

平成 31 年 3 月

---

# 酒 の し お り

---

国税庁課税部酒税課



# 目 次

○ 酒レポート	1
○ 基本的方向性	17
〔酒 税 収 入〕	
1 国税収入の累年比較	19
2 酒税収入の累年比較	20
付表 我が国における酒税制度等の沿革（概要）	21
〔酒 類 の 品 目〕	
3 酒税法における酒類の分類及び定義	22
4 酒類の製造工程図	
(1) 清酒	23
(2) 連続式蒸留焼酎・原料用アルコール	24
(3) 単式蒸留焼酎	25
(4) 単式蒸留焼酎（泡盛）	26
(5) ビール	27
(6) ワイン	28
(7) ウイスキー	29
〔酒 税 の 税 率〕	
5 酒税率一覧表（平成18年5月1日～）	30
付表1 主要酒類の酒税等負担率表	31
付表2 酒税等の負担率の推移	31
〔製 成 数 量〕	
6 酒類製成数量の推移	32
付表1 酒類製成数量の推移表	34
付表2 特定名称の清酒のタイプ別製成数量の推移表	35
〔課税数量及び課税額〕	
7 酒類課税数量の推移（国税局分及び税関分の合計）	36
付表 酒類課税数量の推移表（国税局分及び税関分の合計）	38
8 酒類課税数量の推移（国税局分）	39
付表1 酒類課税数量の推移表（国税局分）	41
付表2 特定名称の清酒のタイプ別課税数量の推移表（国税局分）	42
付表3 清酒製造業の出荷金額と単価の推移	43

9	酒類課税数量の推移（税関分）	44
付表 1	酒類課税数量の推移表（税関分）	46
付表 2	国内製造品・輸入品別課税数量の推移	47
10	酒税課税額の推移（国税局分及び税関分の合計）	48
付表	酒税課税額の推移表（国税局分及び税関分の合計）	50
11	酒税課税額の推移（国税局分）	51
付表	酒税課税額の推移表（国税局分）	53
〔販売（消費）数量〕		
12	酒類販売（消費）数量の推移	54
付表	酒類販売（消費）数量の推移表	56
13	平成29年度成人1人当たりの酒類販売（消費）数量表（都道府県別）	57
〔免 許 場 数〕		
14	酒類等製造免許場数の推移	58
付表 1	地ビール製造免許場（者）数の推移	59
付表 2	果実酒製造免許場（者）数の推移（特定酒類（果実酒））	59
付表 3	濁酒製造免許場（者）数の推移（特定酒類（その他の醸造酒））	60
付表 4	果実酒製造免許場（者）数の推移（特産酒類（果実酒））	60
付表 5	リキュール製造免許場（者）数の推移（特産酒類（リキュール））	61
15	酒類販売業免許場数の推移	62
〔酒類業者の概況〕		
16	酒類販売業者の概況	63
〔酒 類 の 表 示〕		
17	酒類の表示義務	67
18	清酒の製法品質表示基準	68
19	果実酒等の製法品質表示基準	72
20	酒類における有機の表示基準	74
21	酒類の地理的表示に関する表示基準	76
22	未成年者の飲酒防止に関する表示基準	79
23	酒類の表示の基準における重要基準	81
〔酒類容器のリサイクル〕		
24	酒類容器等の3R（スリーアール）の推進	82
〔未成年者の飲酒防止〕		
25	未成年者の飲酒防止等に関する取組等	84

26	未成年者の飲酒防止等対策及び酒類販売の公正な取引環境の整備に関する施策大綱	87
27	酒類自動販売機の設置状況	91
28	「未成年者飲酒防止への取組」7か条	93
	〔アルコール健康障害対策〕	
29	アルコール健康障害対策基本法の概要	94
	〔酒類販売管理者制度〕	
30	酒類販売管理者制度	96
	〔公正取引の確保〕	
31	酒類の公正な取引に関する基準	98
32	酒類に関する公正な取引のための指針	99
33	酒類の取引状況等実態調査実施状況の公表について	104
34	酒類の公正な取引に関する基準に基づき「指示」をした事例	107
35	「基準」に違反するおそれがあるとして改善を指導した事例等	109
	〔酒類業の活性化・経営革新支援〕	
36	酒類業に対する活性化支援	113
	〔独立行政法人酒類総合研究所〕	
37	独立行政法人酒類総合研究所の概要	114
	〔酒類業組合〕	
38	酒類業組合等構成図表	115
	〔輸出環境の整備〕	
39	最近の日本産酒類の輸出動向について	116
40	各酒類の主な輸出先（平成30年）	117
41	主な輸出先の輸出金額（平成30年）	117
42	最近の清酒の輸出動向について	118
43	清酒の輸出単価の推移	118
44	日本産酒類の輸出促進に向けた国税庁の取組	119
45	フランスにおけるジャポニスム2018関連での取組	120
46	ビジネスマッチングの取組	120
47	海外の日本産酒類専門家育成事業	121
48	駐日外交官等酒蔵ツアー	121
49	ジャパン・ハウスにおけるプロモーション	122
50	G I 日本酒シンポジウム	122

51	酒蔵ツーリズムにおける酒税免税制度	123
52	日EU経済連携協定（EPA）の概要	124
	〔技術支援に関する取組〕	
53	技術支援に関する取組（国税庁）	126
54	技術支援に関する取組（酒類総研）	127
55	日本ワインに関する技術情報交換会	128
	〔放射性物質に対する酒類の安全性確保〕	
56	放射性物質に対する酒類の安全性確保のための施策について	129
	〔そ の 他〕	
57	国税庁の使命	131
58	経済財政運営と改革の基本方針2018（抄）	132
59	未来投資戦略2018（抄）	132
	〔参 考〕	
○	国税局及び酒類指導官設置署等一覧表（平成30年7月10日現在）	133

# 酒レポート 平成31年3月

## はじめに

酒類は、酒税が課される財政上重要な物品であり、安定した税収が見込まれることから、国家財政において重要な役割を果たしています。また、酒類は、「百薬の長」と言われているほか、その国の食文化や地域社会とも関わりの深い伝統性を有した代表的な嗜好品の一つですが、アルコール飲料であるため致酔性、習慣性を有するなど、社会的に配慮を要する物品でもありません。

酒税は、明治以降、地租とともに政府の大きな財源となり、一時は地租を抜き国税収入の中で首位となったこともありました。その後、所得税・法人税等の直接税のウエイトが高まり、平成29年度においては、酒税が国税収入に占める割合は2.1%となっています。酒税は、景気の影響を受けにくく、安定した税収を確保できる税目であり、平成29年度の税収は1.30兆円となっています。

酒税の保全を図る観点から、その確実な徴収と消費者への円滑な転嫁を目的として、酒類の製造及び販売業については免許制度が採用されています。

国税庁は、酒類業の所管官庁として、酒税の保全と酒類業の健全な発達を図るため、人口減少社会の到来、国民の健康や安全性に対する意識の高まり、生活様式の多

様化といった酒類業を取り巻く環境の変化を踏まえつつ、消費者や酒類産業全体を展望した総合的な視点に立った施策を行うとともに、20歳未満の者の飲酒防止や酒類容器のリサイクル等の社会的要請に対する取組も行っています。

酒類の国内出荷数量は平成11年度をピークとして減少してきていますが、近年では、商品の差別化、価値訴求、海外展開等に取り組む事業者も少なくなく、より高付加価値の商品の需要が高まっている中で、地方創生やクールジャパンとして新たな価値を創出しています。また、国際的な評価の高まりから、輸出も拡大しています。

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

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



**Japan.**  
"Kampai"  
to the world.

# 1 酒類業界の状況

## (1) 国内市場の状況

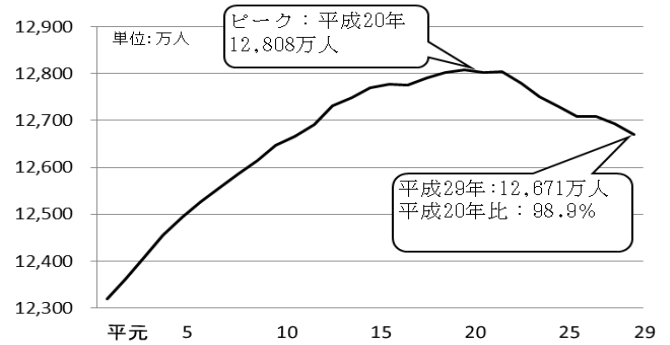
国内の市場環境は、平成20年に1億2,808万人であった人口が減少過程に入っており、その構成においても、成人人口に占める60歳以上の割合が、平成元年度の23.2%から平成29年度には40.9%へ増加するなど、人口減少社会の到来、高齢化が進展しています。【図1、2】

飲酒習慣のある者は、男女ともに30歳代から大幅に増加し、70歳以上では減少する傾向がありますので、人口構成の変化が酒類の消費に与える影響は大きいものと考えられます。【図3】

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

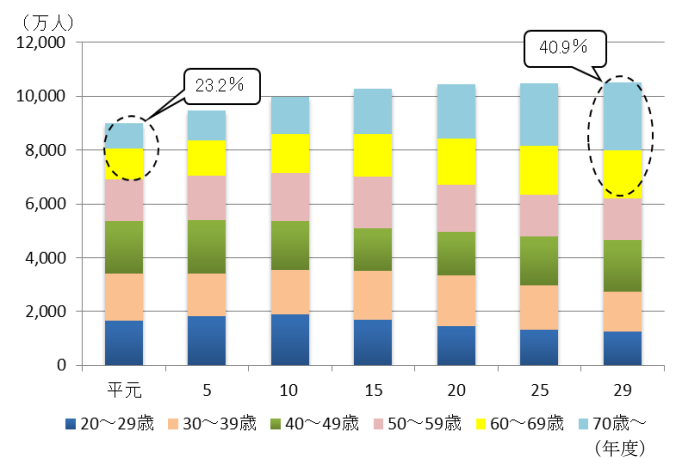
このような環境の変化を背景に、酒類の課税移出数量（国内出荷数量）は平成11年度の1,017万KLをピークとして減少してきています。【図5】

図1 人口の推移



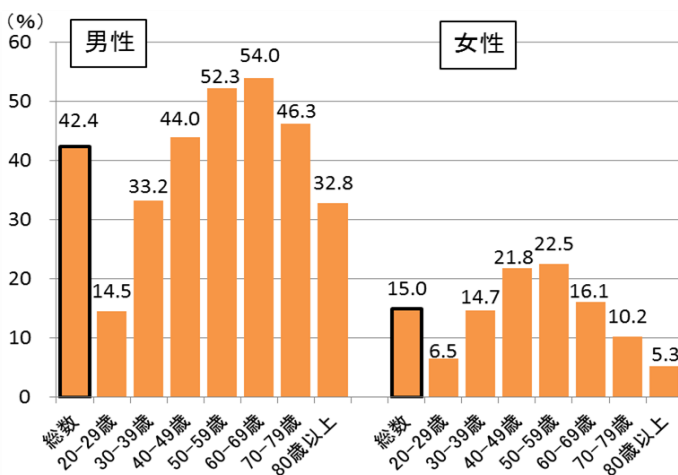
資料：国勢調査結果・人口推計（総務省統計局）

図2 成人人口の推移（年齢層別）



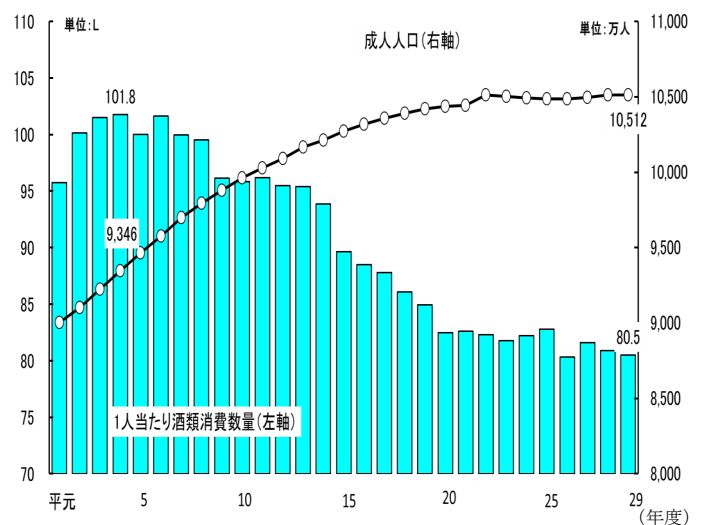
資料：国勢調査結果・人口推計（総務省統計局）

図3 飲酒習慣のある者の割合（姓・年齢階級別）



資料：平成28年国民生活基礎調査（厚生労働省）表15を再編加工（週3日以上飲酒する者を「飲酒習慣あり」とした。）

図4 成人一人当たり酒類消費数量の推移



資料：成人人口は、国勢調査結果・人口推計（総務省統計局）による。

（注）1人当たり酒類消費数量（左軸）に沖縄分は含まない。



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

特にビールの課税移出数量が大きく減少していますが、これはビールからチューハイやビールに類似した低価格の酒類（いわゆる「新ジャンル」）に移行していることが一因と考えられます。他方、近年、クラフトビールの人気が高まっています。【図6】

清酒の課税移出数量は昭和48年度のピーク時（177万KL）から平成29年度には約3分の1の53万KLまで減少しています。【図7】

清酒の課税移出数量は昭和48年度のピーク時（177万KL）から平成29年度には約3分の1の53万KLまで減少しています。【図7】

図5 酒類課税移出数量の推移

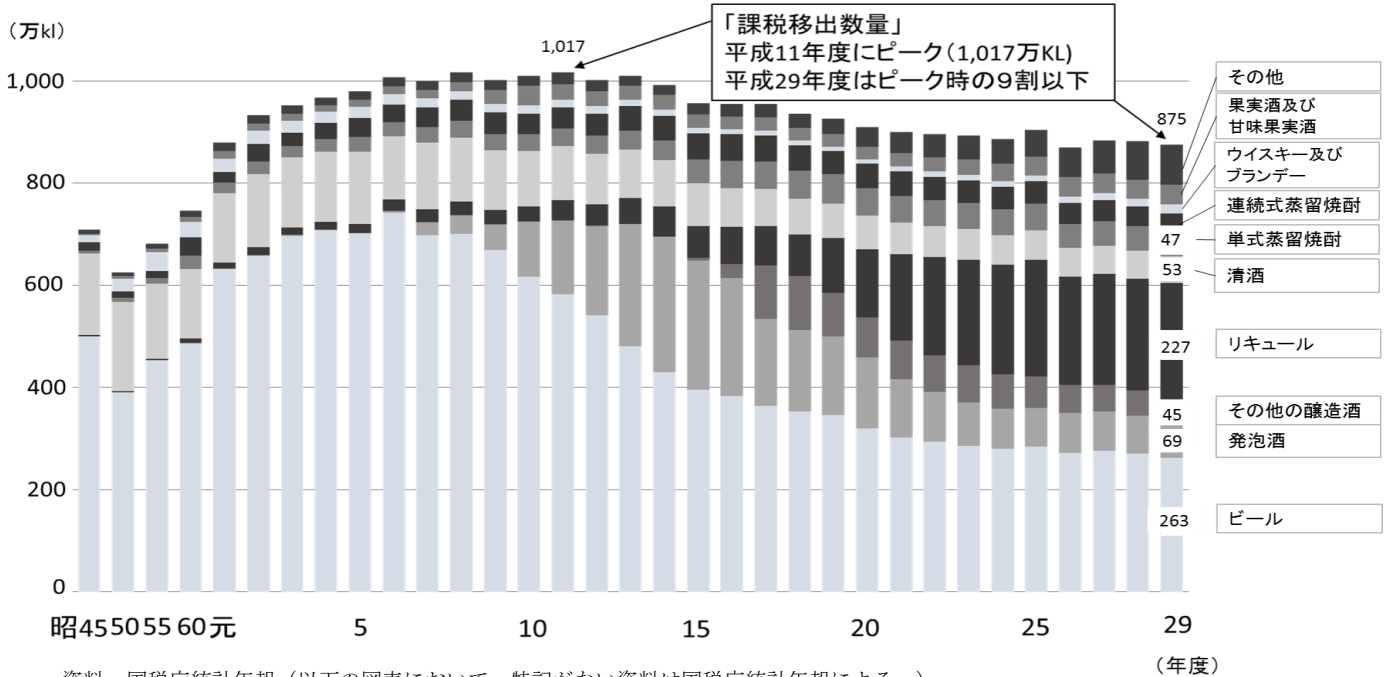


図6 ビール系飲料の課税数量の推移

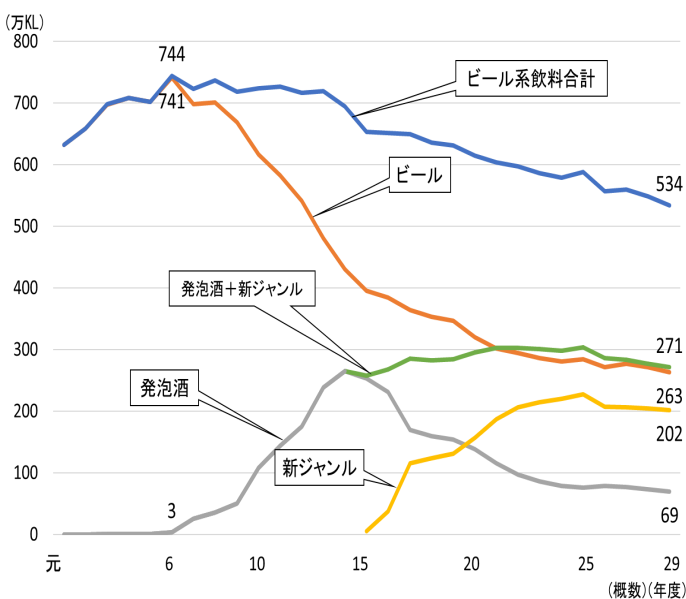


図7 清酒の課税数量の推移

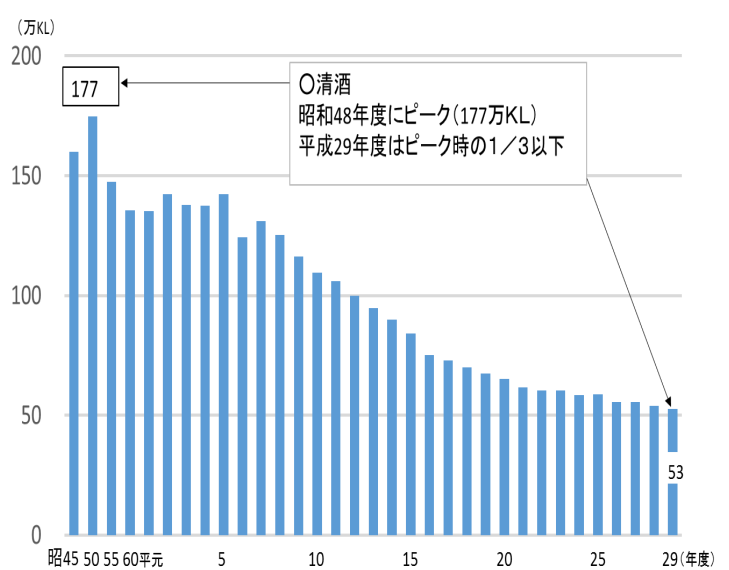


図8 清酒のタイプ別 課税移出数量の推移

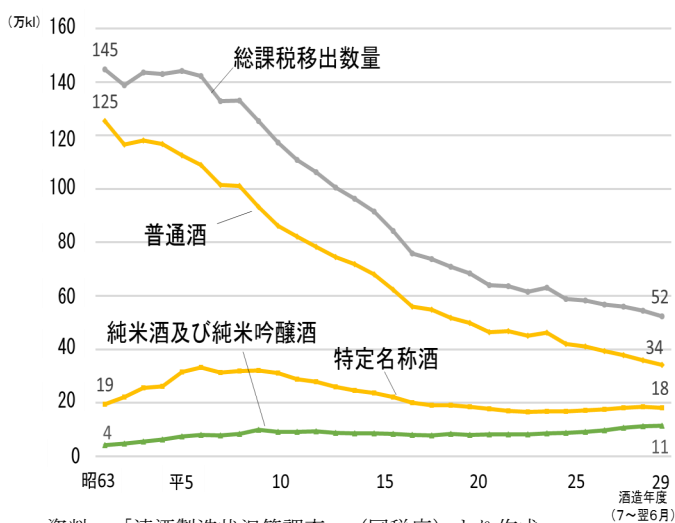
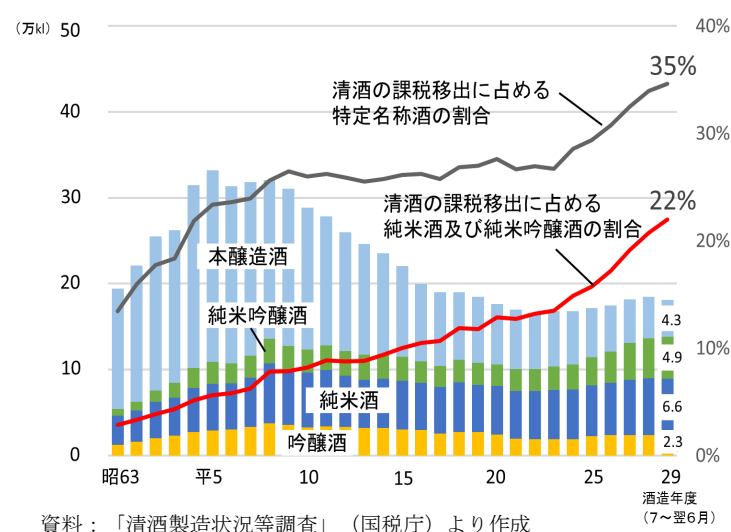


図9 特定名称酒の課税移出数量の推移



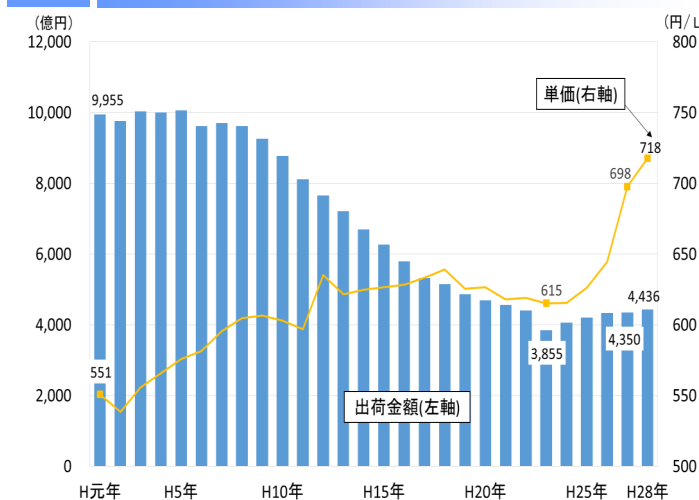
清酒の課税移出数量をタイプ別に区分して見ると、純米酒及び純米吟醸酒の課税移出数量は伸びており、清酒全体に占める割合も増加しています。【図8、9】

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

### 【図10】

酒類業界の大半は中小企業ですが、商品の差別化、価値訴求、海外展開等に取り組み、成長している事業者も少なくありません。最近では、異業種やスタートアップ、更には海外からの参入の動きも見られます。

図10 清酒製造業の出荷金額と単価の推移



が最も多く約222億円（対前年比119.0%）、次いでウイスキーが約150億円（対前年比109.8%）、ビールが約129億円（対前年比100.0%）となりました。

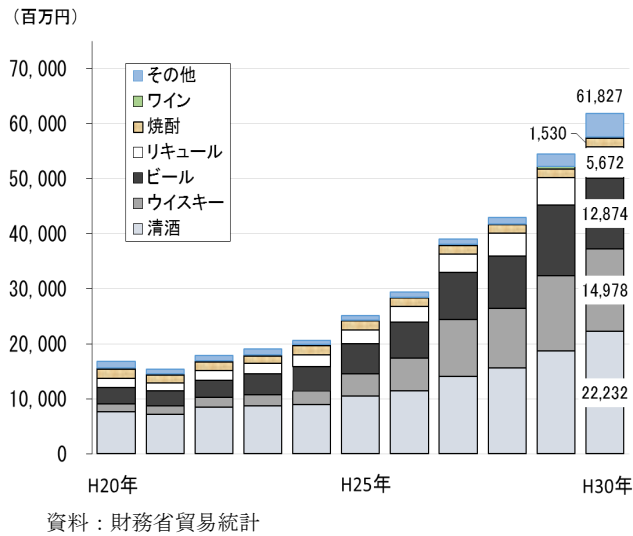
また、輸出金額が上位の国（地域）を見ると、アメリカ合衆国が最も多く約131億円（対前年比109.1%）、次いで大韓民国が約111億円（対前年比102.9%）、中華人民共和国が約65億円（対前年比149.3%）となり、上位10か国はいずれも対前年比で増加している結果となりました。【図11】

## (2) 日本産酒類の輸出の状況

日本産酒類は、近年、国際的なコンクールで受賞するなど、世界的な評価が高まっています。また、世界の食市場は今後も拡大が見込まれます。

このような中、日本産酒類の輸出金額は、平成30年は約618億円（対前年比113.4%）となり、7年連続で過去最高を記録しました。平成30年の輸出金額を品目別にみると、清酒

## 図11 最近の日本産酒類の輸出動向



○品目別輸出金額  
(単位:百万円)

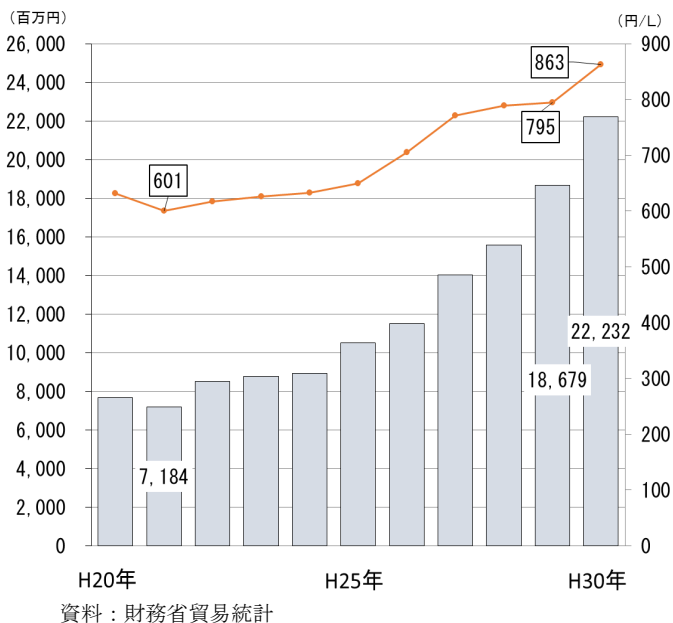
品目	H30	対前年比
清酒	22,232	119.0%
ウイスキー	14,978	109.8%
ビール	12,874	100.0%
リキュール	5,672	113.9%
焼酎	1,530	99.5%
ワイン	281	55.3%
その他	4,262	186.2%
輸出金額合計	61,827	113.4%

○輸出金額上位10か国(地域)  
(単位:百万円)

品目	H30	対前年比
アメリカ合衆国	13,110	109.1%
大韓民国	11,066	102.9%
中華人民共和国	6,541	149.3%
台湾	5,910	111.3%
香港	5,821	121.4%
フランス	3,333	103.3%
シンガポール	3,148	113.7%
オランダ	2,479	105.6%
オーストラリア	2,407	126.7%
ベトナム	1,830	210.8%
(参考)EU	7,600	95.4%

資料：財務省貿易統計

## 図12 最近の清酒の輸出動向



○輸出金額上位10か国(地域)  
(単位:百万円)

国名	H30	対前年比
アメリカ合衆国	6,313	104.5%
香港	3,774	134.8%
中華人民共和国	3,587	134.8%
大韓民国	2,212	118.7%
台湾	1,351	142.4%
シンガポール	837	121.1%
カナダ	529	108.7%
オーストラリア	446	112.6%
ベトナム	440	164.8%
英国	324	93.1%
(参考)EU	1,334	101.8%

○輸出単価H30上位10か国(地域)  
(輸出金額上位20か国のうち)

国名	単価(単位:円/L)
マカオ	3,959
香港	1,800
シンガポール	1,372
インドネシア	1,301
英国	1,087
アメリカ合衆国	1,061
フランス	1,006
ベトナム	953
オーストラリア	889
中華人民共和国	865
(参考)EU	737

資料：財務省貿易統計

清酒の輸出金額は、平成30年は約222億円(対前年比119.0%)となり、9年連続で過去最高を記録しました。清酒の輸出金額が上位の国(地域)を見ると、アメリカ合衆国が最も多く約63億円(対前年比104.5%)、次いで香港が約38億円(対前年比134.8%)、中華人民共和国が約36億円(対前年比134.8%)となりました。輸出単価も上昇しており、マカオ、香港、シンガポール等が上位となっています。他方、欧州市場の開拓は今後の課題です。【図12】

(参考) 海外の市場環境について

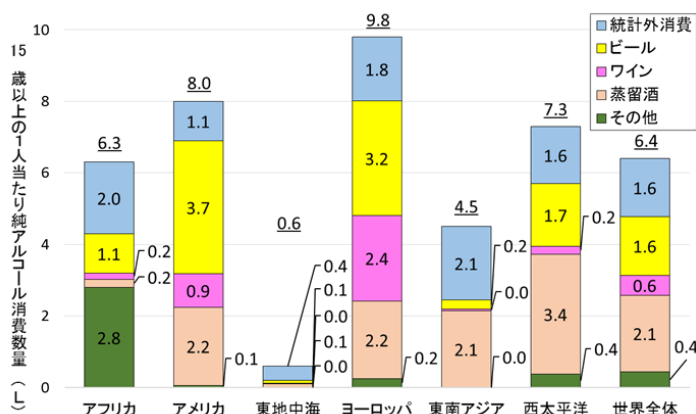
WHOが2018年に発表した世界の地域区分別アルコール消費動向に係る調査報告によると、2016年の15歳以上1人当たりの純アルコール消費数量について、東地中海地域の0.6Lからヨーロッパ地域の9.8Lまで大きくばらつきがあり、かつ各地域で飲まれている品目についても違いがあることが分かります。

【図13】

また、各地域の飲酒人口の割合について、男女の差を見ると、どの地域でも女性より男

図13

世界の地域区分別アルコール消費動向（2016年）



資料：世界保健機構（WHO）「Global status report on alcohol and health 2018」

（注）統計外消費とは、自家醸造や非飲用アルコール等政府が関知していない消費量の推計値である。

表1

世界の地域区分別男女別飲酒人口の割合（2016年）

地域区分	飲酒者の割合		
	男性(%)	女性(%)	男性/女性
アフリカ地域	43.6	21.0	2.1
アメリカ地域	66.8	41.9	1.6
東地中海地域	4.6	1.2	3.8
ヨーロッパ地域	69.2	51.4	1.3
東南アジア地域	44.5	21.3	2.1
西太平洋地域	66.5	40.7	1.6
世界全体	53.6	32.3	1.7

資料：世界保健機構（WHO）「Global status report on alcohol and health 2018」

（注）15歳以上を対象として算定している。

性の飲酒者の割合が多くなっています。しかし、男女の比を見ると、ヨーロッパ地域の1.3倍から東地中海地域の3.8倍と、地域によって違いがあることが分かります。

【表1】

### (3) 酒類業免許の状況等

酒類を製造するには酒類製造免許を酒類の品目や製造する場所ごとに取得する必要があります。平成29年度末の酒類製造免許場数（各酒類を通じたもの）は3.3千場となっています。

酒類製造免許場数は、長期的には減少傾向でしたが、近年、果実酒（特に日本ワイン）の人気の高まり等から免許場数は増加傾向にあります。【図14】

品目別に平成19年度末と比べると、清酒製造免許場数とビール製造免許場数が減少している一方、果実酒製造免許場数とその他の品目の製造免許場数が増加しています。

その他の品目の製造免許場数が大きく増加している要因としては、構造改革特別区域法による最低製造数量基準の特例を受けたその他の醸造酒（いわゆる「どぶろく」）やリ

キュール（特産品を原料としたもの）の酒類製造場が増加していることが挙げられます。

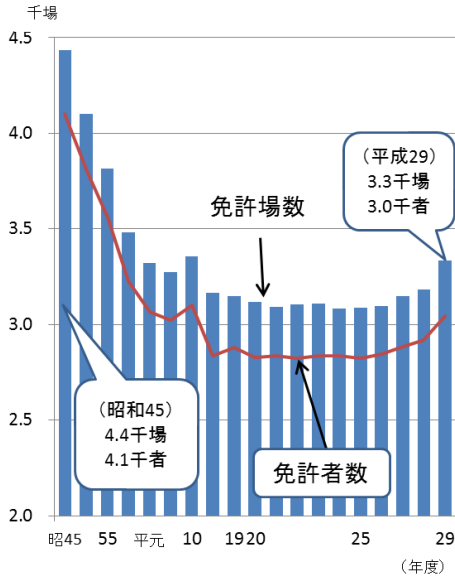
【図17】

次に、酒類の販売業の状況について見ます。酒類の販売業を行うには酒類販売業免許を販売場ごとに取得する必要があります。酒類販売業免許は、酒類卸売業免許と酒類小売業免許に区分しており、平成29年度末の酒類卸売業免許場数（全酒類）は5.2千場、酒類小売業免許場数（全酒類）は172.3千場となっています。【図15、16】

また、需給調整要件の段階的な緩和の結果、酒類小売業免許場数（全酒類）は、平成19年度までは増加していましたが、近年は減少傾向にあります。

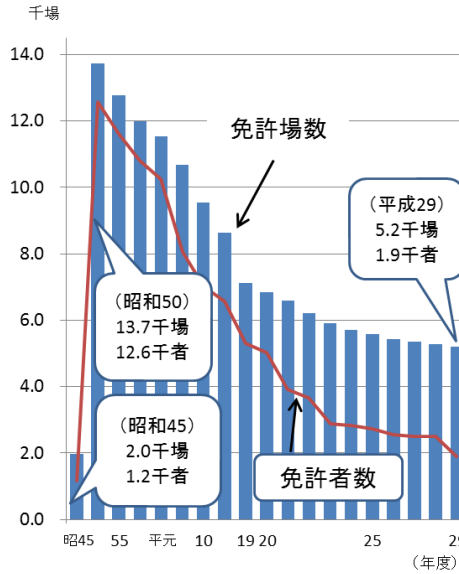
なお、この需給調整要件の緩和により、スーパーマーケットやコンビニエンスストア等の酒類小売業への参入が進んだ結果、一般酒類小売業免許場の業態別構成比ではこれらの業態の比率が増加する一方で、一般酒類小売業の比率が大きく減少するなど、酒類小売業界の構造は大きく変化しています。【図18】

図14 酒類製造業者数等の推移



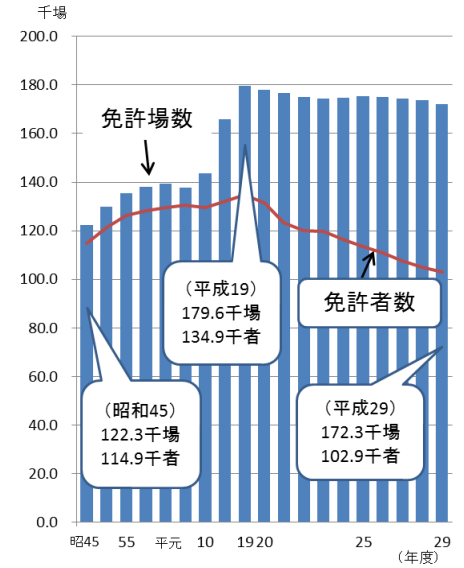
(注) 各酒類を通じたものを掲げた。

図15 酒類卸売業者数等の推移



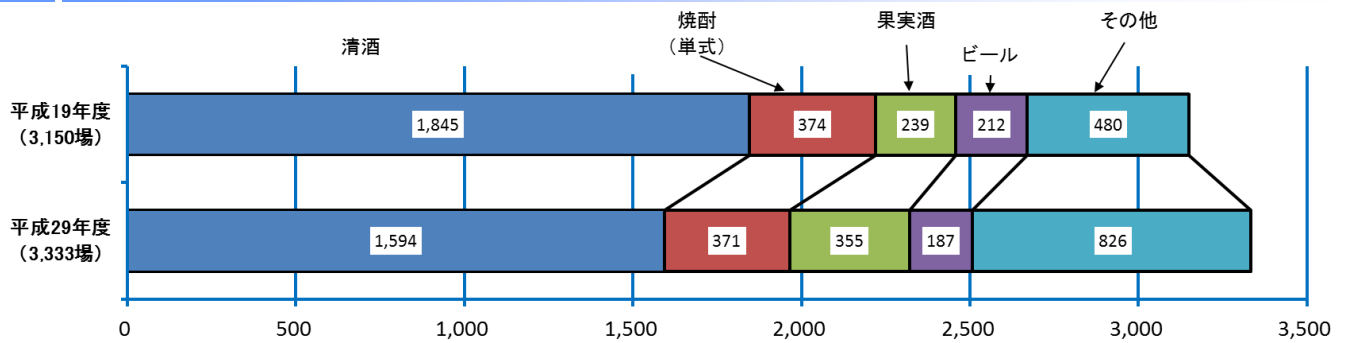
(注) 販売できる酒類の範囲が全酒類のものを掲げた。

図16 酒類小売業者数等の推移



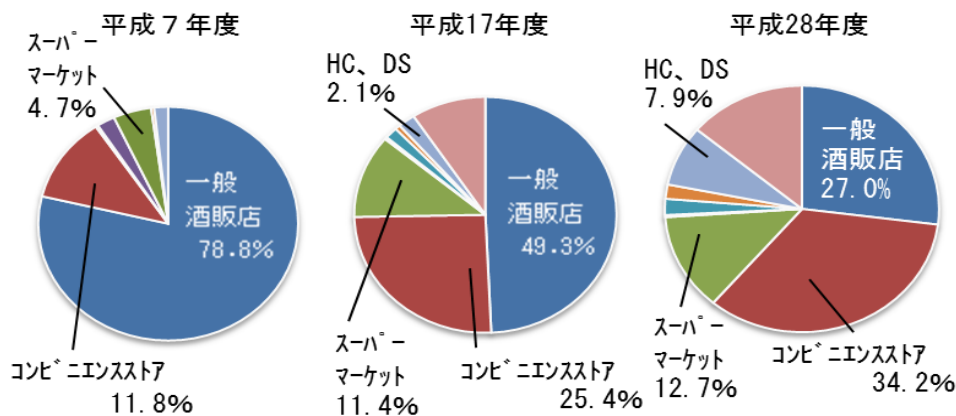
(注) 販売できる酒類の範囲が全酒類のものを掲げた。

図17 酒類製造業の現状



(注) 複数の品目を製造している製造場は、製造数量が最も多い酒類の品目で計上している。

図18 酒類小売業免許場の業態別構成比



資料：平成7年度及び17年度は酒類小売業者経営実態調査による。平成28年度は酒類小売業者の概況による。

(注) HC (ホームセンター)、DS (ドラッグストア)

#### (4) 酒税の課税状況

日本の租税収入における酒税収入割合は、明治35年度にはおよそ3割強を占めており、日本が近代国家として発展する過程において重要な役割を果たしていました。

戦後においても、長らく租税収入の1割超を担っていましたが、経済発展により法人税や所得税の収入が増加したためその割合は低下しているものの、平成29年度の税収は1.30兆円となっており、安定した租税収入として引き続き重要な役割を果たしています。

【図19】

近年の酒類の課税額の推移を見ると、平成6年度の2.12兆円をピークに、平成29年度には1.30兆円まで減少しています。【図20】

次に、平成29年度における酒税収入の内訳を見ると、4割超がビール（約5,768億円）であり、発泡酒（約937億円）、チューハイや新ジャンル飲料が大部分を占めるリキュール（約1,866億円）を合わせると、これら低アルコール飲料でおよそ3分の2を占めます。【図21】

