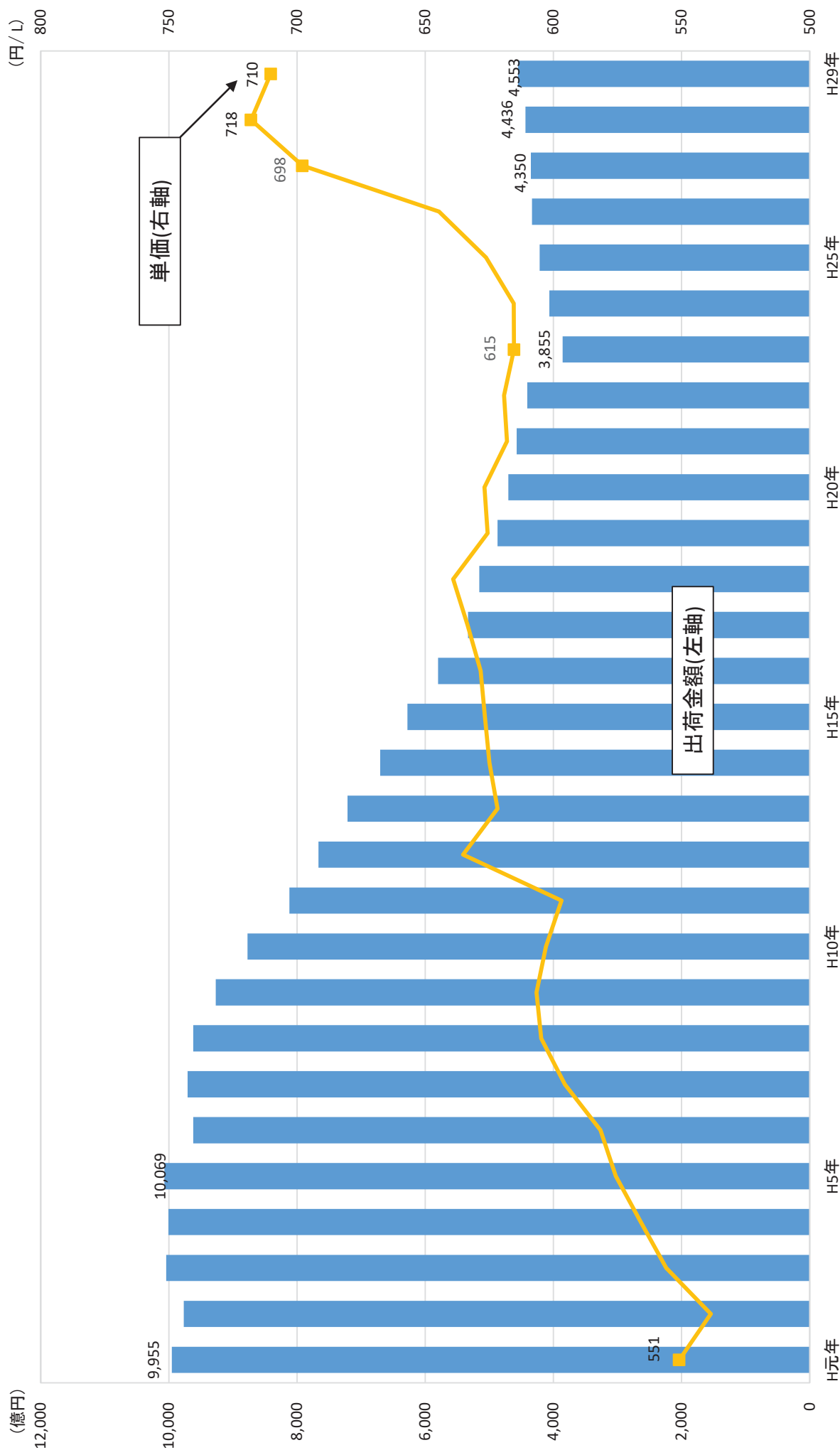
(注) 特定名称酒とは、清酒の製法品質表示基準（平成元年11月国税庁告示第8号）に定められた要件により分類された「吟醸酒」「純米酒」「本醸造酒」等の特定名称を表示した清酒をいう。

出典：「清酒製造状況等調査」（国税庁）より作成

清酒のタイプ別 課税移出数量の推移



付表3 清酒製造業の出荷金額と単価の推移



(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

9 酒類課税数量の推移(税関分)

(単位:千kg)

品目 年度	清酒	合成 清酒	連続式蒸留 焼酎	単式蒸留 焼酎	みりん	ビール	果実酒	甘味 果実酒	ウイスキー	ブランドー	発泡酒	リキュール	スピリッツ等	その他の 醸造酒等	合計
昭和	0	0	0	0	0	1	1	1	2	0	0	0	1	0	8
45	0	0	0	0	0	3	7	7	21	2	2	0	1	1	36
50	0	0	0	0	0	12	12	12	22	5	5	1	1	1	56
55	0	0	0	0	0	9	22	22	20	7	7	1	2	2	71
60	0	0	3	0	0	71	67	67	54	11	11	14	5	3	229
元	0	0	3	0	0	120	58	58	43	11	11	5	5	4	259
5	0	0	8	0	0	327	82	82	42	10	10	7	6	5	499
6	0	0	12	0	0	213	83	83	38	9	9	7	8	6	439
7	0	0	22	0	0	166	92	92	33	10	10	10	8	7	398
8	0	0	33	1	0	117	149	149	32	8	8	12	8	7	397
9	0	0	39	0	0	69	223	223	31	5	5	8	8	6	419
10	0	0	43	0	0	41	158	158	28	5	5	11	9	8	356
11	0	0	51	0	1	27	166	166	26	5	5	11	9	8	370
12	0	0	60	0	1	30	158	158	23	5	5	14	9	8	366
13	0	0	71	0	1	28	165	165	23	4	4	16	9	9	385
14	0	0	79	1	1	26	159	159	20	4	4	18	9	9	370
15	0	0	81	2	1	27	161	161	17	3	3	22	8	11	371
16	0	0	88	2	1	29	158	158	17	3	3	16	8	11	352
17	0	0	80	0	1	28	155	155	15	3	3	31	8	11	346
18	0	0	76	0	1	24	157	157	15	2	2	43	9	10	344
19	0	0	70	0	1	24	163	163	14	2	2	67	8	9	367
20	0	0	68	0	1	22	167	167	14	1	1	110	8	9	412
21	0	0	69	0	1	23	186	186	15	1	1	172	10	8	491
22	0	0	65	1	2	38	207	207	17	2	2	239	22	7	604
23	0	0	62	1	2	37	245	245	18	1	1	256	17	7	652
24	0	0	59	1	2	35	255	255	17	1	1	271	14	6	671
25	0	0	59	1	2	32	259	259	18	1	1	265	12	6	658
26	0	0	52	1	2	32	266	266	22	1	1	240	11	5	640
27	0	0	49	1	2	29	254	254	23	1	1	217	12	6	597
28	0	0	44	0	2	28	261	261	24	1	1	220	12	5	607
29	0	0	43	0	2	30	236	236	26	1	1	134	12	5	494
30	0	0	41	0	2										

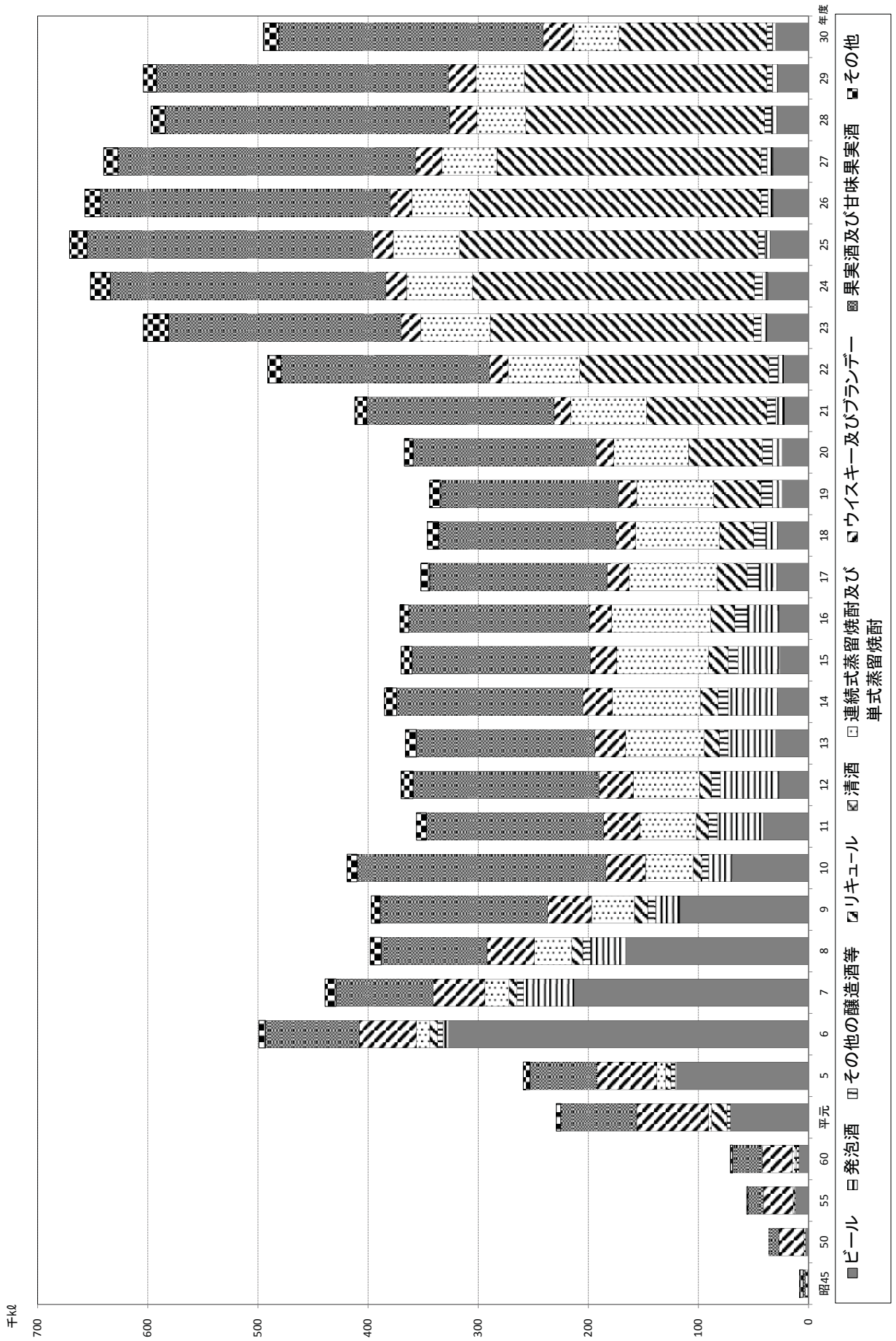
(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。

2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。

3 平成17年度以前の品目別課税数量は、現行の品目に対応する平成18年度改正前の酒税法の種類又は品目の課税数量である。

4 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。

(9 酒類課税数量の推移 (税関分))

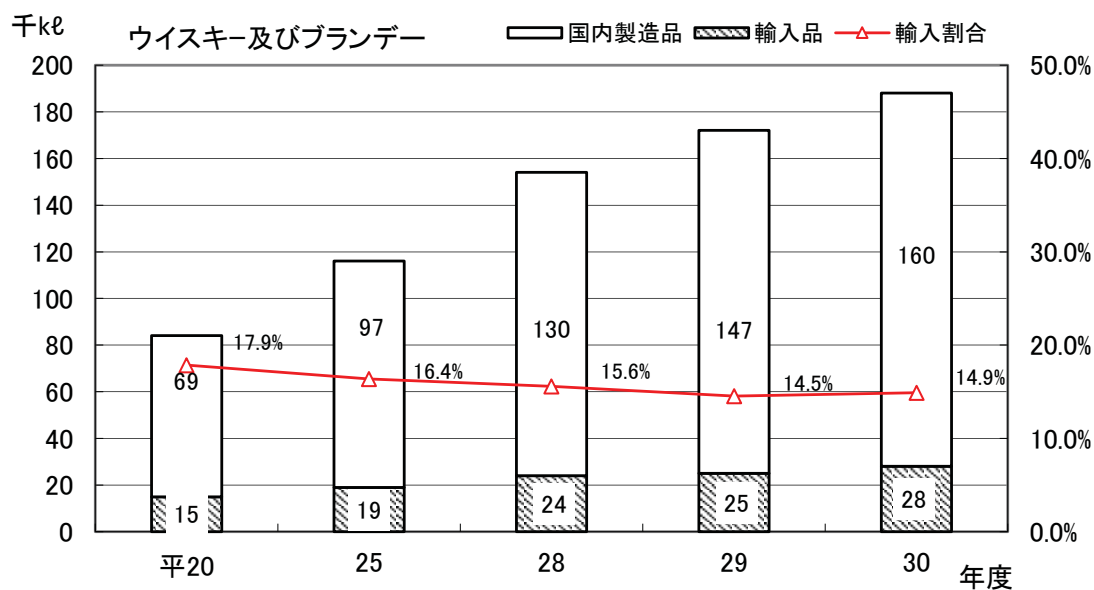
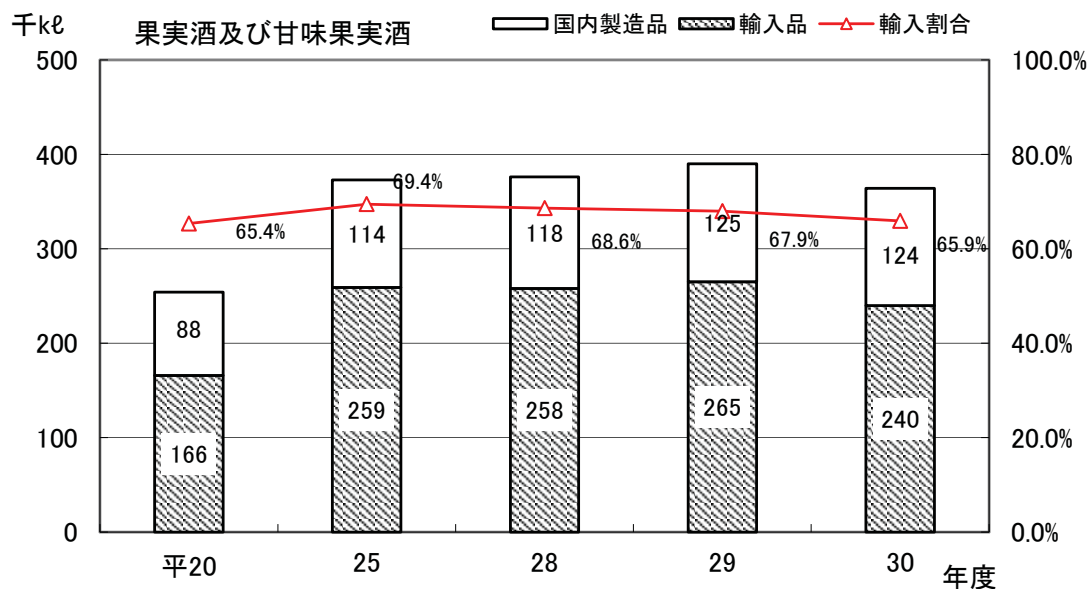
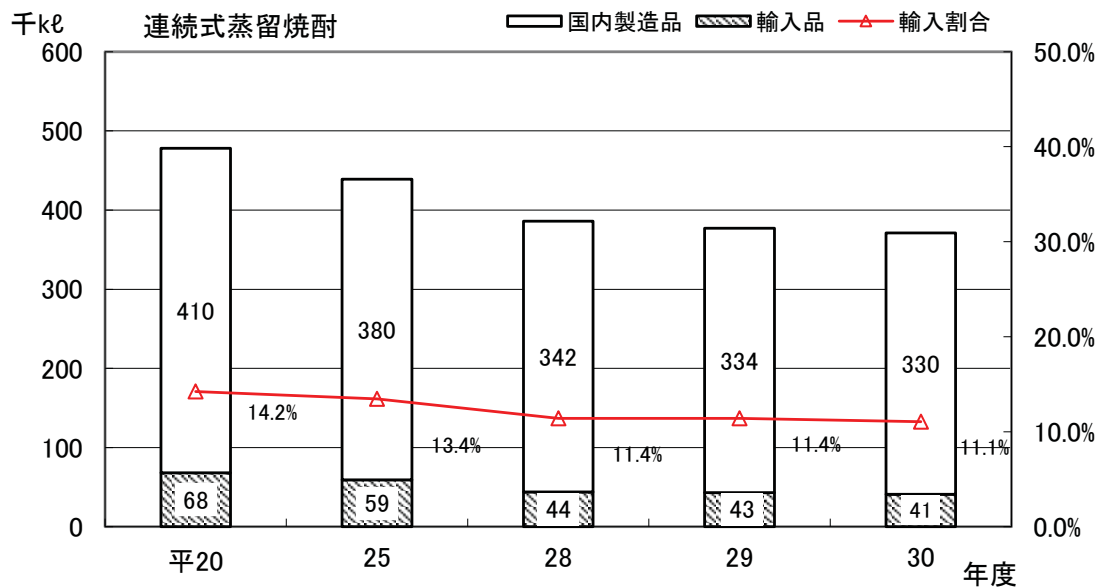


付表1 酒類課税数量の推移表(税関分)

品目	年度							
	平20	25	28	29	30	対20年度比	対25年度比	対前年度比
	kQ	kQ	kQ	kQ	kQ	%	%	%
清 酒	73	50	46	49	29	39.7	58.0	59.2
合 成 清 酒	0	18	15	14	14	-	-	100.0
連 続 式 蒸 留 焼 酎	68,067	59,318	44,033	43,175	40,928	60.1	69.0	94.8
単 式 蒸 留 焼 酎	462	657	409	416	356	77.1	54.2	85.6
み り ん	1,367	1,643	1,731	1,668	1,532	112.1	93.2	91.8
ビ ー ル	24,179	35,291	28,577	28,389	30,015	124.1	85.1	105.7
果 実 酒	162,553	254,683	254,271	261,403	235,794	145.1	92.6	90.2
甘 味 果 実 酒	3,066	4,266	3,629	3,618	3,749	122.3	87.9	103.6
ウ イ ス キ ー	13,546	17,312	23,275	23,987	26,213	193.5	151.4	109.3
ブ ラ ン デ ー	1,780	1,394	1,292	1,334	1,299	73.0	93.2	97.4
発 泡 酒	8,655	5,409	5,314	5,275	3,224	37.3	59.6	61.1
リ キ ュ ー ル	66,950	270,585	216,521	220,039	133,950	200.1	49.5	60.9
ス ピ リ ッ ツ 等	7,564	13,713	11,665	12,210	11,810	156.1	86.1	96.7
そ の 他 の 醸 造 酒 等	8,767	6,442	5,749	5,122	4,685	53.4	72.7	91.5
合 計	367,033	670,779	596,528	606,698	493,595	134.5	73.6	81.4

- (注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。
2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。
3 平成17年度以前の品目別課税数量は、現行の品目に対応する平成18年度改正前の酒税法の種類又は品目の課税数量である。
4 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。

付表2 国内製造品・輸入品別課税数量の推移



10 酒税課税額の推移(国税局分及び税関分の合計)

(単位:億円)

品目 年度	清酒	合成 清酒	連続式蒸留 焼酎	単式蒸留 焼酎	みりん	ビール	果実酒	甘味 果実酒	ウイスキー	ブランデー	発泡酒	リキュール	スピリッツ等	その他の 醸造酒等	合計
昭和	2,106	24	89	20	21	3,161	4	15	605	51	0	24	17	0	6,137
50	2,600	14	74	28	28	4,190	26	13	1,976	143	0	22	12	1	9,125
55	2,538	13	93	41	47	7,295	52	18	3,793	312	0	33	24	2	14,260
60	2,728	17	318	134	58	11,608	73	28	3,662	477	8	116	102	12	19,336
平成	1,963	15	249	139	20	13,150	63	13	2,294	375	0	111	148	8	18,549
5	1,777	27	460	199	20	14,594	52	12	1,743	371	2	148	112	9	19,527
6	1,614	35	510	262	20	16,327	78	12	1,635	347	46	197	118	11	21,211
7	1,709	39	581	300	20	15,464	85	13	1,431	323	301	217	115	11	20,610
8	1,633	40	602	326	21	15,540	96	13	1,305	310	343	235	108	12	20,583
9	1,508	38	693	391	23	14,817	148	16	1,032	205	523	267	97	12	19,771
10	1,412	39	918	551	24	13,661	203	16	554	103	1,133	295	85	11	19,005
11	1,365	40	965	652	42	12,898	152	16	516	91	1,516	373	83	13	18,721
12	1,279	43	1,001	752	32	12,002	145	14	486	82	1,834	386	82	13	18,150
13	1,209	45	1,131	860	24	10,656	140	13	434	71	2,503	461	79	13	17,638
14	1,139	46	1,140	925	23	9,528	145	10	408	60	2,776	531	78	13	16,822
15	1,065	50	1,203	1,107	23	8,761	163	9	369	54	3,302	552	91	43	16,792
16	950	50	1,221	1,262	23	8,501	162	8	326	45	3,093	643	111	194	16,588
17	918	50	1,185	1,274	24	8,068	170	9	318	41	2,281	674	109	731	15,849
18	803	54	1,171	1,312	23	7,751	184	15	295	37	2,133	712	127	846	15,461
19	772	55	1,103	1,363	23	7,611	187	12	271	33	2,057	916	148	692	15,244
20	746	51	1,135	1,285	22	7,024	195	10	279	31	1,854	1,132	214	636	14,613
21	703	46	1,139	1,270	22	6,626	198	9	312	27	1,541	1,415	255	608	14,171
22	688	43	1,095	1,213	21	6,463	217	9	358	26	1,297	1,590	284	585	13,891
23	695	41	1,067	1,216	21	6,279	240	10	362	27	1,146	1,701	300	584	13,687
24	671	39	1,039	1,212	21	6,156	273	10	374	24	1,055	1,770	314	541	13,498
25	675	38	1,042	1,227	21	6,239	289	11	392	25	1,024	1,876	348	502	13,708
26	636	35	959	1,142	21	5,957	293	12	421	24	1,055	1,873	401	444	13,274
27	635	34	946	1,161	22	6,068	301	11	490	24	1,034	1,786	446	421	13,378
28	617	31	913	1,145	21	5,948	293	9	493	22	988	1,805	506	404	13,195
29	602	29	891	1,111	21	5,768	304	9	548	21	937	1,866	567	365	13,039
30	557	26	878	1,042	20	5,438	282	11	597	20	866	1,972	666	347	12,723

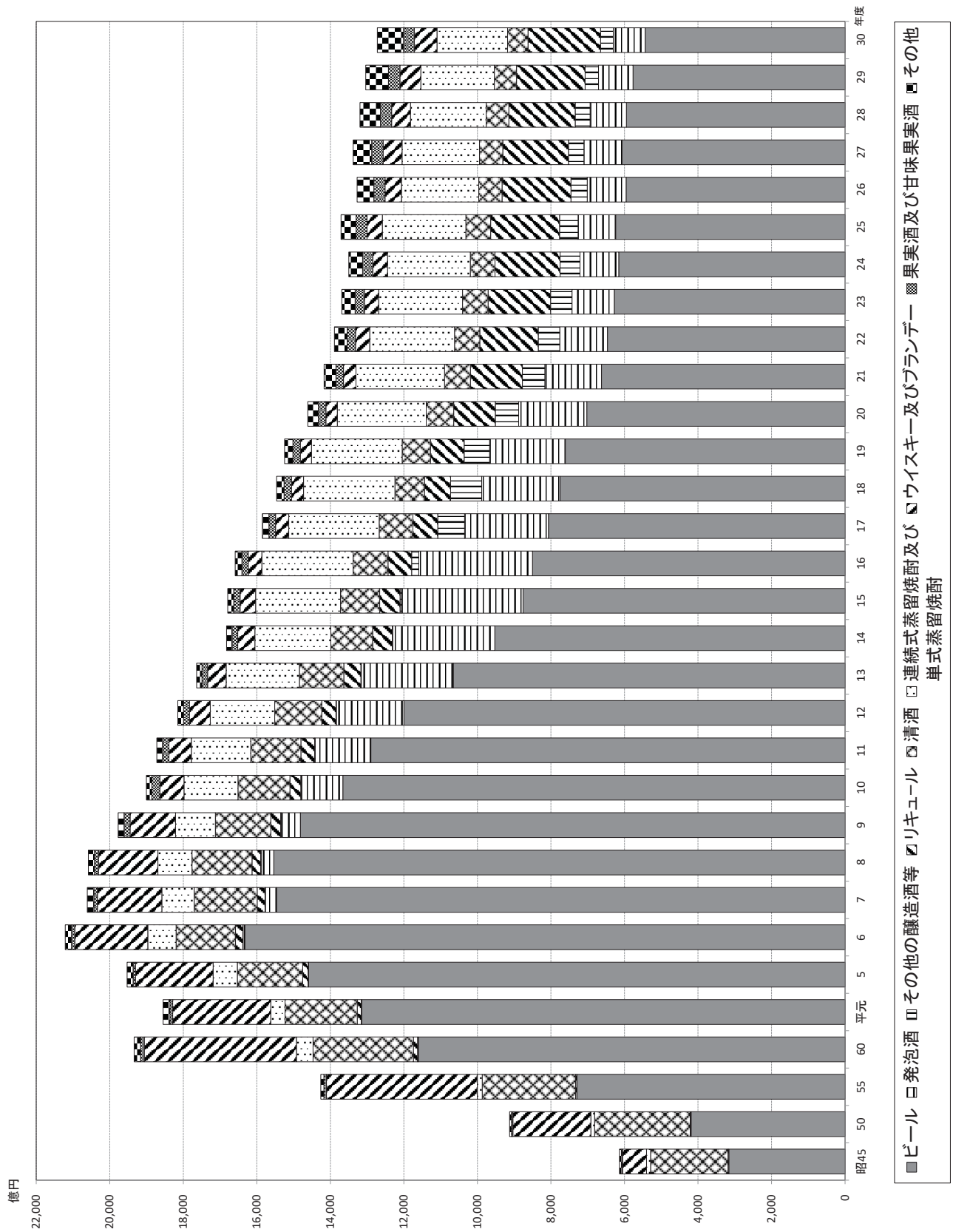
(注) 1 本表は、主として国税庁統計年報「(4月～翌年3月)」によった。

2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目とした。

3 平成17年度以前の品目別課税額は、現行の品目に対応する平成18年度改正前の酒税法の種類又は品目の課税額である。

4 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。

(10 酒税課税額の推移 (国税局分及び税関分の合計))



(注) その他は、合戦清酒、みりん及びスピリッツ等の合計である。

(10 酒税課税額の推移(国税局分及び税関分の合計))

付表 酒税課税額の推移表(国税局分及び税関分の合計)

品目	年度							
	平20	25	28	29	30	対20年度比	対25年度比	対前年度比
	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	%	%	%
清 酒	74,608	67,543	61,674	60,179	55,723	74.7	82.5	92.6
合 成 清 酒	5,071	3,760	3,105	2,908	2,633	51.9	70.0	90.5
連 続 式 蒸 留 焼 酎	113,473	104,163	91,265	89,088	87,817	77.4	84.3	98.6
単 式 蒸 留 焼 酎	128,468	122,707	114,534	111,060	104,205	81.1	84.9	93.8
み り ん	2,228	2,111	2,124	2,068	2,007	90.1	95.1	97.1
ビ ー ル	702,407	623,910	594,817	576,829	543,763	77.4	87.2	94.3
果 実 酒	19,528	28,893	29,285	30,375	28,186	144.3	97.6	92.8
甘 味 果 実 酒	952	1,071	937	945	1,118	117.4	104.4	118.3
ウ イ ス キ ー	27,893	39,210	49,276	54,785	59,702	214.0	152.3	109.0
ブ ラ ン デ ー	3,060	2,454	2,226	2,106	1,984	64.8	80.8	94.2
発 泡 酒	185,401	102,399	98,755	93,741	86,648	46.7	84.6	92.4
リ キ ュ ー ル	113,181	187,607	180,515	186,638	197,165	174.2	105.1	105.6
ス ピ リ ッ ツ 等	21,416	34,793	50,556	56,667	66,605	311.0	191.4	117.5
そ の 他 の 醸 造 酒 等	63,620	50,213	40,402	36,524	34,730	54.6	69.2	95.1
合 計	1,461,306	1,370,836	1,319,472	1,303,912	1,272,289	87.1	92.8	97.6

- (注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。
 2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。
 3 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。

11 酒税課税額の推移(国税局分)

(単位:億円)

品目 年度	清酒	合成 清酒	連続式蒸留 焼酎	単式蒸留 焼酎	みりん	ビール	果実酒	甘味 果実酒	ウイスキー	ブランデー	発泡酒	リキュール	スピリッツ等	その他の 醸造酒等	合計
昭和 45	2,106	24	89	19	21	3,160	2	14	553	34	-	23	13	0	6,058
50	2,600	14	74	28	28	4,187	13	10	1,628	69	-	19	9	0	8,679
55	2,538	13	93	41	47	7,276	28	13	3,371	133	-	28	18	1	13,598
60	2,728	17	316	134	58	11,585	38	19	3,228	283	8	107	90	4	18,615
平成 元	1,963	15	247	139	20	13,002	31	10	1,733	267	0	95	129	5	17,656
5	1,777	27	451	199	20	14,343	25	9	1,296	264	1	139	92	4	18,646
6	1,614	35	492	262	20	15,604	33	9	1,196	250	40	184	92	4	19,833
7	1,709	39	547	300	20	14,992	40	8	1,045	230	235	202	83	3	19,454
8	1,633	40	552	325	21	15,171	45	8	964	206	301	216	74	3	19,561
9	1,507	38	627	391	23	14,558	64	11	786	146	498	247	64	3	18,963
10	1,412	39	816	551	24	13,509	79	12	418	82	1,109	274	50	3	18,378
11	1,365	40	840	652	42	12,808	65	12	400	70	1,472	348	47	3	18,163
12	1,279	43	856	752	31	11,942	55	11	378	60	1,777	359	43	3	17,588
13	1,208	45	962	859	24	10,589	54	9	336	53	2,457	430	42	2	17,069
14	1,139	46	951	923	22	9,465	55	6	309	42	2,728	499	39	2	16,226
15	1,065	50	1,012	1,101	23	8,703	57	6	285	39	3,251	519	54	31	16,196
16	950	50	1,013	1,256	23	8,440	53	5	255	32	3,053	608	78	180	15,996
17	918	50	997	1,273	24	8,004	62	5	248	30	2,259	635	76	716	15,296
18	803	54	990	1,311	22	7,688	62	8	233	26	2,117	670	94	831	14,910
19	772	55	938	1,362	23	7,557	62	7	211	24	2,045	866	112	679	14,713
20	746	51	974	1,284	22	6,971	65	6	223	23	1,841	1,062	183	625	14,074
21	703	46	976	1,269	21	6,578	64	5	255	21	1,530	1,313	220	597	13,599
22	688	43	943	1,211	21	6,412	69	5	296	21	1,288	1,437	249	575	13,258
23	695	41	920	1,214	21	6,196	75	5	294	20	1,138	1,493	252	574	12,939
24	671	39	899	1,210	21	6,075	77	5	301	18	1,046	1,548	268	532	12,710
25	675	38	902	1,225	21	6,162	86	6	322	19	1,014	1,634	303	493	12,899
26	636	35	838	1,140	21	5,887	85	7	346	19	1,044	1,634	360	436	12,487
27	635	34	830	1,160	21	5,998	88	6	400	18	1,022	1,572	406	414	12,603
28	617	31	810	1,144	21	5,885	89	5	398	17	977	1,613	462	396	12,465
29	602	29	790	1,110	20	5,706	95	5	450	16	926	1,671	522	358	12,299
30	557	26	782	1,041	20	5,372	93	7	490	15	860	1,846	622	341	12,072

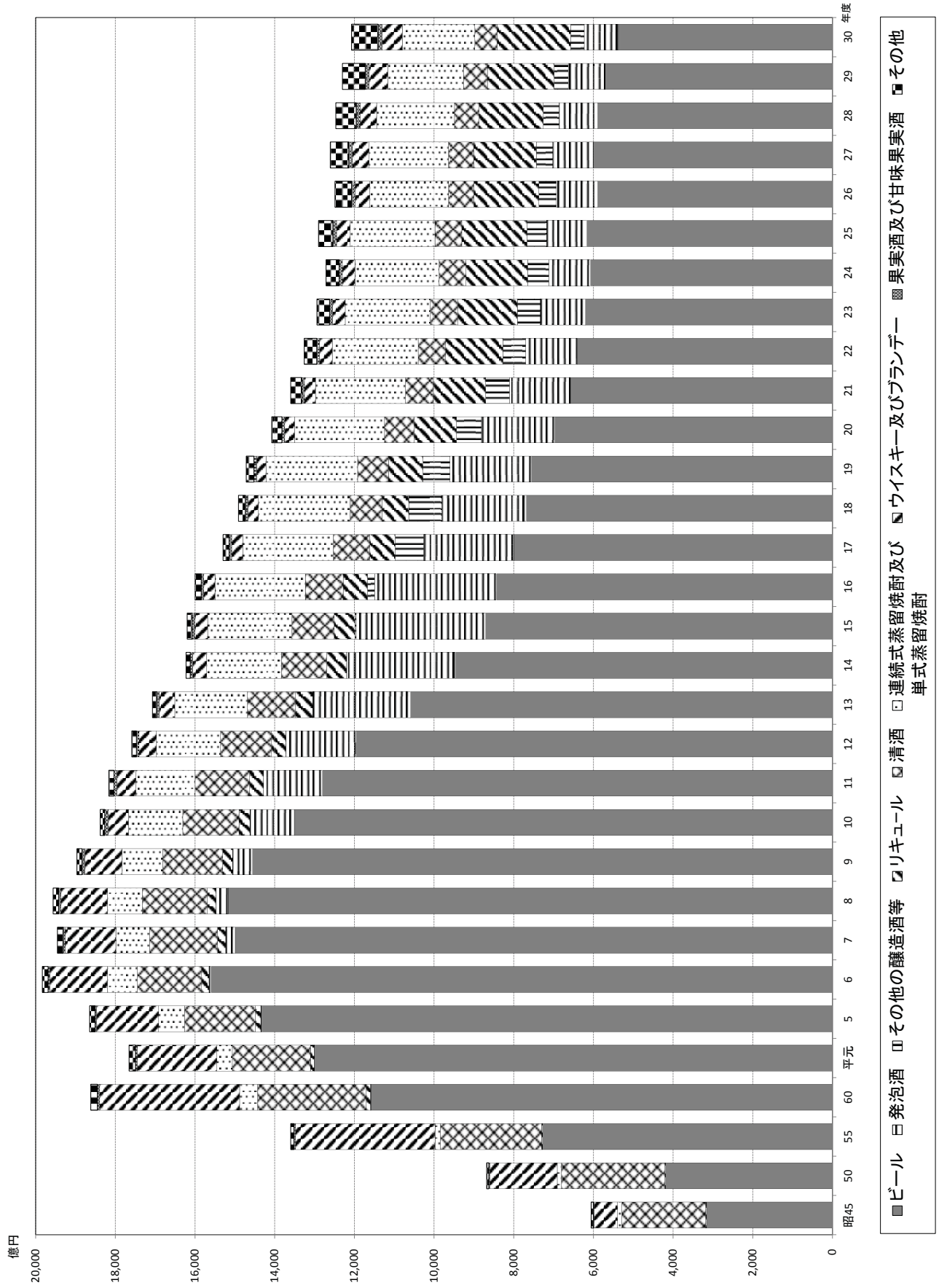
(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)による。

2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目による。

3 平成17年度以前の品目別課税額は、現行の品目に対応する平成18年度改正前の酒税法の種類又は品目の課税額である。

4 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。

(11 酒税課税額の推移 (国税局分))



(注) その他は、合戦清酒、みりん及びスピリッツ等の合計である。

付表 酒税課税額の推移表(国税局分)

