

財務省行政事業レビュー公開プロセス 会議録

日 時：令和8年6月2日（火）14:00～15:30

場 所：財務省4階第1特別会議室（中407）

対 象 事 業：酒類業振興支援事業

外部有識者：赤井 伸郎（教授：大阪大学国際公共政策研究科）

大橋 弘（教授：東京大学副学長・大学院経済学研究科）

尾花 真理子（弁護士：モリソン・フォースター法律事務所）

梶川 融（公認会計士：太陽有限責任監査法人会長）

持永 勇一（教授：早稲田大学大学院会計研究科）

（敬称略）

午後2時00分 開会

○松田企画調整総括官 それでは、定刻になりましたので始めさせていただきます。

ただいまより財務省行政事業レビュー公開プロセスを開催いたします。外部有識者の先生の皆様には御多忙のところ御出席いただきまして、誠にありがとうございます。

本日の公開プロセスの開催に当たりまして進行役を務めさせていただきます財務省行政事業レビュー推進チーム統括責任者代理の大臣官房企画調整総括官兼会計課長をしております松田でございます。

初めに、開催に当たりまして、高橋大臣政務官より御挨拶申し上げます。高橋政務官、よろしく願いいたします。

○高橋大臣政務官 財務政務官の高橋はるみでございます。今日はお忙しい中、御出席を賜りました先生方、本当にありがとうございます。財務省行政事業レビュー公開プロセスの開催に当たりまして一言御挨拶を申し上げます。

今年度の行政事業レビューにつきましては、租税特別措置・補助金見直し担当室の取組ともしっかり連携をし、国民の皆様方から御提案、御意見をいただきましたところを踏まえて効果検証の強化、政策目的と手段の精査などの点検の視点ということを活用し、徹底した補助金・基金の自己点検に取り組むこととしているところであり、財務省といたしましても着実に取り組んでまいる所存でございます。

本日の公開プロセスでは、先の外部有識者会合において選定されました酒類業振興支援

事業について御議論をいただき、外部有識者の皆様方からの忌憚のない御意見を頂戴できればと思う次第であります。よろしく願いいたします。

○松田企画調整総括官 ありがとうございます。

続きまして、外部有識者の皆様に御紹介させていただきます。

太陽有限責任監査法人会長の梶川融様でございます。なお、梶川様には本日のとりまとめ役をお願いいたしております。

大阪大学国際公共政策研究科教授の赤井伸郎様でございます。

東京大学副学長・大学院経済学研究科教授の大橋弘様でございます。

モリソン・フォースター法律事務所弁護士の尾花眞理子様でございます。

早稲田大学大学院会計研究科教授の持永勇一様でございます。

皆様、どうぞよろしくお願いいたします。

本日の公開プロセス対象事業は、先日の外部有識者会合を経て決定されました酒類業振興支援事業といたしております。

ここで、本日の公開プロセスの流れにつきまして、簡単に御説明いたします。まず事業概要につきまして国税庁から御説明いたします。次に、私から事業の論点について御説明いたします。その後、皆様での質疑、議論とさせていただきます。質疑、議論はおおむね45分程度を予定しております。議論の流れによりましては若干の延長や短縮もあり得ますので、御承知おきください。

質疑、議論の終了予定時間の10分前を目安といたしまして、私から外部有識者の皆様方にコメントシートの御入力を始めていただきますよう御案内いたします。外部有識者の皆様には、E B P M及び点検の視点の観点から事業の課題や問題点、適切な指標設定の方向性等について、具体的に御入力いただきますようお願いいたします。コメントシートへの御入力の際には、机上のノートパソコンにワードの様式を格納しておりますので、またファイルを開いた状態にしておりますので、そちらに御入力いただきますようお願いいたします。もちろん御議論いただきながら入力いただくということも可能でございます。質疑、議論の終了後、コメントのとりまとめを行いますので、事務局がコメントシートの電子媒体を回収させていただきます。コメントシートの入力がお済みになりましたら、お席の後ろにおります事務局の者にお知らせくださいますようお願いいたします。

なお、質疑、議論の終了後、外部有識者の皆様には、お一人2分程度で御自身のコメントを発表していただきたいと存じます。その後、とりまとめ役の梶川委員から、とりまと

めコメントの案を発表していただきます。外部有識者の皆様には、とりまとめコメントの案に対して御意見等ございましたら述べていただければと存じます。

なお、コメントシートに御入力いただきましたコメント、とりまとめコメント及び本日の議事録につきましては、後日、財務省ホームページにて公表いたしますので、御承知おきくださいますようお願いいたします。

以上が本日の一連の流れでございます。

また、御発言の際には、お手数でございますが、お手元のマイクにスイッチがございますので、スイッチを押していただき、赤のランプがつかましてから御発言をお願いいたします。また、御発言が終わりましたらスイッチを切っていただくようお願いいたします。

なお、本日の会議におきましてはパソコンを使用しながら御説明させていただきます。正面のモニターに説明内容に沿った資料を事務局側で表示いたします。また、机上のノートパソコンにも同じ資料を表示しており、こちらは御自身で自由に操作できるようになっております。

それでは、酒類業振興支援事業につきまして、国税庁より御説明いたします。説明は10分程度でお願いいたします。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 国税庁酒類業振興・輸出促進室長の三上と申します。よろしくをお願いいたします。

国税庁におきましては酒類の適正・公平な課税の実現はもとより、酒類業の所管官庁として、国税庁の任務の一つである酒類業の健全な発達に向けて様々な取組を行っているところです。本日はその中から酒類業振興支援事業といたしまして、国税庁による補助金を御議論いただくこととなりますが、まず初めに簡単に全体像をお話しさせていただきます。

2 ページを御覧ください。酒類は酒税が課される財政上重要な物品であり、安定した税収が見込まれることから、国家財政において重要な役割を果たしておりますが、課税数量といたしましては平成11年度をピークに右肩下がりとなっており、酒税額といたしましては約1.2兆円、租税収入全体の約1.5%となっております。

3 ページをご覧ください。全国各地に酒類製造場が存在しておりますが、酒類は食文化や地域社会とも関わりが深い伝統性を有し、酒類業が基幹産業となり、地域活性化や地元での雇用など、地域経済を牽引している地域もございます。また、酒造りは古くから日本に根ざしてきた食文化の一つです。500年以上前に原型が確立した伝統的酒造りの技は、麴の使用という共通の特色を持ちながら、日本各地においてそれぞれの気候風土に応じて

発展し、日本酒、焼酎、泡盛、みりんなどの製造に受け継がれてきたところです。

4 ページをご覧ください。こちらは酒類製造業の出荷金額と単価の推移でございますが、出荷金額は減少傾向ですが、折れ線の単価につきましては増加傾向でございます。これは高付加価値の商品の需要の高まりを表しているというふうに考えられます。

5 ページですけれども、日本産酒類の輸出動向になります。日本酒やウイスキー等の国際的な評価の高まり等を背景に急激に増加しておりまして、昨年は約1,500億円と過去最高額になっているところです。こうした状況の中で、特に伸びしろが大きい海外市場への輸出促進を中心とした振興策の強化はこれまで以上に重要であるというふうに考えておりまして、また、酒類の輸出に合わせて歴史や文化につきましても海外へ広めていけるよう取り組んでおります。

6 ページですけれども、政府全体の取組です。2030年に5兆円という目標が設定され、日本産酒類では輸出重点品目として右下記載のとおり、清酒、ウイスキー、本格焼酎・泡盛が選定されております。

