

海外需要開拓へ向けた国税庁の支援策

日本酒や焼酎など日本産の酒類は、国内消費が伸び悩む一方で輸出は好調が続く。日本の「伝統的酒造り」がユネスコの無形文化遺産に登録され、輸出に弾みがつく可能性も高い。さらなる輸出拡大をめざして海外への販路拡大、ブランド化など国税庁が取り組む支援策を紹介する。

日本社会に根づいている日本産酒類

日本の「伝統的酒造り」が、ユネスコの無形文化遺産に登録されました。

長い歴史のなかで、たくさんの方の努力で磨かれた伝統的な酒造りの技術や文化が、国際的に認められたことは、誠に慶賀に堪えません。

「伝統的酒造り」は、伝統的なこうじ菌を用いて、杜氏・蔵人などが経験に基づき築き上げてきた

技術であり、日本各地の自然の特徴や気候風土を反映するカタチで発展を遂げ、日本酒、焼酎・泡盛、みりんなどさまざまな種類のお酒が生み出されました。また、日本には、結婚式における三三九度や、「奉獻酒」といって地鎮祭で神様にお酒をささげるなどの風習が古くから存在し、日本人の人生のさまざまな節目に欠くこと

のできないものとして、日本社会に根づいてきました。こうした価値ある技術や文化をさらに発展させ、次の世代につないでいくことが、現代を生きる我々の責務といえるでしょう。

日本には他にも、ビール、ワイン、ウイスキー、チューハイ、梅酒といった多種多様なお酒があります。これらは全国で多くの人に楽しまれているだけでなく、近年では、国際的にも高い評価が与えられています。

お酒を製造するには免許が必要ですが、この免許を得ている「酒類製造場」は2023年3月末時点で全国に3891カ所あります。酒蔵やワイナリー、ブルワリーと呼ばれるこれらお酒の製造場は全国各地に存在し、歴史ある酒蔵として、あるいは地域おこしの中核として、地域を支えるために不可欠の存在となっています。



国税庁 長官官房審議官（酒税等担当）

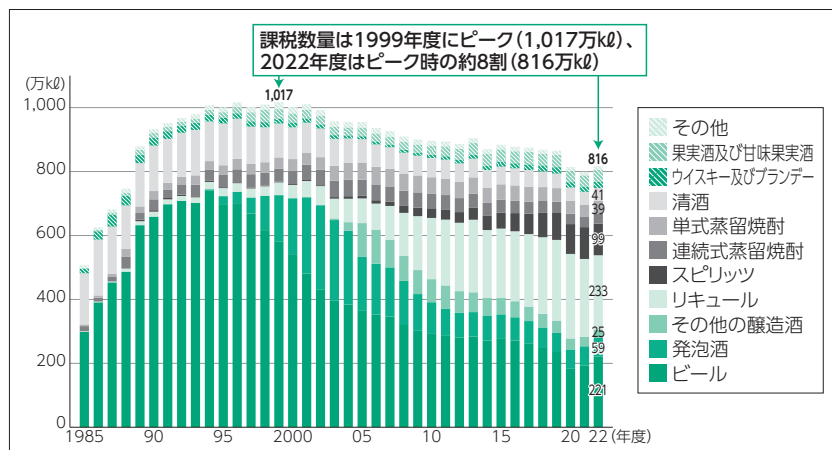
斎須 朋之 SAISU Tomoyuki

さいす ともゆき
1993年東京大学法学部卒業後、大蔵省（現・財務省）入省。主税局総務課税制企画室長、主計局主計官（司法・警察、経済産業、環境係担当）、同給与共済課長、内閣官房新型コロナウイルス感染症対策推進室参事官、復興庁統括官付審議官、厚生労働省大臣官房審議官を経て、2024年7月より現職。埼玉県出身。

しかしながら少子高齢化に伴い、国内での酒の消費量は減少傾向が続いています（図1）。一例として、日本酒の国内消費数量は、最盛期（1973年）の4分の1にまで減少しています。こうした厳しい経済環境にある酒造りですが、長い歴史のなかで弛み（な）ない努力と優れた感性に裏打ちされたその高い品質は、国際的にも非常に高い評価を受けています。さらなる品質の向上や販路の拡大などによって、日本が世界に誇る文化を次の世代に継承していかなければなりません。

海外における日本のお酒の評価は年々高まっています。ウイスキーやワインに関する国際的に有名なコンテストに日本のお酒が出品され、栄誉ある賞を受けることが増えていきます。海外から日本への旅行者の増加などを背景に、日本

