日本産酒類の競争力強化・海外展開推進事業【計17.5億円（令和２年度当初予算 12.8億円 令和元年度補正予算 4.7億円）】

日本産酒類の更なる輸出拡大に向け、**販路開拓支援**、**国際的プロモーション**を強化。
更に、**新規にブランド化や酒蔵ツーリズムを推進**するほか、**酒類総合研究所による技術支援**を拡充。
また、国税庁酒税課に**輸出促進室を新設**。

① 令和2年度予算【１２．８億円】

※ ☆印は、新規施策

販路開拓支援

- ○ 海外大規模展示会においてジャパンブースを設置
- ○ 海外商談会、海外バイヤーの招聘
- ☆ 海外にコーディネーターを設置し、新規取扱事業者等を開拓
- ☆ 海外の日本産酒類非取扱事業者に対して、セミナーを実施
- ☆ 関係機関と連携し、輸出商社・卸と酒類製造者のマッチング等を支援
- ☆ 主要国の市場調査（嗜好、価格、規制、品質管理等）

国際的プロモーション

- ○ ジャパンハウス等を活用した日本産酒類のＰＲ
- ○ 海外の酒類専門家の招聘（酒蔵視察、レクチャー）
- ○ 沖縄振興の観点から、泡盛のプロモーション
- ○ 国際的イベントにおいて、日本産酒類ＰＲブースを設置

日本産酒類ブランド化推進

- ☆ 海外でのブランド化に向けた取組（戦略構築、新商品開発、販路開拓等）を選定し、モデル事例の構築を支援
- ○ 地理的表示（ＧＩ）のシンポジウムを実施

酒蔵ツーリズムの推進

- ☆ 酒蔵ツーリズム推進モデル地域を選定し、モデル事例の構築を支援

② 令和元年度補正予算【４．７億円】

日本産酒類ブランド化推進（技術支援）

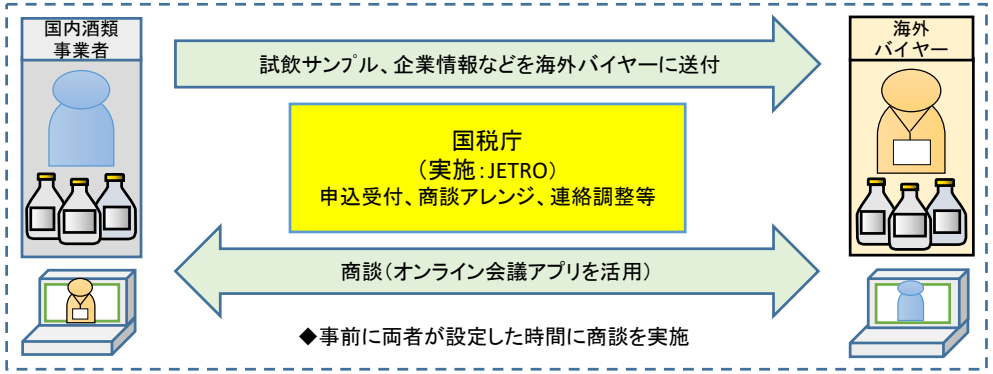
- ☆ ブランド化に資する研究開発（酒類総合研究所）
  - ・ 日本酒、日本ワインにおけるテロワールの活用
  - ・ 日本の焼酎、クラフトジン、ウイスキーの品質上の強み

（注）この他に令和２年度予算において、以下を計上。

- ・ 酒類総合研究所に対する運営費交付金【９．６億円】（品質劣化防止や熟成による品質変化等の調査研究等）
- ・ 日本酒造組合中央会の國酒振興事業に対する補助金【６．０億円】（海外展示会出展、国際空港での試飲・販売、全国・地域イベント等）

海外販路開拓支援事業　オンライン商談会（令和２年度）

新型コロナウイルス感染症の影響により、海外バイヤーとの対面による商談実施が困難なため、日本にいながらにして海外バイヤーと商談するオンライン商談会を実施。
（主催：国税庁、実施：日本貿易振興機構（JETRO））



（商談イメージ）

11カ国・地域において、海外バイヤー44社、国内酒類事業者377社が参加し、成約件数は181件、成約金額は約2億5千万円（見込み含む）となった。　特に、オーストラリア大手小売グループとは、同社が商談を希望した国内酒類事業者12社と商談を行い、1億円超の成約金額（見込み含む）となった。　（令和３年３月末現在）

【オンライン商談実施国】

- ◆ 台湾〔令和2年11月～12月〕
- ◆ 香港〔令和２年11月～令和３年２月〕
- ◆ オーストラリア〔令和２年11月～令和3年3月〕
- ◆ イタリア〔令和3年2月～3月〕
- ◆ スイス〔令和3年2月～3月〕
- ◆ ポーランド〔令和3年2月～3月〕
- ◆ エストニア〔令和3年2月～3月〕
- ◆ カナダ〔令和3年2月～3月〕
- ◆ 中国（北京、上海、大連、成都、西安、河北省）〔令和3年3月〕
- ◆ 米国（アトランタ）〔令和3年3月〕
- ◆ マレーシア〔令和3年3月〕

日本産酒類輸出促進コンソーシアム

日本産酒類輸出促進コンソーシアム

○　2020年７月、国税庁、ジェトロ、ＪＦＯＯＤＯ、クールジャパン機構、全国卸売酒販組合中央会を運営主体とし、**「日本産酒類輸出促進コンソーシアム」**を立ち上げ

○　新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえ、対面式によるセミナー＆商談会から、オンラインに切り替えて開催（全１３回）。