ここまで酒類業界の現状につきまして御説明させていただきましたが、酒類はこのような特性を持つことから、所管官庁である国税庁は酒類業の振興のため、酒類業を取り巻く環境の変化を踏まえつつ、酒類事業者の取組を積極的に支援する必要があると考えているところです。

7 ページです。酒類行政の基本的方向性です。国税庁では資料中ほど左にございます酒類業振興の課題の把握に努め、その下に取組を記載しております。特に本日御議論いただく補助金につきましては主に3つの赤囲みのものに対応しているというところです。酒類業の経営改革、構造転換や輸出促進をより一層図るため、国内外に市場を開拓するなどの意欲的な取組の支援や海外における販路開拓支援等に積極的に取り組むなど、国内向け施策と輸出促進施策を両輪として酒類業の振興に努めているところでございます。

8 ページをご覧ください。こちらが今回御議論いただく酒類業振興支援事業費補助金の概要になります。本補助金は酒類事業者による経営改革、構造転換を図る取組、そして日本産酒類の海外展開に向けた取組、これらを支援することによって酒類業の健全な発達を促進する事業で、国税庁が直接執行しており、外部委託は行っていないものです。そのため予算の透明性・効率性が高く、不正・中抜きが発生しない構造というふうになっております。

9 ページが本補助金の沿革になります。令和3年度以降執行されておりますが、図の上

の部分は構造転換、新市場関係の補助金、下は海外展開関係の補助金の沿革です。創立以来、対象事業者に変更はないのですけれども、下の三角にあるように何度か見直し等を行っており、例えば令和5年度をもってコロナ枠を廃止しましたし、また直近ですけれども、米国関税措置の影響を踏まえた取組ですとか、酒米の価格高騰等の影響を踏まえた取組を優先採択するなどを行っているところです。このほか、執行状況の観点から補助率の引上げ、グループ申請における補助上限金額の増加など、PDCAの観点から見直しを行っているところです。

10ページですけれども、ロジックモデルになります。こちらも上下で2つの矢印が入っておりますけれども、上は新市場開拓支援枠、下は海外展開支援枠の流れになります。新市場開拓支援枠の短期アウトカムは補助事業期間終了後に評価を行う目標の達成度について、ABCの3段階評価のうち、評価できる、Aの割合を80%以上というものにしておりまして、海外展開支援枠の短期アウトカムは補助金交付申請時に設定する事業KPIについて、補助事業実施年度末に達成した事業の割合が80%以上というふうにしております。

11ページですけれども、申請書審査における評価項目についてです。国税庁におきましては酒類事業者が計画した事業内容を本補助金の目的に照らし、新規性や先進性、事業の継続性、将来的な事業展開の可能性などを評価項目として設定しておりまして、実効性や将来の自走の可能性が高い事業を採択しているところです。そのため補助金に依存せず、自立や成長につながる事業者が大半を占めているというふうに考えているところです。また、採択に当たりましては、事業者から申請された事業計画について、本補助金の目的に合致するか、評価項目に照らし合わせて審査しているため、公平で目的に即した運用が行われているということで、受益者や補助事業の設定が不公平にならないというふうに考えております。

12ページが実際の事業の実施状況等になります。令和6年度以降について記載していませんが、右側のアウトカムに目を向けていただきますと、令和6年・7年度の短期アウトカムに関する数字が取れております。新市場開拓支援枠につきましては、令和6年度は77.6%と未達成でしたが、令和7年度は86.4%と割合が伸び、目標を達成いたしました。一方で海外展開支援枠につきましては、令和6年度は90%、令和7年度は92%ということで、いずれの年も目標を達成しているところです。

13ページですけれども、昨年、予算執行調査が行われました。厳格な審査を行うべき、輸出拡大に向けた事業実施体制が整っていないと認められる酒類事業者が主に行う事業に

については補助を行わないこととする等の見直しや小規模な事業者については企業継続の観点を踏まえた輸出拡大の必要性や実現可能性を検証すべき等の指摘を受けたところです。

右側がその反映の内容等ですけれども、これまでの輸出実績やリソース等の観点など、手段や目的設定が適切となっているかに特に注意して厳格な審査の実施等を行うとともに、海外展開支援枠につきましても、輸出を行っていくための社内体制が整っているか等、リソースが十分かといった観点から特に注意して審査することとして、体制が不十分と認められる事業者は原則として単独では補助を行わないことといたしまして、予算要求額も5,000万円減額しているところです。

説明は以上となりますけれども、国税庁といたしましては今後も酒類業界の課題の把握に努め、国内向けの施策と輸出促進施策を両輪として酒類業の振興に努めてまいります。引き続きどうぞよろしくお願いいたします。

○松田企画調整総括官 続きまして、私から論点を御説明いたします。お手数ですが、資料の最後の35ページをご覧ください。論点1「アウトカムに係る各指標について、本事業の効果を検証する観点から適切なものとなっているか」、論点2「補助事業の実施による効果の検証が適切に行われているか。また、検証結果を踏まえて必要な改善が講じられているか」、以上2つの論点となっております。

補足といたしまして、今年度におきましては租税特別措置・補助金見直しに関する関係閣僚及び副大臣会議において示されております国民の皆様からの御提案を踏まえた点検の視点、具体的には、効果検証を強化し、成果に基づく制度運用へ転換すべき、また政策目的と手段を精査し、公平で目的に即した政策設計・運用を徹底すべきなどといった視点を踏まえて点検を行うこととされておりますので、これらも踏まえまして御議論いただければと存じます。

それでは、質疑、議論に入らせていただきます。質疑、議論はコメントシートへの記入時間と合わせまして全体で45分程度とさせていただきます。それでは、御意見、御質問等ございましたら、どなたからでも結構ですのでお願いいたします。

○尾花委員 では初めに、アルコール産業の支援については公衆衛生政策とか国際協力政策と両立しにくい面があるので、その点についてどのような配慮をされているか、教えてください。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 コメントありがとうございます。国内外でどういった配慮をしているかということでございますけれども、まず国内につきましてもアルコール

健康障害対策基本法に基づいて策定されたアルコール健康障害対策推進基本計画等を踏まえ、関係省庁、酒類業団体とも連携・協力しながらアルコール健康障害の発生防止等に向けた取組を推進しているというところでございます。また、海外に関しましてですが、アルコールに関する規制につきましては各国ごとに異なっているところですが、当然輸出する者がその国の法令を遵守することというのは大前提となっております。委員御指摘のとおり、そのようなルールを守れない者に対して国税庁が支援するというのは私どもとして適当ではないというふうに考えております。

補助金という形でアルコールというか、そういった規制とか、そこについて、例えば11ページでございませうけれども、申請書の審査における評価項目が1番から8番までございまして、この中で4番に事業実施体制の妥当性がございませう。これはまとめているものなので、詳細なものは記載がないのですけれども、事業実施体制の妥当性という中に酒類の適正な販売管理に向けて配慮しているかというのも審査項目として入っているところだ。そういった観点からも評価しておりますので、申請された事業の実施体制とか、委員御懸念の例えば輸出先国のアルコール規制の基準遵守で不安がある事業者とか、あと自社の利益のために他国を犠牲にしようとする事業者については酒類の適正な販売管理に向けて配慮していないという評価ができますので、そこは審査において低評価、ポイントを下げるということができるというふうに考えております。