図1 酒類課税数量の推移



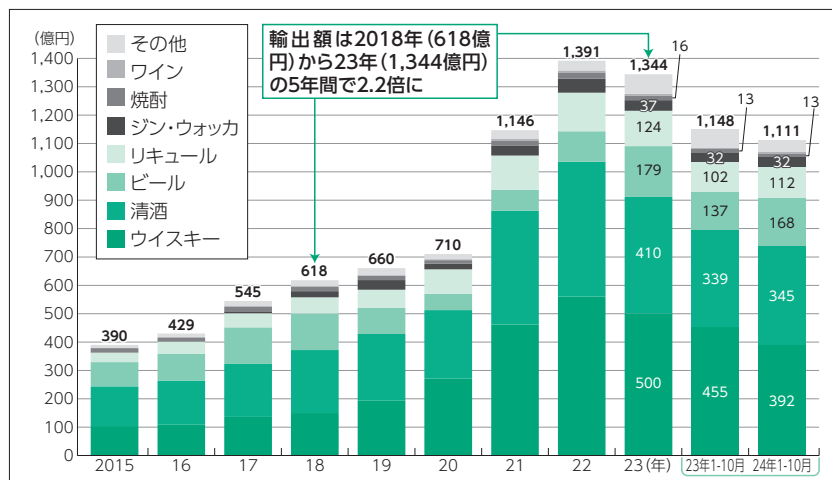
注: 1985年度以前は「その他」に「スピリッツ」が含まれている。
資料: 国税庁統計年報より作成

のお酒を知る人が増えており、近年では海外のお酒のコンテストに日本酒の区分が設けられたりもしています。

日本から海外に輸出される日本産酒類の輸出額は2018年から23年までの5年間で2.2倍になるなど、急速に増加しています(図2)。

それでも、各国の市場シェアとしてはごく一部であり、さらなる伸びしろがあると考えられます。輸出しているお酒の品目別でみると一番はウイスキー、続いて日本酒(清酒)となっています。輸出先国・地域別ではここ数年、中国が第1

図2 日本産酒類の輸出額の推移



資料: 財務省貿易統計

位を占めていましたが、景気低迷などを背景に中国の輸入額は減少しており、24年1～10月の実績では米国が第1位となっています。

認知度向上へ向けプロモーションに尽力

政府は、日本の農林水産物・食品の海外輸出について、2025年に2兆円、30年に5兆円という目標額を設定しています。お酒は加工食品の一つであり、日本のお酒の輸出額は、農林水産物・食品全体の1割弱を占めています。他の農林水産物・食品とともに、お酒についても輸出

二つ目として、国税庁では海外への販路開拓も積極的に支援しています。具体的には日本産酒類の輸出に向けた取引を支援するため、酒類製造者と輸出商社・卸との間をつなぐ「日本産酒類輸出促進コンソーシアム」(図3)をつくり、専門家セミナーの開催、事業者間マッチング、海外商談会・展示会の参加募集などを支援してい

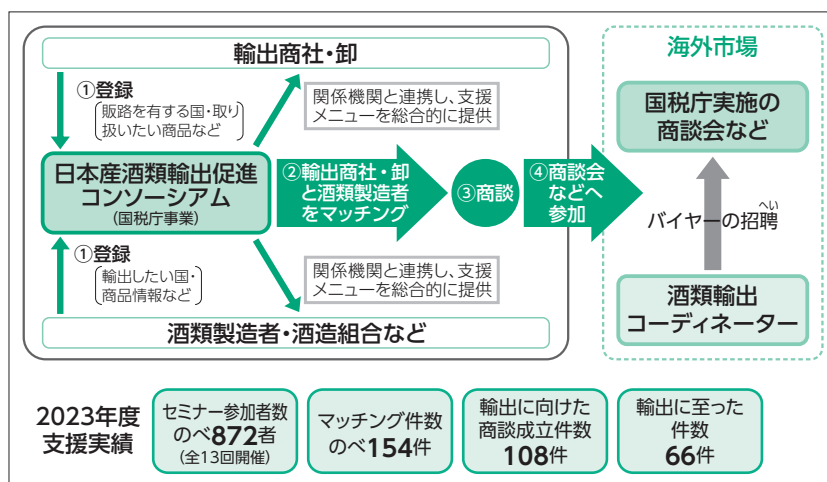
を振興していくことが政府の目標となっています。

酒類事業者にとっても、少子高齢化などを背景に国内市場が縮小するなかで、輸出やインバウンド需要の取り込みにより販路を拡大していくことには大きなメリットがあり、多くの事業者が輸出を含む販路拡大に向けた取り組みをしています。例えば日本酒については、およそ半数の酒蔵が輸出に取り組んでいます。