品目	年度							
	平20	25	28	29	30	対20年度比	対25年度比	対前年度比
	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	%	%	%
清酒	74,600	67,537	61,669	60,173	55,720	74.7	82.5	92.6
合成清酒	5,071	3,758	3,104	2,907	2,632	51.9	70.0	90.5
連続式蒸留焼酎	97,386	90,206	80,965	78,977	78,222	80.3	86.7	99.0
単式蒸留焼酎	128,352	122,544	114,434	110,958	104,116	81.1	85.0	93.8
みりん	2,201	2,078	2,090	2,035	1,976	89.8	95.1	97.1
ビール	697,087	616,151	588,531	570,589	537,162	77.1	87.2	94.1
果実酒	6,457	8,568	8,943	9,472	9,324	144.4	108.8	98.4
甘味果実酒	567	584	524	529	676	119.2	115.8	127.8
ウイスキー	22,330	32,158	39,822	45,024	49,024	219.5	152.4	108.9
ブランデー	2,340	1,892	1,707	1,570	1,459	62.4	77.1	92.9
発泡酒	184,099	101,352	97,650	92,638	85,991	46.7	84.8	92.8
リキュール	106,175	163,414	161,271	167,072	184,594	173.9	113.0	110.5
スピリッツ等	18,267	30,314	46,227	52,158	62,204	340.5	205.2	119.3
その他の醸造酒等	62,497	49,322	39,599	35,806	34,074	54.5	69.1	95.2
合計	1,407,428	1,289,879	1,246,535	1,229,907	1,207,175	85.8	93.6	98.2

- (注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。
2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。
3 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。

12 酒類販売(消費)数量の推移

(単位:千ℓ)

品目 年度	清酒	合成 清酒	連続式蒸留 焼酎	単式蒸留 焼酎	みりん	ビール	果実酒	甘味 果実酒	ウイスキー	ブランデー	発泡酒	リキュール	スピリッツ等	その他の 醸造酒等	合計
昭和 45	1,532	39	151	51	30	2,910	6	27	132		0	15	8	1	4,901
50	1,675	22	125	64	44	3,736	27	23	238		0	16	6	1	5,978
55	1,504	21	146	92	64	4,383	44	20	360		0	17	8	2	6,660
60	1,335	21	367	226	76	4,725	62	18	293		4	80	31	5	7,244
平成 元	1,345	21	287	205	85	6,060	113	17	233	43	0	89	35	7	8,540
5	1,362	37	340	248	88	6,756	108	13	186	44	2	149	36	10	9,380
6	1,257	43	358	249	85	7,057	123	13	165	40	17	193	33	11	9,642
7	1,262	51	381	267	87	6,744	144	13	153	38	194	222	32	16	9,603
8	1,213	52	403	286	89	6,697	159	12	139	34	289	236	30	17	9,657
9	1,122	51	401	291	93	6,330	225	14	134	29	431	244	27	17	9,410
10	1,052	52	393	296	96	5,857	298	15	138	27	926	262	24	19	9,456
11	1,030	55	405	317	126	5,508	278	15	132	25	1,278	344	23	19	9,554
12	977	58	411	324	138	5,185	266	16	124	22	1,574	381	27	16	9,520
13	933	60	453	338	103	4,622	253	13	116	19	2,157	447	27	15	9,556
14	888	62	468	364	100	4,132	259	12	106	16	2,465	541	26	15	9,455
15	826	63	487	435	104	3,783	237	10	98	14	2,403	580	38	43	9,120
16	746	63	497	486	103	3,617	226	8	88	12	2,213	692	59	232	9,042
17	719	63	497	502	107	3,408	238	9	83	11	1,679	736	62	898	9,012
18	688	57	480	520	105	3,305	229	10	80	10	1,516	745	79	1,032	8,856
19	664	53	465	540	105	3,215	230	10	76	9	1,473	945	93	884	8,761
20	632	51	457	516	105	2,986	227	10	75	9	1,307	1,161	146	838	8,519
21	617	46	461	500	103	2,844	240	8	84	8	1,117	1,495	192	824	8,537
22	589	43	443	480	100	2,764	262	8	94	8	948	1,754	212	808	8,515
23	601	40	433	484	98	2,690	290	8	97	7	838	1,871	233	809	8,501
24	593	40	427	481	105	2,685	321	9	99	7	781	1,974	248	769	8,538
25	581	37	425	486	105	2,665	332	9	108	7	748	2,103	276	710	8,591
26	557	34	400	462	101	2,596	351	10	118	7	765	1,979	319	632	8,331
27	556	33	391	467	107	2,666	370	9	135	7	751	2,034	353	596	8,476
28	537	30	374	457	106	2,637	353	9	145	7	732	2,057	401	565	8,412
29	526	30	371	445	106	2,540	364	11	160	6	678	2,181	459	496	8,374
30	489	28	355	424	99	2,386	352	10	175	6	620	2,292	541	468	8,246

(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。

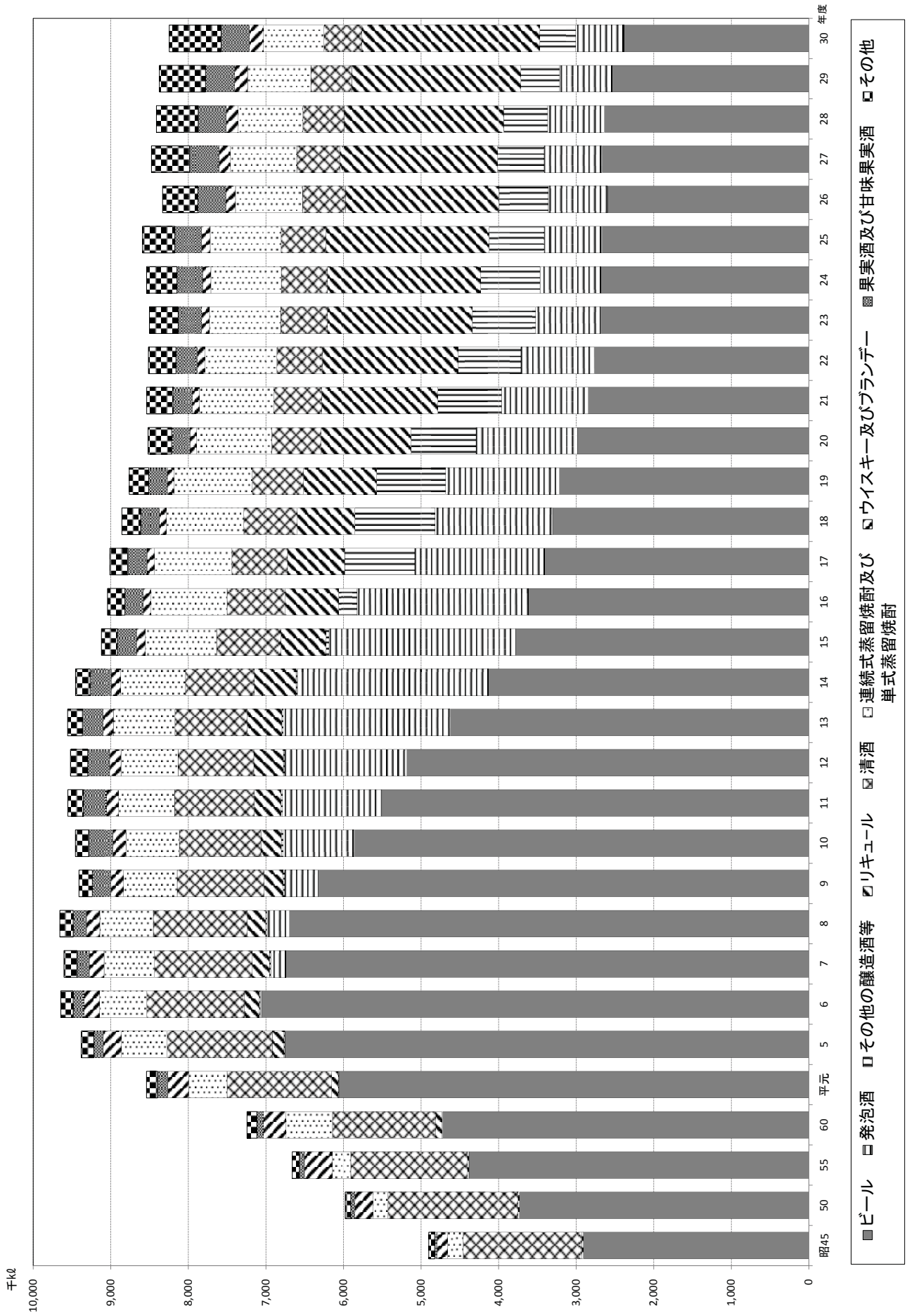
2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。

3 平成17年度以前の品目別販売(消費)数量は、現行の品目に対応する平成18年度改正前の酒税法の種類又は品目の販売(消費)数量である。

4 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。

5 沖縄県分は含まない。

(12 酒類販売（消費）数量の推移)



付表 酒類販売(消費)数量の推移表

品目	年度		平20		25		28		29		30		対20年度比 %	対25年度比 %	対前年度比 %
	ℓ	kℓ	ℓ	kℓ	ℓ	kℓ	ℓ	kℓ	ℓ	kℓ	ℓ	kℓ			
清 酒	6.1		5.6		5.2		5.1		4.7				77.4	84.1	93.0
		631,521		580,934		537,433		525,745		488,696					
合 成 清 酒	0.5		0.4		0.3		0.3		0.3				55.0	76.1	94.1
		50,556		36,525		30,267		29,523		27,792					
連 続 式 蒸 留 焼 酎	4.4		4.1		3.6		3.6		3.4				77.6	83.6	95.7
		457,327		424,850		373,626		370,938		355,103					
単 式 蒸 留 焼 酎	5.0		4.7		4.4		4.3		4.1				82.3	87.2	95.3
		515,762		486,428		457,321		445,106		424,401					
み り ん	1.0		1.0		1.0		1.0		0.9				94.4	94.5	93.3
		104,634		104,572		105,916		105,877		98,811					
ビ ー ル	28.9		25.7		25.4		24.4		22.9				79.9	89.5	93.9
		2,985,893		2,664,645		2,636,915		2,540,328		2,385,641					
果 実 酒	2.2		3.2		3.4		3.5		3.4				155.2	105.9	96.7
		226,879		332,398		352,492		363,936		352,046					
甘 味 果 実 酒	0.1		0.1		0.1		0.1		0.1				95.5	109.4	93.0
		10,424		9,099		8,795		10,701		9,955					
ウ イ ス キ ー	0.7		1.0		1.4		1.5		1.7				233.0	162.1	108.9
		75,014		107,846		145,197		160,415		174,770					
ブ ラ ン デ ー	0.1		0.1		0.1		0.1		0.1				72.6	91.9	98.6
		8,727		6,897		6,608		6,427		6,339					
発 泡 酒	12.7		7.2		7.0		6.5		6.0				47.4	83.0	91.5
		1,307,521		747,549		731,737		678,233		620,333					
リ キ ュ ー ル	11.2		20.3		19.8		21.0		22.0				197.5	109.0	105.1
		1,160,951		2,103,324		2,056,605		2,181,465		2,292,499					
ス ピ リ ッ ツ 等	1.4		2.7		3.9		4.4		5.2				371.7	196.1	117.9
		145,653		276,041		401,030		458,980		541,353					
そ の 他 の 醸 造 酒 等	8.1		6.8		5.5		4.8		4.5				55.8	65.9	94.4
		838,336		709,995		567,879		495,877		468,151					
合 計	82.5		82.8		80.9		80.5		79.3				96.8	96.0	98.5
		8,518,989		8,591,118		8,411,874		8,373,636		8,245,929					

- (注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。
2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。
3 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。
4 上段の数字は、成人1人当たりの酒類販売(消費)数量である。
5 成人人口は、各年度の「国勢調査結果・人口推計年報」(総務省統計局)によった。
6 沖縄県分は含まない。

13 平成30年度成人1人当たりの酒類販売(消費)数量表(都道府県別)

(単位:ℓ)

国 税 局	都 道 府 県	清酒	合成清酒	連続式蒸留焼酎	単式蒸留焼酎	みりん	ビール	果実酒	甘味果実酒	ウイスキー	ブランデー	発泡酒	スピリッツ等	リキュール	その他の醸造酒等	合計
札 幌	北 海 道	4.5	0.3	7.0	1.5	0.8	25.2	3.5	0.1	1.8	0.1	7.0	3.9	25.6	4.1	85.4
仙 台	青 森	5.8	0.5	6.5	3.1	0.5	21.7	2.6	0.1	1.9	0.1	8.5	6.1	28.9	4.8	91.1
	岩 手	6.3	0.3	5.0	3.5	0.6	23.8	2.8	0.1	1.6	0.0	6.6	6.2	26.3	4.7	87.7
	宮 城	5.7	0.3	3.5	3.9	1.0	22.3	3.2	0.1	2.3	0.0	6.0	5.7	23.2	3.8	81.2
	秋 田	8.6	0.6	6.6	2.7	0.6	22.8	2.3	0.1	1.9	0.0	7.0	6.0	28.5	5.2	92.8
	山 形	7.5	0.5	5.9	2.6	0.9	21.6	2.8	0.1	1.7	0.0	5.0	4.8	22.5	3.4	79.1
	福 島	7.2	0.3	3.1	4.6	0.8	21.9	2.3	0.0	1.8	0.1	5.9	4.8	21.8	3.8	78.4
	計		6.7	0.4	4.7	3.6	0.7	22.3	2.7	0.1	1.9	0.0	6.4	5.6	24.7	4.2
関 東 信 越	茨 城	4.8	0.3	3.2	3.4	0.6	18.0	2.0	0.1	1.5	0.0	4.6	4.1	21.0	3.8	67.3
	栃 木	5.1	0.2	4.1	3.0	0.6	19.1	2.5	0.1	1.6	0.0	4.4	4.4	20.2	3.9	69.2
	群 馬	4.7	0.2	5.5	2.3	0.7	18.3	2.3	0.1	1.6	0.0	4.7	3.8	20.2	4.0	68.6
	埼 玉	3.9	0.2	4.6	2.4	0.6	14.9	3.1	0.0	1.4	0.0	4.1	4.8	20.4	4.7	65.1
	新 潟	10.5	0.5	4.8	2.6	0.9	24.3	2.5	0.1	1.6	0.0	6.8	5.5	25.8	4.1	90.0
	長 野	6.9	0.2	3.7	3.6	0.9	23.3	3.6	0.1	1.8	0.0	4.6	3.8	20.7	3.3	76.5
	計		5.4	0.2	4.4	2.7	0.7	18.3	2.8	0.1	1.5	0.0	4.7	4.5	21.1	4.2
東 京	千 葉	3.9	0.2	3.5	2.9	1.0	16.4	2.9	0.1	1.6	0.1	4.4	5.1	21.4	4.2	67.8
	東 京	5.5	0.3	5.1	3.4	1.6	39.8	8.1	0.2	2.9	0.1	5.4	6.7	24.6	3.9	107.8
	神 奈 川	3.5	0.2	4.0	2.8	0.7	19.9	3.6	0.1	1.8	0.1	4.6	5.2	20.4	4.0	70.7
	山 梨	4.6	0.3	3.8	3.9	0.8	19.8	7.5	0.2	2.5	0.1	4.6	4.0	18.0	4.2	74.3
	計		4.6	0.3	4.4	3.1	1.2	28.4	5.6	0.2	2.3	0.1	4.9	5.9	22.5	4.0
金 沢	富 山	7.4	0.2	3.1	3.3	0.8	24.5	2.4	0.1	1.5	0.0	7.6	7.2	22.3	4.2	84.6
	石 川	6.9	0.2	2.5	3.4	1.0	23.7	2.5	0.1	1.3	0.1	6.0	5.4	21.5	4.3	79.0
	福 井	6.3	0.3	1.9	3.3	1.0	21.2	1.7	0.1	1.0	0.0	6.6	5.0	19.6	5.1	73.1
	計		6.9	0.2	2.6	3.4	0.9	23.3	2.2	0.1	1.3	0.0	6.7	5.9	21.3	4.5
名 古 屋	岐 阜	4.9	0.2	2.0	3.2	0.9	15.5	2.1	0.1	1.1	0.1	4.6	4.7	17.0	4.5	60.9
	静 岡	4.3	0.3	3.3	3.8	1.0	19.0	2.4	0.1	1.4	0.1	4.8	4.1	18.5	3.9	66.9
	愛 知	3.4	0.2	2.2	3.2	1.3	21.4	2.5	0.1	1.2	0.1	5.5	5.2	19.6	3.9	69.6
	三 重	4.1	0.3	3.1	3.5	0.9	17.7	1.7	0.1	1.0	0.0	4.9	4.8	20.2	3.8	66.2
	計		3.9	0.3	2.6	3.4	1.1	19.6	2.3	0.1	1.2	0.1	5.2	4.8	19.0	3.9
大 阪	滋 賀	4.5	0.2	1.7	3.2	1.1	13.8	1.7	0.1	0.9	0.0	4.1	5.2	18.2	3.2	58.0
	京 都	5.2	0.2	1.7	3.5	1.1	26.5	4.0	0.2	1.6	0.1	6.3	5.8	22.4	4.1	82.8
	大 阪	4.2	0.2	2.0	4.1	1.0	29.3	3.5	0.1	2.0	0.1	7.3	6.3	26.6	5.6	92.4
	兵 庫	4.4	0.2	1.9	3.8	0.9	20.6	2.8	0.1	1.3	0.0	6.4	5.2	22.7	4.6	75.1
	奈 良	4.9	0.2	1.6	3.4	0.7	16.6	1.9	0.0	1.0	0.0	5.2	4.8	18.8	5.0	64.3
	和 歌 山	5.1	0.2	2.3	4.1	1.0	18.6	3.6	0.1	1.0	0.1	7.0	5.9	20.8	6.7	76.3
計		4.5	0.2	1.9	3.9	1.0	24.3	3.2	0.1	1.6	0.1	6.6	5.8	23.7	5.0	81.7
広 島	鳥 取	5.9	0.9	2.7	4.7	1.2	21.6	1.8	0.1	1.3	0.1	7.4	5.8	24.4	6.0	83.9
	島 根	6.3	0.4	2.8	5.6	1.0	20.1	1.9	0.4	1.1	0.0	6.1	4.8	20.5	6.1	77.2
	岡 山	4.4	0.2	2.1	4.6	0.8	16.0	1.8	0.1	1.1	0.1	5.5	5.1	18.7	4.9	65.5
	広 島	4.7	0.2	2.3	5.9	0.9	21.7	2.6	0.1	1.3	0.1	7.9	5.2	22.6	5.4	80.8
	山 口	4.6	0.3	2.5	5.4	0.8	19.0	1.6	0.1	1.0	0.1	7.6	4.4	20.7	5.3	73.3
計		4.9	0.3	2.4	5.4	0.9	19.6	2.1	0.1	1.1	0.1	7.0	5.1	21.2	5.4	75.3
高 松	徳 島	4.4	0.2	2.0	5.0	0.9	19.6	2.6	0.1	1.3	0.1	7.6	4.8	18.8	5.6	72.9
	香 川	4.2	0.3	2.1	4.2	2.2	19.1	2.0	0.1	1.2	0.1	5.9	5.4	20.1	4.2	70.8
	愛 媛	4.4	0.3	2.7	4.5	1.4	20.5	1.7	0.1	1.0	0.1	6.8	5.2	20.5	5.5	74.5
	高 知	5.3	0.3	3.0	4.5	0.9	25.7	1.8	0.1	1.2	0.1	15.0	6.5	23.2	6.9	94.2
	計		4.5	0.3	2.4	4.5	1.4	20.9	2.0	0.1	1.1	0.1	8.3	5.4	20.6	5.5
福 岡	福 岡	4.0	0.3	1.8	7.2	0.8	21.8	2.8	0.1	1.7	0.1	7.5	4.8	20.9	4.4	78.1
	佐 賀	5.5	0.4	1.5	6.2	0.8	19.8	1.6	0.0	1.1	0.1	8.2	4.0	20.1	5.0	74.3
	長 崎	4.1	0.4	2.3	7.0	0.6	20.0	1.8	0.1	1.0	0.1	7.8	3.9	19.9	5.5	74.6
	計		4.2	0.3	1.9	7.0	0.8	21.3	2.5	0.1	1.5	0.1	7.6	4.5	20.6	4.6
熊 本	熊 本	2.7	0.3	1.9	8.7	0.8	18.8	2.1	0.1	1.3	0.1	8.1	4.0	21.1	6.8	76.8
	大 分	4.0	0.4	2.4	8.8	0.7	20.4	2.6	0.1	1.5	0.1	7.6	4.5	20.1	5.1	78.2
	宮 崎	2.4	0.2	1.3	18.5	0.6	22.6	2.5	0.1	1.3	0.1	9.6	4.3	22.9	8.8	95.2
	鹿 児 島	1.1	0.2	1.1	21.8	0.7	15.6	1.8	0.0	1.1	0.0	8.6	4.0	20.1	7.3	83.3
	計		2.4	0.3	1.6	14.4	0.7	18.9	2.2	0.1	1.3	0.1	8.4	4.2	21.0	7.0
全 国 平 均		4.7	0.3	3.4	4.1	0.9	22.9	3.4	0.1	1.7	0.1	6.0	5.2	22.0	4.5	79.3

(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。
 2 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。
 3 成人人口は、「人口推計」(総務省統計局)によった。
 4 「全国平均」欄は、沖縄県分を含まない。

14 酒類等製造免許場数の推移

品目 年度	清酒	合成 清酒	連続式蒸留 焼酎	単式蒸留 焼酎	みりん	ビール	果実酒	甘味 果実酒	ウイスキー	ブランドー	発泡酒	リキユール	スピリッツ等	その他の 醸造酒等	合計	酒母	もろみ
昭和 45	外 25 3,533	外 92 3	外 87 39	外 482 379	外 163 37	外 - 28	外 102 233	外 115 30	外 58 18	外 74 4	外 4 4	外 104 58	外 218 26	外 12 46	外 1,536 4,434	375	218
50	外 30 3,229	外 84 2	外 86 36	外 424 393	外 160 31	外 - 32	外 109 208	外 123 24	外 56 24	外 82 5	外 4 4	外 133 47	外 243 23	外 17 48	外 1,551 4,102	383	243
55	外 36 2,947	外 81 1	外 86 31	外 429 379	外 149 38	外 - 35	外 100 218	外 133 18	外 56 26	外 89 5	外 5 5	外 146 48	外 243 21	外 30 50	外 1,583 3,817	374	271
60	外 64 2,586	外 81 3	外 76 45	外 508 389	外 161 30	外 2 38	外 121 214	外 162 17	外 61 26	外 108 9	外 10 1	外 215 51	外 282 16	外 59 56	外 1,890 3,481	376	334
平成 元	外 56 2,438	外 77 5	外 82 40	外 517 359	外 75 30	外 5 39	外 142 225	外 168 18	外 65 23	外 110 5	外 12 12	外 260 63	外 266 19	外 66 59	外 1,901 3,323	377	353
5	外 61 2,386	外 76 4	外 73 47	外 514 350	外 69 32	外 8 42	外 149 235	外 167 14	外 64 20	外 108 4	外 13 13	外 280 67	外 272 11	外 72 61	外 1,926 3,273	377	362
6	外 64 2,369	外 78 3	外 75 45	外 511 352	外 70 30	外 14 49	外 152 234	外 171 11	外 64 20	外 109 4	外 32 32	外 283 71	外 272 12	外 72 61	外 1,967 3,261	384	359
7	外 64 2,336	外 77 6	外 76 46	外 512 345	外 71 29	外 17 68	外 156 233	外 175 8	外 64 19	外 109 5	外 38 4	外 298 69	外 270 14	外 76 60	外 2,003 3,242	389	354
8	外 63 2,305	外 79 2	外 82 38	外 506 345	外 69 32	外 25 143	外 156 234	外 176 10	外 64 19	外 108 4	外 54 5	外 301 75	外 270 18	外 80 58	外 2,033 3,288	388	354
9	外 68 2,268	外 79 2	外 80 40	外 504 336	外 70 32	外 35 238	外 156 239	外 177 10	外 66 16	外 110 5	外 67 25	外 310 82	外 275 16	外 80 60	外 2,077 3,369	393	356
10	外 78 2,229	外 80 1	外 79 41	外 494 327	外 71 30	外 40 274	外 156 237	外 174 10	外 67 15	外 109 4	外 103 31	外 325 83	外 275 17	外 87 57	外 2,138 3,356	394	356
11	外 82 2,191	外 79 1	外 82 38	外 485 327	外 60 38	外 45 281	外 153 236	外 170 11	外 65 13	外 106 3	外 123 37	外 335 82	外 266 18	外 88 57	外 2,139 3,333	390	354
12	外 86 2,152	外 78 1	外 87 35	外 478 327	外 63 36	外 51 272	外 163 235	外 169 11	外 68 11	外 108 3	外 128 48	外 371 91	外 268 19	外 92 58	外 2,210 3,299	349	352
13	外 92 2,121	外 79 2	外 87 36	外 476 323	外 65 37	外 51 255	外 173 229	外 172 11	外 68 10	外 106 3	外 133 54	外 386 96	外 270 19	外 103 58	外 2,261 3,254	349	348
14	外 98 2,076	外 76 2	外 82 36	外 476 328	外 71 31	外 55 244	外 183 233	外 173 13	外 67 10	外 110 4	外 136 61	外 411 101	外 278 20	外 124 57	外 2,340 3,216	337	345
15	外 102 2,024	外 75 2	外 80 37	外 487 330	外 70 33	外 95 242	外 183 233	外 175 10	外 69 8	外 113 3	外 432 52	外 528 106	外 389 21	外 133 64	外 2,831 3,165	336	357
16	外 114 1,973	外 76 2	外 81 38	外 493 347	外 74 30	外 81 233	外 177 234	外 171 11	外 70 7	外 110 4	外 385 48	外 498 106	外 346 22	外 146 91	外 2,822 3,146	331	374
17	外 118 1,938	外 73 2	外 79 36	外 490 358	外 74 31	外 77 228	外 176 237	外 171 9	外 68 6	外 110 3	外 369 42	外 554 108	外 336 23	外 162 118	外 2,857 3,139	280	388
18	外 129 1,887	外 66 5	外 85 30	外 497 365	外 73 33	外 77 221	外 184 242	外 412 21	外 65 6	外 109 4	外 209 37	外 2,354 114	外 3,001 27	外 4,797 149	外 14,058 3,141	264	389
19	外 138 1,845	外 65 5	外 81 32	外 503 374	外 74 31	外 80 212	外 190 239	外 384 17	外 65 7	外 112 3	外 138 38	外 2,230 123	外 2,779 35	外 4,451 189	外 13,290 3,150	254	405
20	外 137 1,807	外 64 5	外 79 33	外 508 374	外 72 32	外 83 202	外 184 238	外 365 14	外 66 7	外 117 2	外 207 37	外 2,160 123	外 2,672 37	外 4,263 205	外 12,837 3,116	251	400
21	外 145 1,761	外 71 3	外 82 32	外 506 379	外 78 30	外 90 195	外 182 247	外 354 12	外 68 8	外 120 4	外 196 35	外 2,080 136	外 2,559 37	外 4,069 211	外 12,373 3,090	252	407
22	外 150 1,736	外 73 2	外 79 34	外 507 375	外 78 30	外 89 187	外 179 257	外 344 10	外 67 8	外 120 5	外 187 40	外 2,017 153	外 2,443 39	外 3,864 230	外 11,887 3,106	275	400
23	外 154 1,709	外 71 2	外 77 35	外 499 374	外 81 30	外 90 181	外 179 262	外 332 10	外 66 8	外 120 1	外 1,715 46	外 1,905 170	外 2,260 36	外 3,533 243	外 11,082 3,107	255	404
24	外 151 1,684	外 73 2	外 79 36	外 500 366	外 82 32	外 93 168	外 178 267	外 325 13	外 65 9	外 122 1	外 1,586 51	外 1,833 171	外 2,142 36	外 3,308 245	外 10,548 3,081	244	415
25	外 154 1,652	外 71 2	外 75 38	外 497 363	外 79 32	外 92 167	外 176 277	外 318 11	外 64 9	外 119 1	外 1,512 60	外 1,779 187	外 2,055 38	外 3,150 252	外 10,141 3,089	243	415
26	外 151 1,634	外 70 2	外 76 37	外 492 363	外 79 30	外 87 173	外 179 286	外 312 11	外 65 9	外 120 1	外 1,466 72	外 1,758 185	外 1,988 37	外 3,032 256	外 9,885 3,096	243	419
27	外 146 1,627	外 68 3	外 76 37	外 494 361	外 79 30	外 84 178	外 190 305	外 312 10	外 67 10	外 120 1	外 1,430 95	外 1,734 185	外 1,948 43	外 2,959 265	外 9,707 3,150	239	419
28	外 148 1,615	外 70 2	外 78 35	外 494 359	外 80 29	外 86 179	外 192 328	外 313 9	外 70 16	外 118 2	外 1,403 113	外 1,713 181	外 1,904 46	外 2,899 270	外 9,571 3,184	243	417
29	外 161 1,594	外 71 1	外 77 36	外 483 371	外 77 32	外 84 187	外 204 355	外 310 12	外 75 18	外 123 1	外 1,376 223	外 1,700 182	外 1,869 46	外 2,825 275	外 9,435 3,333	245	415
30	外 160 1,580	外 71 1	外 79 34	外 488 364	外 76 33	外 181 318	外 214 394	外 313 10	外 81 21	外 279 3	外 1,483 120	外 1,691 187	外 1,812 50	外 2,759 279	外 9,687 3,394	244	407

(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)による。
 2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目による。
 3 平成17年度以前の品目別製造免許場数は、現行の品目に対応する平成18年度改正前の酒税法の種類又は品目の製造免許場数である。
 4 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉米酒及び雑酒を含む。
 5 一の製造場で複数の種類の製造免許を有しているものについて、主たる酒類を本欄とし、その他は外書きとして掲げた。
 6 平成18年度以降の酒類の製造免許場数は、平成16年度の酒税法改正に伴い、酒税法附則第66条第2項の規定により製造免許を受けたものとみなされたものを含んでいる。

(14 酒類等製造免許数の推移)

付表 1 地ビール製造免許場(者)数の推移

年 度	平成6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
製造場数	6	24	103		251	264	262	239	230	263	244	234	223	211	206	201	194	190	180	179	181	180	182	184	395
製造者数	6	24	95	194	231	242	240	228	220	251	232	223	213	200	196	191	184	183	174	173	174	173	174	176	368

(注)1 製造免許場(者)数は、各年度末(3月31日)現在のものである。

2 平成6年4月1日以降ビールの製造免許を取得した製造場(者)で、大手ビールメーカー(5社)及び試験製造免許に係る製造場(者)を除いたものを掲げた。

※ 酒税法の一部改正(平成6年法律第24号)により、ビールの製造免許に係る最低製造数量基準が2,000kℓから60kℓに引き下げられた。

付表 2 果実酒製造免許場(者)数の推移 (特定酒類(果実酒))

年 度	平成20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
製造場数	0	1	4	4	4	4	5	7	8	8	7
製造者数	0	1	4	4	4	4	5	7	8	8	7
認定計画数	8	12	16	19	21	22	25	35	36	40	42

(注)1 製造免許場(者)数及び認定計画数は、各年度末(3月31日)現在のものである。

2 構造改革特別区域法(平成14年法律第189号)に規定する酒税法の特例(総合特別区域法(平成23年法律第81号)及び国家戦略特別区域法(平成25年法律第107号))によりみなし適用される場合を含む。)により果実酒の製造免許を取得した製造場(者)を掲げた。

※ 構造改革特別区域法第25条(酒税法の特例)に規定する要件に該当する製造者が、その製造場で製造する果実酒の製造免許に係る最低製造数量基準は適用しないこととされた。

13 認定計画数は、地方公共団体が内閣総理大臣の認定を受けている構造改革特別区域計画数(総合特別区域法によりみなし適用される場合を含む。)である。

付表 3 濁酒製造免許場(者)数の推移 (特定酒類(その他の醸造酒))

年 度	平成15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
製造場数	4	29	54	85	119	139	144	156	167	171	177	176	183	192	191	194
製造者数	4	28	53	84	118	138	143	155	166	170	176	175	182	191	190	193
認定計画数	11	38	58	74	85	93	108	115	121	130	137	146	152	155	164	171

(注)1 製造免許場(者)数及び認定計画数は、各年度末(3月31日)現在のものである。

2 構造改革特別区域法(平成14年法律第189号)に規定する酒税法の特例(総合特別区域法(平成23年法律第81号)及び国家戦略特別区域法(平成25年法律第107号))によりみなし適用される場合を含む。)によりその他の醸造酒の製造免許を取得した製造場(者)を掲げた。

※ 構造改革特別区域法第25条(酒税法の特例)に規定する要件に該当する製造者が、その製造場で製造するその他の醸造酒の製造免許に係る最低製造数量基準は適用しないこととされた。

13 認定計画数は、地方公共団体が内閣総理大臣の認定を受けている構造改革特別区域計画数(総合特別区域法によりみなし適用される場合を含む。)である。

(14 酒類等製造免許場数の推移)

付表4 果実酒製造免許場(者)数の推移 (特産酒類(果実酒))

年 度	平成20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
製造場数	0	0	6	7	8	7	10	14	17	24	45
製造者数	0	0	6	7	8	7	10	14	17	24	45
認定計画数	13	16	20	26	30	34	39	44	52	63	68

(注)1 製造免許場(者)数及び認定計画数は、各年度末(3月31日)現在のものである。

2 構造改革特別区域法(平成14年法律第189号)に規定する酒税法の特例(総合特別区域法(平成23年法律第81号)及び国家戦略特別区域法(平成25年法律第107号))によりみなし適用される場合を含む。)により果実酒の製造免許を取得した製造場(者)を掲げた。

※ 構造改革特別区域法第26条(酒税法の特例)に規定する要件に該当する製造者が、その製造場で製造する果実酒の製造免許に係る最低製造数量基準は2kℓに緩和された。

3 認定計画数は、地方公共団体が内閣総理大臣の認定を受けている構造改革特別区域計画数(総合特別区域法によりみなし適用される場合を含む。)である。

付表5 リキュール製造免許場(者)数の推移 (特産酒類(リキュール))

年 度	平成20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
製造場数	0	8	14	17	18	25	26	28	27	26	28
製造者数	0	8	14	17	18	25	26	28	27	26	28
認定計画数	11	19	24	32	38	40	45	51	58	68	72

(注)1 製造免許場(者)数及び認定計画数は、各年度末(3月31日)現在のものである。

2 構造改革特別区域法(平成14年法律第189号)に規定する酒税法の特例(総合特別区域法(平成23年法律第81号)及び国家戦略特別区域法(平成25年法律第107号))によりみなし適用される場合を含む。)によりリキュールの製造免許を取得した製造場(者)を掲げた。

※ 構造改革特別区域法第26条(酒税法の特例)に規定する要件に該当する製造者が、その製造場で製造するリキュールの製造免許に係る最低製造数量基準は1kℓに緩和された。

3 認定計画数は、地方公共団体が内閣総理大臣の認定を受けている構造改革特別区域計画数(総合特別区域法によりみなし適用される場合を含む。)である。

付表6 単式蒸留焼酎製造免許場(者)数の推移 (特産酒類(単式蒸留焼酎))

年 度	平成29	30
製造場数	0	1
製造者数	0	1
認定計画数	3	3

(注)1 製造免許場(者)数及び認定計画数は、各年度末(3月31日)現在のものである。

2 構造改革特別区域法(平成14年法律第189号)に規定する酒税法の特例(総合特別区域法(平成23年法律第81号)及び国家戦略特別区域法(平成25年法律第107号))によりみなし適用される場合を含む。)により単式蒸留焼酎の製造免許を取得した製造場(者)を掲げた。

※ 構造改革特別区域法第26条(酒税法の特例)に規定する要件に該当する製造者が、その製造場で製造する単式蒸留焼酎の製造免許に係る最低製造数量基準は適用しないこととされた。

3 認定計画数は、地方公共団体が内閣総理大臣の認定を受けている構造改革特別区域計画数(総合特別区域法によりみなし適用される場合を含む。)である。

(14 酒類等製造免許場数の推移)

付表 7 原料用アルコール製造免許場(者)数の推移 (特産酒類(原料用アルコール))

年 度	平成29	30
製造場数	0	1
製造者数	0	1
認定計画数	1	1

(注)1 製造免許場(者)数及び認定計画数は、各年度末(3月31日)現在のものである。

2 構造改革特別区域法(平成14年法律第189号)に規定する酒税法の特例(総合特別区域法(平成23年法律第81号)及び国家戦略特別区域法(平成25年法律第107号))によりみなし適用される場合を含む。)により原料用アルコールの製造免許を取得した製造場(者)を掲げた。