○尾花委員 ありがとうございます。最近、日本酒造組合中央会はマレーシアとかタイ、ベトナム、インドネシア等の東南アジアを市場のターゲットとされていて、そのエリアでは、やはりアルコール規制等について、または広告規制について不十分な可能性もあることから、今おっしゃった評価基準の事業実施体制の妥当性の中の酒類の適正な販売管理に向けて配慮をしているかという点で御検討をいただけると公衆衛生政策との矛盾が生じずに、良い事業になるのではないかと考えました。ありがとうございます。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 ありがとうございます。今のコメントを踏まえまして、私どもとしても国内外でしっかりと事業者が法令を守って酒類を促進していくというふうに進めていきたいというふうに考えております。

○持永委員 御説明ありがとうございます。今の尾花委員の質問にちょっと関係するのですけれども、11ページで審査の評価項目を御説明いただきました。そして21ページを見ていただきますと予算の執行状況がありまして、実は執行率、それほど高いパーセンテージにはなっていません。今の評価項目に関しまして、12ページを見ていただきますと応募

件数と採択件数で、令和6年度が319件に対して採択が133件、翌7年度になりまして結構応募件数が増えて532件で採択件数240件ですけれども、良い観点からの評価項目であるべきという考え方は当然あるのですけれども、予算の執行、それから酒類業の振興という意味では、もうちょっと採択件数が増えて予算の執行率も上がってもいいのではないかという見方もあろうかと思うんですけれども、その辺について教えていただけますでしょうか。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 コメントありがとうございます。資料の21ページの予算・執行というところで、執行率が数字としては、例えば2024年が39.6%とか、2025年47.7%というふうになっているのですが、これは繰り越している部分がございます、そこを加味して計算すると執行率はもっとぐんと上がっているという状況でございます。機械的に計算してございますので、ここの数字はちょっと低く見えるのですが、実際は執行率も繰り越している部分等を考えますと8割程度は超えているということで、別に低い執行率ではないというふうに承知しております。

○持永委員 一つ繰り越されたときの理由から考えると、やはりもうちょっと広がりがあるようにお考えかもしれないと思ってお聞きしたのですけれども、その繰り越されたところと採択のところの関係性はいかがでしょうか。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 翌年度に繰り越されて、またそれを使って補正でついたものが若干繰り越されてという形になっているので、いずれにしても補正と当初だと大体、今まで13億から15億円というレンジで来ているのですけれども、件数としてはいいのかなと。執行率も結構高いですし、私どもそう評価しておりますし、審査でも手を挙げている人はもっとたくさんおりますし、そういった中で最終的に私どもの考えている輸出なのか、地域の活性化に本当にこのプロジェクトをやってつながっていくのか、そういったものを見て、当然審査項目を見てやっていくので、そこについては現状の形でやっていけるのかなというふうに私どもの中では理解しております。

○大橋委員 ありがとうございます。論点1に関わる点で御質問ですけれども、アウトカムでいただいているものが基本的に補助した事業者がどうだったかという観点だと思うんですけれども、他方で国税庁さんの補助の全体の、最終的には税収が増える、その税収が増えるためには事業がしっかり、経営としてもしっかりやっていくことが重要であるというところなんだと思うんですけれども、基本的にマクロだと思うんですよね。そうすると新市場開拓とか輸出を通じてどれだけの規模の、酒類業全体としてですよ、新市場開拓だったらこう、まず全体としてどれだけかということと、そのうちの新市場開拓でこれだけ

を狙う、あるいは輸出にこれだけ狙う、そういうふうなマクロ的なアウトカムは必要ではないかと思っていて、そうでないとどういう事業者を選択するのかという話になかなか至らないと思うんですね。今は選択肢した事業者がどうかという話をしている、正しい事業者が選択されたのかという議論が多分なかなかできないアウトカム指標なのかなというふうに思っているんですけども、そこについてどういうふうな市場の成長増というのは描いていらっしゃるというふうに捉えればいいですか。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 ありがとうございます。実はこの補助金、毎年、事業化報告書というものを令和5年以降取っておりまして、データの中では取れている数字もあるかと思しますので、今後そういったものも見ながら、最終的にはロジックモデルの一番右側には、例えば輸出であれば輸出金額の増加とか、そういったものがございまして、支援というか、補助対象者がどういった、輸出面でも輸出額とか、そういったものでどういった成長を見ているのか、そこは今後分析をしていかなければいけないなというふうに思っております。

○大橋委員 基本的には手を挙げてくれた人を補助するという形だと思うものの、他方で手を挙げてくれた人が本当に施策の目標として補助すべき人だったのかというところはあるのだと思っております、そうすると施策として誰にリーチすべきなのかというところも多分見えてくる話なのかなと。でないとな個別のミクロの事業者の話をしていても、なかなか酒類業全体の本来目指しているところに届かないというところがちょっと気になっているところ、というのが1点です。

2点目なんですけれども、現在50%、目標があって、その後その目標を達成しましたか、達していないですか、ABCでAが多いといいですね、Cが多いと問題ですねというふうな感じの評価の仕方なのかなというふうに伺っているのですけれども、事後的にAが多いとか少ないとかというのは、重要視する方もいらっしゃると思いますが、どちらかというところこの事業は過年度からずっとやり続けている事業であることを考えてみると、その事業が、Aが多かったら多かった、Cが少なかったら少なかったで、次の施策のどうインプルーブというか、改善につなげていっているのかというところが重要だと思っていて、今回お示しされたAが80%だから良かったとかというふうな評価はあまり受けていなくて、逆に言うとそういうふうな良い取組は、ある意味できたのであれば事業の基盤として、そういうふうなものは横展開しながら、次の事業ではそこはGivenとして、その上積みで施策としてどう伸ばしていくのかというふうな感じのところできると、予算額はす

ごく限られているので、限られた予算をより効率的に使うと考えると、施策の横展開、つまり良い取組は広げていく、悪い取組というか、あまり至らないのであれば、当然施策はある種トライ・アンド・エラーのところがあると思うので、それをどう改善していきながらこの事業がより良いものになっているのかというふうな、ダイナミックにどう動いているのかというふうなところが見えるとよいのではないかと思うのですが、そういうふうなところでどういうふうな感じなのか、今後のことも含めて教えていただければいいかなと思います。

○江崎酒税課長 酒税課長です。1点目のところですが、マクロというか、大きい絵を描いて、そのもとにどう事業者アプローチしていくかということだと思えますけれども、そこは最初の御説明でもあったのですが、日本の国内市場というのは少しずつシュリンクして行って、その中で清酒は特に下がっていますし、その中でも酒類業というのは国内において地域の中核でもありますし、また清酒だけではなくてワイン、ビールも含めて重要な産業ですので、地域活性化のために支援する必要があると、そういった観点でいくと今までのコストパフォーマンスを求めてきたような商品ではなくて、ある程度高付加価値化というところが国内においても重要です、国外に行くときにも重要なので、我々の一つ柱といたしましては高付加価値化というところを重要視しております、少しずつ上がってきているのですが、そこにターゲットして、そういった観点をもう少しこの補助金でも重視して、そういったところにマッチする事業者アプローチしていくようなところも今考えておまして、そういうところを模索している段階でございます。

