

「日本産酒類の輸出促進に向けた課題及び対応方針について」

アクションプラン	番号	取組事例
1. 現状及び取組状況		
(1) 認知度向上のための情報発信 【担当】外務、国税、農水、観光	1 - (1)	国際会議等でのプロモーション 日本食・日本文化の紹介と連動したプロモーション 主要な国際空港でのキャンペーン 酒蔵ツーリズムの推進 在外公館赴任予定者を対象とした研修 外国人を対象とした広報活動
(2) 商流確立・拡大のための支援等 【担当】外務、総務、国税、農水、経産、観光	1 - (2)	輸出に必要な情報・ノウハウの提供 商品のブランド化支援 有望輸出事業者の発掘・育成 専門人材の派遣 海外見本市への出展支援 国内商談会や海外でのパートナー等とのマッチング支援
(3) 輸出先国における障害除去・緩和 【担当】国税、農水	1 - (3)	輸出障害事項の解消・緩和 原発事故に伴う輸入規制の緩和・撤廃
(4) 関係府省等の取組の情報周知・利用促進 【担当】知財、国税、観光	1 - (4)	-
2. 今後の課題と対応方針		
(1) 海外の伝道師育成		
イ. 海外の専門家に対する教育 【担当】国税、農水	2 - (1) - 1	日本への招へい、日本からの講師派遣 海外の教育機関等の活用
ロ. 教育の質の確保 【担当】国税	2 - (1) - 2	多言語によるテキスト作成 関係機関、民間主体の講義等における連携
ハ. 日本滞在外国人に対する啓発 【担当】国税	2 - (1) - 3	在京大使館員等を対象とした酒蔵見学会の開催
(2) 外国人に分かりやすい表示の検討 【担当】国税	2 - (2)	分かりやすい表示の検討 現地に合わせたボトル・ラベルの検討 魅力を伝えるラベル、ボトル等を開発できる環境整備
(3) 発信力の強化		
イ. 品質確保及びブランド力の向上 【担当】国税	2 - (3) - 1	全国新酒鑑評会の充実 酒類が「日本産」であることを示す表示の明確化 地理的表示制度の強化・活用
ロ. インターネット、海外メディアの活用 【担当】農水、経産	2 - (3) - 2	ホームページの多言語化 海外メディアを通じたプロモーション 販売拠点等の整備
(4) 輸出戦略策定及び推進体制の構築	2 - (4)	-

担当省庁は、第4回「日本産酒類の輸出促進連絡会議」（H27.9.17）の参考資料2における、関係省庁等の取組を基に、事務局において便宜的に割り振っています。当該割り振りの記載に限定することなく、記載可能な取組があれば適宜記載してください。

日本産酒類の輸出促進に向けた課題及び対応方針について

1. 現状および取組状況

日本産酒類の輸出促進にあたっては、関係府省、関係機関及び業界において、次のような様々な取組を実施しているところであり、平成25年の日本産酒類の輸出金額は、過去最高の251億円（対前年比121.6%）となった。

(1) 1-(1) 認知度の向上のための情報発信

日本産酒類の認知度向上のため、国際会議や外交上のレセプション・会食でのプロモーション、日本食及び日本文化の紹介と連動したプロモーション、主要な国際空港でのキャンペーン、国内における酒蔵ツーリズム等の取組を実施している。また、日本産酒類をはじめとする日本食・食文化の普及のため、在外公館赴任予定者を対象にした研修や外国人を対象にした広報活動も行っている。

(2) 1-(2) 商流の確立と拡大のための支援等の取組

商流の確立と拡大のため、日本産酒類の輸出を目指す国内事業者を対象とし、関係府省及びJETROが中心となり、輸出に必要な情報・ノウハウの提供、商品のブランド化の支援を行っている他、有望輸出事業者の発掘・育成、専門的な知識を持った人材の派遣等を実施している。また、海外見本市への出展、国内商談会、海外でのバイヤー等とのマッチング支援等を行っている。

(3) 1-(3) 輸出先国における障害除去・緩和への取組

輸出にあたって障害となっている事項（容器容量規制等）の解消・緩和のため、外交交渉等を通じた働きかけを実施している。また、東日本大震災による原発事故に伴う諸外国・地域の日本産酒類に対する輸入規制に対し、政府一体となって規制の緩和・撤廃に向けて働きかけている。

(4) 1-(4) 関係府省及び関係機関の取組に関する情報の周知及び利用の促進

日本産酒類の輸出促進に向けて、官民の連携を深めるため、関係府省及び関係機関の支援事業の取組について、業界団体及び事業者に対し情報の周知及びその利用の促進を図っている。

2. 今後の課題と対応方針

今後、成長戦略における輸出目標を達成するため、日本産酒類の一層の輸出拡大を目指す必要がある。1. のような現状の取組に加え、業界を中心に関係者間の連携をより深め、オールジャパンとして知恵やノウハウを結集し戦略的な取組を進めていく必要がある。その際、具体的には、次のような方針で取組を行う。

(1) 海外の伝道師育成

世界に向けて日本産酒類を広めていくためには、海外において日本産酒類の正しい知識を有した人材の育成が必要不可欠である。このためには質の高い教育、セミナー等を通じて、世界中で日本産酒類の伝道師を育成するような取組及び環境作りが必要である。

イ. 2-(1)-1 海外の専門家に対する教育

酒類の専門家や飲食業関係者は、職業上、酒類に関する知識を有しており、日本産酒類の伝道師としての活躍が期待される。

これらの専門家や関連業者に対して、日本への招聘あるいは日本からの講師派遣等を通じて、日本酒の製造工程やその特徴、官能評価等について講義を行うことは、伝道師育成の取組として非常に有効である。その際、日本国内にて実際の製造現場を見学してもらうこと、周辺の文化も含めた日本酒の講義を提供することも有益である。

今後、関係府省、関係機関及び業界が連携し、海外における教育機関等も活用しつつ、情報発信も含め専門家向けの教育に注力し、継続的な取組を行うことが必要である。

ロ. 2-(1)-2 教育の質の確保

人材を育成する上では、日本産酒類に関する基礎知識を掲載した教材の活用や正しい知識を有する専門家による指導等により、高い水準で教育の質が確保される必要がある。このため、現在、業界団体及び公的機関により多言語による日本酒に関するテキスト等が作成されているが、これらを基本とし、関係機関や民間が主体となる講義やセミナーにおいてもより一層連携を深め、正しい知識を提供することにより、今後も引き続き、外国人に対する日本産酒類全般に関する教育の質を確保していくことが必要である。

ハ. 2-(1)-3 日本滞在外国人に対する啓発

日本に長期間滞在する外国人は、日本文化に触れる機会が多く、潜在的に日本産酒類を海外で広める伝道師の役割を果たす可能性が高いことから、そうした人達が日本産酒類に親しむ機会を拓けていくことが重要である。このため、在京大使館員等を対象にした、酒蔵の見学会の開催等の取組もはじめられているが、今後はその対象をより拡大しつつ継続していく必要がある。

(2) 2-(2) 外国人にも分かりやすい表示の検討

海外に輸出されている日本酒・焼酎等の日本産酒類のラベル表示については、日本語のまま記載されているものが多く、その味や香り等の特徴が一見して分かりにくいいため、外国人にとってはラベル表示が理解しにくいという問題がある。今後更なる輸出拡大を目指す上では、酒の産地、原料、品質や味わい（甘辛度・香り等）の違いが、外国人にも一目で判別できるような分かりやすい表示の在り方を検討するとともに、それらを日本語のみならず、多言語で表示することが重要である。また、外国人が手に取り、購入したいと思えるような魅力的なデザインかつ、海外の流通及び消費慣行にあわせたボトル及びラベルを検討することも、輸出を促進していく上での重要なポイントである。

