

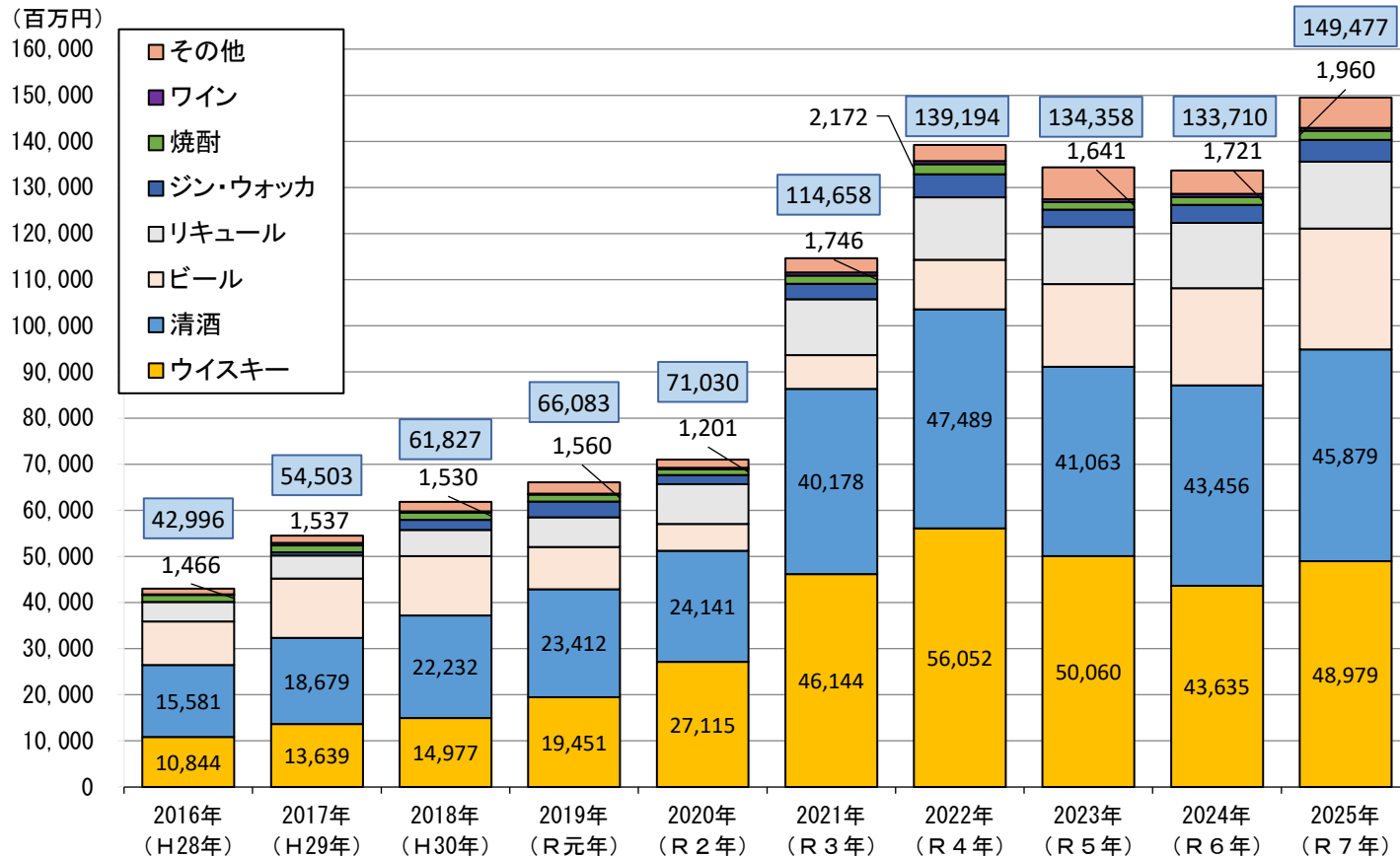
日本産酒類に係る
新たなクールジャパン戦略関連の取組について

令和8年3月19日
国 税 庁

最近の日本産酒類の輸出動向について

(2026年2月作成)

○ 2025年の輸出金額は、過去最高の1,495億円(対前年比+11.8%)。
 ○ ほぼすべての品目で前年比増となり、特にビール、リキュールについては過去最高額となった。単月ベースでは、2024年8月から17か月連続で前年同月比増を達成。



○ 品目別輸出金額 (単位: 百万円)

品目	2024年	対前年増減率	2025年	対前年増減率
ウイスキー	43,635	▲12.8%	48,979	+12.2%
清酒	43,456	+5.8%	45,879	+5.6%
ビール	21,045	+17.5%	26,265	+24.8%
リキュール	14,191	+14.1%	14,471	+2.0%
ジン・ウォッカ	3,912	+4.1%	4,750	+21.4%
焼酎	1,721	+4.8%	1,960	+13.9%
ワイン	643	+13.4%	603	▲6.2%
その他	5,109	▲26.3%	6,571	+28.6%
合計	133,710	▲0.5%	149,477	+11.8%

