

酒税関係事務の現状と当面の課題

1 酒税関係組織の概要等

(1) 国税庁

国税庁酒税課は、酒税の賦課に関する事務、酒税の保全に関する事務、酒類業の発達、改善及び調整に関する事務等を所掌し、鑑定企画官は、分析、鑑定その他の技術的事項に関する事務等を所掌し、そのいずれについても長官官房審議官が事務を総括・整理している。

国税局においては、課税部に酒類監理官を置き、酒税課、鑑定官室、酒類業調整官及び統括国税調査官（酒税担当）の事務を整理することとされている。酒類業調整官（72名）のうち、47名は派遣職員として県庁所在地を中心に税務署に配置している。

税務署においては、広域運営中心署等（82署）に酒類指導官（132名）を置き、酒税関係事務の大宗を広域運営により実施している。

（参考）局及び派遣の酒類業調整官は主として酒類の公正取引基準に関する事務や酒類業の振興に関する事務を、署の酒類指導官は主として免許や課税に関する事務を担当している。

(2) 独立行政法人酒類総合研究所

独立行政法人酒類総合研究所は、酒類に関する高度な分析及び鑑定、酒類及び酒類業に関する研究、調査及び情報提供等を行うことにより、酒税の適正かつ公平な賦課の実現に資するとともに、酒類業の健全な発達を図り、あわせて酒類に対する国民の認識を高めることを目的として設置されている。

非公務員型の中期目標管理型法人とされており、常勤役職員数は46名（平成31年4月現在）である。

(3) 酒類業組合等

酒造組合、酒販組合といった酒類業組合等は、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律（酒類業組合法）に基づき、酒税の保全に協力し、共同の利益を増進するため、全国や都道府県、税務署の管轄区域などを単位として、製造業、卸売業又は小売業の業態ごと（製造業については更に酒類の品目ごと）に財務大臣の認可により設立されている。

2 酒税法の概要等

(1) 免許関係

酒類の製造及び販売業（卸売・小売）については、酒税法上免許制が採用されており、一定の要件に該当する場合には免許を与えないことができることとされている。

また、その具体的な取扱いは法令解釈通達で定め、免許の処理等について適切に運用している。

なお、平成30年3月末現在において、酒類製造免許場数（各酒類を通じたもの）は3,333場、酒類販売業免許場数（189,490場）のうち酒類卸売業免許場数は12,026場、酒類小売業免許場数は177,464場となっている。

（参考）小規模製造を可能とする構造改革特別区域法（平成14年法律第189号）の酒税法の特例

措置（みなし適用を含む。）の適用を受けている酒類製造免許場数は、249場（その他の醸造酒〔どぶろく〕191場・果実酒32場・リキュール26場）【平成30年3月末現在】。

(2) 酒類の区分及び税率等

酒税法では、酒類をその製法や性状に着目して発泡性酒類、醸造酒類、蒸留酒類及び混成酒類の4種類に分類し、その分類ごとに異なる税率を適用することを基本としている。4種類に分類された酒類は、さらに17品目の酒類（清酒、ビール等）に区分されている。

（参考1）主な品目の税率（1KL当たり）

品目	ビール	発泡酒	清酒	果実酒	単式蒸留焼酎	ウイスキー
税率	22万円	22万円～ 約13.4万円	12万円	8万円	20万円にアルコール20度を超える 1度ごとに1万円加算	37万円にアルコール37度を超える 1度ごとに1万円

（参考2）酒税の課税状況

我が国の酒税の歴史は古く、明治32年度においては租税収入に占める割合が約36%と首位を占めていた。現在の酒税課税額は約1.3兆円（平成30年度補正後予算額（以下同じ）。租税収入に占める割合は約2%）であるが、酒税は景気の影響を受けにくく、安定した税収として国家財政において重要な役割を果たしている。

品目別にみると、4割超がビール（5,768億円）であり、発泡酒（937億円）、チューハイや新ジャンル飲料が大部分を占めるリキュール（1,866億円）を合わせると、これら低アルコール飲料でおよそ3分の2を占めており、清酒は約5%の602億円である。（平成29年度の課税事績の計数を集計）

(3) 酒類の表示

酒類については、酒類業組合法第86条の5の規定により、酒税保全の観点から、「酒類の品目、酒類製造業者の氏名又は名称、その製造場の所在地、内容量、アル

コール分、発泡性を有する旨・税率の適用区分（発泡酒及び雑酒に限る。）」を酒類の容器又は包装に表示することが義務付けられている。

また、同法第 86 条の 6 の規定により、上記の規定のほか、酒類の取引の円滑な運行及び消費者の利益に資するため酒類の表示の適正化を図る必要があると認めるとときは、酒類の製法、品質その他これらに類する事項等について、表示基準を定めることができることとされており、これに基づき、長官告示により「清酒の製法品質表示基準」等を定めている。

（参考 1）酒類業組合法第 86 条の 6 の規定による表示基準（長官告示）

表示基準	表示事項
清酒の製法品質表示基準	吟醸酒、純米酒、本醸造酒等
果実酒等の製法品質表示基準 (ワインの表示ルール)	日本ワイン等
酒類における有機の表示基準	有機の表示等
酒類の地理的表示に関する表示基準	壱岐、球磨、琉球、薩摩（蒸留酒）、日本酒、白山、山形、灘五郷（清酒）、山梨、北海道（ぶどう酒）
二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準*	二十歳未満の者の飲酒防止の注意事項

*民法の成年年齢の引下げ（20 歳→18 歳）に伴い、「未成年者の飲酒防止に関する表示基準」を「二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準」に改定（令和元年 6 月）。

（参考 2）上記のほか、酒類についても食品表示法、米穀等の取引等に係る情報の記録及び产地情報の伝達に関する法律などに基づく表示義務がある。また、食品表示法に基づく詳細な表示ルールを定めた食品表示基準は、令和 2 年 3 月末に経過措置期間が終了し、同年 4 月 1 日から全ての酒類に適用される。

（注）酒税法に基づく「酒類の公正な取引」に関する制度については、後述 8 参照

3 税制改正

（1）酒税改革

平成 29 年度税制改正において、酒税法が改正され、類似する酒類間の税率格差が商品開発や販売数量に影響を与えている状況を改め、酒類間の税負担の公平性を回復する等の観点から、酒税の税率構造の見直しやビール系飲料等の定義の見直し等が行われた。

イ 酒税の税率構造の見直し

発泡性酒類のうちビール系飲料（ビール、発泡酒、新ジャンル）については、その税率を 1 kℓにつき 155,000 円に統一することとされた。また、清酒と果実酒については、税率格差を解消するため、醸造酒類の基本税率を 1 kℓにつき 100,000 円に引き下げ、清酒と果実酒の特例税率を廃止することとされた。

なお、発泡性酒類及び醸造酒類については、税率の急激な変更が及ぼす消費者

及び酒類製造者等への影響を緩和する観点から、経過措置が設けられた。

具体的には、発泡性酒類に係る税率については、令和2（2020）年10月及び令和5（2023）年10月から経過的な税率を適用することとし、改正後の本則税率を令和8（2026）年10月から適用することにより3段階で税率を統一していくこととされた。また、醸造酒類に係る税率については、令和2（2020）年10月から経過的な税率を適用することとし、改正後の本則税率を令和5（2023）年10月から適用することにより2段階で税率を統一していくこととされた。

□ 酒類の定義の見直し

ビールと果実酒の定義が改正され、ビールについては、麦芽比率が引き下げられるとともに、果実等の使用可能な副原料の範囲が拡大した。果実酒については、使用原料が追加され、それぞれ平成30年4月からその適用が開始されている。

また、発泡酒についても定義が改正され、麦芽又は麦を原料に使用しない発泡性を有する酒類のうち、その原料の一部にホップを使用しているもの、及びビールに類似するものとして一定の要件を満たすものを追加することとされた。当該定義の拡充については、令和5（2023）年10月から適用が開始される。

（2）令和元年度税制改正（単純延長を除く）

構造改革特別区域内において清酒の製造免許を受けている者が、当該構造改革特別区域内の特定の施設において清酒の製造体験を提供する場合には、当該施設内に設ける一定の体験製造場をその者の既存の清酒の製造場と同一の清酒の製造場みなす措置を講ずることとされ、第198回通常国会に構造改革特別区域法の改正のための法案が提出（6月7日）された。

4 「酒類行政の基本的方向性」の整理

酒税関係事務については、酒税の適正・公平な課税の実現に努めるとともに、酒類業の健全な発達に向け、免許事務等の適正な法執行及び酒類業の振興に取り組むこととしている。

特に、酒類業の振興については、平成30事務年度において、「酒類行政の基本的方向性」を整理し、国税審議会（酒類分科会）や酒レポート（酒のしおり）を通じて対外的にも説明した。当該基本的方向性においては、酒類業の振興に当たり、官民の適切な役割分担の下、事業者や業界団体等が創意工夫を發揮して意欲的な取組が行われるよう、国税庁はサポートや環境整備に取り組む等の基本的考え方とともに、国税庁としての具体的な取組を示した。

なお、各局・署に対する特留通達においては、基本的考え方として、以下を指示したほか、局署の具体的な事務に当たっての留意点を指示した。

- ・ 当該基本的方向に沿って、酒類業の振興に一層積極的に取り組むこと
- ・ 免許事務等の法執行においても、相談や申請等の処理が事業者の事業活動に大きな影響を与えることを踏まえ、事業活動の円滑化を図る観点から、丁寧な助

言等や迅速な処理に努めること

- ・ 調査等についても、例えば、実施時期によっては事業活動に支障を生じることもあり得ることを踏まえ、可能な範囲で酒類製造者の事情に十分配意しつつ、法令等に従って事務を実施すること

5 酒類業の振興

酒類業は歴史的・文化的に重要な地場産業を形成してきたほか、近年では、地方創生やクールジャパンとして新たな価値を創出しており、その発展は地域経済や日本経済の活性化等にも寄与するものである。

こうした認識の下、酒類業の事業所管官庁として、酒類業界のニーズや課題等の把握に努めるとともに、関係省庁・機関等と連携・協調しつつ、酒類業の振興に取り組むこととしている。

(1) これまでの経緯等

日本産酒類の輸出促進に係る取組については、平成24年5月に国家戦略担当大臣が立ち上げた「ENJOY JAPANESE KOKUSHU（國酒を楽しもう）」プロジェクト（國酒プロジェクト）によって、財務省、外務省、農林水産省等の関係省庁が一体となって、清酒・焼酎の認知度向上と輸出促進を国家戦略として取り組むこととなった。その後、平成25年1月に閣議決定された「日本経済再生に向けた緊急経済対策」において「日本産酒類の総合的な輸出環境整備」が、また、同年6月に閣議決定された「日本再興戦略2013」において、クールジャパン推進の一環として「日本産酒類の輸出促進」が盛り込まれ、日本産酒類については、「2020年までの輸出額の伸び率が農林水産物・食品の輸出額の伸び率を上回ることを目指す」とのこととされた。

（参考1）「日本再興戦略2013」においては、農林水産物・食品の輸出額については、「2020年に1兆円」との目標が設定され、その後、「日本再興戦略2016」において目標の1年前倒しが決定されている。

日本産酒類の輸出を促進するとの方針は、「総合的なTPP等関連施策大綱（平成29年11月24日TPP等総合対策本部決定）」に記載されており、当該関連施策大綱は、「経済財政運営と改革の基本方針2019（令和元年6月21日閣議決定）」においても「実施する」ものとして引き続き引用されている。また、「成長戦略実行計画・成長戦略フォローアップ・令和元年度革新的事業活動に関する実行計画（令和元年6月21日閣議決定）」においても、日本産酒類の輸出を促進する方針が盛り込まれている。

（参考2）平成24年から平成30年までの7年間の日本産酒類の輸出額の伸び率は198.6%で、農林水産物・食品の伸び率（101.6%）を上回っている。

(2) 政府における日本産酒類の輸出拡大に向けた最近の取組

クールジャパン推進の一環として、國酒をはじめとした日本産酒類の総合的な輸

出環境整備について、関係府省で連携して取組を進めていくため、「日本産酒類の輸出促進連絡会議」（構成員は関係府省の局長級。国税庁からは長官官房審議官が出席）が年2回開催されている。

また、農林水産物の輸出額1兆円を達成するため、平成28年5月にとりまとめられた「農林水産業の輸出力強化戦略」に基づいた取組を推進していくため、「輸出戦略実行委員会」（構成員は関係府省の局長級）が開催されている。同委員会の品目部会として、平成28年7月、「酒類部会」（構成員は関係府省の課長級）が設置されている。

平成30年4月13日に「琉球泡盛海外輸出プロジェクト」（顧問：宮腰光寛内閣府特命担当大臣（沖縄及び北方対策））が立ち上げられた。内閣府沖縄振興局が中心となって対応しており、酒類業を所管する国税庁も協力をしている。平成32年に沖縄県産泡盛の輸出数量を倍増（70KL）、平成34年に3倍（100KL）とすることを目標としている。

（参考）平成29年輸出数量は29KL。平成30年輸出数量は31KL。

（3）国税庁における主な取組

酒類業は歴史的・文化的に重要な地場産業を形成してきたほか、近年では、地方創生やクールジャパンとして新たな価値を創出しており、その発展は地域経済や日本経済の活性化等に寄与している。

こうした観点から、国税庁においては、事業所管官庁として、引き続き、酒類業界の課題やニーズ等の把握に努めるとともに、関係省庁・機関等と連携・協調しつつ、酒類業の振興のための取組を強化していく。

主な具体的取組としては以下の通り。

（1）海外需要の開拓

○ 国際的な情報発信

日本産酒類の輸出促進のため、国際的行事等におけるプロモーション、海外の酒類専門家の酒蔵等への招聘等により、日本産酒類に対する国際的な認知度や理解の向上に取り組む。

【平成30事務年度の主な取組】

- ・ フランスにおけるジャポニスム2018の一環として各種イベントを実施
- ・ ロンドンのジャパン・ハウスにおけるプロモーション
- ・ 海外の日本産酒類専門家育成事業（酒類専門家9名を7カ国から招聘し酒蔵の視察や酒類総合研究所によるレクチャーを実施）
- ・ 駐日外交官等酒蔵ツアー
- ・ G20の機会を活用したPR

