

事業番号 2022 - 財務 - 21 - 0003											
令和4年度行政事業レビューシート（財務省）											
事業名	諸外国の税制に関する調査				担当部局庁	主税局			作成責任者		
事業開始年度	平成7年度	事業終了 (予定) 年度	終了予定なし		担当課室	調査課			調査課長 河本 光博		
会計区分	一般会計										
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	財務省設置法第4条第16号 財務省組織令第32条第1号				関係する 計画、通知等	-					
主要政策・施策	-				主要経費	その他の事項経費					
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	経済のグローバル化への対応等が課題となる中で、諸外国が税制面でどのような制度を導入しており、またその実態がどのようになっているかを調査し、我が国の制度と比較検討を行うことで、我が国の税制の特徴を把握し、今後の税制の制度設計に資することを目的としている。										
事業概要 (5行程度以内。別添可)	直近3年度において、令和元年度は「諸外国における連結納税制度及び適用実態に関する調査」、「米国及び韓国におけるギャンブル収益に対する課税に関する調査」、令和2年度は「配当に対する二重課税調整及び株式の譲渡損益に対する課税に関する調査」、令和3年度は「諸外国における源泉徴収・年末調整の状況等に関する調査」、「各国の法人税における中小法人税制の実態把握等に関する調査」を税理士法人等に委託した。当該事業を執行する者については、外国語に習熟しかつ税制に関する専門知識を有する者である必要があることから、一定の質を担保しつつ調達金額を抑えるため、一般競争入札（総合評価方式）等により、組織や業務従事者の経験・能力等を総合的に勘案し委託先を決定している。なお、落札率については、同種の他の契約の予定価格を類推させるおそれがあることから記載していない。										
実施方法	直接実施、委託・請負										
予算額・執行額 (単位:百万円)			令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度要求				
	予算 の 状 況	当初予算	26	26	26	25	25				
		補正予算	-	-	-	-					
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-				
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-					
		予備費等	-	-	-	-					
	計		26	26	26	25	25				
	執行額		24	19	16						
	執行率（％）		92%	73%	62%						
	当初予算＋補正予算に対する執行額の割合（％）		92%	73%	62%						
令和4・5年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目		令和4年度当初予算	令和5年度要求	主な増減理由						
	庁費		25	25							
	計		25	25							
活動内容 (アクティビティ)	今後の税制の制度設計に資することを目的として、諸外国の税制の調査について、外国語に習熟しかつ税制に関する専門知識を有する者に委託する。										
活動目標及び活動実績 (アウトプット)	活動目標		活動指標			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込
	委託調査の実施		委託調査の実施件数		活動実績	件	2	1	2	-	-
					当初見込み	件	2	2	2	2	2
単位当たり コスト	算出根拠				単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込		
	執行額／実施件数			単位当たり コスト	百万円	12	19	8	13		
				計算式	百万円/ 件	24/2	19/1	16/2	25/2		
成果目標及び成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標		成果指標			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 4 年度
	実施した委託調査のうち、税制の企画立案に活用された調査の割合を100%とする。		実施した委託調査のうち、税制の企画立案に活用された調査の割合 (＝活用された調査の件数／実施件数)		成果実績	％	100	100	100	-	-
					目標値	％	100	100	100	-	100
					達成度	％	100	100	100	-	-
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	-										

政策評価、新経済・財政再生計画との関係	政策評価	政策	政策目標2:適正かつ公平な課税の実現					
		施策	政策目標2-1:経済の好循環を確実なものとするための税制の着実な実施、我が国の経済社会の構造変化及び喫緊の課題に応えるための税制の検討並びに税制についての広報の充実			政策評価書URL	https://www.mof.go.jp/about_mof/policy_evaluation/mof/fy2021/evaluation/2/2021hyouka08.pdf https://www.mof.go.jp/about_mof/policy_evaluation/mof/fy2022/analysis/2/022bunnseki08.pdf	
			該当箇所	p.31～p.33				
	新経済・財政再生計画改革工程表2021	取組事項	分野:	-		-		
(新経済・財政再生計画改革工程表 2021)URL:			-					
該当箇所			-					

事業所管部局による点検・改善									
	項 目					評 価	評価に関する説明		
国費投入の必要性	事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。					○	今後の税制の制度設計に資することを目的としており、国民や社会のニーズを的確に反映している。		
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。					○	今後の税制の制度設計に資することを目的としているため、国が実施すべき事業である。		
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。					○	税制の企画立案には、諸外国の制度との比較検討を行うことが必要かつ適切である。また、今後の税制の制度設計に資することを目的としているため、優先度の高い事業である。		
事業の効率性	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。					○	原則として、一般競争入札(総合評価方式)により委託先を決定している。		
	一般競争契約、指名競争契約又は随意契約(企画競争)による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。					有	なお、一者応札となった案件については、入札に参加しなかった業者から「体制・要員の確保が困難であり辞退」等の意見があった。今後は、余裕を持った調査実施期間の設定や調査実施時期の柔軟化等に努め、改善を図る。		
	競争性のない随意契約となったものはないか。					無			
	受益者との負担関係は妥当であるか。					○	妥当である。		
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。					○	妥当である。		
	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。					○	合理的である。		
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。					○	真に必要なものに限定されている。		
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)					-	-		
繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)					-	-			
事業の有効性	その他コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。					○	原則として、一般競争入札(総合評価方式)により委託先を決定している。		
	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。					○	成果実績は成果目標に見合ったものとなっている。		
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。					○	一般競争入札(総合評価方式)の実施により、低コストで実施できている。		
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。					○	活動実績は見込みに見合ったものである。		
関連事業	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。					○	調査成果物は、今後の税制改正に係る検討を行うために必要な資料となっている。		
	関連する事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。(役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載)					-			
	事業番号			事業名					

点検・改善結果	点検結果	・本事業は、諸外国の制度との比較検討により今後の税制の制度設計に資することを目的としているが、諸外国の制度を比較検討する際には、制度の適用実態に関する調査等、職員による実施が困難な調査が必要な場合がある。このような案件については外部に委託しなければ調査が困難であることから、「国費投入の必要性」は十分に確保されている。 ・「事業の効率性」については、原則として一般競争入札(総合評価方式)により委託先を決定しているものの、委託先となり得る業者の一般的な繁忙期と調査時期の重複、調査期間等の事情により、一者応札も生じていることから、経費の効率化に今後も改善の余地がある。他方、調査内容については、職員による実施が困難なものに限定することで、効率的な執行を行っている。 ・「事業の有効性」については、調査の実施状況について委託先に対して随時確認を行うこと、契約終了時に提出された成果物が仕様書の基準を満たすものであるか厳しくチェックを行うこと等により、十分に確保されている。また、調査案件は今後の検討の必要性を踏まえて選定されており、成果物は、今後の税制改正に係る検討を行うための資料として活用されている。							
	改善の方向性	・入札に当たっては、一者応札とならないよう、余裕を持った調査実施期間の設定や実施時期の柔軟化等に努め、改善を図る。調査の実施状況に関する確認や成果物が仕様書の基準を満たすものであるかをより厳しくチェックすること及び速やかな入札に向けた事務手続きの実施等に努めることにより、引き続き効率的・効果的な予算執行に努める。							

外部有識者の所見				
外部有識者による点検対象外である。				
行政事業レビュー推進チームの所見				
事業内容の一部改善	調査結果について更なる有効活用に努めるとともに、引き続き一者応札を避けるべく取り組み、調査実施期間の十分な確保に努める。			
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況				
執行等改善	引き続き調査対象の精査、調査開始後委託先事業者とのやりとりの緊密化の取組を徹底することで、調査結果の更なる有効活用や調査の質の向上に努めると同時に、予定している調査の効率的な執行を行う観点から、競争性を確保すべく、委託先となりうる業者の一般的な繁忙期を勘案した調査時期の柔軟化や、公告期間の延長等の執行面での取組に努める。			
備考				
関連する過去のレビューシートの事業番号				
平成23年度	11			
平成24年度	12			
平成25年度	5			
平成26年度	5			
平成27年度	4			
平成28年度	3			
平成29年度	3			
平成30年度	4			
令和元年度	財務省 - 0003			
令和2年度	財務省 0004			
令和3年度	2021 財務 20 0001			
資金の流れ (資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する) (単位：百万円)	※令和3年度実績を記入。執行実績がない新規事業、新規要求事業については現時点で予定やイメージを記入。			
	財務省 16百万円 〔委託調査を実施する事業者 に資金を支出〕 【一般競争入札(総合評価)】 A. ワールドインテリジェンス パートナーズジャパン株式会社 8百万円 〔「諸外国における源泉徴収・ 年末調整の状況等に関する 調査」の実施〕 【一般競争入札(総合評価)】 B. EY税理士法人 8百万円 〔「各国の法人税における中小 法人税制の実態把握等に関 する調査」の実施〕			

費目・使途 (「資金の流れ」に おいてブロックご とに最大の金額 が支出されている 者について記載 する。費目と使途 の双方で実情が 分かるように記 載)	A.ワールドインテリジェンスパートナーズジャパン株 式会社			B.EY税理士法人		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	雑役務費	諸外国の税制に関する調査	8	雑役務費	諸外国の税制に関する調査	8
	計		8	計		8

支出先上位10者リスト

A.

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	ワールドインテリジェ ンスパートナーズ ジャパン株式会社	2010001113277	諸外国の税制に関する調 査	8	一般競争契約 (総合評価)	1		

B

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	EY税理士法人	5010005006053	諸外国の税制に関する調 査	8	一般競争契約 (総合評価)	2		

(注) 落札率については、同種の他の契約の予定価格を類推されるおそれがあるため記載していない。

国庫債務負担行為等による契約先上位10者リスト

	ブロック 名	契 約 先	法 人 番 号	業 務 概 要	契約額 (百万円)	契約方式	入札者数 (応募者 数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (契約額10億円以上)
1		-	-	-	-		-	-	

事業番号 2022 - 財務 - 21 - 0004											
令和4年度行政事業レビューシート（財務省）											
事業名	国税庁の広報活動経費				担当部局庁	国税庁			作成責任者		
事業開始年度	昭和24年度	事業終了 (予定) 年度	終了予定なし		担当課室	広報広聴室			広報広聴室長 児島 範昭		
会計区分	一般会計										
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	財務省組織令第89条				関係する 計画、通知等	-					
主要政策・施策	子ども・若者育成支援				主要経費	その他の事項経費					
事業の目的 (目指す姿を簡 潔に。3行程度以 内)	納税者に自発的かつ適正に申告・納税していただくため、申告・納税に関する法令解釈や事務手続などについて、分かりやすくて確な周知・広報を行う。										
事業概要 (5行程度以内。 別添可)	・国民に租税の意義・役割についての理解や税務行政に対する信頼を高めてもらうことを目的とした税の啓発活動の実施 ・適正な申告及び納税を目的とした申告・納税手続に関する情報提供の実施										
実施方法	直接実施										
予算額・ 執行額 (単位:百万円)			令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度要求				
	予算 の 状 況	当初予算	459	450	443	441	437				
		補正予算	-	1,258	-	-					
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-				
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-					
		予備費等	208	238	-	-					
	計		667	1,946	443	441	437				
	執行額		577	1,946	372						
	執行率 (%)		87%	100%	84%						
	当初予算+補正予算に対す る執行額の割合 (%)		126%	114%	84%						
令和4・5年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目		令和4年度当初予算	令和5年度要求	主な増減理由						
	税務特別庁費		406	402	【令和元年度から令和2年度】 ・確定申告期限延長及び納税の猶予制度に係る「申告・納税手続に関 する情報提供経費」の増加(補正予算)						
	褒章品費		31	31							
	諸謝金		4	4							
	計		441	437							
活動内容 (アクティビ ティ)	・申告納税制度の下、「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」するため、納税者に対する確定申告に関する情報提供の実施										
活動目標及び 活動実績 (アウトプット)	活動目標		活動指標			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込
	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		確定申告期におけるテレ ビCMの延べ視聴率		活動実績	GRP	16,640	90,240	18,240	-	-
					当初見込み	GRP	12,800	26,240	13,440	15,680	16,000
単位当たり コスト	算出根拠				単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込		
	テレビCM放送料(円)／ テレビCM延べ視聴率(GRP)			単位当たり コスト	円	6,477	4,289.3	4,097.4	4,950		
				計算式	放送料 /延べ視聴 率	107,778,000/16,640	387,070,707/90,240	74,735,897/18,240	77,616,000/15,680		
活動目標及び 活動実績 (アウトプット)	活動目標		活動指標			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込
	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		確定申告期におけるイン ターネット広告のクリック数		活動実績	クリック	3,720,865	7,469,052	4,105,861	-	-
					当初見込み	クリック	2,750,000	4,675,000	2,750,000	2,887,500	3,000,000

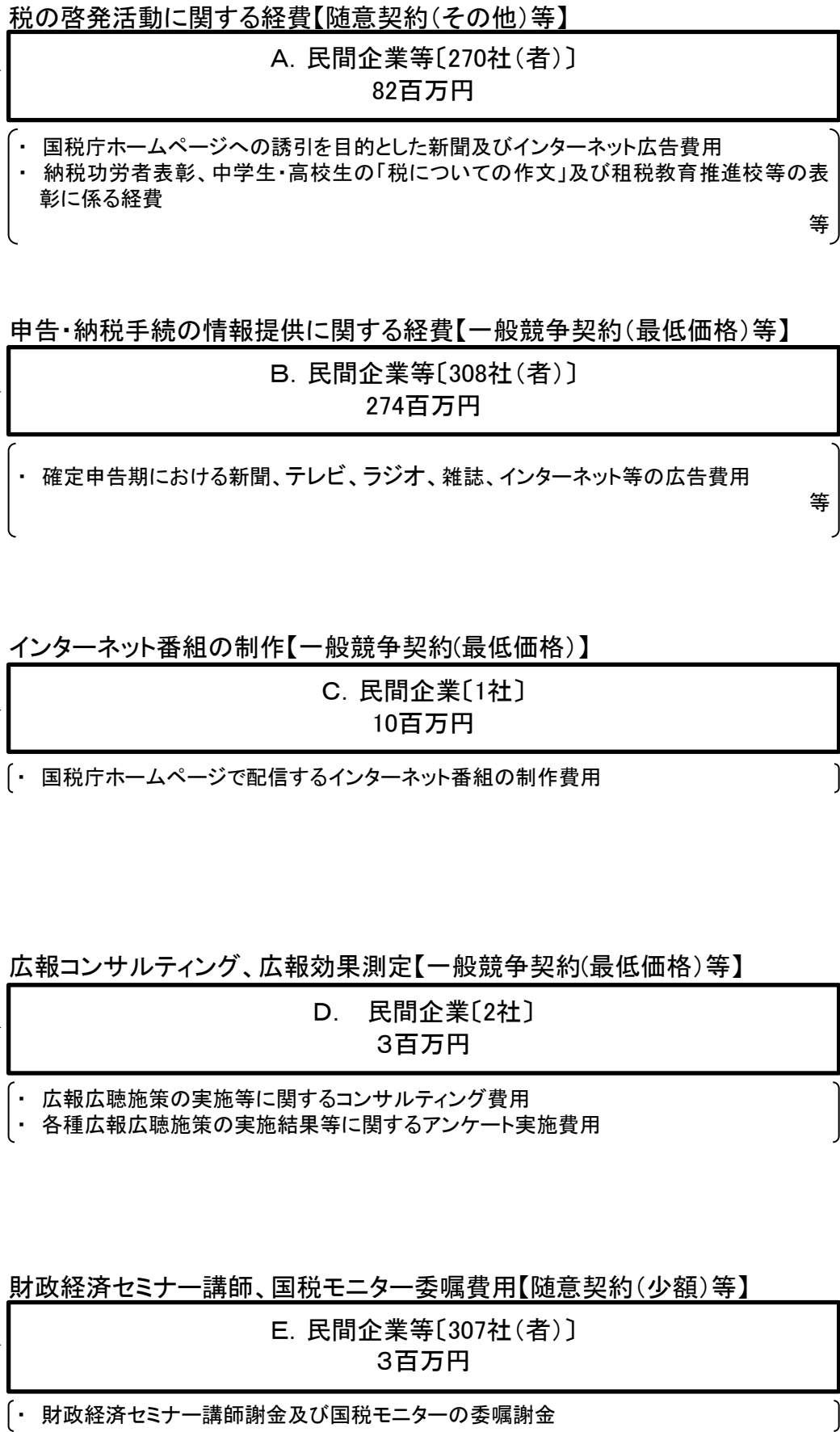
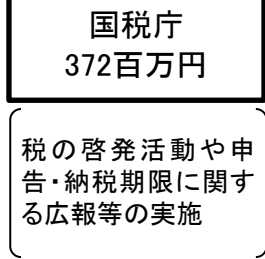
単位当たりコスト			算出根拠			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込			
			インターネット広告料(円)／ 国税庁ホームページ誘引数(クリック数)		単位当たりコスト	円	13.3	12.9	10.6	14.8			
					計算式	広告料／ クリック数	49,434,000／3,720,865	96,030,000／7,469,052	43,340,000／4,105,861	42,768,000／2,887,500			
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 －年度	目標最終年度 4年度		
			納税者の視点に立った情報提供に努めるため、国税の広報全般に対する評価の向上を図る。	税務署来署者に対して、国税の情報提供に関する取組についてのアンケート調査を実施し、5段階評価で上位2評価を得た割合	成果実績	%	80.2	79.1	81.4	－	－		
					目標値	%	80	80	80	－	80		
					達成度	%	100	99	100	－	－		
根拠として用いた統計・データ名 (出典)			「令和3事務年度国税庁実績評価書」(予定)										
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 －年度	目標最終年度 4年度		
			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ため、確定申告の広報活動に対する評価の向上を図る。	税務署来署者に対して、確定申告広報についてのアンケート調査を実施し、3段階評価で上位2評価を得た割合	成果実績	%	－	－	97.2	－	－		
					目標値	%	－	－	85	－	90		
					達成度	%	－	－	100	－	－		
根拠として用いた統計・データ名 (出典)			「令和3事務年度国税庁実績評価書」(予定)										
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 －年度	目標最終年度 4年度		
			租税教育を充実させるため、租税教育の取組に対する評価の向上を図る。	租税教室等を受けた児童・生徒等に対して、租税教育に関するアンケート調査を実施し、4段階評価で上位2評価を得た割合	成果実績	%	98.2	97.1	97.7	－	－		
					目標値	%	80	85	85	－	90		
					達成度	%	100	100	100	－	－		
根拠として用いた統計・データ名 (出典)			「令和3事務年度国税庁実績評価書」(予定)										
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 －年度	目標最終年度 4年度		
			納税者の利便性向上及び行政事務の効率化のため、所得税等の確定申告におけるオンライン申告割合の向上を図る。	所得税の申告等総件数のうち、e-Taxを利用して行ったものの件数(e-Tax利用件数)が占める割合	成果実績	%	47.5	55.2	59.2	－	－		
					目標値	%	－	－	60	－	65		
					達成度	%	－	－	－	－	－		
根拠として用いた統計・データ名 (出典)			「令和3事務年度国税庁実績評価書」(予定)										
成果目標及び成果実績(アウトカム)欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙1】に記載										チェック	☒		
政策評価、 新経済・ 財政再生計画との 関係	政策評価	政策	※国税庁においては、中央省庁等改革基本法に基づき「実績評価」を実施しており、政策評価欄に記載すべき、「行政機関が行う政策の評価に関する法律」における「政策評価」は実施していないため、記載すべき事項がありません。										
		施策		政策評価書URL	－								
				該当箇所	－								
	2021 新経済・ 財政再生計画 取組事項	計画改革工程表	新経済・財政再生計画	分野：	－	－							
				(新経済・財政再生計画改革工程表 2021)URL：	－								
			該当箇所	－									

事業所管部局による点検・改善													
		項 目				評 価	評価に関する説明						
国費投入の必要性			事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。				○	申告納税制度の下、納税者自ら適正な申告・納税を行うためには、申告期限や税務手続等の税情報及び税の役割や国税庁の取組等、納税意識の向上に資する情報の提供が不可欠となる。国税庁の広報活動は、納税者が適正な申告・納税を行うために必要な情報を提供する事業であり、国民のニーズを的確に反映するものである。					
			地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。				○	国税の広報活動は、申告納税制度の下、納税者自ら適正な申告・納税を行うために必要な手続等の周知等を行うものであり、国が主体となって実施する必要がある。 なお、広報媒体の制作・実施など、民間に委託できる分野は委託している。					
			政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。				○	内国税の適正かつ公平な賦課及び徴収のため、申告納税制度の下、納税者自ら適正な申告・納税を行うために必要な手続等の周知等を行うものであり、必要かつ適切な事業である。					
事業の効率性			競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。				○	各種施策の調達に当たっては、原則として一般競争入札を行い、支出先を適正に選定するとともに、複数の者が入札に参加できるよう仕様を工夫するなどし、競争性の確保及びコスト削減に努めている。					
			一般競争契約、指名競争契約又は随意契約（企画競争）による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。				無						
			競争性のない随意契約となったものはないか。				無						
			受益者との負担関係は妥当であるか。				-	-					
			単位当たりコスト等の水準は妥当か。				○	テレビCMやインターネット広告にかかるコストは、広告展開の規模や内容により変動するが、調達に当たっては、競争性を確保するとともに、効果測定結果等を踏まえ毎年実施内容を見直すなど、効率的な予算執行に努めている。					
			資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。				-	-					
			費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。				○	真に必要な契約に限定し、不要な契約は行っていない。					
			不用率が大きい場合、その理由は妥当か。（理由を右に記載）				○	競争入札等を実施した結果、契約価格が予定を下回ったこと等によるものである。					
		繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。（理由を右に記載）				-	-						
		その他コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。				○	国税局・税務署で活用する広報素材について、国税庁において一括して制作するほか、無償の広報施策を積極的に取り入れるなどによりコスト削減等に努めている。						
事業の有効性			成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。				○	概ね目標を上回る見込みである。					
			事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。				○	他の手段・方法（政府広報等）については、実施の有無及びその内容に不確定な要素が大きく、それらのみでは事業目的の達成が困難となることから、当事業において、確実に効果的に広報を実施しているところである。					
			活動実績は見込みに見合ったものであるか。				○	概ね見込みに見合った数値となっている。					
			整備された施設や成果物は十分に活用されているか。				○	国税庁で制作した成果物については、国税局・税務署においても活用している。					
関連事業			関連する事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。（役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載）				○	政府広報に対しては、必要に応じて新聞、テレビ、ラジオ、インターネット等への広告掲載等を働きかけているが、広報の依頼に当たっては、当事業において実施する広報媒体等と重複しないようにするなど、適切に役割分担を行っている。					
	事業番号					事業名							
	2022	府	21	0002		放送諸費							
	2022	府	21	0003		出版諸費							
	2022	府	21	0004		事業諸費							
	2022	府	21	0005		政府広報ホームページ事業諸費							
点検・改善結果	点検結果		上記のとおり、「国費投入の必要性」「事業の効率性」「事業の有効性」の観点から、適切に予算を執行しているところであるが、引き続き、効果検証等を基に施策の必要性等を不断に見直し、改善に取り組む。										
	改善の方向性		広報広聴施策の実施に当たっては、引き続き、納税者等のニーズの把握や施策の必要性・効果の検証を行い、効果の高い媒体、手段等への「選択と集中」を行い、限られた予算の中で効果的・効率的な広報に努める。										

外部有識者の所見				
外部有識者による点検対象外である。				
行政事業レビュー推進チームの所見				
事業内容の一部改善の	引き続き、納税意識の向上に向けて、関係省庁との連携を含め、効果的な租税教育のあり方等を検討し、租税教育の更なる充実に努めるとともに、納税者に自発的かつ適正な申告・納税を啓発するため、納税者からのアンケートやICTも活用する等、効果的な広報媒体の選択に努める。			
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況				
縮減	納税者からのアンケート等から納税者のニーズを勘案し、地域性を考慮した広報媒体（車内吊りポスター掲示、駅貼広告、横断幕・懸垂幕広報など）の縮小、全国一律の広報媒体（テレビCM）の拡大など、より効果的な広報媒体の選択を行った。（反映額：3百万円）			
備考				
関連する過去のレビューシートの事業番号				
平成23年度	40			
平成24年度	2			
平成25年度	6			
平成26年度	6			
平成27年度	5			
平成28年度	4			
平成29年度	4			
平成30年度	5			
令和元年度	財務省 - 0004			
令和2年度	財務省 0005			
令和3年度	2021 財務 20 0002			

※令和3年度実績を記入。執行実績がない新規事業、新規要求事業については現時点で予定やイメージを記入。

資金の流れ
(資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する)
(単位: 百万円)



費目・使途 (「資金の流れ」に おいてブロックご とに最大の金額 が支出されている 者について記載 する。費目と使途 の双方で実情が 分かるように記 載)	A.株式会社総合キャリアオプション			B.株式会社大広		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	雑役務費	作文審査に係る経費	20	雑役務費	令和3年分確定申告に係るテレビCMの実施に係る経費	75
				雑役務費	令和3年分確定申告に係る新聞広告の実施に係る経費	55
	計		20	計		130
	C.株式会社綜研情報工芸			D.株式会社ネオマーケティング		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	雑役務費	国税庁ホームページで配信するインターネット番組の制作に係る経費	10	雑役務費	広報効果測定(インターネットアンケート)に係る経費	2
	計		10	計		2
	E.有限会社斎藤オフィス			F.		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	諸謝金	財政経済セミナー講師への謝金	0.2			
	計		0.2	計		0

支出先上位10者リスト

A.

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社総合キャリアオプション	3011001037077	作文審査の委託	20	随意契約(その他)	－		
2	株式会社アドフロンテ	3010401047520	税を考える週間に係るインターネット広告の実施	10	一般競争契約(最低価格)	11		
3	株式会社三陽堂	1010901004980	作文表彰副賞費	5	一般競争契約(最低価格)	3		
4	株式会社三陽堂	1010901004980	作文表彰副賞費	3	一般競争契約(最低価格)	2		
5	合資会社安井商店	5010003005081	納税功労者表彰副賞費	3	随意契約(企画競争)	3		
6	合資会社安井商店	5010003005081	納税功労者表彰副賞費	1	随意契約(少額)	－		
7	株式会社セイワビジネス	2011102026087	作文表彰副賞費	4	一般競争契約(最低価格)	3		
8	日本郵便株式会社	1010001112577	租税教育に関するアンケート等の郵送費用	3	随意契約(その他)	－		
9	有限会社シモザキ商事	7010002020880	租税教育推進校等表彰副賞費	3	一般競争契約(最低価格)	2		
10	株式会社東武百貨店	5013301008549	納税功労者表彰副賞費	2	一般競争契約(最低価格)	2		
11	アインズ株式会社	2160001010617	租税教育用補助教材発送費	1	一般競争契約(最低価格)	4		
12	株式会社日興商会	1140001050558	租税教育に使用する事務用消耗品等の購入費用	0.7	随意契約(少額)	－		
13	株式会社日興商会	1140001050558	納税功労者表彰副賞費	0.6	随意契約(少額)	－		
14	株式会社日興商会	1140001050558	租税教育に使用する事務用消耗品等の購入費用	0	随意契約(少額)	－		

B

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社大広	3120001056530	令和3年分確定申告に係るテレビCMの実施	75	一般競争契約(最低価格)	4		
2	株式会社大広	3120001056530	令和3年分確定申告に係る新聞広告の実施	55	随意契約(その他)	－		
3	株式会社サイバーエージェント	4011001034156	令和3年分確定申告に係るインターネット広告の実施	43	一般競争契約(最低価格)	7		
4	協立広告株式会社	4011101005503	令和3年分確定申告に係る車内広告の実施	9	一般競争契約(最低価格)	7		
5	株式会社富士広	3290001016360	令和3年分確定申告に係るラジオCM等の実施	4	一般競争契約(最低価格)	2		

6	株式会社富士広	3290001016360	令和3年分確定申告に係る 車内広告等の実施	4	一般競争契約 (最低価格)	2		
7	株式会社富士広	3290001016360	令和3年分確定申告に係る 駅貼広告の実施	0.4	随意契約(少 額)	－		
8	株式会社富士広	3290001016360	令和3年分確定申告に係る 横断幕等広告の実施	0.1	随意契約(少 額)	－		
9	株式会社近宣	8120001063233	令和3年分確定申告に係る 車内広告等の実施	3	一般競争契約 (最低価格)	5		
10	株式会社近宣	8120001063233	令和3年分確定申告に係る 駅貼広告等の実施	2	一般競争契約 (最低価格)	4		
11	株式会社近宣	8120001063233	令和3年分確定申告に係る 車内広告の実施	0	随意契約(少 額)	－		
12	株式会社中央廣告	2180001026132	令和3年分確定申告に係る 駅貼広告の実施	5	一般競争契約 (最低価格)	3		
13	株式会社中央廣告	2180001026132	令和3年分確定申告に係る 駅貼広告の実施	0.1	随意契約(少 額)	－		
14	株式会社JR西日本 コミュニケーションズ	8120001064792	令和3年分確定申告に係る 車内広告等の実施	4	一般競争契約 (最低価格)	5		
15	株式会社JR西日本 コミュニケーションズ	8120001064792	令和3年分確定申告に係る 駅貼広告等の実施	0.5	随意契約(少 額)	－		
16	株式会社東海アド エージェンシー	4180001038489	令和3年分確定申告に係る 車内広告の実施	2	一般競争契約 (最低価格)	3		
17	株式会社東海アド エージェンシー	4180001038489	令和3年分確定申告に係る ラジオCMの実施	2	一般競争契約 (最低価格)	2		
18	株式会社河北アド・ センター	8370001007603	令和3年分確定申告に係る ラジオCM等の実施	3	一般競争契約 (最低価格)	3		
19	株式会社NKB Y's	7020001032133	令和3年分確定申告に係る 駅貼広告の実施	3	一般競争契約 (最低価格)	7		

C

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社綜研情報 工芸	6010401053722	国税庁ホームページで配 信するインターネット番組 の制作	10	一般競争契約 (最低価格)	2		

D

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社ネオマーケ ティング	4011001046358	広報効果測定(インター ネットアンケート)	2	随意契約 (その他)	－		
2	公益社団法人日本 広報協会	8011105005388	広報コンサルティング	0.5	随意契約(少 額)	－		

E

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	有限会社斎藤オフィ ス	7010402028549	財政経済セミナー講師への 謝金	0.2	随意契約(少 額)			
2	個人A	－	財政経済セミナー講師への 謝金	0.2	随意契約(少 額)			
3	個人B	－	財政経済セミナー講師への 謝金	0	その他			
4	個人C	－	国税モニターへの謝金(ほ か304件同内容)	3	その他			

(注)落札率については、同種の他の契約の予定価格を類推されるおそれがあるため記載していない。

国庫債務負担行為等による契約先上位10者リスト

	ブロック 名	契 約 先	法 人 番 号	業 務 概 要	契約額 (百万円)	契約方式	入札者数 (応募者 数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (契約額10億円以上)
1		－	－	－	－		－	－	

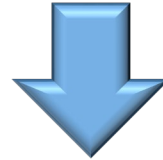
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標	目標最終年度
	納税者の利便性向上及び行政事務の効率化のため、所得税等の確定申告におけるオンライン申告割合の向上を図る。	「確定申告書等作成コーナー」を利用して、自宅等又は確定申告会場から所得税等の申告書をe-Tax又は書面で提出した人員のうち、自宅等からe-Taxにより提出した人員の割合	成果実績	千人	18.6	27.8	36	－	－
			目標値	千人	－	－	－	－	43
			達成度	%	－	－	－	－	－
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	「令和4事務年度国税庁実績評価実施計画及び事前分析表」								

国税庁の広報活動経費

(令和3年度予算額)
〔443百万円〕

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ための広報活動経費

具体的な取組



(令和3年度執行額)
〔372百万円〕

〔82百万円〕

税の啓発活動経費

- 租税教育
- 税を考える週間の実施
- 納税功労者表彰

〔284百万円〕

申告・納税手続に関する情報提供経費

- 確定申告期広報
- 納税の猶予制度の広報
- インターネット番組の制作

〔6百万円〕

効果測定等経費

- インターネットアンケート
- 広報コンサルティング
- 国税モニター

事業番号 2022 - 財務 - 21 - 0005											
令和4年度行政事業レビューシート（財務省）											
事業名	電話相談センター運営経費			担当部局庁	国税庁			作成責任者			
事業開始年度	平成18年度	事業終了 (予定) 年度	終了予定なし	担当課室	税務相談官			主任税務相談官 佐藤 哲也			
会計区分	一般会計										
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	-			関係する 計画、通知等	国税関係業務の業務・システム最適化計画						
主要政策・施策	-			主要経費	その他の事項経費						
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	納税者から寄せられる一般的な税に関する相談等について、限られた人員で、より多くの相談に迅速かつ的確に対応するため、電話相談センターに配置された担当者が集中的に受け付けることにより、納税者利便の向上及び税務相談事務の効率化を図る。										
事業概要 (5行程度以内。別添可)	電話相談センターでは、効率的な相談対応のために以下のシステムを構築している。 1. 税務署にかけられた電話を、自動音声案内により一般的な相談(電話相談センター)と税務署に対する照会とに振り分ける。 2. 担当者が税目別に対応することで相談時間の短縮を図る。 3. 相談の過程で税務署に対する照会が必要であると判明した場合には、税務署に転送する。										
実施方法	直接実施										
予算額・執行額 (単位:百万円)			令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度要求				
	予算 の 状 況	当初予算	471	578	431	379	402				
		補正予算	-	3	-	-					
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-				
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-					
		予備費等	-	-	-	-					
	計		471	581	431	379	402				
	執行額		399	525	431						
	執行率 (%)		85%	90%	100%						
	当初予算+補正予算に対する執行額の割合 (%)		85%	90%	100%						
令和4・5年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目		令和4年度当初予算	令和5年度要求	主な増減理由						
	税務特別庁費		379	402	【令和2年度から令和3年度】 ・電話相談機器のリプレイス費用の予算減						
	計		379	402	【令和4年度から令和5年度】 ・「相談専用ダイヤルの導入」 23百万円						
活動内容 (アクティビティ)	納税者から寄せられた電話による税務相談について、電話相談センター職員が対応する。										
活動目標及び活動実績 (アウトプット)	活動目標		活動指標			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込
	より多くの問合せや相談に対応する		電話相談センターで対応した相談件数		活動実績	万件	511	582.2	557.4	-	-
					当初見込み	-	-	-	-	-	
単位当たりコスト	算出根拠				単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込		
	執行額／相談件数			単位当たりコスト	円	78.1	90.2	77.3	-		
				計算式	百万円/万件	399/511	525.4/582.2	431/557.4	-		
成果目標及び成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標		成果指標			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 4 年度
	問合せや相談に対して迅速かつ的確に対応する		「電話相談センターにおける10分以内の相談割合」を指標とする。 (計算式: 10分以内の相談件数/相談件数)		成果実績	%	98.4	98.1	97.9	-	-
					目標値	%	95	95	95	-	95
					達成度	%	103.6	103.3	103.1	-	-
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	令和3事務年度 国税庁実績評価書(予定)										

政策評価、新経済・財政再生計画との関係	政策評価	政策	※国税庁においては、中央省庁等改革基本法に基づき「実績評価」を実施しており、政策評価欄に記載すべき、「行政機関が行う政策の評価に関する法律」における「政策評価」は実施していないため、記載すべき事項がありません。				
		施策				政策評価書URL	-
						該当箇所	-
	新経済・財政再生計画改革工程表2021	取組事項	分野:	-		-	
			(新経済・財政再生計画改革工程表 2021) URL:		-		
該当箇所			-				
事業所管部局による点検・改善							
	項 目				評 価	評価に関する説明	
国費投入の必要性	事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。				○	納税者が自ら正しい申告と納税が行えるよう、納税者サービスの一環として実施しているものである。	
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。				○	一部民間オペレータに委託している部分もあるが、基本的には国が実施すべき事業と考えている。	
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。				○	納税者が自ら正しい申告と納税を行えるよう、必要かつ適切な事業である。	
事業の効率性	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。				○	当室では従来から支出先を適正に選定するとともに、複数の者が入札に参加できるよう仕様を工夫するなどし、競争性の確保及びコスト削減に努めている。 また、真に必要な契約に限定し、不要不急な契約は行っていない。	
	一般競争契約、指名競争契約又は随意契約(企画競争)による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。				無		
	競争性のない随意契約となったものはないか。				無		
	受益者との負担関係は妥当であるか。				○	納税者サービスの一環として実施している。	
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。				○	低廉なコストで納税者サービスを提供できている。	
	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。				-	-	
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。				○	真に必要な契約に限定し、不要不急な契約は行っていない。	
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)				-	-	
	繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)				-	-	
その他コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。				○	複数の事業者が参加できるよう、意見招請などの手続を踏まえて仕様を定めている。		
事業の有効性	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。				○	問合せや相談に対して、迅速かつ的確に対応するための成果目標として、「10分以内の相談割合95%以上」を定めており、令和3年度は約97.9%以内に処理している。	
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。				-	-	
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。				○	557万件の電話相談を効率的に処理している。	
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。				○	調達した機器を利用し、自動音声案内や転送機能により相談内容に応じた転送先へ、迅速かつ的確に転送するなど十分に活用している。	
関連事業	関連する事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。(役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載)				-	-	
	事業番号			事業名			
点検・改善結果	点検結果	電話相談センターにおいて、電話相談を集中的に受け付け、専門的知識を有する相談官が、迅速かつ的確に対応することは、国税庁の使命である「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」ことに資するものである。 また、局間転送、ダイヤルイン番号設置署への転送及びe-Tax・作成コーナーヘルプデスクとの相互転送などの機能面を強化している。					
	改善の方向性	税務署における窓口相談や電話相談を電話相談センターへ誘導し、税務署職員の負担軽減を図るとともに、局間転送、ダイヤルイン番号設置署への転送及びe-Tax・作成コーナーヘルプデスクとの相互転送などの機能を活用し、納税者利便の向上及び税務相談事務の効率化を図る。					
外部有識者の所見							
外部有識者による点検対象外である。							
行政事業レビュー推進チームの所見							
事業内容の一部改善	引き続き、納税者の利便性向上や安定的なサービスを提供しながら、一者応札の改善に向けた取組を行うなど、コスト削減に努める。 また、AI等の新たな技術の活用については、中長期的な視点で取り組むよう努める。						
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況							
執行等改善	AIを活用した税務相談チャットボット等の運用による納税者利便性の向上を踏まえ、今後見込まれる受電本数を見直すこと等により、引き続きコスト削減に努める。						

備考				
○ 平成22年度 財務省予算執行調査 <調査結果> ・総受電本数のうち、34.5%をセンターにて対応し、税務署における事務負担軽減に貢献している。 ・国税局により受電本数に多寡があり、適正な人員配置等の改善の余地がある。 ・機器については国税庁で一括調達のため、仕様の統一は図られている。 ・大部分が国税局所有の分室に設置されている。 <今後の改善点・検討の方向性> ・国税局ごとの受電本数に見合った人員配置等を行い、縮減の余地がないか検討すべき。 ・平成23年度機器更新の際には、機器構成を再検討するとともに、機器の能力が過大とならない仕様とし、経費節減に努めるべき。 ・人員配置の適正化等で縮小することとなった箇所は国税局内への集約化を図る等、可能な限り分室の廃止・売却を進めるべき。 <反映の内容等> ・機器更新において、主サーバ機器の集約化などシステム構成を見直すことにより、機器借料等のコストを削減。 ・システムの運用状況を踏まえてシステム保守経費等を見直すことによるコスト削減を反映させた。				
関連する過去のレビューシートの事業番号				
平成23年度	41			
平成24年度	43			
平成25年度	7			
平成26年度	7			
平成27年度	6			
平成28年度	5			
平成29年度	5			
平成30年度	6			
令和元年度	財務省 - 0005			
令和2年度	財務省 0006			
令和3年度	2021 財務 20 0003			
※令和3年度実績を記入。執行実績がない新規事業、新規要求事業については現時点で予定やイメージを記入。 資金の流れ (資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する) (単位: 百万円) 国税庁 431百万円 〔電話相談センターの運営・管理〕 A. 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ 機器借料 318百万円 〔電話相談センター機器借入費用〕 電話相談機器借料期間 (令和2年11月から令和7年3月まで) 【国庫債務負担行為等】 B. 伊藤忠テクノソリューションズ株式会 社 機器借料 38百万円 〔電話相談センター回線借入費用〕 【国庫債務負担行為等】 C. 株式会社バックスグループ 雑役務費 20百万円 〔電話相談外部委託費用〕 (令和3年11月～令和4年3月分) 【国庫債務負担行為等】 D. 株式会社ビー・エス・デー インフォメーションテクノロジー 雑役務費 55百万円 〔チャットボット運用費用〕				

費目・使途 (「資金の流れ」に おいてブロックご とに最大の金額 が支出されている 者について記載 する。費目と使途 の双方で実情が 分かるように記 載)	A.株式会社エヌ・ティ・ティ・データ			B.伊藤忠テクノソリューションズ株式会社		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	機器借料	電話相談センター機器借入費用	318	機器借料	電話相談センター回線借入費用	38
	計		318	計		38
	C.株式会社バックスグループ			D.株式会社ビー・エス・デーインフォメーションテクノロジー		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	雑役務費	電話相談外部委託費用	20	雑役務費	チャットボット運用費用	55
	計		20	計		55

支出先上位10者リスト

A.