○大橋委員 マクロ的なところとミクロ的なところと2つ行き来することがすごく重要なことだと思っていて、どちらかというところといただいたのはミクロ的な話かなと。酒類業として、国税庁さんとして、どう振興の絵姿として考えるかというところが御質問だったので、お答えいただいたような方向で質的には、ただ、実際にどのくらいの付加価値のものを目指していくのかというところが御質問内容だったという、そういうことだと思います。

○赤井委員 赤井です。よろしくお願ひします。今お話しされていたどういうところを目指していくのかというところに近い質問になると思うのですが、まず10ページのところでアウトカムがあって、その後インパクト、3つ、経営状況の改善、金額増加、地域活性化とあると思うのですが、アウトカムからつながっていくとすると、ここはアウトカムが基本、金額を伸ばしましょう、高付加価値化なので、輸出金額の増加は今も増

えてきているので、つながっていると思うんですけども、実際のインパクトのほかの経営状況の改善とか地域活性化にこれがうまくつながるのかというところが少し気になっていまして、K P I が基本、輸出金額の増加率とか付加価値ですよ。初めに戻っていただくと、まず全体としての売上げというか、5 ページですか、金額としては伸びてきていますということで、それはいいように見えますけれども、多分これは円安の影響などもあるのかなという気はするので、そこがどうなのかはまた教えていただくとして、一方で、ちょっと戻ると、輸出数量が下がってきていて、これが結局単価を伸ばすことにはなっているんですけども、単価とか総額だけを見ているだけで、量は見えていないというか、実際税収につながるの量は量ですよ。だから量が落ちてきているところをどうここでは捉えているのか、この補助金ではそこは気にせず、逆に単価が、量が落ちると単価は上がると思うんですけども、それでいいというふうに考えているのか、その辺りを1つ目に教えていただきたいなど。それはいかがでしょうか。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 ありがとうございます。この補助金につきましては、10ページに最終的なインパクトというところがございますけれども、やはり輸出金額を増加させる、額か量かという観点で言うと輸出金額の増加というところになってきます。

○赤井委員 それは、量ではなくて金額というのは、金額をもって振興しているとみなすということですか。7 ページですか、酒類業の振興というのがあって、ここで赤い部分が今日議論している部分だと思うんですけども、この赤い部分では基本、金額が伸びることが振興だという、量ではなくて。実際量は減っているわけですよ。そこは振興とはどういう関係になりますか。

○江崎酒税課長 輸出は金額で見るとは思いますが、実際は輸出というのは酒税がかかりませんので、輸出免税なので、ひいては輸出を促進して国内の酒類業界を発展させて、またひいてはそういった国際的な評価を受けた日本産酒類が日本国内でも再評価されるようなメカニズムに将来的になっていけば、また国内も増えていく。

○赤井委員 そのときは金額が一番重要で、量は減ってもいいということですか。

○江崎酒税課長 国内ですと、もちろん従量税なので量。

○赤井委員 税金上はね。輸出は金額で測って、量は。

○江崎酒税課長 量も見てはおりますけれども、我々の、政府の目標がありますので、輸出戦略の760億円とかがありますので、それとの関係では、それをまず達成するということがありますので、金額で評価させていただいているということです。

○赤井委員 もう1つは、目標として、インパクトの最終的な目標が地域活性化、あとは経営状況の改善ということで、これは7ページで言ういろいろな事業で行っていくということだと思っただけですけども、今行っている3つの事業で地域活性化とか経営状況の改善というところも最終インパクトになっているとしたら、それは金額の増加とは別に達成できているということなんですか。でも、K P I 自体が金額しか見ていないですよ。その金額から先に、金額が増加したら活性化すると見ているのか。このインパクト、10ページになると、長期のアウトカムのところでも金額の議論をしていて、そこからインパクトで活性化とか経営状況の改善につながるというところのロジックはどういうふうになるのでしょうか。それとも別の施策でインパクトが成るという定義でしょうか。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 K P I でございますけれども、上の新市場開拓支援枠についても事業者が短期とか中長期のK P I を決めているという状況がございます。私どもの長期のアウトカムですけども、個々の企業が売上が上がるというのと、ちょっと不確実性とかがあるので50%とさせていただいているんですけども、そういった感じで、個社の話になってしまうんですけども、それぞれの、特に上の新市場開拓枠というのは零細企業の方も割合が多うございますので、個社の売上総利益が上がっていくということで、そこは最終的に地域創生・地域活性化に。

○赤井委員 につながっているということなんですね。例えば地域別にどうなのかとか、例えば一部の地域に集中している、その地域は活性化するかもしれませんが、地域活性化というとなんか全国的に盛り上がるというイメージだと思うので、地域的にどうなのかとか、あとは大規模事業者、中小規模、零細に向けて、大規模事業者、採択されている事業はそこばかりではないという話ですけども、結果として大規模だけが売上を伸ばしているみたいなことになると、それも地域活性化に本当につながっているのかなという感じにもなりますし、あとは経営状況の改善というのは、もちろん売上げが伸びれば改善しているのかもしれませんが、つながりをもう少し分かりやすくしたほうがいいのかなという、先ほどの議論もそうですけれども、結果として最終的に日本全体、マクロとして酒類業が本当に振興されたというのにつながっているのかということももう少し見るといいのかなというふうに思いました。

とりあえず以上です。

○松田企画調整総括官 高橋大臣政務官でございますが、この後、別の公務がございますので、恐縮ではございますが、こちらで退席させていただきます。

○高橋大臣政務官 引き続きよろしくお願いたします。

○梶川委員 先ほどの大橋委員、また赤井委員にちょっと関係するのでございますけれども、アウトカムのところですが、何がこの補助金の全体としての目的かということにも関連はするのですけれども、短期の部分というのは個別の補助事業者のKPIをターゲットにされて、中期になるとこれが全事業者の売上になられて、また長期になると個別の会社の割合になられるという、この辺が補助金の効果として見られるときに、一部事業者ごとであったり、ある意味では酒税のための全体の売上だというお話と、また長期になると損益構造みたいな話に、それも個別の事業者の損益構造というか、経営改善みたいな話の達成度というふうになっているのでございますけれども、中期・長期に少し数字を入れようよというお話から入れられた目標値であるとは思いますが、連続した整合性が、何を成果とするかというところとの関係もあると思うので、重複してお聞きしているようなところですが、まずトータル目標が何かということも含めてになると思うのですけれども、この辺の関係を教えていただければと思います。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 ありがとうございます。このページの当然最終的にはインパクトという3つを目指すわけですけれども、それぞれのアウトカムの考え方というか、そこを御説明させていただければと思うのですけれども、まず上側の新市場開拓支援枠の短期のアウトカムでございますけれども、これにつきましては、ABCのうちのAが8割ということなんですけれども、これは当然私どもが採択しますと。採択するときにはいろいろな審査基準で採択するんですが、採択した事業がきちんと最終的に良いプロジェクト、そして当然目標を立てていますので、その目標が合致しているかということも私ども審査していますので、そういったきちんとしたプロジェクトというのが、8割程度がきちんと計画どおりいけば最終的にこの右側につながっていくというか、中期・長期という形につながっていくのではないかということで、こういった形で短期でやっているというところでございます。

その後、中期というところになってくるのでございますけれども、もともと経緯を申し上げますと、中期アウトカムというのは当時設定していなくて、令和4年の見直しで設定して、何か設定できないかということで新市場開拓支援枠の目的である構造転換とか経営改革達成のために売上の向上ということも大切ではないかと、当時内部で検討してこういう中期のアウトカムを入れているというのが実態でございます。