○ ビジネスマッチングの支援

酒類業者等に対する海外の輸入・流通業者とのビジネスマッチングの機会の提供のため、海外の酒類見本市への出展支援やバイヤー招聘等に取り組む。

【平成 30 事務年度の取組】

- ・ 英国最大級の酒類見本市「Imbibe Live2018」にブースを設置し、酒類製造業者等の出展を支援
- ・ 世界最大の酒類見本市「ProWein2019」への日本酒造組合中央会の出展を支援し、国税庁としても、中央会の出展と連動したセミナー・商談会を実施

○ 酒蔵ツーリズムの推進

酒類製造者が自ら製造した酒類を訪日外国人旅行者等に販売した場合に消費税に加えて酒税が免税となる「酒蔵ツーリズム免税制度」（平成 29 年 10 月施行）について、平成 31 年 4 月現在で 149 の酒類の製造場が免税販売の許可を取得。引き続き活用促進に努める。

○ 政府全体の取組（JETRO、JFOODO 等）の周知と活用促進

JETRO による各種支援策、新輸出大国コンソーシアム、農林水産物・食品輸出プロジェクト（GFP）、日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）等、政府全体の取組について、事業者や業界団体に情報を提供し、活用促進を図る。

○ 関税や輸入規制の撤廃等の国際交渉

EPA 等の国際交渉において、関税や輸入規制等の撤廃、地理的表示（G I）の保護等を求めている。（詳細は後述 6）

（四）ブランド化の推進

○ 地理的表示（G I）の普及拡大

地理的表示（G I）制度は、酒類や農産品について、ある特定の産地ならではの特性（品質、社会的評価等）が確立されている場合に、当該産地内で生産され、一定の生産基準を満たした商品だけが、その産地名（地域ブランド名）を独占的に名乗ることができる制度。

国税庁では、国内外における酒類のブランド価値向上等の観点から、地理的表示の指定や普及拡大に取り組んでいる。事業者等からの地理的表示の要望に対しては、手続面・技術面で支援する。また、消費者等の認知度の向上に向けたシンポジウム等を開催する。

（参考 1）地理的表示（G I）制度に係る経緯等

- ・ WTO（世界貿易機関）協定の附属書である TRIPS 協定（知的所有権の貿易関連の側面に関する協定）により、加盟国はぶどう酒及び蒸留酒の G I を保護するための法的手段を確保することが義務付けられており、当該協定の国内担保措置として、平成 6 年に「地理的表示に関する表示基準」を制定
- ・ 制度の更なる活用を図るため、平成 27 年 10 月に対象品目の拡大、指定要件の具体化等の改正を実施
- ・ なお、政府全体の知的財産戦略として策定される「知的財産推進計画 2017」（平成 29 年 5 月内閣知的財産戦略本部決定）においても、日本産酒類のブランド価値向上のため

の施策として、G I の活用促進等が盛り込まれている。

(参考2) 地理的表示（G I）の指定状況

名称	產品	指定日	名称	產品	指定日
壱岐	麦焼酎	平成7年6月30日	山梨	ぶどう酒	平成25年7月16日
球磨	米焼酎	平成7年6月30日	日本酒	清酒	平成27年12月25日
琉球	泡盛	平成7年6月30日	山形	清酒	平成28年12月16日
薩摩	芋焼酎	平成17年12月22日	灘五郷	清酒	平成30年6月28日
白山	清酒	平成17年12月22日	北海道	ぶどう酒	平成30年6月28日

○ ワインの表示ルールの施行

従来、国内では、国産ぶどうのみを原料とした「日本ワイン」のほか、輸入濃縮果汁や輸入ワインを原料としたワインなど様々なワインが流通しており、消費者にとって「日本ワイン」とそれ以外のワインとの違いが分かりにくいという問題があった。こうした状況を踏まえ、国税庁において、日本ワインの定義等を定めた「果実酒等の製法品質表示基準」（ワインの表示ルール）を策定し、平成30年10月から施行されている。

国税庁においては、日本ワインの消費者向けシンポジウムや業界団体や研究機関等を集めた情報交換会等を開催している。

(参考) ワインの表示ルールの概要

- ・ 国産ぶどうのみを原料とし、日本国内で製造された果実酒のみが「日本ワイン」と表示できる。
- ・ 「日本ワイン」のみが①地名、②ぶどうの品種名、③ぶどうの収穫年を表示できる。
※ 例えば、ワインの産地名として地名を表示する場合、その地名が示す範囲にぶどうの収穫地（85%以上使用）と醸造地があること等、それぞれの表示に係る要件あり。
- ・ 海外原料を使用したワインは、表ラベルに「濃縮果汁使用」「輸入ワイン使用」等の表示が義務付けられている。また、地名やぶどうの品種名・収穫年を表示はできない。

(八) 技術支援

○ 酿造技術等の普及の推進

各国税局の鑑定官室において、酒類製造者への指導や相談対応、鑑評会や研究会等の開催、酒造組合等の講習会や審査会等への職員派遣等を通じ、酒類総合研究所の研究成果をはじめとした先端技術等の普及を推進していく。

また、新規参入者等、技術基盤の維持・向上が必要と考えられる酒類製造者に対しては、丁寧な技術支援に取り組む。

○ 酒類の品質及び安全性に関する支援

酒類の生産から消費までの全ての段階における酒類の安全性の確保と品質水準の向上を図ることを目的として、酒類の製造工程の改善等に関する技術指

導を行う。また、酒類の放射性物質に関する調査・情報提供等により安全性を確認しているほか、H A C C P (※) の制度化に伴い、手引書の作成等、業界団体の対応を支援する。

※ 重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法

○ 酒類総合研究所の取組

鑑定官室では対応できない高度な分析・鑑定及びその理論的裏付けとなる研究・調査等については、(独)酒類総合研究所で行っている(酒類総合研究所の詳細は後述10)。

(二) 中小企業対策

中小企業が大半を占める酒類業界が社会経済情勢の変化に適切に対応できるよう、日本酒造組合中央会(以下「清酒中央会」という。)の近代化事業をはじめ、業界団体の各種の取組を支援しているほか、中小企業診断士等の専門家を講師とした研修の開催、中小企業等経営強化法に定める経営力向上計画の作成支援等を行う(清酒中央会の基金・補助金については後述7)。

また、関係省庁・機関や地方自治体等と連携しつつ、政府の中小企業向け施策(相談窓口、補助金、税制、融資等)について、事業者や業界団体に情報を提供し、活用の促進に取り組む。

6 国際交渉

国税庁では、事業所管管庁として、民間では対応できない課題に適切に取り組むとの観点から、関税や輸入規制の撤廃等の国際交渉を行っている。

(1) 東アジア地域包括経済連携(RCEP)交渉

RCEPとは、ASEAN10か国に加え、6か国(日本、中国、韓国、オーストラリア、ニュージーランド、インド)が参加する広域経済連携のことで、2013年に第1回交渉を開始して以来、25回の交渉会合のほか、7回の閣僚会合や2回の首脳会議を行ってきた。2018年内には実質的妥結には至らなかったものの、RCEP首脳会議では2019年に妥結する決意が表明されている。酒類に関しては中国・韓国の高関税の引下げを中心に臨んでいる。

(2) 日米協議

2017年2月に開始した日米経済対話においては、米国に対し、酒類容器(蒸留酒)の容量規制の緩和について要望してきたところ、2017年11月に行われた日米首脳会談において、米国側が本規制の緩和を検討していることを確認した。早期に容器容量規制が緩和されるよう、在米国大使館等を通じ、引き続き米国に要望している。

また、2019年4月に日米物品貿易協定交渉（TAG）（第1回）が開始されたところ。交渉範囲は未定であり、今後事務方協議が行われる予定。

（3）日EU・EPA

2019年2月に発効した日EU・EPAでは、日本側はワイン関税について即時撤廃することとした一方、EU側は、①全ての酒類の関税即時撤廃、②「日本ワイン」の輸入規制の緩和、③単式蒸留焼酎の容器容量規制の緩和、及び④G I 「日本酒」等の酒類のG I の保護を行うなど、日本産酒類の輸出促進に資する成果が得られた。

日EU・EPAの交渉妥結後に追加された、G I 「北海道」、「灘五郷」については、EU側に保護の追加を求めている。

また、英国のEU離脱が本年10月末に見込まれており、「合意なき離脱」となれば、離脱後即時に英国は日EU・EPAの適用対象外となる。酒類関係については、日EU・EPAで保護した英国のG I 「スコッチウイスキー」などが「合意なき離脱」の影響を受けることとなる。日英間における本件の取扱いについては、関係省庁と連携し、英国側と協議している。

（4）その他

上記以外にも、トルコ等とのEPA交渉のほか、台湾に対する泡盛・焼酎の高関税率の引下げ協議、東日本大震災に伴う福島第一原子力発電所の事故後に導入された輸入規制の解除・緩和の働きかけや非関税障壁の改善（例：ブラジルにおけるメタノール規制）、中国等とのG I の相互保護に係る協議等を行っている。

7 基金・補助金等による業界支援

（1）信用保証基金

清酒中央会は、清酒製造業者の経営基盤の安定及び酒税の確保に資することを目的として、清酒製造業等の安定に関する特別措置法（以下「安定法」という。）に基づき酒造組合等からの拠出金と国からの補助金により「信用保証基金」を設け、清酒製造業者が清酒の製造に係る資金を金融機関から借り入れる際の債務保証事業を実施している。

（参考）平成30年度末の信用保証基金残高 32億01百万円

（うち、国からの補助金 21億34百万円、業界からの出えん金 10億67百万円）

（2）清酒製造業近代化事業費等補助金

清酒中央会は、信用保証事業のほか、清酒製造業者及び単式蒸留焼酎製造業者の経営基盤の安定及び酒税の確保に資することを目的として、安定法に定める「清酒製造業近代化事業」及び「単式蒸留焼酎製造業近代化事業」を実施している。

これらの事業については、元々は国からの貸付金及び補助金により基金を造成し、その運用益により実施していた。平成21年の行政刷新会議において、「運用益で事業を行っているものについては、基金相当額を国に返納し、必要額を毎年

度の予算措置に切り替えるべき」との方針が示され、平成26年度までに補助金及び貸付金を順次、国に返済し、基金運用の繰越金についても平成27年度に国に自主返納した。現在は全額単年度の予算措置に切り替わっている。

清酒中央会では、本補助金により国際空港キャンペーン、海外の見本市への出展等の日本産酒類の輸出促進への取組や東日本大震災で被災した事業者への利子補給等の事業を実施している。

(参考) 令和元年度清酒製造業近代化事業費等補助金（5億98百万円）

8 酒類の公正な取引環境等の整備

(1) 「酒類に関する公正な取引のための指針」の制定・公表

酒類小売業免許の規制緩和に伴う需給調整要件（距離基準、人口基準）の廃止等を踏まえ、平成18年8月に「酒類に関する公正な取引のための指針」（以下「指針」という。）を制定・公表した。

国税庁では、この指針の周知・啓発を通じた酒類業者の自主的な取組を推進するほか、後述の(3)の酒類の取引状況等実態調査に基づく改善指導を行うことで、公正な取引環境の整備に向けた取組を行ってきた。

(2) 酒税法等の改正及び「酒類の公正な取引に関する基準」の制定・公表

平成28年5月27日には、過度な価格競争を防止する等の観点から議員立法（酒税法等の一部改正）が成立し、酒類の公正な取引につき、酒類業者が遵守すべき必要な基準を定めるものとされた。この改正法を受け、平成29年3月31日に「酒類の公正な取引に関する基準（国税庁告示）」（以下「取引基準」）を制定し、公表した。

この取引基準においては、①正当な理由なく、酒類を総販売原価を下回る価格で継続して販売する取引（価格要件）であって、かつ、②自己又は他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがある取引（影響要件）を行ってはならないことを定めている。

改正法においては、この基準を遵守しない酒類業者に対し、「指示」、「公表」、「命令」及び「罰則」（さらに酒税法に基づき「免許の取消し」）を行えることなどが措置されており、取引基準とともに同年6月1日から施行されている。

(参考) 改正酒税法等の主な内容

- ・ 「酒類の公正な取引に関する基準」の制定
- ・ 酒類販売管理研修の受講の義務化
- ・ 質問検査権の拡充
- ・ 公正取引委員会との連携強化（相互報告制度の創設） 等

(3) 酒類の取引状況等実態調査の実施

平成29事務年度以降は、従来の指針に加え、新たに策定した取引基準に照らして問題があると疑われ、かつ、市場に大きな影響を与える取引を行っているおそれがあると認められる酒類業者を重点的に選定し、酒類の取引状況等実態調査を実施し

ている。

調査の結果、取引基準を遵守していない取引が認められた場合には、取引基準を遵守すべき旨の指示を行い、また、指針に則していない取引が認められた場合には、従前同様に改善指導を行うこととしている。

調査結果の公表に当たっては、平成29事務年度から、調査件数に加え、指示事案の概要を公表するとともに、調査によって把握した問題取引とその指導事績についても、可能な限り具体的に多数の事例を公表し、他の酒類業者において同様の取引が行われないよう啓発している。平成30事務年度以降の調査分についても、同様に公表していく。

(参考) 取引状況等実態調査について、酒類販売場等が広範にある酒類業者に対しては、局間連携調査を実施するほか、指示や改善指導を行った酒類業者のうち、引き続き改善状況の確認が必要な酒類業者に対してはフォローアップ調査を実施することとしている。

(4) 公正取引委員会との連携等

(2)の改正酒税法等により、公正取引委員会との間の相互報告制度が創設され、不公正な取引方法に該当する事実があると思料された場合には、酒類業組合法第94条第4項の規定に基づき公正取引委員会に対する報告を行うこととされている。

また、酒類の公正な取引環境の整備に向け、公正取引委員会と定期的な意見交換を行っており、酒類の取引に関して問題等が把握された場合には、その解決に向けた検討を随時行っている。