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ	9010601021385	電話相談センター機器借入費用(2年度国庫債務負担行為)	318	国庫債務負担行為等	-	-	

B

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	伊藤忠テクノソリューションズ株式会社	2010001010788	電話相談センター回線借入費用(2年度国庫債務負担行為)	38	国庫債務負担行為等	-	-	

C

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社バックスグループ	3011001018770	電話相談外部委託費用(令和3年11月～令和4年3月分)(2年度国庫債務負担行為)	20	国庫債務負担行為等	-	-	

D

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社ビー・エス・デーインフォメーションテクノロジー	4010002039073	チャットボット運用費用(元年度国庫債務負担行為)	55	国庫債務負担行為等	-	-	

国庫債務負担行為等による契約先上位10者リスト

	ブロック名	契 約 先	法 人 番 号	業 務 概 要	契約額 (百万円)	契約方式	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (契約額10億円以上)
1		-	-	-	-		-	-	

税務相談事務の集中化

電話による一般相談は、各国税局(所)の電話相談センターで集中的に受付

◎税目別相談体制

⇒より質の高い迅速な回答⇒ 納税者利便の向上

◎事務の効率化の促進

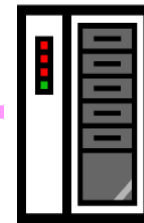
税やe-Taxのことについて聞きたい!!



△△税務署の電話番号
03-xxxx-xxxx

最寄りの税務署に電話

納税者(職業会計人を除く)



電話交換機(PBX)

【1番】選択

【3番】選択

国税局電話相談センター

『所得税のお問合せは「①」を』
『源泉所得税のお問合せは「②」を』
『資産税のお問合せは「③」を』
『法人税のお問合せは「④」を』
『消費税のお問合せは「⑤」を』
『その他のお問合せは「⑥」を』

個別照会と判明した場合
所轄税務署に事前予約の上、資料等を持参して面接により指導を受けるよう案内する。

①所得税グループ ②源泉所得税グループ ③資産税グループ ...



「こちらは△△税務署です。」
「税金に関する一般的なご質問やご相談の方は『1』を」
「税務署にご用の方は『2』を」
「消費税の軽減税率制度に関するご質問やご相談の方は『3』を選択してください。」

【2番】選択

△△税務署



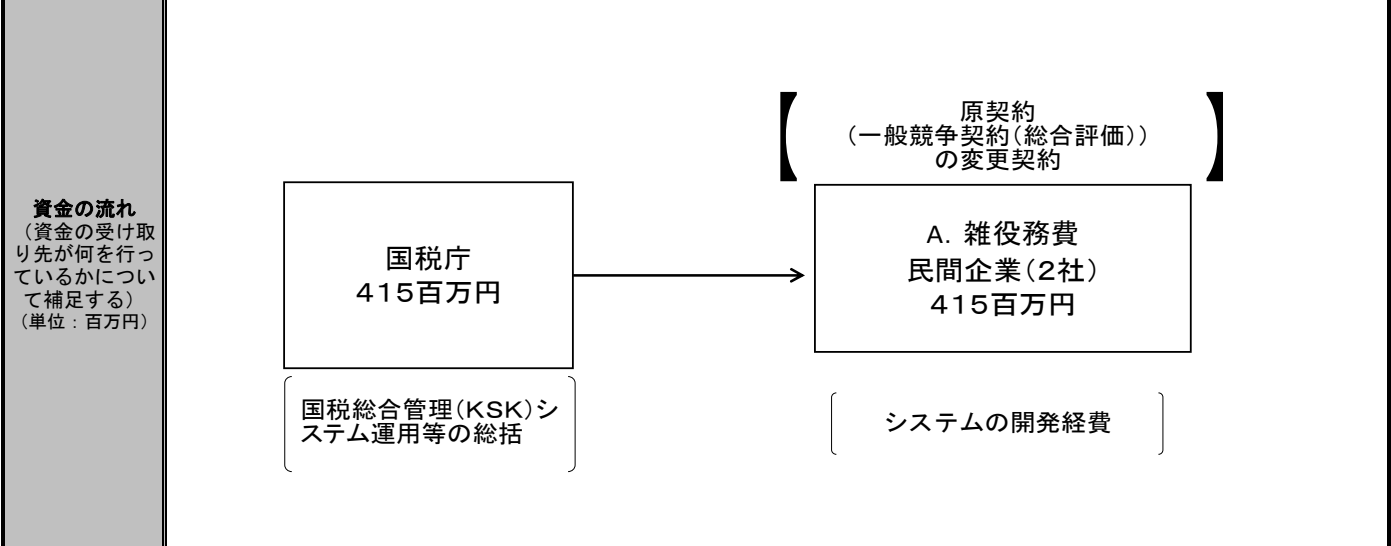
電話交換手

署で回答すべきもの
(署転送)

活動目標及び活動実績 (アウトプット)			活動目標		活動指標			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込					
			KSKシステムのより一層の活用	KSKシステム稼働率	活動実績	%								99.9	99.9	100	－	－
					当初見込み	%								99.9	99.9	99.9	－	－
政策評価、新経済・財政再生計画との関係	政策評価	政策	※国税庁においては、中央省庁等改革基本法に基づき「実績評価」を実施しており、政策評価欄に記載すべき、「行政機関が行う政策の評価に関する法律」における「政策評価」は実施していないため、記載すべき事項がありません。															
		施策	－				政策評価書 URL	－										
							該当箇所	－										
	新経済・財政再生計画改革工程表 2021	取組事項	分野：	－	－													
			(新経済・財政再生計画改革工程表 2021) URL：				－											
			該当箇所				－											
	事業所管部局による点検・改善																	
国費投入の必要性	項 目							評 価	評価に関する説明									
	事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。							○	KSKシステムは、国民からの負託に応じて、適正・公平な課税と徴収の実現の確保を図るという国税庁の役割に適うものである。									
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。							○	KSKシステムは、税の申告及び納付事績、各種の情報を入力することにより、国税債権などを一元的に管理するとともに、これらを分析して税務調査や滞納整理に活用することを目的とした税務行政事務の基盤システムであり、国が実施すべき事業である。									
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。							○	KSKシステムは、適正・公平な課税と徴収の実現の確保を図るという国税庁の役割を果たすために必要かつ適切な事業である。また、当該事業は税務行政事務の基盤システムであることから、政策体系における優先度は高い。									
事業の効率性	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。							○	財務省デジタル統括責任者補佐官などの外部専門家の意見を踏まえ、公平性、透明性の確保及び競争性の向上を一貫して図っており、原則として契約案件について一般競争入札により調達している。 なお、KSKシステムの開発及び改修については、原契約により構築された開発環境などの資材の活用が合理的であることから、原契約の変更契約を行った。 (財政法第43条の3の規定に基づき、支払の繰越(翌債)を行っている。)									
	一般競争契約、指名競争契約又は随意契約(企画競争)による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。							無										
	競争性のない随意契約となったものはないか。							無										
	受益者との負担関係は妥当であるか。							-	－									
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。							○	税の申告及び納付事績、各種の情報を入力することにより、大量に発生する業務処理量に対して、効果的・効率的な事務処理を実現するという事業目的に照らして、単位当たりコストの水準は妥当である。									
	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。							-	－									
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。							○	支出は事業目的に即して、真に必要な契約に限定し、不要不急の契約は行っていない。									
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)							-	－									
繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)							-	－										
その他コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。							○	適正・公平な課税・徴収を行うため、KSKシステムを活用し、効果的・効率的に各種事務処理を行っており、十分に活用されている。										
事業の有効性	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。							○	適正・公平な課税・徴収の実現を図るためには、KSKシステムの活用によって内部事務を効率化して、外部事務量を確保することが必須であることから、外部事務量の割合の向上を目指してきた。令和3年度においては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で外部事務量が減少したことにより目標未達となった。									
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。							-	－									
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。							-	－									
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。							○	適正・公平な課税・徴収を行うため、KSKシステムを活用し、効果的・効率的に各種事務処理を行っており、十分に活用されている。									

関連事業	関連する事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。（役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載）					-	
	事業番号				事業名		
点検・改善結果	点検結果	・目的・予算、資金の流れ、費目・使途について、適正に執行されている状況である。 ・予算は、国税庁が直接執行しており、全ての支出先を把握している。					
	改善の方向性	・引き続き、外部専門家の意見を踏まえ、公平性、透明性の確保及び競争性の向上を図る。					
外部有識者の所見							
外部有識者による点検対象外である。							
行政事業レビュー推進チームの所見							
終了予定	引き続き、透明性の確保及び競争性の向上に努め、一者応札の改善に向けた取組を行うとともに、利便性の向上や効率化を推進しつつ、コスト削減に努める。 また、国税情報システムの高度化のための開発についてプロジェクト管理を的確に行う。						
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況							
予定終了通り	令和3年度よりデジタル庁等へ一括計上。						
備考							
【平成25年度公開プロセス】(レビューシート番号:8)「国税総合管理(KSK)システム」 (評価結果) 事業内容の改善を要する。 (とりまとめコメント) 次期の機器更新にあたっては、セキュリティを十分に勘案し、システムの安定運用を前提としつつ、一者応札の改善に向けた具体的な取組の検討を含め、さらなるコスト削減に引き続き取り組むこと。 (対応状況の概要) ①システムの安定性・信頼性の確保に当たり、機器等の故障に伴うシステム停止を防ぐため、一部の機器や部品を冗長化するとともに、事務管理センター罹災時を想定し、バックアップ機能を拡充した。 ②事業者の参入機会拡大、提案内容及び作業品質向上を図るため、調達手続期間の拡大や導入作業期間の拡大などの取り組みにより、一部複数応札を実現させた。 ③業務システムの稼働にリスクが生じないよう配慮しつつ、プラットフォーム(OS、DBMS)が同じシステム機器について、仮想化技術の導入により機器の集約・統合を行い、物理サーバの台数削減を実施した。 【平成30年度公開プロセス】(レビューシート番号:7)「国税総合管理(KSK)システム」 (評価結果) 事業内容の一部改善を要する。 (とりまとめコメント) システムの安定稼働を確保しつつ、新たな技術革新の検討を含め、引き続き、一者応札の改善に向けた取組に努めること。次期システムの更改に向け、引き続き、利便性の向上や効率化を推進しつつ、運用コストの3割削減の目標達成に向けた取組を確実に実施すること。 (対応状況の概要) ①事業者の参入機会拡大、提案内容及び作業品質向上を図るため、調達手続期間の拡大や導入作業期間の拡大などの取り組みを実施した。 ②「世界最先端デジタル国家創造宣言・官民データ活用推進基本計画」に基づき、運用コストの圧縮(平成25年度運用経費の3割減)に向けて取り組んだ。							
関連する過去のレビューシートの事業番号							
平成23年度	42						
平成24年度	44						
平成25年度	8						
平成26年度	8						
平成27年度	7						
平成28年度	6						
平成29年度	6						
平成30年度	7						
令和元年度	財務省	-	0006				
令和2年度	財務省		0007				
令和3年度	2021	財務	20	0004			

※令和3年度実績を記入。執行実績がない新規事業、新規要求事業については現時点で予定やイメージを記入。



費目・使途 (「資金の流れ」においてブロックごとに最大の金額が支出されている者について記載する。費目と使途の双方で実情が分かるように記載)	A.			B.		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
雑役務費		KSKシステムのシステム開発及び改修 (株式会社ビー・エス・デーインフォメーションテクノロジー)	287	-		-
計			287	計		0

支出先上位10者リスト

A.

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社ビー・エス・ デーインフォメーショ ンテクノロジー	4010002039073	KSKシステムのシステム 開発及び改修 原契約(一般競争契約(総 合評価))の変更契約	287	その他	-		
2	株式会社日立製作 所	7010001008844	KSKシステムのシステム 開発及び改修 原契約(一般競争契約(総 合評価))の変更契約	128	その他	-		

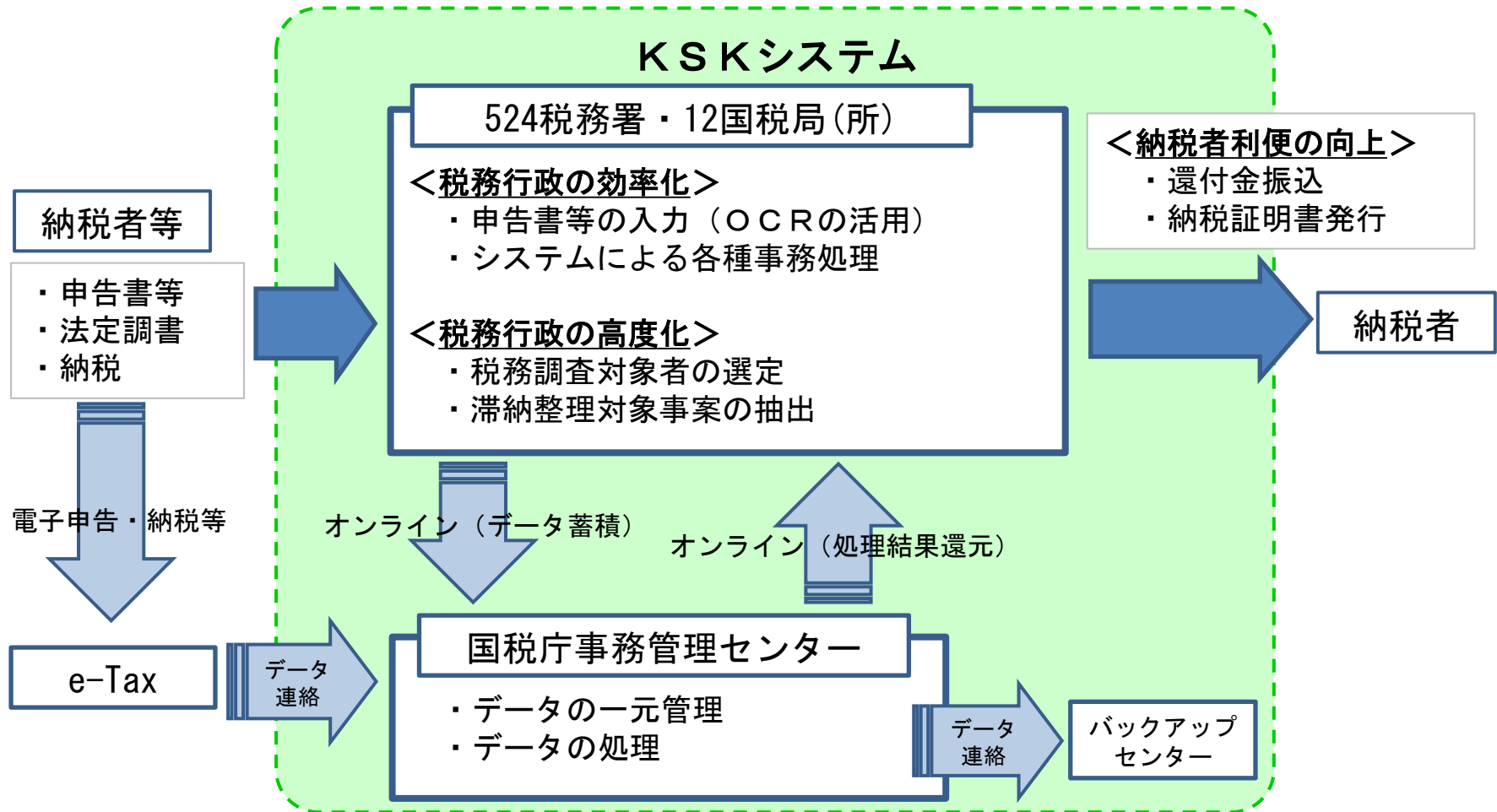
(注)落札率については、同種の他の契約の予定価格を類推されるおそれがあるために記載していない。

国庫債務負担行為等による契約先上位10者リスト

	ブロック名	契約先	法人番号	業務概要	契約額 (百万円)	契約方式	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (契約額10億円以上)
1		-	-	-	-		-	-	

国税総合管理(KSK)システムの概要

国税総合管理システム（以下「KSKシステム」という。）は、全国の国税局と税務署をネットワークで結び、申告・納税の事績や各種の情報を入力することにより、国税債権などを一元的に管理するとともに、これらを分析して税務調査や滞納整理に活用するなど、地域や税目を越えた情報の一元的な管理により、税務行政の根幹となる各種事務処理の高度化・効率化を図るために導入したコンピュータシステムである。



事業番号 2022 - 財務 - 21 - 0007											
令和4年度行政事業レビューシート（財務省）											
事業名	国税電子申告・納税システム				担当部局庁	国税庁			作成責任者		
事業開始年度	平成13年度	事業終了 (予定) 年度	令和3年度		担当課室	企画課、デジタル化・業務改革室			企画課長 田島 伸二		
会計区分	一般会計										
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	・情報通信技術を活用した行政の推進等に関する法律 ・国税関係法令に係る情報通信技術を活用した行政の 推進等に関する省令				関係する 計画、通知等	・デジタル社会の実現に向けた重点計画 ・「行政手続コスト」削減のための基本計画 ・オンライン利用率引上げに係る基本計画					
主要政策・施策	-				主要経費	その他の事項経費					
事業の目的 (目指す姿を簡 潔に。3行程度以 内)	1. 納税者利便の向上(納税者が自宅や事業所等からインターネットを利用して、申告・申請・届出・納税を行うことができるようにするためのシステムを提供する。) 2. 税務行政の効率化(納税者の情報を電子的に受理することにより、効率的な事務運営を可能とする。)										
事業概要 (5行程度以内。 別添可)	1. 国税電子申告・納税システム(以下「e-Tax」という。)の機器の整備及び運用 2. e-Taxのプログラム開発・修正 3. 納税者がシステムを利用するための、ヘルプデスクの機器等の整備及び運用 4. 税務署において納税者が電子申告を行うための機器の整備										
実施方法	直接実施										
予算額・ 執行額 (単位:百万円)			令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度要求				
	予算 の 状 況	当初予算	8,271	8,411	-	-	-				
		補正予算	-	2,362	-	-					
		前年度から繰越し	-	-	2,252	-	-				
		翌年度へ繰越し	-	▲ 2,252	-	-					
		予備費等	61	-	-	-					
	計		8,332	8,521	2,252	0	0				
	執行額		8,290	8,473	2,252						
	執行率 (%)		99%	99%	100%						
	当初予算+補正予算に対す る執行額の割合 (%)		100%	79%	#DIV/0!						
令和4・5年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目		令和4年度当初予算	令和5年度要求	主な増減理由						
	-		-	-	【令和元年度から令和2年度】 ・令和3年度に実施する機器更改に係る一時経費の増加 【令和2年度から令和3年度】 ・令和3年度より内閣官房へ一括計上						
	計		-	-							
活動内容 (アクティビ ティ)	1. 納税者が自宅や事業所等からインターネットを利用して、申告・申請・届出・納税を行うことができるようにするためのシステムを提供する。 2. 納税者の情報を電子的に受理することにより、効率的な事務運営を可能とする。										
活動目標及び 活動実績 (アウトプット)	活動目標		活動指標			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込
	e-Tax利用件数の増加		e-Tax利用総件数 ※令和元年度及び令和2 年度の集計期間を見直し た		活動実績	千件	39,846	48,997	58,558	-	-
					当初見込み	千件	-	-	-	-	-
単位当たり コスト	算出根拠				単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込		
	(年間運用経費+1年当たりの整備経費+その他の費用) ／e-Tax利用総件数 (注)年間運用経費等については、「新たなオンライン利用に関する計画」に基づく「行政手続のオンライン利用の範囲の判断に係る実施要領」により算出しているため、執行額と一致しない。			単位当たり コスト	円	250	212	180	-		
				計算式	億円/千件	99.6/39,846	103.6/ 48,997	105.1/ 58,558	-		
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標		成果指標			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 - 年度
	e-Taxの利用満足度の目 標値(令和3年度80%)を 達成		e-Taxの利用満足度 e-Taxに関するアンケート 調査において、e-Taxの操 作性等の5段階評価で上 位2段階評価を得た割合		成果実績	%	74.2	67.5	75.2	-	-
					目標値	%	80	80	80	-	-
					達成度	%	92.7	84.4	94	-	-

根拠として用いた統計・データ名 (出典)			令和3年度におけるe-Taxの利用率等について(国税庁HPにて報道発表資料として令和4年8月公表) 令和4事務年度 国税庁実績評価の事前分析表(財務省HPにて実施計画、事前分析表、評価書(国税庁)として令和4年6月公表)										
成果目標及び成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 －年度	目標最終年度 －年度		
			オンライン利用率の目標値 (令和3年度60%)を達成	オンライン利用率(所得税の申告手続)e-Taxを通じて、申告を行った件数が、総申告件数に占める割合	成果実績	%	－	64.3 ※	59.2	－	－		
					目標値	%	－	62	60	－	－		
					達成度	%	－	103.7	98.7	－	－		
根拠として用いた統計・データ名 (出典)			※令和3年10月にオンライン利用率の算定方法の見直しを行ったところであり、見直し後の令和2年度オンライン利用率は55.2%である。 また、令和3年度目標値60%は、見直し後の実績に基づく目標値である。 令和2事務年度 国税庁実績評価書(財務省HPにて実施計画、事前分析表、評価書(国税庁)として令和3年10月公表) 令和3年度におけるe-Taxの利用率等について(国税庁HPにて報道発表資料として令和4年8月公表) 令和4事務年度 国税庁実績評価の事前分析表(財務省HPにて実施計画、事前分析表、評価書(国税庁)として令和4年6月公表)										
成果目標及び成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 －年度	目標最終年度 －年度		
			オンライン利用率の目標値 (令和3年度89%)を達成	オンライン利用率(法人税の申告手続)e-Taxを通じて、申告を行った件数が、総申告件数に占める割合	成果実績	%	－	88.4 ※	87.9	－	－		
					目標値	%	－	88	89	－	－		
					達成度	%	－	100.5	98.8	－	－		
根拠として用いた統計・データ名 (出典)			※令和3年10月にオンライン利用率の算定方法の見直しを行ったところであり、見直し後の令和2年度オンライン利用率は86.7%である。 また、令和3年度目標値89%は、見直し後の実績に基づく目標値である。 令和2事務年度 国税庁実績評価書(財務省HPにて実施計画、事前分析表、評価書(国税庁)として令和3年10月公表) 令和3年度におけるe-Taxの利用率等について(国税庁HPにて報道発表資料として令和4年8月公表) 令和4事務年度 国税庁実績評価の事前分析表(財務省HPにて実施計画、事前分析表、評価書(国税庁)として令和4年6月公表)										
成果目標及び成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 －年度	目標最終年度 －年度		
			オンライン利用率の目標値 (令和3年度70%)を達成	オンライン利用率(消費税(個人)の申告手続)e-Taxを通じて、申告を行った件数が、総申告件数に占める割合	成果実績	%	－	77.1 ※	68.4	－	－		
					目標値	%	－	72	70	－	－		
					達成度	%	－	107.1	97.7	－	－		
根拠として用いた統計・データ名 (出典)			※令和3年10月にオンライン利用率の算定方法の見直しを行ったところであり、見直し後の令和2年度オンライン利用率は67.8%である。 また、令和3年度目標値70%は、見直し後の実績に基づく目標値である。 令和2事務年度 国税庁実績評価書(財務省HPにて実施計画、事前分析表、評価書(国税庁)として令和3年10月公表) 令和3年度におけるe-Taxの利用率等について(国税庁HPにて報道発表資料として令和4年8月公表) 令和4事務年度 国税庁実績評価の事前分析表(財務省HPにて実施計画、事前分析表、評価書(国税庁)として令和4年6月公表)										
成果目標及び成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 －年度	目標最終年度 －年度		
			オンライン利用率の目標値 (令和3年度89%)を達成	オンライン利用率(消費税(法人)の申告手続)e-Taxを通じて、申告を行った件数が、総申告件数に占める割合	成果実績	%	－	88 ※	88.7	－	－		
					目標値	%	－	88	89	－	－		
					達成度	%	－	100	99.7	－	－		
根拠として用いた統計・データ名 (出典)			※令和3年10月にオンライン利用率の算定方法の見直しを行ったところであり、見直し後の令和2年度オンライン利用率は85.7%である。 また、令和3年度目標値89%は、見直し後の実績に基づく目標値である。 令和2事務年度 国税庁実績評価書(財務省HPにて実施計画、事前分析表、評価書(国税庁)として令和3年10月公表) 令和3年度におけるe-Taxの利用率等について(国税庁HPにて報道発表資料として令和4年8月公表) 令和4事務年度 国税庁実績評価の事前分析表(財務省HPにて実施計画、事前分析表、評価書(国税庁)として令和4年6月公表)										
成果目標及び成果実績(アウトカム)欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙1】に記載											チェック	☒	
政策評価、新経済・財政再生計画との関係	政策評価	政策	※国税庁においては、中央省庁等改革基本法に基づき「実績評価」を実施しており、政策評価欄に記載すべき、「行政機関が行う政策の評価に関する法律」における「政策評価」は実施していないため、記載すべき事項がありません。										
		施策					政策評価書URL	－					
					該当箇所	－							
	新経済・財政再生計画改革工程表	取組事項	分野：	－		－							
			(新経済・財政再生計画改革工程表 2021)URL：		－								
			該当箇所		－								

事業所管部局による点検・改善														
項 目			評 価	評価に関する説明										
国費投入の必要性	事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。			○	e-Taxは、申告などの国税に関する各種の手続について、インターネットを利用して電子的に手続が行えるシステムであり、税務署に出向くことなく、閉庁時間帯にも申告が行えるほか、申告書が自動計算されるなどの利便性の高い機能を有しており、国民のニーズは高いと考えられる。									
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。			○	e-Taxは、納税者の所得額・納税額等の守秘性の高い個人情報扱う税務行政における重要なインフラであることから、民間等に委ねることはできず、国が実施すべき事業である。									
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。			○	e-Taxは、納税義務の履行等の手段として、自宅等のパソコンからオンラインで申告等が行えるようにするためのシステムを提供するものである。 経済・社会全体としてICT化が進展する中で、国税庁として最重要課題として取り組んでいる事業である。									
事業の効率性	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。			○	財務省デジタル統括責任者補佐官などの外部専門家の意見を踏まえ、公平性、透明性の確保及び競争性の向上を一貫して図っており、原則として契約案件について一般競争入札により調達している。 なお、e-Taxのシステム開発については、原契約により構築された開発環境などの資材の活用が合理的であることから、原契約の変更契約を行った。 (財政法第43条の3の規定に基づき、支払の繰越(翌債)を行っている。)									
	一般競争契約、指名競争契約又は随意契約(企画競争)による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。			無										
	競争性のない随意契約となったものはないか。			無										
	受益者との負担関係は妥当であるか。			-	-									
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。			○	オンライン申請の受付1件当たりの費用について、対前年度比減少という目標を掲げ、毎年目標を達成している。									
	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。			-	-									
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。			○	支出は、事業目的に即して、真に必要な契約に限定しており、不要不急の契約は行っていない。									
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)			-	-									
繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)			-	-										
その他コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。			○	行政事業レビュー公開プロセスの結果を踏まえ、機器更新時、最新技術を活用した機器の集約を図るなど、コスト削減に取り組んでいる。										
事業の有効性	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。			△	全ての成果実績において成果目標を達成できなかったが、その実績値は、前年を上回る結果となっており、「オンライン利用率引上げに係る基本計画」に定める目標に向けて、着実に向上している。									
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。			○	従来の書面による提出に比べ、利用者はインターネットで手続が行えることにより、事務の省力化・ペーパーレスにつながるほか、行政側にとっては、申告等がデータ化されることによる事務処理全体の効率化、ペーパーレス化が図られている。									
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。			○	活動指標であるe-Tax利用総件数は毎年増加しており、活動実績は着実に向上している。									
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。			○	e-Taxの一層の普及及び定着に向けて取り組んできた結果、着実に、納税者利便の向上及び税務行政の効率化が図られており、成果物は十分に活用されている。									
関連事業	関連する事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。(役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載)			-	-									
	事業番号			事業名										
点検・改善結果	点検結果	・目的・予算、資金流れ、費目・使途について、適正に執行されている状況である。 ・予算は、国税庁が直接執行しており、全ての支出先を把握している。 令和3年度以降に関しては、内閣官房(デジタル庁)へ一括計上している。												
	改善の方向性	・「規制改革実施計画(令和3年6月18日閣議決定)」においてオンライン利用率を大胆に引き上げる取組を実施することとされており、国税庁においてもこの方針を踏まえ、「オンライン利用率引上げに係る基本計画」を策定した。当該基本計画及び実績評価において適正な目標を設定し、引き続きe-Taxの利用拡大に向けて取り組んでいくこととしている。 ・外部専門家の意見を踏まえ、公平性、透明性の確保及び競争性の向上を図っているところであるが、引き続き、新規業者の参入機会拡大に資するよう検討を行い、一者応札の改善を図ることが課題である。												

外部有識者の所見				
外部有識者による点検対象外である。				
行政事業レビュー推進チームの所見				
終了予定	引き続き、納税者の利便性向上やオンライン利用率引き上げのための取組を実施するとともに、一者応札の改善に取り組むなど、コストの削減に努める。			
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況				
予定終了通り	令和3年度よりデジタル庁等へ一括計上。			
備考				
【平成26年度公開プロセス】(レビューシート番号:010)「国税電子申告・納税システム」 (評価結果) 抜本的改善 (とりまとめコメント) 次期の機器更新にあたっては、セキュリティの確保、システムの安定運用を前提としつつ、機器の集約化等を検討し、更なるコスト削減に努めること。また、マイナンバーの導入を機会として、マイナポータルとの連携を踏まえ、個人認証の見直しを含め、利用者の利便性向上のための努力を引き続き行い、税務行政の効率化に努めること。 ※ 対応状況の概要 1. 運用・開発経費については、従来各国税局で調達していた作成コーナーPC用通信機器の借入及び設定の庁一括調達等や、リーフレット等の作成部数の精査などにより予算額を削減した。 2. e-Taxの利用率向上を図るため、個人納税者がe-Taxを利用して申告等を行う際に、これまではID・パスワードと電子証明書が必要であったが、平成31年1月から、マイナンバーカードでより簡単にe-Taxを開始し、申告等データの送信を行う「マイナンバーカード方式」と、マイナンバーカード及びICカードリーダーライターを利用しない「ID・パスワード方式」を導入した。また、スマートフォン等に適した画面で申告書を作成できるようにし、「ID・パスワード方式」によるe-Taxの利用を可能とした。 3. 平成28年度の機器更改において、広く一般に意見を求める資料提供招請を行うことにより最新の技術を取り込み、サーバ機器の統合を行うことなどにより機器借料等のコストを削減した。また、e-Taxは税務行政の重要なインフラであることから、首都直下型地震等の災害によるシステムダウンに備え、システムの安全性及び継続性の観点から、バックアップシステムを構築した。 【コスト削減の取組】 「世界最先端デジタル国家創造宣言・官民データ活用推進基本計画」に基づき、運用コストの圧縮(平成25年度運用経費の3割減)に向けて取り組んでいる(現状においては、平成33年度の機器更改後に32.8%の削減見込み。引き続き、一層の削減に向けた検討を進める。) 【平成31年度公開プロセス】(レビューシート番号:0009)「国税電子申告・納税システム」 (評価結果) 一部改善を要する。 (とりまとめコメント) e-Tax の導入以降、利用率も着実に向上しているが、高齢者等の利用環境の整備状況等も考慮し、更なる利用率向上のための取組を検討してほしい。 運用コストの3割削減に向けた調達内容の検討を引き続き進めるとともに、一者応札の解消に努め、競争性の高い調達を目指してほしい。 ※ 対応状況の概要 印刷製本費やソフトウェア等の借料について、一般競争入札を実施した結果等を踏まえ、要求単価や数量を見直すことにより、運用コストの削減を図った。 なお、令和3年度に予定しているe-Taxの機器更改(リプレイス)に係る費用を要求しているところであり、当該機器更改に際しては、運用コストの3割削減を図るべく、サーバ機器の統合等によりコスト削減に取り組むこととしている。 また、調達に当たっては、十分な意見招請期間及び入札公告期間の確保のほか、合理的な調達単位の検討など、引き続き、一者応札の改善に努める。				
関連する過去のレビューシートの事業番号				
平成23年度	44			
平成24年度	46			
平成25年度	10			
平成26年度	10			
平成27年度	10			
平成28年度	9			
平成29年度	9			
平成30年度	10			
令和元年度	財務省 - 0009			
令和2年度	財務省 0010			
令和3年度	2021 財務 20 0006			

※令和3年度実績を記入。執行実績がない新規事業、新規要求事業については現時点で予定やイメージを記入。					
資金の流れ (資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する) (単位：百万円)	【 原契約(不落随意契約)の変更契約 】				
	国税庁 2,252百万円 A. 雑役務費 民間企業(1社) 2,252百万円 e-Taxのシステム開発経費				
費目・使途 (「資金の流れ」においてブロックごとに最大の金額が支出されている者について記載する。費目と使途の双方で実情が分かるように記載)	A.			B.	
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	金 額 (百万円)
	雑役務費	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ e-Taxのシステム開発及び改修	2,252	-	-
	計		2,252	計	0

支出先上位10者リスト

A.

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ	9010601021385	e-Taxのシステム開発及び改修 原契約(不落随意契約)の変更契約	2,252	随意契約 (その他)	-		【理由】令和2年度からの予算繰越に伴い、変更契約を行ったため。 (原契約の変更契約においては、財政法第43条の3の規定に基づき、支払の繰越(翌債)を行っている。)

(注)落札率については、同種の他の契約の予定価格を類推されるおそれがあるため記載していないものがある。

国庫債務負担行為等による契約先上位10者リスト

	ブロック名	契 約 先	法 人 番 号	業 務 概 要	契約額 (百万円)	契約方式	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (契約額10億円以上)
1		-	-	-	-		-	-	

成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 － 年度	目標最終年度 － 年度
	オンライン利用率の目標値 (令和3年度30%)を達成	オンライン利用率(相続税 の申告手続)e-Taxを通じ て、申告を行った件数が、 総申告件数に占める割合	成果実績	%	－	15.4※	23.4	－	－
			目標値	%	－	25	30	－	－
			達成度	%	－	61.6	78	－	－
根拠として用いた 統計・データ名 (出典)	※令和3年10月にオンライン利用率の算定方法の見直しを行ったところであり、見直し後の令和2年度オンライン利用率は14.4%である。 また、令和3年度目標値30%は、見直し後の実績に基づく目標値である。								
	令和2事務年度 国税庁実績評価書(財務省HPにて実施計画、事前分析表、評価書(国税庁)として令和3年10月公表)								
	令和3年度におけるe-Taxの利用率等について(国税庁HPにて報道発表資料として令和4年8月公表)								
	令和4事務年度 国税庁実績評価の事前分析表(財務省HPにて実施計画、事前分析表、評価書(国税庁)として令和4年6月公表)								

国税電子申告・納税システム（e-Tax）の概要

- e-Taxは、所得税、法人税、消費税等の申告・納税や法定調書の手続などの各種申請・届出について、インターネットを利用して電子的に手続きを行う受付システムであり、納税者の利便性向上や行政事務の効率化を図っている。
- e-Taxを利用すれば、**税務署に出向くことなく**、自宅等から申告、申請等から納税まで可能。

利用者



マイナンバーカード
（電子証明書）

+



マイナンバーカード
読取対応スマホ
又は
カードリーダー

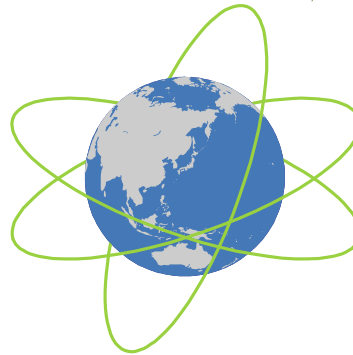
原則として納税者本人の電子署名が必要

※ 税理士が代理送信する場合、納税者本人の電子署名を省略できます。

メリット

- 税務署に行かなくても、手続きが可能
- 添付書類の提出省略（保存義務有）
- 還付金を早期に受領
- 会計処理から申告までの一連の事務を省力化・ペーパーレス化

申告、申請・届出、
納税（ダイレクト納付等）



税務当局

e-Tax



国 税

情報連携

eLTAX



地方税

メリット

- 収受・入力事務の削減
- 文書管理コストの低減
- データの活用
- 国税（e-Tax）と地方税（eLTAX）とで情報連携

事業番号

2022 - 財務 - 21 - 0008

令和4年度行政事業レビューシート（財務省）

事業名	日本産酒類の競争力強化・海外展開推進事業			担当部局庁	国税庁		作成責任者
事業開始年度	平成28年度	事業終了 (予定) 年度	終了予定なし	担当課室	酒税課輸出促進室		輸出促進室長 山下 尚志
会計区分	一般会計						
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	-			関係する 計画、通知等	・経済財政運営と改革の基本方針2022(令和4年6月7日閣議決定) ・新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画・フォローアップ(令和4年6月7日閣議決定) ・知的財産推進計画2022(令和4年6月3日知的財産戦略本部決定) ・コロナ克服・新時代開拓のための経済対策(令和3年11月19日閣議決定) ・農林水産物及び食品の輸出の促進に関する基本方針(令和3年4月9日農林水産物・食品輸出本部決定) ・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) ・国民の命と暮らしを守る安心と希望のための総合経済対策(令和2年12月8日閣議決定) ・総合的なTPP等関連政策大綱(令和2年12月8日TPP等総合対策本部決定) ・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(令和2年7月17日閣議決定) ・新型コロナウイルス感染症緊急経済対策(令和2年4月7日閣議決定) ・食料・農業・農村基本計画(令和2年3月31日閣議決定) ・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) ・農林水産業・地域の活力創造プラン(平成25年12月10日農林水産業・地域の活力創造本部)		
主要政策・施策	クールジャパン			主要経費	その他の事項経費		
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	国税庁では、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、酒類業の振興の強化に取り組んでいるところ。本事業では、海外販路の開拓、日本産酒類の認知度向上等に取り組むことにより、日本産酒類の国際的な競争力を強化し、輸出促進を図り、ポストコロナを見据えた酒類業の中長期的な成長を推進することを目的とする。						
事業概要 (5行程度以内。別添可)	海外販路開拓及び認知度向上等として、海外の大規模展示会への出展支援によるビジネスマッチング、オンライン商談会、日本産酒類輸出促進コンソーシアムの構築による国内輸出商社・卸と酒類製造業者とのマッチング支援等を実施するほか、日本産酒類の販路拡大・消費喚起に向けたモデル事例を構築する。						
実施方法	直接実施、委託・請負						
予算額・ 執行額 (単位:百万円)			令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度要求
	予算 の 状 況	当初予算	234	1,283	666	712	1,284
		補正予算	-	939	581	-	
		前年度から繰越し	-	-	922	764	-
		翌年度へ繰越し	-	▲ 922	▲ 764	-	
		予備費等	-	-	-	-	
	計		234	1,300	1,405	1,476	1,284
	執行額		196	1,238	1,159		
	執行率 (%)		84%	95%	82%		
	当初予算+補正予算に対する執行額の割合 (%)		84%	56%	93%		
令和4・5年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目		令和4年度当初予算	令和5年度要求	主な増減理由		
	税務特別庁費		706	1,278	日本産酒類の輸出促進の取組を更に強化するため、海外販路開拓を目的とした海外コーディネーター活用事業等を拡大することから、令和4年度に比し増額となった。 「重要政策推進枠」319		
	委員等旅費		4	4			
	諸謝金		2	2			
	計		712	1,284			