関係府省、業界団体及び業界が連携して、ラベル表示やボトル形状等についての外国人の嗜好や地域特性に関する情報を収集するとともに、そうした情報を活かして、酒類業者が外国人に対して酒類の魅力を伝えられるようなラベル、ボトル等を開発できる環境を整備する必要がある。

(3) 発信力の強化

日本産酒類の魅力を世界に広めていくためには、その品質とともにブランド力を向上させることが重要である。また、世界に向けて発信していくためには、現在実施している様々なイベント等におけるプロモーションに加え、今後はインターネットや海外のメディアを通じた発信も有用と考えられる。

イ. 2-(3)-1 品質の確保及びブランド力の向上

日本産酒類のブランド力向上のためには、品質の確保が必須であることから、製造者の技術力の維持強化の支援や、輸出促進等に資する品質確保のための技術開発の支援等を実施する必要がある。特に、公的機関による酒類の品質評価については、日本産酒類の品質向上及び競争力強化に繋がることから、現在実施されている全国新酒鑑評会での品質評価の取組を充実させていくなど、新しい課題にチャレンジしていく必要がある。

また、ブランド力向上の取組の一環として、日本産酒類を示す統一マークの作成や、日本酒の定義の明確化等、酒類が「日本産」であることを示す表示を明確化し、「日本産」をPRすることは非常に有効である。

さらに、フランスワインにおける「ブルゴーニュ」や「ボルドー」のように、その地域的ブランド力を高めるための「地理的表示制度」を強化及び活用することによって、日本産酒類の知名度を高めていくことも重要である。

ロ. 2-(3)-2 インターネット、海外メディアを通じた情報発信等

日本産酒類を海外の消費者に認知してもらうためには、インターネットや海外のメディア等の発信力の高い媒体を活用し、専門的知識を有する人のみならず、多くの人が気軽に情報を受け取れるようにしていくことが非常に効果的である。

そのため、業界および各製造業者においてはホームページの多言語化を進めるとともに、業界による海外メディアを通じたプロモーションを強化する必要がある。また、海外の消費者が日本産酒類を購入する上で参考となる販売拠点や取り扱われる酒類の内容等に関する情報発信についても整備していくことが重要である。

(4) 2-4) 輸出戦略策定及び推進体制の構築

酒類市場は国や地域ごとに制度や流通形態が異なるだけでなく、食文化や伝統等を背景に嗜好も異なることから、これらの市場情報を収集・分析したうえで、どの地域にどのような商品を輸出するのか等の戦略を策定することが必要となる。

このためには、関係府省およびJETROにおいて、海外の市場動向や輸出に関する情報を引き続き提供するなど、海外拠点のネットワーク等も活かし、有益な現地情報を業界に対して提供していくことが必要である。

さらには、これまで実施している様々な輸出の取組について、その効果を検証することも必要である。

また、業界においては、これらの情報を参考に、自らがターゲットとする市場に関して中長期的に継続して酒類を輸出していくための地域別輸出戦略を策定することが期待される。

特に、日本酒については、輸出金額の約4割を占めており、日本の代表的な酒として今後も輸出品目の中枢を占めて行くことが期待されている。しかしながら、現在、輸出に取り組んでいる清酒酒造業界は小規模製造業者が多く、自社でその戦略を策定するための人材、資金及び時間的余裕が乏しく、また、輸出に関する情報収集能力にも一定の限界がある。

そのため、清酒酒造業界と流通業界等が連携し、日本酒の効果的なPR・輸出のための輸出戦略の策定や、事業者の各取組間の連携の推進等、関係者間の連絡調整等輸出の推進体制を構築していくことが望ましい。また、こうした民間の輸出推進体制、政府の日本産酒類の輸出促進連絡会議、関係府省及び関係機関等が連携することにより、官民が一体となってより効果的に輸出促進に取り組んでいくことが重要である。

「日本産酒類の輸出促進に向けた課題及び対応方針について」 フォローアップシート

1 - (1) . 認知度向上のための情報発信

取組状況【1 - (1) . 認知度向上のための情報発信】		
省庁等		
	これまでの取組	
	今後の取組	
外務省 文化交流・ 海外広報課	<p><取組内容> 在外公館文化事業は、在外公館が管轄地域における対日理解の促進や親日層の形成を目的として外務省設置法に基づいて、外交活動の一環として主催(共催)する事業。食文化発信イベントとしても、現地の政府関係者、ビジネス関係者、報道関係者、一般人を対象に、日本産食材・日本酒の展示、日本食や料理技術、工芸和菓子に関するデモンストレーション、日本酒に関するレクチャー等を実施。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●在外公館文化事業(441百万円の内数)</p>	<p><取組内容> 引き続き左記の事業を実施。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●在外公館文化事業(309百万円の内数)</p>
外務省 在外公館課	<p><取組内容> 在外公館における任国要人との会食や天皇誕生日祝賀レセプション等で提供する等、日本産酒類を積極的にアピール(平成27年度は、平成28年1月末までに日本酒で約1万5,800本、日本ワインで約5千本を本省から在外公館に購送)。 また、在外公館赴任予定者を対象とした研修を実施(平成27年度は、平成28年2月までに4回の日本酒講座及び3回の日本ワイン講座を実施し、平成28年3月にもそれぞれ1回ずつ実施予定)。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●在外公館用の日本産酒類関連経費(84百万円)</p>	<p><取組内容> 引き続き在外公館における任国要人との会食や天皇誕生日祝賀レセプション等、効果的なタイミングをとらえて提供すること等を通じ、日本産酒類を積極的にアピール。 また、在外公館赴任予定者を対象とした研修を実施。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●在外公館用の日本産酒類関連経費(84百万円)</p>

取組状況【1 - (1) . 認知度向上のための情報発信】		
省庁等		
	これまでの取組	
	今後の取組	
外務省 地方連携推 進室	<p><取組内容> 地方自治体等が在外公館と共催し、在外公館施設を利用して実施する地域の物産や観光などのプロモーション活動を支援。平成27年度は10件実施(平成27年12月現在)。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●地方の魅力発信プロジェクト(在外公館施設利用)(-)</p>	<p><取組内容> 平成28年度も引き続き在外公館施設を利用したプロモーション活動を実施。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●地方の魅力発信プロジェクト(在外公館施設利用)(-)</p>
外務省 地方連携推 進室	<p><取組内容> 外務大臣が地方自治体首長と共催して、外務省の施設である飯倉公館において、在京外交団等に対して地方の魅力を内外に発信する事業。平成27年度はレセプションを4回実施。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●地方創生支援 飯倉公館活用・地方の魅力発信支援事業(23百万円)</p>	<p><取組内容> 平成28年度も引き続き地方自治体と共催して地方の魅力を発信するレセプションを実施する。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●地方創生支援 飯倉公館活用・地方の魅力発信支援事業(32百万円)</p>
国税庁 酒税課	<p><取組内容> 国際会議・イベント等の各国要人及びマスコミが集まる機会を活用し、日本食・日本文化と併せて日本産酒類の魅力をアピール(平成27年度は、国外5回、国内において2回実施。他省庁実施イベントを含む)。 また、在外公館赴任予定者を対象にした研修を3回実施したほか、酒蔵ツーリズム推進協議会において関係各所と情報を共有し、酒蔵を観光資源として更に活用。</p> <p><関連事業名(H27予算)> -</p>	<p><取組内容> 伊勢志摩サミットやリオ五輪等の国際会議・イベントの機会を活用し、各国要人及びマスコミ等に向けて日本産酒類の魅力をアピールするほか、引き続き在外公館赴任予定者への研修など、日本産酒類の普及・啓発に向けた取組を実施予定。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●日本産酒類の海外展開等の推進への取組(68百万円の内数)</p>