(注) 従来から、公正取引委員会に対して、主に酒類の不当廉売事案の処理に従事させるため、国税庁から3名の職員を出向させている。

(5) 消費税転嫁対策

国税庁では、酒類業者が「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為のは正等に関する特別措置法」に違反する行為を行っていると疑われる事案が発生した場合に備えて、同法に基づく調査に係る事務運営指針等を発出し、国税局酒類業調整官を中心とした指導・調査の体制を整備したほか、国税庁酒税課内に「消費税価格転嫁等総合相談センター」(内閣府に設置)の分室を設置し、酒類業者に係る情報を受け付ける体制を整備している。

9 アルコール健康問題

アルコール健康障害対策を総合的かつ計画的に推進して、国民の健康を保護し、安心して暮らすことができる社会の実現に寄与することを目的として、アルコール健康障害対策基本法が制定され、平成26年6月1日に施行された。

同法において、国は、酒類の表示、広告その他の販売の方法について、酒類業者の自主的な取組を尊重しつつ、アルコール健康障害を発生させるような不適切な飲酒の誘引を防止するため、必要な施策を講ずるものとされ、平成28年5月31日に同法に

基づく「アルコール健康障害対策推進基本計画」が閣議決定された。

この基本計画を受け、当庁においては酒類業者に対し、20歳未満の者への販売禁止の周知を徹底することなどに取り組むとともに、酒類業界においては、広告・宣伝に関する自主基準を改正し、テレビ広告における起用人物の年齢の引上げ及び飲酒の際の効果音・描写方法の見直し等を行っている。

なお、WHO（世界保健機関）においても、「適切でない」アルコールの摂取を健康に与える重大なリスクの1つと位置付け、「アルコールの有害な使用（harmful use of alcohol）を減らすための世界戦略（平成22年）」を採択するなど、アルコールの有害な使用の削減に関する議論が行われている。

10 独立行政法人酒類総合研究所の最近の動向

酒類総研は、明治37年に酒類の醸造技術を研究する国の研究機関（醸造試験所）として東京都北区滝野川に設置され、平成7年に名称を醸造研究所に変更して広島県東広島市に移転した。平成13年に公務員型の独立行政法人（酒類総合研究所）に移行し、平成18年には非公務員型の独立行政法人となっている。

なお、北区滝野川に一部機能を東京事務所として残置していたが、東京事務所は平成27年7月をもって廃止し、土地・建物等の資産を平成28年3月31日に国庫返納した。

東京事務所の施設のうち、赤レンガ酒造工場（明治36年完成）については、平成26年12月に重要文化財の指定を受け、平成28年3月31日に文化庁に移管された。

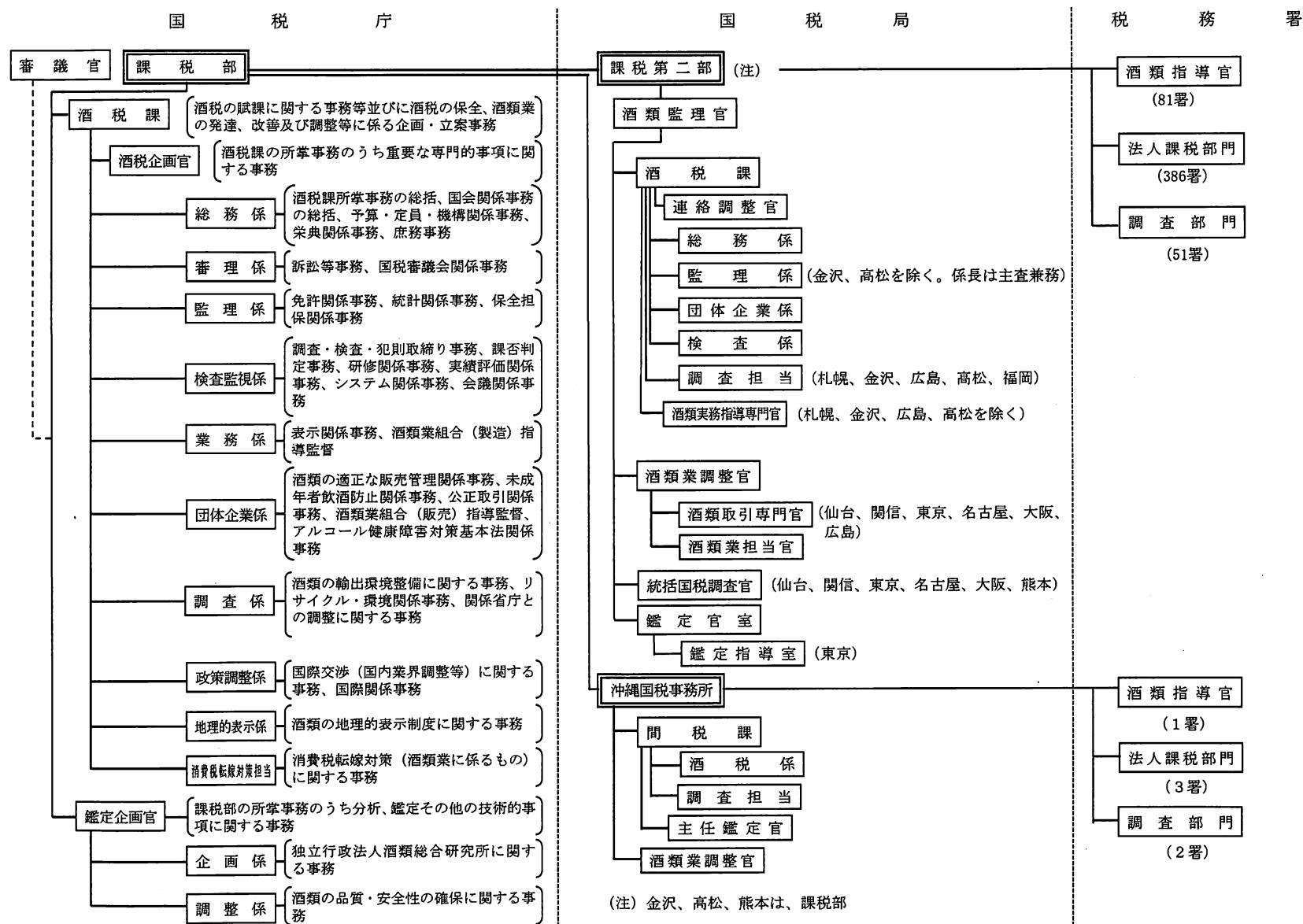
「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（平成25年12月24日閣議決定）において、酒類総研については、以下のとおり整理されている。

- ① 中期目標管理型の法人（独立行政法人）とする。
- ② 日本産酒類の輸出促進という新たな政策課題に対する取組等の業務の拡充については、中小企業に過大な負担とならないよう配慮しつつ、民間による応分の負担を求めるとともに、他の研究機関等との連携を強化する。
- ③ 東京事務所については、施設の文化財的価値にも配慮した上で、廃止を含め組織・業務の抜本的な見直しを検討する。

この方針を踏まえ、第4期中期目標期間（平成28年度から令和2年度）においては、酒税の適正かつ公平な賦課の実現、酒類業の健全な発達に加え、日本産酒類の輸出促進や地域振興の取組といった政府の重要な方針を達成するための、①酒税法、酒類業組合法の適切な運用のための取組、②酒類産業の振興のための取組、③酒類に関するナショナルセンターとしての取組を行うこととしている。

また、平成28年7月には、これらの取組強化のための組織変更も行った。

1-1 酒税事務関係組織の概要(平成30年7月現在)



(注) 金沢、高松、熊本は、課税部



(独)酒類総合研究所の概要

(1) 設立 平成 13 年 4 月 1 日（明治 37 年に大蔵省醸造試験所として創設）

(2) 事務所 広島県東広島市

(3) 常勤役職員数（平成 31 年 3 月末現在）

47 名

(4) 目的

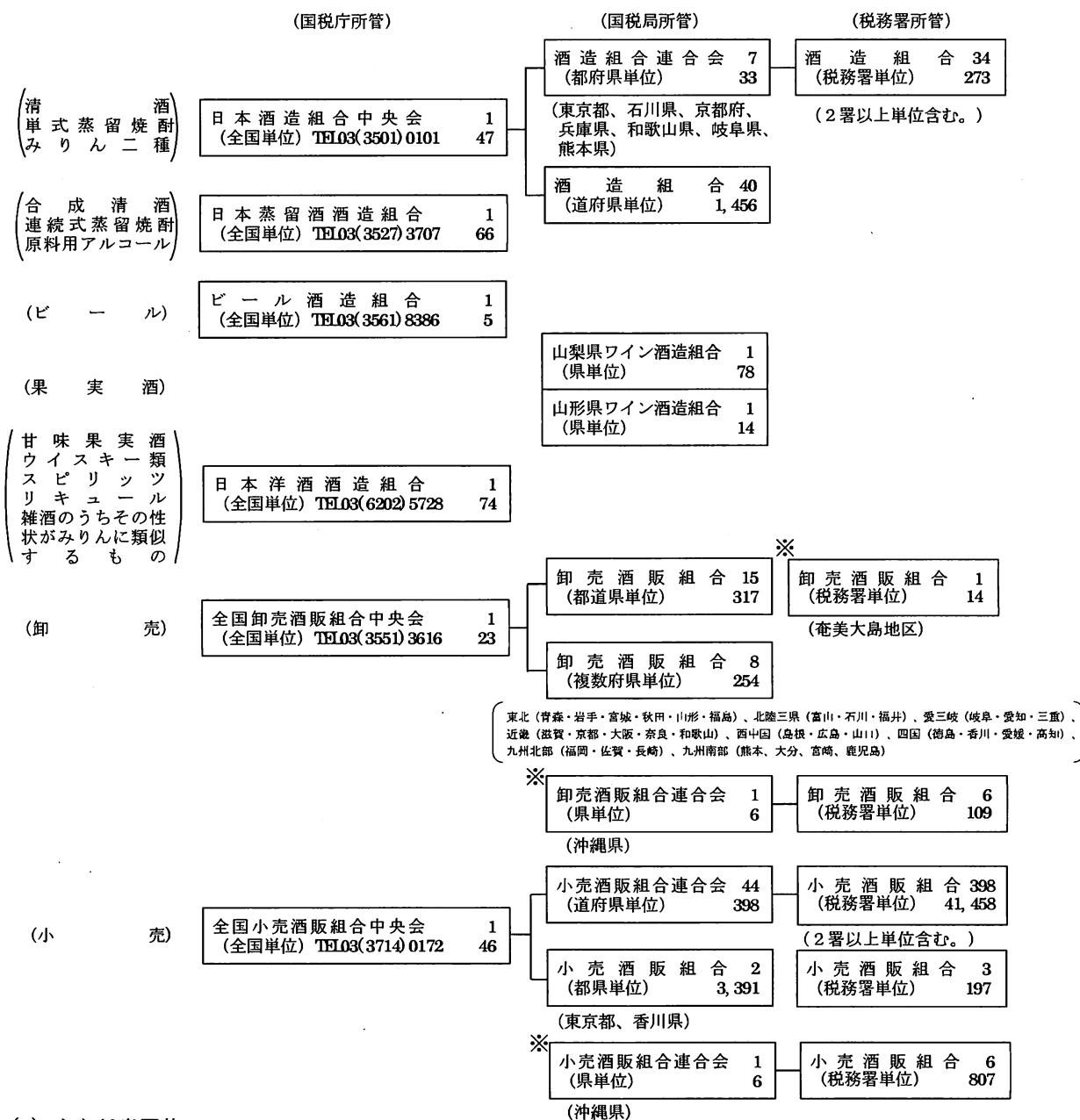
- 酒税の適正かつ公平な賦課の実現
- 酒類業の健全な発達を図り、あわせて酒類に対する国民の認識を高める

(5) 主な業務

酒税の適正かつ公平な賦課の実現、酒類業の健全な発達に加え、日本産酒類の輸出促進や地域振興の取組といった政府の重要方針を達成するため、①酒税法、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律の適切な運用のための取組、②酒類産業の振興のための取組、③酒類に関するナショナルセンターとしての取組を行っている。

酒類業組合等構成図表

(1) 酒類業組合法に基づく組合



(2) 主な任意団体

(みりん一種)	全國味淋協会 1 (全国単位) TEL03(3527) 3707 18	(果実酒)	道産ワイン懇談会 1 (道単位) TEL0134(64) 5581 24
(みりん二種)	全国本みりん協議会 1 (全国単位) TEL052(451) 8211 24	(果実酒)	長野県ワイン協会 1 (県単位) TEL0263(52) 0059 34
(ビール)	全国地ビール醸造者協議会 1 (全国単位) TEL03(5909) 8929 89	(果実酒)	北陸ワインナー協会 1 (北陸地区) TEL076(469) 4539 5
(果実酒)	日本ワイナリー協会 1 (全国単位) TEL03(6202) 5728 84	(果実酒)	大阪ワイナリー協会 1 (府単位) TEL06(6624) 8555 7
(洋酒輸入)	日本洋酒輸入協会 1 (全国単位) TEL03(6667) 0502 29		
(業務用卸)	全国酒類業務用卸連合会 1 (全国単位) TEL03(3661) 3055 156		

(注) 1. 各欄の計数は、上欄が組合数、下欄が組合員(会員)数である。(平成30年3月末現在)
2. ※は、各中央会における準会員である。

酒類の製造免許の概要

品目	最低製造数量基準（法7条関係）			免許の要件（法10条関係）					特区法の対象		摘要
	最低製造数量	兼造の場合の最低製造数量不適用品目	兼造の場合の製造数量の通算	人的要件	場所的要件	経営基礎要件	需給調整要件	技術・設備要件	特定酒類	特産酒類	
清酒	60 kI	単式蒸留焼酎、みりん、リキュール	清酒と合成清酒を兼造する場合は、合計して60kI	○	○	○	○	○	○	○	かつこ書は特区法を適用した場合の最低製造数量
合成清酒	60			○							
連続式蒸留焼酎	60	みりん、リキュール	連続式蒸留焼酎と単式蒸留焼酎を兼造する場合は、合計して60kI	○							
単式蒸留焼酎	10	みりん、リキュール		○					○	(0kI)	「特產品焼酎」の特例あり
みりん	10			○							「地場産米使用みりん」の特例あり
ビール	60										
果実酒	6	ブランデー	果実酒と甘味果実酒を兼造する場合は、合計して6kI	○	○	○	○	○	○	(0kI)	(2kI)
甘味果実酒	6	ブランデー									
ウイスキー	6	リキュール	ウイスキーとブランデーを兼造する場合は、合計して6kI								
ブランデー	6	リキュール									
原料用アルコール	6	リキュール	原料用アルコールとスピリットを兼造する場合は、合計して6kI				○		○	(0kI)	
発泡酒	6										
その他の醸造酒	6								○	(0kI)	
スピリット	6	リキュール									
リキュール	6								○	(1kI)	
粉末酒	6										
雑酒	6										