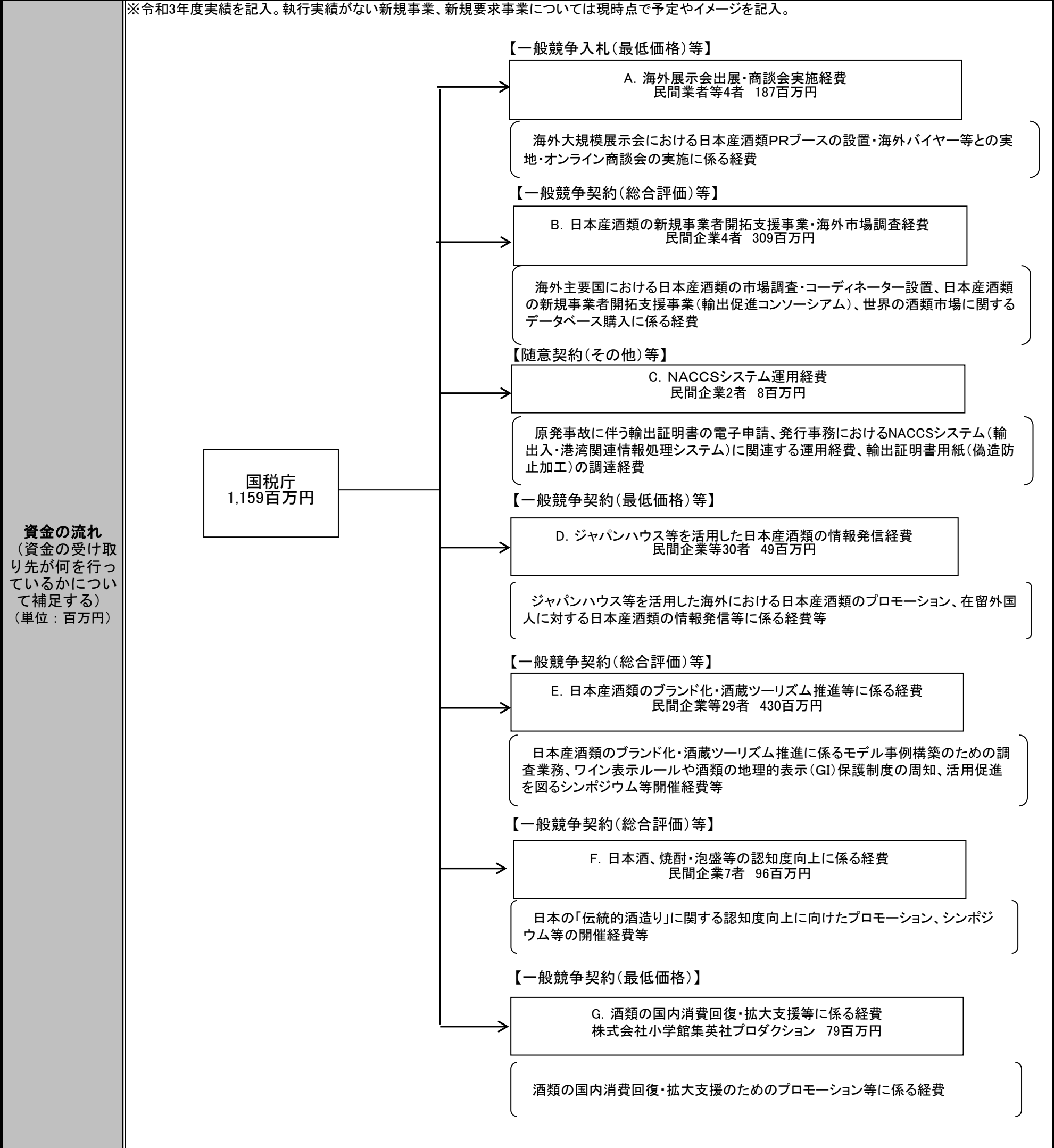
活動内容 (アクティビティ)	海外の大規模展示会への出展支援によるビジネスマッチング、オンライン商談会等による商談機会の提供、日本産酒類輸出促進コンソーシアムの構築による国内輸出商社・卸と酒類製造業者とのマッチング支援、海外の消費者の嗜好等を把握するための市場調査、国内外におけるプロモーション、海外酒類専門家の招へい等による国際的な情報発信等を実施する。										
活動目標及び活動実績 (アウトプット)	活動目標	活動指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込		
	商談会への参加	ターゲット国・地域のうち、展示会等で商談機会を提供した国・地域数	活動実績	国・地域	－	－	11	－	－		
			当初見込み	国・地域	－	－	12	12	－		
単位当たりコスト	算出根拠			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込			
	執行額／ターゲット国・地域のうち、展示会等で商談機会を提供した国・地域数		単位当たりコスト	千円	－	－	16,389	15,025.4			
			計算式	千円/国・地域	－	－	180,278.7/11	180,305/12			
成果目標及び成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 － 年度	目標最終年度 3 年度		
	「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」で定められたターゲット国・地域で実施される展示会等に参加した酒類事業者数を延べ400者以上とする。	ターゲット国・地域で実施される展示会等に参加した事業者数	成果実績	者	－	－	435	－	435		
			目標値	者	－	－	400	－	400		
			達成度	%	－	－	108.8	－	108.8		
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	国税庁調べ										
活動目標及び活動実績 (アウトプット)	活動目標	活動指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込		
	輸出促進コンソーシアムのセミナーへの参加	輸出促進コンソーシアムのセミナーの開催回数	活動実績	回	－	－	13	－	－		
			当初見込み	回	－	－	12	20	－		
単位当たりコスト	算出根拠			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込			
	執行額／輸出促進コンソーシアムのセミナーの開催回数		単位当たりコスト	千円	－	－	5,669.2	3,454			
			計算式	千円/回	－	－	73,700/13	69,080/20			
成果目標及び成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 － 年度	目標最終年度 3 年度		
	輸出促進コンソーシアムのセミナーに参加した酒類事業者数を延べ500者以上とする。	輸出促進コンソーシアムのセミナー参加者数	成果実績	者	－	－	1,049	－	1,049		
			目標値	者	－	－	500	－	500		
			達成度	%	－	－	209.8	－	209.8		
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	事業実施報告書等										
成果目標及び成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 － 年度	目標最終年度 7 年度		
	2025年(令和7年)までに清酒の輸出金額を600億円、ウイスキーの輸出金額を680億円、本格焼酎・泡盛の輸出金額を40億円とする。	清酒、ウイスキー、本格焼酎・泡盛の輸出金額	成果実績	億円	－	－	－	－	－		
			目標値	億円	－	－	－	－	1,320		
			達成度	%	－	－	－	－	－		
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	貿易統計(財務省)										
活動内容 (アクティビティ)	酒類事業者による海外向けのブランド化及び酒蔵ツーリズムのモデル事例構築に係る調査・実証分析等を実施する。 (令和3年度で事業終了)										
活動目標及び活動実績 (アウトプット)	活動目標	活動指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込		
	日本産酒類のブランド化・酒蔵ツーリズムの推進	モデル事例の採択件数	活動実績	件	－	40	10	－	－		
			当初見込み	件	－	40	10	－	－		
単位当たりコスト	算出根拠			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込			
	執行額／モデル事例の採択件数		単位当たりコスト	千円	－	22,039.3	22,475.1	－			
			計算式	千円/件	－	881,570.4/40	224,751.3/10	－			

成果目標及び 成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標	目標最終年度
			日本産酒類のブランド化の推進について、事業実施終了後2年以内に、海外との取引を実現した選定案件の割合を50%以上とする。	海外との取引を実現する選定案件の割合	成果実績	%	－	87.5	75	－	－
					目標値	%	－	50	50	－	50
					達成度	%	－	166.6	150	－	－
根拠として用いた統計・データ名 (出典)			国税庁調べ								
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標	目標最終年度
			酒蔵ツーリズムの推進について、事業実施終了後2年以内に、本事業に係る酒蔵ツーリズムの参加者が日本産酒類を購入する意向を示した割合が50%以上とする。	酒蔵ツーリズム参加者の、参加後の日本産酒類購入意向割合	成果実績	%	－	68.8	66.7	－	－
					目標値	%	－	50	50	－	50
					達成度	%	－	137.6	133.4	－	－
根拠として用いた統計・データ名 (出典)			国税庁調べ								
政策評価、 新経済・ 財政再生計画との 関係	政策評価	政策	※国税庁においては、中央省庁等改革基本法に基づき「実績評価」を実施しており、政策評価欄に記載すべき、「行政機関が行う政策の評価に関する法律」における「政策評価」は実施していないため、記載すべき事項がありません。								
		施策		政策評価書URL	－						
				該当箇所	－						
	新経済・ 財政再生 計画改革 工程表 2021	取組事項	分野：	－	－						
			(新経済・財政再生計画改革工程表 2021)		－						
			URL：		－						
		該当箇所		－							
事業所管部局による点検・改善											
	項 目						評 価	評価に関する説明			
国費投入の 必要性	事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。						○	酒類に関する国内市場は縮小傾向にある一方、海外における日本産酒類の評価が高まっているため、輸出支援に関する社会のニーズは高い。			
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。						○	日本産酒類の輸出促進については「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」等の累次の閣議決定において、2025年(令和7年)までに2兆円、2030年(令和12年)までに5兆円とする輸出額5兆円目標が示された中、輸出拡大を加速させるためには、海外市場に商流を開拓する体制の整備が必要である。そのため、これらの市場に適した日本産酒類を供給する課題を解決するための取組については、国が主体的に実施する必要がある。			
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。						○	本事業は、2030年(令和12年)までに農林水産物・食品の輸出額5兆円を達成するための手段として位置づけられ、目標達成に向け優先度の高い事業である。			
事業の 効率性	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。						△	業務内容が広範囲にわたり、人員体制の構築が困難等の理由で一者応札となったものもあるが、最低価格落札方式又は総合評価落札方式による一般競争入札により、競争性の確保及びコスト削減に努めている。			
	一般競争契約、指名競争契約又は随意契約(企画競争)による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。						有				
	競争性のない随意契約となったものはないか。						無				
	受益者との負担関係は妥当であるか。						○	受益者にも一定の負担を求めている。			
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。						○	産業振興に要する費用は、事業を実施する地域、時期、規模等により変動するものであるが、調達に当たっては競争性を確保し、効率的な予算執行に努めている。			
	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。						-	中間段階での支出はない。			
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。						○	真に必要な契約に限定し、不要な契約は行っていない。			
不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)						○	一般競争入札により入札差額が生じたほか、新型コロナウイルス感染症拡大により、海外における日本産酒類プロモーションイベントや展示会等の一部中止や事業規模の縮小等が発生したため。				

	繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。（理由を右に記載）					○	新型コロナウイルス感染症拡大及びまん延防止等重点措置の適用に伴い、感染症拡大防止に万全を期す観点から、事業スケジュールの見直しを行ったことにより、年度内に事業を完了することが困難となったため。
	その他コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。					○	複数の事業を一括して調達することで、人件費や手数料等の一般管理費を削減し、効率的に実施できた。
事業の有効性	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。					○	成果実績は成果目標に見合ったものとなっている。
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。					○	本事業は、海外の販路開拓等による輸出促進を目的に実施するため、税制改正や規制緩和のみで達成することは困難。なお、実施に当たっては、競争性を確保した調達を行うことによりコスト削減に取り組んでいる。
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。					○	新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、参加を予定していた展示会が中止となったことから、展示会等で商談機会を提供した国・地域数は活動見込みを下回ったが、その他の活動実績については見込みに見合ったものとなっている。
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。					○	海外主要国の市場調査の報告書等の成果物を酒類事業者等が活用できるよう、国税庁ホームページで公表・周知するとともに、今後の施策を展開する上での資料として活用している。
関連事業	関連する事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。（役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載）					○	日本酒造組合中央会は、清酒製造業等の安定に関する特別措置法に基づき、清酒及び単式蒸留焼酎製造業の経営基盤の安定及び酒税の確保に資することを目的として、清酒及び単式蒸留焼酎の文化的な価値の魅力の発信を柱に、これらの酒類について、国内外の一般消費者を対象とした認知度向上等のための取組を行っている。 一方、国税庁は、「酒類業の健全な発達」を任務として、酒類業の振興、特に輸出促進に努めており、日本産酒類全般について、酒類事業者を対象とした、海外販路の開拓等輸出促進等のための取組を行っている。 また、令和2年度においては、試行的な調査事業としてブランド化推進事業及び酒蔵ツーリズム推進事業を実施したところ、想定を大きく上回る件数の応募があり、業界からの期待が大きいことが確認された。これを踏まえ、限られた予算の中でより多くの事業者に対する幅広い支援を実施する必要があること、酒類事業者の主体的な取組を後押しする観点から、令和3年度以降は、必要経費の一部分に対する補助事業(日本産酒類海外展開支援事業)とした。
	事業番号					事業名	
	2022	財務省	21	0009		清酒製造業近代化事業費等補助金	
	2022	財務省	21	0011		日本産酒類海外展開支援事業	
点検・改善結果	点検結果	上記のとおり、「国費の投入の必要性」、「事業の効率性」、「事業の有効性」の観点から、適切に予算を執行しているところであるが、引き続き、効果検証等を基に施策の必要性等を見直し、改善に取り組む。					
	改善の方向性	日本産酒類の競争力強化・海外展開推進事業の実施に当たっては、酒類事業者等のニーズの把握や施策の必要性・効果の検証を行い、限られた予算の中で効果的・効率的な事業の実施に努める。					
外部有識者の所見							
外部有識者による点検対象外である。							
行政事業レビュー推進チームの所見							
事業内容の一部改善の	日本産酒類の国際的な競争力を強化し、輸出促進を図るため、引き続き、商談においては対面のほか、ICT活用等の効果を検証し、更なる施策の検討・推進に取り組むとともに、日本食の振興施策等関連省庁との連携強化を図る。						
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況							
執行等改善の	海外展示会への出展やオンラインを活用した商談会等の取組に当たっては、引き続き、対面・ICT活用双方のメリット・デメリットを考慮しつつ、より効果的な施策を実施する。 また、農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律に基づき、政府全体として農林水産物・食品の輸出促進に取り組むこととしており、引き続き、農林水産省をはじめとする関係省庁と足並みを揃えて日本産酒類の輸出促進に取り組む。						
備考							

関連する過去のレビューシートの事業番号				
平成23年度	-			
平成24年度	-			
平成25年度	-			
平成26年度	-			
平成27年度	-			
平成28年度	-			
平成29年度	-			
平成30年度	-			
令和元年度	財務省	-	0010	
令和2年度	財務省		0011	
令和3年度	2021	財務	20	0007

※令和3年度実績を記入。執行実績がない新規事業、新規要求事業については現時点で予定やイメージを記入。



費目・使途 (「資金の流れ」に おいてブロックご とに最大の金額 が支出されている 者について記載 する。費目と使途 の双方で実情が 分かるように記 載)	A.株式会社電通ライブ			B.マッキンゼー・アンド・カンパニー・インコーポレイテッド・ジャパン		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	雑役務費	海外展示会への出展支援	96	雑役務費	海外主要国における日本産酒類の市場調査	121
	計		96	計		121
	C.輸出入・港湾関連情報処理センター株式会社			D.株式会社横浜エージェンシー & コミュニケーションズ		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	雑役務費	酒類の輸出証明書発行におけるNACCSの運用に係る経費	8	雑役務費	ロンドンにおける日本産酒類プロモーションイベントの運営	11
	計		8	計		11
	E.株式会社ジェイアール東日本企画			F. 株式会社電通		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	雑役務費	日本産酒類のブランド化及び酒蔵ツーリズム推進に係るモデル事例構築のための調査経費	225	雑役務費	「日本の伝統的な酒造り」に関する調査業務	36
	計		225	計		36
	G.株式会社小学館集英社プロダクション			H.		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	雑役務費	プロモーションイベントの開催及びHP運用に係る運営経費	79			
	計		79	計		0

支出先上位10者リスト

A.

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社電通ライブ	4010001050790	海外展示会への出展支援	96	一般競争契約 (最低価格)	5		
2	株式会社ジェイアール東日本企画	7011001029649	海外商談会実施等に係る運営	53	一般競争契約 (最低価格)	4		
3	株式会社JTB	8010701012863	ロンドンの酒類見本市におけるプロモーション業務	29	随意契約 (その他)	-		
4	独立行政法人日本貿易振興機構	2010405003693	オンライン商談会への出展支援	10	一般競争契約 (最低価格)	1		

B

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	マッキンゼー・アンド・カンパニー・インコーポレイテッド・ジャパン	2700150006311	海外主要国における日本産酒類の市場調査	121	一般競争契約 (総合評価)	1		
2	株式会社パソナ	1010001067359	海外酒類輸出コーディネーターの設置・活用	36	随意契約 (その他)	-		
3	株式会社パソナ	1010001067359	海外酒類輸出コーディネーターの設置・活用	25	随意契約 (その他)	-		
4	株式会社パソナ	1010001067359	海外酒類輸出コーディネーターの設置・活用	20	随意契約 (その他)	-		
5	株式会社JTB	8010701012863	輸出マッチング支援	74	一般競争契約 (総合評価)	1		
6	株式会社JTB	8010701012863	海外主要国における日本産酒類の市場調査	12	一般競争契約 (総合評価)	3		
7	株式会社JTB	8010701012863	海外主要国における日本産酒類の市場調査	10	一般競争契約 (総合評価)	2		
8	株式会社JTB	8010701012863	海外主要国における日本産酒類の市場調査	8	一般競争契約 (総合評価)	2		
9	IWSR Drinks Market Analysis limited	-	世界の酒類市場に関する情報データベースの購入	3	随意契約 (その他)	-		

C

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	輸出入・港湾関連情報処理センター株式会社	3020001081423	酒類の輸出証明書発行におけるNACCSの運用	8	随意契約 (その他)	-		
2	ソレキア株式会社	1010801004073	輸出証明書台紙の刷成	0.3	随意契約 (少額)	-		

D

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社横浜エージェンシー&コミュニケーションズ	7020001024741	ロンドンにおける日本産酒類プロモーションイベントの運営	11	一般競争契約 (最低価格)	5		
2	株式会社横浜エージェンシー&コミュニケーションズ	7020001024741	台湾で実施したプロモーションイベントの運営	10	一般競争契約 (最低価格)	2		
3	東武トップツアーズ株式会社	4013201004021	東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催に併せた海外メディア向け日本産酒類プロモーションの運営	10	一般競争契約 (最低価格)	6		
4	株式会社CB	1040001091182	東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催に併せた訪日外国人向け日本産酒類プロモーションの運営	5	一般競争契約 (最低価格)	4		
5	丸山印刷株式会社	3140001044269	広報用資料の更新	0.9	随意契約 (少額)	-		
6	丸山印刷株式会社	3140001044269	広報用資料の作製	0.6	随意契約 (少額)	-		
7	丸山印刷株式会社	3140001044269	広報用資料の刷成	0.5	随意契約 (少額)	-		
8	関東図書株式会社	6030001001757	広報用資料の作成	2	一般競争契約 (最低価格)	3		
9	第一美術印刷株式会社	3240001005789	広報用資料の作成	1	随意契約 (少額)	-		
10	株式会社ミドリ印刷	3290001016906	広報用資料の作成	1	随意契約 (少額)	-		
11	株式会社橋本確文堂	6220001005326	イベント用資材の作成	0.7	随意契約 (少額)	-		
12	株式会社橋本確文堂	6220001005326	広報用資料の作成	0.4	随意契約 (少額)	-		
13	株式会社阿部紙工	8380001000103	広報用資料の作成	0.8	随意契約 (少額)	-		
14	株式会社鈴活印刷	7180001022044	広報用資料の作成	0.8	随意契約 (少額)	-		

E

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社ジェイアール東日本企画	7011001029649	日本産酒類のブランド化及び酒蔵ツーリズム推進に係るモデル事例構築のための調査経費	225	一般競争契約 (総合評価)	3		
2	株式会社CCCメディアハウス	5011001102168	GI酒類に関するPR素材作成及び情報発信	47	随意契約 (少額)	－		
3	株式会社日本旅行	1010401023408	セミナーの開催	29	一般競争契約 (最低価格)	5		
4	株式会社CB	1040001091182	セミナーの開催	15	一般競争契約 (最低価格)	4		
5	株式会社CB	1040001091182	シンポジウムの開催	11	一般競争契約 (最低価格)	3		
6	株式会社横浜エージェンシー&コミュニケーションズ	7020001024741	上海で実施したプロモーションイベントの運営	23	一般競争契約 (最低価格)	2		
7	株式会社アシスト	3240001000427	プロモーションイベントの運営	12	一般競争契約 (最低価格)	5		
8	株式会社津々浦々	4010001188623	地理的表示の指定に向けた説明会運営	10	一般競争契約 (最低価格)	1		
9	株式会社小学館集英社プロダクション	9010001018924	シンポジウムの開催	9	一般競争契約 (最低価格)	2		
10	株式会社リンク	9310001003499	PR動画の制作	7	一般競争契約 (最低価格)	7		
11	アインズ株式会社	2160001010617	シンポジウムの開催	6	一般競争契約 (最低価格)	3		

F

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社電通	5010401143788	「日本の伝統的な酒造り」に関する調査業務	36	一般競争契約 (総合評価)	2		
2	株式会社電通アドギア	1010001139760	シンポジウムの開催	30	一般競争契約 (最低価格)	1		
3	株式会社JR西日本コミュニケーションズ	8120001064792	広告掲載業務	10	一般競争契約 (最低価格)	6		
4	株式会社国際開発センター	2010701024476	「海外のユネスコ無形文化遺産(酒類関係)」に関する調査業務	9	一般競争契約 (総合評価)	5		
5	株式会社イベントアンドコンベンションハウス	6010001011007	シンポジウムの開催	7	一般競争契約 (最低価格)	3		
6	株式会社トランス・デュース	3010401063542	PR動画の制作	3	一般競争契約 (最低価格)	6		
7	株式会社アイフィス	1010001000179	広報用資料の刷成	0.6	随意契約 (少額)	－		
8	株式会社アイフィス	1010001000179	広報用資料の刷成	0.2	随意契約 (少額)	－		
9	株式会社アイフィス	1010001000179	広報用資料の刷成	0.1	随意契約 (少額)	－		

G

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社小学館集英社プロダクション	9010001018924	プロモーションイベントの開催及びHP運用に係る運営経費	79	一般競争契約 (最低価格)	4		

(注)落札率については、同種の他の契約の予定価格を類推されるおそれがあるために記載していない。

国庫債務負担行為等による契約先上位10者リスト

	ブロック名	契 約 先	法 人 番 号	業 務 概 要	契約額 (百万円)	契約方式	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (契約額10億円以上)
1		－	－	－	－		－	－	

国税庁 酒類業振興関係予算

【計26.8億円

令和3年度当初予算 13.7億円
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】

(補助対象となる取組)

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

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

輸出促進施策

海外販路拡大に向けた取組

【R3 3.3億円、3次補正 4.0億円】

- ◎ 消費者の嗜好等を把握するための市場調査 拡充
- ◎ 海外拠点におけるコーディネーター設置・活用 拡充
- 海外大規模展示会においてジャパンプースを設置
- 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

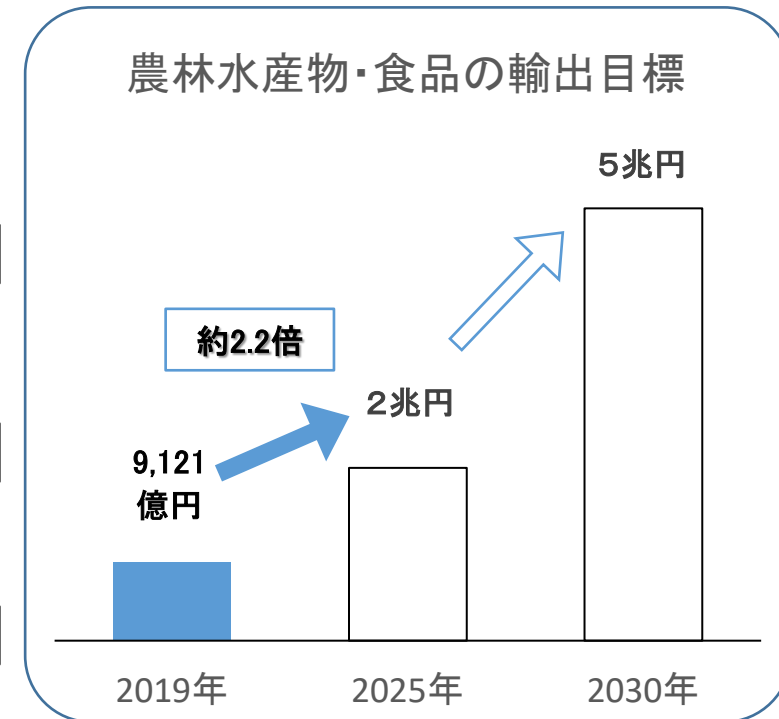
(注)この他に令和3年度予算において、以下を計上。

- ・ 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)

輸出拡大実行戦略（酒類）

- 農林水産物・食品の輸出目標である、「2025年までに2兆円、2030年までに5兆円」の達成に向け、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」において、酒類については、「清酒」、「ウイスキー」及び「本格焼酎・泡盛」の3品目を重点品目とし、ターゲット国等を定め、更なる輸出拡大に取り組んでいく。
- この3品目については、農林水産物・食品全体の輸出目標の伸び率（対2019年比約2.2倍）を上回ることを目指す。

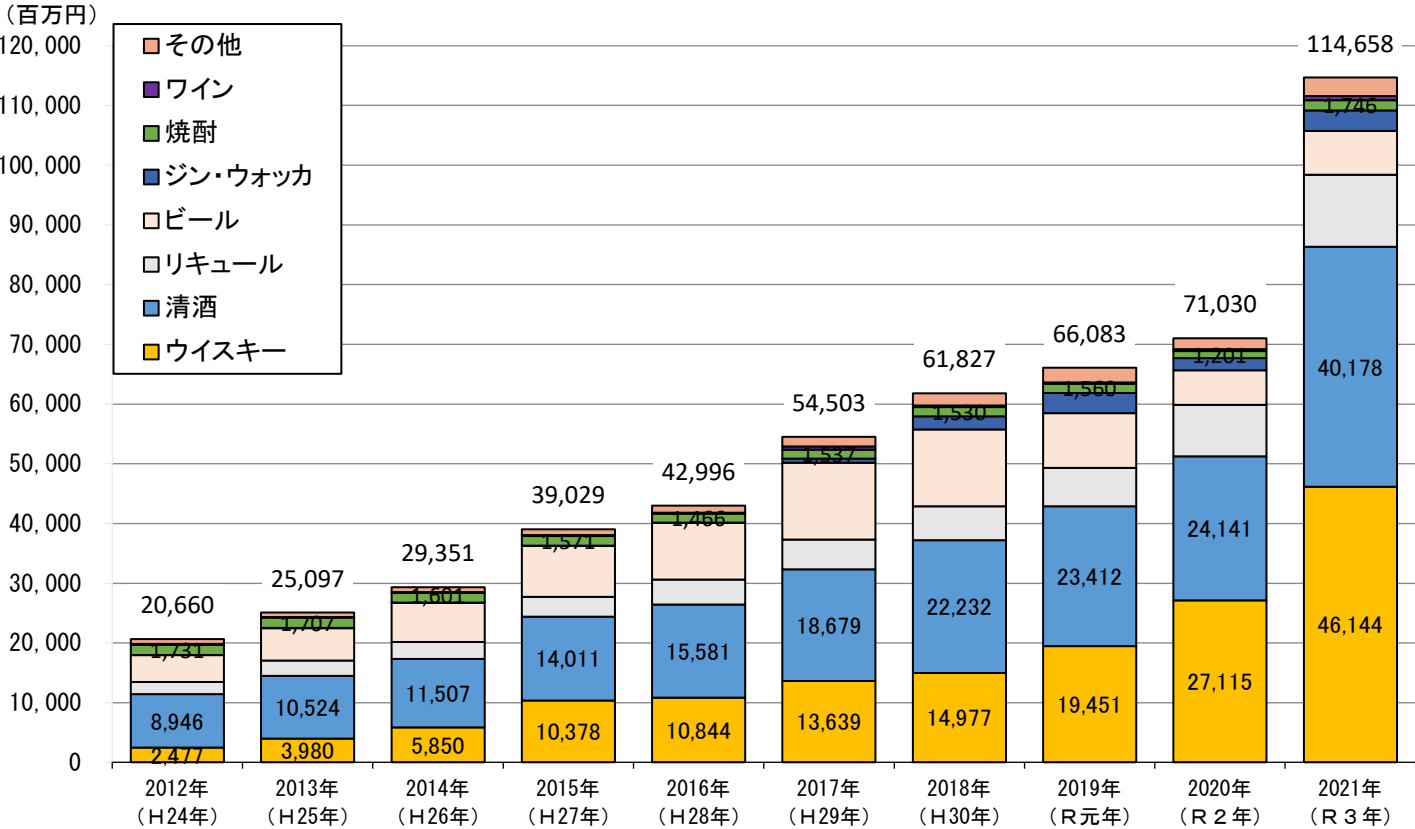
重点品目	ターゲット国	2025年目標 (2019年)	
清酒	米国、中国、香港、 EU・英国、台湾、 シンガポール	600億円 (234.1億円)	約2.5倍
ウイスキー	EU・英国、米国、 中国、台湾	680億円 (194.5億円)	約3.5倍
本格焼酎・泡盛	中国、米国、台湾	40億円 (15.6億円)	約2.5倍



最近の日本産酒類の輸出動向について

(2021年12月時点)

- 2021年1月から12月までの輸出金額は約1,147億円(対前年同期61.4%増)となり、初めて1,000億円を突破。
- 8月末で2020年の輸出金額(約710億円)を上回り、10年連続で過去最高を更新。
- 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(1-12月)	対前年同期増減率
ウイスキー	27,115	+39.4%	46,144	+70.2%
清酒	24,141	+3.1%	40,178	+66.4%
リキュール	8,623	+33.9%	12,067	+39.9%
ビール	5,772	▲37.0%	7,361	+27.5%
ジン・ウォッカ	2,019	▲40.7%	3,392	+68.0%
焼酎	1,201	▲23.0%	1,746	+45.4%
ワイン	348	+99.8%	687	+97.6%
その他	1,811	▲26.9%	3,083	+70.2%
合計	71,030	+7.5%	114,658	+61.4%

○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(1-12月)	対前年同期増減率
中華人民共和国	17,292	+70.9%	32,025	+85.2%
アメリカ合衆国	13,840	▲11.6%	23,811	+72.0%
香港	9,975	+59.5%	14,758	+48.0%
台湾	6,541	+5.5%	9,307	+42.3%
フランス	3,185	▲7.4%	5,748	+80.5%
シンガポール	3,829	+11.2%	5,067	+32.3%
オーストラリア	2,617	+14.2%	4,193	+60.2%
オランダ	3,062	▲15.1%	3,878	+26.6%
大韓民国	1,919	▲68.8%	2,763	+44.0%
マカオ	552	+132.0%	2,021	+265.9%
(参考)EU・英国	7,975	▲12.9%	12,774	+60.2%

○2021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)	76.6	80.0	102.5	107.9	92.4	104.3	102.2	92.8	92.5	100.8	90.3	104.3	1,146.7
対前年同期比(%)	+52.9	+43.0	+84.5	+105.6	+139.2	+88.8	+76.9	+75.2	+49.4	+39.5	+22.9	+24.2	+61.4

※各月の輸出金額は、単位未満を四捨五入しているため、内訳の計と合計が一致しない場合がある。

出典:財務省貿易統計
※確々報の発表を受け、2022年5月に数値を一部修正。

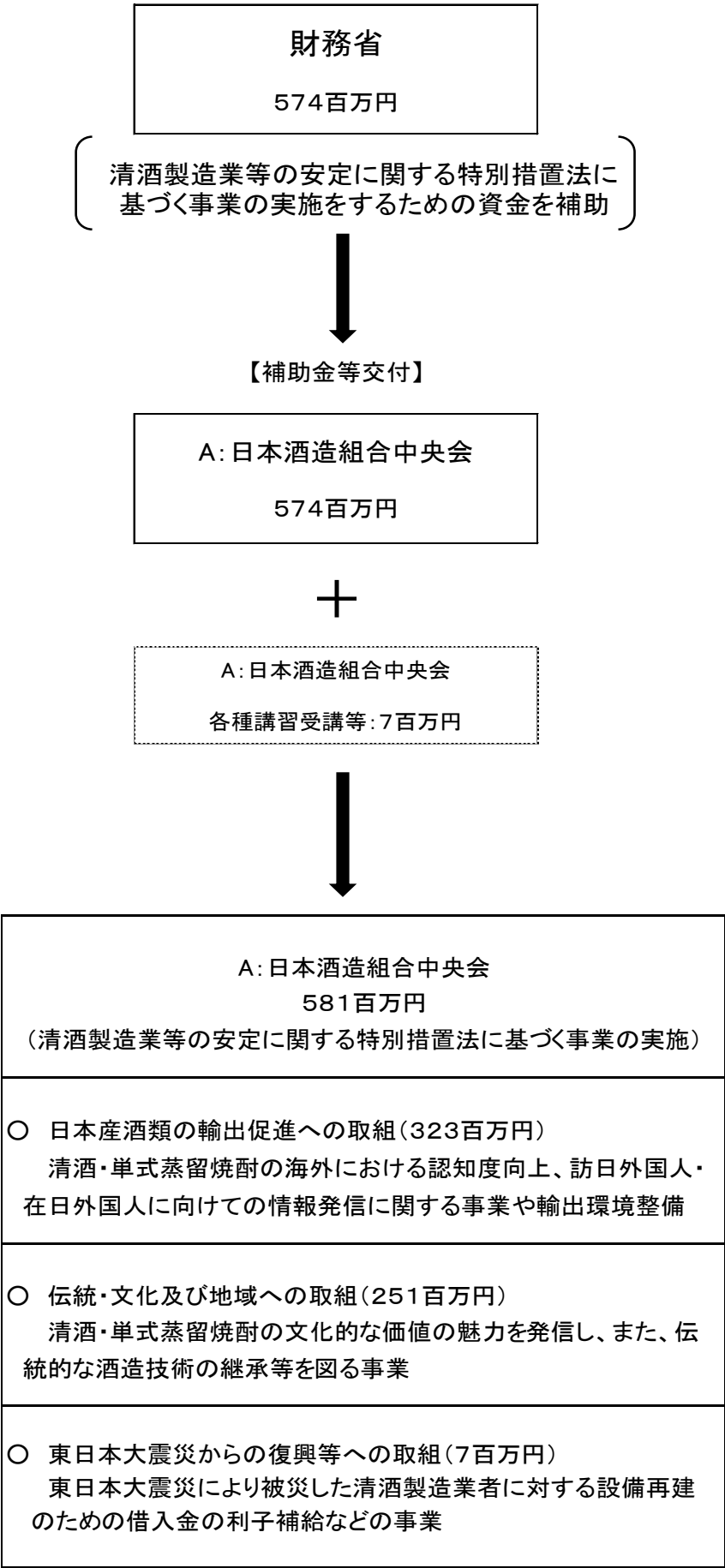
事業番号 2022 - 財務 - 21 - 0009											
令和4年度行政事業レビューシート（財務省）											
事業名	清酒製造業近代化事業費等補助金				担当部局庁	国税庁			作成責任者		
事業開始年度	平成22年度	事業終了 (予定) 年度	終了予定なし		担当課室	酒税課			酒税課長 中田 和幸		
会計区分	一般会計										
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	清酒製造業等の安定に関する特別措置法 第3条第1項第3号、第3条第2項第2号				関係する 計画、通知等	-					
主要政策・施策	クールジャパン				主要経費	その他の事項経費					
事業の目的 (目指す姿を簡 潔に。3行程度以 内)	日本酒造組合中央会が実施する、清酒製造業等の安定に関する特別措置法(昭和45年法律第77号)に掲げる事業への支援を通じて、清酒製造業者及び 単式蒸留焼酎製造業者(以下「清酒製造業者等」という。)の経営基盤の安定及び酒税の確保、ひいては酒類業の健全な発達に資することを目的としている。										
事業概要 (5行程度以内。 別添可)	清酒製造業等の安定に関する特別措置法第3条第1項第3号及び第3条第2項第2号に掲げる事業として、日本酒造組合中央会が実施する清酒及び単式 蒸留焼酎(以下「清酒等」という。)の近代化事業等の主な内容は以下のとおり。 ・酒造りの伝統技術の継承や酒文化の情報発信等の伝統・文化及び地域への取組。 ・清酒等の文化的な価値の魅力の発信を柱に、国内外の一般消費者を対象とした認知度向上等の取組。										
実施方法	補助										
予算額・ 執行額 (単位:百万円)			令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度要求				
	予算 の 状 況	当初予算	598	598	599	600	741				
		補正予算	-	-	-	-					
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-				
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-					
		予備費等	-	-	-	-					
	計		598	598	599	600	741				
	執行額		556	579	574						
	執行率 (%)		93%	97%	96%						
	当初予算+補正予算に対す る執行額の割合 (%)		93%	97%	96%						
令和4・5年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目		令和4年度当初予算	令和5年度要求	主な増減理由						
	清酒製造業近代化事業費 等補助金		600	741	輸出金額の伸び率を維持・向上していくため、国の事業との連携効果を 高めることができるよう、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」 で定める地域の深堀等を行っていくための予算の増額を要求してい る。						
	計		600	741							
活動内容 (アクティビ ティ)	日本の國酒である日本酒及び本格焼酎・泡盛の魅力を世界に広めていくための「ブランドの確立」、「正しい知識の普及」、「認知度向上」を図 るため、効果的なPR、イベントの企画・実行及び情報発信の強化等を行うとともに輸出促進のための環境を整備する。 また、訪日外国人・在日外国人に向けて日本酒及び本格焼酎・泡盛の魅力に関する情報発信・正しい理解の普及を行う。										
活動目標及び 活動実績 (アウトプット)	活動目標		活動指標			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込
	日本産酒類の輸出促進		日本産酒類の輸出促進へ の取組に係る事業件数		活動実績	件	14	13	12	-	-
					当初見込み	件	14	14	13	13	-
単位当たり コスト	算出根拠				単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込		
	日本産酒類の輸出促進への取組に係る直接費／日本 産酒類の輸出促進への取組に係る事業件数			単位当たり コスト	千円	20,450	21,732	23,999	24,039		
				計算式	千円/件	286,299/14	282,515/13	287,993/12	312,507/13		
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標		成果指標			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 7 年度
	2025年(令和7年)までに 清酒の輸出額を600億円と する		清酒の輸出金額		成果実績	億円	234.1	241.4	401.8	-	-
					目標値	億円	-	-	-	-	600
					達成度	%	39	40.2	67	-	-
根拠として用いた 統計・データ名 (出典)	貿易統計(財務省)										

成果目標及び 成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 － 年度	目標最終年度 7 年度	
			2025年(令和7年)までに 焼酎の輸出額を40億円と する	焼酎の輸出金額	成果実績	億円	15.6	12	17.5	－		
					目標値	億円	－	－	－	－	40	
					達成度	%	39	30	43.8	－		
根拠として用いた 統計・データ名 (出典)			貿易統計(財務省)									
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 4 年度	目標最終年度 7 年度	
			コロナ禍以前の過去5年 (平成26年～平成30年)の 平均集客数を上回る	清酒等の伝統的な醸造技 術や正しい商品知識の普 及等を目的とした国際空港 國酒キャンペーンにおける 集客数	成果実績	者	41,697	－	－	－	－	－
					目標値	者	40,000	41,000	42,000	44,000	48,000	
					達成度	%	104.2	－	－	－	－	－
根拠として用いた 統計・データ名 (出典)			日本酒造組合中央会の目標値及び集客実績(令和2年度及び令和3年度は実績なし)									
政策評価、 新経済・財 政再生計画と の関係	政策評価	政策	※国税庁においては、中央省庁等改革基本法に基づき「実績評価」を実施しており、政策評価欄に記載すべき、「行政機関が行う政策の評価に関する法律」における「政策評価」は実施していないため、記載すべき事項がありません。									
		施策		政策評価書 URL	－							
	新経済・財政再生 計画改革工程表 2021		取組事項		該当箇所	－						
		分野:		－	－							
		(新経済・財政再生計画改革工程表 2021) URL:		－								
			該当箇所	－								
事業所管部局による点検・改善												
	項 目						評 価	評価に関する説明				
国費投入の 必要性	事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。						○	平成25年に「和食：日本人の伝統的な食文化」がユネスコ無形文化遺産に登録され、和食への関心と相まって、清酒等に対する関心も高まりを見せており、清酒等の魅力を世界発信することは、社会ニーズを的確に反映している。				
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。						○	地方自治体や清酒製造業者等が自ら行う事業との役割分担を行い、全国規模での事業や海外向け事業等を中心に支援を行うものである。				
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。						○	国税庁が酒類業の健全な発達を図る手段として、公益的な性格も有する日本酒造組合中央会の事業を支援することは適正な手段であり優先度も高い。				
事業の 効率性	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。						－	－				
	一般競争契約、指名競争契約又は随意契約(企画競争)による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。						無					
	競争性のない随意契約となったものはないか。						無					
	受益者との負担関係は妥当であるか。						○	文化的な価値の魅力の発信を通じた清酒等の輸出促進への取組など、業界全体に裨益する事業を中心に支援している。また、日本酒造組合中央会は独自の事業も実施しており、妥当である。				
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。						○	国内事業、海外事業ともに競争性の確保に努めること等により単位当たりコストの高騰を防いでおり、その水準は妥当である。				
	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。						○	補助金の事業主体である日本酒造組合中央会に直接交付している。				
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。						○	事業内容は、事業目的に即し真に必要なものである。				
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)						－	－				
繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)						－	－					
事業の 有効性	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。						○	清酒等の輸出額の伸び率は、目標とする農林水産物・食品の輸出額の伸びを上回っている。				
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。						○	文化的な価値の魅力の発信を通じた輸出促進に資するため、国ごとの特徴に合わせた輸出戦略を持ち、より効果的な事業の実施に努めている。				
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。						○	新型コロナウイルス感染症の影響により、一部、実施できなかった事業はあるものの、活動実績は見込みに見合ったものとなっている。				
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。						○	文化的な価値の魅力の発信を柱とした清酒等の国際的な普及を図るため、海外にサポートデスクを設け、現地情報の収集、PR活動等を実施しており、十分に活用されている。				

関連事業	関連する事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。（役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載）					○	日本酒造組合中央会は、清酒製造業等の安定に関する特別措置法に基づき、清酒等製造業の経営基盤の安定及び酒税の確保に資することを目的として、清酒等の文化的な価値の魅力の発信を柱に、これらの酒類について、国内外の一般消費者を対象とした認知度向上等のための取組を行っている。 一方、国税庁は、「酒類業の健全な発達」を任務として、酒類業の振興、特に輸出促進に努めており、日本産酒類全般について、酒類事業者を対象とした、海外販路の開拓等輸出促進等のための取組を行っている。	
	事業番号							事業名
	2022	財務省	21	0008				日本産酒類の競争力強化・海外展開推進事業
	2022	財務省	21	0011				日本産酒類海外展開支援事業
点検・改善結果	点検結果		・主要な業務である清酒等の文化的な価値の魅力の発信に対する成果目標としている清酒等の輸出額については、目標である農林水産物・食品の輸出額の伸び率を上回っている。 ・新型コロナウイルス感染症による影響を踏まえ、予算配分の見直しを行うなど、より効率的に事業が実施されたほか、高い予算執行率を維持している。					
	改善の方向性		・今後、更に効果的、効率的に事業を推進していくことにより、輸出金額の伸び率を維持・向上していく。 ・補助事業の対象事業については、事業目的に応じた重点化に取り組んできたところであるが、国の事業との連携及び適切な役割分担をより意識して事業を計画・実施し、また、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を踏まえ会費収入の増加を図り補助金事業以外の事業の拡充を目指すなど、引き続き費用対効果の向上を図り、事業を推進していく。					
外部有識者の所見								
外部有識者による点検対象外である。								
行政事業レビュー推進チームの所見								
事業内容の一部改善		補助対象事業については、継続的に市場の動向等を勘案し、常に効率的・効果的な施策を進めるとともに、日本産酒類の輸出促進や情報発信など事業全体の目標に対する実績の達成に努める。						
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況								
執行等改善		市場の動向等を勘案し、効果的な施策を進めるため、一部の事業を見直した。						
備考								
関連する過去のレビューシートの事業番号								
平成23年度	45							
平成24年度	47							
平成25年度	12							
平成26年度	12							
平成27年度	11							
平成28年度	10							
平成29年度	10							
平成30年度	11							
令和元年度	財務省	-		0011				
令和2年度	財務省			0012				
令和3年度	2021	財務	20	0008				

※令和3年度実績を記入。執行実績がない新規事業、新規要求事業については現時点で予定やイメージを記入。

資金の流れ
(資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する)
(単位：百万円)



費目・使途 (「資金の流れ」においてブロックごとに最大の金額が支出されている者について記載する。費目と使途の双方で実情が分かるように記載)	A.日本酒造組合中央会			B.		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	事業経費	日本産酒類の輸出促進への取組	323			
	事業経費	伝統・文化及び地域への取組	251			
	助成金	東日本大震災からの復興等への取組	7			
	雑収入		▲ 7			
	計		574	計		0

支出先上位10者リスト

A.

