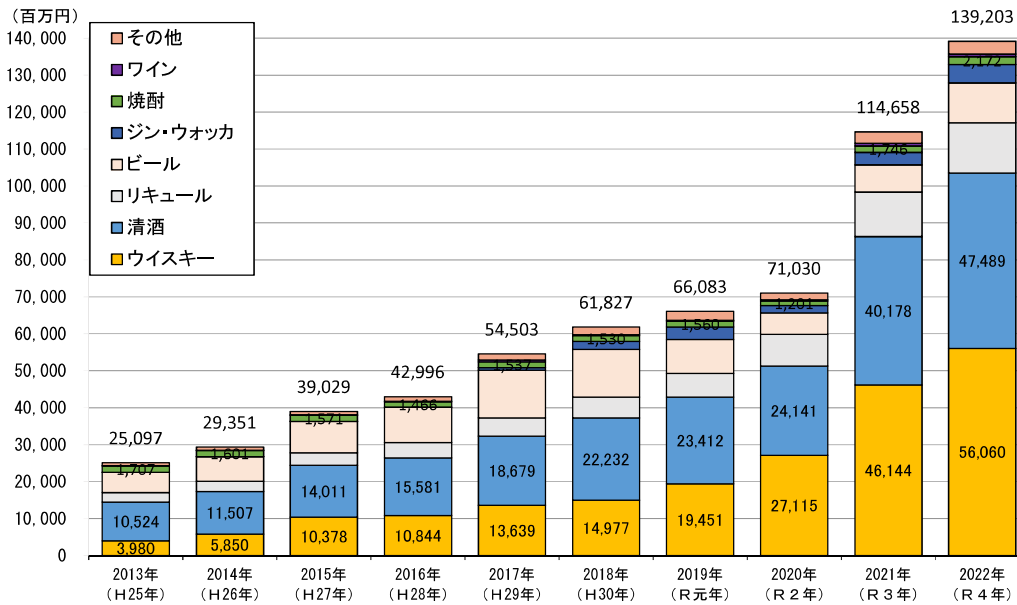


35 最近の日本産酒類の輸出動向について

- 2022年分の輸出金額は1,392億円(対前年比21.4%増)となり、初めて1,000億円を超えた2021年に引き続き好調に推移。
- 品目別にはウイスキーや清酒、国・地域別には中国やアメリカが輸出を牽引。



○品目別輸出金額 (単位:百万円)

品目	2021年	対前年増減率	2022年	対前年増減率
ウイスキー	46,144	+70.2%	56,060	+21.5%
清酒	40,178	+66.4%	47,489	+18.2%
リキュール	12,067	+39.9%	13,610	+12.8%
ビール	7,361	+27.5%	10,746	+46.0%
ジン・ウォッカ	3,392	+68.0%	4,970	+46.5%
焼酎	1,746	+45.4%	2,172	+24.4%
ワイン	687	+97.6%	686	▲0.1%
その他	3,083	+70.2%	3,470	+12.6%
合計	114,658	+61.4%	139,203	+21.4%

○輸出金額上位10か国・地域 (単位:百万円)

国・地域	2021年	対前年増減率	2022年	対前年増減率
中華人民共和国	32,025	+85.2%	39,465	+23.2%
アメリカ合衆国	23,811	+72.0%	26,780	+12.5%
台湾	9,307	+42.3%	12,029	+29.3%
香港	14,758	+48.0%	11,593	▲21.4%
シンガポール	5,067	+32.3%	8,237	+62.6%
フランス	5,748	+80.5%	6,185	+7.6%
オーストラリア	4,193	+60.2%	5,619	+34.0%
大韓民国	2,763	+44.0%	5,576	+101.8%
オランダ	3,878	+26.6%	4,203	+8.4%
カナダ	1,486	+49.8%	2,505	+68.6%
(参考)EU・英国	12,774	+60.2%	15,619	+22.3%

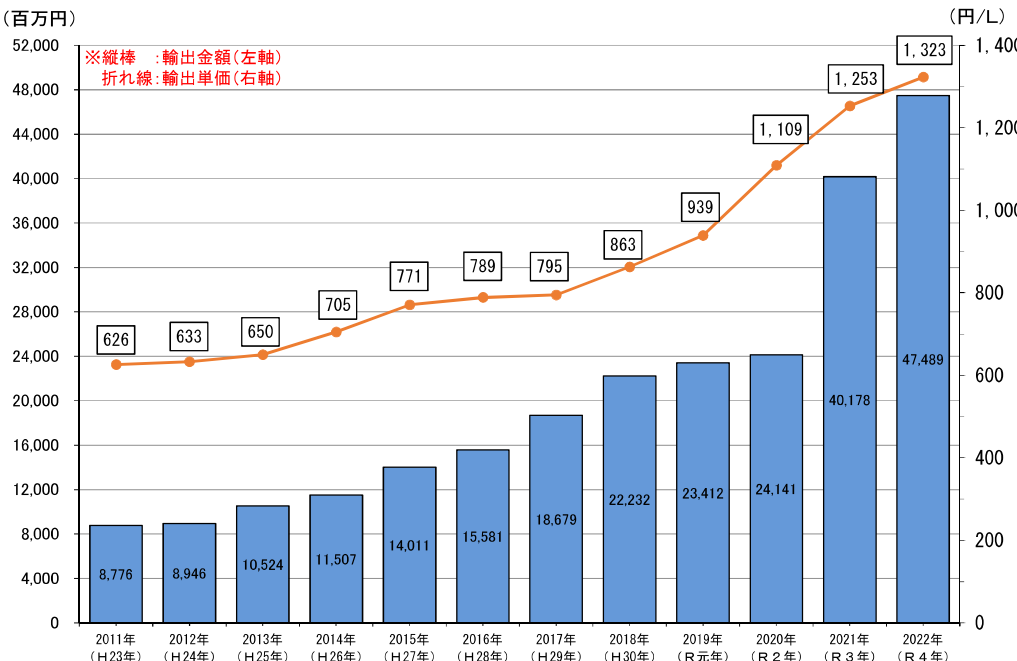
○2022年の輸出金額の推移

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
輸出金額(億円)	85.3	89.4	138.7	118.9	114.7	145.8	126.6	113.2	123.1	113.7	109.3	113.4	1,392.0
対前年同期比(%)	+11.4	+11.8	+35.3	+10.3	+24.1	+39.6	+23.9	+21.9	+33.0	+12.7	+21.1	+8.8	+21.4

出典:財務省貿易統計
※確々報値の発表を受け、2023年3月に数値を一部修正

36 最近の清酒の輸出動向について

- 2022年分の清酒の輸出金額は475億円(対前年比18.2%増)となり、好調に推移。輸出単価も引き続き好調に上昇。



○輸出金額上位10か国・地域 (単位:百万円)

