

令和2年9月3日
クールジャパン戦略会議幹事会

国税庁 提出資料

成長戦略フォローアップ

6. 個別分野の取組

(1) KPIの主な進捗状況

《KPI》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5兆円とすることを
目指す。（2012年：4,497億円）
⇒2019年：9,121億円

(2) 新たに講ずべき具体的施策

v) 農林水産業全体にわたる改革とスマート農林水産業の実現

② 輸出の促進

- ・ 日本産酒類の輸出を促進するため、2020年度中に、海外向けブランド化や酒蔵ツーリズムのモデル事例の構築等を図るとともに、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開始する。

x) 海外の成長市場の取り込み

③ 日本の魅力を活かす施策

イ) クールジャパン

- ・ 日本産酒類の輸出拡大に向けて、文化的価値の評価や、地理的表示（GI）の活用を含めたブランド化の推進、販路開拓支援、国際的プロモーション、新商品開発への技術支援等を実施するほか、インバウンドとの相乗を図るため、酒蔵ツーリズムを推進する。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。

日本産酒類の競争力強化・海外展開推進事業【計17.5億円（令和2年度当初予算 12.8億円） （令和元年度補正予算 4.7億円）】

日本産酒類の更なる輸出拡大に向け、**販路開拓支援**、**国際的プロモーション**を強化。
更に、**新規にブランド化や酒蔵ツーリズムを推進**するほか、**酒類総合研究所による技術支援**を拡充。
また、国税庁酒税課に**輸出促進室**を新設。

① 令和2年度予算【12.8億円】

※ ☆印は、新規施策

販路開拓支援

- 海外大規模展示会においてジャパンプースを設置
- 海外商談会、海外バイヤーの招聘
- ☆ 海外にコーディネーターを設置し、新規取扱事業者等を開拓
- ☆ 海外の日本産酒類非取扱事業者に対して、セミナーを実施
- ☆ 関係機関と連携し、輸出商社・卸と酒類製造者のマッチング等を支援
- ☆ 主要国の市場調査（嗜好、価格、規制、品質管理等）

国際的プロモーション

- ジャパンハウス等を活用した日本産酒類のPR
- 海外の酒類専門家の招聘（酒蔵視察、レクチャー）
- 沖縄振興の観点から、泡盛のプロモーション
- 国際的イベントにおいて、日本産酒類PRブースを設置

日本産酒類ブランド化推進

- ☆ 海外でのブランド化に向けた取組（戦略構築、新商品開発、販路開拓等）を選定し、モデル事例の構築を支援
- 地理的表示（GI）のシンポジウムを実施

酒蔵ツーリズムの推進

- ☆ 酒蔵ツーリズム推進モデル地域を選定し、モデル事例の構築を支援

② 令和元年度補正予算【4.7億円】

日本産酒類ブランド化推進（技術支援）

- ☆ ブランド化に資する研究開発（酒類総合研究所）
 - ・ 日本酒、日本ワインにおけるテロワールの活用
 - ・ 日本の焼酎、クラフトジン、ウイスキーの品質上の強み

（注）この他に令和2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【9.5億円】（品質劣化防止や熟成による品質変化等の調査研究等）
- ・ 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】（海外展示会出展、国際空港での試飲・販売、全国・地域イベント等）

日本産酒類のブランド化推進事業・酒蔵ツーリズム推進事業

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）

輸出拡大やブランディングの推進に向けて、政府の取り組むべき施策を提言

日本産酒類の競争力強化・海外展開推進事業 **令和2年度予算【12.8億円】**

日本産酒類の更なる輸出拡大に向け、販路開拓支援、国際的プロモーションを強化。
更に、**新規にブランド化や酒蔵ツーリズムを推進**する。

日本産酒類のブランド化推進事業

酒蔵ツーリズム推進事業

モデル事例の構築を支援

- 令和2年3月から募集を開始し、ブランド化182件、酒蔵ツーリズム122件の応募
- 外部有識者による審査の上、ブランド化24件、酒蔵ツーリズム16件
計40件のモデル事例の対象を選定
- モデル事例の対象とならなかったプロジェクトに対しても、専門家による助言を実施