図19 酒税収入と国税における酒税収入割合の推移

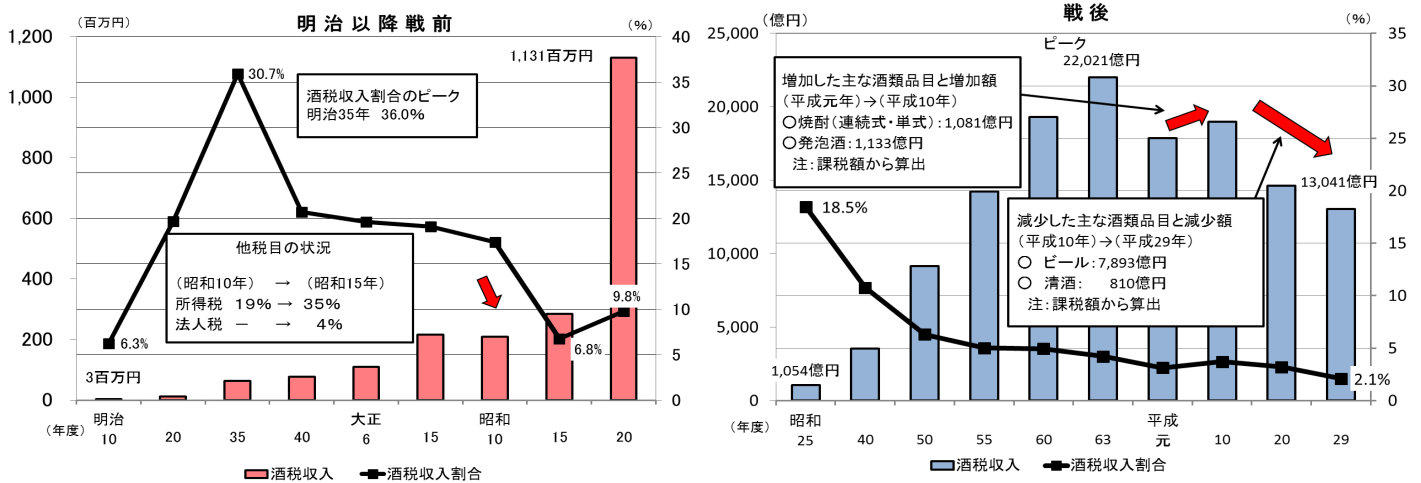
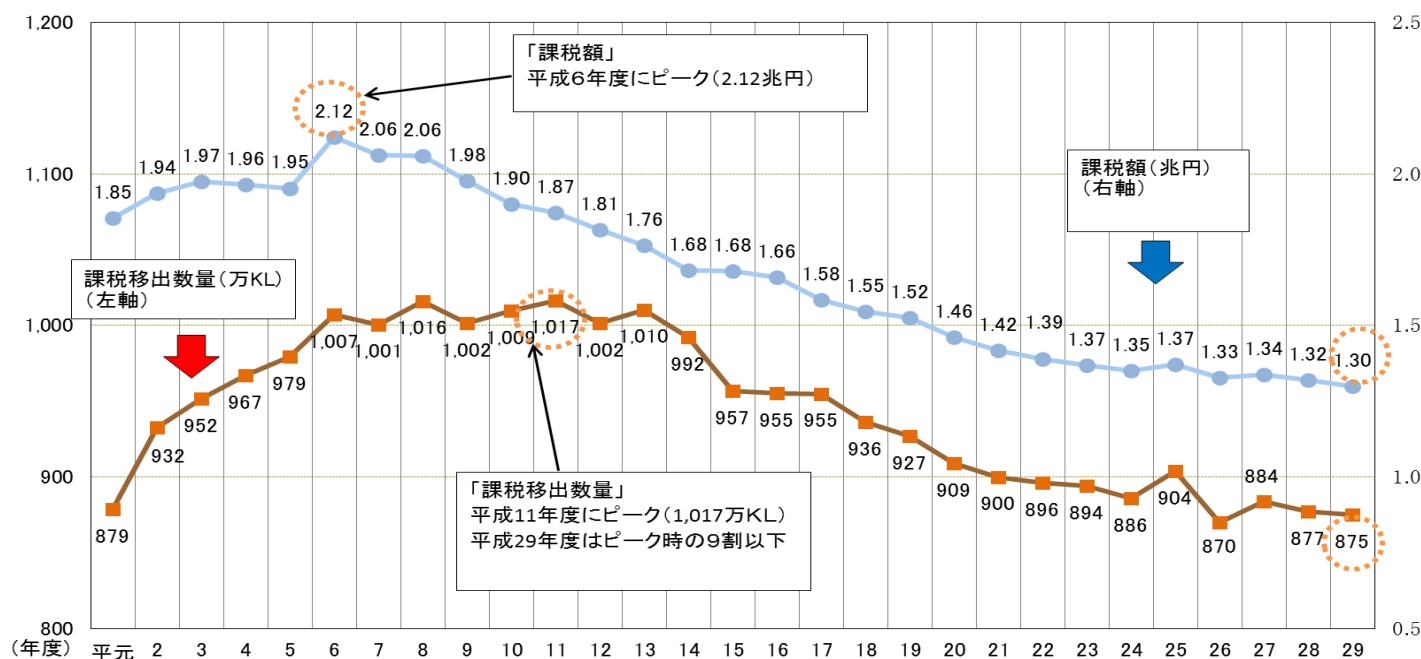
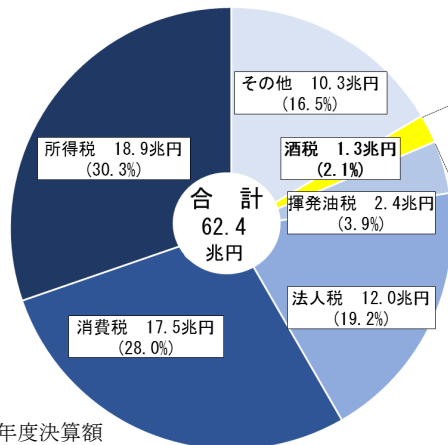


図20 酒類課税数量と課税額の推移



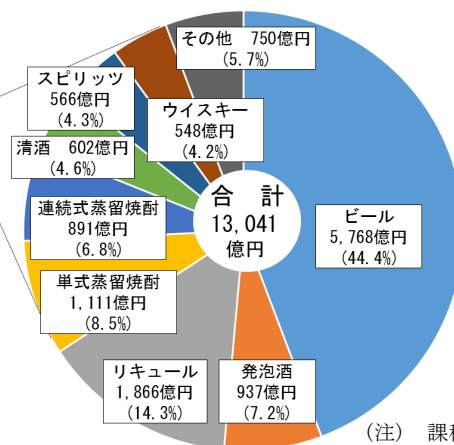
## 図21 酒税収入の状況

○ 国税収入の内訳



(注) 平成29年度決算額

○ 酒税収入の内訳



(注) 課税事績の計数を集計

## 2 酒類業界の主な課題

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

### (1) 商品の差別化・高付加価値化

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

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

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

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

価格競争が過度にわたる場合、事業者の体

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

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

### (2) 海外需要の開拓

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

引き続き、日本産酒類の国際的な認知度や理解の向上を図るとともに、非日本食市場への展開、現地輸入・流通業者等の開拓、海外の事業者・消費者に分かりやすい表示や提案に努めることが、海外需要の開拓のために求められています。

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

### (3) 技術の活用と人材等の確保等

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

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

また、原料の円滑な確保にも留意する必要があります。

#### (4) 公正取引の確保

酒類の取引については、「酒類の公正な取引に関する基準」や「酒類に関する公正な取引のための指針」の遵守を通じた公正取引の確保に、引き続き自主的に取り組む必要があります。

また、適正な販売管理の確保も重要です。

### 3 国税庁の取組

このような酒類業界の状況や課題等を踏まえ、国税庁においては、酒税の適正・公平な課税の実現はもとより、酒類業の健全な発達に向けて、酒類業の事業所管官庁として、積極的に役割を果たしていきます。

#### (1) 酒税の適正・公平な課税

酒税の調査及び指導事務については、記帳義務、申告義務等の酒税法令に規定する秩序の維持を図り、適正・公平な課税の実現を図ることを目的として、効果的・効率的な実施に努めるほか、無免許による酒類の製造や販売など酒税法に違反する行為が認められる場合には、国税通則法第11章の規定に基づき犯則調査を実施し、厳正かつ適切な処理に努めています。

#### (2) 酒類行政の基本的方向性と具体的取組

酒税の保全と酒類業の健全な発達を図るため、関係省庁・機関等と連携・協調しつつ、消費者や酒類産業全体を展望した総合的な視点から、適切な法執行の確保と酒類業の振興の強化に取り組んでいきます。

#### ① 適切な法執行

##### (イ) 免許事務

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

また、長期間休造又は休業中の酒類製造場や酒類販売場については、的確な実態把握等に努め、免許の取消処分を行うなど、適切に対処しています。

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

##### (ロ) 適正な表示の確保

酒類の容器及び包装には、酒税の保全の観点から、当該酒類の品目等の所定の事項の表示義務が課されています。また、国税庁において、酒類の円滑な取引や消費者利益に資する観点から、法令に基づき、酒類の製法、品質等の表示基準を告示として定めています。

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

##### (ハ) 酒類の公正な取引環境の整備

酒類業の健全な発達のためには公正な取引環境の整備が重要であることから、平成18年8月に制定・公表した「酒類に関する公正な取引のための指針」や、平成29年3月に制定・公表した「酒類の公正な取引に関する基準」を酒類業者へ周知・啓発し、公正取引の確保に向けた酒類業者の自主的な取組を推進するとともに、酒類の取引状況等実態調査を実施しています。同調査において、上記基準に則していない取引等が認められた場合には、同基準に基づく指示等を行っています。

また、酒類業者に公正な取引の確保に向け



た自主的な取組を促す観点から、毎年、同調査の結果概要とともに、指示事例や改善を指導した事例等を公表しています。

引き続き、上記基準等の周知徹底、深度ある取引状況等実態調査の実施に努め、問題ある酒類業者には厳正に対処していきます。

## (二) 社会的要請への対応

### ○アルコール健康障害対策

平成26年6月に「アルコール健康障害対策基本法」が施行されるなど、20歳未満の者の飲酒防止や適正飲酒に関する社会的要請は強まっています。

政府においても、同法に基づき、「不適切な飲酒の誘引の防止」等を盛り込んだ「アルコール健康障害対策推進基本計画」を閣議決定（平成28年5月）し、関係する省庁や関係団体等が一体となって、同計画に掲げられた施策に取り組んでいます。

国税庁では、酒類小売業者に対して、酒類の陳列場所における表示義務の遵守や20歳未満の者への酒類販売の禁止の周知を徹底しているところです。

また、平成29年6月からは、酒類の適正な販売管理の確保のため、販売場ごとに選任される酒類販売管理者に係る酒類販売管理研修の受講が義務化されました。

研修機会の増加に併せ、不適切な飲酒誘引の防止等に関する研修内容の充実を図るなど、引き続き社会的要請に応えるための取組を推進しています。

### ○資源リサイクルの推進

食料品業界の一員として、酒類容器のリサイクルや食品廃棄物の発生抑制等を通じた循環型社会の構築の観点から、酒類業団体等を通じて酒類容器のリサイクル等への取組が一層推進されるよう周知・啓発を行っています。

## ② 酒類業の振興

酒類業は歴史的・文化的に重要な地場産業を形成してきたほか、近年では、地方創生やクールジャパンとして新たな価値を創出しており、その発展は地域経済や日本経済の活性化等に寄与するものです。

こうした観点から、国税庁においては、事業所管官庁として、引き続き、酒類業界の課題やニーズ等の把握に努めるとともに、関係省庁・機関等と連携・協調しつつ、酒類業の振興のための取組を強化していきます。

酒類業の振興に当たっては、官民の適切な役割分担の下、事業者や業界団体等が創意工夫を発揮して意欲的な取組が行われるよう、国税庁はサポートや環境整備に取り組みます。

制度改善や外国政府との交渉等、民間では対応できない課題については、行政として適切に対応を図ります。

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

主な具体的取組としては以下の通りです。

## (イ) 海外需要の開拓

### ○国際的な情報発信

日本産酒類の輸出促進のため、国際的行事等におけるプロモーション、海外の酒類専門家の酒蔵等への招聘等により、日本産酒類に対する国際的な認知度や理解の向上に取り組んでいます。

平成30年はフランスにおけるジャポニスム2018の一環として各種イベントを実施したほか、平成31年2月にはロンドンのジャパン・ハウスでもイベントを実施しました。

【参考1】

## 参考1 情報発信の具体的取組の例

### フランスで開催されたジャポニスムにおけるプロモーション

#### ・ジャポニスム2018公式オープニング

平成30年7月、パリで開催された「ジャポニスム2018公式オープニングイベント」において、日本産酒類プロモーションブースを設置し、招待客である政財界の要人やメディア関係者等の情報発信力の高い層に対し、日本産酒類の魅力を発信しました。

#### ・日本ワインセミナー

平成30年10月、ボルドーのワイン専門の博物館「La Cité du Vin」において、日本ワインを題材としたセミナー、パネルディスカッション及び試飲会を実施し、日本ワインについて情報発信を行いました。

#### ・日本産GI産品プロモーション（農水省共催）

平成30年12月、パリの星付きレストランのオーナーシェフ等を対象とし、日本産GI産品のレストランでの取り扱い拡大の検討の契機とするため、「Tastes of JAPAN Forum in Paris」を実施しました。セミナーや試食・試飲会を通じて、日本産の地理的表示（GI）酒類と日本産GI食品とのペアリング等について情報発信を行いました。

### ジャパン・ハウスにおけるプロモーション

平成31年2月、JFOOD0がロンドンで実施した「SAKE WEEK」事業と連携し、ジャパン・ハウス・ロンドンにおいて、消費者向け及びビジネス向けのセミナーや試飲・ペアリング体験を実施しました。特にJFOOD0が設定している「キーディッシュ」と日本酒のペアリングを訴求しました。

### 海外の日本産酒類専門家育成事業

平成31年1月、海外の酒類専門家の日本産酒類に係る知識の向上を通じた情報発信の強化等を図るため、海外市場で影響力や情報発信力のある酒類専門家9名を米国、中国、シンガポール等7か国から招聘し、酒蔵の視察や酒類総合研究所によるレクチャーを実施しました。

### 駐日外交官等酒蔵ツアー

平成31年2月、駐日外交官等を対象として、日本酒への理解を深め、自国等で日本酒の魅力を発信してもらうこと等を目的とした酒蔵ツアーを実施しました。

米国、韓国、中国等、10か国から17名の駐日外交官等が参加しました。

## 参考2 ビジネスマッチングの具体的取組の例

### Imbibe Live 2018

平成30年7月に開催された英国最大級の酒類見本市「Imbibe Live 2018」に日本産酒類プロモーションブースを設置しました。日本産酒類の製造者等20者の出展を支援し、インポーター等と商談を実施しました。

### ProWein2019

平成31年3月にドイツで開催された世界最大の酒類見本市「ProWein2019」への日本酒造組合中央会の出展を支援しました。日本酒及び本格焼酎の製造者36者がインポーター等と商談を行いました。また、国税庁としても、中央会の出展と連動してプレス、バイヤー向けのセミナー・商談会を実施しました。

### ○ビジネスマッチングの支援

酒類業者等に対し、海外の輸入・流通業者とのビジネスマッチングの機会を提供するため、海外の酒類見本市への出展支援やバイヤー招聘等に取り組みます。

これまでに英国の「Imbibe Live」やドイツの「ProWein」といった大規模見本市への出展を支援しました。【参考2】

### ○酒蔵ツーリズムの推進

酒類製造者が自ら製造した酒類を訪日外国人旅行者等に販売した場合に消費税に加えて酒税が免税となる「酒蔵ツーリズム免税制度」が平成29年10月から施行されました。平成30年10月現在で145の酒類の製造場が免税販売の許可を取得していますが、引き続き活用促進に努めます。

### ○政府全体の取組（JETRO、JFOOD0等）の周知と活用促進

JETROによる各種支援策、新輸出大国コンソーシアム、農林水産物・食品輸出プロジェクト（GFP）、日本食品海外プロモーションセンター（JFOOD0）等、政府全体の取組について、事業者や業界団体に情報を提供し、活用促進を図ります。

### ○関税や輸入規制の撤廃等の国際交渉

EPA等の国際交渉において、関税や輸入規制等の撤廃、地理的表示（GI）の保護等を求めています。

平成31年2月に発効した日EU・EPAでは、EUに対する日本産酒類の輸出について、①全ての酒類の関税即時撤廃、②「日本ワイン」の輸入規制の緩和、③単式蒸留焼酎の容器容量規制の緩和、④EU域内における

## 参考3 | 日EU・EPAの概要

### 清酒・焼酎

#### 関税

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

#### 地理的表示（GI）

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

#### 非関税措置

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

### ワイン

#### 関税

EU側、日本側ともに即時撤廃

#### 地理的表示（GI）

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

#### 非関税措置

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

酒類の地理的表示の保護を実現しました。

【参考3】

#### (ロ) ブランド化の推進

○地理的表示（G I）の普及拡大

地理的表示（G I）制度は、酒類や農産品について、ある特定の産地ならではの特性（品質、社会的評価等）が確立されている場合に、当該産地内で生産され、一定の生産基準を満たした商品だけが、その産地名（地域ブランド名）を独占的に名乗ることができる制度です。

国税庁では、国内外における酒類のブランド価値向上等の観点から、地理的表示の指定や普及拡大に取り組んでいます。地理的表示の要望や運営に当たっては、手続面・技術面で支援しています。

これまでに10の地理的表示を指定するとともに、消費者等の認知度の向上に向けたシンポジウム等を開催しています。【表2】

○ワインの表示ルールの実行

従来、国内では、国産ぶどうのみを原料とした「日本ワイン」のほか、輸入濃縮果汁や輸入ワインを原料としたワインなど様々なワインが流通しており、消費者にとって「日本ワイン」とそれ以外のワインとの違いが分かりにくいという問題がありました。

こうした状況を踏まえ、国税庁において、日本ワインの定義等を定めた「果実酒等の製法品質表示基準」（ワインの表示ルール）を策定し、平成30年10月から施行されています。【参考4】

また、日本ワインの消費者向けシンポジウムや業界団体や研究機関等を集めた情報交流会等も開催しています。

こうした表示ルールの定着により、日本ワインのブランド価値の向上等を図ります。

#### (ハ) 技術支援

○醸造技術等の普及の推進

各国税局には、技術部門として鑑定官室を設置しており、酒類製造者への指導や相談対応、鑑評会や研究会等の開催、酒造組合等の講習会や審査会等への職員派遣等を通じ、酒類総合研究所の研究成果をはじめ、先端技術等の普及を推進しています。

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

表2 地理的表示（G I）の指定状況

名称	産品	指定日
壱岐	麦焼酎	平成7年6月30日
球磨	米焼酎	平成7年6月30日
琉球	泡盛	平成7年6月30日
薩摩	芋焼酎	平成17年12月22日
白山	清酒	平成17年12月22日
山梨	ぶどう酒	平成25年7月16日
日本酒	清酒	平成27年12月25日
山形	清酒	平成28年12月16日
灘五郷	清酒	平成30年6月28日
北海道	ぶどう酒	平成30年6月28日

#### 参考4 ワインの表示ルールの概要

- 国産ぶどうのみを原料とし、日本国内で製造された果実酒のみが「日本ワイン」と表示できます。
- また、「日本ワイン」のみが①地名、②ぶどうの品種名、③ぶどうの収穫年を表示することができます。  
(注) 例えば、ワインの産地名として地名を表示する場合、その地名が示す範囲にぶどうの収穫地（85%以上使用）と醸造地があること等、それぞれの表示ができる場合の要件があります。
- 海外原料を使用したワインは、表ラベルに「濃縮果汁使用」「輸入ワイン使用」等の表示が義務付けられました。また、地名やぶどうの品種名・収穫年を表示することはできません。

### ○酒類の品質及び安全性に関する支援

酒類の生産から消費までの全ての段階における酒類の安全性の確保と品質水準の向上を図ることを目的として、酒類の製造工程の改善等に関する技術指導を行っています。

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

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

### ○酒類総合研究所の取組

鑑定官室では対応できない高度な分析・鑑定及びその理論的裏付けとなる研究・調査等については、独立行政法人酒類総合研究所で行っています。

## 参考5 酒類総合研究所の技術支援に関する主な取組

### 研究・開発（代表的なもの）

#### ○地域ブランドの確立に資する研究

「次世代酒米コンソーシアム」「日本ワインの競争力強化コンソーシアム」に参加し、新規酒米の醸造特性の解析や日本のぶどうに適した醸造技術の実証試験を実施中です。

#### ○輸出に適した酒類の研究

民間企業との共同研究により、清酒を長期間保存したときに生じる劣化臭である「老香（ひねか）」が発生しにくい酵母の育種に成功しました。

#### ○少量飲酒の健康への影響（J-カーブ効果）の検証

適量飲酒による、心臓病等の一部の疾患に対する予防的作用（J-カーブ効果）について、ビール酒造組合と共同研究を実施しました。

### 醸造技術者の育成（酒類製造講習）

意欲のある醸造技術者を育成するため、酒類の製造等に関する高度な技能や経営に係る実践的な知識等の習得を目指した人材育成の観点とともに、業界ニーズを踏まえつつ、各業界団体との共催で、酒類総合研究所の最新の成果を取り入れた酒類醸造講習を実施しています。

### 輸出酒類に係る分析

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

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

### 酒類に関する正しい知識・魅力の普及

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

また、広報誌「エヌリブ」や情報誌「お酒のはなし」等各種広報資料を発行しています（英語版も順次発行）。

具体的には、各種研究開発、鑑評会、酒類製造技術講習等の実施、日本産酒類の特性及び魅力の発信といった取組を実施しています。【参考5】

## (二) 中小企業対策

中小企業が大半を占める酒類業界が社会経済情勢の変化に適切に対応できるよう、日本酒造組合中央会の近代化事業をはじめ、業界団体の各種の取組を支援しているほか、中小企業診断士等の専門家を講師とした研修の開催、中小企業等経営強化法に定める経営力向上計画の作成支援等を行っています。

また、関係省庁・機関や地方自治体等と連携しつつ、政府の中小企業向け施策（相談窓口、補助金、税制、融資等）について、事業者や業界団体に情報を提供し、活用の促進に取り組んでいます。

## (ホ) 沖縄振興

「琉球泡盛の海外輸出プロジェクト」を踏まえ、内閣府等の関係省庁等と連携し、沖縄県産酒類の振興に取り組んでいます。

海外のプロモーション・イベントにおける泡盛の情報発信、海外の酒類見本市への泡盛事業者の出展支援を行っているほか、関係省庁の取組には、醸造技術の専門家として沖縄国税事務所の鑑定官が協力しています。

また、泡盛のフレーバーホイールを開発したほか、泡盛仕次古酒・秘蔵酒コンクールを開催しています。

泡盛の輸出促進に向け、関係省庁等と連携しつつ、国際的な情報発信等に一層取り組んでいくこととしています。

# 酒類行政の基本的方向性

## 1. 国税庁の任務

- ①内国税の適正かつ公平な賦課及び徴収の実現 ②酒類業の健全な発達 ③税理士業務の適正な運営の確保

## 2. 酒類業界の概況

- 酒類の国内市場は量的に飽和し、全体としては縮小傾向
- 価格競争が過度にわたる場合、事業者の体力を弱める
- 近年、低アルコール飲料のほか、純米酒、ウイスキー、ワイン、クラフトビール等も拡大
- 日本産酒類の海外での評価が高まり、輸出が増加。世界の食市場は今後も拡大見込み
- 差別化や海外展開等で成長している事業者も少なくない
- 異業種やスタートアップ、更には海外からの参入の動きも見られる

## 3. 酒類業界の主な課題

### (1)商品の差別化・高付加価値化

- ・ 消費者にとって分かりやすい価値訴求
- ・ 商品のブランド化（個社、地域、JAPAN）
- ・ 農商工連携、異業種連携
- ・ 従来の枠にとらわれない新たな価値機軸の展開・訴求

### (2)海外需要の開拓 (インバウンド含む)

- ・ 国際的な認知度や理解の向上
- ・ 非日本食市場への展開
- ・ 現地輸入・流通業者等の開拓
- ・ 海外の事業者・消費者に分かりやすい表示・提案
- ・ 富裕層向け

### (3)技術の活用と人材等の確保

- ・ 伝統技術の継承・発展
- ・ デジタルツールの活用
- ・ 事業承継
- ・ 女性の一層の活躍
- ・ 原料の確保

### (4)公正取引の確保

- ・ 「酒類の公正な取引に関する基準」や「酒類に関する公正な取引のための指針」の遵守を通じた公正取引の確保
- ・ 適正な販売管理の確保

## 4. 酒類行政の基本的方向性

酒類業の事業所管官庁として、酒税の保全と酒類業の健全な発達を図るため、関係省庁・機関等と連携・協調しつつ、消費者や酒類産業全体を展望した総合的な視点から、適切な法執行の確保と酒類業の振興の強化に取り組む

### (1) 適切な法執行

- 免許
- 酒類業組合の監督
- 公正取引の確保
  - ・ 深度ある取引状況等実態調査の実施
  - ・ 問題ある事業者には厳正に対処
- 適正な表示の確保
- 品質・安全性の確保
- 資源リサイクルの推進
- 20歳未満の者の飲酒防止対策
- アルコール健康障害対策

### (2) 酒類業の振興

- 官民の適切な役割分担の下、事業者や業界団体等が創意工夫を発揮して意欲的な取組が行われるよう、サポートや環境整備に取り組む
- 制度改善や外国政府との交渉等、民間では対応できない課題に適切に取り組む
- 中小企業の経営基盤の安定に配慮するとともに、酒類製造者の技術力の強化を支援

#### 主な具体的取組

#### 海外需要の開拓

- 国際的な情報発信
- ビジネスマッチングの支援
- 酒蔵ツーリズムの推進
- 政府全体の取組（JETRO、JF00D0等）の周知と活用促進
- 関税や輸入規制の撤廃等の国際交渉

#### ブランド化の推進

- 地理的表示の普及拡大
- ワインの表示ルールの定着

#### 中小企業対策

- 業界団体の取組（近代化事業等）を支援
- 政府全体の中小企業向け施策の周知と活用促進
- 経営改善等の支援

#### 沖縄振興

- 「琉球泡盛の海外輸出プロジェクト」を踏まえ、沖縄県産酒類を振興

#### 技術支援

- 先端技術等の普及の推進
  - ・ 事業者の指導、相談対応
  - ・ 鑑評会や研究会等の開催
- 放射性物質に関する安全性の確認
- HACCPの義務化への対応を支援
- 酒類総合研究所の取組
  - ・ 先端技術等の研究開発
  - ・ 醸造技術者の育成
  - ・ 講師・審査員の派遣





1 国 税 収 入 の 累 年 比 較

区 分	平成21		22		23		24		25		26		27		28		29		30	
	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %	金額 億円	構成比 %
直接税	212,940	52.9	246,225	56.3	258,580	57.2	276,251	58.7	311,380	60.8	328,821	56.8	335,704	56.0	328,528	55.7	360,744	57.8	371,987	58.3
所得税 (内源泉分)	129,139	32.1	129,844	29.7	134,762	29.8	139,925	29.7	155,308	30.3	167,902	29.0	178,071	29.7	176,111	29.9	188,816	30.3	194,750	30.5
(内申告分)	24,144	6.0	23,073	5.3	24,654	5.5	25,200	5.4	27,717	5.4	27,635	4.8	30,340	5.1	31,251	5.3	32,544	5.2	32,950	5.2
法人税	63,564	15.8	89,677	20.5	93,514	20.7	97,583	20.7	104,937	20.5	110,316	19.1	108,274	18.1	103,289	17.5	119,953	19.2	122,960	19.3
相続税	13,498	3.4	12,504	2.9	14,744	3.3	15,039	3.2	15,743	3.1	18,829	3.3	19,684	3.3	21,314	3.6	22,920	3.7	22,400	3.5
特別会計分	6,739	1.7	14,200	3.2	15,560	3.4	23,703	5.0	35,391	6.9	31,774	5.5	29,674	4.9	27,814	4.7	29,056	4.7	31,877	5.0
間接税等	189,493	47.1	190,850	43.7	193,174	42.8	194,242	41.3	200,894	39.2	249,671	43.2	263,990	44.0	261,036	44.3	263,034	42.2	266,016	41.7
酒 税	14,168	3.5	13,893	3.2	13,693	3.0	13,496	2.9	13,709	2.7	13,276	2.3	13,380	2.2	13,195	2.2	13,041	2.1	13,110	2.1
消費税	98,075	24.4	100,333	23.0	101,946	22.6	103,504	22.0	108,293	21.1	160,290	27.7	174,263	29.1	172,282	29.2	175,139	28.1	178,230	27.9
たばこ税	8,224	2.0	9,077	2.1	10,315	2.3	10,179	2.2	10,375	2.0	9,187	1.6	9,536	1.6	9,142	1.6	8,642	1.4	8,740	1.4
揮発油税	27,152	6.7	27,501	6.3	26,484	5.9	26,219	5.6	25,743	5.0	24,864	4.3	24,646	4.1	24,342	4.1	23,962	3.8	23,300	3.7
石油ガス税	123	0.0	119	0.0	113	0.0	107	0.0	103	0.0	97	0.0	92	0.0	87	0.0	82	0.0	80	0.0
航空機燃料税	793	0.2	749	0.2	462	0.1	494	0.1	522	0.1	521	0.1	513	0.1	514	0.1	522	0.1	520	0.1
石油石炭税	4,868	1.2	5,019	1.1	5,191	1.1	5,669	1.2	5,995	1.2	6,307	1.1	6,304	1.1	7,020	1.2	6,908	1.1	7,090	1.1
電源開発促進税	3,293	0.8	3,492	0.8	3,314	0.7	3,280	0.7	3,283	0.6	3,211	0.6	3,159	0.5	3,197	0.5	3,257	0.5	3,230	0.5
自動車重量税	6,351	1.6	4,465	1.0	4,478	1.0	3,969	0.8	3,814	0.7	3,728	0.6	3,849	0.6	3,915	0.7	3,778	0.6	3,950	0.6
関 税	7,319	1.8	7,859	1.8	8,742	1.9	8,972	1.9	10,344	2.0	10,731	1.9	10,487	1.7	9,390	1.6	10,241	1.6	10,220	1.6
とん 税	89	0.0	95	0.0	97	0.0	98	0.0	100	0.0	100	0.0	99	0.0	98	0.0	99	0.0	100	0.0
そ の 他	1	0.0	1	0.0	2	0.0	0	0.0	1	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.0	0	0.0	60	0.0
印紙収入	10,676	2.7	10,240	2.3	10,469	2.3	10,777	2.3	11,261	2.2	10,350	1.8	10,495	1.8	10,791	1.8	10,515	1.7	10,540	1.7
特別会計分	8,363	2.1	8,007	1.8	7,868	1.7	7,475	1.6	7,353	1.4	7,011	1.2	7,165	1.2	7,063	1.2	6,848	1.1	6,846	1.1
合 計	402,433	100.0	437,074	100.0	451,754	100.0	470,492	100.0	512,274	100.0	578,492	100.0	599,694	100.0	589,564	100.0	623,803	100.0	638,003	100.0

(注) 1 平成29年度までは決算額、平成30年度は補正後予算額である。

2 電源開発促進税については、平成19年度から一般会計に組み入れられた。

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

## 2 酒 税 収 入 の 累 年 比 較

年 度	国 税 収 入		酒 税 収 入			間 接 税 比 率
	総 額	対 前 年 比	収 入 額	対 前 年 比	対 国 税 収 入	
	億 円	%	億 円	%	%	%
昭和55	283,688	113.7	14,243	97.5	5.0	28.9
60	391,502	106.5	19,315	103.8	4.9	27.2
61	428,510	109.5	19,725	102.1	4.6	26.9
62	478,068	111.6	20,815	105.5	4.4	26.7
63	521,938	109.2	22,021	105.8	4.2	26.8
平成元	571,361	109.5	17,861	81.1	3.1	25.8
2	627,798	109.9	19,350	108.3	3.1	26.3
3	632,110	100.7	19,742	102.0	3.1	26.7
4	573,964	90.8	19,610	99.3	3.4	29.3
5	571,142	99.5	19,524	99.6	3.4	30.6
6	540,007	94.5	21,127	108.2	3.9	33.4
7	549,630	101.8	20,610	97.6	3.8	33.9
8	552,261	100.5	20,707	100.5	3.7	34.7
9	556,007	100.7	19,619	94.7	3.5	36.6
10	511,977	92.1	18,983	96.8	3.7	40.7
11	492,139	96.1	18,717	98.6	3.8	42.8
12	527,209	107.1	18,164	97.0	3.4	38.7
13	499,684	94.8	17,654	97.2	3.5	40.5
14	458,442	91.7	16,804	95.2	3.7	43.7
15	453,694	99.0	16,842	100.2	3.7	43.9
16	481,029	106.0	16,599	98.6	3.5	41.8
17	522,905	108.7	15,853	95.5	3.0	39.7
18	541,169	103.5	15,473	97.6	2.9	38.1
19	526,558	97.3	15,242	98.5	2.9	38.6
20	458,309	87.0	14,614	95.9	3.2	42.3
21	402,433	87.8	14,168	96.9	3.5	47.1
22	437,074	108.6	13,893	98.1	3.2	43.7
23	451,754	103.4	13,693	98.6	3.0	42.8
24	470,492	104.1	13,496	98.6	2.9	41.3
25	512,274	108.9	13,709	101.6	2.7	39.2
26	578,492	112.9	13,276	96.8	2.3	43.2
27	599,694	103.7	13,380	100.8	2.2	44.0
28	589,564	98.3	13,195	98.6	2.2	44.3
29	623,803	105.8	13,041	98.8	2.1	42.2
30	638,003	102.3	13,110	100.5	2.1	41.7

(注) 国税には、特別会計分を含み、平成29年度までは決算額、平成30年度は補正後予算額である。

付表 我が国における酒税制度等の沿革(概要)

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

### 3 酒税法における酒類の分類及び定義

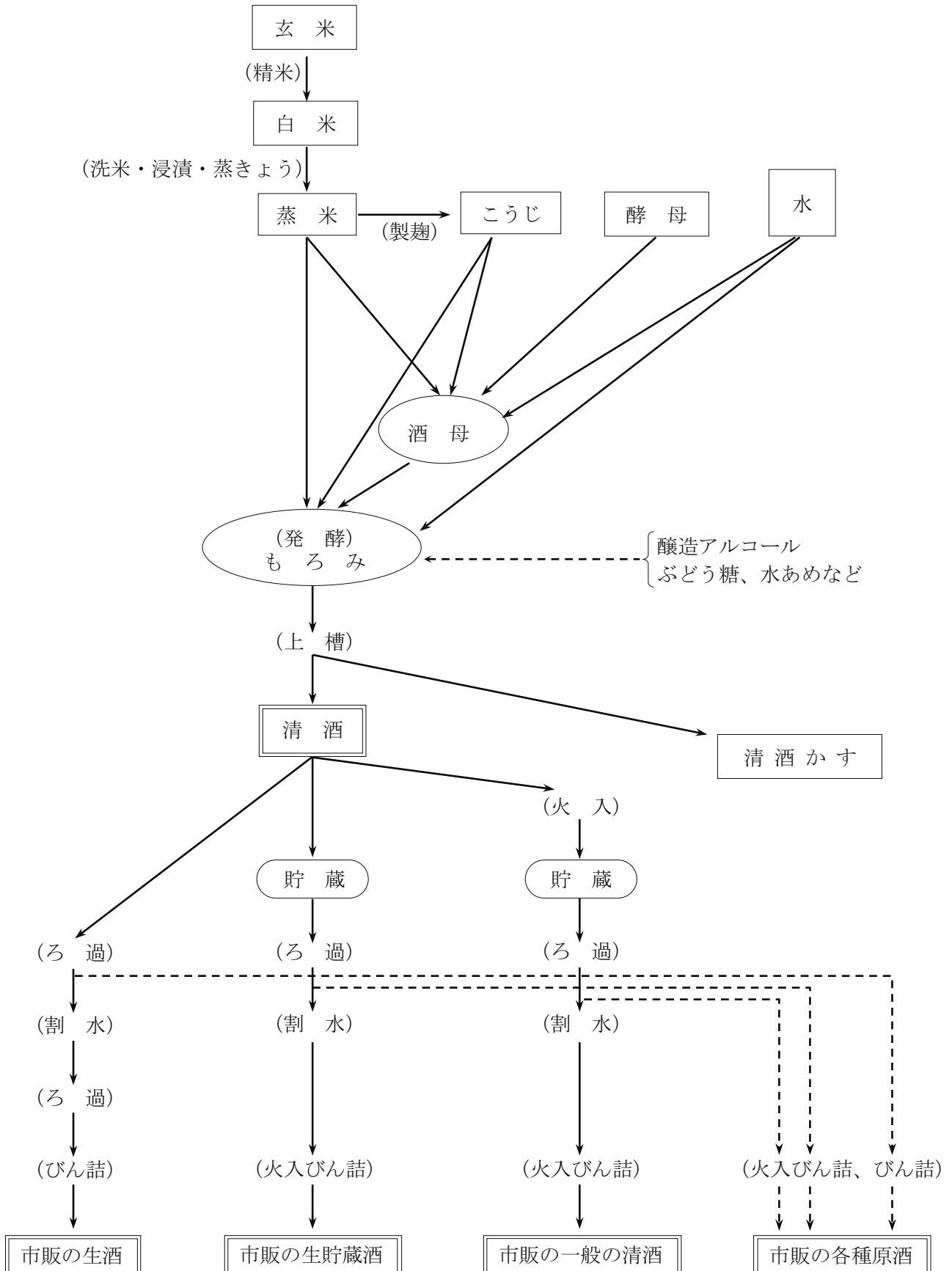
種 類		内 訳 (酒税法第3条第3号から第6号まで)
酒 類  アルコール分 1度以上 の飲料 (酒税法第2条)	発泡性酒類	ビール、発泡酒、その他の発泡性酒類 (ビール及び発泡酒以外の酒類のうちアルコール分が10度未満で発泡性を有するもの)
	醸造酒類(注)	清酒、果実酒、その他の醸造酒
	蒸留酒類(注)	連続式蒸留焼酎、単式蒸留焼酎、ウイスキー、ブランデー、原料用アルコール、スピリッツ
	混成酒類(注)	合成清酒、みりん、甘味果実酒、リキュール、粉末酒、雑酒

(注) その他の発泡性酒類に該当するものは除かれます。

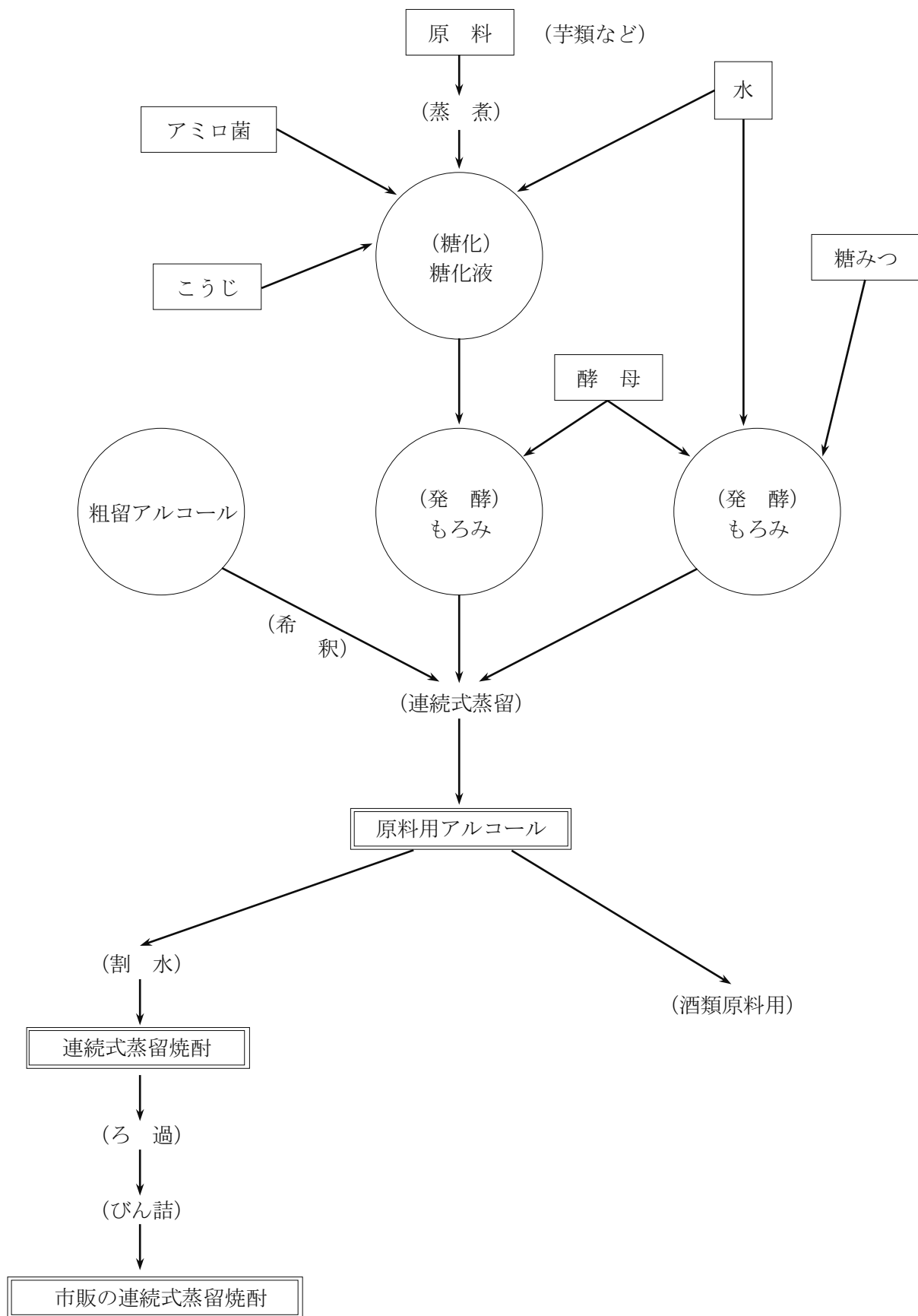
品 目	定 義 の 概 要 (酒税法第3条第7号から第23号まで)
清酒	* 米、米こうじ及び水を原料として発酵させてこしたもの (アルコール分が22度未満のもの) * 米、米こうじ、水及び清酒かすその他政令で定める物品を原料として発酵させてこしたもの (アルコール分が22度未満のもの)
合成清酒	* アルコール、焼酎又は清酒とぶどう糖その他政令で定める物品を原料として製造した酒類で、その香味、色沢その他の性状が清酒に類似するもの (アルコール分が16度未満でエキス分が5度以上等のもの)
連続式蒸留焼酎	* アルコール含有物を連続式蒸留機により蒸留したもの (アルコール分が36度未満のもの)
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