国・地域	2021年	対前年増減率	2022年	対前年増減率
中華人民共和国	10,279	+77.5%	14,161	+37.8%
アメリカ合衆国	9,591	+89.2%	10,930	+14.0%
香港	9,308	+50.7%	7,116	▲23.5%
大韓民国	1,503	+53.5%	2,523	+67.9%
シンガポール	1,802	+61.8%	2,326	+29.1%
台湾	1,726	+20.7%	2,222	+28.8%
カナダ	676	+57.5%	1,163	+72.0%
オーストラリア	730	+48.8%	932	+27.6%
ベトナム	298	+6.8%	706	+136.6%
マレーシア	334	+20.1%	626	+87.5%
(参考)EU・英国	2,036	+84.2%	2,551	+25.3%

○輸出単価上位10か国・地域 (単位:円/L、百万円)

国・地域	輸出単価(2022年)	(参考)輸出金額
マカオ	3,421	318
香港	2,619	7,116
シンガポール	2,535	2,326
中華人民共和国	1,917	14,161
インドネシア	1,644	181
アラブ首長国連邦	1,626	257
英国	1,254	607
フランス	1,226	524
アメリカ合衆国	1,203	10,930
カナダ	1,156	1,163
(参考)EU・英国	798	2,551

(注)輸出金額上位20か国・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
※確々報値の発表を受け、2023年3月に数値を一部修正

○2022年の清酒の輸出金額の推移

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
輸出金額(億円)	29.5	33.8	45.3	38.9	37.7	48.6	42.3	40.1	37.5	41.6	39.5	40.0	474.9
対前年同期比(%)	+30.3	+50.5	+31.6	+19.7	+22.0	+51.9	+22.4	+23.7	+13.3	▲4.3	▲1.0	▲7.7	+18.2

37 各酒類の主な輸出先(2022年)

単位: 百万円

ウイスキー				清酒				リキュール				ビール				ジン・ウオッカ				焼酎				ワイン																	
順位	国・地域	金額	対前年 同期 増減率	順位	国・地域	金額	対前年 同期 増減率	順位	国・地域	金額	対前年 同期 増減率	順位	国・地域	金額	対前年 同期 増減率	順位	国・地域	金額	対前年 同期 増減率	順位	国・地域	金額	対前年 同期 増減率	順位	国・地域	金額	対前年 同期 増減率														
1	中華人民 共和国	19,625	+15.4%	1	中華人民 共和国	14,161	+37.8%	1	台湾	4,021	+29.8%	1	台湾	2,552	+20.2%	1	アメリカ 合衆国	1,208	+62.1%	1	中華人民 共和国	780	+18.7%	1	中華人民 共和国	231	+18.5%														
2	アメリカ 合衆国	10,989	+6.1%	2	アメリカ 合衆国	10,930	+14.0%	2	アメリカ 合衆国	2,017	+32.3%	2	中華人民 共和国	2,189	+87.9%	2	オースト ラリア	789	+68.8%	2	アメリカ 合衆国	424	▲5.6%	2	香港	207	▲11.3%														
3	フランス	5,044	+9.7%	3	香港	7,116	▲23.5%	3	中華人民 共和国	1,806	▲17.0%	3	大韓民国	1,909	+184.1%	3	オランダ	594	+35.7%	3	オースト ラリア	237	+130.0%	3	台湾	94	▲20.2%														
4	シンガ ポール	3,709	+112.5%	4	大韓民国	2,523	+67.9%	4	香港	1,382	▲39.0%	4	オーストラ リア	1,078	+19.1%	4	シンガ ポール	592	+47.8%	4	大韓民国	147	+55.9%	4	シンガ ポール	46	+65.2%														
5	オランダ	3,109	+2.2%	5	シンガ ポール	2,326	+29.1%	5	ベトナム	807	+47.2%	5	アメリカ合 衆国	854	+14.6%	5	フランス	398	+7.1%	5	台湾	134	+70.5%	5	アメリカ 合衆国	15	▲9.3%														
6	台湾	2,359	+53.6%	6	台湾	2,222	+28.8%	6	タイ	616	+69.9%	6	シンガ ポール	697	+54.9%	6	ベルギー	277	+27.7%	6	香港	71	▲13.7%	6	マカオ	12	▲0.6%														
7	香港	1,735	▲3.2%	7	カナダ	1,163	+72.0%	7	シンガ ポール	520	+16.6%	7	香港	619	+13.5%	7	ドイツ	185	▲13.2%	7	タイ	68	+70.2%	7	英国	11	▲13.5%														
8	オーストラ リア	1,489	+25.4%	8	オーストラ リア	932	+27.6%	8	オースト ラリア	510	+24.0%	8	ニュー ジーランド	201	+10.8%	8	英国	146	▲12.8%	8	シンガ ポール	58	▲8.7%	8	スウェー デン	10	+156.1%														
9	英国	1,452	+269.6%	9	ベトナム	706	+136.6%	9	大韓民国	322	+178.3%	9	ロシア	118	▲31.8%	9	インド	131	+309.8%	9	ベトナム	56	+41.8%	9	オースト ラリア	9	+20.9%														
10	マカオ	1,196	▲8.3%	10	マレーシ ア	626	+87.5%	10	マレーシ ア	277	+26.4%	10	カナダ	100	+48.5%	10	カナダ	111	+116.8%	10	マレーシ ア	54	+31.6%	10	フランス	8	▲10.7%														
—	(参考) EU・英国	10,458	+23.4%	—	(参考) EU・英国	2,551	+25.3%	—	(参考) EU・英国	457	+20.4%	—	(参考) EU・英国	117	▲14.3%	—	(参考) EU・英国	1,696	+19.8%	—	(参考) EU・英国	55	+58.0%	—	(参考) EU・英国	37	▲6.4%														
輸出合計				56,060	+21.5%	輸出合計				47,489	+18.2%	輸出合計				13,610	+12.8%	輸出合計				10,746	+46.0%	輸出合計				4,970	+46.5%	輸出合計				2,172	+24.4%	輸出合計				686	▲0.1%

出典: 財務省貿易統計

38 主な輸出先の輸出金額(2022年)