省庁等	取組状況【1 - (1) . 認知度向上のための情報発信】	
	これまでの取組	今後の取組
農林水産省 輸出促進課	<p><取組内容> ジャパン・ブランドの確立を目指す品目別輸出団体(一般社団法人全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会)の取組を支援。4カ国での日本酒の特徴・魅力等に関するセミナーを通じ、日本文化と合わせた日本酒のPRを実施。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●輸出に取り組む事業者向け対策事業(841百万円の内数)</p>	<p><取組内容> 現地の食事と合わせた飲み方等の提案、あるいは現地における日本酒関連のセミナーへの参加を通じ、効果的に日本酒のPRを実施。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●輸出に取り組む事業者向け対策事業(842百万円の内数)</p>
経済産業省 外務省 産課	<p><取組内容> 日本酒のラベルをスマートフォンで読み込むことで、各種PR情報(飲み方、背景のストーリー、地域情報など)を多言語発信することのできるアプリを開発(平成28年2月現在:19蔵元/79商品の情報を掲載)。 シンガポールにおいて開催されたASEAN最大級の日本食の見本市「Oishii Japan」にて、本アプリの実証を行うと共に、外務省より各国在外公館に対して本アプリの紹介に関する文書を発行。加えて「地方連携フォーラム」等の、日本酒の情報発信に関わりの深い在京大使館や自治体担当者が集まるイベントの機会を捉えPRを実施。</p> <p><関連事業名(H26補正予算)> ●クールジャパン分野に係る多言語情報伝達ITプラットフォーム構築事業(27百万円)</p>	<p><取組内容> 引き続き、事業者により参加する蔵元の拡大を実施。</p> <p><関連事業名(H28予算)> -</p>

省庁等	取組状況【1 - (1) . 認知度向上のための情報発信】	
	これまでの取組	今後の取組
経済産業省 外務省 産課	<p><取組内容> 新聞、雑誌、テレビなど海外メディア(のべ53メディア)を日本各地へ招へいし、日本産酒類6件を含む地域資源等計115件の取材を通じて、海外及び国内へその魅力を発信。</p> <p><関連事業名(H26補正予算)> ●ふるさと名物応援事業補助金(ふるさと名物発信等事業(海外情報発信事業))(100百万円)</p>	<p><取組内容> 海外メディアやブロガー等、日本の高品質なサービス等に関して好印象を与え、購買意欲や訪日意欲を沸き立たせるなどの影響力を持つ人材(インフルエンサー)を活用し、日本のサービスを含む地域資源等に関する情報を海外に向けて発信。</p> <p><関連事業名(H27補正予算)> ●サービス産業海外展開基盤整備事業費補助金(500百万円の内数:30百万円)</p>
酒類総合 研究所	<p><取組内容> 当所の英語版HPのレイアウトを大幅に変更するとともに、鑑評会、原発事故への対応、研究トピックス、清酒を紹介するリーフレット、Q&Aなどの更新または新規掲載を実施(平成27年4月)。リーフレット等の作成物はレセプションなどの機会を通じて積極的に活用。</p>	<p><取組内容> 今後も英語版HPの内容を充実させていく予定。</p>
観光庁 観光資源課	<p><取組内容> 国・空港会社・酒造業界が一丸となり、日本の食文化を発信する取組として、国際空港(成田・羽田・中部・関西)で、平成25年より「ニッポンを飲もう!「日本の酒キャンペーン」」を実施。これまで、延べ734の蔵元とともに延べ15万人以上(平成28年1月31日現在)の外国人旅行者に対してお酒の魅力を発信。 観光庁は本キャンペーンの後援及び外国人旅行者が見学可能な酒蔵情報等を紹介(実施主体は、日本酒造組合中央会及び各空港会社)。</p>	<p><取組内容> 引き続き、外国人旅行者に対して日本産酒類の魅力を発信する本キャンペーンに協力。また、外国人が見学可能な酒蔵情報等を紹介することも継続。</p>
観光庁 観光資源課	<p><取組内容> 日本産酒類をもちたてること等を目的に、酒蔵ツーリズム推進協議会を観光庁の呼びかけで平成25年に設立し、毎年度協議会を開催。全国の自治体、酒造業界、観光業界等をメンバーとして、協議会の場を通じて、取り組みやビジネスモデル事例の共有等を実施。</p>	<p><取組内容> 平成28年3月14日に平成27年度酒蔵ツーリズム推進協議会を実施予定であり、引き続き酒蔵ツーリズムを推進。</p>

省庁等	取組状況【1 - (1)】. 認知度向上のための情報発信】	
	これまでの取組	今後の取組
観光庁 国際観光課	<p><取組内容> VJ事業対象の20市場を対象として、海外現地における旅行博の出展や、現地メディアや旅行会社の日本への招請の機会を通じて、日本産酒類の魅力を発信。</p> <p><関連事業名> ●ビジット・ジャパン関連事業(H27予算：8,028百万円の内数) ●ビジット・ジャパン関連事業(H26補正予算：3,416百万円の内数)</p>	<p><取組内容> 今後も、平成27年度同様に、国内外における日本魅力の発信の機会を通じて日本産酒類の魅力を発信。 (イベント例)平成28年9月日本での「VISIT JAPANトラベルマート」 現地旅行会社担当者に対する日本各地の視察旅行のコースに酒蔵視察等を組み入れる。</p> <p><関連事業名> ●ビジット・ジャパン関連事業(H28予算案：8,482百万円の内数) ●ビジット・ジャパン関連事業(H27補正予算：4,184百万円の内数)</p>
国際交流基金 事業戦略課	<p><取組内容> 6カ国において、合計9回、日本文化紹介事業の一環として日本酒ソムリエ・杜氏等によるセミナー等を実施。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●国際交流基金主催 中南米巡回講演会「日本酒テイスティング導入編」 ＜コロンビア、ボリビア、パラグアイ＞(0.9百万円) ●国際交流基金主催 長崎・茨城の地域とことば講座＜韓国＞(0.1百万円) ●在デュッセルドルフ日本総領事館主催 福島デー・京都デー 日本酒レクチャーへの施設提供＜ドイツ＞(0百万円) ●岩手県二戸市主催 「いのへシティブフェア in NY 2015」への後援＜米国＞(0百万円)</p>	<p><取組内容> 3カ国において、合計3回、日本文化紹介事業の一環として日本酒ソムリエ・杜氏等によるセミナー等を実施予定。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●国際交流基金主催 中南米巡回講演会「日本酒テイスティング導入編」 ＜ホンジュラス、パナマ、キューバ＞(0.7百万円)</p>

