



Japan. "Kampai" to the world.

日本産酒類の振興等の取組について

1. 酒類産業振興の取組について
2. 技術力の維持強化への支援
3. 地理的表示「日本酒」の指定について

平成28年3月2日
国 税 庁

1. 酒類産業振興の取組について①

国税庁の取組

輸出促進に向けた取組み ①

➤ 国内外における日本産酒類の特性・魅力の発信

- ・ミラノ万博、国連総会、Yokoso Nippon! (駐 インドネシア大使公邸)、外務大臣主催「世界津波の日」レセプション、伊勢志摩サミット、リオ・オリンピック、アジア税務長官会合等の機会を活用
- ・IWC (International Wine Challenge) Sake部門の初の日本開催を支援



➤ TPP参加国における酒類の関税・非関税措置の撤廃等

- ・米国における蒸留酒の容器容量規制の改正(4合瓶等の流通可能)



➤ 知識の啓発

- ・外交関係者(各国駐日大使等)向け広報活動
- ・国際的に権威ある酒類教育機関(WSET; Wine and Spirit Education Trust)における外国人の日本酒インストラクター養成プログラムへの支援

1. 酒類産業振興の取組について②

環境の変化を踏まえた国税庁の取組



輸出促進に向けた取組み ②

➤ 酒類業者に対する輸出セミナーの開催

- ・各国税局において、酒類業者に対する経営活性化支援研修の一環として輸出セミナーを開催

➤ 酒類業者向け輸出ハンドブック作成(JETROと共同)

- ・韓国、中国、香港、台湾、アメリカ向けの輸出ハンドブックを作成し、酒類業者の当該国への円滑な輸出を支援

表示制度の整備

- 地理的表示(GI)制度の改正(H27.10.30)
- GI「日本酒」の指定(H27.12.25)
- ワイン表示ルールの策定(H27.10.30)



「日本酒」について
Introduction to "Nihonshu"



国税庁
National Tax Agency

2

2. 技術力の維持強化への支援

○ 品質・技術の向上

- ・全国及び各国税局で酒類鑑評会を開催し、品質評価等を実施
- ・清酒、焼酎のほか、ワインやビール等の技術支援も実施

○ 人材育成、生産システムの改善

- ・(独)酒類総合研究所による醸造講習の実施
- ・杜氏制度に代わる酒造りのモデルを国税庁が提案

○ 安全・信頼性の確保

- ・輸出規制の解除・緩和に向けた科学的論拠の提供の為、国税庁及び(独)酒類総合研究所が連携して、放射性物質分析を実施



(参考) 東日本大震災後に導入された輸入規制の解除へ向けた働きかけ。

① 緩和・解除された国・地域

EU(24年10月)、ブラジル(福島県産を除く規制解除(24年12月))、マレーシア(25年3月)、ロシア(6都県産酒類に対する輸入停止措置の解除(25年4月))、タイ(26年11月)

② 規制されている国・地域

韓国、中国、ブラジル等。今後も各国に対し、引き続き規制緩和・解除に向けた働きかけを行う。

○ 研究開発、用語の標準化

- ・貯蔵しても劣化しにくい清酒の製造法の研究
- ・外国人に日本酒を分かりやすく理解してもらうため、清酒に関する用語の英語表現(Sake Terms)を標準化(例) cloudy sake(にごり酒)、sake rice(酒米)、free run sake(荒走り)

3

3. 地理的表示「日本酒」の指定について

- 酒類業を所管する国税庁では、日本酒のブランド価値向上や輸出促進の観点から、国レベルの地理的表示（Geographical Indication：GI）として「日本酒」を指定するため、所要の準備を進めてきたところ。
- 関係業界団体との調整を経た上で、パブリックコメント等の所要の手続きが完了したので、12月25日付で地理的表示「日本酒」を指定した。

（注）地理的表示は、ある特定の産地に特徴的な原料や製法などによって作られた商品だけが、その産地名を独占的に名乗ることができる制度。海外の地理的表示としては、ボルドーワインやスコッチウイスキーなどが有名。

指定による効果

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みが、「日本酒」を独占的に名乗ることができる

- 1 外国産の米を使用した清酒や日本以外で製造された清酒が国内市場に流通したとしても、「日本酒」とは表示できないため、消費者にとって区別が容易になる。
- 2 海外に対して、「日本酒」が高品質で信頼できる日本の酒類であることをアピールできる。
- 3 海外においても、地理的表示「日本酒」が保護されるよう国際交渉を通じて各国に働きかけることにより、「日本酒」と日本以外で製造された清酒との差別化が図られ、「日本酒」のブランド価値向上を図ることができる。

「日本酒」の国内での需要振興や海外への輸出促進に大きく貢献

4

地理的表示制度の概要

（参考）

1. 地理的表示制度とは

EU等で普及している地理的表示制度は、酒類や農産品において、その確立した品質、社会的評価又はその他の特性が当該商品の地理的な産地に主として帰せられる場合において、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。

（注）海外の地理的表示としてはボルドーワイン、パルマハムなどが有名。国や国に準じたレベルでの地理的表示としては、カナディアンウイスキー、バーボンウイスキー、スコッチウイスキーなどがある。

地理的表示に指定されると、商品の特徴が明確になり、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る。

2. 根拠法令等

酒類の地理的表示については、「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」第86条の6に基づく「酒類の地理的表示に関する表示基準」により、国税庁長官が指定。

3. 現在の指定状況

国内における地域レベルの地理的表示としては、平成7年6月に「壱岐」、「球磨」、「琉球」（いずれも単式蒸留焼酎）を、平成17年12月に「薩摩」（単式蒸留焼酎）及び「白山」（清酒）を、さらに平成25年7月に「山梨」（果実酒）を指定。平成27年12月に国レベルの地理的表示として「日本酒」（清酒）を指定。

（注）当初、地理的表示制度の対象は、ぶどう酒及び蒸留酒のみであったが、平成17年9月に清酒を追加。平成27年10月に全酒類を対象とした。