（輸出に意欲的に取り組もうとする輸出商社・卸（地域商社等を含む）と酒類製造者・酒造組合等とのマッチング）

①　専門家によるセミナー・個別相談

※全13回で延べ513社が参加

（セミナー）　（専門家による個別相談）

＋

②　商談会の実施

※全13回で延べ126社が参加

（商談会）　（オンライン商談会）

【開催実績】（※第３回以降は、オンラインで実施）

第１回	７月29日	「海外市場と輸出の取組み方」	「輸出商社の取組事例」
第２回	８月19日	「海外市場とコロナ後の展望」	「輸出を行う清酒製造業者の事例①」
第３回	８月26日	「オンライン商談への対応」	「輸出を行う清酒製造業者の事例②」
第４回	９月30日	「香港の市場動向等」	「GI（地理的表示）」
第５回	10月14日	「台湾の市場動向等」	「クラフトビール」
第６回	10月28日	「米国の市場動向等」	「焼酎」
第７回	11月11日	「中国の市場動向等」	「日本ワイン」
第８回	11月25日	「東南アジア等の市場動向等」	「日本酒」
第９回	12月９日	「ヨーロッパの市場動向等」	「リキュール・スピリッツ」
第10回	12月16日	「商流と輸送時の品質管理等」	「日本酒」
第11回	1月27日	「新興国への輸出や課題」	「本格焼酎」
第12回	２月10日	「カナダの市場動向等」	「焼酎・スピリッツ」
第13回	２月24日	「米国へのプロモーション方法等」	「関係機関による輸出支援」

ジャパン・ハウス　ロンドンを活用したプロモーション

令和３年２月26日、日本の情報発信拠点である「ジャパン・ハウス　ロンドン」と連携し、英国で関心が高い日本酒をテーマとして、オンラインでのプロモーションイベントを実施。
（主催：国税庁、協力：ジャパン・ハウス　ロンドン）

イベント内容

〇タイトル　「英国における日本酒需要の高まり」
〇視聴者：事前登録にて英国を中心に海外の酒類事業者等約90名、一般視聴者にも開放
〇現地日本酒プロモーターである吉武理恵氏の基調講演の後、輸出に取り組む酒蔵など、英国で日本酒普及に取り組む関係者によるパネルディスカッションを実施。

＜酒蔵セッション＞

英国に日本酒を輸出している酒蔵２社より、英国での販売状況、販路拡大における課題、英国での自社の取組などについて紹介。

＜ディストリビューターセッション＞

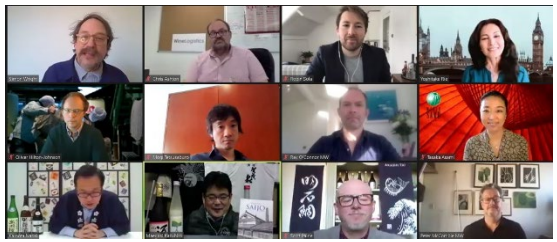
日本酒を輸入し販売に取り組んでいるディストリビューターより、英国で販路開拓、展開をするための課題や対応方法などについて提言。

＜ワインセッション＞

ワインを取り扱う事業者から、日本酒とワインの流通構造の違い、値段、味などについて紹介し、日本酒の販売先やプロモーション手法などについて提言。

＜物流・商流セッション＞

英国の物流状況について、日本酒等の物流コストについて紹介。英国における日本酒の価格設定や輸送、保管方法などについて提言。



（質疑応答の様子）

参加者の反応

・酒造メーカー、物流業者など各専門家から、英国における日本酒の商流に関する話が聞ける機会は貴重。
・英国における日本酒の販売普及には消費者への啓蒙活動が必要。試飲などのプロモーションの機会を増やしていくべき。

上海への琉球泡盛輸出促進事業

令和２年12月24日（木）から令和３年１月６日（水）の間に、**上海の大規模商業施設（上海金虹橋商場「ＡＲＣＨ（アーチ）　ＷＡＬＫ（ウォーク）」）に「泡盛のアンテナショップ」を出店**し、一般消費者向けの試飲・販売会を開催。開催期間中、**約43万人が来店**。

併せて、新たな販路開拓のため、上海の酒類販売事業者とのウェブ商談会を実施（泡盛製造者10者が参加、そのうち４者については、４月以降対面での商談を実施予定）。

【実施概要】

◆　17者27銘柄の琉球泡盛について、試飲をはじめとしたＰＲを実施。

◆　商業施設への来場者以外に対しても、**中国人インフルエンサーによるライブコマース（インターネット上での実演販売）**等を活用したPRと販売を実施し、**約32万人が視聴**。

◆　上海で泡盛を取り扱う販売店や料飲店を紹介するマップを作成・配布。

◆　現地販売事業者の協力の下、琉球泡盛の販売も実施。**準備した琉球泡盛約600本（約190万円）のほとんどが完売**。

日本産酒類のブランド化推進事業・酒蔵ツーリズム推進事業

日本産酒類の競争力強化･海外展開推進事業
令和２年度予算　12.8億円の内4.7億円　（執行額　8.8億円）

日本産酒類の更なる輸出拡大に向け、販路開拓支援、国際的プロモーションを強化。
更に、**新規にブランド化や酒蔵ツーリズムを推進**する。

日本産酒類のブランド化推進事業

酒 蔵 ツ ー リ ズ ム 推 進 事 業

→ モデル事例の構築を支援

- 令和２年３月から募集を開始し、ブランド化182件、酒蔵ツーリズム122件の応募
- 外部有識者による審査の上、ブランド化24件、酒蔵ツーリズム16件
  計40件のモデル事例の対象を選定
- モデル事例の対象とならなかったプロジェクトに対しても、専門家による助言を実施
- 取組内容や取組の効果等をまとめた報告書を、国税庁ホームページで公表