こうしたなかで国税庁では、酒類業振興関係の予算を活用して、多角的な支援策を講じています。その一つ目が日本産酒類の魅力発信であり、国内外でのプロモーションを推進しています。「伝統的造り」のユネスコ無形文化遺産登録を受け、これを追い風にすべく、文化庁、外務省(在外公館)、ジェトロ、関係団体などと連携し、国内外の方々に「伝統的造り」の歴史や文化の魅力を理解していただくためのイベント・シンポジウム・広報などに取り組むこととしています。25年は大阪・関西万博が開催されますので、こうした機会もフルに活用して「伝統的造り」の広報に取り組んでいきます。

コンソーシアムや商談支援で販路開拓

図3 日本産酒類輸出促進コンソーシアム



資料：国税庁作成

ます。このコンソーシアムには、2024年3月末時点で酒類製造者・酒造組合1239者、卸売事業者458者、その他（自治体など）246者の合計1943者が登録しており、商談への橋渡しがおこなわれています。

コンソーシアムを通じて、輸出商社・卸が複数の酒蔵の輸出口トを取りまとめ、温度管理可能なリーファーコンテナを満たすことで、品質を落とさずに海外のお客さまにお届けすることとを可能にする成果も上がっています。登録はスマートフォンでも簡単にできます。

また国税庁では、大規模な展示会への日本の酒類事業者の出展や商談を後押ししています。海外の主要都市では、ワインやスピリッツといったお酒の展示会が開催されています。こうした展示会には、プロのバイヤーが集まりますので、海外への販路開拓として有望な機会となります。23年度には七つの展示会（ロンドン、ベルリン、パリ、上海、シンガポール、ホーチミン、シドニー）で、65の酒蔵の出展を支援しました。

さらに、海外のさまざまな国・地域に酒類輸出コーディネーターを配置し、海外バイヤーとの商談会やレストラン関係者向けセミナーなどを実施しています。商談会は実際に現地までお越しいただいてバイヤーとオンサイトで実施する商談の他、オンラインでの商談会を設ける場合もあります。23年度は、世界16カ国に22人のコーディネーターを配置し、合計52回の商談会を開催して、329の事業者に参加いただきました。

Gーや技術支援によりブランド力向上

三つ目として、国税庁では日本産酒類の差別化や高付加価値化についても支援しています。その一つが地理的表示(GI)の活用です。

諸外国のお酒には、ワインでいうボルドーやシャンパーニュ、ウイスキーでいうスコッチなど、その産地と品質がリンクしているお酒があり、地域ブランドとして消費者にわかりやすくその価値を伝えていきます。

日本のお酒のGIについては、国税庁がその産地固有の特性を評価して指定しています。

2024年12月現在、30のG Iが指定されており(図4)、今後さらに各地の特性を生かしたブランド化が進むことが期待されます。

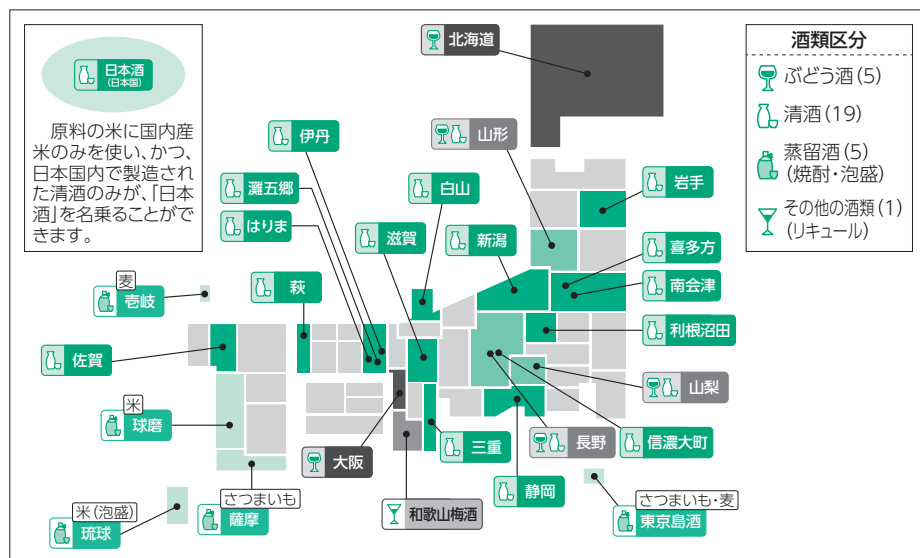
GIの指定を受けた場合、そのGIによって表示される産地以外で製造されたお酒や生産基準を満たさないお酒にGIを表示することは法令により禁じられており、これをGIの「保護」といいます。ちなみに、「日本酒」もGIの一つで原料に国産米を用い、日本国内で製造された「清酒」のみ「日本酒」と表示することができます。また、EU、イギリス、米国などとの間ではGIの相互保護を実施しています。これらの地域・国においては、日本酒でない清酒に「Japanese Sake」などと表示するとはできません。