単位: 百万円

順位	国・地域	金額	対前年 同月 増減率	シェア	内訳															
					ウイスキー		清酒		リキュール		ビール		ジン・ウオッカ		焼酎		ワイン		その他	
					対前年 同月 増減率	金額	対前年 同月 増減率	金額	対前年 同月 増減率	金額	対前年 同月 増減率	金額	対前年 同月 増減率	金額	対前年 同月 増減率	金額	対前年 同月 増減率	金額	対前年 同月 増減率	
1	中華人民 共和国	39,465	+23.2%	28.4%	19,625	+15.4%	14,161	+37.8%	1,806	▲17.0%	2,189	+87.9%	46	+21.6%	780	+18.7%	231	+18.5%	628	+23.2%
2	アメリカ 合衆国	26,780	+12.5%	19.2%	10,989	+6.1%	10,930	+14.0%	2,017	+32.3%	854	+14.6%	1,208	+62.1%	424	▲5.6%	15	▲9.3%	344	▲9.2%
3	台湾	12,029	+29.3%	8.6%	2,359	+53.6%	2,222	+28.8%	4,021	+29.8%	2,552	+20.2%	64	+27.7%	134	+70.5%	94	▲20.2%	583	+0.7%
4	香港	11,593	▲21.4%	8.3%	1,735	▲3.2%	7,116	▲23.5%	1,382	▲39.0%	619	+13.5%	35	▲24.0%	71	▲13.7%	207	▲11.3%	427	▲11.6%
5	シンガポール	8,237	+62.6%	5.9%	3,709	+112.5%	2,326	+29.1%	520	+16.6%	697	+54.9%	592	+47.8%	58	▲8.7%	46	+65.2%	289	+118.9%
6	フランス	6,185	+7.6%	4.4%	5,044	+9.7%	524	+7.0%	60	▲25.2%	30	▲52.3%	398	+7.1%	21	+33.1%	8	▲10.7%	100	▲18.3%
7	オーストラ リア	5,619	+34.0%	4.0%	1,489	+25.4%	932	+27.6%	510	+24.0%	1,078	+19.1%	789	+68.8%	237	+130.0%	9	+20.9%	575	+50.9%
8	大韓民国	5,576	+101.8%	4.0%	598	+71.9%	2,523	+67.9%	322	+178.3%	1,909	+184.1%	45	+4,040.9%	147	+55.9%	4	▲58.3%	29	+44.2%
9	オランダ	4,203	+8.4%	3.0%	3,109	+2.2%	341	+24.8%	96	+27.8%	13	+270.6%	594	+35.7%	4	+128.7%	4	+149.2%	43	▲4.5%
10	カナダ	2,505	+68.6%	1.8%	856	+74.0%	1,163	+72.0%	240	+62.3%	100	+48.5%	111	+116.8%	9	+40.4%	7	+18.1%	20	▲48.4%
—	その他	17,010	+46.3%	12.2%	6,547	+62.1%	5,252	+38.2%	2,635	+52.6%	706	+13.4%	1,089	+39.0%	287	+47.3%	61	▲3.7%	432	+10.1%
—	(参考) EU・英国	15,619	+22.3%	11.2%	10,458	+23.4%	2,551	+25.3%	457	+20.4%	117	▲14.3%	1,696	+19.8%	55	+58.0%	37	▲6.4%	248	▲4.3%
輸出金額		139,203	+21.4%	100.0%	56,060	+21.5%	47,489	+18.2%	13,610	+12.8%	10,746	+46.0%	4,970	+46.5%	2,172	+24.4%	686	▲0.1%	3,470	+12.6%

出典: 財務省貿易統計

39 日本産酒類のブランド戦略検討会

- 日本酒の輸出拡大やブランディング推進のため、2019年9月、国税庁長官主催の「日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会」を立ち上げ(同年12月までに5回開催)、議論の概要と政府の施策を「中間とりまとめ」として整理・公表
- その後、政府として取り組むべき施策のフォローアップを目的に、同検討会を2020年11月と2021年2月の2回開催
- 2021年8月、議論の対象を、日本酒からウイスキーや本格焼酎・泡盛も含めた日本産酒類全体に拡大し、「日本産酒類のブランド戦略検討会」に改称。

(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芸社 代表取締役社長
生駒 龍史	株式会社Clear 代表取締役CEO
佐々木 太一	サントリー株式会社 ウイスキー事業部 課長
佐藤 淳	金沢学院大学 経済学部 教授
下田 雅彦	三和酒類株式会社 代表取締役社長
田崎 真也	一般社団法人日本ソムリエ協会 会長
仲野 益美	出羽桜酒造株式会社 代表取締役社長
長谷川 泉	JFCジャパン株式会社 常務執行役員 営業本部長
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AZE 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
外務省
農林水産省
経済産業省 貿易経済協力局
文化庁 参事官(食文化担当)
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(JETRO)
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)
日本酒造組合中央会
日本洋酒酒造組合

40 令和4年度第2次補正予算 日本産酒類海外展開支援事業費補助金(7.0億円) (海外展開・酒蔵ツーリズム補助金)

目的

- 酒類事業者による、日本産酒類のブランディング、インバウンドによる海外需要の開拓といった日本産酒類の高付加価値化や認知度向上に向けた取組を支援することにより、日本産酒類の輸出拡大を図ることを目的とする。

施策概要

日本産酒類の輸出促進のため、

- (1) 酒類事業者による海外販路拡大や、商品等の高付加価値化の取組を支援する。
- (2) 酒類事業者による酒蔵自体の観光化や、地域における酒蔵ツーリズムプラン策定の取組を支援する。
- (3) リソース不足に対応するため上記取組について、複数(3者以上)の酒類事業者が集まって推進することを支援する。

< 補助内容 >

補助対象者：酒類事業者(製造業者、卸売業者、小売業者)又は酒類事業者を1者以上含むグループ

補助対象経費：(例)謝金、通訳・翻訳費、資料購入費、展示会等出展費等 (注)通常業務に要する費用は補助対象外

補助率：補助対象経費の1/2

補助金額：1件当たり 1,000万円上限、50万円下限

ただし、複数(3者以上)の酒類事業者が集まって取組を推進する場合の上限額は、1,200万円(3者)、1,300万円(4者)、1,400万円(5者)、1,500万円(6者以上)

(注)下線部は令和4年度第2次補正予算で拡充した箇所

過去の実施状況

令和3年度予算(7.0億円) 応募総数：230件、採択件数：109件

令和4年度予算(7.0億円) 応募総数：160件、採択件数：105件

41 令和5年度予算 新市場開拓支援事業費補助金（6.0億円） （フロンティア補助金）

目的

- 酒類事業者が直面する国内需要の減少、酒類事業従事者の高齢化といった構造的課題や、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により顕在化した課題への解決に向けて、国内外の新市場を開拓するなどの意欲的な取組を支援することにより、酒類業のポストコロナに向けた経営改革・構造転換を促すことを目的とする。

施策概要

新市場（フロンティア）を開拓するなどの次の（1）～（4）の取組に対し補助を行う。

- （1）商品の差別化による新たなニーズの獲得
- （2）販売手法の多様化による新たなニーズの獲得
- （3）ICT技術を活用した、製造・流通の高度化・効率化
- （4）新型コロナウイルス感染症拡大の影響により顕在化した課題への対応