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	日本酒造組合中央会	4010405001729	清酒製造業等の安定に関する特別措置法に基づく事業を実施するための交付	574	補助金等交付	-	-	

国庫債務負担行為等による契約先上位10者リスト

	ブロック名	契 約 先	法 人 番 号	業 務 概 要	契約額 (百万円)	契約方式	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (契約額10億円以上)
1		-	-	-	-		-	-	

日本酒造組合中央会の概要

- 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）に基づき、酒税の保全及び酒類業界の安定のため設立された酒類業組合。酒税の保全に協力し、及び共同の利益を増進する事業を行うことができることとされている。

（１）名称等

- （名 称） 日本酒造組合中央会（Japan Sake & Shochu Makers Association）
- （所在地） 東京都港区西新橋 1－6－5
- （会 長） 大倉 治彦（京都府：月桂冠㈱代表取締役社長、令和2年6月～ 現在1期2年目）

（２）会員数

都道府県単位の酒造組合（40）及び酒造組合連合会（7）

（参考）各会員の下に清酒製造業者1,377者、単式蒸留焼酎製造業者271者、みりん二種製造業者13者、計1,661者の酒類製造業者で構成されている。（令和4年6月7日現在）

（３）主な事業

- 酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律に基づく事業
 - ・ 国の行う酒税の保全に関する措置に対する協力
 - ・ 会員たる酒類業組合の組合員の事業に関する経営の合理化、技術の改善向上又は知識の普及を図るための教育等
 - ・ 会員たる酒類業組合の組合員の販売する酒類の販売増進等のための広報宣伝 など
- 清酒製造業等の安定に関する特別措置法に基づく信用保証事業、近代化事業

日本酒造組合中央会における中期事業計画（令和３年度～令和７年度の補助金事業）

目 標

- 政府のクールジャパン推進の一環である日本産酒類の輸出促進について、海外における國酒の認知度向上などをさらに推進し販路を拡大する。
- 日本古来の國酒として、文化的な価値の発信、伝統的な酒造技術の継承等を図る。
- 全国各地にある國酒蔵元を中心とした、地域活性化等を図るとともに地域文化、地域食文化と育まれてきた國酒の価値再創造を目指す。
- 地球環境問題やアルコール関連問題等に対応し持続的発展を目指す。
- 自然災害等からの復興支援や新たな感染症等の影響への対策を図る。

目 的

日本産酒類の輸出促進への取組

- ☞ 國酒の文化性、自然とのかかわりを訴求し、海外における認知度向上を図るとともに輸出促進のための環境を整備する。
- ☞ 外国人に向けて國酒の魅力に関する情報発信・正しい理解の普及を図る。
- ☞ 知的財産等の保護・活用を図る。
- ☞ 本格焼酎・泡盛の販売に係る差別的措置の排除に向けて対応し輸出環境整備を図る。

伝統・文化及び地域への取組

- ☞ 國酒の文化的価値や魅力の発信。
- ☞ 各地域における伝統的な酒造技術の継承等を図る。
- ☞ 地域環境や各地域の伝統文化、食文化にも配慮し、地域活性化を図る。
- ☞ 地球環境問題やアルコール関連問題に対する環境整備に貢献する。
- ☞ 経営基盤強化を図り、持続的発展を目指す。

事業内容

⇒世界規模のイベント等への出展
 ⇒海外へのPR活動（在外公館等連携事業、見本市出展事業、國酒の品質・安全性のPR事業）
 ⇒海外展開のための情報収集（海外サポートデスクの配置、輸出先国の情報の整理・組合員への周知）
 ⇒海外における國酒の認知度向上（日本産を示すマークの表示及び普及）及び地理的表示（GI）を活用したブランド化の推進
 ⇒主要な国際空港、酒蔵ツーリズムなどを通じた情報発信（国際空港國酒キャンペーン・酒蔵ツーリズム）
 ⇒正しい商品知識の普及、國酒の認知度向上、情報発信のための事業（インフルエンサー等招聘）
 ⇒インターネット等を活用した國酒PR
 ⇒米国（ニューヨーク・カルフォルニア）における焼酎インフルエンサー・ファンの創出及び育成イベントの開催

など

⇒國酒の文化的側面からの情報発信、正しい商品知識の普及（日本酒フェア、外国人向けセミナー、Japan Sake & Shochu Academy）
 ⇒國酒の伝統的な製法を継承するための勉強会、品質や安全性を確保するための調査及びPR
 ⇒地域伝統文化、食文化の継承と共に地域の國酒の発展を図るための普及及び情報発信
 ⇒酒蔵開き発信事業を通じた蔵元のPR等
 ⇒國酒の品質向上のための調査・研究
 ⇒リターナブルびんの利用促進等地球環境保全対策等のための事業
 ⇒過度なアルコール摂取に関する問題への対応
 ⇒知的財産等の保護・活用（特許・商標）
 ⇒国内需要動向等調査を行うことにより環境変化とその影響を見据えた体制整備を図る。
 ⇒原料米等の安定的な確保を図るため、情報共有・発信等の支援

自然災害等復興事業 新たな感染症等の影響への対策事業

- ・東日本大震災や各地で発生した大規模地震、水害等の自然災害からの復興への取組
- ・新型コロナウイルス感染症等の影響への対策事業

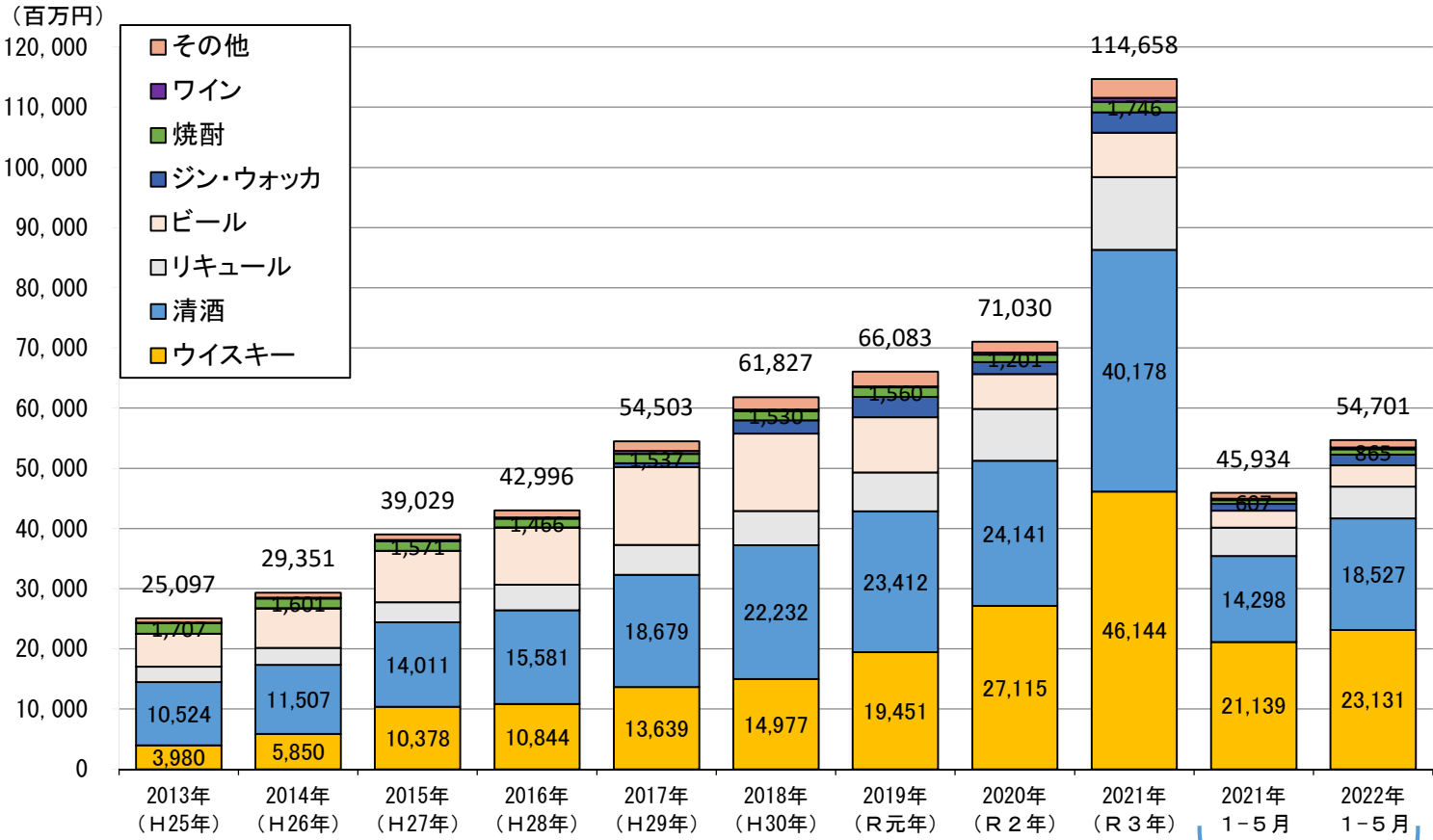
- ☞ 東日本大震災による被災蔵元の設備再建のための借入金の利子補給を実施する。
- ☞ 各地で発生した自然災害からの復興をPRし、各種事業を通じて地域全体の復興の促進を図る。
- ☞ 輸出先国の情勢変化や商流の変化に対応した輸出促進を図る。
- ☞ 国内の販路維持拡大に対応した支援・協力を図る。
- ⇒ 経営改善対策を図るための一時的な措置

- ⇒東日本大震災で被災した組合員に対する支援（利子補給金の支払（新規採択は終了））（令和4年度まで）
- ⇒各地で発生した自然災害により被災した地域等の復興PRや酒類の安心PR事業等
- ⇒輸出先国の情勢変化や輸出販路の拡大に係る調査等
- ⇒蔵置場等の確保対応など経営改善の支援

最近の日本産酒類の輸出動向について

(2022年5月時点)

- 2021年の輸出金額は約1,147億円(対前年61.4%増)となり、初めて1,000億円を突破。10年連続で過去最高を記録。
- 2022年5月の輸出金額は114.7億円(対前年同期24.1%増)となり、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している。



○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	-	-	-	-	-	-	-	547.0
対前年 同期比 (%)	+11.4	+11.8	+35.3	+10.3	+24.1	-	-	-	-	-	-	-	+19.1

○品目別輸出金額 (単位: 百万円)

品目	2021年	対前年 増減率	2022年 (1-5月)	対前年同期 増減率
ウイスキー	46,144	+70.2%	23,131	+9.5%
清酒	40,178	+66.4%	18,527	+29.6%
リキュール	12,067	+39.9%	5,278	+12.0%
ビール	7,361	+27.5%	3,534	+26.1%
ジン・ウォッカ	3,392	+68.0%	1,830	+58.6%
焼酎	1,746	+45.4%	865	+42.5%
ワイン	687	+97.6%	281	+15.2%
その他	3,083	+70.2%	1,255	+28.2%
合計	114,658	+61.4%	54,701	+19.1%

○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 (1-5月)	対前年同期 増減率
中華人民共和国	32,025	+85.2%	12,931	+4.0%
アメリカ合衆国	23,811	+72.0%	12,157	+13.3%
台湾	9,307	+42.3%	5,093	+37.5%
香港	14,758	+48.0%	4,732	▲18.6%
シンガポール	5,067	+32.3%	3,425	+46.6%
オーストラリア	4,193	+60.2%	2,466	+38.0%
フランス	5,748	+80.5%	2,397	+19.3%
オランダ	3,878	+26.6%	2,246	+24.8%
大韓民国	2,763	+44.0%	1,937	+86.9%
マカオ	2,030	+267.6%	956	+148.5%
(参考)EU・英国	12,774	+60.2%	6,621	+38.2%

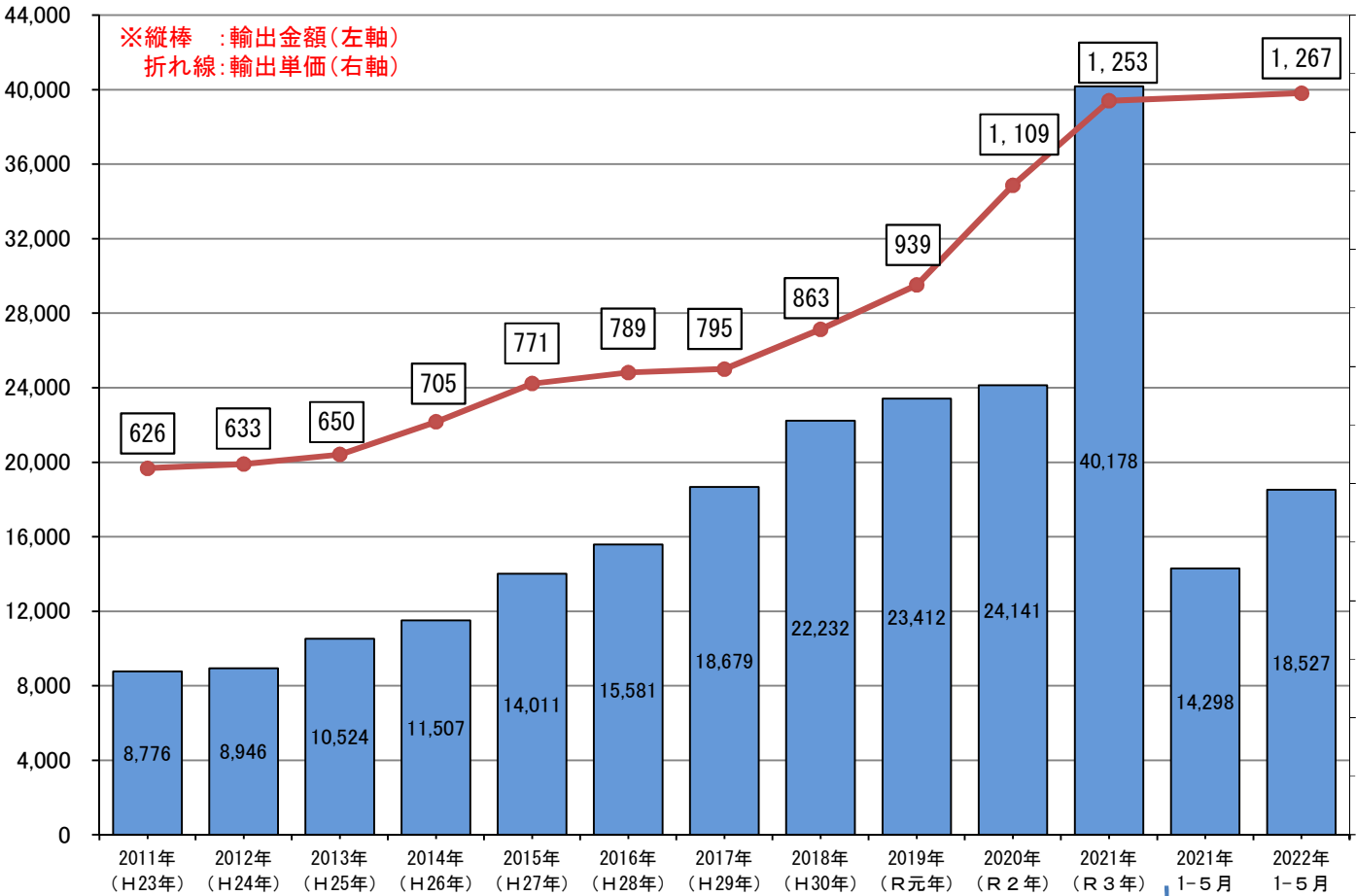
出典:財務省貿易統計

最近の清酒の輸出動向について

(2022年5月時点)

- 2021年の清酒の輸出金額は約402億円(対前年66.4%増)となり、12年連続で過去最高を記録。輸出単価も上昇。
- 2022年5月の輸出金額は37.7億円(対前年同期22.0%増)となり、アメリカや中国、香港が輸出を牽引。

(百万円)



○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	-	-	-	-	-	-	-	185.3
対前年同期比(%)	+30.3	+50.5	+31.6	+19.8	+22.0	-	-	-	-	-	-	-	+29.6

(円/L)

○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(1-5月)	対前年同期増減率
アメリカ合衆国	9,591	+89.2%	4,870	+64.7%
中華人民共和国	10,279	+77.5%	4,650	+25.4%
香港	9,308	+50.7%	2,976	▲10.7%
シンガポール	1,802	+61.8%	1,036	+22.0%
大韓民国	1,503	+53.5%	997	+86.8%
台湾	1,726	+20.7%	916	+18.2%
カナダ	676	+57.5%	426	+61.9%
オーストラリア	730	+48.8%	341	+3.4%
英国	444	+106.9%	286	+155.2%
マレーシア	334	+20.1%	226	+32.5%
(参考)EU・英国	2,036	+84.2%	1,097	+73.2%

○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(2021年)	(参考)輸出金額
マカオ	5,069	563
香港	2,870	9,308
シンガポール	1,960	1,802
アラブ首長国連邦	1,627	175
中華人民共和国	1,414	10,279
英国	1,119	444
フランス	1,117	490
アメリカ合衆国	1,087	9,591
マレーシア	998	334
オーストラリア	977	730
(参考)EU・英国	747	2,036

(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

事業番号 2022 - 財務 - 21 - 0010										
令和4年度行政事業レビューシート (財務省)										
事業名	酒類業構造転換支援事業			担当部局庁	国税庁			作成責任者		
事業開始年度	令和2年度	事業終了 (予定) 年度	令和4年度	担当課室	酒税課輸出促進室			輸出促進室長 山下 尚志		
会計区分	一般会計									
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	-			関係する 計画、通知等	・国民の命と暮らしを守る安心と希望のための総合経済対策 (令和2年12月8日閣議決定)					
主要政策・施策	-			主要経費	その他の事項経費					
事業の目的 (目指す姿を簡 潔に。3行程度以 内)	本事業は、酒類事業者が国内酒類消費の減少、酒類業従事者の高齢化といった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することにより、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すことを目的とする。									
事業概要 (5行程度以内。 別添可)	酒類業のフロンティアを開拓するような、新規性・先進性のある以下の取組を支援する。【補助率：1/2】 (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技術の活用による製造・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									
実施方法	補助									
予算額・ 執行額 (単位：百万円)			令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度要求			
	予算 の 状 況	当初予算	-	-	-	-	-			
		補正予算	-	600	-	-				
		前年度から繰越し	-	-	600	5	-			
		翌年度へ繰越し	-	▲ 600	▲ 5	-				
		予備費等	-	-	-	-				
	計		0	0	595	5	0			
	執行額		0	0	524					
	執行率 (%)		-	-	88%					
	当初予算＋補正予算に対する執行額の割合 (%)		-	-	#DIV/0!					
令和4・5年度 予算内訳 (単位：百万円)	歳出予算目		令和4年度当初予算	令和5年度要求	主な増減理由					
	-		-	-						
	計		-	-						
活動内容 (アクティビ ティ)	酒類事業者に対して、新規性・先進性のある以下の取組について補助を行うことにより支援する。 (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									
活動目標及び 活動実績 (アウトプット)	活動目標		活動指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込
	酒類事業者の経営改革、 酒類業界の構造転換を促 す。		酒類業構造転換支援事業 の採択件数	活動実績	件	-	0	155	-	-
				当初見込み	件	-	150	150	1	-
単位当たり コスト	算出根拠				単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込	
	執行額／酒類業構造転換支援事業の採択件数			単位当たり コスト	千円	-	-	3,359.8	-	
				計算式	千円/件	-	-	524,126.2/156	-	

成果目標及び 成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標		目標最終年度				
										-	年度	5	年度			
			補助事業に係る売上の全 事業者累計額(事業実施年 度から令和5年度まで)が 本事業執行額を上回る	補助事業に係る売上の全 事業者累計額(令和3～5年 度)	成果実績	百万円	-	-	-	-	-					
					目標値	百万円	-	-	-	-	600					
					達成度	%	-	-	-	-	-					
根拠として用いた 統計・データ名 (出典)			国税庁調べ													
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標		目標最終年度				
										-	年度	7	年度			
			補助事業者のうち、補助事 業終了後5年間で、売上総 利益年率平均1.5%以上増 を達成する事業者割合が 50%を超えること。	売上総利益年率平均1.5% 以上増を達成する補助事 業者割合						成果実績	%	-	-	-	-	-
										目標値	%	-	-	-	-	50
達成度	%	-			-	-	-	-								
根拠として用いた 統計・データ名 (出典)			国税庁調べ													
政策評価、新 経済・財政再 生計画と の関係	政策評価	政策	※国税庁においては、中央省庁等改革基本法に基づき「実績評価」を実施しており、政策評価欄に記載すべき、「行政機関が行う政策の評価に関する法律」における「政策評価」は実施していないため、記載すべき事項がありません。													
		施策				政策評価書 URL	-									
						該当箇所	-									
	2021 新 経済・財政再 生計画改革 工程表	取組事項	分野:	-		-										
			(新経済・財政再生計画改革工程表 2021) URL:		-											
			該当箇所		-											

事業所管部局による点検・改善										
	項 目					評 価	評価に関する説明			
国費投入の必要性	事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。					○	酒類事業者は、中小・零細企業がその多くを占めているものの、歴史的・文化的に地域社会とのつながりが深く、地域の中核的な存在として地域経済やコミュニティの活性化等において重要な役割を果たしている。新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、飲食店消費を中心に国内酒類消費の落ち込みが深刻な中で、従来型の商品開発・製造・販売等の方法にとらわれず、新たな商品・サービスの創造、新たな市場の開拓に取り組み、経営改革や酒類業界の構造転換を推進していくことが求められている。本事業は、このような求めに対応できる酒類事業者の育成を目指しており、社会のニーズを反映している。			
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。					○	「国民の命と暮らしを守る安心と希望のための総合経済対策」では、政府としてポストコロナの新しい経済構造・成長モデルの転換に向け、民間投資をしっかりと呼び込む必要があるとされている。本事業は、当該経済対策に基づき、酒類事業者の経営改革や酒類業界の構造転換の促進を目的としており、国が主体的に実施する必要がある。			
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。					○	「国民の命と暮らしを守る安心と希望のための総合経済対策」において、ポストコロナに向けた経済構造の転換・好循環の実現を目指すこととされており、本事業は目的達成に向け優先度の高い事業である。			
事業の効率性	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。					○	公募により補助対象者を募り、公募要領に定める評価基準等を踏まえ、交付先を公平に選定している。			
	一般競争契約、指名競争契約又は随意契約（企画競争）による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。					無				
	競争性のない随意契約となったものはないか。					無				
	受益者との負担関係は妥当であるか。					○	本事業は、必要経費の一部を補助するものであり、受益者に一定の負担を求めている。			
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。					○	補助事業者から事業完了後に提出される実績報告書や確定検査により、発生した経費の妥当性を検証の上、精算している。			
	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。					○	中間段階での支出はない。			
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。					○	公募要領等で補助対象経費を明確化した上で、事業の採択に当たっては、費目・使途の必要性を厳格に確認することとしている。また、事業完了後に提出される実績報告書や確定検査の実施により、費目・使途の妥当性を検証の上、補助金額を確定している。			
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。（理由を右に記載）					○	新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、補助事業期間に予定していた事業の一部を行えなくなったこと等による。			
	繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。（理由を右に記載）					-	-			
その他コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。					○	本事業は、補助事業者への直接補助により実施し、中間段階での支出がないためコスト削減となっている。また、事業完了までの間に、必要に応じて補助事業者に対し、事業の進行管理及び指導・助言を行うことによりコスト削減・効率化に努めている。				
事業の有効性	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。					-	-			
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。					○	本事業は酒類事業者の経営改革、酒類業界の構造転換に資するような具体的な設備投資等を促すことを目的としているが、中小零細業者が多い酒類業界では必ずしも自己調達できる投資資金が十分とは言えないことに加え、税制改正・規制緩和や政策金融による支援でも政策効果は限定的である。よって、本事業は、その他の政策手段では達成しがたい目的の実現を図るために実施するものである。なお、実施に当たっては、適切に補助事業の進行管理を行い、適切な執行に努めている。			
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。					○	見込みに見合った実績となっている。			
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。					-	-			
関連事業	関連する事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。（役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載）					-	-			
	事業番号				事業名					

点検・改善結果	点検結果	酒類事業者の経営改革、酒類業界の構造転換を強力に推進するため円滑な執行に努めていたが、新型コロナウイルス感染症拡大による影響の長期化によって、予定していた取組を全て実施出来ないといった事業もあった。酒類事業者には、今後複数年に渡って事業化状況報告書を提出してもらうこととしており、補助事業の成果等を適切に把握・検証する必要がある。
	改善の方向性	事業の進捗を踏まえた助言を早期に行うこと、事業化状況報告書から補助事業の成果等を検証し今後の施策の検討に繋げることにより、事業の改善を図る。
外部有識者の所見		
各事業のアウトカムについては、より事業目的に見合ったものを設定すべき。 今後、補助金を効果的・効率的に活用していくためにも、当該事業の効果検証をしっかりとすべき。 補助事業の成果について、業界全体へ適切にフィードバックするとともに、酒類業振興のため、より効果的な情報発信のあり方について検討を行うべき。		
行政事業レビュー推進チームの所見		
終了予定		外部有識者の所見を踏まえ、補助金を効果的・効率的に活用していくため、当該事業の効果検証を適正に行うとともに、補助事業の成果について、業界全体へ適切にフィードバックし、酒類業振興のため、より効果的な情報発信のあり方について検討を行う。 また、成果目標(アウトカム)については、より事業目的に見合ったものを設定するよう検討を行う。
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況		
予定通り		外部有識者の所見を踏まえ、より事業目的に見合った成果目標(アウトカム)を追加した。 補助事業の成果については、5年間、補助事業者から「事業化状況報告書」の提出を受けることとしており、その報告内容を分析し、事業の効果検証を行うとともに、他の酒類業者の参考とすべき事例をとりまとめ、国税庁ホームページで公表するなど、より効果的な情報発信の方法を検討していく。
備考		
令和4年度の公開プロセス(令和4年6月9日実施)の対象事業。 外部有識者(6名)からの評価は、「現状通り 1名」、「事業内容の一部改善 4名」、「事業全体の抜本的な改革 1名」という結果となった。		

関連する過去のレビューシートの事業番号					
平成23年度	-				
平成24年度	-				
平成25年度	-				
平成26年度	-				
平成27年度	-				
平成28年度	-				
平成29年度	-				
平成30年度	-				
令和元年度					
令和2年度					
令和3年度	2021	財務	20	0009	

資金の流れ
(資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する)
(単位：百万円)

※令和3年度実績を記入。執行実績がない新規事業、新規要求事業については現時点で予定やイメージを記入。

国税庁
524 百万円

↓

【補助金等交付】
A 民間事業者等
(156社)
524 百万円

以下の取組を支援。

(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技術の活用による製造・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

費目・使途 (「資金の流れ」においてブロックごとに最大の金額が支出されている者について記載する。費目と使途の双方で実情が分かるように記載)	A.秋田屋商事株式会社			B.		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	機械装置・システム構築費	Sakeサーバー、冷蔵ショーケース	2			
	施設整備費	設備工事	3			
	計		5	計		0

支出先上位10者リスト

A.

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	秋田屋商事株式会社	6180001033760	試飲Laboで発見する新しいサケノミカタ	5	補助金等交付	-	-	
2	新政酒造株式会社	8410001000157	新しい国内外熟成酒マーケットの開拓に向けた、保存性に優れた清酒の新規醸造工程の開発	5	補助金等交付	-	-	
3	株式会社一本義久保本店	1210001009984	瓶詰工程の自動化による作業効率化	5	補助金等交付	-	-	
4	有限会社ウィンシステム	4330002007584	共同物流における配送管理と効率化事業	5	補助金等交付	-	-	
5	梅乃宿酒造株式会社	8150001012402	顧客満足度向上！ICTが実現する事業多角化に向けた物流改善	5	補助金等交付	-	-	
6	株式会社エーデルワイン	6400001005596	ろ過工程業務の改善によるワインの品質向上ならびに生産性向上	5	補助金等交付	-	-	
7	オオクラ株式会社	8200001026215	試飲体験広場で発見する新しい酒の魅力	5	補助金等交付	-	-	
8	株式会社おかだや	3180001052887	高付加価値商品の飲酒体験を通じた『酒を楽しむ』消費者の開拓	5	補助金等交付	-	-	
9	株式会社釜屋	3030001032986	個人及び酒販店向け少ロットオリジナル清酒の製造体制の構築	5	補助金等交付	-	-	
10	熊沢酒造株式会社	8021001006753	長期貯蔵庫を活用した長期熟成酒のペアリングと体験見学の開発	5	補助金等交付	-	-	

国庫債務負担行為等による契約先上位10者リスト

	ブロック名	契 約 先	法 人 番 号	業 務 概 要	契約額 (百万円)	契約方式	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (契約額10億円以上)
1		-	-	-	-		-	-	

新市場開拓支援事業の概要（R2補正（3次）：6億円、R3補正：8億円）

※令和2年度補正予算では「酒類業構造転換支援事業」として実施

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）を開拓するなどの取組に対し補助を行う（フロンティア補助金）。
具体的な取組例としては、以下のとおり。

- （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
 - ・ 補助対象者：酒類事業者（製造業者、卸売業者、小売業者）又は酒類事業者を一者以上含むグループ
 - ・ 補助率：補助対象経費の1／2

新市場開拓支援事業の実施状況等

(フロンティア補助金)

	実施状況
酒類業構造転換支援事業 R2補正(3次)	・第1期公募(令和3年2月1日(月)～3月4日(木)) 応募件数：256件、採択件数：91件 ・第2期公募(令和3年5月6日(木)～5月27日(木)) 応募件数：123件、採択件数：33件 ・第3期公募(令和3年7月30日(金)～9月3日(金)) 応募件数：72件、採択件数：32件 合 計：451件、採択件数：156件
新市場開拓支援事業 R3補正	・第1期公募(令和4年1月20日(木)～3月3日(木)) 応募件数：107件、採択件数：59件 ・第2期公募(令和4年4月22日(木)～6月8日(水)) 応募件数：78件、採択件数：55件 ・第3期公募(令和4年7月13日(水)～8月17日(水))

●商品の差別化

株式会社釜屋(埼玉県)

個人及び酒販店向け少ロットオリジナル清酒の製造体制の構築

【事業内容】

・個人や酒販店を対象にした自分だけのオリジナル清酒を製造するための体制を構築

【取組結果】

・最低製造ロットを製成数量240L(720ml瓶換算で330本)に落とすことで、個人や酒販店が依頼しやすい、オリジナル清酒の製造体制を構築
・小型充填機を導入、試験醸造を行い、酒造りの全ての工程を小型化し、少量仕込みの日本酒製造を実現



株式会社無手無冠(高知県)

栗の樽による長期貯蔵栗焼酎の新商品開発及び生産体制の構築

【事業内容】

・栗の樽で寝かせることにより、栗の風味を損なわず甘くて香ばしい仕上がりとなる栗焼酎の古酒の生産体制を構築

【取組結果】

・栗の木の新樽と、樽保管のため冷蔵設備を導入し、栗焼酎を栗の木の樽で貯蔵した新商品の開発、生産体制を構築
・ブランドイメージ向上を狙い、新商品のネーミングやラベルも制作



●販売手法の多様化

酒ストリート株式会社(東京都)

個人の嗜好特性に対応した、最適な日本酒の推薦システムの開発

【事業内容】

・消費者の味覚嗜好特性を判別、さらに機械学習を用いて、高精度で好みの日本酒タイプを判定し、商品を推奨・販売するWebサービスを開発

【取組結果】

・日本酒の官能評価やアンケート調査を基に、研究機関と共同研究を行い、データ分析を実施

・データ分析の結果から、客観的に好みの日本酒を手軽に判定できる「酒ナビ」β版の開発に成功



株式会社ナガノ(福岡県)

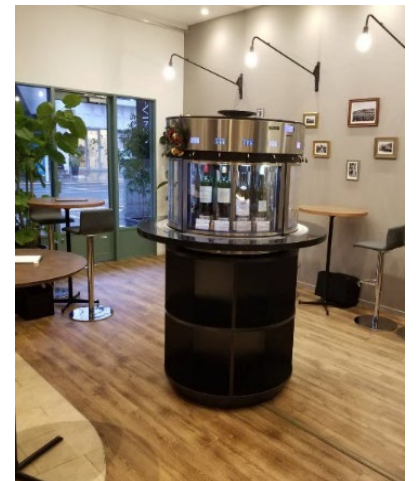
テイ스팅マシン導入によるワインの試飲販売体制の構築

【事業内容】

・プリペイドカード式のテイ스팅マシンを導入し、一般客及びレストランなどの業務用の顧客向けの試飲販売を実施

【取組結果】

・試飲スペースを新設、テイ스팅マシンを導入し、一般客及びレストランなどの業務用の顧客向けの試飲販売を行うことにより、高価格帯商品の販売や、新規顧客の獲得につなげる体制を構築



●ICT技術の活用

丸石醸造株式会社（愛知県）

IoTを活用した醪発酵タンク導入による酒質向上と再現性の確立

【事業内容】

・温度の経日変化をPCやスマホで管理可能とし、安定した醪発酵で酒質向上と、24時間の監視体制を不要とする。

【取組結果】

- ・サーマルタンク密閉7000型（外部温度確認仕様）を3基導入、安定した醪発酵経過を維持できることを確認し、温度管理の安定化により酒質の再現性を確立
- ・醪経過温度のデータをスマホ等に転送することで、作業者の24時間の監視体制が不要となった。



有限会社松蔵屋（茨城県）

酒流通業に特化したIoT在庫管理システムによる業務効率化の実証

【事業内容】

・在庫管理の自動化を実現するため、自動在庫管理システム用の重量センサを使ったIoT台車を開発、在庫確認時間を大幅に削減できることを検証

【取組結果】

- ・自動在庫管理システム用の重量センサを使ったIoT台車や、倉庫内で台車と商品を紐づけるためのスマホアプリも開発
- ・実証実験により、IoT台車を導入すれば、在庫確認に要する労働時間の10%削減が可能なることを確認



●新型コロナの課題対応

笹の川酒造株式会社(福島県)

急速冷凍技術による生酒の品質維持と超フレッシュな新商品の開発

【事業内容】

- ・最適な手段で「生酒」を提供
- ・搾りたてを急速に冷却、保管することで、蔵元で搾った状態の美味しいフレッシュな生酒を消費者に提供

【取組結果】

- ・急速冷凍が可能な最新の急速冷凍機を導入し、生酒を急速に冷却することで、生酒の品質維持が可能であることを確認
- ・導入した急速冷凍機を用いて、搾りたての風味を保った試作品の開発に成功
- ・他社に先駆け、実用化を進められる段階へ進展



南三陸ワイナリー株式会社(宮城県)