令和２年度　日本産酒類のブランド化推進事業選定結果

No.	都道府県	代表者	事業テーマ
1	山口県	株式会社Archis	長期熟成型“ヴィンテージ日本酒”のブランド確立と、世界における日本酒の地位向上
2	東京都	一般社団法人awa酒協会	スパークリング日本酒「awa酒」の海外展開に向けたブランディング事業
3	東京都	Inagora株式会社	中国における富裕層・若年層への日本産酒類のマルチチャンネルブランディング
4	東京都	株式会社SGマネジメント	海外酒類消費の中心である「バー」をターゲットにした焼酎の開発・PR
5	香川県	香川県酒造組合	「新開発のオリーブ酵母清酒のブランド化と海外展開調査事業」
6	大分県	萱島酒造有限会社	ベトナムにおける萱島酒造「西の関」のブランドの向上とベトナム人への日本酒の認知度向上と普及
7	京都府	地方独立行政法人京都市産業技術研究所	京都産の地域酵母と計測技術を活用した欧州向け日本酒新製品開発
8	兵庫県	株式会社神戸酒心館	日本産酒類を取り扱う現地インポーターのイベント活動を支援する枠組み
9	神奈川県	株式会社Sake Business Laboratory	地質に対応した日本酒仕込み水の水質分析体系化によるテロワール・ブランディング
10	大阪府	株式会社ジーブリッジ	「プレミアム焼酎を世界へ」、パリから発信するプロモーション活動
11	北海道	地理的表示「北海道」使用管理委員会	東アジアにおけるインフルエンサーを活用したGI北海道のプロモーション
12	京都府	一般社団法人刻SAKE協会	刻SAKE（日本酒の熟成）の基準作りとブランド化事業
13	鳥取県	鳥取県和酒輸出蔵元協議会	鳥取県の日本酒を13億人のインドの未開発巨大新市場に一丸で販路開拓
14	群馬県	永井酒造株式会社	SDGs 型・特定名称酒ではない新たな価値創造の商品を世界同時発売！ ～地域異業種 ・農商工連携による地域ブランド化事業による輸出促進 ～
15	兵庫県	灘五郷酒造協同組合、はりま酒研究会	魅力ある「GI 灘五郷・はりま」のプロモーション in 華の都パリ
16	東京都	南山物産株式会社	「日本の古酒、熟成酒の深淵なる世界」を伝えるO2Oプロジェクト
17	東京都	日本酒応援団株式会社	「グローバル・アドバイザリーボード」による日本酒ブランド化推進事業
18	北海道	北海道自由ワイン株式会社	味香り分析等を活用し、日本版テロワールで、プレミアムな外国人市場を開拓
19	愛知県	株式会社萬乗醸造	日本酒初のラグジュアリーブランド構築
20	三重県	三重県酒造組合	”三重の酒”ブランドを、海外で継続的に高め、周知することを目的とした事業。→「三重の酒を照らす事業」
21	東京都	株式会社未来酒店	日本のSAKEをイギリスに届けるため ～革新的なAI技術が味覚をつなぐ～
22	山形県	山形県酒造組合	日本酒GIで「YAMAGATA」を世界有数の日本酒銘醸地として確立する
23	山梨県	山梨銘醸株式会社	世界の富裕層が唸る高付加価値化乾杯酒の開発とブランド戦略の構築
24	山梨県	山梨ワイン海外輸出プロジェクト(KOJ)	山梨県産ワインの認知度向上に向けたロンドンプロモーション及び産地招聘事業

令和２年度　酒蔵ツーリズム推進事業選定結果

口	都道府県	申請代表者	実施地域	ツーリズム名称
1	長野県	伊南DMO設立準備会	長野県駒ヶ根市、飯島町、宮田村、中川村	Visit Sake Breweries of Alpine Valley MINAKOI NAGANO 「美酒ツーリズムinアルプスの里みなこい」
2	東京都	ANAホールディングス株式会社	佐賀県、長崎県、福岡県	酒蔵を簡単に見つけて行ける、気に入った地酒を空港で簡単に購入できる気軽に地酒に触れられる酒蔵ツーリズム「Take “SAKE” easy」
3	群馬県	大利根酒造有限会社	群馬県利根沼田地域	利根沼田酒蔵ツーリズム
4	佐賀県	鹿島酒蔵ツーリズム推進協議会	佐賀県鹿島市、嬉野市	鹿島・嬉野酒蔵ツーリズム®（仮称） （「酒蔵ツーリズム」は佐賀県鹿島市の登録商標です。）
5	大阪府	一般財団法人関西観光本部	滋賀県、京都府、奈良県、大阪府、和歌山県、兵庫県、福井県、三重県、鳥取県、徳島県、京都市、大阪市、堺市、神戸市	お土産を個人輸出に転換！ ～ストーリーで綴る酒蔵ツーリズム～
6	宮城県	株式会社佐浦	宮城県塩竈市、「仙台・松島復興観光拠点都市圏」、山形県山形市、天童市	塩竈発“ストーリー”を呑む東北酒蔵カンパニリズモ ～宮城・山形編～
7	山形県	株式会社JTB山形支店	山形県	酒×食を楽しむスローな「酒味楽たび」 ～知的好奇心と味的好奇心（みてきこうきしん）を満たす天童の健康に出会う旅～
8	宮城県	株式会社仙台秋保醸造所	宮城県名取市～仙台市広域ルート	「テロワージュ東北」広域連携パイロットモデル （名取ベイエリア　秋保バレー　作並バレー　ルート）
9	鳥取県	大山山麓・日野川流域観光推進協議会	鳥取県米子市、倉吉市、境港市、大山町、南部町、伯耆町、日吉津村、琴浦町、日野町、江府町、日南町、島根県安来市、松江市	五感満喫！酒・食・遊　San’in Daisen HAKKO Tour
10	栃木県	栃木県酒蔵酔って見っけ協議会	栃木県日光エリア、那須烏山エリア、益子茂木エリア、宇都宮	Brewery Tour　to the North of Tokyo ～Enjoy an authentic craft sake tour in Tochigi～
11	千葉県	鍋店株式会社	千葉県成田市、神崎町、栄町、香取市	『酒・人・心』発酵の里こうざき・日本酒体験ツアー
12	兵庫県	播磨広域連携協議会	兵庫県姫路市、加古川市、たつの市、小野市、相生市、赤穂市、西脇市、三木市、高砂市、加西市、宍粟市、加東市、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、佐用町	「はりま」は日本酒のふるさと ～山田錦と酒、歴史文化の源流を求めて～
13	福島県	公益財団法人福島県観光物産交流協会	福島県喜多方市	KITAKATA　Sake＆Ramen　Tourism
14	長野県	北信エリア 地元産酒類のツーリズム資源化推進実行委員会	長野県北部地域	酒処信州　北しなの　酒蔵めぐり旅（仮） North Nagano SAKE Tourism(仮)
15	徳島県	株式会社本家松浦酒造場	徳島県鳴門市	米作り・酒造りと郷の風土、まるごと体験して学ぶ鳴門テロワール
16	宮崎県	ミートツーリズム推進委員会	宮崎県都城市	ミート×酒蔵ツーリズム

