

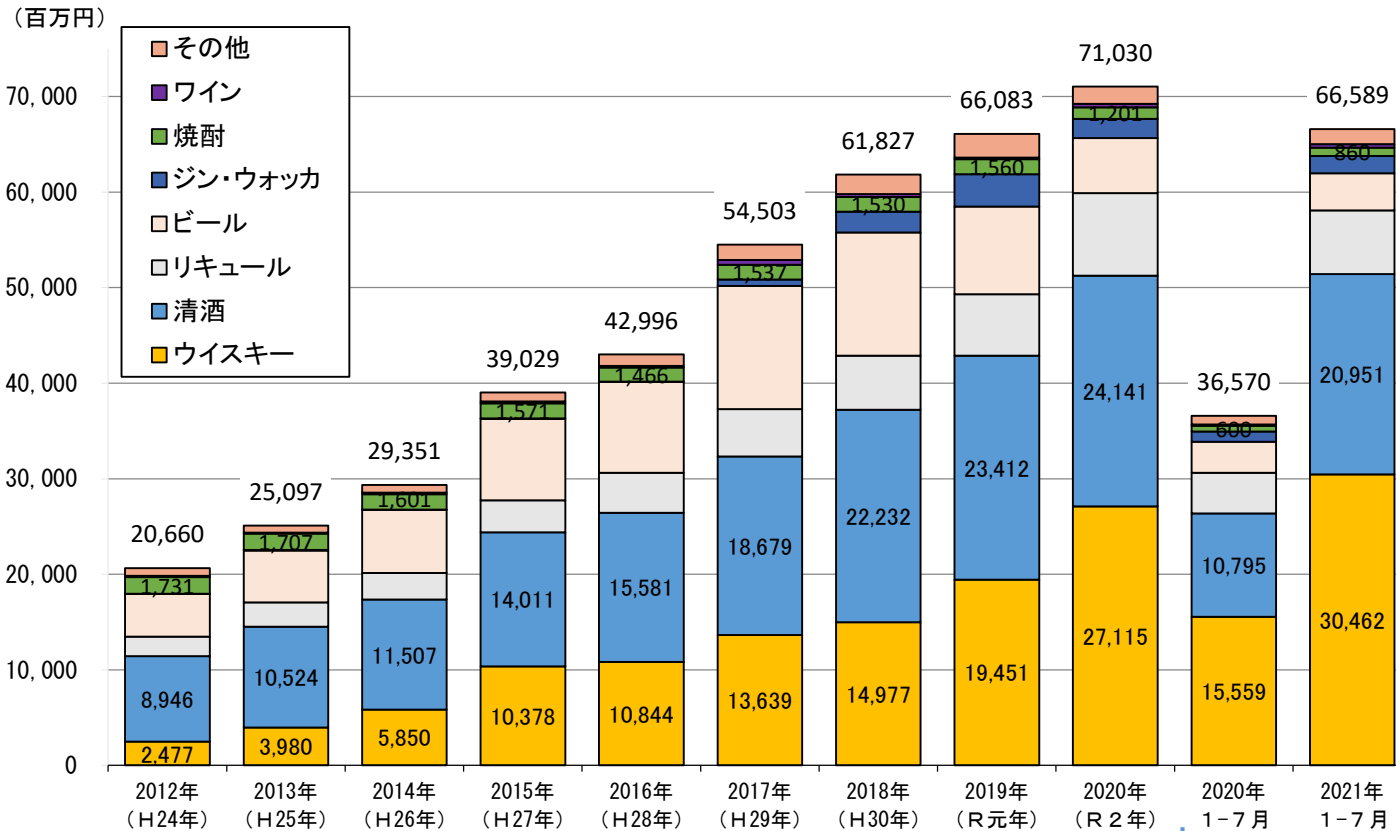
日本産酒類における
クールジャパン関連の取組について

令和3年9月10日
財 務 省

最近の日本産酒類の輸出動向について

(2021年7月時点)

- 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。
- 2021年1月から7月までの輸出金額は約666億円(対前年同期82.1%増)となり、好調に推移。
- 品目別にはウイスキーや清酒が、国・地域別には中国やアメリカ、香港が輸出を牽引。