(注) 試験のために酒類を製造しようとする場合（いわゆる試験製造免許の場合）は最低製造数量基準を適用しない。

酒類の販売業免許の区分及び種類とその概要

区分とその意義	種類とその意義
<p>酒類販売業免許</p> <p>酒類を継続的に販売すること（営利を目的とするかどうか又は特定若しくは不特定の者に販売するかどうかは問わない。）を認められる免許</p>	<p>一般酒類小売業免許</p> <p>販売場において、原則としてすべての品目の酒類を販売することができる酒類小売業免許</p> <p>酒類小売業免許</p> <p>消費者、料飲店営業者又は菓子等製造業者に対し、酒類を継続的に販売することを認められる酒類販売業免許</p> <p>通信販売酒類小売業免許</p> <p>2都道府県以上の広範な地域の消費者を対象として、商品の内容、販売価格その他の条件をカタログを送付する等により提示し、郵便、電話その他の通信手段により売買契約の申込みを受けて当該提示した条件に従って酒類を小売することができる免許</p> <p>特殊酒類小売業免許等</p> <p>酒類の消費者等の特別の必要に応じるため、酒類を販売することを認められる酒類小売業免許（期限付酒類小売業免許等）</p>
<p>酒類卸売業免許</p> <p>酒類販売業者又は酒類製造者に対して酒類を継続的に販売することを認められる酒類販売業免許</p>	<p>全酒類卸売業免許</p> <p>原則としてすべての品目の酒類を卸売することができる酒類卸売業免許</p> <p>ビール卸売業免許</p> <p>ビールを卸売することができる酒類卸売業免許</p> <p>洋酒卸売業免許</p> <p>果実酒、甘味果実酒、ウイスキー、ブランデー、発泡酒、その他の醸造酒、スピリッツ、リキュール、粉末酒及び雑酒のすべて又はこれらの酒類の品目の1以上の酒類を卸売することができる酒類卸売業免許</p> <p>輸出入酒類卸売業免許</p> <p>輸出される酒類、輸入される酒類又は輸出される酒類及び輸入される酒類を卸売することができる酒類卸売業免許</p> <p>店頭販売酒類卸売業免許</p> <p>自己の会員である酒類販売業者に対し店頭において酒類を直接引き渡し、当該酒類を会員が持ち帰る方法により酒類を卸売することができる酒類卸売業免許</p> <p>協同組合員間酒類卸売業免許</p> <p>自己が加入する事業協同組合の組合員に対して酒類を卸売することができる酒類卸売業免許</p> <p>自己商標酒類卸売業免許</p> <p>自らが開発した商標又は銘柄の酒類を卸売することができる酒類卸売業免許</p> <p>特殊酒類卸売業免許等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 酒類製造者の本支店、出張所等に対する酒類卸売業免許 ・ 酒類製造者の企業合同に伴う酒類卸売業免許 ・ 酒類製造者の共同販売機関に対する酒類卸売業免許 ・ 期限付酒類卸売業免許
<p>酒類販売代理業免許</p> <p>酒類製造者又は酒類販売業者の酒類の販売に関する取引を継続的に代理すること（営利を目的とするかどうかは問わない。）を認められる酒類の販売業免許</p> <p>酒類販売媒介業免許</p> <p>他人間の酒類の売買取引を継続的に媒介すること（取引の相手方の紹介、意思の伝達又は取引内容の折衝等その取引成立のためにする補助行為をいい、営利を目的とするかどうかは問わない。）を認められる酒類の販売業免許</p>	

酒類製造・販売業免許場数の推移

(単位:場)

区分 年月日	製造免許	卸売業免許	小売業免許	合計
平成 5. 3. 31 現在	3,301	18,221	159,300	180,822
6. 3. 31	3,273	18,014	160,112	181,399
7. 3. 31	3,261	17,818	161,338	182,417
8. 3. 31	3,242	17,474	162,406	183,122
9. 3. 31	3,288	17,117	166,883	187,288
10. 3. 31	3,369	16,847	171,848	192,064
11. 3. 31	3,356	16,627	175,095	195,078
12. 3. 31	3,333	16,489	177,482	197,304
13. 3. 31	3,299	16,250	176,873	196,422
14. 3. 31	3,254	15,983	182,022	201,259
15. 3. 31	3,216	15,756	184,599	203,571
16. 3. 31	3,165	15,099	193,226	211,490
17. 3. 31	3,146	14,417	197,411	214,974
18. 3. 31	3,139	13,992	196,460	213,591
19. 3. 31	3,141	13,633	201,272	218,046
20. 3. 31	3,150	13,373	201,874	218,397
21. 3. 31	3,116	12,945	199,366	215,427
22. 3. 31	3,090	12,498	184,072	199,660
23. 3. 31	3,106	12,062	181,689	196,857
24. 3. 31	3,107	11,685	180,781	195,573
25. 3. 31	3,081	11,515	180,687	195,283
26. 3. 31	3,089	11,490	181,106	195,685
27. 3. 31	3,096	11,529	180,726	195,351
28. 3. 31	3,150	11,652	179,644	194,446
29. 3. 31	3,184	11,808	179,245	194,237
30. 3. 31	3,333	12,026	177,464	192,823

(注) 本表は「国税庁統計年報」(4月～翌年3月)によった。

(製造免許)

総数として長期的には減少傾向にあるものの、近年、果実酒の人気の高まり等から増加傾向にある。

(卸売業免許)

近年は若干の増減はあるものの、地場卸の統合や系列化・集約化が進んだことにより、全体としては減少傾向にある。

(小売業免許)

規制緩和を進めてきたことから平成20年度頃まで増加傾向にあったが、近年は減少傾向にある。

酒税率一覧表(平成 18 年 5 月 1 日～)

1. 酒税法第23条関係

酒類の分類	アルコール分等	1 k1 当たり 税率
○発泡性酒類（基本税率）		
ビール		220,000円
発泡酒	麦芽比率50%以上又はアルコール分10度以上	220,000円
	麦芽比率25%以上（アルコール分10度未満）	178,125円
	麦芽比率25%未満（アルコール分10度未満）	134,250円
その他の発泡性酒類	ビール及び発泡酒以外の品目の酒類のうち、アルコール分が10度未満で発泡性を有するもの（※）	80,000円
○醸造酒類（基本税率）		
清酒		120,000円
果実酒		80,000円
その他の醸造酒		140,000円
○蒸留酒類（基本税率）		
連続式蒸留焼酎	21度以上	200,000円に20度を超える1度ごとに10,000円加算
	21度未満	200,000円
単式蒸留焼酎	21度以上	200,000円に20度を超える1度ごとに10,000円加算
	21度未満	200,000円
原料用アルコール		
ウイスキーブラントデースピリッツ	37度以上 37度未満	370,000円に37度を超える1度ごとに10,000円加算 370,000円
○混成酒類（基本税率）		
合成清酒	21度以上	220,000円に20度を超える1度ごとに11,000円加算
	21度未満	220,000円
みりん		100,000円 20,000円
甘味果実酒		120,000円に12度を超える1度ごとに10,000円加算
リキュール	13度以上 13度未満	120,000円
粉末酒		390,000円
雜酒	みりん類似 21度以上 21度未満	20,000円 220,000円に20度を超える1度ごとに11,000円加算 220,000円

(※) ホップ等を原料の一部とした酒類で次に掲げるものは、その他の発泡性酒類に含まれる。
 1 糖類、ホップ、水及び一定の物品（注）を原料として発酵させたものでエキス分2度以上のもの（その他の醸造酒）
 （注）「一定の物品」とは、次のものをいう。

イ たんぱく質物分解物（大豆を原料とするもの）及び酵母エキス又はこれらとカラメル
 ロ たんぱく質物分解物（えんどうを原料とするもの）及びカラメル又はこれらと食物繊維
 ハ どうもろこし、たんぱく質物分解物（どうもろこしを原料とするもの）、酵母エキス、アル
 コール、食物繊維、香味料、くえん酸三カリウム及びカラメル
 2 麦芽及びホップを原料の一部として発酵させた発泡酒（麦芽比率が50%未満のもの）に、大麦又は
 小麦を原料の一部として発酵させたアルコール含有物を蒸留したスピリットを加えたものでエキス
 分2度以上のもの（リキュール）

2. 租税特別措置法第87条の2関係

次の品目のうち、発泡性のない酒類で、アルコール分13度未満のもの（リキュールについては12度未満のもの）については、1の表にかかわらず、次表の税率を適用する。

品目	アルコール分等	1 k1 当たり 税率
連続式蒸留焼酎 単式蒸留焼酎 原料用アルコール	9度以上13度未満	80,000円に8度を超える 1度ごとに10,000円加算
	9度未満	80,000円

3. 租税特別措置法第87条及び第87条の4関係

次の品目のうち、前年度の課税移出数量がそれぞれ1,300k1以下である者（前年度の課税移出数量の合計が10,000k1超の酒類の製造者を除く）が、当年度に移出する酒類の200k1までのものについては、1の表により算出した酒税額を次表の割合で軽減した酒税額とする。

なお、前年度の課税移出数量が1,000k1超～1,300k1以下の場合には上段の軽減割合、1,000k1以下の場合には下段の軽減割合を適用する。

品目	軽減割合				
	平成30年度	令和元年度	令和2年度 ～9月	令和2年度 10月～	令和3年度
清酒、連続式蒸留焼酎、 単式蒸留焼酎、果実酒（その他の 発泡性酒類に該当するものに 限る）（注1）	10%	10%	10%	10%	10%
	20%	20%	20%	20%	20%
果実酒（その他の発泡性酒類に 該当するものを除く）（注1）	10%	10%	10%	20%	20%
	20%	20%	20%	28.9%	28.9%
合成清酒、発泡酒（注1）	5%	5%	5%	5%	5%
	10%	10%	10%	10%	10%
ビール（注2）	7.5%	7.5%	7.5%	7.5%	
	15%	15%	15%	15%	

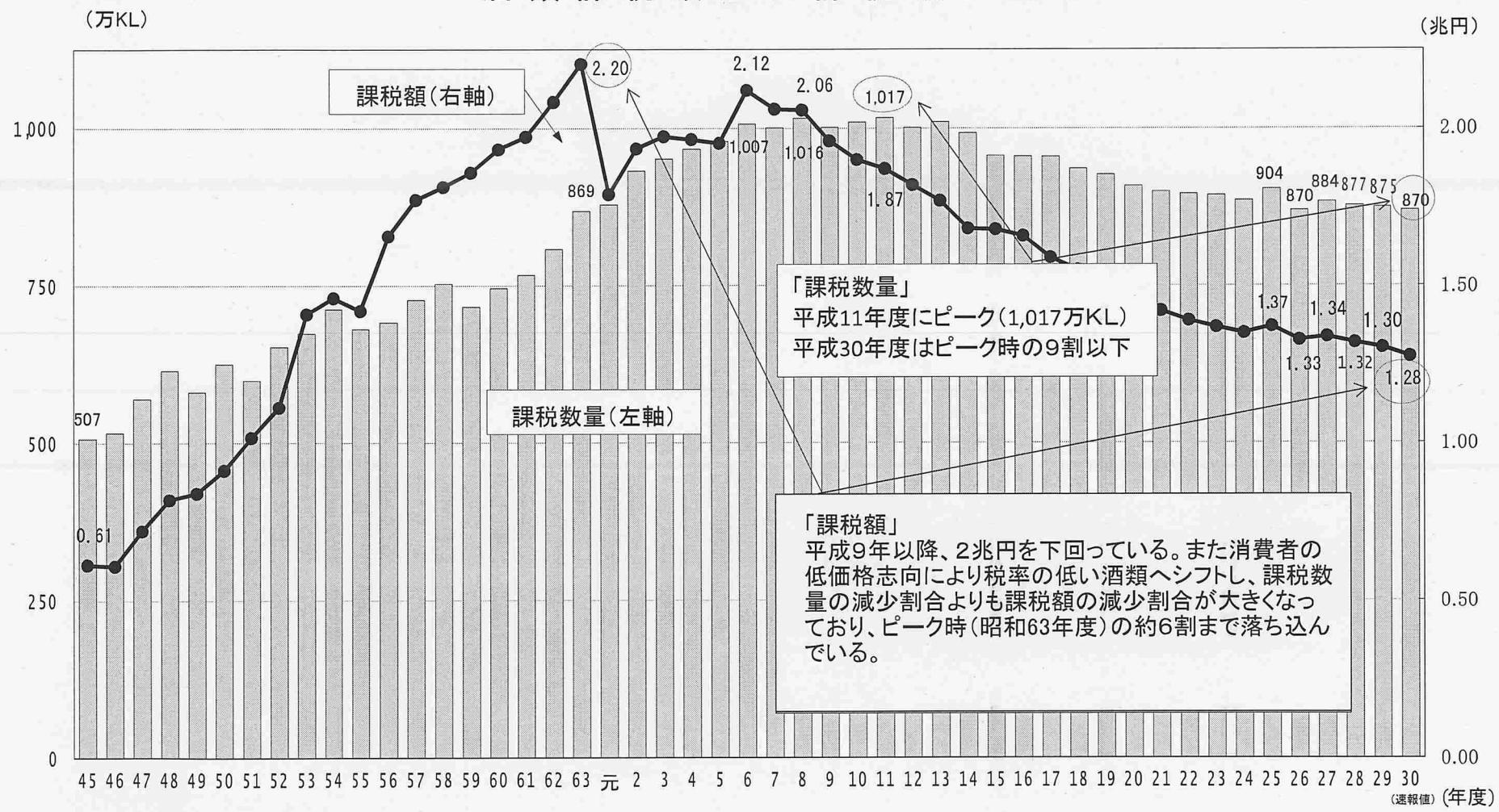
(注) 1 東日本大震災により酒類の製造場に甚大な被害を受けたことについて国税庁長官の確認を受けた
製造者は、上記の割合で軽減した酒税額を6.25%軽減した酒税額とする。（平成30～令和2年度）