南三陸の特徴的な食材とワインとのペアリングセット商品の開発

【事業内容】

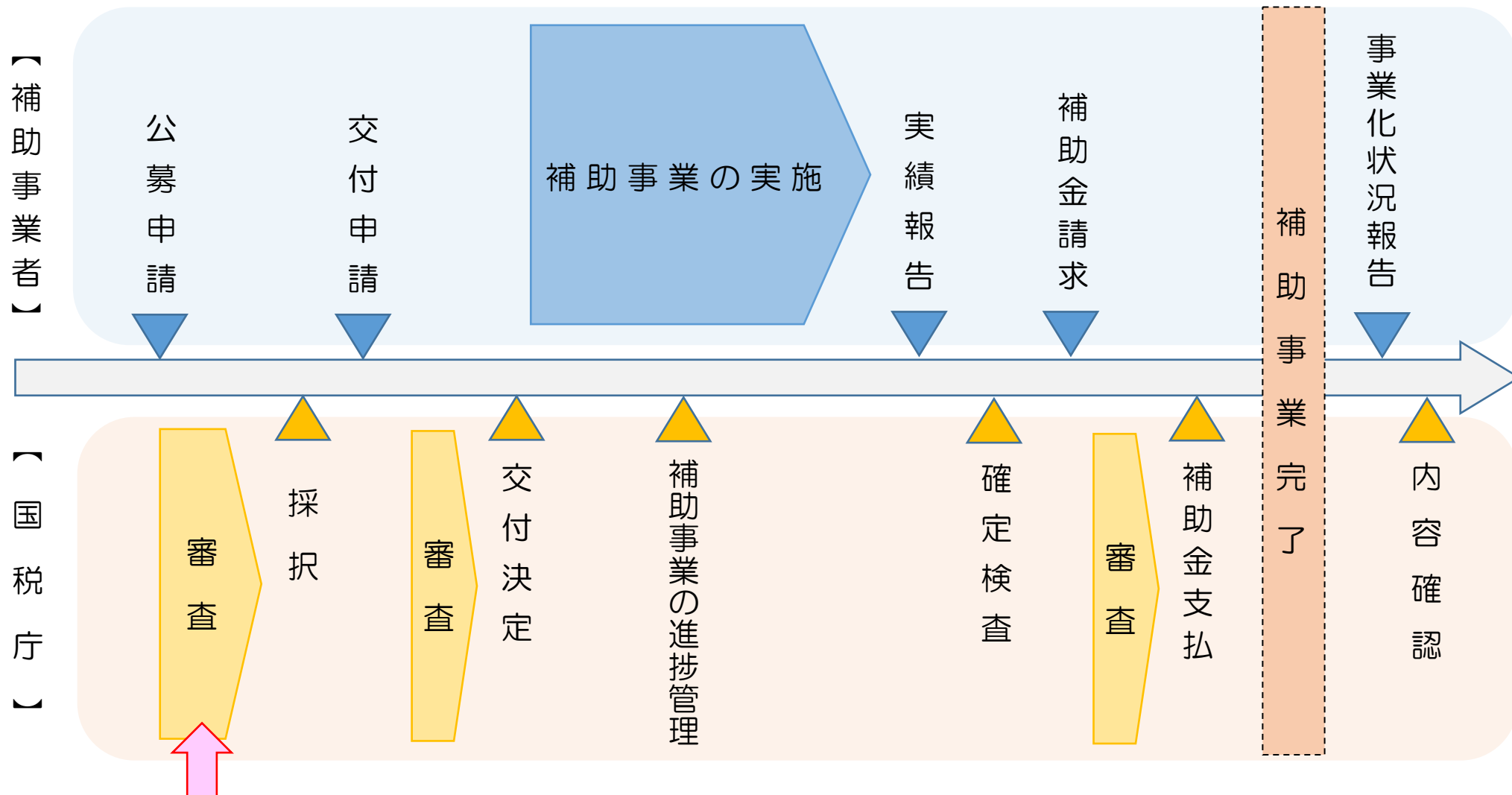
- ・南三陸町産海産物を使用した加工食品を開発するとともに、その食品に合わせたワインを醸造し、家飲み需要に対応したセット商品を開発

【取組結果】

- ・オリジナル加工食品とワインのセット商品3つを開発
- ・ペアリングを楽しむオンラインイベントも開催し、約150名が参加、高い評価を得た。



補助金事業の流れ【国税庁による直接執行】



- ・外部審査員を含む審査委員会が、事業者等から提出された応募書類について審査を実施。
- ・審査は、評価採点方式で合計100点満点となるように設計。公募要領で定める「評価基準」により設定された評価項目に基づき採点。

參考資料

各補助金の実施年度等

	令和2年度	令和3年度	令和4年度
酒類業構造転換事業費補助金 (フロンティア補助金) 令和2年度第3次補正 予算額6億円	全額を翌年度に繰越し		—
新市場開拓支援事業費補助金 (フロンティア補助金) 令和3年度補正 予算額8億円	—	全額を翌年度に繰越し	
日本産酒類海外展開事業費補助金 (ブランド化・酒蔵ツーリズム補助金) 令和3年度 予算額7億円 令和4年度 予算額7億円	—		

「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プースを設置
- 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)

国税庁 酒類業振興関係予算

令和4年度
実施分

【計28.0億円（令和4年度当初予算:14.2億円
令和3年度補正予算:13.8億円）】

1. 新市場創造関係（1）～（4）:22.1億円

（1）新市場創造支援事業

15.0億円

- ① 新市場開拓支援事業費補助金
（フロンティア補助金）

補正

8.0億円

【対象となる取組】

- ・商品の差別化による新たなニーズ獲得事業
- ・販売手法の多様化による新たなニーズ獲得事業
- ・ICTを活用した製造・流通の高度化・効率化事業
- ・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

拡充

- ② 日本産酒類海外展開支援事業費補助金
（ブランド化・酒蔵ツーリズム補助金）

当初

7.0億円

【対象となる取組】

- ・日本産酒類のブランディング事業
- ・酒蔵ツーリズムによるインバウンド需要開拓事業

（2）日本産酒類の販路拡大・消費喚起推進

補正

5.5億円

（Enjoy SAKE! プロジェクト）

酒類事業者団体等による日本産酒類の販路拡大や消費喚起に向けた各種イベント等について、有効な開催手法等のモデル事例の構築

（3）日本産酒類ブランド化推進

当初

一部新規

1.6億円

地理的表示（GI）酒類のブランド価値向上のためのシンポジウム等（琉球泡盛等のプロモーションを含む）を実施。

上記シンポジウム内において、日本産酒類のブランド化のための方策等のテーマについて、若者の自由な発想によるビジネスプランを対象とした若年層向けビジネスコンテストを開催。

（4）中小企業等経営支援経費

当初

0.1億円

活性化・経営革新研修（事業承継セミナーを含む）

2. 輸出促進関係（1）～（4）:22.5億円

（1）新市場創造支援事業（再掲）

15.0億円

（2）海外販路開拓支援

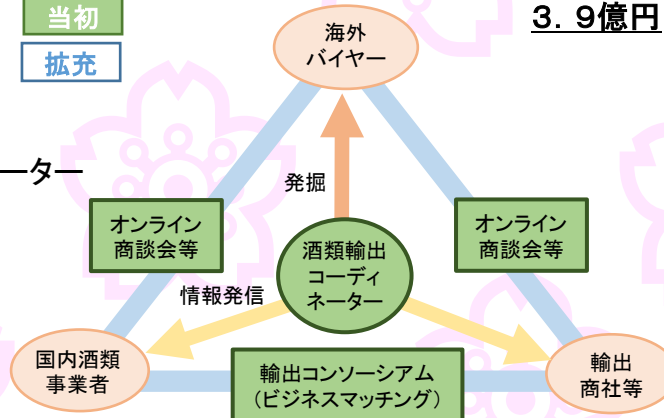
当初

3.9億円

- ① オンライン商談会等
② ビジネスマッチング
③ 酒類輸出コーディネーター

拡充

- ④ 海外バイヤー招聘
⑤ 海外市場調査



（3）国際的プロモーション

2.0億円

- ① ジャパンハウス等でのPR

当初

- ② 海外酒類専門家等育成

当初

一部新規

海外の料理教室と連携し、日本産酒類と現地の食材のペアリングメニューの開発やレッスンを通じた認知度向上を実施等。

- ③ ユネスコ登録の機運醸成

当初

補正（0.3億円）

日本酒等のユネスコ登録に向けた機運を醸成するための各種PR事業「伝統的造り」が登録無形文化財に登録されたことを踏まえ、機運醸成への取組を強化。

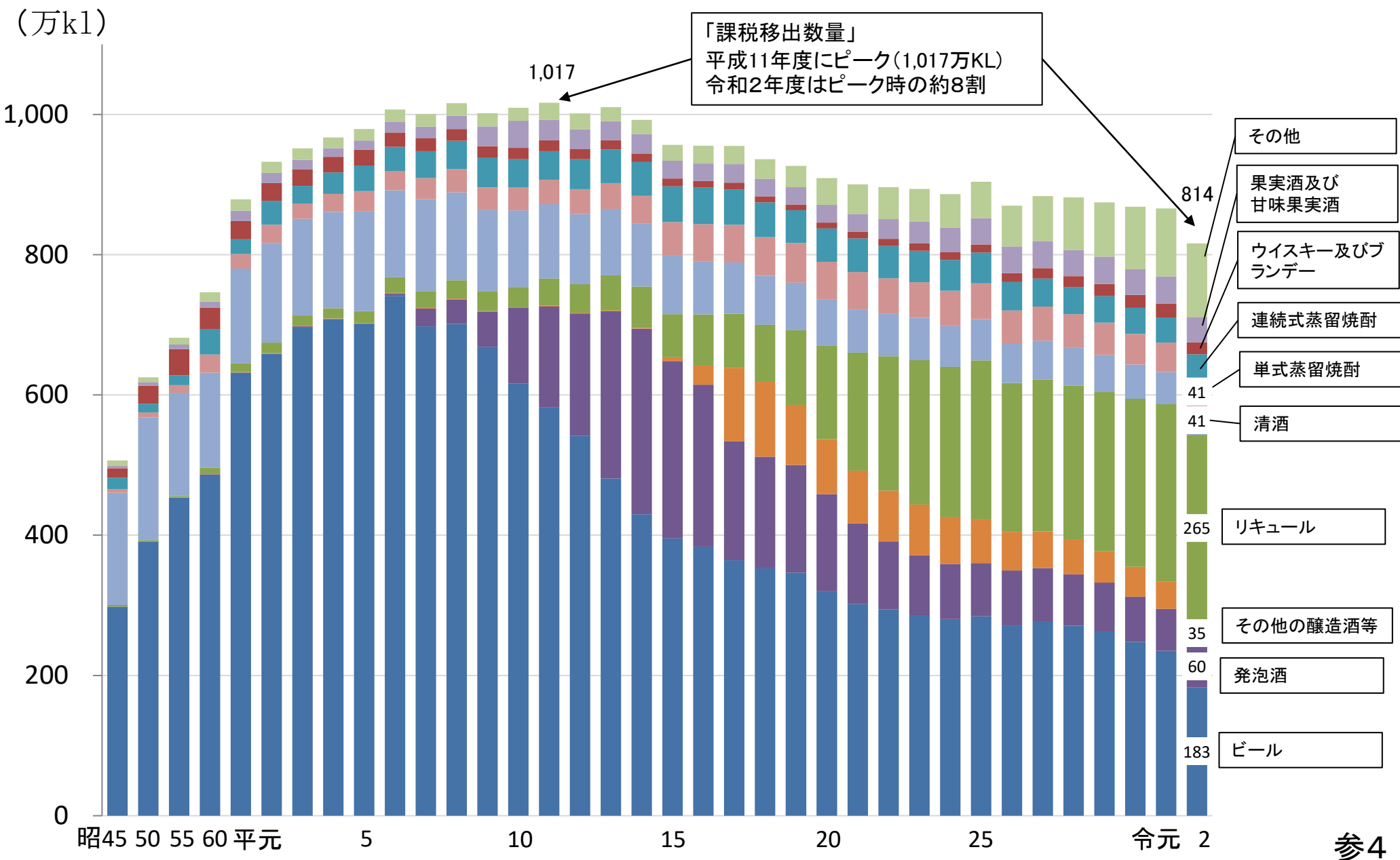
（4）日本産酒類ブランド化推進（再掲）

1.6億円

（注）この他に令和4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【10.1億円】（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国酒振興事業に対する補助金【6.0億円】（輸出戦略を踏まえた活動事業費、海外サポートデスクの増設、イベント等を通じた消費者に対する情報発信等）

酒類課税移出数量の推移



最近の酒類の消費動向

(単位: 前年同期比増減率、%)

	2020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
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
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
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

(出典) 総務省統計局「家計調査」(2020年) (「2人以上世帯」の1世帯当たり平均消費支出金額【名目】)

(単位: 前年同期比増減率、%)

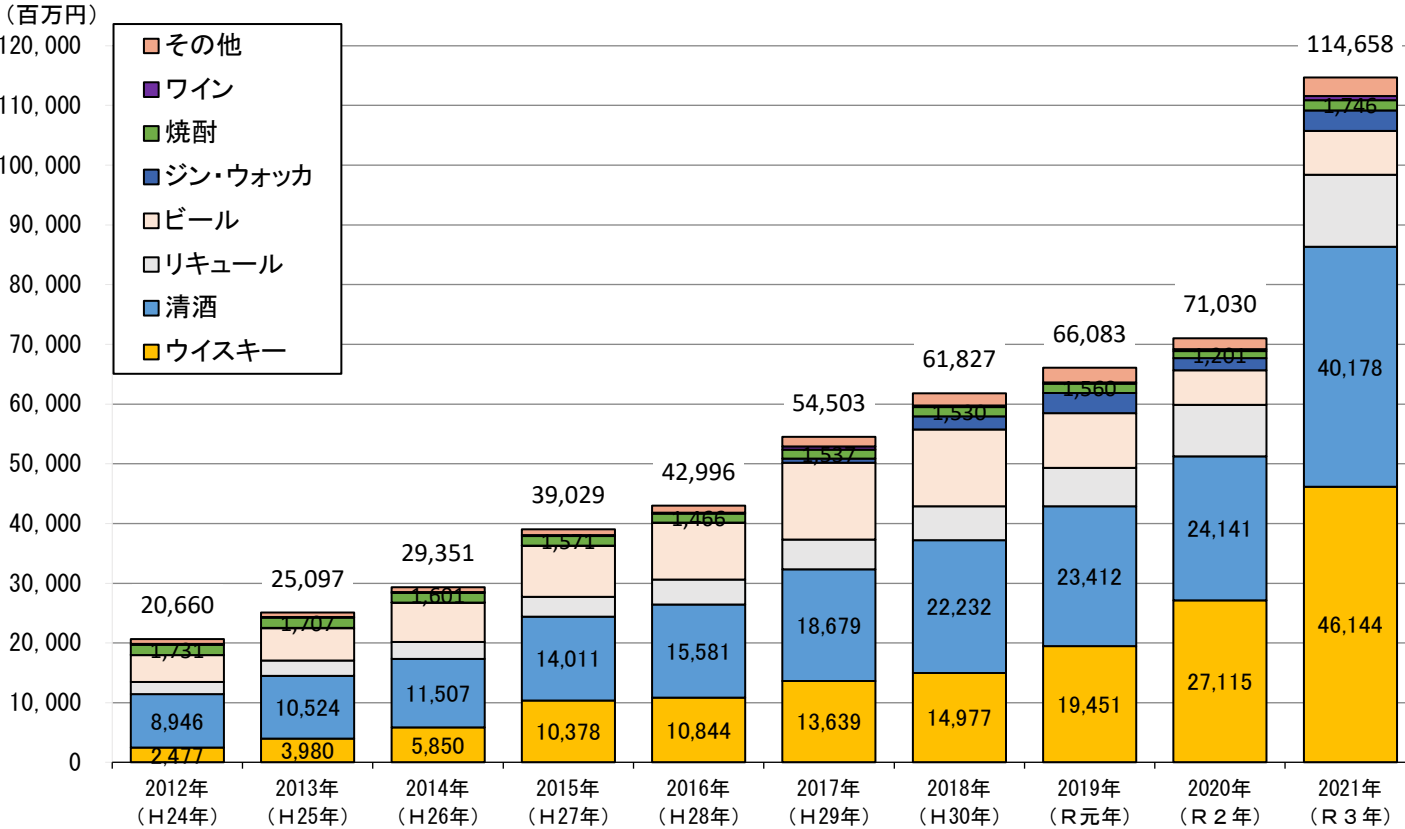
	2021年												
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
家庭消費	+15.6	+2.6	▲ 0.1	▲ 5.7	▲ 4.2	▲ 3.3	+0.1	▲ 8.3	▲ 15.3	+6.3	▲ 5.2	▲ 1.2	▲ 2.3
飲食店消費	▲ 90.8	▲ 83.8	▲ 49.9	+98.2	▲ 6.2	▲ 62.2	▲ 52.7	▲ 65.5	▲ 82.6	▲ 32.9	+1.5	+143.6	▲ 49.2
家庭＋ 飲食店消費	▲ 28.8	▲ 25.5	▲ 10.6	▲ 1.3	▲ 4.3	▲ 10.3	▲ 7.9	▲ 15.0	▲ 24.3	▲ 1.8	▲ 4.1	+11.3	▲ 10.2

(出典) 総務省統計局「家計調査」(2021年) (「2人以上世帯」の1世帯当たり平均消費支出金額【名目】)

最近の日本産酒類の輸出動向について

(2021年12月時点)

- 2021年1月から12月までの輸出金額は約1,147億円(対前年同期61.4%増)となり、初めて1,000億円を突破。
- 8月末で2020年の輸出金額(約710億円)を上回り、10年連続で過去最高を更新。
- 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(1-12月)	対前年同期増減率
ウイスキー	27,115	+39.4%	46,144	+70.2%
清酒	24,141	+3.1%	40,178	+66.4%
リキュール	8,623	+33.9%	12,067	+39.9%
ビール	5,772	▲37.0%	7,361	+27.5%
ジン・ウォッカ	2,019	▲40.7%	3,392	+68.0%
焼酎	1,201	▲23.0%	1,746	+45.4%
ワイン	348	+99.8%	687	+97.6%
その他	1,811	▲26.9%	3,083	+70.2%
合計	71,030	+7.5%	114,658	+61.4%

○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(1-12月)	対前年同期増減率
中華人民共和国	17,292	+70.9%	32,025	+85.2%
アメリカ合衆国	13,840	▲11.6%	23,811	+72.0%
香港	9,975	+59.5%	14,758	+48.0%
台湾	6,541	+5.5%	9,307	+42.3%
フランス	3,185	▲7.4%	5,748	+80.5%
シンガポール	3,829	+11.2%	5,067	+32.3%
オーストラリア	2,617	+14.2%	4,193	+60.2%
オランダ	3,062	▲15.1%	3,878	+26.6%
大韓民国	1,919	▲68.8%	2,763	+44.0%
マカオ	552	+132.0%	2,021	+265.9%
(参考)EU・英国	7,975	▲12.9%	12,774	+60.2%

○2021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)	76.6	80.0	102.5	107.9	92.4	104.3	102.2	92.8	92.5	100.8	90.3	104.3	1,146.7
対前年同期比(%)	+52.9	+43.0	+84.5	+105.6	+139.2	+88.8	+76.9	+75.2	+49.4	+39.5	+22.9	+24.2	+61.4

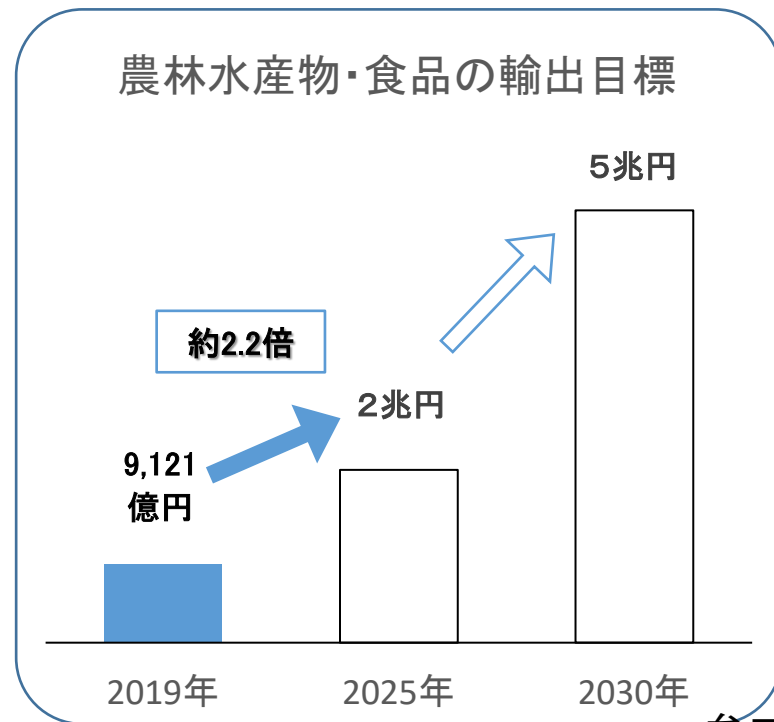
※各月の輸出金額は、単位未満を四捨五入しているため、内訳の計と合計が一致しない場合がある。

出典:財務省貿易統計
※確々報の発表を受け、2022年5月に数値を一部修正。

輸出拡大実行戦略（酒類）

- 農林水産物・食品の輸出目標である、「2025年までに2兆円、2030年までに5兆円」の達成に向け、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」において、酒類については、「清酒」、「ウイスキー」及び「本格焼酎・泡盛」の3品目を重点品目とし、ターゲット国等を定め、更なる輸出拡大に取り組んでいく。
- この3品目については、農林水産物・食品全体の輸出目標の伸び率（対2019年比約2.2倍）を上回ることを目指す。

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



政府決定等①

○ 2019年(令和元年)11月 「農林水産物及び食品の輸出促進に関する法律」 (輸出促進法)成立

- ・ これまで、農林水産物・食品の輸出拡大に向け、日本食のプロモーション等の取組を実施。更なる輸出拡大のためには、輸出先国による食品安全等の規制等に対応するため、政府が一体となって取り組むための体制整備が必要であるため、本法が整備された(令和2年4月1日施行)。

○ 2020年(令和2年)3月 「食料・農村・農業基本計画」

- ・ 2030年(令和12年)までに農林水産物・食品の輸出額を5兆円とする(※)。
(※) 個別品目の目標額は示されておらず、酒類は加工食品の目標額2兆円に含まれる。

○ 2020年(令和2年)5月 「知的財産推進計画2020」

- ・ 日本産酒類と他業種の連携の更なる促進や地理的表示(GI)の活用等により、日本産酒類のブランド化や輸出拡大を図る。
- ・ 日本産酒類の販路拡大支援や国際的プロモーション、新商品開発への技術支援等により、輸出の拡大を図る。また、事業者自身によるブランド化に関する取組を支援する。
- ・ インバウンドにより輸出の拡大を図るため、酒蔵ツーリズムを推進する。

○ 2020年(令和2年)7月 「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」

- ・ 農林水産物・食品の輸出額を2025年(令和7年)に2兆円、2030年(令和12年)に5兆円とすることを目標^{参8}

政府決定等②

○ 2020年(令和2年)12月 「総合的なTPP等関連政策大綱」

Ⅱ TPP等関連政策の目標

(目標) 2030年の農林水産物・食品の輸出額5兆円目標の達成を目指す。

- TPP等による関税や非関税措置の撤廃、地理的表示(GI)の保護等と併せて、日本産酒類のブランド価値の向上に向けた取組等を通じ、日本産酒類の競争力を高め、海外展開を推進する。

Ⅳ 政策大綱実現に向けた主要施策

- 日本産酒類の輸出促進に向けた取組

(国際的プロモーション等による日本産酒類の情報発信、事業者の販路開拓支援、地理的表示(GI)の活用を含むブランド化、酒蔵ツーリズムの取組の支援、技術支援等の実施)

○ 2020年(令和2年)12月 「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」

- ・ 酒類については、「清酒」、「ウイスキー」、「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。

○ 2020年(令和2年)12月 「国民の命と暮らしを守る安心と希望のための総合経済対策」

Ⅱ ポストコロナに向けた経済構造の転換・好循環の実現

- ・ ポストコロナに向け、中小企業の事業継続、業態転換や新たな分野への展開等の経営転換を強力に後押しすること等を通じて、生産性の向上、賃金の継続的な上昇につなげる。

○ 2021年(令和3年)11月 「コロナ克服・新時代開拓のための経済対策」

Ⅲ 未来を切り開く「新しい資本主義」の起動

エ 中小企業等の足腰強化と事業環境整備

- ・ 新市場開拓支援事業(酒類業)

関係省庁の設置法

○ 財務省設置法

任務 (第十九条)	国税庁は、内国税の適正かつ公平な賦課及び徴収の実現、 <u>酒類業の健全な発達及び税理士業務の適正な運営の確保を図ることを任務とする。</u>
所掌事務 (第四条)	十九 <u>酒税の保全並びに酒類業の発達、改善及び安全性の確保に関すること。</u>

○ 農林水産省設置法

任務 (第三条)	農林水産省は、食料の安定供給の確保、農林水産業の発展、農林漁業者の福祉の増進、農山漁村及び中山間地域等の振興、農業の多面にわたる機能の発揮、森林の保続培養及び森林生産力の増進並びに水産資源の適切な保存及び管理を図ることを任務とする。
所掌事務 (第四条)	七 飲食料品(<u>酒類を除く。</u>)及び油脂の生産、流通及び消費の増進、改善及び調整に関すること。

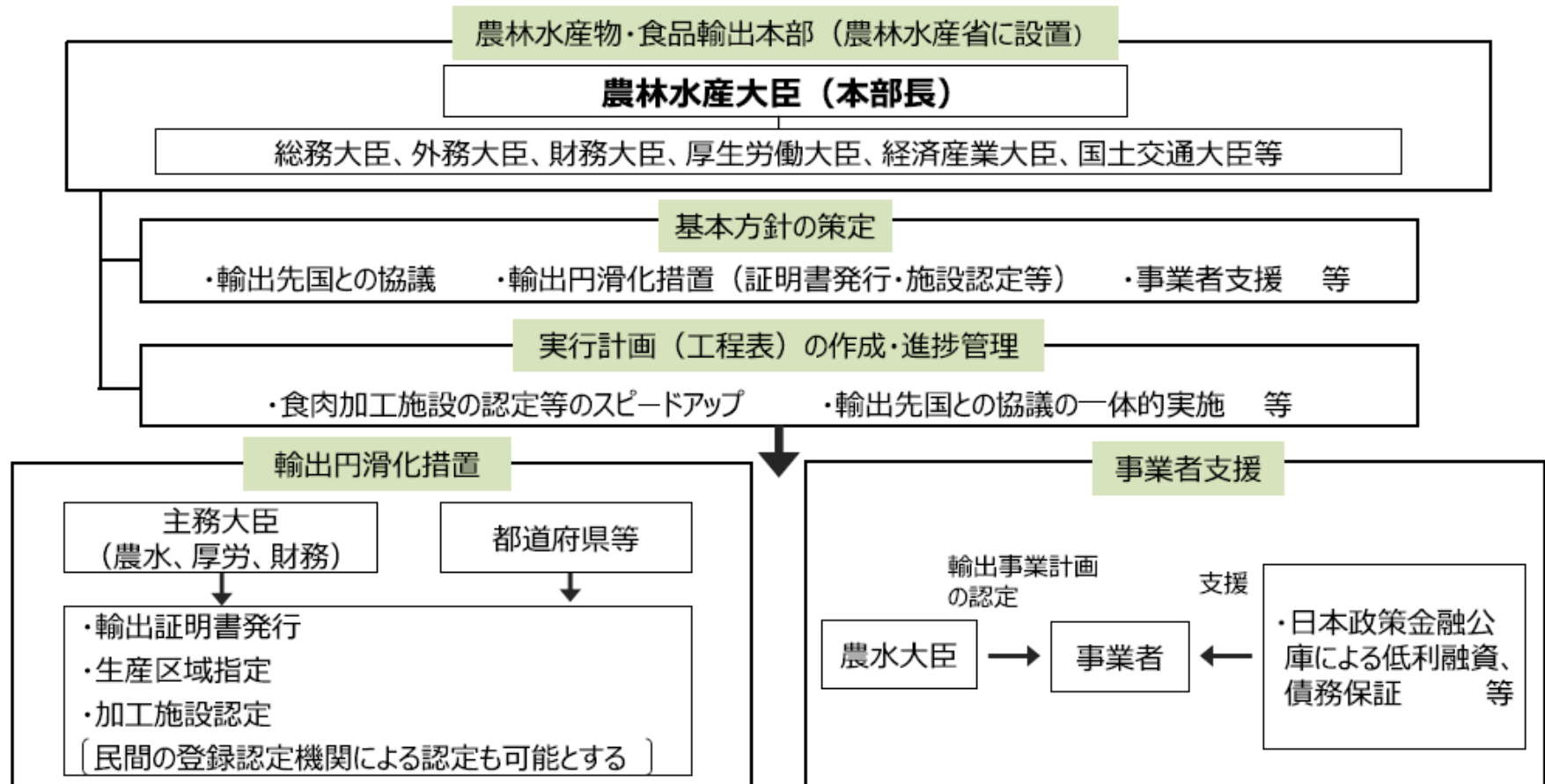
○ 経済産業省設置法

任務 (第三条)	経済産業省は、民間の経済活力の向上及び対外経済関係の円滑な発展を中心とする経済及び産業の発展並びに鉱物資源及びエネルギーの安定的かつ効率的な供給の確保を図ることを任務とする。
所掌事務 (第四条)	十五 輸出及び輸入の増進、改善及び調整に関すること。

輸出促進法について

輸出促進法の制定

- 「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律」（輸出促進法）が令和2年4月1日に施行。
- これまで、農林水産物及び食品の輸出拡大に向け、日本食のプロモーション等の取組を実施。更なる輸出拡大のためには、輸出先国による食品安全等の規制等に対応するため、政府が一体となって取り組むための体制整備が必要なため、本法を整備。



申請書審査における評価基準（フロンティア補助金）

■ 令和3年度補正予算 新市場開拓支援事業費補助金（フロンティア補助金）【第2期公募要領】

1. 基礎項目

次の要件を全て満たすものであること。1つでも要件を満たさない場合には、その申請は失格とし、その後の審査を行いません。

- (1) 申請者が「3. 補助対象者」の要件に合致していること。
- (2) 申請者の取組が「4. 補助対象事業」の(1)から(4)のいずれかの事業であること。
- (3) 申請者が、補助事業を遂行するために必要な能力を有すること。

2. 評価項目

※ 審査にあたっては、以下の評価項目について、定量的な記載がされているかという点も重要なポイントになります。

(1)新規性・先進性

- ・ 革新的な新製品の開発や新サービスの提供等を行う取組又は先端ICT技術(AIやRFID等)を導入する取組であるか。
- ・ 既存商品・サービス等に比べて優位性が見込まれるか。
- ・ 他の酒類事業者のモデルとなる取組であるか。

(2)事業の実現性・妥当性

① 現状分析

- ・ 自らの置かれている環境や現状について認識しているか。
- ・ 活用しようとする技術等について、その可能性を把握するなど、自らの製品や販売・流通体制等について適切な現状分析がなされているか。

② 目標、事業内容の妥当性

- ・ 本年度に達成すべき目標が明確に示されているか。
- ・ 事業内容が目的に照らして現実的かつ具体的か。
- ・ 事業実施における課題、対応、時間軸が明確で、整合性が図られているか。

③ 必要経費の妥当性

- ・ 必要経費は、事業内容に照らして妥当か(著しく高額となっていないか。)

④ 事業実施体制の妥当性

- ・ 事業を適切に遂行するための経営資源(技術力、経験、ノウハウ、資金調達力、人材等)を有しているか。
- ・ 財務状況等は、適切な事業遂行に当たって問題ないか。
- ・ 参画事業者等が存在する場合、役割分担は明確か。

(3)事業の収益性及び持続性

- ・ 費用対効果(補助金額に対して想定される売上・収益の規模感)は妥当か。
- ・ 補助事業終了後の事業の自走に向けた計画・ビジョンが明確であり、かつ、その内容が妥当なものであるか。

(4)加点項目

国税庁の政策目標を踏まえた加点

- ・ 事業者等が経営強化法に基づく経営革新計画、異分野連携新事業分野開拓計画、経営力向上計画、中小企業地域資源活用促進法に基づく地域産業資源活用事業計画又は農商工等連携促進法に基づく農商工等連携事業計画のいずれかの認定を受けている場合等には加点する。
- ・ パートナーシップ構築宣言を行っている事業者には加点する。

※ 「パートナーシップ構築宣言」ポータルサイト(<https://www.biz-partnership.jp/index.html>)において宣言をしている事業者。(応募締切日時点)

新市場開拓支援事業

※令和2年度補正予算では「酒類業構造転換支援事業」として実施

事業の目的

- 酒類事業者の、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。

現状把握、課題

- 酒類事業者は、①国内需要の減少、②酒類事業従事者の高齢化、③新型コロナウイルス感染症拡大の影響等に直面
- そこで、上記①、②といった構造的な問題の解決や、上記③により顕在化した問題の解決が必要。

インプット (資源)

○予算の確保

令和2年度補正：6.0億円

令和3年度補正：8.0億円

※新型コロナウイルス感染症拡大等に伴い、各年度内に事業を完了することが困難となったため、それぞれ翌年度に全額繰り越している。

アクティビティ (活動内容)

○新市場（フロンティア）を開拓するなどの取組に対し補助

具体的な取組例

- (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

アウトプット (活動目標)

○支援事業の採択

[令和2年度補正]

応募451件

採択156件（活動実績）
（活動見込：150件）

※令和3年度補正
活動見込：200件

支援事業の採択に当たり、
・国税庁による審査及び
・外部アドバイザーによる評価により、事業目的に照らし実効性の高い事業を選定している。

アウトカム (成果目標)

○酒類事業者の売上増加等

(成果目標)

- ①補助事業に係る売上の全事業者累計額（事業実施年度以降3年度分）が本事業執行額を上回る。
- ②補助事業者のうち、補助事業終了後5年間で、売上総利益年率平均1.5%以上増を達成する事業者割合が50%を超えること。

(成果指標)

①の累計額

- ・令和2年度：令和6年度集計予定
- ・令和3年度：令和7年度集計予定

②の割合

- ・令和2年度：令和8年度集計予定
- ・令和3年度：令和9年度集計予定

インパクト (政策効果)

○酒類業の持続的な発展

○地域経済・地域社会の活性化に寄与

事業番号 2022 - 財務 - 21 - 0011									
令和4年度行政事業レビューシート（財務省）									
事業名	日本産酒類海外展開支援事業				担当部局庁	国税庁		作成責任者	
事業開始年度	令和3年度	事業終了 (予定) 年度	終了予定なし		担当課室	酒税課輸出促進室		輸出促進室長 山下 尚志	
会計区分	一般会計								
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	-				関係する 計画、通知等	・経済財政運営と改革の基本方針2022(令和4年6月7日閣議決定) ・新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画・フォローアップ(令和4年6月7日閣議決定) ・知的財産推進計画2022(令和4年6月3日知的財産戦略本部決定) ・成長戦略実行計画・成長戦略フォローアップ(令和3年6月18日閣議決定) ・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) ・農林水産業・地域の活力創造プラン(令和2年12月15日農林水産業・地域の活力創造本部改訂) ・国民の命と暮らしを守る安心と希望のための総合経済対策(令和2年12月8日閣議決定) ・総合的なTPP等関連政策大綱(令和2年12月8日TPP等総合対策本部決定) ・新型コロナウイルス感染症緊急経済対策(令和2年4月7日閣議決定) ・農林水産物及び食品の輸出の促進に関する基本方針(令和2年4月3日農林水産物・食品輸出本部決定) ・食料・農業・農村基本計画(令和2年3月31日閣議決定) ・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)			
主要政策・施策	クールジャパン				主要経費	その他の事項経費			
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	2030年(令和12年)までに農林水産物・食品の輸出額を5兆円にするという目標の達成に向けて政府一体となって取り組む農林水産物・食品の輸出促進の一環として、意欲のある酒類事業者の海外における日本産酒類のブランド化推進を支援することにより、日本産酒類の国際的な競争力強化及び輸出拡大に繋げる。また、意欲のある酒類事業者の酒蔵ツーリズム推進を支援することにより、酒蔵ツーリズムを通じて訪日外国人等に日本産酒類の魅力を体感してもらうとともに、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輸出拡大に繋げる。								
事業概要 (5行程度以内。別添可)	・日本産酒類の更なる輸出拡大には、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であることから、酒類事業者による商品等の高付加価値化やブランド戦略策定の取組を支援する。【補助率1/2】 ・日本産酒類の更なる輸出拡大には、インバウンドによる海外需要の拡大が不可欠であることから、酒類事業者による酒蔵ツーリズムプラン策定、他産業との連携に係る取組を支援する。【補助率1/2】								
実施方法	委託・請負、補助								
予算額・執行額 (単位:百万円)			令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度要求		
	予算 の 状 況	当初予算	-	-	701	702	702		
		補正予算	-	-	-	-			
		前年度から繰越し	-	-	-	17	-		
		翌年度へ繰越し	-	-	▲ 17	-			
		予備費等	-	-	-	-			
		計	0	0	684	719	702		
	執行額		0	0	461				
	執行率(%)		-	-	67%				
	当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%)		-	-	66%				
令和4・5年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目		令和4年度当初予算	令和5年度要求	主な増減理由				
	日本産酒類海外展開支援事業費補助金		700	700	「重要政策推進枠」702				
	諸謝金		2	2					
	計		702	702					
活動内容 (アクティビティ)	酒類事業者に対して、以下の取組について補助を行うことにより支援する。 (1)日本産酒類のブランド化に関する取組、(2)酒蔵ツーリズムの推進に関する取組 ※ 新型コロナウイルス感染症拡大の影響も踏まえ、将来的にインバウンドによる海外需要の開拓を目的とする取組であれば、補助事業期間中に行う事業が、国内又は国内に居住する者等を対象とするものも補助対象とする。								

活動目標及び活動実績 (アウトプット)			活動目標	活動指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込	
			日本産酒類の輸出拡大を図るとともに、酒類業の健全な発達を促進する。	日本産酒類海外展開支援事業の採択件数	活動実績	件	－	－	109	－	－	
					当初見込み	件	－	－	110	110	－	
単位当たりコスト			算出根拠			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込		
			執行額／日本産酒類海外展開支援事業の採択件数	単位当たりコスト	千円	－	－	4,228.9	6,437.6			
				計算式	千円/件	－	－	460,952.8/109	701,695/109			
成果目標及び成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 －年度	目標最終年度 4年度	
			補助事業者が補助金交付申請時に設定する事業KPIについて、令和4年度末に達成した採択事業の割合を80%以上とする。(複数の事業KPIを設定している場合には、そのうち1つでも達成すれば成果とする。)	事業KPIを達成した採択事業の割合 (事業KPIを達成した採択事業数／全採択事業数)×100	成果実績	%	－	－	64.2	－	－	
					目標値	%	－	－	80	－	80	
					達成度	%	－	－	80.3	－	－	
根拠として用いた統計・データ名 (出典)			国税庁調べ									
成果目標及び成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 －年度	目標最終年度 7年度	
			2025年(令和7年)までに清酒の輸出金額を600億円、ウイスキーの輸出金額を680億円、本格焼酎・泡盛の輸出金額を40億円とする。	清酒、ウイスキー、本格焼酎・泡盛の輸出金額	成果実績	億円	－	－	－	－	－	
					目標値	億円	－	－	－	－	1,320	
					達成度	%	－	－	－	－	－	
根拠として用いた統計・データ名 (出典)			貿易統計(財務省)									
政策評価、新経済・財政再生計画との関係	政策評価	政策	※国税庁においては、中央省庁等改革基本法に基づき「実績評価」を実施しており、政策評価欄に記載すべき、「行政機関が行う政策の評価に関する法律」における「政策評価」は実施していないため、記載すべき事項がありません。									
		施策				政策評価書URL	－					
						該当箇所	－					
	取組事項	新経済・財政再生計画改革工程表	分野:	－		－						
			(新経済・財政再生計画改革工程表 2021)URL:		－							
該当箇所			－									