○品目別輸出金額 (単位:百万円)

品目	2020年	対前年増減率	2021年(1-7月)	対前年同期増減率
ウイスキー	27,115	+39.4%	30,462	+95.8%
清酒	24,141	+3.1%	20,951	+94.1%
リキュール	8,623	+33.9%	6,676	+56.1%
ビール	5,772	▲37.0%	3,890	+20.6%
ジン・ウォッカ	2,019	▲40.7%	1,810	+68.1%
焼酎	1,201	▲23.0%	860	+43.4%
ワイン	348	+99.8%	349	+133.5%
その他	1,811	▲26.9%	1,590	+79.7%
合計	71,030	+7.5%	66,589	+82.1%

○輸出金額上位10か国・地域 (単位:百万円)

国・地域	2020年	対前年増減率	2021年(1-7月)	対前年同期増減率
中華人民共和国	17,292	+70.9%	19,385	+149.5%
アメリカ合衆国	13,840	▲11.6%	14,853	+70.1%
香港	9,975	+59.5%	8,157	+75.7%
台湾	6,541	+5.5%	5,080	+45.8%
フランス	3,185	▲7.4%	3,256	+96.5%
シンガポール	3,829	+11.2%	3,118	+55.1%
オランダ	3,062	▲15.1%	2,622	+10.0%
オーストラリア	2,617	+14.2%	2,374	+71.7%
大韓民国	1,919	▲68.8%	1,541	+43.1%
カナダ	992	▲2.5%	777	+38.8%
(参考)EU・英国	7,975	▲12.9%	7,344	+48.4%

○2021年の輸出金額の推移

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
輸出金額 (億円)	76.6	80.0	102.5	107.9	92.4	104.3	102.2	-	-	-	-	-	665.9
対前年同期比 (%)	+52.9	+43.0	+84.5	+105.6	+139.2	+88.8	+76.9	-	-	-	-	-	+82.1

出典:財務省貿易統計

「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」に基づき、日本産酒類の一層の輸出拡大を図るため、海外販路の拡大及び認知度向上等を同時に実現するための輸出促進施策を加速・強化。
 更に、ポストコロナの好機を的確に捉え、酒類業構造転換支援等を新たに実施し、国内向け施策と輸出促進施策を両輪として展開。
 （※ ○は令和3年度当初予算、◎は令和2年度第3次補正予算）

国内向け施策

酒類業構造転換支援

新規

【3次補正 6.0億円】

（補助対象となる取組）

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

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

輸出促進施策

海外販路拡大に向けた取組

【R3 3.3億円、3次補正 4.0億円】

- ◎ 消費者の嗜好等を把握するための市場調査 拡充
- ◎ 海外拠点におけるコーディネーター設置・活用 拡充
- 海外大規模展示会においてジャパブースを設置
- 海外商談会の実施、海外バイヤーの招へい
- 輸出商社・卸と酒類製造者等のマッチング等支援（日本産酒類輸出促進コンソーシアム） 拡充
- 沖縄振興の観点から琉球泡盛等のプロモーション等

認知度向上等に向けた取組

【R3 10.3億円、3次補正 3.1億円】

- 海外需要を積極的に取り込み輸出拡大につなげるため、酒類事業者による商品のブランド化や酒蔵ツーリズム推進に係る取組を支援 拡充 新規
- 地理的表示(GI)シンポジウム等の開催 拡充
- ジャパンハウス等を活用した日本産酒類のPR 拡充
- 海外の酒類専門家の招へい（酒蔵視察等） 拡充
- ◎ 日本酒等のユネスコ無形文化遺産登録に向けた調査及び保存・活用体制の整備 新規 等

（注）この他に令和3年度予算において、以下を計上。

- ・ 酒類総合研究所に対する運営費交付金【10.4億円】（ブランド価値向上等に資する研究、国内外への情報発信強化等）
- ・ 日本酒造組合中央会の國酒振興事業に対する補助金【6.0億円】（イベント等を通じた消費者に対する情報発信、技術継承のための勉強会等）