※ 構造改革特別区域法第26条(酒税法の特例)に規定する要件に該当する製造者が、その製造場で製造する原料用アルコールの製造免許に係る最低製造数量基準は適用しないこととされた。

3 認定計画数は、地方公共団体が内閣総理大臣の認定を受けている構造改革特別区域計画数(総合特別区域法によりみなし適用される場合を含む。)である。

参考：構造改革特別区域における酒税法の特例の概要

(特定酒類について)

構造改革特別区域内において、農家民宿等を営む農業者(特定農業者)が、自ら生産した果実又は米を原料として、果実酒又はその他の醸造酒(いわゆる「どぶろく」に限る。)を製造する場合には、その製造免許に係る最低製造数量基準(いずれも6kℓ)を適用しないこととしている。

(特産酒類について)

構造改革特別区域内において、地域の特産物である農産物等を原料として単式蒸留焼酎、果実酒、原料用アルコール及びリキュールを製造する場合には、その製造免許に係る最低製造数量基準(単式蒸留焼酎は10kℓ、果実酒、原料用アルコール及びリキュールは6kℓ)を果実酒については2kℓ、リキュールについては1kℓに緩和し、単式蒸留焼酎及び原料用アルコールについては、最低製造数量基準を適用しないこととしている。

15 酒類販売業免許場数の推移

(単位:場)

年月日	卸		業		小		業		合 計	備 考
	全酒類	その他	全酒類	その他	全酒類	その他	全酒類	その他		
昭和 46. 3. 31 現在	-	外 1,316	外 1,316	4,352	外 1,198	外 147	外 1,345	143,047	147,399	13.3 酒類販売業免許制度免足
51. 3. 31	1,965	-	2,387	-	122,291	-	20,756	14,321	167,301	
61. 3. 31	13,738	-	2,731	16,469	129,976	-	20,856	150,832	174,544	63.12 「規制緩和推進戦略」(酒類小売業免許の免許要件に係る運用基準の簡素化・明確化等)の閣議決定 元. 6 人口基準・油運割の導入
平成 2. 3. 31	11,980	-	2,676	14,656	138,056	-	21,832	159,888	176,550	
5. 3. 31	11,540	-	3,487	15,027	139,396	-	22,127	161,523	177,521	
6. 3. 31	10,896	-	7,325	18,221	137,138	-	22,162	159,300	178,126	
7. 3. 31	10,682	-	7,332	18,014	137,777	-	22,335	160,112	179,156	
8. 3. 31	10,487	-	7,331	17,818	138,568	-	22,770	161,338	179,880	
9. 3. 31	10,200	-	7,274	17,474	139,403	-	23,003	162,406	184,000	10. 3 「規制緩和推進3か年計画」(酒類小売業免許に係る需給調整規制の廃止)の閣議決定
10. 3. 31	9,980	-	7,137	17,117	140,180	-	26,703	166,883	188,695	
11. 3. 31	9,757	-	7,090	16,847	140,836	-	31,012	171,848	191,722	
12. 3. 31	9,546	-	7,081	16,627	143,718	-	31,377	175,095	193,971	13. 1 酒類小売業免許の距離基準の廃止
13. 3. 31	9,436	-	7,053	16,489	145,841	-	31,641	177,482	193,123	
14. 3. 31	9,365	-	6,885	16,250	145,053	-	31,820	176,873	198,005	
15. 3. 31	9,210	-	6,773	15,983	151,343	-	30,679	182,022	200,355	15. 5 「酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法」公布 15. 9 酒類小売業免許の人口基準の廃止
16. 3. 31	9,070	-	6,686	15,756	154,759	-	29,840	184,599	208,325	
17. 3. 31	8,630	-	6,469	15,099	165,915	-	27,311	193,226	211,828	17. 8 「酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法」の一部を改正する法律公布 18. 8 「酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法」による緊急調整地域の指定有効
18. 3. 31	8,011	-	6,406	14,417	171,674	-	25,737	197,411	210,452	
19. 3. 31	7,608	-	6,384	13,992	170,975	-	25,485	196,460	214,905	23. 4 「規制・制度改正に係る方針」(酒類販売業免許の要件緩和)の閣議決定
20. 3. 31	7,303	-	6,330	13,633	178,124	-	23,148	201,272	215,247	
21. 3. 31	7,111	-	6,262	13,373	179,624	-	22,250	201,874	212,311	24. 9 酒類販売業免許の要件緩和等の適用を開始
22. 3. 31	6,855	-	6,090	12,945	178,016	-	21,350	199,366	196,570	
23. 3. 31	6,589	-	5,909	12,498	176,773	-	7,299	184,072	193,751	
24. 3. 31	6,212	-	5,850	12,062	175,132	-	6,557	181,689	192,466	
25. 3. 31	5,899	-	5,786	11,685	174,544	-	6,237	180,781	192,202	
26. 3. 31	5,701	-	5,814	11,515	174,737	-	5,950	180,687	192,596	
27. 3. 31	5,571	-	5,919	11,490	175,356	-	5,750	181,106	192,255	
28. 3. 31	5,442	-	6,087	11,529	175,165	-	5,561	180,726	191,296	
29. 3. 31	5,361	-	6,291	11,652	174,261	-	5,383	179,644	191,053	
30. 3. 31	5,284	-	6,524	11,808	173,890	-	5,355	179,245	189,490	
31. 3. 31	5,198	-	6,828	12,026	172,260	-	5,204	177,464	187,475	
	5,108	-	7,194	12,302	170,116	-	5,057	175,173		

(注) 1 本表は、主として「国勢統計年報」(4月～翌年3月)による。
2 昭和46. 3. 31現在の外置きは、卸小売業者の定たる販売業免許場数を、昭和51. 3. 31現在以降の外置きは、卸小売業者のうち小売もできる販売業免許場数を掲げた。
3 「卸売業」及び「小売業」の「その他」の欄は、販売できる酒類の範囲について条件の付いている販売業免許場数を掲げた。

16 酒類販売業者の概況

1 酒類小売業者（酒類小売業者の概況より）

(1) 酒類小売業者の概況（一販売場平均）

区 分	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
酒類小売数量 (kl)	50.9	50.5	50.6
酒類売場面積 (㎡)	38.3	42.2	40.0
平均営業時間 (時間)	15.3	15.4	15.4

(2) 一般酒販店の経営概況（一者平均）

（単位：万円、％）

区 分	金額・割合		
	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
総売上高	6,895	7,467	8,119
うち酒類小売売上高	1,923	2,376	2,598
総売上高に占める割合	27.9	31.8	32.0
売上総利益	1,472	1,665	1,816
うち酒類小売売上総利益	317	421	469
税引前純利益	112	159	181
総売上高に占める割合	1.6	2.1	2.2

(3) 業態別の販売場数

（単位：場、％）

区 分	平成 27 年度		平成 28 年度		平成 29 年度	
		構成比		構成比		構成比
一 般 酒 販 店	46,068	28.4	43,641	27.0	41,668	26.0
コンビニエンスストア	54,845	33.8	55,159	34.2	54,896	34.2
スーパーマーケット	20,483	12.6	20,511	12.7	20,502	12.8
百 貨 店	439	0.3	447	0.3	458	0.3
量 販 店	3,409	2.1	3,405	2.1	3,293	2.1
業務用卸主体店	2,927	1.8	3,021	1.9	3,075	1.9
ホームセンター・ドラッグストア	11,893	7.3	12,804	7.9	13,718	8.6
そ の 他	22,059	13.6	22,406	13.9	22,824	14.2
合 計	162,123	100.0	161,394	100.0	160,434	100.0

（注） 構成比については、小数点2位以下を四捨五入しているため、合計とは一致しない場合がある。

(4) 業態別の販売数量

(単位：kl、%)

区 分	平成 27 年度		平成 28 年度		平成 29 年度	
		構成比		構成比		構成比
一 般 酒 販 店	1,140,352	13.8	1,081,267	13.3	1,063,168	13.1
コンビニエンスストア	932,860	11.3	923,972	11.3	931,860	11.5
スーパーマーケット	3,081,953	37.4	3,068,805	37.7	3,047,493	37.6
百 貨 店	57,653	0.7	53,214	0.7	53,727	0.7
量 販 店	1,008,148	12.2	974,287	12.0	952,341	11.7
業 務 用	846,548	10.3	825,177	10.1	818,034	10.1
ホームセンター・ドラッグストア	727,688	8.8	758,739	9.3	819,994	10.1
そ の 他	452,571	5.5	461,962	5.7	427,370	5.3
合 計	8,247,771	100.0	8,147,423	100.0	8,113,987	100.0

(注) 構成比については、小数点2位以下を四捨五入しているため、合計とは一致しない場合がある。

(5) 経営組織別事業者数

(単位：者、%)

区 分	平成 27 年度		平成 28 年度		平成 29 年度	
		構成比		構成比		構成比
個 人	52,812	55.0	50,854	54.7	49,248	54.3
法 人 ・ そ の 他	43,151	45.0	42,151	45.3	41,383	45.7
合 計	95,963	100.0	93,005	100.0	90,631	100.0

(6) 一般酒販店の売上規模別事業者数

(単位：者、%)

区 分	平成 27 年度		平成 28 年度		平成 29 年度	
		構成比		構成比		構成比
300万円以下	4,796	15.6	4,836	16.5	2,533	13.6
300万円超 500万円以下	2,992	9.7	2,917	9.9	1,756	9.5
500万円超 700万円以下	2,593	8.4	2,394	8.2	1,436	7.7
700万円超 1,000万円以下	3,200	10.4	3,129	10.7	1,855	10.0
1,000万円超 1,500万円以下	3,506	11.4	3,251	11.1	1,973	10.6
1,500万円超 2,000万円以下	2,456	8.0	2,312	7.9	1,417	7.6
2,000万円超 2,500万円以下	1,805	5.9	1,677	5.7	1,089	5.9
2,500万円超 3,000万円以下	1,357	4.4	1,228	4.2	828	4.5
3,000万円超 4,000万円以下	1,996	6.5	1,792	6.1	1,248	6.7
4,000万円超 5,000万円以下	1,226	4.0	1,111	3.8	829	4.5
5,000万円超 1億円以下	2,573	8.4	2,484	8.5	1,869	10.1
1億円超	2,194	7.1	2,202	7.5	1,745	9.4
合 計	30,694	100.0	29,333	100.0	18,578	100.0

(注) 構成比については、小数点2位以下を四捨五入しているため、合計とは一致しない場合がある。

酒類小売業者の概況については、国税庁ホームページに掲載している。
<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/shiori-gaikyo/kori/04.htm>

2 酒類卸売業者（酒類卸売業者の概況より）

(1) 酒類卸売業者の概況

区分	平成 27 年度		平成 28 年度		平成 29 年度	
		1 企業平均		1 企業平均		1 企業平均
事業者数（者）	1,376	-	1,362	-	1,322	-
酒類販売数量（kl）	13,541,714	9,841	13,678,718	10,043	13,952,883	10,554
総売上高（百万円）	36,601,670	26,600	41,050,083	30,140	44,158,546	33,403
うち酒類卸売上高	5,262,473	3,824	5,636,614	4,138	5,647,517	4,272
売上総利益（百万円）	3,063,460	2,226	2,761,192	2,027	2,987,694	2,260
税引前純利益（百万円）	362,111	263	728,603	535	1,147,194	868
総従事者数（人）	188,407	137	189,640	139	196,431	149
うち酒卸売部門	19,196	14	20,158	15	18,965	14

(2) 酒類卸売業者の企業規模

（単位：者、％）

区分		平成 27 年度		平成 28 年度		平成 29 年度	
			構成比		構成比		構成比
協同組合		17	1.2	15	1.1	18	1.4
1 億円超・100 人超の会社		79	5.7	81	5.9	81	6.1
中小企業	1 億円超・100 人以下	22	1.6	24	1.8	23	1.7
	1 億円以下・100 人超	81	5.9	85	6.2	91	6.9
	1 億円以下・100 人以下	1,099	79.9	1,088	79.9	1,045	79.0
	個人	78	5.7	69	5.1	64	4.8
	中小企業計	1,280	93.0	1,266	93.0	1,223	92.5
企業数合計		1,376	100.0	1,362	100.0	1,322	100.0

（注） 1 企業規模（区分欄）の金額は資本金を、人数は従業員数を表す。

2 構成比については、小数点 2 位以下を四捨五入しているため、合計とは一致しない場合がある。

(3) 税引前純利益金額別企業数

（単位：者、％）

区分	平成 27 年度		平成 28 年度		平成 29 年度	
		構成比		構成比		構成比
欠損	422	30.7	431	31.6	362	27.4
～50 万円未満	108	7.8	115	8.4	94	7.1
～500 万円未満	290	21.1	244	17.9	288	21.8
～3,000 万円未満	264	19.2	276	20.3	256	19.4
～1 億円未満	115	8.4	127	9.3	146	11.0
1 億円以上	177	12.9	169	12.4	176	13.3
合計	1,376	100.0	1,362	100.0	1,322	100.0

（注） 構成比については、小数点 2 位以下を四捨五入しているため、合計とは一致しない場合がある。

(4) 販売先別販売数量

(単位:kl、%)

区分	平成 27 年度		平成 28 年度		平成 29 年度	
		構成比		構成比		構成比
卸売業者	3,671,661	27.1	3,992,004	29.2	3,975,868	28.5
小売業者	8,175,175	60.4	8,250,390	60.3	8,585,307	61.5
消費者	1,694,878	12.5	1,436,324	10.5	1,391,709	10.0
合計	13,541,714	100.0	13,678,718	100.0	13,952,883	100.0

(注) 構成比については、小数点2位以下を四捨五入しているため、合計とは一致しない場合がある。

(5) 品目別販売数量

(単位:kl、%)

区分	平成 27 年度		平成 28 年度		平成 29 年度	
		構成比		構成比		構成比
清酒	913,007	6.7	880,195	6.4	867,743	6.2
焼酎	1,415,270	10.5	1,387,743	10.1	1,365,770	9.8
ビール	4,447,967	32.8	4,449,195	32.5	4,372,546	31.3
発泡酒	1,127,782	8.3	1,092,173	8.0	1,045,346	7.5
その他の醸造酒	750,001	5.5	722,989	5.3	699,097	5.0
スピリッツ・リキュール	3,806,563	28.1	4,063,092	29.7	4,446,976	31.9
その他	1,081,124	8.0	1,083,331	7.9	1,155,405	8.3
合計	13,541,714	100.0	13,678,718	100.0	13,952,883	100.0

(注) 構成比については、小数点2位以下を四捨五入しているため、合計とは一致しない場合がある。

- 1 「酒類卸売業者の概況」(酒類卸売業者実態調査の結果)については、国税庁ホームページに掲載している。
(<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/shiori-gaikyo/oroshiuri/03.htm>)
- 2 調査表の回収率は、それぞれ88.5%(平成27年度)、90.1%(平成28年度)、90.9%(平成29年度)である。

17 酒類の表示義務

表示制度の概要

酒類の容器及び包装には、酒税の検査取締上の見地から、当該酒類の品目等、所定の事項を表示することが義務付けられています(酒類業組合法 86 の 5、酒類業組合法施行令 8 の 3)。

また、酒類の取引の円滑な運行及び消費者の利益に資するため、財務大臣は、酒類の製法、品質その他政令で定める事項の表示について必要な基準を定めることができるとされています(酒類業組合法 86 の 6、酒類業組合法施行令 8 の 4)。

このほか、食品表示法に基づく食品表示基準が令和 2 年 4 月 1 日から適用されます。

	目的	表示内容	根拠規定
酒類の品目等の表示義務	酒税の保全	<ul style="list-style-type: none"> ・製造者名 ・製造場の所在地 ・内容量 ・品目 ・アルコール分 ・税率適用区分(発泡酒及び雑酒) ・発泡性を有する旨及び税率適用区分(その他の発泡性酒類) 	酒類業組合法 86 の 5 酒類業組合法施行令 8 の 3
酒類業組合法に基づく酒類の表示基準(※)	酒類の取引の円滑な運行及び消費者の利益に資するため	<ul style="list-style-type: none"> ・清酒の製法品質表示基準(平成元年 11 月国税庁告示第 8 号) ・果実酒等の製法品質表示基準(平成 27 年 10 月国税庁告示第 18 号) ・酒類における有機の表示基準(平成 12 年 12 月国税庁告示第 7 号) ・酒類の地理的表示に関する表示基準(平成 27 年 10 月国税庁告示第 19 号) ・二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準(平成元年国税庁告示第 9 号) 	酒類業組合法 86 の 6 酒類業組合法施行令 8 の 4 国税庁告示
食品表示法に基づく食品表示基準	食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保	<ul style="list-style-type: none"> ・名称(品目) ・添加物 ・内容量 ・食品関連事業者の氏名又は名称及び住所 ・製造所等の所在地及び製造者等の名称等 ・L-フェニルアラニン化合物を含む旨 など 	食品表示法 4 食品表示基準

※ 酒類の表示基準を定める権限は、財務大臣から国税庁長官に委任されています(組合法施行規則 20)。

18 清酒の製法品質表示基準

「清酒の製法品質表示基準」（平成元年11月国税庁告示第8号）が制定された平成元年当時、清酒については、酒造技術の発達や消費の多様化に伴い、吟醸酒、純米酒、本醸造酒といった製法や品質の異なる様々なタイプの清酒が酒屋さんの店頭で見られるようになりましたが、それらの表示には法的なルールが無かったため、消費者からどのような品質のものであるかよく分からないという声が高まっていました。

そこで、中央酒類審議会（現：国税審議会）の答申を受け、平成元年11月に「清酒の製法品質表示基準」が定められ、平成2年4月から適用されています。この表示基準では、①吟醸酒、純米酒、本醸造酒といった特定名称を表示する場合の基準を定めるとともに、全ての清酒について、②清酒の容器等に表示しなければならない事項の基準、③清酒の容器等に任意に表示できる事項の基準、④清酒の容器等に表示してはならない事項の基準が定められ、消費者の商品選択の大きなよりどころとなっています。

清酒の製法品質表示基準（概要）

1 特定名称の清酒の表示

特定名称の清酒とは、吟醸酒、純米酒、本醸造酒をいい、それぞれ所定の要件に該当するものにその名称を表示することができます。

なお、特定名称は、原料、製造方法等の違いによって8種類に分類されます。

特定名称	使用原料	精米歩合	こうじ米の使用割合	香味等の要件
吟醸酒	米、米こうじ、醸造アルコール	60%以下	15%以上	吟醸造り、固有の香味、色沢が良好
大吟醸酒	米、米こうじ、醸造アルコール	50%以下	15%以上	吟醸造り、固有の香味、色沢が特に良好
純米酒	米、米こうじ	—	15%以上	香味、色沢が良好
純米吟醸酒	米、米こうじ	60%以下	15%以上	吟醸造り、固有の香味、色沢が良好
純米大吟醸酒	米、米こうじ	50%以下	15%以上	吟醸造り、固有の香味、色沢が特に良好
特別純米酒	米、米こうじ	60%以下又は特別な製造方法（要説明表示）	15%以上	香味、色沢が特に良好
本醸造酒	米、米こうじ、醸造アルコール	70%以下	15%以上	香味、色沢が良好
特別本醸造酒	米、米こうじ、醸造アルコール	60%以下又は特別な製造方法（要説明表示）	15%以上	香味、色沢が特に良好

精米歩合とは

精米歩合とは、白米のその玄米に対する重量の割合をいいます。精米歩合60%というときには、玄米の表層部を40%削り取ることをいいます。

米の胚芽や表層部には、たんぱく質、脂肪、灰分、ビタミンなどが多く含まれ、これらの成分は、清酒の製造に必要な成分ですが、多過ぎると清酒の香りや味を悪くしますので、米を清酒の原料として使うときは、精米によってこれらの成分を少なくした白米を使います。ちなみに、一般家庭で食べている米は、精米歩合

92%程度の白米（玄米の表層部を8%程度削り取ります。）ですが、清酒の原料とする米は、精米歩合75%以下の白米が多く用いられています。特に、特定名称の清酒に使用する白米は、「農産物検査法」（昭和26年法律第144号）に基づく「農産物規格規程」（平成13年農林水産省告示第244号）によって、3等以上に格付けされた玄米又はこれに相当する玄米を精米したものに限られています。

こうじ米とは

こうじ米とは、米こうじ（白米にこうじ菌を繁殖させたもので、白米のでん粉を糖化させることができるものをいいます。）の製造に使用する白米をいいます。

なお、特定名称の清酒は、こうじ米の使用割合（白米の重量に対するこうじ米の重量の割合をいいます。）が、15%以上のものに限られています。

醸造アルコールとは

醸造アルコールとは、でん粉質物や含糖質物を原料として発酵させて蒸留したアルコールをいいます。

もろみにアルコールを適量添加すると、香りが高く、「スッキリした味」となります。更に、アルコールの添加には、清酒の香味を劣化させる乳酸菌（火落菌）の増殖を防止するという効果もあります。

吟醸酒や本醸造酒に使用できる醸造アルコールの重量（アルコール分95度換算の重量によります。）は、白米の重量の10%以下に制限されています。

吟醸造りとは

吟醸造りとは、吟味して醸造することをいい、伝統的に、よりよく精米した白米を低温でゆっくり発酵させ、かすの割合を高くして、特有な芳香（吟香）を有するように醸造することをいいます。

吟醸酒は、吟醸造り専用の優良酵母、原料米の処理、発酵の管理からびん詰・出荷に至るまでの高度に完成された吟醸造り技術の開発普及により商品化が可能となったものです。

2 必要記載事項の表示

清酒には、次の事項を、原則として8ポイント（日本産業規格Z8305（1962）に規定するポイントをいいます。以下同じ。）の活字以上の大きさの統一のとれた日本語で表示することになっています。

(1) 原材料名

使用した原材料名を、米、米こうじ、以下、使用量の多い順に記載します。

なお、特定名称を表示する清酒については、原材料名の表示の近接する場所に精米歩合を併せて表示します。

例えば、本醸造酒であれば次のように記載します。

原材料名	米、米こうじ、醸造アルコール
精米歩合	68%

(2) 製造時期

次のいずれかの方法で記載します。

製造年月	令和元年10月
------	---------

製造年月	1. 10
------	-------

製造年月	2019. 10
------	----------

製造年月	19. 10
------	--------

なお、保税地域から引き取る清酒で、製造時期が不明なものにあつては、製造時期に代えて輸入年月を「輸入年月」の文字の後に表示してもよいことになっています。

また、内容量が300ml以下の場合には、「年月」の文字を省略してもよいことになっています。

(3) 保存又は飲用上の注意事項

生酒のように製成後一切加熱処理をしないで出荷する清酒には、保存又は飲用上の注意事項を記載します。

(参考)

生酒及び生貯蔵酒以外の清酒は、通常、製成後、貯蔵する前と出荷する前の2回加熱処理をしています。

(4) 原産国名

輸入品の場合に記載します。

(5) 外国産清酒を使用したものの表示

国内において、国内産清酒と外国産清酒の両方を使用して製造した清酒については、その外国産清酒の原産国名及び使用割合を表示します。

なお、使用割合については、10%の幅をもって記載してもよいことになっています。

以上のほか、次の事項も必ず表示するよう清酒製造者に表示義務が課されています。

- 製造者の氏名又は名称
- 製造場の所在地（記号で表示してもよいことになっています。）
- 内容量
- 清酒（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場合、「日本酒」と表示してもよいことになっています。）
- アルコール分

3 任意記載事項の表示

次に掲げる事項は、それぞれの要件に該当する場合に表示することができます。

(1) 原料米の品種名

表示しようとする原料米の使用割合が50%を超えている場合に、使用割合と併せて、例えば、山田錦100%と表示できます。

(2) 清酒の産地名

その清酒の全部がその産地で醸造されたものである場合に表示できます。したがって、産地が異なるものをブレンドした清酒には産地名を表示できません。

(3) 貯蔵年数

1年以上貯蔵した清酒に、1年未満の端数を切り捨てた年数を表示できます。

(4) 原酒

製成後、水を加えてアルコール分などを調整しない清酒に表示できます。

なお、仕込みごとに若干異なるアルコール分を調整するため、アルコール分1%未満の範囲内で加水調整することは、差し支えないことになっています。

(5) 生酒

製成後、一切加熱処理をしない清酒に表示できます。

(6) 生貯蔵酒

製成後、加熱処理をしないで貯蔵し、出荷の際に加熱処理した清酒に表示できます。

(7) 生一本

一つの製造場だけで醸造した純米酒に表示できます。

(8) 樽酒

木製の樽で貯蔵し、木香のついた清酒に表示できます。

なお、販売する時点で、木製の容器に収容されているかは問いません。

(9) 「極上」、「優良」、「高級」等品質が優れている印象を与える用語

自社に同一の種別又は銘柄の清酒が複数ある場合において、品質が優れているものに表示できます（使用原材料等から客観的に説明できる場合に限ります。）。

なお、これらの用語は、自社の清酒のランク付けとして使用できるもので、他社の清酒と比較するために使用することはできません。

(10) 受賞の記述

国、地方公共団体等の公的機関から受賞した場合に、その清酒に表示できます。

上記以外の事項については、事実に基づき別途説明表示する場合に限り表示しても差し支えないことになっています。

4 表示禁止事項

次に掲げる事項は、これを清酒の容器又は包装に表示してはいけません。

(1) 清酒の製法、品質等が業界において「最高」、「第一」、「代表」等最上級を意味する用語

(2) 官公庁御用達又はこれに類似する用語

(3) 特定名称酒以外の清酒について特定名称に類似する用語

※ ただし、特定名称に類似する用語の表示の近接する場所に、原則として8ポイントの活字以上の大きさで、特定名称の清酒に該当しないことが明確に分かる説明表示がされている場合には、表示することとして差し支えありません。

なお、この説明表示は、消費者の商品選択に資するために設けられたもので、8ポイントの活字以上の大きさで表示してあればそれでよいということではなく、特定名称に類似する用語の表示とバランスのとれた大きさの文字とするなど、消費者の方が特定名称の清酒に該当しないと明確に分かる大きさの文字とする必要があります。

例えば、純米酒の製法品質の要件に該当しない清酒に、純米酒に類似する用語（例：「米だけの酒」）を表示する場合には、次のように純米酒に該当しないことが明確に分かる説明表示をしなければなりません。



純米酒ではありません
米だけの酒

19 果実酒等の製法品質表示基準

1 制定の経緯等

国内における酒類の消費が伸び悩む中で、ワインについては国内製造分も含めて消費が拡大しています。特に国産ぶどうのみから造られる「日本ワイン」の中には、近年、国際的なコンクールで受賞するほど高品質なものも登場しています。また、地域振興、6次産業化などを通じて、新たな「日本ワイン」造りへの参入も期待できます。

ワインはEUを中心に古くから国際貿易の主要な産品として取引されています。ワインのラベル表示はその出所や品質の判断要素として重要視されており、EUを始め、アメリカやオーストラリアなど多くの国において公的なワインの表示に関するルールが定められています。

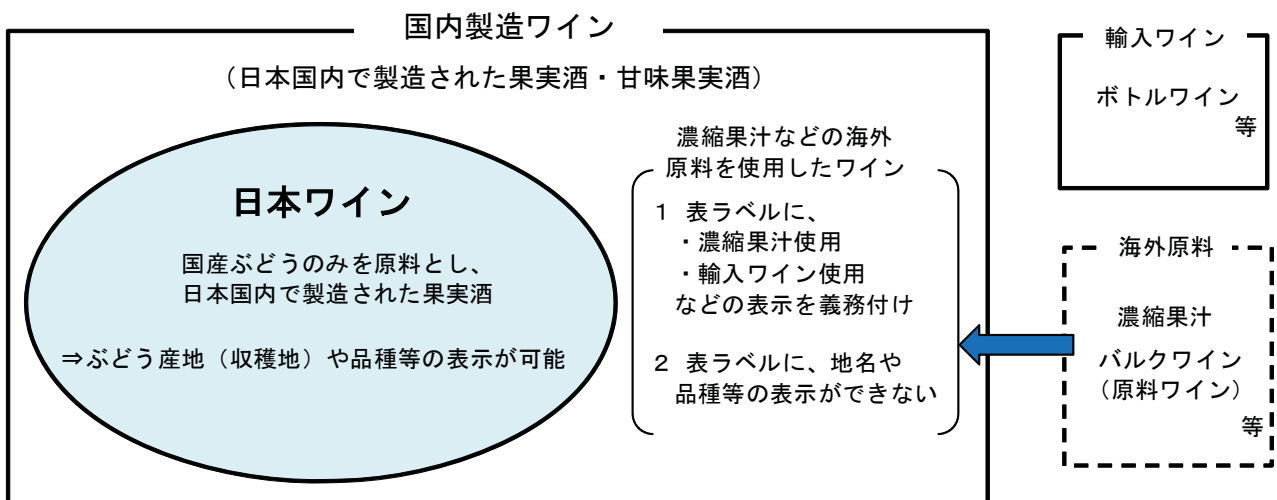
他方、国内においては「日本ワイン」のほか輸入濃縮果汁や輸入ワインを原料としたものなど様々なワインが流通しており、ワインのラベル表示に関する公的なルールもなかったため、消費者にとって「日本ワイン」とそれ以外のワイン（海外原料使用のワイン等）の違いが分かりにくいという問題がありました。

こうした状況を踏まえ、「日本ワイン」の国際的な認知の向上、消費者にとって分かりやすい表示といった観点から、国際的なルールを踏まえたワインの表示のルールを定めることとし、国税審議会の答申を受け、「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」に基づく「果実酒等の製法品質表示基準」（平成27年10月国税庁告示第18号）（以下「表示基準」といいます。）を平成27年10月に定め、平成30年10月から適用しています。

2 表示基準の概要

日本ワイン

日本ワインとは、国内で収穫されたぶどうのみを使用し、日本国内で製造された果実酒のことをいいます。表示基準では、国内で製造された「国内製造ワイン」と輸入された「輸入ワイン」とで区分し、さらに国内製造ワインのうち、国内で収穫されたぶどうのみを原料とした果実酒を「日本ワイン」に区分しています。



「日本ワイン」の表示

日本ワインには、一括表示欄に「日本ワイン」と表示する必要があります。また、一括表示欄以外の場所には、任意で表示することができます。

地名の表示

日本ワインに限り、次に掲げる地名を表示することができます。

- イ 産地で収穫されたぶどうを85%以上使用し、収穫地と醸造地が同一である場合の産地名
- ロ 産地で収穫されたぶどうを85%以上使用し、収穫地と醸造地が異なる場合のぶどうの収穫地名
- ハ 産地で収穫されたぶどうの使用が85%未満である場合のワインの醸造地名

なお、日本ワイン以外の国内製造ワインであっても、一括表示欄には原材料の原産地名としてぶどうの収穫地を表示することはできません。

ぶどうの品種名の表示

国内製造ワインの原料として使用したぶどうの品種名については、次に掲げる品種名を表示することができます。ただし、一括表示欄以外への表示は、日本ワインに限り表示できることとしています。

- イ 単一品種を85%以上使用している場合の単一品種名
- ロ 2品種の合計で85%以上使用しており、かつ使用量の多い順に表示する場合の2つの品種名
- ハ 3品種以上の合計で85%以上使用しており、それぞれの使用量の割合を併記し、かつ使用量の多い順に表示する場合のそれぞれの品種名

ぶどうの収穫年の表示

日本ワインに限り、同一収穫年のぶどうを85%以上原料として使用している場合に、その収穫年を表示することができます。

原材料名の表示

国内製造ワインには、一括表示欄に原材料名を表示する必要があります。

原材料名は、①果実、②濃縮果汁、③輸入ワイン及び④国内製造ワインの区分により、使用量の多い順に表示することとしています。なお、④についてはその国内製造ワインの原材料を①～③とみなして表示することとしています。

特定の原材料を使用した旨の表示

国内製造ワインのうち濃縮果汁又は輸入ワインを原材料に使用したものについては、主たる商標を表示する側に10.5ポイント（日本産業規格Z8305（1962）に規定するポイントをいいます。）の活字以上の大きさの統一のとれた日本語で、その原材料を使用したことの表示を行う必要があります。

原産国名の表示

輸入ワインには、一括表示欄に原産国名を表示する必要があります。

適用時期

平成30年10月30日以降に酒類製造場等から移出する果実酒等に適用しています。

また、適用の日前（平成30年10月29日まで）に容器に詰められた果実酒等については、この表示基準を適用していません。

20 酒類における有機の表示基準

「酒類における有機の表示基準」（平成12年12月国税庁告示第7号。以下「表示基準」といいます。）は、有機米使用清酒、オーガニックビール等といった「有機」等の表示を行っている酒類が市場に流通していることから、消費者の適切な商品選択に資するため、中央酒類審議会（現：国税審議会）の答申を受け、平成12年12月に定め、平成13年4月から適用しています。

この表示基準は、有機農産物、有機加工食品、有機畜産物、有機農畜産物加工酒類等（以下「有機農畜産物等」といいます。）を原料として製造した酒類における「有機」又は「オーガニック」（以下「有機等」といいます。）の表示について、「有機加工食品の日本農林規格（JAS規格）」（平成17年農林水産省告示第1606号）に倣い定めています。

酒類における有機の表示基準（概要）

1 有機農畜産物加工酒類における有機等の表示

次の基準を全て満たす酒類（有機農畜産物加工酒類）については、酒類の容器又は包装に有機等の表示をすることができます。

(1) 原材料及び使用割合

- ・ 使用する原材料は、「日本農林規格等に関する法律（JAS法）」（昭和25年法律第175号）に基づく格付けをされた有機農産物、有機加工食品又は有機畜産物であること。
- ・ 有機農畜産物等の重量の割合が95%以上であること。
- ・ 食品添加物は、製造に必要な最小限度の量であること。

(2) 製造その他の工程に係る管理

製造の方法は、物理的又は生物の機能を利用した方法による等の一定の条件を満たしていること。

(3) 品目の表示

- ・ 酒類の品目の表示に併せて「（有機農畜産物加工酒類）」又は「（有機農産物加工酒類）」（有機畜産物を原材料として使用していないものに限ります。）と表示されていること。
- ・ 「（有機農畜産物加工酒類）」又は「（有機農産物加工酒類）」の表示の文字の書体及び大きさは、酒類の品目の表示の文字と同じであること。

なお、我が国のJAS法に規定する格付制度と同等の制度を有する諸外国から輸入される酒類については、一定の要件の下に、上記(1)及び(2)の基準を満たすものとして取り扱います。

2 有機農畜産物等を原材料に使用した酒類における有機農畜産物等の使用表示

有機農畜産物等を原材料に使用した有機農畜産物加工酒類以外の酒類については、次の要件を全て満たしている場合に、有機農畜産物等を原材料に使用していることの表示をすることができます。

- (1) 酒類の品目の表示に併せて「（有機農畜産物〇%使用）」と表示されていること。
- (2) 有機農畜産物等の使用表示は、酒類の一般的な名称又は商品名と一体的でないこと。
- (3) 有機農畜産物等の使用表示に使用する文字は、次によること。

イ 有機農畜産物等の使用割合が50%以上のものは、商品名の文字の活字のポイント（日本産業規格Z8305（1962）に規定するポイントをいいます。以下同じ。）よりも小さいものであること。

ロ 有機農畜産物等の使用割合が50%未満のものは、二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示等の文字の活字のポイントを超えないものであること。

(参考) 酒類における有機の表示例

1 有機農産物加工酒類の場合

<p>お酒は二十歳になってから</p> <p>原材料名 米(国産)、米こうじ(国産米) 精米歩合 60% 製造者 △△酒造株式会社 〇〇県〇〇市1-1-1 内容量 360ml アルコール分 15度以上 16度未満 製造年月 令和2年3月</p>	<p>〇〇正宗</p> <p>有機純米吟醸酒</p> <p>清酒(有機農産物加工酒類)⁽¹⁾</p>	<p>【製造等の要件】 (原材料) 有機JAS格付の有機農産物等を95%以上使用 (添加物) 製造に必要な最小限量 (製造工程管理) 物理的又は生物の機能を利用した製造の方法による等の一定の条件を満たす</p> <p>【表示の要件】 (1) 品目表示に併せて「(有機農産物加工酒類)」と表示されていること。</p>
--	---	---

2 有機農産物等を原材料に使用している場合 (有機農産物等の使用表示)

