

令和3年3月

酒のしおり

国税庁課税部
酒税課・輸出促進室

目 次

○ 酒レポート	1
○ 酒類行政の基本的方向性	19
〔酒 税 収 入〕	
1 国税収入の累年比較	21
2 酒税収入の累年比較	22
付表 我が国における酒税制度等の沿革（概要）	23
〔酒 類 の 品 目〕	
3 酒税法における酒類の分類及び定義	24
4 酒類の製造工程図	
(1) 清酒	25
(2) 連続式蒸留焼酎・原料用アルコール	26
(3) 単式蒸留焼酎	27
(4) 単式蒸留焼酎（泡盛）	28
(5) ビール	29
(6) ワイン	30
(7) ウイスキー	31
〔酒 税 の 税 率〕	
5 酒税率一覧表（令和2年10月1日～）	32
付表1 主要酒類の酒税等負担率表	33
付表2 酒税等の負担率の推移	33
〔製 成 数 量〕	
6 酒類製成数量の推移	34
付表1 酒類製成数量の推移表	36
付表2 特定名称の清酒のタイプ別製成数量の推移表	37
〔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）	38
付表 酒類課税数量の推移表（国税局分及び税関分の合計）	40
8 酒類課税数量の推移（国税局分）	41
付表1 酒類課税数量の推移表（国税局分）	43
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）	44
付表3 清酒製造業の出荷金額と単価の推移	45

9	酒類課税数量の推移（税関分）	46
付表 1	酒類課税数量の推移表（税関分）	48
付表 2	国内製造品・輸入品別課税数量の推移	49
10	酒税課税額の推移（国税局分及び税関分の合計）	50
付表	酒税課税額の推移表（国税局分及び税関分の合計）	52
11	酒税課税額の推移（国税局分）	53
付表	酒税課税額の推移表（国税局分）	55
〔販売（消費）数量〕		
12	酒類販売（消費）数量の推移	56
付表	酒類販売（消費）数量の推移表	58
13	令和元年度成人1人当たりの酒類販売（消費）数量表（都道府県別）	59
〔免 許 場 数〕		
14	酒類等製造免許場数の推移	60
付表 1	地ビール製造免許場（者）数の推移	61
付表 2	果実酒製造免許場（者）数の推移（特定酒類（果実酒））	61
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））	61
付表 4	果実酒製造免許場（者）数の推移（特産酒類（果実酒））	62
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））	62
付表 6	単式蒸留焼酎製造免許場（者）数の推移（特産酒類（単式蒸留焼酎））	62
付表 7	原料用アルコール製造免許場（者）数の推移（特産酒類（原料用アルコール））	63
付表 8	清酒製造体験特区件数の推移	63
15	酒類販売業免許場数の推移	64
〔酒類業者の概況〕		
16	酒類販売業者の概況	65
〔酒 類 の 表 示〕		
17	酒類の表示義務	69
18	清酒の製法品質表示基準	70
19	果実酒等の製法品質表示基準	74
20	酒類における有機の表示基準	76
21	酒類の地理的表示に関する表示基準	78
22	二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準	82
23	酒類の表示の基準における重要基準	84

〔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 85
〔20歳未満の者の飲酒防止〕	
25	20歳未満の者の飲酒防止等に関する取組等 87
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 90
27	酒類自動販売機の設置状況 94
28	「20歳未満の者飲酒防止への取組」7か条 96
〔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 97
〔酒類販売管理者制度〕	
30	酒類販売管理者制度 99
〔公正取引の確保〕	
31	酒類の公正な取引に関する基準 101
32	酒類に関する公正な取引のための指針 102
33	酒類の取引状況等実態調査実施状況の公表について 107
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 110
35	「基準」に違反するおそれがあるとして「厳重指導」を行った主な事例 113
36	「指針」に示された公正なルール等に則していない主な事例 115
〔酒類業の活性化・経営革新支援〕	
37	酒類業に対する活性化支援 117
〔独立行政法人酒類総合研究所〕	
38	独立行政法人酒類総合研究所の概要 118
〔酒類業組合〕	
39	酒類業組合等構成図表 119
〔輸出環境の整備〕	
40	最近の日本産酒類の輸出動向について 120
41	最近の清酒の輸出動向について 120
42	各酒類の主な輸出先（2020年） 121
43	主な輸出先の輸出金額（2020年） 121
44	日本産酒類の輸出促進に向けた国税庁の主な取組 122
45	日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会 123

46	輸出用の「標準的裏ラベル」と「表記ガイド」	124
47	酒蔵ツーリズムにおける酒税免税制度	124
48	海外販路開拓支援事業 オンライン商談会	125
49	海外市場調査	125
50	日本産酒類輸出促進コンソーシアム	126
51	ジャパン・ハウス ロンドンを活用したプロモーション	126
52	琉球泡盛のプロモーションについて	127
53	日EU経済連携協定（EPA）の概要	127
54	日米貿易協定 酒類の合意概要	128
55	日英EPA 酒類の交渉結果	129
56	RCEP 酒類の合意概要	129
57	日本酒等のユネスコ無形文化遺産登録に向けた検討	130
〔技術支援に関する取組〕		
58	国税庁による技術支援	130
59	酒類総合研究所による技術支援	131
〔放射性物質に対する酒類の安全性確保〕		
60	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	133
〔その他〕		
61	国税庁の使命	135
〔参 考〕		
○	国税局及び酒類指導官設置署等一覧表（令和2年7月10日現在）	137

酒レポート 令和3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す。

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、令和元年度においては、酒税が国税収入に占める割合は1.9%となっています。酒税は、毎年的大幅な増減がない安定した税収を確保できる税目であり、令和元年度の税収は1.2兆円となっています。

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、人口の減少、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、高付加価値化、海外展開等に取り組む事業者も少なくありません。また、酒類は地方創生やクールジャパン等の観点からも重要なコンテンツであり、こうした新たな観点からの展開も広がっています。更に、日本産酒類への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、国内外における認知度向上のための情報発信、海外における販路開拓支援、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、国内向け施策と輸出促進施策を両輪に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 酒類業界を巡る状況

(1) 国内市場の状況

国内市場の状況は、少子高齢化や人口減少等の人口動態の変化、高度経済成長後における消費者の低価格志向、ライフスタイルの変化や嗜好の多様化等により、国内市場は全体として中長期的に縮小してきています。【図1、2】

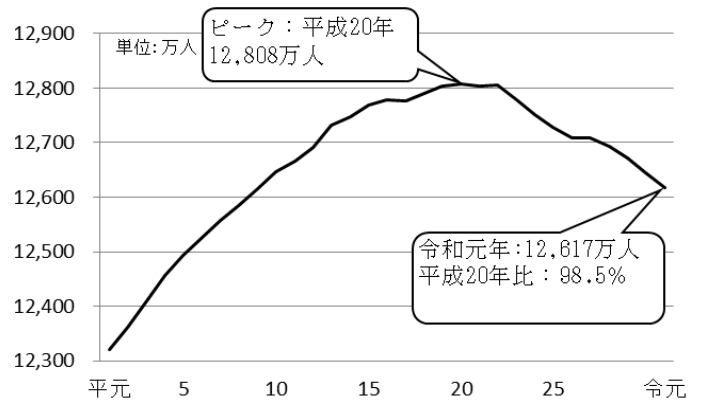
他方で、商品の差別化や高付加価値化、地域連携や海外展開等に積極的に取り組み、需要拡大につなげている事業者も少なくありません。

このような状況の変化を背景に、酒類の課税移出数量は平成11年度をピークとして減少してきています。

また、各酒類の課税移出数量の構成比率の推移を見ると、近年、その構成が大きく変化していることがわかります。【図3】

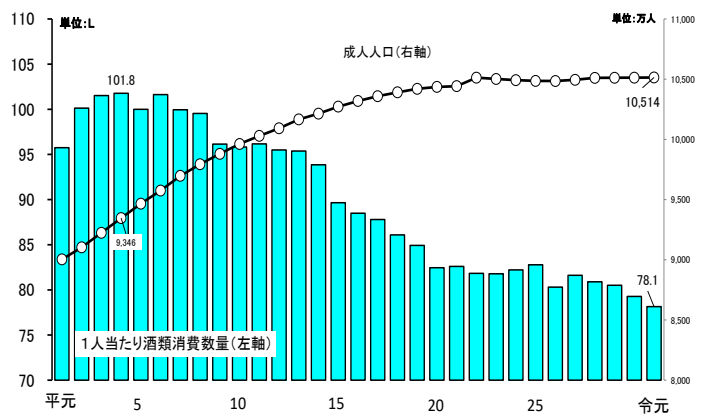
特にビールの課税移出数量が大きく減少していますが、これはビールから低価格の発泡酒やチューハイ、ビールに類似した酒類（いわゆる「新ジャンル」）に消費が移

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）

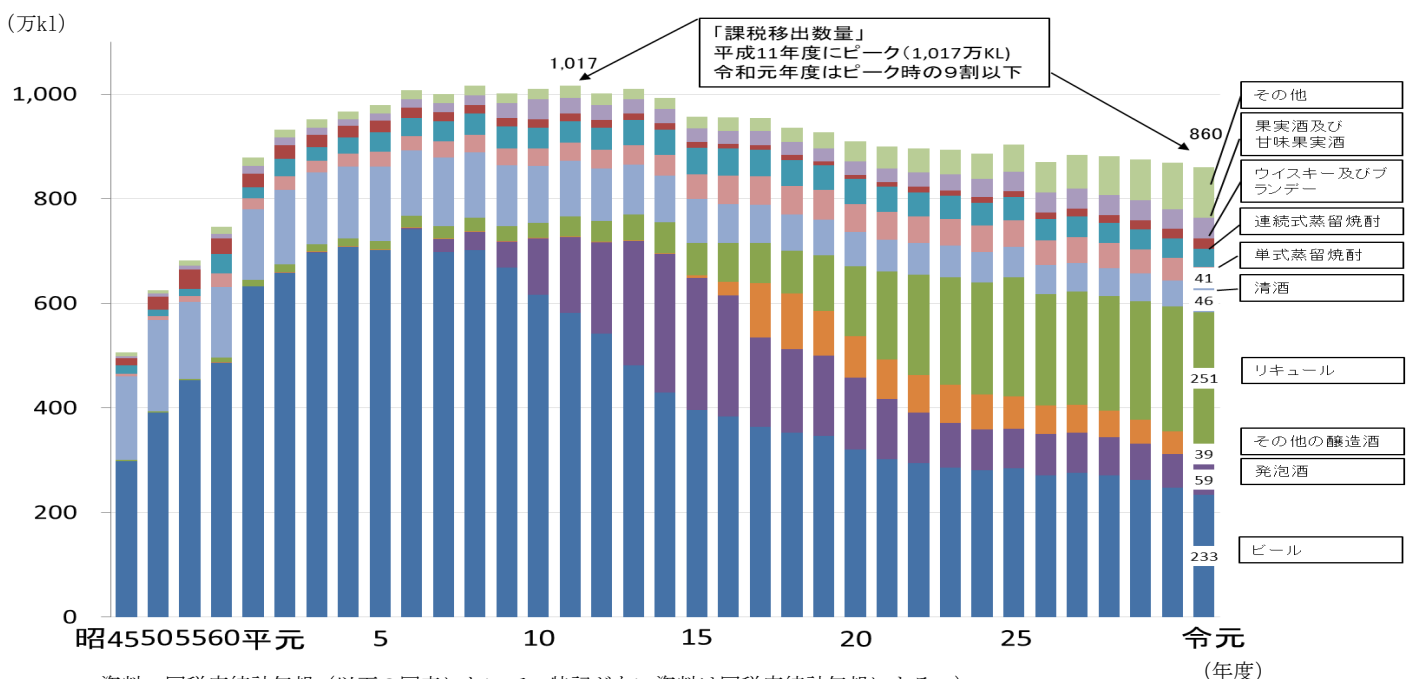
図2 成人一人当たり酒類消費数量の推移



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。

図3 酒類課税移出数量の推移



資料：国税庁統計年報（以下の図表において、特記がない資料は国税庁統計年報による。）

行していることが一因と考えられます。

また、清酒の課税移出数量は昭和48年度のピーク時（177万KL）から令和元年度には3割以下の46万KLまで減少しています。

【図4】

清酒の課税移出数量をタイプ別に区分して見ると、普通酒については減少傾向にあります。純米酒及び純米吟醸酒については、平成20酒造年度の8.2万KLから令和元酒造年度は10.1万KLと23.2%増加しています。【図5、6】

更に、清酒製造業の出荷金額の単価は上昇し、出荷金額も平成24年から増加基調にあります。これらは、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7】

酒類業界の大半は中小企業ですが、商品の差別化、高付加価値化、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、更には外国人が我が国の酒類業界に参入する動きも見られます。

続いて、酒税の課税状況については、平成6年度以降、減少傾向にあるものの、令和元年度においては1.2兆円となっており、安定した租税収入として引き続き重要な役

図4 清酒の課税移出数量の推移

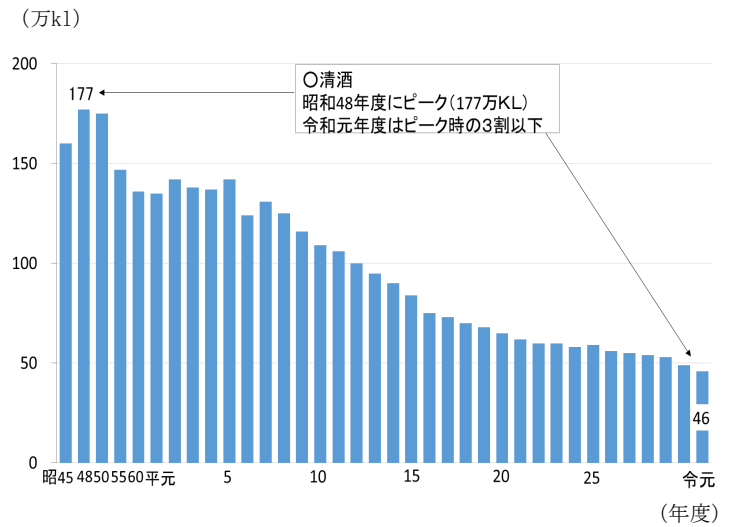
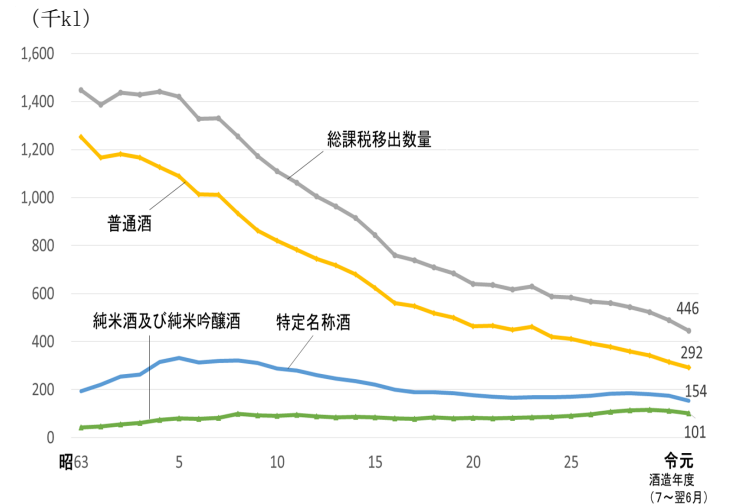
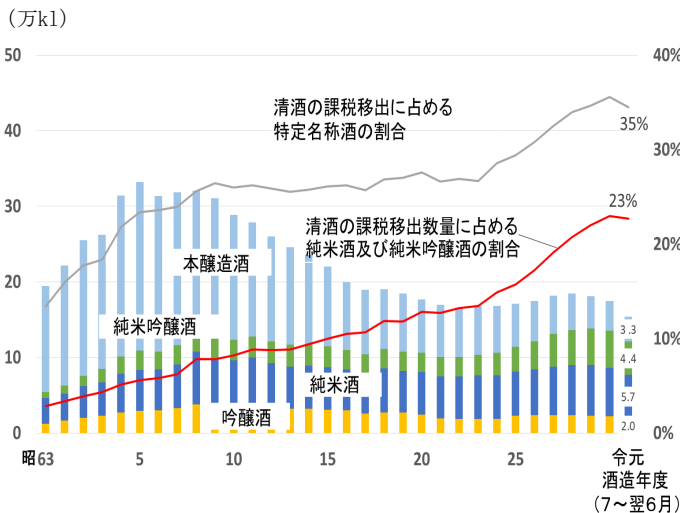


図5 清酒のタイプ別 課税移出数量の推移



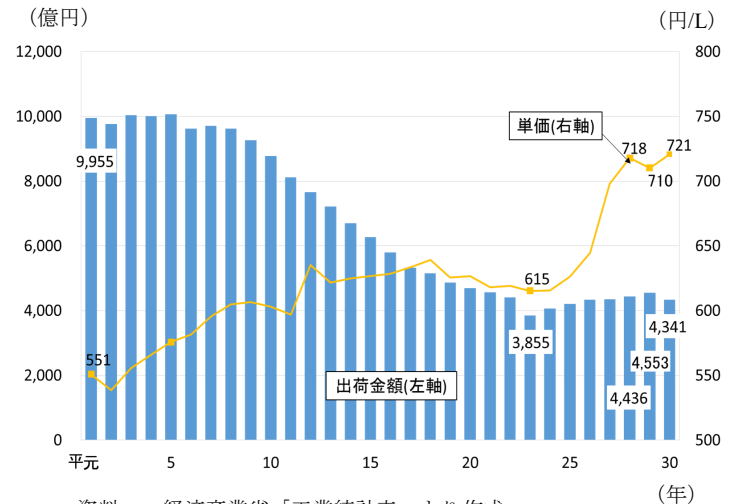
資料：「清酒製造状況等調査」（国税庁）より作成

図6 特定名称酒の課税移出数量の推移



資料：「清酒製造状況等調査」（国税庁）より作成

図7 清酒製造業の出荷金額と単価の推移



資料：経済産業省「工業統計表」より作成
 (注) 従業員4人以上の事業所

図8 酒類課税移出数量と課税額の推移

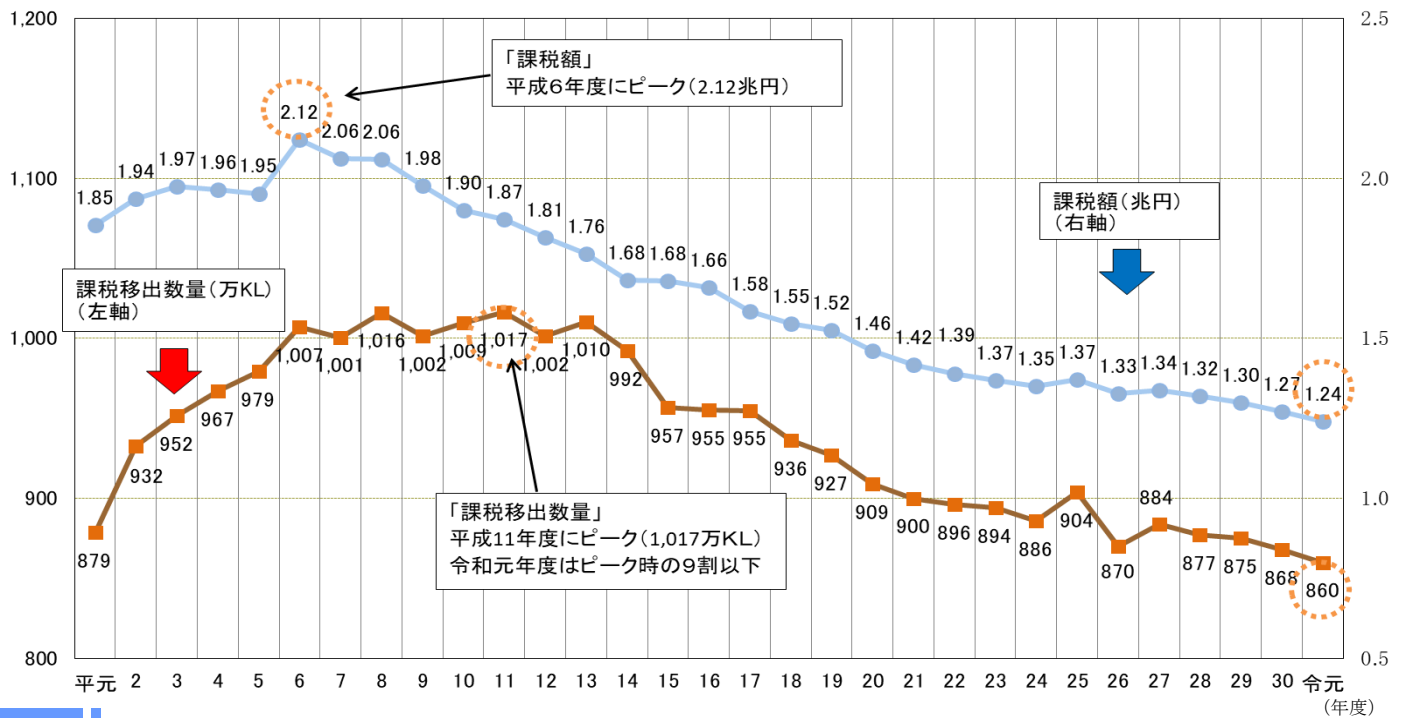
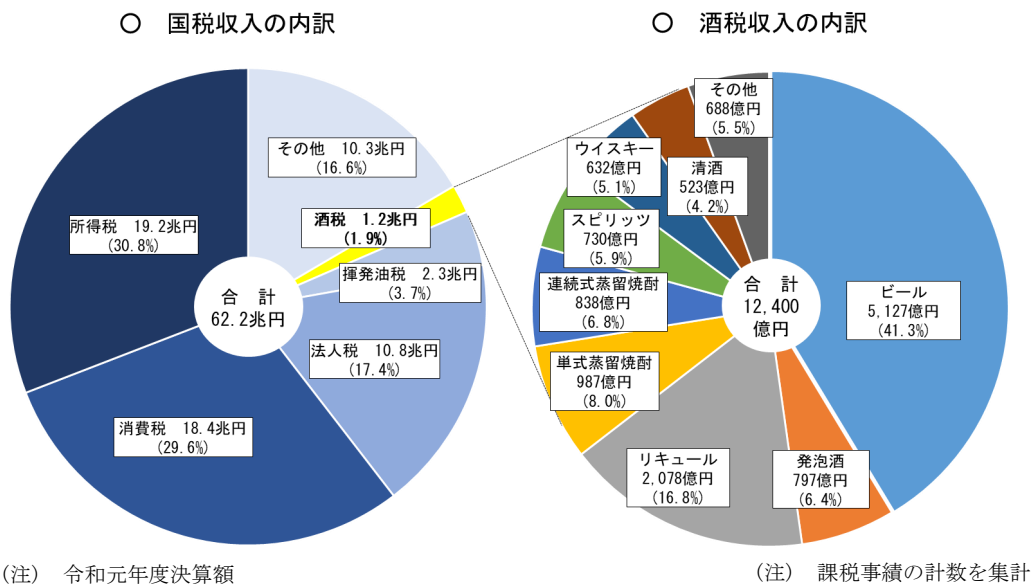


図9 酒税収入の状況



割を果たしています。【図8】

なお、令和元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5,127億円）であり、発泡酒（約797億円）、チューハイや新ジャンルが大部分を占めるリキュール（約2,078億円）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を占めています。【図9】

(2) 日本産酒類の輸出の状況

酒類の輸出については、清酒（日本酒）やウイスキー等の日本産酒類の国際的な評価の高まり等を背景に、近年は大きく伸長を続けています。

令和2年の日本産酒類の輸出金額は、約710億円（対前年7.5%増）となり、平成24年以降、9年連続で過去最高を記録しました。

輸出金額を品目別にみると、ウイスキーが最も多く約271億円（対前年39.4%増）、次いで清酒が約241億円（対前年3.1%増）となりました。

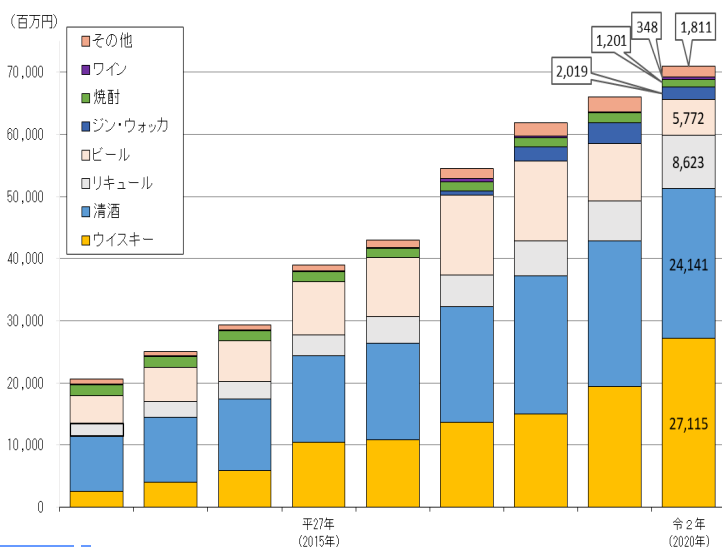
また、輸出金額が上位の国・地域を見ると、中華人民共和国が約173億円（対前年70.9%増）、次いでアメリカ合衆国が約138億円（対前年11.6%減）、香港が約100億円（対前年59.5%増）となり、中華人民共和国は初めて輸出金額で首位に立ちました。

【図10】

清酒の輸出金額は、平成22年以降、11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、香港が約62億円（対前年56.7%増）と初めて輸出金額が最も多くなり、次いで中華人民共和国が約58億円（対前年15.8%増）、令和元年において最も多かったアメリカ合衆国は新型コロナウイルス感染症の影響により約51億円（対前年25.0%減）となりました。欧州市場の更なる開拓は今後の課題となっています。輸出単価も11年連続で増加しており、マカオ、香港、シンガポール等が上位となっています。【図11】

図10 最近の日本産酒類の輸出動向



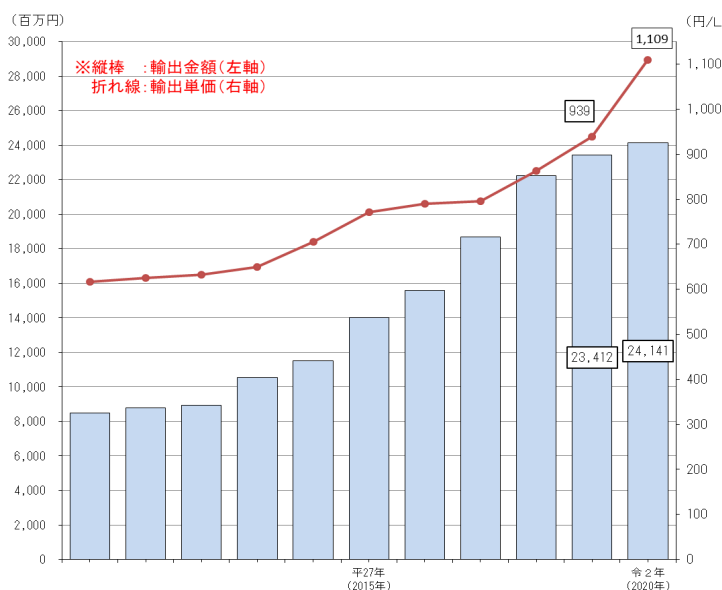
○品目別輸出金額 (単位: 百万円, %)

○輸出金額上位10か国・地域 (単位: 百万円, %)

品目	令2年	対前年増減率	国・地域	令2年	対前年増減率
ウイスキー	27,115	+39.4%	中華人民共和国	17,292	+70.9%
清酒	24,141	+3.1%	アメリカ合衆国	13,840	▲11.6%
リキュール	8,623	+33.9%	香港	9,975	+59.5%
ビール	5,772	▲37.0%	台湾	6,541	+5.5%
ジン・ウォッカ	2,019	▲40.7%	シンガポール	3,829	+11.2%
焼酎	1,201	▲23.0%	フランス	3,185	▲7.4%
ワイン	348	+99.8%	オランダ	3,062	▲15.1%
その他	1,811	▲26.9%	オーストラリア	2,617	+14.2%
合計	71,030	+7.5%	大韓民国	1,919	▲68.8%
			ロシア	1,282	+237.5%
			(参考)EU	7,247	▲20.9%

資料：財務省貿易統計

図11 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, %)

○輸出単価上位10か国・地域 (輸出金額上位20か国・地域のうち)

国・地域	令2年	対前年増減率	国・地域	単価(単位: 円/L)
香港	6,178	+56.7%	マカオ	4,067
中華人民共和国	5,792	+15.8%	香港	2,350
アメリカ合衆国	5,070	▲25.0%	シンガポール	1,619
台湾	1,430	+5.3%	ロシア	1,370
シンガポール	1,113	+30.0%	スイス	1,323
大韓民国	979	▲28.0%	中華人民共和国	1,214
オーストラリア	491	+11.9%	英国	976
カナダ	429	▲21.6%	アメリカ合衆国	962
ベトナム	279	▲25.8%	フランス	958
マレーシア	278	+14.8%	オーストラリア	935
(参考)EU	915	▲35.6%	(参考)EU	632

資料：財務省貿易統計

(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12】

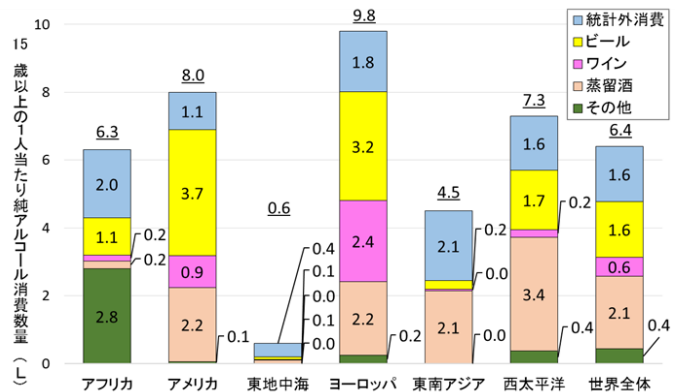
また、各地域の飲酒人口の割合について、男女の差を見ると、どの地域でも女性より男性の飲酒者の割合が多くなっています。しかし、男女の比を見ると、ヨーロッパ地域の1.3倍から東地中海地域の3.8倍と、地域によって違いがあることが分かります。【表1】

(3) 新型コロナウイルス感染症の影響

新型コロナウイルス感染症の拡大により、特に令和2年4月以降、国内では飲食店を中心に酒類消費が一段と減少しました。【表2】

輸出についても欧米を中心に一時大幅に落ち込んだものの、令和2年8月以降回復し、令和2年の合計はプラスに転じました(前述参照)。【表3】

図12 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：世界保健機関 (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。

表2 コロナ禍における酒類の消費動向 (令和2年)

(単位：前年同期比増減率、%)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
家庭消費	+5.2	+12.5	+9.5	+22.5	+26.9	+17.4	+12.2	+11.7	+5.9	+22.1	+14.2	+8.2	+13.6
飲食店消費	+16.1	+12.3	▲51.9	▲90.0	▲88.0	▲62.5	▲52.6	▲63.6	▲53.3	▲35.9	▲57.2	▲81.7	▲52.7
家庭消費 + 飲食店消費	+9.5	+12.5	▲13.6	▲17.1	▲9.0	▲6.3	▲7.0	▲10.2	▲9.5	+2.9	▲10.2	▲24.1	▲8.1

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

表3 コロナ禍における酒類の輸出動向（令和2年）

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
輸出金額 (億円)	50.1	55.9	55.5	52.5	38.6	55.3	57.8	53.0	61.9	72.3	73.5	84.0	710.3
対前年 同期比 (%)	+0.8	▲7.3	▲19.2	▲19.2	▲27.1	▲16.3	▲1.2	+17.2	+28.4	+53.6	+68.2	+51.5	+7.5

資料：財務省貿易統計

(4) 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が、令和元年度末の酒類製造免許場数（各酒類を通じたもの）は3,452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増加傾向にあります。【図13】

品目別に平成21年度と比べると、清酒製造免許場数と単式蒸留焼酎製造免許場数が減少している一方、果実酒製造免許場数、ビール製造免許場数及び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16】

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されており、令和元年度末の酒類卸売業免許場数（全酒類）は

5,015場、酒類小売業免許場数（全酒類）は167,355場となっています。【図14、15】

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、一般酒販店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17】

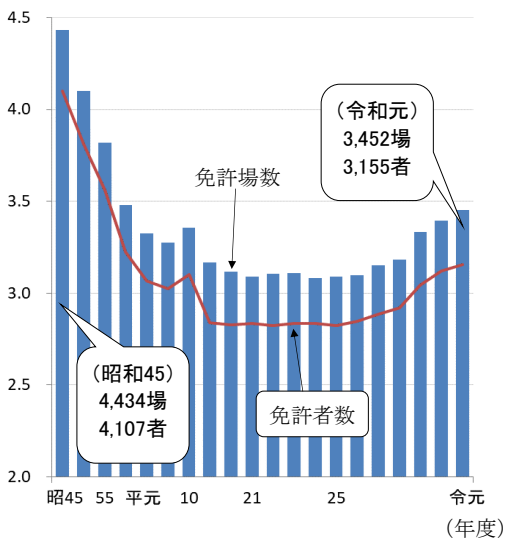
2 酒類業界の主な課題

こうした状況の中、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、酒類市場や需要の拡大、酒類業の健全な発達に向けた、酒類産業振興への取組、特に伸びしろが大きい海外市場への輸出促進を中心とした振興策の強化はこれまで以上に重要であり、主に以下のような課題に取り組むことが必要であると考えられます。