その後、長期という形になってくるのですが、実は前回、令和4年度に公開プロセスで

指摘を受けていて、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という指摘を受けて、当時の委員の御確認も得てそういう形で公表したということで、これは構造転換とか経営改革を目的とした新市場開拓支援枠では経営指標の改善が共通的な指標であるというふうに当時考えたということで、新市場開拓支援枠では新商品開発とか高付加価値化などの取組が多くて、売上を向上させる取組とか原価率を改善する取組、これが一般的ではないかと当時考えて売上利益率を設定したと。そういったアウトカムの流れと。そういうことで最後インパクトの方に持っていつているというのが先ほどの中期の関係、短期・長期も併せて御説明しましたけれども、そういうロジックというか、考えで考えているというものでございます。

○梶川委員 ただ、並べてみると中期のところだけが全体になっているので、逆に言うと中期、個別の事業者でこういう要件を満たしたものが何%だといっても、そんなにおかしくはないのかなと。前後が達成事業者のパーセンテージを目標にされておりますので、その辺は、ただ、それが補助金の事業目的と違ってしまうというお話だとすると、よく御検討いただければということでございますので、よろしく願いいたします。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 コメントありがとうございます。私どもも事業化報告書とか、いろいろデータを集め始めていますので、そういったものを見ながらどういう姿がいいのか、そこは今後また見ていきたいなというふうに考えております。ありがとうございました。

○持永委員 今回の梶川委員の質問と御回答に関して、別な解釈、少し変わった観点から見られるのかというお話をさせていただきたいと思います。6ページにありました政府全体の目標で農産物・食品の輸出目標5兆円があって、基本的には金額で政府全体の目標が表されています。財務省、国税庁としてどのような短期・中期・長期のアウトカムを設定するかというときに、アップダウンとトップダウンの見方があるので、入り練りがないように明確にお話をしたいのですけれども、2026年の現在から2030年を見て5兆円ということで売上金額を増やします。長期のアウトカムという中で、10ページ、ロジックモデルの上の方の新市場開拓と海外展開の支援枠の採択ですが、海外市場の支援枠の方を見ますと長期のK P Iで、その意味では輸出金額の増加率と商品単価の増加率で、いずれも金額に資する指標です。上の方の新市場開拓に関しましては5年間の平均で、売上総利益の1.5%、利益概念ですから売上と費用の差額である売上総利益を採用して1.5%。5年間の平均50%の事業者というのは置いておいても、基本的には金額を増やしながらかつ先ほど御

説明いただいた8ページにあったのですけれども、新市場開拓の中には差別化ですとか販売手法ですとか、実は後段の方が非常に興味がありまして、製造技術等のICTを使った高度化・効率化があります。コストパフォーマンス等を見るという意味で私は先ほどの長期アウトカムの特に新市場開拓については、やはり差額概念、コストパフォーマンスも考えて、あえて長期アウトカムにされたのか、金額目標は持ちながらもコストパフォーマンスまで考えて長期アウトカムにされたのかという意味で私は理解していました。

それに対して短期アウトカム、トップダウンからアップダウンの方にお話を変えたいのですけれども、短期アウトカムが事業者の目標、ABC評価で8割というのがありました。この8割、ABC評価が100%とは限りませんので、どのような目標を持たせるか、それは国税庁さんとしては11ページの審査の評価項目に高邁な考えがありながらも、要はABC評価で良い方向に持っていく。29ページ以降を見ていただきますと、ちょっと細かいですけれども、契約概要を見ますとブランド価値の向上、ペアリングによる展示、ブランディング、30ページの方になりまして輸出向けフレッシュ純米大吟醸ですとか高付加価値化がある。しかし、31ページになりますと市場開拓ですとか販路拡大、要は金額を増やしますよという事業概要がありますから、結果としてABC評価としても金額の増加に資する形で短期アウトカムが設定されている。このため短期、要はボトムアップから考えても、短期・長期、いずれも金額を増やしながら政府の全体目標と同一基軸の補助事業であると個人的には考えたところです。

ただ、梶川委員がお話しされましたように中期に関して、3年間で予算金額と売上金額を比較という観点からは、要は今、短期アウトカムの効果検証をしながら長期アウトカムを見ているという中で、もう少し適した指標があるのではないかと考えます。ただ、余計な話をいたしますけれども、IPO、インシヤル・パブリック・オファリング、IT業界等で会社の価値の評価のときに類似業種と株価の試算等が基本ですが、新たなビジネスモデルに関してどれだけの売上を上げたかというのが1つの指標になります。ですから、中期でそれなりの売上金額を獲得できること、実現できること、これも一つ考え方とは思いましたので、その辺り、個人的な見立てとして短期から長期、かつ長期における政府全体目標、その中での中期目標の設定、何か補足的に御説明いただくところがあれば御説明いただくとありがたいのですが。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 コメントありがとうございます。なかなか補足というのはあれですけれども、確かに今までの御議論の中で短期・中期・長期というアウトカム

のいろいろ、そういうのがありましたので、中期アウトカムというのが、今のアウトカムがどうなのかというのも、様々な分析をしながら、それが適切なのかどうなのかも含め、また内部で議論をしていきたいなというふうに考えております。ありがとうございました。

○松田企画調整総括官 御議論を進めながらではございますけれども、そろそろコメントシートの御入力をお願いいたします。机上に設置しておりますノートパソコンにワードの様式を格納しており、ファイルを開いた状態にしておりますので、そちらに御入力をいただきますようお願いいたします。コメントシートの御入力がお済みになりましたら、お席の後ろにおります事務局の者にお知らせくださいますようお願いいたします。質疑、議論の終了後、外部有識者の皆様にはお一人2分程度で御自身のコメントを発表していただきたいと存じますので、よろしくをお願いいたします。

○尾花委員 同じくアウトカムの点なのですが、令和8年度の酒類業振興支援事業費補助金の公募要領を拝見しました。拝見した中で、どのようにK P I及び目標を設定していくのかという点を読み取れなかったのですが、概要を教えてくださいませんか。質問の意図としましては、目標設定及びK P Iに一定の基準や枠があって、それに基づき評価するなら分かるのですが、任意にK P I及び目標を設定して、それで80%達成だとすること自体、評価の標準化、客観化が達成できないような気がしましたので、どのような形か教えてください。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 ありがとうございます。確かに公募要領には実際の具体の計画とか、そこは記載ございません。そこから中に、さらに細かく酒類業振興支援事業費補助金補助事業計画書という計画書を提出してもらおうのですけれども、そういった中に例えば事業K P Iの短期であれば、例としてこの部分だとホームページアクセス数とかSNSフォロワー数、といろいろ書いておりますし、中長期の事業K P Iであれば、例えば海外展開支援枠を選択した方はと言って、販路拡大・ブランド化の方は輸出金額の増加率または商品単価の増加率とか、ツーリズムの推進の方は観光客の増加率または観光客単価の増加率と、いろいろ書いているのですけれども、すみません、公募要領のさらに下とつか、補助事業計画書で縛りというか、どういったものをK P Iにのせよという記載があるというところでございます。

○尾花委員 分かりました。そうすると国税庁の方で目標K P Iの設定に関する大枠を示していて、それに沿った目標及びK P Iを設定することが審査の対象になっているのですね。