酒類の地理的表示（ＧＩ）制度について

■　地理的表示（Geographical Indication ：ＧＩ）制度は、酒類や農産品において、ある特定の産地ならではの特性（品質、社会的評価等）が確立されている場合に、当該産地内で生産され、生産基準を満たした商品だけが、その産地名（地域ブランド）を独占的に名乗ることができる制度。

※　酒類の地理的表示については、「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」第86条の6に基づく「酒類の地理的表示に関する表示基準」（平成27年国税庁告示第19号）により、国税庁長官が指定することとしている。

指定の枠組み

酒類の産地

指定を受けるための要件

1　酒類の産地に主として帰せられる酒類の特性が明確であること
- ・酒類の特性があり、それが確立していること
- ・酒類の特性が酒類の産地に主として帰せられること
- ・酒類の原料・製法等が明確であること

2　酒類の特性を維持するための管理が行われていること

⇩ ①　産地内酒類製造業者の**合意形成**

産地の事業者団体等

②　（原則として）産地の事業者団体等が申立て

国税庁長官

③
- ・申立ての内容が指定要件に適合しているかを確認
- ・パブリックコメント等により広く一般の意見を求める

⇩

④　**指定**（指定した旨は官報に公告する）

地理的表示（ＧＩ）

1　地理的表示の名称
2　産地の範囲
3　酒類区分　（ぶどう酒、蒸留酒、清酒、その他の酒類）
4　生産基準　（酒類の特性、酒類の原料及び製法　等）

地理的表示の導入効果

1　「地域ブランド」による他の製品との差別化

製造された酒類とその地域の繋がりを明確にすることにより、「地域ブランド」の構築や付加価値の向上が期待でき、他の製品との差別化を図ることができる。

2　消費者の信頼性の向上

品質審査等により一定の品質が確保されることにより、消費者の信頼性向上につながる。

3　日本の特産品として輸出事業に寄与

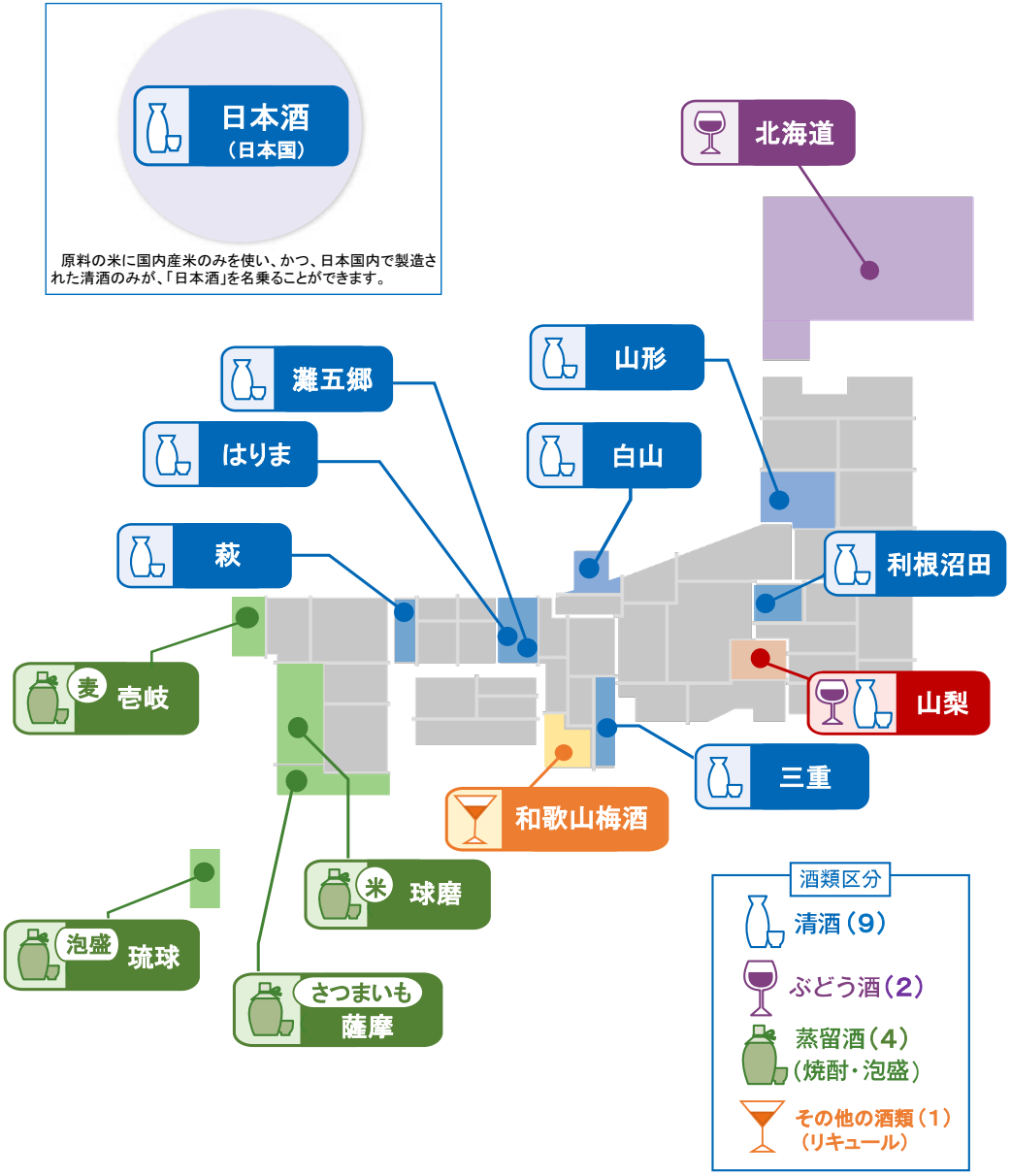
地理的表示が浸透しているヨーロッパ等においては、信頼できる特産品として扱われるなど、海外への輸出を後押しすることが期待できる（クールジャパンの振興にも寄与）。