日本産酒類輸出促進コンソーシアム (0.7億円 (0.8億円))

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。
(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



(セミナー)

※令和2年度は全13回で延べ513社が参加



(専門家による個別相談)



② 商談会の実施



(商談会)

※令和2年度は全13回で延べ126社が参加



(オンライン商談会)

【開催実績】

■ 令和3年度 (全13回実施予定)

第1回 6月25日

- ・ 日本産酒類をめぐる海外市場の動向
- ・ 中国の日本産酒類の市場と越境ECの取組み

第2回 7月28日

- ・ ニューヨークを中心とした日本産酒類の市場動向
- ・ インバウンド需要から見た日本酒プロモーション

第3回 8月18日

- ・ 韓国の市場動向
- ・ 卸売事業者の輸出戦略

■ 令和2年度 (全13回実施) ※第3回以降、オンラインで実施

《令和2年度に開催されたセミナーのテーマ》

- ・ 各国 (地域) の市場動向
(中国、米国、香港、台湾、東南アジア、ヨーロッパ等)
- ・ 有望な海外市場と輸出の取組み方
- ・ 輸出商社を通じた輸出への取組み方
- ・ 最近の海外市場とコロナ後の展望
- ・ オンライン商談時代の対応方法
- ・ GI (地理的表示) 取得と海外輸出戦略
- ・ クラフトビールの海外展開
- ・ 日本の焼酎・泡盛を世界のSHOCHU・AWAMORIへ

日本産酒類の輸出に取り組む者の更なる拡大を目的として、輸出の経験の無い者でも手軽に参加ができるよう、日本にいながらにして海外バイヤーと商談を行っていただくための「オンライン商談」を実施する。

※ 言語や輸出手続きについてのサポートの観点から、適切な中間流通事業者と連携できるよう、日本産酒類輸出促進コンソーシアムの枠組みも活用することを検討。

【実施方法】

- 商談の成功率を上げるため、海外バイヤーと参加事業者のニーズを事前に把握し、マッチングに活用する。
- 海外バイヤーに事前に酒類サンプルを送付した上で、オンラインコミュニケーションツール「ZOOM」などを使用した商談会を実施。(通訳者付)
- 商談会への参加は無料。

【本年度実施するオンライン商談会のポイント】

- 海外バイヤーは、現地の特定市場で有力なシェアを有する企業のほか、少量高付加価値の酒類の取り扱いを希望する者など、多様なニーズを有するものを選定する。
- 海外バイヤーの選定は、酒類輸出コーディネーターからの推薦も活用する。
- 事業者が参加しやすいよう、日本産酒類輸出促進コンソーシアムの枠組みを活用し、国内での売買取引と同等の手順により輸出ができるような仕組みの構築を目指す。

【実施期間 (予定)】

- 令和3年11月頃から2月頃までに合計3回実施。
実施に当たっては、海外バイヤーリストを公表した上で、参加事業者を募集する。



日本産酒類海外展開支援事業費補助金 (ブランド化・酒蔵ツーリズム補助金) (7億円(7億円))

関連する柱:②

施策概要

日本産酒類の輸出促進のため、

- ① 酒類事業者による商品等の高付加価値化やブランド戦略策定の取組を支援する。
- ② 酒類事業者による酒蔵ツーリズムプラン策定、他産業との連携に係る取組を支援する。

(※) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響も踏まえ、国内又は国内に居住する者等向けの事業も対象とする(但し、将来的な海外展開やインバウンド需要の開拓を目的とするものに限る。)。

<補助内容>

- ・ 補助対象者：酒類事業者(製造業者、卸売業者、小売業者)又は酒類事業者を一者以上含むグループ
- ・ 補助対象経費(例)：謝金、通訳・翻訳費、資料購入費、展示会等出展費等
(注) 通常業務に要する費用は補助対象外 (※)
- ・ 補助率：補助対象経費の1/2、1件当たり1,000万円上限、100万円下限