< 補助内容 >

補助対象者：酒類事業者（製造業者、卸売業者、小売業者）、又は酒類事業者を1者以上含むグループのうち、

- ①2019年比で売上が減少等している者、若しくは②その他の者（※）

補助対象経費：（例）機械装置・システム構築費、施設整備費、設計・デザイン料等（注）通常業務に要する費用は補助対象外

補助率：補助対象経費の1/2、又は2/3（従業員数が20人以下（卸・小売業は5人以下）の小規模酒類事業者）

補助金額：①1件当たり400万円上限、50万円下限 ②1件当たり500万円上限、50万円下限（※）

※給与支給の増加計画を達成できない等の場合において、補助金額の一部を返還

（注）下線部は令和5年度予算で拡充した箇所

過去の実施状況

令和2年度第3次補正予算（6.0億円） 応募総数：451件、採択件数：156件

令和3年度補正予算（8.0億円） 応募総数：313件、採択件数：222件

42 販路開拓支援事業 日本産酒類のフロンティア商談会

今後の輸出拡大が期待できるフロンティア国※における日本産酒類の更なる輸出促進を目的に、オンライン型の「フロンティア商談会」を実施。

※「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」（令和2年12月15日農林水産省・地域の活力創造本部決定）において定められている重点8か国・地域以外の国・地域で、経済連携協定の締結等により今後の輸出拡大が期待できる国

【事業実施内容】

Step1. 国内事業者向けセミナーの開催

商談会実施国の経済概況、酒類市場概況、商取引など酒類の輸出に関する実務セミナーを実施

Step2. 各国の海外バイヤーとのオンライン商談会の実施

【商談会実施概要、結果】

実施国	実施日	国内事業者 参加者数（社）	海外バイヤー 参加者数（社）	商談実施 件数（件）	成約商品件数 （見込み含む、件）
ポーランド	令和4年10月17日～21日	26	4	27	47
ベトナム	令和4年10月19日	19	6	24	14
トルコ	令和4年11月21日～25日	12	3	16	25
タイ	令和4年11月25日	13	3	14	17
オーストラリア	令和5年1月18日	20	8	22	26
イタリア	令和5年1月30日～2月3日	24	7	38	51
スイス	令和5年2月7日～13日、22日	27	4	29	47
メキシコ	令和5年2月15日～28日	19	5	22	19

販路開拓支援事業 海外大規模展示会

海外で開催される大規模展示会に出展し、国内酒類事業者と商談機会の場を提供することで、日本産酒類の更なる輸出促進を図る。

【事業実施内容】

海外大規模展示会において日本産酒類プロモーションブース（ジャパンパビリオン）を設置し、公募により参加した日本産酒類の販売事業者が同ブースに出品を行い、ブースに来場した現地酒類事業者と商談を実施。

【実施概要、結果】

実施国	展示会名、実施日	国内事業者 参加者数（社）	商談実施 件数（件）	成約件数 （見込含、件）
英国・ロンドン	Imbibe Live2022 令和4年7月4日～5日	25	1,160	249
ドイツ・ベルリン	Bar Convent Berlin 令和4年10月10日～12日	20	1,100	378
中国・上海	ProWine China（Shanghai）2022	新型コロナウイルスの影響により中止		
香港	香港インターナショナル・ワイン & スピリッツ・フェア2022 令和5年1月10日～11日	16	566	247
米国・ニューヨーク	Vinexpo America /Drinks America 2023 令和5年3月8日～9日	22	572	146

販路開拓支援事業 酒類輸出コーディネーター①

海外バイヤーを発掘し、日本産酒類の輸出に取り組む酒類事業者との商談機会を創出するとともに、商談成約のための支援を行う「酒類輸出コーディネーター」を海外主要国に配置することにより、配置国における日本産酒類の販路拡大を図ることを目的とする。

【事業実施内容】

Step1. コーディネーターを配置

Step2. コーディネーターによる①商談会の企画、②国内事業者向けセミナーの開催
商談会実施国の経済概況、酒類市場概況、商取引など酒類の輸出に関する実務セミナーを実施

Step3. 国内事業者と海外バイヤーとの、対面型商談会又はオンライン型商談を実施

【商談会実施概要、結果】

実施国・地域	実施回数 （回）	商談実施件数 （件）	成約件数 （見込含、件）
中国（対面型） 深セン、北京、上海	3	783	68
中国（オンライン型）	2	60	17
米国（対面型） ロサンゼルス、サンディエゴ	2	742	216
米国（オンライン）	2	55	42
香港（対面型）	3	232	61
香港（オンライン）	1	52	5

販路開拓支援事業 酒類輸出コーディネーター②

【商談会実施概要、結果】

実施国	実施回数 (回)	商談実施件数 (件)	成約件数 (見込含、件)
台湾 (対面型) 台北	3	258	27
台湾 (オンライン型)	1	85	21
シンガポール (対面型)	2	117	19
シンガポール (オンライン)	2	111	42
英国 (対面型) ロンドン	2	151	40
英国 (オンライン)	3	106	34
ドイツ (対面型) ベルリン、フランクフルト	2	428	163
ドイツ (オンライン)	2	116	64
フランス (対面型) パリ	2	244	44
フランス (オンライン)	2	96	18

非日系スーパーマーケットを通じた日本酒の認定度向上・販路開拓支援事業

- 海外における日本酒の裾野を広げるため、日本食レストランや日系スーパーではない非日系市場にも浸透させることを目的に、海外の現地スーパーマーケットの試飲事業を実施。この事業を通じて、日本酒の認知度向上と販路拡大を図った。
- 上記に前後して、試飲事業を行ったスーパーマーケット以外のスーパーマーケットや百貨店などの商談会を実施し、更なる浸透を図った。

試飲事業

- 令和5年1月～2月にかけて、フランスの現地スーパーマーケット計5店舗において、各1週間程度、商品棚を確保し、試飲を通じて販促活動を行った。

【試飲の際に寄せられた声】

- ・ 価格が高すぎて手が届かない。
- ・ 日本酒は中国の酒と思っていた。
- ・ 日本酒だと強い酒というイメージがあるが、Rice Wineだと苦手意識がなくなる。
- ・ チーズとの組み合わせは、最高である。

- 実施結果としては、

- ・ 店舗において、日本酒の取り扱いがなかったことから「白酒(中国酒)」の商品コードのみであったが、新たに「日本酒」の商品コードを設定することにより、今後の取り扱いにつなげられるようになった。
 - ・ 実施期間中に試飲場所をワインコーナーから魚・惣菜コーナーにした店舗では、食事とのペアリングを勧めたことにより説明がしやすく、かつ高単価となった
 - ・ 事業実施期間中の後も、週1回程度日本酒の試飲を続ける店舗もあった
- など一定の効果はあったが、価格帯の不一致や活用場面を適切に訴求できなかったという点には反省すべき点も。



他のスーパー等への商談会

- 試飲事業を行ったスーパーマーケット以外のスーパーマーケットや百貨店などの商談会を実施した。



- 日本文化の総合発信拠点であるジャパン・ハウス ロサンゼルスにおいて、日本酒を気軽に、かつ、多品種飲むことが出来る「角打ち文化」を中核としたイベントを開催。
- ①現地インフルエンサーを通じて日本酒知識を発信しつつ、②一般消費者には角打ち文化を体験してもらい、日本酒の認知度向上を図った。

現地のインフルエンサーを通じた情報発信



(セミナーの様様)