<p>お酒は二十歳になってから</p> <p>有機米使用⁽³⁾</p> <p>原材料名 米(国産)、米こうじ(国産米) 精米歩合 60% 製造者 △△酒造株式会社 〇〇県〇〇市1-1-1 内容量 360ml アルコール分 15度以上 16度未満 製造年月 令和2年3月</p>	<p>〇〇正宗</p> <p>純米吟醸酒⁽²⁾</p> <p>清酒(有機農産物80%使用)⁽¹⁾</p>	<p>【製造等の要件】 (原材料) 有機JAS格付の有機農産物等を使用</p> <p>【表示の要件】 (1) 品目表示に併せて「(有機農産物80%使用)」と表示されていること。 (2) 「有機米使用」の文字が、酒類の一般的な名称(純米吟醸酒)又は商品名(〇〇正宗)と一体的でないこと。 (3) 有機農産物等の使用割合が50%以上であるので、「有機米使用」の文字の活字のポイントが、商品名の文字の活字のポイントよりも小さいものであること。</p>
---	--	--

・ 有機農産物等の使用割合が50%未満である場合は、「有機米使用」の文字の活字のポイントが、二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示等の文字の活字のポイントを超えないようにする必要があります。

21 酒類の地理的表示に関する表示基準

1 地理的表示制度について

ヨーロッパのワイン法を起源とする地理的表示(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、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)を独占的に名乗ることができる制度です。

地理的表示に指定されると、商品の原料、製法や品質基準が明確になり、一定の品質を満たさない商品の地域ブランドへの「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ります。

2 制定の経緯等

WTO(世界貿易機関)協定の附属書であるTRIPS協定(知的所有権の貿易関連の側面に関する協定)においては、地理的表示が知的所有権の一つであると定義され、産地の虚偽表示や真正の産地以外を産地とするものであると消費者が誤認するような表示の使用が禁止されました。さらに、ぶどう酒又は蒸留酒については、地理的表示により表示される場所を産地としないものについて、その真正の産地が表示される場合や、「種類」、「型」等の表現を伴う場合など、消費者が誤認しないような表示であっても、その地理的表示の使用が禁止されました。WTO加盟国には地理的表示の保護に関して、利害関係を有する者に対する法的手段の確保、又は行政上の措置による実施の確保が義務付けられています。

日本においては、「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」の規定に基づき「地理的表示に関する表示基準」(平成6年12月国税庁告示第4号)(以下「旧表示基準」といいます。)を平成6年12月に定め、行政上の措置によりぶどう酒又は蒸留酒の地理的表示の保護を行ってきました。また、平成17年9月には、清酒の地域ブランド確立に向けた体制の整備を図るため、旧表示基準の一部を改正して清酒の地理的表示の保護を行うこととしました。

しかし、旧表示基準では地理的表示の指定の要件が具体的に示されていないこともあり、十分な活用が進まなかったという状況を踏まえ、日本産酒類のブランド価値の向上や輸出促進の観点から、平成27年10月に全ての酒類を対象とした「酒類の地理的表示に関する表示基準」(平成27年10月国税庁告示第19号)(以下「表示基準」といいます。)として大幅な見直しを行い、地理的表示の指定を受けるための基準の明確化、消費者に分かりやすい統一的な表示のルール化等の制度の体系化を行いました。

3 表示基準の概要

酒類の地理的表示

酒類の地理的表示とは、酒類に関し、その確立した品質、社会的評価又はその他の特性が当該酒類の地理的な産地に主として帰せられる場合において、当該酒類がWTO加盟国の領域又はその領域内の地域若しくは地方を産地とするものであることを特定する表示であって、国税庁長官が指定するもの又は日本国以外のWTO加盟国において保護されるものをいいます。

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」及び「琉球」を、平成17年12月に「薩摩」及び「白山」を、平成25年7月に「山梨」を、平成27年12月に「日本酒」を、平成28年12月に「山形」を、平成30年6月に「北海道」及び「灘五郷」を、令和2年3月に「はりま」を指定しています。

※ 日本国以外のWTO加盟国の地理的表示を保護するに当たっては、国税庁長官が交渉等を通じて確認することとしています。

(1) 国税庁長官が指定した地理的表示

名称	指定した日 (変更した日)	産地の範囲	酒類区分
壱岐	平成7年6月30日 (平成30年2月27日)	長崎県壱岐市	蒸留酒
球磨	平成7年6月30日 (平成30年2月27日)	熊本県球磨郡及び人吉市	蒸留酒
琉球	平成7年6月30日 (平成30年2月27日)	沖縄県	蒸留酒
薩摩	平成17年12月22日 (平成30年2月27日)	鹿児島県(奄美市及び大島郡を除く。)	蒸留酒
白山	平成17年12月22日 (平成29年11月20日)	石川県白山市	清酒
山梨	平成25年7月16日 (平成29年6月26日)	山梨県	ぶどう酒
日本酒	平成27年12月25日	日本国	清酒
山形	平成28年12月16日	山形県	清酒
北海道	平成30年6月28日	北海道	ぶどう酒
灘五郷	平成30年6月28日	兵庫県神戸市灘区、東灘区、芦屋市及び西宮市	清酒
はりま	令和2年3月16日	兵庫県姫路市、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	清酒

(2) 保護に当たって交渉等を通じて確認した地理的表示の状況

イ 経済上の連携の強化に関する日本国とメキシコ合衆国との間の協定(平成17年4月1日発効)

メキシコ合衆国で保護		日本国で保護	
名称	酒類区分	名称	酒類区分
壱岐	蒸留酒	テキーラ/Tequila	蒸留酒
球磨	蒸留酒	メスカル/Mezcal	蒸留酒
琉球	蒸留酒	ソトール/Sotol	蒸留酒
薩摩	蒸留酒	バカノラ/Bacanora	蒸留酒
		チャランダ/Charanda	蒸留酒

ロ 戦略的な経済上の連携に関する日本国とチリ共和国との間の協定(平成19年9月3日発効)

チリ共和国で保護		日本国で保護	
名称	酒類区分	名称	酒類区分
薩摩	蒸留酒	チリ産ピスコ/Pisco Chilieno (Chilean Pisco)	蒸留酒

ハ 経済上の連携に関する日本国とペルー共和国との間の協定（平成24年3月1日発効）

ペルー共和国で保護		日本国で保護	
名称	酒類区分	名称	酒類区分
壱岐	蒸留酒	ピスコ・ペルー/Pisco Peru (Pisco Peru)	蒸留酒
球磨	蒸留酒		
琉球	蒸留酒		
薩摩	蒸留酒		

ニ 経済上の連携に関する日本国と欧州連合（EU）との間の協定（平成31年2月1日発効）

【欧州連合（EU）で保護】

名称	酒類区分	名称	酒類区分
壱岐	蒸留酒	白山	清酒
球磨	蒸留酒	山梨	ぶどう酒
琉球	蒸留酒	日本酒	清酒
薩摩	蒸留酒	山形	清酒

【日本で保護】

ボルドー、ブルゴーニュ（いずれもぶどう酒）など139の地理的表示。

地理的表示の保護の内容

地理的表示の名称は、当該地理的表示の産地以外を産地とする酒類及び当該地理的表示に係る生産基準を満たさない酒類について使用することができません。

また、当該酒類の真正の産地として使用する場合又は地理的表示の名称が翻訳された上で使用される場合若しくは「種類」、「型」、「様式」、「模造品」等の表現を伴い使用される場合においても、同様に使用することはできません（例えば、長崎県壱岐市以外で製造された焼酎に「焼酎壱岐タイプ」、「壱岐風焼酎」などと表示することはできません。）。

なお、地理的表示は「ぶどう酒」、「蒸留酒」、「清酒」又は「その他の酒類」の酒類区分ごとに指定等することとしており、地理的表示の酒類区分と異なる酒類区分での使用は禁止されません（例えば、ぶどう酒の地理的表示である「山梨」を清酒に使用する場合。）。

地理的表示の使用

地理的表示の使用とは、酒類製造業者又は酒類販売業者が行う行為で、次に掲げる行為をいいます。

- イ 酒類の容器又は包装に地理的表示を付する行為
- ロ 酒類の容器又は包装に地理的表示を付したものを譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引き渡しのために展示し、輸出し、又は輸入する行為
- ハ 酒類に関する広告、価格表又は取引書類に地理的表示を付して展示し、又は頒布する行為

地理的表示であることを明らかにする表示

消費者が、酒類のラベル表示から地理的表示制度に基づいた酒類であるかどうかを区別できるよう、消費者に分かりやすい統一的な表示のルールとして、酒類の容器又は包装に地理的表示を使用する場合は、使用した地理的表示の名称のいずれか一箇所以上に「地理的表示」、「Geographical Indication」又は「GI」の文字を併せて使用することとしています。

なお、地理的表示を使用していない酒類には、「地理的表示」等の文字を使用することはできません。

※ 地理的表示「日本酒」については、これらの文字を併せて使用しなくてもよいこととしています。

適用除外

次に掲げる場合には、地理的表示の保護の規定が適用されません。

- イ 日本国以外のWTO加盟国のぶどう酒又は蒸留酒の地理的表示を、平成6年4月15日以前の少なくとも10年間又は同日前に善意で、ぶどう酒又は蒸留酒の商標として日本国内で継続して使用してきた場合
- ロ 地理的表示の指定より先に商標登録出願された登録商標を使用する場合
- ハ 国税庁長官が地理的表示の保護の規定を適用しないものとして公示した商標その他の表示を使用する場合
- ニ 自然人の氏名又は法人の名称、酒類製造業者の製造場又は酒類販売業者の販売場の所在地、酒類の原料の産地として使用する場合（公衆が地理的表示と誤認するような方法で使用する場合を除く）

22 二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準

「二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準」（平成元年11月国税庁告示第9号。以下「表示基準」といいます。）は、アルコール飲料としての酒類の特性に鑑み、20歳未満の者の飲酒防止のための対応が必要とされたことから、中央酒類審議会（現：国税審議会）の答申を受け、平成元年11月に定められ、平成2年4月から適用されました。

平成元年の制定時においては、酒類の自動販売機に対する表示について定められたものですが、平成6年10月の中央酒類審議会報告「アルコール飲料としての酒類の販売等の在り方について（中間報告）」等において、個々の事業者の判断により自主的に行われてきた酒類容器への20歳未満の者の飲酒防止の注意表示を全酒類に拡大すべきとの提言があったことから、中央酒類審議会の答申を受け、平成9年2月に表示基準の一部が改正（平成9年2月国税庁告示第3号）され、同年7月から適用されています。

酒類小売業免許に係る規制緩和の進展に伴い、多様な業種・業態の者の参入が進み、酒類と他の商品を同じ販売場内で販売するケースが増えるなど、酒類へのアクセス機会が増加してきており、酒類小売業者に対する酒類の適正な販売管理に対する社会的な要請が高まっていることを踏まえ、20歳未満の者の飲酒防止をはじめとする酒類の適正な販売管理の確保を図るため、平成15年6月に表示基準の一部が改正（平成15年6月国税庁告示第4号）され、同年9月から適用されています。

酒類の陳列場所の表示については、20歳未満の者の酒類へのアクセスを未然に防止するため、より説得力・実効性のある表示とするため、平成17年9月に表示基準の一部が改正（平成17年9月国税庁告示第22号）され、同年10月から適用されています。

二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準（概要）

1 酒類の容器等に対する表示

- (1) 酒類の容器又は包装（以下「容器等」といいます。）には、「20歳未満の者の飲酒は法律で禁止されている」旨を表示しなければなりません。
- (2) (1)の表示は、容器等の見やすい所に、6ポイント（日本産業規格Z8305（1962）に規定するポイントをいいます。以下同じ。）の活字以上（容量360ml以下の場合は5.5ポイントの活字以上）の大きさの統一のとれた日本語で、明瞭に表示しなければなりません。

なお、①専ら酒場、料理店等に対する引渡しに用いられるもの、②内容量が50ml以下のもの又は③調味料として用いられること若しくは薬用であることが明らかな酒類の容器等については、当該表示を省略することができます。

2 酒類の陳列場所における表示

- (1) 酒類小売販売場においては、酒類の陳列場所の見やすい箇所に、「酒類の売場である」又は「酒類の陳列場所である」旨及び「20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨を表示しなければなりません。

- (2) (1)の表示は、酒類の陳列場所に、100ポイントの活字以上の大きさの日本語で明瞭に表示しなければなりません。

3 酒類の自動販売機に対する表示

酒類の自動販売機には、次の事項を自動販売機の前面の見やすい所に、統一のとれた日本語で夜間でも判読できるよう明瞭に表示しなければなりません。

- (1) 20歳未満の者の飲酒は法律で禁止されている旨（57ポイントの活字以上の大きさのゴシック体）
- (2) 免許者の氏名又は名称、酒類販売管理者の氏名、並びに連絡先の所在地及び電話番号（20ポイントの活字以上の大きさ）
- (3) 販売停止時間（42ポイントの活字以上の大きさのゴシック体）
「午後11時から翌日午前5時まで販売を停止している」旨

4 酒類の通信販売における表示

酒類小売販売場において酒類の通信販売を行う場合には、次の事項を10ポイントの活字以上の大きさの統一のとれた日本語で表示しなければなりません。

- (1) 酒類に関する広告又はカタログ等（インターネット等によるものを含みます。）
「20歳未満の者の飲酒は法律で禁止されている」又は「20歳未満の者に対しては酒類を販売しない」旨
- (2) 酒類の購入申込者が記載する申込書等の書類（インターネット等により申込みを受ける場合には申込みに関する画面）
申込者の年齢記載欄を設けた上で、その近接する場所に「20歳未満の者の飲酒は法律で禁止されている」又は「20歳未満の者に対しては酒類を販売しない」旨
- (3) 酒類の購入者に交付する納品書等の書類（インターネット等による通知を含みます。）
「20歳未満の者の飲酒は法律で禁止されている」旨

23 酒類の表示の基準における重要基準

「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」（昭和28年法律第7号。以下「酒類業組合法」といいます。）第86条の6第1項及び同法施行令（昭和28年政令第28号）第8条の4の規定により、財務大臣は、酒類の取引の円滑な運行及び消費者の利益に資するため酒類の表示の適正化を図る必要があると認めるときは、酒類の製法、品質その他これらに類する事項、20歳未満の者の飲酒防止に関する事項及び酒類の消費と健康との関係に関する事項の表示について、酒類製造業者又は酒類販売業者が遵守すべき必要な基準を定めることができることとされており、現在、5つの表示基準が定められています。

更に、酒類業組合法第86条の7の規定により、財務大臣は、表示基準のうち、酒類の取引の円滑な運行及び消費者の利益に資するため、特に表示の適正化を図る必要があるものを重要基準として定めることができることとされており、この規定に基づき「酒類の表示の基準における重要基準」（平成15年12月国税庁告示第15号）が定められています。

※ 重要基準に違反していると認められるときは、酒類業組合法第86条の6第3項、第86条の7及び第98条第2号の規定により、重要基準に違反している個々の酒類業者に対して、その基準を遵守すべきことを個別に指示した上で、指示に従わなかった場合に命令を行い、更に、命令に違反した場合に罰則を科すこととされています。

酒類の表示の基準における重要基準を定める件（概要）

- (1) 「清酒の製法品質表示基準」（平成元年11月国税庁告示第8号）のうち、
 - ① 特定名称（吟醸酒など）を容器等に表示する場合の基準
 - ② 原材料名など容器等に表示しなければならない事項の基準
 - ③ 最上級を意味する用語など容器等に表示してはならない禁止事項の基準
- (2) 「果実酒等の製法品質表示基準」（平成27年10月国税庁告示第18号）のうち、
 - ① 記載事項の表示に関する基準
 - ② 特定の原材料を使用した旨の表示に関する基準
 - ③ 地名の表示に関する基準
 - ④ ぶどうの品種名及び収穫年の表示に関する基準
- (3) 「酒類における有機の表示基準」（平成12年12月国税庁告示第7号）のうち、
 - ① 有機農畜産物加工酒類における有機等の表示の基準
 - ② 有機農畜産物加工酒類の製造方法等の基準
 - ③ 有機農畜産物加工酒類の名称等の表示の基準
 - ④ 有機農畜産物等を原材料に使用した酒類における有機農畜産物等の使用表示の基準
- (4) 「酒類の地理的表示に関する表示基準」（平成27年10月国税庁告示第19号）のうち、
地理的表示の保護に関する事項の基準
- (5) 「二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準」（平成元年11月国税庁告示第9号）のうち、
 - ① 酒類の容器又は包装に対する表示の基準
 - ② 酒類の陳列場所における表示の基準
 - ③ 酒類の自動販売機に対する表示の基準
 - ④ 酒類の通信販売における表示の基準

24 酒類容器等の3R(スリーアール)の推進

近年、廃棄物の減量化、再資源化を通じて地球環境の保全を図ろうとする動きが世界的に高まりを見せており、我が国においても3Rの推進など環境保全に関する施策が強く求められています。

国税庁は、酒類業界の健全な発達を目的として、酒類業者が「容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律」（容器包装リサイクル法）、「資源の有効な利用の促進に関する法律」（資源有効利用促進法）及び「食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律」（食品リサイクル法）等の環境関係法令に適切に対応するよう、消費者に対する啓発や酒類業者に対する指導啓発等を行っています。

また、酒類業界においては、経済システム、消費構造の変化を踏まえるとともに、3R、需要振興及び物流合理化といった様々な観点からどのような容器が酒類業界の発展に寄与するかを検討するため、平成10年9月に生販三層の関係者で構成する「酒類容器等に関する協議会」を発足し、平成11年4月に「酒類業界における当面のリサイクル推進のため採りうる方策」を取りまとめ、次のとおり酒類容器等の3Rに取り組んでいます。

リターナブルびん利用促進への取組

◇ ビールびんや一升びん等のリユース

- ・ ビールびんや一升びん等は小売店等を通して回収され、リユースされています。これらの中には、自主回収率がおおむね90%に達するものとして容器包装リサイクル法に基づく自主回収の認定を受けている回収率の高いものもあります。

◇ 清酒用500ml及び300mlのリターナブル用規格統一びん（Rびん）の開発・導入

- ・ 日本酒造組合中央会が、平成4年に500mlのRびんを、平成14年に300mlのRびんを開発、導入しています。
- ・ 平成20年4月から、一部地域で清酒製造業者、販売店等が協力して、Rびんをはじめとした清酒びんのリユースシステムの構築に取り組んでいます。

◇ 清酒用720mlのRびんの開発・導入

- ・ びん製造業者で作る団体が平成11年に720mlのRびんを開発し、一部の清酒製造業者が導入しています。

◇ プラスチックコンテナ（P箱）の開発・導入

- ・ 清酒製造業者と流通業界が協力し、昭和48年に一升びん輸送用のP箱を開発、導入しています。
- ・ 一部の焼酎製造業者において、平成4年に焼酎の一升びん用のP箱を開発、導入しています。

◇ 焼酎用900mlのRびんのリユースシステムの構築

- ・ 一部の焼酎製造業者がびん製造業者等とともに、900mlのRびんのリユースシステムの構築に取り組んでいます。

○ 3R（「さんアール」や「スリーアール」といわれます。）

Reduce（リデュース：廃棄物の発生抑制）、Reuse（リユース：再使用）、Recycle（リサイクル：再生利用）の頭文字のRのことで、循環型社会形成推進基本法においては、この順番が優先順位とされています。

資源の回収、有効利用への取組

◇ 店頭回収、回収業者への引渡し等の活動

- ・ 一部の小売酒販組合において、地域住民等と協力すること等により、空びんや段ボール等の回収活動を行っています。
- ・ 一部の小売店において、リターナブルびん、アルミ缶などの回収量に応じて買い物に使用できるポイントを付与すること等により、資源回収の促進に取り組んでいます。

◇ 酒パックの回収活動

- ・ 一部の小売店において、リサイクルに取り組む市民団体による酒パックの店頭回収活動に参加・協力しています。
- ・ 一部の酒類製造業者と酒パック製造業者において、酒パックのリサイクルシステムの構築に取り組んでいます。

◇ 材質表示の取組

- ・ 資源有効利用促進法では容器包装に1か所以上の材質表示が義務付けられています。



各製造業者にみられる様々な3Rの取組

◇ ガラスびんの軽量化

- ・ 大手ビール製造業者が、ビールびん（大びん）を605gから475gへ軽量化しています。

◇ アルミ缶の軽量化

- ・ 大手ビール製造業者が、アルミ缶を軽量化しています。

◇ ペットボトルの軽量化

- ・ 大手焼酎製造業者が、焼酎用のペットボトルを軽量化しています。

◇ 果実酒用びんなどのリユース

- ・ 一部の清酒製造業者が、果実酒用びんなどのリユースを目的として、自社の清酒を果実酒用びんなどに詰めて販売しています。

◇ ペットボトルのリユース

- ・ 一部の焼酎製造業者が、焼酎用のペットボトル（主に料飲店向け製品）のリユースに取り組んでいます。

◇ 色の混在するカレットを利用したエコボトルの採用

- ・ 大手洋酒製造業者が、「込みカレット」（色が混在したガラスくず）を原料とした果実酒用びんを使用しています。

◇ 無色びんへの切り替え

- ・ 一部の洋酒製造業者及び輸入業者が、果実酒用びんをリサイクルの用途が多様な無色びんへ切り換えています。

25 20歳未満の者の飲酒防止等に関する取組等

国税庁では、アルコール飲料としての酒類の特性に鑑み、より良い飲酒環境を形成して、消費者利益と酒類業の健全な発達を期する観点から、従来から、酒類業界に対し20歳未満の者の飲酒防止に配慮した販売や広告、宣伝を行うよう要請するなど、所要の措置を講じてきています。

また、酒類に係る社会的規制等関係省庁等連絡協議会（内閣府、警察庁、総務省、公正取引委員会、国税庁、文部科学省及び厚生労働省）において、平成12年8月に決定された「未成年者の飲酒防止等対策及び酒類販売の公正な取引環境の整備に関する施策大綱」を踏まえ、関係省庁と連携しつつ、その施策の実施を図っています。

平成15年5月に酒類業組合法が改正され、同年9月からは、酒類小売販売場における適正な販売管理の確保を図るため、酒類小売業者に対し、販売場ごとに酒類販売管理者の選任を義務付け、従業員が酒類の販売業務に関する法令の規定を遵守して業務を実施するために必要な助言・指導を行わせるとともに、当該販売管理者に酒類販売管理研修を受講させるよう努めなければならないこととしました。

この酒類販売管理研修については、平成28年6月に改正された酒類業組合法により義務化が図られ、平成29年6月からは、酒類小売業者は、過去3年以内に酒類販売管理研修を受けた者のうちから酒類販売管理者を選任するとともに、当該販売管理者に3年を超えない期間ごとに酒類販売管理研修を受講させなければならないこととなりました。

《業界団体への要請等》

- 1 警察庁及び厚生労働省と共同で、酒類小売業界に対し、20歳未満の者の飲酒防止のための取組を推進するよう要請（平成12年12月）
- 2 平成13年12月の未成年者飲酒禁止法の一部改正を受けて、関係省庁（警察庁及び厚生労働省）と共同して、酒類小売業界に対して、「未成年者のアクセスを防止するよう改良された酒類自動販売機以外の酒類自動販売機の撤廃及び設置した改良型酒類自動販売機の適切な管理」をはじめとする7項目の取組を指導・要請（平成13年12月）
- 3 未成年者飲酒禁止法が改正された平成13年当時に比して同法違反の検挙件数が増加し、高水準で推移していることに鑑み、関係省庁（警察庁及び厚生労働省）と共同して、酒類小売業界等に対して「酒類自動販売機の適正な管理」をはじめとする4項目の取組を要請（平成22年7月）
- 4 「アルコール健康障害対策基本法」が施行され、同法に基づき、「アルコール健康障害対策推進基本計画」（平成28年5月31日閣議決定）が策定されたことを受け、関係省庁（警察庁及び厚生労働省）と共同して、酒類小売業界等に対して20歳未満の者の飲酒防止のための取組を徹底するよう要請（平成28年7月）
- 5 平成30年6月の「民法の一部を改正する法律」により成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることとなったが、飲酒禁止年齢については引き続き20歳未満とされたことを踏まえ、関係省庁（警察庁及び厚生労働省）と共同して、酒類小売業界等に対して20歳未満の者の飲酒防止のための取組を徹底するよう要請（平成31年3月）

《自動販売機》

- 1 自動販売機のみ酒類小売業免許は付与しないよう措置（昭和48年～）
- 2 自動販売機による酒類の深夜販売（23時00分～翌日5時00分）の自粛を指導（昭和52年～）
- 3 酒類自動販売機に次の事項を表示することを義務付け（平成元年～）
 - (1) 20歳未満の者の飲酒は法律で禁止されている旨
 - (2) 管理責任者の氏名、連絡先の住所及び電話番号（平成15年9月以降は、免許者の氏名又は名称、酒類販売管理者の氏名並びに連絡先の所在地及び電話番号を表示するよう改正）
 - (3) 販売停止時間

- 4 平成6年10月の中央酒類審議会の中間報告「アルコール飲料としての酒類の販売等の在り方について」等を踏まえて、全国小売酒販組合中央会が現行の酒類自動販売機を平成12年5月までに撤廃することを決議(平成7年5月)したことを受け、「酒類自動販売機に係る取扱指針」を制定し、現行の酒類自動販売機の平成12年5月を目途とした撤去及び新たに設置する場合には改良型自動販売機以外は設置しないよう指導(平成7年～)
- 5 新たに酒類小売業免許を付与する場合には、酒類自動販売機を設置しないよう指導(平成11年度～)
- 6 現行の酒類自動販売機の撤廃について改めて指導するとともに(平成12年5月)、酒類自動販売機の撤廃状況を調査し、その結果を毎年公表(平成12年9月～)

《対面販売》

- 1 対面販売の励行などに関し必要な助言と指導を実施(平成9年3月～)
- 2 20歳未満の者が酒類を清涼飲料と誤認して酒類を購入しないよう、酒類と清涼飲料との分離陳列の実施を指導(平成9年3月～)
- 3 20歳未満の者への販売を防止するため、酒類を販売する場合には20歳未満と思われる者に対して年齢確認を実施するよう必要な助言と指導を実施(平成10年4月～)
- 4 20歳未満の者が夜間に酒類を購入することを防止するため、20歳未満の者の酒類の購入を責任を持って防止できる者を配置し、夜間における酒類の販売体制を整備するよう必要な助言と指導を実施(平成10年4月～)
- 5 年齢確認の実施をはじめとする取組を推進していくためには、酒類販売に従事する者が酒類の特性を理解することが必要であることから、小売酒販組合等に対して、傘下組合員等を対象とした「酒類の販売方法等に関する研修」の実施について必要な助言と指導を実施(平成10年4月～)
- 6 販売責任者が「未成年者飲酒防止に係る誓約書」を酒類販売場の所轄税務署長に提出するよう指導(平成13年4月～)(平成15年9月以降は、酒類小売業者は酒類販売管理者を選任し、所轄税務署長に「酒類販売管理者選任届出書」を提出するよう改正)

《容器等への注意表示》

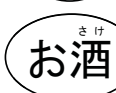
- 1 酒類に対する適正な表示などを実施するため、次の事項を指導(昭和59年～)
 - (1) 容器には酒類であることが明瞭に判読することができる方法で表示
 - (2) 酒類を店頭及び自動販売機に陳列する際には、酒類である旨の表示を前面にするよう配慮
 - (3) 自動販売機による販売に当たっては、酒類と清涼飲料とを混在しないよう配慮
- 2 酒類の容器に「20歳未満の者の飲酒は法律で禁止されている」旨の表示を義務付け(平成9年7月～)
- 3 日本洋酒酒造組合において、低アルコールリキュール等と清涼飲料、果実飲料等の酒類以外の飲料との誤認を防止するため、容器又は包装の表示に「酒マーク」を表示することや、色彩、絵柄等に配慮すること等の自主基準を制定(平成12年6月～)
- 4 酒類の陳列場所に「酒類の売場である」旨及び「20歳未満の者の飲酒は法律で禁止されている」旨の表示を義務付け(平成15年9月～)
- 5 酒類の陳列場所における表示について、より確実に20歳未満の者の酒類の購入を防止するため、「20歳未満の者の飲酒は法律で禁止されている」旨の表示を「20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨の表示に改正(平成17年10月～)
- 6 酒類業界(飲酒に関する連絡協議会)において、清涼飲料、果実飲料等の酒類以外の飲料との誤認を防止するため、容器又は包装の表示の色彩、絵柄等に配慮することや、アルコール度10度未満の酒類の容器に、「酒マーク」を表示することについての自主基準を制定(平成23年6月～)

【参考】酒マークのイメージ図(一例)
350ml未満(20ポイント活字)

(1) 円形



(2) 楕円形



- 7 酒類業界（飲酒に関する連絡協議会）において、ノンアルコール飲料（アルコール度数 0.00%で、味わいが酒類に類似しており、満 20 歳以上の成人の飲用を想定・推奨しているもの）の容器について、20 歳以上を対象としている旨を表示し、既存のアルコール飲料と同一のブランド名及び誤認を招くような類似する意匠を使用しないこととし、自主基準を改正（平成 24 年 11 月～）

《啓発活動》

- 1 警察庁と協力して、20 歳未満の者の飲酒が禁止されている旨のステッカーを全国の酒販店の店頭貼付するなどを指導（平成 4 年 3 月～）
- 2 社団法人アルコール健康医学協会、厚生労働省、内閣府、警察庁、文部科学省及び総務省と共同で 20 歳未満の者の飲酒禁止啓発ポスターを作成し、酒販店の店頭のほか、公共施設等に掲示（平成 8 年 9 月～）
- 3 平成 14 年以降毎年 4 月が「20 歳未満飲酒防止強調月間」とされたことを受け、関係省庁及び各業界団体と協力して、酒販店の店頭のほか、中学校、高校、保健所、警察署及び税務署等に広報ポスターを掲示するなどの広報活動を推進（平成 14 年 4 月～）
- 4 平成 16 年以降「20 歳未満の者がお酒を飲んではいけない 5 つの理由」「お酒について知っておきたいこと」を作成し、教育機関等に配付（平成 16 年 2 月～）
- 5 ビール酒造組合において、20 歳未満飲酒防止教育学校コンクール（平成 28 年までは未成年者飲酒防止ポスター、スローガン、学校賞募集キャンペーン）を実施（平成 14 年～）
- 6 全国小売酒販組合中央会において、「20 歳未満飲酒防止・飲酒運転撲滅全国統一キャンペーン」を毎年 4 月に開催（平成 21 年 4 月～）
- 7 全国小売酒販青年協議会において、小売酒販店向け「年齢確認ハンドブック」を作成（平成 16 年～）

《広告宣伝》

- 1 酒類業界（飲酒に関する連絡協議会）において、酒類の広告宣伝に関して次のような自主基準を制定（昭和 63 年 12 月制定：最終改正：平成 28 年 7 月）。
 - (1) 新聞、雑誌、ポスター、テレビ、ラジオ、インターネット、消費者向けチラシ（パンフレット類を含む。）を媒体とする広告宣伝に関し、「お酒は二十歳になってから」などの注意表示を行う。
 - (2) 20 歳未満の者の飲酒を推奨、連想、誘引する表現は行わない。
 - (3) 20 歳未満の者を対象としたテレビ番組、ラジオ番組、新聞、雑誌、インターネット、チラシには広告を行わない。
 - (4) テレビ広告において、25 歳未満の者を広告のモデルに使用しない。また、25 歳以上であっても、25 歳未満に見えるような表現は行わない。
 - (5) 酒類を清涼飲料と誤認させる表現は行わない。
 - (6) 20 歳未満の者を対象としたキャンペーンは行わない。
 - (7) 公共交通機関には、車体広告、車内独占広告等の広告は行わない。
 - (8) 小学校、中学校、高等学校の周辺 100m 以内に、屋外の張替式大型商品広告板は設置しない。
 - (9) 過度な飲酒、「イッキ飲み」等飲酒の無理強いにつながる表現、テレビ広告での喉元を通る「ゴクゴク」等の効果音やお酒を飲むシーンについて喉元アップの描写はしない。
 - (10) 5 時 00 分～18 時 00 分までの時間帯にはテレビ広告を行わない。

20 歳未満の者の飲酒防止啓発ポスターや酒類自動販売機の設置状況などについては国税庁ホームページ(<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/miseinen/mokuji.htm>)に掲載しています。

26 未成年者の飲酒防止等対策及び酒類販売の公正な取引環境の整備に関する施策大綱

未成年者の飲酒防止等対策及び酒類販売の公正な取引環境の整備に関する施策大綱

〔平成12年8月30日
酒類に係る社会的規制等
関係省庁等連絡協議会決定〕

酒類販売に係る需給調整規制の廃止に伴い、未成年者の飲酒防止等のための社会的規制及び酒類販売の公正な取引環境の整備が強く要請されていることにかんがみ、関係省庁においては、既に着手している施策の徹底を図るとともに、下記のとおり、新たな施策に速やかに取り組み、その徹底を図ることとする。

記

1 未成年者の飲酒防止等対策

(1) 販売体制、販売方法等

- ① 未成年者飲酒防止に関する関係業界の取組状況等についてフォローアップ調査を実施する。
- ② 酒販店等に対し、未成年者飲酒防止について、関係省庁が連携して指導を行う。
- ③ 酒販店等に対し、酒類販売業免許の付与後においても、定期的（1年ごと）に販売責任者を把握し、適切に酒類の販売を行うよう指導する。
なお、酒類小売業免許の審査に当たり、申請者が実質的経営者であるかどうかの点を含め、その資格要件についての審査の徹底を図るものとする。
- ④ 酒類の深夜販売の体制の改善・整備について関係業界に検討を要請する。
これに関連し、深夜における年齢確認の励行等の徹底方策の充実についても関係業界に検討を要請し、かつ、関係省庁による積極的な指導を行う。
- ⑤ 酒販店等の経営者、従業員等に対する新たな研修システムについて関係業界に検討を要請する。
- ⑥ 平成7年5月の全国小売酒販組合中央会の酒類自動販売機の撤廃決議が遵守されるよう、同中央会を指導するとともに、酒類自動販売機の撤廃状況等について実態調査を行い、結果を公表する。
- ⑦ 平成10年4月に国税庁が要請した年齢確認の徹底などの具体的な取組に関し、国税局及び税務署を通じて積極的な指導を行う。
- ⑧ 酒類と清涼飲料の明確な分離陳列の徹底を図ることとし、特に清涼飲料的な酒類については、関係業界に対し特段の配慮を要請する。
- ⑨ 酒類と清涼飲料との誤認を防止する観点から、関係業界に対し表示の適正化を要請する。
- ⑩ 広告宣伝に関する自主規制のフォローアップと内容強化の検討を関係業界に対し要請する。

(2) 取締りの強化等

- ① 未成年者飲酒禁止法（大正11年法律第20号）、風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和23年法律第122号）及び青少年保護育成条例に基づき厳正な取締りを行う。
- ② 警察、教師、少年補導委員、少年警察ボランティア等による補導体制の強化を図る。
- ③ 地域のボランティア活動等における効果的な飲酒防止活動のための活動プログラムを策定する。
- ④ 飲食店営業者団体等に対し、法令遵守の徹底を要請する。

(3) 意識啓発の推進

- ① 平成12年度からの学習指導要領の移行措置期間においても、小学校の体育科で、新たに、低年齢からの飲酒は特に害が大きいことや、未成年の飲酒は法律によって禁止されていることなどを盛り込み、飲酒防止に関する内容が指導されるよう教育委員会等に要請する。

- ② 各学校に対し児童生徒に対する飲酒防止に関する指導の強化を要請する。
- ③ 各学校におけるアルコールと健康についての教材用ビデオの活用を推進する。
- ④ 喫煙、飲酒及び薬物乱用防止に関する指導用ビデオを作成し、全国の小学校、中学校及び高等学校に配付する。
- ⑤ 飲酒防止に関する指導について、教師と保護者の懇談の場を通じて保護者への働きかけを行う。
- ⑥ 児童生徒の喫煙、飲酒及び薬物に対する意識調査並びに喫煙、飲酒及び薬物乱用防止に関する指導状況調査を実施する。
- ⑦ 未成年者飲酒防止に関する知識の啓発を図る観点から、未成年者飲酒禁止啓発ポスターを作成配付する。
- ⑧ アルコールと健康に関する正しい知識の普及を図るため、ポスター及びパンフレットの作成・配付を行うとともに、インターネット（厚生労働省ホームページ等）を用いた情報提供を行う。
- ⑨ アルコールがもたらす未成年者への健康影響について、正しい知識を普及啓発し、未成年者飲酒の防止を呼びかけるためのシンポジウムを開催する。
- ⑩ 未成年者飲酒防止強調月間を設け、全国的な広報啓発活動を行う。
- ⑪ 公民館等において地域住民を対象とする定期的な講習会等を実施する。
- ⑫ 未成年者飲酒防止に関し、青少年対策推進会議を通じた取組を強化する。