(注) 下線部が第3期公募で拡充した箇所

(※) 第2期までは200万円下限

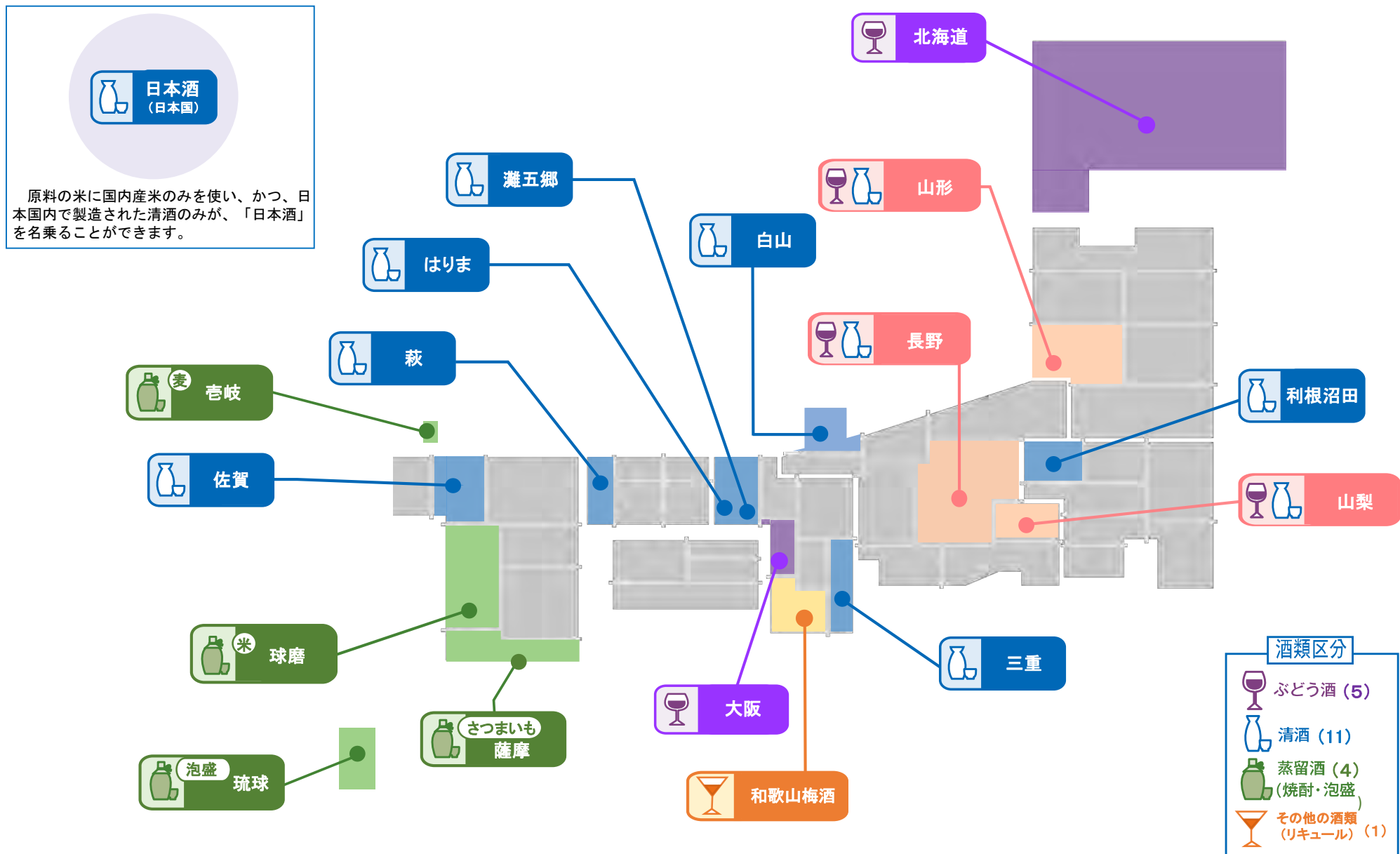
実施状況

- 第1期公募(令和3年2月1日(月)～3月11日(木)) 応募件数：152件、採択件数：70件
- 第2期公募(令和3年5月6日(木)～5月27日(木)) 応募件数：55件、採択件数：24件

今後のスケジュール(予定)