○三上酒類業振興・輸出促進室長　そうですね、審査の対象というか計画書にこういうものから選びなさいと。さらに申し上げますと、例えば新市場開拓枠ですと、中長期は経営指標の改善率の中の幾つかのものから中長期のK P Iを選んでくださいとか、そういった形で指示というか、そういう規定になっているところがございます。それで出てきて、きちんとそれを満たしているかというのを私どもは確認しているというところです。

○尾花委員　短期アウトカムでは、そのK P Iとか目標の達成自体をアウトカム指標としているので、その目標設定、K P I設定自体に縛りがある。

○三上酒類業振興・輸出促進室長　K P I縛りが。

○尾花委員　縛りをできる状態であり、80%達成という評価自体に一定の客観的な指標、標準化がされているというふうに理解して大丈夫なんですね。

○三上酒類業振興・輸出促進室長　そうですね、K P Iで縛りをかけていますので。

○尾花委員　分かりました。ありがとうございます。

もう1点ですが、酒類業の歴史を勉強すると非常に中小の零細の事業者が多いと。その中で中期アウトカムで突然金額指標を設定してしまうと、金額はそもそも景気とか原材料費の変動とか非常に大きいわけなので、そこでお金に直結させることについて非常に私は躊躇を持っています。その場合にどうしたらいいのかなと分からないなりに考えると、短期アウトカムの継続、定期的な維持みたいなものの方が中小の方の事業を評価するには穏当なのではないかと感じています。

以上です。

○三上酒類業振興・輸出促進室長　コメントありがとうございます。いろいろな意見がございましたので、そこも含めて何がきちんと表現というか、中期アウトカムとして適切なのかというのはまた検討させていただきたいというふうに思います。ありがとうございます。

○大橋委員　やはり個別事業者に寄っているなというふうなことを感じます。そもそも補助をしなかったときと比較して、補助をしたときに、それで経営が悪化したということはあり得ないと思うんですね。つまりプラスには絶対になるのだと思います。それが当初提出した計画を上回ったかどうかというのは、それは計画の内容によって、あるいはそれを査読する政府側の担当者によって多分判断がなされるということなんでしょうけれども、ただ、政策として見たときに、お金を出したからその事業者は経営がお金がないときと比べて良くなった、良くなったということは、その事業者が良くなったことをもって地域創

生、その分だけ地域創生しているだろうというふうな判断ではないかと思うんですけれども、政策としては、本当に見なくてはいけないのは波及効果のほうで、要するにその事業者を補助したことによってどういった面的な広がりがあったのかというところが政策立案というか、執行者としてはやらなくてはいけないところだと思うんですよね。事業者の受け止めと政策を打つ側は視点が違うはずだと思っているんですけれども、今のやりとりだと視点が同じではないかというふうに見えてしまうところが、私もう少し改善の余地がないのかなというふうに思うところで、最初の質問もそういうところに根ざしているところではあります。この施策を通じてどういった波及効果があったのか、波及効果があるような事業者を選択しているのか。そうした事業者が手を挙げないと補助できないので、そうするとそうした事業者というものを多分補助要件の中にしっかり入れていく、入れていながら、手を挙げてくれるような広報とかも必要だと思うんですけれども、そういうふうな形での事業推進を回していく中において、単年度では難しいでしょうけれども、何年かやっていくにつれて酒類業全体になじんでいくというふうな姿が私が思っているこの事業のあるべき姿のような感じがしているのですけれども、そうした観点でどう思われるのかというところを頂けないでしょうか。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 ありがとうございます。現状、既にやっている横展開、これがあれですけれども、例えば補助事業者が毎年採択されて実施していますと。そうしたもので良い取組、ほかにも波及できる取組、こういったら例えば売上が上がりましたとか輸出が伸びていますとか、いわゆる取組事例集というものを出しておきまして、そういった形でまず取組という点については横展開できるのかなと。もう一つ、例えば地元にとれぐらい波及できたかという問題ですけれども、それもやはりまずは事業化報告書でそれぞれの個社の状況がどうだったかというのを取材というか、データを取りながら、どういう形で考えればいいのかというのが最初の段階なので、そういうふうにして、まずは取れる数字がどんなものなのか、そこからどうやって見えてくるのかというのを検討できればなというふうに思っております。

○大橋委員 1点思うのは、事例集はどこでも結構やることだと思うんですけれども、やった感はあるんですけれども、本当に事例集が使われているのかというのはまた別の話なのかと思っていて、そういうところも見ながら、事例集を作り込むよりは、場合によると最近伴走支援とか、そういうふうなことをやられている方々もいらっしゃると思いますけれども、何がベストなのかというのは、必ずしも事例集だけではないというふうな

感じはいたします。

○赤井委員 今の話とも近いと思うんですけども、金額だけではなくて、先ほど言った地域活性化にどうつながっているのかというところの視点をというのは、私もコメントに今書いていたところですけども、資料に戻りますけれども、一番初めのページの数量が減っている、これは課税数量と書いてあるということは輸出した分は入っていないということ。すみません、基礎的な話で。

○江崎酒税課長 輸出は入っていません。国内で課税している。

○赤井委員 輸出が増えていますよね、輸出の金額が増えていて、輸出の数量ってどこかのページにあるんでしょうか。先ほどそんな議論をしていたときに探したけれどもなくて。輸出の数量を合わせたら全体の数量はどういうふうにシフトしているんですか。今手元にはないですか。多分減っているんですかね。輸出の数量は実際増えているんですか、減っているんですか。これは金額ですよ。多分インフレとか、インフレよりも円安、これは円安だと上がりますよね。合っていますか。

○江崎酒税課長 そうですね、向こうに行くときに。

○赤井委員 上がりますよね。円安がいつからどうなったか分からないけれども、多分円安の影響は受けて上がるので実質的に、でも円安になったらもちろん入ってくる金額が増えるので、それはそれで価値があったとみなすかもしれないですけども、それをもって高付加価値化したと言えるのかという話とか、あとは数量は背後に、売っている数量、輸出している数量自体はデータがどこかにあるんでしょうか。どこを探しても、あるのだったら教えて、ないんですかね、今この資料には。その数量を足し合わせたら1ページ目は下がっているんですか、上がっているんですか。その辺も含めて、数量にどれだけ価値があるか分からないですけども、金額にこだわり過ぎると背後にある数量が分からないし、金額が上がることはいいと思うんですけども、地域活性化となると幅広く地域に波及するのだったら、金額が高いのもいいですけども、数量が売れる方がその地域での仕入れも増えて全体に波及するような気もするので、補助を受けた事業者が儲かりました、それが結果として地域全体に何か波及すると、そこでその事業者がまた何か仕入れをしているとしたら、その波及はあると思うんですけども、金額もいいと思いますが、数量なども波及効果には影響するような気もしていて、感想ですけども、何かありますか、それに関わる情報、コメントがあれば、もう最後なので。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 私ども金額以外の面も、そういった地域の状況とか把

握する上では当然必要だと思っていますので、そういった金額以外の情報もきちんと見ながら今後引き続きやっていきたいと思っています。

○赤井委員 今後の資料にもしよかったら輸出も含めて数量がどうなっているかというのも参考までに出していただけたらと思います。

以上です。

○松田企画調整総括官 ほかに御意見ある方いらっしゃいますでしょうか。よろしいでしょうか。

○赤井委員 受けている人というのは地域的に偏りはあるんですか。酒を造っているところはたくさん全国あると思うんですけども、地域活性化となると全国的な広がりもある程度は重要になってくる、あるところで儲かっていればいいという話はあるかもしれませんが、日本全国で元気になるのがいいと思うので、受けている業者は全国にどんな広がりがあるかという情報はありますか。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 すみません、今持ち合わせておりませんが、酒類製造者も全国に散らばっていますし、そういった点であれば、考えるとそんな極端な地域的な差はないのではないかなと。酒蔵が多いとか酒類製造者が多いというところは当然件数が増えると思うんですけども。