2 当該免許を受けた日から5年を経過する日の属する月の末日までは経過措置が設けられており、
下記に応じた軽減割合が適用される。

- 平成25年4月1日から平成30年3月31日までの間に初めてビールの製造免許を受けた者における軽減割合は、当該免許を受けた日から5年を経過する日の属する月の末日までは15%（平成27年度以降は15%又は7.5%）

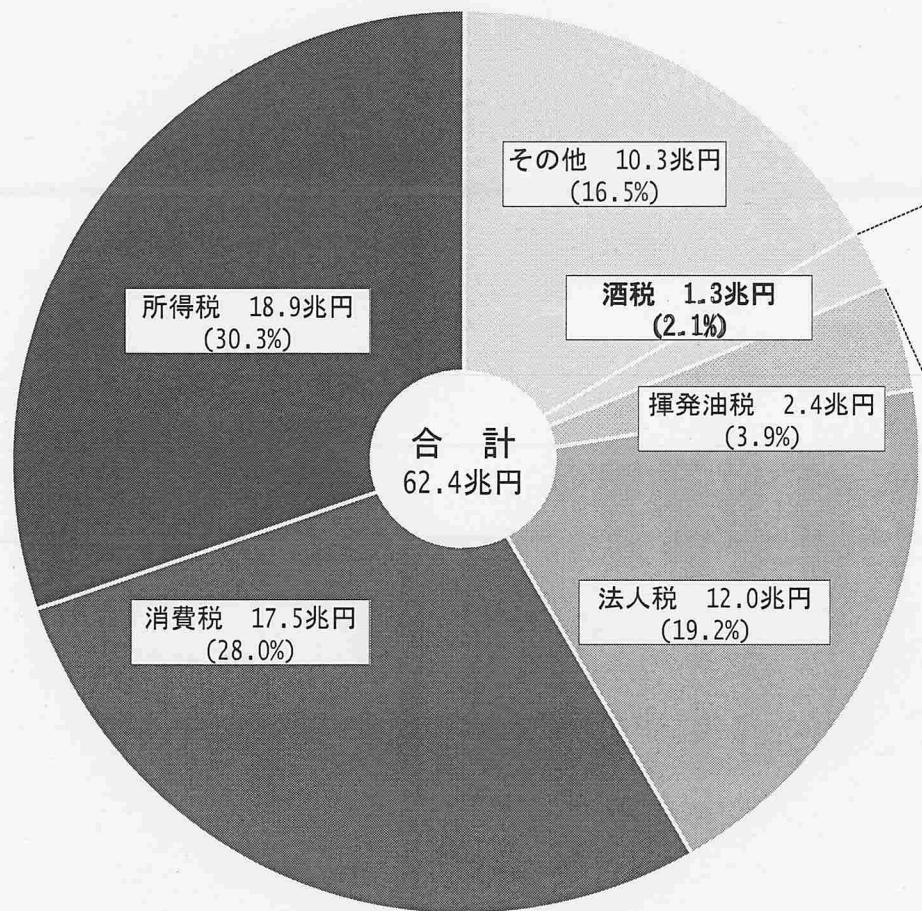
- 平成30年4月1日から令和3年3月31日までの間に初めてビールの製造免許を受けた者における軽減割合は、当該免許を受けた日から5年を経過する日の属する月の末日までは15%

酒類課税数量と課税額の推移

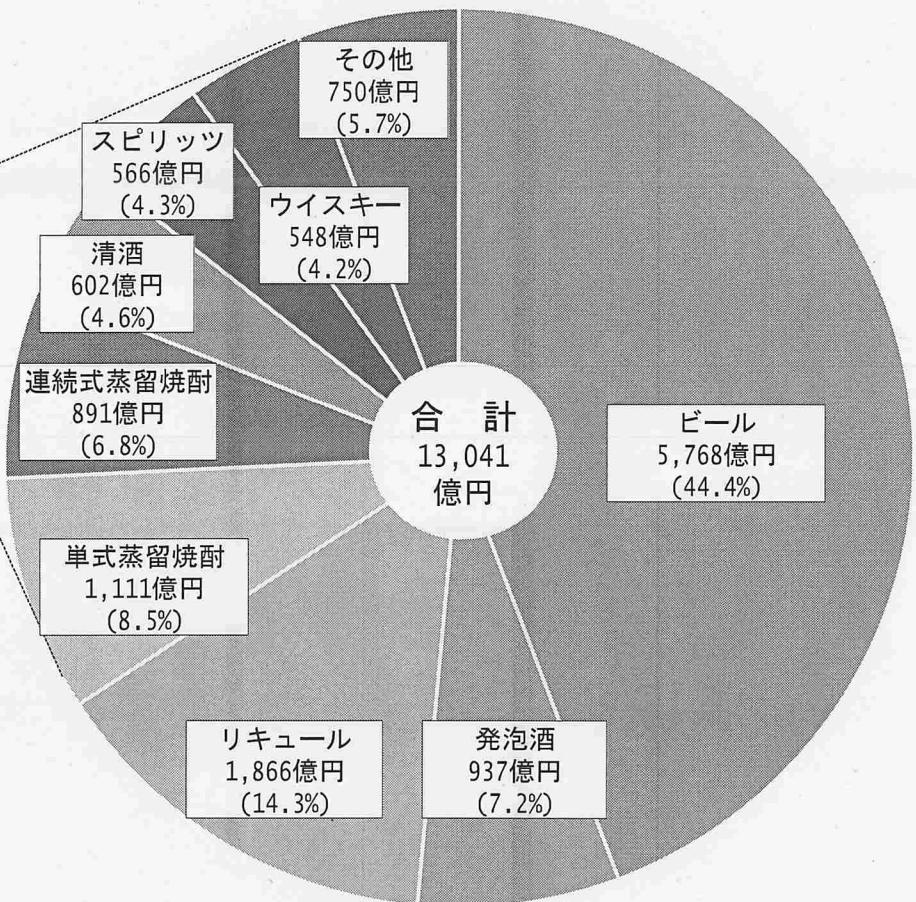


酒税収入の状況（平成29年度）

○ 国税収入の内訳



○ 酒税収入の内訳



(注) 平成29年度決算額

(注) 課税事績の計数を集計

酒税改革について

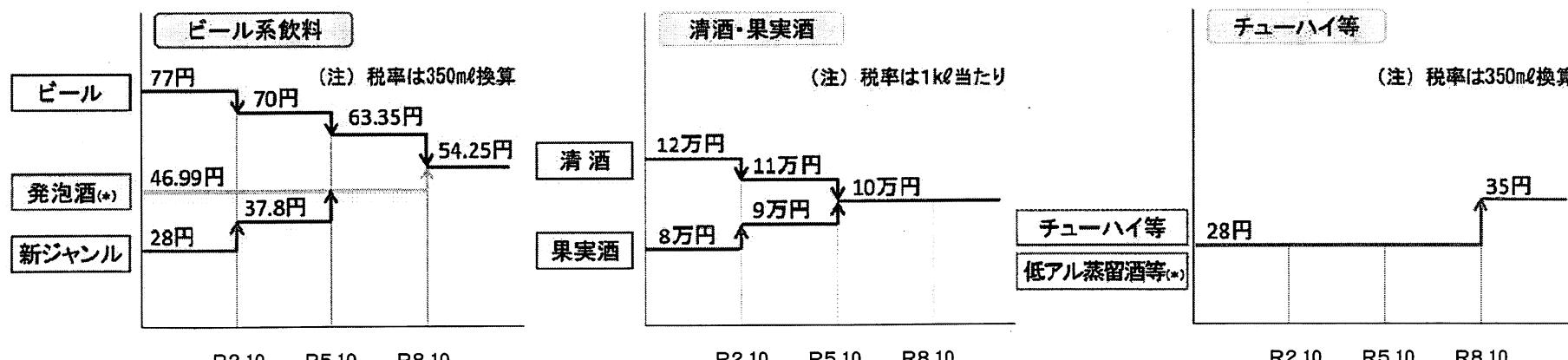
平成29年度
税制改正

- 類似する酒類間の税率格差が商品開発や販売数量に影響を与えていたり、酒類間の税負担の公平性を回復する等の観点から、ビール系飲料や醸造酒類の税率格差の解消、ビールの定義拡大など、酒税改革に取り組む。
- この改革は、厳しい財政状況や財政物資としての酒類の位置付け等を踏まえ、税収中立で行う。
- 税率の見直しに当たっては、消費者や酒類製造者への影響に配慮して、十分な経過期間を確保しつつ段階的に進める。
税率の段階的な見直しについては、その都度、経済状況を踏まえ、酒税の負担の変動が家計に与える影響等を勘案して検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。
- 今回の酒税改革により、酒類製造者が消費者にとって真に魅力ある商品の開発に経営資源をシフトすることや、地域の特色を活かした魅力ある商品の開発が進み、地方創生の牽引役となることが期待される。
さらに、国際的にも評価される商品の開発が進み、日本産酒類のブランド価値の向上や、日本の酒類産業の国際競争力の強化にもつながる。

酒類の税率構造の見直し

平成29年度
税制改正

- ビール系飲料の税率について、令和8年10月に、1kℓ当たり155,000円(350mℓ換算54.25円)に一本化する(3段階で実施)。
- 醸造酒類(清酒、果実酒等)の税率について、令和5年10月に、1kℓ当たり100,000円に一本化する(2段階で実施)。
- その他の発泡性酒類(チューハイ等)の税率について、令和8年10月に、1kℓ当たり100,000円(350mℓ換算35円)に引き上げる。これにあわせて、低アルコール分の蒸留酒類及びリキュールに係る特例税率についても、令和8年10月に引き上げる。
- 税率の段階的な見直しについては、その都度、経済状況を踏まえ、酒税の負担の変動が家計に与える影響等を勘案して検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずる。



(*) 麦芽比率25%未満の発泡酒に係る税率

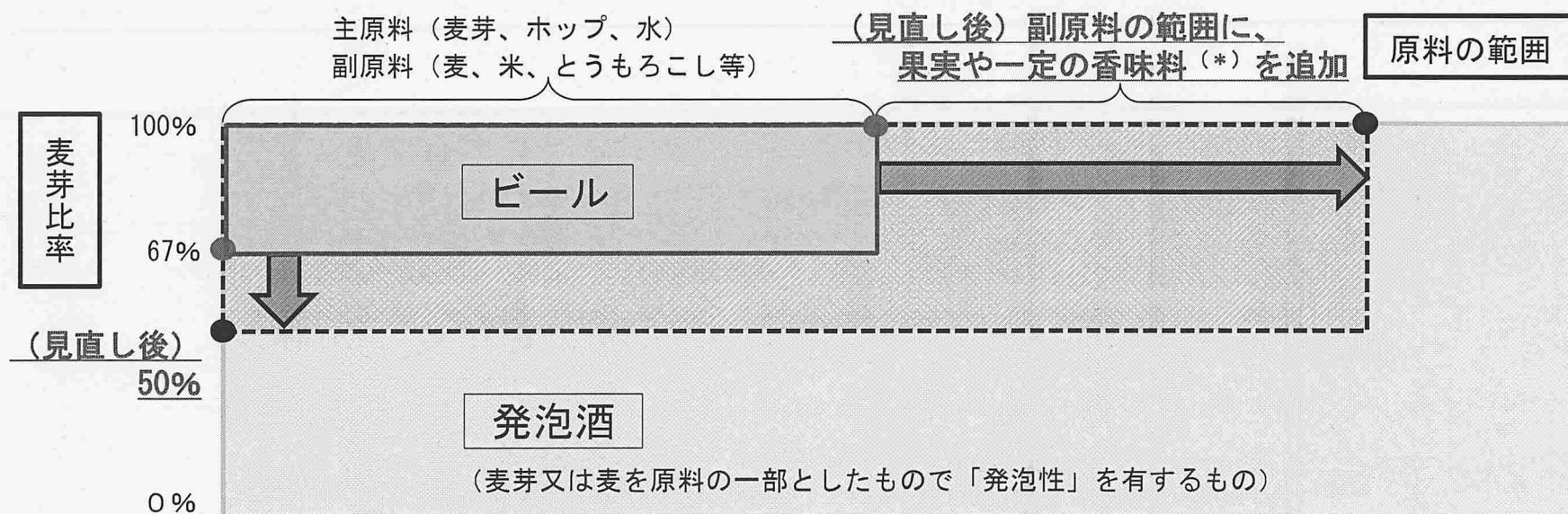
(*) 低アルコール分の「蒸留酒類」
及び「リキュール」に係る特例税率(下限税率)

ビールの定義の拡大

平成29年度
税制改正

- 改正前の「ビール」の定義(=「ビール」と表示して販売できる商品の範囲)は、麦芽比率は67%以上とされ、麦芽、ホップ及び水以外に使用できる副原料は、麦、米、とうもろこし等に限定されていた。
(多様な副原料を用いた商品や麦芽比率が若干低い商品は、「ビール」と同じ税率が適用されるが、分類上は「発泡酒」となり、「発泡酒」と表示して販売することが求められる。)
- 地域の特産品を用いた地ビールの開発を後押しする観点や、外国産ビールの実態を踏まえ、平成30年4月に、麦芽比率50%以上の商品や、副原料として果実(果肉・果皮)や一定の香味料を少量用いている商品を、ビールの定義に追加。