省庁等	取組状況【1 - (1)】. 認知度向上のための情報発信】	
	これまでの取組	今後の取組
国際交流基金 事業戦略課	<p><取組内容> 4カ国において、日本文化紹介事業の一環として合計4回の日本酒試飲会等を実施。また、海外39カ国の外交官等の訪日研修の一環として利き酒研修を実施。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●国際交流基金主催 日本酒試飲会＜フランス・米国・英国＞(0.3百万円) ●トロント国際映画祭におけるユニ・ジャパン主催 日本レセプションでの日本酒等供与＜カナダ＞(0.2百万円) ●国際交流基金主催 外交官等訪日研修における酒蔵見学・利き酒研修 ＜大阪・神戸＞(0.1百万円)</p>	<p><取組内容> 2カ国において、日本文化紹介事業の一環として合計3回の日本酒試飲会等を実施予定。また、海外の外交官等の訪日研修の一環として利き酒研修を実施予定。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●国際交流基金主催 日本酒試飲会＜フランス＞(0.3百万円) ●トロント国際映画祭におけるユニ・ジャパン主催 日本レセプションでの日本酒等供与＜カナダ＞(0.3百万円) ●国際交流基金主催 外交官等訪日研修における酒蔵見学・利き酒研修 ＜近畿二府四県＞(0.1百万円)</p>
国際交流基金 事業戦略課	-	<p><取組内容> リトアニアにおいて、民営テレビ局に酒蔵紹介を含む番組を提供予定。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●国際交流基金主催 KBS京都制作テレビ番組「京都専科」提供 ＜リトアニア＞(2.0百万円)</p>
日本酒造組合中央会 海外業務グループ	<p><取組内容> 国際的な大会に中央会として出展し、広く日本酒、本格焼酎・泡盛の魅力をアピールする事業を実施。27年度はミラノ万博の日本館に出展(4日間で来場者24,000人)。</p>	<p><取組内容> リオデジャネイロ五輪、伊勢志摩サミットにおいて、試飲、展示を通じて國酒の魅力を世界に発信するイベントを開催。</p>
日本酒造組合中央会 海外業務グループ	<p><取組内容> 日本酒、本格焼酎・泡盛の認知度向上と正しい知識の普及のため、PR効果の高い国・地域において試飲・セミナー等のイベントを、日本酒は3カ国・4地域、本格焼酎・泡盛は3カ国で実施。</p>	<p><取組内容> 日本酒、本格焼酎・泡盛の認知度向上と正しい知識の普及のため、特に今年はTPP関連で効果の高い国を中心に試飲・セミナー等のイベントを実施。</p>

取組状況【1 - (1) . 認知度向上のための情報発信】		
省庁等	これまでの取組	今後の取組
日本酒造組合中央会 広報部・業務2部	<p><取組内容> 訪日外国人の日本酒、本格焼酎・泡盛への認知度向上を図るため、主要国際空港において年間を通じて日本各地の日本酒、本格焼酎・泡盛の試飲、販売を行うとともに酒蔵ツーリズムのPR事業を実施。</p>	<p><取組内容> 訪日外国人の國酒への認知度向上を図るため、主要国際空港において年間を通じて日本各地の日本酒、本格焼酎・泡盛のツーリズムのPRを実施。特に今年度は地域性を強くPRできるように配慮。</p>
日本酒造組合中央会 海外業務グループ	<p><取組内容> 海外メディアを招聘し、酒蔵を中心に地域の食、生活文化等の見学、体験を通して、日本酒文化、焼酎文化への造詣を深める酒蔵ツーリズムを日本酒、本格焼酎で各1回実施。</p>	<p><取組内容> 海外メディアを招聘し、酒蔵を中心に地域の食、生活文化等の見学、体験を通して、國酒としての魅力の理解をしてもらう酒蔵ツーリズムを日本酒、本格焼酎で各1回実施。</p>
日本酒造組合中央会 業務第2部	<p><取組内容> 「国際食品・飲料店(FOODEX JAPAN)」へ出展し、海外からの酒類流通業者やバイヤー等を対象として、本格焼酎・泡盛に関するさまざまな情報を発信することにより、正しい商品知識等を普及。</p>	<p><取組内容> 「国際食品・飲料店(FOODEX JAPAN)」へ出展し、海外からの酒類流通業者やバイヤー等も対象として、本格焼酎・泡盛に関するさまざまな情報を発信することにより、正しい商品知識等を普及。</p>
日本酒造組合中央会 業務第2部、海外業務グループ	-	<p><取組内容> 海外からの個人旅行者に配布されるガイドブックに本格焼酎・泡盛の広告(基礎知識、飲み方、飲める場所など)を行い、認知度向上を促進。</p>
日本酒造組合中央会 広報部業務第2部	-	<p><取組内容> 外国人向けに日本酒・本格焼酎・泡盛の正しい知識や魅力を分かりやすく紹介する英語版の小冊子等を作成し、国内外のイベント等での幅広い活用を促進。</p>

1 - (2) . 商流確立・拡大のための支援等

取組状況【1 - (2) . 商流確立・拡大のための支援等】		
省庁等	これまでの取組	今後の取組
沖縄県 商工労働部 国際物流商課	<p><取組内容> 沖縄県産品(琉球泡盛等、沖縄県産酒類を含む)について、国際物流ハブを活用した販路拡大、海外での商談会や展示会等への支援、バイヤーやメディアの招聘、県産品販路拡大のためのプロモーション等を実施。平成27年度は、中国、香港、タイ、シンガポールにて合計5回のイベントに出展。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●沖縄国際物流ハブ活用推進事業(426百万円の内数)</p>	<p><取組内容> 沖縄県産品(琉球泡盛等、沖縄県産酒類を含む)について、国際物流ハブを活用した販路拡大、海外での商談会や展示会等への支援、バイヤーやメディアの招聘、県産品販路拡大のためのプロモーション等を実施予定。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●沖縄国際物流ハブ活用推進事業(417百万円の内数)</p>
総務省 地域政策課	<p><取組内容> 地域産品の海外への販路開拓に係る情報を、JETRO・中小機構と連携して一元的に集約した「地域経済グローバル循環創造ポータルサイト」を構築し、平成27年8月から稼働を開始。</p> <p><関連事業名(H26補正予算)> ●地域経済グローバル循環創造事業(150百万円)</p>	<p><取組内容> 関係省庁や民間事業者との連携により、「地域経済グローバル循環創造ポータルサイト」の充実を図ることで、日本産酒類も含め、地域産品の魅力を海外に発信。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●自治体データ開放による公共サービス産業化プロジェクト(180百万円の内数)</p>
総務省 地域自立応援課	<p><取組内容> 地域独自の魅力や価値の向上に取り組むことで、地域力を高めようとする市町村が、地域活性化の取組に関する知見やノウハウを有する外部専門家を招へいし、指導・助言を受けながら取組を行う場合の外部専門家に関する情報提供及び招へいに必要な経費について総務省が支援(外部専門家登録者数：327名の内数(平成27年12月1日現在))。</p>	<p><取組内容> 平成28年度も引き続き市町村が外部専門家を招へいし、日本産酒類の輸出促進等も含め、地域独自の魅力や価値を向上させる取組を支援。</p>

省庁等	取組状況【1-(2)・商流確立・拡大のための支援等】	
	これまでの取組	今後の取組
外務省 地方連携推進室	<p>【再掲】<取組内容> 地方自治体等が在外公館と共催し、在外公館施設を利用して実施する地域の物産や観光などのプロモーション活動を支援。平成27年度は10件実施(平成27年12月現在)。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●地方の魅力発信プロジェクト(在外公館施設利用)(-)</p>	<p><取組内容> 平成28年度も引き続き在外公館施設を利用したプロモーション活動を実施。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●地方の魅力発信プロジェクト(在外公館施設利用)(-)</p>
外務省 地方連携推進室	<p>【再掲】<取組内容> 外務大臣が地方自治体首長と共催して、外務省の施設である飯倉公館において、在京外団体等に対して地方の魅力を内外に発信する事業。平成27年度はレセプションを4回実施。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●地方創生支援 飯倉公館活用・地方の魅力発信支援事業(23百万円)</p>	<p><取組内容> 平成28年度も引き続き地方自治体と共催して地方の魅力を発信するレセプションを実施。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●地方創生支援 飯倉公館活用・地方の魅力発信支援事業(32百万円)</p>
外務省 経済局政策課	<p><取組内容> 2015年12月、農林水産物・食品の輸出促進や食産業の海外展開に向けた取組をさらに強化するため、54か国・地域、58在外公館等に、65名の日本企業支援担当官(食産業担当)を設置。</p>	<p><取組内容> 設置した食産業担当を活用し、下記①～④の取組を主に強化・発展。 ①現地における食産業からの相談窓口機能の強化 ②現地の関係機関(JETRO等)、商工会及び進出日本企業等との連携の強化 ③日本食レストランを含む関連企業等からの関連の情報収集の強化 ④在外公館施設を活用した和食のプロモーションイベント</p>