○ 輸出金額上位10か国・地域 (単位: 百万円)

国・地域	2024年	対前年増減率	2025年	対前年増減率
中華人民共和国	24,471	▲23.9%	29,230	+19.4%
アメリカ合衆国	26,468	+11.6%	27,700	+4.7%
大韓民国	16,938	+18.7%	19,384	+14.4%
台湾	15,943	+18.0%	17,414	+9.2%
シンガポール	7,757	+0.8%	9,999	+28.9%
香港	10,313	+9.2%	9,295	▲9.9%
オランダ	7,780	+15.9%	7,476	▲3.9%
オーストラリア	4,371	▲33.6%	5,897	+34.9%
フランス	3,712	▲26.7%	4,876	+31.4%
カナダ	2,342	+36.0%	2,871	+22.6%
(参考)EU・英国	15,462	▲5.5%	16,600	+7.4%

○ 2025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)	93.2	131.4	138.1	147.7	133.2	132.9	118.4	115.7	118.6	116.5	115.0	133.9	1,494.8
対前年比 (%)	+8.3	+26.3	+16.9	+15.9	+21.3	+8.6	+5.7	+10.9	+3.5	+3.3	+12.9	+8.4	+11.8

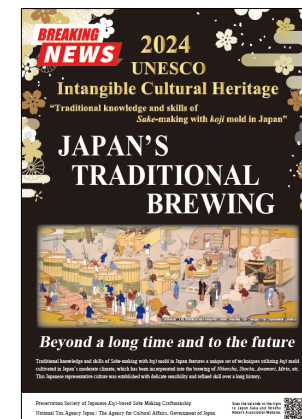
出典: 財務省貿易統計

「伝統的酒造り」のユネスコ無形文化遺産登録を踏まえた魅力発信

- 令和6年12月に日本の「伝統的酒造り」がユネスコ無形文化遺産に登録されたことを踏まえ、2025日本国際博覧会（大阪・関西万博）でのPRブースの設置のほか、「伝統的酒造り」シンポジウムの開催、ALT（小中学校等の外国語指導助手）等向けの酒蔵見学ツアーの開催等、国内・国外（インバウンド含む）に向けた様々な周知広報を実施。

○ ユネスコ無形文化遺産への提案・登録

- 令和5年3月 ユネスコ事務局に提案書を再提出（令和4年3月当初提出）
- 令和6年6・9月 ユネスコ評価機関会合
- 令和6年11月 ユネスコ評価機関による評価結果公表
- 令和6年12月 **ユネスコ政府間委員会において無形文化遺産代表一覧表への「記載」（登録）が決定**



○ 「伝統的酒造り」に関する主な周知広報事業



(PR動画（多言語対応）の制作)



(大阪・関西万博でのPRブース出展)



(国内での「伝統的酒造り」シンポジウムの開催)



(海外での「伝統的酒造り」シンポジウムの開催)



(航空機シートモニタ等の広告出稿)



(ALT等向け酒蔵見学ツアーの開催)



酒類事業者向け補助金

- 商品の差別化・高付加価値化に向けた、酒類事業者によるブランド化の取組や海外展開・酒蔵ツーリズムに関する取組を支援し、日本産酒類の一層の輸出拡大を図り、酒類業の健全な発達を促進する。

【活用事例】

山梨銘醸株式会社（山梨県）

SDGsに基づいたグローバル展開戦略

- ・世界を代表するフランス料理界の巨匠、アラン・デュカス氏と連携して、酒粕を活用したスピリッツを開発し、PRを実施
- ・商品ストーリーを感じられるプロモーションビデオを作成することで、SNSやHPによる情報発信力を強化



播磨広域連携協議会（兵庫県）

「GIはりま」認知度向上プロジェクト

- ・フランスの国際展示販売会会場で2つ星レストランのシェフソムリエを講師としたペアリングイベントを開催
- ・フランスの現地雑誌やSNSを活用した情報発信により「GIはりま」のブランドイメージを確立



文本酒造株式会社（高知県）

日本酒文化探訪できる蔵人体験ツアー

- ・地域の米農家と連携し、原料米の生産背景から酒造りの工程までを一体的に理解できる体験を提供
- ・酒造りにまつわる背景情報を多言語で伝えるARガイドシステムを整備し、インバウンドを含む旅行者が利用しやすい環境を構築



株式会社木内酒造1823（茨城県）

バーカウンター付きバスで巡る産業観光ツアー

- ・自社で保有する観光バスを改造してバーカウンターを設置し、車内で飲酒しながら複数ある自社の製造拠点を巡る観光バスツアーを開催
- ・独自性を活かすことで、他社には真似できない特別な体験を提供



酒類の地理的表示の指定状況

➤ 酒類の地理的表示（G I）※の指定によって、国内外に対して日本各地の特色ある酒類が広く認知され、日本産酒類のブランド価値向上を図ることを目的とする。今後とも、新規G Iの指定や既存G Iの更なるブランド価値向上に向けた取組等を通じて、G Iの普及・活用を推進していく。

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