(注)追加副原料の重量は、麦芽の重量の5%までとする。



(*) 一定の香味料:ビールに香り又は味を付けるために使用する香辛料、ハーブ、野菜、蜂蜜等

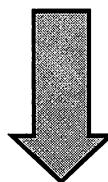
ビール系飲料の範囲拡大

平成29年度
税制改正

- ビール系飲料の税率一本化に向けて、新ジャンルのほか、将来的に開発されうる類似商品も含めてその対象に取り込めるよう、ホップを原料の一部とする商品や、苦味価や色度が一定以上の商品を発泡酒の定義に追加することとし、ビール系飲料の第2段階の税率見直しとあわせて、令和5年10月より実施する。

税率(350ml換算)

現 行			
	ビール	✓麦芽・ホップ・水・法定副原料のみ使用 ✓麦芽比率67%以上	77.00円
	発泡酒	✓麦芽を使用	46.99円
	新ジャンル	✓エンドウたんぱく・ホップ等を使用 ✓発泡酒(ホップ使用)に麦スピリッツを混和	28.00円
	その他の発泡性酒類	✓その他(チューハイ等)	



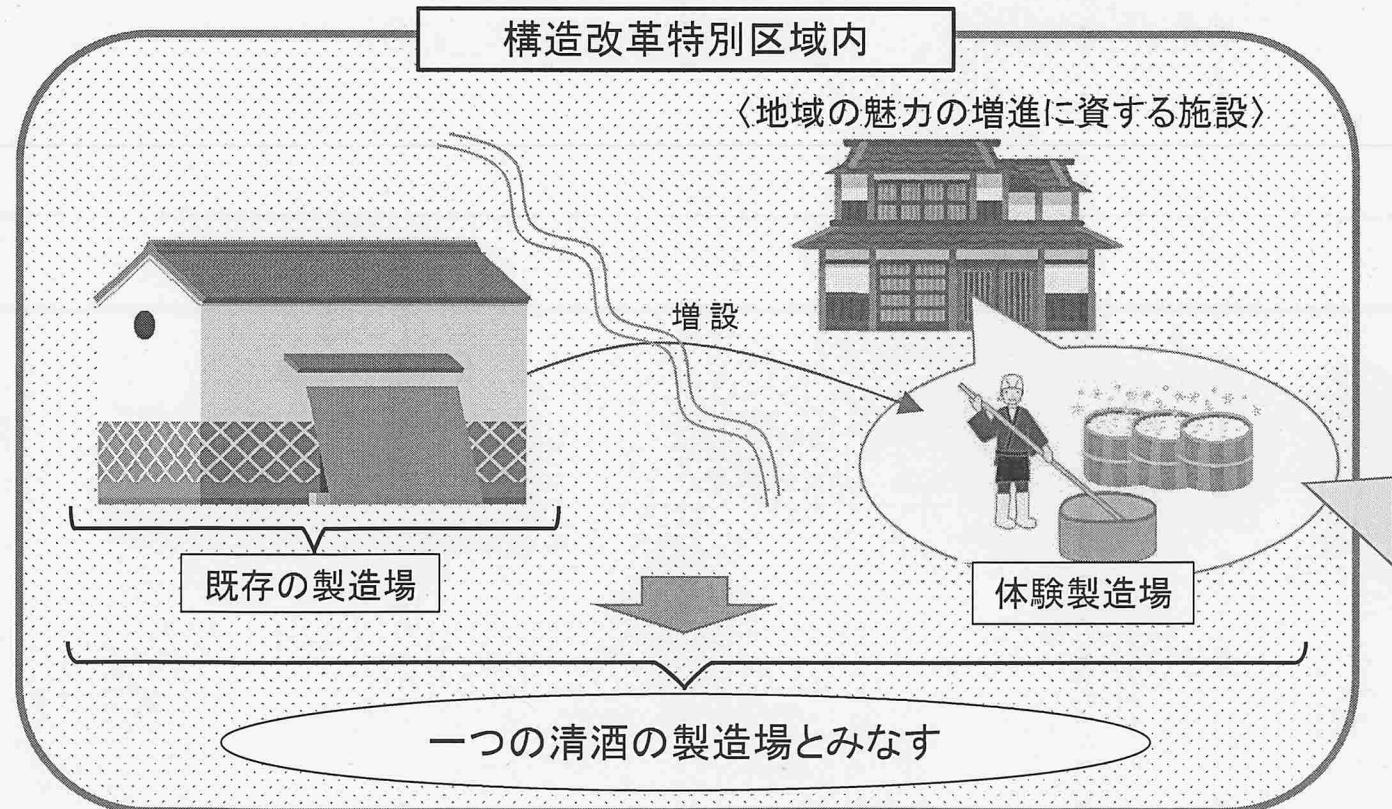
(※1) 新ジャンル以外でホップを使用する発泡性酒類の税率は、ビール並びとされている。

改革完成後			
	ビール	✓麦芽・ホップ・水・法定副原料(一部拡大)のみ使用 ✓麦芽比率50%以上	54.25円
	発泡酒	✓麦芽を使用 ✓ホップを使用(※現行の新ジャンルは全て該当) ✓その他のビール類似商品(苦味価・色度一定以上)	54.25円
	その他の発泡性酒類	✓その他(チューハイ等)	35.00円

(※2) 税率見直しの第2段階では、新たに発泡酒に追加される酒類(新ジャンル以外)の税率は、ビール並びとする。

構造改革特別区域内における清酒の製造体験のための酒税法の特例の概要(案)

構造改革特別区域内において清酒の製造免許を受けている者が、当該構造改革特別区域内の特定の施設において清酒の製造体験を提供する場合には、当該施設内に設ける一定の体験製造場をその者の既存の清酒の製造場と一の清酒の製造場とみなす。



製造体験

特区計画において清酒の特色や地域文化の深い理解に繋がるものと認定されたもの

体験製造場

特区計画において地域の魅力の増進に資する施設とされた施設内に設置されたもの

酒類の表示制度について

酒類の表示制度は、酒税の確保（高率である酒税の保全）、酒類の取引の安定（消費者の利益に資する等）を目的に、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律（以下、酒類業組合法という。）により規定されている。

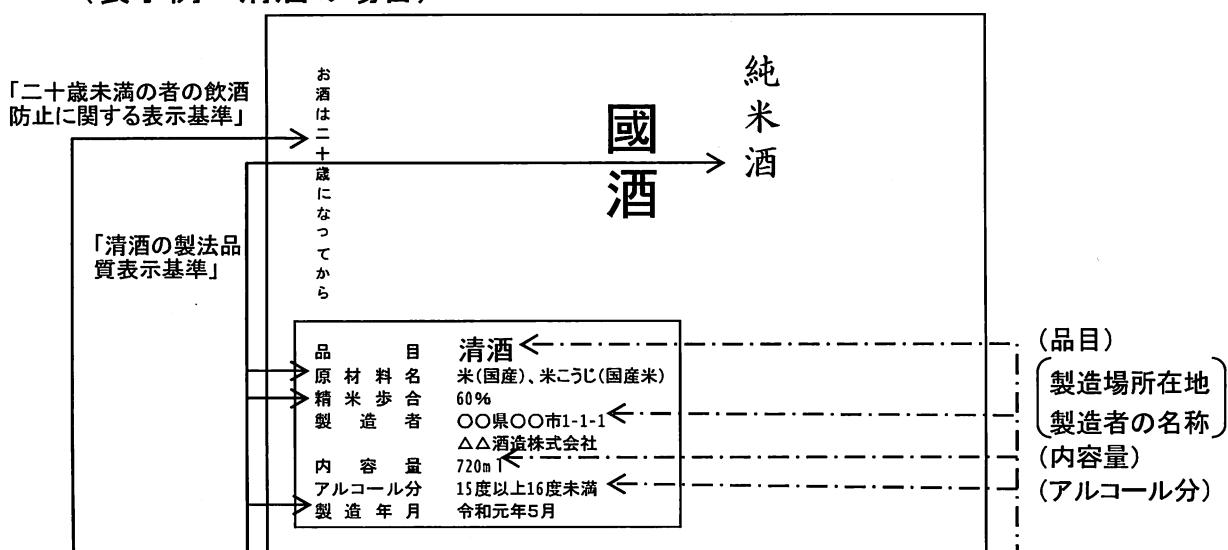
表示内容については、消費者の利益に資する側面や財政物資としての側面など様々な観点から成り立っているが、特に酒税の確保の観点から必ず表示が必要な事項については、酒類業組合法 86条の5により表示義務として規定されているところである。

その他の表示事項については、必要に応じて国税庁長官告示により規定することとしている。

	根拠法	表示内容
①酒類の品目等の表示義務	酒類業組合法 86条の5	品目、製造者名、製造場の所在地、内容量、アルコール分等を容器、包装に表示することを義務化している
②酒類の表示の基準	酒類業組合法 86条の6	・清酒の製法品質表示基準 ・二十歳未満の者の飲酒防止に関する表示基準等を告示により規定している

目的：酒税の確保、酒類の取引の安定

（表示例－清酒の場合）



②酒類の表示の基準によるもの

①酒類の品目等の表示義務
によるもの

酒類の表示基準制度の仕組み

1 法律の仕組み

酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律

(1) 酒類の表示の基準

- ① 酒類の取引の円滑な運行及び消費者の利益に資するため、
表示の適正化を図る必要があると認められるとき
..... 表示の基準を制定（法86条の6①）

（注） 表示の基準を制定するときは、国税審議会に諮問（法86条の8）

- ② 表示の基準を制定したとき 告示（同②）
③ 表示の基準を遵守しない者があるとき 指示、公表（同③④）

(2) 重要基準

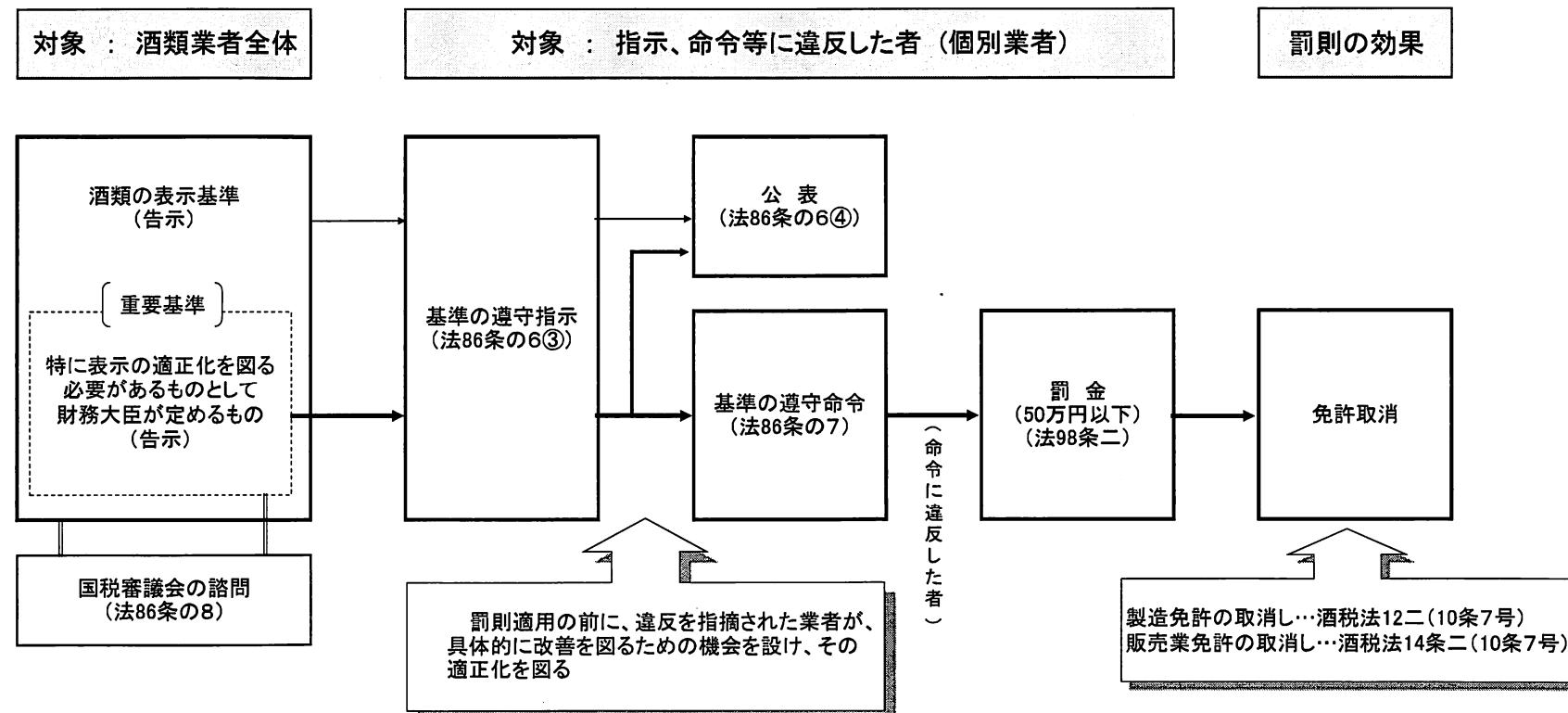
- ① (1)のうち特に表示の適正化を図る必要があるもの
..... 重要基準を制定（法86条の7）
- （注） 重要基準を制定するときは、国税審議会に諮問（法86条の8）
- ② 指示に従わないとき 遵守命令（法86条の7）
③ 遵守命令に違反した者 罰則（法98条二）

2 表示の基準を定めることができる事項

酒類の製法、品質その他の政令で定める事項

- （令8条の4） ① 酒類の製法、品質その他これらに類する事項
② 酒類の特性と地理的な産地との関係に関する事項
③ 20歳未満の者の飲酒防止に関する事項
④ 酒類の消費と健康との関係に関する事項

酒類の表示の基準を遵守していない場合の措置



(注) 法=酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律(昭和28年法律第7号)

酒類行政の基本的方向性

平成31年3月13日 酒類分科会(国税審議会)資料
(その後若干の改訂あり)