省庁等	取組状況【1-(2)・商流確立・拡大のための支援等】	
	これまでの取組	今後の取組
国税庁 酒税課	<p><取組内容> 酒類業者を対象とした輸出セミナーの開催や輸出に必要な手続等の情報提供を通じ、酒類業者の輸出を支援。</p> <p><関連事業名(H27予算)> -</p>	<p><取組内容> 清酒・焼酎の更なる輸出促進を図るため、諸外国の制度や問題点、輸出成功事例を調査し、これらを取りまとめて酒類業者に情報提供を実施予定。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●日本産酒類の海外展開等の推進への取組(68百万円の内数)</p>
農林水産省 輸出促進課	<p><取組内容> 海外見本市への出展(20件、うち酒類に特化した見本市への出展1件)、国内商談会(5件)でのバイヤー等とのマッチング支援のほか、酒類輸出セミナーを国内6箇所で開催。日本産酒類輸出に関する情報のウェブサイトでの公開、輸出相談窓口での情報提供を含め、事業者の日本産酒類輸出拡大を支援。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●輸出総合サポートプロジェクト(1,381百万円の内数)</p>	<p><取組内容> 海外見本市への出展、国内商談会、酒類輸出セミナー、輸出相談窓口は引き続き実施を計画。これらの活動を通じ、事業者の日本産酒類輸出拡大を支援。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●輸出総合サポートプロジェクト(1,481百万円の内数)</p>
農林水産省 食文化・市場開拓課	<p><取組内容> 昨年9月に有識者による「日本食・食文化の普及検討委員会」を立ち上げ、海外における「日本産食材サポーター店の認定」及び「日本料理の調理技能の認定」に関するガイドラインについて取りまとめ。</p> <p><関連事業名(H27予算)> -</p>	<p><取組内容> 海外における「日本産食材サポーター店の認定」及び「日本料理の調理技能の認定」に関するガイドラインを年度内に取りまとめ、平成28年度中に運用を開始する予定。両ガイドラインの適切な運用・管理、効果的な普及等を図るため、28年度予算による支援を実施。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●食文化発信による海外需要フロンティア開拓加速化事業(800百万円の内数)</p>

省庁等	取組状況【1 - (2) . 商流確立・拡大のための支援等】	
	これまでの取組	今後の取組
経済産業省 外務省 産課	<p><取組内容> 日本の各地からものづくり・食・観光体験のカテゴリで500の地方産品(うち日本酒・焼酎・ワイン・梅酒等、日本産酒類21品)を発掘し、選定。紹介本(ストーリーブック)やサイト(日・英・仏・中(繁体字))を通じて、日本産酒類の魅力をPR。海外5都市(パリ・香港・台北・ニューヨーク・バンコク)の展示会・ショップ等で紹介。</p> <p><関連事業名(H26補正予算)> ●ふるさと名物応援事業補助金 (地域資源海外販路開拓支援事業(ふるさと名物発掘・連携促進事業))(500百万円)</p>	<p><取組内容> 引き続き、事業者により海外販路拡大を実施。</p>
経済産業省 外務省 産課	<p><取組内容> 中小企業が、海外のニーズ等に詳しい外部人材を活用して日本酒飲み比べセットを開発し、パリでの販路開拓を実施するプロジェクトを実施。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●ふるさと名物応援事業補助金(JAPANブランドプロデュース支援事業)(98百万円)</p>	<p><取組内容> 魅力ある商材を有する中小企業が海外のニーズ等に詳しい外部人材を活用し、TPP協定に参加している国の市場獲得のための、外部人材の費用やPRを引き続き支援。</p> <p><関連事業名(H27補正予算)> ●ふるさと名物応援事業補助金(TPP対策JAPANブランド等プロデュース支援事業)(150百万円)</p>
ジェトロ	<p><取組内容> 世界最大規模の酒類専門見本市である香港International Wine & Spirits Fair 2015に「ジャパンパビリオン」を出展し、参加した28社・団体の日本産酒類生産者等の輸出拡大に向けた商談を支援。商談件数1,941件、成約金額(見込み含む)1億700万円(前年比6倍)。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●「輸出総合サポートプロジェクト」のうち海外見本市出展事業(※農林水産省補助金) (1,381百万円の内数)</p>	<p><取組内容> 平成28年度も同海外見本市に出展予定(詳細調整中)。</p>

省庁等	取組状況【1 - (2) . 商流確立・拡大のための支援等】	
	これまでの取組	今後の取組
ジェトロ	<p><取組内容> 日本酒、焼酎等に特化した海外バイヤーを北米、欧州、アジア等からのベ11社11名招へいし、国内5カ所で酒類製造者・販売会社等との商談会を開催。のべ商談件数173件、成約件数(見込み含む)80件。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●「輸出総合サポートプロジェクト」のうち国内商談会開催事業(※農林水産省補助金) (1,381百万円の内数)</p>	<p><取組内容> 平成28年度も同種の商談会を開催予定(詳細調整中)。</p>
ジェトロ	<p><取組内容> 世界各地において、日本産酒類を含む食品事業者と現地のインポーター、卸・小売業者、レストラン関係者等との商談会を開催し、ビジネスマッチングを支援。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●「輸出総合サポートプロジェクト」のうち海外商談会開催事業(※農林水産省補助金) (1,381百万円の内数)</p>	<p><取組内容> 平成28年度については未定。</p>
ジェトロ	<p><取組内容> 海外6都市(香港、バンコク、シンガポール、マレーシア、サンフランシスコ、ロンドン)に海外マーケティング拠点を設置し、輸出を検討している商品のモニタリングやテスト販売を実施し、その結果を出品者にフィードバック。日本酒は78品目実施。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●「輸出総合サポートプロジェクト」のうちマーケティング拠点事業(※農林水産省補助金) (1,381百万円の内数)</p>	<p><取組内容> 平成28年度についても、継続して実施の予定。</p>

省庁等	取組状況【1 - (2) . 商流確立・拡大のための支援等】	
	これまでの取組	今後の取組
JETRO	<p><取組内容> 23都市の海外事務所に34名配置しているコーディネーターを通じ、事業者に対するアドバイスを実施。今年度の日本酒に関する問い合わせは25件。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●「輸出総合サポートプロジェクト」のうち海外プロモーター事業（※農林水産省補助金）（1,381百万円の内数）</p>	<p><取組内容> 平成28年度についても、継続して実施の予定。</p>
JETRO	<p><取組内容> 本部（東京・大阪）および国内43事務所に設置している「農林水産食品輸出相談窓口」にて、事業者からの輸出に係る手続きや規制等について、随時対応。さらに、輸出において活用できる商社のリストを公開。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●「輸出総合サポートプロジェクト」のうち輸出相談窓口のワンストップステーション化事業（※農林水産省補助金）（1,381百万円の内数）</p>	<p><取組内容> 平成28年度についても、継続して実施の予定。</p>

省庁等	取組状況【1 - (2) . 商流確立・拡大のための支援等】	
	これまでの取組	今後の取組
JETRO	<p><取組内容> 輸出有望な商品を持ち、輸出への熱意のある企業を専門化が一貫してサポートを実施。支援件数99件のうち、日本酒は12社。</p> <p><関連事業名> ●「輸出総合サポートプロジェクト」のうち輸出プロモーター事業（※農林水産省補助金）（1,381百万円の内数）</p>	<p><取組内容> 平成28年度についても、継続して実施の予定。</p>
JETRO	<p><取組内容> 各都道府県の製品の輸出先がけモデルを構築するために、JETROの国内外事務所のネットワーク活用して輸出を支援。日本酒の取り組みは秋田と福井で実施。</p> <p><関連事業名> ●JETRO交付金事業</p>	<p><取組内容> 平成28年度についても、継続して実施の予定。</p>