その他、国税庁は技術支援や研究開発にも注力しています。お酒は嗜好品ですので、消費者に喜ばれる商品を提供していくことが求められますが、高い品質のお酒を造り続けるためには高度な技術が必要です。特に輸出を進めるには海外のお客さまに喜ばれる商品について研究しなければなりませんし、ブランド化も必要です。

このような課題に対応し、酒類製造者の方々の技術を一層高めるとともに、お酒の品質を向上させるため、国税庁ではお酒製造の専門家である鑑定官を置いており、事業者からの技術相談に応じています。

また 国税庁はお酒に関する唯一の国の研究機関である独立行政法人 酒類総合研究所を所管しています。同研究所では、日本酒を海外に長期間輸送したりする間の品質劣化が生じにくい酵母を開発するなど、日本産酒類の品質やブ

図4 酒類の地理的表示の指定状況



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。
資料:国税庁作成

ランド価値向上に資する研究をおこなっています。また、酒類醸造講習として酒造技術者の養成に努めており、「伝統的酒造り」の技術継承にも貢献しています。

補助事業や国際交渉も展開

四つ目の支援策として、酒類事業者による日本のお酒のブランディング、インバウンドによる海外展開に向けた取り組みや、国内外の新しい

市場開拓などの意欲的な取り組みを支援するため、国税庁では「酒類業振興支援事業費補助金」を設けています。補助率2分の1、補助上限額1000万円の「海外展開支援枠」あるいは上限500万円の「新市場開拓支援枠」が基本ですが、海外展開支援枠においては、複数の事業者の連携によるグループ申請の場合に補助上限額を最大1500万円まで引き上げている他、新市場開拓支援枠では小規模事業者への補助率が3分の2となっています。2025年

(24年度補正予算を含む)の補助事業の内容については、今後国税庁のホームページにおいて公募を実施する予定です。

五つ目の支援策としては、諸外国の輸入規制に対する国際交渉があります。東日本大震災に伴う福島第一原子力発電所事故を受け、韓国や中国などの国が、日本からの食品の輸入に際し規制を設けています。

韓国にお酒を輸出する場合は国税局が発出する輸出証明書の添付が必要で、うち東日本の13都県(宮城、山形、福島、茨城、栃木、群馬、埼玉、新潟、長野、千葉、東京、神奈川および静岡)から輸出されるお酒については、放射能分析も実施する必要があります。

中国については、東日本の10都県産(宮城、福島、茨城、栃木、群馬、埼玉、新潟、長野、千葉および東京)のお酒の輸入は完全に禁じられており、それ以外

外の道府県産のお酒については国税局の輸出証明書が必要となっています。

国税庁では、これら輸出証明書の発出体制を整えるとともに、放射能分析が必要な場合は酒類総合研究所において実施しています。

日本政府としては、このような規制は科学的な根拠を欠くものとし、その撤廃を求め交渉しています。過去、EUなどにおいても同様の規制がありました。また、さまざまな科学的事実を提示し、すでに撤廃されています。

福島第一原子力発電所事故に関連する輸入規制以外にも、諸外国によってお酒の輸入に関する規制が設けられることがあります。例えば米国とEUにおいては、蒸留酒について一定の容量以外の容器を認めないという規制がありましたが、交渉の結果一部規制が緩和・撤廃されました。

また、EUにおいて食品容器のリユースやリサイクルなどを義務付ける動きがありましたが、交渉の結果、現地でのリユースが難しい日本酒については、ワインやウイスキーと同様にリユース義務が免除されることとなりました。

今後とも、国税庁としては、合理性がない貿易障壁については、関係省庁とも連携してその撤廃や緩和に向け粘り強く交渉してまいります。日本のお酒は世界に誇るべき技術に支えられた素晴らしいクオリティーを有しています。「伝統的酒造り」がユネスコ無形文化遺産に登録され、長い歴史と文化に裏打ちされた日本のお酒の魅力について、国内外で広く理解が広がることを期待しています。