(4) 地域レベルでの総合的な取組

- ① 未成年者の飲酒防止に向け、地域レベルの関係機関（税務署、警察署、保健所、教育委員会・学校、自治体等）における組織的な取組体制を確立する。また、飲酒等不良行為に対処するため、特に、家庭、学校及び警察を軸とする連携を強化する。
- ② 上記の取組体制の下に、補導委員、相談委員、保護司、地元有志等による地域連絡網を編成し、相互に連携を図りながら未成年者保護育成活動を行う。

(5) 医学的及び精神保健的取組の強化

- ① 保健所及び精神保健福祉センターにおいて、青少年の心の問題として、相談者の匿名性及び利便性に配慮しながら、未成年者の飲酒に関する相談を行う等相談サービスを充実する。
- ② 未成年者を含む飲酒実態及び飲酒による健康影響についての調査研究を行い、その予防のための方策を検討する。

2 酒類販売の公正な取引環境の整備

(1) ガイドライン等の基準の明確化等

- ① 公正かつ自由な取引を確保する観点から、酒類の取引実態調査の充実強化を図り、酒類の取引実態に即して中小事業者等に不当な不利益を与える不当廉売、優越的地位の濫用等の不公正な取引方法に関する考え方の一層の明確化を図る。これに伴うガイドライン等の基準の明確化に関しては（編注：平成12年）9月中にこれを実現する。
- ② 合理的な価格の設定、取引先等の公正な取扱、公正な取引条件の設定、透明かつ合理的なリベート類のルールを規定する、平成10年4月の「公正な競争による健全な酒類産業の発展のための指針（国税庁長官通達）」による取組を更に徹底・促進し、合理的とは認められない取引の改善に向けて積極的な指導を行う。
- ③ 酒類販売の公正な取引のガイドライン等の基準について酒類業団体に対する説明会を実施する。

(2) 取締りの強化等

- ① 小売業における不当廉売は、周辺の中事業者等に対する影響が大きいことから、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和22年法律第54号）に基づく報告に対しては、「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方（昭和59年11月20日公正取引委員会事務局）」に基づいて、その審査の充実強化を図り、問題があると認められた場合には厳正に対処する。

② 現在、発出の都度行われている警告の内容公表について、引き続きこれを励行するとともに、注意の公表内容について、更に具体性を高める。

(3) 民事的救済制度の整備

不公正な取引方法を用いた事業者等に対する差止請求を行うことができる制度の導入等私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律違反行為に対する民事的救済制度について、その周知徹底を図る。

(4) 酒類の取引実態調査の充実

酒類の取引実態調査について、調査結果を公表し、改善に向けた業界の取組を促すとともに、その調査件数を増加させ、取引の改善を指導した業者に対してはフォローアップ調査を行う。

(5) 関係行政機関の連携強化等

① 酒類に係る不当廉売事案などの不公正な取引方法への対応の強化に資するため、国税庁から公正取引委員会へ職員を派遣する。

② 酒類市場における流通・取引慣行等の問題点について、国税庁と公正取引委員会との間で、一層の連携強化を図る。

3 与党において未成年者飲酒禁止法及び酒税法の一部改正案の国会提出が検討されている状況を受けて、同一部改正案が国会に提出され、その成立をみた上は、同改正法の的確な施行に取り組むものとする。

4 フォローアップ

以上の新たな施策については、1年後に実施状況のフォローアップを行い、公表する。

「未成年者飲酒防止強調月間」の決定について

〔平成13年10月5日
酒類に係る社会的規制等
関係省庁連絡協議会幹事会決定〕

「未成年者の飲酒防止等対策及び酒類販売の公正な取引環境の整備に関する施策大綱」（平成12年8月30日酒類に係る社会的規制等関係省庁等連絡協議会決定）記の1(3)⑩に基づき、下記のとおり未成年者飲酒防止強調月間を設ける。

記

- 1 平成14年以降毎年4月（4月1日から同月30日までの1か月間）を未成年者飲酒防止強調月間とする。
- 2 未成年者飲酒防止強調月間においては、関係省庁は全国的な広報啓発活動を行い、国民の未成年者飲酒防止に関する意識の高揚等を図る。
- 3 同月間に併せ、関係省庁は「未成年者の飲酒防止等対策及び酒類販売の公正な取引環境の整備に関する施策大綱」に盛り込まれた施策を始めとする未成年者の飲酒防止対策を集中的に実施する。

20歳未満の者の飲酒防止啓発ポスター

(官公庁等掲示用)

声を大にして、 言います。

5

20歳未満の者が
お酒を飲んではいけ
ない理由

- ① 脳の機能を低下させるおそれがあります。
- ② 肝臓をはじめとする臓器に障害を及ぼすおそれがあります。
- ③ 性ホルモンの分泌に異常が起きるおそれがあります。
- ④ アルコール依存症になりやすくなります。
- ⑤ 20歳未満の者の飲酒を禁じる法律があります。





20歳未満の飲酒は、 絶対にNOです。

4月は20歳未満飲酒防止強調月間です。

2022年4月から民法の成年年齢は18歳に引き下げられますが、お酒に関する年齢制限は20歳のまま維持されます。

20歳未満の者の飲酒は法律で禁じられています。

20歳未満の者の飲酒を防止するため、酒類小売店では年齢確認を実施しています。

※郵政庁、厚生労働省、内閣府、警察庁、文部科学省、公益社団法人アルコール健康医学協会、全国小売酒類組合中央会、日本チェーンストア協会、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会、一般社団法人全国スーパーマーケット協会

(店舗掲示用)

年齢確認に ご協力ください。

当店では20歳以上の年齢で
あることを確認できない場合
にはお酒を販売しません。



20歳未満の者の飲酒は、 法律で禁じられています。

4月は20歳未満飲酒防止強調月間です。

20歳未満の者の飲酒を防止するため、酒類小売店では年齢確認を実施しています。

2022年4月から民法の成年年齢は18歳に引き下げられますが、お酒に関する年齢制限については20歳のまま維持されます。




※郵政庁、厚生労働省、内閣府、警察庁、文部科学省、公益社団法人アルコール健康医学協会、全国小売酒類組合中央会、日本チェーンストア協会、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会、一般社団法人全国スーパーマーケット協会

27 酒類自動販売機の設置状況

1 調査の目的

20歳未満の者の飲酒を防止するために、購入者の年齢を確認した上で酒類を販売することが求められています。

従来型の酒類自動販売機（以下「従来型機」といいます。）による販売には、購入者の年齢を識別できない等の点で問題があること等から、全国小売酒販組合中央会では、平成7年5月の総会で従来型の酒類の屋外自動販売機の撤廃を決議し、自主的な撤廃を進めてきました。

国税庁においても、平成12年8月30日に決定された「未成年者の飲酒防止等対策及び酒類販売の公正な取引環境の整備に関する施策大綱」に基づき、従来型機の撤廃に向けた自主的な取組の推進を促すため、毎年4月1日現在の酒類自動販売機の設置状況等について、酒類小売業者に報告を求めています。

2 平成31年4月1日現在の酒類自動販売機の設置状況

平成31年4月1日現在の酒類自動販売機の設置状況は、別紙のとおりです。

全国小売酒販組合中央会の撤廃決議直後の平成8年3月31日現在の従来型機の設置台数185,829台に対し、平成31年4月1日現在の従来型機の設置台数は2,429台となっており、その残存率（平成8年3月31日現在の従来型機の設置台数を100%とした場合）は1.3%となっています。

なお、従来型機を撤廃していない主な理由としては、「売上が減少する」、「撤廃費用又は改良型機への切替え費用の負担が難しい」、「周辺の酒販店が撤廃していない」などが挙げられています。

（注） 「改良型機」とは、購入者の年齢を確認できるように改良された酒類自動販売機のことです。

3 今後の取組

従来型機については、残存率1.3%まで撤廃が進んでおり、国税庁としては、引き続き全国小売酒販組合中央会等とも連携して、従来型機の撤廃及び改良型機への移行を促し、より長期的には、全ての酒類自動販売機の撤廃に向けた取組について検討を進めていくこととしています。

平成 31 年 4 月 1 日現在の酒類自動販売機の設置状況

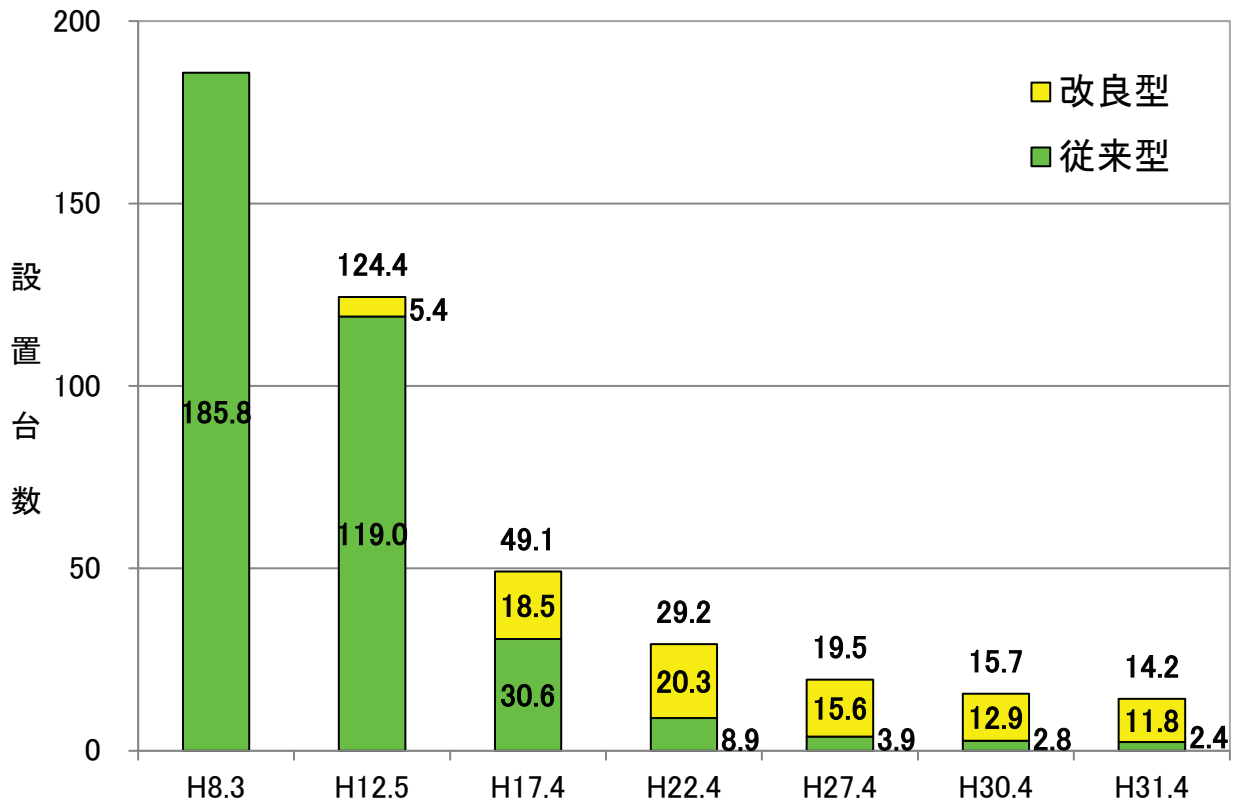
酒類自動販売機の設置状況

	撤廃決議直後の設置台数 (H8.3.31現在) (A)	設置台数(従来型)						撤廃予定等の台数を勘案した場合の		改良型酒類自動販売機の設置状況 (J)
		(B)	残存率(C) (B)÷(A)	撤廃予定の状況				設置台数(H) (B-G)	残存率(I) (H)÷(A)	
				撤廃予定(D)	改良予定(E)	稼動していない(F)	計(G) (D+E+F)			
全 国 計	185,829	2,429	1.3%	131	159	187	477	1,952	1.1%	11,810
札幌国税局管内	3,964	9	0.2	0	0	0	0	9	0.2	33
仙台国税局管内	12,072	64	0.5	2	6	3	11	53	0.4	383
関東信越国税局管内	23,057	261	1.1	19	13	18	50	211	0.9	1,312
東京国税局管内	30,520	272	0.9	16	15	40	71	201	0.7	1,219
金沢国税局管内	5,808	13	0.2	0	0	2	2	11	0.2	198
名古屋国税局管内	19,707	267	1.4	13	10	20	43	224	1.1	1,104
大阪国税局管内	41,021	875	2.1	46	81	37	164	711	1.7	4,567
広島国税局管内	18,603	280	1.5	18	13	29	60	220	1.2	916
高松国税局管内	10,640	142	1.3	6	9	23	38	104	1.0	892
福岡国税局管内	11,455	130	1.1	4	6	9	19	111	1.0	615
熊本国税局管内	8,787	116	1.3	7	6	6	19	97	1.1	571
沖縄国税事務所管内	195	0	0.0	0	0	0	0	0	0.0	0

(注)設置台数等は、令和元年5月31日までに提出された報告書を集計したものである。

酒類自動販売機の設置台数の推移

(単位：千台)



『20 歳未満の者の飲酒防止への取組』

7か条

酒類は、致酔性、依存性、慢性影響による臓器障害及び発育・発達段階にある 20 歳未満の者の心身に対する悪影響等の特性を有しており、酒類を販売する際には、このような酒類の特性を理解している者が購入者を確認した上で販売することが必要です。

酒類小売業者及び酒類販売管理者のみなさまにおかれましては、20 歳未満の者の飲酒防止のため、次の事項について積極的に取り組んでください。

1 20 歳未満と思われるお客様には**年齢確認**を実施し、20 歳未満の者には酒類を販売しないようにしましょう。

2 夜間に酒類を販売する場合には、20 歳未満の者の酒類購入を責任をもって防止できる者を配置するなど**販売体制の整備**をしましょう。

3 20 歳未満の者が酒類を清涼飲料と誤認して購入しないよう、酒類（特に清涼飲料的な酒類）と清涼飲料との**分離陳列の実施**をしましょう。

4 20 歳未満の者のアクセスを防止するよう改良された酒類自動販売機（改良型酒類自動販売機）以外の**酒類自動販売機の撤廃**及び設置した**改良型酒類自動販売機の適切な管理**をしましょう。

5 カタログ販売やインターネット販売等の通信販売形態で酒類を取り扱う場合には、**20 歳未満の者の飲酒防止の注意喚起**及び**申込者の年齢記載・年齢確認の徹底**をしましょう。

6 **ポスター掲示などによる 20 歳未満の者の飲酒防止の注意喚起**をしましょう。

7 アルコール飲料としての酒類の特性、特に 20 歳未満の者の心身に対する悪影響及び 20 歳未満と思われる者に対する**年齢確認の実施方法などの従業員研修を実施**しましょう。

29 アルコール健康障害対策基本法の概要

酒類は国民の生活に豊かさと潤いを与えるものであり、その伝統と文化は国民の生活に深く浸透しています。その一方で、不適切な飲酒はアルコール健康障害の原因となります。そして、アルコール健康障害は、本人の健康の問題であるだけでなく、その家族に深刻な影響を与えたり重大な社会問題を生じさせたりするおそれがあります。

このため、アルコール健康障害対策を総合的かつ計画的に推進して、国民の健康を保護し、安心して暮らすことのできる社会の実現に寄与することを目的として、平成 26 年 6 月 1 日にアルコール健康障害対策基本法が施行され、平成 28 年 5 月 31 日にはアルコール健康障害対策推進基本計画が閣議決定されました。

同法においては、国等は国民の間に広くアルコール関連問題に関する関心と理解を深めるための事業の実施に努めるとともに、酒類の製造又は販売を行う事業者は、国等が実施するアルコール健康障害対策に協力することとされております。また、基本計画では、国は酒類業者に対し、20 歳未満の者への販売の禁止の周知徹底や指導を行うほか、酒類業界は、不適切な飲酒を誘引することのないよう、広告・宣伝に関する自主基準の見直しや表示・販売に関する自主的な取組を講ずることが盛り込まれています。

(注) アルコール健康障害とは、アルコール依存症その他の多量の飲酒、20 歳未満の者の飲酒、妊婦の飲酒等の不適切な飲酒の影響による心身の健康障害をいいます。

アルコール関連問題啓発週間ポスター



同法においては、国民の間に広くアルコール関連問題に関する関心と理解を深めるため、毎年 11 月 10 日から 16 日までを「アルコール関連問題啓発週間」と定めています。

アルコール健康障害対策基本法【概要】

(平成25年法律第109号) 平成26年6月1日施行

目的 第1条

酒類が国民の生活に豊かさや潤いを与えるものであるとともに、酒類に関する伝統と文化が国民の生活に深く浸透している一方で、**不適切な飲酒はアルコール健康障害の原因となり、アルコール健康障害は、本人の健康の問題であるのみならず、その家族への深刻な影響や重大な社会問題を生じさせる危険性が高いことに鑑み、アルコール健康障害対策の基本となる事項を定めること等により、アルコール健康障害対策を総合的かつ計画的に推進して、国民の健康を保護し、安心して暮らすことのできる社会の実現に寄与することを目的とする。**

基本理念 第3条

アルコール健康障害の発生、進行及び再発の各段階に応じた防止対策を適切に実施するとともに、アルコール健康障害対策を有し、又は有していた者とその家族が日常生活及び社会生活を円滑に営むことができるように支援

責務 第4～9条

国・地方公共団体・国民・医師等・健康増進事業実施者の責務とともに、事業者の責務として、アルコール健康障害の発生、進行及び再発の防止に配慮する努力義務

アルコール関連問題啓発週間 第10条

国民の間に広くアルコール関連問題に関する関心と理解を深めるため、アルコール関連問題啓発週間（11月10日から16日まで）を設ける。

定義 第2条

アルコール健康障害：

アルコール依存症その他の多量の飲酒、未成年者の飲酒、妊婦の飲酒等の不適切な飲酒の影響による心身の健康障害

アルコール健康障害に関連して生ずる飲酒運転、暴力、虐待、自殺等の問題に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮

アルコール健康障害対策推進基本計画等 第12、14条

アルコール健康障害対策推進基本計画（平成28年5月31日閣議決定）：

変更しようとするときは、厚生労働大臣が関係行政機関の長に協議するとともに、アルコール健康障害対策関係者会議の意見を聴いて、案を作成し、閣議決定。

都道府県アルコール健康障害対策推進計画：

都道府県に対し、策定の努力義務

基本的施策 第15～24条

教育の振興等 / 不適切な飲酒の誘引の防止 / 健康診断及び保健指導 / 医療の充実等 / 飲酒運転等をした者に対する指導等 / 相談支援等 / 社会復帰の支援 / 民間団体の活動に対する支援 / 人材の確保等 / 調査研究の推進等

アルコール健康障害対策推進会議 第25条

内閣府、法務省、財務省、文部科学省、厚生労働省、警察庁その他の関係行政機関の職員をもって構成し、連絡調整を行うアルコール健康障害対策推進会議を設置

アルコール健康障害対策関係者会議 第26、27条

専門家、当事者等の委員で構成され、厚生労働大臣が任命するアルコール健康障害対策関係者会議を設置。基本計画の変更における厚生労働大臣への意見具申、アルコール健康障害対策推進会議の連絡調整に際して意見具申を行う。

30 酒類販売管理者制度

酒類は、致酔性などの特性を有する飲料であることから、酒類小売業者に対しては、20歳未満の者の飲酒防止をはじめとした酒類の販売管理に対する社会的要請が高まっています。こうしたことを背景として、平成15年5月に酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律の一部改正により、酒類販売管理者制度が創設され、同年9月から適用されています。

また、平成28年6月に同法の一部が改正され、平成29年6月から酒類販売管理研修の受講、標識の掲示が義務化されました。

1 酒類販売管理者の役割

酒類販売管理者は、酒類の販売業務に関する法令を遵守した業務が行われるように酒類小売業者に助言し、あるいは酒類の販売業務に従事する従業員等に対して指導を行います。

酒類小売業者は、酒類販売管理者が行う助言を尊重しなければなりません。

また、酒類の販売業務に従事する従業員等は、酒類販売管理者の指導に従わなければなりません。

2 酒類販売管理者の選任・届出書の提出

酒類小売業者（酒類製造者又は酒類卸売業者であって酒類の小売販売を行うものを含みます。）は、酒類の小売販売場（以下「販売場」といいます。）ごとに、酒類販売管理者を一人選任しなければなりません。

酒類販売管理者に選任することができる者は、酒類の販売業務に従事する者で過去3年以内に酒類販売管理研修を受けた者でなければなりません。

（注）酒類販売管理研修は、致酔性などを有する酒類の特性や酒類小売業者が遵守すべき関係法令の知識の向上を図ることにより、酒類販売管理者の資質を高め、販売場における酒類の適正な販売管理の確保についてより実効性を高めることを目的として実施されるものです。

なお、酒類販売管理者の選任は、その販売場において酒類の販売業務を開始するときまでに行わなければならない。酒類販売管理者を選任したときは、2週間以内に「酒類販売管理者選任届出書」を、販売場を所轄する税務署に提出しなければなりません。

3 酒類販売管理研修の定期受講

酒類小売業者は、酒類販売管理者に、前回の受講から3年を超えない期間ごとに酒類販売管理研修を受講させなければなりません。

4 標識の掲示

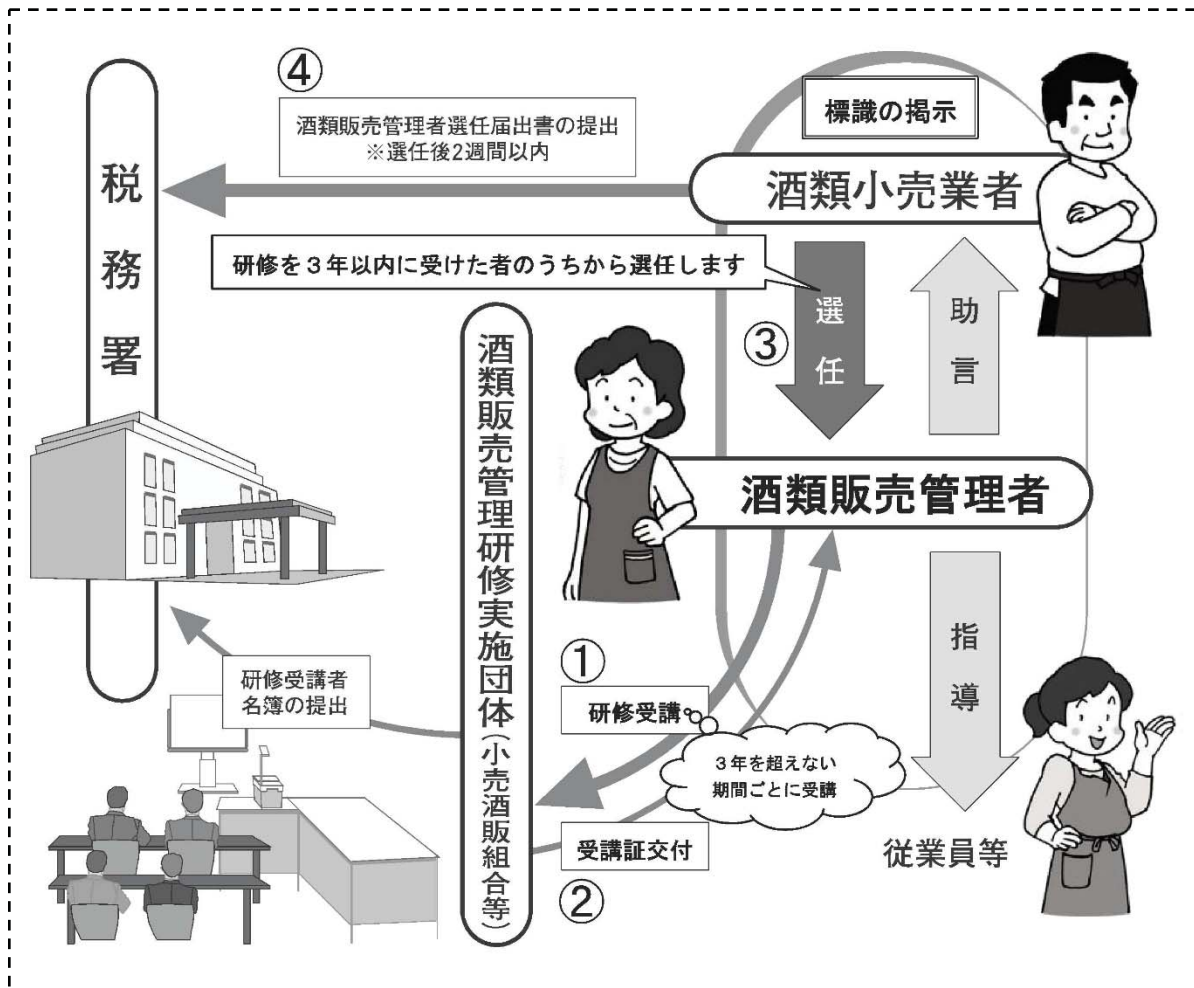
酒類小売業者は、販売場ごとに、公衆の見やすい場所に、酒類販売管理者の氏名や酒類販売管理研修の受講実績等を記載した標識を掲げなければなりません。

販売場に掲げる「標識」のイメージ

酒 類 販 売 管 理 者 標 識	
販売場の名称及び所在地	国税酒店 千代田区霞が関3-1-1
酒類販売管理者の氏名	国税 太郎
酒類販売管理研修受講年月日	令和2年4月1日
次回研修の受講期限	令和5年3月31日
研修実施団体名	霞が関小売酒販組合

○標識の様式例については、国税庁のホームページからダウンロードすることができます。
<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hambai/mokuji.htm>

(参考) 酒類販売管理者制度のスキーム図



31 酒類の公正な取引に関する基準

平成 29 年 3 月 31 日
国税庁告示第 2 号

(目的)

- 1 この基準は、酒類が、酒税の課される財政上重要な物品であるとともに、致酔性及び習慣性を有する等、社会的に配慮を要するものであるというその特殊性に鑑み、酒類の販売価格は、一般的にはその販売に要する費用に利潤を加えたものとなるのが合理的であるとの考え方の下、酒類の公正な取引に関し必要な事項を定め、酒類業者がこれを遵守することにより、酒税の保全及び酒類の取引の円滑な運行を図ることを目的とする。

(公正な取引の基準)

- 2 酒類業者は、次のいずれにも該当する行為を行ってはならないものとする。
 - (1) 正当な理由なく、酒類を当該酒類に係る売上原価の額と販売費及び一般管理費の額との合計額を下回る価格で継続して販売すること
 - (2) 自己又は他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがある取引をすること

(売上原価の算定方法)

- 3 前項(1)の売上原価の額は、酒類製造業者の製造した酒類の販売にあつては、当該酒類の販売に対応する酒類の製造原価の額とし、酒類業者の仕入れた酒類の販売にあつては、当該酒類の販売に対応する酒類の仕入価格（その付随費用を含む。）から当該酒類の仕入れに係る値引きの額を控除して算出した額とする。
- 4 酒類業者が、酒類製造業者及び酒類卸売業者から酒類の取引数量又は業務効率化その他これに類するものへの寄与に応じて金銭等の支払い（この項において「リベート」という。）を受けた場合において、リベートに関する基準が明確に定められており、かつ、取引の当事者間において事前に共有されているときは、当該リベートの受取り（当該リベートの受取りの対象となる酒類の仕入れと密接に関連するものに限る。）を当該酒類の仕入れに係る値引きとみなして、前項の規定を適用する。

(費用配賦の方法)

- 5 酒類業者が、酒類事業と他の事業を併せ行っている場合において、これらの事業に共通する費用が発生するときは、当該費用については、当該酒類業者が選択した合理的な配賦方法に従って、酒類の売上原価又はその販売に係る販売費及び一般管理費に配賦するものとする。

(販売価格の算定方法)

- 6 酒類業者が、酒類の販売につき値引き（これに類する行為を含む。）をした場合には、当該酒類の販売価格は、当該値引きの額を控除して算出するものとする。

(指示)

- 7 国税庁長官は、酒類業者に第二項の規定に違反する行為があると認める場合において、当該酒類業者に対して法第八十六条の三第四項の規定による指示をするときは、当該行為を取り止めること又は当該行為を再び行わないことその他必要な事項を指示するものとする。

(命令)

- 8 前項の規定は、国税庁長官が、法第八十六条の四の規定による命令をする場合について準用する。

(質問検査権)

- 9 国税庁長官は、法第九十一条の規定により、酒類業者又はこれらの者とその事業に関して関係のある事業者に対し、売上原価の算定、酒類事業の状況その他公正な取引の基準の実施に関し必要な事項について報告を求めることができる。

(公正取引委員会との連携)

- 10 国税庁長官は、法第九十四条第三項又は第四項の規定により、公正取引委員会から報告を受け、又は公正取引委員会に対し報告をするときは、その内容その他必要な事項について、公正取引委員会と十分に協議するものとする。
- 11 国税庁長官は、法第八十六条の三第四項の規定による指示をしようとするときは、必要に応じ、公正取引委員会に対し、第二項の規定に違反する行為があると認められる事実を報告し、当該事実の認定方法その他の必要な事項について意見を求めることができる。

32 酒類に関する公正な取引のための指針

平成 18 年 8 月 31 日

国 税 庁

(令和元年 6 月 28 日改定)

酒類に関する公正な取引のための指針(事務運営指針)

(はじめに)

近年の酒類市場は、人口減少・高齢化社会の到来、健康や安全性に対する国民の意識の高まり、生活様式の多様化など経営環境に大きな変化が見られる。酒類小売業の業態は、消費者の購買行動の変化を踏まえ、一般酒販店のほかコンビニエンスストア、スーパーマーケット、ドラッグストア等と多様化しており、業務用市場においては全国にチェーン展開する料理飲食店が出現し、事業者間で取扱数量や取引価格に格差も生じてきている。

このような中、今後、酒類全体では数量ベースでの国内市場の拡大を期待することは難しく、酒類業が健全に発達していくためには、「量から質への転換」を図っていく必要がある。製造業者は的確な経営戦略に基づき高品質・高付加価値の酒類を適正規模で製造し、卸売業者は小売業者へそうした酒類を適正に供給し、小売業者は個性ある品揃えなどの多様なサービスの提供等によって差別化を図りつつ 20 歳未満の者の飲酒防止などの社会的要請に対応するため販売管理に取り組んでいくことが求められる。料理飲食店では、20 歳未満の者の飲酒防止に配慮することはもちろん、品質を損なうことなく酒類を提供していくことが期待されている。他方、単に酒類業界が高利益な酒類の提供等により高いマージンを確保することや販売管理に伴う過剰な負担を安易に消費者へ求めることも適切ではない。常に「消費者の視点」を意識し、酒類の供給者(業界)と実需者(消費者)の利益が最大化するようにすべきである。

国税庁は、酒類業組合の会合などあらゆる機会を通じて、「酒類に関する公正な取引のための指針(平成 18 年 8 月)」(以下「指針」という。)及び公正取引委員会の「酒類の流通における不当廉売、差別対価等への対応について(平成 21 年 11 月)」等の周知・啓発を図ってきた。さらに、公正取引委員会との連携の下、取引状況の実態調査を実施し、指針のルールに則していない取引が認められた場合には、その不合理さを指摘して合理的な取引が行われるよう改善指導し、公正取引についての自主的な取組を促してきた。しかしながら、指針のルールに則していない不合理な取引が見受けられる状況は現在も継続している。

こうした状況の下、酒税の保全及び酒類の取引の円滑な運行を図るため、平成 28 年法律第 57 号により、「酒税法」(昭和 28 年法律第 6 号)及び「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」(昭和 28 年法律第 7 号。以下「酒類業組合法」という。)が改正された。

また、改正された酒類業組合法に基づき、「酒類の公正な取引に関する基準(平成 29 年国税庁告示第 2 号。以下「取引基準」という。)」を定めた。

こうしたことから、国税庁は、酒類業組合法第 86 条の 3《公正な取引の基準》第 4 項及び第 86 条の 4《公正な取引の基準に関する命令》の適用の可能性を踏まえつつ、酒類業界の実情に即した酒類に関する公正な取引の在り方を提示する。また、併せて、公正取引委員会との連携方法等を明らかにすることにより、一層、公正取引の確保に向けた自主的な取組を促進し、酒税の確保及び酒類の取引の安定を図ることとする。このことは、酒類業の健全な発達にも資するものである。

第 1 酒類に関する公正な取引の在り方

国税庁は、酒税の確保及び酒類の取引の安定を図るため、全ての酒類業者が自主的に尊重すべき酒類に関する公正な取引の在り方を以下のとおり提示する。

(注) 本取引の在り方に抵触すると思料される個々の行為は、必ずしも取引基準第 2 項《公正な取引の基準》に違反する行為や、「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」(昭和 22 年法律第 54 号。以下「独占禁止法」という。)第 2 条《定義》第 9 項に規定する不公正な取引方法に

該当するというものではなく、個別具体的な事案において、行為の意図・目的、取引価格、取引条件、取引形態、酒類事業に与える影響、市場における競争秩序に与える影響等を総合的に勘案し、取引基準違反に該当するかどうかは国税庁、独占禁止法上の不公正な取引方法に該当するかどうかは公正取引委員会において、それぞれ判断されるものである。

1 合理的な価格の設定

- ① 酒類の価格に関しては、取引基準において、(1)正当な理由なく、酒類を当該酒類に係る売上原価の額と販売費及び一般管理費の額との合計額を下回る価格で継続して販売すること、(2)自己又は他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがある取引をすること、のいずれにも該当する行為を行ってはならないこととしている。

酒類の価格は、一般的には仕入価格（製造原価）、販売費及び一般管理費等の費用に利潤を加えたものになることが短期的にも中長期的にも合理的である。

一般に商品価格は、市場における事業者の公正かつ自由な競争を通じて形成されるものであるが、酒類は財政上重要な物品であり、また、アルコール飲料として社会的配慮を必要とし、更には代表的な嗜好品として国民生活に深い関わりを持っていることから、酒類の価格については、こうした酒類の特殊性から生じる多様な要請に応え得る合理的かつ妥当なものであることが必要である。

酒類の合理的な価格設定は、酒類に関する公正な取引の在り方の根幹をなすものであり、取引基準に違反する行為には該当しない場合であっても、合理性を欠く価格設定については改善していく必要がある。

- ② 酒類は国の財政上重要な物品であること、致酔性・習慣性を有する社会的に配慮を要する財であること等その特殊性に鑑みれば、顧客誘引のための「おとり商品」として使用することは不適正な取引慣行であり改善していくべきである。

また、多種類の商品を取り扱っている小売業者が、酒類の供給に要する費用を下回る価格、言い換えれば他の商品の販売による利益その他の資金を投入しなければ困難な低価格を継続的に設定することによって競争事業者の顧客を獲得するという手段は、酒類販売による直接的な損失があっても来店客数、店舗全体の売上高の増加によって全体の利益を円することのできる販売方法であるが、酒税の適正な転嫁の観点や上記のような酒類の特殊性に鑑みても、他の商品と比べてそのような販売方法での弊害が大きいと考えられ、そのような不公正な取引慣行については改善していくべきである。

(注) 今後、酒類全体における数量ベースでの国内市場の拡大が困難であることから、全事業者が独自の判断の下、的確な需給見通しに基づき、適正生産を行うことが必要である。酒類の著しい供給過剰は、取引の安定を阻害するおそれがある。

酒類業者が経営基盤の安定を図りつつ消費者ニーズに応じた酒類を的確に供給していくためには、企業努力による物流等の業務効率化を反映した競争をしつつ、個別の取引において適正な利潤を確保していくことが望まれる。

2 取引先等の公正な取扱い

酒類の価格は、取引数量の多寡、決済条件、配送条件等の相違を反映して差が設けられることもあるが、その差は、取引数量の相違等正当なコスト差に基づく合理的なものであるべきである。同様に、合理的な理由がないにもかかわらず取引先又は販売地域によって取引条件に差異を設けることは、公正な取扱いとはならない。

取引価格やその他の取引条件について、合理的な理由なく差別的な取扱いをすることは、酒類の価格形成を歪める大きな一因となると考えられ、そのような取扱いについては改善していくべきである。