## 4 酒類の製造工程図

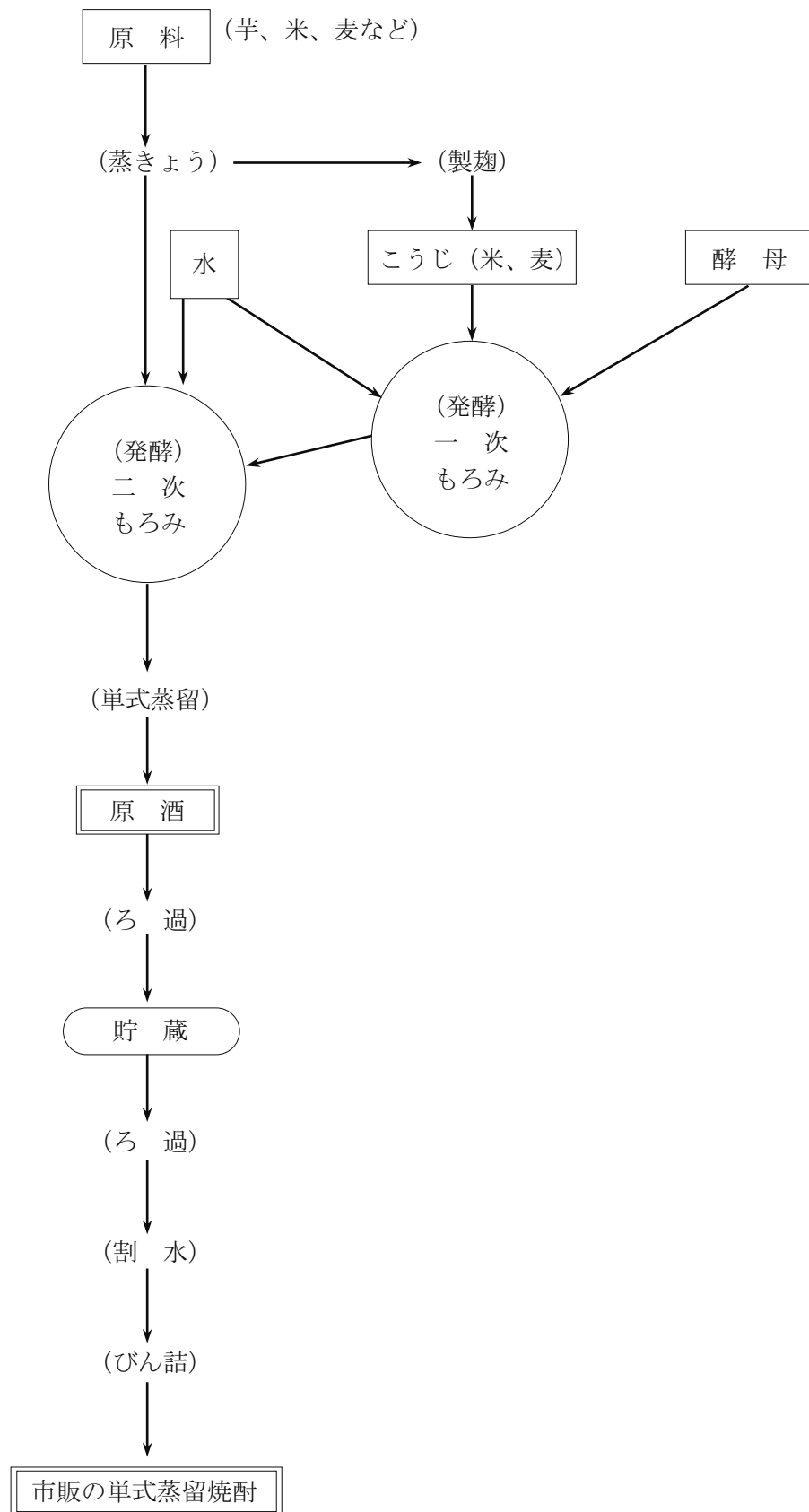
### (1) 清 酒



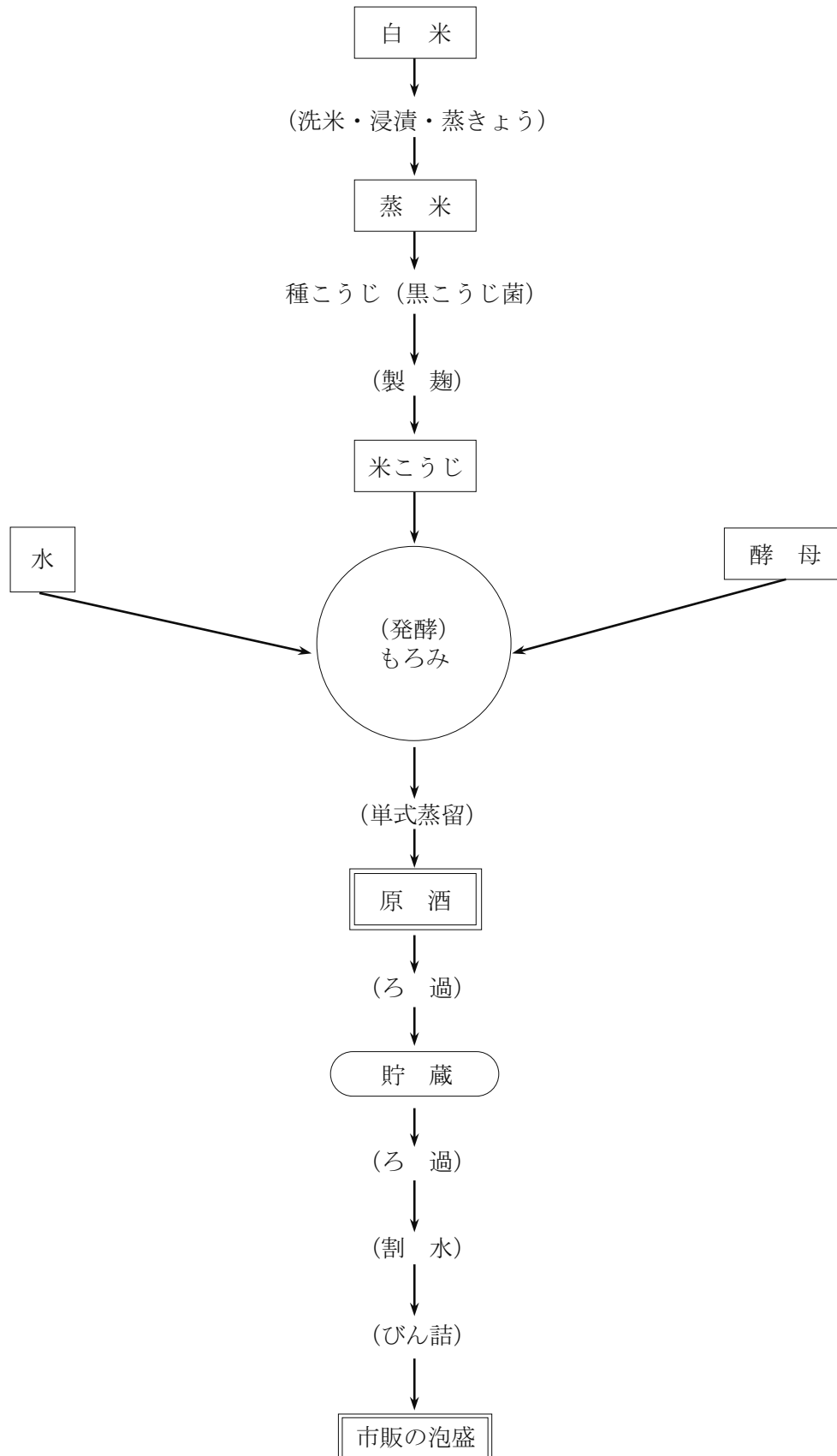
(2) 連続式蒸留焼酎・原料用アルコール



(3) 単式蒸留焼酎

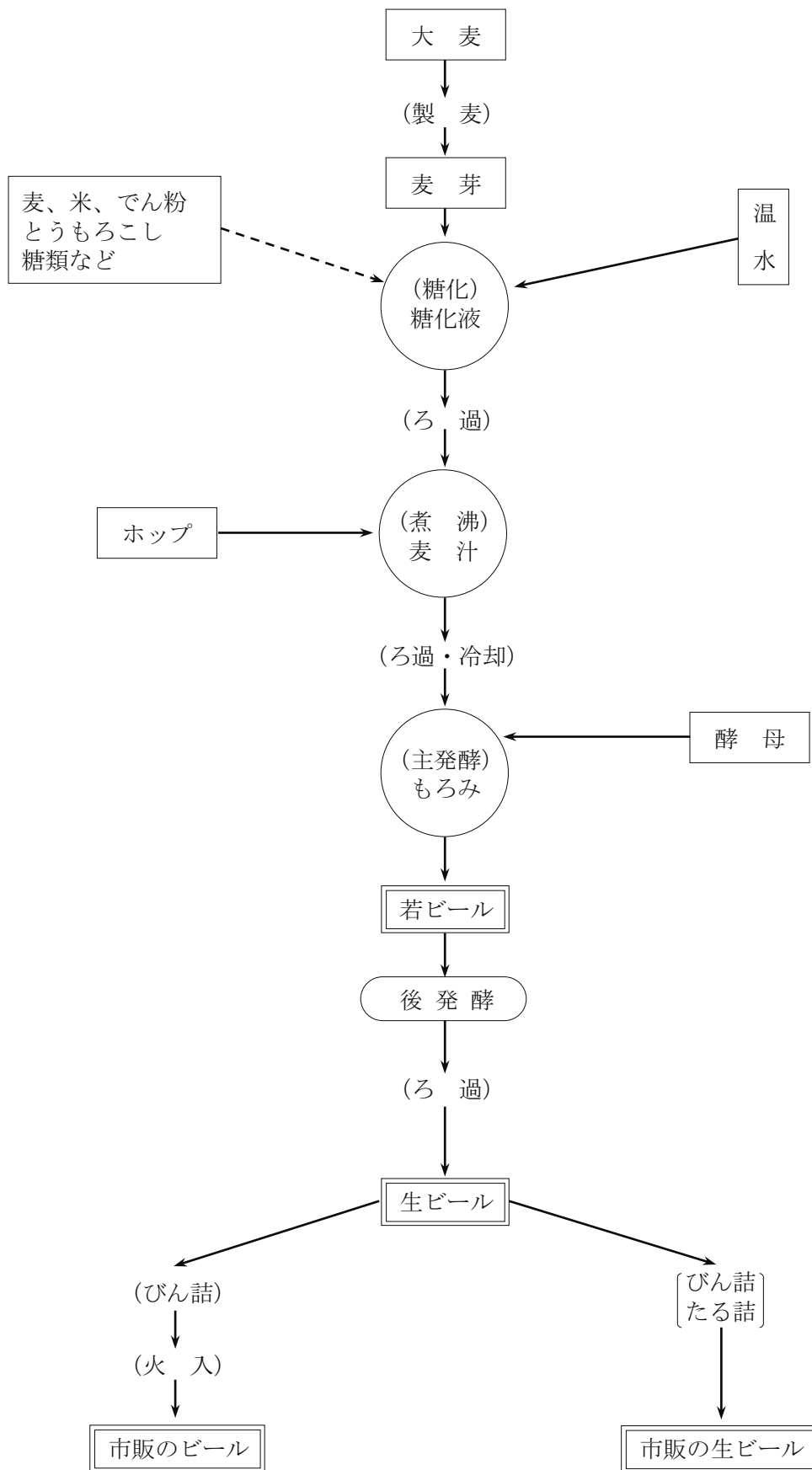


(4) 単式蒸留焼酎（泡盛）

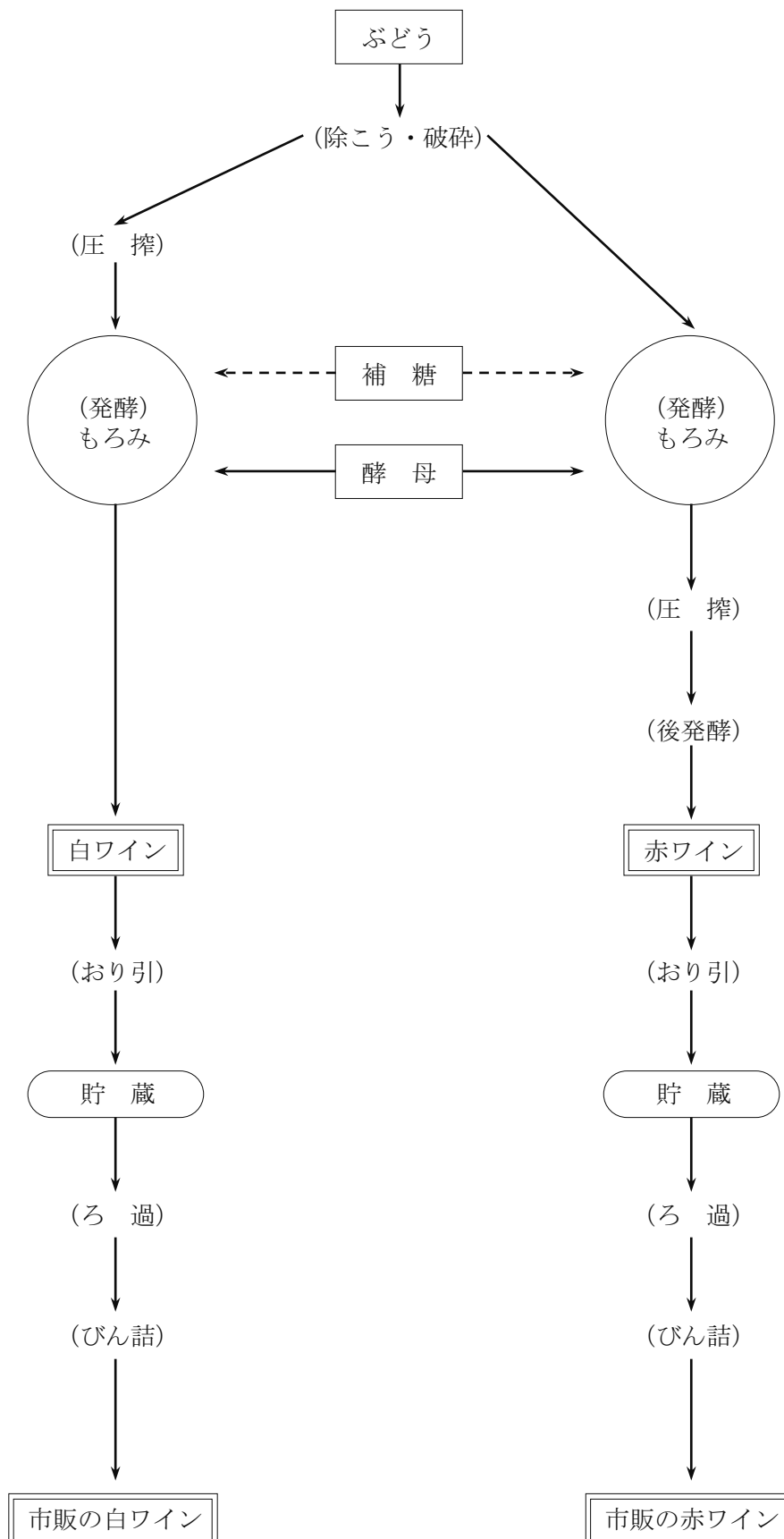




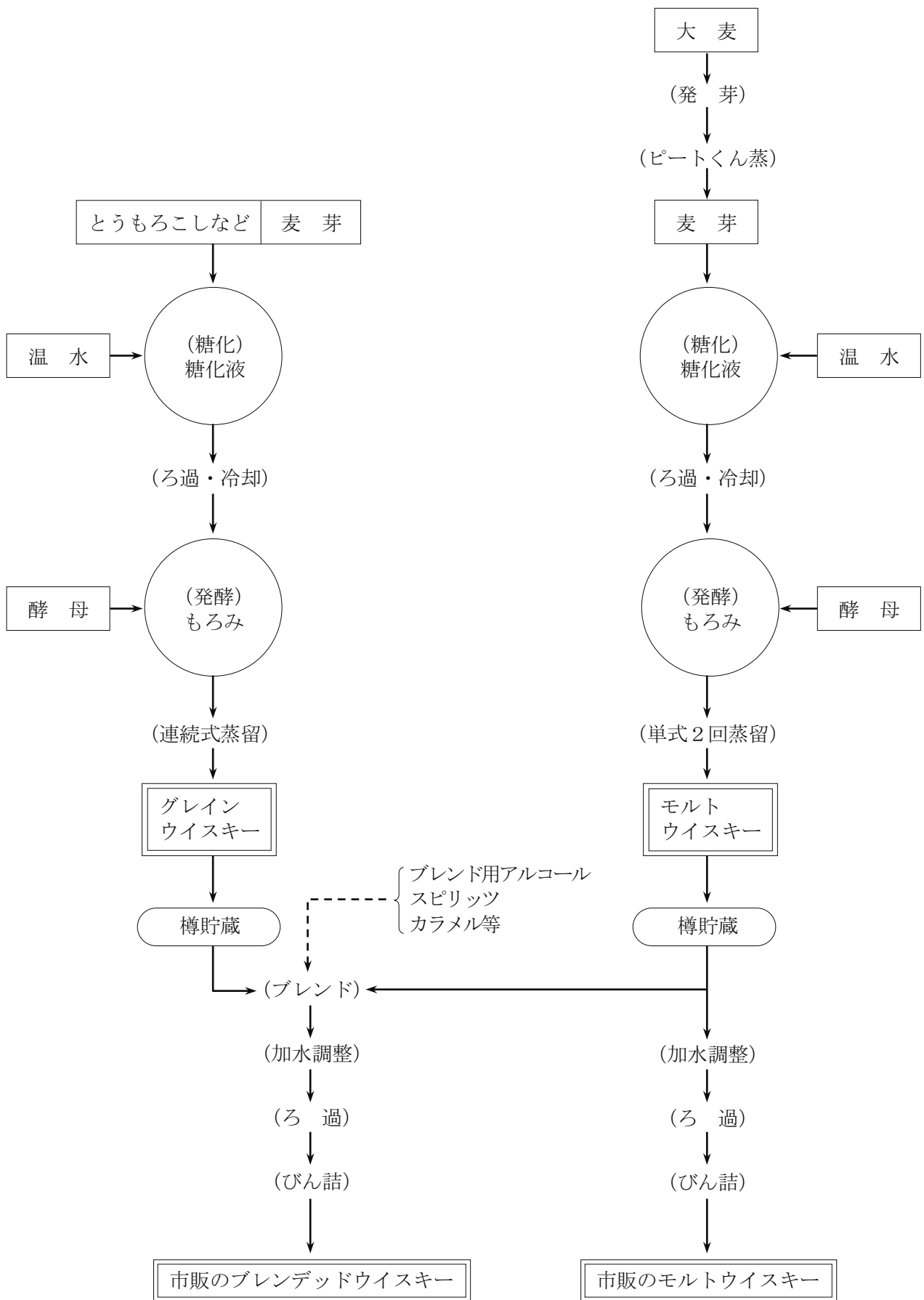
(5) ビール



(6) ワイン



(7) ウイスキー



## 5 酒税率一覧表(平成18年5月1日～)

### 1. 酒税法第23条関係

酒類の分類	アルコール分等	1 kl 当たり	酒税率
○発泡性酒類(基本税率)		220,000円	
ビール	麦芽比率50%以上又はアルコール分10度以上	220,000円	220,000円
発泡酒	麦芽比率25%以上(アルコール分10度未満)		178,125円
	麦芽比率25%未満(アルコール分10度未満)		134,250円
その他の発泡性酒類	ビール及び発泡酒以外の品目の酒類のうち、アルコール分が10度未満で発泡性を有するもの(※)		80,000円
○醸造酒類(基本税率)		140,000円	
清酒		120,000円	
果実酒		80,000円	
その他の醸造酒		140,000円	
○蒸留酒類(基本税率)		200,000円	
	21度以上	200,000円	200,000円加算
	21度未満	200,000円	
連続式蒸留焼酎		200,000円	200,000円加算
単式蒸留焼酎		200,000円	200,000円加算
原料用アルコール			
ウイスキー	37度以上	370,000円	370,000円加算
スピリッツ	37度未満	370,000円	
○混成酒類(基本税率)		220,000円	
	21度以上	220,000円	220,000円加算
	21度未満	220,000円	
合成清酒		100,000円	
みりん		20,000円	
甘味料	13度以上	120,000円	120,000円加算
リキュール	13度未満	120,000円	
粉末酒		390,000円	
雑酒	みりん類似	20,000円	
	21度以上	220,000円	220,000円加算
	21度未満	220,000円	

(※) ホップ等を原料の一部とした酒類で次に掲げるものは、その他の発泡性酒類に含まれる。  
 1 糖類、ホップ、水及び一定の物品(注)を原料として発酵させたものでエキス分2度以上のもの(その他の醸造酒)  
 (注)「一定の物品」とは、次のものをいう。  
 イ たんぱく質分解物(大豆を原料とするもの)及び酵母エキス又はこれらとカラメル  
 ロ たんぱく質分解物(えんどうを原料とするもの)及びカラメル又はこれらと食物繊維  
 ハ たんぱく質分解物(とうもろこし、たんぱく質分解物(とうもろこしを原料とするもの)、酵母エキス、アルコール、食物繊維、香料、くえん酸三カリウム及びカラメル  
 ニ 麦芽及びホップを原料の一部として発酵させた発泡酒(麦芽比率が50%未満のもの)に、大麦又は小麦を原料の一部として発酵させたアルコール含有物を蒸留したスピリッツを加えたものでエキス分2度以上のもの(リキュール)

### 2. 租税特別措置法第87条の2関係

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

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

### 3. 租税特別措置法第87条及び第87条の4関係

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

品目	30年度	31(2019)年度	軽減割合		33(2021)年度	34(2022)年度
			32(2020)年度	10月～		
清酒(連続式蒸留焼酎、単式蒸留焼酎、果実酒(その他の発泡性酒類に該当するものを除く)(注1)に限る)(注1)	10%	10%	10%	10%	10%	10%
果実酒(その他の発泡性酒類に該当するものを除く)(注1)	20%	20%	20%	20%	20%	20%
合成清酒、発泡酒(注1)	5%	5%	5%	5%	5%	5%
ビール(注2)	7.5%	7.5%	7.5%	7.5%	7.5%	7.5%
	15%	15%	15%	15%	15%	15%

(注)1 東日本大震災により酒類の製造場に甚大な被害を受けたことについて国税庁長官の承認を受けた製造者は、上記の割合で軽減した酒税額を6.25%軽減した酒税額とする。(平成30～32(2020)年度)

- 2 当該免許を受けた日から5年を経過する月の末日までは経過措置が設けられており、下記に応じた軽減割合が適用される。
- 平成25年4月1日から平成30年3月31日までの間に初めてビールの製造免許を受けた者における軽減割合は、当該免許を受けた日から5年を経過する月の末日までは15%(平成27年度以降は15%又は7.5%)
  - 平成30年4月1日から平成33(2021)年3月31日までの間に初めてビールの製造免許を受けた者における軽減割合は、当該免許を受けた日から5年を経過する月の末日までは15%又は7.5%

※この税率表では、平成31年以降の元号の表示につきましては、便宜上、平成を使用すると共に西暦を併記しております。

付表1 主要酒類の酒税等負担率表

(平成30年12月現在)

品 目	区 分	容 量	アルコール分	代表的なもの の小売価格 (税込)	酒 税 額 ②	消費税額 ③	酒税等負担率 (②+③)÷①
				①			
		ml	%	円	円	円	%
ビール		633	5.0	355	139.26	26.30	46.6
		350	5.0	221	77.00	16.37	42.2
発 泡 酒 (麦芽比率25%未満のもの)		350	5.5	164	46.99	12.15	36.1
その他の醸造酒 (発泡性) ①		350	5.0	143	28.00	10.59	27.0
リキュール (発泡性) ①		350	5.0	143	28.00	10.59	27.0
清 酒		1,800	15.0	2,017	216.00	149.41	18.1
果 実 酒		720	11.0	615	57.60	45.56	16.8
連続式蒸留焼酎		1,800	25.0	1,482	450.00	109.78	37.8
単式蒸留焼酎		1,800	25.0	1,844	450.00	136.59	31.8
ウイスキー		700	43.0	2,030	301.00	150.37	22.2

(注) 1 清酒、果実酒、連続式蒸留焼酎、単式蒸留焼酎及びウイスキーの小売価格(税込)は、大手主要銘柄のメーカー参考小売価格を基に算出した。

また、ビール、発泡酒、その他の醸造酒及びリキュールはオープン価格であるため、大手コンビニエンスチェーンにおける代表的な小売価格を掲げた。

なお、ビール(633ml)には容器保証金(5円)が含まれている。

2 その他の醸造酒(発泡性)①及びリキュール(発泡性)①とは、ホップ又は財務省令で定める苦味料を原料の一部とした酒類で酒税法第23条第2項第3号イ又はロに該当するものをいう。

3 消費税率は8%で計算している。

付表2 酒税等の負担率の推移

(単位:%)

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

(注) 1 平成元年度以降の酒税等の負担率は、消費税を含む。

2 ビールについては、容器保証金(5円)込み価格から算出した。

3 ウイスキーについては、平成7年度から平成20年度まではアルコール分「40度」で酒税等の負担率を計算している。

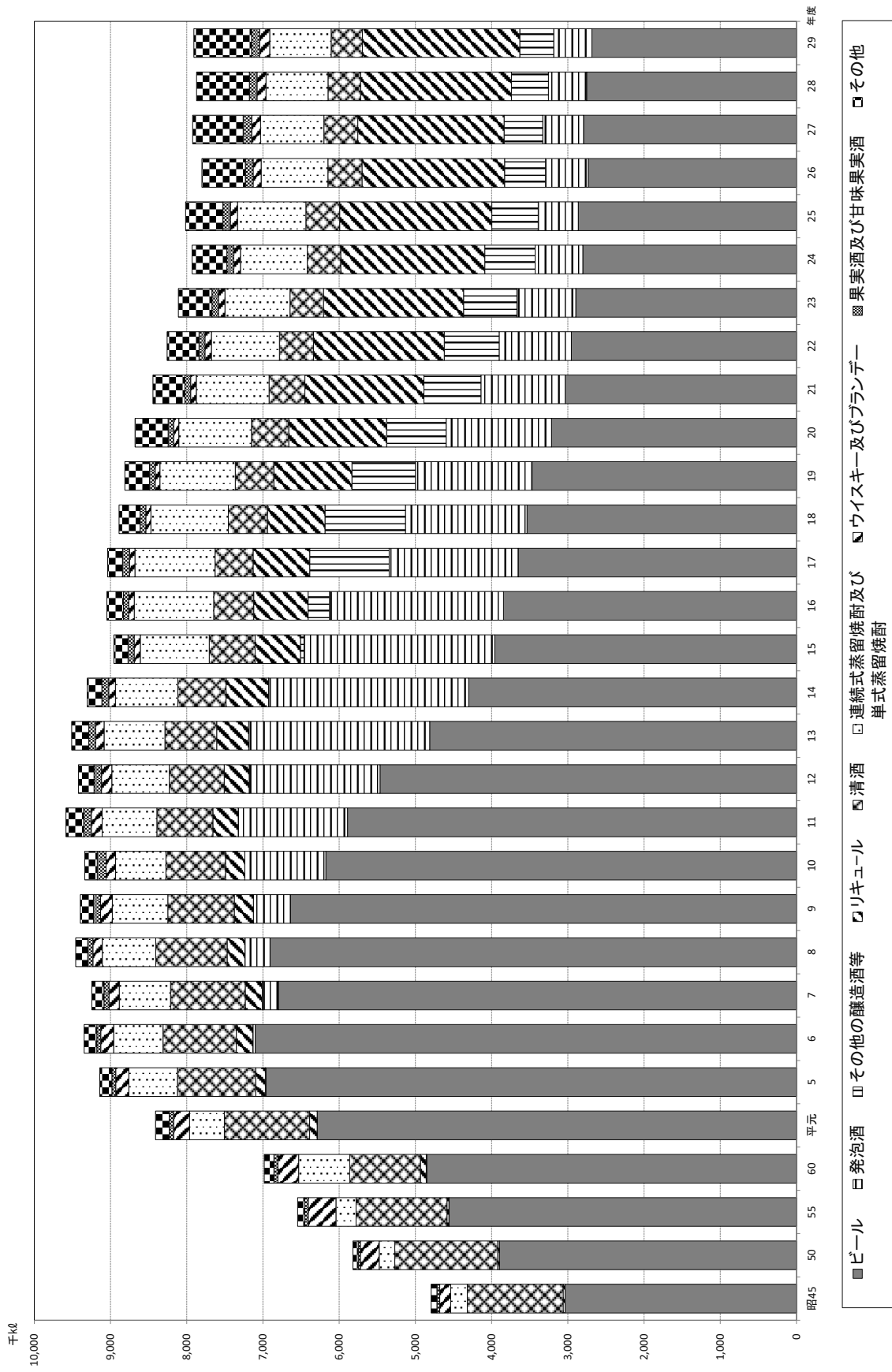
## 6 酒類製成数量の推移

(単位:千kg)

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

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

( 6 酒類製成数量の推移 )



(注) その他は、合成清酒、みりん及びスピリッツ等の合計である。

付表1 酒類製成数量の推移表

品目	年度							
	平19	24	27	28	29	対19年度比	対24年度比	対前年度比
	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	%	%	%
清 酒	505,477	438,636	444,711	426,549	411,272	81.4	93.8	96.4
合 成 清 酒	52,760	38,636	34,846	32,022	29,498	55.9	76.3	92.1
連続式蒸留焼酎 (al分25%換算)	401,529	381,522	352,056	344,329	337,674	84.1	88.5	98.1
単式蒸留焼酎 (al分25%換算)	587,329	494,779	479,878	470,026	467,670	79.6	94.5	99.5
み り ん	115,909	90,050	96,105	93,920	91,046	78.5	101.1	96.9
ビ ー ル	3,469,953	2,802,558	2,793,854	2,752,795	2,683,542	77.3	95.8	97.5
果 実 酒	66,855	86,502	107,007	96,317	101,903	152.4	117.8	105.8
甘 味 果 実 酒	5,937	4,021	5,465	4,240	4,239	71.4	105.4	100.0
ウ イ ス キ ー (al分40%換算)	56,468	83,648	111,457	114,296	127,721	226.2	152.7	111.7
ブ ラ ン デ ー (al分40%換算)	6,084	4,807	4,594	4,368	3,978	65.4	82.8	91.1
発 泡 酒	1,527,755	626,424	535,996	502,438	501,887	32.9	80.1	99.9
リ キ ュ ー ル	1,024,792	1,891,015	1,919,572	1,979,404	2,065,242	201.5	109.2	104.3
ス ピ リ ッ ツ 等 (al分100%換算)	156,810	325,880	531,501	565,155	637,685	406.7	195.7	112.8
そ の 他 の 醸 造 酒 等	834,643	660,187	506,494	485,291	443,900	53.2	67.2	91.5
合 計	8,812,301	7,928,673	7,923,536	7,871,150	7,907,257	89.7	99.7	100.5

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



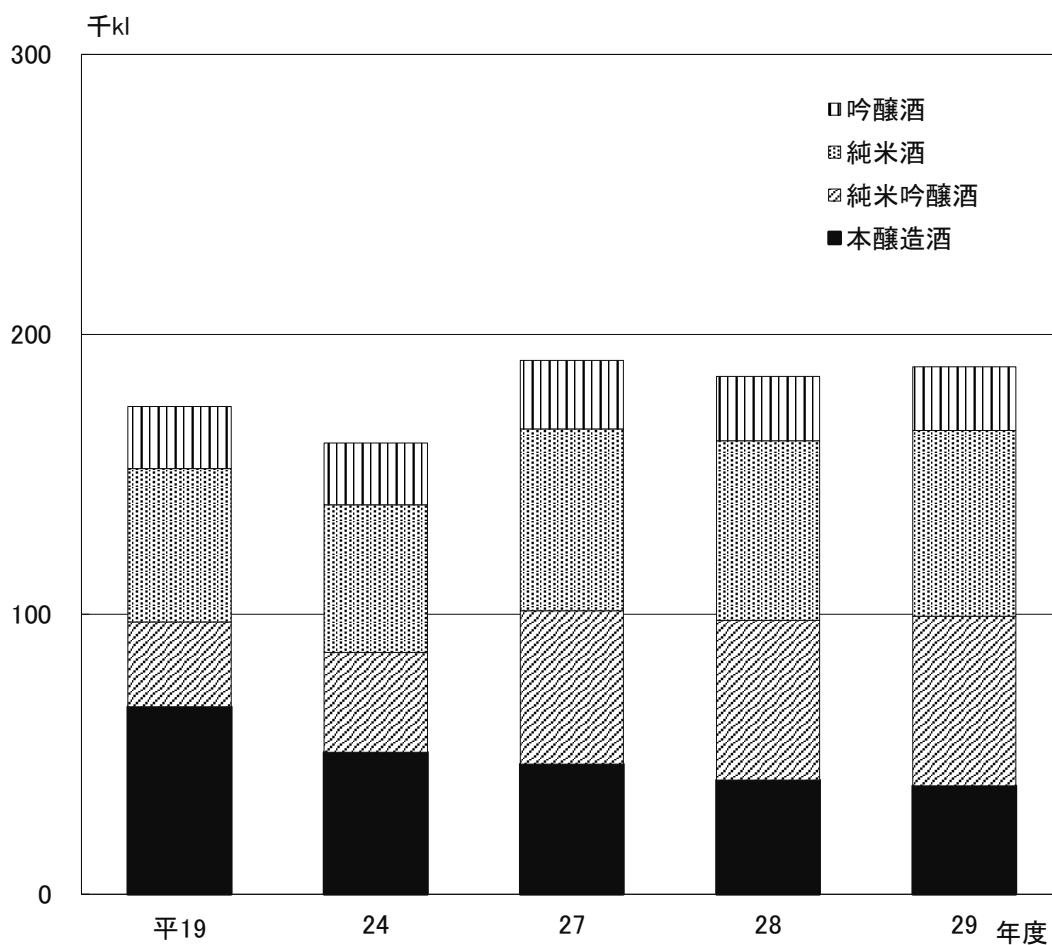
(6 酒類製成数量の推移)

付表2 特定名称の清酒のタイプ別製成数量の推移表

酒造年度 タイプ	平19		24		27		28		29	
	kl	構成比 %	kl	構成比 %	kl	構成比 %	kl	構成比 %	kl	構成比 %
吟醸酒	22,197	4.4	22,053	4.9	24,497	5.5	22,970	5.4	22,654	5.4
純米酒	54,717	10.9	52,757	11.8	64,990	14.6	64,177	15.2	66,414	15.8
純米吟醸酒	30,377	6.1	35,640	7.9	54,743	12.3	57,079	13.5	60,576	14.4
本醸造酒	66,957	13.4	50,771	11.3	46,518	10.5	40,736	9.6	38,723	9.2
計	174,248	34.8	161,221	35.9	190,748	42.9	184,962	43.7	188,367	44.9
総製成数量	500,709	100.0	448,581	100.0	444,789	100.0	423,414	100.0	419,822	100.0

(注) 1 本表は、「清酒の製造状況等について」(国税庁)によった。

2 酒造年度は7月～翌年6月までをいう。



## 7 酒類課税数量の推移(国税局分及び税関分の合計)

(単位:千kℓ)

品目 年度	清酒	合 成 清 酒	連 続 式 蒸 留 焼 酎	単 式 蒸 留 焼 酎	み り ん	ビ ール	果 実 酒	甘 味 果 実 酒	ウ イ ス キ ー	ブ ラ ン デ ー	発 泡 酒	リ キ ュ ール	ス ピ リ ツ ツ 等	そ の 他 の 醸 造 酒 等	合 計
昭和 45	1,601	38	161	53	31	2,982	6	27	132	5	0	23	9	0	5,068
50	1,747	22	122	73	41	3,908	31	21	249	8	0	22	6	1	6,250
55	1,473	21	141	107	69	4,533	47	18	354	18	0	24	8	2	6,814
60	1,355	21	366	260	80	4,861	69	20	272	27	5	91	33	5	7,464
平成 元	1,353	22	209	207	91	6,320	137	13	222	38	0	121	46	8	8,788
5	1,422	42	367	289	93	7,015	116	12	186	40	2	168	31	9	9,792
6	1,243	48	342	275	92	7,413	146	11	168	36	31	223	33	10	10,071
7	1,310	54	385	300	95	6,979	158	12	148	33	252	240	31	10	10,006
8	1,254	56	406	329	97	7,012	176	12	135	32	350	262	30	11	10,160
9	1,162	54	420	324	106	6,686	268	14	141	27	497	279	27	11	10,016
10	1,094	55	400	331	110	6,165	370	15	136	25	1,075	287	24	10	10,095
11	1,061	57	410	346	158	5,820	279	16	131	23	1,441	388	26	11	10,166
12	999	61	425	357	135	5,416	269	15	125	20	1,746	406	29	11	10,015
13	949	64	479	368	107	4,808	259	13	112	18	2,385	500	30	11	10,104
14	898	67	483	395	107	4,299	270	10	106	15	2,646	587	29	12	9,923
15	842	64	511	471	109	3,955	248	8	97	13	2,527	615	52	54	9,567
16	753	64	519	534	108	3,837	241	7	86	11	2,308	732	81	272	9,554
17	730	65	505	539	112	3,642	257	7	84	10	1,699	770	83	1,047	9,549
18	700	58	495	550	113	3,528	236	14	80	9	1,591	813	106	1,069	9,362
19	676	55	465	569	115	3,466	237	10	74	9	1,535	1,066	129	858	9,266
20	653	51	478	537	111	3,199	246	7	76	8	1,383	1,337	216	790	9,093
21	616	47	480	532	108	3,018	250	7	84	7	1,148	1,685	265	755	9,001
22	603	44	462	508	107	2,943	274	7	96	7	967	1,917	303	726	8,963
23	603	41	450	508	104	2,859	302	8	96	7	855	2,058	320	724	8,936
24	583	39	439	506	104	2,804	344	8	101	6	786	2,138	333	672	8,863
25	587	38	439	512	106	2,842	364	9	110	6	761	2,268	375	623	9,040
26	555	35	405	477	104	2,714	369	10	122	6	783	2,124	444	550	8,698
27	554	34	400	486	108	2,764	379	9	142	6	767	2,166	500	522	8,836
28	538	31	386	480	106	2,710	368	8	149	6	732	2,191	569	500	8,773
29	525	29	377	465	103	2,628	382	8	167	5	694	2,269	640	452	8,745