1 - (3) . 輸出先国における障害除去・緩和

取組状況【 1 - (3) . 輸出先国における障害除去・緩和】		
省庁等	これまでの取組	今後の取組
外務省 地方連携推進室	<p>【再掲】<取組内容> 外務大臣が地方自治体首長と共催して、外務省の施設である飯倉公館において、在京外交団等に対して地方の魅力を内外に発信する事業。平成27年度はレセプションを4回実施。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●地方創生支援 飯倉公館活用・地方の魅力発信支援事業(23百万円)</p>	<p><取組内容> 平成28年度も引き続き地方自治体と共催して地方の魅力を発信するレセプションを実施。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●地方創生支援 飯倉公館活用・地方の魅力発信支援事業(32百万円)</p>
外務省 経済局政策課	<p><取組内容> 福島第一原発事故に起因する風評被害を防ぎ、被災地産品の海外輸出を促進するため、科学的根拠に基づき、輸入規制の緩和・撤廃の働きかけを実施。 震災以降、16か国が規制を撤廃(カナダ、メキシコ、ニュージーランド、マレーシア、コロンビア、ミャンマー、セルビア、チリ、ペルー、ギニア、エクアドル、ベトナム、豪州、イラク、タイ、ボリビア)。米国、EU等で規制の対象地域・品目が緩和・見直し。</p>	<p><取組内容> 依然として9か国・地域が実質的な輸入停止を含む規制を継続。 56か国・地域(うちEU加盟28か国はEUレベルでの一律の規制のため規制数としては29)が証明書要求等の何らかの規制を継続。 今後も、関係省庁・政府一体となって、粘り強く規制緩和・撤廃に向けた働きかけを継続。 また、各国からの個別の照会・情報提供要請に丁寧かつきめ細かく対応し、科学的根拠に基づく対応を引き続き要求。</p>
国税庁 酒税課	<p><取組内容> EPA等の国際交渉を通じ、関係各国・地域に対して酒類の関税引き下げを求めるとともに、容器容量規制などの貿易障壁の緩和・撤廃に向けて働きかけを実施。また、東日本大震災による諸外国・地域の日本産酒類に対する輸入規制に対し、規制の緩和・撤廃に向けて働きかけを実施。</p>	<p><取組内容> 国際交渉を通じ、関係各国に対して日本産酒類の輸入規制や貿易障壁の緩和・撤廃に向けた働きかけを引き続き行うことにより、日本産酒類の輸出環境を整備。</p>

取組状況【 1 - (3) . 輸出先国における障害除去・緩和】		
省庁等	これまでの取組	今後の取組
農林水産省	<p><取組内容> 原発事故後の輸入規制の撤廃に向け、平成27年度は中国、ブラジルに対しハイレベルでの規制緩和要請を実施。</p>	<p><取組内容> 今後も科学的根拠に基づき、あらゆる機会を通じて輸入規制の撤廃に向けた働きかけを継続的に実施。</p>
酒類総合研究所	<p><取組内容> 台湾向け輸出酒類、EU向け輸出ワインの分析及び分析証明書等の発行を実施。 また、原発事故を受けて、日本から輸出される食品等(酒類を含む)について、日本の所管当局が発行する証明書の添付が必要となるケースがあることから、当所が放射性物質の分析を行い、その結果に基づいて相手国・地域が求める証明書を国税局が発行。</p>	<p><取組内容> 今後も必要な分析を行っていく予定。</p>

1 - (4) . 関係府省等の取組の情報周知・利用促進

取組状況【1 - (4) . 関係府省等の取組の情報周知・利用促進】		
府省等	これまでの取組	今後の取組
国税庁 酒税課	<p><取組内容> 内閣官房と協力して日本産酒類の輸出促進連絡会議を平成27年9月に開催したほか、関係府省庁等の支援事業の取組については、国税局や酒類業中央団体連絡協議会、日本酒輸出協議会等を通じて酒類業者に情報提供を実施。</p>	<p><取組内容> 官民が連携して日本産酒類の輸出促進に取り組むため、関係府省庁・関係機関が参加する会議を有効に活用して情報共有を図るとともに、必要に応じて関係府省庁等が実施する支援事業情報を酒類業者に提供。</p>
農林水産省 輸出促進課	<p><取組内容> 関係府省庁、事業者団体等から構成される輸出戦略実行委員会において、PDCAサイクルによる取組の検証、輸出現環境課題の議論等を行い、日本酒の輸出拡大をオールジャパンで推進。平成27年度は、輸出戦略実行委員会と品目部会を各3回開催。</p> <p><関連事業名（H27予算）> 輸出戦略実行事業(152百万円の内数)</p>	<p><取組内容> 輸出戦略実行委員会、品目部会(日本酒分科会)の開催を通じ、関係府省庁と連携してPDCAサイクルにより、日本酒の輸出を一層拡大。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●輸出戦略実行事業(152百万円の内数)</p>
観光庁 観光資源課	<p>【再掲】<取組内容> 日本産酒類をもちたてること等を目的に、酒蔵ツーリズム推進協議会を観光庁の呼びかけで平成25年に設立し、毎年度協議会を開催。全国の自治体、酒造業界、観光業界等をメンバーとして、協議会の場を通じて、取り組みやビジネスモデル事例の共有等を実施。</p>	<p><取組内容> 平成28年3月14日に平成27年度酒蔵ツーリズム推進協議会を実施予定であり、引き続き酒蔵ツーリズムを推進。</p>
日本酒造組合中央会	<p><取組内容> 卸組合と連携して設立した「日本酒輸出協議会」において、日本酒の効果的なPR・輸出振興のための「日本酒輸出基本戦略」を策定し、毎年フォローアップを実施。 2大輸出国である米国と中国の市場調査をもとに、本格焼酎・泡盛の輸出基本戦略を策定。</p>	<p><取組内容> 引き続き、「日本酒輸出協議会」において、「日本酒輸出基本戦略」を策定・フォローアップし、日本の効果的なPR・輸出振興を実施。 本格焼酎・泡盛については、「本格焼酎・泡盛の海外展開戦略」を策定中。</p>

2 - (1) - 1 . 海外の伝道師育成（海外の専門家に対する教育）

取組状況【2 - (1) - 1 . 海外の伝道師育成（海外の専門家に対する教育）】		
府省等	これまでの取組	今後の取組
国税庁 鑑定企画官	<p><取組内容> 海外の飲食関係者等を対象に、在外公館等において日本酒の製造工程等の講義を実施。平成27年度は、在マルセイユ日本総領事館において、現地のレストラン関係者等を対象とした日本酒の講義を実施(平成28年3月実施予定)。 また、酒類教育機関WSETの日本酒インストラクター養成プログラムが、酒類総合研究所で実施され、国税庁から職員を講師として派遣し、日本酒専門家の育成に協力。</p>	<p><取組内容> 農林水産省や外務省などの関係府省及び関係団体と連携し、国外の飲食関係者等を対象として、日本産酒類の製造工程や官能評価等の講義を継続して実施。</p>
農林水産省 食文化・市場開拓課	<p><取組内容> 平成27年度日本食・食文化の世界的普及プロジェクトのうち海外の日本食・食文化の普及を担う人材の活用(料理学校等との連携)事業として、ロンドンのWSETとの連携により、日本酒講師候補8名(ドイツ・台湾・カナダ2名・韓国2名・中国・イタリア)を招へい。日本酒講師候補が石川、岐阜、京都、広島において日本食・食文化と日本酒について専門的に学び、8名全員が日本酒講師に認定された。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●日本食・食文化の世界的普及プロジェクト(1,130百万円の内数)</p>	<p><取組内容> 日本食・食文化の普及事業の中で、料理学校と連携した普及人材育成事業を検討。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●食文化発信による海外需要フロンティア開拓加速化事業(800百万円の内数)</p>
農林水産省 輸出促進課	<p><取組内容> ジャパン・ブランドの確立を目指す品目別輸出団体(一般社団法人全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会)の取組を支援。日本酒の国内産地へ海外4カ国のインフルエンサーを招へいし、視察と意見交換による理解促進を実施。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●輸出に取り組む事業者向け対策事業(841百万円の内数)</p>	<p><取組内容> 海外で日本酒をPRするキーパーソンの日本への招へいを通じ、日本酒のプロを育成。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●輸出に取り組む事業者向け対策事業(842百万円の内数)</p>