3 公正な取引条件の設定

- ① 大きな販売力を有する百貨店、スーパーマーケット、ホームセンター、ドラッグストア、料理飲食店等（コンビニエンスストア本部等のフランチャイズチェーンの形態をとる事業者を含む。）が、その購買力を背景に取引上優越した地位にある場合に、自己の都合による返品、商品購入後における納入価格の値引き、特売用商品の著しい低価納入、プライベート・ブランド商品の発注後の受領拒否、中元・歳暮などの押し付け販売、従業員等の派遣、不透明又は過大な協賛金やセンターフィー、カタログ製作費等の負担、自己が負担すべき費用のつけ回し、多頻度小口配送等の要求を一方的に行う場合、若しくはこれらの要求に応じないことを理由として不利益な取扱いをする場合、又はコスト上昇分の価格転嫁の必要性を背景とした取引条件の見直しの申入れ等を一方的に拒否する場合には、公正な取引条件の設定が妨げられる。例えば、一方的な都合による返品や従業員等の派遣を強要した場合には、納入業者に経済上の不利益を及ぼすことになり、更に、納入業者の経営を悪化させたときには、製造業者の代金回収にも影響を及ぼし酒税の保全上の問題が生じるおそれもある。したがって、こうした不利益な取扱いについては、改善していくべきである。
- ② 製造業者等が市場調査、販売促進、宣伝等の市場活動等を通じて経済上の利益を供与する又は経済上の不利益を課すことにより、流通業者の取引条件等に不当に関与し影響を及ぼす場合には、流通業者の事業活動を制限することになるばかりでなく、消費者利益を損なうこともある。例えば、流通業者の販売価格、取扱商品、販売地域、取引先などに不当な影響を及ぼす場合には、流通業者間の競争を減少させ、流通業者の自由な事業活動を妨げ、消費者の商品選択を狭めることにもつながる。したがって、製造業者等はこうした不当な影響が生じないように十分に配慮する必要がある。

4 透明かつ合理的なリベート類

リベート類は、仕切価格の修正としての性格を持つもの、販売促進を目的としたもの、業務効率化への寄与度等に応じて支払われるもの等その態様は様々であるが、いかなる形態であれ透明性及び合理性が必要である。

リベート類の透明性が確保されているとは、その支払基準及び支払時期等が明確にされているとともに、それらが取引の当事者間において事前に共有されていることをいう。合理性が確保されているとは、支払基準が取引数量に基づく場合には輸送コストの逓減効果等によって決められるなど合理的に説明し得ることをいう。例えば、支払基準が事前に明確に示されていないもの、取引の一方の当事者の認識がないまま取引の当事者以外の者から他方の当事者に支払われるもの、支払基準が著しく累進的であり取引先の公正な取扱いとならないものなどは、透明性及び合理性を欠くリベート類に該当する。

透明性及び合理性を欠くリベート類は廃止していく必要があるが、リベート類を支払う酒類業者が、こうした点を踏まえた自主基準を策定することは、酒類の公正な取引環境の整備を進める観点から有効である。

第2 取引状況等実態調査の実施及び公正取引委員会との連携等

国税庁は、酒類取引の実態把握に努め、公正取引委員会と連携して酒類の公正な取引が図られるよう以下のとおり対応することとする。

1 効果的な取引状況等実態調査の実施等

- (1) 市場に影響を与える取引を行っている酒類業者に対する重点的な取引状況等実態調査の実施
取引状況等実態調査は、過去における取引状況等実態調査の事績、各種資料情報等を検討した結果、酒類に関する公正な取引の在り方に照らして問題があると疑われ、かつ、市場に影響を与える取引を行っていると思われる酒類業者に対して重点的に実施する。

なお、関連する事業場が広範にある酒類業者に対する調査は、関係国税局が連携して実施する。

また、調査の結果、改善すべき事項が調査を受けた酒類業者の全部又は大部分の事業場に及ぶ場合は、本店に対して総括的な指導を行い、公正取引に向けた全社的な取組を促す。

(注) 取引状況等実態調査の実施に当たっては、事前通知を行い、調査の趣旨について「酒類業組合法第 86 条の 3 に基づく酒類の公正な取引に関する基準の内容を含む酒類に関する公正な取引の在り方が遵守されているかどうかを判断するために同法第 91 条の質問検査権を行使して実施するものである。」旨を説明する。

(2) フォローアップ調査の実施

個別に改善指導等を行った酒類業者については、フォローアップ調査を実施する。相当期間経過後においても改善が認められない場合は、必要に応じ調査対象者への酒類納入業者に対し臨場するなど、更に深度ある調査を実施して、改善できなかった理由の解明等を行い、改善に向けた更なる指導等必要な措置を講ずる。

(3) 取引状況等実態調査の実施状況の公表

取引状況等実態調査によって把握した問題取引とその指導実績については、可能な限り具体的に公表し、他の酒類業者において同様の取引が行われないよう啓発する。

2 取引基準との関係

取引状況等実態調査を実施した結果、第 1 の「酒類に関する公正な取引の在り方」に則していないと認められる取引を把握した場合には、改善指導を実施する。

さらに、当該取引が取引基準を遵守していないと思料される場合には、「酒類の公正な取引に関する基準の取扱いについて（法令解釈通達）」を踏まえ、所要の調査を実施する。

当該調査の結果、取引基準を遵守していないと認められる場合には、酒類業組合法第 86 条の 3 《公正な取引の基準》第 4 項の規定に基づく指示を検討するものとする。

3 独占禁止法違反等への対応

(1) 国税局長による公正取引委員会への報告

国税局（沖縄国税事務所を含む。以下同じ。）の長は、取引状況等実態調査の実施等により、酒類業者の取引に関し、独占禁止法の規定に違反する事実があると思料したときは、公正取引委員会（地方事務所等を含む。以下同じ。）に対し、酒類業組合法第 94 条《公正取引委員会との関係》第 4 項の規定に基づく報告を行い、適切な措置をとるべきことを求める。

(2) 酒類業者、業界団体、消費者団体等からの通報への対応

イ 酒類の取引に関し、酒類業者、業界団体、消費者団体等から、酒類取引の在り方に則していない疑いのある事例、又は取引基準を遵守していない疑いのある事例について通報があった場合は、取引状況等実態調査を実施するなど適切に対応する。

ロ 酒類業者、業界団体、消費者団体等から、独占禁止法に違反する疑いのある事例について、例えば、「独占禁止法の不当廉売に該当するのではないか。」と相談があった場合は、必要に応じ、同法第 45 条《違反事実の報告・探知》に基づく公正取引委員会への報告手続について説明する。

(注) 独占禁止法に違反する疑いのある事例に係る相談のうち、独占禁止法違反被疑事実に関係する事業者には雇用されている労働者（当該事業者を派遣先とする派遣労働者を含む。）からのものである場合は、必要に応じ、公正取引委員会の「公益通報者保護法」（平成 16 年法律第 122 号）の通報受付窓口を教示する。

(3) 排除措置命令等を受けた者への対応

排除措置命令又は警告など酒類業者に係る独占禁止法違反等の事実が公正取引委員会から公表された場合において、その違反等の行為が酒類取引の在り方に則していないと認められるときは、必要に応じ酒税保全の観点から関係酒類業者に対し酒類取引の在り方に則した取引を行うよ

う的確に指導するほか、取引基準を遵守していないと認められるときは、酒類業組合法第 86 条の 3 《公正な取引の基準》第 4 項の規定に基づく指示を行うなど適切に対応する。

4 質問検査権

取引状況等実態調査の実施に関し、酒類業者（調査対象者以外の酒類業者を含む。）及び当該酒類業者の持株会社や取引のある金融機関、運送業者、料理飲食店など、その事業に関して関係のある事業者に対して、酒類業組合法第 91 条《質問検査権》の規定に基づき、必要な事項について報告を求めるなど、適切に対応する。

5 公正取引委員会との連携等

国税庁は、公正取引委員会とあらゆる機会を通じて、酒類市場における流通上・取引慣行上の諸問題について協議・情報共有を行う。

また、国税局と公正取引委員会においては、それぞれ連絡担当者を設けて相互の連絡体制を確保し、緊密な連携を図る。この場合、国税局においては、酒類市場における流通上・取引慣行上の諸問題についての情報を一元的に管理する「公正取引担当者」を配置するものとし、公正取引委員会との連携強化及び取引状況等実態調査の充実を図る。

33 酒類の取引状況等実態調査実施状況の公表について

平成30事務年度分（平成30年7月～令和元年6月）

1 調査・指導の目的

国税庁では、酒類の公正な取引環境を整備するため、平成4事務年度（平成4年7月～平成5年6月）から酒類の取引状況等実態調査（以下「調査」といいます。）を実施しています。

この調査により、「酒類の公正な取引に関する基準」（以下「基準」といいます。）及び「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。）に則していない取引が認められた場合には、「基準」又は「指針」（以下「基準等」といいます。）を遵守すべき旨の「指示」や改善指導を行うなどして、公正取引の確保に向けた酒類業者の自主的な取組を促しています。

2 調査の概要

(1) 調査の実施状況

平成30事務年度（平成30年7月～令和元年6月）においては、チラシ広告などの情報から基準等に則していない取引の可能性があると考えられた酒類業者等に対して、取引等の実態を把握するための調査（以下「一般調査」といいます。）を147件実施しました。

また、過去に一般調査により改善を指導した酒類業者のうち、特に再度改善状況を確認する必要があると考えられた酒類業者に対する調査（以下「フォローアップ調査」といいます。）を8件実施しました。

なお、いずれの調査においても、市場に大きな影響を与える取引を行っていると思われる酒類業者を優先的に選定しました。

このほか、調査を実施した酒類業者が行っていた取引のうち、独占禁止法（私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律）の不正な取引方法に該当する事実があると思料された取引については、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律（以下「酒類業組合法」といいます。）第94条第4項の規定に基づき、公正取引委員会に対して報告を行いました。

(2) 調査結果

イ 一般調査

一般調査の結果、基準等に則していない取引が147件中140件認められました。

このうち8件については、総販売原価（仕入価格（又は製造原価）に販売費・一般管理費等を加えたもの）を下回る価格で継続して販売し、かつ、自己又は他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められたため、「基準」に基づく「指示」を行いました（表1参照）。

また、17件については、直ちに「指示」には至りませんでした。今後も同様の行為が行われると「基準」に違反するおそれがあるとして、「厳重指導」を行いました（表1参照）。

更に、「指針」で示している「合理的な価格の設定（「指針」ルール1）」に則していない取引（総販売原価割れ販売）が114件、特定の取引先に対してのみ合理的な理由なく差別的な取扱いをするなど「取引先等の公正な取扱いが行われていないと認められたもの（「指針」ルール2）」が11件、取引上優位にある者が取引先に対して一方的な要求を行うなど「公正な取引条件の設定がなされていないと認められたもの（「指針」ルール3）」が4件、支払基準が不明確なりべートを支払うなど「りべート類の提供が透明かつ合理的でない」と認められたもの（「指

針」ルール4)」が13件認められました（表2参照）。これら「指針」のルールに則していない取引を行っていた酒類業者に対しては、「指針」の趣旨を説明し、「指針」のルールに則した取引を行うよう改善を指導しました。

表1 「基準」に基づき指示・嚴重指導をした件数等 【件(者)】

調査対象者の業態等 注	一般調査	指示件数	嚴重指導の件数
小売業者	120	6	11
卸売業者	20	1	1
製造業者	7	1	5
合計	147	8	17

(注) 1の酒類業者の複数の販売場に対し取引状況等実態調査を行った場合であっても1件と数えている。

表2 「指針」に基づき改善を指導した件数 【件(者)】

調査対象者の業態等 注1	「ルール1」 注2 合理的な価格の設定をしていないと認められたもの	「ルール2」 取引先等の公正な取扱いが行われていないと認められたもの	「ルール3」 公正な取引条件の設定がなされていないと認められたもの	「ルール4」 リベート類の提供が透明かつ合理的でないと認められたもの
小売業者	96	5	4	4
卸売業者	17	2	0	5
製造業者	1	4	0	4
合計	114	11	4	13

(注) 1 1の酒類業者の複数の販売場に対し取引状況等実態調査を行った場合であっても1件と数えている。

2 調査した取引の中に、1取引でもルール1～4に則していない取引（総販売原価を下回る価格での販売）が認められた場合には、それぞれの項目ごとに1件と数えている。なお、ルール1に則していない取引の件数（114件）には、表1の指示件数（8件）及び嚴重指導の件数（17件）は含まない。

ロ フォローアップ調査

フォローアップ調査の結果、8件中全て（8件）において問題取引の改善が認められました。
 なお、フォローアップ調査においても、指摘事項に改善が認められなかった酒類業者に対しては、改めて改善を指導するとともにその後の改善状況の確認を行うこととしております。
 フォローアップ調査の実施状況は、表3のとおりです。

表3 フォローアップ調査の実施状況

調査対象者の業態等	調査(確認)件数 (a)	指摘事項に改善が認められたもの	
		(b)	割合 (b/a)
	件	件	%
小売業者	5	5	100
卸売業者	3	3	100
製造業者	0	0	-
合計	8	8	100

(参考)

国税局別の指示件数

国税局	指示件数
東京局	2
大阪局	4
◎福岡局・熊本局 高松局・沖縄所	1
熊本局	1
合計	8

酒類小売業の業態別の指示件数

小売業者の業態別	指示件数
スーパーマーケット	4
ディスカウントストア	1
ドラッグストア	1
合計	6

(注) 国税局別の指示件数のうち、複数の国税局による連携調査を実施した場合は、全ての国税局を掲げている（「◎」は、取りまとめ局として指示を行った国税局を示す）。

34 酒類の公正な取引に関する基準に基づき「指示」をした事例

(製造業者 A)

- ▷ ビールについて、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者(製造業者 A 社)は、当該製品について総販売原価割れの事実を認識していたが、競合他社の価格や条件(リベート等)によって得意先の喪失が経常的に発生している状況から、競合他社の価格を参考に販売価格を設定していたため、総販売原価を下回る価格による販売を継続していた。

- ▷ 調査対象者の行為が、
- ・ 競合する製造業者の価格決定(競合者の価格の引上げを結果的に制約)等に影響
 - ・ リベートの多寡により取引先(卸売業者)間において販売価格差が生じ、更には最終販売先の小売業者の販売価格にも影響
- を与え、これらが公正な取引を阻害する一因となっていることから、他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(卸売業者 B)

- ▷ ビールについて、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者(卸売業者 B 社)は、事業部毎に決算額に基づき販売管理費率(以下「販管費率」という。)を算出し、当該販管費率を用いて算出した総販売原価を上回る価格設定をすることとしていたが、主要取引先別に販管費率を確認したところ、その大部分の取引先で当該販管費率を下回っていた。また、最大の取引先(大手量販店)を担当する事業部では、独自の販管費率を採用(当該取引先に対する販売管理費を圧縮)するなどしていた結果、決算額に基づく販売管理費の配賦が行われていなかった。

そのため、B 社に対し、販管費率の算定方法(費用の配賦方法)を見直すよう指導した結果、B 社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率(配賦方法)が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。

- ▷ 調査対象者の行為が、最大の取引先である小売業者の廉価販売に繋がり、当該小売業者が運営する店舗の周辺小売業者の売上金額及び売上点数の減少(当該小売業者の廉価販売が要因と周辺の小売事業者においても認識)に影響を与えている事実から、他の事業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(小売業者C)

- ▷ ビールについて、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（小売業者C社）は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、費用の配賦漏れがあったほか、一部の商品について合理的な理由なく異なる複数の販管費率を適用するなどしており、これらの費用配賦は事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。

そのため、C社に対し、販管費率の算定方法（共通費用の配賦方法）を見直すよう繰り返し指導するも、事業の実情に即した合理的な理由に基づく算定方法が示されなかったことから、酒類の販売に係る人件費については「販売点数比」を、その他の共通費用については、一般的に合理的と考えられ、かつ、当局において確認し得る「売上高比」により販管費の算定を行った。

- ▷ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額及び販売数量の減少等に影響を与えている事実から、他の事業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(小売業者D)

- ▷ ビール系飲料について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（小売業者D社）は、一部の店舗で販管費の配賦漏れがあったほか、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦にあたり、売場面積割合の算出方法の誤りや、本社経費について「販売点数比」を用いて配賦していたが、当該本社経費の一部は販売点数に連動せず（販売点数の多寡が費用の増減に影響を与える程度が少ない）、現実の費用実態と乖離していたことから、これらの費用配賦は事業の実情に即した合理的な配賦方法とは認められなかった。

また、D社が仕入価格から控除（仕入れに係る値引きとして処理）していたリベートについて、当事者間において事前の合意を証する契約書等の書面の作成がないなど、当該リベートは仕入れに係る値引きとは認められなかった。

そのため、D社に対し、配賦方法を見直すよう指導した結果、D社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法が提示され、当該方法に基づき、販管費の算定を行った。

- ▷ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額及び販売数量の減少等に影響を与えている事実から、他の事業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(小売業者E)

- ▷ ビール系飲料及び単式蒸留焼酎について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（小売業者E社）は、総販売原価を積算していたが、特定の酒類（ビール系飲料等）については、日常的に競合店の価格に合わせた販売価格を設定していたため、総販売原価を下回る価格による販売を継続していた。

- ▷ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額及び販売数量の減少、価格決定（調査対象者の価格に合わせざるを得ない）等に影響を与えている事実から、他の事業者に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(小売業者F)

- ▷ ビール系飲料について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（小売業者F社）は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦にあたり、本部経費や店舗人件費について「売場面積比」を用いて配賦していたが、これらの費用は売場面積に連動せず（売場面積の多寡が費用の増減に影響を与える程度が少ない）、現実の費用実態と乖離していることから、事業の実情に即した合理的な配賦方法とは認められなかった。

そのため、F社に対し、配賦方法を見直すよう指導した結果、F社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法が提示され、当該方法に基づき、販管費の算定を行った。

- ▷ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の来店者数、店舗総売上高及び販売数量の減少、価格決定（調査対象者の価格に合わせざるを得ない）等に影響を与えている事実から、他の事業者には相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(小売業者G)

- ▷ ビール系飲料について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（小売業者G社）は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、全ての費目を一律に「販売点数比」により配賦していた。しかし、本社経費の一部については、販売点数に連動せず（販売点数の多寡が費用の増減に影響を与える程度が少ない）、現実の費用実態と乖離していることから、事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。

また、G社が仕入価格から控除していたリベートについて、当事者間において事前の合意を証する契約書等の書面の作成がないなど、仕入れに係る値引きとは認められなかった。

そのため、G社に対し、配賦方法を見直すよう指導した結果、G社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法が提示され、当該方法に基づき、販管費の算定を行った。

- ▷ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額及び販売数量の減少等に影響を与えている事実から、他の事業者には相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(小売業者H)

- ▷ ビール系飲料及び単式蒸留焼酎について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（小売業者H社）は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦にあたり、本部経費のうち人件費については、「酒類従事人員比」を用いて配賦していたが、当該酒類従事人員比の算出方法（役員等の酒類従事割合を除外して計算）に合理性が認められなかった。また、固定資産等については、「粗利益比」を用いて配賦していたが、当該固定資産等は粗利に連動せず（粗利の多寡が費用の増減に影響を与える程度が少ない）、現実の費用実態と乖離していることから、事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。

そのため、H社に対し、配賦方法を見直すよう指導した結果、H社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法が提示され、当該方法に基づき、販管費の算定を行った。

- ▷ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額及び酒類の買上点数の減少、価格決定（調査対象者の価格に合わせざるを得ない）等に影響を与えている事実から、他の事業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

販売価格の設定について

- 酒類は、酒税の課される財政上重要な物品であるとともに、致酔性及び習慣性を有する等、社会的に配慮を要するものであるというその特殊性に鑑み、酒類の販売価格は、一般的にはその販売に要する費用に利潤を加えたものとなるのが合理的である。
- 酒類業者は、正当な理由なく、酒類を当該酒類に係る売上原価の額と販売費及び一般管理費の額との合計額【総販売原価】を下回る価格で継続して販売してはならない。

【基準等によらず、取引慣行等や近隣店舗の店頭価格を加味し、販売価格を設定していた事例】

- ・ 製造業者であるA社は、酒類の製造に係る費用を合理的に積算せず、過去からの取引慣行等により販売価格を設定していたため、一部の商品について総販売原価を下回る価格での販売となっていた。
当局は、事業者に対し「基準等」に基づき総販売原価を算定するとともに、今後は「基準等」を遵守し、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。
- ・ 製造業者であるB社は、酒類の製造に係る費用を合理的に積算せず、代表者の感覚（経験則）で販売価格を設定していたため、一部の商品について総販売原価を下回る価格での販売となっていた。
当局は、事業者に対し「基準等」に基づき総販売原価を算定するとともに、今後は「基準等」を遵守し、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。
- ・ 小売業者であるC社や料飲店への販売を主体とするD社は、積算した総販売原価に基づき販売価格を設定していたが、定期的に近隣店舗の店頭価格を調査し、例えば、近隣店舗のセール（特売）期間中は、自店も近隣店舗の店頭価格に合わせるなどしていた結果、全部又は一部の商品について、総販売原価を下回る価格での販売となっていた。
当局は、事業者に対し「基準等」の趣旨や考え方等を改めて説明するとともに、今後は「基準等」を遵守し、総販売原価を下回らない価格で販売を行うよう改善を指導した。

費用配賦の方法について

(費用配賦の方法)

- 酒類業者が、酒類事業と他の事業を併せ行っている場合において、これらの事業に共通する費用が発生するときは、当該費用については、当該酒類業者が選択した合理的な配賦方法に従って、酒類の売上原価又はその販売に係る販売費及び一般管理費に配賦するものとする。

【自社都合や配賦計算の簡便性を優先したため、現実の費用実態と乖離していた事例】

- ・ 製造業者であるE社は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、人件費や賃貸料等の特定の費目について、「アイテム数比」により配賦していた。しかし、「アイテム数比」は、販売実績が100万本の商品であっても100本の商品であっても「1アイテム」としてカウントされるものであり、販売実績に応じた費用配賦がされず、均等に費用が配賦されることから、現実の費用実態と乖離しており、事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。
当局は、事業者に対し共通費用の配賦に当たっては、費用の性質に応じて、売上高比等の事業の実情に即した合理的な配賦方法に見直しを行うとともに、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。
- ・ 小売業者であるF社は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、全ての費目を「販売点数比」により配賦していた。しかし、本部費や店舗共通に係る費用など販売点数の多寡が費用の増減に影響を与える程度が少ない共通費用については、現実の費用実態と乖離しており、一律に販売点数比を使用して費用配賦することは、事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。
当局は、事業者に対し共通費用の配賦に当たっては、費用の性質に応じて、売上高比等の事業の実情に即した合理的な配賦方法に見直しを行うとともに、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。
- ・ 小売業者であるG社は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、酒類販売に従事する従業員等の人件費やカード手数料等の特定の費目について、売場面積比により配賦していた。しかし、これらの費用は、売場面積の多寡が費用の増減に影響を与える程度が少なく、現実の費用実態と乖離しており、事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。
当局は、事業者に対し共通費用の配賦に当たっては、費用の性質に応じて、作業従事時間比等の事業の実情に即した合理的な配賦方法に見直しを行うとともに、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。

酒類に関する公正な取引のための指針について

指針では、酒税の確保及び酒類の取引の安定を図るため、以下のように酒類に関する公正な取引の在り方を提示し、全ての酒類業者が自主的に尊重することを求めています。

指針のルールに則していない取引が認められた場合には、その不合理さを指摘して合理的な取引が行われるよう改善指導し、公正取引についての自主的な取組を促しています。

(ルール1 合理的な価格の設定)

酒類の価格は、一般的には仕入価格（製造原価）、販売費及び一般管理費等の費用に利潤を加えたものになることが短期的にも長期的にも合理的であり、合理性を欠く価格設定については改善していく必要がある。

(ルール2 取引先等の公正な取扱い)

取引数量の相違等正当なコスト差に基づく合理的な理由がないにもかかわらず、取引先又は販売地域によって酒類の価格及び取引条件に差異を設けることは、公正な取扱いとならず、改善していくべきである。

(ルール3 公正な取引条件の設定)

大きな販売力を有するスーパーマーケット等が、その購買力を背景に取引上優越した地位にある場合に、自己の都合による返品、商品購入後における納入価格の値引き、特売用商品の著しい低価納入、プライベート・ブランド商品の発注後の受領拒否、中元・歳暮などの押し付け販売、従業員等の派遣、不透明又は過大な協賛金やセンターフィー、カタログ制作費等の負担、自己が負担すべき費用のつけ回し、多頻度小口配送等の要求を一方的に行う場合、若しくはこれらの要求に応じないことを理由として不利益な取扱いをする場合、又はコスト上昇分の価格転嫁の必要性を背景とした取引条件の見直しの申入れ等を一方的に拒否する場合には、公正な取引条件の設定が妨げられるため、改善していくべきである。

製造業者等が市場調査、販売促進、宣伝等の市場活動等を通じて経済上の利益を供与する又は経済上の不利益を課すことにより、流通業者の取引条件等に不当に関与し影響を及ぼす場合には、流通業者の事業活動を制限することになるばかりでなく、消費者利益を損なうこともあるため、製造業者等はこうした不当な影響が生じないように十分に配慮する必要がある。

(ルール4 透明かつ合理的なリベート類)

リベート類は、仕切価格の修正としての性格を持つもの、販売促進を目的としたもの、業務効率化への寄与度等に応じて支払われるもの等その態様は様々であるが、いかなる形態であれ透明性及び合理性が必要であり、透明性及び合理性を欠くりベート類は廃止していく必要がある。

(ルール1)

【指針等によらず、取引慣行等や近隣店舗の店頭価格を加味し、販売価格を設定していた事例】

- ・ H社は、酒類の製造に係る費用を合理的に積算せず、過去からの取引慣行等により販売価格を設定していたため、一部の商品について総販売原価を下回る価格での販売となっていた。

- ・ I社は、総販売原価を積算していたが、近隣店舗の店頭価格も加味し販売価格を設定していたため、ビール類の一部について総販売原価を下回る価格での販売となっていた。

(ルール2)

【取引慣行や自己都合等により、取引先等の公正な取扱いがなされていなかった事例】

- ・ J社は、過去からの取引慣行により、特定の取引先（小売店）に対して、取引数量の相違等の正当なコスト差に基づかず、取引価格やその他取引条件について差別的な取扱いを行っていた。
- ・ 料飲店への販売が主体の地域の有力な酒類業者であるK社は、売上の維持・拡大を図るため、新規店舗をオープンさせた特定の取引先に対して、取引価格やその他取引条件について、合理的な理由なく差別的な取扱い※を行っていた。
※ 当該取引は総販売原価割れ販売にも該当したため、併せて指導を行っている。

(ルール3)

【自社の販売価格を維持するため値上げ交渉に応じず、公正な取引条件の設定が妨げられていた事例】

- ・ L社は、自社の販売価格を維持するため、酒類の仕入先である卸売業者からの値上げ交渉に長期間応じなかった。

(ルール4)

【長年にわたる取引慣行等を踏襲し、透明性・合理性を欠くりべートとなっていた事例】

- ・ M社は、特定の取引先に対しリベートを支出していたが、当該リベートは過去からの取引慣行により支出しているものであり、支出基準が明確ではなく透明性・合理性が認められなかった。
- ・ N社は、自社ガイドラインに基づきリベートを支出しているが、特定の小売業者（百貨店）に対するギフトカタログ作成費用の一部を補填するため支出したリベートについては、自社ガイドラインを策定しておらず、支払基準が明確であるとは認められなかった。
- ・ O社は、自社商品の売上拡大（フェア）を目的として支出するリベートについて、特定の料飲店で自社ガイドラインに定める年間実施回数を超過していた。さらに当該料飲店からの求めに応じ、他の料飲店よりも有利な支払い条件を設定（変更）していた。

36 酒類業に対する活性化支援

中小企業者が多く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、経営改善等に向けた自主的な取組を支援しています。

国税庁の支援策

中小企業支援施策等情報の提供

中小企業支援施策（融資制度、補助金等）に関する様々な情報を随時提供しています。

活性化支援研修会等の開催

中小企業診断士などの専門家等を講師とした各種研修会を開催しています。

経営革新計画等の作成支援

中小企業等経営強化法に定める経営革新計画、中小企業地域資源活用促進法に定める地域産業資源活用事業計画及び農商工等連携促進法に定める農商工等連携事業計画等の作成に対して助言等を通じて支援しています（各事業計画の概要については以下のとおり）。

- ・ 経営革新計画

中小企業者等が単独又は共同して新商品や新役務の開発や提供等の新たな事業活動を通じて、相当程度の経営の改善を図る計画

- ・ 地域産業資源活用事業計画

中小企業者が地域産業資源（産地の技術・地域の農水産品・観光資源）を活用した新商品・新サービスの開発・市場化を図る計画

- ・ 農商工等連携事業計画

中小企業者と農林漁業者が共同で新商品の開発等に取り組む計画

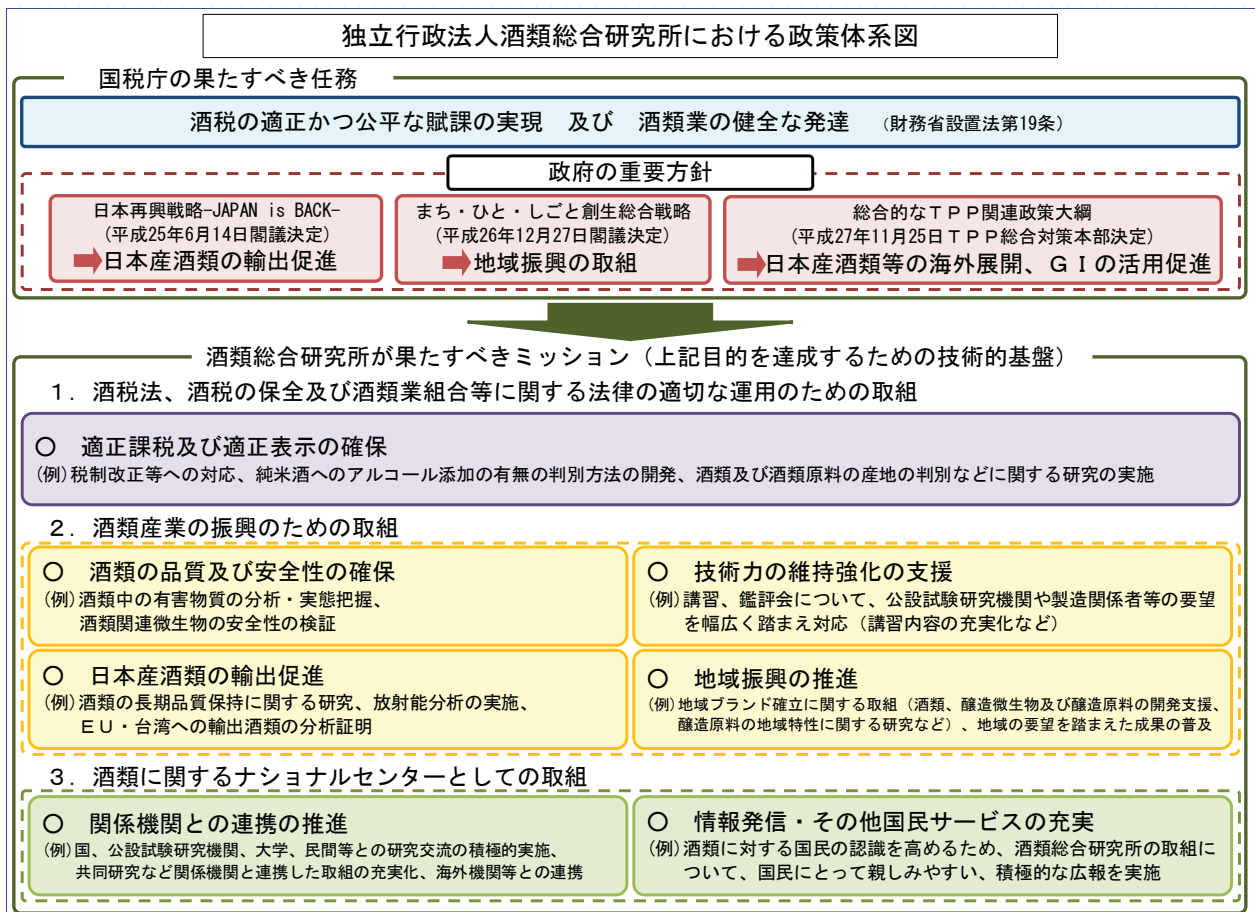
37 独立行政法人酒類総合研究所の概要

(名 称) 独立行政法人酒類総合研究所 (ホームページ : <https://www.nrib.go.jp/>)

(所在地) 〒739-0046 広島県東広島市鏡山3丁目7番1号 Tel 082-420-0800(代表)

(目 的) 独立行政法人酒類総合研究所法(平成11年法律第164号)に基づき、酒類に関する高度な分析及び鑑定を行い、並びに酒類及び酒類業に関する研究、調査及び情報提供等を行うことにより、酒税の適正かつ公平な賦課の実現に資するとともに、酒類業の健全な発達を図り、あわせて酒類に対する国民の認識を高めることを目的としています。

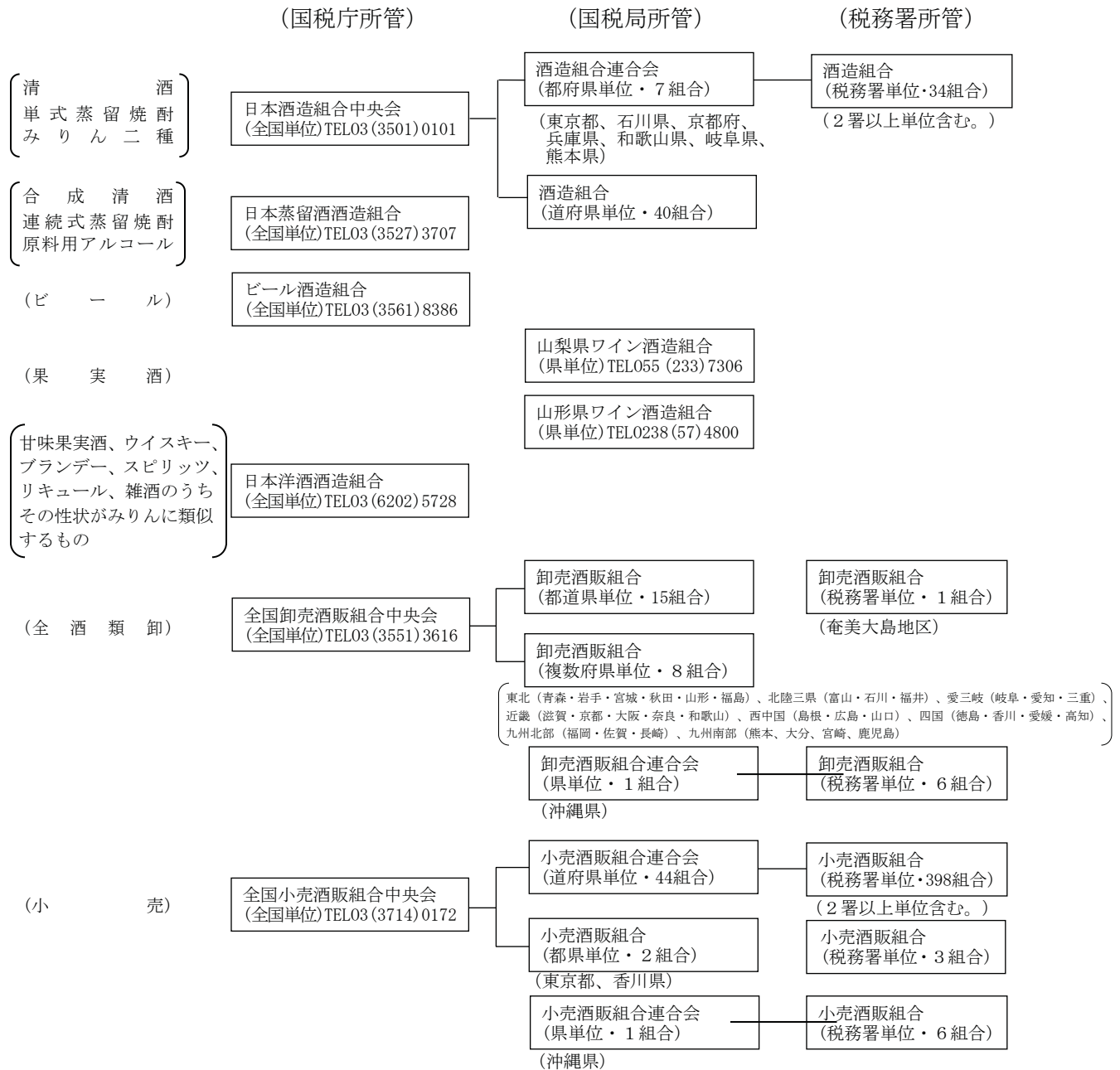
(沿革) 明治37年、酒類の製造技術を科学的に研究する機関「醸造試験所」として大蔵省内に設置され、昭和24年国税庁の開庁を機に「国税庁醸造試験所」に改組されました。平成7年には、「国の行政組織等の移転について」(昭和63年閣議決定)により、東京都北区から現在の広島県東広島市へ移転し、「国税庁醸造研究所」に名称を変更しました。平成13年4月1日より独立行政法人となっています。