(1) 商品の差別化・高付加価値化

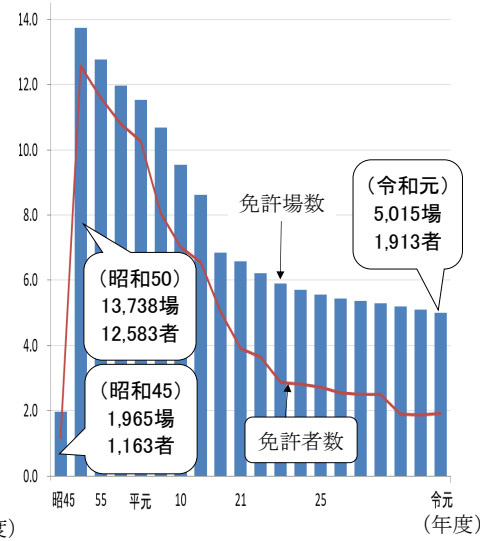
酒類の国内需要が長期的に減少傾向にあ

図13 酒類製造業者数等の推移



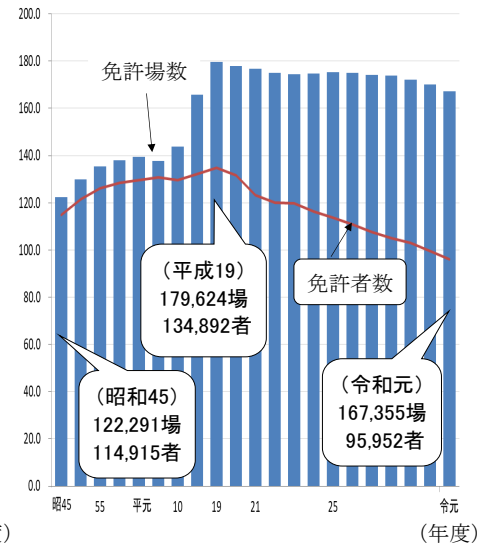
(注) 各酒類を通じたものを掲げた。

図14 酒類卸売業者数等の推移



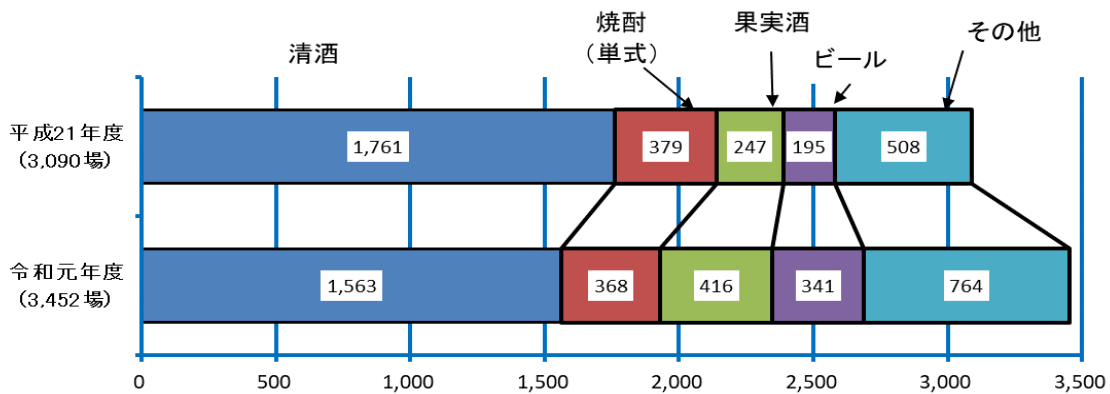
(注) 販売できる酒類の範囲が全酒類のものを掲げた。

図15 酒類小売業者数等の推移



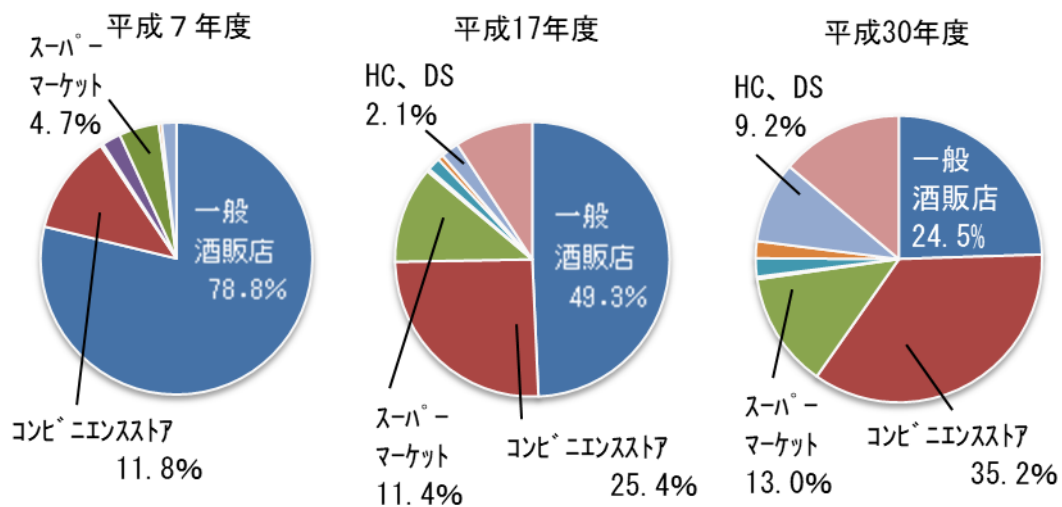
(注) 販売できる酒類の範囲が全酒類のものを掲げた。

図16 酒類製造業の現状（製造免許場数の比較）



(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17 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30年度は酒類小売業者の概況による。

注釈：HC（ホームセンター）、DS（ドラッグストア）

り、これまでの取組を継続するだけでは今後の需要の回復・拡大が見込めない中で、酒類事業者には、従来型の商品の開発・製造・販売等の方法にとらわれず、新たな商品・サービスの創造、新たな市場の開拓に取り組み、経営改革や酒類業界の構造転換を推進していくことが求められています。

また、近年、異業種やスタートアップ等による新規参入や、清酒の出荷金額の単価上昇（高付加価値化）の動き等も確認されており、こうした動きが酒類業界全体の動きとなることが期待されます。

(2) 海外市場の開拓（輸出促進）

現在、酒類市場は世界全体で100兆円を超える規模があるとされています。他方で、日本産酒類の輸出額は近年大きく伸長を続けているものの、依然として世界の酒類市場のわずか0.1%にも満たない規模にとどまっていることに鑑みれば、日本産酒類の認知度向上及び販路拡大等を通じた海外市場の一層の開拓は、酒類業の更なる発展のために必要不可欠な取組です。

海外の流通市場においては、地場の流通大手が圧倒的な市場シェアを占めるケースもあり、これら流通大手との取引を実施・継続することが販路拡大において重要となります。

そのためには、商品の品質の高さに加え、海外における認知度の高さ（「商品を陳列すれば売れる」こと）が求められています。

しかし、現状では、日本産酒類の海外における認知度は、一部の銘柄を除きまだまだ低いことが課題となっており、また、商品の選定・開発やその提供方法について、現地の消費者の嗜好やニーズをより一層踏まえていく（マーケットインの発想）必要が

あると考えられます。

また、これまでは、輸出拡大に当たっての重点品目やターゲット国、品目・国ごとの具体的な輸出戦略を策定しておらず、戦略策定のために必要となる現地の制度や規制、消費者の酒類の嗜好等を把握するための市場調査も十分とはいえない状況にあります。

更に、輸出先国によっては、酒類に高い関税が課されているほか、その取扱いに様々な規制があり、例えば、米国では、流通可能なワインの容量に制限があります。

(3) 技術の活用と人材の確保等

酒類業従事者の高齢化や、なり手不足が進む中、特に酒類製造業者においては、杜氏等の専門家が有する技術やノウハウの継承が課題となっています。

生産体制の見直しなどを通じて、人材の確保・育成や働きやすい環境の整備、事業承継等の課題に取り組むとともに、醸造技術をはじめとする日本酒等の文化的価値の保存に努めることにより、日本の伝統的な酒造りの技術について、その円滑な継承や更なる開発・活用を進める必要があります。

(4) 中小企業支援

酒類事業者は、中小・零細企業がその多くを占めているものの、歴史的・文化的に地域社会とのつながりが深く、地域の中核的な存在として地域経済やコミュニティの活性化等において重要な役割を果たしています。

また、酒類及び酒類事業者は、経済・観光資源として地方創生の観点から有望なコンテンツであり、酒類業界にとどまらず、地域社会全体の活性化・構造改革をなし得る

可能性を有しています。

こうした観点から、酒類事業者が、社会経済情勢の変化等に適切に対応するとともに、地方創生の実現・推進により密接に関わっていけるよう、業界団体や酒類事業者による技術や文化の継承等の取組に加え、酒類事業者のニーズを踏まえた効果的な支援を実施する必要があります。

(5) コンプライアンスの確保等

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、致酔性や習慣性を有する等、社会的に配慮を要するものであるという特殊性に鑑み、その製造・販売に免許制を採用しています。

また、公正な取引環境の整備、20歳未満の者の飲酒防止、アルコール健康障害対策等について、関係法令のコンプライアンスの確保等に努めています。

このような観点からも、引き続き、社会経済情勢の変化等に適切に対応するため、必要な見直し等について、酒類業界及び関係省庁と密接に連携しながら、検討を進める必要があります。

3 国税庁の取組

このような酒類業界の現状や主な課題等を踏まえ、主に、以下の取組を通じて、国内外の酒類市場の拡大を図り、酒類業の更なる振興、健全な発達につながるよう取り組んでいきます。

なお、取組に当たっては、新型コロナウイルス感染症の拡大防止等にも十分配慮しながら、オンライン等を活用した効率的・効果的な実施に努めてまいります。

(1) 商品の差別化・高付加価値化等

① ブランド化推進事業等の推進

○ブランド化推進事業

清酒の課税移出数量に占める純米酒等の特定名称酒の割合は、増加傾向にあることなどから、酒類の国内市場が全体的に落ち込む中においても、魅力のある差別化・高付加価値化商品への消費者の関心は高まっていると考えられます。

令和元年9月に新たに立ち上げた「日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会」における議論や、令和2年度において実施している「日本産酒類ブランド化推進事業」の成果等を踏まえながら、より効果的に事業を実施し、酒類事業者による酒類のブランディングの取組を推進します。令和3年度においては、補助事業として引き続き事業者によるブランド化を推進する取組を支援します。

更に、商品の単価上昇を企図した高付加価値化だけでなく、これまで実施してこなかったような新規性のある商品・サービスの開発や製造・販売方法、ICT技術の活用等を通じて、新たな消費者・市場の獲得、事業の効率化に意欲的に取り組む酒類事業者を支援する「酒類業構造転換支援事業（フロンティア補助金事業）」を実施します。

○日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会

日本酒業界全体での輸出拡大やブランディングを推進する観点から、「日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会」を開催し、委員に加え、関係省庁・機関や有識者を交え、現状の課題や今後の取組等について多面的な議論を行っています。

令和元年12月には、同年9月から12月まで

の議論の概要と、これを踏まえた政府の施策について整理し、中間とりまとめとして公表しました。【参考1】

また、令和2年11月、令和3年2月に検討会を開催し、政府として取り組むべき施策のフォローアップを実施しました。

② 地理的表示制度等の活用

地理的表示（G I）制度は、酒類の地域ブランド化、国内外における当該酒類の認知度向上を推進する上で、極めて有効なツールであると考えられることから、手続面・技術面等の支援を通じ新規G Iの指定及び既存G Iの見直し（磨き上げ）に向けた取組や、消費者向けシンポジウムの開催等を通じた既存G Iの普及・活用に向けた取組をこれまで以上に加速していきます。

このほか、平成30年10月に施行された「果実酒等の製法品質表示基準」の円滑な定着に向けた周知等により、日本ワインのブランド価値向上に取り組めます。

更に、「清酒の製法品質表示基準」や「酒類における有機の表示基準」等の規定の見直しを検討するほか、業界団体による自主基準の策定等に向けた取組を推進します。

(2) 海外市場の開拓（輸出促進）

酒類を含む農林水産物・食品の輸出促進については、「成長戦略フォローアップ」

（令和2年7月17日閣議決定）等累次の閣議決定において、農林水産物・食品の輸出額を、2025年までに2兆円、2030年までに5兆円とする目標額が設定され、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」（令和2年12月15日農林水産部・地域の活力創造本部決定）において、重点27品目及びターゲット国ごとの輸出額目標等が定められました。

酒類については、清酒、ウイスキー、本格

焼酎・泡盛の3品目が重点品目とされたことを受け、これらの品目及びターゲット国ごとに定めた戦略を着実に推進します。

同戦略を効果的に推進するためには、日本産酒類に係る①認知度向上と、②販路拡大の双方を同時に実現していく必要があります。

また、その推進に当たっては、マーケットインの発想に立ち、各ターゲット国における酒類の規制・制度、消費者の嗜好等の詳細な情報を収集・アップデートしていくほか、関係省庁・機関のネットワークの活用により、これらの情報を的確に活用する必要があります。

① 認知度向上

○国際的プロモーション

海外における認知度向上については、官民の適切な役割分担の下、より効率的・効果的な実施に留意しながら、国際的なイベント等の機会を利用したプロモーションや海外の酒類専門家の酒蔵等への招へい等に取り組むとともに、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」上のターゲット国を中心とした認知度向上に重点的に取り組んでいます。

令和2年度においては、新型コロナウイルス感染症の影響により、海外での対面によるプロモーションの実施が困難なため、オンラインを活用し、令和3年2月に英国・ロンドンのジャパン・ハウスと連携して、日本酒をテーマに現地酒類事業者を対象にしたセミナーとパネルディスカッションを実施しました。

○酒蔵ツーリズムの推進等

インバウンド効果や訪日外国人の日本産酒類の認知度向上が期待できる酒蔵ツーリズム等の取組を推進しています。令和2年度においては、事業者による酒蔵ツーリズムのモデ

参考 1 日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会 中間とりまとめ（ポイント）

- 日本酒の輸出のポテンシャルは大きい
- 文化的な観点からも積極的に価値づけを行い、ブランド力を高める
- 商品の高付加価値化とそれに見合った価格設定、そのためのブランド戦略が重要
- 主役である事業者の取組の一層の積極化を期待するとともに、政府は事業者の自主的で意欲的な取組を支援

議論の概要

認知度の向上、販路開拓、ブランド化を一体的に進める必要

- (1) 認知度の向上
- (2) 販路開拓の推進
- (3) 適切な品質管理の確保
- (4) 分かりやすい情報発信
- (5) インバウンドの活用
- (6) ペアリング（うま味）の訴求
- (7) 訪日外国人向けテイスト
- (8) 商品のブランド化
- (9) 地理的表示（G I）の活用等
ディングの結果
- (10) 価格の多様化

【ブランド化に関する主な意見】

- 「良いものをより安く」から「良いものをより高く」という方向にすべき
- 高価格化には裏付けとなるストーリーが重要
- 原材料や技術等のファクトではなく、価値の提案が重要
- ワインの市場・文化を意識した取組（ペアリング、テロワール、原産地呼称等）も有効
- スパークリングや熟成（ビンテージ）は新たな価値を創造。海外向けに可能性も大きい
- ラグジュアリー市場は拡大傾向。富裕層ビジネスの観点も重要
- 原材料コストや精米歩合等の原価計算による販売価格は適正か
- オークションにより高価格化を狙う取組は興味深い
- 多様性も重要。一般的な商品から高級ブランドまで全面的に進めるべき

政府の施策

国税庁は、関係省庁・機関、業界団体とも連携し、以下の施策等に取り組む
引き続き、国際交渉により、輸出先の関税や輸入規制の撤廃に取り組む

- (1) 認知度の向上と分かりやすい情報発信
- (2) 販路開拓の推進
- (3) 適切な品質管理の確保
- (4) ブランディングの推進
- (5) 表示ルールの在り方

【主な施策】

- 各国市場調査（嗜好、価格、規制、品質管理、小口配送等）
- 「日本産酒類輸出促進コンソーシアム」（商社等と酒蔵等とのマッチングや販路開拓等を支援）の構築
- 酒蔵ツーリズムについて、モデル事例の構築支援や「Your Japan 2020」キャンペーンの実施
- 事業者の海外向けブランド化の取組（戦略構築、新商品開発、販路開拓等）のモデル事例の構築支援
- 原料産地に着目した地理的表示（G I）の指定も進める
- ユネスコ無形文化遺産への登録や杜氏の人間国宝への認定等について検討
- テロワールや熟成の品質に与える影響、品質劣化の防止に関する調査研究
- 表示ルールの在り方についての議論を開始

ル事例構築を支援し、令和3年度においては、補助事業として引き続き事業者による酒蔵ツーリズム推進の取組を支援することとしています（注）。

更に、海外消費者の日本酒に対する理解を深めるために、日本酒の輸出用「標準的裏ラベル」の活用、酒類のブランディングや地理的表示（G I）制度の活用を推進しています。

このほか、商品の差別化・高付加価値化等（3(1)再掲）の取組については、日本産酒類の認知度向上の観点からも効果的である場合も多いと考えられることから、相乗効果を発揮できるよう、両取組を推進することとしています。

（注）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。令和2年10月現在で162の酒類製造場が免税販売の許可を取得しており、引き続き活用促進に努めます。

② 販路拡大

販路の拡大については、「日本産酒類輸出促進コンソーシアム」を通じ、輸出に関心・意欲のある国内酒類事業者等と輸出商社・酒類卸売業者等とのマッチングを推進し、輸出機会の創出に努めます。

また、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」上のターゲット国を中心に、海外の大規模展示会への出展や、海外バイヤーの招へい・商談会を通じた酒類事業者等と海外の輸入・流通業者とのビジネスマッチングを実施します。特に、地場の流通大手との商談機会を重点的に設けるなど、現地の流通市場の状況を踏まえた効果的な取組を検討します。

○商談会の開催

令和2年度においては、新型コロナウイルス感染症の影響により、海外の大規模展示会が中止・延期となり、海外バイヤーとの対面による商談実施が困難なことから、酒類事業者が商談を行う海外バイヤーに事前にサンプル品を送付し、日本にいながらにして海外バイヤーと商談する「オンライン商談会」を実施し、中国、香港、台湾、マレーシア、オーストラリア、米国、カナダ、イタリア、スイス、ポーランド、エストニアのバイヤーとの商談支援を行いました。

○海外市場調査

今後の日本産酒類の輸出拡大に向け採るべき施策の参考として、アジア、北米、欧州における日本産酒類の市場調査を実施し、潜在市場の発掘を行うとともに、その調査結果について公表を予定しています。

○日本産酒類輸出促進コンソーシアム

国内では、輸出に意欲的に取り組もうとする酒類製造業者・酒造組合等と、輸出商社・卸とのビジネスマッチングを行うほか、各種支援メニューを総合的に提供する「日本産酒類輸出促進コンソーシアム」を令和2年7月に立ち上げました。

③ 国際交渉を通じた関税の撤廃

経済連携協定（E P A）等の国際交渉において、関税や輸入規制の撤廃・緩和等を求めており、引き続き、関係省庁と緊密に連携しながら、これらの実現に向け着実に取り組んでいます。

○関税や輸入規制の撤廃等の国際交渉

E P A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（G I）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単式蒸留焼酎の容量規制の緩和、④EU域内における酒類の地理的表示の保護を実現しました。【参考2】

- 令和2年1月に発効した日米貿易協定では、米国は、①ワイン、蒸留酒の容量規制の改正に向けた手続を進めること、②米国での日本産酒類の10の地理的表示の保護に向けた検討手続を進めること、③米国での酒類の販売に必要なラベルの承認のための手続の簡素化、④米国市場における日本の焼酎の取扱いについてレビューを行うことについて約束しました。

このうち、蒸留酒の容量規制について、令和2年12月29日に連邦規則の改正が告示され、四合瓶（720ml）や一升瓶（1.8L）等での米国内での流通が可能となりました。

- 令和2年11月に署名した地域的な包括的経済連携（RCEP）協定では、日本が初めてEPAを締結する中国・韓国から清酒等の関税の段階的撤廃を獲得しました。

【表4】

- 令和3年1月に発効した日英包括的経済連携協定（EPA）では、英国関税の撤廃や日本ワインの輸入規制緩和、日本産酒類の地理的表示（GI）の保護について日EU・EPAと同一内容を確保するとともに、容量規制緩和の拡充を実現し、新たに五合瓶（900ml）での流通が可能となりました。

- 東日本大震災に伴う東京電力福島第一原子力発電所の事故を起因とした各国の輸入規制については、引き続き科学的根拠に基づき、撤廃を求めています。

○輸出手続の迅速化・簡素化

日本から輸出する酒類の通関に際して国税当局が発行する証明書の提出を求める国がある場合には、迅速な発行に努めています。

令和元年9月には、輸出証明書の発行手続の迅速化の観点から、各種証明書の申請から発行までの事務手続の見直しを行いました。

また、令和2年4月には、酒税における輸出免税の適用に当たって必要となる輸出明細書について、税務署長への提出が不要とされ、当該手続が簡素化されました。

(3) 技術の活用と人材の確保等

① 酒類業構造転換支援事業の推進

ICT技術等の活用による酒類事業者の生産性の向上、例えば、杜氏等の専門家の技術及びノウハウを広く共有・活用した、生産管理や在庫管理、物流の効率化などに意欲的に取り組む事業者等を支援する「酒類業構造転換支援事業（フロンティア補助金事業）」を着実に推進し、酒類業に従事する人材の確保・育成や働きやすい環境の整備、事業承継等の課題の改善に取り組んでいます。

② 日本酒・焼酎等のユネスコ無形文化遺産登録に向けた取組

「成長戦略フォローアップ」（令和2年7月17日閣議決定）において、「日本酒等のユネスコ無形文化遺産への登録を視野に調査を2020年度中に開始する」旨が盛り込まれました。また、第204回国会における菅内

参考2 日EU・EPAの概要

清酒・焼酎	ワイン
<p>関税</p> <p>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)</p>	<p>関税</p> <p>EU側、日本側ともに即時撤廃</p>
<p>地理的表示 (G I)</p> <p>相互保護を確保 ※従前は、日本の地理的表示 (G I) はEUでは保護されませんでした。</p>	<p>地理的表示 (G I)</p> <p>相互保護を確保 ※従前は、日本の地理的表示 (G I) はEUでは保護されませんでした。</p>
<p>非関税措置</p> <p>単式蒸留焼酎の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。</p>	<p>非関税措置</p> <p>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かか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。</p>

表4 地域的な包括的経済連携 (RCEP) 協定の概要

日本産酒類の中国・韓国へのアクセス

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

(注1) 交渉時の関税率である10%から段階的に削減し、11年目に撤廃

RCEP参加国の日本へのアクセス

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

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

閣総理大臣の施政方針演説において、「日本酒・焼酎などの文化資源について、ユネスコ無形文化遺産への登録を目指す」との発言がありました。引き続き、文化庁が行う醸造技術を中心とした日本酒・焼酎等に係る文化的価値についての調査に協力するとともに、その担い手となる酒蔵等と連携して、保存・活用体制の整備を図るなど、ユネスコ無形文化遺産の登録に向けた取組を推進します。

また、ユネスコ登録に向けた検討等に資するため、こうじ菌を使った日本の伝統的な酒造り技術に係る歴史や理念（芸術性等）に関する文献調査や杜氏等に対するヒアリング調査等といった外部委託調査並びにユネスコ無形文化遺産登録に向けた機運を醸成するためのポスター、リーフレット等の作成や業界団体とも連携した効果的な事業を行うこととしています。

③ 酒類総合研究所による技術支援

酒類総合研究所は、酒類業振興の技術基盤を担う機関として、新たな価値の創造に資する研究といった日本産酒類のブランド価値向上のための研究や、酒類製造の技術基盤の強化のための各種醸造微生物及び原料の特性把握等の研究などを積極的に推進します。

さらに、酒類醸造講習や鑑評会を業界団体と共催し、酒類業界の人材育成等のための取組を実施します。

また、酒類に関するナショナルセンターとして、アウトリーチ活動及びオープンサイエンスを推進し、産業界、大学、公設試験研究機関等と連携した取組を実施するとともに、各地域の現状を把握している各国税局鑑定官室（沖縄国税事務所主任鑑定官を含む。以下同じ。）と密接に連携しながら

ら醸造技術等の普及の推進等を図ります。

(4) 中小企業支援

① 業界団体等との連携

日本酒造組合中央会が実施する清酒製造業近代化事業をはじめ、各業界団体の実施する取組と連携しながら、酒類事業者のニーズを踏まえた効果的な支援を実施します。

なお、支援に当たっては、官民の適切な役割分担に留意し、より効率的な支援の実施に努めます。

また、関係省庁・機関や地方自治体等と連携しながら、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、酒類事業者や業界団体に情報を提供し、活用の促進に取り組みます。特に、酒類事業者は、地域経済や社会とのつながりが密接であることから、地方自治体等と連携した効果的な支援を検討・推進します。

② 技術相談等の技術支援

各国税局鑑定官室では、技術相談等を通じて酒類総合研究所の研究で得られた醸造技術等を普及させ、酒類事業者の商品開発や酒類の品質管理等の取組を積極的に支援するほか、各地域での業界団体等の取組を支援します。各国税局鑑定官室が把握した、各地域の酒類事業者のニーズについては、酒類総合研究所と連携して対応します。

(5) コンプライアンスの確保等

免許事務の適切な執行や公正な取引環境の整備、20歳未満の者の飲酒防止、アルコール健康障害対策等への対応といった関係法令のコンプライアンスの確保等は、酒類業の健全な発達のために極めて重要であることから、酒類業界及び関係省庁と密接に連携・協力しながら、引き続き、着実に取り組むと

もに、社会経済情勢の変化に適切に対応するため、近年の規制改革等の実施状況や酒類の安全性等に係る社会的要請も踏まえながら、必要に応じて、税制改正要望等についても検討します。

① 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。

② 酒類業組合の監督

酒類業組合の業務又は会計が法令等に違反している場合や運営が著しく適正を欠く場合には、改善措置を講ずるよう指導・助言するなど、適正な運営となるよう酒類業組合の監督を行っています。

③ 酒類の公正な取引環境の整備

酒類の公正な取引環境の整備に当たっては、「酒類の公正な取引に関する基準」等を酒類事業者にも周知・啓発し、公正取引の確保に向けた酒類事業者の自主的な取組を促すとともに、酒類の取引状況等実態調査の効果的な実施に努めることにより、公正取引の確保を推進しています。また、議員立法による改正酒類業組合法（平成29年6月施行）の規定を踏まえ、同基準の見直しについての検討を進めます。

④ 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、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。

このほか、食品を摂取する際の安全性の確保等の観点から、平成27年4月に食品表示基準が定められ、令和2年4月より、酒類の容器及び包装においても、食品表示基準に基づく表示を行う必要があります。

これらの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。

⑤ 品質・安全性の確保

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。

⑥ 資源リサイクル等の推進

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・啓発を行うとともに、毎年10月を「3R推進月間」と定め、関係省庁と連携した啓発活動を行っています。

また、平成28年に閣議決定された「地球温暖化対策計画」に基づき、国税審議会酒類分科会において、ビール業界が取り組むCO₂削減目標（低炭素社会実行計画）について、評価・検証を実施しています。

⑦ 20歳未満の者の飲酒防止対策

20歳未満の者の飲酒防止に向け、啓発ポスターやパンフレットを作成するほか、毎年4月を「20歳未満飲酒防止強調月間」と定め、関係省庁・業界団体と連携した啓発活動を行っています。

また、「二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準」の制定や酒類販売管理研修等を通じて、酒類の適正な販売管理を確保するよう酒類業者等へ指導するとともに、関係省庁と連名で酒類販売時の年齢確認の徹底を要請する文書を酒類販売業者等に発出し、指導しています。

⑧ アルコール健康障害対策等の推進

アルコール健康障害対策基本法（平成26年6月施行）に基づき策定された第2期の「アルコール健康障害対策推進基本計画」（2021年4月～2026年3月）などを踏まえ、関係省庁、酒類業団体とも連携・協力しながら、20歳未満の者の飲酒防止対策やアルコール健康障害の発生防止等に向けた取組を推進します。

酒類行政の基本的方向性 ～主に産業振興の観点から～（概要）

「酒税の適正かつ公平な賦課及び徴収」「酒類業の健全な発達」

酒類業界の現状

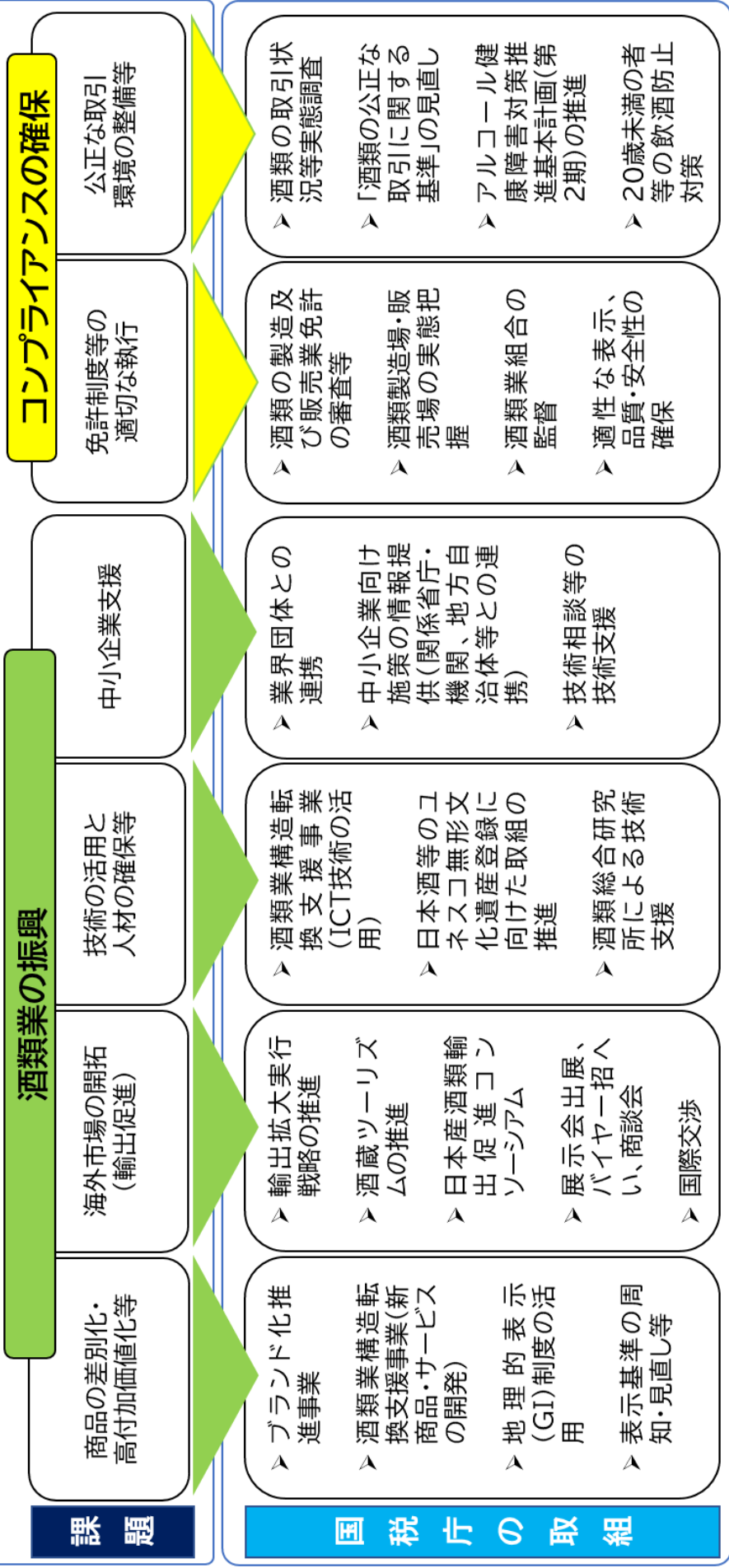
国内市場の状況

国内市場は、中長期的に縮小。他方で、清酒の出荷金額単価上昇がみられるなど、高付加価値化の動きも。

酒類輸出の状況

2012年以降、9年連続で過去最高を記録。清酒やウイスキーの米国・中国向け輸出が全体を牽引。

酒類業界の主な課題と国税庁の取組



1 国 税 収 入 の 累 年 比 較

区 分	平成23		24		25		26		27		28		29		30		令和元		2	
	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	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	377,358	58.8	353,168	56.8	312,069	53.6
所得税 (内源泉分)	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	199,006	31.0	191,707	30.8	184,960	31.8
(内申告分)	110,108	24.4	114,725	24.4	127,592	24.9	140,267	24.2	147,732	24.6	144,860	24.6	156,271	25.1	165,650	25.8	159,375	25.6	155,910	26.8
法人税	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	33,356	5.2	32,332	5.2	29,050	5.0
相続税	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	123,180	19.2	107,971	17.4	80,410	13.8
特別会計分	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	23,333	3.6	23,005	3.7	22,310	3.8
間接税等	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	31,839	5.0	30,485	4.9	24,389	4.2
酒 税	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	264,882	41.2	268,584	43.2	269,980	46.4
消費税	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	12,751	2.0	12,473	2.0	11,430	2.0
たばこ税	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	176,809	27.5	183,527	29.5	192,730	33.1
揮発油税	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	8,613	1.3	8,737	1.4	8,620	1.5
石油ガス税	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	23,478	3.7	22,808	3.7	20,470	3.5
航空機燃料税	113	0.0	107	0.0	103	0.0	97	0.0	92	0.0	87	0.0	82	0.0	76	0.0	68	0.0	60	0.0
石油石炭税	462	0.1	494	0.1	522	0.1	521	0.1	513	0.1	514	0.1	522	0.1	527	0.1	508	0.1	110	0.0
電源開発促進税	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	7,014	1.1	6,383	1.0	5,990	1.0
自動車重量税	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	3,220	0.5	3,158	0.5	3,150	0.5
関 税	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	3,944	0.6	3,881	0.6	3,930	0.7
とん税	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	10,711	1.7	9,412	1.5	8,250	1.4
その他	97	0.0	98	0.0	100	0.0	100	0.0	99	0.0	98	0.0	99	0.0	103	0.0	102	0.0	100	0.0
印紙収入	2	0.0	0	0.0	1	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.0	0	0.0	69	0.0	444	0.1	3	0.0
特別会計分	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	10,729	1.7	10,232	1.6	8,700	1.5
合 計	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	6,838	1.1	6,851	1.1	6,437	1.1
合 計	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	642,241	100.0	621,752	100.0	582,049	100.0

(注) 1 令和元年度までは決算額、令和2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	642,241	103.0	12,751	97.8	2.0	41.2
令和元	621,752	96.8	12,473	97.8	2.0	43.2
2	582,049	93.6	11,430	91.6	2.0	46.4

(注) 国税には、特別会計分を含み、令和元年度までは決算額、令和2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、醤油醸造鑑札収与並収税法規則の制定
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	酒精営業税法の制定
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	酒類業団体の制定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（酒類の分類を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