取組状況【2 - (1) - 1 . 海外の伝道師育成（海外の専門家に対する教育）】		
省庁等	これまでの取組	今後の取組
酒類総合研究所	<p><取組内容> 酒類教育機関「Wine and Spirit Education Trust」(WSET、本部：ロンドン)が開設している日本酒コースのインストラクター養成プログラムに対して、講義及び実習の一部に協力(平成28年1月)。</p>	<p><取組内容> 今後も要請に応じて協力していく予定。</p>
ジェトロ	<p><取組内容> 海外のシェフ、輸入卸・小売やメディア等の日本産酒類普及におけるキーパーソンを対象に、日本産酒類への理解を深めるためのセミナー(調理デモ・試飲・試食等も併せて実施)を開催(平成27年度はカナダ、ポーランドの2カ国で実施)。</p> <p><関連事業名> ●ジェトロ交付金事業(海外プロ向けセミナー)</p>	<p><取組内容> 平成28年度も海外において同種のセミナーを開催予定(詳細調整中)。</p>
日本酒造組合中央会 業務2部・広報部	-	<p><取組内容> Sake & Shochu Academy(仮称)を設立し、外国人を対象として日本酒、本格焼酎・泡盛の知識及びテイasting技術の教育を実施。</p>

2 - (1) - 2 . 海外の伝道師育成（教育の質の確保）

取組状況【2 - (1) - 2 . 海外の伝道師育成（教育の質の確保）】		
省庁等	これまでの取組	今後の取組
国税庁 酒税課	<p><取組内容> 日本産酒類の基礎知識を掲載した資料やパンフレットを、様々な機会(農林水産省及びジェトロ、在外公館等が実施するセミナー等)を捉えて国税庁から配布することにより、日本産酒類の正しい知識を提供。</p>	<p><取組内容> 今後も引き続き、関係機関や民間が主催する講義やセミナーにおいて、積極的に多言語による日本産酒類のテキストの配布や映像コンテンツの視聴促進を図り、日本産酒類の正しい知識を普及。</p>
酒類総合研究所	<p><取組内容> 日本酒ラベルの用語事典を日本語版のほか、11カ国語版について作成し、研究所HPからダウンロードできるようにするとともに、日本語、英語、中国語(繁体字、簡体字)、韓国語版(冊子)を作成。また、日本酒に関する情報誌第1号や清酒を紹介するリーフレットの英語版を作成。</p>	<p><取組内容> 日本酒に関する情報誌第2号の英語版を作成する予定。</p>

2 - (1) - 3 . 海外の伝道師育成（日本滞在外国人に対する啓発）

取組状況【2 - (1) - 3 . 海外の伝道師育成（日本滞在外国人に対する啓発）】		
省庁等	これまでの取組	今後の取組
国税庁 酒税課	<p><取組内容></p> <p>日本産酒類を海外で広めるインフルエンサーとしての役割が期待できる在京大使等を対象として、日本酒造組合中央会と協力し、酒蔵ツアーを実施。</p>	<p><取組内容></p> <p>在京大使等を対象とした酒蔵ツアーを引き続き実施するとともに、他の地域においても日本滞在外国人に日本産酒類の普及・啓発を実施。</p>
日本酒造組合中央会 広報部	<p><取組内容></p> <ul style="list-style-type: none"> ●在京大使に対して関東近郊の酒蔵や文化財を巡るツアーを開催し、日本酒と日本文化への理解を深めてもらい、帰国後のハイエンドへの情報発信を推進。 ●在日の外交官、経済団体、メディア関係者等の情報発信力のある外国人を対象として、國酒の魅力を理解してもらい試飲セミナーを、日本酒、本格焼酎・泡盛で各1回実施。 	<p><取組内容></p> <ul style="list-style-type: none"> ●在京大使館の実務レベルの外交官に対して関東近郊の酒蔵や文化財を巡るツアーを開催し、日本酒と日本文化への理解を深めてもらい、帰国後のハイエンドへの情報発信を推進。 ●在日の外交官、経済団体、メディア関係者等の情報発信力のある外国人を対象として、各地に根付いた國酒の魅力を理解してもらい試飲セミナーを、日本酒、本格焼酎・泡盛で各1回実施。

2 - (2) . 外国人に分かりやすい表示の検討

取組状況【2 - (2) . 外国人に分かりやすい表示の検討】		
省庁等	これまでの取組	今後の取組
国税庁 酒税課	<p><取組内容></p> <p>清酒について、統一的でわかりやすいラベル表示にするため、酒類総合研究所の「専門用語の標準的英語リスト」や「日本酒ラベルの用語辞典」の作成に協力。</p> <p>また、伝統的な蒸留酒については、我が国の容器容量そのまま輸出できるよう国際交渉を通じて関係国に働きかけを実施。その結果、米国においては、蒸留酒の容器容量規制の改正手続を進めることに合意。</p>	<p><取組内容></p> <p>酒類総合研究所が作成したパンフレットを配布することにより、統一的でわかりやすい酒類のラベル表示の周知を実施。</p> <p>また、容器容量規制の撤廃・緩和については、関係国との国際交渉を通じて引き続き働きかけを実施。</p>
日本酒造組合中央会 広報部・海外業務グループ	<p><取組内容></p> <p>主要輸出国4地域の一般消費者を対象とし、日本酒の嗜好及びラベル表示等への理解、嗜好を把握するインターネット調査を行い、組合員が情報を共有できるよう冊子を作成、配布(26、27年度)。</p>	-
日本酒造組合中央会 広報部・海外業務グループ	<p><取組内容></p> <p>日本産であることを示すJSSマークの海外での認知度の向上と普及を促進。</p>	<p><取組内容></p> <p>日本産であることを示すJSSマークの海外での認知度の向上と普及を促進。特に日本酒については地理的表示と合わせたブランドの向上を促進。</p>

2 - (3) - 1 . 発信力の強化 (品質確保及びブランド力の向上)

取組状況【2 - (3) - 1 . 発信力の強化 (品質確保及びブランド力の向上)】		
省庁等	これまでの取組	今後の取組
国税庁 酒税課	<p><取組内容> 平成27年10月に、酒類の地理的表示制度の更なる活用促進のため、指定を受けるための要件を明確化するなど制度を改正。平成27年12月には、国レベルの地理的表示として「日本酒」を指定。</p>	<p><取組内容> 海外においても地理的表示「日本酒」を始めとする日本産酒類の地理的表示が保護されるよう国際交渉を通じて働きかけ。地域レベルの地理的表示について指定を推進。</p>
国税庁 鑑定企画官	<p><取組内容> 酒類製造者の技術力の維持強化のため、国税局における鑑評会等の技術的支援を実施。平成27年度は12国税局(国税事務所)において、鑑評会を開催。 また、高品質な日本産酒類をアピールするため、国税局主催鑑評会において、英文賞状の授与を行うとともに、審査結果を英文HP上において公開。平成27年度は、11国税局(国税事務所)において、英文賞状の授与を実施し、同じく11国税局(国税事務所)において、審査結果の英文HP上における公開を実施。</p>	<p><取組内容> 地域的ブランドの確立のため、鑑評会において地域の特性ある酒類を評価することを検討。</p>
酒類総合 研究所	<p><取組内容> 品質の確保のために、清酒の貯蔵劣化防止の研究、酒類の製造技術の強化に資する研究を行うとともに全国新酒鑑評会におけるオプション分析等を実施。</p>	<p><取組内容> 今後も品質確保のための研究等の取り組みを行っていく予定。</p>