- 令和3年7月30日(金)～9月3日(金)：第3期公募期間
- 令和3年10月以降：第3期事業開始

酒類の地理的表示の指定状況①



注 地図上では、都道府県単位で着色を行っており、必ずしも産地の範囲と一致しているわけではありません。

酒類の地理的表示の指定状況②

	名称 ※1	産地の範囲	指定日等 ※2
1	 壱岐	長崎県壱岐市	平成7年6月30日
2	 球磨	熊本県球磨郡、 人吉市	平成7年6月30日
3	 琉球	沖縄県	平成7年6月30日 (変更 令和2年9月14日)
4	 薩摩	鹿児島県(奄美市、 大島郡を除く)	平成17年12月22日
5	 白山	石川県白山市	平成17年12月22日
6	 山梨	山梨県	平成25年7月16日
7	 日本酒	日本国	平成27年12月25日
8	 山形	山形県	平成28年12月16日
9	 灘五郷	兵庫県神戸市灘区、 東灘区、芦屋市、西宮市	平成30年6月28日 (変更 令和2年8月17日)
10	 北海道	北海道	平成30年6月28日
11	 はりま	兵庫県姫路市 他21市町 ※3	令和2年3月16日

	名称※1	産地の範囲	指定日等 ※2
12	 三重	三重県	令和2年6月19日
13	 和歌山梅酒	和歌山県	令和2年9月7日
14	 利根沼田	群馬県沼田市、利根郡 片品村、川場村、昭和村、 みなかみ町	令和3年1月22日
15	 萩	山口県萩市、 阿武郡阿武町	令和3年3月30日
16	 山梨	山梨県	令和3年4月28日
17	 佐賀	佐賀県	令和3年6月14日
18	 大阪	大阪府	令和3年6月30日
19	 長野	長野県	令和3年6月30日
20	 長野	長野県	令和3年6月30日
21	 山形	山形県	令和3年6月30日

※1 名称は、指定日順に記載。なお、指定日が同一の場合は、名称の五十音順に記載。更に、名称が同一の場合は、酒類区分(ぶどう酒、清酒、蒸留酒、その他の酒類)順に記載。

※2 変更は、平成27年10月に見直した「酒類の地理的表示に関する表示基準」に基づく変更のみ記載。

※3 兵庫県相生市、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

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）

「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。

経済財政運営と改革の基本方針2021（令和3年6月18日閣議決定）

日本酒、焼酎・泡盛等のユネスコ無形文化遺産への登録を目指す。

成長戦略フォローアップ（令和3年6月18日閣議決定）

日本酒、焼酎・泡盛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。

上記政府方針等を受けて、国税庁では、文化庁や「日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術の保存会」等とも連携して、醸造技術等の調査及び保存・活用体制を整備し、登録に向けた取組を加速する。

令和2年度第3次補正予算による取組

1 醸造技術等の外部委託調査

国税庁では、ユネスコ登録に向けた検討等に資するため、以下の外部委託調査を実施

- 日本の伝統的なこうじ菌を使った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、及び全国各地の杜氏等に対するヒアリング調査
- 海外におけるユネスコ無形文化遺産に登録されている酒類等についての文献調査

2 機運醸成事業

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、ポスター、リーフレット等の作成や「日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術の保存会」等とも連携した効果的な事業を実施

（参考1）担い手団体の設立

- ユネスコ無形文化遺産登録に向け、日本酒、焼酎・泡盛等の日本の伝統的な酒造り技術の担い手により、当該技術の保存・活用及び発展のための活動を目的とした「日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術の保存会」が令和3年4月16日に設立。

（参考2）文化庁との取組

- 食文化を含む幅広い文化財の保存・活用を図る改正文化財保護法が令和3年4月16日に成立し、そのうち登録無形文化財・登録無形民俗文化財に関する規定が同年6月14日に施行されたことから、文化庁と協力し、早期に日本酒、焼酎・泡盛等の醸造技術について、登録を目指す。