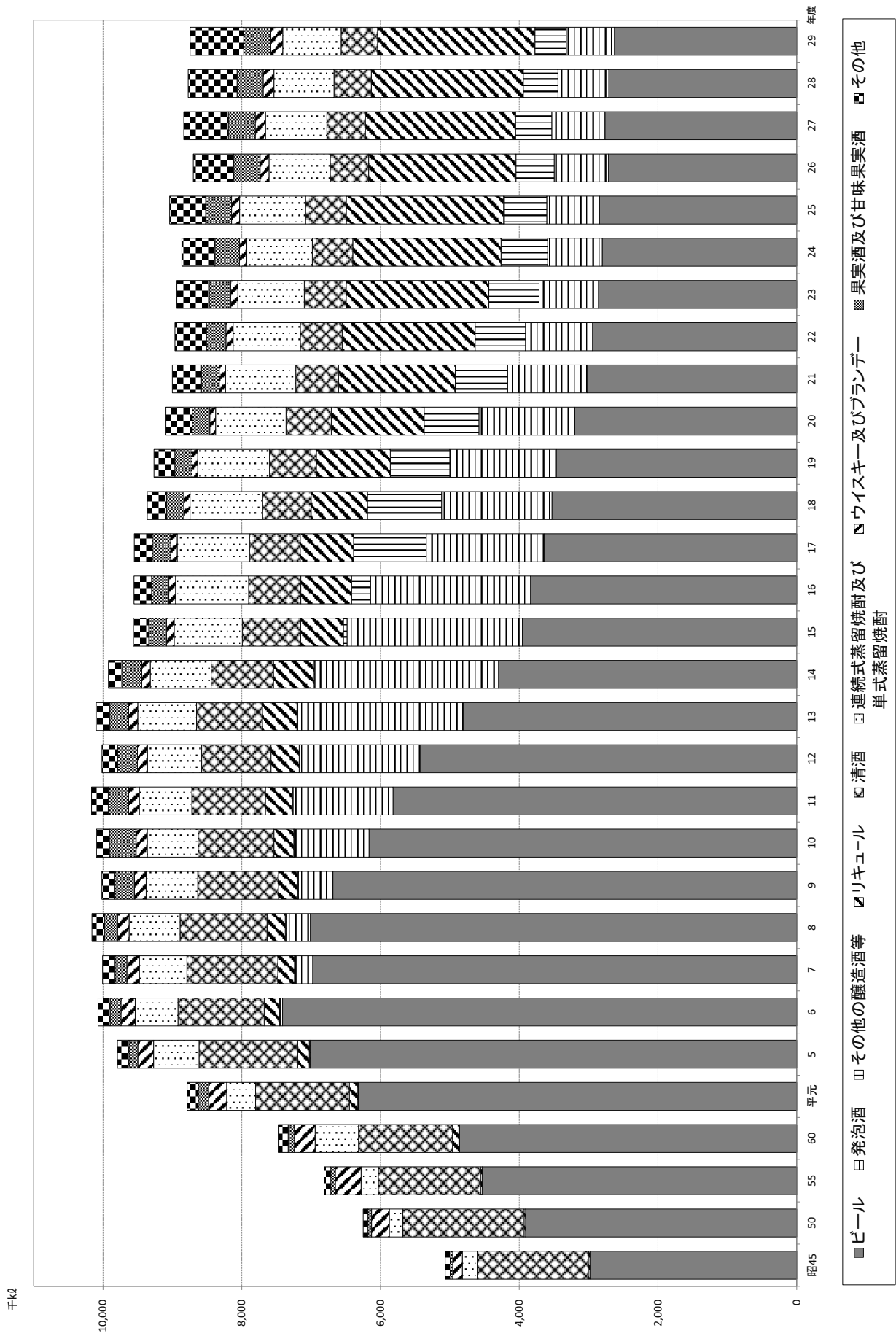
(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。

2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。

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

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

( 7 酒類課税数量の推移 ( 国税局分及び税関分の合計 ) )



(7 酒類課税数量の推移(国税局分及び税関分の合計))

付表 酒類課税数量の推移表(国税局分及び税関分の合計)

品目	年度							
	平19	24	27	28	29	対19年度比	対24年度比	対前年度比
	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	%	%	%
清 酒	679,053	583,006	554,029	538,071	525,398	77.4	90.1	97.6
合 成 清 酒	55,475	39,125	34,147	31,269	29,333	52.9	75.0	93.8
連 続 式 蒸 留 焼 酎	465,448	439,209	399,691	385,616	377,157	81.0	85.9	97.8
単 式 蒸 留 焼 酎	569,374	506,161	485,539	479,533	464,604	81.6	91.8	96.9
み り ん	114,524	104,069	107,956	106,213	103,415	90.3	99.4	97.4
ビ ー ル	3,466,420	2,803,592	2,764,195	2,709,758	2,628,186	75.8	93.7	97.0
果 実 酒	237,489	344,226	378,979	368,297	381,956	160.8	111.0	103.7
甘 味 果 実 酒	9,656	7,907	8,526	7,627	7,592	78.6	96.0	99.5
ウ イ ス キ ー	73,850	100,747	142,154	148,824	167,043	226.2	165.8	112.2
ブ ラ ン デ ー	8,600	6,326	6,194	5,777	5,453	63.4	86.2	94.4
発 泡 酒	1,535,194	785,896	767,184	732,058	694,065	45.2	88.3	94.8
リ キ ュ ー ル	1,066,313	2,138,087	2,165,698	2,191,445	2,269,196	212.8	106.1	103.5
ス ピ リ ッ ツ 等	129,357	333,414	500,321	568,664	639,667	494.5	191.9	112.5
そ の 他 の 醸 造 酒 等	857,835	671,682	521,806	500,292	452,173	52.7	67.3	90.4
合 計	9,265,587	8,863,450	8,836,409	8,773,475	8,745,246	94.4	98.7	99.7

(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。

2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。

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

## 8 酒類課税数量の推移(国税局分)

(単位:千ℓ)

品目 年度	清酒	合成 清酒	連続式蒸留 焼酎	単式蒸留 焼酎	みりん	ビール	果実酒	甘味 果実酒	ウイスキー	ブランデー	発泡酒	リキュール	スピリッツ等	その他の 醸造酒等	合計
昭和 45	1,601	38	161	52	31	2,981	5	25	130	4	-	23	8	0	5,060
50	1,747	22	122	73	41	3,905	24	19	228	6	-	22	5	0	6,214
55	1,473	21	141	107	69	4,521	35	16	332	12	-	23	7	1	6,758
60	1,355	21	363	260	80	4,851	47	15	252	20	5	90	31	3	7,394
平成 元	1,353	22	206	207	91	6,250	71	11	168	27	0	107	41	6	8,559
5	1,421	42	359	289	93	6,895	58	9	142	29	1	163	26	5	9,534
6	1,243	48	330	275	92	7,086	64	8	126	26	26	216	27	5	9,572
7	1,310	54	362	300	95	6,766	75	7	110	24	205	233	23	3	9,568
8	1,253	56	373	328	97	6,846	84	7	101	21	318	252	21	4	9,762
9	1,162	54	381	324	106	6,570	119	11	109	19	475	267	19	3	9,619
10	1,093	55	357	331	110	6,096	146	11	104	20	1,053	280	16	3	9,676
11	1,061	57	359	346	158	5,779	120	13	103	18	1,400	378	17	3	9,810
12	999	61	365	357	134	5,389	103	12	100	15	1,693	395	20	3	9,646
13	949	64	408	368	106	4,778	101	10	89	13	2,342	486	21	3	9,738
14	898	67	404	394	106	4,271	105	6	82	11	2,600	571	20	3	9,538
15	841	64	431	469	108	3,929	89	5	77	10	2,488	597	44	45	9,197
16	753	64	431	532	107	3,810	80	4	69	8	2,278	711	73	261	9,182
17	730	65	425	539	111	3,613	99	4	67	8	1,683	743	75	1,036	9,197
18	700	58	418	550	112	3,499	81	7	65	7	1,580	783	98	1,058	9,016
19	676	55	396	569	113	3,442	81	6	59	6	1,526	1,023	121	848	8,922
20	653	51	410	536	110	3,175	83	4	63	6	1,374	1,270	209	781	8,726
21	616	47	411	531	106	2,996	83	4	71	6	1,141	1,575	256	747	8,589
22	603	44	398	508	106	2,920	88	4	81	5	961	1,745	292	718	8,472
23	603	41	388	507	103	2,822	95	4	80	5	850	1,819	297	718	8,332
24	583	39	380	505	103	2,767	99	4	83	5	781	1,882	317	665	8,211
25	587	38	380	511	104	2,806	110	5	92	5	756	1,997	361	616	8,369
26	555	35	353	476	103	2,681	110	6	103	5	778	1,858	432	544	8,040
27	554	34	350	485	106	2,732	113	5	120	5	761	1,925	489	517	8,196
28	538	31	342	479	104	2,681	114	4	126	4	727	1,975	557	495	8,177
29	525	29	334	464	102	2,600	121	4	143	4	689	2,049	627	447	8,139

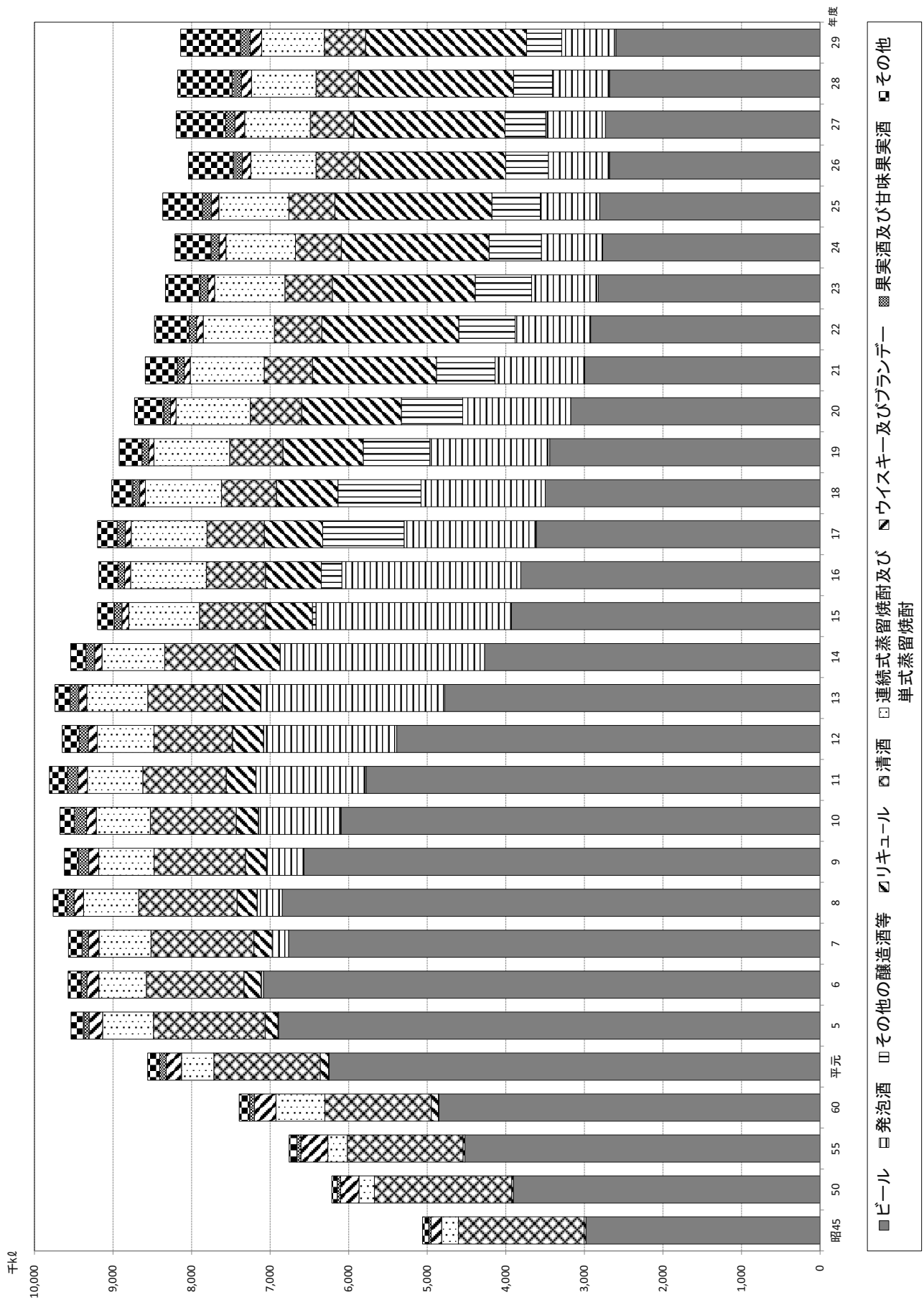
(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)による。

2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目による。

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

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

( 8 酒類課税数量の推移 ( 国税局分 ) )



(注) その他は、合成清酒、みりん及びスピリッツ等の合計である。

(8 酒類課税数量の推移(国税局分))

付表1 酒類課税数量の推移表(国税局分)

品 目	年 度							
	平19	24	27	28	29	対19年度比	対24年度比	対前年度比
	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	%	%	%
清 酒	675,944	582,952	553,989	538,025	525,349	77.7	90.1	97.6
合 成 清 酒	55,475	39,108	34,130	31,254	29,319	52.9	75.0	93.8
連 続 式 蒸 留 焼 酎	395,632	379,735	350,194	341,583	333,982	84.4	88.0	97.8
単 式 蒸 留 焼 酎	568,975	505,458	485,011	479,124	464,188	81.6	91.8	96.9
み り ん	113,319	102,504	106,175	104,482	101,747	89.8	99.3	97.4
ビ ー ル	3,442,082	2,766,743	2,732,321	2,681,181	2,599,797	75.5	94.0	97.0
果 実 酒	80,681	98,770	112,653	114,026	120,553	149.4	122.1	105.7
甘 味 果 実 酒	5,787	3,673	4,573	3,998	3,974	68.7	108.2	99.4
ウ イ ス キ ー	59,272	82,979	119,936	125,549	143,056	241.4	172.4	113.9
ブ ラ ン デ ー	6,192	4,853	4,784	4,485	4,119	66.5	84.9	91.8
発 泡 酒	1,526,474	781,247	761,186	726,744	688,790	45.1	88.2	94.8
リ キ ュ ー ル	1,023,324	1,881,850	1,925,399	1,974,924	2,049,157	200.2	108.9	103.8
ス ピ リ ッ ツ 等	120,750	316,570	489,256	556,999	627,457	519.6	198.2	112.6
そ の 他 の 醸 造 酒 等	847,906	664,744	516,511	494,542	447,051	52.7	67.3	90.4
合 計	8,921,813	8,211,188	8,196,112	8,176,947	8,138,548	91.2	99.1	99.5

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

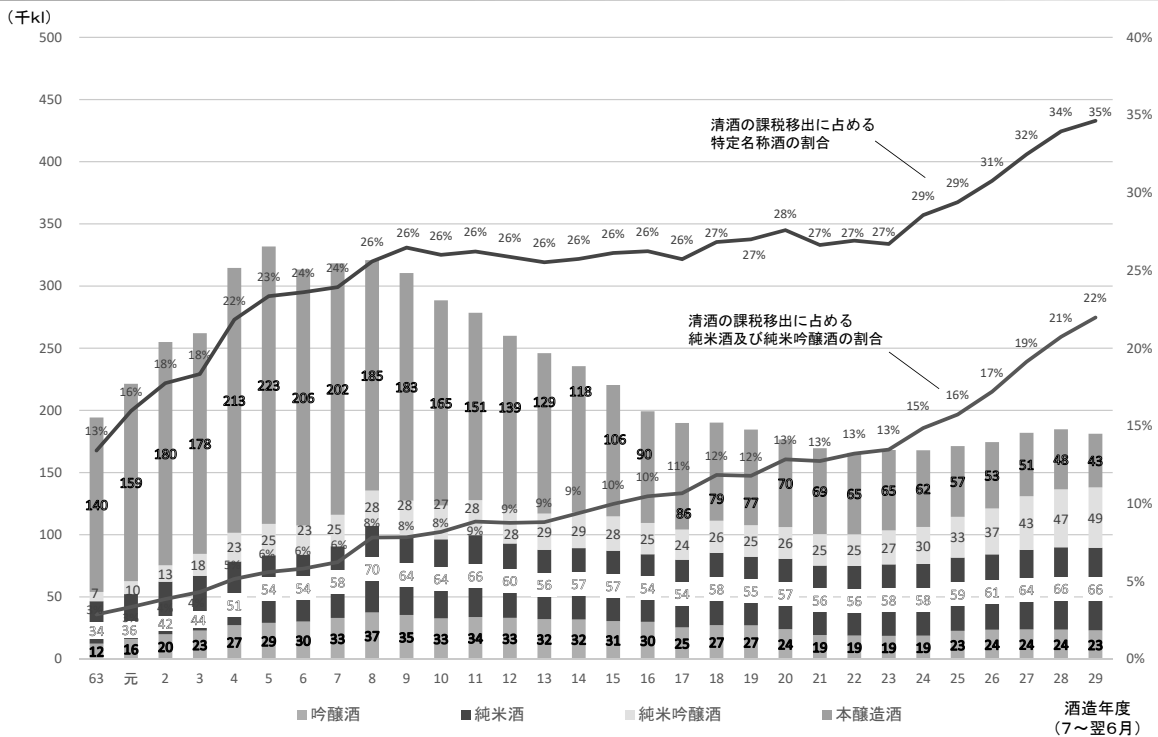
(8 酒類課税数量の推移(国税局分))

付表2 特定名称の清酒のタイプ別課税数量の推移表(国税局分)

酒造年度 タイプ	平19		24		27		28		29	
	kl	構成比 %	kl	構成比 %	kl	構成比 %	kl	構成比 %	kl	構成比 %
吟醸酒	27,109	4.0	18,849	3.2	23,813	4.2	23,638	4.3	23,083	4.4
純米酒	55,205	8.1	57,641	9.8	63,995	11.4	66,288	12.2	66,478	12.7
純米吟醸酒	25,376	3.7	29,728	5.1	43,189	7.7	46,570	8.6	48,515	9.3
本醸造酒	76,896	11.2	61,689	10.5	50,994	9.1	48,334	8.9	43,129	8.2
計	184,586	27.0	167,908	28.6	181,990	32.5	184,830	34.0	181,205	34.6
総移出数量	683,538	100.0	587,876	100.0	560,477	100.0	544,377	100.0	523,215	100.0

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

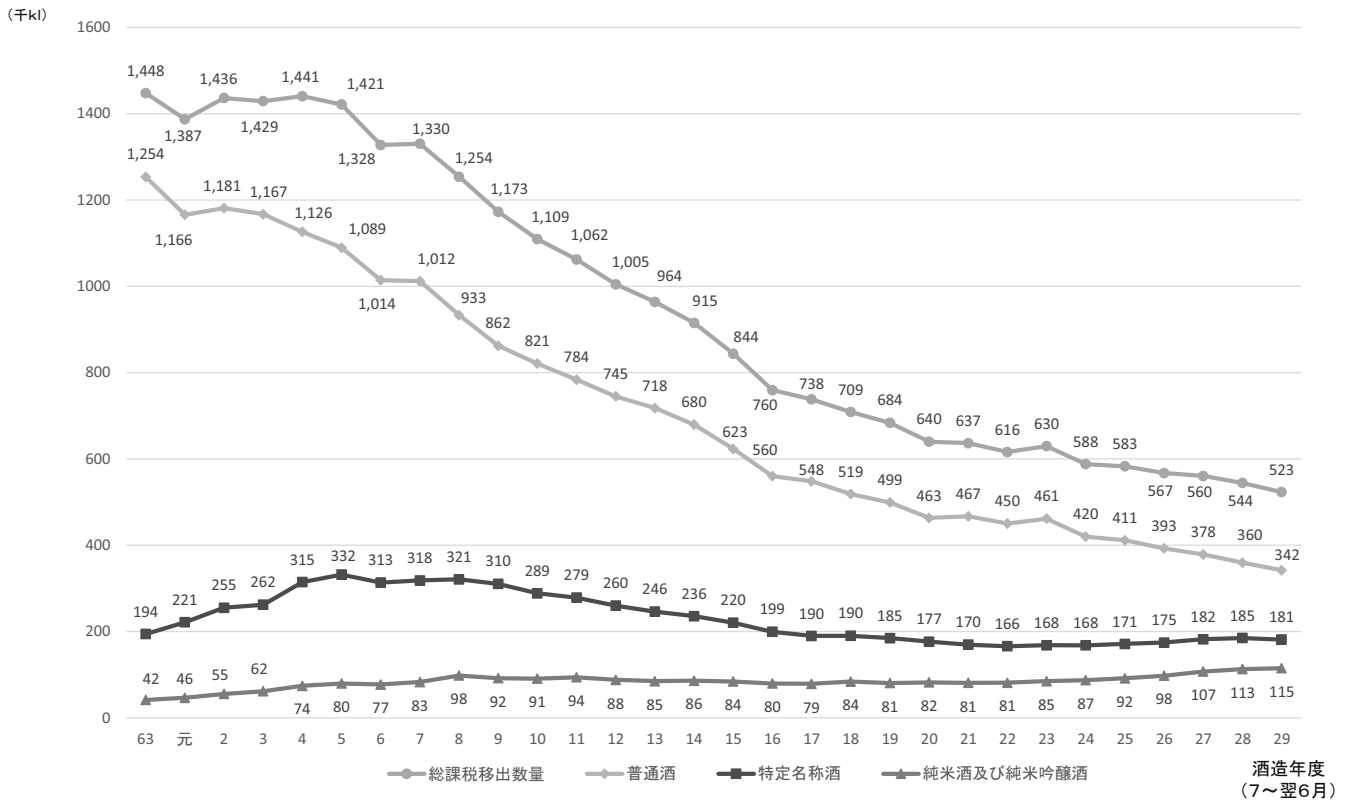
特定名称酒の課税移出数量等の推移



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



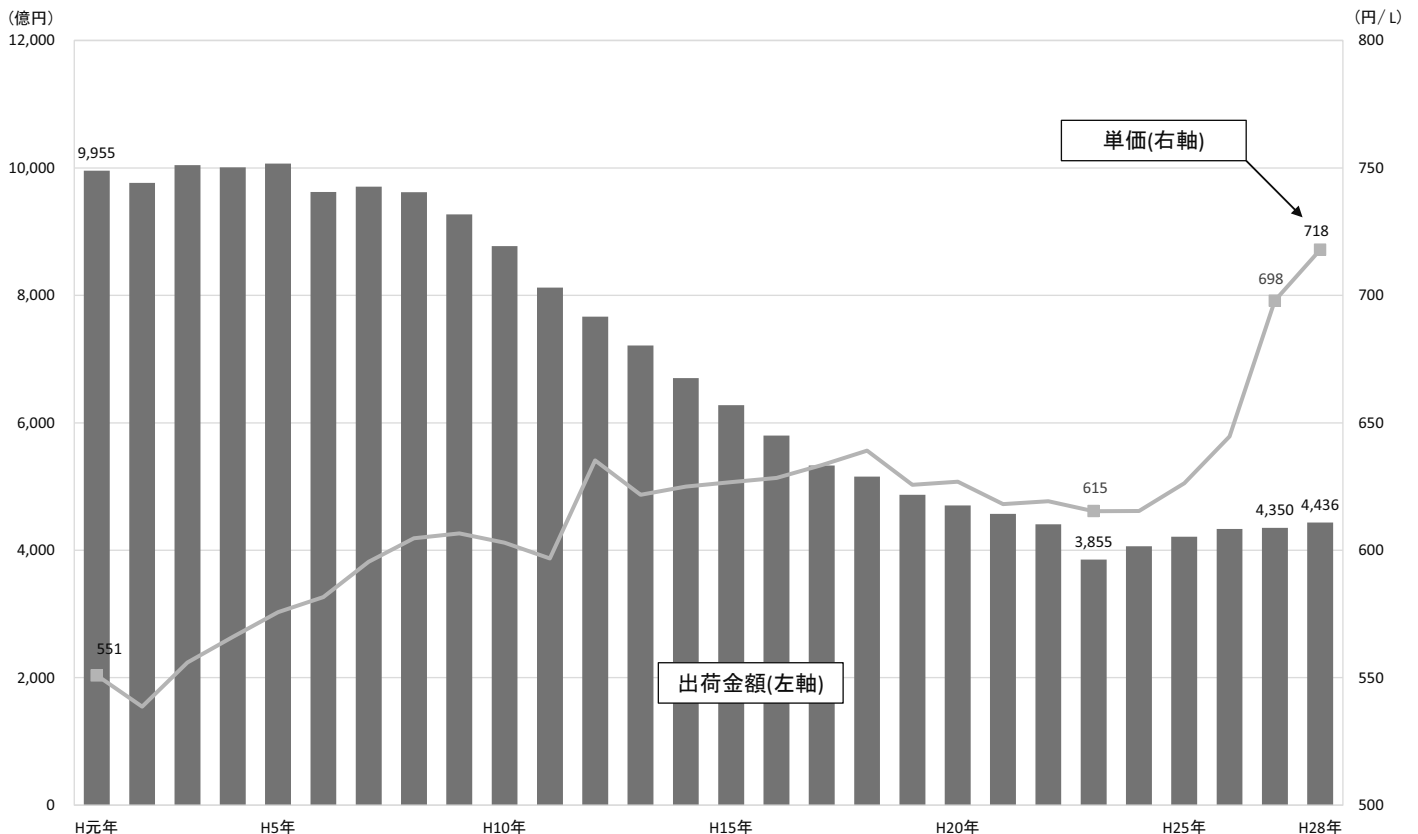
## 清酒のタイプ別 課税移出数量の推移



(注) 1 特定名称酒とは、清酒の製法品質表示基準（平成元年11月国税庁告示第8号）に定められた要件により分類された「吟醸酒」「純米酒」「本醸造酒」等の特定名称を表示した清酒をいう。  
2 普通酒とは、特定名称酒以外の清酒をいう。

出典：「清酒製造状況等調査」（国税庁）より作成

## 付表3 清酒製造業の出荷金額と単価の推移



(注) 従業員4人以上の事業所  
出典：経済産業省「工業統計表」より作成

9 酒類課税数量の推移(税関分)

(単位:千kg)

品目 年度	清酒	合成 清酒	連続式蒸留 焼酎	単式蒸留 焼酎	みりん	ビール	果実酒	甘味 果実酒	ウイスキー	ブランデー	発泡酒	リキュール	スピリッツ等	その他の 醸造酒等	合計
昭和 45	0	0	0	0	0	1	1	1	2	0	0	0	1	0	8
50	0	0	0	0	0	3	7	2	21	2	0	0	1	1	36
55	0	0	0	0	0	12	12	2	22	5	0	1	1	1	56
60	0	0	3	0	0	9	22	5	20	7	0	1	2	2	71
平成 元	0	0	3	0	0	71	67	2	54	11	0	14	5	3	229
5	0	0	8	0	0	120	58	3	43	11	1	5	5	4	259
6	0	0	12	0	0	327	82	3	42	10	5	7	6	5	499
7	0	0	22	0	0	213	83	5	38	9	46	7	8	6	439
8	0	0	33	1	0	166	92	4	33	10	32	10	8	7	398
9	0	0	39	0	0	117	149	3	32	8	22	12	8	7	397
10	0	0	43	0	0	69	223	3	31	5	22	8	8	6	419
11	0	0	51	0	1	41	158	3	28	5	42	11	9	8	356
12	0	0	60	0	1	27	166	3	26	5	53	11	9	8	370
13	0	0	71	0	1	30	158	4	23	5	43	14	9	8	366
14	0	0	79	1	1	28	165	4	23	4	45	16	9	9	385
15	0	0	81	2	1	26	159	3	20	4	38	18	9	9	370
16	0	0	88	2	1	27	161	3	17	3	29	22	8	11	371
17	0	0	80	0	1	29	158	3	17	3	16	27	8	11	352
18	0	0	76	0	1	28	155	6	15	3	11	31	8	11	346
19	0	0	70	0	1	24	157	4	15	2	9	43	9	10	344
20	0	0	68	0	1	24	163	3	14	2	9	67	8	9	367
21	0	0	69	0	1	22	167	3	14	1	8	110	8	9	412
22	0	0	65	1	2	23	186	3	15	1	5	172	10	8	491
23	0	0	62	1	2	38	207	4	17	2	5	239	22	7	604
24	0	0	59	1	2	37	245	4	18	1	5	256	17	7	652
25	0	0	59	1	2	35	255	4	17	1	5	271	14	6	671
26	0	0	52	1	2	32	259	4	18	1	5	265	12	6	658
27	0	0	49	1	2	32	266	4	22	1	6	240	11	5	640
28	0	0	44	0	2	29	254	4	23	1	5	217	12	6	597
29	0	0	43	0	2	28	261	4	24	1	5	220	12	5	607

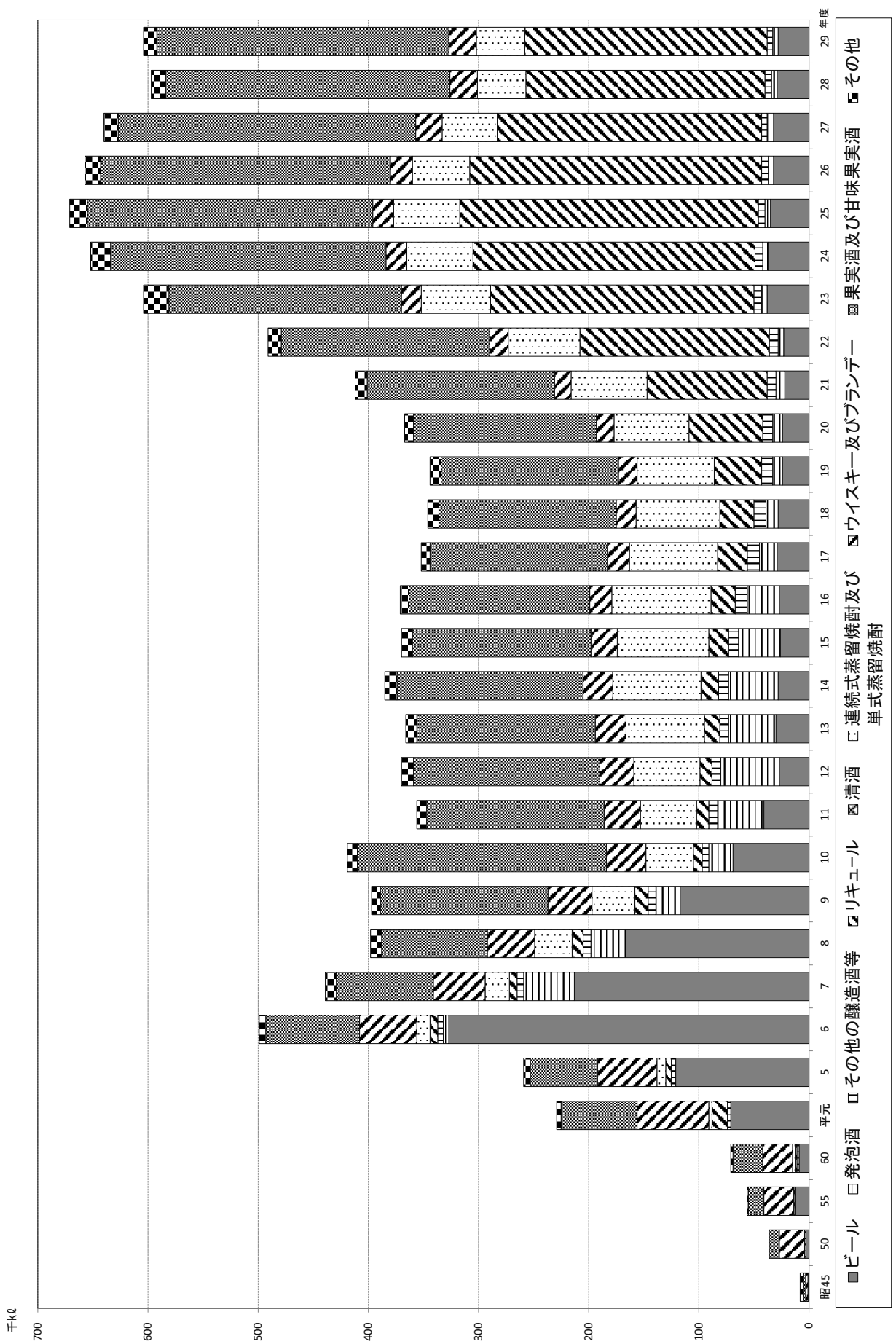
(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。

2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。

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

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

( 9 酒類課税数量の推移 (税関分) )

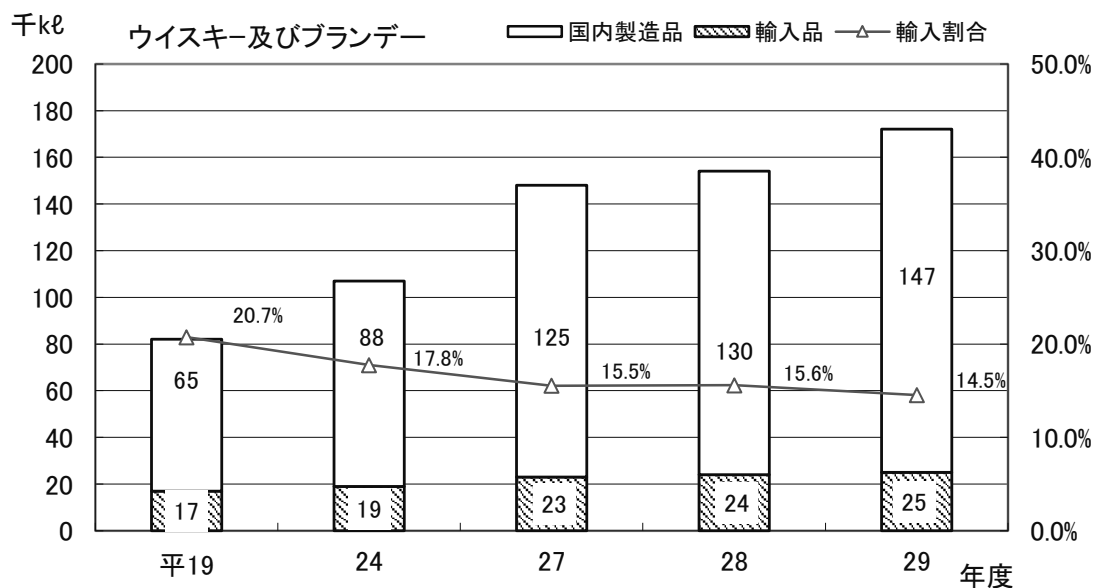
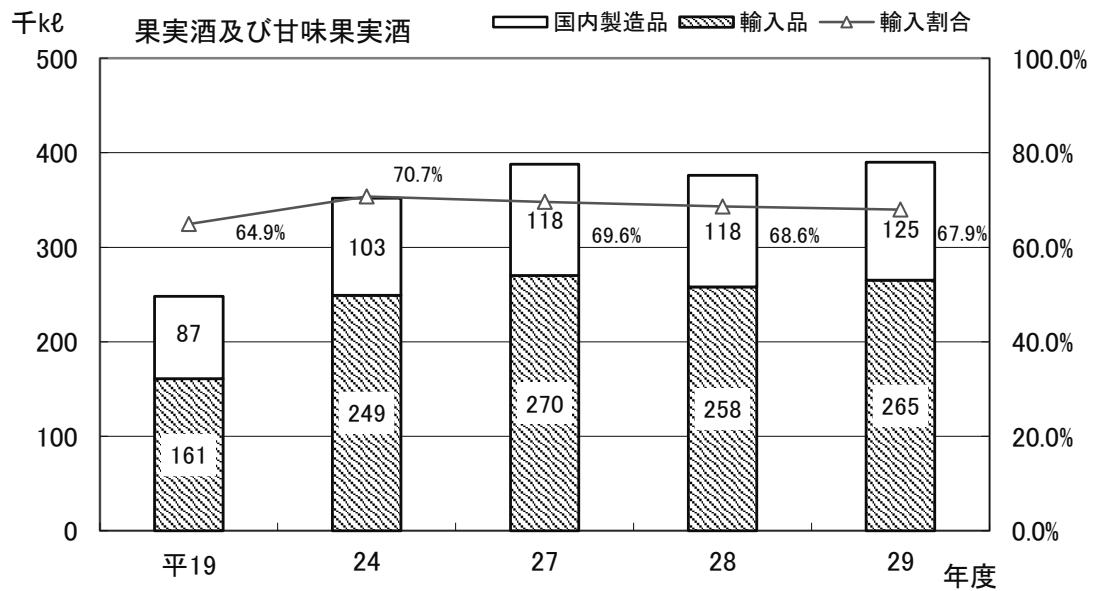
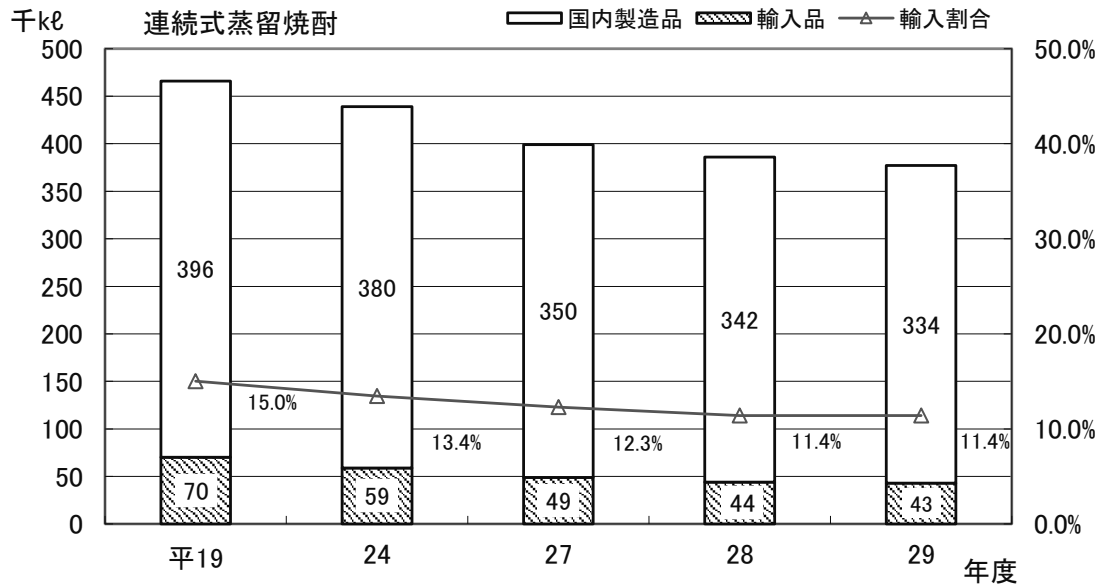


付表1 酒類課税数量の推移表(税関分)

品目	年度							
	平19	24	27	28	29	対19年度比	対24年度比	対前年度比
	kQ	kQ	kQ	kQ	kQ	%	%	%
清 酒	109	54	40	46	49	45.0	90.7	106.5
合 成 清 酒	0	17	17	15	14	-	-	93.3
連 続 式 蒸 留 焼 酎	69,816	59,474	49,497	44,033	43,175	61.8	72.6	98.1
単 式 蒸 留 焼 酎	399	703	528	409	416	104.3	59.2	101.7
み り ん	1,205	1,565	1,781	1,731	1,668	138.4	106.6	96.4
ビ ー ル	24,338	36,849	31,874	28,577	28,389	116.6	77.0	99.3
果 実 酒	156,808	245,456	266,326	254,271	261,403	166.7	106.5	102.8
甘 味 果 実 酒	3,869	4,234	3,953	3,629	3,618	93.5	85.5	99.7
ウ イ ス キ ー	14,578	17,768	22,218	23,275	23,987	164.5	135.0	103.1
ブ ラ ン デ ー	2,408	1,473	1,410	1,292	1,334	55.4	90.6	103.3
発 泡 酒	8,720	4,649	5,998	5,314	5,275	60.5	113.5	99.3
リ キ ュ ー ル	42,989	256,237	240,299	216,521	220,039	511.8	85.9	101.6
ス ピ リ ッ ツ 等	8,607	16,844	11,065	11,665	12,210	141.9	72.5	104.7
そ の 他 の 醸 造 酒 等	9,929	6,938	5,295	5,749	5,122	51.6	73.8	89.1
合 計	343,774	652,262	640,297	596,528	606,698	176.5	93.0	101.7

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

付表2 国内製造品・輸入品別課税数量の推移



# 10 酒税課税額の推移(国税局分及び税関分の合計)

(単位:億円)