- ・ 2023年2月8日
(現地のインフルエンサーやバイヤー向け)
- ・ 日本酒の基礎知識(純米、吟醸の種類、熟爛、冷酒等の飲み方、楽しみ方など)をテーマにセミナーを開催し、日本酒に対する理解を深めてもらった。
- ・ 世界的に活躍している著名人から、日本酒の味わいの深さ、素晴らしさ、奥深さを訴えた。
- ・ 日本酒の試飲と非日系食の食事とのペアリングを提供。
- ・ 上記内容を踏まえた上で、現地のインフルエンサー10名から発信が行われた。

一般消費者向け角打ちイベント



(イベントの様様)



(上: イベントの様様、下: 近隣店舗等の紹介)

- ・ 2023年2月25日～3月3日
(現地の一般消費者向け)
- ・ 日本酒の試飲と非日系食の食事とのペアリングを提供。
- ・ 延べ1,575人が来場。来場者から、「今回のイベントで日本酒はモダンでオシャレな感じになることがわかった」などの好意的な意見が多かった。
- ・ このイベントが一過性に終わることのないように、試飲した日本酒が購入できる近隣の店舗やオンラインサイトの情報も併せて発信。
結果、新規取り扱いで仕入れたものが全て売り切れたり、平常月と比べて販売本数が数倍となる商品もあった。

国際プロモーション事業 海外の日本産酒類専門家の招聘

海外での日本産酒類の継続的な情報発信や付加価値向上を目的として、海外の酒類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、酒蔵の視察等を通じて机上では学べない日本産酒類の特徴等のレクチャーを実施しました。また、視察地域の自治体や酒造組合等と連携して、専門家との人脈構築等を目的とした意見交換会を実施しました。

日本酒

- 日時：令和4年5月30日～6月3日
- 招聘者：WSETの日本酒コースにおけるテキスト編纂や講義に携わる者。
(英国、米国、ドバイなど計7名が参加)
- 訪問地：山口県(萩)、兵庫県(灘五郷)、山梨県、長野県
 - ・ GI指定地域の日本酒製造場9蔵を訪問し、製造工程等を視察した他、「酒蔵ツーリズム」をテーマに酒米の生産から酒造気候、風土等を体験し、GI地域における酒造りについて稲作やジオパーク等の専門家によるレクチャーを実施。
 - ・ 蔵元との交流会において、日本酒のプロモーションなどについて意見交換を実施。
(山口県酒造組合、灘五郷酒造組合、山梨県酒造組合、JETRO山梨、長野県酒造組合等が主催)



(日本酒製造場視察の様子)



(ジオパーク 講義の様子)

焼酎・泡盛

- 日時：令和4年6月6日～6月9日
- 招聘者：WSETの蒸留酒コースを修了し、海外の酒類流通業に携わる者。
(英国、カナダ、シンガポールなど計6名が参加)
- 訪問地：沖縄県、宮崎県、鹿児島県
 - ・ 統一的な麴を基礎とした蒸留酒の特徴を伝えるため、原料ごとに特徴的な製造工程を行う沖縄県の泡盛製造場3蔵、九州地方の焼酎製造場4蔵を訪問し視察。
 - ・ 各地域の気候風土に適した様々な原料で製造される本格焼酎・泡盛の製造に精通した専門家による講義を実施。
 - ・ 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。
(沖縄県酒造組合、鹿児島県庁が主催)



(製造場視察の様子)



(泡盛 講義の様子)

※ 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

44 酒蔵ツーリズムにおける酒税免税制度

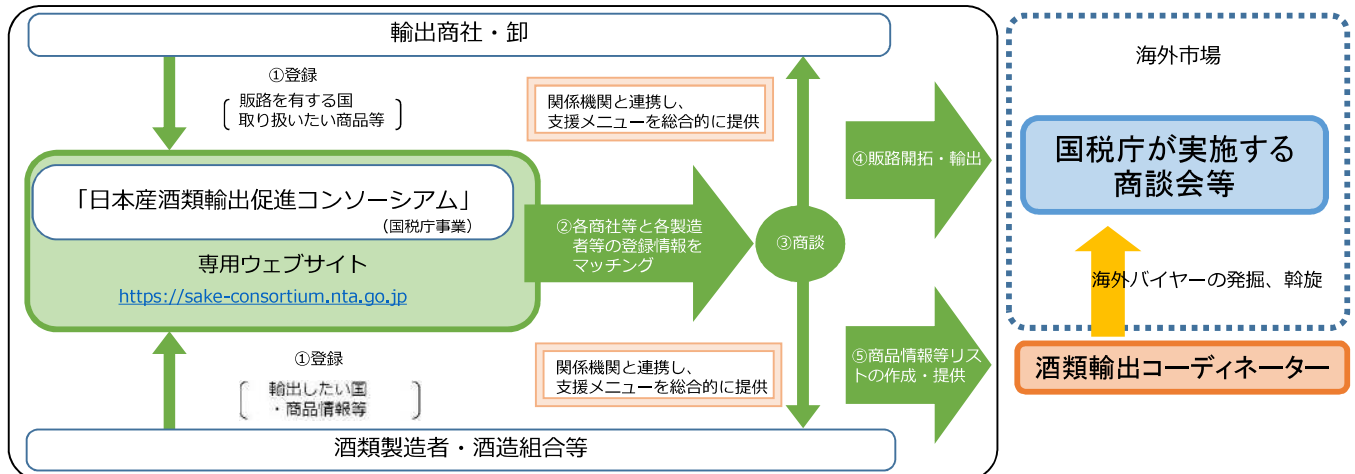
制度概要

- 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5年4月1日における許可件数は140件。
- ※ 免税販売手続については、令和2年4月1日から電子化されたことに伴い、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た。



45 日本産酒類輸出促進コンソーシアム

輸出取引に知見を有する輸出商社・卸（地域商社等を含む）と酒類製造者・酒造組合等が参加する「日本産酒類輸出促進コンソーシアム」を立ち上げ、輸出商社等と酒類製造者等のマッチング支援を行い、酒類製造者等が国内取引と同様の手順により輸出に取り組める環境を構築する。



専用ウェブサイトでの提供サービス例

輸出関連セミナー等の開催情報
海外の市場動向や、輸出の際のポイント等に関するセミナーを定期的に開催



専門家への個別相談
酒類の輸出専門家が、個別相談に対応



商品の情報発信・検索機能
商品の特徴や輸出の条件等を登録・検索可能
(発信範囲は事業者ごとに設定)