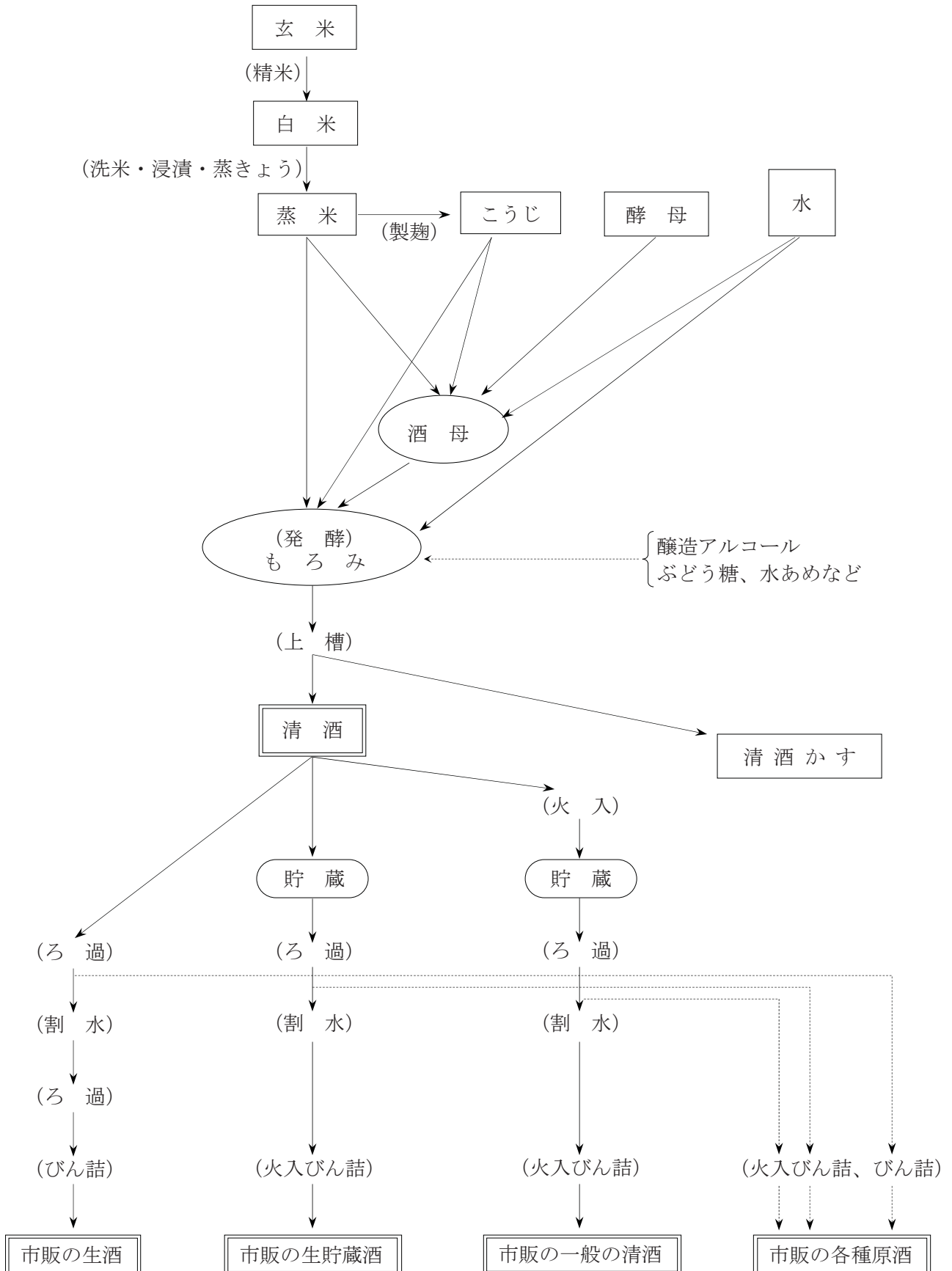
種 類		内 訳 (酒税法第3条第3号から第6号まで)
酒 類 (アルコール分1度以上の飲料) (酒税法第2条)	発泡性酒類	ビール、発泡酒、その他の発泡性酒類 (ビール及び発泡酒以外の酒類のうちアルコール分が10度未満で発泡性を有するもの)
	醸造酒類(注)	清酒、果実酒、その他の醸造酒
	蒸留酒類(注)	連続式蒸留焼酎、単式蒸留焼酎、ウイスキー、ブランデー、原料用アルコール、スピリッツ
	混成酒類(注)	合成清酒、みりん、甘味果実酒、リキュール、粉末酒、雑酒

(注) その他の発泡性酒類に該当するものは除かれます。

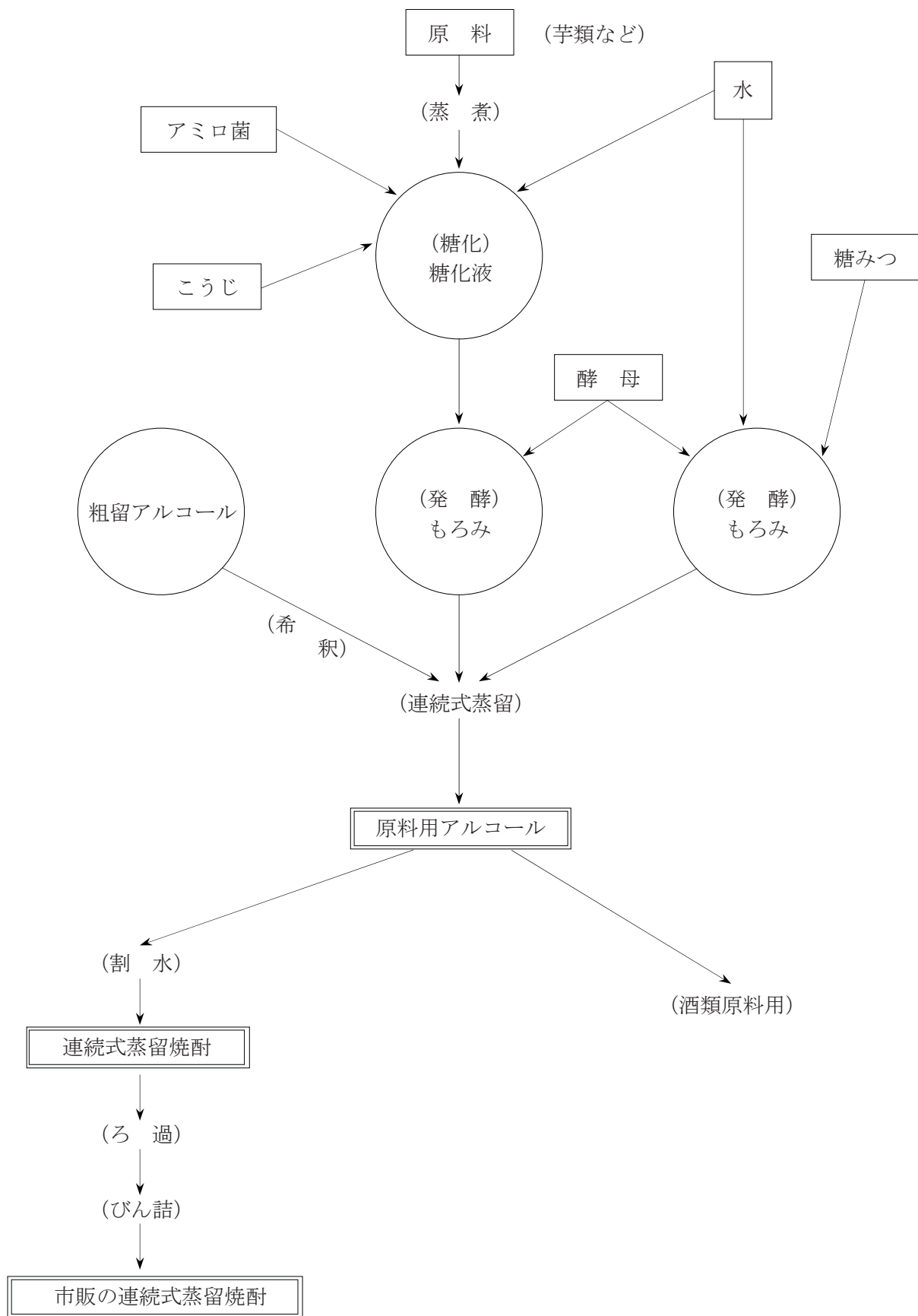
品 目	定 義 の 概 要 (酒税法第3条第7号から第23号まで)
清酒	* 米、米こうじ及び水を原料として発酵させてこしたもの (アルコール分が22度未満のもの) * 米、米こうじ、水及び清酒かすその他政令で定める物品を原料として発酵させてこしたもの (アルコール分が22度未満のもの)
合成清酒	* アルコール、焼酎又は清酒とぶどう糖その他政令で定める物品を原料として製造した酒類で、その香味、色沢その他の性状が清酒に類似するもの (アルコール分が16度未満でエキス分が5度以上等のもの)
連続式蒸留焼酎	* アルコール含有物を連続式蒸留機により蒸留したもの (アルコール分が36度未満のもの)
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

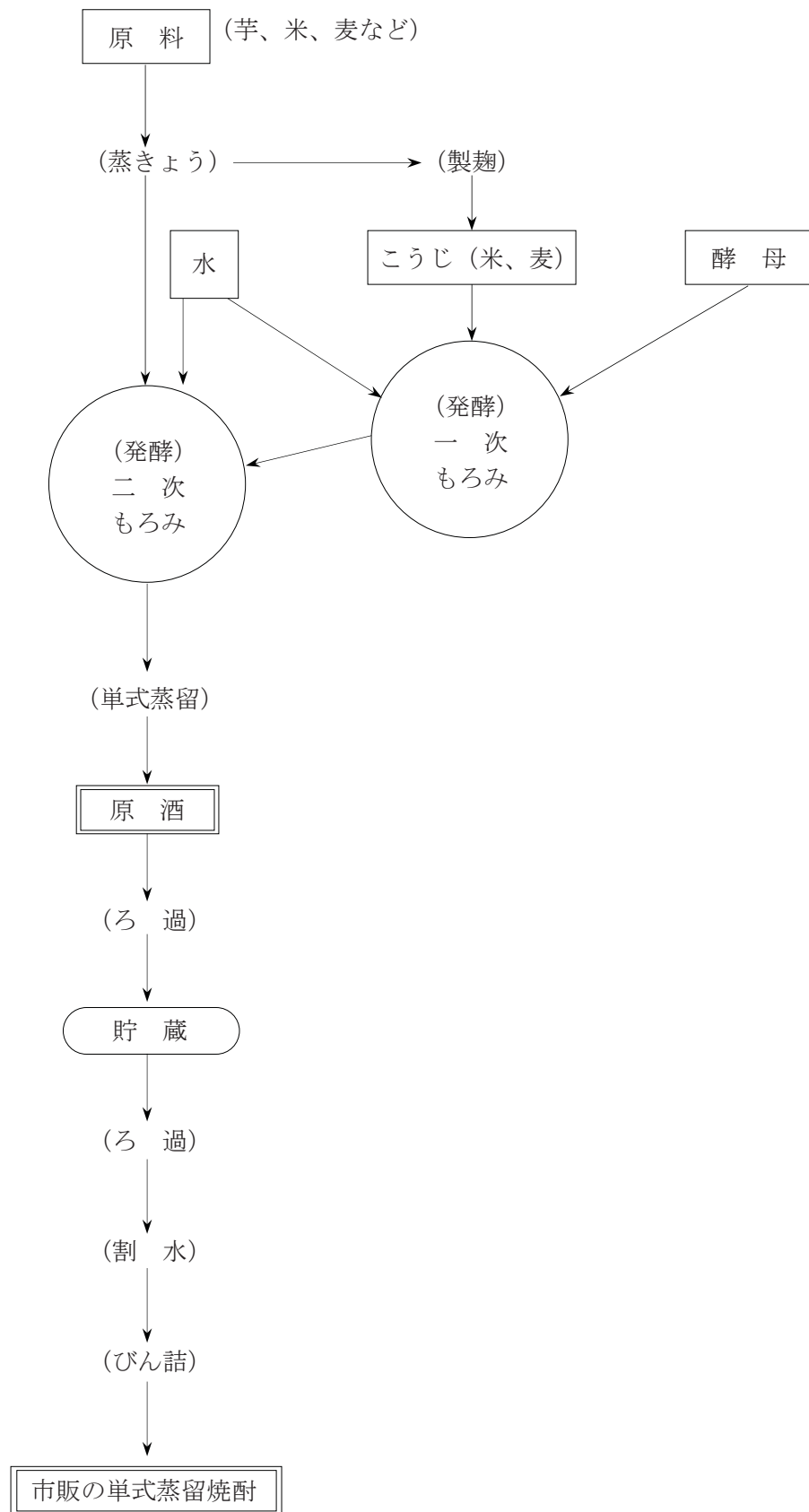
(1) 清 酒



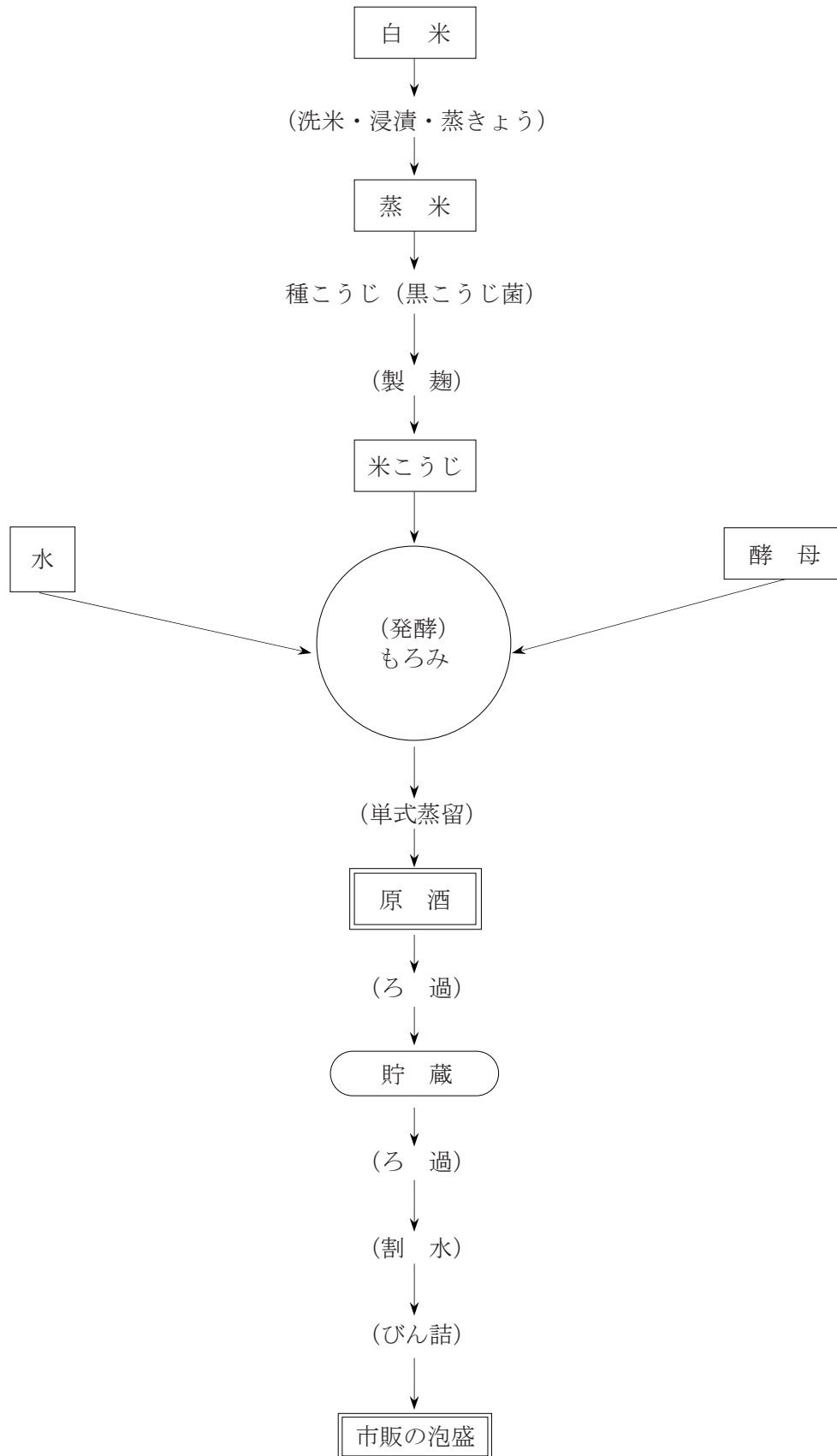
(2) 連続式蒸留焼酎・原料用アルコール



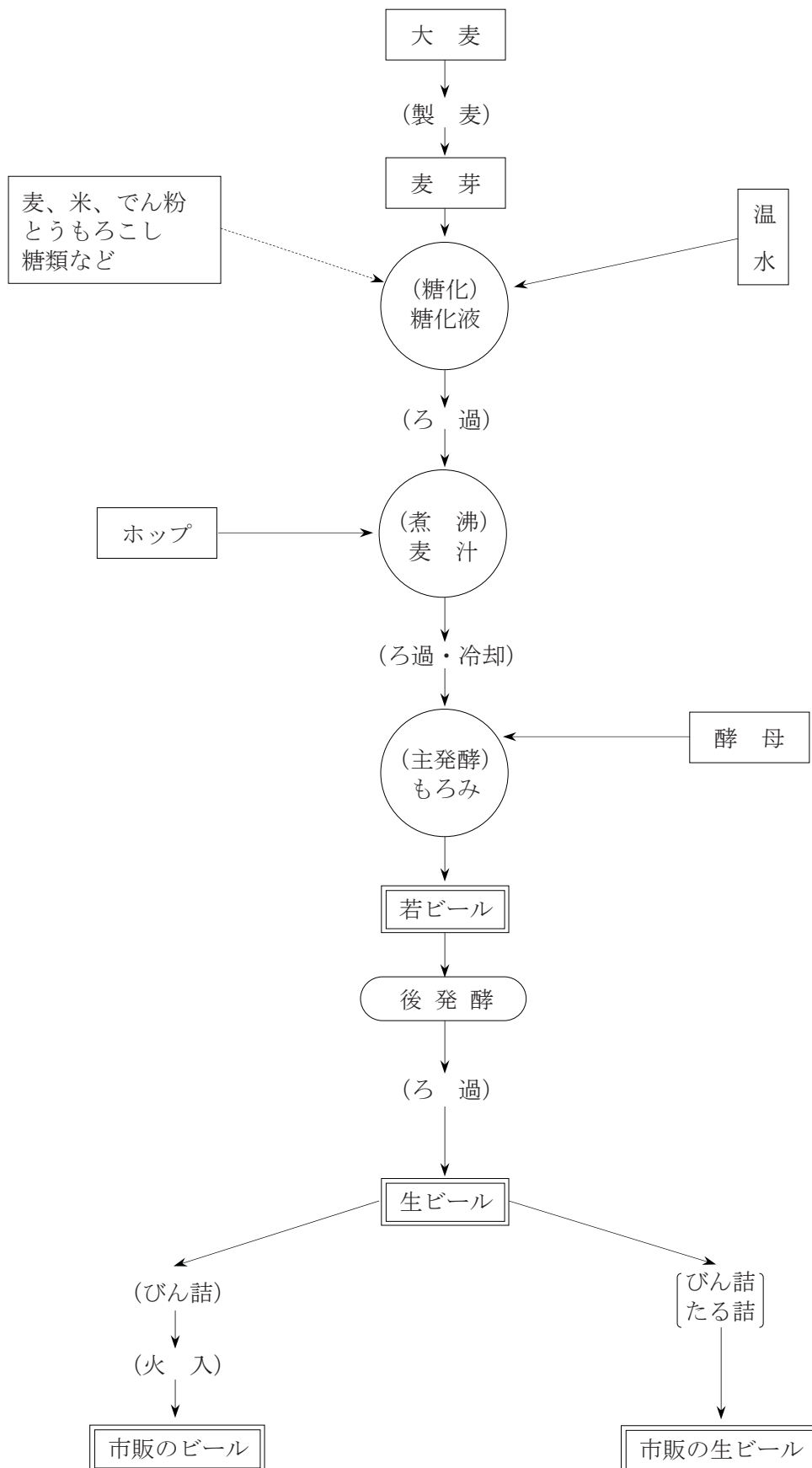
(3) 単式蒸留焼酎



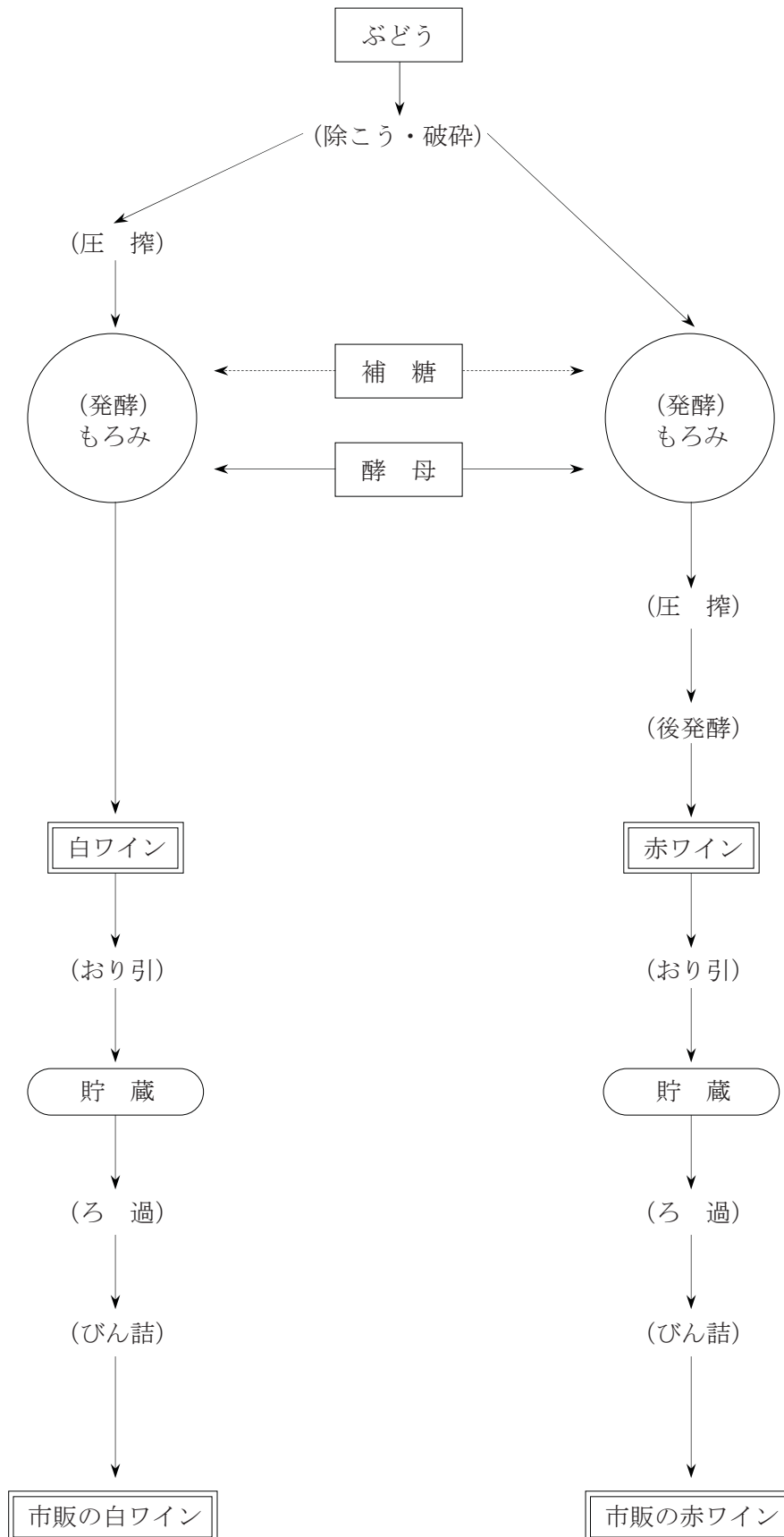
(4) 単式蒸留焼酎（泡盛）



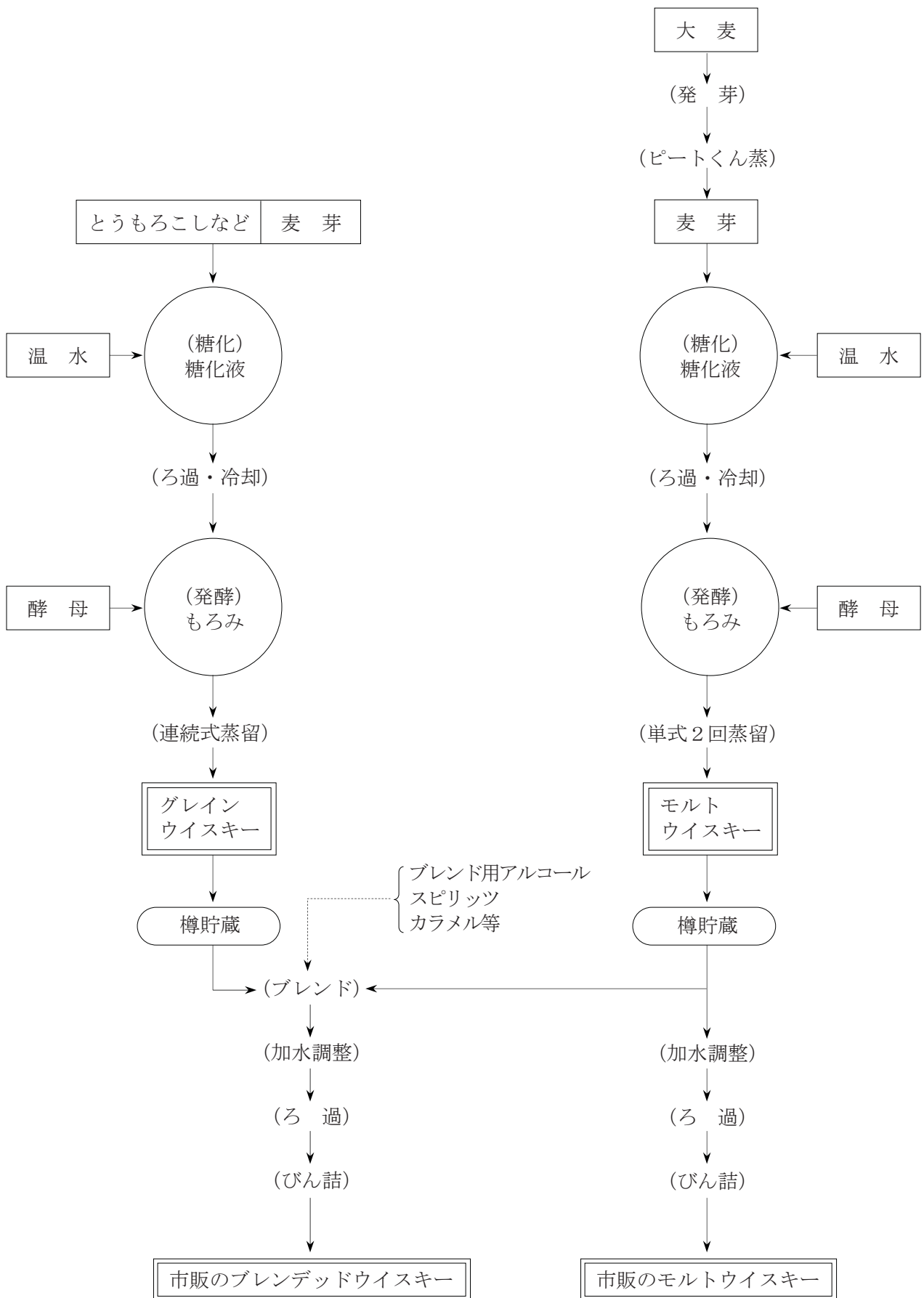
(5) ビール



(6) ワイン



(7) ウイスキー



5 酒税率一覧表(令和2年10月1日～令和5年9月30日)

1. 酒税法第23条関係

酒類の分類	アルコール分等	1kl当たり	税率
〇発泡性酒類(基本税率)		200,000円	
ビール	200,000円		
発泡酒	麦芽比率50%以上又はアルコール分10度以上	200,000円	
	麦芽比率25%以上(アルコール分10度未満)	167,125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	いわゆる「新ジャンル」(アルコール分10度未満で発泡性を有するもの)(※)	108,000円	
	ホップ及び一定の苦味料を原料としない酒類(アルコール分10度未満で発泡性を有するもの)	80,000円	
〇醸造酒類(基本税率)		120,000円	
清酒		110,000円	
果実酒		90,000円	
その他の醸造酒		120,000円	
〇蒸留酒類(基本税率)		200,000円に20度を超える1度ごとに10,000円加算 200,000円	
連続式蒸留焼酎			
単式蒸留焼酎			
原料用アルコール			
ウイスキー			
ブランデー			
〇混成酒類(基本税率)			
合成清酒			
みりん			
甘味料			
りんご酒			
粉未酒			
雑酒			

(※) いわゆる「新ジャンル」とは、糖類、ホップ、水及び一定の物品を原料として発酵させたもので、エキス分が2度以上のものであれば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、エキス分が2度以上のもの。

(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(とうもろこしを原料とするもの)、酵母エキス、アルコール、食物繊維、香味料、くえん酸三カリウム及びガブラメル

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	1kl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税額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	平成30年度	令和元年度		3年度	4年度
		～9月	10月～		
清酒(連続式蒸留焼酎、(その他の蒸留焼酎)に該当するものに限る)(注1)	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%
合成清酒、発泡酒(注1)	10%	10%	10%	20%	20%
	20%	20%	20%	28.9%(注3)	28.9%(注3)
	5%	5%	5%	5%	5%
	10%	10%	10%	10%	10%
ビール(注2)	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確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～令和2年度) 2 当該免許を受けた日から5年を経過する日の属する月の末日までは、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年を経過する日の属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日から令和3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年を経過する日の属する月の末日までは15%又は7.5%
- 正確には90分の26

付表1 主要酒類の酒税等負担率表

(令和2年12月現在)

品 目	区 分		代表的なもの の小売価格 (税込) ①	酒 税 額 ②	消費税額 ③	酒税等負担率 (②+③)÷①
	容 量	アルコール分				
	ml	%	円	円	円	%
ビ ー ル	633	5.0	352	126.60	32.00	45.1
	350	5.0	219	70.00	19.91	41.1
発 泡 酒 (麦芽比率25%未満のもの)	350	5.5	168	46.99	15.27	37.1
その他の醸造酒 (発泡性)②	350	5.0	160	37.80	14.55	32.7
リ キ ュ ー ル (発泡性)②	350	5.0	160	37.80	14.55	32.7
清 酒	1,800	15.0	2,035	198.00	185.00	18.8
果 実 酒	720	11.0	770	64.80	70.00	17.5
連続式蒸留焼酎	1,800	25.0	1,510	450.00	137.27	38.9
単式蒸留焼酎	1,800	25.0	1,878	450.00	170.73	33.1
ウ イ ス キ ー	700	43.0	2,068	301.00	188.00	23.6

(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)②及びリキュール(発泡性)②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平成29年改正法附則第36条第2項第3号に該当するものをいう。

3 消費税率は10%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	令和 元	2
	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	47.3	45.1
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	19.6	18.8
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	38.9	38.9
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	33.1	33.1
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	23.6	23.6

(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:千0)

品目 年度	清酒	合成 清酒	連続式蒸留 焼酎 (a)分25%換算)	単式蒸留 焼酎 (a)分25%換算)	みりん	ビール	果実酒	甘味 果実酒	ウイスキー (a)分40%換算)	ブランデー (a)分40%換算)	発泡酒	リキュール	スピリッツ等 (a)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
30	406	27	330	450	87	2,544	96	6	140	4	422	2,270	772	411	7,967
令和 元	366	26	317	411	93	2,418	95	7	153	4	400	2,346	854	392	7,900

(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。

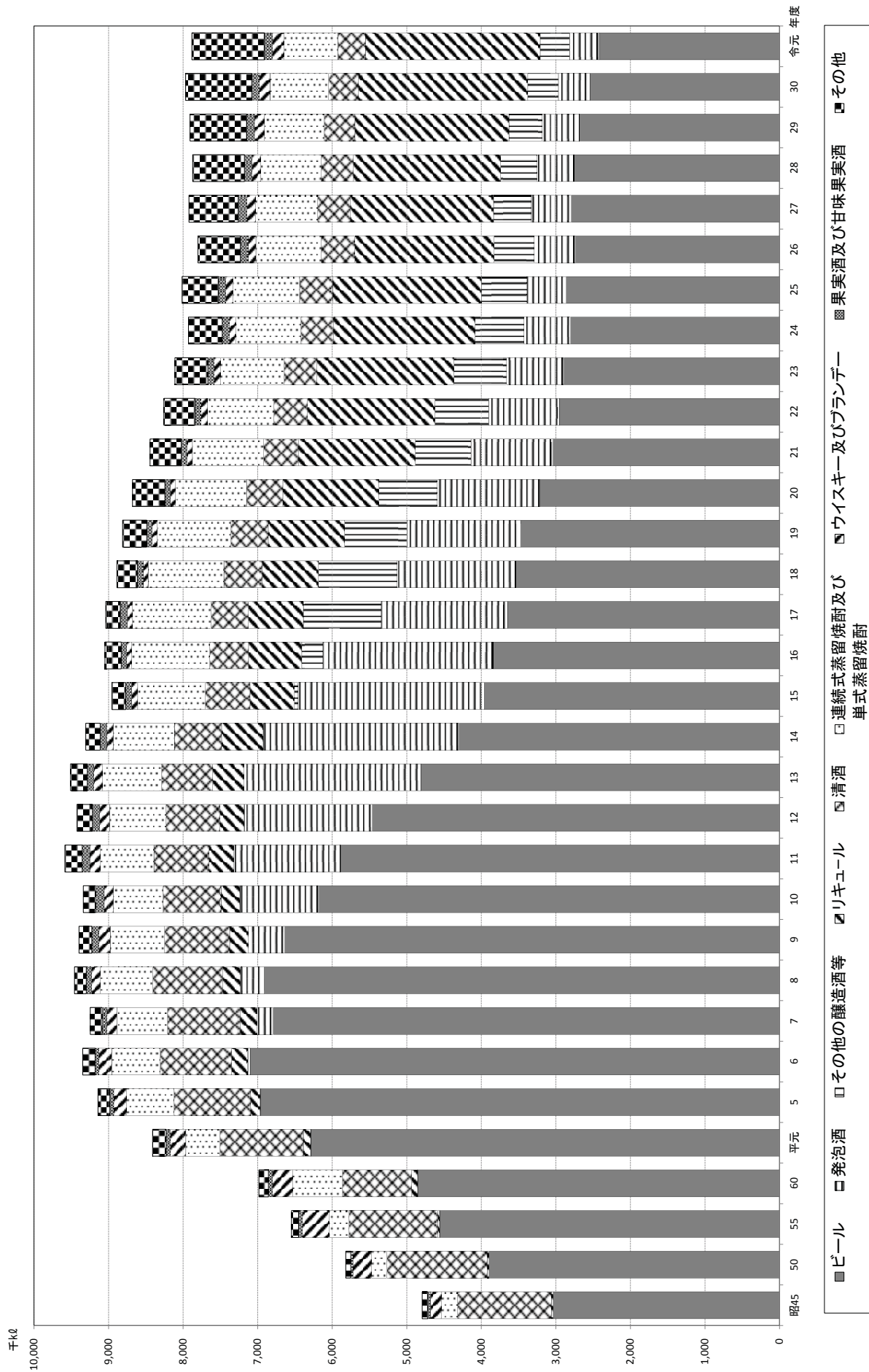
3 平成17年度以前の品目別製成数量は、現行の品目に対応する平成18年度改正前の酒税法の種類又は品目の製成数量である。

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21	26	29	30	令元	対21年度比	対26年度比	対前年度比
	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	%	%	%
清 酒	468,602	447,487	411,272	406,064	365,976	78.1	81.8	90.1
合 成 清 酒	44,994	35,332	29,498	27,360	25,560	56.8	72.3	93.4
連続式蒸留焼酎 (al分25%換算)	416,644	357,507	337,674	330,444	317,066	76.1	88.7	96.0
単式蒸留焼酎 (al分25%換算)	539,165	518,432	467,670	450,305	410,839	76.2	79.2	91.2
み り ん	105,959	90,601	91,046	87,037	93,429	88.2	103.1	107.3
ビ ー ル	3,036,101	2,732,643	2,683,542	2,544,314	2,418,002	79.6	88.5	95.0
果 実 酒	71,710	95,163	101,903	95,834	94,911	132.4	99.7	99.0
甘 味 果 実 酒	3,629	6,661	4,239	6,141	7,194	198.2	108.0	117.1
ウ イ ス キ ー (al分40%換算)	67,911	100,530	127,721	140,438	152,949	225.2	152.1	108.9
ブ ラ ン デ ー (al分40%換算)	5,410	4,819	3,978	3,711	3,648	67.4	75.7	98.3
発 泡 酒	1,102,942	559,529	501,887	422,061	399,815	36.2	71.5	94.7
リ キ ュ ー ル	1,561,766	1,870,845	2,065,242	2,270,056	2,345,917	150.2	125.4	103.3
ス ピ リ ッ ツ 等 (al分100%換算)	269,555	444,019	637,685	771,970	854,111	316.9	192.4	110.6
その他の醸造酒等	749,359	537,122	443,900	411,314	392,165	52.3	73.0	95.3
合 計	8,443,747	7,800,690	7,907,257	7,967,049	7,899,689	93.6	101.3	99.2