4　「地域ブランド」の保護効果

行政の取締により「地域ブランド」が保護される。

似たような表示も禁止されるため、努力して築き上げた「地域ブランド」への「ただ乗り」を防止できる。

酒類の地理的表示の指定状況



注　地図上では、都道府県単位で着色を行っており、必ずしも産地の範囲と一致しているわけではありません。

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

※1　変更は、平成27年10月に見直した「酒類の地理的表示に関する表示基準」に基づく変更のみ記載。

※2　兵庫県相生市、加古川市、赤穂市、西脇市、三木市、高砂市、小野市、加西市、宍粟市、加東市、たつの市、明石市、多可町、稲美町、播磨町、市川町、福崎町、神河町、太子町、上郡町及び佐用町

「酒類の国内消費回復･拡大支援事業」 令和２年度第１次補正予算【２．３億円】

消費者向けイベント　実施概要

日本ワインフェア

》 日本ワインの消費の回復や販路の拡大を図り、国内需要喚起させる取り組み

① 全国の料飲店をオンラインで繋いだ分散型セミナーの実施（全６回・総参加者数1,253人）
② 情報発信を行う日本ワインファンサイトの開設
③ 商談会や即売会を併せた「日本ワインまつり」（試飲イベント）の開催

- 実施時期　令和２年10月～令和３年度
- 共同実施団体　日本ワイナリー協会・日本のワインを愛する会

酒販店フェア（試飲会）

》 地域の酒屋（酒のプロ）が地元の酒類の魅力や特色を伝える「酒販店発信」によるキャンペーン

酒販店に併設されている簡易飲食スペース（角打ち等）を活用し、試飲や店主による商品説明を通じ、酒類の理解を深め消費者に購入を促す

- 実施時期　令和２年12月～令和３年２月
- 共同実施団体　全国小売酒販組合中央会等
- 参加店舗数　967店舗

クラフトビール・オンラインフェス

》 クラフトビールの消費回復・拡大と生産地域・周辺産業の活性化を図る取り組み

クラフトビールの魅力を伝えるオンラインによるメーカーと消費者のコミュニケーションイベントを実施し、ECサイト及び料飲店テイクアウトの利用促進を図る

- 実施時期　令和３年１～２月
- 参加メーカー等85社　参加消費者約5,000名
- 共同実施団体　全国地ビール醸造者協議会

Googleマップとの連携

》 全国の酒類製造場の詳細情報をGoogleマイビジネスに登録し、Googleマップ上で表示する

消費者が酒類製造場に関する情報にアクセスしやすい環境を整備して消費者の日本産酒類に対する興味関心を喚起し、日本産酒類の消費回復を図る

- 実施時期　令和３年３月
- 多言語対応（日・英・中）
- 登録場数　約 1,600場　（自社登録を含む）

国税庁　酒類業振興関係予算　【計43.2億円（令和３年度当初予算 30.1億円／令和２年度第３次補正予算 13.1億円）】

「農林水産物･食品の輸出拡大実行戦略」に基づき、日本産酒類の一層の輸出拡大を図るため、海外販路の拡大及び認知度向上等を同時に実現するための輸出促進施策を加速･強化。
更に、ポストコロナの好機を的確に捉え、酒類業構造転換支援等を新たに実施し、国内向け施策と輸出促進施策を両輪として展開。　（※ ○は令和3年度当初予算、◎は令和2年度第3次補正予算）

国内向け施策

酒類業構造転換支援　新規　【3次補正 6.0億円】

◎ 酒類事業者が抱える構造的課題の解決に向けた新規性･先進性のある取組を支援し、ポストコロナに向けた**酒類事業者の経営改革、酒類業界の構造転換**を促進

（補助対象となる取組）
① 商品の差別化による新たなニーズの獲得
② 販売手法の多様化による新たなニーズの獲得
③ ICT技術を活用した、製造･流通の高度化･効率化

輸出促進施策

海外販路拡大に向けた取組　【R3 3.3億円、3次補正 4.0億円】

◎ 消費者の嗜好等を把握するための**市場調査**　拡充
◎ 海外拠点における**コーディネーター**設置･活用　拡充
○ **海外大規模展示会**においてジャパンブースを設置
○ 海外商談会の実施、**海外バイヤーの招へい**
○ 輸出商社･卸と酒類製造者等のマッチング等支援（**日本産酒類輸出促進コンソーシアム**）　拡充
○ 沖縄振興の観点から琉球泡盛等のプロモーション　等

認知度向上等に向けた取組　【R3 10.3億円、3次補正 3.1億円】

○ 海外需要を積極的に取り込み輸出拡大につなげるため、酒類事業者による商品の**ブランド化や酒蔵ツーリズム推進**に係る取組を支援　拡充　新規
○ **地理的表示（GI）シンポジウム**等の開催　拡充
○ ジャパンハウス等を活用した日本産酒類のPR　拡充
○ **海外の酒類専門家の招へい**（酒蔵視察等）　拡充
◎ 日本酒等の**ユネスコ無形文化遺産登録**に向けた調査及び保存･活用体制の整備　新規　等