マッチング支援
専用ウェブサイト情報を基に、個別に商談を実施したい事業者に対しマッチングの機会を提供

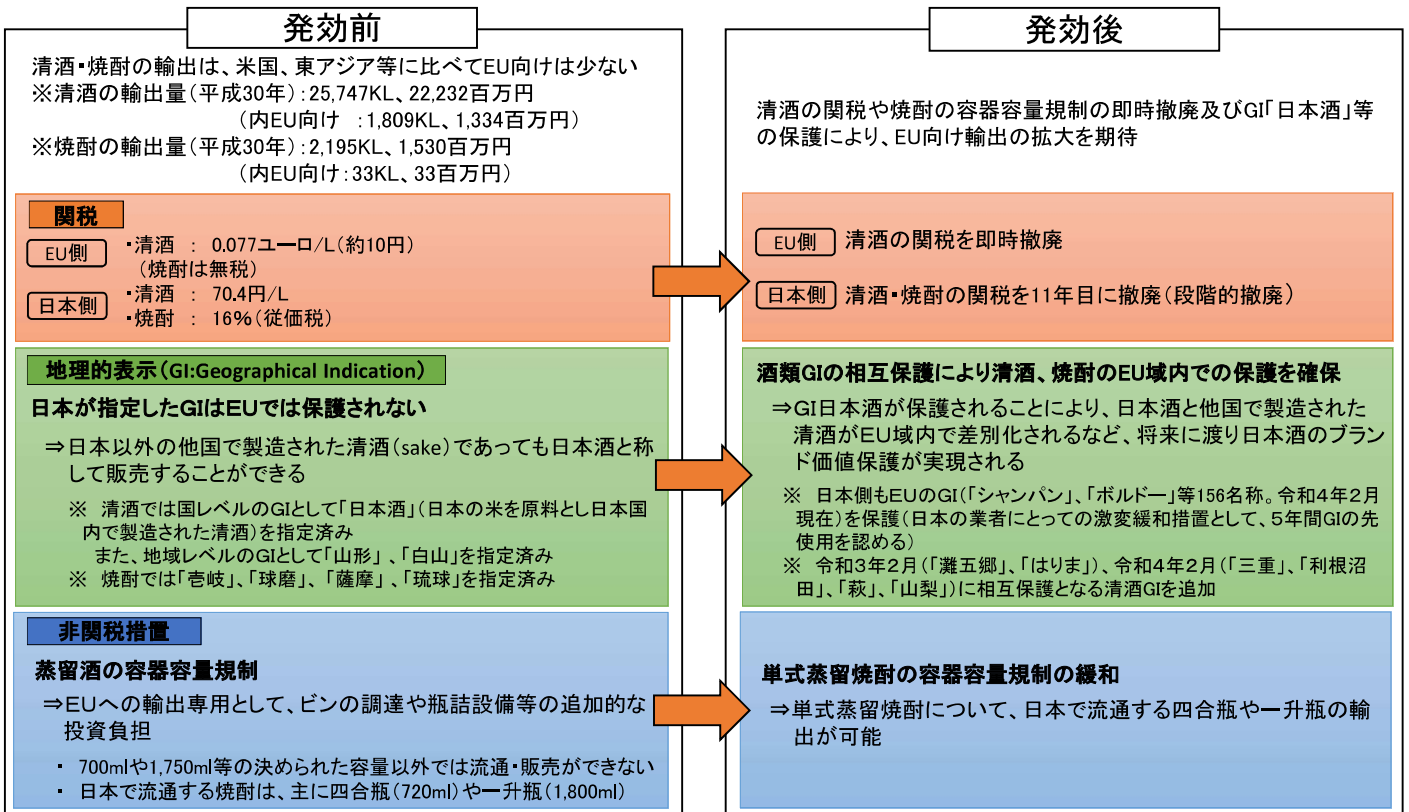


46 日EU経済連携協定（EPA）の概要

日EU・EPA（清酒・焼酎）

【平成31年2月1日発効】

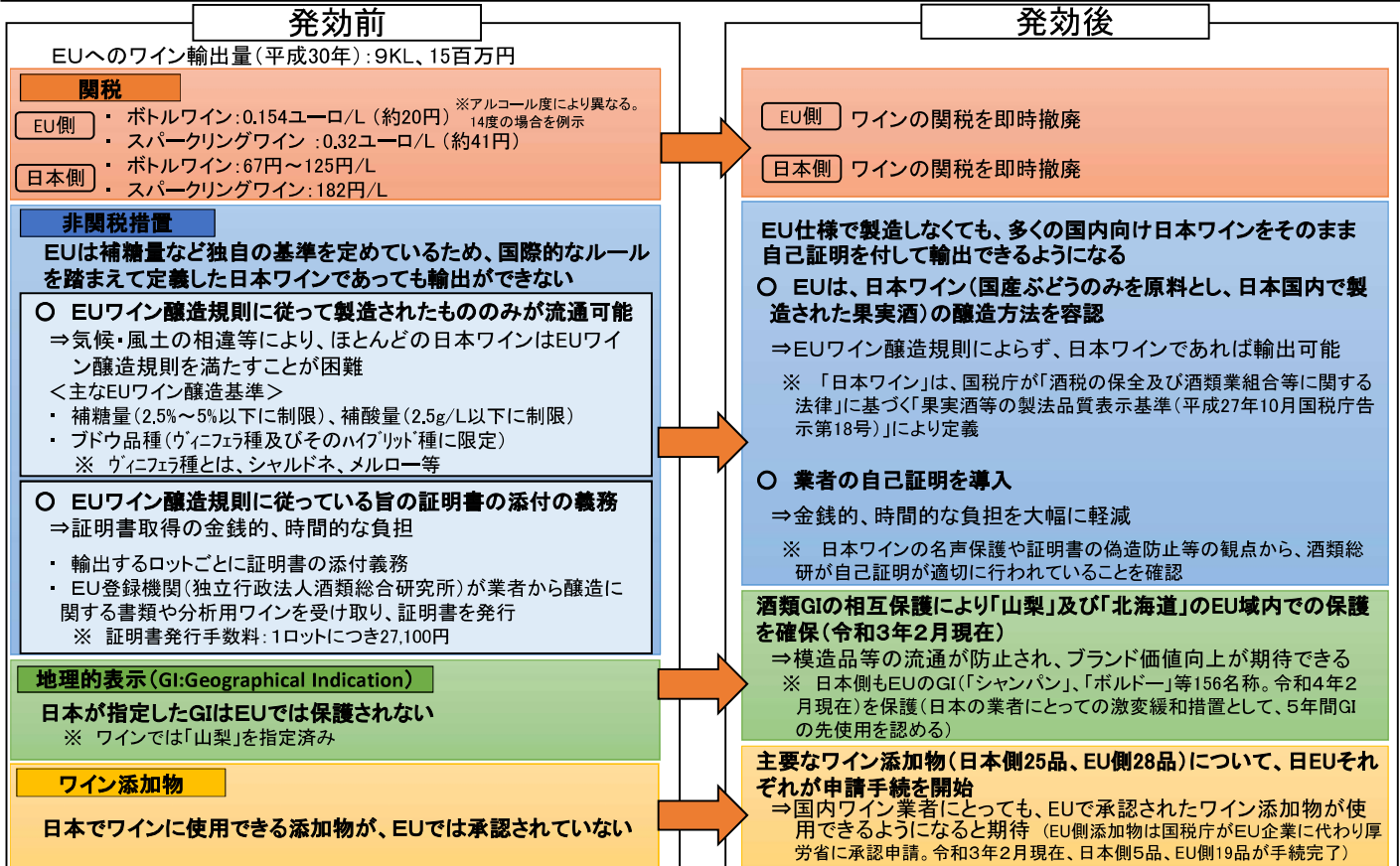
EU関税や容器容量規制の撤廃、日本GIの保護を通じ、清酒・焼酎（泡盛を含む）の競争力を高め、新たな市場を確保