事業所管部局による点検・改善														
国費投入の必要性	項 目					評 価	評価に関する説明							
	事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。					○	日本産酒類の輸出促進や地域活性化等のインバウンド効果は、成長戦略に基づいて海外需要を取り込むなど、日本経済の発展に資するものである。本事業は、海外における評価が高まりつつある日本産酒類の価値の更なる磨き上げやインバウンド需要の拡大を通じて日本産酒類の輸出等を一層促進するために不可欠であることから、社会のニーズは高い。							
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。					○	累次の閣議決定において、日本産酒類のブランド化の推進及び酒蔵ツーリズムの推進を図ることとしている。そのため、関係団体等と連携しつつ、国が主体的に実施する必要がある。							
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。					○	本事業は、2030年(令和12年)までに農林水産物・食品の輸出額5兆円を達成するための手段として位置づけられ、目的達成に向け優先度の高い事業である。							
事業の効率性	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。					○	公募により補助対象者を募り、公募要領に定める評価基準や第三者の意見を踏まえ、交付先を公平に選定している。							
	一般競争契約、指名競争契約又は随意契約(企画競争)による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。					無								
	競争性のない随意契約となったものはないか。					無								
	受益者との負担関係は妥当であるか。					○	本事業は、必要経費の一部を補助するものであり、受益者に一定の負担を求めている。							
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。					○	補助事業者から事業完了後に提出される実績報告書や確定検査により、発生した経費の妥当性を検証の上、精算している。							
	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。					○	中間段階での支出はない。							
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。					○	補助対象経費は、真に必要な費目・使途に限定し、補助事業者から事業完了後に提出される実績報告書や確定検査により、費目・使途の妥当性を検証の上、精算している。							
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)					○	新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、補助事業期間に予定していた事業の一部を行えなくなったこと等による。							
	繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)					-	-							
その他コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。					○	本事業は、補助事業者への直接補助により実施し、中間段階での支出がないためコスト削減となっている。また、事業完了までの間に、必要に応じて補助事業者に対し、事業の進行管理及び指導・助言を行うことによりコスト削減・効率化に努めている。								
事業の有効性	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。					△	成果実績は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、補助事業期間に予定していた事業の一部を行えなかったこと等を理由として、成果目標を達成できなかった。							
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。					○	本事業は、海外の販路開拓等による輸出促進を目的として実施するが、中小零細業者が多い酒類業界では必ずしも自己調達できる投資資金が十分とは言えないことに加え、税制改正・規制緩和や政策金融による支援でも政策効果は限定的である。よって、本事業は、その他の政策手段では達成しがたい目的の実現を図るために実施するものである。なお、実施に当たっては、適切に補助事業の進行管理を行い、適切な執行に努めている。							
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。					○	活動実績は、見込みには1件足りなかったものの、見込みに見合ったものとなっている。							
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。					-	-							
関連事業	関連する事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。(役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載)					○	日本産酒類の競争力強化・海外展開推進事業のうち、日本産酒類のブランド化推進・酒蔵ツーリズム推進に係る事業については、国税庁が事業目的に即して公募・採択した個々の事業を、民間事業者の一定の負担を伴う補助事業とすることにより、事業者自身の経営努力を一層促し、政策効果を高めるとともに、限られた予算の中でより多くの事業者を支援することとした。 また、日本酒造組合中央会は、清酒製造業等の安定に関する特別措置法に基づき、清酒及び単式蒸留焼酎製造業の経営基盤の安定及び酒税の確保に資することを目的として、清酒及び単式蒸留焼酎の文化的な価値の魅力の発信を柱に、これらの酒類について、国内外の一般消費者を対象とした認知度向上等のための取組を行っている。 一方、国税庁は、「酒類業の健全な発達」を任務として、酒類業の振興、特に輸出促進に努めており、日本産酒類全般について、酒類事業者を対象とした、海外販路の開拓等輸出促進等のための取組を行っている。							
	事業番号					事業名								
	2022	財務省	21	0008		日本産酒類の競争力強化・海外展開推進事業								
	2022	財務省	21	0009		清酒製造業近代化事業費等補助金								

点検・改善結果	点検結果	日本産酒類の輸出拡大を図るとともに、酒類業の健全な発達を促進するため、酒類事業者の各取組の円滑な執行に努めていたが、新型コロナウイルス感染症拡大による影響の長期化によって、予定していた取組を全て実施出来ないといった事業もあった。酒類事業者には、今後複数年に渡って事業化状況報告書を提出してもらうこととしており、補助事業の成果等を適切に把握・検証する必要がある。		
	改善の方向性	事業の進捗を踏まえた助言を早期に行うこと、事業化状況報告書から補助事業の成果等を検証し今後の施策の検討に繋げることにより、事業の改善を図る。		
外部有識者の所見				
各事業のアウトカムについては、より事業目的に見合ったものを設定すべき。 今後、補助金を効果的・効率的に活用していくためにも、当該事業の効果検証をしっかりとすべき。 補助事業の成果について、業界全体へ適切にフィードバックするとともに、酒類業振興のため、より効果的な情報発信のあり方について検討を行うべき。				
行政事業レビュー推進チームの所見				
事業内容の一部改善	外部有識者の所見を踏まえ、補助金を効果的・効率的に活用していくため、当該事業の効果検証を適正に行うとともに、補助事業の成果について、業界全体へ適切にフィードバックし、酒類業振興のため、より効果的な情報発信のあり方について検討を行う。 また、成果目標(アウトカム)については、より事業目的に見合ったものを設定するよう検討を行う。			
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況				
執行等改善	外部有識者の所見を踏まえ、より事業目的に見合った成果目標(アウトカム)を追加した。 補助事業の成果については、5年間、補助事業者から「事業化状況報告書」の提出を受けることとしており、その報告内容を分析し、事業の効果検証を行うとともに、他の酒類業者の参考とすべき事例をとりまとめ、国税庁ホームページで公表するなど、より効果的な情報発信の方法を検討していく。			
備考				
令和4年度の公開プロセス(令和4年6月9日実施)の対象事業。 外部有識者(6名)からの評価は、「現状通り 1名」、「事業内容の一部改善 4名」、「事業全体の抜本的な改革 1名」という結果となった。				
関連する過去のレビューシートの事業番号				
平成23年度	-			
平成24年度	-			
平成25年度	-			
平成26年度	-			
平成27年度	-			
平成28年度	-			
平成29年度	-			
平成30年度	-			
令和元年度				
令和2年度	財務省 新03 0004	財務省 - 新03 - 0005	財務省 - 0011	
令和3年度	2021 財務 新21 0003			

※令和3年度実績を記入。執行実績がない新規事業、新規要求事業については現時点で予定やイメージを記入。						
資金の流れ (資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する) (単位：百万円)	国税庁 461百万円 【諸謝金】 B. 審査委員(2者) 0.4百万円 〔公募案件の審査〕 【補助金等交付】 A. 民間事業者等 (109社) 461 百万円 〔ブランド化・酒蔵ツーリズムに向けた取組〕					
	A.アイディーテンジャパン株式会社			B.		
費目・使途 (「資金の流れ」においてブロックごとに最大の金額が支出されている者について記載する。費目と使途の双方で実情が分かるように記載)	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	委託費	酒蔵への連絡やスケジュールリング、ヘルプデスク業務等	5			
	機器・設備等費	ウェブサイト構築	3			
	通訳・翻訳費	ウェブサイト等の翻訳	1			
	広報費	プレスリリース作成等	0.6			
	出演料	セミナー出演料	0.4			
	計		10	計		0

支出先上位10者リスト

A.

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	アイディーテンジャパン株式会社	8013201017060	世界の料理のプロが提案するペアリングフードからの日本酒ブランディング	10	補助金等交付	-	-	
2	有限会社ヴィルゴビール	1010602027496	東京都産原料を使用したクラフトビールの海外輸出事業	10	補助金等交付	-	-	
3	株式会社梅酒屋	4120001129153	梅酒屋と地酒蔵の「こだわり梅酒」海外ブランディング事業	10	補助金等交付	-	-	
4	菊正宗酒造株式会社	7140001001324	海外観光客を日本酒と酒器(盃)の世界へ誘う	10	補助金等交付	-	-	
5	黒龍酒造株式会社	8210001017403	福井の原料にこだわり酒類やオリジナルボトルで価値を創造する事業。	10	補助金等交付	-	-	
6	小林酒造株式会社	6060001014228	日光ブランドで繋がる日本産酒類と地域ブランディングとの立体的循環事業	10	補助金等交付	-	-	
7	有限会社秀鳳酒造場	4390002001276	国内外に向けての変形特殊瓶による高付加価値商品の開発	10	補助金等交付	-	-	
8	吉川醸造株式会社	3021001021030	脱酸素日本酒および「ナイトロ・サケ」の開発・製造	10	補助金等交付	-	-	
9	Inagora株式会社	1010401115691	中国における富裕層・若年層への高品質日本産酒類のブランディング浸透化事業	10	補助金等交付	-	-	
10	RYUKYU1429株式会社	5360001027043	琉球泡盛高付加価値化プロジェクト	9	補助金等交付	-	-	

B

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	個人A	-	公募案件の審査に係る謝金	0.2	その他	-	-	
2	個人B	-	公募案件の審査に係る謝金	0.2	その他	-	-	

国庫債務負担行為等による契約先上位10者リスト

	ブロック名	契 約 先	法 人 番 号	業 務 概 要	契約額 (百万円)	契約方式	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (契約額10億円以上)
1		-	-	-	-		-	-	

日本産酒類海外展開支援事業の概要（R3当初：7億円、R4：7億円）

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、以下の取組に対し補助を行う（ブランド化・酒蔵ツーリズム補助金）。

- （１） 酒類事業者による商品等の高付加価値化やブランド戦略策定の取組
- （２） 酒類事業者による酒蔵ツーリズムプラン策定、他産業との連携に係る取組
 - ・ 補助対象者：酒類事業者（製造業者、卸売業者、小売業者）又は酒類事業者を一者以上含むグループ
 - ・ 補助率：補助対象経費の1／2

日本産酒類海外展開支援事業の実施状況等

(ブランド化・酒蔵ツーリズム補助金)

	実施状況
日本産酒類海外展開 支援事業 R3	・第1期公募(令和3年2月1日(月)～3月11日(木)) 応募件数：152件、採択件数：70件 ・第2期公募(令和3年5月6日(木)～5月27日(木)) 応募件数：55件、採択件数：24件 ・第3期公募(令和3年7月30日(金)～9月3日(金)) 応募件数：23件、採択件数：15件 合 計：230件、採択件数：109件
日本産酒類海外展開 支援事業 R4	・第1期公募(令和4年2月3日(木)～3月24日(木)) 応募件数：69件、採択件数：49件 ・第2期公募(令和4年4月22日(木)～6月8日(水)) 応募件数：59件、採択件数：39件 ・第3期公募(令和4年7月13日(水)～8月17日(水))

令和3年度予算 日本産酒類海外展開支援事業費補助金（7.0億円） （ブランド化・酒蔵ツーリズム補助金）

●ブランド化の推進

株式会社神戸酒心館（兵庫県）

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

【事業内容】

・中国で「ライブコマース」の定期開催や世界的酒類業界誌「The Drinks Business」での自社情報の発信をするなど、各国現地インポーターやディストリビューターの販促活動を支援することで、自社ブランド認知度の向上及び販路を拡大

【取組結果】

・令和3年6月～翌年1月までの「ライブコマース」累計視聴者数は3,700万人を超え、自社ブランドの認知度向上に成功

・「The Drinks Business」で、継続的情報発信を続けた結果、輸出数量が、北米向けは対前年比234%、ヨーロッパ向けは前年比150%と増大



Discover Fushimi's secret to making ultra premium sake
as experienced sake
by the way

For more than 250 years sake producer Fushimi has impressed drinkers with its expressions that are aided by the incredible terroir the distillery calls upon, in terms of flavour profile, its refined mellow elegance is reflected in each sip.



RYUKYU1429株式会社（沖縄県）

琉球泡盛高付加価値プロジェクト

【事業内容】

・イギリスと香港市場における琉球泡盛の需要促進を図る目的で、現地バーテンダー協会と連携し、会員向けセミナーの開催や店舗プロモーション、SNS情報発信やカクテルコンペディション等のプロモーション活動を継続的に実施

【取組結果】

・イギリスのカクテルイベントでRYUKYU1429を使ったカクテルを開発、2日間で185名に琉球泡盛のセミナーを実施

・香港のトップバー11軒・50人以上のバーテンダー等にセミナーを実施し、琉球泡盛の認知度を向上

・琉球泡盛の普及には、各国・地域に専門的知識を持った人材を育成できるかが課題



令和3年度予算 日本産酒類海外展開支援事業費補助金（7.0億円） （ブランド化・酒蔵ツーリズム補助金）

●酒蔵ツーリズムの推進

伏見酒造組合（京都府）

食材を大切に「始末する」京都の食文化と伏見の酒蔵ツーリズム

【事業内容】

・酒蔵ツアーに、食べ物を大切にする京都伝統「始末の文化」を体現する酒粕料理や伝統工芸を盛り込んだラグジュアリーツアーや、酒蔵と地域飲食店が連携した新たな観光コンテンツの造成のほか、SNSを活用した情報発信等により、「伏見」の日本酒が京都の生活・文化に根差していることを訴求

【取組結果】

・ツアー参加者へのアンケート結果のうち、満足以上の評価が80%を超え、富裕層や個人旅行者からの高い需要を確認
・SNSリーチ数が目標の5,000を大きく上回る24,429を達成するなど、今後のインバウンド需要に期待



京阪電車公式 Facebook（英語版）

ミートツーリズム推進委員会（宮崎県）

ミート×酒蔵ツーリズム推進事業

【事業内容】

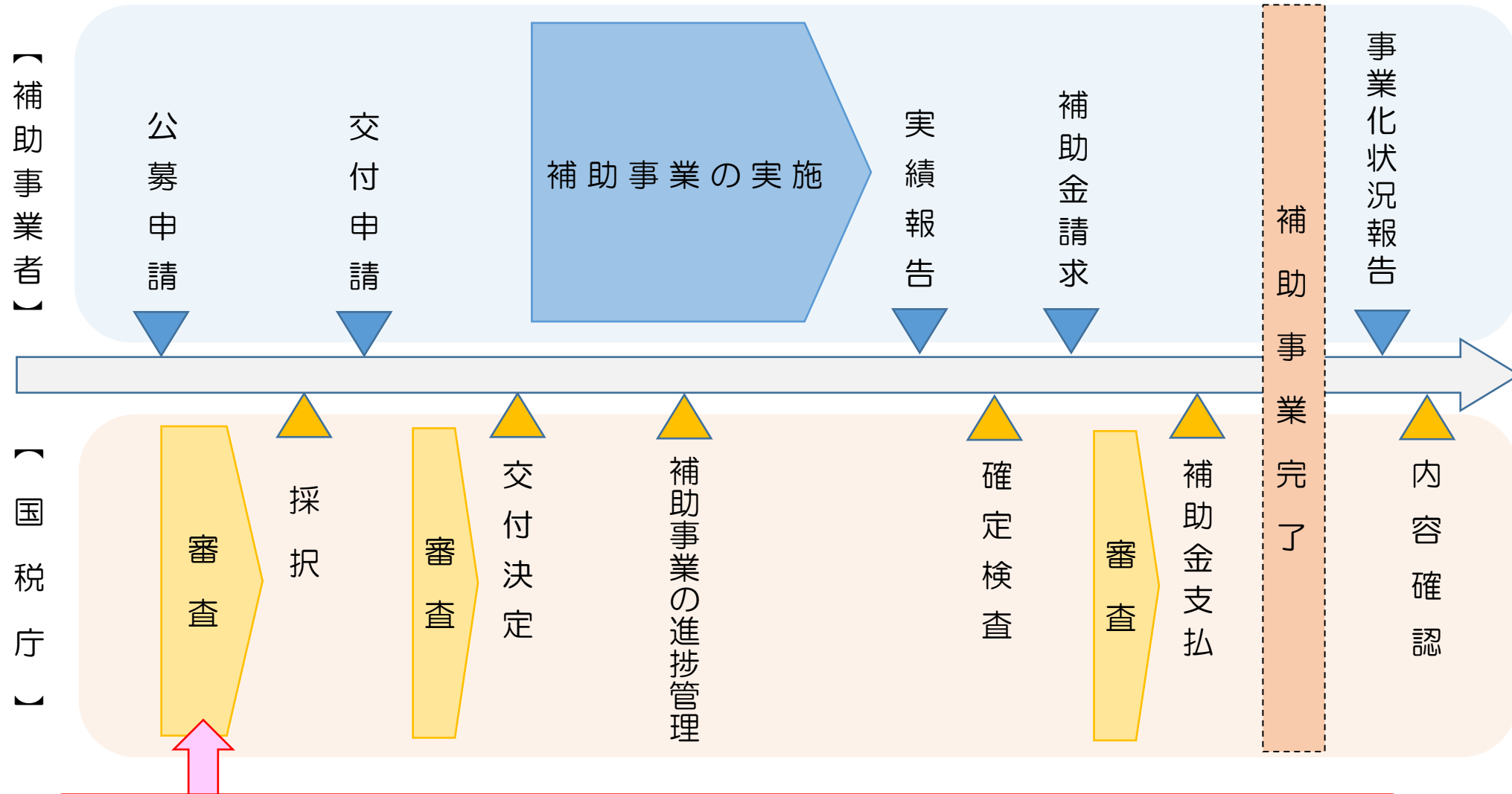
・都城市や都城観光協会と連携し、蔵見学等の体験型コンテンツに地元の特産である「宮崎牛」と「焼酎・地ビール・ワイン」のペアリングや「吉助ダイニング」のスペシャルディナー等を組み合わせた高単価ツアーの造成、販売フォーム・チラシの制作による販促ツールの整備

【取組結果】

・モニターツアーを通じて、コンテンツ訴求ポイントや価値感といった情報を収集し、2種類のツアーの商品化に成功
・商品化したツアーは、都城観光協会ホームページ上に申し込みフォームを設置するとともに、商品紹介チラシを活用して商品販売を推進予定



補助金事業の流れ【国税庁による直接執行】



- ・ 外部審査員を含む審査委員会が、事業者等から提出された応募書類について審査を実施。
- ・ 審査は、評価採点方式で合計100点満点となるように設計。公募要領で定める「評価基準」により設定された評価項目に基づき採点。

参考資料

各補助金の実施年度等

	令和2年度	令和3年度	令和4年度
酒類業構造転換事業費補助金 (フロンティア補助金) 令和2年度第3次補正 予算額6億円	全額を翌年度に繰越し		—
新市場開拓支援事業費補助金 (フロンティア補助金) 令和3年度補正 予算額8億円	—	全額を翌年度に繰越し	
日本産酒類海外展開事業費補助金 (ブランド化・酒蔵ツーリズム補助金) 令和3年度 予算額7億円 令和4年度 予算額7億円	—		

「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プースを設置
- 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)

国 税 庁 酒 類 業 振 興 関 係 予 算

令和4年度
実施分

【計28.0億円（令和4年度当初予算:14.2億円
令和3年度補正予算:13.8億円）】

1. 新市場創造関係（1）～（4）:22.1億円

（1）新市場創造支援事業

15.0億円

- ① 新市場開拓支援事業費補助金
（フロンティア補助金）

補正

8.0億円

【対象となる取組】

- ・商品の差別化による新たなニーズ獲得事業
- ・販売手法の多様化による新たなニーズ獲得事業
- ・ICTを活用した製造・流通の高度化・効率化事業
- ・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

拡充

- ② 日本産酒類海外展開支援事業費補助金
（ブランド化・酒蔵ツーリズム補助金）

当初

7.0億円

【対象となる取組】

- ・日本産酒類のブランディング事業
- ・酒蔵ツーリズムによるインバウンド需要開拓事業

（2）日本産酒類の販路拡大・消費喚起推進

補正

5.5億円

（Enjoy SAKE! プロジェクト）

酒類事業者団体等による日本産酒類の販路拡大や消費喚起に向けた各種イベント等について、有効な開催手法等のモデル事例の構築

（3）日本産酒類ブランド化推進

当初

一部新規

1.6億円

地理的表示（GI）酒類のブランド価値向上のためのシンポジウム等（琉球泡盛等のプロモーションを含む）を実施。

上記シンポジウム内において、日本産酒類のブランド化のための方策等のテーマについて、若者の自由な発想によるビジネスプランを対象とした若年層向けビジネスコンテストを開催。

（4）中小企業等経営支援経費

当初

0.1億円

活性化・経営革新研修（事業承継セミナーを含む）

2. 輸出促進関係（1）～（4）:22.5億円

（1）新市場創造支援事業（再掲）

15.0億円

（2）海外販路開拓支援

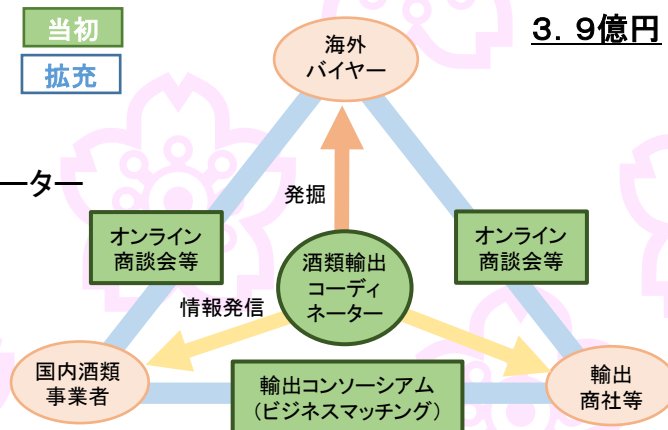
当初

3.9億円

- ① オンライン商談会等
② ビジネスマッチング
③ 酒類輸出コーディネーター

拡充

- ④ 海外バイヤー招聘
⑤ 海外市場調査



（3）国際的プロモーション

2.0億円

- ① ジャパンハウス等でのPR

当初

- ② 海外酒類専門家等育成

当初

一部新規

海外の料理教室と連携し、日本産酒類と現地の食材のペアリングメニューの開発やレッスンを通じた認知度向上を実施等。

- ③ ユネスコ登録の機運醸成

当初

補正（0.3億円）

日本酒等のユネスコ登録に向けた機運を醸成するための各種PR事業「伝統的造り」が登録無形文化財に登録されたことを踏まえ、機運醸成への取組を強化。

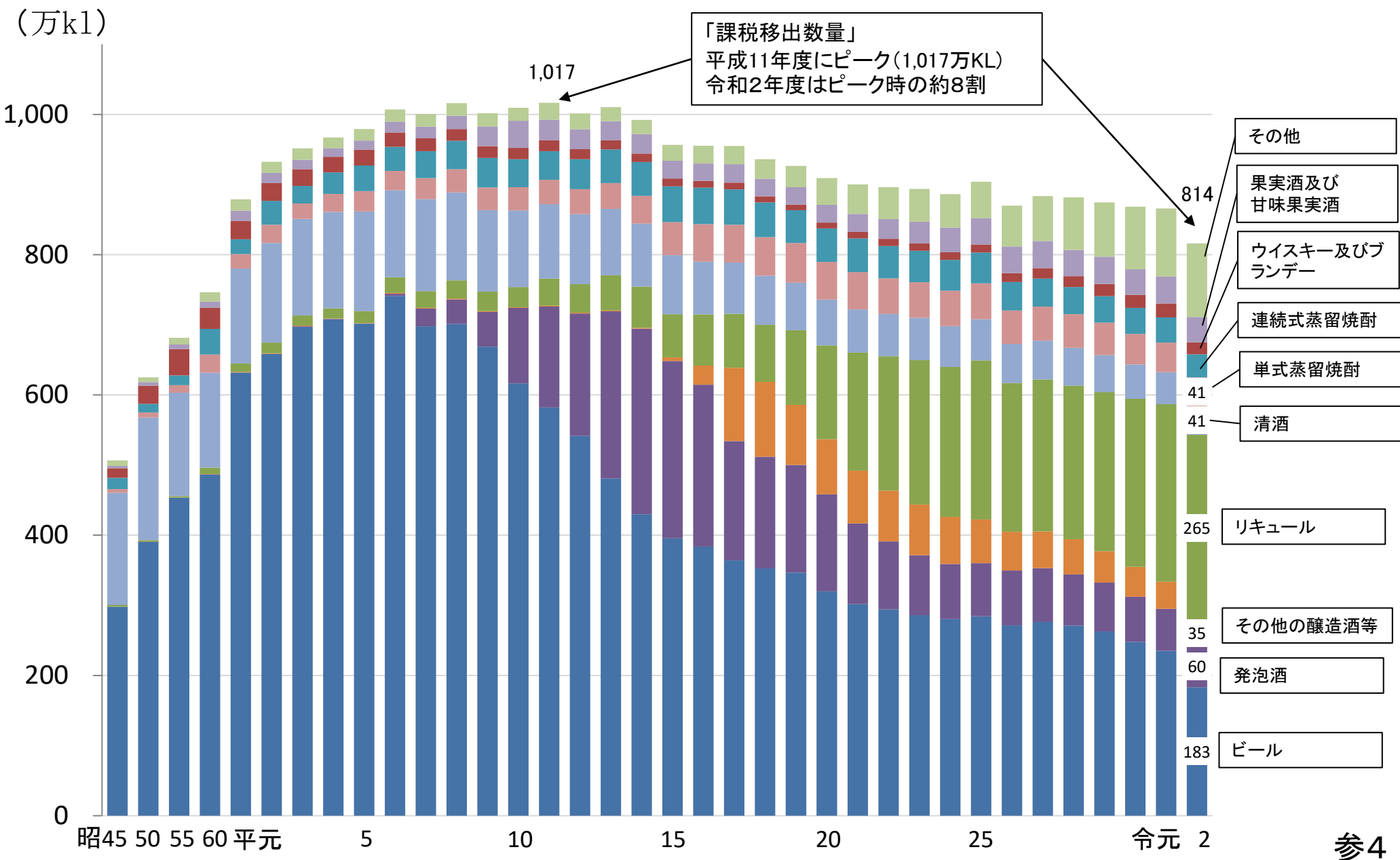
（4）日本産酒類ブランド化推進（再掲）

1.6億円

（注）この他に令和4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【10.1億円】（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国酒振興事業に対する補助金【6.0億円】（輸出戦略を踏まえた活動事業費、海外サポートデスクの増設、イベント等を通じた消費者に対する情報発信等）

酒類課税移出数量の推移



最近の酒類の消費動向

(単位: 前年同期比増減率、%)

	2020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
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
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
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

(出典) 総務省統計局「家計調査」(2020年) (「2人以上世帯」の1世帯当たり平均消費支出金額【名目】)

(単位: 前年同期比増減率、%)

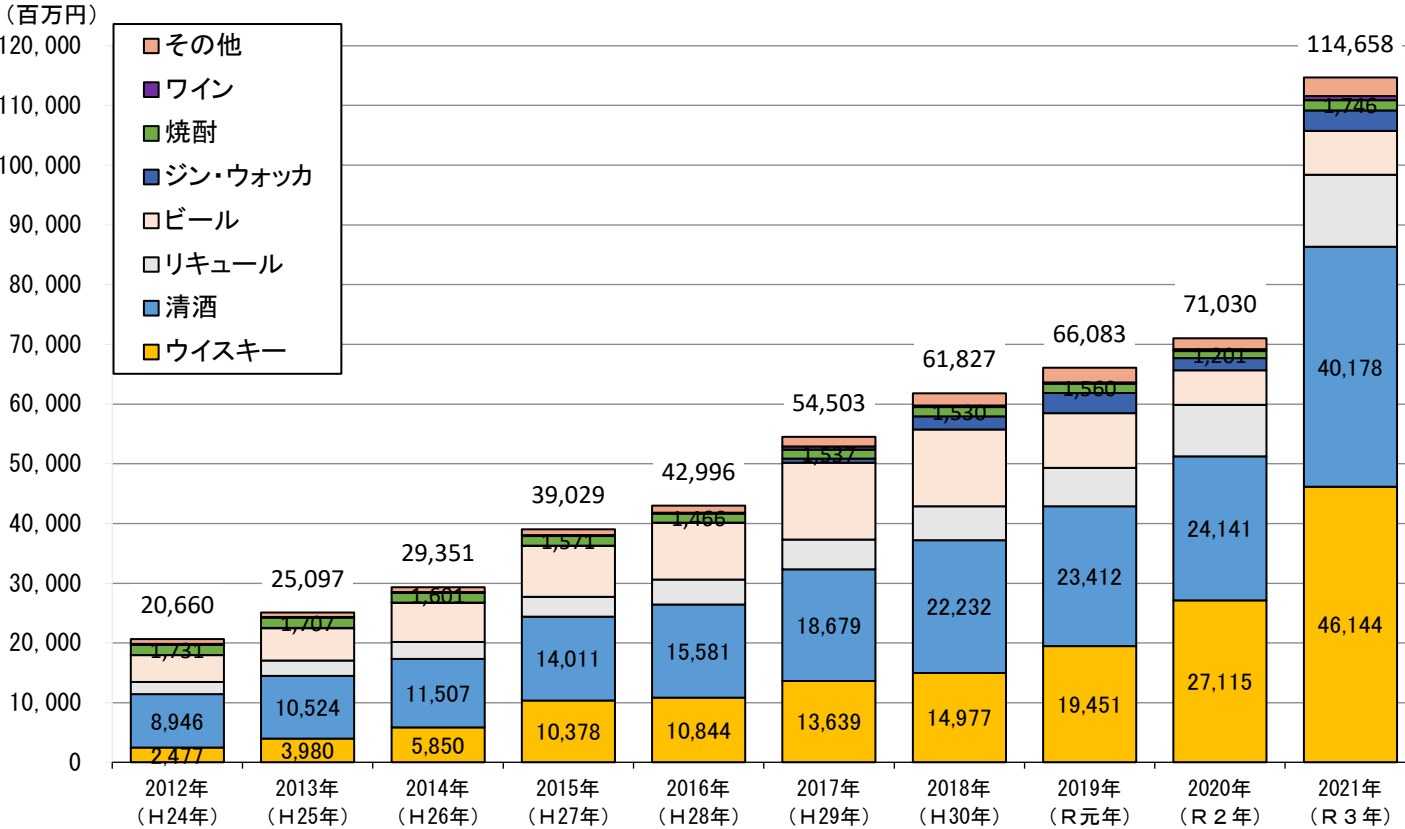
	2021年												
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
家庭消費	+15.6	+2.6	▲ 0.1	▲ 5.7	▲ 4.2	▲ 3.3	+0.1	▲ 8.3	▲ 15.3	+6.3	▲ 5.2	▲ 1.2	▲ 2.3
飲食店消費	▲ 90.8	▲ 83.8	▲ 49.9	+98.2	▲ 6.2	▲ 62.2	▲ 52.7	▲ 65.5	▲ 82.6	▲ 32.9	+1.5	+143.6	▲ 49.2
家庭＋ 飲食店消費	▲ 28.8	▲ 25.5	▲ 10.6	▲ 1.3	▲ 4.3	▲ 10.3	▲ 7.9	▲ 15.0	▲ 24.3	▲ 1.8	▲ 4.1	+11.3	▲ 10.2

(出典) 総務省統計局「家計調査」(2021年) (「2人以上世帯」の1世帯当たり平均消費支出金額【名目】)

最近の日本産酒類の輸出動向について

(2021年12月時点)

- 2021年1月から12月までの輸出金額は約1,147億円(対前年同期61.4%増)となり、初めて1,000億円を突破。
- 8月末で2020年の輸出金額(約710億円)を上回り、10年連続で過去最高を更新。
- 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(1-12月)	対前年同期増減率
ウイスキー	27,115	+39.4%	46,144	+70.2%
清酒	24,141	+3.1%	40,178	+66.4%
リキュール	8,623	+33.9%	12,067	+39.9%
ビール	5,772	▲37.0%	7,361	+27.5%
ジン・ウォッカ	2,019	▲40.7%	3,392	+68.0%
焼酎	1,201	▲23.0%	1,746	+45.4%
ワイン	348	+99.8%	687	+97.6%
その他	1,811	▲26.9%	3,083	+70.2%
合計	71,030	+7.5%	114,658	+61.4%

○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(1-12月)	対前年同期増減率
中華人民共和国	17,292	+70.9%	32,025	+85.2%
アメリカ合衆国	13,840	▲11.6%	23,811	+72.0%
香港	9,975	+59.5%	14,758	+48.0%
台湾	6,541	+5.5%	9,307	+42.3%
フランス	3,185	▲7.4%	5,748	+80.5%
シンガポール	3,829	+11.2%	5,067	+32.3%
オーストラリア	2,617	+14.2%	4,193	+60.2%
オランダ	3,062	▲15.1%	3,878	+26.6%
大韓民国	1,919	▲68.8%	2,763	+44.0%
マカオ	552	+132.0%	2,021	+265.9%
(参考)EU・英国	7,975	▲12.9%	12,774	+60.2%

○2021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)	76.6	80.0	102.5	107.9	92.4	104.3	102.2	92.8	92.5	100.8	90.3	104.3	1,146.7
対前年同期比(%)	+52.9	+43.0	+84.5	+105.6	+139.2	+88.8	+76.9	+75.2	+49.4	+39.5	+22.9	+24.2	+61.4

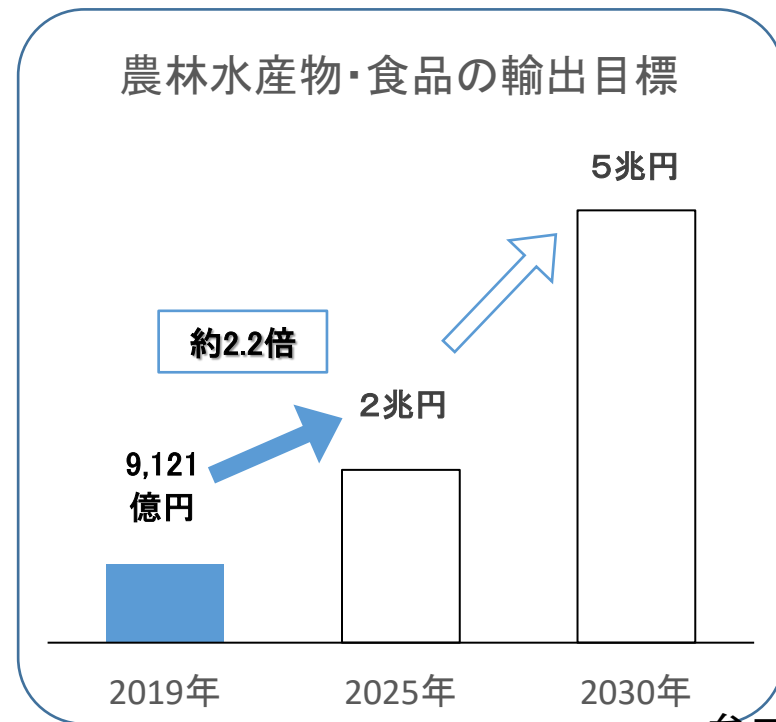
※各月の輸出金額は、単位未満を四捨五入しているため、内訳の計と合計が一致しない場合がある。

出典:財務省貿易統計
※確々報の発表を受け、2022年5月に数値を一部修正。

輸出拡大実行戦略（酒類）

- 農林水産物・食品の輸出目標である、「2025年までに2兆円、2030年までに5兆円」の達成に向け、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」において、酒類については、「清酒」、「ウイスキー」及び「本格焼酎・泡盛」の3品目を重点品目とし、ターゲット国等を定め、更なる輸出拡大に取り組んでいく。
- この3品目については、農林水産物・食品全体の輸出目標の伸び率（対2019年比約2.2倍）を上回ることを目指す。

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



政府決定等①

○ 2019年(令和元年)11月 「農林水産物及び食品の輸出促進に関する法律」 (輸出促進法)成立

- ・ これまで、農林水産物・食品の輸出拡大に向け、日本食のプロモーション等の取組を実施。更なる輸出拡大のためには、輸出先国による食品安全等の規制等に対応するため、政府が一体となって取り組むための体制整備が必要であるため、本法が整備された(令和2年4月1日施行)。

○ 2020年(令和2年)3月 「食料・農村・農業基本計画」

- ・ 2030年(令和12年)までに農林水産物・食品の輸出額を5兆円とする(※)。
(※) 個別品目の目標額は示されておらず、酒類は加工食品の目標額2兆円に含まれる。

○ 2020年(令和2年)5月 「知的財産推進計画2020」

- ・ 日本産酒類と他業種の連携の更なる促進や地理的表示(GI)の活用等により、日本産酒類のブランド化や輸出拡大を図る。
- ・ 日本産酒類の販路拡大支援や国際的プロモーション、新商品開発への技術支援等により、輸出の拡大を図る。また、事業者自身によるブランド化に関する取組を支援する。
- ・ インバウンドにより輸出の拡大を図るため、酒蔵ツーリズムを推進する。

○ 2020年(令和2年)7月 「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」

- ・ 農林水産物・食品の輸出額を2025年(令和7年)に2兆円、2030年(令和12年)に5兆円とすることを目標^{参8}

政府決定等②

○ 2020年(令和2年)12月 「総合的なTPP等関連政策大綱」

Ⅱ TPP等関連政策の目標

(目標) 2030年の農林水産物・食品の輸出額5兆円目標の達成を目指す。

- TPP等による関税や非関税措置の撤廃、地理的表示(GI)の保護等と併せて、日本産酒類のブランド価値の向上に向けた取組等を通じ、日本産酒類の競争力を高め、海外展開を推進する。

Ⅳ 政策大綱実現に向けた主要施策

- 日本産酒類の輸出促進に向けた取組

(国際的プロモーション等による日本産酒類の情報発信、事業者の販路開拓支援、地理的表示(GI)の活用を含むブランド化、酒蔵ツーリズムの取組の支援、技術支援等の実施)

○ 2020年(令和2年)12月 「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」

- ・ 酒類については、「清酒」、「ウイスキー」、「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。

○ 2020年(令和2年)12月 「国民の命と暮らしを守る安心と希望のための総合経済対策」

Ⅱ ポストコロナに向けた経済構造の転換・好循環の実現

- ・ ポストコロナに向け、中小企業の事業継続、業態転換や新たな分野への展開等の経営転換を強力に後押しすること等を通じて、生産性の向上、賃金の継続的な上昇につなげる。

○ 2021年(令和3年)11月 「コロナ克服・新時代開拓のための経済対策」

Ⅲ 未来を切り開く「新しい資本主義」の起動

エ 中小企業等の足腰強化と事業環境整備

- ・ 新市場開拓支援事業(酒類業)

関係省庁の設置法

○ 財務省設置法

任務 (第十九条)	国税庁は、内国税の適正かつ公平な賦課及び徴収の実現、 <u>酒類業の健全な発達及び税理士業務の適正な運営の確保を図ることを任務とする。</u>
所掌事務 (第四条)	十九 <u>酒税の保全並びに酒類業の発達、改善及び安全性の確保に関すること。</u>

○ 農林水産省設置法

任務 (第三条)	農林水産省は、食料の安定供給の確保、農林水産業の発展、農林漁業者の福祉の増進、農山漁村及び中山間地域等の振興、農業の多面にわたる機能の発揮、森林の保続培養及び森林生産力の増進並びに水産資源の適切な保存及び管理を図ることを任務とする。
所掌事務 (第四条)	七 飲食料品(<u>酒類を除く。</u>)及び油脂の生産、流通及び消費の増進、改善及び調整に関すること。

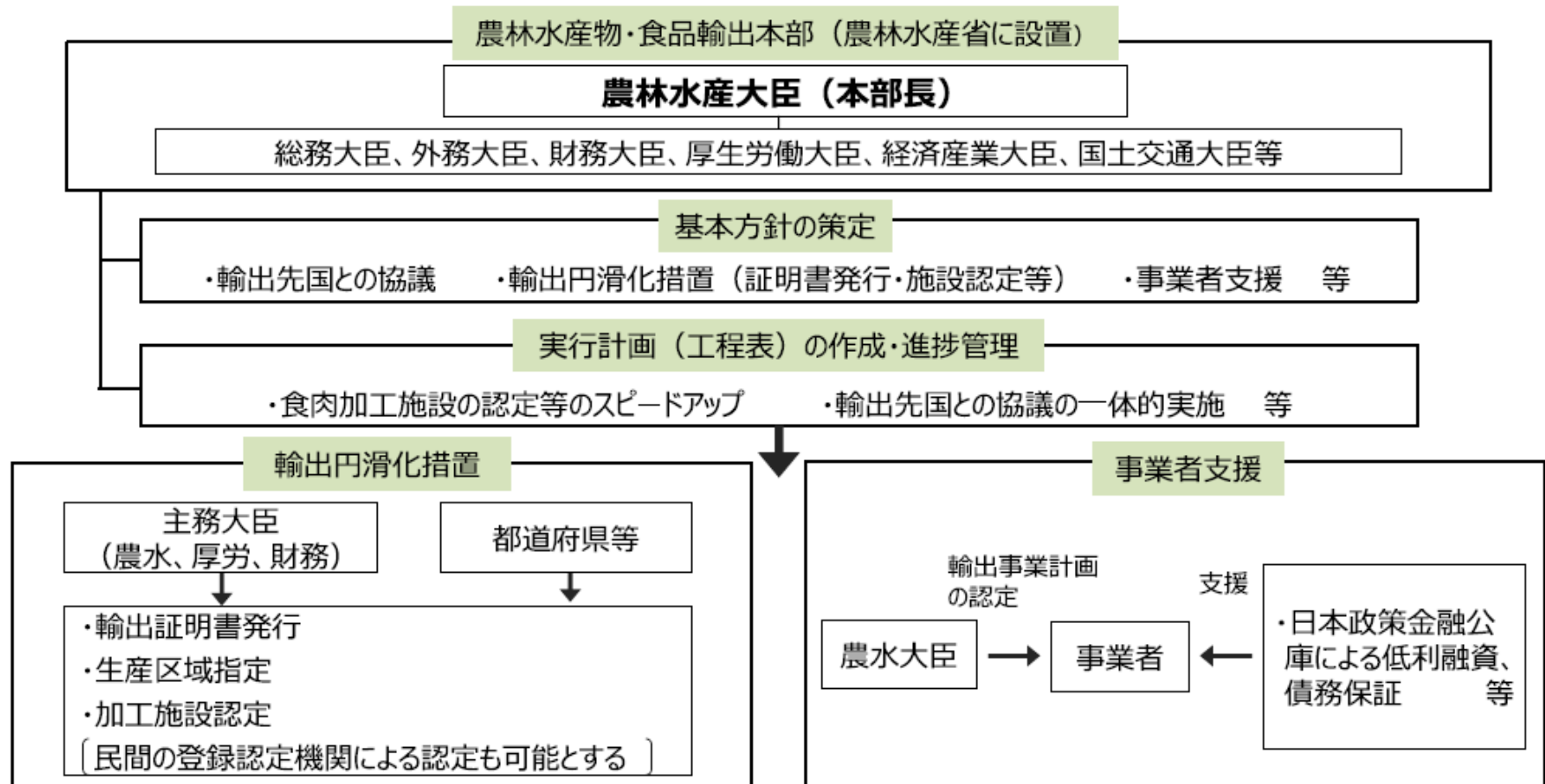
○ 経済産業省設置法

任務 (第三条)	経済産業省は、民間の経済活力の向上及び対外経済関係の円滑な発展を中心とする経済及び産業の発展並びに鉱物資源及びエネルギーの安定的かつ効率的な供給の確保を図ることを任務とする。
所掌事務 (第四条)	十五 輸出及び輸入の増進、改善及び調整に関すること。