- (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 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。
5 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。

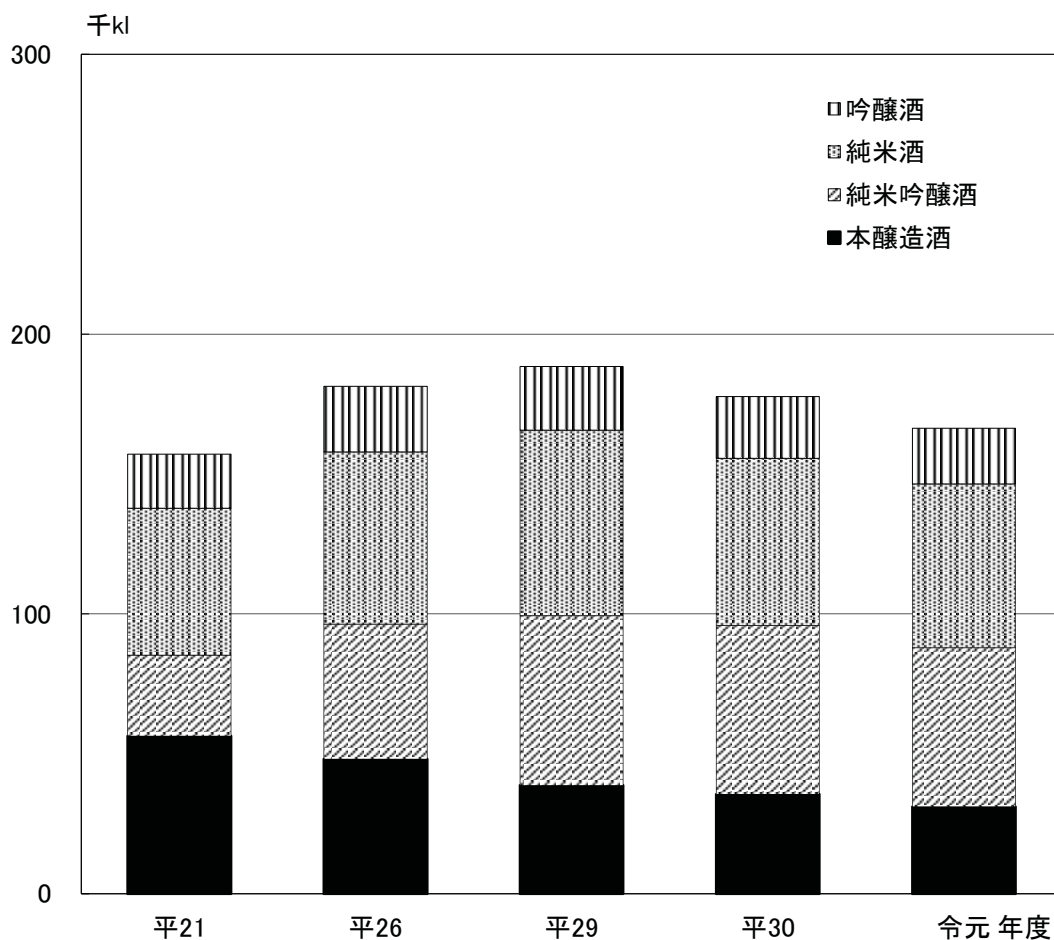
(6 酒類製成数量の推移)

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21		平26		平29		平30		令元	
	kl	%	kl	%	kl	%	kl	%	kl	%
吟醸酒	19,341	4.1	23,532	5.2	22,654	5.4	22,144	5.6	19,891	5.6
純米酒	52,439	11.2	61,529	13.7	66,414	15.8	59,606	15.1	58,558	16.5
純米吟醸酒	28,988	6.2	48,265	10.7	60,576	14.4	60,450	15.3	56,742	16.0
本醸造酒	56,321	12.0	48,057	10.7	38,723	9.2	35,490	9.0	31,127	8.8
計	157,089	33.5	181,383	40.2	188,367	44.9	177,690	45.0	166,318	46.9
総製成数量	468,878	100.0	450,658	100.0	419,822	100.0	394,597	100.0	354,309	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kg)

品目 年度	清酒	合 成 清 酒	連 綿 式 蒸 溜 焼 酎	単 式 蒸 溜 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
30	487	27	371	436	101	2,478	355	9	183	5	643	2,396	762	430	8,684
令和 元	458	25	355	424	100	2,354	375	10	194	5	596	2,527	840	388	8,649

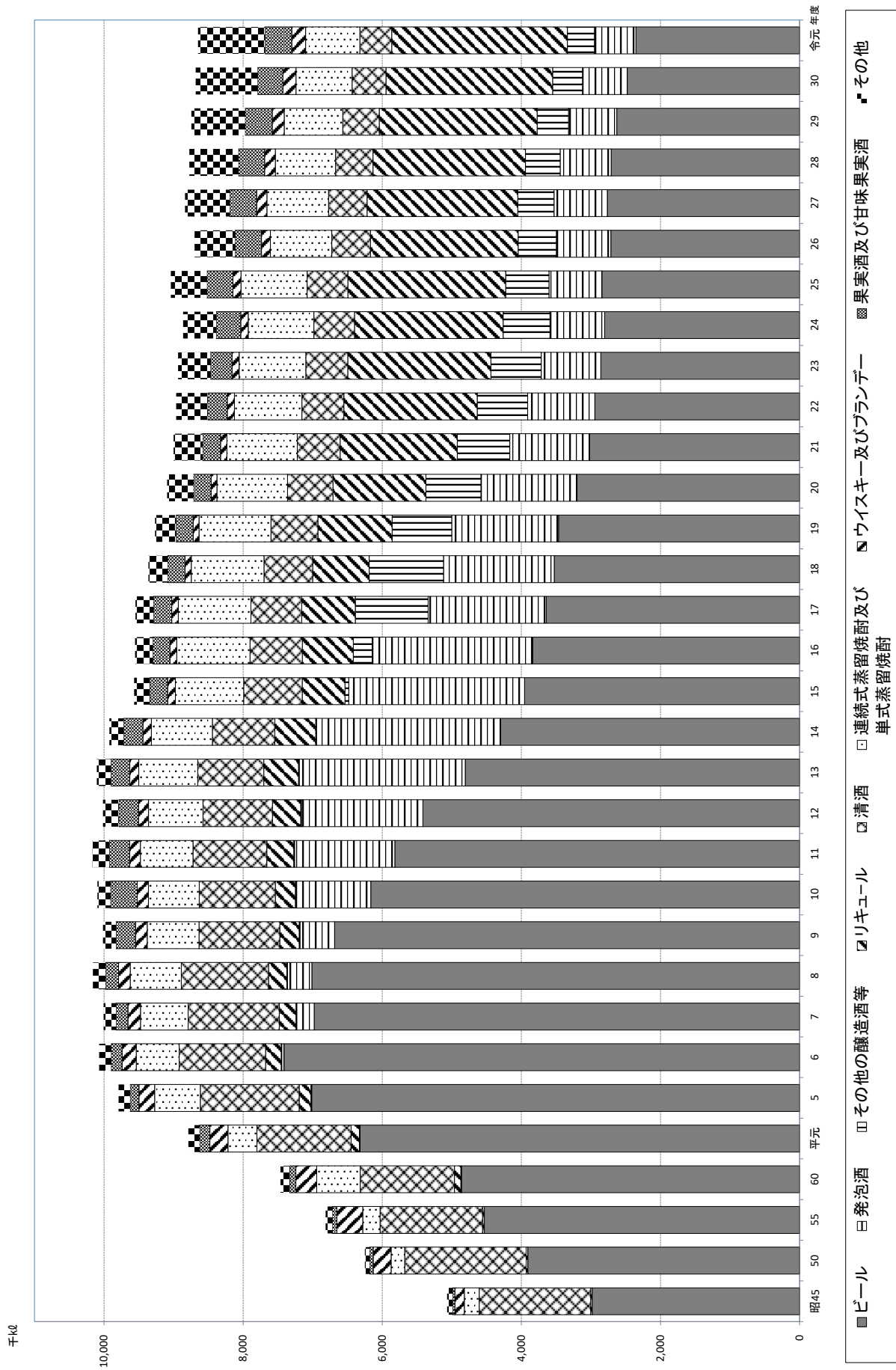
(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。

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				令元	対21年度比	対26年度比	対前年度比
	平21	26	29	30				
	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	%	%	%
清 酒	616,299	554,857	525,398	487,263	457,537	74.2	82.5	93.9
合 成 清 酒	46,564	35,107	29,333	27,154	24,796	53.3	70.6	91.3
連 続 式 蒸 留 焼 酎	480,397	404,969	377,157	371,203	354,741	73.8	87.6	95.6
単 式 蒸 留 焼 酎	531,502	476,967	464,604	436,031	423,674	79.7	88.8	97.2
み り ん	107,744	104,141	103,415	101,066	100,142	92.9	96.2	99.1
ビ ー ル	3,017,633	2,713,719	2,628,186	2,477,966	2,353,777	78.0	86.7	95.0
果 実 酒	249,810	369,326	381,956	354,580	375,408	150.3	101.6	105.9
甘 味 果 実 酒	6,616	9,996	7,592	9,272	10,250	154.9	102.5	110.5
ウ イ ス キ ー	84,450	121,522	167,043	182,743	194,121	229.9	159.7	106.2
ブ ラ ン デ ー	7,010	6,267	5,453	5,116	4,867	69.4	77.7	95.1
発 泡 酒	1,148,295	782,642	694,065	643,417	595,667	51.9	76.1	92.6
リ キ ュ ー ル	1,684,299	2,123,897	2,269,196	2,396,488	2,526,666	150.0	119.0	105.4
ス ピ リ ッ ツ 等	264,896	444,198	639,667	761,625	839,651	317.0	189.0	110.2
そ の 他 の 醸 造 酒 等	755,486	550,167	452,173	430,052	387,924	51.3	70.5	90.2
合 計	9,001,013	8,697,779	8,745,246	8,683,977	8,649,244	96.1	99.4	99.6

(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
30	487	27	330	436	100	2,448	119	6	157	4	640	2,263	750	425	8,190
令和 元	457	25	317	423	99	2,315	122	7	165	4	592	2,417	827	383	8,153

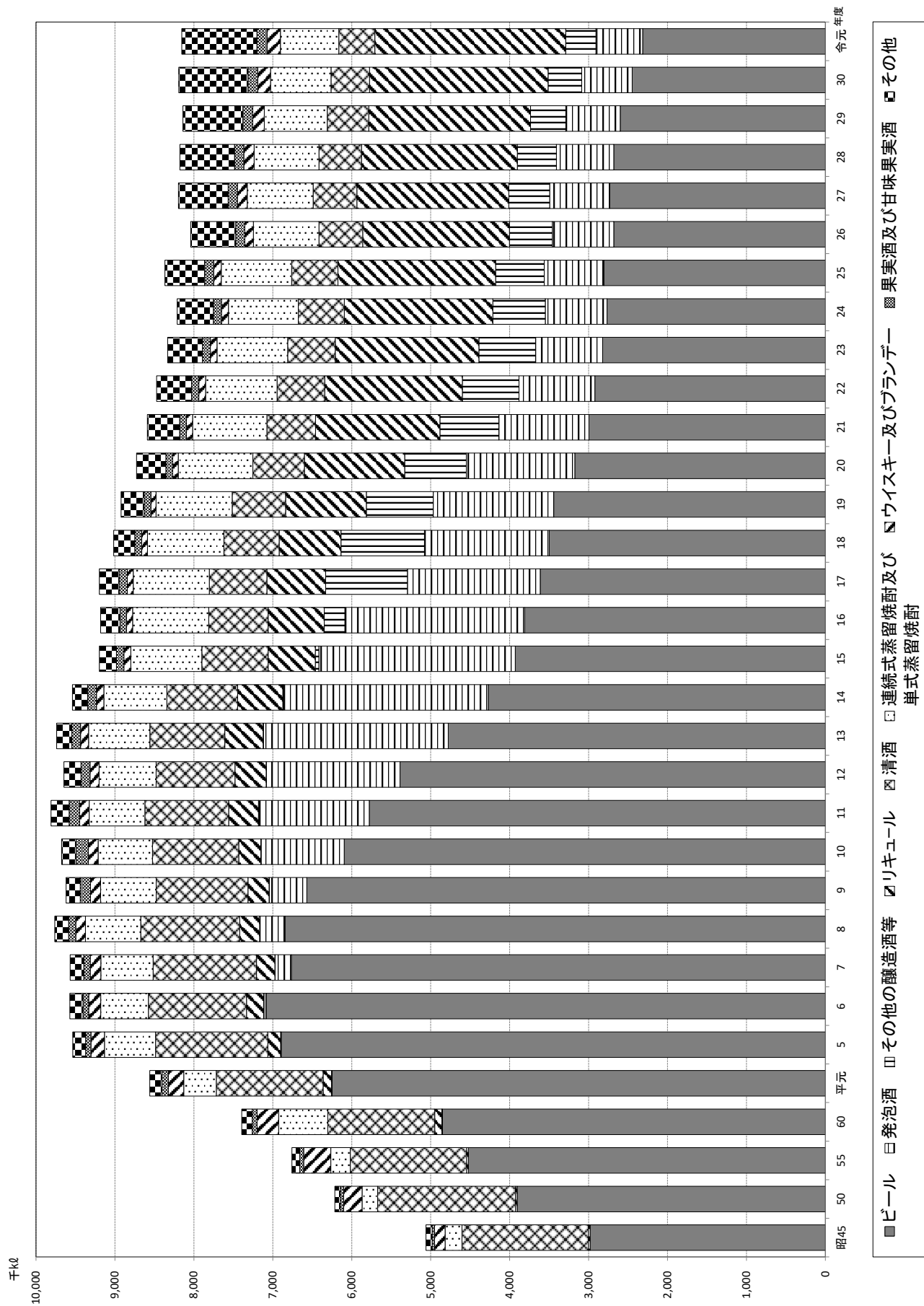
(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。

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。

(8 酒類課税数量の推移 (国税局分))



(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21	26	29	30	令元	対21年度比	対26年度比	対前年度比
	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	%	%	%
清 酒	616,210	554,804	525,349	487,234	457,470	74.2	82.5	93.9
合 成 清 酒	46,564	35,091	29,319	27,140	24,779	53.2	70.6	91.3
連 続 式 蒸 留 焼 酎	411,336	353,219	333,982	330,275	317,038	77.1	89.8	96.0
単 式 蒸 留 焼 酎	531,128	476,328	464,188	435,675	423,439	79.7	88.9	97.2
み り ん	106,408	102,573	101,747	99,534	98,782	92.8	96.3	99.2
ビ ー ル	2,995,852	2,681,473	2,599,797	2,447,951	2,314,990	77.3	86.3	94.6
果 実 酒	83,040	109,952	120,553	118,786	121,744	146.6	110.7	102.5
甘 味 果 実 酒	3,697	6,004	3,974	5,523	6,613	178.9	110.1	119.7
ウ イ ス キ ー	70,655	103,024	143,056	156,530	164,784	233.2	159.9	105.3
ブ ラ ン デ ー	5,601	4,882	4,119	3,817	3,663	65.4	75.0	96.0
発 泡 酒	1,140,634	777,675	688,790	640,193	592,047	51.9	76.1	92.5
リ キ ュ ー ル	1,574,816	1,858,494	2,049,157	2,262,538	2,416,743	153.5	130.0	106.8
ス ピ リ ッ ツ 等	256,458	432,202	627,457	749,815	827,336	322.6	191.4	110.3
そ の 他 の 醸 造 酒 等	746,640	544,092	447,051	425,367	383,329	51.3	70.5	90.1
合 計	8,589,049	8,039,812	8,138,548	8,190,382	8,152,778	94.9	101.4	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。

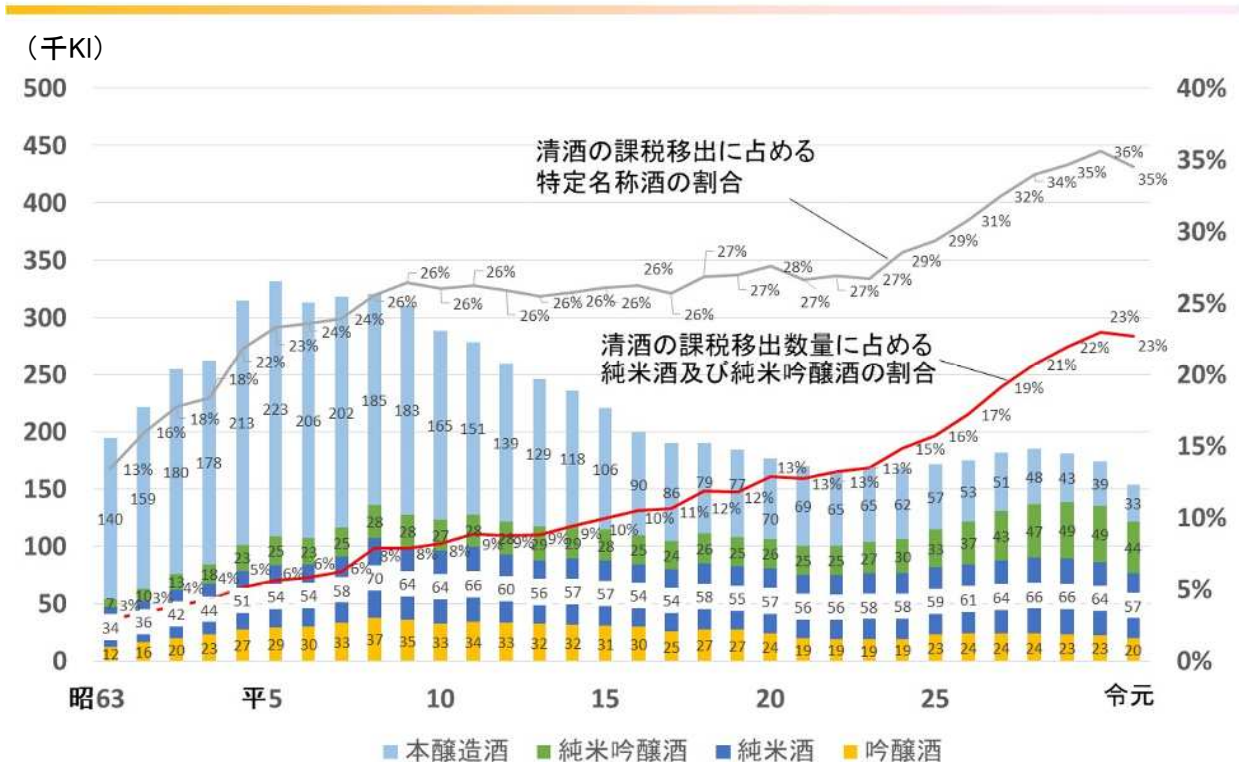
(8 酒類課税数量の推移(国税局分))

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	21		26		29		30		令和	
	kl	構成比 %	kl	構成比 %	kl	構成比 %	kl	構成比 %	kl	構成比 %
吟醸酒	19,372	3.0	23,572	4.2	23,083	4.4	22,513	4.6	19,938	4.5
純米酒	55,808	8.8	60,666	10.7	66,478	12.7	63,733	13.0	56,905	12.8
純米吟醸酒	25,305	4.0	36,897	6.5	48,515	9.3	48,860	10.0	44,290	9.9
本醸造酒	69,104	10.9	53,380	9.4	43,129	8.2	39,349	8.0	32,810	7.4
計	169,590	26.6	174,516	30.8	181,205	34.6	174,455	35.6	153,943	34.5
総移出数量	636,619	100.0	567,209	100.0	523,215	100.0	490,143	100.0	446,162	100.0

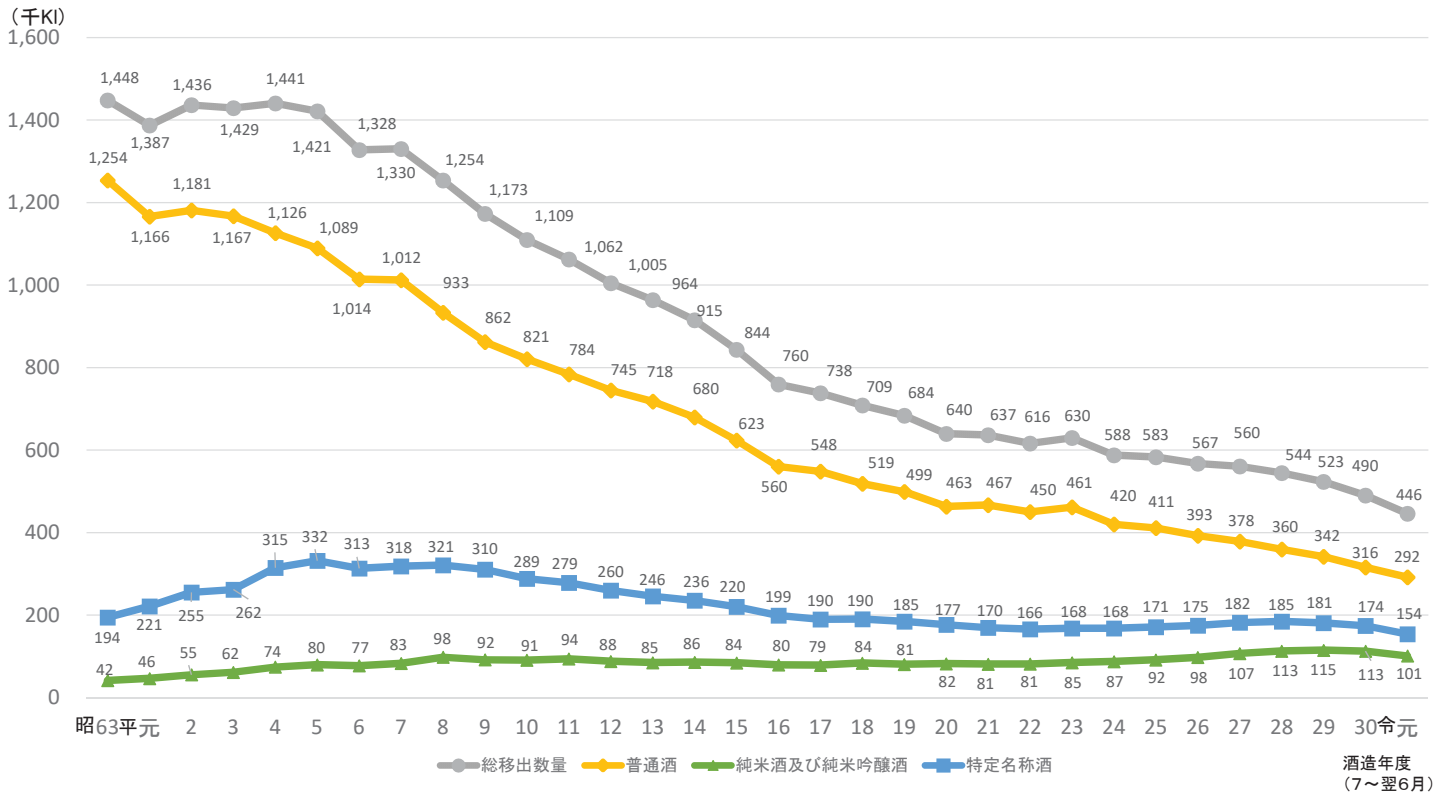
(注) 1 本表は、「清酒の製造状況等について」(国税庁)によった。
2 酒造年度は7月～翌年6月までをいう。

特定名称酒の課税移出数量等の推移



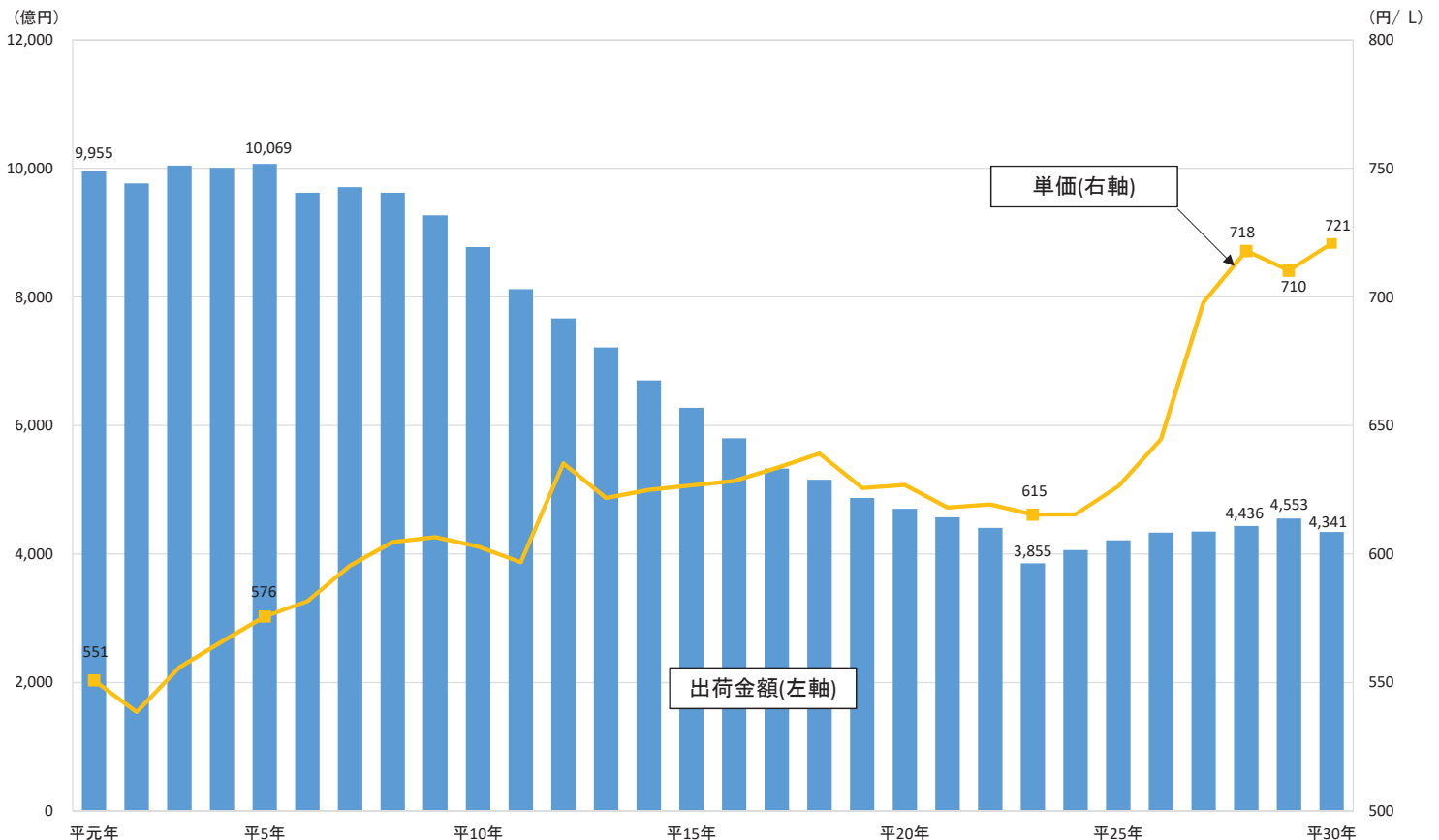
(注) 特定名称酒とは、清酒の製法品質表示基準（平成元年11月国税庁告示第8号）に定められた要件により分類された「吟醸酒」「純米酒」「本醸造酒」等の特定名称を表示した清酒をいう。
出典：「清酒製造状況等調査」（国税庁）より作成

特定名称の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	ブランドー	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
30	0	0	41	0	2	30	236	4	26	1	3	134	12	5	494
令和 元	0	0	38	0	1	39	254	4	29	1	4	110	12	5	496

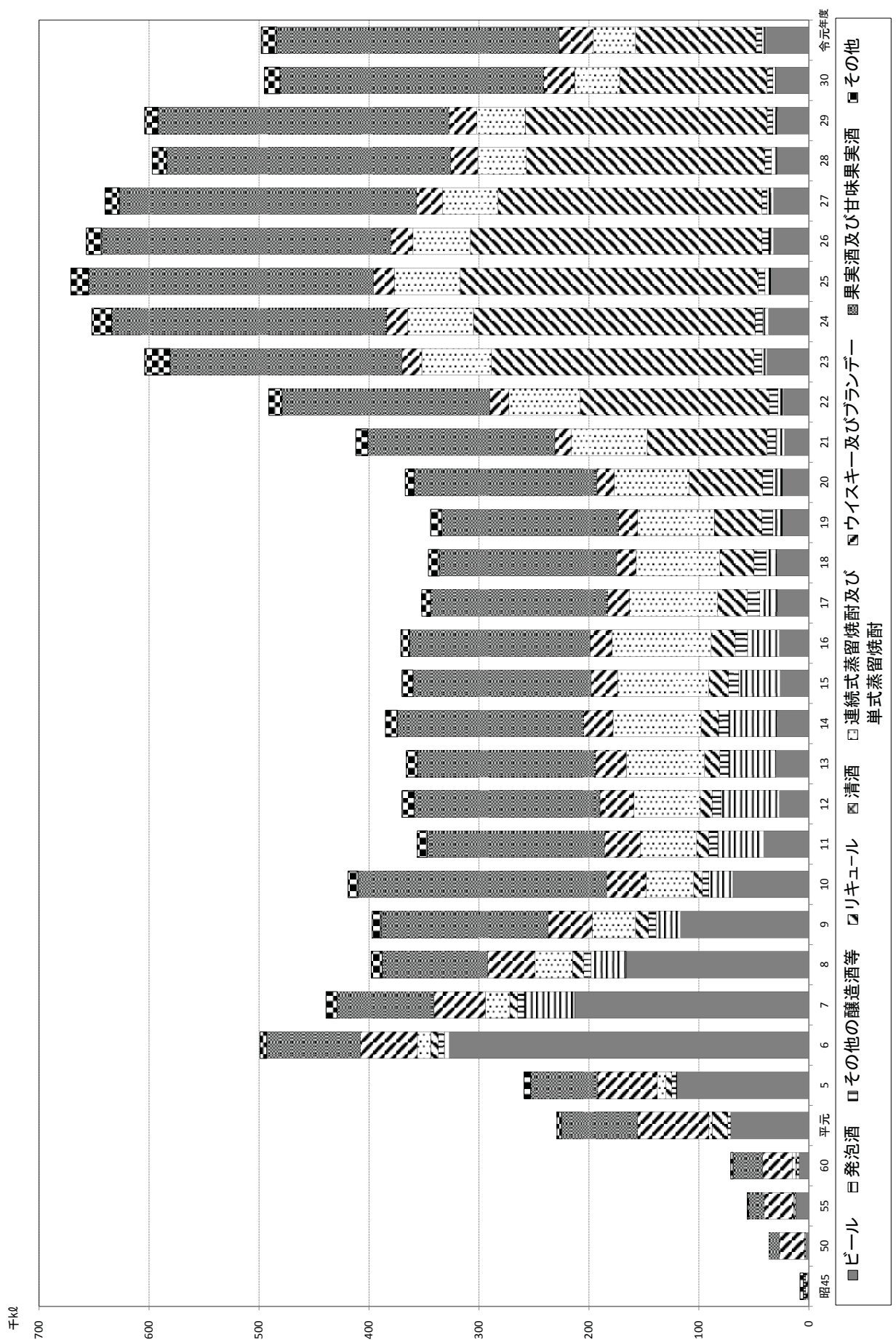
(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。

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))



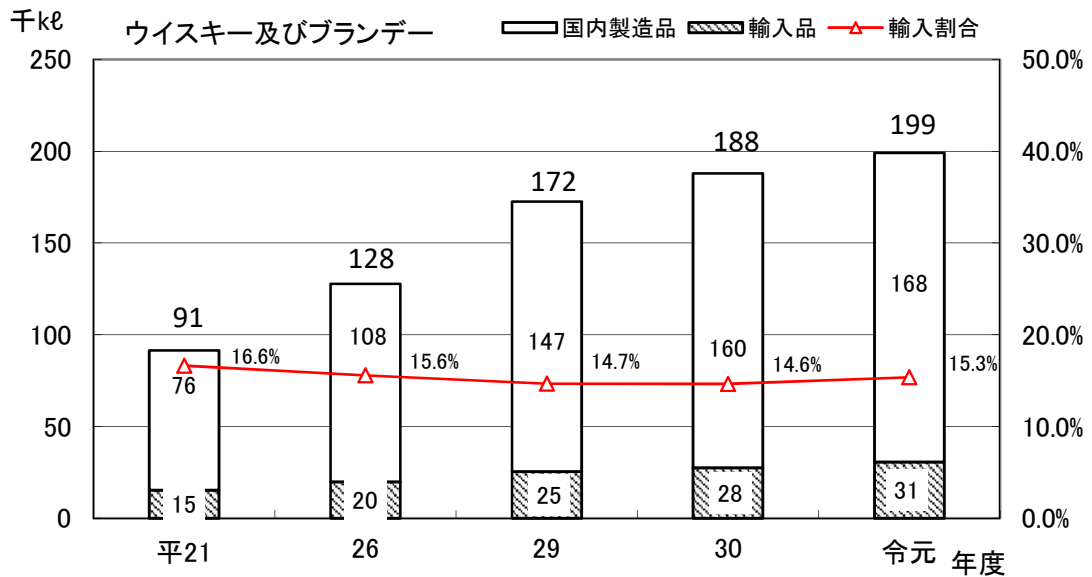
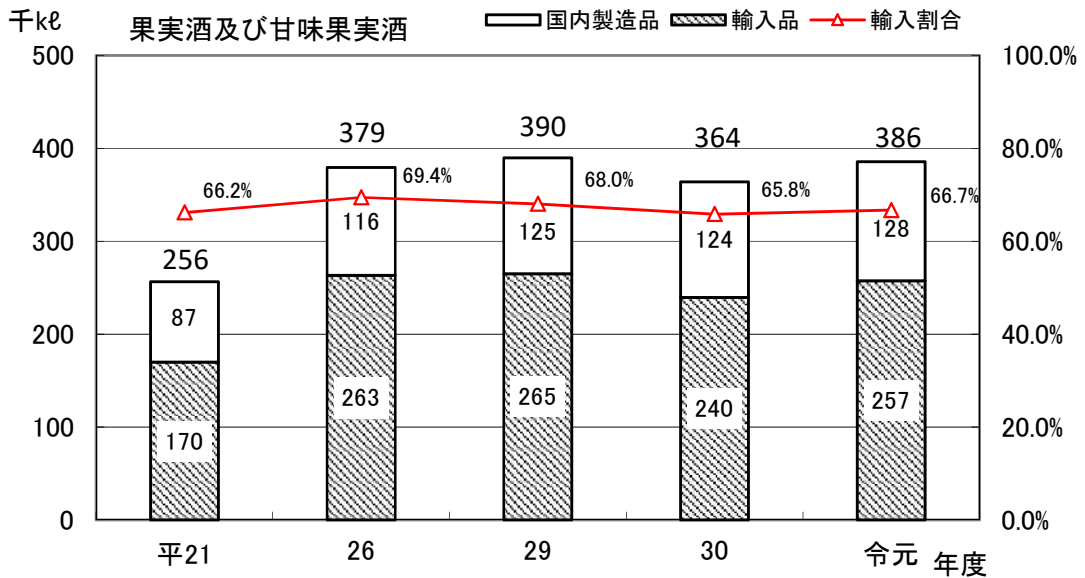
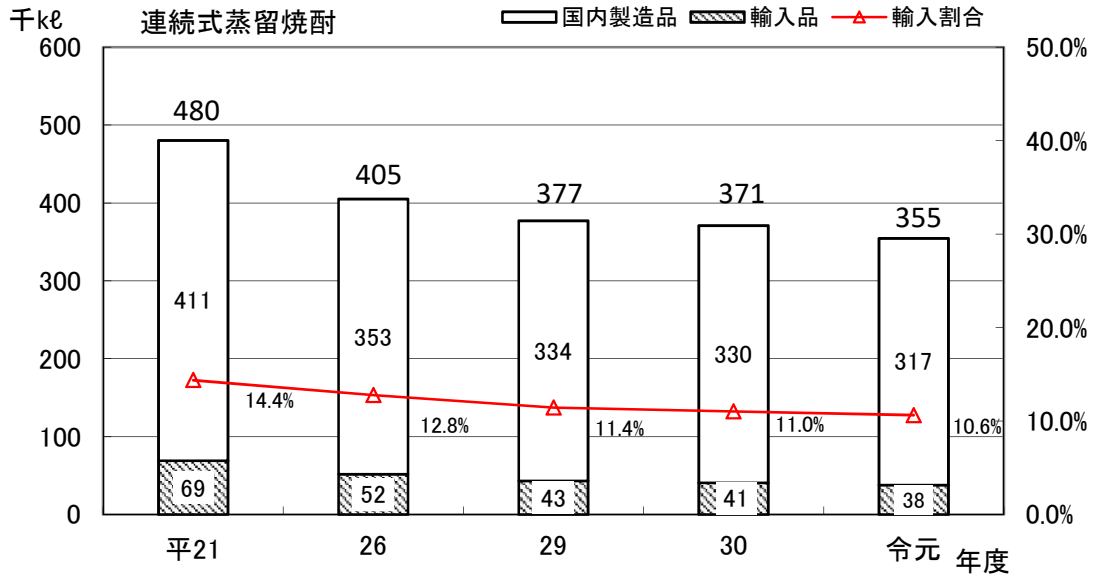
(9 酒類課税数量の推移(税関分))