1. 国税庁の任務

- ①内国税の適正かつ公平な賦課及び徴収の実現
- ②酒類業の健全な発達
- ③税理士業務の適正な運営の確保

2. 酒類業界の概況

- 酒類の国内市場は量的に飽和し、全体としては縮小傾向
- 価格競争が過度にわたる場合、事業者の体力を弱める
- 近年、低アルコール飲料のほか、純米酒、ウイスキー、ワイン、クラフトビール等も拡大
- 日本産酒類の海外での評価が高まり、輸出が増加。世界の食市場は今後も拡大見込み
- 差別化や海外展開等で成長している事業者も少なくない
- 異業種やスタートアップ、更には海外からの参入の動きも見られる

3. 酒類業界の主な課題

(1)商品の差別化・高付加価値化

- ・消費者にとって分かりやすい価値訴求
- ・商品のブランド化（個社、地域、JAPAN）
- ・農商工連携、異業種連携
- ・従来の枠にとらわれない新たな価値軸の展開・訴求

(2)海外需要の開拓 (インバウンド含む)

- ・国際的な認知度や理解の向上
- ・非日本食市場への展開
- ・現地輸入・流通業者等の開拓
- ・海外の事業者・消費者に分かりやすい表示・提案
- ・富裕層向け

(3)技術の活用と人材等の確保

- ・伝統技術の継承・発展
- ・デジタルツールの活用
- ・事業承継
- ・女性の一層の活躍
- ・原料の確保

(4)公正取引の確保

- ・「酒類の公正な取引に関する基準」や「酒類に関する公正な取引のための指針」の遵守を通じた公正取引の確保
- ・適正な販売管理の確保

4. 酒類行政の基本的方向性

酒類業の事業所管官庁として、酒税の保全と酒類業の健全な発達を図るため、関係省庁・機関等と連携・協調しつつ、消費者や酒類産業全体を展望した総合的な視点から、適切な法執行の確保と酒類業の振興の強化に取り組む

(1) 適切な法執行

- 免許
- 酒類業組合の監督
- 公正取引の確保
 - ・深度ある取引状況等実態調査の実施
 - ・問題ある事業者には厳正に対処
- 適正な表示の確保
- 品質・安全性の確保
- 資源リサイクルの推進
- 20歳未満の者の飲酒防止対策
- アルコール健康障害対策

(2) 酒類業の振興

- 官民の適切な役割分担の下、事業者や業界団体等が創意工夫を發揮して意欲的な取組が行われるよう、サポートや環境整備に取り組む
- 制度改善や外国政府との交渉等、民間では対応できない課題に適切に取り組む
- 中小企業の経営基盤の安定に配意するとともに、酒類製造者の技術力の強化を支援

主な具体的取組

海外需要の開拓

- 国際的な情報発信
- ビジネスマッチングの支援
- 酒蔵ツーリズムの推進
- 政府全体の取組(JETRO, JFOODO等)の周知と活用促進
- 関税や輸入規制の撤廃等の国際交渉

中小企業対策

- 業界団体の取組(近代化事業等)を支援
- 政府全体の中小企業向け施策の周知と活用促進
- 経営改善等の支援

技術支援

- 先端技術等の普及の推進
 - ・事業者の指導、相談対応
 - ・鑑評会や研究会等の開催
- 放射性物質に関する安全性の確認
- HACCPの義務化への対応を支援
- 酒類総合研究所の取組
 - ・先端技術等の研究開発
 - ・醸造技術者の育成
 - ・講師・審査員の派遣

ブランド化の推進

- 地理的表示の普及拡大
- ワインの表示ルールの定着

沖縄振興

- 「琉球泡盛の海外輸出プロジェクト」を踏まえ、沖縄県産酒類を振興

第2章 Society5.0時代にふさわしい仕組みづくり

3. 地方創生の推進

(2) 地域産業の活性化

② 農林水産業の活性化

(中略) G F P (農林水産物・食品輸出プロジェクト) の更なる推進や、生産者等への必要な情報の提供、グローバル産地の形成、最適な包材等の規格化・普及、マッチングできる環境の整備、J F O O D Oによる戦略的マーケティング、インバウンドの取組と連携したプロモーション、知的財産の戦略的活用等に取り組む。(中略)

(6) 沖縄の振興

(中略) 琉球泡盛輸出量倍増に取り組むなど、沖縄県産酒類の振興を促進する。(中略)

4. グローバル経済社会との連携

(2) 経済連携の推進、T P P等の21世紀型ルールの国際標準化

(中略)

T P P11や日E U・E P Aの発効を踏まえ、「総合的なT P P等関連政策大綱」に基づいて、きめ細やかな施策を実施する。(中略)

成長戦略実行計画・成長戦略フォローアップ ・令和元年度革新的事業活動に関する実行計画（抄）

〔令和元年6月21日〕
閣議決定

成長戦略フォローアップ

I. Society 5.0 の実現

10. 海外の成長市場の取り込み

(2) 新たに講すべき具体的施策

iii) 日本の魅力を活かす施策

② クールジャパン

- ・（中略）在外公館、ジャパン・ハウス、国際交流基金やJETROの活用、日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）による発信、クールジャパン機構の資金供給等をはじめとする関係施策を実施する。（中略）
- ・国・地域の特性や嗜好を踏まえた効果的な普及促進、ブランド力の向上、輸出環境の整備、酒類以外の分野との連携等を行い、日本産酒類の一層の輸出拡大やインバウンドの促進を図る。

III. 人口減少下での地方施策の強化

7. 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

(1) KPIの主な進捗状況

《KPI》2019年に農林水産物・食品の輸出額1兆円を達成する（2012年：4,497億円）

⇒2018年：9,068億円

(2) 新たに講すべき具体的施策

ii) 輸出の促進

- ・「農林水産業の輸出力強化戦略」（平成28年5月19日農林水産業・地域の活力創造本部取りまとめ）及び「農林水産物輸出インフラ整備プログラム」（同年11月29日同本部決定）に基づく輸出促進の取組を着実に実行する。

日本産酒類の輸出促進連絡会議

- クールジャパン推進の一環として、日本産酒類の総合的な輸出環境整備について、関係府省等の取組状況を把握し、必要に応じて関係者間の調整を行うために開催。

【構成員】

議長	クールジャパン戦略担当大臣を補佐する内閣府大臣政務官
構成員	内閣官房内閣審議官（内閣官房副長官補付）
	内閣官房内閣広報官
	内閣府知的財産戦略推進事務局長
	内閣府沖縄振興局長
	総務省地域力創造審議官
	外務省経済局長
	国税庁長官官房審議官
	文化庁長官官房審議官
	農林水産省食料産業局長
	経済産業省商務情報政策局長
	観光庁次長
オブザーバー	独立行政法人 国際交流基金
	独立行政法人 酒類総合研究所
	独立行政法人 日本貿易振興機構（JETRO）
	独立行政法人 国際観光振興機構（JNTO）
	日本酒輸出協議会

令和元年度予算 2. 5 億円（平成30年度 1. 7 億円） 日本産酒類の競争力強化・海外展開推進事業

「経済財政運営と改革の基本方針2018」（骨太の方針）及び「未来投資戦略2018」（成長戦略）（平成30年6月15日閣議決定）等を踏まえ、日本産酒類の競争力強化や海外展開を推進

日本産酒類の情報発信に係る経費（約1.4億円）（30年度約0.6億円）

- 国際的なイベント等の各国要人、プレスやバイヤー等が集まる機会に日本産酒類PRブースを出展
- 大きな影響力や発信力を持つ海外の酒類専門家を招聘し、日本産酒類に関する専門的知識や発信力の向上を図る観点から、酒類製造場の視察や酒類総合研究所によるレクチャー等を実施
- 海外の消費者に対して、関係機関等と連携し、日本産酒類の認知度を上げるためのプロモーションを実施

輸出環境整備に係る経費（約1.0億円）（30年度約0.9億円）

- 日本産酒類のブランド価値向上のため、酒類の地理的表示（G I）制度や日本ワインの表示制度等の認知度を向上させるためのシンポジウム等を実施
- 海外における大規模展示会への出展支援等、酒類製造者にビジネスマッチングの機会を提供

技術支援等に関する経費（約0.2億円）（30年度約0.2億円）

- 日本ワインや地ビールの製造者に対する製造技術面からの支援として、専門家による評価やレクチャーを実施
- 酒類総合研究所・地方自治体・大学・民間で得られたワインに関する技術情報の酒造現場における活用促進のため、酒類総合研究所にコーディネータを設置

令和元年度予算 6.0 億円（平成30年度 6.0 億円） 清酒製造業近代化事業費等補助金

日本酒造組合中央会による清酒製造業及び単式蒸留焼酎製造業の振興を図るための事業を支援

令和元年度予算：約6.0億円【清酒：約3.4億円、焼酎：約2.6億円】

平成30年度予算：約6.0億円【清酒：約3.5億円、焼酎：約2.5億円】

日本産酒類の輸出促進への取組（約2.9億円）（清酒：約1.5億円、焼酎：約1.4億円）

- 世界的な見本市への出展や海外でのセミナー・試飲会等のイベントを実施
- 訪日外国人をターゲットとして、主要国際空港にブースを設置（試飲・販売、酒蔵ツーリズムのPR）
- 海外のインフルエンサー等を招聘し、酒蔵ツアー等を実施

伝統・文化及び地域活性化への取組（約2.2億円）（清酒：約1.4億円、焼酎：約0.9億円）

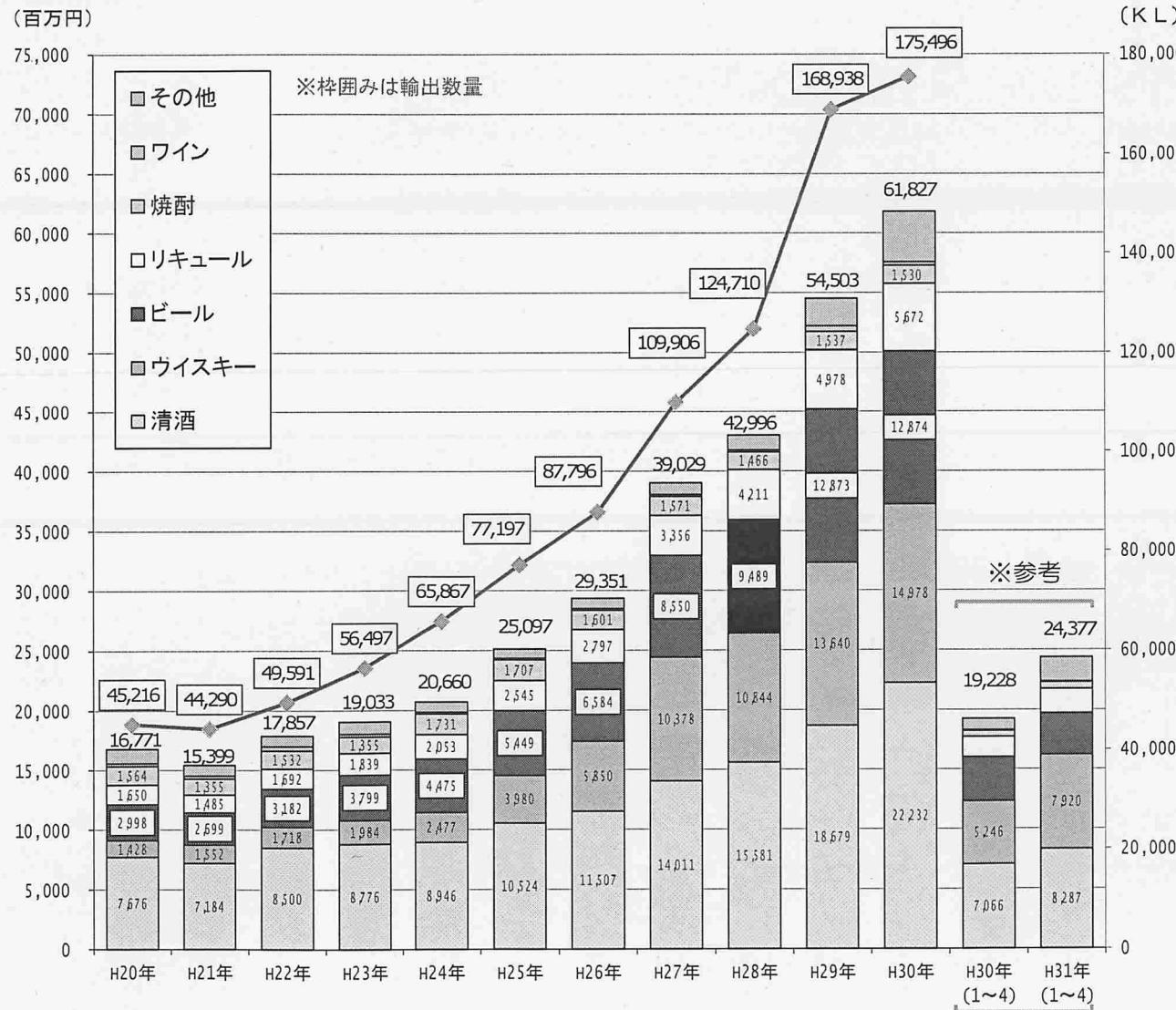
- 組合員の製造技術担当者を対象として、清酒及び焼酎に関する技術情報を提供する研修を実施
- 各地域において、清酒及び焼酎に関する正しい知識の普及や魅力の発信のためのイベントを実施

（参考）以上のか、酒類総合研究所に対する運営費交付金約9.6億円（30年度約9.6億円）により、以下のような技術支援等の取組を実施

酒類に関する研究・開発	・輸出に適した酒類製造のため、老香（ひねか）が発生しにくい酵母を開発（民間企業との共同研究）等
酒類製造講習	・醸造技術者の育成のため、最新の研究成果を取り入れた講習（業界団体と共に）
酒類の安全性に係る分析	・放射性物質の分析及び証明書の発行 等