日EU・EPA（ワイン）

【平成31年2月1日発効】

EU関税や日本ワインの輸入規制撤廃、日本GIの保護により、日本ワインの競争力を高め、新たな市場を確保



47 日米貿易協定：酒類の合意概要

令和2年1月1日
発 効

【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(2025年4月～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。

米国の容量規制の改正により、米国内で流通可能な蒸留酒の容量に、日本が要望していた700ml、720ml、900ml、1.8Lが追加された(令和2年12月29日施行)。
 - ✓ 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)

「山梨」「北海道」「日本酒」の3表示については、米国が適正な表示を確保していることを確認。
 - ✓ 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。

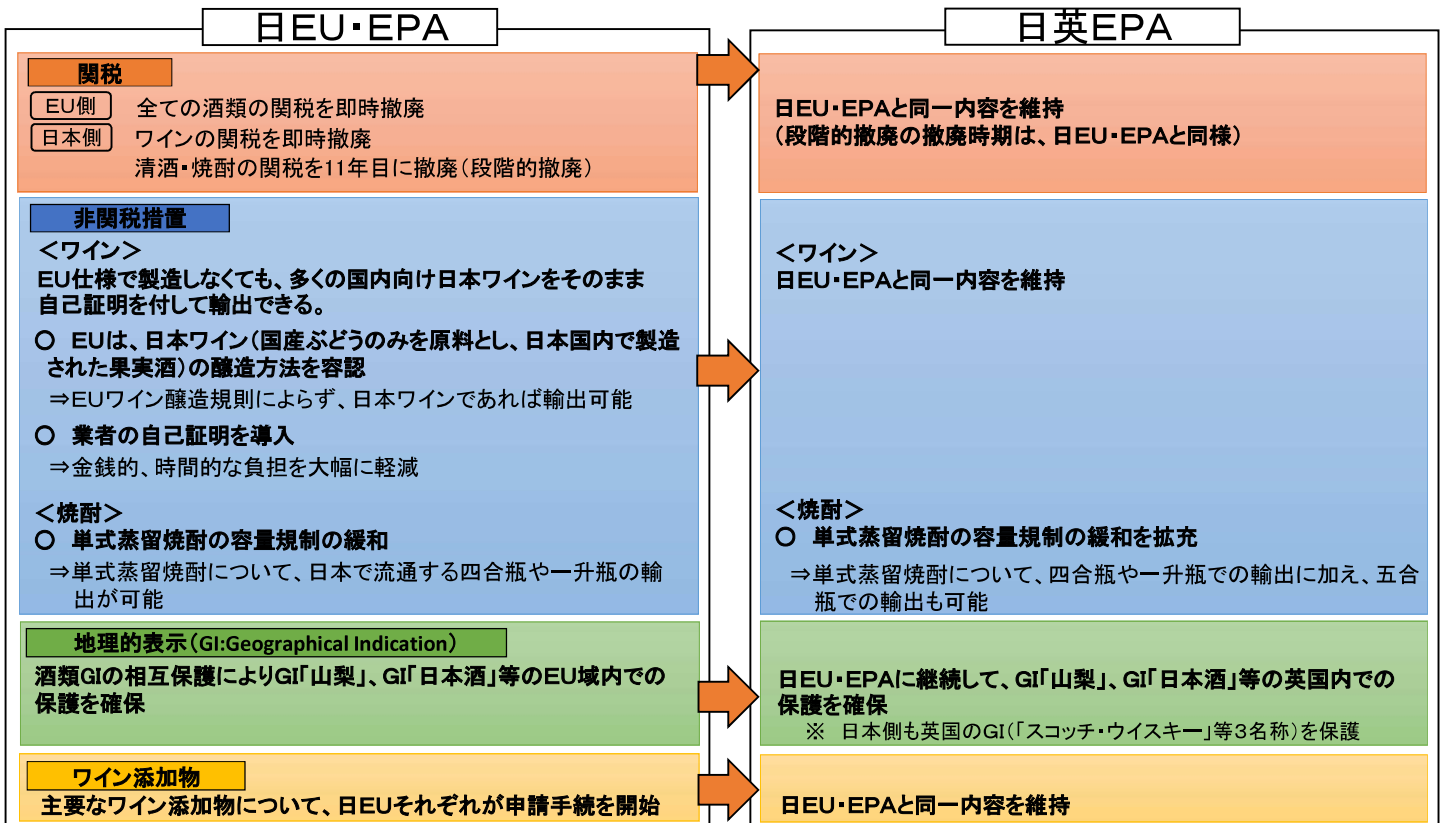
ニューヨーク州法改正により、ニューヨーク州の料飲店ではワイン免許で24度以下の焼酎を提供できるようになった(令和4年6月30日施行)。

48 日英EPAの概要

日英EPA (ワイン、清酒、焼酎)

【令和3年1月1日発効】

英国関税の撤廃や日本ワインの輸入規制緩和、日本産酒類GIの保護について日EU・EPAと同一内容を確保するとともに、容量規制の緩和を拡充



我が国がこれまでEPAを締結していない中国・韓国との間で清酒をはじめとする日本産酒類の関税撤廃を獲得。

日本産酒類の中国・韓国へのアクセス

主な品名	中国		韓国	
	現在の関税率	合意内容	現在の関税率	合意内容
ビール	無税	無税	30%	20年目撤廃
ボトルワイン	14%	11年目撤廃	15%	10～15年目撤廃
清酒	40%	21年目撤廃	15%	15年目撤廃
ウイスキー	5%	11年目撤廃 (注1)	20%	10～15年目撤廃
焼酎	10%	21年目撤廃	30%	20年目撤廃

(注1) 交渉時の関税率である10%から段階的に削減し、11年目に撤廃

RCEP参加国の日本へのアクセス

主な品名	現在の関税率	合意内容
ビール	無税	無税
ボトルワイン	15%又は 従量税(注2)	16年目撤廃
紹興酒/マッコリ	42.4円/L	21年目撤廃
ウイスキー	無税	無税
白酒/ソジュ	16%	21年目撤廃