付表1 酒類課税数量の推移表(税関分)

品目	年度				令元			
	平21	26	29	30		対21年度比	対26年度比	対前年度比
	kQ	kQ	kQ	kQ	kQ	%	%	%
清酒	89	53	49	29	67	75.3	126.4	231.0
合成清酒	0	16	14	14	17	-	106.3	121.4
連続式蒸留焼酎	69,061	51,750	43,175	40,928	37,703	54.6	72.9	92.1
単式蒸留焼酎	374	639	416	356	235	62.8	36.8	66.0
みりん	1,336	1,568	1,668	1,532	1,360	101.8	86.7	88.8
ビール	21,781	32,246	28,389	30,015	38,787	178.1	120.3	129.2
果実酒	166,770	259,374	261,403	235,794	253,664	152.1	97.8	107.6
甘味果実酒	2,919	3,992	3,618	3,749	3,637	124.6	91.1	97.0
ウイスキー	13,795	18,498	23,987	26,213	29,337	212.7	158.6	111.9
ブランデー	1,409	1,385	1,334	1,299	1,204	85.5	86.9	92.7
発泡酒	7,661	4,967	5,275	3,224	3,620	47.3	72.9	112.3
リキュール	109,822	265,403	220,039	133,950	109,923	100.1	41.4	82.1
スピリッツ等	8,438	11,996	12,210	11,810	12,315	145.9	102.7	104.3
その他の醸造酒等	8,507	6,075	5,122	4,685	4,595	54.0	75.6	98.1
合計	411,964	657,967	606,698	493,595	496,466	120.5	75.5	100.6

(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。

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	スピリッツ等	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
30	557	26	878	1,042	20	5,438	282	11	597	20	866	1,972	666	347	12,723
令和	523	25	838	1,011	20	5,164	298	12	632	19	803	2,087	731	314	12,476

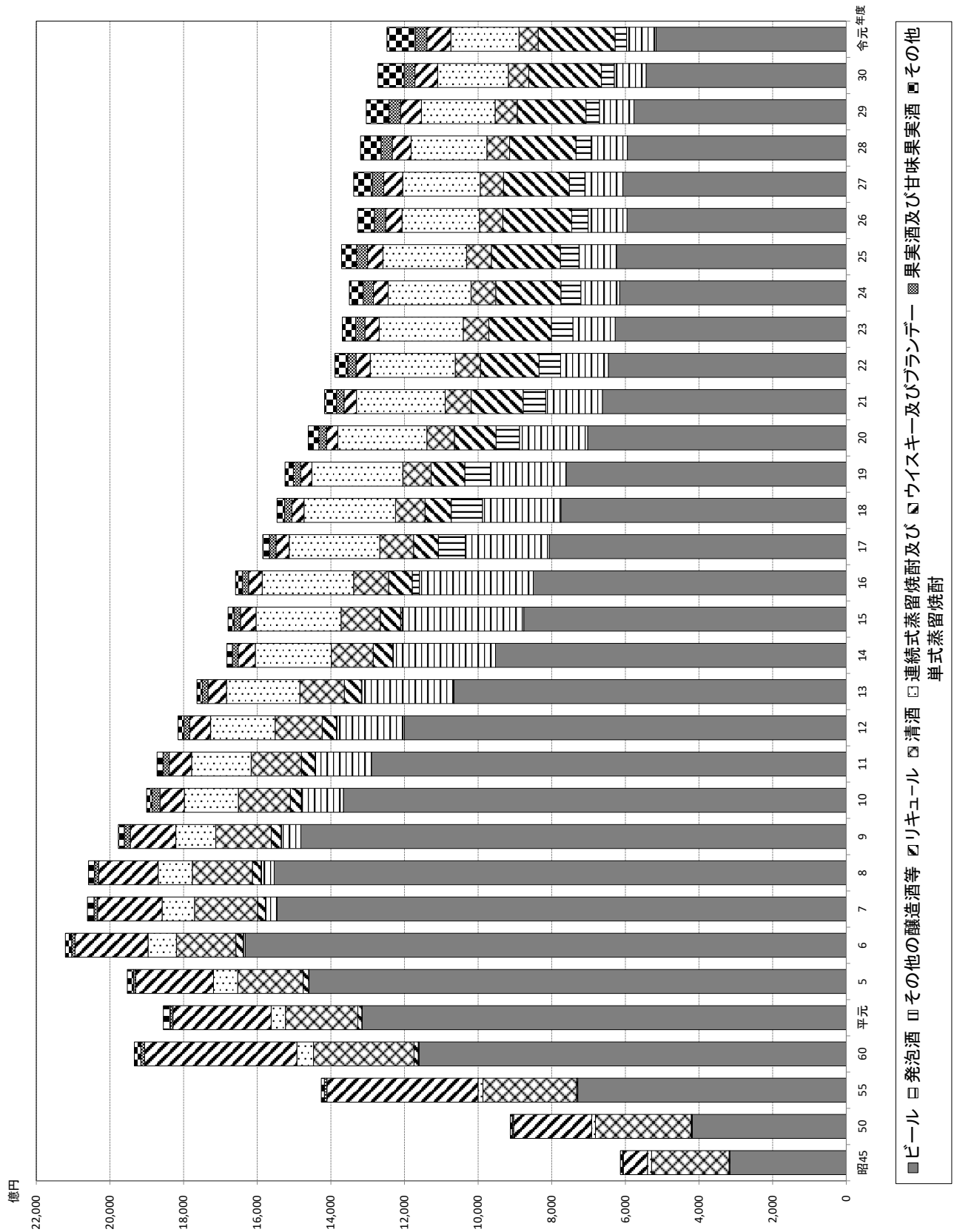
(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)による。

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の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				令元	対21年度比	対26年度比	対前年度比
	平21	26	29	30				
	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	%	%	%
清 酒	70,318	63,646	60,179	55,723	52,272	74.3	82.1	93.8
合 成 清 酒	4,596	3,491	2,908	2,633	2,461	53.5	70.5	93.5
連 続 式 蒸 留 焼 酎	113,891	95,915	89,088	87,817	83,768	73.6	87.3	95.4
単 式 蒸 留 焼 酎	127,034	114,189	111,060	104,205	101,095	79.6	88.5	97.0
み り ん	2,155	2,082	2,068	2,007	2,002	92.9	96.2	99.8
ビ ー ル	662,578	595,739	576,829	543,763	516,404	77.9	86.7	95.0
果 実 酒	19,787	29,256	30,375	28,186	29,849	150.9	102.0	105.9
甘 味 果 実 酒	860	1,187	945	1,118	1,199	139.4	101.0	107.2
ウ イ ス キ ー	31,173	42,144	54,785	59,702	63,211	202.8	150.0	105.9
ブ ラ ン デ ー	2,701	2,411	2,106	1,984	1,882	69.7	78.1	94.9
発 泡 酒	154,142	105,477	93,741	86,648	80,309	52.1	76.1	92.7
リ キ ュ ー ル	141,507	187,321	186,638	197,165	208,673	147.5	111.4	105.8
ス ピ リ ッ ツ 等	25,487	40,135	56,667	66,605	73,087	286.8	182.1	109.7
そ の 他 の 醸 造 酒 等	60,854	44,407	36,524	34,730	31,371	51.6	70.6	90.3
合 計	1,417,084	1,327,401	1,303,912	1,272,289	1,247,583	88.0	94.0	98.1

- (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	ブランドー	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	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
30	557	26	782	1,041	20	5,372	93	7	490	15	860	1,846	622	341	12,072
令和 元	523	25	749	1,010	20	5,079	96	8	513	14	796	1,981	685	307	11,805

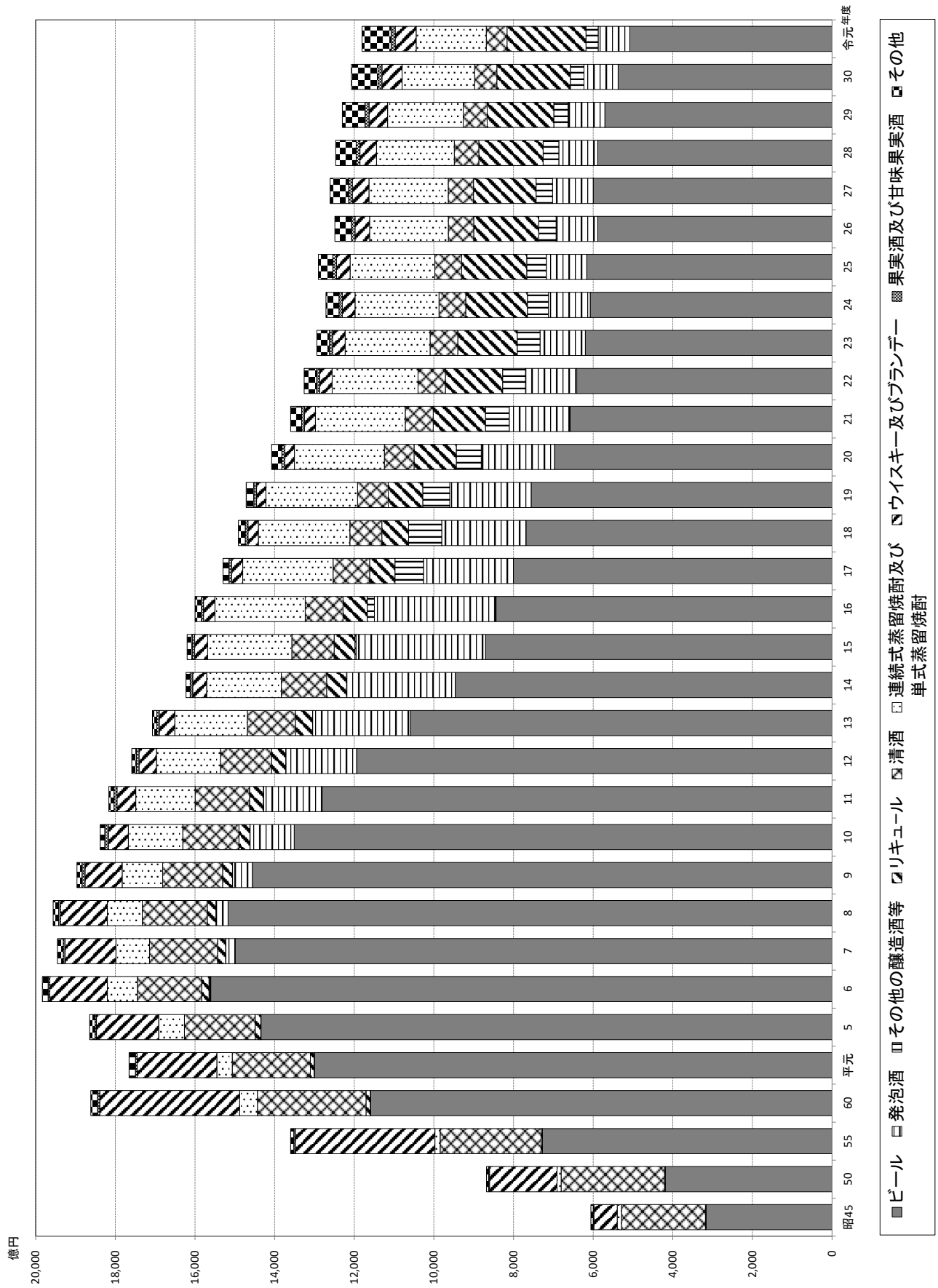
(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。

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。

(11 酒税課税額の推移 (国税局分))



付表 酒税課税額の推移表(国税局分)

品目	年度							
	平21	26	29	30	令元	対21年度比	対26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	70,307	63,640	60,173	55,720	52,264	74.3	82.1	93.8
合成清酒	4,596	3,489	2,907	2,632	2,459	53.5	70.5	93.4
連続式蒸留焼酎	97,582	83,770	78,977	78,222	74,909	76.8	89.4	95.8
単式蒸留焼酎	126,932	114,032	110,958	104,116	101,035	79.6	88.6	97.0
みりん	2,128	2,051	2,035	1,976	1,975	92.8	96.3	99.9
ビール	657,787	588,652	570,589	537,162	507,872	77.2	86.3	94.5
果実酒	6,446	8,508	9,472	9,324	9,557	148.3	112.3	102.5
甘味果実酒	494	731	529	676	785	158.9	107.4	116.1
ウイスキー	25,517	34,612	45,024	49,024	51,262	200.9	148.1	104.6
ブランデー	2,131	1,857	1,570	1,459	1,396	65.5	75.2	95.7
発泡酒	152,973	104,445	92,638	85,991	79,568	52.0	76.2	92.5
リキュール	131,264	163,394	167,072	184,594	198,125	150.9	121.3	107.3
スピリッツ等	21,995	35,976	52,158	62,204	68,534	311.6	190.5	110.2
その他の醸造酒等	59,747	43,565	35,806	34,074	30,727	51.4	70.5	90.2
合計	1,359,902	1,248,722	1,229,907	1,207,175	1,180,468	86.8	94.5	97.8

- (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。

12 酒類販売(消費)数量の推移

(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	ブランドー	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	0	89	35	7	8,540	
5	1,362	37	340	248	88	6,756	108	13	186	2	149	36	10	9,380	
6	1,257	43	358	249	85	7,057	123	13	165	17	193	33	11	9,642	
7	1,262	51	381	267	87	6,744	144	13	153	38	222	32	16	9,603	
8	1,213	52	403	286	89	6,697	159	12	139	34	236	30	17	9,657	
9	1,122	51	401	291	93	6,330	225	14	134	29	244	27	17	9,410	
10	1,052	52	393	296	96	5,857	298	15	138	27	262	24	19	9,456	
11	1,030	55	405	317	126	5,508	278	15	132	25	344	23	19	9,554	
12	977	58	411	324	138	5,185	266	16	124	22	381	27	16	9,520	
13	933	60	453	338	103	4,622	253	13	116	19	447	27	15	9,556	
14	888	62	468	364	100	4,132	259	12	106	16	541	26	15	9,455	
15	826	63	487	435	104	3,783	237	10	98	14	580	38	43	9,120	
16	746	63	497	486	103	3,617	226	8	88	12	692	59	232	9,042	
17	719	63	497	502	107	3,408	238	9	83	11	736	62	898	9,012	
18	688	57	480	520	105	3,305	229	10	80	10	745	79	1,032	8,856	
19	664	53	465	540	105	3,215	230	10	76	9	945	93	884	8,761	
20	632	51	457	516	105	2,986	227	10	75	9	1,307	146	838	8,519	
21	617	46	461	500	103	2,844	240	8	84	8	1,117	192	824	8,537	
22	589	43	443	480	100	2,764	262	8	94	8	948	212	808	8,515	
23	601	40	433	484	98	2,690	290	8	97	7	838	233	809	8,501	
24	593	40	427	481	105	2,685	321	9	99	7	781	248	769	8,538	
25	581	37	425	486	105	2,665	332	9	108	7	748	276	710	8,591	
26	557	34	400	462	101	2,596	351	10	118	7	765	1,979	632	8,331	
27	556	33	391	467	107	2,666	370	9	135	7	751	2,034	596	8,476	
28	537	30	374	457	106	2,637	353	9	145	7	732	2,057	401	8,412	
29	526	30	371	445	106	2,540	364	11	160	6	678	2,181	459	8,374	
30	489	28	355	424	99	2,386	352	10	175	6	620	2,292	541	8,246	
令和 元	451	24	342	412	93	2,244	352	10	186	6	576	2,400	614	418	8,128

(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。

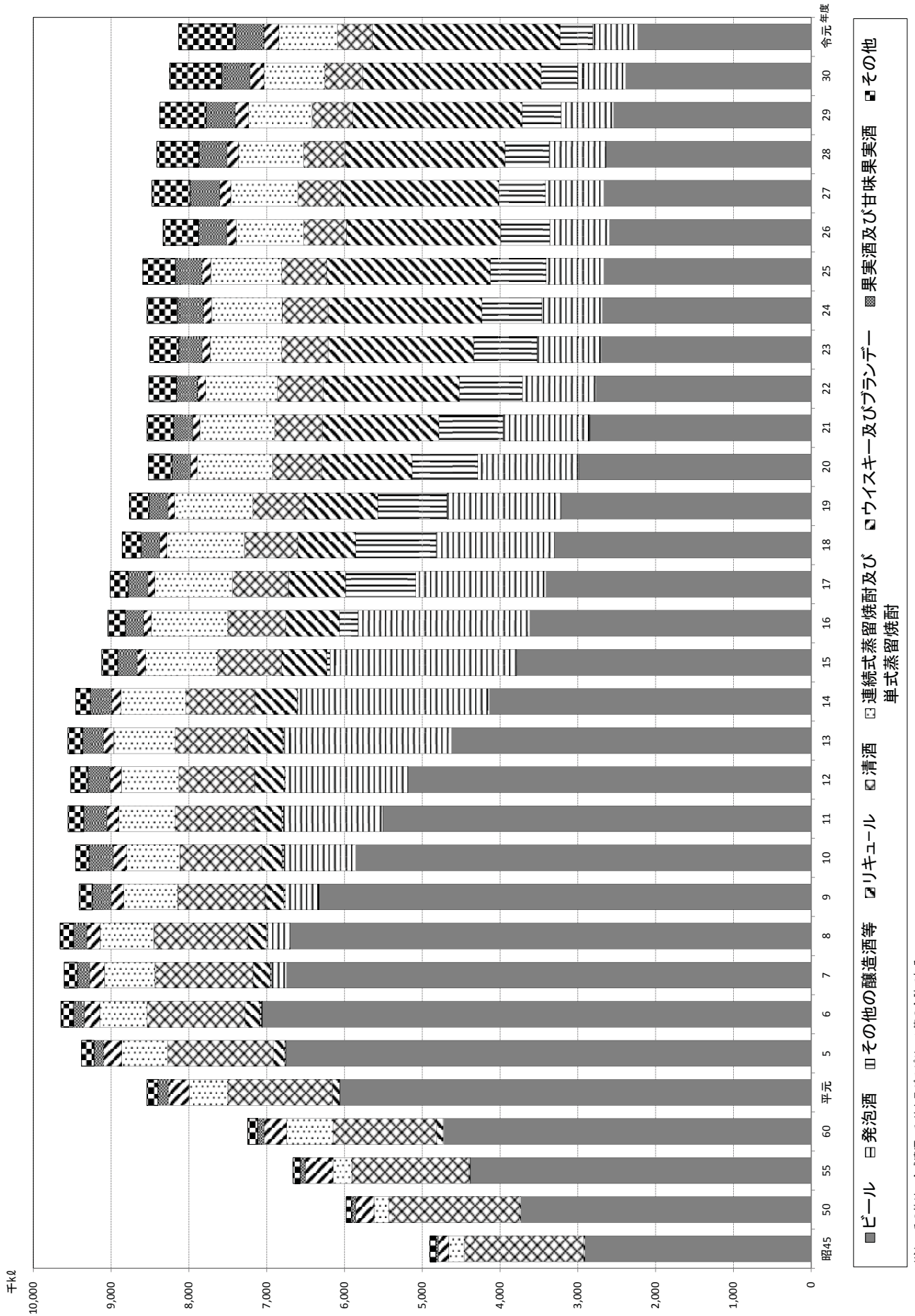
2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目による。

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む、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。

5 沖縄県分は含まない。

(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21		26		29		30		令元		対21年度比	対26年度比	対前年度比
	ℓ	kℓ	ℓ	kℓ	ℓ	kℓ	ℓ	kℓ	ℓ	kℓ	ℓ	kℓ	%	%	%
清 酒	6.0		5.4		5.1		4.7		4.3				73.1	80.9	92.3
		616,530		557,435		525,745		488,696		450,968					
合 成 清 酒	0.4		0.3		0.3		0.3		0.2				51.1	70.3	85.2
		46,309		33,702		29,523		27,792		23,686					
連 続 式 蒸 留 焼 酎	4.5		3.9		3.6		3.4		3.3				74.2	85.6	96.4
		461,261		400,164		370,938		355,103		342,355					
単 式 蒸 留 焼 酎	4.8		4.5		4.3		4.1		4.0				82.4	89.1	97.1
		500,192		462,411		445,106		424,401		411,932					
み り ん	1.0		1.0		1.0		0.9		0.9				90.3	91.4	93.9
		102,685		101,474		105,877		98,811		92,771					
ビ ー ル	27.5		25.0		24.4		22.9		21.6				78.9	86.5	94.1
		2,843,693		2,595,539		2,540,328		2,385,641		2,244,365					
果 実 酒	2.3		3.4		3.5		3.4		3.4				146.7	100.5	100.1
		240,116		350,670		363,936		352,046		352,291					
甘 味 果 実 酒	0.1		0.1		0.1		0.1		0.1				121.0	97.1	97.7
		8,041		10,019		10,701		9,955		9,726					
ウ イ ス キ ー	0.8		1.1		1.5		1.7		1.8				222.8	157.7	106.5
		83,563		118,070		160,415		174,770		186,204					
ブ ラ ン デ ー	0.1		0.1		0.1		0.1		0.1				72.8	88.1	92.1
		8,020		6,628		6,427		6,339		5,836					
発 泡 酒	10.8		7.4		6.5		6.0		5.5				51.5	75.2	92.8
		1,116,780		764,936		678,233		620,333		575,602					
リ キ ュ ー ル	14.5		19.1		21.0		22.0		23.1				160.6	121.3	104.7
		1,494,755		1,979,359		2,181,465		2,292,499		2,400,393					
ス ピ リ ッ ツ 等	1.9		3.1		4.4		5.2		5.9				320.6	192.6	113.4
		191,523		318,871		458,980		541,353		614,070					
そ の 他 の 醸 造 酒 等	8.0		6.1		4.8		4.5		4.0				50.7	66.1	89.2
		823,633		632,111		495,877		468,151		417,677					
合 計	82.6		80.3		80.5		79.3		78.1				95.2	97.6	98.6
		8,537,132		8,331,433		8,373,636		8,245,929		8,127,905					

- (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、「人口推計」(総務省統計局)によった。
6 沖縄県分は含まない。

13 令和元年度成人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	リキュール	スピリッツ等	その他の醸造酒等	合計
札幌	北海道	4.4	0.3	6.9	1.3	0.8	24.8	3.6	0.1	1.9	0.1	6.6	28.6	4.5	3.4	87.2
仙台	青森	5.7	0.5	6.3	3.0	0.5	20.8	2.6	0.1	2.0	0.1	8.0	31.2	7.6	4.7	92.9
	岩手	5.7	0.3	4.6	3.4	0.5	21.8	2.8	0.1	1.6	0.0	5.9	27.3	7.2	4.3	85.6
	宮城	5.3	0.3	3.4	3.8	0.9	20.9	3.2	0.1	2.3	0.0	5.7	24.5	6.6	3.5	80.5
	秋田	8.0	0.5	6.3	2.6	0.5	21.4	2.3	0.1	1.9	0.0	6.5	29.4	6.9	5.1	91.5
	山形	7.0	0.4	5.7	2.4	0.9	20.5	2.8	0.1	1.8	0.0	4.5	23.9	5.7	3.1	78.9
	福島	6.6	0.3	2.8	4.4	0.8	20.3	2.2	0.1	1.8	0.0	5.3	22.1	5.7	3.4	75.8
	計	6.2	0.3	4.5	3.4	0.7	20.9	2.7	0.1	2.0	0.0	5.9	25.8	6.6	3.9	83.1
関東信越	茨城	4.2	0.2	3.0	3.3	0.6	15.8	2.0	0.0	1.7	0.0	4.3	21.9	5.4	3.3	65.7
	栃木	4.6	0.2	3.8	3.0	0.6	16.8	2.3	0.1	1.7	0.0	4.1	21.1	5.2	3.6	67.1
	群馬	4.1	0.2	5.1	2.1	0.8	15.6	2.2	0.1	1.6	0.0	4.2	20.4	4.4	3.3	64.1
	埼玉	3.5	0.1	4.1	2.1	0.5	13.8	2.9	0.0	1.4	0.0	3.4	20.1	5.1	3.2	60.5
	新潟	9.6	0.4	4.6	2.4	0.9	22.7	2.5	0.1	1.6	0.0	5.9	26.8	6.4	3.9	87.9
	長野	6.4	0.2	3.4	3.4	0.9	21.0	4.1	0.1	1.8	0.0	4.2	21.8	4.1	3.1	74.5
	計	4.8	0.2	4.0	2.6	0.6	16.5	2.7	0.1	1.6	0.0	4.1	21.5	5.1	3.4	67.3
東京	千葉	3.4	0.2	3.4	2.8	1.0	15.7	2.8	0.1	1.7	0.1	4.0	22.2	5.7	3.5	66.5
	東京	4.9	0.3	4.9	3.1	1.3	36.8	8.1	0.2	3.1	0.1	4.9	26.2	7.5	3.7	105.0
	神奈川	3.3	0.1	3.9	2.6	0.6	19.1	3.6	0.1	1.8	0.0	4.1	21.5	5.8	3.3	69.7
	山梨	4.5	0.3	3.7	3.8	0.8	19.2	6.9	0.1	2.8	0.1	4.4	19.1	4.9	3.8	74.4
	計	4.1	0.2	4.3	2.9	1.0	26.6	5.6	0.1	2.4	0.1	4.5	23.8	6.5	3.5	85.6
金沢	富山	6.8	0.2	3.1	3.2	0.7	24.3	2.4	0.1	1.6	0.0	7.2	24.4	8.9	3.9	86.6
	石川	6.5	0.2	2.5	3.3	1.0	22.7	2.4	0.1	1.5	0.0	5.7	22.8	6.1	4.1	79.0
	福井	5.7	0.2	1.9	3.2	0.9	20.8	1.7	0.1	1.1	0.0	6.3	21.8	5.9	4.9	74.7
	計	6.4	0.2	2.6	3.3	0.9	22.8	2.2	0.1	1.4	0.0	6.4	23.1	7.0	4.2	80.6
名古屋	岐阜	4.5	0.2	2.0	3.0	0.8	14.7	2.2	0.1	1.1	0.0	4.3	18.5	5.3	4.4	61.1
	静岡	4.4	0.3	3.3	4.0	1.0	20.2	2.8	0.1	1.6	0.0	4.8	20.3	5.2	3.3	71.3
	愛知	3.2	0.2	2.1	3.1	1.2	20.3	2.4	0.1	1.3	0.1	5.1	20.6	5.7	3.5	68.8
	三重	4.1	0.2	3.8	3.4	0.9	17.2	1.7	0.1	1.1	0.0	4.7	19.1	5.3	4.1	65.5
	計	3.8	0.2	2.6	3.3	1.0	19.1	2.4	0.1	1.3	0.0	4.9	20.1	5.4	3.6	68.0
大阪	滋賀	4.6	0.1	1.8	3.3	1.1	13.1	1.9	0.2	1.1	0.0	3.9	18.8	5.8	3.0	58.7
	京都	5.0	0.2	1.7	3.5	1.1	25.5	3.9	0.1	1.7	0.1	5.8	23.1	6.6	3.6	81.8
	大阪	3.8	0.2	2.0	3.9	0.9	26.8	3.5	0.1	2.2	0.1	6.6	27.2	6.9	5.0	89.2
	兵庫	4.1	0.2	1.8	3.7	0.9	19.5	2.7	0.1	1.4	0.0	5.9	23.1	5.8	4.1	73.3
	奈良	4.1	0.2	1.6	3.2	0.8	14.3	1.7	0.1	1.0	0.0	4.5	18.6	5.3	4.5	59.9
	和歌山	4.9	0.2	2.2	4.0	1.0	17.1	3.8	0.1	1.0	0.1	6.5	22.3	6.9	6.5	76.5
	計	4.2	0.2	1.9	3.7	0.9	22.5	3.1	0.1	1.7	0.1	6.0	24.3	6.4	4.5	79.5
広島	鳥取	5.4	0.8	2.3	4.4	1.1	20.1	1.7	0.1	1.3	0.0	6.6	24.3	6.4	5.1	79.6
	島根	6.1	0.3	2.7	5.5	1.1	18.9	1.9	0.3	1.2	0.0	5.7	22.2	5.8	5.7	77.3
	岡山	3.9	0.2	2.0	4.3	0.7	15.7	1.8	0.1	1.1	0.0	5.1	20.1	5.6	4.5	65.1
	広島	4.1	0.2	2.1	4.7	1.0	19.7	2.1	0.1	1.3	0.1	6.6	22.2	5.5	4.4	74.1
	山口	4.3	0.2	2.4	5.2	0.8	18.1	1.6	0.1	1.1	0.1	7.2	21.7	5.3	5.1	73.1
	計	4.4	0.3	2.2	4.7	0.9	18.3	1.9	0.1	1.2	0.1	6.2	21.7	5.6	4.7	72.3
高松	徳島	3.8	0.2	1.8	4.3	0.8	17.3	2.5	0.1	1.4	0.1	6.6	19.1	5.1	4.8	67.8
	香川	4.0	0.3	2.0	4.1	2.1	20.0	2.1	0.1	1.5	0.1	5.5	21.4	6.4	3.9	73.5
	愛媛	4.1	0.3	2.5	4.4	1.4	19.8	1.7	0.1	1.1	0.0	6.5	21.6	5.9	5.0	74.3
	高知	4.9	0.2	2.9	4.4	0.9	24.1	1.8	0.1	1.3	0.1	14.5	24.9	7.4	6.8	94.3
	計	4.2	0.3	2.3	4.3	1.4	20.2	2.0	0.1	1.3	0.1	7.8	21.7	6.2	5.0	76.6
福岡	福岡	3.9	0.2	1.9	7.2	0.9	21.4	3.7	0.1	2.0	0.1	8.8	22.6	5.8	4.1	82.6
	佐賀	5.3	0.4	1.5	6.2	0.8	18.4	1.6	0.1	1.2	0.1	7.5	21.2	4.9	4.7	73.7
	長崎	3.9	0.3	2.3	6.8	0.6	18.6	1.8	0.1	1.1	0.1	7.2	21.0	4.7	5.4	73.6
	計	4.1	0.2	1.9	7.0	0.8	20.6	3.1	0.1	1.8	0.1	8.4	22.1	5.5	4.4	79.9
熊本	熊本	2.5	0.2	1.8	8.9	0.8	17.4	2.1	0.1	1.4	0.0	7.6	22.6	5.0	6.8	77.4
	大分	3.8	0.3	2.2	8.6	0.7	19.5	2.3	0.1	1.7	0.1	7.0	21.5	5.5	5.0	78.3
	宮崎	2.1	0.2	1.3	17.0	0.6	20.7	2.4	0.1	1.5	0.1	9.0	24.3	5.4	8.5	93.1
	鹿児島	1.1	0.1	1.1	27.3	0.7	14.3	1.7	0.0	1.2	0.0	7.9	21.0	4.8	7.0	88.2
	計	2.3	0.2	1.6	15.7	0.7	17.6	2.1	0.1	1.4	0.0	7.8	22.2	5.1	6.8	83.7
全国平均		4.3	0.2	3.3	4.0	0.9	21.6	3.4	0.1	1.8	0.1	5.5	23.1	5.9	4.0	78.1

(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、沖縄県分を含まない。

14 酒類製造免許数の推移

(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	リキモール	スピリッツ等	その他の 醸造酒等	合計	酒母	もちみ
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 4	外 104 58	外 218 26	外 12 46	外 1,536 4,434	375	218
外 30 3,229	外 84 2	外 86 36	外 424 393	外 160 31	外 - 32	外 109 208	外 123 24	外 56 24	外 56 24	外 82 5	外 4 4	外 133 47	外 243 23	外 17 48	外 1,551 4,102	383	243
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 56 26	外 89 5	外 5 5	外 146 48	外 243 21	外 30 50	外 1,583 3,817	374	271
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 61 26	外 108 9	外 10 1	外 215 51	外 262 16	外 59 56	外 1,890 3,481	376	334
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 65 23	外 110 5	外 12 12	外 260 63	外 266 19	外 66 59	外 1,901 3,323	377	353
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 64 20	外 108 4	外 13 13	外 280 67	外 272 11	外 72 61	外 1,926 3,273	377	362
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 64 20	外 109 4	外 32 32	外 283 71	外 272 12	外 72 61	外 1,967 3,261	384	359
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 64 19	外 109 5	外 38 38	外 298 69	外 270 14	外 76 60	外 2,003 3,242	389	354
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 64 19	外 108 4	外 54 5	外 301 75	外 270 18	外 80 58	外 2,033 3,288	388	354
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 66 16	外 110 5	外 67 25	外 310 82	外 275 16	外 80 60	外 2,077 3,369	393	356
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 67 15	外 109 4	外 103 31	外 325 83	外 275 17	外 87 57	外 2,138 3,356	394	356
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 65 13	外 106 3	外 123 37	外 335 82	外 266 18	外 88 57	外 2,139 3,333	390	354
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 68 11	外 108 3	外 128 48	外 371 91	外 268 19	外 92 58	外 2,210 3,299	349	352
外 82 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 68 10	外 106 3	外 133 54	外 386 96	外 270 19	外 103 58	外 2,261 3,254	352	348
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 67 10	外 110 4	外 136 61	外 411 101	外 278 20	外 124 57	外 2,340 3,216	337	345
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 69 8	外 113 3	外 432 52	外 528 106	外 389 21	外 133 64	外 2,931 3,165	336	357
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 70 7	外 110 4	外 385 48	外 498 106	外 346 22	外 146 91	外 2,822 3,146	331	374
外 118 1,838	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 68 6	外 110 3	外 369 42	外 554 108	外 336 23	外 162 118	外 2,857 3,139	280	388
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 65 6	外 109 4	外 2,209 37	外 2,354 114	外 3,001 27	外 4,797 149	外 14,058 3,141	264	399
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 65 7	外 112 3	外 2,138 38	外 2,230 123	外 2,779 35	外 4,451 189	外 13,290 3,150	254	405
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 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
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 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
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 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
外 154 1,652	外 71 2	外 76 38	外 497 363	外 79 32	外 92 167	外 176 277	外 318 11	外 64 9	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
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 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
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 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
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 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
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 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
外 160 1,580	外 71 1	外 79 34	外 488 364	外 76 33	外 181 318	外 214 394	外 313 10	外 81 21	外 81 21	外 279 3	外 1,483 120	外 1,691 187	外 1,812 50	外 2,759 279	外 9,687 3,394	244	407
外 157 1,563	外 71 1	外 78 34	外 489 368	外 76 31	外 162 341	外 210 416	外 310 8	外 84 26	外 84 26	外 265 4	外 1,477 128	外 1,676 195	外 1,795 57	外 2,705 280	外 9,555 3,452	248	411