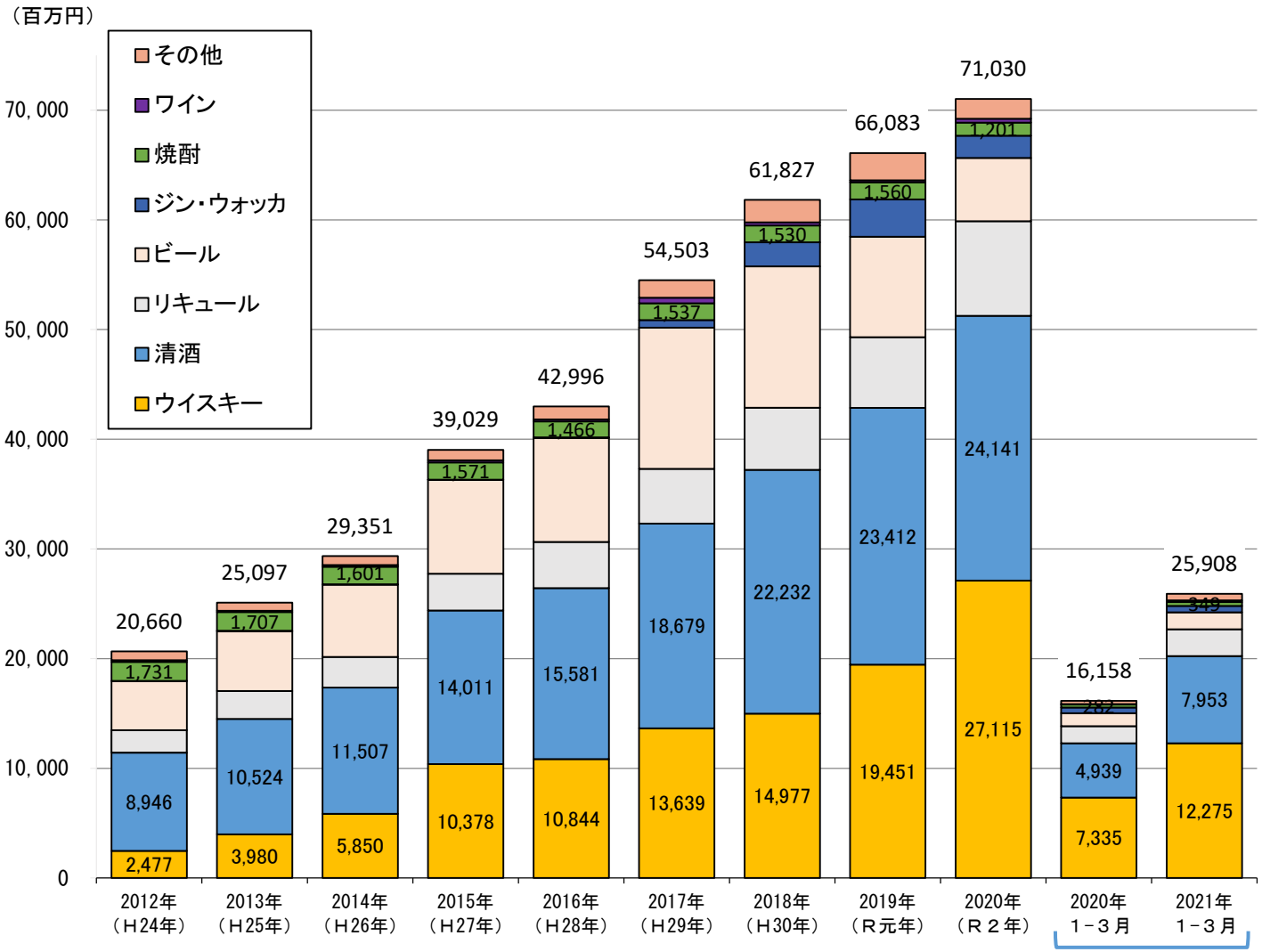
（注）この他に令和3年度予算において、以下を計上。
・ 酒類総合研究所に対する運営費交付金【10.4億円】（ブランド価値向上等に資する研究、国内外への情報発信強化等）
・ 日本酒造組合中央会の國酒振興事業に対する補助金【6.0億円】（イベント等を通じた消費者に対する情報発信、技術継承のための勉強会等）

参考資料

最近の日本産酒類の輸出動向について

（2021年３月時点）

○ 2020年の輸出金額は約710億円（対前年7.5%増）となり、９年連続で過去最高を記録。
○ 2021年１月から３月までの輸出金額は約259億円（対前年同期60.3%増）となり、好調に推移。
○ 品目別にはウイスキーや清酒が、国・地域別には中国やアメリカ、香港が輸出を牽引。



○品目別輸出金額

（単位：百万円）

品　目	2020年	対前年増減率	2021年（1−3月）	対前年同期増減率
ウイスキー	27,115	＋39.4%	12,275	＋67.4%
清酒	24,141	＋3.1%	7,953	＋61.0%
リキュール	8,623	＋33.9%	2,450	＋56.4%
ビール	5,772	▲37.0%	1,538	＋30.8%
ジン・ウォッカ	2,019	▲40.7%	593	＋14.3%
焼酎	1,201	▲23.0%	349	＋23.6%
ワイン	348	＋99.8%	146	＋319.6%
その他	1,811	▲26.9%	604	＋97.3%
合計	71,030	＋7.5%	25,908	＋60.3%

○輸出金額上位10か国・地域

（単位：百万円）

国・地域	2020年	対前年増減率	2021年（1−3月）	対前年同期増減率
中華人民共和国	17,292	＋70.9%	6,633	＋241.0%
アメリカ合衆国	13,840	▲11.6%	6,630	＋34.7%
香港	9,975	＋59.5%	3,058	＋102.9%
台湾	6,541	＋5.5%	2,099	＋45.0%
シンガポール	3,829	＋11.2%	1,383	＋23.7%
オーストラリア	2,617	＋14.2%	1,133	＋52.4%
オランダ	3,062	▲15.1%	1,096	▲23.0%
フランス	3,185	▲7.4%	1,047	＋12.1%
大韓民国	1,919	▲68.8%	444	＋52.6%
ベトナム	1,281	▲33.6%	283	＋65.9%
（参考）EU・英国	7,975	▲12.9%	2,644	▲8.8%