品目 年度	清酒	合 成 清 酒	連 続 式 蒸 留 焼 酎	単 式 蒸 留 焼 酎	み り ん	ビ ー ル	果 実 酒	甘 味 果 実 酒	ウ イ ス キ ー	ブ ラ ン デ ー	発 泡 酒	リ キ ュ ー ル	ス ピ リ ツ ツ 等	そ の 他 の 醸 造 酒 等	合 計
昭和	2,106	24	89	20	21	3,161	4	15	605	51	0	24	17	0	6,137
50	2,600	14	74	28	28	4,190	26	13	1,976	143	0	22	12	1	9,125
55	2,538	13	93	41	47	7,295	52	18	3,793	312	0	33	24	2	14,260
60	2,728	17	318	134	58	11,608	73	28	3,662	477	8	116	102	12	19,336
平成	1,963	15	249	139	20	13,150	63	13	2,294	375	0	111	148	8	18,549
5	1,777	27	460	199	20	14,594	52	12	1,743	371	2	148	112	9	19,527
6	1,614	35	510	262	20	16,327	78	12	1,635	347	46	197	118	11	21,211
7	1,709	39	581	300	20	15,464	85	13	1,431	323	301	217	115	11	20,610
8	1,633	40	602	326	21	15,540	96	13	1,305	310	343	235	108	12	20,583
9	1,508	38	693	391	23	14,817	148	16	1,032	205	523	267	97	12	19,771
10	1,412	39	918	551	24	13,661	203	16	554	103	1,133	295	85	11	19,005
11	1,365	40	965	652	42	12,898	152	16	516	91	1,516	373	83	13	18,721
12	1,279	43	1,001	752	32	12,002	145	14	486	82	1,834	386	82	13	18,150
13	1,209	45	1,131	860	24	10,656	140	13	434	71	2,503	461	79	13	17,638
14	1,139	46	1,140	925	23	9,528	145	10	408	60	2,776	531	78	13	16,822
15	1,065	50	1,203	1,107	23	8,761	163	9	369	54	3,302	552	91	43	16,792
16	950	50	1,221	1,262	23	8,501	162	8	326	45	3,093	643	111	194	16,588
17	918	50	1,185	1,274	24	8,068	170	9	318	41	2,281	674	109	731	15,849
18	803	54	1,171	1,312	23	7,751	184	15	295	37	2,133	712	127	846	15,461
19	772	55	1,103	1,363	23	7,611	187	12	271	33	2,057	916	148	692	15,244
20	746	51	1,135	1,285	22	7,024	195	10	279	31	1,854	1,132	214	636	14,613
21	703	46	1,139	1,270	22	6,626	198	9	312	27	1,541	1,415	255	608	14,171
22	688	43	1,095	1,213	21	6,463	217	9	358	26	1,297	1,590	284	585	13,891
23	695	41	1,067	1,216	21	6,279	240	10	362	27	1,146	1,701	300	584	13,687
24	671	39	1,039	1,212	21	6,156	273	10	374	24	1,055	1,770	314	541	13,498
25	675	38	1,042	1,227	21	6,239	289	11	392	25	1,024	1,876	348	502	13,708
26	636	35	959	1,142	21	5,957	293	12	421	24	1,055	1,873	401	444	13,274
27	635	34	946	1,161	22	6,068	301	11	490	24	1,034	1,786	446	421	13,378
28	617	31	913	1,145	21	5,948	293	9	493	22	988	1,805	506	404	13,195
29	602	29	891	1,111	21	5,768	304	9	548	21	937	1,866	567	365	13,039

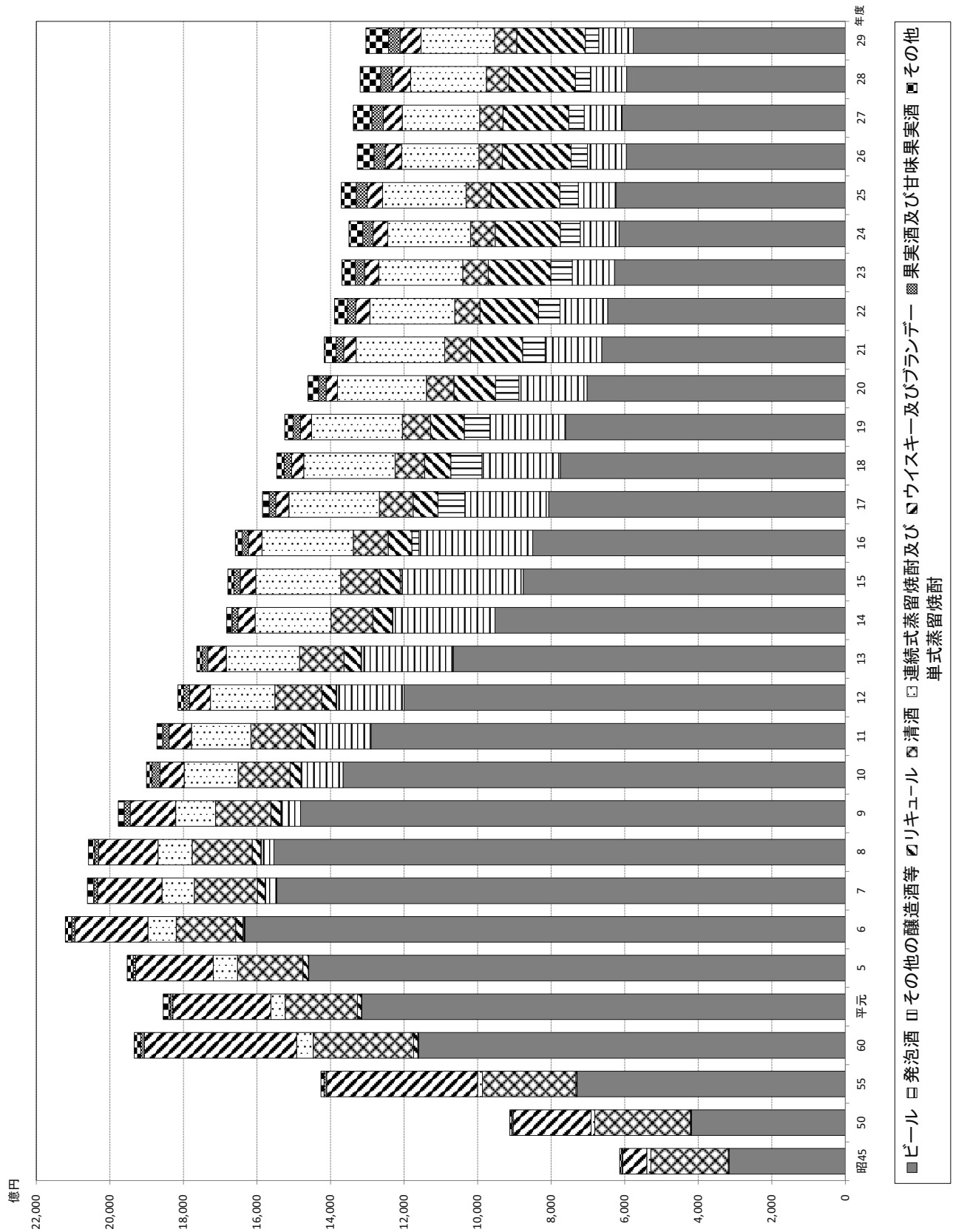
(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。

2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目とした。

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

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

(10 酒税課税額の推移 (国税局分及び税関分の合計))



(注) その他は、合税清酒、みりん及びスピリッツ等の合計である。

(10 酒税課税額の推移(国税局分及び税関分の合計))

付表 酒税課税額の推移表(国税局分及び税関分の合計)

品目	年度							
	平19	24	27	28	29	対19年度比	対24年度比	対前年度比
	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	%	%	%
清 酒	77,208	67,072	63,489	61,674	60,179	77.9	89.7	97.6
合 成 清 酒	5,468	3,891	3,392	3,105	2,908	53.2	74.7	93.7
連続式蒸留焼酎	110,292	103,888	94,613	91,265	89,088	80.8	85.8	97.6
単式蒸留焼酎	136,344	121,213	116,093	114,534	111,060	81.5	91.6	97.0
み り ん	2,291	2,081	2,159	2,124	2,068	90.3	99.4	97.4
ビ ー ル	761,095	615,584	606,792	594,817	576,829	75.8	93.7	97.0
果 実 酒	18,748	27,337	30,089	29,285	30,375	162.0	111.1	103.7
甘 味 果 実 酒	1,187	979	1,052	937	945	79.6	96.5	100.9
ウ イ ス キ ー	27,131	37,371	49,049	49,276	54,785	201.9	146.6	111.2
ブ ラ ン デ ー	3,340	2,443	2,387	2,226	2,106	63.1	86.2	94.6
発 泡 酒	205,744	105,450	103,441	98,755	93,741	45.6	88.9	94.9
リ キ ュ ー ル	91,635	176,999	178,582	180,515	186,638	203.7	105.4	103.4
ス ピ リ ッ ツ 等	14,799	31,390	44,610	50,556	56,667	382.9	180.5	112.1
そ の 他 の 醸 造 酒 等	69,188	54,149	42,102	40,402	36,524	52.8	67.5	90.4
合 計	1,524,449	1,349,846	1,337,849	1,319,472	1,303,912	85.5	96.6	98.8

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



# 11 酒税課税額の推移(国税局分)

(単位:億円)

品目 年度	清酒	合 成 清 酒	連 続 式 蒸 留 焼 酎	単 式 蒸 留 焼 酎	み り ん	ビ ール	果 実 酒	甘 味 果 実 酒	ウ イ ス キ ー	ブ ラ ン デ ー	発 泡 酒	リ キ ュ ール	ス ピ リ ツ ツ 等	そ の 他 の 醸 造 酒 等	合 計
昭和45	2,106	24	89	19	21	3,160	2	14	553	34	-	23	13	0	6,058
50	2,600	14	74	28	28	4,187	13	10	1,628	69	-	19	9	0	8,679
55	2,538	13	93	41	47	7,276	28	13	3,371	133	-	28	18	1	13,598
60	2,728	17	316	134	58	11,585	38	19	3,228	283	8	107	90	4	18,615
平成元	1,963	15	247	139	20	13,002	31	10	1,733	267	0	95	129	5	17,656
5	1,777	27	451	199	20	14,343	25	9	1,296	264	1	139	92	4	18,646
6	1,614	35	492	262	20	15,604	33	9	1,196	250	40	184	92	4	19,833
7	1,709	39	547	300	20	14,992	40	8	1,045	230	235	202	83	3	19,454
8	1,633	40	552	325	21	15,171	45	8	964	206	301	216	74	3	19,561
9	1,507	38	627	391	23	14,558	64	11	786	146	498	247	64	3	18,963
10	1,412	39	816	551	24	13,509	79	12	418	82	1,109	274	50	3	18,378
11	1,365	40	840	652	42	12,808	65	12	400	70	1,472	348	47	3	18,163
12	1,279	43	856	752	31	11,942	55	11	378	60	1,777	359	43	3	17,588
13	1,208	45	962	859	24	10,589	54	9	336	53	2,457	430	42	2	17,069
14	1,139	46	951	923	22	9,465	55	6	309	42	2,728	499	39	2	16,226
15	1,065	50	1,012	1,101	23	8,703	57	6	285	39	3,251	519	54	31	16,196
16	950	50	1,013	1,256	23	8,440	53	5	255	32	3,053	608	78	180	15,996
17	918	50	997	1,273	24	8,004	62	5	248	30	2,259	635	76	716	15,296
18	803	54	990	1,311	22	7,688	62	8	233	26	2,117	670	94	831	14,910
19	772	55	938	1,362	23	7,557	62	7	211	24	2,045	866	112	679	14,713
20	746	51	974	1,284	22	6,971	65	6	223	23	1,841	1,062	183	625	14,074
21	703	46	976	1,269	21	6,578	64	5	255	21	1,530	1,313	220	597	13,599
22	688	43	943	1,211	21	6,412	69	5	296	21	1,288	1,437	249	575	13,258
23	695	41	920	1,214	21	6,196	75	5	294	20	1,138	1,493	252	574	12,939
24	671	39	899	1,210	21	6,075	77	5	301	18	1,046	1,548	268	532	12,710
25	675	38	902	1,225	21	6,162	86	6	322	19	1,014	1,634	303	493	12,899
26	636	35	838	1,140	21	5,887	85	7	346	19	1,044	1,634	360	436	12,487
27	635	34	830	1,160	21	5,998	88	6	400	18	1,022	1,572	406	414	12,603
28	617	31	810	1,144	21	5,885	89	5	398	17	977	1,613	462	396	12,465
29	602	29	790	1,110	20	5,706	95	5	450	16	926	1,671	522	358	12,299

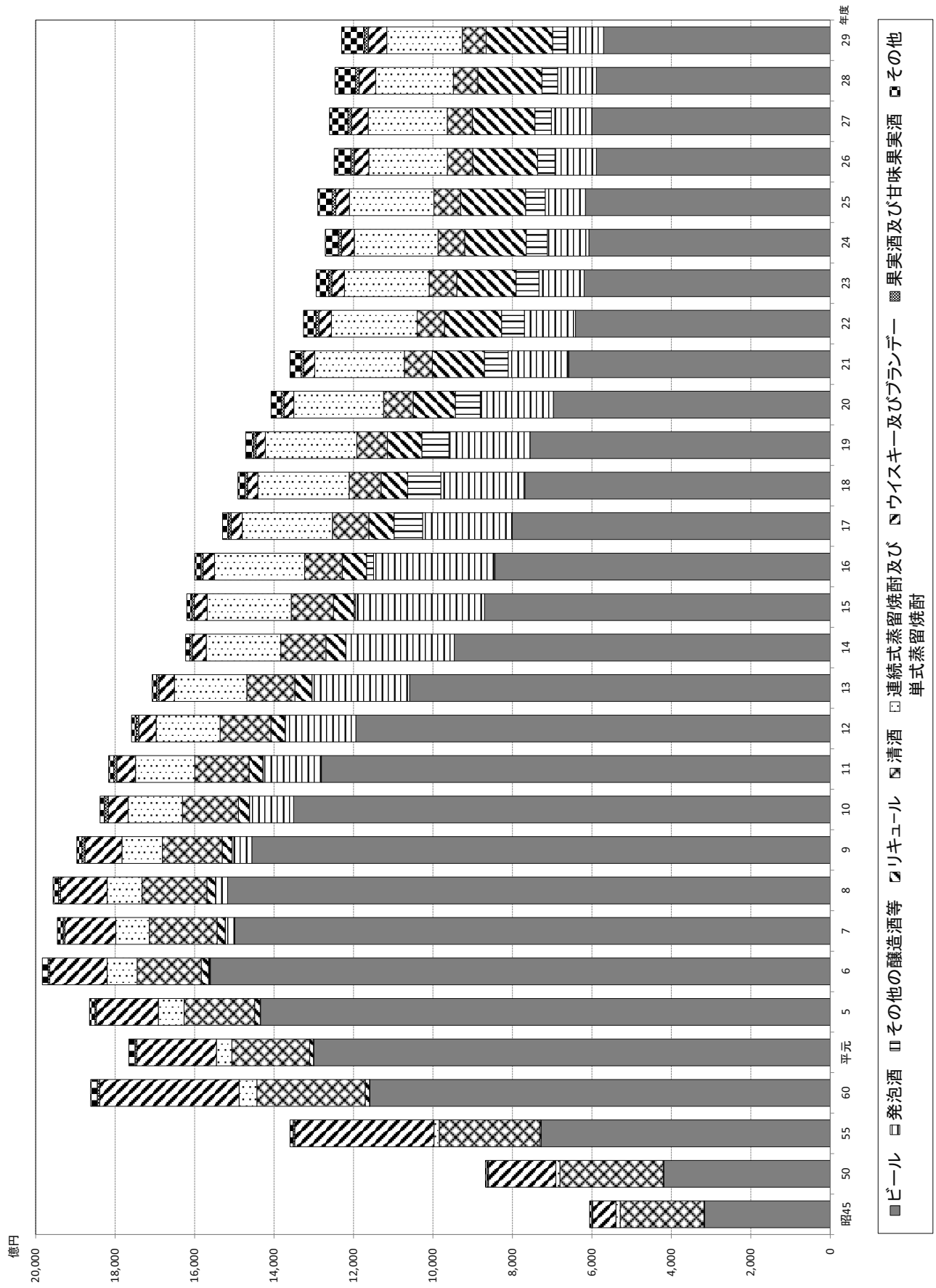
(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)による。

2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目による。

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

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

(11 酒税課税額の推移 (国税局分))



(注) その他は、合成清酒、みりん及びスピリッツ等の合計である。

付表 酒税課税額の推移表(国税局分)

品目	年度							
	平19	24	27	28	29	対19年度比	対24年度比	対前年度比
	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	%	%	%
清酒	77,196	67,066	63,484	61,669	60,173	77.9	89.7	97.6
合成清酒	5,468	3,889	3,390	3,104	2,907	53.2	74.7	93.7
連続式蒸留焼酎	93,799	89,918	82,994	80,965	78,977	84.2	87.8	97.5
単式蒸留焼酎	136,244	121,041	115,963	114,434	110,958	81.4	91.7	97.0
みりん	2,266	2,050	2,124	2,090	2,035	89.8	99.3	97.4
ビール	755,741	607,479	599,781	588,531	570,589	75.5	93.9	97.0
果実酒	6,203	7,719	8,784	8,943	9,472	152.7	122.7	105.9
甘味果実酒	713	490	589	524	529	74.2	108.0	101.0
ウイスキー	21,146	30,127	40,005	39,822	45,024	212.9	149.4	113.1
ブランデー	2,369	1,850	1,821	1,707	1,570	66.3	84.9	92.0
発泡酒	204,467	104,609	102,213	97,650	92,638	45.3	88.6	94.9
リキュール	86,580	154,755	157,230	161,271	167,072	193.0	108.0	103.6
スピリッツ等	11,215	26,775	40,603	46,227	52,158	465.1	194.8	112.8
その他の醸造酒等	67,862	53,217	41,361	39,599	35,806	52.8	67.3	90.4
合計	1,471,268	1,270,984	1,260,340	1,246,535	1,229,907	83.6	96.8	98.7

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

## 12 酒類販売(消費)数量の推移

(単位:千kℓ)

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

(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)による。

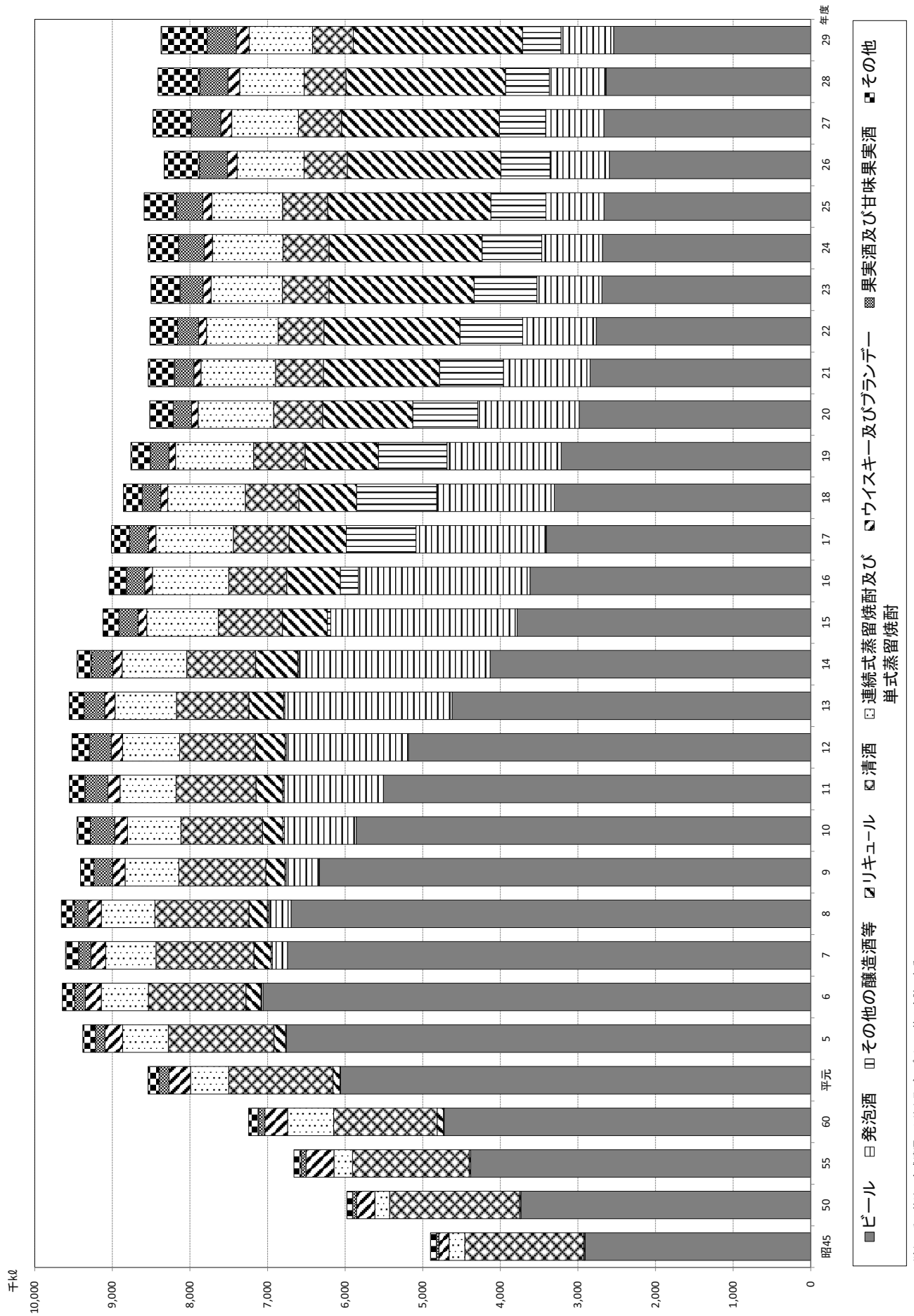
2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目による。

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

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

5 沖縄分は含まない。

(12 酒類販売（消費）数量の推移)



付表 酒類販売(消費)数量の推移表

品目	年度		平19		24		27		28		29		対19年度比	対24年度比	対前年度比
	ℓ	kℓ	ℓ	kℓ	ℓ	kℓ	ℓ	kℓ	ℓ	kℓ	ℓ	kℓ	%	%	%
清 酒	6.4	664,114	5.7	592,661	5.4	555,644	5.2	537,433	5.1	525,745			79.2	88.7	97.8
合 成 清 酒	0.5	53,039	0.4	39,599	0.3	32,689	0.3	30,267	0.3	29,523			55.7	74.6	97.5
連 続 式 蒸 留 焼 酎	4.5	464,869	4.1	426,740	3.8	391,213	3.6	373,626	3.6	370,938			79.8	86.9	99.3
単 式 蒸 留 焼 酎	5.2	539,913	4.6	481,351	4.5	466,984	4.4	457,321	4.3	445,106			82.4	92.5	97.3
み り ん	1.0	104,621	1.0	104,571	1.0	106,813	1.0	105,916	1.0	105,877			101.2	101.2	100.0
ビ ー ル	31.2	3,214,671	25.9	2,684,573	25.7	2,665,929	25.4	2,636,915	24.4	2,540,328			79.0	94.6	96.3
果 実 酒	2.2	229,527	3.1	320,785	3.6	370,337	3.4	352,492	3.5	363,936			158.6	113.5	103.2
甘 味 果 実 酒	0.1	9,814	0.1	9,199	0.1	9,465	0.1	8,795	0.1	10,701			109.0	116.3	121.7
ウ イ ス キ ー	0.7	75,887	1.0	98,865	1.3	135,456	1.4	145,197	1.5	160,415			211.4	162.3	110.5
ブ ラ ン デ ー	0.1	9,292	0.1	7,378	0.1	6,672	0.1	6,608	0.1	6,427			69.2	87.1	97.3
発 泡 酒	14.3	1,473,091	7.5	781,290	7.2	751,499	7.0	731,737	6.5	678,233			46.0	86.8	92.7
リ キ ュ ー ル	9.2	945,494	19.0	1,973,727	19.6	2,033,713	19.8	2,056,605	21.0	2,181,465			230.7	110.5	106.1
ス ピ リ ッ ツ 等	0.9	92,573	2.4	248,081	3.4	352,818	3.9	401,030	4.4	458,980			495.8	185.0	114.5
そ の 他 の 醸 造 酒 等	8.6	884,459	7.4	768,720	5.7	596,389	5.5	567,879	4.8	495,877			56.1	64.5	87.3
合 計	84.9	8,761,360	82.2	8,537,587	81.6	8,475,607	80.9	8,411,874	80.5	8,373,636			95.6	98.1	99.5

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

13 平成29年度成人1人当たりの酒類販売(消費)数量表(都道府県別)

(単位:ℓ)

国税局	都道府県	清酒	合成清酒	連続式蒸留焼酎	単式蒸留焼酎	みりん	ビール	果実酒	甘味果実酒	ウイスキー	ブランデー	発泡酒	スピリッツ等	リキュール	その他の醸造酒等	合計
札幌	北海道	4.8	0.3	7.4	1.4	0.8	26.3	3.5	0.1	1.7	0.1	7.7	3.4	24.3	5.0	86.7
仙台	青森	6.1	0.6	6.9	3.2	0.5	22.7	2.7	0.1	1.8	0.1	9.2	5.2	27.7	5.4	92.2
	岩手	6.7	0.3	5.3	3.6	0.6	24.3	2.8	0.0	1.5	0.0	7.3	5.2	25.3	5.1	88.0
	宮城	6.2	0.3	3.7	4.1	0.9	23.7	3.4	0.1	2.2	0.0	6.5	4.9	21.9	4.2	82.2
	秋田	9.8	0.6	6.8	2.7	0.6	23.5	2.3	0.1	1.6	0.0	8.3	4.9	26.0	5.6	92.9
	山形	7.9	0.5	6.1	2.7	0.9	23.1	2.9	0.1	1.6	0.0	5.1	4.2	21.1	3.7	79.9
	福島	7.6	0.3	3.2	4.9	0.9	23.3	2.3	0.0	1.7	0.0	6.3	4.1	20.3	4.3	79.4
	計	7.2	0.4	5.0	3.7	0.8	23.5	2.8	0.1	1.8	0.0	7.0	4.7	23.3	4.6	84.8
関東信越	茨城	5.3	0.3	3.3	3.7	0.6	18.6	2.2	0.0	1.5	0.0	5.0	3.7	20.3	4.3	68.8
	栃木	5.3	0.3	4.2	3.3	0.6	21.2	2.5	0.0	1.5	0.0	5.1	3.9	19.1	4.3	71.3
	群馬	5.2	0.3	5.8	2.4	0.7	20.6	2.4	0.1	1.5	0.0	5.5	3.5	19.3	4.3	71.8
	埼玉	4.2	0.2	4.9	2.5	0.6	17.0	2.9	0.0	1.3	0.1	4.8	4.2	19.6	4.9	67.2
	新潟	11.3	0.5	4.8	2.6	0.9	25.4	2.5	0.0	1.4	0.0	7.2	4.3	24.2	4.3	89.6
	長野	7.2	0.2	3.8	3.7	0.9	24.3	3.6	0.1	1.5	0.0	5.0	3.1	19.5	3.3	76.2
	計	5.8	0.3	4.5	2.9	0.7	19.9	2.7	0.0	1.4	0.0	5.3	3.9	20.2	4.4	72.1
東京	千葉	4.3	0.2	3.8	3.1	2.1	19.5	3.1	0.1	1.6	0.1	5.1	4.4	21.1	4.6	73.1
	東京	5.9	0.4	5.5	3.8	1.5	42.5	8.6	0.3	2.8	0.1	5.8	5.8	24.3	4.4	111.6
	神奈川	4.0	0.2	4.2	3.0	0.7	21.2	4.0	0.1	1.7	0.0	5.0	4.4	19.2	4.4	72.2
	山梨	4.9	0.3	3.9	4.0	0.9	21.8	7.7	0.2	2.2	0.1	4.9	3.1	16.8	4.2	75.0
	計	5.0	0.3	4.7	3.4	1.4	30.7	6.1	0.2	2.2	0.1	5.4	5.0	21.9	4.4	90.7
金沢	富山	7.4	0.2	3.0	3.3	0.8	25.1	2.2	0.0	1.3	0.0	8.1	6.0	21.1	4.7	83.4
	石川	7.4	0.3	2.6	3.7	0.9	25.6	2.5	0.1	1.2	0.0	6.7	4.6	19.8	4.9	80.3
	福井	6.7	0.4	2.1	4.0	0.9	24.3	1.7	0.1	0.8	0.1	9.3	4.0	17.6	4.9	76.8
	計	7.2	0.3	2.6	3.6	0.9	25.1	2.2	0.1	1.2	0.0	7.9	4.9	19.7	4.8	80.5
名古屋	岐阜	5.3	0.3	2.1	3.5	0.9	17.0	2.1	0.1	0.9	0.1	5.5	3.5	15.2	4.1	60.4
	静岡	4.7	0.3	3.4	3.9	1.0	19.5	2.4	0.1	1.3	0.0	5.1	3.4	17.3	4.3	66.6
	愛知	3.7	0.3	2.3	3.4	1.2	23.0	2.5	0.1	1.1	0.1	6.0	4.2	18.5	4.1	70.4
	三重	4.6	0.3	2.5	3.7	0.9	18.8	1.7	0.1	0.9	0.0	5.4	3.9	17.8	3.9	64.4
	計	4.2	0.3	2.5	3.6	1.1	20.8	2.3	0.1	1.1	0.0	5.6	3.9	17.6	4.1	67.4
大阪	滋賀	5.0	0.2	1.8	3.4	1.1	14.8	1.6	0.1	0.8	0.0	4.5	4.4	17.6	3.3	58.6
	京都	5.7	0.3	1.8	3.7	1.3	27.4	4.2	0.3	1.5	0.1	6.8	4.9	21.1	4.3	83.3
	大阪	4.5	0.2	2.1	4.3	1.0	29.9	3.7	0.1	1.8	0.1	7.8	5.4	25.2	5.8	91.8
	兵庫	4.7	0.2	2.0	4.0	0.9	22.0	2.9	0.1	1.2	0.0	7.0	4.5	21.6	4.6	75.7
	奈良	5.0	0.2	1.6	3.6	1.0	15.9	2.1	0.0	0.9	0.0	5.3	4.0	18.2	4.3	62.2
	和歌山	5.5	0.3	2.4	4.2	1.0	20.0	3.4	0.0	0.8	0.1	7.3	5.1	20.1	5.6	75.8
	計	4.8	0.2	2.0	4.0	1.0	25.1	3.3	0.1	1.4	0.1	7.0	4.9	22.5	5.0	81.6
広島	鳥取	6.3	0.5	2.5	4.9	1.2	23.2	1.8	0.1	1.1	0.1	7.8	4.8	22.9	5.8	83.0
	島根	7.1	0.3	2.8	5.9	1.2	20.8	1.9	0.4	1.0	0.0	6.6	3.8	19.1	6.3	77.2
	岡山	4.7	0.2	2.1	4.7	0.9	17.5	1.9	0.1	1.0	0.1	6.1	4.5	18.4	4.8	66.8
	広島	4.9	0.2	2.3	5.7	0.9	22.9	2.4	0.1	1.1	0.1	8.3	4.5	21.3	5.1	79.7
	山口	4.6	0.3	2.5	5.7	0.9	20.0	1.7	0.1	0.9	0.1	8.3	3.6	17.8	5.6	71.9
	計	5.1	0.3	2.3	5.4	0.9	20.8	2.0	0.1	1.0	0.1	7.6	4.3	19.8	5.3	74.9
高松	徳島	5.4	0.3	2.0	5.2	1.0	20.0	2.0	0.1	1.1	0.1	8.4	3.8	17.3	5.6	72.2
	香川	4.8	0.3	2.2	4.8	2.2	21.2	2.0	0.1	1.0	0.1	6.4	4.7	19.5	4.3	73.4
	愛媛	4.7	0.3	2.6	4.7	1.3	22.2	1.8	0.1	0.9	0.1	7.1	4.3	20.4	5.3	75.9
	高知	6.1	0.3	3.0	4.6	0.9	27.1	1.8	0.0	1.0	0.1	15.6	5.3	22.4	7.2	95.5
	計	5.1	0.3	2.4	4.8	1.4	22.4	1.9	0.1	1.0	0.1	8.8	4.5	19.9	5.5	78.3
福岡	福岡	4.4	0.3	1.8	7.7	0.8	23.5	2.9	0.1	1.5	0.1	8.3	4.0	20.1	4.6	80.1
	佐賀	6.0	0.4	1.6	6.5	0.8	21.7	1.6	0.0	0.9	0.1	8.8	3.2	18.5	5.1	75.2
	長崎	4.3	0.3	2.6	7.2	0.8	21.2	1.9	0.0	0.9	0.1	8.4	3.2	18.4	5.8	75.0
	計	4.5	0.3	2.0	7.4	0.8	22.9	2.6	0.1	1.3	0.1	8.4	3.8	19.6	4.9	78.6
熊本	熊本	2.8	0.3	1.8	9.1	0.8	20.2	2.2	0.0	1.1	0.1	8.9	3.3	20.2	7.2	78.0
	大分	4.3	0.4	2.5	9.4	0.7	21.8	2.3	0.1	1.4	0.1	8.6	3.9	19.1	5.4	80.1
	宮崎	2.3	0.2	1.3	18.6	0.6	22.2	2.5	0.1	1.1	0.1	10.3	3.5	21.2	9.1	93.0
	鹿児島	1.2	0.2	1.0	21.8	0.7	16.0	1.7	0.0	0.8	0.0	9.5	3.1	18.3	7.5	81.9
	計	2.6	0.3	1.6	14.7	0.7	19.7	2.1	0.0	1.1	0.1	9.3	3.4	19.6	7.3	82.4
全国平均		5.1	0.3	3.6	4.3	1.0	24.4	3.5	0.1	1.5	0.1	6.5	4.4	21.0	4.8	80.5

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

14 酒類等製造免許場数の推移

(単位:場)

品目 年度	清酒	合成 清酒	連続式蒸留 焼酎	単式蒸留 焼酎	みりん	ビール	果実酒	甘味 果実酒	ウイスキー	ブランデー	発泡酒	リキユール	スピリッツ等	その他の 醸造酒等	合計	酒母	もろみ
昭和 45	外 25 3,533	外 92 3	外 87 39	外 482 379	外 163 37	外 - 28	外 102 233	外 115 30	外 58 18	外 74 4	外 4 -	外 104 58	外 218 26	外 12 46	外 1,536 4,434	375	218
50	外 30 3,229	外 84 2	外 86 36	外 424 393	外 180 31	外 - 32	外 109 208	外 123 24	外 56 24	外 82 5	外 4 -	外 133 47	外 243 23	外 17 48	外 1,551 4,102	383	243
55	外 36 2,947	外 81 1	外 86 31	外 429 379	外 149 38	外 - 35	外 100 218	外 133 18	外 56 26	外 89 5	外 5 -	外 146 48	外 243 21	外 30 50	外 1,583 3,817	374	271
60	外 64 2,586	外 81 3	外 76 45	外 508 389	外 161 30	外 2 38	外 121 214	外 162 17	外 61 26	外 108 9	外 10 1	外 215 51	外 262 16	外 59 56	外 1,890 3,481	376	334
平成 元	外 56 2,438	外 77 5	外 82 40	外 517 359	外 75 30	外 5 39	外 142 225	外 168 18	外 65 23	外 110 5	外 12 -	外 260 63	外 266 19	外 66 59	外 1,901 3,323	377	353
5	外 61 2,386	外 76 4	外 73 47	外 514 350	外 69 32	外 8 42	外 149 235	外 167 14	外 64 20	外 108 4	外 13 -	外 280 67	外 272 11	外 72 61	外 1,926 3,273	377	362
6	外 64 2,369	外 78 3	外 75 45	外 511 352	外 70 30	外 14 49	外 152 234	外 171 11	外 64 20	外 109 4	外 32 -	外 283 71	外 272 12	外 72 61	外 1,967 3,261	384	359
7	外 64 2,336	外 77 6	外 76 46	外 512 345	外 71 29	外 17 68	外 156 233	外 175 8	外 64 19	外 109 5	外 38 4	外 298 69	外 270 14	外 76 60	外 2,003 3,242	389	354
8	外 63 2,305	外 79 2	外 82 38	外 506 345	外 69 32	外 25 143	外 156 234	外 176 10	外 64 19	外 108 4	外 54 5	外 301 75	外 270 18	外 80 58	外 2,033 3,288	388	354
9	外 68 2,268	外 79 2	外 80 40	外 504 336	外 70 32	外 35 238	外 156 239	外 177 10	外 66 16	外 110 5	外 67 25	外 310 82	外 275 16	外 80 60	外 2,077 3,369	393	356
10	外 78 2,229	外 80 1	外 79 41	外 494 327	外 71 30	外 40 274	外 156 237	外 174 10	外 67 15	外 109 4	外 103 31	外 325 83	外 275 17	外 87 57	外 2,138 3,356	394	356
11	外 82 2,191	外 79 1	外 82 38	外 485 327	外 60 38	外 45 281	外 153 236	外 170 11	外 65 13	外 106 3	外 123 37	外 335 82	外 266 18	外 88 57	外 2,139 3,333	390	354
12	外 86 2,152	外 78 1	外 87 35	外 478 327	外 63 36	外 51 272	外 163 235	外 169 11	外 68 11	外 108 3	外 128 48	外 371 91	外 268 19	外 92 58	外 2,210 3,299	349	352
13	外 92 2,121	外 79 2	外 87 36	外 476 323	外 65 37	外 51 255	外 173 229	外 172 11	外 68 10	外 106 3	外 133 54	外 386 96	外 270 19	外 103 58	外 2,261 3,254	352	348
14	外 98 2,076	外 76 2	外 82 36	外 476 328	外 71 31	外 55 244	外 183 233	外 173 13	外 67 10	外 110 4	外 136 61	外 411 101	外 278 20	外 124 91	外 2,340 3,216	337	345
15	外 102 2,024	外 75 2	外 80 37	外 487 330	外 70 33	外 95 242	外 183 233	外 175 10	外 69 8	外 113 3	外 432 52	外 528 106	外 389 21	外 133 64	外 2,931 3,165	336	357
16	外 114 1,973	外 76 2	外 81 38	外 493 347	外 74 30	外 81 233	外 177 234	外 171 11	外 70 7	外 110 4	外 385 48	外 498 106	外 346 22	外 146 91	外 2,822 3,146	331	374
17	外 118 1,938	外 73 2	外 79 36	外 490 358	外 74 31	外 77 228	外 176 237	外 171 9	外 68 6	外 110 3	外 369 42	外 554 108	外 336 23	外 162 118	外 2,857 3,139	280	388
18	外 129 1,887	外 66 5	外 85 30	外 497 365	外 73 33	外 77 221	外 184 242	外 412 21	外 65 6	外 109 4	外 2,209 37	外 2,354 114	外 3,001 27	外 4,797 149	外 14,068 3,141	264	399
19	外 138 1,845	外 65 5	外 81 32	外 503 374	外 74 31	外 80 212	外 190 239	外 384 17	外 65 7	外 112 3	外 1,138 38	外 2,230 123	外 2,779 35	外 4,451 189	外 13,290 3,150	254	405
20	外 137 1,807	外 64 5	外 79 33	外 508 374	外 72 32	外 83 202	外 184 238	外 365 14	外 66 7	外 117 2	外 2,067 37	外 2,160 123	外 2,672 37	外 4,263 205	外 12,837 3,116	251	400
21	外 145 1,761	外 71 3	外 82 32	外 506 379	外 78 30	外 90 195	外 182 247	外 354 12	外 68 8	外 120 4	外 1,969 35	外 2,080 136	外 2,559 37	外 4,069 211	外 12,373 3,090	252	407
22	外 150 1,736	外 73 2	外 79 34	外 507 375	外 78 30	外 89 187	外 179 257	外 344 10	外 67 8	外 120 5	外 1,877 40	外 2,017 153	外 2,443 39	外 3,864 230	外 11,887 3,106	275	400
23	外 154 1,709	外 71 2	外 77 35	外 499 374	外 81 30	外 90 181	外 179 262	外 332 10	外 66 8	外 120 1	外 1,715 46	外 1,905 170	外 2,260 36	外 3,533 243	外 11,082 3,107	255	404
24	外 151 1,684	外 73 2	外 79 36	外 500 366	外 82 32	外 93 168	外 178 267	外 325 13	外 65 9	外 122 1	外 1,596 51	外 1,833 171	外 2,142 36	外 3,309 245	外 10,548 3,081	244	415
25	外 154 1,652	外 71 2	外 75 38	外 497 363	外 79 32	外 92 167	外 176 277	外 318 11	外 64 9	外 119 1	外 1,512 60	外 1,779 187	外 2,055 38	外 3,150 252	外 10,141 3,089	243	415
26	外 151 1,634	外 70 2	外 76 37	外 492 363	外 79 30	外 87 173	外 179 286	外 312 11	外 65 9	外 120 1	外 1,466 72	外 1,758 185	外 1,998 37	外 3,032 256	外 9,885 3,096	243	419
27	外 146 1,627	外 68 3	外 76 37	外 494 361	外 79 30	外 84 178	外 190 305	外 312 10	外 67 10	外 120 1	外 1,430 95	外 1,734 185	外 1,948 43	外 2,959 265	外 9,707 3,150	239	419
28	外 148 1,615	外 70 2	外 78 35	外 494 359	外 80 29	外 86 179	外 192 328	外 313 9	外 70 16	外 118 2	外 1,403 113	外 1,713 181	外 1,904 46	外 2,899 270	外 9,571 3,184	243	417
29	外 161 1,594	外 71 1	外 77 36	外 483 371	外 77 32	外 84 187	外 204 355	外 310 12	外 75 18	外 123 1	外 1,376 223	外 1,700 182	外 1,869 46	外 2,825 275	外 9,435 3,333	245	415