令和4年度予算概算要求(酒類業振興関係)の概要【計22.7億円(1. 新市場創造関係 13.2億円) 2. 輸出促進関係 22.5億円】

1. 新市場創造関係 (1)~(3):13.2億円

※カッコ内はR3当初予算

(1)新市場創造支援事業 要求額:13億円 (7億円)

※フロンティア補助金6億円(R2補)から新市場開拓支援事業費補助金6億円に改編

- ① 新市場開拓支援事業費補助金 **新規** 6億円
(対象となる取組)
 - ・ 商品の差別化による新たなニーズ獲得事業
 - ・ 販売手法の多様化による新たなニーズ獲得事業
 - ・ ICTを活用した製造・流通の高度化・効率化事業
 - ・ コロナ禍による市場環境変化への対応事業 **追加**
- ② 日本産酒類海外展開支援事業費補助金 7億円
(対象となる取組)
 - ・ 日本産酒類のブランディング事業
 - ・ 酒蔵ツーリズムによるインバウンド需要開拓事業

(2)若年層向けビジネスコンテスト **新規** 要求額:0.1億円 (一)

国内需要の掘り起こし、若者に支持される製品やサービス、更なる輸出拡大のための方策等のテーマについて若者の自由な発想で構築するビジネスプランを募集。優秀プランを表彰・公表。



(3)中小企業等経営支援経費 要求額:0.1億円 (0.1億円)

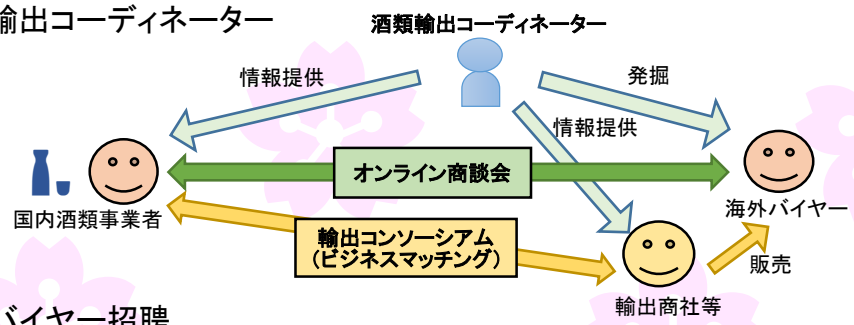
- ① 活性化・経営革新研修
- ② 事業承継セミナー **新規**
日ごろから酒類事業者と接触している国税局と専門的支援を行う中小企業庁の各種施策と連携し、幅広い場面に応じた支援が可能な体制を構築。

2. 輸出促進関係 (1)~(4):22.5億円

(1)新市場創造支援事業(再掲) **新規** 要求額:13億円 (7億円)

(2)海外販路開拓支援 要求額:5.2億円 (2.9億円)

- ① オンライン商談会等 **拡充**
- ② ビジネスマッチング
- ③ 酒類輸出コーディネーター
- ④ 海外バイヤー招聘
- ⑤ 海外市場調査



(3)国際的プロモーション 要求額:2.2億円 (2.5億円)

- ① ジャパンハウス等でのPR **拡充**
- ② 海外酒類専門家等育成 **一部新規**
海外の料理教室と連携し、日本産酒類と現地の食材のペアリングメニューの開発やレッスンを通じた認知度向上を実施等。
- ③ ユネスコ登録の機運醸成 **拡充**
日本酒等の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各種PR事業



(4)日本産酒類ブランド化推進 **拡充** 要求額:2.1億円 (1.3億円)

地理的表示(GI)酒類のブランド価値向上のため、酒販店や料飲店で消費者向けにサービスを行う者やソムリエ等の消費者への情報発信力がある者を対象としてシンポジウムを実施。
※ 琉球泡盛等のプロモーションを含む

(注)この他に令和4年度概算要求において、以下を計上。

- ・ 酒類総合研究所に対する運営費交付金【10.5億円】(ブランド価値向上等に資する研究、国内外への情報発信強化等)
- ・ 日本酒造組合中央会の國酒振興事業に対する補助金【6.5億円】(輸出戦略を踏まえた活動事業費、海外サポートデスクの増設、イベント等を通じた消費者に対する情報発信等)