出典：財務省貿易統計

成長戦略実行計画・成長戦略フォローアップ
・令和元年度革新的事業活動に関する実行計画（抄）

（令和元年6月21日
閣　議　決　定）

成長戦略フォローアップ

Ⅰ．Society 5.0 の実現

10．海外の成長市場の取り込み

⑵　新たに講ずべき具体的施策

ⅲ）日本の魅力を活かす施策

②　クールジャパン

・　（中略）在外公館、ジャパン・ハウス、国際交流基金やJETROの活用、日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）による発信、クールジャパン機構の資金供給等をはじめとする関係施策を実施する。（中略）

・　国・地域の特性や嗜好を踏まえた効果的な普及促進、ブランド力の向上、輸出環境の整備、酒類以外の分野との連携等を行い、日本産酒類の一層の輸出拡大やインバウンドの促進を図る。

Ⅲ．人口減少下での地方施策の強化

７．農林水産業全体にわたる改革とスマート農林水産業の実現

⑴　KPIの主な進捗状況

《KPI》2019年に農林水産物・食品の輸出額１兆円を達成する（2012年：4,497億円）
⇒2018年：9,068億円

⑵　新たに講ずべき具体的施策

ⅱ）輸出の促進

・　「農林水産業の輸出力強化戦略」（平成28年５月19日農林水産業・地域の活力創造本部取りまとめ）及び「農林水産物輸出インフラ整備プログラム」（同年11月29日同本部決定）に基づく輸出促進の取組を着実に実行する。

成長戦略実行計画・成長戦略フォローアップ
・令和２年度革新的事業活動に関する実行計画（抄）

（令和2年7月17日 閣議決定）

成長戦略フォローアップ

６．個別分野の取組

⑴　KPIの主な進捗状況

《KPI》農林水産物・食品の輸出額を、2025年までに２兆円、2030年までに５兆円とすることを目指す。（2012年：4,497億円）
⇒2019年：9,121億円

⑵　新たに講ずべき具体的施策

ｖ）農林水産業全体にわたる改革とスマート農林水産業の実現

②　輸出の促進

・　日本産酒類の輸出を促進するため、2020年度中に、海外向けブランド化や酒蔵ツーリズムのモデル事例の構築等を図るとともに、日本酒等のユネスコ無形文化遺産への登録を視野に調査を開始する。

ｘ）海外の成長市場の取り込み

③　日本の魅力を活かす施策

イ）クールジャパン

・　日本産酒類の輸出拡大に向けて、文化的価値の評価や、地理的表示（GI）の活用を含めたブランド化の推進、販路開拓支援、国際的プロモーション、新商品開発への技術支援等を実施するほか、インバウンドとの相乗を図るため、酒蔵ツーリズムを推進する。日本酒等のユネスコ無形文化遺産への登録を視野に調査を2020年度中に開始する。

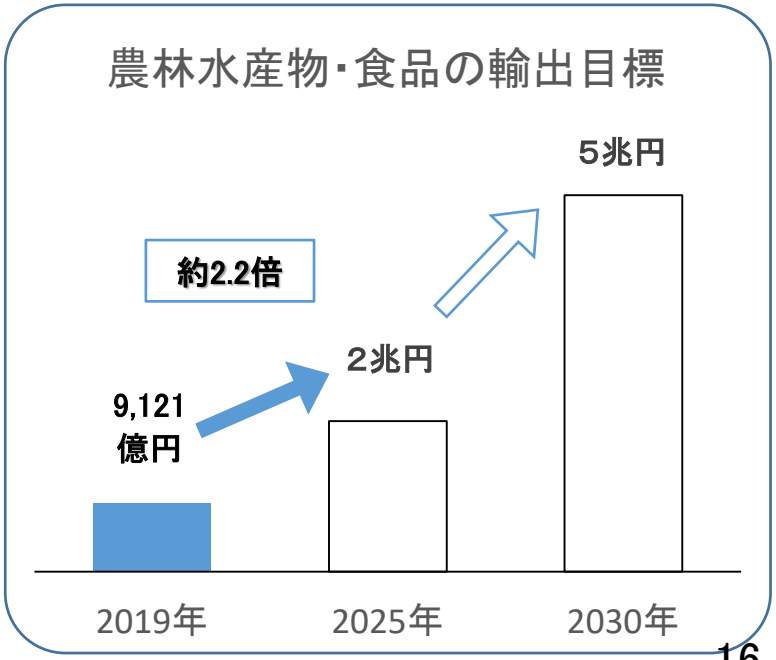
輸出拡大実行戦略（酒類）

令和２年１２月１５日
農林水産業・地域の
活力創造本部決定

○　農林水産物・食品の輸出目標である、「2025年までに2兆円、2030年までに5兆円」の達成に向け、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」（令和2年12月15日 農林水産業・地域の活力創造本部決定）において、酒類については、「清酒」、「ウイスキー」及び「本格焼酎・泡盛」の3品目を重点品目とし、ターゲット国等を定め、更なる輸出拡大に取り組んでいく。

○　この3品目については、農林水産物・食品全体の輸出目標の伸び率（対2019年比約2．2倍）を上回ることを目指す。

重点品目	ターゲット国	2025年目標（2019年）	
清酒	米国、中国、香港、EU・英国、台湾、シンガポール	600億円（234.1億円）	約2.5倍
ウイスキー	EU・英国、米国、中国、台湾	680億円（194.5億円）	約3.5倍
本格焼酎・泡盛	中国、米国、台湾	40億円（15.6億円）	約2.5倍