(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。

2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。

3 平成17年度以前の品目別製造免許場数は、現行の品目に対応する平成18年度改正前の酒税法の種類又は品目の製造免許場数である。

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

5 一の製造場数で複数の酒類の製造免許を有しているものについて、主たる酒類を本表とし、その他は外書きとして掲げた。

6 平成18年度以降の酒類の製造免許場数は、平成18年度の酒税法改正に伴い、酒税法附則第66条第2項の規定により製造免許を受けたものとみなされたものを含んでいる。



(14 酒類等製造免許場数の推移)

付表 1 地ビール製造免許場(者)数の推移

年 度	平成6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
製造場数	6	24	103	209	251	264	262	239	230	263	244	234	223	211	206	201	194	190	180	179	181	180	182	184
製造者数	6	24	95	194	231	242	240	228	220	251	232	223	213	200	196	191	184	183	174	173	174	173	174	176

(注) 1 製造免許場(者)数は、各年度末(3月31日)現在のものである。

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

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

付表 2 果実酒製造免許場(者)数の推移 (特定酒類(果実酒))

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

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

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

※ 構造改革特別区域法第28条(酒税法の特例)に規定する要件に該当する製造者が、その製造場で製造する果実酒の製造免許に係る最低製造数量基準は適用しないこととされた。

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

(14 酒類等製造免許場数の推移)

付表3 濁酒製造免許場(者)数の推移(特定酒類(その他の醸造酒))

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

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

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

※ 構造改革特別区域法第28条(酒税法の特例)に規定する要件に該当する製造者が、その製造場で製造するその他の醸造酒の製造免許に係る最低製造数量基準は適用しないこととされた。

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

付表4 果実酒製造免許場(者)数の推移(特産酒類(果実酒))

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

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

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

※ 構造改革特別区域法第28条の2(酒税法の特例)に規定する要件に該当する製造者が、その製造場で製造する果実酒の製造免許に係る最低製造数量基準は2kgに緩和された。

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

(14 酒類等製造免許場数の推移)

付表5 リキュール製造免許場(者)数の推移 (特産酒類(リキュール))

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

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

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

※ 構造改革特別区域法第28条の2(酒税法の特例)に規定する要件に該当する製造者が、その製造場で製造するリキュールの製造免許に係る最低製造数量基準は1kℓに緩和された。

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

参考: 構造改革特別区域における酒税法の特例の概要

(特定酒類について)

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

(特産酒類について)

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

15 酒類販売業免許場数の推移

(単位:場)

年月日	卸		売		業		小		業		合 計	備 考
	全 酒 類	そ の 他	全 酒 類	そ の 他	全 酒 類	そ の 他	全 酒 類	そ の 他	全 酒 類	そ の 他		
昭和 46. 3. 31 現在	-	外 1,316	外 1,316	2,387	外 1,316	4,352	外 1,198	外 147	外 1,345	143,047	147,399	13.3 酒類販売業免許制度発足
51. 3. 31	-	-	-	2,731	-	16,469	-	-	外 14,321	150,832	167,301	
61. 3. 31	-	-	-	2,676	-	14,656	-	-	外 12,617	159,888	174,544	63.12 「規制緩和推進要綱」(酒類小売業免許の免許要件に係る運用基準の簡素化・明確化等)の閣議決定
平成 2. 3. 31	-	-	-	3,487	-	15,027	-	-	外 12,594	161,523	176,550	元 6 人口基準、抽選制の導入
5. 3. 31	-	-	-	7,325	-	18,221	-	-	外 15,786	159,300	177,521	
6. 3. 31	-	-	-	7,332	-	18,014	-	-	外 15,542	160,112	178,126	
7. 3. 31	-	-	-	7,331	-	17,818	-	-	外 15,286	161,338	179,156	
8. 3. 31	-	-	-	7,274	-	17,474	-	-	外 14,913	162,406	179,880	
9. 3. 31	-	-	-	7,137	-	17,117	-	-	外 14,652	166,883	184,000	
10. 3. 31	-	-	-	7,090	-	16,847	-	-	外 14,346	171,848	188,695	10. 3 「規制緩和推進の5年計画」(酒類小売業免許に係る需給調整規制の廃止)の閣議決定
11. 3. 31	-	-	-	7,081	-	16,827	-	-	外 14,061	175,095	191,722	
12. 3. 31	-	-	-	7,053	-	16,489	-	-	外 13,923	177,482	193,971	
13. 3. 31	-	-	-	6,885	-	16,250	-	-	外 13,630	176,873	193,123	13. 1 酒類小売業免許の届出基準の廃止
14. 3. 31	-	-	-	6,773	-	15,983	-	-	外 13,395	182,022	198,005	
15. 3. 31	-	-	-	6,686	-	15,756	-	-	外 13,451	184,599	200,355	15. 5 「酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法」公布
16. 3. 31	-	-	-	6,469	-	15,099	-	-	外 13,180	193,226	208,325	15. 9 酒類小売業免許の人口基準の廃止
17. 3. 31	-	-	-	6,406	-	14,417	-	-	外 12,597	197,411	211,828	17. 8 「酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法の一部を改正する法律」公布
18. 3. 31	-	-	-	6,384	-	13,992	-	-	外 12,199	196,460	210,452	18. 8 「酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法」による緊急調整地域の指定失効
19. 3. 31	-	-	-	6,330	-	13,633	-	-	外 11,871	201,272	214,905	
20. 3. 31	-	-	-	6,262	-	13,373	-	-	外 11,683	201,874	215,247	
21. 3. 31	-	-	-	6,090	-	12,945	-	-	外 11,346	199,366	212,311	
22. 3. 31	-	-	-	5,909	-	12,498	-	-	外 10,966	184,072	196,570	
23. 3. 31	-	-	-	5,850	-	12,062	-	-	外 10,488	181,689	193,751	23. 4 「規制・制度改革に係る方針」(酒類小売業免許の要件緩和)の閣議決定
24. 3. 31	-	-	-	5,786	-	11,685	-	-	外 10,251	180,781	192,466	24. 9 酒類小売業免許の要件緩和等の適用を開始
25. 3. 31	-	-	-	5,814	-	11,515	-	-	外 10,112	180,687	192,202	
26. 3. 31	-	-	-	5,919	-	11,490	-	-	外 10,092	181,106	192,596	
27. 3. 31	-	-	-	6,087	-	11,529	-	-	外 10,125	180,726	192,255	
28. 3. 31	-	-	-	6,291	-	11,652	-	-	外 10,203	179,644	191,296	
29. 3. 31	-	-	-	6,524	-	11,808	-	-	外 10,306	179,245	191,053	
30. 3. 31	-	-	-	6,828	-	12,026	-	-	外 10,460	177,464	189,490	

(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によつた。  
 2 昭和46. 3. 31現在の外書きは、卸小売業者の従たる販売業免許場数を、昭和51. 3. 31現在以降の外書きは、卸小売業者のうちで小売業者も兼ねる販売業免許場数を掲げた。  
 3 「卸売業」及び「小売業」の「その他」の欄は、販売できる酒類の範囲について条件の付いている販売業免許場数を掲げた。

## 16 酒類販売業者の概況

### 1 酒類小売業者（酒類小売業者の概況より）

#### (1) 酒類小売業者の概況（一販売場平均）

区 分	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
酒類小売数量 (kl)	49.5	50.9	50.5
酒類売場面積 (㎡)	38.1	38.3	42.2
平均営業時間 (時間)	15.3	15.3	15.4

#### (2) 一般酒販店の経営概況（一者平均）

（単位：万円、％）

区 分	金額・割合		
	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
総売上高	7,617	6,895	7,467
うち酒類小売売上高	2,246	1,923	2,376
総売上高に占める割合	29.5	27.9	31.8
売上総利益	1,648	1,472	1,665
うち酒類小売売上総利益	387	317	421
税引前純利益	149	112	159
総売上高に占める割合	2.0	1.6	2.1

#### (3) 業態別の販売場数

（単位：場、％）

区 分	平成 26 年度		平成 27 年度		平成 28 年度	
		構成比		構成比		構成比
一 般 酒 販 店	48,537	29.8	46,068	28.4	43,641	27.0
コンビニエンスストア	54,645	33.5	54,845	33.8	55,159	34.2
スーパーマーケット	20,330	12.5	20,483	12.6	20,511	12.7
百 貨 店	443	0.3	439	0.3	447	0.3
量 販 店	3,397	2.1	3,409	2.1	3,405	2.1
業務用卸主体店	2,845	1.7	2,927	1.8	3,021	1.9
ホームセンター・ドラッグストア	11,181	6.9	11,893	7.3	12,804	7.9
そ の 他	21,697	13.3	22,059	13.6	22,406	13.9
合 計	163,075	100.0	162,123	100.0	161,394	100.0

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

## (4) 業態別の販売数量

(単位：kl、%)

区 分	平成 26 年度		平成 27 年度		平成 28 年度	
		構成比		構成比		構成比
一 般 酒 販 店	1,177,861	14.6	1,140,352	13.8	1,081,267	13.3
コンビニエンスストア	950,552	11.8	932,860	11.3	923,972	11.3
スーパーマーケット	2,989,156	37.0	3,081,953	37.4	3,068,805	37.7
百 貨 店	58,716	0.7	57,653	0.7	53,214	0.7
量 販 店	1,020,998	12.6	1,008,148	12.2	974,287	12.0
業 務 用	786,160	9.7	846,548	10.3	825,177	10.1
ホームセンター・ドラッグストア	687,140	8.5	727,688	8.8	758,739	9.3
そ の 他	409,744	5.1	452,571	5.5	461,962	5.7
合 計	8,080,327	100.0	8,247,771	100.0	8,147,423	100.0

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

## (5) 経営組織別事業者数

(単位：者、%)

区 分	平成 26 年度		平成 27 年度		平成 28 年度	
		構成比		構成比		構成比
個 人	54,666	55.3	52,812	55.0	50,854	54.7
法 人 ・ そ の 他	44,235	44.7	43,151	45.0	42,151	45.3
合 計	98,901	100.0	95,963	100.0	93,005	100.0

## (6) 一般酒販店の売上規模別事業者数

(単位：者、%)

区 分	平成 26 年度		平成 27 年度		平成 28 年度	
		構成比		構成比		構成比
300 万円以下	4,753	14.9	4,796	15.6	4,836	16.5
300 万円超 500 万円以下	3,065	9.6	2,992	9.7	2,917	9.9
500 万円超 700 万円以下	2,606	8.2	2,593	8.4	2,394	8.2
700 万円超 1,000 万円以下	3,329	10.5	3,200	10.4	3,129	10.7
1,000 万円超 1,500 万円以下	3,709	11.7	3,506	11.4	3,251	11.1
1,500 万円超 2,000 万円以下	2,604	8.2	2,456	8.0	2,312	7.9
2,000 万円超 2,500 万円以下	1,995	6.3	1,805	5.9	1,677	5.7
2,500 万円超 3,000 万円以下	1,420	4.5	1,357	4.4	1,228	4.2
3,000 万円超 4,000 万円以下	2,071	6.5	1,996	6.5	1,792	6.1
4,000 万円超 5,000 万円以下	1,343	4.2	1,226	4.0	1,111	3.8
5,000 万円超 1 億円以下	2,672	8.4	2,573	8.4	2,484	8.5
1 億円超	2,258	7.0	2,194	7.1	2,202	7.5
合 計	31,825	100.0	30,694	100.0	29,333	100.0

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

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

## 2 酒類卸売業者（酒類卸売業者の概況より）

### (1) 酒類卸売業者の概況

区分	平成 26 年度		平成 27 年度		平成 28 年度	
		1 企業平均		1 企業平均		1 企業平均
事業者数（者）	1,408	-	1,376	-	1,362	-
酒類販売数量（kl）	11,875,640	8,434	13,541,714	9,841	13,678,718	10,043
総売上高（百万円）	40,651,963	28,872	36,601,670	26,600	41,050,083	30,140
うち酒類卸売上高	4,777,869	3,393	5,262,473	3,824	5,636,614	4,138
売上総利益（百万円）	2,609,873	1,854	3,063,460	2,226	2,761,192	2,027
税引前純利益（百万円）	903,294	642	362,111	263	728,603	535
総従事者数（人）	191,800	136	188,407	137	189,640	139
うち酒卸売部門	18,202	13	19,196	14	20,158	15

### (2) 酒類卸売業者の企業規模

（単位：者、％）

区分		平成 26 年度		平成 27 年度		平成 28 年度	
			構成比		構成比		構成比
協同組合		14	1.0	17	1.2	15	1.1
1 億円超・100 人超の会社		84	6.0	79	5.7	81	5.9
中小企業	1 億円超・100 人以下	22	1.6	22	1.6	24	1.8
	1 億円以下・100 人超	90	6.4	81	5.9	85	6.2
	1 億円以下・100 人以下	1,121	79.6	1,099	79.9	1,088	79.9
	個人	77	5.5	78	5.7	69	5.1
	中小企業計	1,310	93.0	1,280	93.0	1,266	93.0
企業数合計		1,408	100.0	1,376	100.0	1,362	100.0

（注） 1 企業規模（区分欄）の金額は資本金を、人数は従業員数を表す。

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

### (3) 税引前純利益金額別企業数

（単位：者、％）

区分	平成 26 年度		平成 27 年度		平成 28 年度	
		構成比		構成比		構成比
欠損	480	34.1	422	30.7	431	31.6
～50 万円未満	143	10.2	108	7.8	115	8.4
～500 万円未満	264	18.8	290	21.1	244	17.9
～3,000 万円未満	249	17.7	264	19.2	276	20.3
～1 億円未満	125	8.9	115	8.4	127	9.3
1 億円以上	147	10.4	177	12.9	169	12.4
合計	1,408	100.0	1,376	100.0	1,362	100.0

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

(4) 販売先別販売数量

(単位:kl、%)

区分	平成 26 年度		平成 27 年度		平成 28 年度	
		構成比		構成比		構成比
卸売業者	2,778,752	23.4	3,671,661	27.1	3,992,004	29.2
小売業者	7,671,709	64.6	8,175,175	60.4	8,250,390	60.3
消費者	1,425,178	12.0	1,694,878	12.5	1,436,324	10.5
合計	11,875,640	100.0	13,541,714	100.0	13,678,718	100.0

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

(5) 品目別販売数量

(単位:kl、%)

区分	平成 26 年度		平成 27 年度		平成 28 年度	
		構成比		構成比		構成比
清酒	858,536	7.2	913,007	6.7	880,195	6.4
焼酎	1,309,086	11.0	1,415,270	10.5	1,387,743	10.1
ビール	3,683,779	31.0	4,447,967	32.8	4,449,195	32.5
発泡酒	1,016,074	8.6	1,127,782	8.3	1,092,173	8.0
その他の醸造酒	717,309	6.0	750,001	5.5	722,989	5.3
スピリッツ・リキュール	3,345,757	28.2	3,806,563	28.1	4,063,092	29.7
その他	945,099	8.0	1,081,124	8.0	1,083,331	7.9
合計	11,875,640	100.0	13,541,714	100.0	13,678,718	100.0

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

- 1 「酒類卸売業者の概況」(酒類卸売業者実態調査の結果)については、国税庁ホームページに掲載している。  
([www.nta.go.jp/taxes/sake/shiori-gaikyo/oroshiuri/03.htm](http://www.nta.go.jp/taxes/sake/shiori-gaikyo/oroshiuri/03.htm))
- 2 調査表の回収率は、それぞれ90.0% (平成26年度)、88.5% (平成27年度)、90.1% (平成28年度)である。



## 17 酒類の表示義務

### 表示制度の概要

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

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

	目的	表示内容	根拠規定
酒類の 品目等の 表示義務	酒税の保全	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 製造者名</li> <li>・ 製造場の所在地</li> <li>・ 内容量</li> <li>・ 品目</li> <li>・ アルコール分</li> <li>・ 税率適用区分(発泡酒及び雑酒)</li> <li>・ 発泡性を有する旨及び税率適用区分(その他の発泡性酒類)</li> </ul>	酒類業組合法 86 の 5 酒類業組合法施行令 8 の 3
酒類の 表示基準	酒類の取引の円滑な運行及び消費者の利益に資するため	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 清酒の製法品質表示基準(平成元年国税庁告示第 8 号)</li> <li>・ 果実酒等の製法品質表示基準(平成 27 年国税庁告示第 18 号)</li> <li>・ 酒類における有機の表示基準(平成 12 年国税庁告示第 7 号)</li> <li>・ 酒類の地理的表示に関する表示基準(平成 27 年国税庁告示第 19 号)</li> <li>・ 未成年者の飲酒防止に関する表示基準(平成元年国税庁告示第 9 号)</li> </ul>	酒類業組合法 86 の 6 国税庁告示(※)

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

## 18 清酒の製法品質表示基準

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

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

### 清酒の製法品質表示基準（概要）

#### 1 特定名称の清酒の表示

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

なお、特定名称は、原料、製造方法等の違いによって8種類に分類されます。

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

#### 精米歩合とは

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

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

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

#### こうじ米とは

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

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

#### 醸造アルコールとは

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

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

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

#### 吟醸造りとは

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

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

## 2 必要記載事項の表示

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

### (1) 原材料名

使用した原材料名を、米、米こうじ、以下、使用量の多い順に記載します。

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

例えば、本醸造酒であれば次のように記載します。

原材料名	米、米こうじ、醸造アルコール
精米歩合	68%

### (2) 製造時期

次のいずれかの方法で記載します。

製造年月	平成25年10月
------	----------

製造年月	25. 10
------	--------

製造年月	2013. 10
------	----------

製造年月	13. 10
------	--------

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

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

(3) 保存又は飲用上の注意事項

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

(参考)

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

(4) 原産国名

輸入品の場合に記載します。

(5) 外国産清酒を使用したものの表示

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

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

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

- 製造者の氏名又は名称
- 製造場の所在地（記号で表示してもよいことになっています。）
- 内容量
- 清酒（原料の米に国内産米のみを使い、かつ、日本国内で製造された清酒の場合、「日本酒」と表示してもよいことになっています。）
- アルコール分

### 3 任意記載事項の表示

次に掲げる事項は、それぞれの要件に該当する場合に表示することができます。

(1) 原料米の品種名

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

(2) 清酒の産地名

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

(3) 貯蔵年数

1年以上貯蔵した清酒に、1年未満の端数を切り捨てた年数を表示できます。

(4) 原酒

製成後、水を加えてアルコール分などを調整しない清酒に表示できます。

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

(5) 生酒

製成後、一切加熱処理をしない清酒に表示できます。

(6) 生貯蔵酒

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

(7) 生一本

一つの製造場だけで醸造した純米酒に表示できます。

(8) 樽酒

木製の樽で貯蔵し、木香のついた清酒に表示できます。

なお、販売する時点で、木製の容器に収容されているかは問いません。

(9) 「極上」、「優良」、「高級」等品質が優れている印象を与える用語

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

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

(10) 受賞の記述

国、地方公共団体等の公的機関から受賞した場合に、その清酒に表示できます。

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

#### 4 表示禁止事項

次に掲げる事項は、これを清酒の容器又は包装に表示してはいけません。

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

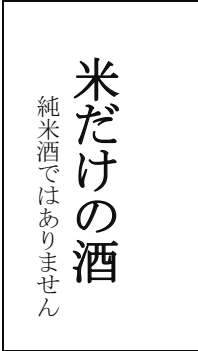
(2) 官公庁御用達又はこれに類似する用語

(3) 特定名称酒以外の清酒について特定名称に類似する用語

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

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

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



純米酒ではありません  
米だけの酒

## 19 果実酒等の製法品質表示基準

### 1 制定の経緯等

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

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

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

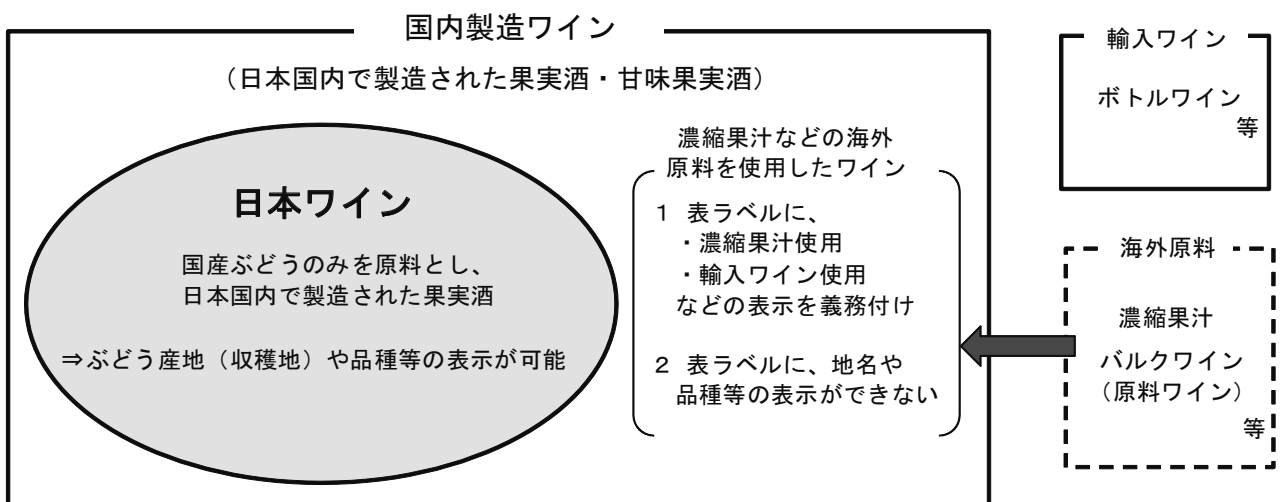
こうした状況を踏まえ、「日本ワイン」の国際的な認知の向上、消費者にとって分かりやすい表示といった観点から、国際的なルールを踏まえたワインの表示のルールを定めることとし、国税審議会の答申を受け、「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」に基づく「果実酒等の製法品質表示基準」（平成27年国税庁告示第18号）（以下「表示基準」といいます。）を平成27年10月に定め、平成30年10月から適用しています。

### 2 表示基準の概要

#### 日本ワイン

日本ワインとは、国内で収穫されたぶどうのみを使用し、日本国内で製造された果実酒のことをいいます。

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



#### 「日本ワイン」の表示

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

#### 地名の表示

日本ワインに限り、次に掲げる地名を表示することができます。

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

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

#### ぶどうの品種名の表示

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

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

#### ぶどうの収穫年の表示

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

#### 原材料名の表示

国内製造ワインには、一括表示欄に原材料名を表示する必要があります。

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

#### 特定の原材料を使用した旨の表示

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

#### 原産国名の表示

輸入ワインには、一括表示欄に原産国名を表示する必要があります。

#### 適用時期

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

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

## 20 酒類における有機の表示基準

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

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

### 酒類における有機の表示基準（概要）

#### 1 有機農畜産物加工酒類における有機等の表示

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

##### (1) 原材料及び使用割合

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

##### (2) 製造その他の工程に係る管理

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

##### (3) 品目の表示

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

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

#### 2 有機農畜産物等を原材料に使用した酒類における有機農畜産物等の使用表示

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

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

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

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



## (参考) 酒類における有機の表示例

### 1 有機農産物加工酒類の場合

<p>お酒は二十歳になってから</p> <p>原材料名 米(国産)、米こうじ(国産米) 精米歩合 60% 製造者 〇〇県〇〇市1-1-1 △△酒造株式会社 内容量 360ml アルコール分 15度以上 16度未満 製造年月 平成30年3月</p>	<p>〇〇正宗</p> <p>有機純米吟醸酒</p> <p>清酒(有機農産物加工酒類)<sup>(1)</sup></p>	<p><b>【製造等の要件】</b> (原材料) 有機JAS格付の有機農産物等を95%以上使用 (添加物) 製造に必要な最小限量 (製造工程管理) 物理的又は生物の機能を利用した製造の方法による等の一定の条件を満たす</p> <p><b>【表示の要件】</b> (1) 品目表示に併せて「(有機農産物加工酒類)」と表示されていること。</p>
---	---	---

### 2 有機農産物等を原材料に使用している場合 (有機農産物等の使用表示)

<p>お酒は二十歳になってから</p> <p>有機米使用<sup>(3)</sup></p> <p>原材料名 米(国産)、米こうじ(国産米) 精米歩合 60% 製造者 〇〇県〇〇市1-1-1 △△酒造株式会社 内容量 360ml アルコール分 15度以上 16度未満 製造年月 平成30年3月</p>	<p>〇〇正宗</p> <p>純米吟醸酒<sup>(2)</sup></p> <p>清酒(有機農産物80%使用)<sup>(1)</sup></p>	<p><b>【製造等の要件】</b> (原材料) 有機JAS格付の有機農産物等を使用</p> <p><b>【表示の要件】</b> (1) 品目表示に併せて「(有機農産物80%使用)」と表示されていること。 (2) 「有機米使用」の文字が、酒類の一般的な名称(純米吟醸酒)又は商品名(〇〇正宗)と一体的でないこと。 (3) 有機農産物等の使用割合が50%以上であるので、「有機米使用」の文字の活字のポイントが、商品名の文字の活字のポイントよりも小さいものであること。</p>
--	--	--

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

## 21 酒類の地理的表示に関する表示基準

### 1 地理的表示制度について

ヨーロッパのワイン法を起源とする地理的表示(Geographical Indication : GI)制度は、酒類や農産品において、その確立した品質、社会的評価又はその他の特性が当該商品の地理的な産地に主として帰せられる場合において、その産地名(地域ブランド)を独占的に名乗ることができる制度です。

地理的表示に指定されると、商品の原料、製法や品質基準が明確になり、一定の品質を満たさない商品の地域ブランドへの「ただ乗り」防止によるブランド価値の向上が期待できるほか、国際交渉を通じて、外国に対しても地理的表示を名乗った模造品等の取締りを求めることができるようになります。

### 2 制定の経緯等

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

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

しかし、旧表示基準では地理的表示の指定の要件が具体的に示されていないこともあり、十分な活用が進まなかったという状況を踏まえ、日本産酒類のブランド価値の向上や輸出促進の観点から、地理的表示の指定を受けるための基準の明確化、消費者に分かりやすい統一的な表示のルール化等の制度の体系化のため、平成27年10月に全ての酒類を対象とした「酒類の地理的表示に関する表示基準」(平成27年国税庁告示第19号)(以下「表示基準」といいます。)を新たに決めました。これに伴い、旧表示基準に基づいて指定されていたものについては、表示基準にのっとった内容となるよう見直しを実施しました。

### 3 表示基準の概要

#### 酒類の地理的表示

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

国内における酒類の地理的表示としては、平成7年6月に「壱岐」、「球磨」、「琉球」を、平成17年12月に「薩摩」及び「白山」を、平成25年7月に「山梨」を、平成27年12月に「日本酒」を、平成28年12月に「山形」を、平成30年6月に「北海道」及び「灘五郷」を指定しています。

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

(1) 国税庁長官が指定した地理的表示

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

(2) 保護に当たって交渉等を通じて確認した地理的表示の状況

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

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

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

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

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

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

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

【欧州連合（EU）で保護】

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

【日本で保護】

ボルドー、ブルゴーニュ（いずれもぶどう酒）など139の地理的表示。

地理的表示の保護の内容

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

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

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

地理的表示の使用

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

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

地理的表示であることを明らかにする表示

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

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

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

適用除外

次に掲げる場合には、地理的表示の保護の規定が適用されません。

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

## 22 未成年者の飲酒防止に関する表示基準

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

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

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

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

### 未成年者の飲酒防止に関する表示基準（概要）

#### 1 酒類の容器等に対する表示

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

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

#### 2 酒類の陳列場所における表示

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

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

### 3 酒類の自動販売機に対する表示

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

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

### 4 酒類の通信販売における表示

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

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

## 23 酒類の表示の基準における重要基準

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

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

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

### 酒類の表示の基準における重要基準を定める件（概要）

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

## 24 酒類容器等の3R(スリーアール)の推進

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

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

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

### リターナブルびん利用促進への取組

#### ◇ ビールびんや一升びん等のリユース

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

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

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

#### ◇ 清酒用720mlのRびんの開発・導入

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

#### ◇ プラスチックコンテナ（P箱）の開発・導入

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

#### ◇ 焼酎用900mlのRびんのリユースシステムの構築

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

### ○ 3R（「さんアール」や「スリーアール」といわれます。）

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



## 資源の回収、有効利用への取組

### ◇ 店頭回収、回収業者への引渡し等の活動

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

### ◇ 酒パックの回収活動

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

### ◇ 材質表示の取組

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



## 各製造業者にみられる様々な3Rの取組

### ◇ ガラスびんの軽量化

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

### ◇ アルミ缶の軽量化

- ・ 大手ビール製造業者が、アルミ缶を軽量化しています。

### ◇ ペットボトルの軽量化

- ・ 大手焼酎製造業者が、焼酎用のペットボトルを軽量化しています。

### ◇ 果実酒用びんなどのリユース

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

### ◇ ペットボトルのリユース

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

### ◇ 色の混在するカレットを利用したエコボトルの採用

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

### ◇ 無色びんへの切り替え

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

## 25 未成年者の飲酒防止等に関する取組等

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

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

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

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

### 《業界団体への要請等》

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

### 《自動販売機》

- 1 自動販売機のみ酒類小売業免許は付与しないよう措置（昭和 48 年～）
- 2 自動販売機による酒類の深夜販売（23 時 00 分～翌日 5 時 00 分）の自粛を指導（昭和 52 年～）
- 3 酒類自動販売機に次の事項を表示することを義務付け（平成元年～）
  - (1) 未成年者の飲酒は法律で禁止されている旨
  - (2) 管理責任者の氏名、連絡先の住所及び電話番号（平成 15 年 9 月以降は、免許者の氏名又は名称、酒類販売管理者の氏名並びに連絡先の所在地及び電話番号を表示するよう改正）
  - (3) 販売停止時間
- 4 平成 6 年 10 月の中央酒類審議会の中間報告「アルコール飲料としての酒類の販売等の在り方について」等を踏まえて、全国小売酒販組合中央会が現行の酒類自動販売機を平成 12 年 5 月までに撤廃することを決議（平成 7 年 5 月）したことを受け、「酒類自動販売機に係る取扱指針」を制定し、現行の酒類自動販売機の平成 12 年 5 月を目途とした撤去及び新たに設置する場合には改良型

自動販売機以外は設置しないよう指導（平成7年～）

- 5 新たに酒類小売業免許を付与する場合には、酒類自動販売機を設置しないよう指導（平成11年度～）
- 6 現行の酒類自動販売機の撤廃について改めて指導するとともに（平成12年5月）、酒類自動販売機の撤廃状況を調査し、その結果を毎年公表（平成12年9月～）

#### 《対面販売》

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

#### 《容器等への注意表示》

- 1 酒類に対する適正な表示などを実施するため、次の事項を指導（昭和59年～）
  - (1) 容器には酒類であることが明瞭に判読することができる方法で表示
  - (2) 酒類を店頭及び自動販売機に陳列する際には、酒類である旨の表示を前面にするよう配慮
  - (3) 自動販売機による販売に当たっては、酒類と清涼飲料とを混在しないよう配慮
- 2 酒類の容器に「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」旨の表示を義務付け（平成9年7月～）
- 3 日本洋酒酒造組合において、低アルコールリキュール等と清涼飲料、果実飲料等の酒類以外の飲料との誤認を防止するため、容器又は包装の表示に「酒マーク」を表示することや、色彩、絵柄等に配慮すること等の自主基準を制定（平成12年6月～）
- 4 酒類の陳列場所に「酒類の売場である」旨及び「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」旨の表示を義務付け（平成15年9月～）
- 5 酒類の陳列場所における表示について、より確実に未成年者の酒類の購入を防止するため、「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」旨の表示を「20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨の表示に改正（平成17年10月～）
- 6 酒類業界（飲酒に関する連絡協議会）において、清涼飲料、果実飲料等の酒類以外の飲料との誤認を防止するため、容器又は包装の表示の色彩、絵柄等に配慮することや、アルコール度10度未満の酒類の容器に、「酒マーク」を表示することについての自主基準を制定（平成23年6月～）
- 7 酒類業界（飲酒に関する連絡協議会）において、ノンアルコール飲料（アルコール度数0.00%で、味わいが酒類に類似しており、満20歳以上の成人の飲用を想定・推奨しているもの）の容器について、20歳以上を対象としている旨を表示し、既存のアルコール飲料と同一のブランド名及び誤認を招くような類似する意匠を使用しないこととし、自主基準を改正（平成24年11月～）

【参考】酒マークのイメージ図（一例）  
350ml 未満（20ポイント活字）

(1) 円形



(2) 楕円形



## 《啓発活動》

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

## 《広告宣伝》

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

未成年者飲酒防止啓発ポスターや酒類自動販売機の設置状況などについては国税庁ホームページ([www.nta.go.jp/taxes/sake/miseinen/mokuji.htm](http://www.nta.go.jp/taxes/sake/miseinen/mokuji.htm))に掲載している。

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

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

〔平成12年8月30日  
酒類に係る社会的規制等  
関係省庁等連絡協議会決定〕

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

#### 記

#### 1 未成年者の飲酒防止等対策

##### (1) 販売体制、販売方法等

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

##### (2) 取締りの強化等

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

##### (3) 意識啓発の推進

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

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

#### (4) 地域レベルでの総合的な取組

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

#### (5) 医学的及び精神保健的取組の強化

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

## 2 酒類販売の公正な取引環境の整備

### (1) ガイドライン等の基準の明確化等

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

### (2) 取締りの強化等

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

- ② 現在、発出の都度行われている警告の内容公表について、引き続きこれを励行するとともに、注意の公表内容について、更に具体性を高める。
- (3) 民事的救済制度の整備  
不公正な取引方法を用いた事業者等に対する差止請求を行うことができる制度の導入等私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律違反行為に対する民事的救済制度について、その周知徹底を図る。
- (4) 酒類の取引実態調査の充実  
酒類の取引実態調査について、調査結果を公表し、改善に向けた業界の取組を促すとともに、その調査件数を増加させ、取引の改善を指導した業者に対してはフォローアップ調査を行う。
- (5) 関係行政機関の連携強化等
- ① 酒類に係る不当廉売事案などの不公正な取引方法への対応の強化に資するため、国税庁から公正取引委員会へ職員を派遣する。
- ② 酒類市場における流通・取引慣行等の問題点について、国税庁と公正取引委員会との間で、一層の連携強化を図る。
- 3 与党において未成年者飲酒禁止法及び酒税法の一部改正案の国会提出が検討されている状況を受けて、同一部改正案が国会に提出され、その成立をみた上は、同改正法の的確な施行に取り組むものとする。
- 4 フォローアップ  
以上の新たな施策については、1年後に実施状況のフォローアップを行い、公表する。

---

### 「未成年者飲酒防止強調月間」の決定について

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

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

#### 記

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

未成年は、飲まない。  
きっぱり断る意思を持とう。

**5** 未成年者が  
お酒を飲んでは  
いけない  
つの理由

- ① 脳の機能を低下させるおそれがあります。
- ② 肝臓をはじめとする臓器に障害を起こしやすくなります。
- ③ 性ホルモンに異常が起きるおそれがあります。
- ④ アルコール依存症になりやすくなります。
- ⑤ 未成年者の飲酒を禁じる法律があります。

**4月**は未成年者飲酒防止強調月間です。

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

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

未成年者の飲酒は法律で禁じられています。

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

未成年者の飲酒は法律で禁じられています。

**年齢確認にご協力ください。**

年齢確認などの実施は法律で定められています。

UNDER20

当店は二十歳以上の年齢であることを確認できない場合にはお酒を販売しません。

**4月**は未成年者飲酒防止強調月間です。

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

2022年4月から民法の成年年齢は18歳に引き下げられますが、

お酒に関する年齢制限については20歳のまま維持されます。

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



## 27 酒類自動販売機の設置状況

### 1 調査の目的

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

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

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

### 2 平成30年4月1日現在の酒類自動販売機の設置状況

平成30年4月1日現在の酒類自動販売機の設置状況は、別紙のとおりです。

全国小売酒販組合中央会の撤廃決議直後の平成8年3月31日現在の従来型機の設置台数185,829台に対し、平成30年4月1日現在の従来型機の設置台数は2,753台となっており、その残存率（平成8年3月31日現在の従来型機の設置台数を100%とした場合）は1.5%となっています。

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

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

### 3 今後の取組

従来型機については、残存率1.5%まで撤廃が進んでおり、国税庁としては、引き続き全国小売酒販組合中央会等とも連携して、従来型機の撤廃及び改良型機への移行を促し、より長期的には、全ての酒類自動販売機の撤廃に向けた取組について検討を進めていくこととしています。

平成30年4月1日現在の酒類自動販売機の設置状況

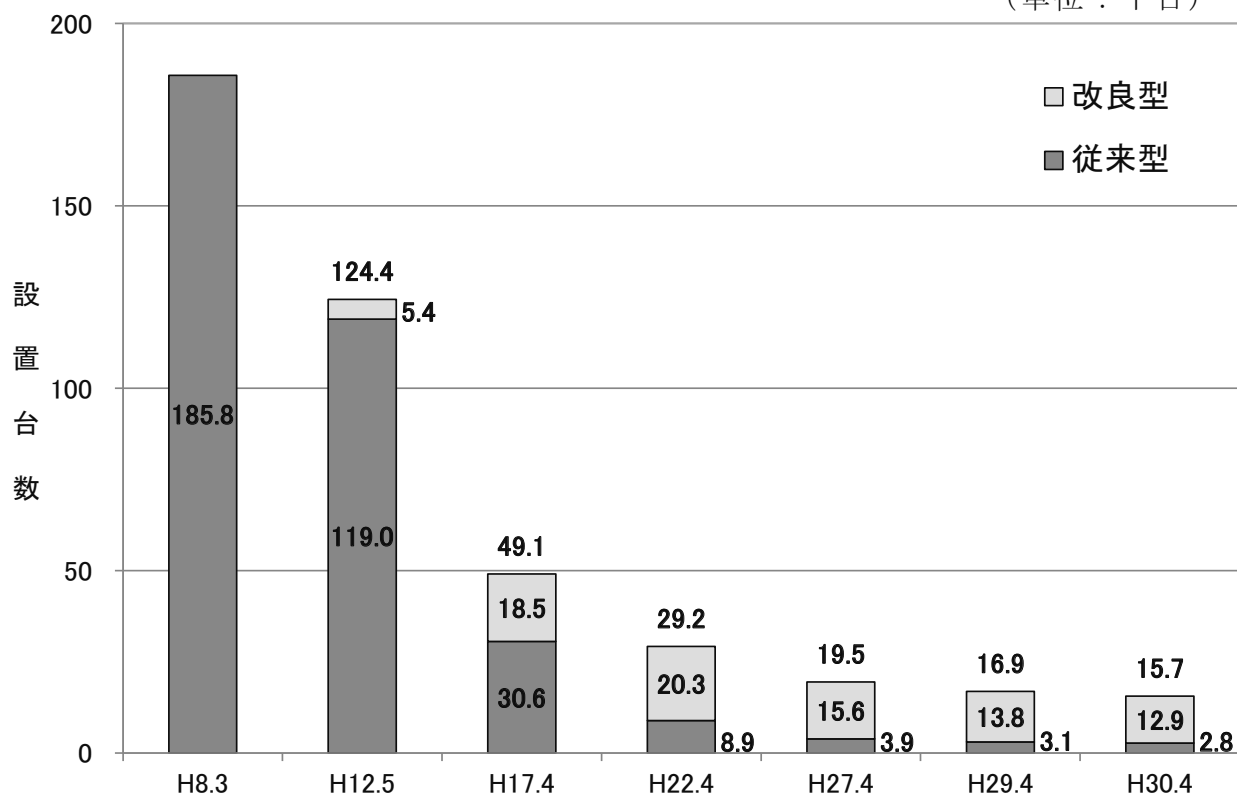
酒類自動販売機の設置状況

	撤廃決議直後の設置台数 (H8.3.31現在) (A)	設置台数(従来型)						撤廃予定等の台数を勘案した場合の		改良型酒類自動販売機の設置状況 (J)
		(B)	残存率(C) (B)÷(A)	撤廃予定の状況				設置台数(H) (B-G)	残存率(I) (H)÷(A)	
				撤廃予定(D)	改良予定(E)	稼動していない(F)	計(G) (D+E+F)			
全 国 計	台 185,829	台 2,753	% 1.5	台 141	台 188	台 227	台 556	台 2,197	% 1.2	台 12,900
札幌国税局管内	3,964	9	0.2	1	0	0	1	8	0.2	36
仙台国税局管内	12,072	62	0.5	1	6	3	10	52	0.4	424
関東信越国税局管内	23,057	346	1.5	24	24	32	80	266	1.2	1,606
東京国税局管内	30,520	301	1.0	21	26	37	84	217	0.7	1,299
金沢国税局管内	5,808	21	0.4	2	2	4	8	13	0.2	233
名古屋国税局管内	19,707	301	1.5	14	13	25	52	249	1.3	1,191
大阪国税局管内	41,021	937	2.3	45	81	47	173	764	1.9	4,827
広島国税局管内	18,603	320	1.7	16	11	33	60	260	1.4	1,011
高松国税局管内	10,640	167	1.6	6	10	24	40	127	1.2	959
福岡国税局管内	11,455	152	1.3	2	9	14	25	127	1.1	692
熊本国税局管内	8,787	137	1.6	9	6	8	23	114	1.3	622
沖縄国税事務所管内	195	0	0.0	0	0	0	0	0	0.0	0