輸出促進法について

輸出促進法の制定

- 「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律」（輸出促進法）が令和2年4月1日に施行。
- これまで、農林水産物及び食品の輸出拡大に向け、日本食のプロモーション等の取組を実施。更なる輸出拡大のためには、輸出先国による食品安全等の規制等に対応するため、政府が一体となって取り組むための体制整備が必要なため、本法を整備。



申請書審査における評価基準（ブランド化・酒蔵ツーリズム補助金）

■ 令和4年度予算 日本産酒類海外展開支援事業費補助金（ブランド化・酒蔵ツーリズム補助金）【第2期公募要領】

1. 基礎項目

（フロンティア補助金と同様のため記載省略）

2. 評価項目

※ 審査に当たっては、以下の評価項目について、定量的な記載がされているかという点も重要なポイントになります。

(1) 現状分析

- 自らの置かれている環境や現状について認識しているか。
- 活用しようとする素材や技術等について、その可能性を把握するなど、自らの製品等について適切な現状分析がなされているか。
- 市場開拓段階の事業の場合、販路の拡大、外需の獲得を行おうとする市場の現状・課題（関税・輸送コスト、ニーズ、規制等）の把握、分析がなされているか。

(2) 目標、事業内容の妥当性

- 本年度に達成すべき目標が明確に示されているか。
- 事業内容が目的に照らして現実的かつ具体的か、また、新型コロナウイルスによる影響を勘案した内容となっているか。
- 必要経費は、事業内容に照らして妥当か（著しく高額となっていないか。）。
- 事業実施における課題、対応、時間軸が明確で整合性が図られているか。
- 取組の結果、販路の拡大や、外需獲得につながる内容であるか。
- 地域経済の活性化及び地域企業の振興に寄与するものであるか。

(3) 先進性・優位性

- 既存・競合商品等に比べて差別化がなされているか（性能、価格、流通、知名度等）。
- 優位性を維持・拡大するために必要な取組が計画されているか。
- 取組が先進的なものであるか。また、他の酒類事業者の参考・励みとなるような内容であるか。

(4) 事業の収益性及び持続性

- 費用対効果（補助金額に対する売上の規模感）は妥当か。
- 補助事業の結果を踏まえた生産・販売・市場獲得等の事業化に向けた計画・ビジョンの見直しがスケジュールに記載されているか。また、見直しの内容（性能向上、高付加価値化、ブランド化等）が妥当なものか。

- 補助事業終了後の事業の自走に向けた計画・ビジョンが明確であり、かつ、その内容が妥当なものであるか。
- 補助事業を通じて支援する酒類事業者が、本補助事業による支援終了後も、当該事業を持続・継続可能な計画がされているか。

(5) 事業実施体制の妥当性

- 事業を適切に遂行するための経営資源（技術力、経験、ノウハウ、資金調達力、人材等）を有しているか。また、酒類事業者の役割が明確にされているか。
- 財務状況等は、適切な事業遂行に当たって問題ないか。
- 参画事業者等が存在する場合、役割分担は明確か。

(6) 実効性を高める仕組み

- 国内外の販路拡大に関する専門的な知見を有する外部専門家等の関与が明確か。
- 越境ECやクラウドファンディング等、事業を効率的に進めるために民間支援事業者等を活用しているか。
- 市場の動向、ニーズ、トレンド等を把握できる仕組みがあるか。
- 地域商社等、商流を有する者と連携し、商談後の手続を確実に成果につなげるものであるか。

(7) 将来的な事業展開の可能性

- 資金調達力、体制、地域経済への影響等、中長期的な目標と次年度以降の事業計画が妥当であり、事業継続が見込まれるか。

(8) 政策的意義

- 農林水産物・食品の輸出拡大に資する取組となっているか。
- 観光庁日本版DMOとの連携など、地域の交流人口拡大に資する取組となっているか。

(9) 加点項目

国税庁の政策目標を踏まえた加点

- ・ パートナリシップ構築宣言を行っている事業者には加点する。

※ 「パートナーシップ構築宣言」ポータルサイト(<https://www.biz-partnership.jp/index.html>)において宣言をしている事業者。（応募締切日時点）

日本産酒類海外展開支援事業

事業の目的

- 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。

現状把握、課題

- 国税庁では、日本産酒類の更なる輸出拡大に向け、販路開拓支援、認知度向上等を強化している。
- そのためには、酒類事業者による取組として、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、インバウンドによる海外需要の拡大が不可欠であることから、それら取組を支援する必要がある。

インプット (資源)

○予算の確保

令和3年度予算：7.0億円

令和4年度予算：7.0億円

アクティビティ (活動内容)

○日本産酒類の輸出促進のため、以下の取組に対し補助

(1) 酒類事業者による商品等の高付加価値化やブランド戦略策定の取組

(2) 酒類事業者による酒蔵ツーリズムプラン策定、他産業との連携に係る取組

アウトプット (活動目標)

○支援事業の採択

[令和3年度]
応募230件
採択109件(活動実績)
(活動見込：110件)
※令和4年度
活動見込：109件

支援事業の採択に当たり、
・国税庁による審査及び
・外部アドバイザーによる評価により、事業目的に照らし実効性の高い事業を選定している。

アウトカム (成果目標)

○日本産酒類の高付加価値化や認知度向上

(成果目標)

- ①補助事業者が補助金交付申請時に設定する事業KPIについて、事業実施年度末に達成した採択事業の割合を80%以上とする。
- ②2025年(令和7年)までに清酒、ウイスキー、本格焼酎・泡盛の輸出金額を、それぞれ600億円、680億円、40億円とする。

(成果指標)

- ①の割合
・令和3年度：64.2%(達成度80.3%)
・令和4年度：令和5年度集計予定
- ②の輸出金額
・令和3年度：令和7年度集計予定
・令和4年度：令和7年度集計予定

インパクト (政策効果)

○日本産酒類の輸出拡大を通じた酒類業の更なる発展

○地域への誘客促進を通じた地域経済の活性化に寄与

事業番号 2022 - 財務 - 21 - 0012											
令和4年度行政事業レビューシート（財務省）											
事業名	新市場開拓支援事業				担当部局庁	国税庁			作成責任者		
事業開始年度	令和3年度	事業終了 (予定) 年度	終了予定なし		担当課室	酒税課輸出促進室			輸出促進室長 山下 尚志		
会計区分	一般会計										
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	-				関係する 計画、通知等	・経済財政運営と改革の基本方針2022(令和4年6月7日閣議決定) ・新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画・フォローアップ(令和4年6月7日閣議決定) ・成長戦略実行計画・成長戦略フォローアップ(令和3年6月18日閣議決定) ・コロナ克服・新時代開拓のための経済対策(令和3年11月19日閣議決定)					
主要政策・施策	-				主要経費	その他の事項経費					
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	本事業は、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。										
事業概要 (5行程度以内。別添可)	酒類業の新市場を開拓するような、酒類事業者による以下の意欲的な取組を支援する。【補助率:1/2】 (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技術の活用による製造・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										
実施方法	補助										
予算額・執行額 (単位:百万円)			令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度要求				
	予算 の 状 況	当初予算	-	-	-	-	600				
		補正予算	-	-	800	-					
		前年度から繰越し	-	-	-	800	-				
		翌年度へ繰越し	-	-	▲ 800	-					
		予備費等	-	-	-	-					
	計		0	0	0	800	600				
	執行額		0	0	0						
	執行率 (%)		-	-	-						
	当初予算+補正予算に対する執行額の割合 (%)		-	-	-						
令和4・5年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目		令和4年度当初予算	令和5年度要求	主な増減理由						
	新市場開拓支援 事業費補助金		-	600	令和4年度に要求(予算要求額600百万円)したが、酒類事業者の直面する構造的な課題や新型コロナウイルス感染症で顕在化した課題等への対応は急務であり、令和3年度中に本取組をより一層支援する必要があることから、令和3年度補正予算において措置された(予算額800百万円)。						
	計		-	600	本施策に対する業界のニーズは依然大きいことから、令和5年度も引き続き予算要求している。						
活動内容 (アクティビティ)	酒類事業者による(1)～(4)の意欲的な取組に対し、経費の一部補助を行う。【補助率1/2】 (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技術の活用による製造・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										
活動目標及び 活動実績 (アウトプット)	活動目標		活動指標			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込
	酒類事業者の経営改革、 酒類業界の構造転換を促す。	新市場開拓支援事業の採 択件数	活動実績	件	-	-	0	-	-		
			当初見込み	件	-	-	200	200	-		
単位当たり コスト	算出根拠				単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込		
	執行額／新市場開拓支援事業の採択件数			単位当たり コスト	千円	-	-	-	4,000		
				計算式	千円/件	-	-	-	800,000/200		

			定量的な成果目標	成果指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 －年度	目標最終年度 6年度
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)			補助事業に係る売上の全 事業者累計額(事業実施年 度から令和6年度まで)が 本事業執行額を上回る	補助事業に係る売上の全 事業者累計額(令和4～6年 度)	成果実績	百万円	－	－	－	－	－
					目標値	百万円	－	－	－	－	800
					達成度	%	－	－	－	－	－
根拠として用いた 統計・データ名 (出典)			国税庁調べ								
成果目標及び 成果実績 (アウトカム)			補助事業者のうち、事業終 了後5年間で、売上総利益 年率平均1.5%以上増を達 成する事業者割合が50% を超えること。	売上総利益年率平均1.5% 以上増を達成する補助事 業者割合	成果実績	%	－	－	－	－	－
					目標値	%	－	－	－	－	50
					達成度	%	－	－	－	－	－
根拠として用いた 統計・データ名 (出典)			国税庁調べ								
政策評価、新 経済・財政再 生計画との 関係	政策評価	政策	※国税庁においては、中央省庁等改革基本法に基づき「実績評価」を実施しており、政策評価欄に記載すべき、「行政機関が行う政策の評価に関する法律」における「政策評価」は実施していないため、記載すべき事項がありません。								
		施策				政策評価書 URL	－				
						該当箇所	－				
	新 経済・財政再 生計画改革 工程表 2021	取組事項	分野：	－		－					
			(新経済・財政再生計画改革工程表 2021) URL：		－						
		該当箇所		－							
事業所管部局による点検・改善											
国費投入の 必要性	項 目						評 価	評価に関する説明			
	事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。						○	酒類事業者は、中小・零細企業がその多くを占めているものの、歴史的・文化的に地域社会とのつながりが深く、地域の中核的な存在として地域経済やコミュニティの活性化等において重要な役割を果たしている。新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、飲食店消費を中心に国内酒類消費の落ち込みが深刻な中で、従来型の商品開発・製造・販売等の方法にとらわれず、新たな商品・サービスの創造、新たな市場の開拓に取り組み、経営改革や酒類業界の構造転換を推進していくことが求められている。本事業は、このような求めに対応できる酒類事業者の育成を目指しており、社会のニーズを反映している。			
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。						○	「コロナ克服・新時代開拓のための経済対策」では、政府としてポストコロナ社会を見据えた成長戦略の推進に向け、生産性向上に資する設備投資、IT導入、販路開拓等を支援するとされている。本事業は、当該経済対策に基づき、酒類事業者の新市場開拓進を目的としており、国が主体的に実施する必要がある。			
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。						○	「コロナ克服・新時代開拓のための経済対策」において、ポストコロナ社会を見据えた成長戦略を推進することとされており、本事業は目的達成に向け優先度の高い事業である。			

事業の効率性	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。					○	公募により補助対象者を募り、公募要領に定める評価基準等を踏まえ、交付先を公平に選定することとしている。
	一般競争契約、指名競争契約又は随意契約(企画競争)による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。					無	
	競争性のない随意契約となったものはないか。					無	
	受益者との負担関係は妥当であるか。					○	本事業は、必要経費の一部を補助するものであり、受益者に一定の負担を求めている。
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。					○	補助事業者から事業完了後に提出される実績報告書や確定検査により、発生した経費の妥当性を検証の上、精算することとしている。
	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。					○	中間段階での支出はない。
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。					○	公募要領等で補助対象経費を明確化した上で、事業の採択に当たっては、費目・使途の必要性を厳格に確認することとしている。また、事業完了後に提出される実績報告書や確定検査の実施により、費目・使途の妥当性を検証の上、補助金額を確定している。
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)					-	-
繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)					○	新型コロナウイルス感染症の感染再拡大及びまん延防止等重点措置の適用に伴い、各事業者において取組計画の策定に時間を要し、事業スケジュールの見直しを行ったことにより、年度内に事業を完了することが困難となった。よって、令和4年度に全額繰り越した。	
その他コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。					○	本事業は、補助事業者への直接補助により実施し、中間段階での支出がないためコスト削減となっている。また、事業完了までの間に、必要に応じて補助事業者に対し、事業の進行管理及び指導・助言を行うことによりコスト削減・効率化に努める。	
事業の有効性	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。					-	-
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。					○	本事業は酒類事業者の経営改革、酒類業界の構造転換に資するような具体的な設備投資等を促すことを目的としているが、中小零細業者が多い酒類業界では必ずしも自己調達できる投資資金が十分とは言えないことから、税制改正・規制緩和や政策金融による支援でも政策効果は限定的である。よって、本事業は、その他の政策手段では達成しがたい目的の実現を図るために実施するものである。なお、実施に当たっては、適切に補助事業の進行管理を行い、適切な執行に努める。
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。					-	-
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。					-	-
関連事業	関連する事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。(役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載)					-	-
	事業番号					事業名	
点検・改善結果	点検結果	令和3年度補正予算に基づく事業であるが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により年度内に事業を完了することが困難となったため、令和4年度に全額繰り越している。					
	改善の方向性	事業の進捗を踏まえた助言を早期に行うことにより、適切な執行に努める。					

外部有識者の所見									
各事業のアウトカムについては、より事業目的に見合ったものを設定すべき。 今後、補助金を効果的・効率的に活用していくためにも、当該事業の効果検証をしっかりとすべき。 補助事業の成果について、業界全体へ適切にフィードバックするとともに、酒類業振興のため、より効果的な情報発信のあり方について検討を行うべき。									
行政事業レビュー推進チームの所見									
事業内容の一部改善の	外部有識者の所見を踏まえ、補助金を効果的・効率的に活用していくため、当該事業の効果検証を適正に行うとともに、補助事業の成果について、業界全体へ適切にフィードバックし、酒類業振興のため、より効果的な情報発信のあり方について検討を行う。 また、成果目標(アウトカム)については、より事業目的に見合ったものを設定するよう検討を行う。								
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況									
執行等改善の	外部有識者の所見を踏まえ、より事業目的に見合った成果目標(アウトカム)を追加した。 補助事業の成果については、5年間、補助事業者から「事業化状況報告書」の提出を受けることとしており、その報告内容を分析し、事業の効果検証を行うとともに、他の酒類業者の参考とすべき事例をとりまとめ、国税庁ホームページで公表するなど、より効果的な情報発信の方法を検討していく。								
備考									
令和4年度の公開プロセス(令和4年6月9日実施)の対象事業。 外部有識者(6名)からの評価は、「現状通り 1名」、「事業内容の一部改善 4名」、「事業全体の抜本的な改革 1名」という結果となった。									
関連する過去のレビューシートの事業番号									
平成23年度	-								
平成24年度	-								
平成25年度	-								
平成26年度	-								
平成27年度	-								
平成28年度	-								
平成29年度	-								
平成30年度	-								
令和元年度									
令和2年度									
令和3年度	2021	財務	20	0009	財務	新22	0001		

資金の流れ
(資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する)
(単位: 百万円)

国税庁
800 百万円

↓

【補助金等交付】
A 民間事業者等
800 百万円

以下の取組を支援。
(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技術の活用による製造・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

費目・使途 (「資金の流れ」においてブロックごとに最大の金額が支出されている者について記載する。費目と使途の双方で実情が分かるように記載)	A.			B.		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	-	-	-	-	-	-
	計		0	計		0

支出先上位10者リスト

A.

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	-	-	-	-		-	-	

国庫債務負担行為等による契約先上位10者リスト

	ブロック名	契約先	法人番号	業務概要	契約額 (百万円)	契約方式	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (契約額10億円以上)
1		-	-	-	-		-	-	

新市場開拓支援事業の概要（R2補正（3次）：6億円、R3補正：8億円）

※令和2年度補正予算では「酒類業構造転換支援事業」として実施

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）を開拓するなどの取組に対し補助を行う（フロンティア補助金）。
具体的な取組例としては、以下のとおり。

- （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
 - ・ 補助対象者：酒類事業者（製造業者、卸売業者、小売業者）又は酒類事業者を一者以上含むグループ
 - ・ 補助率：補助対象経費の1／2

新市場開拓支援事業の実施状況等

(フロンティア補助金)

	実施状況
酒類業構造転換支援事業 R2補正(3次)	・第1期公募(令和3年2月1日(月)～3月4日(木)) 応募件数：256件、採択件数：91件 ・第2期公募(令和3年5月6日(木)～5月27日(木)) 応募件数：123件、採択件数：33件 ・第3期公募(令和3年7月30日(金)～9月3日(金)) 応募件数：72件、採択件数：32件 合 計：451件、採択件数：156件
新市場開拓支援事業 R3補正	・第1期公募(令和4年1月20日(木)～3月3日(木)) 応募件数：107件、採択件数：59件 ・第2期公募(令和4年4月22日(木)～6月8日(水)) 応募件数：78件、採択件数：55件 ・第3期公募(令和4年7月13日(水)～8月17日(水))

●商品の差別化

株式会社釜屋(埼玉県)

個人及び酒販店向け少ロットオリジナル清酒の製造体制の構築

【事業内容】

・個人や酒販店を対象にした自分だけのオリジナル清酒を製造するための体制を構築

【取組結果】

- ・最低製造ロットを製成数量240L(720ml瓶換算で330本)に落とすことで、個人や酒販店が依頼しやすい、オリジナル清酒の製造体制を構築
- ・小型充填機を導入、試験醸造を行い、酒造りの全ての工程を小型化し、少量仕込みの日本酒製造を実現



株式会社無手無冠(高知県)

栗の樽による長期貯蔵栗焼酎の新商品開発及び生産体制の構築

【事業内容】

・栗の樽で寝かせることにより、栗の風味を損なわず甘くて香ばしい仕上がりとなる栗焼酎の古酒の生産体制を構築

【取組結果】

- ・栗の木の新樽と、樽保管のため冷蔵設備を導入し、栗焼酎を栗の木の樽で貯蔵した新商品の開発、生産体制を構築
- ・ブランドイメージ向上を狙い、新商品のネーミングやラベルも制作



●販売手法の多様化

酒ストリート株式会社(東京都)

個人の嗜好特性に対応した、最適な日本酒の推薦システムの開発

【事業内容】

・消費者の味覚嗜好特性を判別、さらに機械学習を用いて、高精度で好みの日本酒タイプを判定し、商品を推奨・販売するWebサービスを開発

【取組結果】

・日本酒の官能評価やアンケート調査を基に、研究機関と共同研究を行い、データ分析を実施

・データ分析の結果から、客観的に好みの日本酒を手軽に判定できる「酒ナビ」β版の開発に成功



株式会社ナガノ(福岡県)

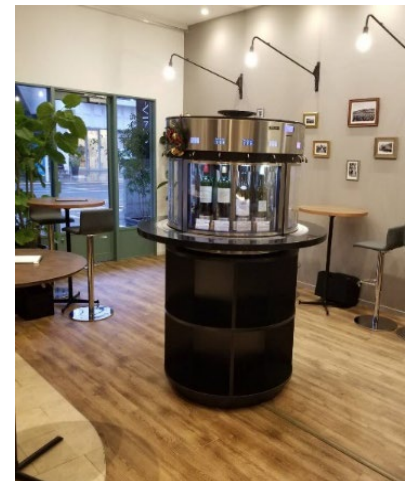
テイ스팅マシン導入によるワインの試飲販売体制の構築

【事業内容】

・プリペイドカード式のテイ스팅マシンを導入し、一般客及びレストランなどの業務用の顧客向けの試飲販売を実施

【取組結果】

・試飲スペースを新設、テイ스팅マシンを導入し、一般客及びレストランなどの業務用の顧客向けの試飲販売を行うことにより、高価格帯商品の販売や、新規顧客の獲得につなげる体制を構築



●ICT技術の活用

丸石醸造株式会社（愛知県）

IoTを活用した醪発酵タンク導入による酒質向上と再現性の確立

【事業内容】

・温度の経日変化をPCやスマホで管理可能とし、安定した醪発酵で酒質向上と、24時間の監視体制を不要とする。

【取組結果】

- ・サーマルタンク密閉7000型（外部温度確認仕様）を3基導入、安定した醪発酵経過を維持できることを確認し、温度管理の安定化により酒質の再現性を確立
- ・醪経過温度のデータをスマホ等に転送することで、作業者の24時間の監視体制が不要となった。



有限会社松蔵屋（茨城県）

酒流通業に特化したIoT在庫管理システムによる業務効率化の実証

【事業内容】

・在庫管理の自動化を実現するため、自動在庫管理システム用の重量センサを使ったIoT台車を開発、在庫確認時間を大幅に削減できることを検証

【取組結果】

- ・自動在庫管理システム用の重量センサを使ったIoT台車や、倉庫内で台車と商品を紐づけるためのスマホアプリも開発
- ・実証実験により、IoT台車を導入すれば、在庫確認に要する労働時間の10%削減が可能なことを確認



●新型コロナの課題対応

笹の川酒造株式会社(福島県)

急速冷凍技術による生酒の品質維持と超フレッシュな新商品の開発

【事業内容】

- ・最適な手段で「生酒」を提供
- ・搾りたてを急速に冷却、保管することで、蔵元で搾った状態の美味しいフレッシュな生酒を消費者に提供

【取組結果】

- ・急速冷凍が可能な最新の急速冷凍機を導入し、生酒を急速に冷却することで、生酒の品質維持が可能であることを確認
- ・導入した急速冷凍機を用いて、搾りたての風味を保った試作品の開発に成功
- ・他社に先駆け、実用化を進められる段階へ進展



南三陸ワイナリー株式会社(宮城県)

南三陸の特徴的な食材とワインとのペアリングセット商品の開発

【事業内容】

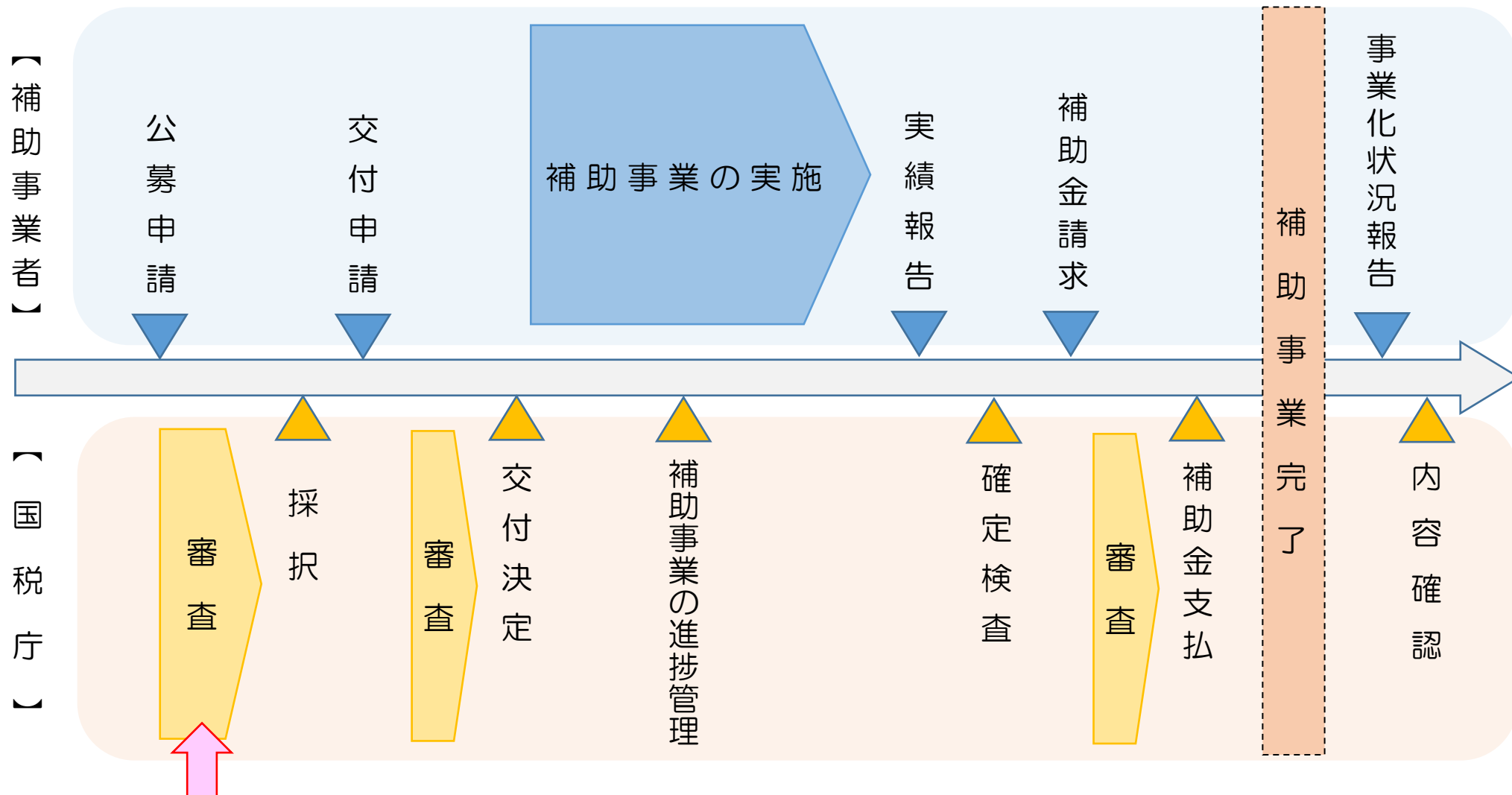
- ・南三陸町産海産物を使用した加工食品を開発するとともに、その食品に合わせたワインを醸造し、家飲み需要に対応したセット商品を開発

【取組結果】

- ・オリジナル加工食品とワインのセット商品3つを開発
- ・ペアリングを楽しむオンラインイベントも開催し、約150名が参加、高い評価を得た。



補助金事業の流れ【国税庁による直接執行】



- ・ 外部審査員を含む審査委員会が、事業者等から提出された応募書類について審査を実施。
- ・ 審査は、評価採点方式で合計100点満点となるように設計。公募要領で定める「評価基準」により設定された評価項目に基づき採点。

參考資料

各補助金の実施年度等

	令和2年度	令和3年度	令和4年度
酒類業構造転換事業費補助金 (フロンティア補助金) 令和2年度第3次補正 予算額6億円	全額を翌年度に繰越し		—
新市場開拓支援事業費補助金 (フロンティア補助金) 令和3年度補正 予算額8億円	—	全額を翌年度に繰越し	
日本産酒類海外展開事業費補助金 (ブランド化・酒蔵ツーリズム補助金) 令和3年度 予算額7億円 令和4年度 予算額7億円	—		

「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プースを設置
- 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)

国税庁 酒類業振興関係予算

令和4年度
実施分

【計28.0億円（令和4年度当初予算:14.2億円
令和3年度補正予算:13.8億円）】

1. 新市場創造関係 (1)～(4):22.1億円

(1)新市場創造支援事業

15.0億円

- ① 新市場開拓支援事業費補助金
(フロンティア補助金)

補正

8.0億円

【対象となる取組】

- ・商品の差別化による新たなニーズ獲得事業
- ・販売手法の多様化による新たなニーズ獲得事業
- ・ICTを活用した製造・流通の高度化・効率化事業
- ・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

拡充

- ② 日本産酒類海外展開支援事業費補助金
(ブランド化・酒蔵ツーリズム補助金)

当初

7.0億円

【対象となる取組】

- ・日本産酒類のブランディング事業
- ・酒蔵ツーリズムによるインバウンド需要開拓事業

(2)日本産酒類の販路拡大・消費喚起推進

補正

5.5億円

(Enjoy SAKE! プロジェクト)

酒類事業者団体等による日本産酒類の販路拡大や消費喚起に向けた各種イベント等について、有効な開催手法等のモデル事例の構築

(3)日本産酒類ブランド化推進

当初

一部新規

1.6億円

地理的表示(GI)酒類のブランド価値向上のためのシンポジウム等(琉球泡盛等のプロモーションを含む)を実施。

上記シンポジウム内において、日本産酒類のブランド化のための方策等のテーマについて、若者の自由な発想によるビジネスプランを対象とした若年層向けビジネスコンテストを開催。

(4)中小企業等経営支援経費

当初

0.1億円

活性化・経営革新研修(事業承継セミナーを含む)

2. 輸出促進関係 (1)～(4):22.5億円

(1)新市場創造支援事業(再掲)

15.0億円

(2)海外販路開拓支援

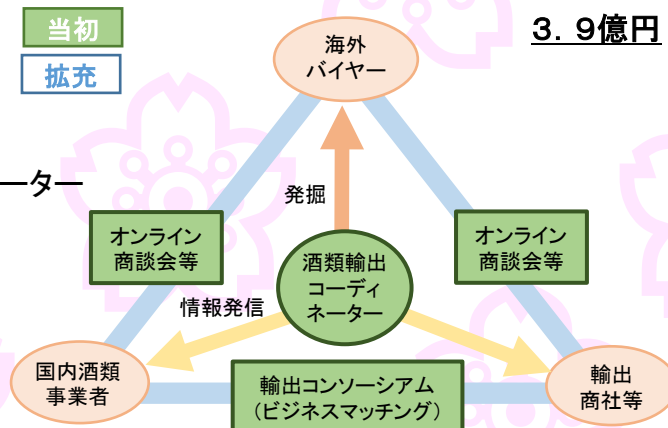
当初

3.9億円

- ① オンライン商談会等
- ② ビジネスマッチング
- ③ 酒類輸出コーディネーター

拡充

- ④ 海外バイヤー招聘
- ⑤ 海外市場調査



(3)国際的プロモーション

2.0億円

- ① ジャパンハウス等でのPR

当初

- ② 海外酒類専門家等育成

当初

一部新規

海外の料理教室と連携し、日本産酒類と現地の食材のペアリングメニューの開発やレッスンを通じた認知度向上を実施等。

- ③ ユネスコ登録の機運醸成

当初

補正 (0.3億円)

日本酒等のユネスコ登録に向けた機運を醸成するための各種PR事業「伝統的造り」が登録無形文化財に登録されたことを踏まえ、機運醸成への取組を強化。

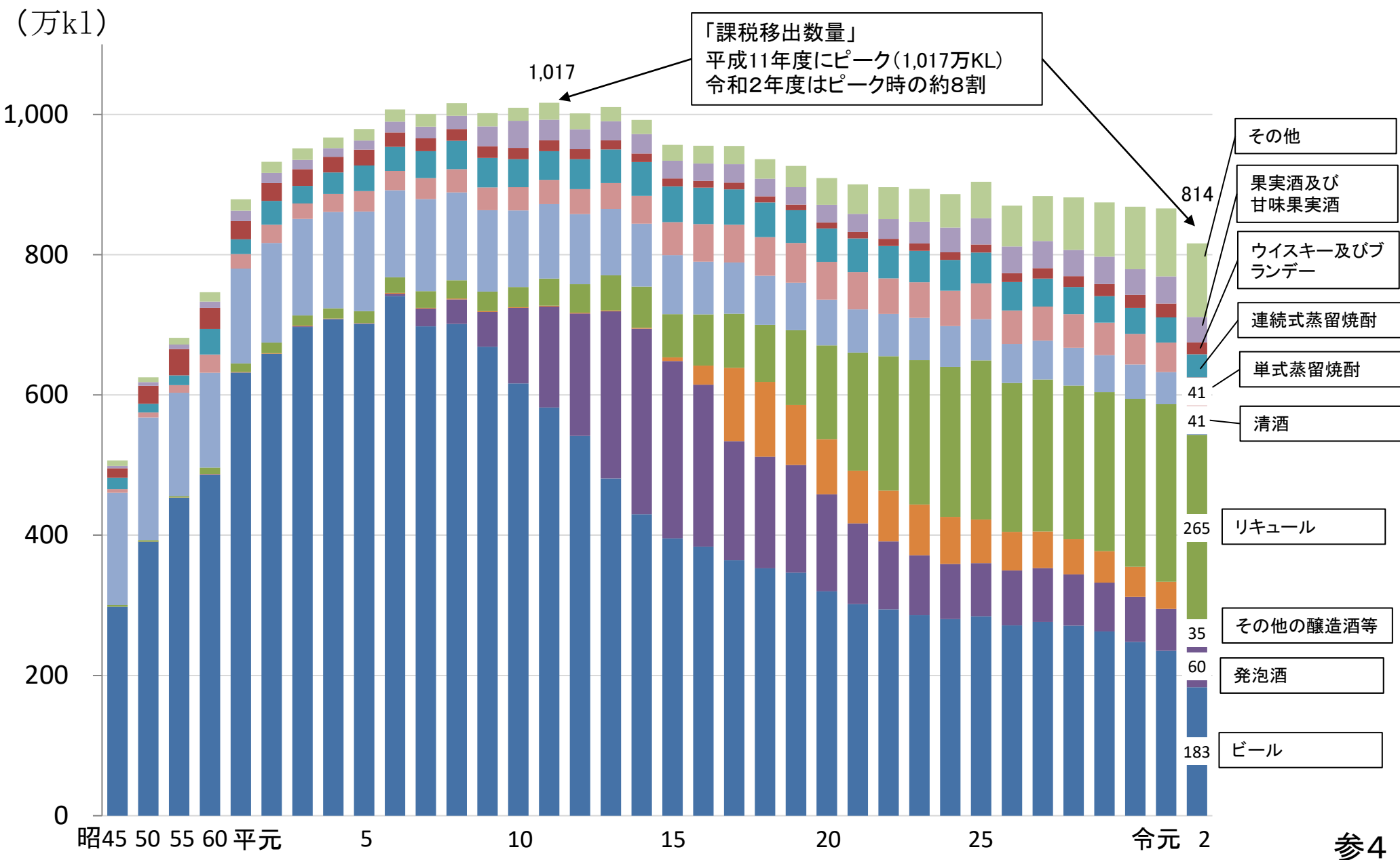
(4)日本産酒類ブランド化推進(再掲)

1.6億円

(注)この他に令和4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【10.1億円】(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国酒振興事業に対する補助金【6.0億円】(輸出戦略を踏まえた活動事業費、海外サポートデスクの増設、イベント等を通じた消費者に対する情報発信等)

酒類課税移出数量の推移



最近の酒類の消費動向

(単位: 前年同期比増減率、%)

	2020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
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
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
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

(出典) 総務省統計局「家計調査」(2020年) (「2人以上世帯」の1世帯当たり平均消費支出金額【名目】)

(単位: 前年同期比増減率、%)

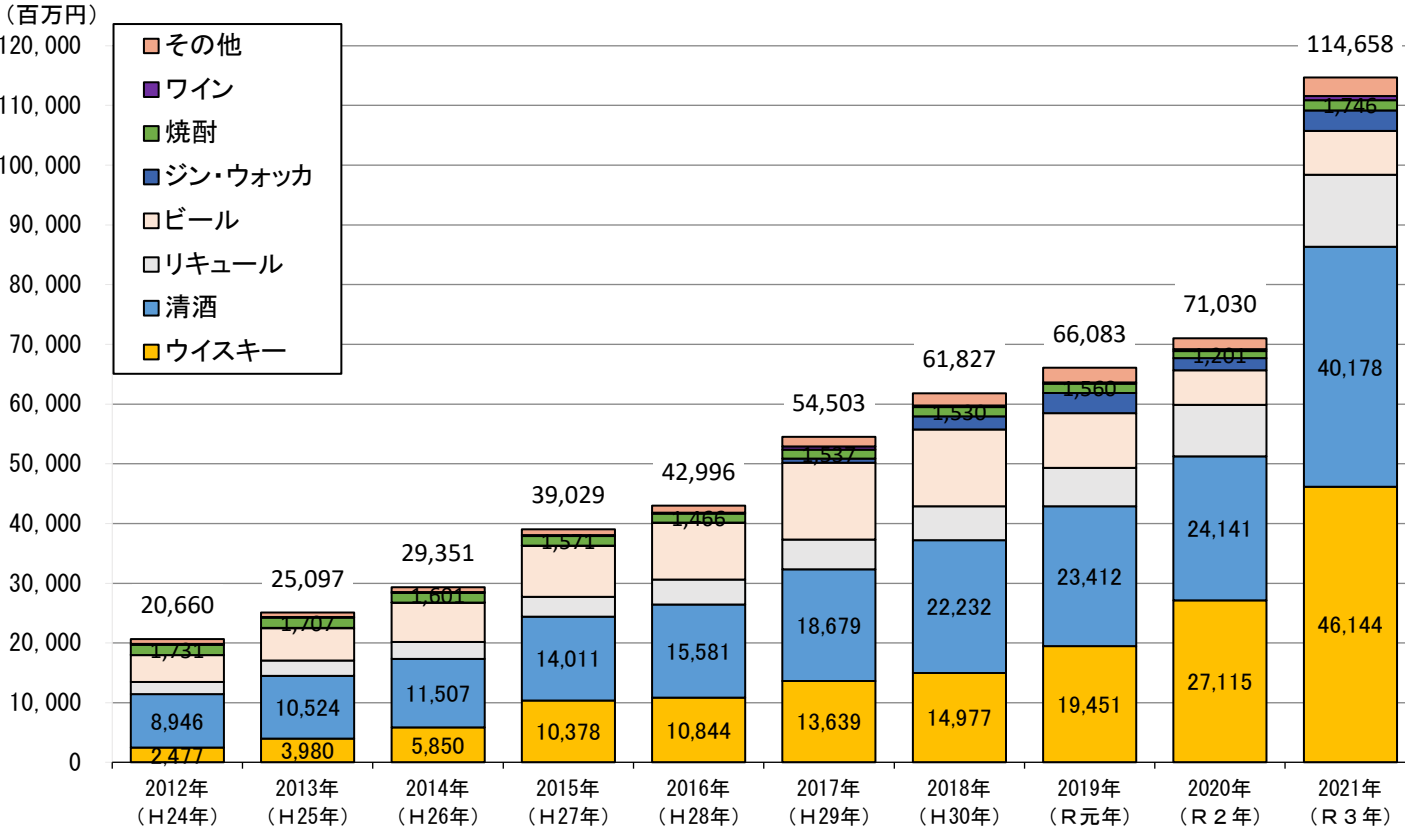
	2021年												
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
家庭消費	+15.6	+2.6	▲ 0.1	▲ 5.7	▲ 4.2	▲ 3.3	+0.1	▲ 8.3	▲ 15.3	+6.3	▲ 5.2	▲ 1.2	▲ 2.3
飲食店消費	▲ 90.8	▲ 83.8	▲ 49.9	+98.2	▲ 6.2	▲ 62.2	▲ 52.7	▲ 65.5	▲ 82.6	▲ 32.9	+1.5	+143.6	▲ 49.2
家庭＋ 飲食店消費	▲ 28.8	▲ 25.5	▲ 10.6	▲ 1.3	▲ 4.3	▲ 10.3	▲ 7.9	▲ 15.0	▲ 24.3	▲ 1.8	▲ 4.1	+11.3	▲ 10.2