○赤井委員 3ページに免許場がありますね。これの推移はどんな感じですか。これは何年度のデータですか。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 これは直近、令和7年とか、それぐらい。

○赤井委員 これが例えば5年前と比べてどうなのかとか。

○江崎酒税課長 これはビールとか清酒も全部ひっくるめた製造場数なので、それを入れると近年は上がってきています。清酒は少しずつ、新規免許を出していないのであれですけども。

○赤井委員 新しく何かブリュワリーを造ったとか。

○江崎酒税課長 ビールとかワインは増えていますので、製造場数は、免許場数は増えています。

○赤井委員 なるほど。それは小さいところも増えてきていると。

○江崎酒税課長 そうです。

○赤井委員 それはいいことなんですよ。

○江崎酒税課長 そうですね。

○赤井委員 でも、全体としては量は減ってきている。量というか。

○江崎酒税課長 国内市場としては。

○赤井委員 国内市場が減ってきているということは、大きいところというか、もともとのところがちょっと減らしてきている。一方で、数が増えているということは、小さいところは増えてきている。この数の増え度合いみたいなのは、全国的には偏りはなく、例えば5年前からの伸び率みたいな、その辺も含めて、もう少し全国的な広がりとか、これは場数だけですけれども、もう少し金額とか売上数量とか、そういうのの全国の数値を見るとある一定の評価ができると思うので、そういうのも含めて酒類業の振興、あとは地域活性化というものがどう進んでいるのか。もちろんこの事業はこの補助事業だけでやっているわけではないと思うし、ほかにも人材育成の事業があると思うので、全体を見る上で、そういうデータを見るのもいいのではないかと思います。今後の参考にしてもらえたらと思います。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 ありがとうございます。

○松田企画調整総括官 委員の皆様、コメントの御記入はお済みになりましたでしょうか。

それでは、外部有識者の皆様方からコメントを發表していただきたいと存じます。

○梶川委員 では、私からということで、先ほども少し議論させていただいたのですが、全体の目的というのは、マクロ的な酒造の全体の産業としての発展というのは分かるのですけれども、この補助金はどうしても個々の事業者にお出しになるという部分と金額的に全体像からすればそれほど大きな金額ではないということで、当初つくられていた事業者に対して個別にK P Iをつくって、そうやって事業が改善していくようにというお話の中で、その時その時の議論で、さっきも御説明があったように中期、それから長期の数値的数値が出来てきているということは十分に分かった上で、やはり個別のK P Iが中期・長期の数値的な目標にどういった経路で因果関係を持って関係がとれているかと。言ってみれば、ある種の、当初の審査のときにきちんと事業者が予算を組んで、K P Iを達成することによってこういう数値的な、財務的な数字が、売上が上がるとか、利益率が良くなると、この辺の因果関係を審査時に確認をしていただくということは重要なのではないかなと思います。

そういう意味では、中期、それから長期の数値自身の水準がこれでいいのかなというのも十分に御検討いただいて、補助金の金額と売上高が同じみたいな話は、それだけで考えますと売上高には当然原価が引かれたりしなくてはいけないので、渡されたものの付加価

値を、むしろ達成できていないという話に近いようなお話にもなるので、その辺は、補助金が効果があったよねという御説明ができるように、またお考えいただければというふうに思います。

いずれにしろ、K P I と中期・短期の数値目標の因果関係を慎重に検討していただければということです。どうもありがとうございました。

○松田企画調整総括官 ありがとうございました。続きまして、赤井委員、お願いいたします。

○赤井委員 私も、今表示いただいているロジックモデルの部分に関わると思うんですけども、アウトプットからアウトカム、アウトカムもこれまで何回も、執行調査とかこれまでのレビューとかで議論もされて、見直されてきていると思うので、ある一定程度は効果があるかどうかを見極めるという意味合いにはなっていると思うので、そのところは評価したいと思うんですけども、あえて言うならそこから先のアウトカムからインパクト、社会の影響というところに、どうしても金額も少ないし、ほかの事業もある中で、この事業で全てというわけにはいかないのですけれども、インパクトにある3つのうちの輸出金額の増加というところには貢献するけれども、あとの部分の経営状況の改善、地域活性化みたいなのところにどのようにつながっているのかというところがアウトカムからインパクト、アウトカムを見ている限りではちょっと見えにくいのかなというところを感じました。地域活性化というふうになると、その事業だけではなく、補助を受けた事業者がいる地域全体が潤っていく、さらには日本全国が全て偏らずに潤っていくというところも最終的には目指しているのかなというふうに思うので、補助を受けた事業者がどういうふうにその地域に分布し、さらにどのような規模で、零細とか中規模とか大規模とか、どういうふうなのかというの整理しながら、どのような波及効果を通じて地域の活性化につながっていくのかということも明確になるような何かK P I とか、あとはデータによる評価みたいな、データを収集して見る、先ほど言っていた場数がどういうふうに変化したのかとか、地域ごとに、そういうのも見ていくとさらに地域活性化にも貢献しているのかどうかということも分かりますし、それを戻して、そこに貢献するような形で、それを促すようなK P I をつくっていくとか、そういうようなことができれば、よりこの事業の価値が高まっていくのかなというふうに思いました。

そういうことを書きました。以上です。

○松田企画調整総括官 ありがとうございました。大橋委員、お願いいたします。

○大橋委員 3点ありますが、まず1点目は、そもそも本補助事業の目的は酒類産業の基本的には業振興だというマクロ的な観点であることを鑑みると、個々の事業者への事業評価だけではなくて、個々の事業者の事業効果を超えた酒類業全体のマクロへの効果も併せて見るべきではないかというのが1点目です。

2点目は、過年度に補助事業を通じて生み出されたすばらしいと評価された取組というのは個々の事業者であると思うんですけども、そうした取組を横展開することで、それ以降の後年度においては、過年度での良い取組、同じような取組を補助するのではなくて、それを超えた取組を補助できる形にできるよう政策のPDCAを回す試みも重要ではないかというのが2点目。

3点目は、補助対象企業が補助がないときには達成が困難だった事業計画を補助を受けることによって達成できたかどうかというふうなことも重要だと思いますが、これはどちらかというと補助対象事業者に閉じたアウトカム評価だというふうに見えるのだと思います。他方で、施策の趣旨を鑑みると、補助対象事業者を超えた面的な波及効果の最大化ということも補助事業で狙うことができないかと。これは単なる補助事業を通じた成果集の公表ということだけではなくて、効果の最大化のために最適な政策手段の在り方ということも併せて検討すべきではないかということ。例えばですけども、後で書き足しているものがあるんですけども、GIみたいな取組があると思うんですよ。ちょっと調べたら24年度も25年度も結構な件数、24年は喜多方とか、25年は青森とかあると思うんですけども、これを後押しするというのも、波及効果の一例ですけども、一事業者を超えた面的な波及効果には捉えられると思うんですよ。別にそれにこだわるものではないですけども、それぞれ取組によって効果が最大化されるための最適な手段は異なるという認識ではありますけれども、何かそういうふうな波及効果を狙うということも施策の取組の中で考えられるのが重要ではないかということが趣旨です。