(注)設置台数等は、平成30年5月31日までに提出された報告書を集計したものである。

酒類自動販売機の設置台数の推移

(単位：千台)



# 『未成年者飲酒防止への取組』

## 7か条

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

酒類小売販売場の経営者及び酒類販売管理者のみなさまにおかれましては、未成年者飲酒防止のため、次の事項について積極的に取り組んでください。

**1** 未成年と思われるお客様には**年齢確認**を実施し、未成年者には酒類を販売しないようにしましょう。

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

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

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

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

**6** ポスター掲示などによる**未成年者飲酒防止の注意喚起**をしましょう。

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

## 29 アルコール健康障害対策基本法の概要

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

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

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

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

### アルコール関連問題啓発週間ポスター



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

## アルコール健康障害対策基本法について

### 基本認識

酒類が国民の生活に豊かさや潤いを与えるものであるとともに、酒類に関する伝統と文化が国民の生活に深く浸透している一方で、不適切な飲酒はアルコール健康障害の原因となり、アルコール健康障害は、本人の健康の問題であるのみならず、その家族への深刻な影響や重大な社会問題を生じさせる危険性が高い

### 定義

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

### 基本理念

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

飲酒運転、暴力、虐待、自殺等の問題に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮

### 責務

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

(事業者の責務)

第6条 酒類の製造又は販売(飲用に供することを含む。以下同じ。)を行う事業者は、国及び地方公共団体が実施するアルコール健康障害対策に協力するとともに、その事業活動を行うに当たって、アルコール健康障害の発生、進行及び再発の防止に配慮するよう努めるものとする。

### アルコール関連問題啓発週間

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

### アルコール健康障害対策推進基本計画等

アルコール健康障害対策推進基本計画：内閣総理大臣が関係行政機関の長と協議するとともに、アルコール健康障害対策関係者会議の意見を聴いて、案を作成し、法施行後2年以内に閣議決定

都道府県アルコール健康障害対策推進計画：都道府県に対し、策定の努力義務を規定

### 基本的施策

教育の振興・不適切な飲酒の誘引の防止・健康診断及び保健指導・アルコール健康障害に係る医療の充実等・アルコール健康障害に関連して飲酒運転等をした者に対する指導等・相談支援等・社会復帰の支援・民間団体の活動に対する支援・人材の確保等・調査研究の推進等を規定

(不適切な飲酒の誘引の防止)

第16条 国は、酒類の表示、広告その他販売の方法について、酒類の製造又は販売を行う事業者の自主的な取組を尊重しつつ、アルコール健康障害を発生させるような不適切な飲酒を誘引することとならないようにするために必要な施策を講ずるものとする。

### アルコール健康障害対策推進会議・関係者会議

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

アルコール健康障害対策推進会議の連絡調整に際して、専門家、当事者等の意見を聴くアルコール健康障害対策関係者会議の設置を規定

## 30 酒類販売管理者制度

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

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

### 1 酒類販売管理者の役割

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

酒類小売業者は、酒類販売管理者が行う助言を尊重しなければなりません。

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

### 2 酒類販売管理者の選任・届出書の提出

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

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

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

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

### 3 酒類販売管理研修の定期受講

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

### 4 標識の掲示

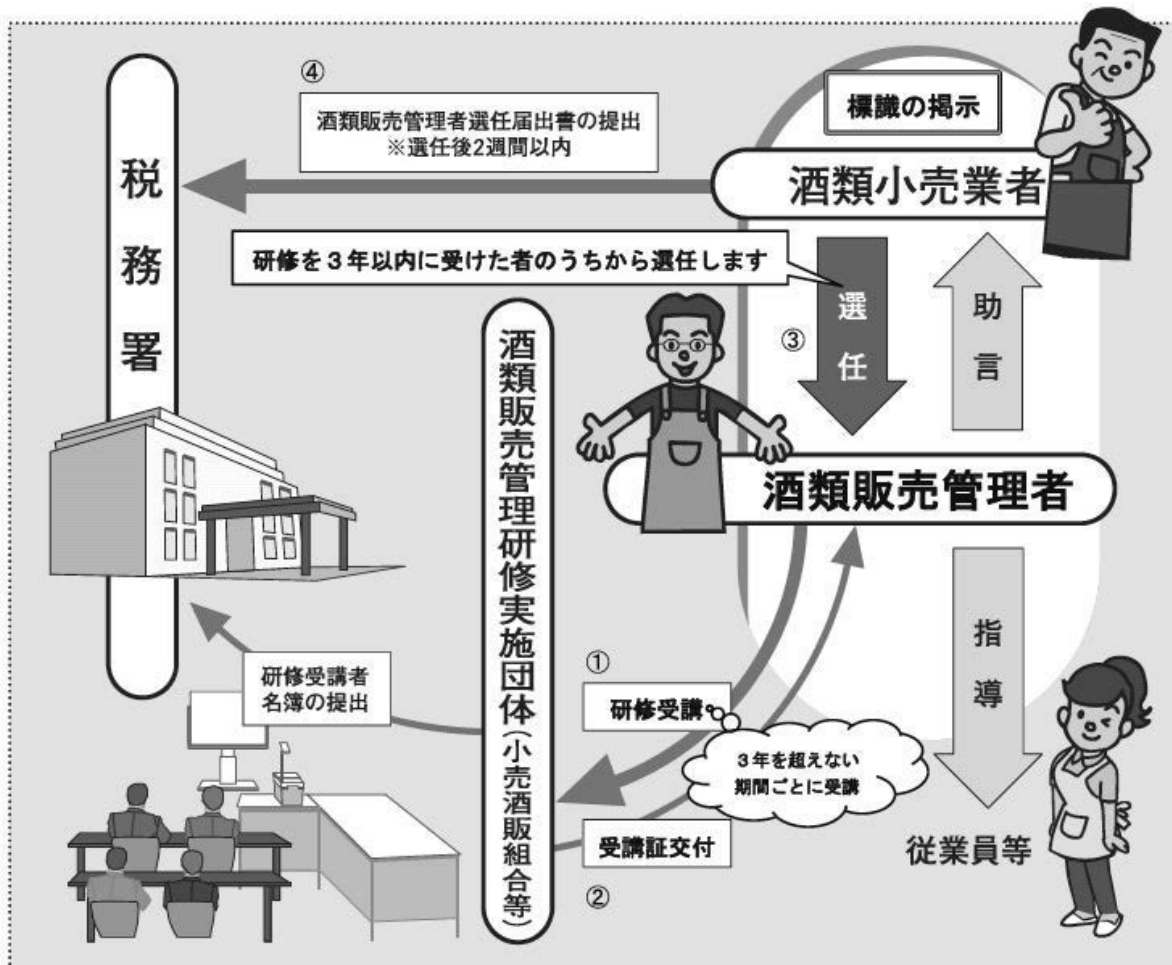
酒類小売業者は、販売場ごとに、公衆の見やすい場所に、酒類販売管理者の氏名や酒類販売管理研修の受講事績等を記載した標識を掲げなければなりません。

販売場に掲げる「標識」のイメージ

酒 類 販 売 管 理 者 標 識	
販売場の名称及び所在地	国税酒店 千代田区霞が関3-1-1
酒類販売管理者の氏名	国税 太郎
酒類販売管理研修受講年月日	2017年4月1日
次回研修の受講期限	2020年3月31日
研修実施団体名	霞が関小売酒販組合

国税庁ホームページからダウンロードできます。(www.nta.go.jp/taxes/sake/hambai/mokuji.htm)

(参考) 酒類販売管理者制度のスキーム図



## 31 酒類の公正な取引に関する基準

平成 29 年 3 月 31 日  
国 税 庁 告 示 第 2 号

### (目的)

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

### (公正な取引の基準)

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

### (売上原価の算定方法)

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

### (費用配賦の方法)

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

### (販売価格の算定方法)

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

### (指示)

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

### (命令)

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

### (質問検査権)

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

### (公正取引委員会との連携)

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



## 32 酒類に関する公正な取引のための指針

平成 18 年 8 月 31 日

国 税 庁

(平成 29 年 3 月 31 日改定)

### 酒類に関する公正な取引のための指針(事務運営指針)

(はじめに)

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

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

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

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

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

こうしたことから、国税庁は、酒類業組合法第 8 6 条の 3《公正な取引の基準》第 4 項及び第 8 6 条の 4《公正な取引の基準に関する命令》の適用の可能性を踏まえつつ、酒類業界の実情に即した酒類に関する公正な取引の在り方を提示する。また、併せて、公正取引委員会との連携方法等を明らかにすることにより、一層、公正取引の確保に向けた自主的な取組を促進し、酒税の確保及び酒類の取引の安定を図ることとする。このことは、酒類業の健全な発達にも資するものである。

#### 第 1 酒類に関する公正な取引の在り方

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

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

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

## 1 合理的な価格の設定

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

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

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

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

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

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

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

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

## 2 取引先等の公正な取扱い

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

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

### 3 公正な取引条件の設定

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

### 4 透明かつ合理的なリベート類

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

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

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

## 第2 取引状況等実態調査の実施及び公正取引委員会との連携等

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

### 1 効果的な取引状況等実態調査の実施等

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

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

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

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

#### (2) フォローアップ調査の実施

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

#### (3) 取引状況等実態調査の実施状況の公表

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

## 2 取引基準との関係

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

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

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

## 3 独占禁止法違反等への対応

#### (1) 国税局長による公正取引委員会への報告

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

#### (2) 酒類業者、業界団体、消費者団体等からの通報への対応

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

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

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

#### (3) 排除措置命令等を受けた者への対応

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

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

#### 4 質問検査権

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

#### 5 公正取引委員会との連携等

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

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

### 33 酒類の取引状況等実態調査実施状況の公表について

平成29事務年度分（平成29年7月～平成30年6月）

#### 1 調査・指導の目的

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

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

#### 2 調査の概要

##### (1) 調査の実施状況

平成29事務年度（平成29年7月～平成30年6月）においては、チラシ広告などの情報から基準等に則していない取引の可能性があると考えられた酒類業者等に対して、取引等の実態を把握するための調査（以下「一般調査」といいます。）を136件実施しました。

また、過去に一般調査により改善を指導した酒類業者のうち、特に再度改善状況を確認する必要があると考えられた酒類業者に対する調査（以下「フォローアップ調査」といいます。）を12件実施しました。

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

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

調査の実施件数は、表1のとおりです。

表1 調査等の実施件数

【件(者)】

	一般調査	フォローアップ調査	指示件数
調査件数	136件	12件	4件 〔小売業者2件 卸売業者1件 製造業者1件〕

(注) 「指示件数」は、「酒類の公正な取引に関する基準（告示）」に基づき、平成29事務年度において指示をした件数を表す。

なお、当該4件については、「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」第94条第4項の規定に基づき、公正取引委員会に報告済。

(2) 調査結果

イ 一般調査

一般調査の結果、基準等に則していない取引が認められました（表2参照。）。

取引上の主な問題は、総販売原価（仕入価格（又は製造原価）に販売費・一般管理費等を加えたもの）を下回る価格で継続して販売するなど、「指針」で示している「合理的な価格の設定をしていないと認められたもの」であり、136件中101件において改善を指導しました。

更にこのうち4件については、自己又は他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められたため、「基準」に基づく「指示」を行いました。また、15件については、直ちに「指示」には至りませんでした。今後同様の行為が行われると「基準」に違反するおそれがあるとして改善を指導しました。

その他、特定の取引先に対してのみ合理的な理由なく差別的な取扱いをするなど「取引先等の公正な取扱いが行われていないと認められたもの」が6件、取引上優位にある者が取引先に対して一方的な要求を行うなど「公正な取引条件の設定がなされていないと認められたもの」が1件、支払基準が不明確なリベートを支払うなど「リベート類の提供が透明かつ合理的でない」と認められたものが7件認められました。これら「指針」のルールに則していない取引を行っていた酒類業者に対しては、「指針」の趣旨を説明し、「指針」のルールに則した取引を行うよう改善を指導しました。

表2 一般調査の実施状況

【件(者)】

調査対象者の業態等	調査件数 注1	指針の「ルール1」 合理的な価格の設定をしていないと認められたもの 注2		「ルール2」 取引先等の公正な取扱いが行われていないと認められたもの	「ルール3」 公正な取引条件の設定がなされていないと認められたもの	「ルール4」 リベート類の提供が透明かつ合理的でない と認められたもの	
		総販売原価を下回る価格での販売が認められたもの 注3	酒類の公正な取引に関する基準(告示)				
			指示 注4				指導 注5
小売業者	109	75	2	14	0	0	
卸売業者	21	20	1	1	2	0	
製造業者	6	6	1	0	4	1	
合計	136	101	4	15	6	1	

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

2 「指針」のルール1~4に則していない取引が認められた場合には、それぞれの項目に1件として数えている。

3 調査した取引の中に、1取引でも総販売原価を下回る価格での販売が認められた場合について1件と数えている。

総販売原価を下回る価格での販売が認められた101件のうち、19件（小売業者：13件、卸売業者：2件、製造業者：4件）は、仕入価格（製造原価）を下回る価格での販売が認められた。

4 「基準」において、酒類業者は、①正当な理由なく、酒類を総販売原価を下回る価格で継続して販売し、②自己又は他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼす取引を行ってはならないとされており、これに違反したとして基準に従うよう「指示」を行った件数を表す。

5 直ちに「指示」には至らなかったが、今後同様の行為が行われると基準に違反するおそれがあるとして改善を指導した件数を表す。

ロ フォローアップ調査

フォローアップ調査の結果、12件中11件において問題取引の改善が認められました。

なお、フォローアップ調査においても、指摘事項に改善が認められなかった酒類業者に対しては、改めて改善を指導するとともにその後の改善状況の確認を行うこととしております。

フォローアップ調査の実施状況は、表3のとおりです。

表3 フォローアップ調査の実施状況

【件(者)】

調査対象者の業態等	調査(確認)件数 (a)	指摘事項に改善が認められたもの		指摘事項に改善が認められなかったもの	
		(b)	割合 (b/a)	(c)	割合 (c/a)
	件	件	%	件	%
小売業者	11	10	90.9	1	9.1
卸売業者	0	0	-	0	-
製造業者	1	1	100.0	0	-
合計	12	11	91.7	1	8.3



## 34 酒類の公正な取引に関する基準に基づき「指示」をした事例

### 酒類の公正な取引に関する基準

(公正な取引の基準)

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

(製造業者)

- ▷ ビールについて、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。
- ▷ 調査対象者の行為が、
  - ・ 競合する製造業者の価格決定（競合者の価格の引上げを結果的に制約）等に影響
  - ・ リバートの多寡により取引先（卸売業者）間において販売価格差が生じ、更には最終販売先の小売業者の販売価格にも影響を与え、これらが公正な取引を阻害する一因となっている事実から、他の事業者には相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(卸売業者)

- ▷ ビール類を含む酒類について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。
- 〔 特定の取引について、個別の販売管理費率（以下「販管費率」という。）を算定していたが、費用の一部に配賦漏れがあり、事業の実態に即していない販管費率となっていた。 〕
- ▷ 調査対象者の行為が、他の卸売業者の売上金額や販売数量の減少（取引先変更の事実）、価格決定（調査対象者の価格に合わせざるを得ない）等に影響を与えている事実から、他の事業者には相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(小売業者)

- ▷ ビールについて、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。
- 〔 酒類事業と他の事業との共通経費（一部）の配賦方法について、調査対象者から合理的な説明がなされず、調査対象者が選択した配賦方法は、事業の実情に即した合理的な理由に基づくものとは認められなかったことから、一般的に合理的と考えられ、かつ、当局において確認し得る「売上高比」により販管費率の算定を行った。 〕
- ▷ 調査対象者は、酒類事業だけでなく事業全体でも営業赤字を計上しており、自己の酒類事業に相当程度の影響があると認められた。
- ▷ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額や販売数量の減少、価格決定（調査対象者の価格に合わせざるを得ない）等に影響を与えている事実から、他の事業者には相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(小売業者)

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

酒類事業と他の事業との共通経費について、本社経費の配賦が行われていないほか、一部の配賦方法は、合理的な理由に基づくものとは認められなかった。このため、調査対象者からの申出により、事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法に見直した上、販管費率の算定を行った。

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

### 販売価格の設定について

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

- ・ A社は、酒類に係る販売管理費を合理的に積算せず、役員感覚（経験則）で販売価格を設定していた。このため一般に合理的と考えられ、かつ、当局において確認し得る「売上高比」により販売管理費率の算定を行った。  
当局は、事業者に対し「基準等」の趣旨や考え方等を改めて説明するとともに、今後は事業の実情に即した合理的な販売管理費の算出を行い、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。
- ・ B社は、積算した総販売原価を考慮せず、競合店の価格に合わせて販売価格を設定していた。  
当局は、事業者に対し「基準等」の趣旨や考え方等を改めて説明するとともに、今後は「基準等」を遵守し、総販売原価を下回らない価格で販売を行うよう改善を指導した。
- ・ 料飲店への販売を主体とするC社は、一部取引について総販売原価を下回る価格での取引となっていることを認識していたが、取引先料飲店と価格交渉中などの理由で、当該取引を継続して行っていた。  
当局は、事業者に対し「基準等」の趣旨や考え方等を改めて説明するとともに、今後は「基準等」を遵守し、総販売原価を下回らない価格で販売を行うよう改善を指導した。

### 売上原価の算定方法について

#### （売上原価の算定方法）

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

- ・ 小売業者であるD社は、取引先（仕入先）である卸売業者を介さず酒類製造業者から直接リベートを受領した。D社では受領した当該リベートを仕入れに係る値引きとして総販売原価を算定し、これに基づき販売価格を設定していた。取引先等の関係者に確認したところ、当該リベートは「基準」等に定める要件を満たしていない（取引の相手方である卸売業者にはリベートの支払基準や内容が事前に示されていない）ため、仕入れに係る値引きとは認められなかった。  
当局は、事業者及び取引関係者に対し「基準」等に定めるリベートの取扱い等を改めて説明するとともに、今後は「基準等」を遵守した取引を行うよう改善を指導した。

## 費用配賦の方法について

### (費用配賦の方法)

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

- ・ 卸売業者であるE社は、酒類に係る販売管理費を会社全体の売上高に対する販売管理費の割合（損益計算書上の販売管理費率（例：5.0%））を用いて算出している。ただし、「メーカー直送の取引」については配送費（例：1.5%）と保管費（例：0.5%）を要しないとして、全体の販売管理費率（5.0%）からこれらの割合（2.0%）を控除した率を「メーカー直送の取引」に係る販売管理費率（3.0%）として適用していた。しかし、控除したメーカー直送取引に対応する「配送費及び保管費」（2.0%）の再配賦を行っておらず、配賦漏れとなっていた（当該配賦漏れ（2.0%）部分を「メーカー直送以外の取引」に再配賦した上で販売管理費率を再計算する必要があった。）。  
当局は、事業者に対し合理的な費用の配賦を行うとともに、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。
- ・ F社は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、全ての費目を「販売点数比」により配賦していた。しかし、本社の役員報酬や建物設備に係る費用など販売点数の多寡が費用の増減に影響を与える程度が少ない共通費用について一律に販売点数比を使用して費用配賦することは、事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。  
当局は、事業者に対し共通費用の配賦に当たっては、費用の性質に応じて、売上高比等の事業の実情に即した合理的な配賦方法に見直しを行うとともに、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。
- ・ G社は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、全ての費目を「売場面積比」により配賦していた。しかし、運賃、委託費など売場面積の多寡が費用の増減に影響を与える程度が少ない共通費用について一律に売場面積比を使用して費用配賦することは、事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。  
当局は、事業者に対し、共通費用の配賦に当たっては、費用の性質に応じて売上高比等の事業の実情に即した合理的な配賦方法に見直しを行うとともに、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。
- ・ H社及び同社の関連会社であるI社は、それぞれの損益計算書から売上高比を用いて販売管理費率を算出していたが、2社の平均値をそれぞれの販売管理費率として費用配賦を行っていた。両社は別法人で業態も異なっており、両者の平均値を用いる合理的な理由が認められなかった。  
当局は、事業者に対し、それぞれの社ごとに販売管理費を計算するよう指導するとともに、共通費用の配賦に当たっては、各社の事業の実情に即した合理的な配賦方法に見直しを行い、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。
- ・ J社は酒類小売業と酒類卸売業を営む法人であるが、酒類に係る販売管理費の算出に当たっては、会社全体の売上高に対する販売管理費率を用いて配賦していた。しかし、小売部門と卸売部門別で費用実態を確認したところ、小売部門と卸売部門とで販売管理費率が大きく異なっていたことから、会社全体の販売管理費率を用いることは、事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。  
当局は、事業者に対し、小売部門と卸売部門別に販売管理費を算出するよう指導するとともに、算出に当たっては、事業の性質に応じて売上高比、作業従事時間数比等で費用を合理的に按分する等、事業の実情に即した合理的な配賦方法に見直しを行い、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。

## 酒類に関する公正な取引のための指針について

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

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

### (ルール1 合理的な価格の設定)

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

### (ルール2 取引先等の公正な取扱い)

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

### (ルール3 公正な取引条件の設定)

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

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

### (ルール4 透明かつ合理的なリベート類)

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

#### (ルール1)

- ・ K社は、取引先との間で仕入条件（数量）を満たした場合にリベートを受け取る契約を結び、当該リベートを仕入値引として仕入価格から控除して販売価格を設定していたが、条件を満たさなかったため、リベートを受けることができなかった。しかし、条件を満たさないことが判明して以降も販売価格の修正を行わず、仕入価格を下回る販売価格となっていた。

#### (ルール2)

- ・ L社は、従前からの取引先との取引の維持を図るため、取引数量の相違など正当なコスト差によることなく、特定の取引先4社に対して、過去（少なくとも10年以上前）に作成した「値引単価リスト」に定める値引単価をそのまま用いて取引を行っていた。
- ・ M社では、過去からの慣習を断ち切ることができず、特定の取引先7社に対し、取引数量の相違など正当なコスト差によることなく、毎年同じ条件で契約を更新し、取引数量1.8ℓ瓶1本当たり30円（1件のみ10円）の謝礼金を支出していた。

(ルール4)

- ・ N社は、取引の維持を図るため、特定の取引先2社に対して「特別値引」と称し、通常値引に加え50円の追加値引を行っていたが、支払基準が明確でなく、透明性・合理性が認められない支出であった。
- ・ O社は、自社ガイドラインに規定していればリベート類の支出は可能であるとの安易な認識によって、支出ありきの容易に達成可能な条件を設定するなど、リベート類の支払基準に透明性・合理性が認められなかった。
- ・ P社は、販売促進のため店舗陳列に係る奨励金を支出していたが、特定の小売業者に対してのみ当該奨励金を支出しており、透明性・合理性が認められない支出であった。
- ・ Q社は、繁忙期の配送を平準化するため協力金を支出していたが、特定の小売業者に対してのみ当該協力金を支出しており、透明性・合理性が認められない支出であった。
- ・ R社は、特定の取引先に対し、過去からの取引習慣を見直すことなく、販売促進のためのリベート（例：連続式蒸留焼酎4L 40円/本）を支出していたが、支払基準が明確でなく、透明性・合理性が認められない支出であった。

## 36 酒類業に対する活性化支援

中小企業者が多くを占める酒類業界が社会経済情勢の変化に適切に対応できるよう、経営改善等に向けた自主的な取組を支援しています。

### 国税庁の支援策

#### **中小企業支援施策等情報の提供**

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

#### **活性化支援研修会等の開催**

中小企業診断士などの専門家等を講師とした各種研修会を開催しています。

#### **経営革新計画等の作成支援**

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

- ・ 経営革新計画

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

- ・ 地域産業資源活用事業計画

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

- ・ 農商工等連携事業計画

中小企業者と農林漁業者が共同で新商品の開発等に取り組む計画

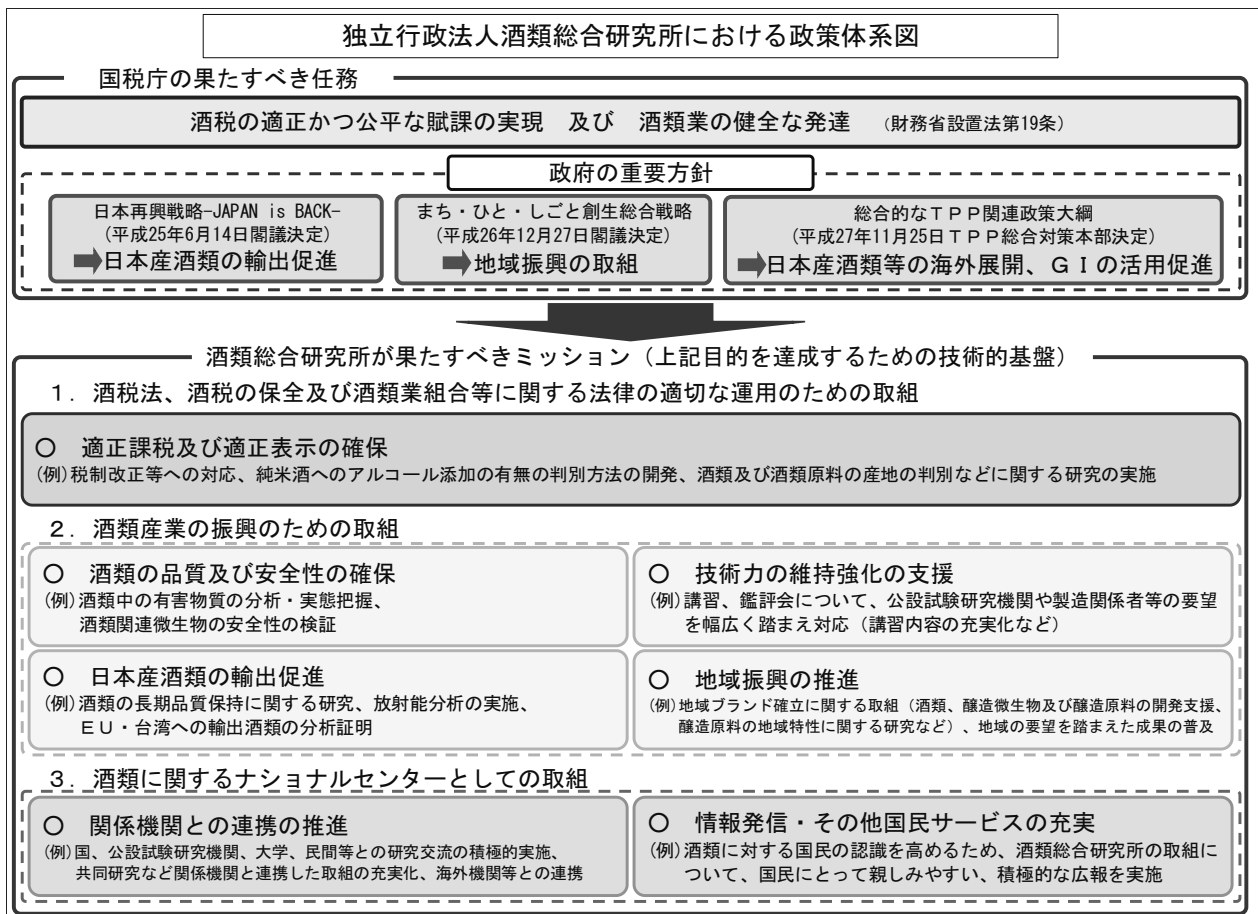
## 37 独立行政法人酒類総合研究所の概要

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

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

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

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

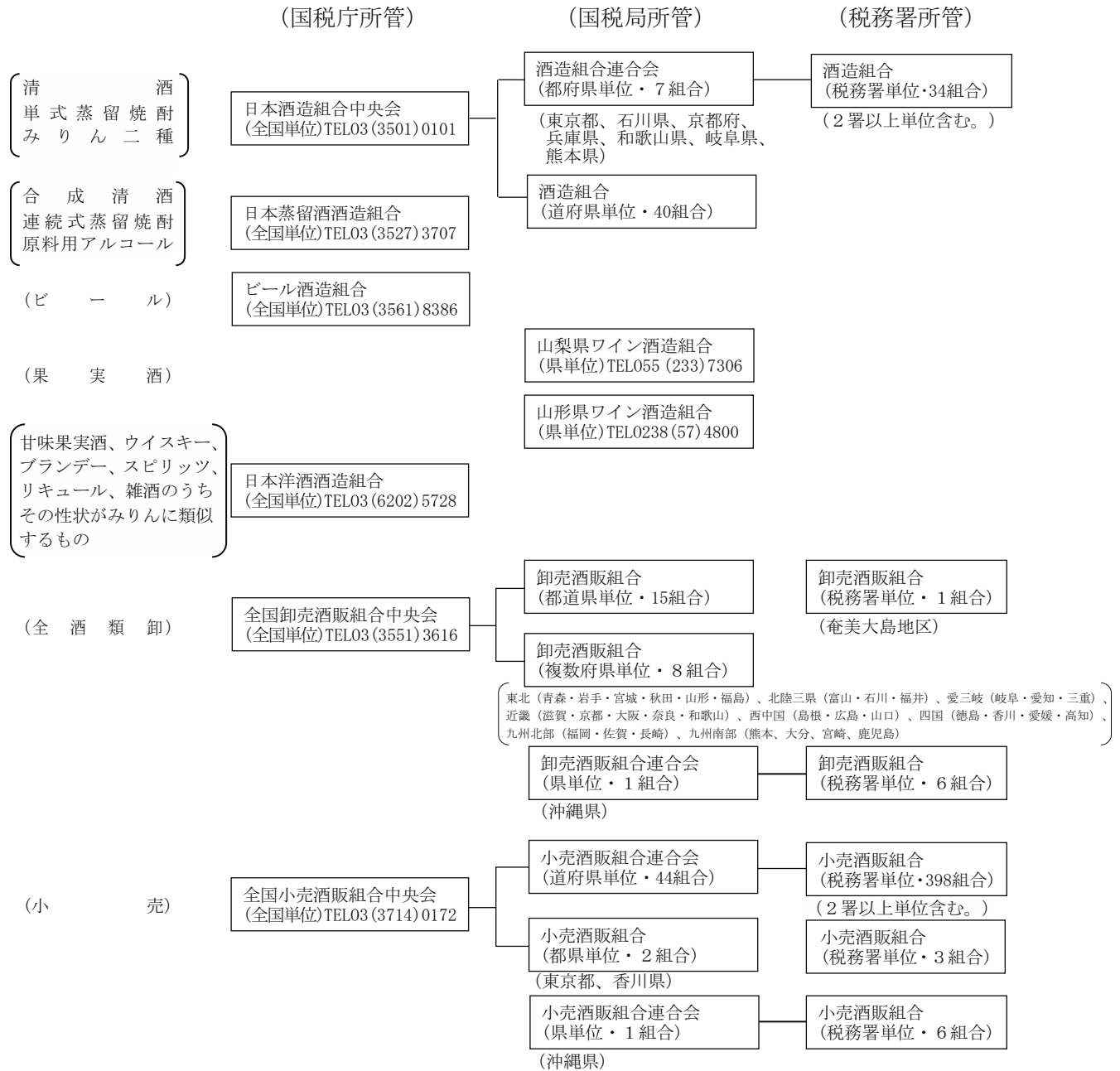


(平成31年1月現在)



### 38 酒類業組合等構成図表

(1) 酒類業組合法に基づく組合



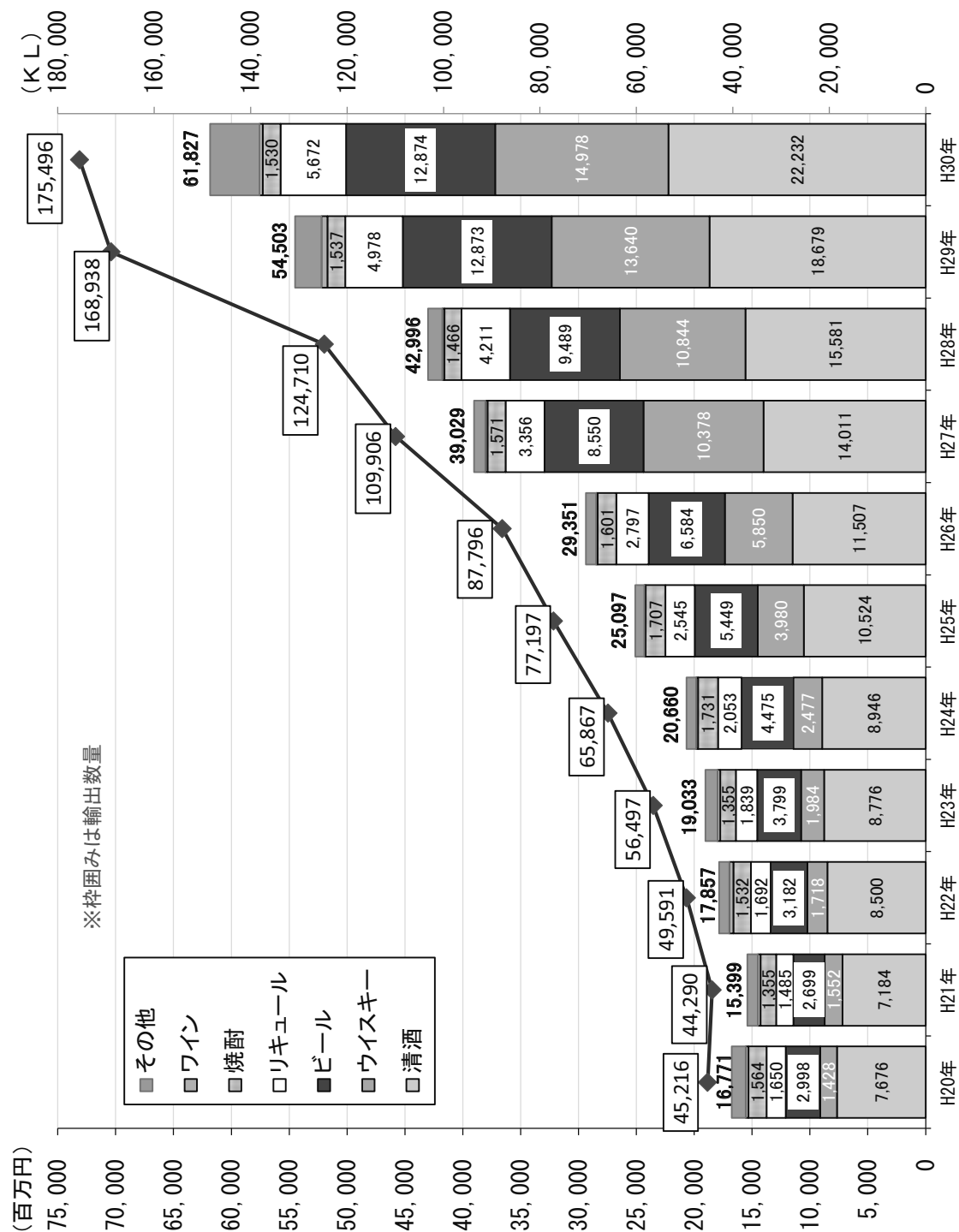
(2) 主な任意団体

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

(平成31年1月現在)

### 39 最近の日本産酒類の輸出動向について

○ 平成30年の輸出金額は約618億円(対前年比113.4%)となり、7年連続で過去最高を記録。



○品目別輸出金額 (単位:百万円)

品目	H30	対前年比
清酒	22,232	119.0%
ウイスキー	14,978	109.8%
ビール	12,874	100.0%
リキュール	5,672	113.9%
焼酎	1,530	99.5%
ワイン	281	55.3%
その他	4,262	186.2%
輸出金額合計	61,827	113.4%

○輸出金額上位10か国(地域)(単位:百万円)

品目	H30	対前年比
アメリカ合衆国	13,110	109.1%
大韓民国	11,066	102.9%
中華人民共和国	6,541	149.3%
台湾	5,910	111.3%
香港	5,821	121.4%
フランス	3,333	103.3%
シンガポール	3,148	113.7%
オランダ	2,479	105.6%
オーストラリア	2,407	126.7%
ベトナム	1,830	210.8%
(参考)EU	7,600	95.4%

## 40 各酒類の主な輸出先(平成30年)

単位:百万円

清酒				ウイスキー				ビール				焼酎				ワイン			
順位	国名	金額	前年比	順位	国名	金額	前年比	順位	国名	金額	前年比	順位	国名	金額	前年比	順位	国名	金額	前年比
1	アメリカ合衆国	6,313	104.5%	1	アメリカ合衆国	4,162	112.0%	1	大韓民国	7,879	97.9%	1	中華人民共和国	476	98.4%	1	香港	106	34.7%
2	香港	3,774	134.8%	2	フランス	2,778	101.4%	2	台湾	1,343	91.2%	2	アメリカ合衆国	394	101.3%	2	台湾	86	149.3%
3	中華人民共和国	3,587	134.8%	3	オランダ	1,481	82.3%	3	アメリカ合衆国	848	102.7%	3	タイ	107	94.3%	3	中華人民共和国	27	98.0%
4	大韓民国	2,212	118.7%	4	台湾	1,302	107.0%	4	オーストラリア	782	97.5%	4	大韓民国	85	111.8%	4	シンガポール	18	170.0%
5	台湾	1,351	142.4%	5	シンガポール	1,248	115.4%	5	シンガポール	488	109.2%	5	ベトナム	83	110.4%	5	大韓民国	8	151.9%
6	シンガポール	837	121.1%	6	中華人民共和国	1,171	274.3%	6	香港	344	93.8%	6	香港	80	109.1%	6	マカオ	7	866.2%
7	カナダ	529	108.7%	7	ベトナム	763	387.7%	7	中華人民共和国	333	160.5%	7	台湾	73	87.1%	7	英国	5	66.1%
8	オーストラリア	446	112.6%	8	オーストラリア	474	96.8%	8	ロシア	191	115.0%	8	シンガポール	60	104.5%	8	フランス	4	57.4%
9	ベトナム	440	164.8%	9	香港	302	134.3%	9	ニュージーランド	152	91.6%	9	フィリピン	40	104.5%	9	オーストラリア	4	91.4%
10	英国	324	93.1%	10	カナダ	200	167.4%	10	カナダ	140	136.9%	10	マレーシア	39	68.9%	10	アメリカ合衆国	2	100.1%
—	(参考)EU	1,334	101.8%	—	(参考)EU	4,610	82.7%	—	(参考)EU	248	154.5%	—	(参考)EU	33	95.1%	—	(参考)EU	15	62.6%
輸出合計		22,232	119.0%	輸出合計		14,978	109.8%	輸出合計		12,874	100.0%	輸出合計		1,530	99.5%	輸出合計		281	55.3%