(注) 1 本表は、主として国府有統計年報(4月～3月)に基づいた。

2 品目は、平成18年度改正後の酒類法の品目による。

3 平成17年度以前は品目別製造免許数(場)は、現在の品目に対する平成18年度改正前の酒類法の種類又は品目の製造免許数である。

4 スピリッツ等には原用アルコールを含み、その他の醸造酒等は酵母及び糖蜜を含む。

5 平成18年度以前は原用アルコールを含み、その他の醸造酒等は酵母及び糖蜜を含む。

6 平成18年度以前は原用アルコールを含み、その他の醸造酒等は酵母及び糖蜜を含む。

7 平成18年度以前は原用アルコールを含み、その他の醸造酒等は酵母及び糖蜜を含む。

8 平成18年度以前は原用アルコールを含み、その他の醸造酒等は酵母及び糖蜜を含む。

9 平成18年度以前は原用アルコールを含み、その他の醸造酒等は酵母及び糖蜜を含む。

10 平成18年度以前は原用アルコールを含み、その他の醸造酒等は酵母及び糖蜜を含む。

11 平成18年度以前は原用アルコールを含み、その他の醸造酒等は酵母及び糖蜜を含む。

(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	30	令和元
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	395	400
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	368	372

(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600kℓに引き下げられた。

3 平成28年度税制改正によりビールの定義が拡大され、平成30年3月31日現在で発泡酒の製造免許を有していた者に対し、ビールの製造免許が付与された。

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	30	令和元
製造場数	0	1	4	4	4	4	5	7	8	8	7	9
製造者数	0	1	4	4	4	4	5	7	8	8	7	9
認定計画数	8	12	16	19	21	22	25	35	36	40	42	44

(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)及び国家戦略特別区域法(平成25年法律第107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25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(総合特別区域法及び国家戦略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	30	令和元
製造場数	4	29	54	85	119	139	144	156	167	171	177	176	183	192	191	194	198
製造者数	4	28	53	84	118	138	143	155	166	170	176	175	182	191	190	193	197
認定計画数	11	38	58	74	85	93	108	115	121	130	137	146	152	155	164	171	175

(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)及び国家戦略特別区域法(平成25年法律第107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25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(総合特別区域法及び国家戦略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 酒類等製造免許数の推移)

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	30	令和元
製造場数	0	0	6	7	8	7	10	14	17	24	45	49
製造者数	0	0	6	7	8	7	10	14	17	24	45	49
認定計画数	13	16	20	26	30	34	39	44	52	63	68	72

(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)及び国家戦略特別区域法(平成25年法律第107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26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2kl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(総合特別区域法及び国家戦略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 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	30	令和元
製造場数	0	8	14	17	18	25	26	28	27	26	28	30
製造者数	0	8	14	17	18	25	26	28	27	26	28	30
認定計画数	11	19	24	32	38	40	45	51	58	68	72	73

(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)及び国家戦略特別区域法(平成25年法律第107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26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(総合特別区域法及び国家戦略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 6 単式蒸留焼酎製造免許場(者)数の推移 (特産酒類(単式蒸留焼酎))

年 度	平成29	30	令和元
製造場数	0	1	1
製造者数	0	1	1
認定計画数	3	3	3

(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)及び国家戦略特別区域法(平成25年法律第107号))によりみなし適用される場合を含む。)により単式蒸留焼酎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26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単式蒸留焼酎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(総合特別区域法及び国家戦略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7 原料用アルコール製造免許場(者)数の推移 (特産酒類(原料用アルコール))

年 度	平成29	30	令和元
製造場数	0	1	1
製造者数	0	1	1
認定計画数	1	1	1

(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)及び国家戦略特別区域法(平成25年法律第107号))によりみなし適用される場合を含む。)により原料用アルコ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26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原料用アルコール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(総合特別区域法及び国家戦略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8 清酒製造体験特区件数の推移

年 度	令和元
承認件数	0
認定計画数	2

(注)1 承認件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)及び国家戦略特別区域法(平成25年法律第107号))によりみなし適用される場合を含む。)による承認件数を掲げた。

※ 構造改革特別区域法第27条に規定より承認を受けた製造者は、構造改革特別区域内に所在する一の場合所について、清酒の既存製造場と一の場合の製造場とみなすこととされた。

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(総合特別区域法及び国家戦略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(いづれも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	区分		卸		業		業		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	1,965	外 1,316	2,387	外 1,316	4,352	外 1,198	122,291	外 147	20,756	外 1,345	147,399	13.3 酒類販売業免許制度発足	
51. 3. 31	13,738	-	2,731	-	16,469	-	129,976	-	20,856	外 14,321	167,301		
61. 3. 31	11,980	-	2,676	-	14,656	-	138,056	-	21,832	外 12,617	174,544	83.12 「精製酒和准要綱」(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	11,540	-	3,487	-	15,027	-	139,396	-	22,127	外 12,594	176,550	元 6 人口基準、抽選制の導入	
5. 3. 31	10,896	-	7,325	-	18,221	-	137,138	-	22,162	外 15,786	177,521		
6. 3. 31	10,682	-	7,332	-	18,014	-	137,777	-	22,335	外 15,542	178,126		
7. 3. 31	10,487	-	7,331	-	17,818	-	138,568	-	22,770	外 15,286	179,156		
8. 3. 31	10,200	-	7,274	-	17,474	-	139,403	-	23,003	外 14,913	179,880		
9. 3. 31	9,980	-	7,137	-	17,117	-	140,180	-	26,703	外 14,652	184,000	10. 3 「精製酒和准要綱」(酒類小売業免許に係る抽選制発給)の閣議決定	
10. 3. 31	9,757	-	7,090	-	16,847	-	140,836	-	31,012	外 14,346	188,695		
11. 3. 31	9,546	-	7,081	-	16,627	-	143,718	-	31,377	外 14,061	191,722		
12. 3. 31	9,436	-	7,053	-	16,489	-	145,841	-	31,641	外 13,923	193,971	13. 1 酒類小売業免許の距離基準の廃止	
13. 3. 31	9,365	-	6,885	-	16,250	-	145,053	-	31,820	外 13,630	193,123		
14. 3. 31	9,210	-	6,773	-	15,983	-	151,343	-	30,679	外 13,395	198,005		
15. 3. 31	9,070	-	6,686	-	15,756	-	154,759	-	29,840	外 13,451	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	8,630	-	6,469	-	15,099	-	165,915	-	27,311	外 13,180	208,325	15. 9 酒類小売業免許の人口基準の廃止	
17. 3. 31	8,011	-	6,406	-	14,417	-	171,674	-	25,737	外 12,597	211,828		
18. 3. 31	7,608	-	6,384	-	13,992	-	170,975	-	25,485	外 12,199	210,452	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	
19. 3. 31	7,303	-	6,330	-	13,633	-	178,124	-	23,148	外 11,871	214,905	18. 8 「酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法」による緊急措置地域の指定発効	
20. 3. 31	7,111	-	6,262	-	13,373	-	179,624	-	22,250	外 11,683	215,247		
21. 3. 31	6,855	-	6,090	-	12,945	-	178,016	-	21,350	外 11,346	212,311		
22. 3. 31	6,589	-	5,909	-	12,498	-	176,773	-	7,299	外 10,966	196,570		
23. 3. 31	6,212	-	5,850	-	12,062	-	175,132	-	6,557	外 10,488	193,751	23. 4 「精製・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	5,899	-	5,786	-	11,685	-	174,544	-	6,237	外 10,251	192,466	24. 9 酒類小売業免許の要件緩和等の運用を開始	
25. 3. 31	5,701	-	5,814	-	11,515	-	174,757	-	5,960	外 10,112	192,202		
26. 3. 31	5,571	-	5,919	-	11,490	-	175,356	-	5,750	外 10,092	192,596		
27. 3. 31	5,442	-	6,087	-	11,529	-	175,165	-	5,561	外 10,125	192,255		
28. 3. 31	5,361	-	6,291	-	11,652	-	174,261	-	5,383	外 10,203	191,296		
29. 3. 31	5,284	-	6,524	-	11,808	-	173,890	-	5,355	外 10,306	191,053		
30. 3. 31	5,198	-	6,828	-	12,026	-	172,260	-	5,204	外 10,460	189,490		
31. 3. 31	5,108	-	7,194	-	12,302	-	170,116	-	5,057	外 10,616	187,475		
令和 2. 3. 31	5,015	-	7,517	-	12,532	-	167,355	-	4,830	外 10,738	184,717		

(注) 1 本表は、主として国税庁統計年報(6月～翌年3月)に基づいた。
 2 昭和46. 3. 31現在の外書きは、即小売業者の付たる販売業免許場数を、昭和45. 3. 31現在の外書きは、即小売業者のうち小売までできる販売業免許場数を掲げた。
 3 「即売業」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 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
酒類小売数量 (kl)	50.5	50.6	51.1
酒類売場面積 (㎡)	42.2	40.0	40.1
平均営業時間 (時間)	15.4	15.4	15.5

(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 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
総売上高	7,467	8,119	9,585
うち酒類小売売上高	2,376	2,598	2,768
総売上高に占める割合	31.8	32.0	28.9
売上総利益	1,665	1,816	2,202
うち酒類小売売上総利益	421	469	524
税引前純利益	159	181	248
総売上高に占める割合	2.1	2.2	2.6

(3) 業態別の販売場数

（単位：場、％）

区 分	平成 28 年度		平成 29 年度		平成 30 年度	
		構成比		構成比		構成比
一 般 酒 販 店	43,641	27.0	41,668	26.0	38,863	24.5
コンビニエンスストア	55,159	34.2	54,896	34.2	55,863	35.2
スーパーマーケット	20,511	12.7	20,502	12.8	20,642	13.0
百 貨 店	447	0.3	458	0.3	436	0.3
量 販 店	3,405	2.1	3,293	2.1	3,274	2.1
業務用卸主体店	3,021	1.9	3,075	1.9	3,033	1.9
ホームセンター・ドラッグストア	12,804	7.9	13,718	8.6	14,525	9.2
そ の 他	22,406	13.9	22,824	14.2	21,946	13.8
合 計	161,394	100.0	160,434	100.0	158,582	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 28 年度		平成 29 年度		平成 30 年度	
		構成比		構成比		構成比
一 般 酒 販 店	1,081,267	13.3	1,063,168	13.1	1,001,950	12.4
コンビニエンスストア	923,972	11.3	931,860	11.5	999,328	12.3
スーパーマーケット	3,068,805	37.7	3,047,493	37.6	3,039,497	37.5
百 貨 店	53,214	0.7	53,727	0.7	54,393	0.7
量 販 店	974,287	12.0	952,341	11.7	944,478	11.7
業 務 用	825,177	10.1	818,034	10.1	752,455	9.3
ホームセンター・ドラッグストア	758,739	9.3	819,994	10.1	864,293	10.7
そ の 他	461,962	5.7	427,370	5.3	443,136	5.5
合 計	8,147,423	100.0	8,113,987	100.0	8,099,530	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 28 年度		平成 29 年度		平成 30 年度	
		構成比		構成比		構成比
個 人	50,854	54.7	49,248	54.3	47,221	54.2
法 人 ・ そ の 他	42,151	45.3	41,383	45.7	39,901	45.8
合 計	93,005	100.0	90,631	100.0	87,122	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 28 年度		平成 29 年度		平成 30 年度	
		構成比		構成比		構成比
300万円以下	4,836	16.5	2,533	13.6	2,295	13.8
300万円超 500万円以下	2,917	9.9	1,756	9.5	1,564	9.4
500万円超 700万円以下	2,394	8.2	1,436	7.7	1,257	7.6
700万円超 1,000万円以下	3,129	10.7	1,855	10.0	1,610	9.7
1,000万円超 1,500万円以下	3,251	11.1	1,973	10.6	1,760	10.6
1,500万円超 2,000万円以下	2,312	7.9	1,417	7.6	1,247	7.5
2,000万円超 2,500万円以下	1,677	5.7	1,089	5.9	990	6.0
2,500万円超 3,000万円以下	1,228	4.2	828	4.5	760	4.6
3,000万円超 4,000万円以下	1,792	6.1	1,248	6.7	1,120	6.7
4,000万円超 5,000万円以下	1,111	3.8	829	4.5	739	4.4
5,000万円超 1億円以下	2,484	8.5	1,869	10.1	1,653	9.9
1億円超	2,202	7.5	1,745	9.4	1,634	9.7
合 計	29,333	100.0	18,578	100.0	16,629	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。
(<https://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 28 年度		平成 29 年度		平成 30 年度	
		1 企業平均		1 企業平均		1 企業平均
事業者数（者）	1,362	-	1,322	-	1,352	-
酒類販売数量（kl）	13,678,718	10,043	13,952,883	10,554	13,434,471	9,937
総売上高（百万円）	41,050,083	30,140	44,158,546	33,403	41,923,913	31,009
うち酒類卸売上高	5,636,614	4,138	5,647,517	4,272	5,550,375	4,105
売上総利益（百万円）	2,761,192	2,027	2,987,694	2,260	3,204,185	2,370
税引前純利益（百万円）	728,603	535	1,147,194	868	1,367,544	1,011
総従事者数（人）	189,640	139	196,431	149	217,280	161
うち酒卸売部門	20,158	15	18,965	14	18,952	14

(2) 酒類卸売業者の企業規模

（単位：者、％）

区分		平成 28 年度		平成 29 年度		平成 30 年度	
			構成比		構成比		構成比
協同組合		15	1.1	18	1.4	16	1.2
1 億円超・100 人超の会社		81	5.9	81	6.1	84	6.2
中小企業	会社						
	1 億円超・100 人以下	24	1.8	23	1.7	22	1.6
	1 億円以下・100 人超	85	6.2	91	6.9	93	6.9
	1 億円以下・100 人以下	1,088	79.9	1,045	79.0	1,077	79.7
	個人	69	5.1	64	4.8	60	4.4
中小企業計		1,266	93.0	1,223	92.5	1,252	92.6
企業数合計		1,362	100.0	1,322	100.0	1,352	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 28 年度		平成 29 年度		平成 30 年度	
		構成比		構成比		構成比
欠損	431	31.6	362	27.4	372	27.5
～50 万円未満	115	8.4	94	7.1	103	7.6
～500 万円未満	244	17.9	288	21.8	267	19.7
～3,000 万円未満	276	20.3	256	19.4	275	20.3
～1 億円未満	127	9.3	146	11.0	137	10.1
1 億円以上	169	12.4	176	13.3	198	14.6
合計	1,362	100.0	1,322	100.0	1,352	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 28 年度		平成 29 年度		平成 30 年度	
		構成比		構成比		構成比
卸売業者	3,992,004	29.2	3,975,868	28.5	3,580,084	26.6
小売業者	8,250,390	60.3	8,585,307	61.5	8,529,636	63.5
消費者	1,436,324	10.5	1,391,709	10.0	1,324,751	9.9
合計	13,678,718	100.0	13,952,883	100.0	13,434,471	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 28 年度		平成 29 年度		平成 30 年度	
		構成比		構成比		構成比
清酒	880,195	6.4	867,743	6.2	792,094	5.9
焼酎	1,387,743	10.1	1,365,770	9.8	1,272,680	9.5
ビール	4,449,195	32.5	4,372,546	31.3	4,151,028	30.9
発泡酒	1,092,173	8.0	1,045,346	7.5	956,407	7.1
その他の醸造酒	722,989	5.3	699,097	5.0	631,207	4.7
スピリッツ・リキュール	4,063,092	29.7	4,446,976	31.9	4,649,302	34.6
その他	1,083,331	7.9	1,155,405	8.3	981,753	7.3
合計	13,678,718	100.0	13,952,883	100.0	13,434,471	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。
(<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/shiori-gaikyo/oroshiuri/03.htm>)
- 2 調査表の回収率は、それぞれ90.1% (平成28年度)、90.9% (平成29年度)、89.4% (平成30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)。

このほか、食品表示法に基づく食品表示基準が令和 2 年 4 月 1 日から適用されています。

	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"> ・ 製造業者の氏名又は名称 ・ 製造場の所在地 ・ 内容量 ・ 品目 ・ アルコール分 ・ 税率適用区分(発泡酒及び雑酒) ・ 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) 	酒類業組合法 86 の 5 酒類業組合法施行令 8 の 3
酒類業組合法に基づく酒類の表示基準(※)	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"> ・ 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) ・ 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) ・ 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) ・ 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) ・ 二十歳未満の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) 	酒類業組合法 86 の 6 酒類業組合法施行令 8 の 4 国税庁告示
食品表示法に基づく食品表示基準	食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保	<ul style="list-style-type: none"> ・ 名称(品目) ・ 添加物 ・ 内容量 ・ 食品関連事業者の氏名又は名称及び住所 ・ 製造所等の所在地及び製造者等の名称等 ・ L-フェニルアラニン化合物を含む旨 など 	食品表示法 4 食品表示基準

※ 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ます(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11月国税庁告示第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（日本産業規格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語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	令和元年10月
------	---------

製造年月	1. 10
------	-------

製造年月	2019. 10
------	----------

製造年月	19. 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は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。

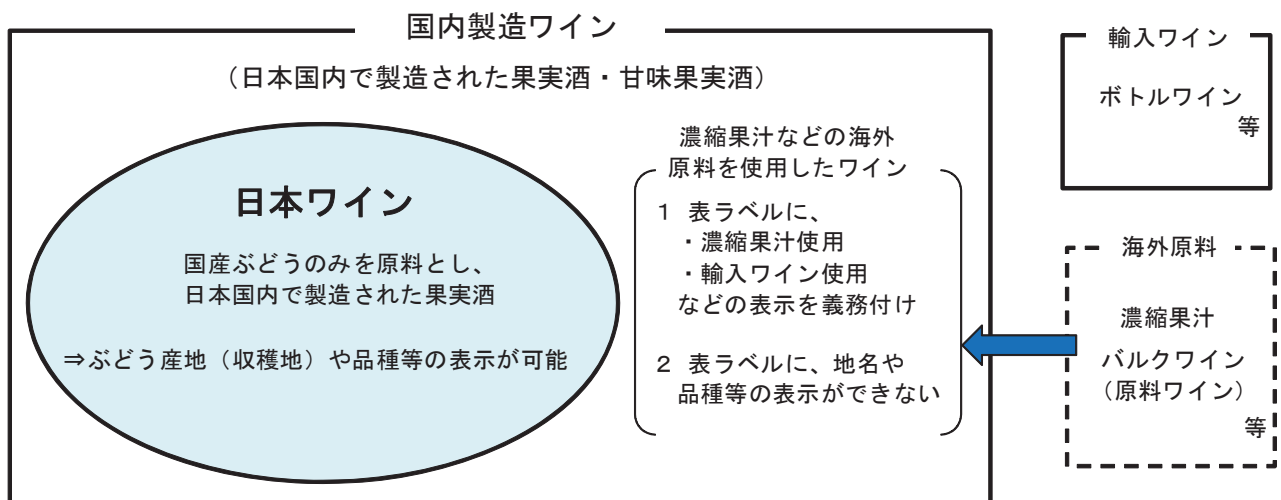
こうした状況を踏まえ、「日本ワイン」の国際的な認知の向上、消費者にとって分かりやすい表示といった観点から、国際的なルールを踏まえたワインの表示のルールを定めることとし、国税審議会の答申を受け、「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」に基づく「果実酒等の製法品質表示基準」（平成27年10月国税庁告示第18号）（以下「表示基準」といいます。）を平成27年10月に定め、平成30年10月から適用しています。

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（日本産業規格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文字で、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12月国税庁告示第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（日本産業規格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、二十歳未満の者の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 △△酒造株式会社 〇〇県〇〇市1-1-1 内容量 360ml アルコール分 15度以上 16度未満 製造年月 令和2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)⁽¹⁾</p>	<p>【製造等の要件】 (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>【表示の要件】 (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⁽³⁾</p> <p>原材料名 米(国産)、米こうじ(国産米) 精米歩合 60% 製造者 △△酒造株式会社 〇〇県〇〇市1-1-1 内容量 360ml アルコール分 15度以上 16度未満 製造年月 令和2年3月</p>	<p>〇〇正宗</p> <p>純米吟醸酒⁽²⁾</p> <p>清酒(有機農産物80%使用)⁽¹⁾</p>	<p>【製造等の要件】 (原材料) 有機JAS格付の有機農産物等を使用</p> <p>【表示の要件】 (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、二十歳未満の者の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、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)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12月国税庁告示第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、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10月国税庁告示第19号)(以下「表示基準」といいます。)として大幅な見直しを行い、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を行いました。

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」及び「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、令和2年3月に「はりま」を、令和2年6月に「三重」を、令和2年9月に「和歌山梅酒」を、令和3年1月に「利根沼田」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（令和3年1月末現在）

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、 令和2年9月14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28日	北海道	ぶどう酒
灘五郷	平成30年6月28日 (令和2年8月17日)	兵庫県神戸市灘区、東灘区、芦屋市及び西宮市	清酒
はりま	令和2年3月16日	兵庫県姫路市、相生市、加古川市、赤穂市、西脇市、三木市、高砂市、小野市、加西市、宍粟市、加東市、たつの市、明石市、多可町、稲美町、播磨町、市川町、福崎町、神河町、太子町、上郡町及び佐用町	清酒
三重	令和2年6月19日	三重県	清酒
和歌山梅酒	令和2年9月7日	和歌山県	その他の酒類
利根沼田	令和3年1月22日	群馬県沼田市、利根郡片品村、川場村、昭和村、みなかみ町	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 Chilieno (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	日本酒	清酒
球磨	蒸留酒	山形	清酒
琉球	蒸留酒	北海道	ぶどう酒
薩摩	蒸留酒	灘五郷	清酒
白山	清酒	はりま	清酒
山梨	ぶどう酒		

【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145の地理的表示。

ホ 包括的な経済上の連携に関する日本国とグレートブリテン及び北アイルランド連合王国との間の協定（令和3年1月1日発効）

【グレートブリテン及び北アイルランド連合王国で保護】

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】

スコッチ・ウィスキー（蒸留酒）など3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「G I」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 二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準

「二十歳未満の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。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、20歳未満の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20歳未満の者の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2月国税庁告示第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、20歳未満の者の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6月国税庁告示第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、20歳未満の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9月国税庁告示第22号）され、同年10月から適用されています。

二十歳未満の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、「20歳未満の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（日本産業規格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文字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、統一のとれた日本文字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) 20歳未満の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文字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。）
「20歳未満の者の飲酒は法律で禁止されている」又は「20歳未満の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「20歳未満の者の飲酒は法律で禁止されている」又は「20歳未満の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。）
「20歳未満の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、20歳未満の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科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) 「二十歳未満の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 20 歳未満の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 20 歳未満の者の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、20 歳未満の者の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 20 歳未満の者の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）
- 5 平成 30 年 6 月の「民法の一部を改正する法律」により成年年齢が 20 歳から 18 歳に引き下げられることとなったが、飲酒禁止年齢については引き続き 20 歳未満とされたことを踏まえ、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 20 歳未満の者の飲酒防止のための取組を徹底するよう要請（平成 31 年 3 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) 20 歳未満の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 20歳未満の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 20歳未満の者への販売を防止するため、酒類を販売する場合には20歳未満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 20歳未満の者が夜間に酒類を購入することを防止するため、20歳未満の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「20歳未満の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「20歳未満の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20歳未満の者の酒類の購入を防止するため、「20歳未満の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～)

【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



- 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～）

《啓発活動》

- 1 警察庁と協力して、20 歳未満の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 20 歳未満の者の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「20 歳未満飲酒防止強調月間」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「20 歳未満の者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、20 歳未満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、「20 歳未満飲酒防止・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：令和元年 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) 20 歳未満の者の飲酒を推奨、連想、誘引する表現は行わない。
 - (3) 20 歳未満の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) 20 歳未満の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。

〔 20 歳未満の者の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(<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/miseinen/mokuji.htm>)に掲載しています。 〕

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。

20歳未満の者の飲酒防止啓発ポスター

(官公庁等掲示用)



20歳未満の飲酒は、NO

5つの理由

20歳未満の者がお酒を飲んではいけません

- ① 脳の機能を低下させます。
- ② 肝臓をはじめとする臓器に障害を及ぼすようになります。
- ③ 性ホルモンの分泌に異常を起させ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 20歳未満の者の飲酒を禁ずる法律があります。

4月は20歳未満飲酒防止強調月間です。

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、飲酒に関する年齢制限は20歳のまま維持されます。

20歳未満の者の飲酒は法律で禁じられています。

20歳未満の者の飲酒を防止するため、酒類小売店では法律に基づき年齢確認を実施しています。

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、日本チェーンストア協会、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タリーチェーン協会、一般社団法人全国スーパーマーケット協会

(店舗掲示用)



年齢確認にご協力ください。

年齢確認に

20歳未満の者の飲酒は法律で禁じられています。

4月は20歳未満飲酒防止強調月間です。

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、日本チェーンストア協会、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タリーチェーン協会、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

20歳未満の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 令和2年4月1日現在の酒類自動販売機の設置状況

令和2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、令和2年4月1日現在の従来型機の設置台数は2,114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1.1%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1.1%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。

令和2年4月1日現在の酒類自動販売機の設置状況

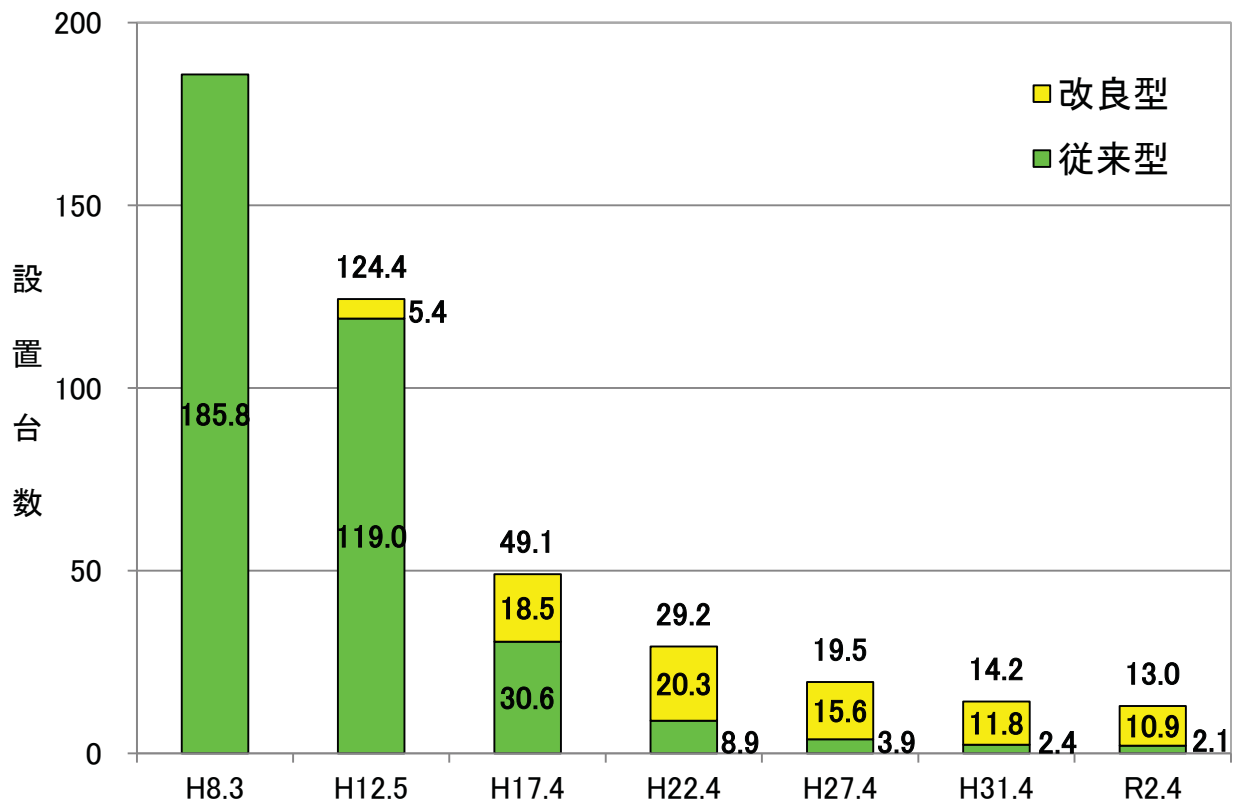
酒類自動販売機の設置状況

	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)	稼働していない(F)	計(G) (D+E+F)			
全 国 計	185,829	2,114	1.1%	103	150	177	430	1,684	0.9%	10,862
札幌国税局管内	3,964	10	0.3	1	0	0	1	9	0.2	32
仙台国税局管内	12,072	58	0.5	1	6	2	9	49	0.4	358
関東信越国税局管内	23,057	245	1.1	14	15	17	46	199	0.9	1,253
東京国税局管内	30,520	247	0.8	13	16	36	65	182	0.6	1,132
金沢国税局管内	5,808	11	0.2	0	0	2	2	9	0.2	173
名古屋国税局管内	19,707	200	1.0	8	9	16	33	167	0.8	969
大阪国税局管内	41,021	738	1.8	31	68	39	138	600	1.5	4,180
広島国税局管内	18,603	255	1.4	18	17	31	66	189	1.0	856
高松国税局管内	10,640	130	1.2	4	7	22	33	97	0.9	808
福岡国税局管内	11,455	113	1.0	4	6	7	17	96	0.8	583
熊本国税局管内	8,787	107	1.2	9	6	5	20	87	1.0	518
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、令和2年8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)



『20 歳未満の者の飲酒防止への取組』

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 20 歳未満の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することが必要です。

酒類小売業者及び酒類販売管理者のみなさまにおかれましては、20 歳未満の者の飲酒防止のため、次の事項について積極的に取り組んでください。

1 20 歳未満と思われるお客様には**年齢確認**を実施し、20 歳未満の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、20 歳未満の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 20 歳未満の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 20 歳未満の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、**20 歳未満の者の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 20 歳未満の者の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 20 歳未満の者の心身に対する悪影響及び 20 歳未満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、20 歳未満の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、20 歳未満の者の飲酒、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【概要】

(平成25年法律第109号) 平成26年6月1日施行

目的 第1条

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ことに鑑み、アルコール健康障害対策の基本となる事項を定めること等により、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する。**

基本理念 第3条

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、アルコール健康障害対策を有し、又は有していた者とその家族が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

責務 第4～9条

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

アルコール関連問題啓発週間 第10条

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16日まで）を設ける。

定義 第2条

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

アルコール健康障害に関連して生ずる飲酒運転、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

アルコール健康障害対策推進基本計画等 第12、14条

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）：
変更しようとするときは、厚生労働大臣が関係行政機関の長に協議するとともに、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、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

基本的施策 第15～24条

教育の振興等 / 不適切な飲酒の誘引の防止 / 健康診断及び保健指導 / 医療の充実等 / 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

アルコール健康障害対策推進会議 第25条

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を設置

アルコール健康障害対策関係者会議 第26、27条

専門家、当事者等の委員で構成され、厚生労働大臣が任命するアルコール健康障害対策関係者会議を設置。基本計画の変更における厚生労働大臣への意見具申、アルコール健康障害対策推進会議の連絡調整に際して意見具申を行う。

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、20歳未満の者の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

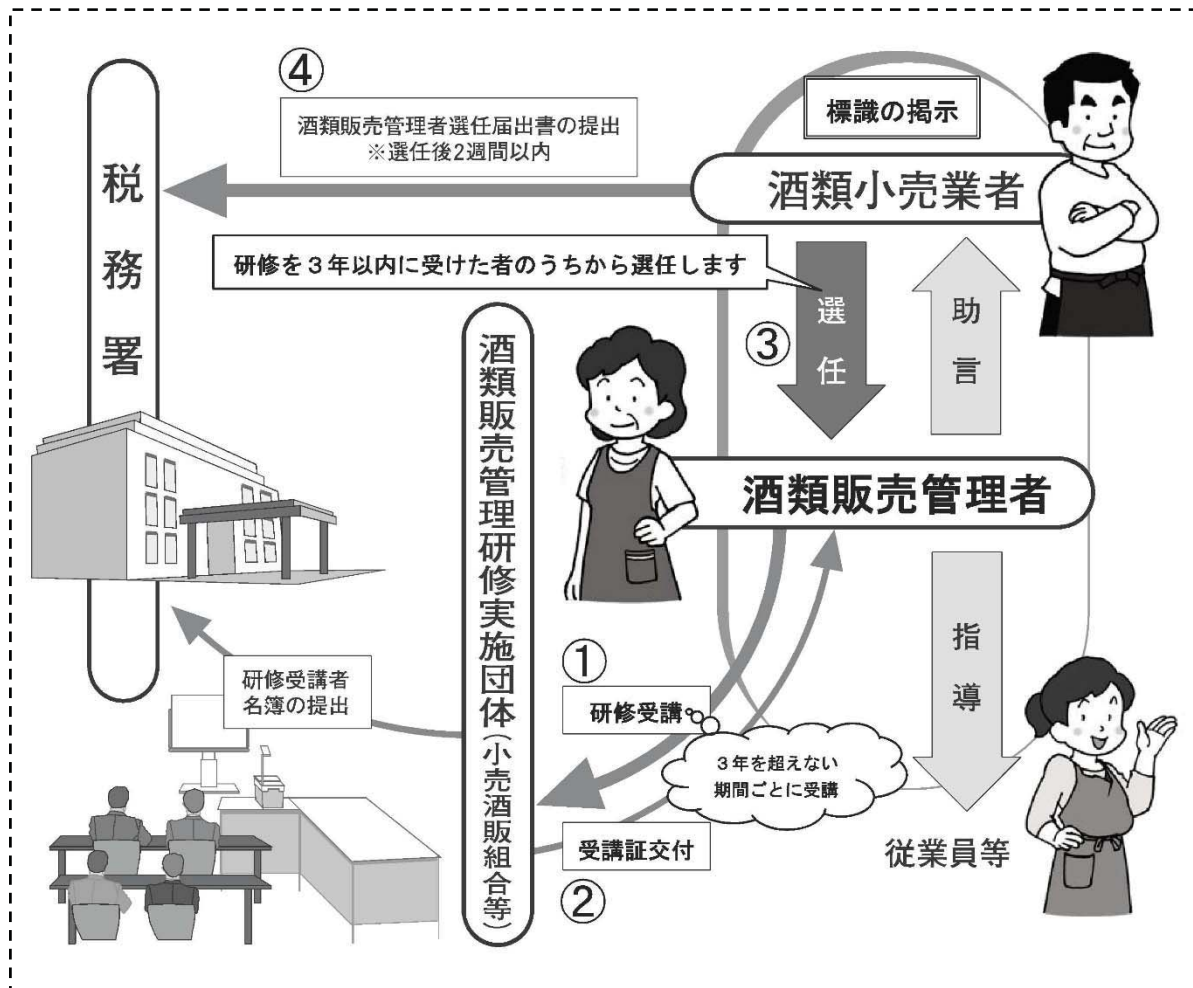
酒類小売業者は、販売場ごとに、公衆の見やすい場所に、酒類販売管理者の氏名や酒類販売管理研修の受講実績等を記載した標識を掲げなければなりません。