以上、3点です。ありがとうございます。

○松田企画調整総括官 ありがとうございます。それでは、尾花委員、お願いいたします。

○尾花委員 アルコールの輸出についての国による支援ということで、職業上、アルコール関連被害のアルコール依存症だとか、非感染性疾病の原因になるとか、あとは交通事故の原因になるというようなことで、どうなんだろうという観点から勉強させていただいたのですが、調べてみますと世界の市場で日本のお酒は0.1%とか何%で、非常に少ないも

のであって、私が懸念しているような量を多く売って他国に害を及ぼすみたいな発想は今のということがよく分かりました。とはいえ、今ビジネスと人権のガイドラインが出ていて、国であっても社会的責任を持って行為すべきというのが問題とされているので、少額の輸出であったとしても倫理性を保った上で、お酒の支援については文化的輸出等の観点を引き続き考慮いただきたいなと考えました。

2点目ですが、先ほども申し上げた中期アウトカムについて、補助事業者が自らの経営の改革を必要とするような中小企業であることから、売上を即、中期アウトカムにしてしまうと達成が非常に難しいのではないかと考えました。公募要領とかを拝見すると、壮大な事業をやってくださいというよりも、小さな企業さんに頑張ってくださいと応援する補助金のような気がしまして、そういった場合にはそういう業者を支援するという発想で緩やかなアウトカムもいいのではないかと感じています。

3点目、2点目の論点である補助事業の実施による検証の効果については、国税庁と財務局により共同調査されており、その検討結果は改善のために反映されていると考えました。ありがとうございました。

○松田企画調整総括官 ありがとうございました。持永委員、お願いいたします。

○持永委員 重複するところを省いて、ポイントだけお話しいたします。短期・中期・長期アウトカムの中で、現状、短期の効果検証が行われて、中期・長期については今後という話ですけれども、まず短期アウトカムを大事にするという中で、酒類業の振興ではあるのですが、中小規模の事業者が多い中で、意識が高く意欲がある事業者を支援するという意味で非常に意義がある事業だと思っています。私は仕事上、販売業者の監査には入ったことがあるのですけれども、製造業者に関しては仄聞をただけですが、皆さん非常に苦労される中で、自分だけでは新たな取組ができないという現状を販売業者から聞いていましたので、その意味では意識を持って意欲がある方に対して、チャンピオンをつくっていくという形での意義のある事業なのかなと感じております。

それから効果検証ですけれども、これだけ審査の評価項目が8項目というのは、現実問題として大変厳しいと思います。なかなか中小規模で、日々の製造業でほかのことに気が回らない中で、審査の8項目を充足するというのは大変だと思うんですけれども、その中で応募件数が令和6年度から7年度は320件から500件超に増えていますので、定量的な数字というよりは、どちらかという定性的にこのような振興、要はレベルアップを図ることができているという意味で価値のある事業ではないかというふうに思います。

以上でございます。

○松田企画調整総括官 ありがとうございます。

コメントのとりまとめを行っておりますので、お待ちください。

○梶川委員 それでは、とりまとめコメント案を発表させていただきます。

今後、中・長期のアウトカムを集計する際には、個々の案件の目的や事業者のKPIの設定・成果との因果関係などの効果検証を適切に行うとともに、金額のみならず、数量や製造業者数の実態の把握、酒類業全体への波及効果などの観点も踏まえ、短期から長期への一貫性のあるアウトカムの設定も検討してはどうか。

これまでも運用面での改善が図られているが、中小・零細な酒類事業者の経営改革の実態の把握とそれに対する評価や輸出先国の公衆衛生施策などへの配慮に関する事業者の取組、日本産酒類が持つ文化的な価値の普及などの観点も踏まえながら、引き続き、事業の改善を検討すべき。

以上がとりまとめコメント案でございます。特段ここは入れてほしいというふうなお話が委員の皆様からおありになるかどうかということでございますけれども、今の案に関して何か修正をする必要がありますでしょうか。皆さんの御意見をまとめた形でございますので、不十分な点は少し感じられるかもしれませんが、この案で、案を取ってとりまとめコメントとさせていただきますのでよろしいでしょうか。

それでは、このとりまとめコメント、案を取らせていただいて、以上、読み上げた文章をとりまとめコメントとさせていただきます。

皆様、御協力ありがとうございました。また事務局、御苦労さまでございました。

以上でございます。

○松田企画調整総括官 梶川委員、ありがとうございました。

ただいまのとりまとめコメントを踏まえまして、国税庁から何か発言等ございましたらお願いします。

○三上酒類業振興・輸出促進室長 まず本日は国民の皆様に対して私どもの取組の一端を御説明させていただく機会をいただきましたことにありがたく思っております。また、委員の皆様には大変貴重な有益な意見を賜りました。さらには、励みになるようなお言葉もいただいているというふうに感じております。心より感謝を申し上げたいと思います。

本日の議論を通じて私どもも改めて課題を認識することができました。委員の皆様からいただきました御意見をしっかりと受け止めまして、まずはとりまとめとして挙げられた

事項につきまして見直し・検討を進めてまいりたいというふうに考えております。その上で、今後に向けまして事業の検証、あるいは見直しについては不断に行っていき、より効果的・効率的な行政が実現できるよう努めてまいりたいと考えてございます。引き続きの御指導を賜れば幸いです。本日は誠にありがとうございました。

○松田企画調整総括官 ただいまの国税庁からの発言も踏まえまして、財務省行政事業レビュー推進チームといたしましても、しっかり対応するようフォローしてまいりたいと考えております。

　続きまして、財務省行政事業レビュー推進チームのEBPM推進責任者であります政策立案総括審議官の湯下より御挨拶申し上げます。

○湯下政策立案総括審議官 本日は国税庁の酒類業振興支援事業につきまして、EBPMの観点から事業の課題や問題点、適切な指標設定の方向性に関する多くの貴重な意見をいただきまして大変ありがとうございます。

　令和5年度より行政事業レビューを組織的なEBPMの実践の場として政策の立案・改善や予算編成プロセスといった意思決定プロセスを活用し、EBPMの基礎を築いていくこととされております。財務省といたしましても、いただいた御意見を踏まえまして、EBPMの手法を用いて政策の目標や課題などの財務省の認識が国民や予算プロセスの関係者等に分かりやすく表せるよう、レビューシートの品質管理に引き続き取り組んでまいりたいと考えております。

　以上でございます。

○松田企画調整総括官 ありがとうございました。

　最後に、大臣官房長の坂本から御挨拶申し上げます。

○坂本官房長 本日はお忙しい中お越しいただきまして、また議論を賜りましたこと、厚く御礼を申し上げます。先生方からこの事業の在り方について貴重な御意見をいただきました。今日いただきました御意見を踏まえまして、改めて事業の改善・見直しに努めさせていただきまして、これから行われます来年度の概算要求に反映させていきたいというふうに考えてございます。

　本日は誠にありがとうございました。

○松田企画調整総括官 ありがとうございました。

　それでは、以上をもちまして財務省行政事業レビュー公開プロセスを閉会いたします。

　皆様には御多忙のところ御出席をいただき、誠にありがとうございました。

午後 3 時30分 閉会