出典:財務省貿易統計

## 41 主な輸出先の輸出金額(平成30年)

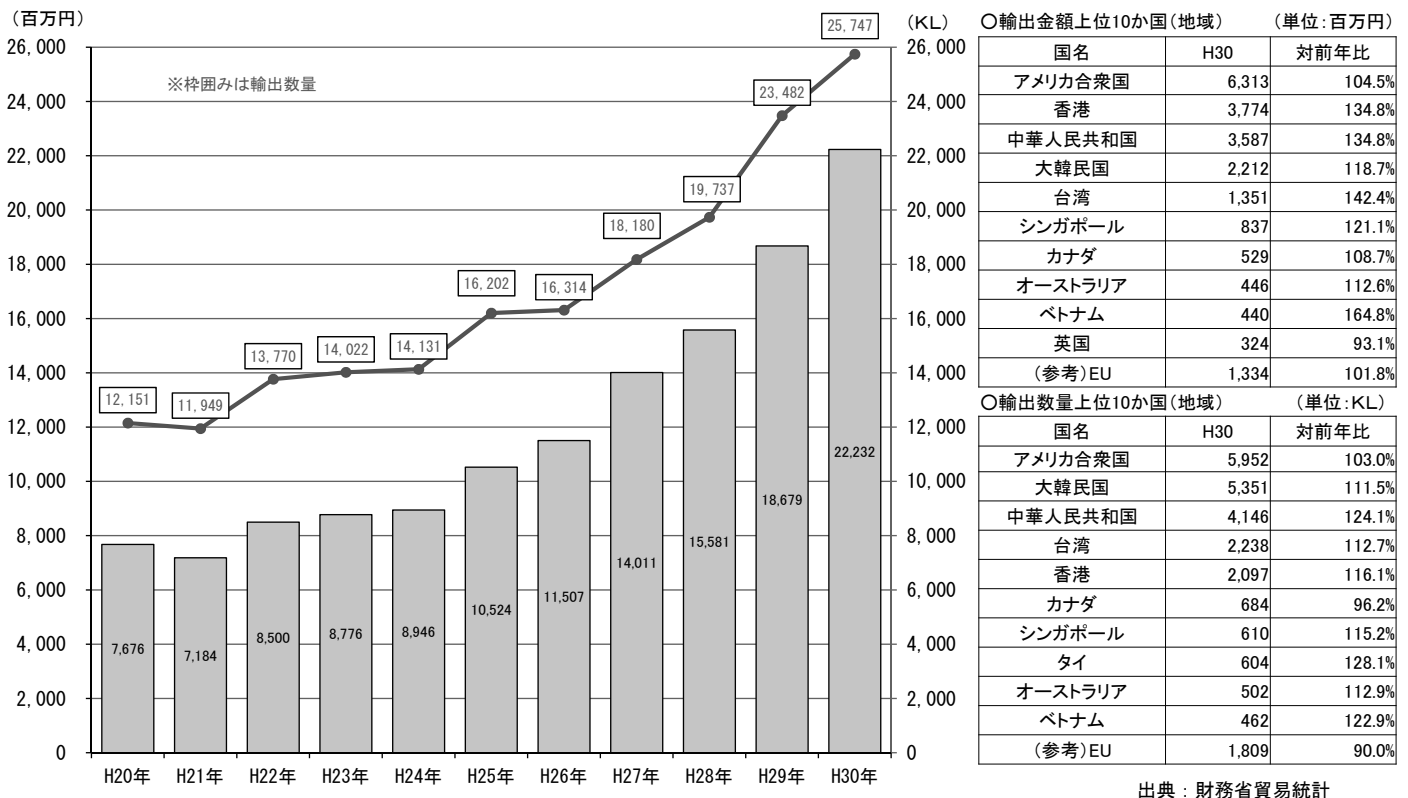
単位:百万円

順位	国・地域名	金額	対前年比	シェア	内訳						
					清酒	ウイスキー	ビール	リキュール	焼酎	ワイン	その他
1	アメリカ合衆国	13,110	109.1%	21.2%	6,313	4,162	848	859	394	2	531
2	大韓民国	11,066	102.9%	17.9%	2,212	129	7,879	177	85	8	575
3	中華人民共和国	6,541	149.3%	10.6%	3,587	1,171	333	739	476	27	208
4	台湾	5,910	111.3%	9.6%	1,351	1,302	1,343	1,336	73	86	420
5	香港	5,821	121.4%	9.4%	3,774	302	344	1,025	80	106	191
6	フランス	3,333	103.3%	5.4%	276	2,778	96	16	7	4	156
7	シンガポール	3,148	113.7%	5.1%	837	1,248	488	324	60	18	172
8	オランダ	2,479	105.6%	4.0%	161	1,481	9	26	8	1	793
9	オーストラリア	2,407	126.7%	3.9%	446	474	782	123	8	4	570
10	ベトナム	1,830	210.8%	3.0%	440	763	13	443	83	0	88
—	(参考)EU	7,600	95.4%	12.3%	1,334	4,610	248	178	33	15	1,181
輸出合計		61,827	113.4%	100.0%	22,232	14,978	12,874	5,672	1,530	281	4,262

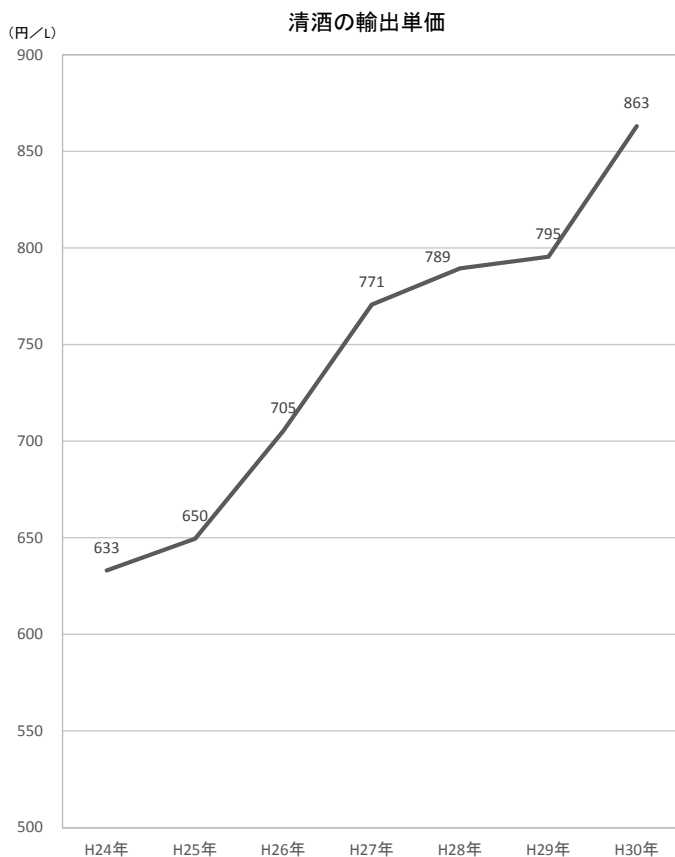
出典:財務省貿易統計

## 42 最近の清酒の輸出動向について

○ 平成30年の清酒の輸出金額は約222億円(対前年比119.0%)、輸出数量は約25,747kl(一升瓶換算で約1,430万本、対前年比109.6%)となり、共に9年連続で過去最高を記録。



## 43 清酒の輸出単価の推移



○H30上位10か国(地域)輸出金額

国名	輸出金額 (単位:百万円)	単価 (単位:円/L)
アメリカ合衆国	6,313	1,061
香港	3,774	1,800
中華人民共和国	3,587	865
大韓民国	2,212	413
台湾	1,351	604
シンガポール	837	1,372
カナダ	529	774
オーストラリア	446	889
ベトナム	440	953
英国	324	1,087

○H30上位10か国(地域)輸出単価(輸出金額上位20か国のうち)

国名	単価 (単位:円/L)	輸出金額 (単位:百万円)
マカオ	3,959	207
香港	1,800	3,774
シンガポール	1,372	837
インドネシア	1,301	84
英国	1,087	324
アメリカ合衆国	1,061	6,313
フランス	1,006	276
ベトナム	953	440
オーストラリア	889	446
中華人民共和国	865	3,587

出典：財務省貿易統計

## 44 日本産酒類の輸出促進に向けた国税庁の取組

### 1. 日本産酒類の情報発信

- リオオリンピックや伊勢志摩サミット、ジャポニスム2018等の機会に合わせ、日本産酒類PRブースを設置するなど、各国要人、プレスや業界関係者等が集まる機会を活用し、日本産酒類の情報発信を実施
- 影響力を持つ国外の酒類専門家を招聘し、酒類製造所の視察や酒類総合研究所によるレクチャー等を実施
- 駐日外交官の酒蔵ツアーを実施【日本酒造組合中央会と共催】
- 国際空港免税エリアで國酒の広告・PRを実施【日本酒造組合中央会】
- 外国人等を対象とした日本産酒類のレクチャー等を実施【酒類総合研究所等】
- 海外に日本酒の魅力をPRするためのリーフレットや、外国語による清酒のラベル表示の用語を解説した「日本酒のラベル用語事典」を作成【酒類総合研究所】

#### (今後の取組等)

- ・ 関係機関との連携を強化しつつ、G20をはじめとして、様々な機会に日本産酒類の情報発信を実施
- ・ 海外の酒類専門家等の日本産酒類に対する理解の促進 等



リオオリンピックでのPR



ジャポニスム2018でのPR



酒類専門家へのレクチャー



Imbibe Live商談会

### 2. 輸出環境整備

- 日EU・EPAによる関税即時撤廃、日本ワインの輸入規制の撤廃、地理的表示(GI)の相互保護及び単式蒸留焼酎の容器容量規制緩和等を実現
- ブランド価値向上の観点から地理的表示(GI「日本酒」等)の指定を進め、日本ワインの表示ルールも施行。活用促進を図るためのシンポジウムなども開催
- 酒類見本市である「ProWein」(ドイツ)・「Imbibe Live」(ロンドン)への出展を支援し、ビジネスマッチングの機会を提供
- 「酒蔵ツーリズム」における酒税免税制度の普及・啓発を実施
- 東日本大震災後に導入された輸入規制の解除

#### (今後の取組等)

- ・ 外国とのEPA交渉等を通じた、日本産酒類の関税や輸入規制等の撤廃要求、GI相互保護の働きかけ
- ・ 意欲ある事業者に対する、展示会や商談会等への出展支援によるビジネスマッチング機会の提供
- ・ 地理的表示の普及拡大や日本ワインの表示ルールによるブランド化の推進 等

## 45 フランスにおけるジャポニスム2018関連での取組

### ジャポニスム2018公式オープニング

- ・平成30年7月12日にパリにて開催された「ジャポニスム2018公式オープニングイベント」において、日本産酒類プロモーションブースを設置し、招待客である政財界の要人やメディア関係者等の情報発信力の高い層に対し、日本産酒類の魅力を発信した。
- ・ブース来訪者には、日本産酒類の魅力を解説を行うとともに、フランス語による日本産酒類のPRリーフレットを配布した。

(試飲の様子)



### 日本ワインセミナー

- ・平成30年10月11日から13日に、ボルドーのワイン専門の博物館「La Cité du Vin」において、日本ワインを題材としたセミナー、パネルディスカッション及び試飲会を実施し、日本ワインの情報発信を行った。
- ・日本ワインの専門家である酒類総研理事長から、降水量の多い日本でのブドウ栽培方法や、日本におけるワインの産地の特色等について説明した。また、パネリストの日本ソムリエから、日本の固有品種である「甲州」の味わいの特徴についても説明した。

(会場の博物館)



### 日本産GI産品PRイベント（農水省と共催）

- ・平成30年12月3日、パリの星付きレストランのオーナーシェフ等を対象とし、日本産GI産品のレストランでの取扱い拡大の検討の契機とするため「Tastes of JAPAN Forum in Paris」を実施した。
- ・ウェルカムドリンクとして泡盛のカクテルを提供し、多様な楽しみ方を提案した。
- ・セミナー形式で、GI制度の概要と日EU・EPAで相互保護されることとなったGI産品を紹介するとともに、日本酒、焼酎、泡盛について、ワインの製造方法との違いや味わい・香りの特徴を説明した。
- ・試食・試飲会として、現地三ツ星シェフらが試作した日本産GI食品を使った料理と、日本酒、焼酎・泡盛、日本ワインそれぞれの日本産GI酒類をペアリング体験させ、好評を博した。

(セミナーの様子)



## 46 ビジネスマッチングの取組

日本産酒類の海外における認知度の向上を図るとともに、海外における新市場開拓のきっかけを構築するため、海外大規模見本市への出展や海外における商談会を実施し、国内の酒類業者と海外のインポーター等との間のビジネスマッチングの機会を提供。

### Imbibe Live 2018

#### 【事業概要】

- ・平成30年7月に開催した英国最大級の酒類見本市「Imbibe Live2018」において、日本産酒類プロモーションブースを設置した。
- ・参加を希望した日本産酒類の製造者等20者（清酒15者、ワイン2者、泡盛2者、梅酒1者）の出展を支援し、現地のインポーター等と商談を実施した。
- ・ブース内のセミナースペースにて、日本産酒類の多様な飲み方を提案するため、「現地料理と日本酒のペアリングセミナー」及び「日本酒と泡盛を使用したカクテルのデモンストレーション」を実施した。



(ブースの様子)



(カクテルデモンストレーション)

### ProWein2018

#### 【事業概要】

- ・平成30年3月にドイツで開催した世界最大の酒類見本市「ProWein2018」において、日本産酒類プロモーションブースを出展した。
- ・参加を希望した日本産酒類の製造者等25者（清酒18者、ワイン1者、流通6者）が各国から訪れたインポーター等と商談を実施した。
- ・ブース内にて、日本酒造組合中央会や欧州の日本酒専門家等を講師としたセミナーを実施した。



(ブースの様子)



(試飲・商談の様子)

## 47 海外の日本産酒類専門家育成事業

平成31年1月28日から31日にかけて、海外市場で影響力や情報発信力のある海外の酒類専門家9名を、米国、中国、シンガポール等7か国から招聘し、酒蔵の視察や酒類総合研究所によるレクチャーを実施。

この事業は、海外の酒類専門家の日本産酒類に関する専門的知識の向上を図り、海外における情報発信や、現地の酒類業界への教育、さらには販路拡大してもらうことで、日本産酒類の認知度の向上や、更なる輸出拡大につなげることを目指すもの。

平成31年度は日本酒に加え、焼酎についても実施予定。

### 酒蔵視察

山形県、群馬県及び広島県の酒造組合の協力の下、6場の酒蔵を巡り、杜氏等による製造工程の解説や、きき酒研修を実施。

「蔵元と直接話したり、日々の醸造を見学できる機会はないため、よかった」等の声が聞かれた。



### レクチャー

酒類総合研究所による技術的観点及び官能評価の講義と、農学博士による、日本酒と食文化の歴史の変遷に関する講義を実施。

知識の深化に効果的であったとの評価を受けた。



### ペアリング・意見交換会

JETRO、酒造組合、地方自治体との共催による地酒と地元食材を使ったコース料理とのペアリング研修等も実施。

牡蠣をはじめ、うまみの強い食事との相性がよいとの評価を受けた。



## 48 駐日外交官等酒蔵ツアー

平成31年2月13日、米国、韓国、中国等、10か国から17名の駐日外交官等が東京都青梅市の酒蔵を訪問。

酒蔵の見学を通して日本酒の製造工程を知るとともに、きき酒や料理とのペアリング体験により、日本酒の理解を深めることで、各国外交官に自国等で日本酒の魅力を発信してもらうなど、国際的な認知度を高めることが目的。

当事業は、国税庁及び日本酒造組合中央会の共催により、訪問酒蔵の協力を得て、平成26年度から実施しており、今回開催分を含め、これまで74名の各国外交官等が参加。

### 製造工程等に関するレクチャー

日本酒の製造工程についての映像を視聴した上で、現地にて酒蔵からのレクチャーを実施。

日本酒の歴史やワインとの違いなどについて質問がなされ、活発な質疑応答がなされた。



(講義の様子)

### 酒蔵見学・きき酒体験

酒蔵の内部や仕込み水などを実際に見ながら、日本酒の製造工程等について学習。

その上で、3種類のタイプの違った銘柄を使ってきき酒体験を実施するとともに、数種類の日本酒と料理のペアリングを実施。

外交官からは「自国では飲んだことがなかったが、シーフードと一緒に楽しみたい」「自国でも日本酒に関する情報発信を図りたい」等の感想が聞かれた。



(酒蔵見学の様子)



## 49 ジャパン・ハウスにおけるプロモーション

平成31年2月21日から23日、ジャパン・ハウス・ロンドンで、日本酒のPRイベントを実施。

この事業は、英国ロンドンにおいて実施されているJFOODO事業「SAKE WEEK」に併せ、キーディッシュと日本酒のペアリングを訴求することで効率的なPRを実施することを目的としたもの。

※「SAKE WEEK」とは、JFOODOの実施する日本酒PRイベント。ロンドンにおいては、2月22日～3月3日で開催。現地でイベント参加飲食店を募り、期間限定メニュー（キーディッシュ）を設定させ、当該メニューを注文した客に対して、日本酒1杯を無償で提供する取組。



（イベント概観の様子）

### 消費者向けセミナー

国税庁より、日本酒の製法・特徴について紹介後、現地の酒サムライ2名を招き、トークセッションを実施。その後実際に日本酒を試飲しながら意見交換を行った。130名が事前登録の上参加。

さらに興味のある方へはマスタークラスを実施。



（トークセッションの様子）

### ビジネス向けセミナー

現地の日本酒の取り扱いを検討している事業者に対して、主成分の異なる日本酒を飲み比べさせ、香りの違いを学ばせた。

キーディッシュとのペアリングも実施することで、現地の消費者への訴求の幅を広げさせた。



（セミナーの様子）

### 試飲・ペアリング体験

ジャパン・ハウスへの一般客に対して、試飲体験イベントを3日間実施。併せて、チーズ・プロシュート等の食材とのペアリングを試させた。3日間累計で1882名が試飲体験を行い、高評価を得た。



（グランドカウンターの様子）

## 50 GI 日本酒シンポジウム

東北産日本酒の輸出やインバウンド消費の拡大に向けた取組として、「IWC2018（日本酒部門）」の山形県開催に併せて、平成30年5月12日（土）に「GI日本酒シンポジウム」を開催した。

シンポジウムでは、有識者による基調講演に加え、造り手、売り手、飲み手を代表する多彩なパネリストが「東北産日本酒の世界展開」をテーマにパネルディスカッションを実施。

また、シンポジウムの後には、参加者が東北産日本酒の銘柄毎に異なる味や香りといった個性を体感できるよう試飲会を行い、東北産日本酒の魅力を紹介した。

### ○シンポジウム参加者（211名）

IWC関係者、酒造組合・自治体等関係者、仙台国税局管内の日本酒製造者、輸出酒類卸売業者 など

### パネルディスカッションの様相



### ○パネルディスカッション出席者

コーディネーター：田崎真也氏（日本ソムリエ協会会長）

パネリスト：大橋健一氏（マスターオブワイン）

飯田永介氏（日本名門酒会本部長）

仲野益美氏（出羽桜酒造㈱代表）

Yoshiko Ueno-Muller氏（ドイツの日本酒市場有識者）

### 東北産日本酒の試飲会

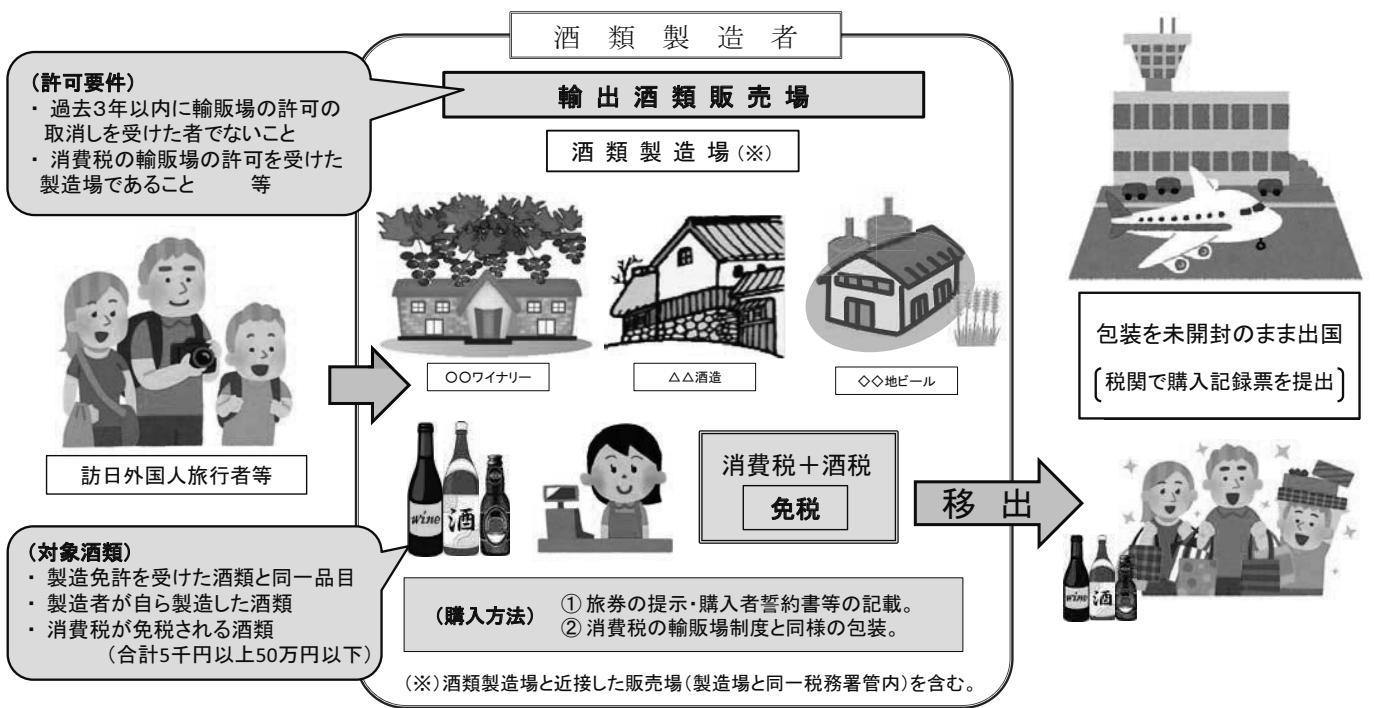




# 51 酒蔵ツーリズムにおける酒税免税制度

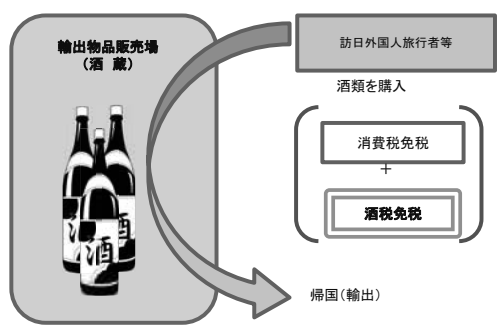
## 酒蔵ツーリズムにおける酒税免税制度

○ 酒類製造者が輸出酒類販売場の許可を受けた酒類の製造場において、自ら製造した酒類を訪日外国人旅行者等に対し、一定の手続の下で販売した場合には、消費税に加えて酒税を免除する。



○ 酒類製造者が輸出酒類販売場の許可を受けた酒類の製造場において、自ら製造した酒類を訪日外国人旅行者等に対し、一定の手続の下で販売した場合には、消費税に加えて酒税を免除(平成29年10月1日施行)

○ 平成30年10月1日における許可件数は145件



都道府県	許可件数	都道府県	許可件数	都道府県	許可件数	都道府県	許可件数
北海道	2	長野県	1	滋賀県	2	香川県	4
青森県	0	千葉県	3	京都府	2	愛媛県	7
岩手県	4	東京都	2	大阪府	0	高知県	2
宮城県	1	神奈川県	2	兵庫県	8	福岡県	3
秋田県	0	山梨県	3	奈良県	1	佐賀県	1
山形県	3	富山県	0	和歌山県	1	長崎県	4
福島県	2	石川県	2	鳥取県	4	熊本県	2
茨城県	1	福井県	2	島根県	0	大分県	4
栃木県	1	岐阜県	1	岡山県	3	宮崎県	3
群馬県	7	静岡県	3	広島県	26	鹿児島県	15
埼玉県	0	愛知県	2	山口県	1	沖縄県	6
新潟県	2	三重県	1	徳島県	1	<b>全国計</b>	<b>145</b>

## 日EU・EPA（ワイン）

【平成31年2月1日発効】

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

#### 発効前

EUへのワイン輸出量（平成30年）：9KL、15百万円

##### 関税

- EU側
  - ・ ボトルワイン：0.154ユーロ/L（約20円）  
※アルコール度により異なる。14度の場合を例示
  - ・ スパークリングワイン：0.32ユーロ/L（約41円）
- 日本側
  - ・ ボトルワイン：67円～125円/L
  - ・ スパークリングワイン：182円/L

##### 非関税措置

EUは補糖量など独自の基準を定めているため、国際的なルールを踏まえて定義した日本ワインであっても輸出ができない

- EUワイン醸造規則に従って製造されたもののみが流通可能  
⇒ 気候・風土の相違等により、ほとんどの日本ワインはEUワイン醸造規則を満たすことが困難  
＜主なEUワイン醸造基準＞
  - ・ 補糖量（2.5%～5%以下に制限）、補酸量（2.5g/L以下に制限）
  - ・ ブドウ品種（ワインフェラ種及びそのハイブリッド種に限定）  
※ ウィンフェラ種とは、シャルドネ、メルロー等

- EUワイン醸造規則に従っている旨の証明書の添付の義務  
⇒ 証明書取得の金銭的、時間的な負担

- ・ 輸出するロットごとに証明書の添付義務
- ・ EU登録機関（独立行政法人酒類総合研究所）が業者から醸造に関する書類や分析用ワインを受け取り、証明書を発行  
※ 証明書発行手数料：1ロットにつき27,100円

##### 地理的表示（GI:Geographical Indication）

日本が指定したGIはEUでは保護されない

- ※ ワインでは「山梨」を指定済み

##### ワイン添加物

日本でワインに使用できる添加物が、EUでは承認されていない

#### 発効後

EU側 ワインの関税を即時撤廃

日本側 ワインの関税を即時撤廃

EU仕様で製造しなくても、多くの国内向け日本ワインをそのまま自己証明を付して輸出できるようになる

- EUは、日本ワイン（国産ぶどうのみを原料とし、日本国内で製造された果実酒）の醸造方法を容認  
⇒ EUワイン醸造規則によらず、日本ワインであれば輸出可能  
※ 「日本ワイン」は、国税庁が「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」に基づく「果実酒等の製法品質表示基準（平成27年10月国税庁告示第18号）」により定義

- 業者の自己証明を導入

⇒ 金銭的、時間的な負担を大幅に軽減

- ※ 日本ワインの名声保護や証明書の偽造防止等の観点から、酒類総合研究所が自己証明が適切に行われていることを確認

##### 酒類GIの相互保護によりGI「山梨」のEU域内での保護を確保

⇒ 模造品等の流通が防止され、ブランド価値向上が期待できる

- ※ 日本側もEUのGI（「シヤンパン」、「ポルドー」等189名称）を保護（日本の業者にとつての激変緩和措置として、5年間GIの先使用を認める）

主要なワイン添加物について、EUそれぞれが申請手続きを開始

- ⇒ 国内ワイン業者にとつても、EUで承認されたワイン添加物が使用できるようになると期待（日本側25品、EU側28品。日本側は国税庁がEU企業に代わり厚労省に承認申請）

# 日EU・EPA（清酒・焼酎）

【平成31年2月1日発効】

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

### 発効前

清酒・焼酎の輸出は、米国、東アジア等に比べてEU向けは少ない  
 ※清酒の輸出量（平成30年）：25,747KL、22,232百万円  
 （内EU向け：1,809KL、1,334百万円）  
 ※焼酎の輸出量（平成30年）：2,195KL、1,530百万円  
 （内EU向け：33KL、33百万円）

#### 関税

**EU側** ・清酒：0.077ユーロ/L（約10円）  
 （焼酎は無税）  
**日本側** ・清酒：70.4円/L  
 ・焼酎：16%（従価税）

#### 地理的表示 (GI: Geographical Indication)

日本が指定したGIはEUでは保護されない  
 ⇒ 日本以外の他国で製造された清酒 (sake) であっても日本酒と称して販売することができる

※ 清酒では国レベルのGIとして「日本酒」（日本の米を原料とし日本国内で製造された清酒）を指定済み  
 また、地域レベルのGIとして「山形」、「白山」を指定済み  
 ※ 焼酎では「宮崎」、「球磨」、「薩摩」、「琉球」を指定済み

#### 非関税措置

#### 蒸留酒の容器容量規制

⇒ EUへの輸出専用として、ビンの調達や瓶詰設備等の追加的な投資負担  
 ・ 700mlや1,750ml等の決められた容量以外では流通・販売ができない  
 ・ 日本で流通する焼酎は、主に四合瓶（720ml）や一升瓶（1,800ml）

### 発効後

清酒の関税や焼酎の容器容量規制の即時撤廃及びGI「日本酒」等の保護により、EU向け輸出の拡大を期待

**EU側** 清酒の関税を即時撤廃

**日本側** 清酒・焼酎の関税を11年目に撤廃（段階的撤廃）

#### 酒類GIの相互保護により清酒、焼酎のEU域内での保護を確保

⇒ GI日本酒が保護されることにより、日本酒と他国で製造された清酒がEU域内で差別化されるなど、将来に渡り日本酒のブランド価値保護が実現される

※ 日本側もEUのGI（「シャンパン」、「ボルドー」等189名称）を保護（日本の業者にとつての激変緩和措置として、5年間GIの先使用を認める）

#### 単式蒸留焼酎の容器容量規制の緩和

⇒ 単式蒸留焼酎について、日本で流通する四合瓶や一升瓶の輸出が可能

酒類総合研究所と連携して酒類製造者の技術力の維持強化を支援し、  
日本産酒類の品質向上・競争力強化に貢献

### 酒類製造技術相談

○酒類総研の研究成果や先端技術の普及を推進するとともに、製造者の抱える技術的課題を解決。



清酒製造場への臨場の様子

### 酒類の安全性確保

○酒類の放射性物質に関する調査や研究を実施。安全性に関する不安を払拭し、E.U.など諸外国における輸出規制の撤廃にも成功。

○食品衛生管理の国際標準であるHACCPに沿った衛生管理の制度化を受け、酒類業団体による手引書の作成等を支援。

### 地理的表示への支援

○ブランド価値向上に有効な地理的表示の推進のため、地域指定に向けた技術的な相談（品質特性やその管理方法など）に対応。

○管理機関が実施する確認業務のうち、官能検査に職員を派遣して協力。

### 醸造技術者の育成

○ワイン・ビールについては研究会等を開催し、各地で醸造技術者が学ぶ機会を提供。

○清酒・焼酎については各県酒造組合等が実施している講話会、審査会等に職員を派遣し支援。



関東信越クラフトビール醸造ワークショップ

### 鑑評会（国税庁・酒類総研）

○国税局における鑑評会では、地域特性にも配慮した品質評価を実施。（清酒・本格焼酎・泡盛・ビール）

○全国新酒鑑評会及び本格焼酎・泡盛鑑評会を実施。  
（酒類総研と日本酒造組合中央会の共催）



## 54 技術支援に関する取組（酒類総研）

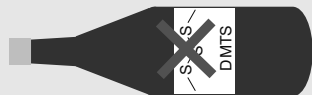
### 研究・開発（代表的なもの）

○地域ブランドの確立に資する研究  
「次世代酒米コンソーシアム」  
「日本ワインの競争力強化コンソーシアム」に参加し、新規酒米の醸造特性の解析や日本のぶどうに適した醸造技術の実証試験を実施。



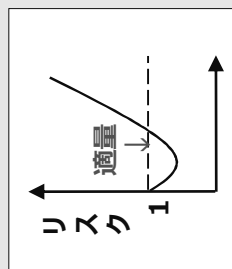
○輸出に適した酒類の研究  
民間企業との共同研究により、清酒を長期間保存したときに生じる劣化臭である「老香（ひねか）」が発生しにくい酵母の育種に成功。

製造場での実用性確認のため、種々の醸造条件下での実地醸造試験を実施中。



○少量飲酒の健康への影響（Jカーブ効果）の検証  
適量飲酒による、心臓病などの一部の疾患に対する予防的作用（Jカーブ効果）

について、動物実験により検証。（ビール酒造組合と共同研究）



### 醸造技術者の育成（酒類醸造講習）

○意欲のある醸造技術者を育成するため、酒類の製造等に関する高度な技能や経営に係る実践的な知識などの習得を旨とした人材育成の観点とともに、業界二一ズを踏まえつつ、酒類総研の最新の成果も取り入れた酒類醸造講習を実施（各業界団体と共催）。



### 輸出酒類に係る分析

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

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

### 酒類に関する正しい知識・魅力の普及

○酒類の商品知識や品質管理等に関する研修会等に、専門知識豊富な講師を派遣。

○広報誌「エヌリブ」や情報誌「お酒のはなし」等

各種広報資料を発行。英語版も順次発行。



現在、全国各地に新規ワイナリーの設立が相次いでいる。日本ワイン関係者等と醸造技術の情報共有や最先端の研究成果の技術移転を進めていくことにより、日本ワインの品質向上、競争力強化を図ることを目的として技術情報交換会を設置。第1回を平成30年10月12日に実施。【国税庁と酒類総合研究所の共催】

#### 参加団体

#### ○ワイン関係業界団体（8団体）

日本ワイナリー協会  
道産ワイン懇談会  
長野県ワイン協会  
山梨県ワイン酒造組合  
北陸ワイナリー協会  
関西ワイナリー協会  
中国果実酒協議会  
九州ワイナリーの会

#### ○各県公設試験研究機関（36機関）

山梨県産業技術センター  
長野県工業技術総合センター 等

#### ○酒類総合研究所の取組

- －ワインに関する研究機関、地方自治体、事業者等をメンバーとした、「日本ワインコンソーシアム」について、代表機関となって運営（平成28～30年）
- －ワインに関する研究開発（醸造条件と色・タンニンの関係等）
- －酒類醸造講習（ワインコース）を開催
- －ワイン醸造技術に関するまとめサイトの立ち上げ（平成31年3月予定）

#### ○参加団体の取組

- －ぶどう栽培やワイン醸造に関するセミナーを開催
- －業界団体、大学、県産業技術センターが連携して小規模ワイナリーに対する技術支援を実施
- 農業・食品産業技術総合研究機構の取組
- －気象データを用いた栽培支援情報システム

平成 30 年 7 月  
国税庁

国税庁では、東日本大震災の発生以降、平成 23 年度より放射性物質に対する酒類の安全性確保のための施策を実施しており、平成 30 年度も独立行政法人酒類総合研究所と連携しながら、以下の施策を実施します。

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

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

(注) 調査対象地域は、「検査計画、出荷制限等の品目・区域の設定・解除の考え方」（平成 30 年 3 月 23 日付原子力災害対策本部）別表において、「米」又は「果実類」が検査対象品目として定められている福島県とします。

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

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

（参考情報）

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

## 平成 30 年度酒類等安全確認調査の実施について

国税庁では、放射性物質に対する酒類の安全性確保のため、平成 30 年度においても、酒類製造場内にある出荷前の酒類及び醸造用水の放射性物質に関する調査を実施し、酒類の安全性を確認します。

### 1 確認方法

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

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

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

### 2 試料

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

### 3 対象酒類

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

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

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

### 4 対象製造場の選定方法等

以下の基準により、対象酒類の製造免許を有する製造場の中から選定します。

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

(注) 上記地域は、「検査計画、出荷制限等の品目・区域の設定・解除の考え方」(平成 30 年 3 月 23 日付原子力災害対策本部) 別表において、「米」又は「果実類」が検査対象品目として定められている検査対象自治体に当たります。

### 5 結果の取扱い

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

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



## 57 国税庁の使命

**使命：納税者の自発的な納税義務の履行を適正かつ円滑に実現する。**

### 任 務

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

#### 1 内国税の適正かつ公平な賦課及び徴収の実現

##### (1) 納税環境の整備

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

##### (2) 適正・公平な税務行政の推進

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

#### 2 酒類業の健全な発達

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

#### 3 税理士業務の適正な運営の確保

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

### 行 動 規 範

■ 上記任務は以下の行動規範に則って遂行する。

#### 1 任務遂行に当たっての行動規範

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

#### 2 職員の行動規範

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

### 今 後 の 取 組

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

## 第 2 章 力強い経済成長の実現に向けた重点的な取組

## 5. 重要課題への取組

## (3) 経済連携の推進

① 新たな経済秩序の拡大  
(中略)

TPP や日 EU・EPA の発効などを見据えて新たな海外展開の支援や国内産業の体質強化に向けて「総合的な TPP 等関連政策大綱」に盛り込まれた施策を着実に実施する。

## (4) 分野別の対応

① 農林水産新時代の構築  
(中略)

農林水産業の輸出力強化に向け、生産者等への必要な情報の提供、グローバル産地の形成、マッチングできる環境の整備、JFOODO による戦略的マーケティング等に取り組む。

③ 文化芸術立国の実現  
(中略)

コンテンツや衣食住を含む日本固有の魅力を創造して、発信し、商品・サービスの海外展開やインバウンド消費の拡大を図るクールジャパン戦略を深化させ、地域プロデュース人材の育成や国内外拠点の活用などを進める。

## 6. 地方創生の推進

## (6) 沖縄の振興

(中略)

また、琉球泡盛の海外輸出プロジェクトなどを通じ、沖縄県産酒類の振興を促進する。

## 第 2 具体的施策

## I. Society 5.0 の実現に向けて今後取り組む重点分野と、変革の牽引力となる「フラッグシップ・プロジェクト」等

## [4] 「地域」「コミュニティ」「中小企業」が変わる

## 1. 農林水産業全体にわたる改革とスマート農林水産業の実現

## (1) KPI の主な進捗状況

《KPI》2019 年に農林水産物・食品の輸出額 1 兆円を達成する（2012 年：4,497 億円）  
⇒2017 年：8,079 億円

## (3) 新たに講ずべき具体的施策

## ii) 輸出の促進

- ・ 日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）において、ターゲットを明確にした戦略的な日本産品のマーケティングを継続・強化する。
- ・ 「農林水産業の輸出力強化戦略」（平成 28 年 5 月 19 日農林水産業・地域の活力創造本部取りまとめ）及び「農林水産物輸出インフラ整備プログラム」（同年 11 月 29 日同本部決定）に基づく輸出促進の取組を着実に実行する。

## II. 経済構造革新への基盤づくり

## [3] 海外の成長市場の取り込み

## (3) 新たに講ずべき具体的施策

## iii) 日本の魅力をいかす施策

## ② クールジャパン

- ・ 日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）等によるプロモーション、地理的表示制度活用、酒蔵ツーリズム推進等を通じて、日本産酒類の一層の輸出拡大を図る。

○ 国税局及び酒類指導官設置署等一覧表(平成30年7月10日現在)

【国税局・国税事務所及び酒類業調整官派遣先税務署】

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

**【酒類指導官設置税務署】**

**【札幌国税局管内】**

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

**【仙台国税局管内】**

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

**【関東信越国税局管内】**

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

【東京国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
千葉東	千葉南、千葉西、館山、木更津、茂原	260-8577	千葉市中央区祐光1丁目1番1号	043-225-6811
松戸	市川、船橋、柏	271-8533	松戸市小根本53番地の3	047-363-1171
成田	銚子、佐原、東金	286-8501	成田市加良部1丁目15番地	0476-28-5151
神田	麹町、日本橋、京橋、芝、麻布、江東西、江東東、江戸川北、江戸川南	100-8183	千代田区大手町1丁目3番3号 大手町合同庁舎3号館3階・4階	03-4574-5596
品川	荏原、目黒、大森、雪谷、蒲田、世田谷、北沢、玉川、渋谷	108-8622	港区高輪3丁目13番22号	03-3443-4171
浅草	小石川、本郷、東京上野、本所、向島、王子、荒川、足立、西新井、葛飾	111-8602	台東区蔵前2丁目8番12号	03-3862-7111
豊島	四谷、新宿、中野、杉並、荻窪、板橋、練馬東、練馬西	171-8521	豊島区西池袋3丁目33番22号	03-3984-2171
立川	八王子、武蔵野、青梅、武蔵府中、町田、日野、東村山	190-8565	立川市緑町4番地の2 立川地方合同庁舎	042-523-1181
横浜中	保土ヶ谷、横浜南、戸塚、横須賀、鎌倉	231-8550	横浜市中区山下町37番地9号 横浜地方合同庁舎	045-651-1321
川崎北	鶴見、神奈川、緑、川崎南、川崎西	213-8503	川崎市高津区久本2丁目4番3号	044-852-3221
厚木	平塚、藤沢、小田原、相模原、大和	243-8577	厚木市水引1丁目10番7号	046-221-3261
甲府	山梨、大月、鯉沢	400-8584	甲府市丸の内1丁目1番18号 甲府合同庁舎	055-254-6105

【金沢国税局管内】

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

【名古屋国税局管内】

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

【大阪国税局管内】

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

【広島国税局管内】

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

【高松国税局管内】

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

**【福岡国税局管内】**

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
小倉	門司、若松、八幡、行橋	803-8602	北九州市小倉北区大手町13番17号	093-583-1331
博多	香椎、福岡、西福岡、直方、飯塚、田川、筑紫、壱岐、巖原	812-8706	福岡市東区馬出1丁目8番1号	092-641-8131
久留米	大牟田、甘木、八女、大川	830-8688	久留米市諏訪野町2401の10	0942-32-4461
佐賀	唐津、鳥栖、伊万里、武雄	840-8611	佐賀市駅前中央3丁目3番20号 佐賀第二合同庁舎	0952-32-7511
長崎	佐世保、島原、諫早、福江、平戸	850-8678	長崎市松が枝町6番26号	095-822-4231

**【熊本国税局管内】**

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

**【沖縄国税事務所管内】**

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

## e-Tax で利用できる酒税関係の手続について

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



イータ君

詳しくは e-Tax ホームページをご覧ください。

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

イータックス

検索

事前準備、送信方法、エラー解消など作成コーナーの使い方に関するお問い合わせ

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

受付時間：平日 9時～17時  
(年末年始を除きます。)

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

マイナンバー総合フリーダイヤル  
マイナンバー  
☎ 0120-95-0178

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

(音声ガイダンスに従って1番を選択してください。)

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

## 社会保障・税番号（マイナンバー）制度の導入について

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

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



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

酒税等に関する御質問は最寄りの国税局・税務署へ。

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

〈連絡先〉

〒100-8978 東京都千代田区霞が関3-1-1  
国税庁課税部酒税課

——— この社会あなたの税がいきている ———

**リサイクル適性 (A)**

この印刷物は、印刷用の紙へ  
リサイクルできます。