(出典) 総務省統計局「家計調査」(2021年) (「2人以上世帯」の1世帯当たり平均消費支出金額【名目】)

最近の日本産酒類の輸出動向について

(2021年12月時点)

- 2021年1月から12月までの輸出金額は約1,147億円(対前年同期61.4%増)となり、初めて1,000億円を突破。
- 8月末で2020年の輸出金額(約710億円)を上回り、10年連続で過去最高を更新。
- 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(1-12月)	対前年同期増減率
ウイスキー	27,115	+39.4%	46,144	+70.2%
清酒	24,141	+3.1%	40,178	+66.4%
リキュール	8,623	+33.9%	12,067	+39.9%
ビール	5,772	▲37.0%	7,361	+27.5%
ジン・ウォッカ	2,019	▲40.7%	3,392	+68.0%
焼酎	1,201	▲23.0%	1,746	+45.4%
ワイン	348	+99.8%	687	+97.6%
その他	1,811	▲26.9%	3,083	+70.2%
合計	71,030	+7.5%	114,658	+61.4%

○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(1-12月)	対前年同期増減率
中華人民共和国	17,292	+70.9%	32,025	+85.2%
アメリカ合衆国	13,840	▲11.6%	23,811	+72.0%
香港	9,975	+59.5%	14,758	+48.0%
台湾	6,541	+5.5%	9,307	+42.3%
フランス	3,185	▲7.4%	5,748	+80.5%
シンガポール	3,829	+11.2%	5,067	+32.3%
オーストラリア	2,617	+14.2%	4,193	+60.2%
オランダ	3,062	▲15.1%	3,878	+26.6%
大韓民国	1,919	▲68.8%	2,763	+44.0%
マカオ	552	+132.0%	2,021	+265.9%
(参考)EU・英国	7,975	▲12.9%	12,774	+60.2%

○2021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)	76.6	80.0	102.5	107.9	92.4	104.3	102.2	92.8	92.5	100.8	90.3	104.3	1,146.7
対前年同期比(%)	+52.9	+43.0	+84.5	+105.6	+139.2	+88.8	+76.9	+75.2	+49.4	+39.5	+22.9	+24.2	+61.4

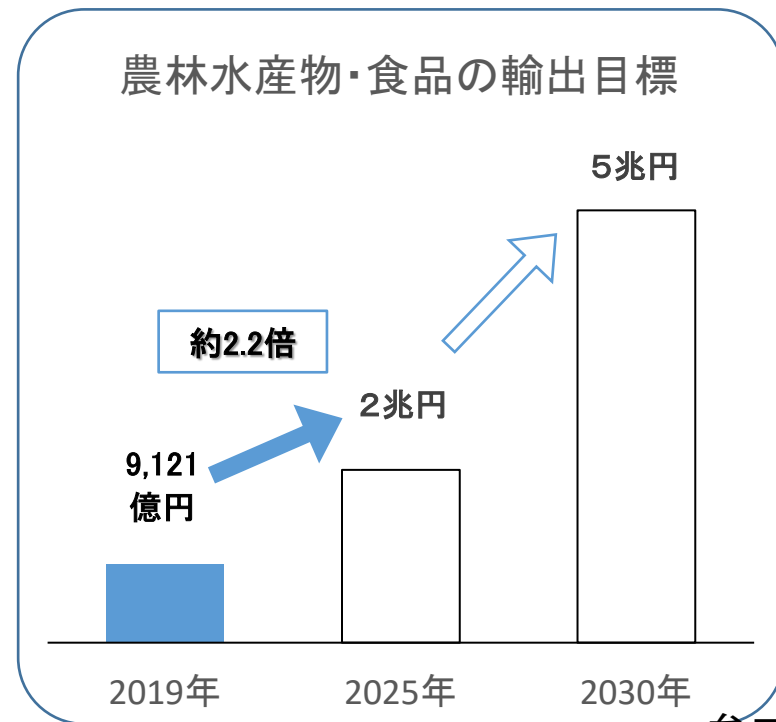
※各月の輸出金額は、単位未満を四捨五入しているため、内訳の計と合計が一致しない場合がある。

出典:財務省貿易統計
※確々報の発表を受け、2022年5月に数値を一部修正。

輸出拡大実行戦略（酒類）

- 農林水産物・食品の輸出目標である、「2025年までに2兆円、2030年までに5兆円」の達成に向け、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」において、酒類については、「清酒」、「ウイスキー」及び「本格焼酎・泡盛」の3品目を重点品目とし、ターゲット国等を定め、更なる輸出拡大に取り組んでいく。
- この3品目については、農林水産物・食品全体の輸出目標の伸び率（対2019年比約2.2倍）を上回ることを目指す。

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



政府決定等①

○ 2019年(令和元年)11月 「農林水産物及び食品の輸出促進に関する法律」 (輸出促進法)成立

- ・ これまで、農林水産物・食品の輸出拡大に向け、日本食のプロモーション等の取組を実施。更なる輸出拡大のためには、輸出先国による食品安全等の規制等に対応するため、政府が一体となって取り組むための体制整備が必要であるため、本法が整備された(令和2年4月1日施行)。

○ 2020年(令和2年)3月 「食料・農村・農業基本計画」

- ・ 2030年(令和12年)までに農林水産物・食品の輸出額を5兆円とする(※)。
(※) 個別品目の目標額は示されておらず、酒類は加工食品の目標額2兆円に含まれる。

○ 2020年(令和2年)5月 「知的財産推進計画2020」

- ・ 日本産酒類と他業種の連携の更なる促進や地理的表示(GI)の活用等により、日本産酒類のブランド化や輸出拡大を図る。
- ・ 日本産酒類の販路拡大支援や国際的プロモーション、新商品開発への技術支援等により、輸出の拡大を図る。また、事業者自身によるブランド化に関する取組を支援する。
- ・ インバウンドにより輸出の拡大を図るため、酒蔵ツーリズムを推進する。

○ 2020年(令和2年)7月 「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」

- ・ 農林水産物・食品の輸出額を2025年(令和7年)に2兆円、2030年(令和12年)に5兆円とすることを目標^{参8}

政府決定等②

○ 2020年(令和2年)12月 「総合的なTPP等関連政策大綱」

Ⅱ TPP等関連政策の目標

(目標) 2030年の農林水産物・食品の輸出額5兆円目標の達成を目指す。

- TPP等による関税や非関税措置の撤廃、地理的表示(GI)の保護等と併せて、日本産酒類のブランド価値の向上に向けた取組等を通じ、日本産酒類の競争力を高め、海外展開を推進する。

Ⅳ 政策大綱実現に向けた主要施策

- 日本産酒類の輸出促進に向けた取組

(国際的プロモーション等による日本産酒類の情報発信、事業者の販路開拓支援、地理的表示(GI)の活用を含むブランド化、酒蔵ツーリズムの取組の支援、技術支援等の実施)

○ 2020年(令和2年)12月 「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」

- ・ 酒類については、「清酒」、「ウイスキー」、「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。

○ 2020年(令和2年)12月 「国民の命と暮らしを守る安心と希望のための総合経済対策」

Ⅱ ポストコロナに向けた経済構造の転換・好循環の実現

- ・ ポストコロナに向け、中小企業の事業継続、業態転換や新たな分野への展開等の経営転換を強力に後押しすること等を通じて、生産性の向上、賃金の継続的な上昇につなげる。

○ 2021年(令和3年)11月 「コロナ克服・新時代開拓のための経済対策」

Ⅲ 未来を切り開く「新しい資本主義」の起動

エ 中小企業等の足腰強化と事業環境整備

- ・ 新市場開拓支援事業(酒類業)

関係省庁の設置法

○ 財務省設置法

任務 (第十九条)	国税庁は、内国税の適正かつ公平な賦課及び徴収の実現、 <u>酒類業の健全な発達及び税理士業務の適正な運営の確保を図ることを任務とする。</u>
所掌事務 (第四条)	十九 <u>酒税の保全並びに酒類業の発達、改善及び安全性の確保に関すること。</u>

○ 農林水産省設置法

任務 (第三条)	農林水産省は、食料の安定供給の確保、農林水産業の発展、農林漁業者の福祉の増進、農山漁村及び中山間地域等の振興、農業の多面にわたる機能の発揮、森林の保続培養及び森林生産力の増進並びに水産資源の適切な保存及び管理を図ることを任務とする。
所掌事務 (第四条)	七 飲食料品(<u>酒類を除く。</u>)及び油脂の生産、流通及び消費の増進、改善及び調整に関すること。

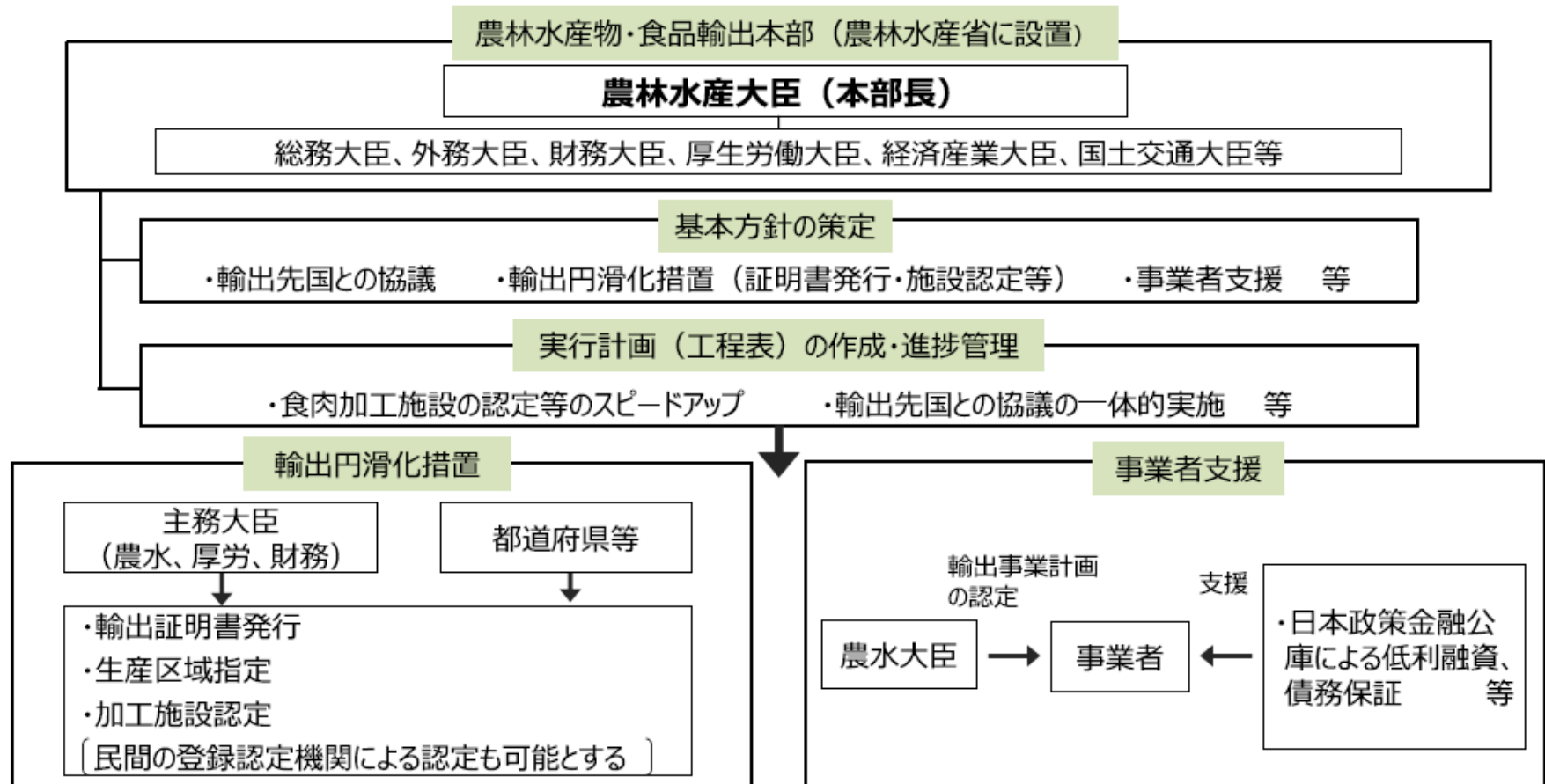
○ 経済産業省設置法

任務 (第三条)	経済産業省は、民間の経済活力の向上及び対外経済関係の円滑な発展を中心とする経済及び産業の発展並びに鉱物資源及びエネルギーの安定的かつ効率的な供給の確保を図ることを任務とする。
所掌事務 (第四条)	十五 輸出及び輸入の増進、改善及び調整に関すること。

輸出促進法について

輸出促進法の制定

- 「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律」（輸出促進法）が令和2年4月1日に施行。
- これまで、農林水産物及び食品の輸出拡大に向け、日本食のプロモーション等の取組を実施。更なる輸出拡大のためには、輸出先国による食品安全等の規制等に対応するため、政府が一体となって取り組むための体制整備が必要なため、本法を整備。



申請書審査における評価基準（フロンティア補助金）

■ 令和3年度補正予算 新市場開拓支援事業費補助金（フロンティア補助金）【第2期公募要領】

1. 基礎項目

次の要件を全て満たすものであること。1つでも要件を満たさない場合には、その申請は失格とし、その後の審査を行いません。

- (1) 申請者が「3. 補助対象者」の要件に合致していること。
- (2) 申請者の取組が「4. 補助対象事業」の(1)から(4)のいずれかの事業であること。
- (3) 申請者が、補助事業を遂行するために必要な能力を有すること。

2. 評価項目

※ 審査にあたっては、以下の評価項目について、定量的な記載がされているかという点も重要なポイントになります。

(1)新規性・先進性

- ・ 革新的な新製品の開発や新サービスの提供等を行う取組又は先端ICT技術(AIやRFID等)を導入する取組であるか。
- ・ 既存商品・サービス等に比べて優位性が見込まれるか。
- ・ 他の酒類事業者のモデルとなる取組であるか。

(2)事業の実現性・妥当性

① 現状分析

- ・ 自らの置かれている環境や現状について認識しているか。
- ・ 活用しようとする技術等について、その可能性を把握するなど、自らの製品や販売・流通体制等について適切な現状分析がなされているか。

② 目標、事業内容の妥当性

- ・ 本年度に達成すべき目標が明確に示されているか。
- ・ 事業内容が目的に照らして現実的かつ具体的か。
- ・ 事業実施における課題、対応、時間軸が明確で、整合性が図られているか。

③ 必要経費の妥当性

- ・ 必要経費は、事業内容に照らして妥当か(著しく高額となっていないか。)

④ 事業実施体制の妥当性

- ・ 事業を適切に遂行するための経営資源(技術力、経験、ノウハウ、資金調達力、人材等)を有しているか。
- ・ 財務状況等は、適切な事業遂行に当たって問題ないか。
- ・ 参画事業者等が存在する場合、役割分担は明確か。

(3)事業の収益性及び持続性

- ・ 費用対効果(補助金額に対して想定される売上・収益の規模感)は妥当か。
- ・ 補助事業終了後の事業の自走に向けた計画・ビジョンが明確であり、かつ、その内容が妥当なものであるか。

(4)加点項目

国税庁の政策目標を踏まえた加点

- ・ 事業者等が経営強化法に基づく経営革新計画、異分野連携新事業分野開拓計画、経営力向上計画、中小企業地域資源活用促進法に基づく地域産業資源活用事業計画又は農商工等連携促進法に基づく農商工等連携事業計画のいずれかの認定を受けている場合等には加点する。
- ・ パートナーシップ構築宣言を行っている事業者には加点する。

※ 「パートナーシップ構築宣言」ポータルサイト(<https://www.biz-partnership.jp/index.html>)において宣言をしている事業者。(応募締切日時点)

新市場開拓支援事業

※令和2年度補正予算では「酒類業構造転換支援事業」として実施

事業の目的

- 酒類事業者の、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。

現状把握、課題

- 酒類事業者は、①国内需要の減少、②酒類事業従事者の高齢化、③新型コロナウイルス感染症拡大の影響等に直面
- そこで、上記①、②といった構造的な問題の解決や、上記③により顕在化した問題の解決が必要。

インプット (資源)

○予算の確保

令和2年度補正：6.0億円

令和3年度補正：8.0億円

※新型コロナウイルス感染症拡大等に伴い、各年度内に事業を完了することが困難となったため、それぞれ翌年度に全額繰り越している。

アクティビティ (活動内容)

○新市場（フロンティア）を開拓するなどの取組に対し補助

具体的な取組例

- (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

アウトプット (活動目標)

○支援事業の採択

[令和2年度補正]

応募451件

採択156件（活動実績）
（活動見込：150件）

※令和3年度補正
活動見込：200件

支援事業の採択に当たり、
・国税庁による審査及び
・外部アドバイザーによる評価により、事業目的に照らし実効性の高い事業を選定している。

アウトカム (成果目標)

○酒類事業者の売上増加等

(成果目標)

- ①補助事業に係る売上の全事業者累計額（事業実施年度以降3年度分）が本事業執行額を上回る。
- ②補助事業者のうち、補助事業終了後5年間で、売上総利益年率平均1.5%以上増を達成する事業者割合が50%を超えること。

(成果指標)

①の累計額

- ・令和2年度：令和6年度集計予定
- ・令和3年度：令和7年度集計予定

②の割合

- ・令和2年度：令和8年度集計予定
- ・令和3年度：令和9年度集計予定

インパクト (政策効果)

○酒類業の持続的な発展

○地域経済・地域社会の活性化に寄与

事業番号 2022 - 財務 - 21 - 0013									
令和4年度行政事業レビューシート（財務省）									
事業名	独立行政法人酒類総合研究所運営費交付金				担当部局庁	国税庁		作成責任者	
事業開始年度	平成13年度	事業終了 (予定) 年度	終了予定なし		担当課室	酒税課・鑑定企画官		酒税課長 鑑定企画官 中田 和幸 山脇 幹善	
会計区分	一般会計								
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	独立行政法人通則法第46条 独立行政法人酒類総合研究所法第3条、第12条				関係する 計画、通知等	・独立行政法人酒類総合研究所中期目標・中期計画 ・クールジャパン戦略(令和元年9月3日知的財産戦略本部決定) ・知的財産推進計画2022(令和4年6月3日知的財産戦略本部決定) ・経済財政運営と改革の基本方針2022(令和4年6月7日閣議決定) ・総合的なTPP等関連政策大綱(令和2年12月8日TPP等総合対策本部決定)			
主要政策・施策	科学技術・イノベーション、クールジャパン				主要経費	文教及び科学振興			
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	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する独立行政法人酒類総合研究所の業務の財源に充てる。								
事業概要 (5行程度以内。別添可)	日本産酒類の競争力強化等、酒類製造の技術基盤の強化、酒類の品質及び安全性の確保、酒類業界の人材確保、酒類の適正課税及び適正表示等のため、質の高い研究等を実施し、成果の普及を図っている。また、前段の取組の一環として、国税庁からの依頼があった分析・鑑定の実施、鑑評会の開催、酒類醸造講習の実施等に取り組んでいる。さらに、公設試験研究機関、民間等との外部連携を積極的に推進するとともに、酒類に関する分かりやすい情報発信を行い、酒類に関するナショナルセンターとしての役割の強化に取り組んでいる。								
実施方法	交付								
予算額・執行額 (単位:百万円)			令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度要求		
	予算 の 状 況	当初予算	963	965	1,043	1,011	969		
		補正予算	473	-	-	-			
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-		
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-			
		予備費等	-	-	-	-			
	計		1,436	965	1,043	1,011	969		
	執行額		1,436	965	1,043				
	執行率(%)		100%	100%	100%				
	当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%)		100%	100%	100%				
令和4・5年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目	令和4年度当初予算	令和5年度要求	主な増減理由					
	独立行政法人酒類総合研究所運営費交付金	1,011	969	日EU経済連携協定に基づく酒類等に使用する食品添加物の承認業務に係る予算処置が終了するため(39百万円)。					
	計	1,011	969						
活動内容 (アクティビティ)	国税庁の技術的基盤として、高度な分析・鑑定等の行政と密接不可分の業務を行うとともに、酒類業の振興のため、日本産酒類のブランド価値向上や酒類製造の技術基盤の強化等のための研究を行い成果の普及を図るほか、全国新酒鑑評会等の酒類業界の人材育成に係る取組を実施する酒類総合研究所の業務の財源に充てる。								
活動目標及び活動実績 (アウトプット)	活動目標	活動指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込	5年度活動見込
	国税庁依頼による酒類の高度な分析・鑑定	分析・鑑定点数	活動実績	点	1,844	1,809	2,147	-	-
			当初見込み	-	-	-	-	-	
単位当たりコスト	算出根拠			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込	
	国税庁依頼による高度な分析・鑑定1点当たりコスト 分析・鑑定経費/分析・鑑定点数 ※人件費及び間接経費は、経費に含んでいない。	単位当たりコスト	円	3,996	3,742	17,709	-		
		計算式	千円/点	7,369/1,844	6,772/1,809	38,021/2,147	-		

活動目標及び活動実績 (アウトプット)			活動目標		活動指標			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込	5年度活動見込	
			全国新酒鑑評会の開催	出品点数	活動実績	点		857	850	821	-	-		
					当初見込み	-		-	-	-	-	-		
単位当たりコスト			算出根拠				単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込			
			全国新酒鑑評会出品点数当たりコスト＝ 鑑評会経費／鑑評会出品点数 ※人件費及び間接経費は、経費に含んでいない。				単位当たりコスト	円	10,075	7,191	8,027	-		
							計算式	千円/点	8,634/857	6,112/850	6,590/821	-		
活動目標及び活動実績 (アウトプット)			活動目標		活動指標			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込	5年度活動見込	
			研究成果の発表	中期目標期間内における 累計論文数 (第4期:平成28年度～令和2年度、第5期:令和3年度～令和7年度)	活動実績	報		104	130	38	-	-		
					当初見込み	報		-	120	-	-	-	-	
単位当たりコスト			算出根拠				単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込			
			論文1報当たりコスト＝ 研究・調査関係経費／論文数 ※人件費及び間接経費は、経費に含んでいない。				単位当たりコスト	百万円	10	15	7	-		
							計算式	百万円/件	1,044/104	1,916/130	253/38	-		
活動目標及び活動実績 (アウトプット)			活動目標		活動指標			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込	5年度活動見込	
			研究成果の発表	発表件数	活動実績	件		73	58	71	-	-		
					当初見込み	件		60	60	60	60	60	60	
単位当たりコスト			算出根拠				単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込			
			発表1件当たりコスト＝ 研究・調査関係経費／発表件数 ※人件費及び間接経費は、経費に含んでいない。				単位当たりコスト	百万円	4	15	4	-		
							計算式	百万円/件	321/73	872/58	253/71	-		
成果目標及び成果実績 (アウトカム)			定量的な成果目標		成果指標			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 - 年度	
			独立行政法人通則法に基づく主務大臣による毎年度の業務実績の評価結果において、全ての項目で標準評価以上の評価を受ける	標準評価(B評価)以上の評価を受けた項目の割合	成果実績	%		100	100	89	-	-		
					目標値	%		100	100	100	-	-		
					達成度	%		100	100	89	-	-		
根拠として用いた統計・データ名 (出典)			酒類総合研究所の令和元年度の業務実績に関する評価書(令和2年9月15日財務省(国税庁)) 酒類総合研究所の令和2年度の業務実績に関する評価書(令和3年8月27日財務省(国税庁)) 酒類総合研究所の令和3年度の業務実績に関する評価書(令和4年8月24日財務省(国税庁))											
政策評価、新経済・財政再生計画との関係	政策評価	政策	※国税庁においては、中央省庁等改革基本法に基づき「実績評価」を実施しており、政策評価欄に記載すべき、「行政機関が行う政策の評価に関する法律」における「政策評価」は実施していないため、記載すべき事項がありません。											
					政策評価書URL		-							
		該当箇所			-									
	2021	新経済・財政再生計画改革工程表	取組事項	分野:	-		-							
				(新経済・財政再生計画改革工程表 2021) URL:		-								
			該当箇所		-									

事業所管部局による点検・改善											
	項 目					評 価	評価に関する説明				
国費投入の必要性	事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。					○	酒類総研は、累次の政府方針において掲げられている日本産酒類の輸出促進のための基盤的研究、酒類の適正課税や適正表示の確保のための分析・鑑定業務等を実施しており、国民や社会のニーズを反映した業務を行っている。				
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。					○	官民の役割分担を踏まえ、課税に直結する分析・鑑定や、民間では実施されない基盤的研究などを行っている。また、必要に応じ、地方自治体や民間等と共同研究を行うなどにより、適正に役割分担を行っている。				
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。					○	予算執行や外部資金の導入等の面で柔軟な業務運営が可能であり、共同研究など民間とも連携が図りやすい酒類総研による事業の実施が必要かつ適切である。また、国税庁の行政目的に密接に関連した事業を実施しているため、優先度の高い事業である。				
事業の効率性	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。					○	機器や消耗品等の支出先の選定に当たっては、原則一般競争入札による競争性の確保に努めている。結果的に一者応札となった契約や競争性のない随意契約となったものについても、「調達等合理化計画」により要因を分析の上改善策を講じるなど、公正性・透明性を確保しつつ合理的な調達を実施している。				
	一般競争契約、指名競争契約又は随意契約（企画競争）による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。					有					
	競争性のない随意契約となったものはないか。					有					
	受益者との負担関係は妥当であるか。					○	全国新酒鑑評会等については、設備使用料、消耗品費、人件費などを考慮して対価を求めるなど、受益者に応分の負担を求めて事業を実施している。				
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。					○	学術雑誌等への論文の公表や、学会、シンポジウム等での研究成果の発表について、単位当たりコストは概ね妥当と考える。また、国税庁依頼による酒類の高度な分析・鑑定については、令和3年度は機器の部品交換を行ったためコストが増加している。				
	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。					○	交付金は全額事業を行う当法人に直接交付されている。				
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。					○	中期目標・中期計画に基づいて、真に必要なものに限定されている。				
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。（理由を右に記載）					-	-				
	繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。（理由を右に記載）					-	-				
その他コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。					○	業務の性質上、外部委託が可能であり、かつ、委託した方が効率的な業務については、外部への委託を行っているほか、共同調達の実施に向けた検討を行うなど、コスト削減や効率化に向けた工夫を行っている。					
事業の有効性	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。					○	主務大臣による業務実績評価において、概ね所期の事業目標を達成していることが確認されており、成果実績は成果目標に概ね見合ったものである。				
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。					○	民間資金等を導入することが適当な研究については、地方自治体や民間等と共同研究を実施し、単独実施と比較して低コストで研究を実施している。				
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。					○	中期計画に基づき、毎年度の事業計画を策定した上で、その計画に基づき事業を実施しており、見込みに見合ったものである。				
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。					○	研究成果については、日本産酒類の輸出促進、酒類の品質及び安全性の確保、酒類の適正課税及び適正表示の確保のために十分に活用されている。				
関連事業	関連する事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。（役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載）					-	-				
	事業番号					事業名					
点検・改善結果	点検結果	上記のとおり、事業は適正に実施されていると考えられる。今後とも引き続き効率的な運営に努めることが重要であるとする。									
	改善の方向性	酒類総合研究所は、第5期中期目標・中期計画（令和3年度～令和7年度）に基づいて事務・事業を行うとともに、民間に裨益するものについては民間に応分の負担を求めるなど、引き続き効率的な運営に努める。									
外部有識者の所見											
外部有識者による点検対象外である。											
行政事業レビュー推進チームの所見											
事業内容の一部改善	事業の実施に当たっては、引き続き、予算が各事業に効果的に配分されているか確認するとともに、業務経費及び一般経費の調達の一部における一者応札等の改善に向けた要因分析に努める。										

所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況				
縮減	自主財源の確保に努め、予算が各事業に効果的に配分されているか確認するとともに、業務経費の見直しを行い、コスト削減を図った。一者応札の改善については、研究業務等の対応できる業者が限られるもの以外においては、一者応札の件数を少なく維持している。今後も、入札における競争性を確保し、一層改善に努める。(反映額: ▲3百万円)			
	備考			
関連する過去のレビューシートの事業番号				
平成23年度	46			
平成24年度	48			
平成25年度	13			
平成26年度	13			
平成27年度	12			
平成28年度	11			
平成29年度	11			
平成30年度	12			
令和元年度	財務省 - 0012			
令和2年度	財務省 0013			
令和3年度	2021 財務 20 0010			

資金の流れ
(資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する)
(単位: 百万円)

※令和3年度実績を記入。執行実績がない新規事業、新規要求事業については現時点で予定やイメージを記入。

財務省
運営費交付金: 1,043百万円
(令和3年度実績額)

(酒類総合研究所の運営に必要な経費の交付)

↓

【運営費交付金交付】

A.独立行政法人酒類総合研究所

1,043百万円

(1.酒類業の振興のための取組、2.酒税法等の適切な運用のための取組、3.酒類に関するナショナルセンターとしての取組を実施。)

↓

【一般競争契約(最低価格)等】

B.民間企業等(207社)
(業務経費)
345百万円

↓

【一般競争契約(最低価格)等】

C.民間企業等(111社)
(一般管理費)
223百万円

(注1) 業務経費の財源には、自己収入44百万円が含まれている。

(注2) 人件費については記載を省略している。

費目・使途 (「資金の流れ」に おいてブロックご とに最大の金額 が支出されている 者について記載 する。費目と使途 の双方で実情が 分かるように記 載)	A.独立行政法人酒類総合研究所			B.民間企業等		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	交付金	運営費	1,043	業務経費	株式会社ジェイ・サイエンス中国 ガンマ線核種分析装置の半導体検出器等 の更新及び点検・JCSS校正作業等	34
	計		1,043	計		34
	C.民間企業等			D.		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	電気料金	中国電力株式会社 電気料金	43			
	計		43	計		0

支出先上位10者リスト

A.

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	独立行政法人酒類 総合研究所	3240005003987	独立行政法人酒類総合研 究所の業務の財源として、 運営費として交付する。同 法人は、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 的としている。	1,043	運営費交付金 交付	-	-	

B

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社ジェイ・サイ エンス中国	2240001016481	ガンマ線核種分析装置の 半導体検出器等の更新及 び点検・JCSS校正作業	32	一般競争契約 (最低価格)	2	97.3%	
2	株式会社ジェイ・サイ エンス中国	2240001016481	その他研究用消耗品等	2	随意契約 (少額)	—		
3	新川電機株式会社	4240001004583	化学発光硫黄検出器を備 えたガスクロマトグラフ分析 装置の調達及び保守点検 業務	10	一般競争契約 (最低価格)	1	97%	
4	新川電機株式会社	4240001004583	加熱脱着装置GC/MSDの 保守管理業務の委託	3	一般競争契約 (最低価格)	1	94.7%	
5	新川電機株式会社	4240001004583	Gerstel前処理装置付ガス クロマトグラフ質量分析装 置の保守管理業務の委託	2	一般競争契約 (最低価格)	1	94.1%	
6	新川電機株式会社	4240001004583	ヘッドスペースサンプラー 付ガスクロマトグラフ点検 業務の委託	1	一般競争契約 (最低価格)	1	95.2%	
7	新川電機株式会社	4240001004583	その他研究用消耗品等	9	随意契約 (少額)	—		
8	大塚器械株式会社	2240001001707	飛行時間型質量分析装置 の保守管理業務の委託	4	一般競争契約 (最低価格)	1	94.7%	
9	大塚器械株式会社	2240001001707	液体クロマトグラフ質量分 析装置の保守管理業務の 委託	4	一般競争契約 (最低価格)	1	94.7%	
10	大塚器械株式会社	2240001001707	その他研究用消耗品等	14	随意契約 (少額)	—		
11	山本薬品株式会社	3240001012075	その他研究用消耗品等	14	随意契約 (少額)	—		
12	小川精機株式会社	8240001001965	純水製造装置及び超純水 製造装置の保守点検業務	5	一般競争契約 (最低価格)	1	94%	
13	小川精機株式会社	8240001001965	マスコンパレーターの調達	3	一般競争契約 (最低価格)	1	86.7%	
14	小川精機株式会社	8240001001965	その他研究用消耗品等	3	随意契約 (少額)	—		
15	広島和光株式会社	1240001036571	二次元ガスクロマトグラフ 飛行時間型質量分析シス テムの年1回定期点検業 務	1	一般競争契約 (最低価格)	1	93.4%	
16	広島和光株式会社	1240001036571	その他研究用消耗品等	9	随意契約 (少額)	—		
17	株式会社中国四国 博報堂	7240001015644	独立行政法人酒類総合研 究所の日本産酒類に関す る研究成果に基づく海外向 け動画作成等業務の委託	10	随意契約 (企画競争)	4	100%	
18	株式会社エヌ・ティ・ ティ・データ中国	1240001012853	酒類総合研究所ホーム ページ等の閲覧サービス 用システムの運用支援業 務	10	国庫債務負担 行為等	—	—	
19	一般財団法人日本 食品分析センター	3011005000295	食品添加物の新規指定要 請に係る成分規格案の試 験法の検証業務	5	一般競争契約 (最低価格)	1	90%	
20	一般財団法人日本 食品分析センター	3011005000295	食品添加物の使用基準改 正要請に係る成分規格案 の検証業務	1	一般競争契約 (最低価格)	1	90%	
21	一般財団法人日本 食品分析センター	3011005000295	その他委託分析等	3	随意契約 (少額)	—		
22	株式会社三菱ケミカ ルリサーチ	5010001022137	食品添加物指定要請資料 の修正作業補助業務等	8	随意契約 (少額)	—		

C

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	中国電力株式会社	4240001006753	電気料金	43	一般競争契約 (最低価格)	4	75.1%	
2	日東カストディアル・サービス株式会社	9011401005058	建物等の総合監視、日常・定期点検等の委託	27	一般競争契約 (最低価格)	2	85.7%	
3	日東カストディアル・サービス株式会社	9011401005058	し水ろ過装置圧力計交換作業	0.1	随意契約 (少額)	－		
4	ダン環境設備株式会社	6240001006181	製造実験棟特殊空調更新工事	15	一般競争契約 (最低価格)	5	61.5%	
5	ダン環境設備株式会社	6240001006181	その他工事等	3	随意契約 (少額)	－		
6	株式会社ユー・エス・イー	6290001049738	情報システムの運用及び管理業務	17	一般競争契約 (最低価格)	2	82.7%	
7	あいおいニッセイ同和損害保険株式会社	3011001027739	損害保険(火災)の付保	9	一般競争契約 (最低価格)	1	78.3%	
8	株式会社大迫本社	7240001001660	区分開閉器、引き込みケーブル更新工事	4	一般競争契約 (最低価格)	2	48.5%	
9	株式会社大迫本社	7240001001660	その他工事等	5	随意契約 (少額)	－		
10	広島ガスプロパン株式会社	8240001037068	ガス料金	7	随意契約 (その他)	－		
11	クラウドディアソリューション株式会社	9240001039674	基幹サーバーの調達	6	一般競争契約 (最低価格)	2	55.6%	
12	クラウドディアソリューション株式会社	9240001039674	その他保守契約等	1	随意契約 (少額)	－		
13	東広島市	2000020342122	水道料金	6	随意契約 (その他)	－		
14	アンザイ株式会社	3240001000385	複合機の更新	3	一般競争契約 (最低価格)	4		
15	アンザイ株式会社	3240001000385	複合機の保守	2	一般競争契約 (最低価格)	4		

(注)落札率については、同種の他の契約の予定価格を類推されるおそれがあるため記載していないものがある。

国庫債務負担行為等による契約先上位10者リスト

	ブロック名	契 約 先	法 人 番 号	業 務 概 要	契約額 (百万円)	契約方式	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (契約額10億円以上)
1	C	中国電力株式会社	4240001006753	電気料金	105	一般競争契約 (最低価格)	4	75.1%	
2	C	日東カストディアル・サービス株式会社	9011401005058	建物等の総合監視、日常・定期点検等の委託	81	一般競争契約 (最低価格)	2	85.7%	
3	B	株式会社ジェイ・サイエンス中国	2240001016481	ガンマ線核種分析装置の半導体検出器等の更新及び点検・JCSS校正作業	39	一般競争契約 (最低価格)	2	97.3%	
4	C	株式会社ユー・エス・イー	6290001049738	情報システムの運用及び管理業務	33	一般競争契約 (最低価格)	2	82.7%	
5	B	新川電機株式会社	4240001004583	化学発光硫黄検出器を備えたガスクロマトグラフ分析装置の調達及び保守点検業務	13	一般競争契約 (最低価格)	1	97%	
6	C	アンザイ株式会社	3240001000385	複合機の保守	12	一般競争契約 (最低価格)	4		
7	C	中電技術コンサルティング株式会社	6240001006974	独立行政法人酒類総合研究所情報セキュリティ支援業務	9	随意契約 (企画競争)	2	100%	
8	C	株式会社エネルギア・コミュニケーションズ	2240001006697	インターネット接続サービス業務	3	一般競争契約 (最低価格)	2	28.8%	

(注)落札率については、同種の他の契約の予定価格を類推されるおそれがあるため記載していないものがある。

(1) 設立

平成13年4月1日（明治37年に大蔵省醸造試験所として創設）

(2) 事務所

広島県東広島市

(3) 常勤役職員数（令和4年4月1日現在）

45名

(4) 目的

- 酒税の適正かつ公平な賦課の実現
- 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

(5) 主な業務

酒税の適正かつ公平な賦課の実現及び酒類業の健全な発達のため、日本産酒類の輸出促進の政府方針等を踏まえ、①酒類業の振興のための取組、②酒税法、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律の適切な運用のための取組、③酒類に関するナショナルセンターとしての取組を行っている。

(6) 法人の類型

中期目標管理型法人（第5期中期目標期間：令和3年4月1日～令和8年3月31日）

独立行政法人酒類総合研究所（酒類総研）の政策体系図

国税庁の任務

➤ 内国税の適正かつ公平な賦課及び徴収の実現

- ・酒税の適正かつ公平な賦課及び徴収

➤ 酒類業の健全な発達

酒類行政の基本的方向性を定め、適切な法執行の確保及び酒類業の振興の強化に取り組む。

- ・酒類製造者の技術力の強化を支援
- ・酒類の品質・安全性の確保
- ・酒類の適正な表示の確保

主な政府方針

➤ 食料・農業・農村基本計画（令和2年3月31日閣議決定）

➤ 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）

- ・農林水産物・食品の輸出促進

➤ 科学技術基本計画（平成28年1月22日閣議決定）

➤ 統合イノベーション戦略2020（令和2年7月17日閣議決定）

- ・食料・農林水産業について、科学技術の力を活用することにより、輸出拡大に向けた国際競争力を強化
- ・Society 5.0の実現のための研究データ基盤整備

独立行政法人酒類総合研究所の中期目標

1 酒類業の振興のための取組

日本産酒類の競争力強化等

- ・新たな価値の創造に資する研究
- ・清酒の品質劣化防止に資する研究
- ・食品添加物の指定要請手続
- ・輸出酒類の分析・証明事務

等

酒類製造の技術基盤の強化

- ・各種醸造用微生物及び原料の特性の把握等の基盤的研究
- ・地域ブランド等の価値向上に資する研究
- ・酒類製造者等の取組を支援

等

酒類の品質及び安全性の確保

- ・酒類の品質及び安全性の確保に関する研究
- ・酒類に含まれる可能性のある有害物質の分析
- ・業界団体主催の品質評価会等の支援

等

酒類業界の人材育成

- ・醸造技術者育成のための酒類醸造講習及び鑑評会
- ・関係機関と協力し、海外の日本産酒類専門家を育成
- ・酒類に関する研究者の育成

等

2 酒税法等の適切な運用のための取組

酒類の適正課税及び適正表示の確保

- ・分析・鑑定業務及びその理論的裏付けとなる研究

等

3 酒類に関するナショナルセンターとしての取組

アウトリーチ活動・その他国民サービスの充実

- ・日本産酒類の魅力や特性に関する情報発信やアウトリーチ活動
- ・関係機関と連携したオープンサイエンスの推進

等