(令和2年1月現在)

38 酒類業組合等構成図表

(1) 酒類業組合法に基づく組合



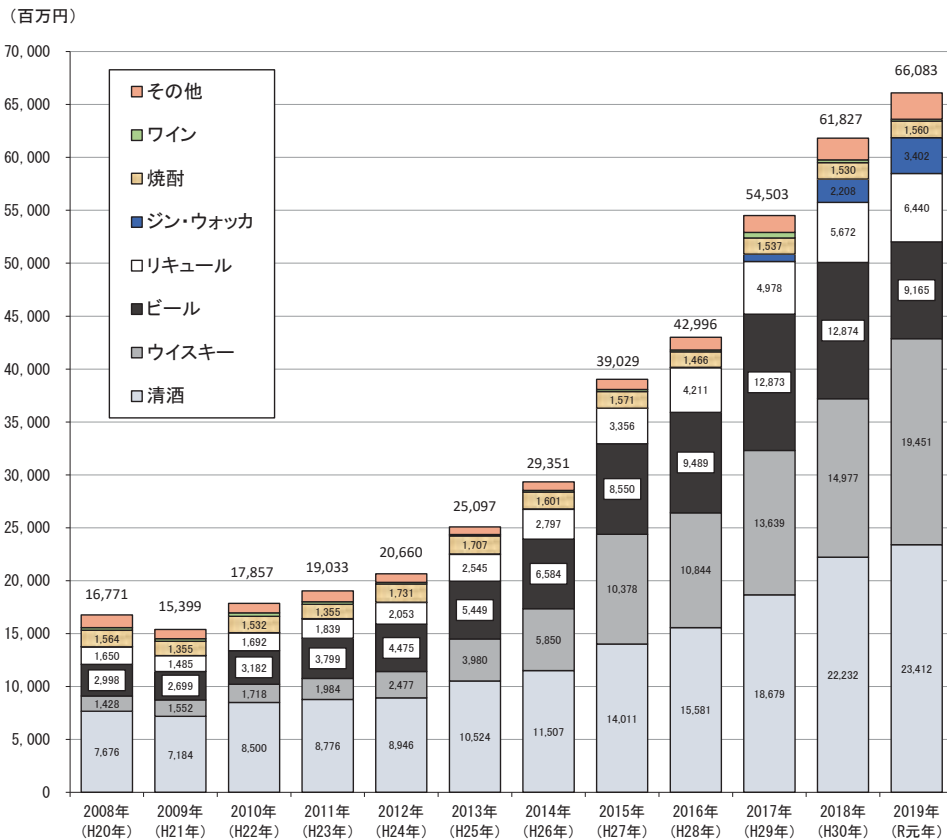
(2) 主な任意団体

(みりん一種)	全国味淋協会 (全国単位) TEL03(3527)3707	(果実酒)	道産ワイン懇談会 (道単位) TEL0134(64)5581
(みりん二種)	全国本みりん協議会 (全国単位) TEL052(451)8211	(果実酒)	長野県ワイン協会 (県単位) TEL0263(52)0059
(ビール)	全国地ビール醸造者協議会 (全国単位) TEL03(5909)8929	(果実酒)	北陸ワイナリー協会 (北陸地区) TEL076(469)4539
(果実酒)	日本ワイナリー協会 (全国単位) TEL03(6202)5728	(果実酒)	大阪ワイナリー協会 (府単位) TEL06(6624)8555
(洋酒輸入)	日本洋酒輸入協会 (全国単位) TEL03(6667)0502		
(業務用卸)	全国酒類業務用卸連合会 (全国単位) TEL03(3661)3055		

(平成31年3月現在)

39 最近の日本産酒類の輸出動向について

○ 2019年の輸出金額は約661億円(対前年6.9%増)となり、8年連続で過去最高を記録。



○品目別輸出金額(2019年) (単位:百万円、%)

品目	輸出金額	対前年増減率
清酒	23,412	+ 5.3
ウイスキー	19,451	+ 29.9
ビール	9,165	▲28.8
リキュール	6,440	+ 13.5
ジン・ウォッカ	3,402	+ 54.1
焼酎	1,560	+ 2.0
ワイン	177	▲37.0
その他	2,475	+ 20.6
合計	66,083	+ 6.9

○輸出金額上位10か国・地域(2019年) (単位:百万円、%)

国・地域	輸出金額	対前年増減率
アメリカ合衆国	15,662	+ 19.5
中華人民共和国	10,117	+ 54.7
香港	6,253	+ 7.4
台湾	6,198	+ 4.9
大韓民国	6,151	▲44.4
オランダ	3,607	+ 45.5
シンガポール	3,443	+ 9.4
フランス	3,440	+ 3.2
オーストラリア	2,292	▲4.8
ベトナム	1,927	+ 5.3
(参考)EU	9,159	+ 20.5

出典:財務省貿易統計

40 最近の清酒の輸出動向について

○ 2019年の清酒の輸出金額は約234億円(対前年5.3%増)となり、10年連続で過去最高を記録。輸出単価も上昇。



○輸出金額上位10か国・地域(2019年) (単位:百万円、%)

国・地域	輸出金額	対前年増減率
アメリカ合衆国	6,757	+ 7.0
中華人民共和国	5,001	+ 39.4
香港	3,943	+ 4.5
大韓民国	1,360	▲38.5
台湾	1,359	+ 0.6
シンガポール	857	+ 2.3
カナダ	548	+ 3.6
オーストラリア	439	▲1.6
ベトナム	376	▲14.5
英国	373	+ 15.2
(参考)EU	1,421	+ 6.5

○輸出単価上位10か国・地域(2019年) (単位:百万円、円/L)

国・地域	輸出金額	単価
マカオ	156	3,940
香港	3,943	2,047
シンガポール	857	1,406
メキシコ	74	1,094
英国	373	1,059
フランス	285	1,055
アメリカ合衆国	6,757	1,047
中華人民共和国	5,001	972
マレーシア	242	955
オーストラリア	439	908
(参考)EU	1,421	702

(注)輸出金額上位20カ国・地域のうち、輸出単価上位10か国・地域

出典:財務省貿易統計

41 各酒類の主な輸出先(2019年)

単位: 百万円

清酒				ウイスキー				ビール				リキュール				ジン・ウォッカ				焼酎				ワイン			
順位	国・地域	金額	対前年増減率	順位	国・地域	金額	対前年増減率	順位	国・地域	金額	対前年増減率	順位	国・地域	金額	対前年増減率	順位	国・地域	金額	対前年増減率	順位	国・地域	金額	対前年増減率	順位	国・地域	金額	対前年増減率
1	アメリカ合衆国	6,757	+7.0%	1	アメリカ合衆国	5,398	+29.7%	1	大韓民国	4,004	▲49.2%	1	台湾	1,476	+10.5%	1	アメリカ合衆国	995	+230.7%	1	中華人民共和国	527	+10.7%	1	香港	57	▲46.4%
2	中華人民共和国	5,001	+39.4%	2	フランス	2,746	▲1.1%	2	台湾	1,386	+3.2%	2	アメリカ合衆国	1,102	+28.3%	2	オランダ	952	+23.0%	2	アメリカ合衆国	382	▲2.8%	2	台湾	38	▲55.7%
3	香港	3,943	+4.5%	3	中華人民共和国	2,528	+115.8%	3	アメリカ合衆国	810	▲4.6%	3	中華人民共和国	1,095	+48.3%	3	オーストラリア	290	▲46.1%	3	タイ	96	▲10.6%	3	中華人民共和国	18	▲35.6%
4	大韓民国	1,360	▲38.5%	4	オランダ	2,431	+64.2%	4	オーストラリア	737	▲5.8%	4	香港	1,090	+6.4%	4	英国	263	+127.4%	4	大韓民国	81	▲4.8%	4	シンガポール	13	▲30.4%
5	台湾	1,359	+0.6%	5	シンガポール	1,419	+13.7%	5	シンガポール	502	+2.9%	5	ベトナム	305	▲31.2%	5	シンガポール	253	+81.1%	5	香港	71	▲10.9%	5	大韓民国	12	+51.7%
6	シンガポール	857	+2.3%	6	台湾	1,284	▲1.4%	6	中華人民共和国	454	+36.4%	6	シンガポール	300	▲7.6%	6	フランス	214	+71.6%	6	ベトナム	70	▲15.1%	6	英国	9	+64.7%
7	カナダ	548	+3.6%	7	ベトナム	1,004	+31.6%	7	香港	418	+21.6%	7	オーストラリア	187	+52.1%	7	南アフリカ共和国	91	+696.3%	7	台湾	69	▲5.2%	7	ベトナム	6	+1119.0%
8	オーストラリア	439	▲1.6%	8	オーストラリア	569	+20.1%	8	ロシア	206	+7.8%	8	大韓民国	131	▲25.7%	8	台湾	73	+162.0%	8	シンガポール	57	▲5.1%	8	オーストラリア	4	+7.3%
9	ベトナム	376	▲14.5%	9	香港	360	+19.3%	9	ニュージーランド	130	▲14.6%	9	タイ	130	+29.2%	9	中華人民共和国	61	+81.7%	9	マレーシア	42	+7.1%	9	フランス	4	▲3.4%
10	英国	373	+15.2%	10	カナダ	252	+26.1%	10	カナダ	107	▲23.4%	10	マレーシア	119	▲24.5%	10	ベルギー	49	+114.7%	10	オーストラリア	39	+369.9%	10	アメリカ合衆国	3	+25.5%
-	(参考) EU	1,421	+6.5%	-	(参考) EU	5,527	+19.9%	-	(参考) EU	280	+12.8%	-	(参考) EU	249	+40.2%	-	(参考) EU	1,484	+41.7%	-	(参考) EU	42	+24.4%	-	(参考) EU	17	+12.2%
輸出合計				輸出合計				輸出合計				輸出合計				輸出合計				輸出合計							
23,412				19,451				9,165				6,440				3,402				1,560				177			
+5.3%				+29.9%				▲28.8%				+13.5%				+54.1%				+2.0%				▲37.0%			

出典: 財務省貿易統計

42 主な輸出先の輸出金額(2019年)

単位: 百万円

順位	国・地域	金額	対前年増減率	シェア	内訳															
					清酒		ウイスキー		ビール		リキュール		ジン・ウォッカ		焼酎		ワイン		その他	
					金額	対前年増減率	金額	対前年増減率	金額	対前年増減率	金額	対前年増減率	金額	対前年増減率	金額	対前年増減率	金額	対前年増減率	金額	対前年増減率
1	アメリカ合衆国	15,662	+19.5%	23.7%	6,757	+7.0%	5,398	+29.7%	810	▲4.6%	1,102	+28.3%	995	+230.7%	382	▲2.8%	3	+25.5%	216	▲6.2%
2	中華人民共和国	10,117	+54.7%	15.3%	5,001	+39.4%	2,528	+115.8%	454	+36.4%	1,095	+48.3%	61	+81.7%	527	+10.7%	18	▲35.6%	433	+148.9%
3	香港	6,253	+7.4%	9.5%	3,943	+4.5%	360	+19.3%	418	+21.6%	1,090	+6.4%	38	+85.0%	71	▲10.9%	57	▲46.4%	276	+61.7%
4	台湾	6,198	+4.9%	9.4%	1,359	+0.6%	1,284	▲1.4%	1,386	+3.2%	1,476	+10.5%	73	+162.0%	69	▲5.2%	38	▲55.7%	513	+31.0%
5	大韓民国	6,151	▲44.4%	9.3%	1,360	▲38.5%	204	+57.7%	4,004	▲49.2%	131	▲25.7%	1	+30.2%	81	▲4.8%	12	+51.7%	358	▲37.7%
6	オランダ	3,607	+45.5%	5.5%	142	▲12.0%	2,431	+64.2%	6	▲30.6%	40	+58.0%	952	+23.0%	5	▲43.4%	-	▲100.0%	30	+61.1%
7	シンガポール	3,443	+9.4%	5.2%	857	+2.3%	1,419	+13.7%	502	+2.9%	300	▲7.6%	253	+81.1%	57	▲5.1%	13	▲30.4%	43	+33.4%
8	フランス	3,440	+3.2%	5.2%	285	+3.2%	2,746	▲1.1%	99	+3.0%	37	+135.3%	214	+71.6%	7	+3.5%	4	▲3.4%	48	+52.6%
9	オーストラリア	2,292	▲4.8%	3.5%	439	▲1.6%	569	+20.1%	737	▲5.8%	187	+52.1%	290	▲46.1%	39	+369.9%	4	+7.3%	28	▲13.2%
10	ベトナム	1,927	+5.3%	2.9%	376	▲14.5%	1,004	+31.6%	27	+116.4%	305	▲31.2%	-	-	70	▲15.1%	6	+1119.0%	139	+58.3%
-	その他	6,991	+13.1%	10.6%	2,894	+2.1%	1,508	+29.3%	722	▲2.3%	676	+11.7%	524	+111.8%	251	▲1.7%	24	▲3.1%	393	+26.1%
-	(参考) EU	9,159	+20.5%	13.9%	1,421	+6.5%	5,527	+19.9%	280	+12.8%	249	+40.2%	1,484	+41.7%	42	+24.4%	17	+12.2%	139	+4.1%
輸出合計		66,083	+6.9%	100.0%	23,412	+5.3%	19,451	+29.9%	9,165	▲28.8%	6,440	+13.5%	3,402	+54.1%	1,560	+2.0%	177	▲37.0%	2,475	+20.6%

出典: 財務省貿易統計

43 日本産酒類の輸出促進に向けた国税庁の取組

1. 国際交渉

- 日EU・EPA【2019年2月発効】
 - ・関税の即時撤廃
 - ・日本ワインの輸入規制の撤廃
 - ・地理的表示の相互保護
 - ・単式蒸留焼酎の容量規制の緩和
- 日米貿易協定【2020年1月発効】
 - ・ワイン・蒸留酒の容量規制の改正
 - ・地理的表示の保護の検討
 - ・ラベル承認手続の簡素化
 - ・焼酎の取扱いのレビュー
- 台湾の清酒関税の引下げ(40%→20%)【2019年7月】
- 原発事故による輸入規制の撤廃

2. 輸出手続の迅速化・簡素化

- 輸出証明書発行手続の迅速化【2019年9月】
- 輸出明細書の提出不要【2020年4月(予定)】

3. 販路開拓支援

- 海外の大規模展示会への出展支援
- 海外バイヤーの招聘(国内商談会の実施)
- 4. 国際的プロモーション
 - 国際的な機会の活用(リオ五輪、ジャポニズム、G20大阪サミット等)
 - ジャパンハウス等におけるプロモーション
 - 海外の酒類専門家の招聘(酒蔵視察、レクチャー)

5. ブランド化の推進

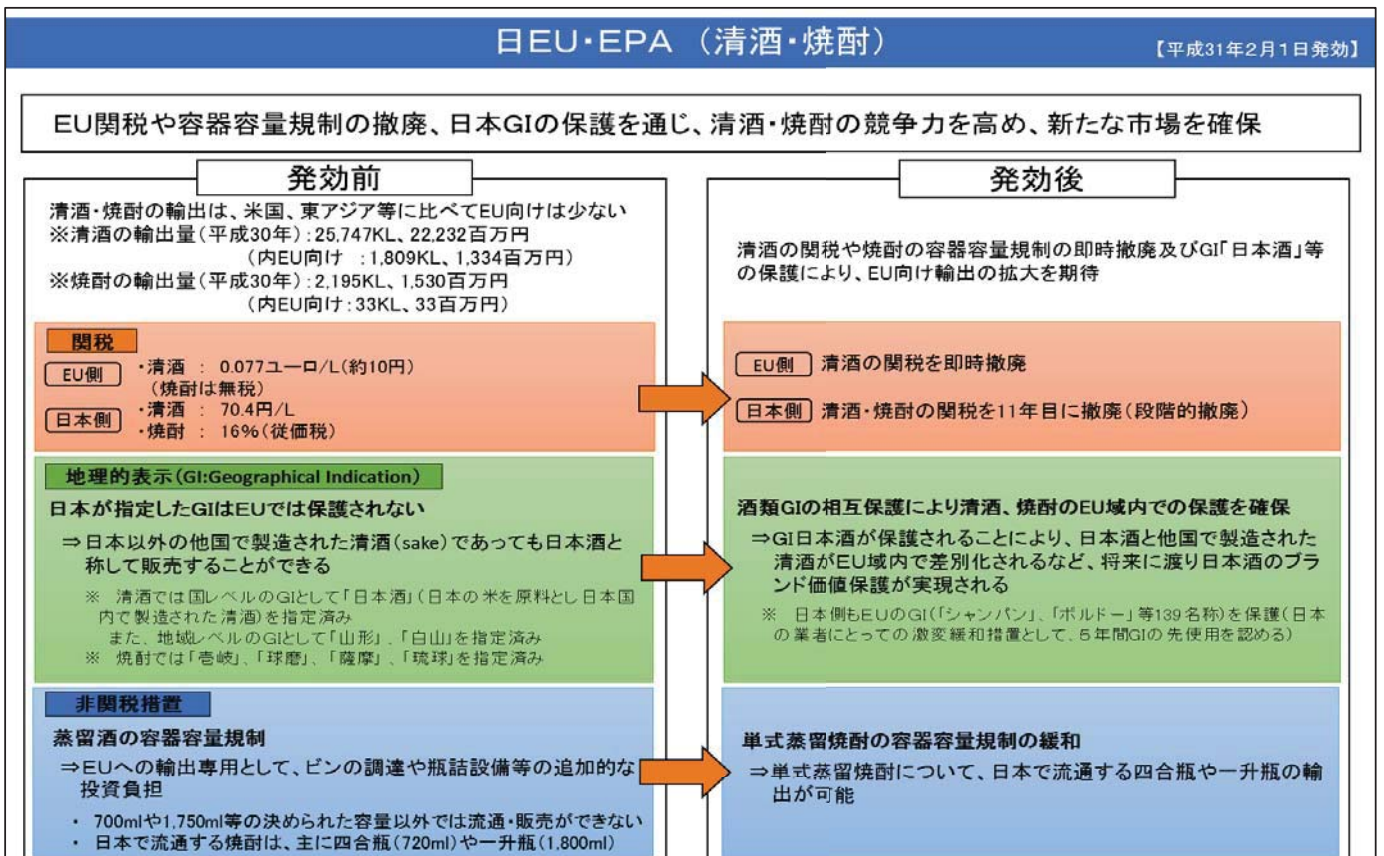
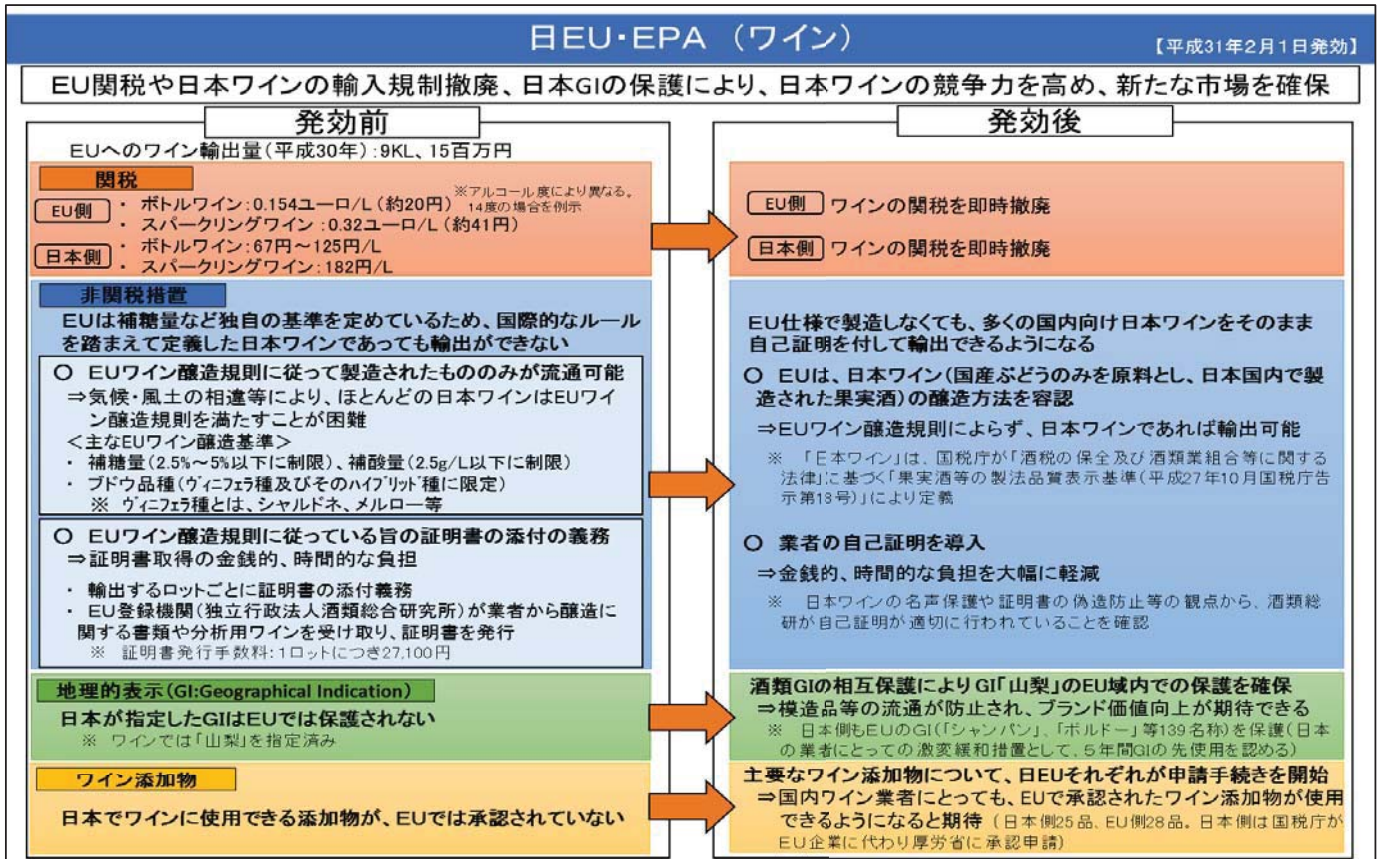
- 地理的表示の指定(焼酎、日本酒、ワインに係る10の表示)
- 日本ワインの表示ルールの施行【2018年10月】
- 日本酒の海外向け「標準的裏ラベル」の公表【2019年8月】
- 日本酒のブランド戦略検討会の中間とりまとめ【2019年12月】

6. 酒蔵ツーリズムの推進

- 酒税免税制度の導入【2017年10月】
- 清酒製造体験特区の導入【2020年1月】

今後の重点的取組

- ★ 国際交渉：関税や輸入規制の撤廃、地理的表示の相互保護
- ★ 販路開拓支援：海外新規取扱事業者の開拓、国内輸出商社・卸と酒類製造業者のマッチング
- ★ 海外向けのブランド化の推進：モデル事例の構築支援、地理的表示の指定・活用促進、技術支援(テロワール、熟成等)
- ★ 酒蔵ツーリズムの推進：モデル事例の構築支援



45 日米貿易協定：酒類の合意概要

【日本側】

- ✓ ワインについての関税撤廃は、TPPと同内容。

(注)TPPでは、ボトルワイン、スパークリングワインは8年目無税。

- ✓ ワイン以外の酒類(清酒、焼酎等)は譲許せず。

(注)TPPでは、清酒、焼酎は11年目無税。

【米国側】

米国への日本産酒類の輸出を促進するため、以下の非関税措置を約束。

- ✓ 日本の伝統的な四合瓶(720ml)、一升瓶(1.8L)等での輸出を可能とするため、ワイン、蒸留酒の容量規制の改正に向けた手続を進める。

- ✓ 米国での日本産酒類の10表示^(注)の保護に向けた検討手続を進める。

(注) 国税庁長官が指定した地理的表示：ぶどう酒(山梨、北海道)、蒸留酒(壱岐、球磨、琉球、薩摩)、清酒(日本酒、白山、山形、灘五郷)

- ✓ 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。

- ✓ 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。

46 「Imbibe Live 2019」における日本産酒類プロモーション

令和元年7月1～2日、英国・ロンドンで開催された英国最大級の酒類見本市「Imbibe Live 2019」に、日本産酒類プロモーションブース(清酒6者、焼酎・泡盛3者、梅酒1者、流通8者(清酒、焼酎・泡盛、ワイン、リキュール))を出展した。

(主催：国税庁、実施：日本貿易振興機構(JETRO))

当該出展に併せ、ブース内に設置したバーカウンターで、出品者の酒類を用いたカクテルの試飲及び泡盛についてのセミナー等を開催した。さらに、マスターソムリエの資格を有する者を講師として、清酒の特徴やペアリングについてのセミナーを開催した。



(日本産酒類ブースの様子)

試飲商談会

来場した海外バイヤー等を対象として試飲商談会を実施。2日間で1,376件の商談が行われた。

期間中における成約件数は712件(金額：1億875万円)となり、前年を上回る成果を得た。



(試飲商談会の様子)

カクテル試飲会

ミシュラン星付きレストランのヘッドバーテンダーによるカクテルの試飲会を実施。

日本産酒類の多様な楽しみ方を提案し、バーカウンターの周囲は多くの者で賑わった。



(バーカウンターの様子)

セミナーの開催

海外の酒類専門家を講師として、清酒の特徴、料理とのペアリングなどのセミナーを実施。清酒とスモークサーモン・チーズ等とのペアリングを体験させ、好評を博した。

さらに、焼酎・泡盛の製法や特徴などを紹介する「Shochu & Awamori masterclass」を実施。



(ペアリングセミナーの様子)



(焼酎・泡盛セミナーの様子)

47 海外のバイヤーの招聘

令和元年11月及び令和2年2月、日本産酒類の取扱いを希望する海外の輸入卸売事業者のバイヤーを招聘し、日本酒製造業者及び焼酎製造業者を対象とした商談会を実施。

商談会に併せて、酒蔵視察を行い、海外のバイヤーに対して製造工程等を解説し、日本酒や焼酎の特徴や魅力を発信した。

日本酒商談会

- ・ 令和元年11月5日～7日に開催
- ・ ヨーロッパを中心に、レストラン・ホテル等の飲食業や食品小売業を対象に飲食料品の卸売事業を展開するドイツのバイヤーを招聘
- ・ 山形県及び兵庫県の日本酒製造業者11社が参加
- ・ 大半の参加業者の商品がドイツ本社の選定会議で提案され、複数業者が成約見込み



酒蔵視察の様子



商談の様子

焼酎商談会

- ・ 令和2年2月17日～20日に開催
- ・ アジアを中心に、酒類や食品等小売店及び飲食店を対象に飲食料品の卸売事業を展開する台湾のバイヤーを招聘
- ・ 鹿児島県・熊本県・宮崎県・大分県・福岡県の焼酎製造業者20社が参加
- ・ バイヤーは多くの商品に関心を示しており、参加業者の半数以上と更に具体的な商談が進められる予定



酒蔵視察の様子



商談の様子

48 G20大阪サミットにおける日本産酒類プロモーション

国税庁は、G20大阪サミットの開催に併せて、令和元年6月27～29日、サミット会場に設置された国際メディアセンターにおいて、日本産酒類のプロモーションブースを設置し、3日間で延べ約1,700名（各国代表団、メディア関係者等）が同ブースを訪れた。開催地である大阪や関西の酒類はもとより、地理的表示（GI）地域、東日本大震災の被災地の酒類を含めた幅広い日本産酒類（日本酒、焼酎、泡盛、日本ワイン、クラフトビール、ウイスキー、ジン、梅酒）をPRした。



(G20記念木枡)

製造工程や特徴等の展示

パネルやパンフレットを使用し、

- ① 日本酒、焼酎、泡盛の製造工程や特徴、楽しみ方等
- ② 日本の気候や固有のブドウ品種の紹介を交えた日本ワインの特徴
- ③ 日本全国で造られているクラフトビールの情報
- ④ 日本国内のGI地域の紹介などの情報発信を行った。



(展示スペースの様子)



(パネルの説明に聞き入る様子)

試飲コーナー

来場者に対し、味わい等の説明を交えつつ、試飲提供（全150銘柄）を行った。

来場者からは、「日本酒の印象が大きく変わった。美味しい」「同じ焼酎でも原料によって味や香りが異なり、興味深い」「泡盛をはじめて飲んだが、こんなに美味しい蒸留酒があることに驚いた」「日本のワインは口当たりが滑らかで、飲みやすい」「日本のビールがこんなに美味しいとは知らなかった」などの感想が聞かれた。

G20記念木枡の提供も人気を博した。



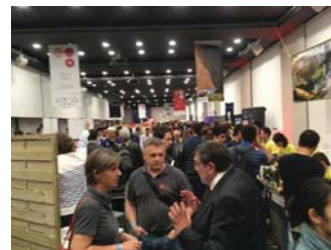
(試飲カウンターの様子)



49 「SALON DU SAKE 2019」における日本産酒類のプロモーション

令和元年10月7日、フランス・パリで開催された日本の酒蔵とフランスをはじめとする欧州の日本酒ファン・事業者等が一堂に会するイベント「SALON DU SAKE 2019」において、日本酒のプロモーションの一環として、「日本酒の新しいトレンドやペアリング」に関するセミナー及び「チーズと日本酒のペアリング」に関するワークショップを実施し、延べ86名の酒類関係業者（バイヤー、レストランオーナー）等が参加した。

※ 「SALON DU SAKE 2019」は令和元年10月5～7日に開催され、本年度で6回目の開催。



(「SALON DU SAKE」会場の様子)

セミナーの開催

海外バイヤー等に対し、国税庁職員を講師として、日本酒の製法や「うまみ」等の特徴、食材とのペアリングの基本について説明を行った。（50名が参加）

その後、スパークリング日本酒の試飲、特別純米酒とチーズ、長期熟成酒と生ハム、貴醸酒とアーモンド等のペアリングを体験し、日本酒の新たな魅力や奥深さを学ぶとともに、食材とのペアリングについて理解を深めた。



(セミナーの様子)



ワークショップの開催

「SALON DU SAKE 2019」の主催者であるシルヴァン・ユエ氏がプレゼンターとなり、欧州産チーズと日本酒とのペアリングを体験した。（36名が参加）

さらに、試飲された日本酒の酒蔵から酒類の特徴等の説明が行われ、参加者から多くの質問が挙がるなど、盛況となった。また、「自分の店でも日本酒のペアリングを紹介していきたい」などの意見が聞かれた。



(ワークショップの様子)



50 ジャパン・ハウス ロンドンにおけるプロモーション

平成31年2月及び令和2年2月、日本の情報発信拠点である「ジャパン・ハウス ロンドン」で、日本産酒類のPRイベントを実施。ロンドンのレストラン関係者等や一般消費者に対して、日本産酒類の認知度や理解度の向上を図るとともに、その魅力について広く情報発信を行った。

日本酒

- ・ 平成31年2月21日～23日に実施。（JFOODOと連携）
- ・ 事業者向けセミナーを開催し、現地の酒類取扱事業者に対して、タイプの異なる日本酒の飲み比べを実施。
- ・ 消費者向けセミナーを開催し、参加者に対して、製法や特徴を紹介後、英国在住の有識者を招き、トークセッションを実施。

さらに興味のある消費者に対して、マスタークラスを実施。

- ・ 来館者に対して、試飲・ペアリング体験を実施。



(消費者向けセミナーの様子)



(試飲・ペアリング体験の様子)

焼酎・泡盛

- ・ 令和2年2月26日～3月1日に実施。（鹿児島県酒造組合と連携）
- ・ 事業者向けセミナーを開催し、焼酎・泡盛に興味のある事業者に対して、原料の異なる焼酎や泡盛の飲み比べを実施。
- ・ 消費者向けセミナーを開催し、参加者に対して、製法や特徴を紹介後、焼酎製造者と現地の有識者によるディスカッションを実施。
- ・ バーテンダー向けワークショップを開催し、焼酎・泡盛を使用したカクテルの実演等を実施。
- ・ 来館者に対して、試飲・ペアリング体験を実施。



(事業者向けセミナーの様子)



(バーテンダー向けWSの様子)

51 海外の日本産酒類専門家の招聘

令和2年1月、海外における日本産酒類の理解の向上を通じ、輸出拡大につなげることを目的に、海外市場で影響力や情報発信力のある海外の酒類専門家を招聘し、酒蔵の視察や酒類総合研究所によるレクチャーを実施。

日本酒

- ・ 令和2年1月13日～16日
- ・ WSET※で日本酒の講師を務める予定の者を招聘（米国、ドイツ、韓国、ベトナム、台湾から7名）。
- ・ 関西及び中国地方の日本酒製造場7蔵を訪問し、製造工程等を視察。
- ・ 蔵元との意見交換会を開催し、料理とのペアリング等を体験（JETRO主催）。
- ・ 酒類総合研究所で、製造技術等に関する講義を実施。



（日本酒製造場視察の様子）



（酒類総合研究所による講義の様子）

焼酎・泡盛

- ・ 令和2年1月20日～23日
- ・ WSET※でスピリッツの講師を務める者を招聘（英国、カナダ、米国から7名）。
- ・ 沖縄県の泡盛製造場3蔵、九州地方の焼酎製造場6蔵を訪問し、製造工程等を視察。
- ・ 泡盛テイステイングイベントと焼酎カクテルセミナーを開催（JETRO主催）。
- ・ 蔵元との交流会において、焼酎・泡盛のプロモーション方法などについて意見交換。



（泡盛製造場視察の様子）



（焼酎カクテルセミナーの様子）

※ WSET(Wine & Spirit Education Trust)：英国・ロンドンに本部を置く世界最大のワイン・スピリッツ等に関する教育機関

52 GI 日本酒シンポジウム

令和2年1月12日（日）に大阪国税局、仙台国税局、金沢国税局が合同で「GI日本酒シンポジウム」を開催し、消費者や料飲業者など約300名が参加。

プログラム

- 基調講演「日本酒の地域性とGI」 竹久 健氏（株式会社津々浦々代表取締役社長）
- パネルディスカッション「GIの『いま』『未来』～GIその先へ～」
 - ・ パネリスト：三田村 邦彦氏（俳優）、春田 早重氏（2019ミス日本酒）、吉川 亜樹氏（タレント・日本酒学講師）
 - ・ 嘉納 健二氏（灘五郷酒造組合理事長）、仲野 益美氏（山形県酒造組合理事長）、吉田 隆一氏（白山酒造組合理事長）
 - ・ コーディネーター 竹久 健氏

基調講演

- ・ GIの意義、日本酒の地域性、GIの今後等について、基調講演を実施。
- ・ 海外の制度や日本酒とワインの対比を交え説明することで、GI制度への理解の促進を図った。



（基調講演の様子）

パネルディスカッション

- ・ GIのイメージ、取得のねらい、今後の展開等について、パネルディスカッションを実施。
- ・ パネリストが消費者や専門家の立場からディスカッションを行うことにより、GI制度についての問題意識の醸成を図った。



（パネルディスカッションの様子）

日本酒の輸出用裏ラベルは、海外消費者にとって、選択の基準となる記載項目が少なく、かつ、馴染みのない表現が用いられているため、消費者自身で好みの味を選びにくいという課題。

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）が、海外の有識者・消費者を対象とした大規模調査に基づき開発
国税庁が、国内事業者へ意見聴取