2 - (3) - 2 . 発信力の強化 (インターネット、海外メディアの活用)

取組状況【2 - (3) - 2 . 発信力の強化 (インターネット、海外メディアの活用)】		
省庁等	これまでの取組	今後の取組
国税庁 酒税課	<p><取組内容> 日本産酒類の魅力を国内外の消費者に広く認知してもらうため、映像コンテンツを作成し、国税庁HP及びYoutubeの国税庁公式チャンネルに公表(平成28年3月公表予定)。</p>	<p><取組内容> 様々な機会を活用して日本産酒類の映像コンテンツの視聴を促し、日本産酒類の消費拡大・輸出促進につなげる。</p>
農林水産省 輸出促進課	<p><取組内容> 一般社団法人全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会が、日本酒を含めたコメに関連するPR映像を作成し、ウェブサイト上で公開。</p> <p><関連事業名 (H27予算)> 輸出に取り組む事業者向け対策事業(841百万円の内数)</p>	<p><取組内容> 日本酒の情報が分かるモバイルアプリの活用等、効果的なPRを検討。</p> <p><関連事業名 (H28予算案)> ●輸出に取り組む事業者向け対策事業(842百万円の内数)</p>
経済産業省 外販び産 業課	<p>【再掲】<取組内容> 日本酒のラベルをスマートフォンで読み込むことで、各種PR情報(飲み方、背景のストーリー、地域情報など)を多言語発信することのできるアプリを開発(平成28年2月現在：19蔵元/79商品の情報を掲載)。 シンガポールにおいて開催されたASEAN最大級の日本食の見本市「Oishii Japan」にて、本アプリの実証を行うと共に、外務省より各国在外公館に対して本アプリの紹介に関する文書を発表。加えて「地方連携フォーラム」等の、日本酒の情報発信に関わりの深い在京大使館や自治体担当者が集まるイベントの機会を捉えPRを実施。</p> <p><関連事業名 (H26補正予算)> ●クールジャパン分野に係る多言語情報伝達ITプラットフォーム構築事業(27百万円)</p>	<p><取組内容> 引き続き、事業者により参加する蔵元の拡大を実施。</p> <p><関連事業名 (H28予算)> -</p>

取組状況【2 - (3) - 2 . 発信力の強化(インターネット、海外メディアの活用)】		
省庁等	これまでの取組	今後の取組
経済産業省 対外行政 産業課	<p>【再掲】<取組内容> 新聞、雑誌、テレビなど海外メディア(のべ53メディア)を日本各地へ招へいし、日本産酒類6件を含む地域資源等計115件の取材を通じて、海外及び国内へその魅力を発信。</p> <p><関連事業名(H26補正予算)> ●ふるさと名物応援事業補助金(ふるさと名物発信等事業(海外情報発信事業))(100百万円)</p>	<p><取組内容> 海外メディアやブロガー等、日本の高品質なサービス等に関して好印象を与え、購買意欲や訪日意欲を沸き立たせるなどの影響力を持つ人材(インフルエンサー)を活用し、日本のサービス業を含む地域資源等に関する情報を海外に向けて発信。</p> <p><関連事業名(H27補正予算)> ●サービス産業海外展開基盤整備事業費補助金(500百万円の内数：30百万円)</p>
日本酒造組合中央会 海外業務グループ・広報・業務第2部	<p><取組内容> 日本酒、本格焼酎・泡盛について正しい知識を幅広く普及させるため、HPにおいて英語版WEB講座を制作。</p>	<p><取組内容> 日本酒、本格焼酎・泡盛と日本文化の関わりや飲み方、楽しみ方の30分番組を制作し、NHK WORLDにおいて放送し、約150カ国に向けてPR。 HP英語版をSNS・スマートフォン用に制作し、海外サポートデスクと連携して外国人への日本酒文化の情報発信を拡充。</p>

2 - (4) . 輸出戦略策定及び推進体制の構築

取組状況【2 - (4) . 輸出戦略策定及び推進体制の構築】		
省庁等	これまでの取組	今後の取組
国税庁 酒税課	<p><取組内容> 酒類業団体とのネットワークを活用し、輸出推進体制を構築するとともに、日本酒輸出協議会等の輸出戦略の策定を支援。</p>	<p><取組内容> 策定した輸出戦略に基づき、関係団体と連携して、日本産酒類の輸出を促進。</p>
農林水産省 輸出促進課	<p><取組内容> 関係府省庁、事業者団体等から構成される輸出戦略実行委員会において、業界と関係府省庁が協力して日本酒の輸出拡大方針を策定、実行。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●輸出戦略実行事業(152百万円の内数)</p>	<p><取組内容> 今後も輸出戦略実行委員会において、業界と関係府省庁が協力してPDCAサイクルにより日本酒の輸出を拡大。</p> <p><関連事業名(H28予算案)> ●輸出戦略実行事業(152百万円の内数)</p>
JETRO	<p><取組内容> 日本産酒類の輸出に取り組む事業者等向けに、輸出の現状、海外における規制・手続き等に関する情報を提供するセミナーを国内6カ所で開催。</p> <p><関連事業名(H27予算)> ●「輸出総合サポートプロジェクト」のうちセミナー開催事業(※農林水産省補助金)(1,381百万円の内数)</p>	<p><取組内容> 平成28年度も同種のセミナーを開催予定(詳細調整中)。</p>

取組状況【 2 - (4) . 輸出戦略策定及び推進体制の構築】		
省庁等	これまでの取組	今後の取組
JETRO	<p><取組内容> 国内の事業者向けに輸出に関する手続き、留意事項等を掲載した「日本酒ハンドブック」(香港、台湾、中国、韓国、米国)をWEB上に公開。</p> <p><関連事業名> ●JETRO交付金事業</p>	<p><取組内容> 平成28年度についても、継続して実施予定。</p>
日本酒造組合中央会 海外業務グループ	<p><取組内容> 海外の主要都市に、現地市場情報の収集、継続的な情報発信、組合員の渡航時のサポートを行うサポートデスクを設置(日本酒はニューヨークとロンドン、本格焼酎・泡盛はニューヨーク)。</p>	<p><取組内容> 海外の主要都市に、現地市場情報及びその国内市場の収集、継続的な情報発信、組合員の渡航時のサポートを行うサポートデスクを設置(日本酒はニューヨークとロンドン、本格焼酎・泡盛はニューヨーク)。</p>
日本酒造組合中央会	<p>【再掲】<取組内容> 卸組合と連携して設立した「日本酒輸出協議会」において、日本酒の効果的なPR・輸出振興のための「日本酒輸出基本戦略」を策定し、毎年フォローアップを実施。 2大輸出国である米国と中国の市場調査をもとに、本格焼酎・泡盛の輸出基本戦略を策定。</p>	<p><取組内容> 引き続き、「日本酒輸出協議会」において、「日本酒輸出基本戦略」を策定・フォローアップし、日本の効果的なPR・輸出振興を実施。 本格焼酎・泡盛については、「本格焼酎・泡盛の海外展開戦略」を策定中。</p>