(注2) ボトルワインの関税率は、15%又は125円/Lのうちいずれか低い税率。ただしその税率が67円/Lを下回る場合は67円/L

50 日本酒、焼酎・泡盛等のユネスコ無形文化遺産登録に向けた取組 ①

○ 政府方針等

- 岸田総理大臣施政方針演説（令和4年1月通常国会）
日本酒、焼酎、泡盛など文化資源のユネスコへの登録を目指すなど、日本の魅力を世界に発信
- 菅総理大臣施政方針演説（令和3年1月通常国会）
日本酒、焼酎などの文化資源について、ユネスコ無形文化遺産への登録を目指す

○ 登録無形文化財登録

「伝統的造り」を登録無形文化財に登録（令和3年12月2日）
（「書道」と並び、登録無形文化財として初めての登録）

1 登録要件

- ・ 米などの原料を蒸すこと
- ・ 手作業で伝統的なこうじ菌を用いてバコこうじを製造すること
- ・ 並行複発酵を行っており、水以外の物品を添加しないこと 等

2 保持団体

日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術の保存会(令和3年4月16日設立)
会長：小西 新右衛門（こにし しんうえもん）

(蒸きょう)



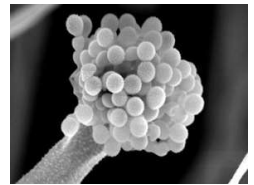
(こうじ造り)



(もろみ管理)



(こうじ菌(国菌))



○ ユネスコ無形文化遺産への提案

- 令和4年3月 ユネスコ事務局に提案書を提出
- 令和5年3月8日 文化審議会無形文化遺産部会において、再提案を答申
- 令和5年3月14日 無形文化遺産保護条約関係省庁連絡会議において、審議・決定
- 令和5年3月28日 ユネスコ事務局に提案書を再提出
(令和6年11月頃 政府間委員会において審議見込み)

日本酒、焼酎・泡盛等のユネスコ無形文化遺産登録に向けた取組 ②

➢ ユネスコ無形文化遺産登録に向け、文化庁・保存会等と連携し、各種機運醸成事業を実施

○「伝統的酒造り」シンポジウム(海外)

- R5.2.2 パリ日本文化会館
 - ・ ユネスコ本部のあるパリで、ユネスコ各国大使やフランスの酒類関係者等を招待し開催
 - ・ フランス現地の清酒製造者など日本酒・ワインに造詣の深いフランス人講師も交え、ワインとも比較しながら、日本の酒造りを訴求
 - ・ シンポジウム後、日本酒等の試飲を実施。銘柄の香味・味わいに合わせたペアリング(料理)の紹介及び試食



○ ALT(小中学校等の外国語指導助手)を通じた広報

- 日本に滞在中のALT向け酒造り見学ツアー(見学・酒造り体験・試飲)を県単位で企画
- R5年は1~4月に、北海道から沖縄までの16道府県で順次開催
- 体験談は本人SNSを通じ母国へ情報発信のほか、自治体国際化協会の海外向けメルマガへも寄稿予定



○「伝統的酒造り」シンポジウム(国内)

➢ 酒造りの担い手や有識者を変え全国で順次開催

開催年月日	会場	内容
令和4年2月26日	国立科学博物館(東京)	こうじ菌文化に焦点
3月26日	京都国立博物館	日本酒に焦点
5月28日	沖縄県立博物館・美術館	泡盛に焦点
6月11日	福岡国際会議場	本格焼酎に焦点
11月5日	名古屋クレストンホテル	みりんに焦点
令和5年3月5日	江陽ランドホテル(仙台)	東北の酒造りに焦点
3月23日 24日	札幌駅前地下歩行空間	北海道とジョージアワインの繋がりも焦点



(パネルディスカッションの様様)



(酒造り唄の披露)

○ PR動画

- 「伝統的酒造り」の魅力や歴史等を紹介するPR動画を制作。YouTube国税庁動画チャンネルに掲載
- 約6分の本編のほか、15秒バージョンも制作



○「伝統的酒造り」ポスター

➢ 「伝統的酒造り」ポスターを作成



51 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付きを得る場を提供

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HP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



HACCP導入への技術支援

リーフレット配布、相談対応等により、製造者のHACCP導入を支援

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

52 酒類総合研究所による技術支援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、最新の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で実施
- 受講希望者の多い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(清酒コース)

鑑評会等による業界支援

- 全国新酒鑑評会及び本格焼酎・泡盛鑑評会では、酒造組合との共催で実施し、技術力の研鑽に寄与
- 酒類の品質及び酒造技術の向上に資するため、出品酒の分析値等を出品者に通知し、製造技術研究会において出品酒を公開



全国新酒鑑評会審査



製造技術研究会

輸出酒類に関する分析等

- 国税局と協力して、輸出先国から求められる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等の発効を受け、EU等向け日本ワインの証明、自己証明業者の承認業務を実施

酒類に関する知識・魅力の発信

- 国内外の消費者向けに広報誌を発行するとともに、海外向け動画コンテンツ等を作成
- 酒類に関する知識・魅力を伝えるメルマガを配信
- 酒類の商品知識や品質管理に関する研修に講師を派遣



海外のコンクール・教育機関等への協力

- International Wine Challenge(IWC)等の海外のコンクールへ審査員を派遣
- 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等に協力

酒類総合研究所による技術支援②

清酒の品質劣化の防止に資する研究



【施策の概要】

清酒は温度による影響を受けやすいため、輸出時等に品質を維持して流通させることが難しい。
劣化臭の原因物質を生産しにくい酵母の実用化や温度変化の影響の解析をもとに、品質を維持しつつ輸送する方法（常温、冷蔵等）を検討する。

流通・製造双方から劣化防止のための方法を開発

日本ワインに関する研究



日本ワインのテロワール形成に向けた解析

【施策の概要】

原料ブドウの栽培条件や気候条件とワインの成分について解析し、日本ワインのテロワール概念を形成する。

日本ワイン独自の「テロワール」を解明

日本産蒸留酒の特徴を解明する研究

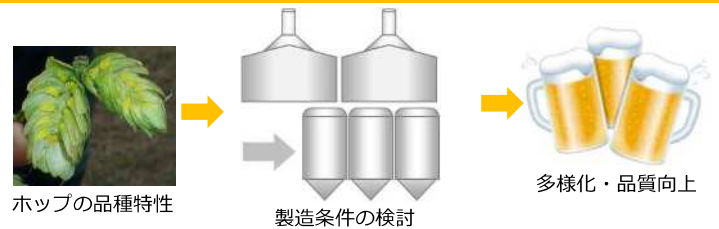


【施策の概要】

日本の焼酎等の香味を分析し、その特徴を明らかにしてブランド価値向上に貢献することで、世界の蒸留酒の中で日本産蒸留酒というジャンルの確立に寄与する。

蒸留酒として国際的なジャンル確立に寄与

日本産ビールに関する研究



【施策の概要】

ホップの品種特性、使用方法等がビールの香味特性や品質劣化、泡持ち性等に与える影響を解析し、品質の多様化と安定性に資する製造条件を検討する。

日本産ビールの多様化・品質向上に寄与