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	令和2年4月1日
次回研修の受講期限	令和5年3月31日
研修実施団体名	霞が関小売酒販組合

○標識の様式例については、国税庁のホームページからダウンロードすることができます。
<https://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こと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

(令和元年 6 月 28 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 20 歳未満の者の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、20 歳未満の者の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 86 条の 3《公正な取引の基準》第 4 項及び第 86 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円す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逓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

令和元事務年度分（令和元年7月～令和2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

令和元事務年度（令和元年7月～令和2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142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22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。

(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142件中129件認められました。

このうち7件については、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し、かつ、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（表1参照）。

また、13件については、直ちに「指示」には至りませんでした。今後も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、「嚴重指導」を行いました（表1参照）。

更に、「指針」で示している「合理的な価格の設定（「指針」ルール1）」に則してしていない取引（総販売原価割れ販売）が109件、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（「指針」ルール2）」が10件、支払基準が不明確なりべートを支払うなど「りべ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（「指針」ルール4）」が6件認められました（表2参照）。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。

なお、本年調査においては、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（「指針」ルール3）」については確認されませんでした。

表1 「基準」に基づき指示・厳重指導をした件数

調査対象者の業態等	一般調査	指示件数	厳重指導の件数
小売業者	111 (120)	2 (6)	12 (11)
卸売業者	23 (20)	2 (1)	1 (1)
製造業者	8 (7)	3 (1)	0 (5)
合計	142 (147)	7 (8)	13 (17)

- (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 各欄のかっこ書きの数字は、平成30事務年度分（平成30年7月～令和元年6月）の件数である。

表2 「指針」に基づき改善を指導した件数

調査対象者の業態等	「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	「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」 リポ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
小売業者	87 (96)	3 (5)	0 (4)	0 (4)
卸売業者	18 (17)	5 (2)	0 (0)	3 (5)
製造業者	4 (1)	2 (4)	0 (0)	3 (4)
合計	109 (114)	10 (11)	0 (4)	6 (13)

- (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 調査した取引の中に、1取引でもルール1～4に則していない取引が認められた場合には、それぞれの項目ごとに1件と数えている。
なお、ルール1に則していない取引の件数（109件）には、表1の指示件数（7件）及び厳重指導の件数（13件）は含まない。
3 各欄のかっこ書きの数字は、平成30事務年度分（平成30年7月～令和元年6月）の件数である。

ロ フォローアップ調査

フォローアップ調査の結果、22件中21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

調査対象者の業態等	調 査 件 数 (a)	指摘事項に改善が認められたもの	
		(b)	割合 (b/a)
	件	件	%
小売業者	13 (5)	13 (5)	100 (100)
卸売業者	6 (3)	5 (3)	83.3 (100)
製造業者	3 (0)	3 (0)	100 (-)
合 計	22 (8)	21 (8)	95.4 (100)

(注) 各欄のかっこ書きの数字は、平成30事務年度分(平成30年7月～令和元年6月)の件数である。

(参考1) 国税局別の指示件数

国税局	指示件数
○関信局、●札幌局	1
◎大阪局、仙台局、東京局、 名古屋局、福岡局	1
◎大阪局、金沢局、 名古屋局、広島局、 高松局、福岡局、熊本局	1
大阪局	2
広島局	1
福岡局	1
合 計	7

酒類小売業の業態別の指示件数

小売業者の業態別	指示件数
ディスカウントストア	1
ドラッグストア	1
合 計	2

(注) 国税局別の指示件数のうち、複数の国税局による連携調査を実施した場合は、全ての国税局を掲げている(「○」は事案の取りまとめを行った国税局、「●」は指示を行った国税局、「◎」は、事案の取りまとめ及び指示を行った国税局を示す)。

(参考2)

過去の調査の状況

【件】

事務年度	平成 29	平成 30	令和元
一般調査	136	147	142
指 示	4	8	7
厳重指導	15	17	13

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

(製造業者A)

- ▷ 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（製造業者A社）は、当該製品の一部について総販売原価割れの事実を認識していたが、競合他社の価格や条件（リベート等）によって得意先の喪失が経常的に発生している状況から、競合他社の価格を参考に販売価格を設定していた。

さらに、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、関係会社に対して支払ったブランド使用料の配賦漏れが生じていたため、A社に対し、販売管理費率（以下「販管費率」という。）の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう指導した結果、A社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。

- ▷ 調査対象者の行為が、
- ・ 競合する製造業者の販売価格や取引条件の決定に影響
 - ・ リベートの多寡により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ことから、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。

(製造業者B)

- ▷ 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（製造業者B社）は、当該製品の一部について総販売原価割れの事実を認識していたが、競合他社の価格や条件（リベート等）によって得意先の喪失が経常的に発生している状況から、競合他社の価格を参考に販売価格を設定していた。

さらに、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、取扱飲食店との契約に付随して支払った費用の配賦漏れが生じていたため、B社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう指導した結果、B社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。

- ▷ 調査対象者の行為が、競合する製造業者の販売価格や取引条件の決定に影響を与え、公正な取引を阻害する一因となっていることから、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。

また、調査対象者は、当該製品についての総販売原価を下回る程度が多額となっており、自己の酒類事業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。

(製造業者C)

- ▶ 大容量パック清酒について、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（製造業者C社）は、当該製品の一部について総販売原価割れの事実を認識していたが、競合他社に比べブランド力が低く、価格訴求する営業方針が必要であるとの認識から、大手小売業者等に対し店頭販売価格引下げのために多額のリベートを支出していた。
 - さらに、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、業務委託費の配賦漏れが生じていたため、C社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう指導した結果、C社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。
- ▶ 調査対象者の行為が、競合する製造業者の価格決定や販売数量・シェアにも影響を与えており、公正な取引を阻害する一因となっていることから、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。

(卸売業者D)

- ▶ ビール系飲料について、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（卸売業者D社）は、当該製品の一部について総販売原価割れの事実を認識していたが、販売シェア獲得等のため、大手小売業者及び大手料飲業者に対し、多額のリベートを支出していた。
 - さらに、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、関係会社に対して支払ったブランド使用料の配賦漏れが生じていたため、D社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう指導した結果、D社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。
- ▶ 調査対象者の行為が、当該大手小売業者等の廉価販売に繋がり、周辺小売業者の価格決定等に影響を与えている事実から、他の事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。
 - また、調査対象者は、当該製品についての総販売原価を下回る程度が多額となっており、自己の酒類事業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。

(卸売業者E)

- ▶ ビール系飲料について、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（卸売業者E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、支店・課別（取引先別）損益計算書に基づき販管費率を算出し、当該販管費率を用いて算出した総販売原価を上回る価格設定をすることとしていたが、確定した法人決算による本社経費の異動額（予算と決算の差額）を支店・課別損益計算書に反映させていなかったため、本社経費の配賦漏れが生じていた。

そのため、E社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう指導した結果、E社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。

- ▶ 調査対象者の行為が、競合する卸売業者の売上や価格決定等に影響を与えている事実から、他の事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。

(小売業者F)

- ▶ ビール系飲料について、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（小売業者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、費用の配賦漏れがあったほか、共通費用の配賦方法について、主に作業従事時間比率を用いて算出していたが、当該比率の算出根拠が不十分であり、当該比率を用い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。

そのため、F社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう繰り返し指導するも、事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示さ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及び販売数量等に影響を与えている事実から、他の事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。

(小売業者G)

- ▶ ビール系飲料について、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（小売業者G社）は、酒類の販管費率を具体的に計算して算出しておらず、担当者の経験則から感覚的に販管費率を設定し、競合する他店の価格を参考にしながら販売価格を決定していた。

そのため、G社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）について指導した結果、G社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。

- ▶ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額及び販売数量、価格決定等に影響を与えている事実から、他の事業者に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

35「基準」に違反するおそれがあるとして「嚴重指導」を行った主な事例

販売価格の設定について

- 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。

【取引停止になることをおそれ、値上げを行わなかった事例】

- ・ 卸売業者であるA社は、特定の取引先に対して販売する商品の一部について、総販売原価割れの事実を認識していたが、値上げを行うことにより取引停止となることをおそれ、価格を改定せずに販売を継続していた。

【競合他店の価格を参考に販売価格を設定していた事例】

- ・ 業務用卸を主体とするB社は、取引先の維持及び競合他社から取引先を獲得することを目的に、従来の販売価格や競合する他社の価格を参考にしながら販売価格を設定していた結果、販売する商品の一部について総販売原価を下回る価格での販売を継続していた。

- ・ 業務用卸を主体とするC社は、酒類の販売管理費率（以下「販管費率」という。）を具体的に計算して算出することなく、競合する他店の価格を参考にしながら販売価格を設定していた結果、販売する商品の大部分について、総販売原価を下回る価格での販売となっていた。

さらに、一部の店舗においては、特定の顧客がまとめ買いする際に、総販売原価を下回る店頭表示価格から更なる値引きをして販売していた。

- ・ ディスカウントストアであるD社は、酒類の販管費率を具体的に計算して算出していたが、販売する商品の一部については、算出した販管費率を用いずに競合する他店の価格を参考にしながらより低い販売価格を設定していた結果、総販売原価を下回る価格での販売となっていた。

費用配賦の方法について

- 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。

【一律に売場面積比を適用していた事例】

- ・ ディスカウントストアであるE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、全ての費用を一律に売場面積比を用いて配賦していた。しかし、売場面積に必ずしも連動しない人件費等の費用について売場面積比を用いて配賦することは、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。

【算出した売場面積比が恣意的であった事例】

- ・ ドラックストアである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、地代家賃等の費用を売場面積比を用いて配賦していたが、当該売場面積比の算出に用いたサンプル店舗の平均値は、サンプル店舗数が非常に少なく、またサンプル店舗の抽出基準に合理性が認められないなどの結果、実際の事業実態と大きく乖離しており、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。

【計算根拠の不明、費用の配賦漏れがあった事例】

- ・ 小売業者であるG社は、スーパーマーケット及びディスカウントの2つの形態で営業を行っており、各業態に共通する経費については、長年同様の割合であん分していたが、その割合の計算根拠が不明であるにもかかわらず見直しを行っていなかったほか、決算書上の販管費の一部に配賦漏れがあり、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。

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)

【販売価格の設定誤りなどがあった事例】

- ・ 小売業者であるH社は、仕入先からの特売リベートを原資に値下げを行った特売期間が終了した後において、一部商品の販売価格の変更を失念し、特売価格での販売を行っていたため、総販売原価を下回る価格での販売となっていた。

- ・ 小売業者であるI社は、一部の店舗において、特売リベート受領のための取引条件を満たしていないにもかかわらず、本部と店舗との連絡ミスにより、特売リベートの受領を前提とした特売価格での販売を行っていたため、総販売原価を下回る価格での販売となっていた。

(ルール2)

【取引条件の見直しを行わなかった事例】

- ・ 卸売業者であるJ社は、特定の取引先との取引において、相手方の求めに応じ値引きを行うことで、他の取引先よりも低い価格設定を行っていたが、その価格差は、取引数量の相違等の正当なコスト差に基づくものではなかった。

【自社基準を遵守しなかった事例】

- ・ 卸売業者であるK社は、策定した自社基準に基づき取引条件を設定することとしていたが、特定の取引先との取引において、取引先が示した価格となるよう自社基準を超える値引きを行うことで、他の取引先よりも低い価格設定を行っており、その価格差は、取引数量の相違等の正当なコスト差に基づくものではなかった。

(ルール4)

【取引条件の見直しを行わなかった事例】

- ・ 卸売業者であるL社は、特定の取引先との取引において、長年の慣習により、相手方の求めに応じ本部フィーという名目でのリベートを支払っていたが、支払い基準がなく、透明性・合理性が認められなかった。

【自社基準を遵守しなかった事例】

- ・ 製造業者であるM社は、特定の取引先に対して、取引の維持を図ることを目的に、自社基準に基づく算出額を超えるリベートを支出していたほか、競合する酒類メーカーの商品と店頭販売価格を同一にさせることを目的に、自社基準に定めのない項目のリベートを支出しており、いずれも透明性・合理性が認められなかった。
- ・ 製造業者であるN社の営業担当者は自らのノルマを達成を図ることを目的に、取引先からの注文を超える仕入れを依頼し、これに応じた見返りとしてリベートを支出していたほか、倉庫料補助という名目でのリベートを支出していたが、いずれも自社基準に定めのないものであり、透明性・合理性が認められなかった。
- ・ 酒類メーカーの関連会社である卸売業者のO社は、特定の取引先である小売業者に対して、他の酒類メーカーの競合する商品と同一の店頭販売価格を設定させることを目的に、価格差を補填するリベートを支出していたが、自社基準に定めのないものであり、透明性・合理性が認められなかった。

37 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

- ・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

38 独立行政法人酒類総合研究所の概要

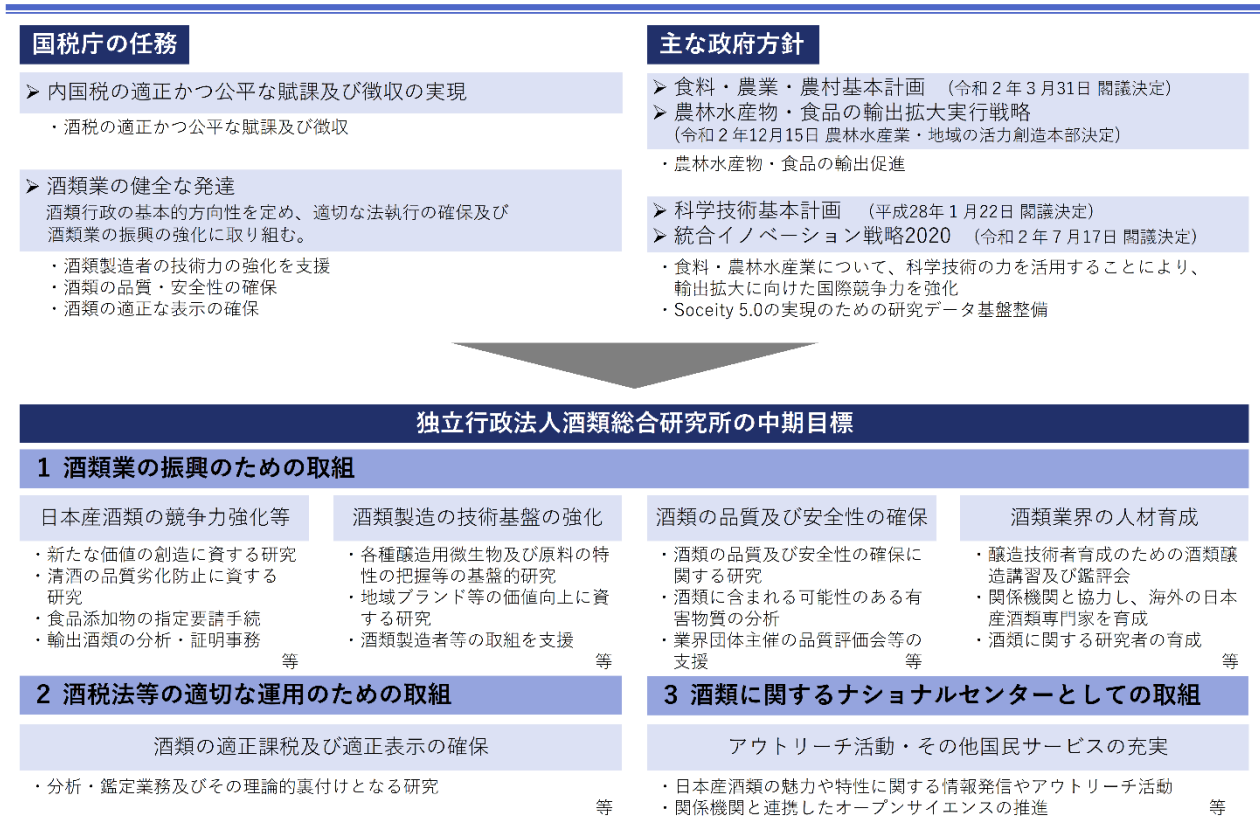
(名 称) 独立行政法人酒類総合研究所 (ホームページ : <https://www.nrib.go.jp/>)

(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。

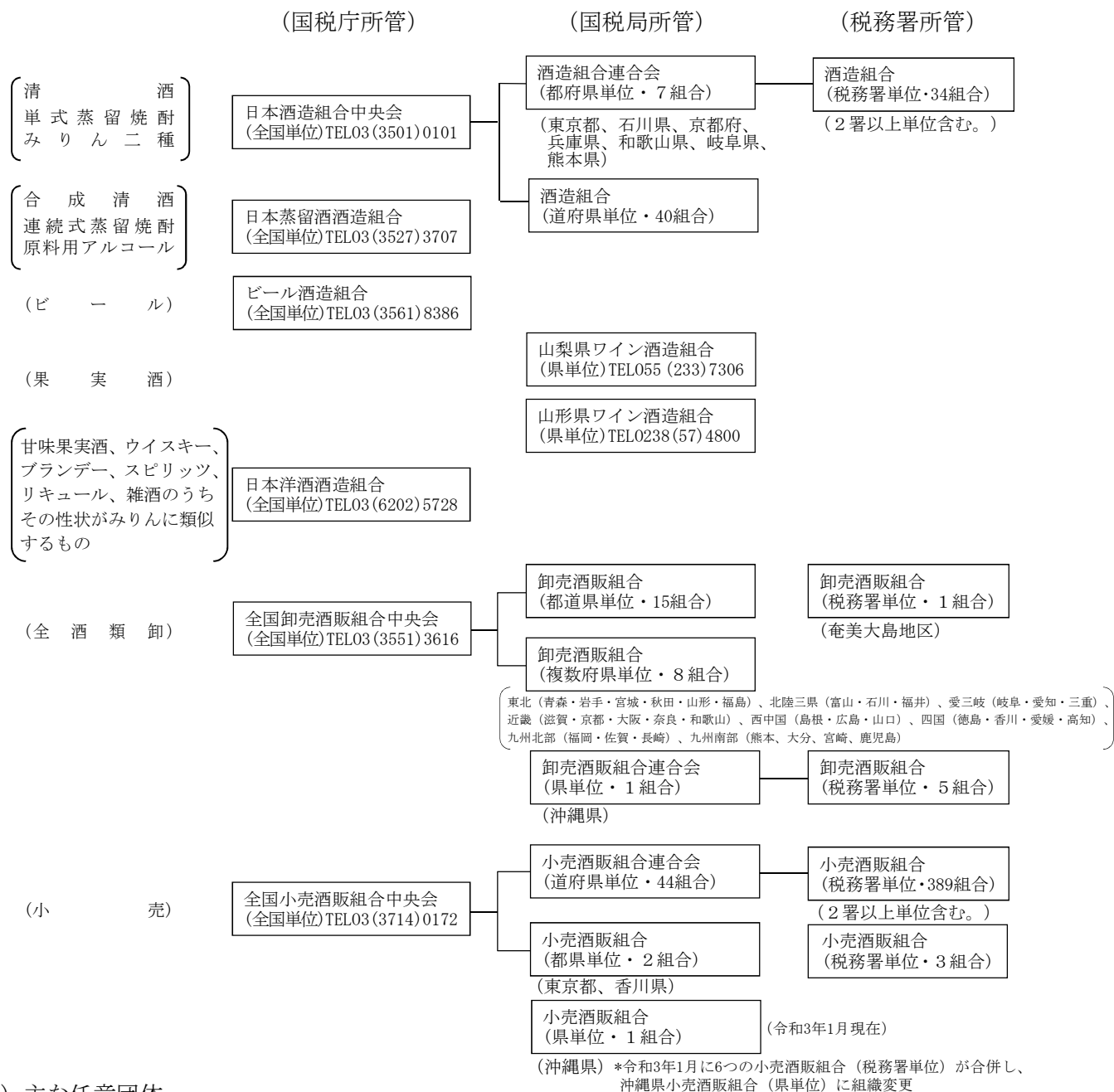
(沿革) 明治37年、酒類の製造技術を科学的に研究する機関「醸造試験所」として大蔵省内に設置され、昭和24年国税庁の開庁を機に「国税庁醸造試験所」に改組されました。平成7年には、「国の行政組織等の移転について」(昭和63年閣議決定)により、東京都北区から現在の広島県東広島市へ移転し、「国税庁醸造研究所」に名称を変更しました。平成13年4月1日より独立行政法人となっています。

独立行政法人酒類総合研究所(酒類総研)の政策体系図



39 酒類業組合等構成図表

(1) 酒類業組合法に基づく組合



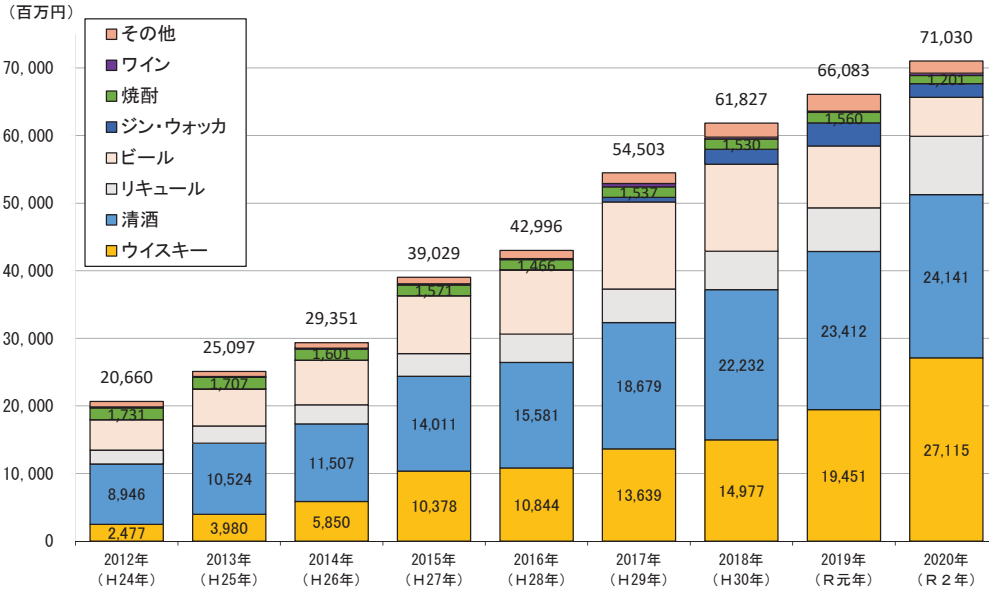
(2) 主な任意団体

(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		

(令和2年3月現在)

40 最近の日本産酒類の輸出動向について

- 2020年の輸出金額は約710億円(対前年7.5%増)となり、9年連続で過去最高を記録。
- 月別にみると、新型コロナの影響によりマイナスの時期もあったが、8月以降プラスに転じ、好調に推移。
- 品目別にはウイスキーやリキュール、国・地域別には中国や香港が大きく輸出額を伸ばしている。



○品目別輸出金額 (単位:百万円)

品目	2020年	対前年増減率
ウイスキー	27,115	+39.4%
清酒	24,141	+3.1%
リキュール	8,623	+33.9%
ビール	5,772	▲37.0%
ジン・ウォッカ	2,019	▲40.7%
焼酎	1,201	▲23.0%
ワイン	348	+99.8%
その他	1,811	▲26.9%
合計	71,030	+7.5%

○輸出金額上位10か国・地域 (単位:百万円)

国・地域	2020年	対前年増減率
中華人民共和国	17,292	+70.9%
アメリカ合衆国	13,840	▲11.6%
香港	9,975	+59.5%
台湾	6,541	+5.5%
シンガポール	3,829	+11.2%
フランス	3,185	▲7.4%
オランダ	3,062	▲15.1%
オーストラリア	2,617	+14.2%
大韓民国	1,919	▲68.8%
ロシア	1,282	+237.5%
(参考)EU	7,247	▲20.9%

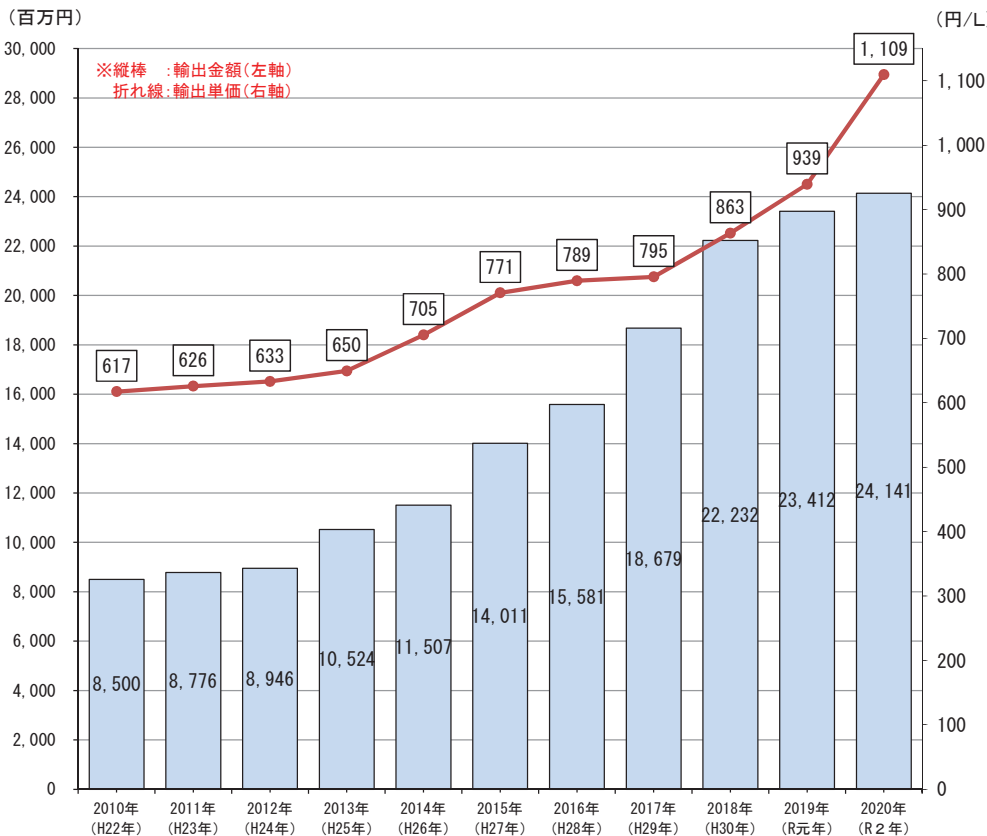
○2020年の輸出金額の推移

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
輸出金額 (億円)	50.1	55.9	55.5	52.5	38.6	55.3	57.8	53.0	61.9	72.3	73.5	84.0	710.3
対前年同期比 (%)	+0.8	▲7.3	▲19.2	▲19.2	▲27.1	▲16.3	▲1.2	+17.2	+28.4	+53.6	+68.2	+51.5	+7.5

出典:財務省貿易統計

41 最近の清酒の輸出動向について

- 2020年の清酒の輸出金額は約241億円(対前年3.1%増)となり、11年連続で過去最高を記録。輸出単価も上昇。
- 国・地域別には香港や中国、シンガポールが大きく輸出額を伸ばしている。



○輸出金額上位10か国・地域 (単位:百万円、%)

国・地域	2020年	対前年増減率
香港	6,178	+56.7%
中華人民共和国	5,792	+15.8%
アメリカ合衆国	5,070	▲25.0%
台湾	1,430	+5.3%
シンガポール	1,113	+30.0%
大韓民国	979	▲28.0%
オーストラリア	491	+11.9%
カナダ	429	▲21.6%
ベトナム	279	▲25.8%
マレーシア	278	+14.8%
(参考)EU	915	▲35.6%

○輸出単価上位10か国・地域 (単位:円/L、百万円)

国・地域	輸出単価 (2020年)	(参考)輸出金額
マカオ	4,067	179
香港	2,350	6,178
シンガポール	1,619	1,113
ロシア	1,370	71
スイス	1,323	67
中華人民共和国	1,214	5,792
英国	976	215
アメリカ合衆国	962	5,070
フランス	958	213
オーストラリア	935	491
(参考)EU	632	915

(注)輸出金額上位20か国・地域のうち、輸出単価上位10か国・地域 出典:財務省貿易統計

42 各酒類の主な輸出先(2020年)

単位:百万円

ウイスキー				清酒				リキュール				ビール				ジン・ウォッカ				焼酎				ワイン			
順位	国・地域	金額	対前年同期増減率	順位	国・地域	金額	対前年同期増減率	順位	国・地域	金額	対前年同期増減率	順位	国・地域	金額	対前年同期増減率	順位	国・地域	金額	対前年同期増減率	順位	国・地域	金額	対前年同期増減率	順位	国・地域	金額	対前年同期増減率
1	中華人民共和国	7,942	+214.2%	1	香港	6,178	+56.7%	1	香港	2,014	+84.7%	1	台湾	1,711	+23.5%	1	オランダ	412	▲56.7%	1	中華人民共和国	352	▲33.2%	1	香港	109	+92.1%
2	アメリカ合衆国	6,354	+17.7%	2	中華人民共和国	5,792	+15.8%	2	台湾	1,966	+33.2%	2	中華人民共和国	945	+108.0%	2	アメリカ合衆国	410	▲58.8%	2	アメリカ合衆国	286	▲25.3%	2	台湾	72	+106.0%
3	フランス	2,769	+0.8%	3	アメリカ合衆国	5,070	▲25.0%	3	中華人民共和国	1,764	+61.1%	3	オーストラリア	678	▲7.9%	3	オーストラリア	337	+16.3%	3	香港	87	+22.9%	3	中華人民共和国	64	+267.0%
4	オランダ	2,361	▲2.9%	4	台湾	1,430	+5.3%	4	アメリカ合衆国	1,024	▲7.1%	4	大韓民国	509	▲87.3%	4	英国	294	+11.8%	4	大韓民国	72	▲11.0%	4	アメリカ合衆国	20	+623.4%
5	シンガポール	1,737	+22.4%	5	シンガポール	1,113	+30.0%	5	ベトナム	361	+18.4%	5	香港	464	+11.0%	5	シンガポール	162	▲36.1%	5	台湾	67	▲3.1%	5	シンガポール	18	+43.3%
6	台湾	1,025	▲20.2%	6	大韓民国	979	▲28.0%	6	オーストラリア	296	+57.7%	6	アメリカ合衆国	440	▲45.7%	6	ニュージーランド	59	+178.0%	6	タイ	67	▲30.3%	6	ロシア	16	-
7	ロシア	954	+905.7%	7	オーストラリア	491	+11.9%	7	シンガポール	278	▲7.4%	7	シンガポール	350	▲30.2%	7	フランス	57	▲73.4%	7	シンガポール	65	+13.2%	7	マカオ	7	+279.5%
8	オーストラリア	726	+27.7%	8	カナダ	429	▲21.6%	8	タイ	198	+51.9%	8	ロシア	197	▲4.5%	8	香港	49	+31.3%	8	ベトナム	57	▲19.7%	8	オーストラリア	7	+78.4%
9	香港	672	+86.5%	9	ベトナム	279	▲25.8%	9	マレーシア	132	+10.2%	9	ニュージーランド	131	+0.7%	9	ベルギー	49	▲1.0%	9	マレーシア	40	▲3.6%	9	フランス	7	+72.8%
10	ベトナム	528	▲47.4%	10	マレーシア	278	+14.8%	10	カナダ	88	+25.2%	10	カナダ	87	▲18.5%	10	台湾	46	▲37.4%	10	オーストラリア	36	▲8.0%	10	英国	6	▲33.4%
-	(参考) EU	5,328	▲3.6%	-	(参考) EU	915	▲35.6%	-	(参考) EU	184	▲26.0%	-	(参考) EU	141	▲49.6%	-	(参考) EU	548	▲63.0%	-	(参考) EU	23	▲44.2%	-	(参考) EU	13	▲23.1%
輸出合計		27,115	+39.4%	輸出合計		24,141	+3.1%	輸出合計		8,623	+33.9%	輸出合計		5,772	▲37.0%	輸出合計		2,019	▲40.7%	輸出合計		1,201	▲23.0%	輸出合計		348	+99.8%

出典:財務省貿易統計

43 主な輸出先の輸出金額(2020年)

単位:百万円

順位	国・地域	金額	対前年同期増減率	シェア	内訳															
					ウイスキー		清酒		リキュール		ビール		ジン・ウォッカ		焼酎		ワイン		その他	
					金額	対前年同期増減率	金額	対前年同期増減率	金額	対前年同期増減率	金額	対前年同期増減率	金額	対前年同期増減率	金額	対前年同期増減率	金額	対前年同期増減率	金額	対前年同期増減率
1	中華人民共和国	17,292	+70.9%	24.3%	7,942	+214.2%	5,792	+15.8%	1,764	+61.1%	945	+108.0%	24	▲60.7%	352	▲33.2%	64	+267.0%	408	▲5.6%
2	アメリカ合衆国	13,840	▲11.6%	19.5%	6,354	+17.7%	5,070	▲25.0%	1,024	▲7.1%	440	▲45.7%	410	▲58.8%	286	▲25.3%	20	+623.4%	236	+9.4%
3	香港	9,975	+59.5%	14.0%	672	+86.5%	6,178	+56.7%	2,014	+84.7%	464	+11.0%	49	+31.3%	87	+22.9%	109	+92.1%	400	+45.2%
4	台湾	6,541	+5.5%	9.2%	1,025	▲20.2%	1,430	+5.3%	1,966	+33.2%	1,711	+23.5%	46	▲37.4%	67	▲3.1%	72	+106.0%	223	▲56.8%
5	シンガポール	3,829	+11.2%	5.4%	1,737	+22.4%	1,113	+30.0%	278	▲7.4%	350	▲30.2%	162	▲36.1%	65	+13.2%	18	+43.3%	106	+147.1%
6	フランス	3,185	▲7.4%	4.5%	2,769	+0.8%	213	▲25.3%	29	▲20.9%	83	▲16.2%	57	▲73.4%	5	▲27.8%	7	+72.8%	22	▲53.9%
7	オランダ	3,062	▲15.1%	4.3%	2,361	▲2.9%	178	+25.3%	69	+72.0%	3	▲44.6%	412	▲56.7%	2	▲65.6%	0.5	-	36	+19.1%
8	オーストラリア	2,617	+14.2%	3.7%	726	+27.7%	491	+11.9%	296	+57.7%	678	▲7.9%	337	+16.3%	36	▲8.0%	7	+78.4%	46	+65.6%
9	大韓民国	1,919	▲68.8%	2.7%	281	+37.6%	979	▲28.0%	55	▲58.4%	509	▲87.3%	0.2	▲80.3%	72	▲11.0%	6	▲53.3%	17	▲95.3%
10	ロシア	1,282	+237.5%	1.8%	954	+905.7%	71	+97.8%	22	+70.0%	197	▲4.5%	4	+243.1%	-	▲100.0%	16	-	19	▲33.6%
-	その他	7,488	▲12.3%	10.5%	2,293	▲5.1%	2,626	▲18.8%	1,106	+14.3%	390	▲28.1%	517	▲1.2%	230	▲28.4%	29	▲1.7%	297	▲40.8%
-	(参考) EU	7,247	▲20.9%	10.2%	5,328	▲3.6%	915	▲35.6%	184	▲26.0%	141	▲49.6%	548	▲63.0%	23	▲44.2%	13	▲23.1%	94	▲32.6%
輸出合計		71,030	+7.5%	100.0%	27,115	+39.4%	24,141	+3.1%	8,623	+33.9%	5,772	▲37.0%	2,019	▲40.7%	1,201	▲23.0%	348	+99.8%	1,811	▲26.9%