海外消費者が日本酒を理解し、選択しやすくなる輸出用の「標準的裏ラベル」及び「表記ガイド」が完成

(英語版)	(日本語訳)	消費者調査を基に、以下の項目を輸出用の「標準的裏ラベル」の項目とした。 重要度の上位6項目
<p>XXX(product name)</p> <p>Flavor Light・Med-Dry</p> <p>Aroma Green apple, clear fruity notes</p> <p>Food Matches Camembert, Roast Chicken, Pasta</p> <p>Recommended serving temperature: 5-10°C Storage temperature: 5°C</p> <p>Region: XXXXX Prefecture</p> <p>About the Producer XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX was established in 1743. Driven by their motto "XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX", their brewing is constantly challenging and innovating.</p> <p>About This sake A sake to enjoy at the dinner table, made with rice cultivated specially for brewing sake and aromatic spring water from the nearby Mt. XXXXX, transformed through the cutting-edge skills and traditional brewing craft of the XXXXX Toji (local guild of master brewers).</p> <p>Product of Japan</p> <p>法的記載事項</p>	<p>××× (製品名)</p> <p>味・味わい 淡麗・やや辛</p> <p>風味・香り 青りんご、クリアでフルーティな香り</p> <p>ペアフード カマンベール、鶏もも肉のロースト、パスタ</p> <p>推奨飲用温度 / 5~10℃ 保存温度 / 5℃</p> <p>産地/XXXX県</p> <p>酒蔵についての物語 創業1743年の×××酒蔵「×××」をスローガンに常に新しい可能性を追い求めている</p> <p>製品についての物語 (こだわり) 普段の食卓で楽しめるお酒です。日本酒専用の米、××山の地下水を素に××社氏による伝統的な技と先進的な技術により作られています</p> <p>日本産</p> <p>法的記載事項</p>	<p>①風味・香り</p> <p>②味覚</p> <p>③推奨飲用温度</p> <p>④保存温度</p> <p>⑤ペアフード</p> <p>⑥産地</p> <p>興味・関心度の高い2項目</p> <p>⑦醸造元の物語</p> <p>⑧製品の物語</p> <p>※ なお、調査の結果、上記項目に追加して記載することが有効な6項目（「日本酒とは何か」、「特定名称」、「米品種」、「外観」、「飲用シーン」、「受賞歴」）についても整理しました。</p>

※ この裏ラベルのデザインと表記項目を基に、各事業者が輸入業者と意見交換を行うなど、輸入先の販売対象者及び現地法令に適したものとすることが必要。各事業者は自社や製品の特徴などに応じて、記載の項目や内容などをカスタマイズして利用することも可能。この裏ラベルに記載しきれない場合、QRコードの活用も有効。

輸出用の「標準的裏ラベル」と「表記ガイド」（本体）掲載URL：https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfoodo/news/uralabel/doc.pdf

54 日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会

○日本酒の輸出拡大やブランディングの推進に向けて、2019年9月、本検討会を立ち上げ(年内に5回開催)
○同12月25日、議論の概要と政府の施策を「中間とりまとめ」として公表

(敬称略、五十音順)

氏名	現職
◎ 小泉 武夫	東京農業大学 名誉教授
○ 嘉納 健二	白鶴酒造株式会社 代表取締役社長
デービッド・アトキンソン	株式会社小西美術工藝社 代表取締役
生駒 龍史	株式会社Clear 代表取締役CEO
佐藤 淳	株式会社日本経済研究所 地域本部 席研究主幹 (常務執行役員)
田崎 真也	一般社団法人日本ソムリエ協会 会長
中川 哲悟	JFCジャパン株式会社 専務取締役 営業本部長
仲野 益美	出羽桜酒造株式会社 代表取締役社長
水野 直人	黒龍酒造株式会社 代表取締役社長
村田 哲太郎	株式会社bacchus 代表取締役社長

※ ◎は座長、○は座長代理

(オブザーバー)

内閣府 知的財産戦略推進事務局
農林水産省 食料産業局
経済産業省 貿易経済協力局
文化庁 政策課
観光庁 観光資源課
独立行政法人 酒類総合研究所
独立行政法人 日本貿易振興機構 (ジェトロ)
日本食品海外プロモーションセンター (JFOODO)
独立行政法人 国際観光振興機構 (JNTO)
株式会社 海外需要開拓支援機構 (クールジャパン機構)

【有識者ヒアリング】(敬称略・ヒアリング順)

中田 英寿 (㈱JAPAN CRAFT SAKE COMPANY 代表取締役)
平出 淑恵 (㈱コーポ・サチ 代表取締役)
レイチェル・チャン (バイリンガルアナウンサー)
長沢 伸也 (早稲田大学大学院 経営管理研究科 教授)
吉武 理恵 (日本酒プロモーター)
山本 典正 (平和酒造㈱ 代表取締役社長)
澤田 且成 (アイティンジャパン㈱代表取締役CEOブランディングディレクター)

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(2019年12月25日)のポイント

- 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、ブランド力を高める
- 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、価値の提案が重要
- 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 | (3) 適切な品質管理の確保 |
| (2) 販路開拓の推進 | (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、小口配送等)
- 「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)の指定も進める
- 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

55 酒蔵ツーリズムにおける酒税免税制度

制度概要

- 酒類製造者が輸出酒類販売場の許可を受けた酒類の製造場において、自ら製造した酒類を訪日外国人旅行者等に対し、一定の手続の下で販売した場合には、消費税に加えて酒税を免除する。
- 令和元年10月1日における許可件数は151件。
- ※ 免税販売手続については、令和2年4月1日から電子化されることに伴い、免税で販売したことを証する書類の作成等の手続が廃止される。ただし、令和3年9月30日までは、経過措置として、従来の書面による免税販売手続も可能。



56 琉球泡盛のプロモーションについて

沖縄国税事務所では、「琉球泡盛海外輸出プロジェクト」を踏まえ、海外における琉球泡盛の認知度向上や輸出促進のため、関係省庁等と連携し、国内外での琉球泡盛PRイベントなどを実施している。



琉球泡盛PR動画

- ・ 琉球泡盛の魅力を分かりやすく伝えるためのツールとして、琉球泡盛と沖縄の伝統文化（空手、琉球料理、エイサー、三線等）をコラボレーションさせたPR動画を作成した。
- ・ 動画はYouTubeの「国税庁動画チャンネル」内に掲載し、日本語のほか、英語、中国語に対応している。

【国税庁動画チャンネル】

<https://youtube.com/user/ntachannel>



(PR動画)

クルーズ船プロモーション

- ・ 令和元年6月15日、17日の2日間にわたり、インバウンドの琉球泡盛認知度向上を目的として、沖縄に寄港する香港のクルーズ船「ワールドドリーム」内において、乗船ゲストを対象とした琉球泡盛のPRイベントを実施した。
- ・ 琉球泡盛の試飲会や古酒の魅力講座と題してワークショップを開催したほか、琉球泡盛の歴史や文化、製造工程等のPVを上映し、琉球泡盛の魅力を様々な角度からPRした。



(ワークショップの様子)

羽田空港泡盛フェスタ2019

- ・ 令和元年8月23日から同9月5日にかけて、外国人旅行客を主な対象とした琉球泡盛の認知度を高めるためのPRイベントとして「羽田空港泡盛フェスタ2019」を実施した。
- ・ イベントでは、羽田空港国際線ターミナルの各フロアにおいて、試飲会や舞台のほか、トークショーや伝統工芸品の展示を行う等、琉球泡盛だけでなく沖縄の伝統文化についても様々な催しを行い、沖縄の魅力をPRした。



(試飲会の様子)

57 国税庁による技術支援①

製造技術基盤の強化

酒類製造者からの技術相談



臨場による相談

製造者のところに臨場し、現場における技術的課題を把握し、解決策を提案



面談等による相談

製造者が有する技術的課題について、面談等による相談に応じ、解決策を提案



成分分析

成分分析により、酒類の特徴や問題点を把握し、結果を製造者に提供



品質評価(きき酒)

品質評価により、製造及び品質管理上の技術的課題を把握し、結果を製造者に提供

酒類鑑評会



品質審査

地域特性にも配慮した品質審査会を実施し、技術的課題を明確化



出品酒の展示

製造者が出品酒をきき酒し、トレンドや技術的課題に気づきを得る場を提供

研究会



技術講演会

技術講演会を開催し、製造者の技術力の強化を図る



品質評価会・成分分析

製品の品質評価及び成分分析を通じ、製造者の技術力の強化を図る

国税庁による技術支援②

先端技術の普及

技術講習会・講話会



小規模ビール等製造者のための製造・品質管理のポイント
最高の製品を造り届けるために
東京国税局課税第二部鑑定官室

講師派遣

酒造組合主催の講習会等で技術情報や先端技術を周知

技術資料の配布

品質向上に資する技術資料を作成し、製造者に配布

技術者の育成

醸造研修



講師派遣

酒類総研等主催の酒類醸造講習等に講師を派遣し、醸造技術者を養成

技術情報の発信

全国市販酒類調査



技術的な基礎データを公表

流通する市販酒類を買上げ、品質評価や成分分析を実施し、結果を国税庁HPIに公表

酒類の品質及び安全性の向上

地理的表示品質審査会



審査員派遣

地理的表示審査会に審査員を派遣し、ブランド化を支援

国際規制への対応



技術指導

メタノールなどの国際規制に対応するための技術指導を実施

法令への対応

酒類製造業におけるHACCPの考え方を取り入れた衛生管理のための手引書(案)
(小規模事業者向け)
日本酒造組合中央会 日本蒸留酒酒造組合
日本洋酒酒造組合 日本ワイナリー協会
全国地ビール醸造者協議会 全国味噌協会
全国本みりん協議会 ビール酒造組合

HACCP手引書作成支援

酒類業団体による衛生管理の手引書の作成等を支援

関係機関との連携

全国指導機関合同会議



指導機関間の技術情報の共有

全国の指導機関・酒類総研と技術的課題を共有し、解決を図る

58 酒類総合研究所による技術支援（その1）

酒類醸造講習による技術者の育成

- 酒造技術や経営に係る知識の習得、研究成果の紹介を実施
- 清酒、本格焼酎・泡盛、ビール、ワインの各コースを各業界団体と共催
- 業界からの要望を受け、ビール、ワインについては短期コースも追加



製麹実習の様相

輸出酒類に関する分析等

- 国税局と協力して輸出酒類の放射性物質の分析を実施
- 台湾への輸出酒類の分析・証明書を発行
- 日EU・EPAの発効を受け、EU向け日本ワインの証明、自己証明業者の承認業務を開始

海外のコンクール・教育機関等への協力

- 海外のコンクールへの審査員派遣
 - ・全米日本酒飲評会
 - ・International Wine & Spirits Competition
 - ・International Wine Challenge
 - ・Sake Selection



専門家養成プログラムの模様

酒類に関する知識・魅力の発信

- 酒類の商品知識や品質管理に関する研修に講師を派遣
- 広報誌や情報誌等各種広報資料を発行
英語版も順次作成



- 教育機関等への協力
 - ・日本酒に関する国外の専門家を養成するためのプログラムに協力
 - ・Sake and Shochu Academy(日本酒造組合中央会実施)の講義・実習に協力

酒類総合研究所による技術支援（その2）

主な研究・開発

清酒用原料米

原料米予報を行い、酒造りを支援

- 原料米は年によって溶けやすさが異なり、酒造りにおいて重要な事項
- 各地の気象データから、毎年の米の溶けやすさを予測する技術を開発し、製造者に情報提供

醸造用酵母

酵母の「家系図」から地域ブランド確立

- 県・製造者が開発・維持してきた酵母の遺伝的近縁性(オリジナリティ)を解明

清酒酵母の機能解明

- 清酒酵母はなぜ高いアルコール分を生み出せるのか遺伝子レベルで解明(酵母の品質管理や新規有用酵母の育種に活用)

麹菌

麹菌が安全であることを担保

- 黄麹菌(主に清酒で使用)、白・黒麹菌(焼酎・泡盛で使用)は近縁のカビが生産する毒を生産しないことを解明

黄麹菌の「家系図」から特性を解明

- 黄麹菌の違いが、酒造りの際の醸造特性に現れることを解明
- 黄麹菌の違いを判別する方法を開発し、優良な麹菌株を早く見つけることが可能に

酒類の分析法

製造者にとって安全な分析法の開発

- 清酒のアミノ酸度分析で、ホルマリンを使用しない、安全な分析法を開発

酒類総合研究所による技術支援（その3）

主な研究・開発

香気成分

国内外への広報や品質向上への寄与

- 清酒のフレーバーホイールを作成し、香味表現を確立。国内外の酒販店等で商品の説明を容易に



- カビ臭の原因・発生防止策を解明し、清酒の品質向上に寄与

酒類と食事の相性(マリアージュ)

酒類とチーズ・魚介類との相性

- 清酒はチーズの旨味を引き立てる一方で、ワインは後味をリフレッシュするといった、異なる相性であることを解明
- 亜硫酸を含むワインは魚介類の生臭みを生じやすいが、清酒では生じにくいことを解明

清酒の貯蔵劣化

長期輸送・保管しても品質劣化しにくい清酒

- 清酒が劣化した時に生じるたくあんのような香り(老香)の原因物質を特定
- 老香が生じにくい新酵母を開発し、普及

酒類の安全性・機能性

化学的・生物的安全性の担保

- 清酒製造工程中に放射性物質は大幅に減少し、原料米から製品への移行は少ないことを検証し、清酒の安全性を担保
- 清酒の製造工程において食中毒の原因菌が増殖しないことを実証

健康効果等の解明

- 酒粕は、高い健康機能性(抗うつ、抗肝障害効果)の成分を多く含むことを解明
- 清酒のフルーティーな香り(吟醸香)には、リラックス(抗不安)効果があることを解明

令和元年7月
国税庁

国税庁では、東日本大震災の発生以降、平成23年度より放射性物質に対する酒類の安全性確保のための施策を実施しており、令和元年度も独立行政法人酒類総合研究所と連携しながら、以下の施策を実施します。

これらの施策は、所掌事務の一つとして酒類の安全性の確保に関する事務を行っている国税庁として、酒類の安全性の確保に万全を期す必要があることから実施するものです。

- 1 調査対象地域^(注)に所在する酒類製造場について、その場内にある出荷前の酒類及び醸造用水の放射性物質に関する調査を実施し、酒類の安全性を確認します（酒類等安全確認調査）。

(注) 調査対象地域は、「検査計画、出荷制限等の品目・区域の設定・解除の考え方」（平成31年3月22日付原子力災害対策本部）別表において、「米」又は「果実類」が検査対象品目として定められている福島県とします。

- 2 例年実施している全国市販酒類調査において、放射性物質に関する分析を実施します。

- 3 安全な酒類製造を進める上での技術的疑問点などについては、所管の国税局鑑定官室（沖縄県においては、沖縄国税事務所間税課鑑定官）において技術相談に応じます。

（参考情報）

独立行政法人酒類総合研究所では、酒類及び酒類製造に関する物品（原料、副製品、醸造用水等）について、放射性物質の受託分析を実施しています。

令和元年度酒類等安全確認調査の実施について

国税庁では、放射性物質に対する酒類の安全性確保のため、令和元年度においても、酒類製造場内にある出荷前の酒類及び醸造用水の放射性物質に関する調査を実施し、酒類の安全性を確認します。

1 確認方法

試料の放射能分析を行い、食品衛生法に定める基準値以下であることを確認します。

(参考) 食品衛生法に定める一般食品の基準値：放射性セシウムについて 100 Bq/kg

なお、厚生労働省によれば、酒類については食品衛生法の「基準値」のうち、一般食品の基準値が適用されます。

2 試料

国税局において対象製造場を選定し、酒類製造者の同意を得て、提供いただいたものを用います。

3 対象酒類

酒類の品目により製造される時期が異なることを考慮して、以下のとおり着手時期を分けて対象酒類を設定します。

着手時期	対象酒類
第1期(10月)	果実酒又は清酒以外の酒類
第2期(11月)	果実酒
第3期(12月)	清酒

このほか、必要に応じ対象を追加する場合があります。また、具体的な実施時期は、国税局により変更される場合があります。

4 対象製造場の選定方法等

以下の基準により、対象酒類の製造免許を有する製造場の中から選定します。

地域	選定する製造場の割合	1場当たり分析点数
福島県	全製造場	酒類1点＋ 醸造用水1点(使用する場合のみ)

(注) 上記地域は、「検査計画、出荷制限等の品目・区域の設定・解除の考え方」(平成31年3月22日付原子力災害対策本部)別表において、「米」又は「果実類」が検査対象品目として定められている検査対象自治体に当たります。

5 結果の取扱い

個々の分析結果は、「酒類等の分析報告書」として試料を提供いただいた酒類製造者に連絡するほか、全ての結果は取りまとめた上、国税庁ホームページで公表します。

また、食品衛生法における国内流通食品の指導・監視機関である地方公共団体にも、提供します。

60 国税庁の使命

使命：納税者の自発的な納税義務の履行を適正かつ円滑に実現する。

任 務

■ 上記使命を達成するため国税庁は、財務省設置法第 19 条に定められた任務を、透明性と効率性に配慮しつつ、遂行する。

1 内国税の適正かつ公平な賦課及び徴収の実現

(1) 納税環境の整備

- ① 申告・納税に関する法令解釈や事務手続などについて、分かりやすく的確に周知・広報を行う。
- ② 納税者からの問い合わせや相談に対して、迅速かつ的確に対応する。
- ③ 租税の役割や税務行政について幅広い理解や協力を得るため、関係省庁等及び国民各層からの幅広い協力や参加の確保に努める。

(2) 適正・公平な税務行政の推進

- ① 適正・公平な課税を実現するため、
 - イ 関係法令を適正に適用する。
 - ロ 適正申告の実現に努めるとともに、申告が適正でない認められる納税者に対しては的確な調査・指導を実施することにより誤りを確実に是正する。
 - ハ 期限内収納の実現に努めるとともに、期限内に納付を行わない納税者に対して滞納処分を執行するなどにより確実に徴収する。
- ② 納税者の正当な権利利益の救済を図るため、不服申立て等に適正・迅速に対応する。

2 酒類業の健全な発達

- ① 酒類業の経営基盤の安定を図るとともに、醸造技術の研究・開発や酒類の品質・安全性の確保を図る。
- ② 酒類に係る資源の有効な利用の確保を図る。

3 税理士業務の適正な運営の確保

税理士がその使命を踏まえ、申告納税制度の適正かつ円滑な運営に重要な役割を果たすよう、その業務の適正な運営の確保に努める。

行 動 規 範

■ 上記任務は以下の行動規範に則って遂行する。

1 任務遂行に当たっての行動規範

- ① 納税者が申告・納税に関する法令解釈や事務手続などについて知ることができるよう、税務行政の透明性の確保に努める。
- ② 納税者が申告・納税する際の利便性の向上に努める。
- ③ 税務行政の効率性を向上するため事務運営の改善に努める。
- ④ 調査・滞納処分事務を的確に実施するため、資料・情報の積極的な収集・活用に努める。
- ⑤ 悪質な脱税・滞納を行っている納税者には厳正に対応する。

2 職員の行動規範

- ① 納税者に対して誠実に対応する。
- ② 職務上知り得た秘密を守るとともに、綱紀を厳正に保持する。
- ③ 職務の遂行に必要なとされる専門知識の習得に努める。

今 後 の 取 組

■ 高度情報化・国際化等の経済社会の変化に的確かつ柔軟に対応し、また、納税者のニーズに応えるため、税務行政組織及び税務行政運営につき、不断に見直し・改善を行っていく。

○ 国税局及び酒類指導官設置署等一覧表(令和元年7月10日現在)

【国税局・国税事務所及び酒類業調整官派遣先税務署】

局・所名	郵便番号	所在地	電話番号	酒類業調整官 派遣先税務署
札幌国税局	060-0042	札幌市中央区大通西10丁目 札幌第2合同庁舎	011-231-5011	札幌北、旭川中
仙台国税局	980-8430	仙台市青葉区本町3丁目3番1号 仙台合同庁舎A棟	022-263-1111	青森、盛岡、秋田南、 山形、福島
関東信越国税局	330-9719	さいたま市中央区新都心1番地1 さいたま新都心合同庁舎1号館	048-600-3111	水戸、宇都宮、前橋、 熊谷、浦和、新潟、 長野
東京国税局	104-8449	中央区築地5丁目3番1号	03-3542-2111	千葉東、神田、豊島、 横浜中、甲府
金沢国税局	920-8586	金沢市広坂2丁目2番60号 金沢広坂合同庁舎	076-231-2131	富山、金沢、福井
名古屋国税局	460-8520	名古屋市中区三の丸3丁目3番2号 名古屋国税総合庁舎	052-951-3511	岐阜北、静岡、 名古屋中、津
大阪国税局	540-8541	大阪市中央区大手前1丁目5番63号 大阪合同庁舎第3号館	06-6941-5331	大津、伏見、南、 西宮、奈良、和歌山
広島国税局	730-8521	広島市中区上八丁堀6番30号 広島合同庁舎1号館	082-221-9211	鳥取、松江、岡山東、 広島東、山口
高松国税局	760-0018	高松市天神前2番10号 高松国税総合庁舎	087-831-3111	徳島、高松、松山、 高知
福岡国税局	812-8547	福岡市博多区博多駅東2丁目11番1号 福岡合同庁舎	092-411-0031	博多、佐賀、長崎
熊本国税局	860-8603	熊本市西区春日2丁目10番1号 熊本地方合同庁舎B棟	096-354-6171	大分、宮崎、鹿児島
沖縄国税事務所	900-8554	那覇市旭町9番地 沖縄国税総合庁舎	098-867-3601	—

【酒類指導官設置税務署】

【札幌国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
札幌北	札幌中、札幌南、札幌西、札幌東、小樽、室蘭、岩見沢、苫小牧、倶知安、余市、浦河	001-0031	札幌市北区北31条西7丁目3番1号	011-707-5111
函館	八雲、江差	040-0014	函館市中島町37番1号	0138-31-3171
旭川中	旭川東、北見、網走、留萌、稚内、紋別、名寄、滝川、深川、富良野	078-8504	旭川市宮前1条3丁目3番15号 旭川合同庁舎	0166-90-1451
釧路	帯広、根室、十勝池田	085-8515	釧路市幸町10丁目3番地 釧路地方合同庁舎	0154-31-5100

【仙台国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
青森	弘前、八戸、黒石、五所川原、十和田、むつ	030-0861	青森市長島1丁目3番5号 青森第二合同庁舎	017-776-4241
盛岡	宮古、花巻、久慈、二戸	020-8677	盛岡市本町通3丁目8番37号	019-622-6141
一関	大船渡、水沢、釜石	021-0877	一関市城内3番2号 一関合同庁舎	0191-23-4205
仙台北	仙台中、仙台南、石巻、塩釜、大河原	980-8402	仙台市青葉区上杉1丁目1番1号	022-222-8121
古川	気仙沼、築館、佐沼	989-6185	大崎市古川旭6丁目2番15号	0229-22-1711
秋田南	秋田北、能代、横手、大館、本荘、湯沢、大曲	010-8622	秋田市中通5丁目5番2号	018-832-4121
山形	米沢、新庄、寒河江、村山、長井	990-8606	山形市大手町1番23号	023-622-1611
鶴岡	酒田	997-0033	鶴岡市泉町5番70号	0235-22-1401
福島	相馬、二本松	960-8620	福島市森合町16番6号	024-534-3121
会津若松	喜多方、田島	965-8686	会津若松市城前1番82号	0242-27-4311
郡山	いわき、白河、須賀川	963-8655	郡山市堂前町20番11号	024-932-2041

【関東信越国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
水戸	日立、土浦、古河、下館、竜ヶ崎、太田、潮来	310-8666	水戸市北見町1番17号	029-231-4211
宇都宮	足利、栃木、佐野、鹿沼、真岡、大田原、氏家	320-8655	宇都宮市昭和2丁目1番7号	028-621-2151
前橋	高崎、桐生、伊勢崎、沼田、館林、藤岡、富岡、中之条	371-8686	前橋市大手町2丁目3番1号 前橋地方合同庁舎	027-224-4371
熊谷	川越、行田、秩父、所沢、本庄、東松山	360-8620	熊谷市仲町41番地	048-521-2905
浦和	川口、西川口、大宮、春日部、上尾、越谷、朝霞	330-9590	さいたま市中央区新都心1番地1 さいたま新都心合同庁舎1号館	048-600-5400
新潟	新津、巻、新発田、村上、佐渡	951-8685	新潟市中央区西大畑町5191番地	025-229-2151
長岡	三条、柏崎、小千谷、十日町、糸魚川、高田	940-8654	長岡市千歳1丁目3番88号 長岡地方合同庁舎	0258-35-2070
長野	上田、信濃中野、佐久	380-8612	長野市西後町608番地の2	026-234-0111
松本	飯田、諏訪、伊那、大町、木曾	390-8710	松本市城西2丁目1番20号	0263-32-2790

【東京国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
千葉東	千葉南、千葉西、館山、木更津、茂原	260-8577	千葉市中央区祐光1丁目1番1号	043-225-6811
松戸	市川、船橋、柏	271-8533	松戸市小根本53番地の3	047-363-1171
成田	銚子、佐原、東金	286-8501	成田市加良部1丁目15番地	0476-28-5151
神田	麹町、日本橋、京橋、四谷、新宿、小石川、本郷、中野、杉並、荻窪	101-8464	千代田区神田錦町3-3	03-4574-5596
品川	芝、麻布、荏原、目黒、大森、雪谷、蒲田、世田谷、北沢、玉川、渋谷	108-8622	港区高輪3丁目13番22号	03-3443-4171
浅草	東京上野、本所、向島、江東西、江東東、足立、西新井、葛飾、江戸川北、江戸川南	111-8602	台東区蔵前2丁目8番12号	03-3862-7111
豊島	王子、荒川、板橋、練馬東、練馬西	171-8521	豊島区西池袋3丁目33番22号	03-3984-2171
立川	八王子、武蔵野、青梅、武蔵府中、町田、日野、東村山	190-8565	立川市緑町4番地の2 立川地方合同庁舎	042-523-1181
横浜中	保土ヶ谷、横浜南、戸塚、横須賀、鎌倉	231-8550	横浜市中区山下町37番地9号 横浜地方合同庁舎	045-651-1321
川崎北	鶴見、神奈川、緑、川崎南、川崎西	213-8503	川崎市高津区久本2丁目4番3号	044-852-3221
厚木	平塚、藤沢、小田原、相模原、大和	243-8577	厚木市水引1丁目10番7号	046-221-3261
甲府	山梨、大月、鯉沢	400-8584	甲府市丸の内1丁目1番18号 甲府合同庁舎	055-254-6105

【金沢国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
富山	高岡、魚津、砺波	930-8530	富山市丸の内1丁目5番13号 富山丸の内合同庁舎	076-432-4191
金沢	七尾、小松、輪島、松任	920-8505	金沢市西念3丁目4番1号 金沢駅西合同庁舎	076-261-3221
福井	敦賀、武生、小浜、大野、三国	910-8566	福井市春山1丁目1番54号 福井春山合同庁舎	0776-23-2690

【名古屋国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
岐阜北	岐阜南、大垣、高山、多治見、関、中津川	500-8711	岐阜市千石町1丁目4番地	058-262-6131
静岡	清水、沼津、熱海、三島、島田、富士、藤枝、下田	420-8606	静岡市葵区追手町10番88号	054-252-8111
浜松西	浜松東、磐田、掛川	430-8585	浜松市中区中央1丁目12番4号 浜松合同庁舎	053-555-7111
名古屋中村	名古屋西、中川、一宮、半田、津島	453-8686	名古屋市中村区太閤3丁目4番1号	052-451-1441
名古屋中	千種、名古屋東、名古屋北、昭和、尾張瀬戸、小牧	460-8522	名古屋市中区三の丸3丁目3番2号 名古屋国税総合庁舎	052-962-3131
熱田	豊橋、岡崎、刈谷、豊田、西尾、新城	456-8711	名古屋市長久区花表町7番17号	052-881-1541
津	四日市、伊勢、松阪、桑名、上野、鈴鹿、尾鷲	514-8545	津市桜橋2丁目99番地	059-228-3131

【大阪国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
大津	彦根、長浜、近江八幡、草津、水口、今津	520-8510	大津市京町3丁目1番1号 大津びわ湖合同庁舎	077-524-1111
上京	左京、中京、東山、下京、右京、園部	602-8555	京都市上京区一条通西洞院東入元真如堂町358	075-441-9171
伏見	宇治	612-0084	京都市伏見区鍵屋町	075-641-5111
福知山	舞鶴、宮津、峰山、豊岡、和田山、柏原	620-0055	福知山市篠尾新町1丁目37番地	0773-22-3121
東	大阪福島、西淀川、東成、旭、城東、東淀川、北、大淀、枚方、門真	540-8557	大阪府中央区大手前1丁目5番63号 大阪合同庁舎第3号館	06-6942-1101
南	西、港、天王寺、浪速、生野、阿倍野、住吉、東住吉、西成	542-8586	大阪府中央区谷町7丁目5番23号	06-6768-4881
堺	岸和田、泉大津、泉佐野	590-8550	堺市堺区南瓦町2番29号 堺地方合同庁舎	072-238-5551
茨木	豊能、吹田	567-8565	茨木市上中条1丁目9番21号	072-623-1131
東大阪	八尾、富田林	577-8666	東大阪市永和2丁目3番8号	06-6724-0001
神戸	兵庫、長田、須磨、洲本	650-8511	神戸市中央区中山手通2丁目2番20号	078-391-7161
姫路	相生、龍野	670-8543	姫路市北条1丁目250番地	079-282-1135
明石	加古川、西脇、三木、社	673-8555	明石市田町1丁目12番1号	078-921-2261
西宮	灘、尼崎、芦屋、伊丹	662-8585	西宮市江上町3番35号	0798-34-3930
奈良	葛城、桜井、吉野	630-8567	奈良市登大路町81 奈良合同庁舎	0742-26-1201
和歌山	海南、御坊、田辺、新宮、粉河、湯浅	640-8520	和歌山市二番丁3 和歌山地方合同庁舎	073-424-2131

【広島国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
鳥取	米子、倉吉	680-8541	鳥取市富安2丁目89番地4 鳥取第一地方合同庁舎	0857-22-2141
松江	浜田、出雲、益田、石見大田、大東、西郷	690-8505	松江市向島町134番10 松江地方合同庁舎	0852-21-7711
岡山東	岡山西、西大寺、瀬戸、児島、倉敷、玉島、津山、玉野、笠岡、高梁、新見、久世	700-8655	岡山市北区天神町3番23号	086-225-3141
広島東	広島南、広島西、広島北、呉、三次、庄原、廿日市、海田、吉田	730-0012	広島市中区上八丁堀3番19号	082-227-1155
西条	竹原、三原、尾道、福山、府中	739-8615	東広島市西条昭和町16番8号	082-422-2191
山口	下関、宇部、萩、徳山、防府、岩国、光、長門、柳井、厚狭	753-8509	山口市河原町6番16号 山口地方合同庁舎2号館	083-922-1340

【高松国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
徳島	鳴門、阿南、川島、脇町、池田	770-0847	徳島市幸町3丁目54番地	088-622-4131
高松	丸亀、坂出、観音寺、長尾、土庄	760-0018	高松市天神前2番10号 高松国税総合庁舎	087-861-4121
松山	今治、宇和島、八幡浜、新居浜、伊予西条、大洲、伊予三島	790-0808	松山市若草町4番地3 松山若草合同庁舎	089-941-9121
高知	安芸、南国、須崎、中村、伊野	780-0061	高知市栄田町2丁目2番10号 高知よさこい咲都合同庁舎	088-822-1123

【福岡国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
小倉	門司、若松、八幡、行橋	803-8602	北九州市小倉北区大手町13番17号	093-583-1331
博多	香椎、福岡、西福岡、直方、飯塚、田川、筑紫、糟岐、巖原	812-8706	福岡市東区馬出1丁目8番1号	092-641-8131
久留米	大牟田、甘木、八女、大川	830-8688	久留米市諏訪野町2401の10	0942-32-4461
佐賀	唐津、鳥栖、伊万里、武雄	840-8611	佐賀市駅前中央3丁目3番20号 佐賀第二合同庁舎	0952-32-7511
長崎	佐世保、島原、諫早、福江、平戸	850-8678	長崎市松が枝町6番26号	095-822-4231

【熊本国税局管内】

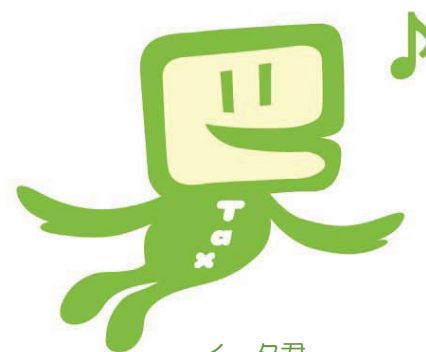
設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
熊本西	熊本東、八代、人吉、玉名、天草、山鹿、菊池、宇土、阿蘇	860-8624	熊本市西区春日2丁目10番1号 熊本地方合同庁舎B棟	096-355-1181
大分	別府、中津、日田、佐伯、臼杵、竹田、宇佐、三重	870-8616	大分市中島西1丁目1番32号	097-532-4171
宮崎	都城、延岡、日南、小林、高鍋	880-8666	宮崎市広島1丁目10番1号	0985-29-2151
鹿児島	川内、鹿屋、出水、指宿、種子島、知覧、伊集院、加治木、大隅	890-8691	鹿児島市荒田1丁目24番4号	099-255-8111
大島	—	894-8677	奄美市名瀬長浜町1番1号 名瀬地方合同庁舎	0997-52-4321

【沖縄国税事務所管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
那覇	宮古島、石垣、北那覇、名護、沖縄	900-8543	那覇市旭町9番地 沖縄国税総合庁舎	098-867-3101

e-Tax で利用できる酒税関係の手続について

- 酒類製造業者の方が利用できる主な手続
 - ・ 酒税の納税申告及び納付
 - ・ 酒類の製成及び移出の数量等申告
 - ・ 酒類の移出数量明細書の提出
 - ・ 酒類等の亡失・腐敗の届出 など
- 酒類販売業者の方が利用できる主な手続
 - ・ 酒類の販売数量等報告
 - ・ 二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準の実施状況等報告
 - ・ 酒類販売管理者の選任（解任）の届出
 - ・ 酒類蔵置所設置・廃止報告 など



イータ君

詳しくは e-Tax ホームページをご覧ください。

<https://www.e-tax.nta.go.jp>

イータックス

検索

事前準備、送信方法、エラー解消など作成コーナーの使い方に関するお問い合わせ

e-Tax・作成コーナーヘルプデスク
e-コクセイ
☐ 0570-01-5901

受付時間：平日 9時～17時
(年末年始を除きます。)

マイナンバーカードをご利用になる場合のICカードリーダーの設定などに関するお問い合わせ

マイナンバー総合フリーダイヤル
マイナンバー
☐ 0120-95-0178

受付時間：平日 9時30分～20時
土日祝 9時30分～17時30分
(年末年始を除きます。)

(音声ガイダンスに従って1番を選択してください。)

※ e-Tax・作成コーナーヘルプデスク及びマイナンバー総合フリーダイヤルの受付時間は変更される場合がありますので、e-Tax ホームページ又は内閣府のマイナンバーホームページでご確認ください。

社会保障・税番号（マイナンバー）制度の導入について

社会保障・税・災害対策分野において、行政手続の効率性・透明性を高め、国民にとって利便性の高い公平・公正な社会を実現することを目的として、マイナンバー制度が導入されました。

税務署へご提出いただく申告書や申請書等については、原則として、個人番号又は法人番号の記載が必要です。個人番号を記載した申告書等を書面で提出する場合、本人確認書類の提示又は写しの添付が必要ですが、e-Taxを利用して送信すれば、本人確認書類の提示等は不要です。国税に関するマイナンバー制度の詳しい情報は、国税庁（www.nta.go.jp）のトップページにある「社会保障・税番号制度〈マイナンバー〉」をクリックして、ご覧ください。

この冊子は、国税庁のホームページ
「お酒に関する情報」のコーナーでご覧いただけます。
URL <https://www.nta.go.jp/>

酒税等に関する御質問は最寄りの国税局・税務署へ。

また、この冊子をご覧になってお気づきの点、御意見等が
ございましたら、国税庁のホームページの「ご意見・ご要望」
欄からメールで、若しくは、下記の連絡先宛に郵送で、御意
見をお寄せください。

〈連絡先〉

〒100-8978 東京都千代田区霞が関3-1-1
国税庁課税部酒税課

——— この社会あなたの税がいきている ———

リサイクル適性 (A)

この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。