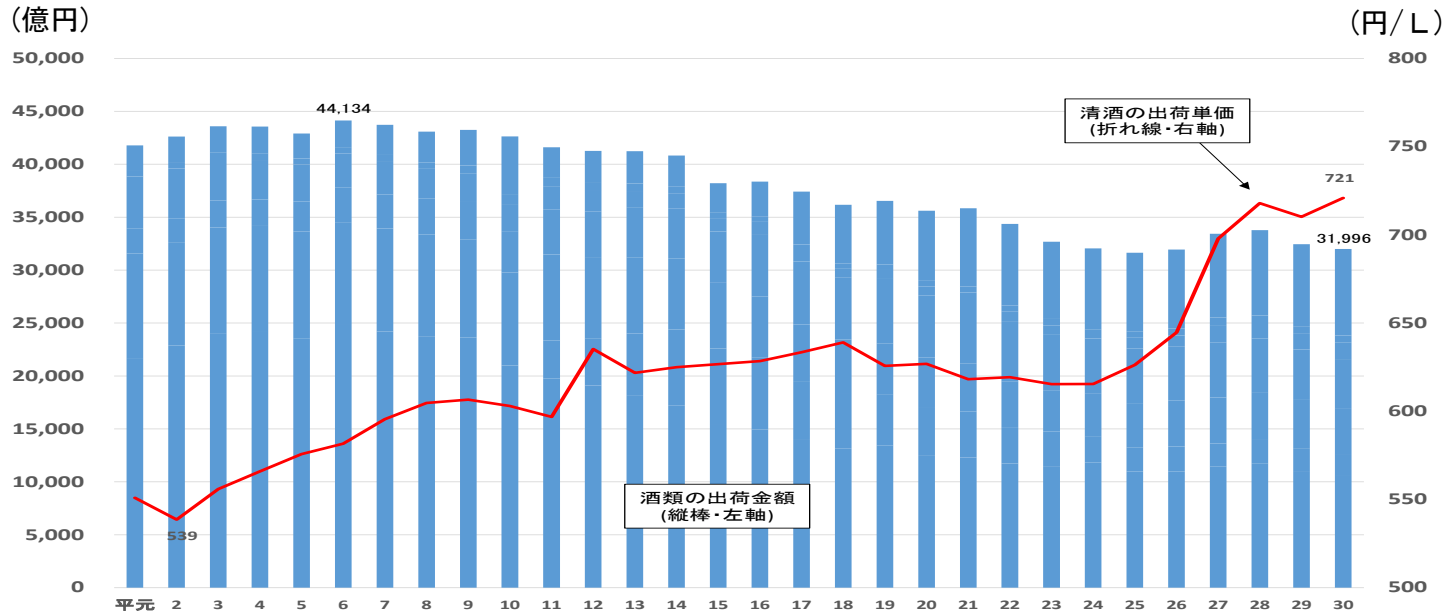
最近の酒類の消費動向

（単位：前年同期比増減率、%）

	2020年													2021年		
	１月	２月	３月	４月	５月	６月	７月	８月	９月	１０月	１１月	１２月	計	１月	２月	３月
家庭消費	+5.2	+12.5	+9.5	+22.5	+26.9	+17.4	+12.2	+11.7	+5.9	+22.1	+14.2	+8.2	+13.6	+15.6	+2.6	▲0.1
飲食店消費	+16.1	+12.3	▲51.9	▲90.0	▲88.0	▲62.5	▲52.6	▲63.6	▲53.3	▲35.9	▲57.2	▲81.7	▲52.7	▲90.8	▲83.8	▲49.9
家庭＋飲食店消費	+9.5	+12.5	▲13.6	▲17.1	▲9.0	▲6.3	▲7.0	▲10.2	▲9.5	+2.9	▲10.2	▲24.1	▲8.1	▲28.8	▲25.5	▲10.6

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

（参考）酒類の出荷金額及び清酒の出荷単価の推移



（注）従業員４人以上の事業所
（出典）経済産業省「工業統計表」より作成

日本酒等のユネスコ無形文化遺産登録に向けた検討

日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会　中間とりまとめ（令和元年12月25日）

※日本酒の輸出拡大やブランディング推進などの検討を行う国税庁の有識者会議（文化庁もオブザーバー出席）

ユネスコ無形文化遺産への登録【文化庁、国税庁】
「稼ぐ文化」の柱の一つとして、日本酒等のユネスコ無形文化遺産への登録に向け、検討を開始する。

成長戦略フォローアップ（令和２年７月17日閣議決定）

日本酒等のユネスコ無形文化遺産への登録を視野に調査を2020年度中に開始する。

菅総理大臣施政方針演説（令和３年１月18日第204回通常国会）

日本酒、焼酎などの文化資源について、ユネスコ無形文化遺産への登録を目指します。

文化庁が行う醸造技術などの調査に協力し、「日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術の保存会」等とも連携して、令和２年度第３次補正予算による調査及び保存・活用体制の整備に取り組み、登録に向けた検討を加速する。

（参考）食文化振興の動き

平成25年 「和食；日本人の伝統的な食文化」のユネスコ無形文化遺産への登録
令和2年4月　文化庁参事官（食文化担当）設置
食文化の基本政策をとりまとめるとともに、地域活性化に資する食文化振興や、海外への食文化発信に、関係省庁と連携して取り組む。

ユネスコ無形文化遺産登録に向けた国税庁の取組等

令和２年度第３次補正予算による取組（案）

1　醸造技術等の外部委託調査

国税庁では、ユネスコ登録に向けた検討等に資するため、以下の外部委託調査を実施予定

○ 日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術に係る歴史や理念（芸術性等）を調査するための文献調査、及び複数の杜氏等に対するヒアリング調査（令和３年４月～７月（予定））

○ 海外におけるこうじ菌を使った酒造り、及びユネスコ無形文化遺産に登録されている酒類等についての文献調査

2　機運醸成事業

ユネスコ無形文化遺産登録に向けた機運を醸成するため、ポスター、リーフレット等の作成や「日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術の保存会」等とも連携した効果的な事業を実施予定

※機運醸成に向けた取組は今後も継続的に実施する予定

（参考１）担い手団体の設立

○ ユネスコ無形文化遺産登録に向け、日本酒、焼酎等の日本の伝統的な酒造り技術の担い手を特定し、当該技術の保護措置・継承の検討・実施を目的とした「日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術の保存会」が令和３年４月16日に設立。

（参考２）文化庁との取組

○ 無形文化財及び無形の民俗文化財の登録制度を新設し、食文化を含む幅広い文化財の保存・活用を図る改正文化財保護法が令和3年４月16日に成立したことから、文化庁と協力し、早期に日本酒・焼酎等の醸造技術について、登録を目指す。