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主な取組

- 1. ブランド化の推進
 - 地理的表示の指定(日本酒、焼酎、ワイン、梅酒に係る14の表示)
 - 日本ワインの表示ルールの施行【2018年10月】
 - 日本酒の海外向け「標準的裏ラベル」の公表【2019年8月】
 - 日本酒のブランド戦略検討会【2019年9月～】
 - ブランド化に係るモデル事例構築支援及び補助金による支援
- 2. 酒蔵ツーリズムの推進
 - 酒税免税制度の導入【2017年10月】
 - 清酒製造体験特区の導入【2020年1月】
 - 酒蔵ツーリズムに係るモデル事例構築支援及び補助金による支援
- 3. 販路開拓支援
 - 海外の大規模展示会への出展支援
 - 海外バイヤーの招聘(国内商談会の実施)
 - 日本産酒類輸出促進コンソーシアム【2020年7月～】
- 4. 国際的プロモーション
 - 国際的な機会の活用(G20大阪サミット等)
 - ジャパンハウス等におけるプロモーション
 - 海外の酒類専門家の招聘(酒蔵視察、レクチャー)

- 5. 輸出拡大に向けた制度改正等
 - 輸出用清酒に係る製造免許の特例制度の導入【2021年4月】
 - 輸出証明書発行手続の迅速化【2019年9月】
 - 輸出明細書の提出不要【2020年4月】
- 6. 国際交渉
 - 日EU・EPA【2019年2月発効】
 - ・関税の即時撤廃
 - ・日本ワインの輸入規制の撤廃
 - ・地理的表示の相互保護
 - ・単式蒸留焼酎の容量規制の緩和(四合瓶、一升瓶)
 - 日米貿易協定【2020年1月発効】
 - ・ワイン・蒸留酒の容量規制の緩和の検討
 - ・地理的表示の保護
 - ・ラベル承認手続の簡素化
 - ・焼酎の取扱いのレビュー
 ※蒸留酒の容量規制については2020年12月に緩和
 - 日英EPA【2021年1月発効】
 - ・日EU・EPAの内容の維持に加え、単式蒸留焼酎の容量規制の更なる緩和(五合瓶)
 - RCEP(地域的な包括的経済連携)【2020年11月署名】
 - ・中国・韓国から関税の段階的撤廃を獲得
 - 台湾の清酒関税の引下げ(40%→20%)【2019年7月】
 - 原発事故による輸入規制の撤廃

今後の重点的取組

- ★ ブランド化、酒蔵ツーリズムの推進: 酒類事業者の主体的取組を支援、地理的表示の指定・活用促進、技術支援(テロワール、熟成等)
- ★ 販路開拓支援: 海外新規取扱事業者の開拓(海外小売大手へのアプローチ)、国内輸出商社・卸と酒類製造業者のマッチング
- ★ 国際交渉: 関税や輸入規制の撤廃、地理的表示の相互保護
- ★ 「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」に基づいた取組の強化 ★ 日本酒・焼酎等のユネスコ無形文化遺産登録に向けた取組

45 日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会

○日本酒の輸出拡大やブランディングの推進に向けて、2019年9月、本検討会を立ち上げ(年内に5回開催)
○同12月25日、議論の概要と政府の施策を「中間とりまとめ」として公表

(敬称略、五十音順)

氏名	現職
◎ 小泉 武夫	東京農業大学 名誉教授
○ 嘉納 健二	白鶴酒造株式会社 代表取締役社長
デービッド・アトキンソン	株式会社小西美術工藝社 代表取締役
生駒 龍史	株式会社Clear 代表取締役CEO
佐藤 淳	株式会社日本経済研究所 地域本部上席研究主幹 (常務執行役員)
田崎 真也	一般社団法人日本ソムリエ協会 会長
中川 哲悟	JFCジャパン株式会社 専務取締役 営業本部長
仲野 益美	出羽桜酒造株式会社 代表取締役社長
水野 直人	黒龍酒造株式会社 代表取締役社長
村田 哲太郎	株式会社bacchus 代表取締役社長

※ ◎は座長、○は座長代理

(オブザーバー)

内閣府 知的財産戦略推進事務局
農林水産省 食料産業局
経済産業省 貿易経済協力局
文化庁 政策課
観光庁 観光資源課
独立行政法人 酒類総合研究所
独立行政法人 日本貿易振興機構 (ジェトロ)
日本食品海外プロモーションセンター (JFOODO)
独立行政法人 国際観光振興機構 (JNTO)
株式会社 海外需要開拓支援機構 (クールジャパン機構)

【有識者ヒアリング】(敬称略・ヒアリング順)

中田 英寿 (㈱JAPAN CRAFT SAKE COMPANY 代表取締役)
平出 淑恵 (㈱コーポ・サチ 代表取締役)
レイチェル・チャン (バイリンガルアナウンサー)
長沢 伸也 (早稲田大学大学院 経営管理研究科 教授)
吉武 理恵 (日本酒プロモーター)
山本 典正 (平和酒造㈱ 代表取締役社長)
澤田 且成 (アイティンジャパン㈱代表取締役CEO ブランディングディレクター)

日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会 中間とりまとめ(2019年12月25日)のポイント

- 日本酒の輸出のポテンシャルは大きい
- 文化的な観点からも積極的に価値づけを行い、ブランド力を高める
- 商品の高付加価値化とそれに見合った価格設定、そのためのブランド戦略が重要
- 主役である事業者の取組の一層の積極化を期待するとともに、政府は事業者の自主的で意欲的な取組を支援

1. 議論の概要

認知度の向上、販路開拓、ブランド化を一体的に進める必要

- (1) 認知度の向上
- (2) 販路開拓の推進
- (3) 適切な品質管理の確保
- (4) 分かりやすい情報発信
- (5) インバウンドの活用
- (6) ペアリング(うま味)の訴求
- (7) 訪日外国人向けテイスティングの結果
- (8) 商品のブランド化
- (9) 地理的表示(GI)の活用等
- (10) 価格の多様化

【ブランド化に関する主な意見】

- 「良いものをより安く」から「良いものをより高く」という方向にすべき
- 高価格化には裏付けとなるストーリーが重要
- 原材料や技術等のファクトではなく、価値の提案が重要
- ワインの市場・文化を意識した取組(ペアリング、テロワール、原産地呼称等)も有効
- スパークリングや熟成(ビンテージ)は新たな価値を創造。海外向けに可能性も大きい
- ラグジュアリー市場は拡大傾向。富裕層ビジネスの観点も重要
- 原材料コストや精米歩合等の原価計算による販売価格は適正か
- オークションにより高価格化を狙う取組は興味深い
- 多様性も重要。一般的な商品から高級ブランドまで全面的に進めるべき

2. 政府の施策

国税庁は、関係省庁・機関、業界団体とも連携し、以下の施策等に取り組む引き続き、国際交渉により、輸出先の関税や輸入規制の撤廃に取り組む

- (1) 認知度の向上と分かりやすい情報発信
- (2) 販路開拓の推進
- (3) 適切な品質管理の確保
- (4) ブランディングの推進
- (5) 表示ルールの在り方

【主な施策】

- 各国市場調査(嗜好、価格、規制、品質管理、小口配送等)
- 「日本産酒類輸出促進コンソーシアム」(商社等と酒蔵等とのマッチングや販路開拓等を支援)の構築
- 酒蔵ツーリズムについて、モデル事例の構築支援や「Your Japan 2020」キャンペーンの実施
- 事業者の海外向けブランド化の取組(戦略構築、新商品開発、販路開拓等)のモデル事例の構築支援
- 原料産地に着目した地理的表示(GI)の指定も進める
- ユネスコ無形文化遺産への登録や杜氏の人間国宝への認定等について検討
- テロワールや熟成の品質に与える影響、品質劣化の防止に関する調査研究
- 表示ルールの在り方についての議論を開始

日本酒の輸出用裏ラベルは、海外消費者にとって、選択の基準となる記載項目が少なく、かつ、馴染みのない表現が用いられているため、消費者自身で好みの味を選びにくいという課題。

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）が、海外の有識者・消費者を対象とした大規模調査に基づき開発
国税庁が、国内事業者へ意見聴取

海外消費者が日本酒を理解し、選択しやすくなる輸出用の「標準的裏ラベル」及び「表記ガイド」が完成

(英語版)	(日本語訳)	消費者調査を基に、以下の項目を輸出用の「標準的裏ラベル」の項目とした。 重要度の上位6項目
<p>XXX(product name)</p> <p>Flavor Light・Med-Dry</p> <p>Aroma Green apple, clear fruity notes</p> <p>Food Matches Camembert, Roast Chicken, Pasta</p> <p>Recommended serving temperature: 5-10°C Storage temperature: 5°C</p> <p>Region: XXXXX Prefecture</p> <p>About the Producer XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX was established in 1743. Driven by their motto "XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX", their brewing is constantly challenging and innovating.</p> <p>About this Sake A sake to enjoy at the dinner table, made with rice cultivated specially for brewing sake and aromatic spring water from the nearby Mt. XXXXX, transformed through the cutting-edge skills and traditional brewing craft of the XXXXX Toji (local guild of master brewers).</p> <p>法的記載事項</p>	<p>××× (製品名)</p> <p>味・味わい 淡麗・やや辛</p> <p>風味・香り 青りんご、クリアなフルーティな香り</p> <p>ペアフード カマンベール、鶏もも肉のロースト、パスタ</p> <p>推奨飲用温度 / 5〜10℃ 保存温度 / 5℃</p> <p>産地/XXX県</p> <p>酒蔵についての物語 創業1743年の×××酒蔵「×××」をスローガンに常に新しい可能性を追い求めている</p> <p>製品についての物語 (こだわり) 普段の食卓で楽しめるお酒です。日本酒専用の米、××山の地下水を素に××社氏による伝統的な技と先進的な技術により作られています</p> <p>日本産</p> <p>法的記載事項</p>	<p>①風味・香り</p> <p>②味覚</p> <p>③推奨飲用温度</p> <p>④保存温度</p> <p>⑤ペアフード</p> <p>⑥産地</p> <p>興味・関心度の高い2項目</p> <p>⑦醸造元の物語</p> <p>⑧製品の物語</p> <p>※ なお、調査の結果、上記項目に追加して記載することが有効な6項目（「日本酒とは何か」、「特定名称」、「米品種」、「外観」、「飲用シーン」、「受賞歴」）についても整理しました。</p>

※ この裏ラベルのデザインと表記項目を基に、各事業者が輸入業者と意見交換を行うなど、輸入先の販売対象者及び現地法律に適したものとすることが必要。各事業者は自社や製品の特徴などに応じて、記載の項目や内容などをカスタマイズして利用することも可能。この裏ラベルに記載しきれない場合、QRコードの活用も有効。

輸出用の「標準的裏ラベル」と「表記ガイド」(本体) 掲載URL : https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfoodo/news/urallabel/doc.pdf

47 酒蔵ツーリズムにおける酒税免税制度

制度概要

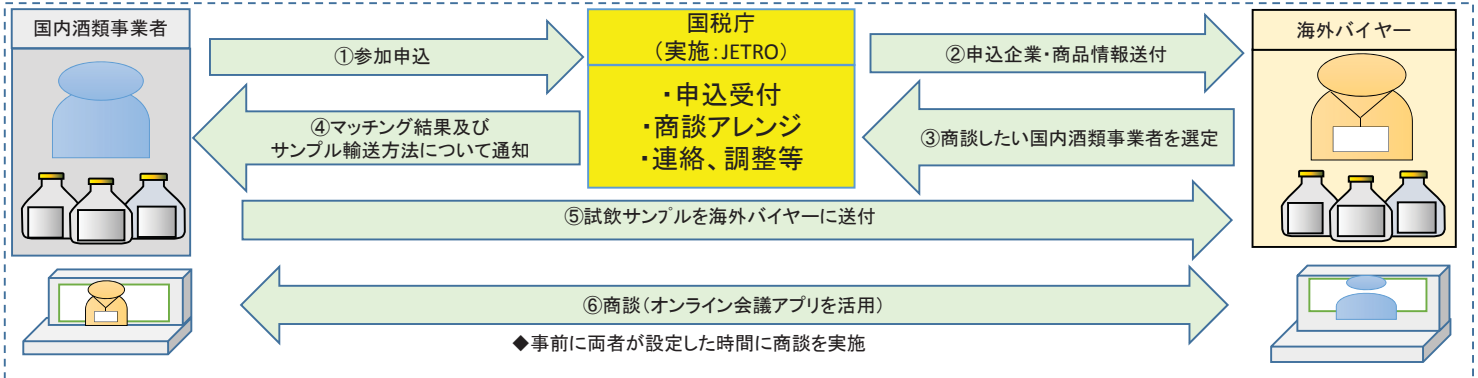
- 酒類製造者が輸出酒類販売場の許可を受けた酒類の製造場において、自ら製造した酒類を訪日外国人旅行者等に対し、一定の手続の下で販売した場合には、消費税に加えて酒税を免除する。
- 令和2年10月1日における許可件数は162件。
- ※ 免税販売手続については、令和2年4月1日から電子化されることに伴い、免税で販売したことを証する書類の作成等の手続が廃止される。ただし、令和3年9月30日までは、経過措置として、従来の書面による免税販売手続も可能。



48 海外販路開拓支援事業 オンライン商談会

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

(主催：国税庁、実施：日本貿易振興機構 (JETRO))



11カ国・地域において、海外バイヤー約40社、国内酒類事業者350社以上が参加

【オンライン商談実施国】

- ◆ 台湾(令和2年11月～12月)
- ◆ 香港(令和2年10月～令和3年2月)
- ◆ イタリア(令和3年3月)
- ◆ スイス(令和3年3月)
- ◆ ポーランド(令和3年3月)
- ◆ エストニア(令和3年3月)
- ◆ 中国(北京、上海、大連、成都、西安、河北省)(令和3年3月)
- ◆ 米国(アトランタ)(令和3年3月)
- ◆ カナダ(令和3年3月)
- ◆ オーストラリア(令和3年3月)
- ◆ マレーシア(令和3年3月)

(商談イメージ)



49 海外市場調査

海外における日本産酒類の市場調査を実施することで、潜在市場の発掘を含め、海外市場の状況を的確に把握し、国税庁による効果的な輸出促進策の実施に繋げるとともに、調査結果を公表することにより業界全体へ還元し、輸出拡大の取組を支援。

令和2年度 調査対象国・地域

米国※1、カナダ、EU※2、イギリス、中国※3、香港、台湾

- ※1 米国については、全体調査のほか、ニューヨーク、ロサンゼルス、シカゴ、ヒューストンを個別調査
- ※2 EUについては、全体調査のほか、国際連合の定める地理区分におけるヨーロッパ州の各地域(全4地域)の区分調査、フランスを個別調査
- ※3 中国については、全体調査のほか、上海、北京、広州、深圳を個別調査

〈選定理由〉

国税庁の支援施策の中心となっている日本酒、焼酎・泡盛業界の要望を踏まえ、日本酒の輸出基本戦略(日本酒輸出協議会)等において定める輸出重点国・地域、潜在成長国・地域及びその他要望国を対象に選定。

調査項目

〈市場調査〉19項目

- ・ 統計データ(人口動態、家計消費状況等)
- ・ 酒類のEC市場規模(酒類別)
- ・ 酒類を取り扱う飲食(小売)店数、日本食を提供している飲食店数等
- ・ 酒類の物流実態(保管倉庫の状況、品質管理体制等)

〈嗜好調査〉5項目

- ・ 日本産酒類の認知度、購入(取扱い)経験等
- ・ 酒類の購入場所(酒類別、年代、性別、所得層)
- ・ 家飲み需要(酒類別、年代、性別、所得層、頻度)

今後の調査実施予定(令和2年度第3次補正予算)

輸出目標の達成のための輸出重点品目ごとの戦略に基づき、引き続きターゲット国の調査を実施するとともに、酒類事業者の販路開拓等のアクションに繋げるよう、令和2年度の調査を更に深掘りして実施する。

50 日本産酒類輸出促進コンソーシアム

日本産酒類輸出促進コンソーシアム

- 2020年7月、国税庁、ジェトロ、JFOODO、クールジャパン機構、全国卸売酒販組合中央会を運営主体とし、「日本産酒類輸出促進コンソーシアム」を立ち上げ
 - 新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえ、対面式によるセミナー&商談会から、オンラインに切り替えて開催（全13回）。
- （輸出に意欲的に取り組もうとする輸出商社・卸（地域商社等を含む）と酒類製造者・酒造組合等とのマッチング）

① 専門家によるセミナー・個別相談



※全13回で延べ507社が参加

（セミナー）



（専門家による個別相談）



② 商談会の実施



※全13回で延べ131社が参加

（商談会）



（オンライン商談会）

【開催実績】（※第3回以降は、オンラインで実施）

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

51 ジャパン・ハウス ロンドンを活用したプロモーション

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

（主催：国税庁、協力：ジャパン・ハウス ロンドン）

イベント内容

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

<酒蔵セッション>

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



<ディストリビューターセッション>

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

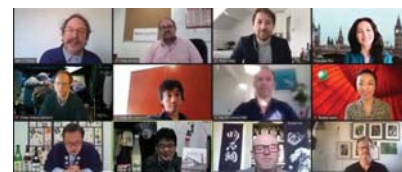


<ワインセッション>

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

<物流・商流セッション>

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



（質疑応答の様子）

参加者の反応

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

52 琉球泡盛のプロモーションについて

沖縄国税事務所では、「琉球泡盛海外輸出プロジェクト」を踏まえ、海外における琉球泡盛の認知度向上や輸出促進のため、関係省庁等と連携し、国内外での琉球泡盛PRイベントなどを実施している。

また、国税庁においても上海への泡盛輸出促進事業を行った。

琉球泡盛PR動画

- ・ 琉球泡盛の魅力をわかりやすく伝えるためのツールとして、中国人インフルエンサーを起用したPR動画を作成し、多言語化したうえで動画サイトYouTubeへ掲載し国内外へ情報発信を行った。
- ・ PR動画は、中国人インフルエンサーのSNS (weibo) から閲覧できるように情報発信を行い、琉球泡盛の認知度向上を図った。



(PR動画タイトル画面)

上海への泡盛輸出促進事業

- ・ 令和2年12月24日から令和3年1月6日の2週間にわたり、上海の大規模商業施設(上海金虹橋商場)に「泡盛のアンテナショップ」を出店し、一般消費者向けの試飲・販売会を開催した。
- ・ 商業施設への来場者以外に対しても、中国人インフルエンサーによるライブコマース(インターネット上での実演販売)等を活用したPRと販売を実施した。
- ・ 新たな販路開拓のため、泡盛製造者、輸出商社及び上海の酒類販売事業者によるウェブ商談会も行った。



(試飲・販売会の様子)

53 日EU経済連携協定(EPA)の概要

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	発効後	
EUへのワイン輸出量(平成30年):9KL、15百万円		
関税	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側 <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <ul style="list-style-type: none"> ・ 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、酒類総研が自己証明が適切に行われていることを確認	
○ 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> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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(ヴィニフェラ種及びそのハイブリッド種に限定) ※ ヴィニフェラ種とは、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 <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 	酒類GIの相互保護により「山梨」及び「北海道」のEU域内での保護を確保(令和3年2月現在) ⇒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(「シャンパン」、「ボルドー」等145名称。令和3年2月現在)を保護(日本の業者にとっての激変緩和措置として、5年間GIの先使用を認める)	
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	主要なワイン添加物(日本側25品、EU側28品)について、日EUそれぞれが申請手続を開始 ⇒国内ワイン業者にとっても、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(EU側添加物は国税庁がEU企業に代わり厚労省に承認申請。令和3年2月現在、日本側5品、EU側19品が手続完了)	
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		

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「壱岐」、「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145名称。令和3年2月現在)を保護(日本の業者にとっての激変緩和措置として、5年間GIの先使用を認める)
 ※ 令和3年2月に相互保護となる清酒GIを追加(「灘五郷」及び「はりま」)

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

54 日米貿易協定:酒類の合意概要

【日本側】

- ✓ ワインについての関税撤廃は、TPPと同内容。
 (注)TPPでは、ボトルワイン、スパークリングワインは8年目無税(2025年4月～無税)。
- ✓ ワイン以外の酒類(清酒、焼酎等)は譲許せず。
 (注)TPPでは、清酒、焼酎は11年目無税。

【米国側】

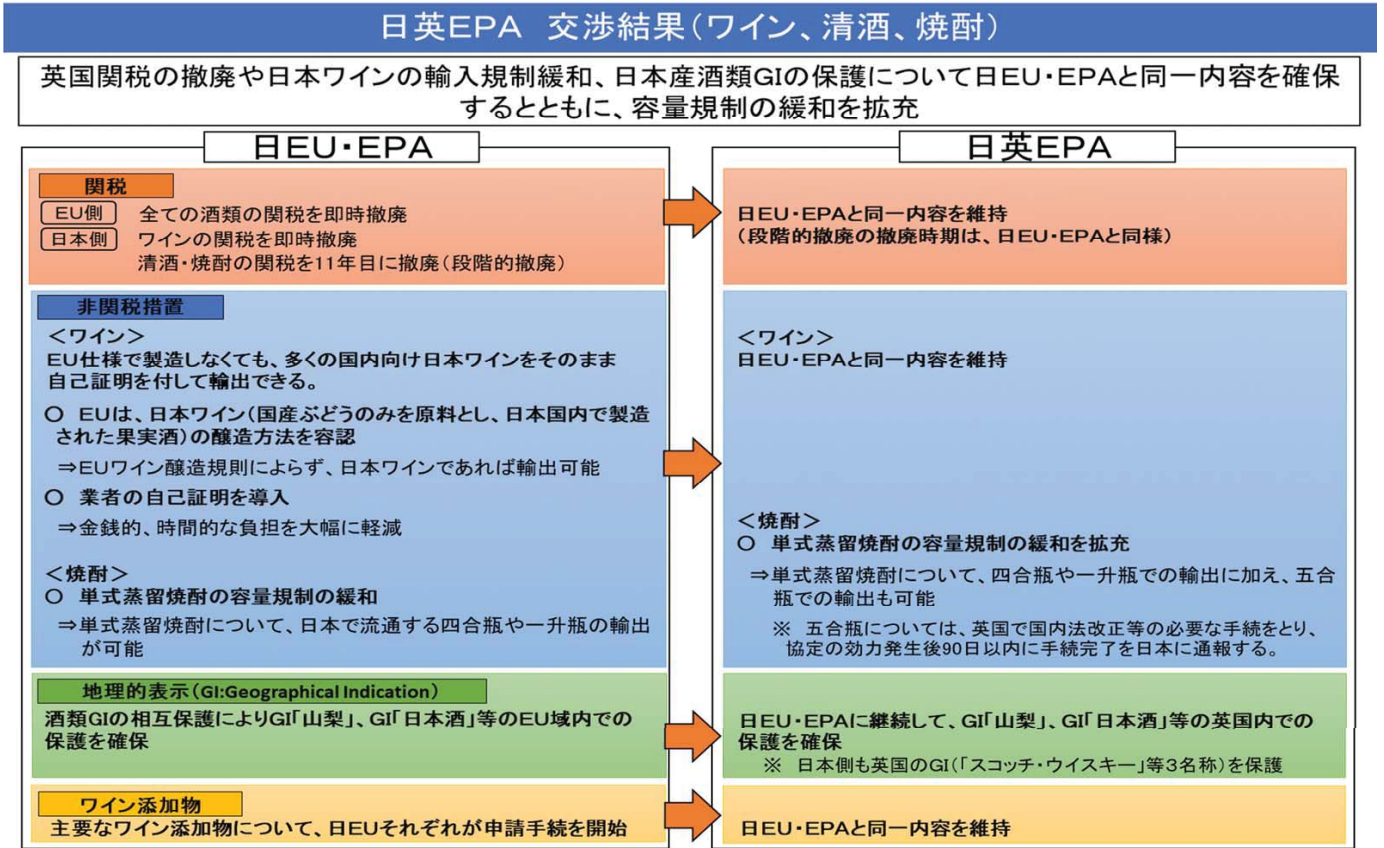
米国への日本産酒類の輸出を促進するため、以下の非関税措置を約束。

- ✓ 日本の伝統的な四合瓶(720ml)、一升瓶(1.8L)等での輸出を可能とするため、ワイン、蒸留酒の容量規制の改正に向けた手続を進める。

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

- ✓ 米国での日本産酒類の10表示(注)の保護に向けた検討手続を進める。
 (注) 国税庁長官が指定した地理的表示:ぶどう酒(山梨、北海道)、蒸留酒(壱岐、球磨、琉球、薩摩)、清酒(日本酒、白山、山形、灘五郷)
- ✓ 米国での酒類の販売に必要なラベルの承認のための手続の簡素化。
- ✓ 米国市場における日本の焼酎の取扱いについてレビュー。

55 日英EPA 酒類の交渉結果



56 RCEP: 酒類の合意概要

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

日本産酒類の中国・韓国へのアクセス

RCEP参加国の日本へのアクセス

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

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

(注1) 交渉時の関税率である10%から段階的に削減し、11年目に撤廃

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

57 日本酒等のユネスコ無形文化遺産登録に向けた検討

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

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

ユネスコ無形文化遺産への登録【文化庁、国税庁】

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

成長戦略フォローアップ（令和2年7月17日閣議決定）

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

菅総理大臣施政方針演説（令和3年1月18日第204回通常国会）

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

文化庁が行う醸造技術などの調査に協力し、日本酒造組合中央会等とも連携して、令和2年度第3次補正予算による調査及び保存・活用体制の整備に取り組み、登録に向けた検討を加速する。

（参考）食文化振興の動き

平成25年「和食；日本人の伝統的な食文化」のユネスコ無形文化遺産への登録

令和2年4月 文化庁参事官（食文化担当）設置

食文化の基本政策をとりまとめるとともに、地域活性化に資する食文化振興や、海外への食文化発信に、関係省庁と連携して取り組む。

58 国税庁による技術支援①

製造技術基盤の強化

酒類製造者からの技術相談



臨場による相談

製造者のところに臨場し、現場における技術的課題を把握し、解決策を提案



面談等による相談

製造者が有する技術的課題について、面談等による相談に応じ、解決策を提案



成分分析

成分分析により、酒類の特徴や問題点を把握し、結果を製造者に提供



品質評価（きき酒）

品質評価により、製造及び品質管理上の技術的課題を把握し、結果を製造者に提供

酒類鑑評会



品質審査

地域特性にも配慮した品質審査会を実施し、技術的課題を明確化



出品酒の展示

製造者が出品酒をきき酒し、トレンドや技術的課題に気づきを得る場を提供

研究会



技術講演会

技術講演会を開催し、製造者の技術力の強化を図る



品質評価会・成分分析

製品の品質評価及び成分分析を通じ、製造者の技術力の強化を図る

国税庁による技術支援②

先端技術の普及

技術講習会・講話会



小規模ビール等製造者のための製造・品質管理のポイント
最高の製品を造り届けるために
東京国税局課税第二部鑑定官室

講師派遣

酒造組合主催の講習会等で技術情報や先端技術を周知

技術資料の配布

品質向上に資する技術資料を作成し、製造者に配布

技術者の育成

醸造研修



講師派遣

酒類総研等主催の酒類醸造講習等に講師を派遣し、醸造技術者を養成

技術情報の発信

全国市販酒類調査



技術的な基礎データを公表

流通する市販酒類を買上げ、品質評価や成分分析を実施し、結果を国税庁HPIに公表

酒類の品質及び安全性の向上

地理的表示品質審査会



審査員派遣

地理的表示審査会に審査員を派遣し、ブランド化を支援

国際規制への対応



技術指導

メタノールなどの国際規制に対応するための技術指導を実施

法令への対応



HACCP導入への技術支援

リーフレット配布、相談対応等により、製造者のHACCP導入を支援

関係機関との連携

全国指導機関合同会議



指導機関間の技術情報の共有

全国の指導機関・酒類総研と技術的課題を共有し、解決を図る

59 酒類総合研究所による技術支援①

酒類醸造講習による技術者の育成

- 酒造技術や経営に係る知識の習得、最新の研究成果の紹介を実施
- 清酒、本格焼酎・泡盛、ビール、ワインの各コースを各業界団体と共催で実施
- 受講希望者の多い業界からの要望を受け、ビール、ワインについては短期コースも追加



製麹実習(清酒コース)

鑑評会等による業界支援

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



本格焼酎・泡盛鑑評会審査



製造技術研究会

輸出酒類に関する分析等

- 国税局と協力して、輸出先国から求められる酒類の放射性物質の分析を実施
- 台湾への輸出酒類の分析・証明書を発行
- 日EU・EPAの発効を受け、EU向け日本ワインの証明、自己証明業者の承認業務を開始

酒類に関する知識・魅力の発信

- 消費者向けに各種広報資料を発行
- 酒類に関する知識・魅力を伝えるメルマガを配信
- 酒類の商品知識や品質管理に関する研修に講師を派遣
- 海外向けに広報資料を作成



海外のコンクール・教育機関等への協力

- International Wine Challenge(IWC)等の海外のコンクールへ審査員を派遣
- 教育機関等への協力
日本酒に関する国外の専門家を養成するためのプログラム等に協力

酒類総合研究所による技術支援②

清酒の品質劣化の防止に資する研究

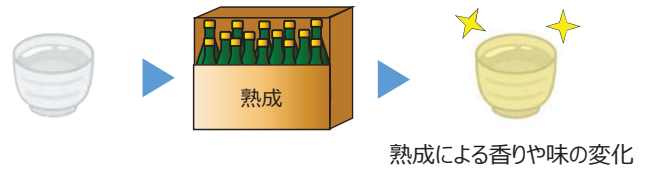


【施策の概要】

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

流通・製造双方から劣化防止のための方法を開発

清酒の長期熟成による影響を解明する研究

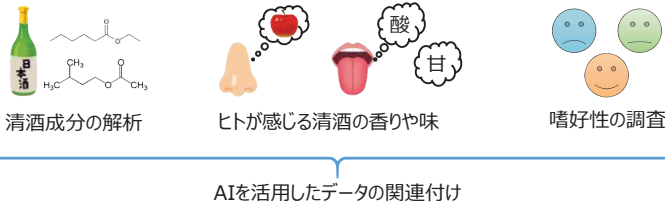


【施策の概要】

長期熟成による経年変化により、どのような成分が長期熟成酒の特性を生み出すか解明する。
また、熟成環境の異なる長期熟成酒の成分分析により、熟成方法による成分の違いを解析する。

長期熟成の品質への効果を明らかにし、ブランド化につなげる

清酒の成分と人の嗜好の関係性を解明する研究



【施策の概要】

清酒成分等の科学的な解析及び嗜好性の調査を行い、清酒成分とヒトが感じる香味や嗜好性の関係性を解明する。
また、清酒成分から香味や嗜好性を予測モデルを構築することで、製造者の新商品開発に寄与する。

嗜好性等の予測モデルを構築し、新商品開発に寄与

清酒の地域特性に関する研究



【施策の概要】

GI等において重要な概念であるテロワールについて、清酒での概念形成を検討するため、国内各地の原料等の特徴が清酒の品質等に与える影響について解析する。
また、得られた科学的知見から特性を生かす製造技術を開発する。

地域特性の視点から品質等を解析し、ブランド化につなげる

酒類総合研究所による技術支援③

麹菌が生み出す日本産酒類の特性を解明する研究



【施策の概要】

麹菌の遺伝子解析等により、清酒や焼酎の製造工程や香味に影響を与える遺伝子特性等を明らかにすることで、海外の酒類では使用されていない、麹が生み出す清酒や焼酎の特性を明らかにする。

麹の国際的な認知度向上に寄与

日本産蒸留酒の特徴を解明する研究



【施策の概要】

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

蒸留酒として国際的なジャンル確立に寄与

日本ワインに関する研究

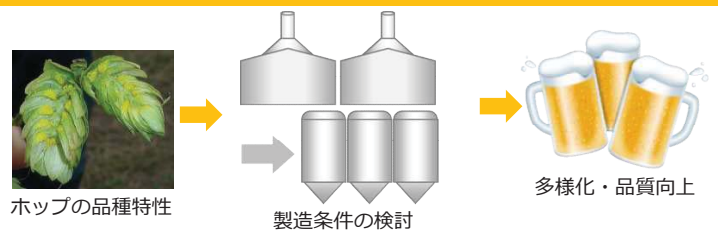


【施策の概要】

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

日本ワイン独自の「テロワール」を解明

日本産ビールに関する研究



【施策の概要】

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

日本産ビールの多様化・品質向上に寄与

令和2年6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、令和2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^(注)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」（令和2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。

(資料) 令和2年度酒類等安全確認調査の実施について

- 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。

令和2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、令和2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は放射性セシウムについて 100 Bq/kg です。

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」(令和2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。

61 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。

○ 国税局及び酒類指導官設置署等一覧表(令和2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、四谷、新宿、小石川、本郷、中野、杉並、荻窪	101-8464	千代田区神田錦町3丁目3番地	03-4574-5596
品川	芝、麻布、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	東京上野、本所、向島、江東西、江東東、足立、西新井、葛飾、江戸川北、江戸川南	111-8602	台東区蔵前2丁目8番12号	03-3862-7111
豊島	王子、荒川、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	大阪府中央区大手前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	大阪府中央区谷町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、杵岐、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】

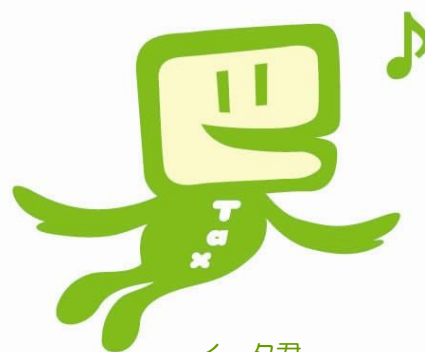
設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
熊本西	熊本東、八代、人吉、玉名、天草、山鹿、菊池、宇土、阿蘇	860-8624	熊本市西区春日2丁目10番1号 熊本地方合同庁舎B棟	096-355-1181
大分	別府、中津、日田、佐伯、臼杵、竹田、宇佐、三重	870-8616	大分市中島西1丁目1番32号	097-532-4171
宮崎	都城、延岡、日南、小林、高鍋	880-8666	宮崎市広島1丁目10番1号	0985-29-2151
鹿児島	川内、鹿屋、出水、指宿、種子島、知覧、伊集院、加治木、大隅	890-8691	鹿児島市荒田1丁目24番4号	099-255-8111
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
 - ・ 二十歳未満の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）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。

MEMO

Lined area for writing the memo content.

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。