海外販路開拓支援事業 オンライン商談会（香港）

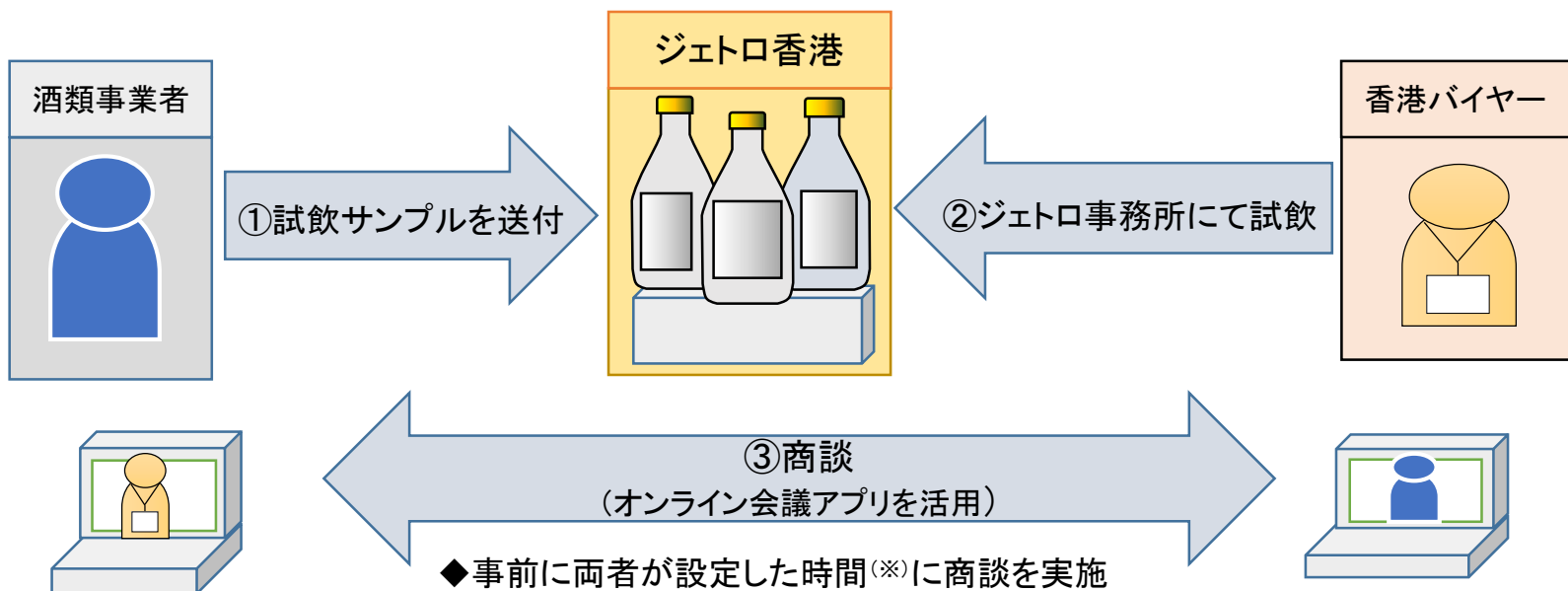
目的：新型コロナウイルス感染拡大に伴い、各国での展示会が中止・延期となり、海外への販路開拓の機会を逸していることから、海外バイヤーと商談する機会を提供し、販路開拓を支援する。

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での商談実施が困難であることから、事前に試飲サンプルを送付し、バイヤーに試飲をしてもらった上で、関心を持ったバイヤーと日本にいながらにして商談を行う「オンライン商談会」を1か月程度の間、随時実施する。

（まずは香港のバイヤーを対象に令和2年11月～12月に実施予定）

（注）アジア最大級の酒類専門見本市「Hong Kong International Wine & Spirits Fair 2020」（令和2年11月5日～7日）に酒類を出品し、オンライン商談を行う機会を提供する準備を進めていたが、同見本市の開催が中止となる可能性が高まったため実施するもの。

＜オンライン商談会イメージ＞



(※)1か月の間で両者の都合が良い時間で柔軟に設定可能

＜商談会のポイント＞

ジェトロ香港事務所に試飲サンプルを配置。興味のあるバイヤーはジェトロ香港事務所に訪問し、試飲をした上で商談を実施。

(商談イメージ)



【出典】ジェトロHP 4

日本産酒類輸出促進コンソーシアム

令和2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、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・酒造組合等が参加する「日本産酒類輸出促進コンソーシアム」を立ち上げ

専門家によるセミナー・個別相談



(セミナー)



(専門家による個別相談)

商談会の実施



(商談会)



(オンライン商談会)

※ これまでに、実地（リアル）によるセミナー＆商談会を2回開催。
新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえ、第3回はオンラインにより開催。
今後はオンラインを中心に全12回の開催を予定。

【その他支援メニューの例】

- 個別相談、助言・情報提供
- 専門家によるマンツーマン支援
- 地域商社等の取組支援
- 海外見本市への出展支援
- 海外商談会の実施
- 海外バイヤーの招聘
- ECサイトでの取扱い
- プロモーション支援
- 海外コーディネーターによる新規取扱事業者の開拓
- クールジャパン機構の投資先の活用