最近の日本産酒類の輸出動向について

- 平成30年の輸出金額は約618億円(対前年比113.4%)となり、7年連続で過去最高を記録。



出典:財務省貿易統計

日本産酒類の輸出促進に向けた国税庁の取組

1. 日本産酒類の情報発信

- リオオリンピックや伊勢志摩サミット、ジャポニスム2018等の機会に合わせ、日本産酒類PRブースを設置するなど、各国要人、プレスや関係者等が集まる機会を活用し、日本産酒類の情報発信を実施
- ジャパン・ハウスなどの施設を活用したプロモーションイベント等を実施
- 影響力を持つ海外の酒類専門家を招聘し、酒類製造所の視察や酒類総合研究所によるレクチャー等を実施
- 駐日外交官の酒蔵ツアーを実施【日本酒造組合中央会と共催】
- 国際空港免税エリアで國酒の広告・PRを実施【日本酒造組合中央会】
- 外国人等を対象とした日本産酒類のレクチャー等を実施【酒類総合研究所等】
- 海外に日本酒の魅力をPRするためのリーフレットや、外国語による清酒のラベル表示の用語を解説した「日本酒のラベル用語事典」を作成【酒類総合研究所】

(今後の取組等)

- ・ 関係機関との連携を強化しつつ、G20をはじめとして、様々な機会に日本産酒類の情報発信を実施
- ・ 海外の酒類専門家等の日本産酒類に対する理解の促進 等



リオオリンピックでのPR



ジャポニスム2018でのPR



酒類専門家へのレクチャー



Imbibe Live商談会

2. 輸出環境整備

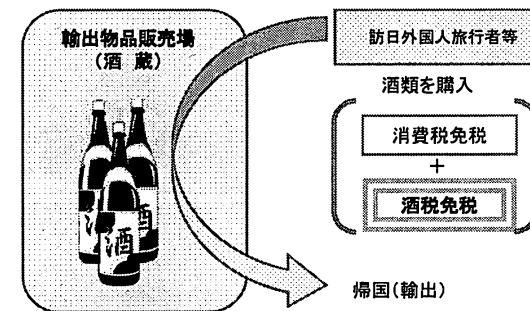
- 日EU・EPAによる関税即時撤廃、日本ワインの輸入規制の撤廃、地理的表示(GI)の相互保護及び単式蒸留焼酎の容器容量規制緩和等を実現
- ブランド価値向上の観点から地理的表示(GI「日本酒」等)の指定を進め、日本ワインの表示ルールも施行。活用促進を図るためのシンポジウムなども開催
- 酒類見本市である「PROWEIN」(ドイツ)・「Imbibe Live」(ロンドン)への出展を支援し、ビジネスマッチングの機会を提供
- 「酒蔵ツーリズムにおける酒税免税制度」の普及・啓発を実施
- 東日本大震災後に導入された輸入規制の解除

(今後の取組等)

- ・ 外国とのEPA交渉等を通じた、日本産酒類の関税や輸入規制等の撤廃要求、GI相互保護の働きかけ
- ・ 意欲ある事業者に対する、展示会等への出展支援、海外バイヤーの招聘によるビジネスマッチング機会の提供
- ・ 地理的表示の普及拡大や日本ワインの表示ルールによるブランド化の推進 等

酒蔵ツーリズムにおける酒税免税制度

- 酒類製造者が輸出酒類販売場の許可を受けた酒類の製造場において、自ら製造した酒類を訪日外国人旅行者等に対し、一定の手続の下で販売した場合には、消費税に加えて酒税を免除（平成29年10月1日施行）
- 平成31年4月1日における許可件数は149件



都道府県	許可件数	都道府県	許可件数	都道府県	許可件数	都道府県	許可件数
北海道	2	長野県	1	滋賀県	2	香川県	4
青森県	0	千葉県	3	京都府	2	愛媛県	7
岩手県	4	東京都	2	大阪府	0	高知県	3
宮城県	1	神奈川県	2	兵庫県	8	福岡県	3
秋田県	0	山梨県	3	奈良県	1	佐賀県	1
山形県	3	富山県	0	和歌山県	1	長崎県	4
福島県	2	石川県	2	鳥取県	4	熊本県	2
茨城県	1	福井県	2	島根県	1	大分県	4
栃木県	1	岐阜県	1	岡山県	3	宮崎県	3
群馬県	7	静岡県	3	広島県	26	鹿児島県	15
埼玉県	0	愛知県	2	山口県	1	沖縄県	7
新潟県	3	三重県	1	徳島県	1	全国計	149

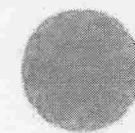
日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）について

農林水産業・地域の活力創造プラン（平成28年11月改訂）を踏まえ、平成29年4月
日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO ジエイフードー）をジェトロ内に創設。

- ①海外市場のニーズ把握や、現地の卸・小売・外食事業者等の商流を作り出すキープレーヤー等の情報の徹底調査。
- ②どの国・地域に、何を、どこで（小売・外食・中食）売り込むか戦略設定。
- ③日本の食文化と一体となった、ブランディングのためのオールジャパンでの海外市場の消費者向けプロモーションを実施。

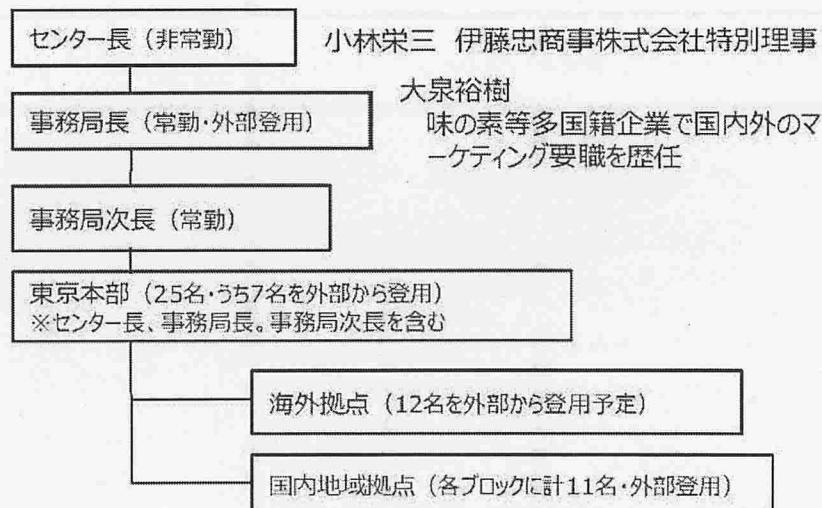
「日本産が欲しい」という現地の需要・市場を作り出し、産地の特色・魅力にあふれた产品を相応の価格で輸出することで生産者の所得向上につなげる。

【ロゴマーク】



JFOODO

【体制】※平成30年11月1日時点



JFOODOの第一次取組テーマの活動実績



平成29年12月、第一次ターゲット5品目7テーマのプロモーション戦略を決定、平成30年1月から新聞・雑誌、屋外、デジタルでの広告の展開、PRイベントの開催等現地でのプロモーションを実施。

品目	エリア	起点	戦 略
水産物 (ハマチ(ブリ)・ホタテ・タイ)	アジア	香港	味や栄養・安全性を前提に、文化的アプローチで、日本産の水産物を寿司店で関心を喚起して選択を後押しし、ローカル市場におけるサーモンの牙城を崩す。
和牛	アジア	台湾	日本産のブランド力、スライス肉の現地インフラを活用し、讃州産や米国産のWagyuでは本格感を訴求していく日本式しゃぶしゃぶ等をキーディッシュとして、部位や等級を拡大し、名声にシェアを近づける。
日本茶	米国・欧州 中東	米国	IT企業を中心に広がる日本由来のマインドフルネス（リラックス・集中力増強方法）のブームをとらえ、競合茶よりもテアニンが豊富な日本茶を心と体を整えるマインドフルネスビバレッジとしてリポジショニングする。
日本酒	欧州・米国 アジア	英国	日本酒の入り口としてのキーディッシュを設定した上で、日本酒本来の価値を伝えて消費者を日本酒の世界に引きこんだ後、好みの日本酒を選べるような情報を整備する。
米粉	米国 欧州	米国 仏国	グルテンフリー度と生地適性に優れた日本産米粉を、パンやピザに原料ブランドとして訴求し、世界の情報発信都市を起点に日本国内需要米の100倍に相当する小麦粉市場を少しずつ置き換えていく。（世界のグルテンフリー市場は、平成32年に5,000億円に達するとされる。）
日本ワイン	欧州・香港 米国	英国 香港	欧洲品種ワインに比べ、バランスが良くエレガントな日本ワインを、世界の料理の潮流であるマイルドな味付けの料理に相性の良いワインとして、権威誌を通じて先進国のソムリエに広め、大ワイン市場に食い込んでいく。（世界のワイン市場は3兆9千億円（平成28年））
クラフト ビール	米国	米国	米国におけるクラフトビールブームをとらえ、特徴のあるフレーバーを持ち日本のクラフトマンシップで実現された日本で作られた点を訴求し、新しいオプションを提供していく。（米国のクラフトビール市場は3.8百万キロリットルと、既に日本のビール総市場を超えている。）

地理的表示(GI)制度について

- 地理的表示(Geographical Indication : GI)制度は、酒類や農産品において、ある特定の産地ならではの特性(品質、社会的評価等)が確立されている場合に、当該産地内で生産され、生産基準を満たした商品だけが、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。

※ 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」(平成27年国税庁告示第19号)により、国税庁長官が指定することとしている。

※ 海外の地理的表示としては、ボルドーワインなどが有名。

地理的表示の導入効果

1 「地域ブランド」による他の製品との差別化

製造された酒類とその地域の繋がりを明確にすることにより、「地域ブランド」の構築や付加価値の向上が期待でき、他の製品との差別化を図ることができる。

2 消費者の信頼性の向上

品質審査等により一定の品質が確保されることにより、消費者の信頼性向上に繋がる。

3 日本の特産品として輸出事業に寄与

地理的表示が浸透しているヨーロッパ等においては、信頼できる特産品として扱われるなど、海外への輸出を後押しすることができる(クールジャパンの振興にも寄与)。

4 「地域ブランド」の保護効果

行政の取締により「地域ブランド」が保護される。似たような表示も禁止されるため、努力して築き上げた「地域ブランド」への「ただ乗り」を防止できる。

我が国における酒類の地理的表示に関する取組

- 地理的表示制度の更なる活用を図るため、平成7年から実施している本制度について、平成27年10月に、対象品目の拡大、指定要件の明確化などの見直しを実施。

※ 旧制度に基づき、「壱岐」「球磨」「琉球」「薩摩」(以上蒸留酒)、「白山」(清酒)、「山梨」(ぶどう酒)を指定。

※ 見直し後の制度に基づき、「日本酒」(平成27年12月)、「山形」(平成28年12月)、「灘五郷」(平成30年6月)(以上清酒)、北海道(平成30年6月)(ぶどう酒)を指定。

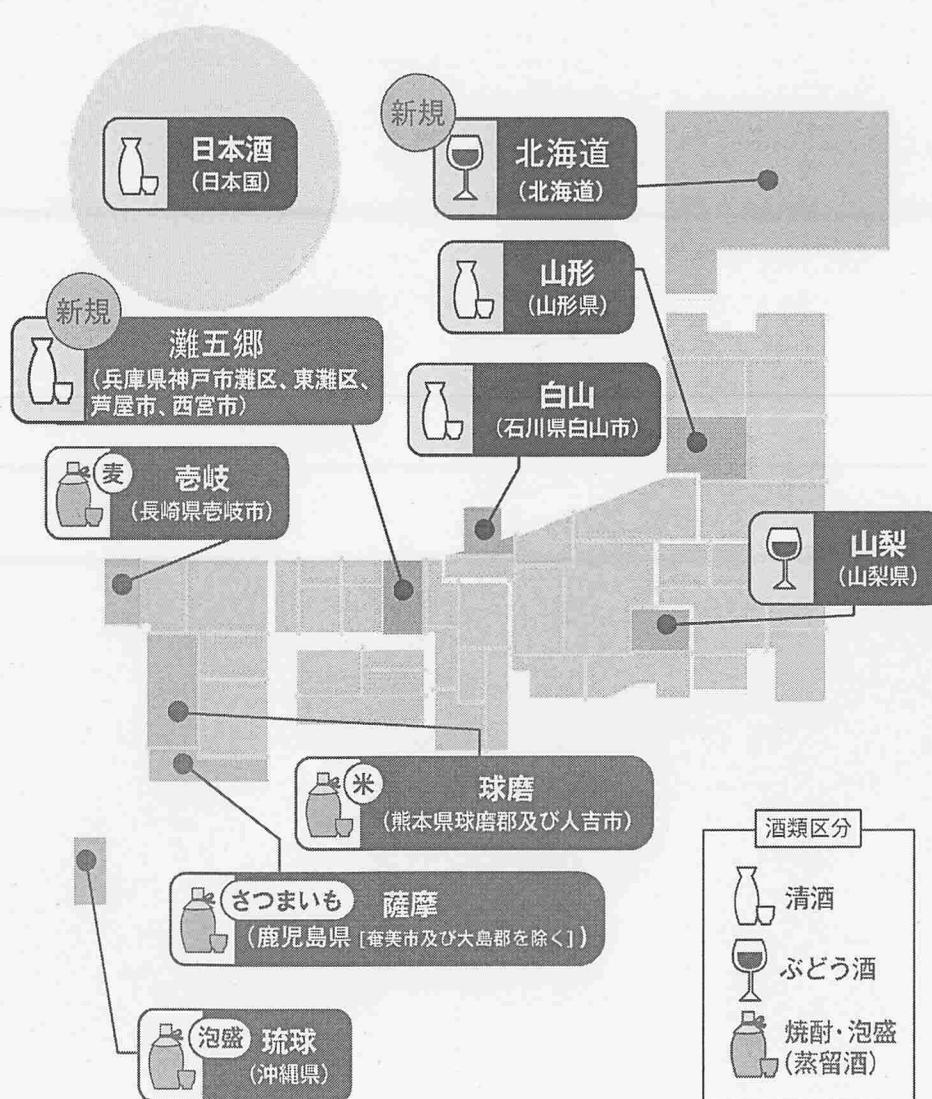
※ 旧制度に基づき指定した地域については、酒類の特性の明確化などの見直しを実施。「山梨」(平成29年6月)、「白山」(平成29年11月)及び「壱岐」「球磨」「琉球」「薩摩」(平成30年2月)実施済。

- 我が国の地理的表示については、外国に対しても、国際交渉を通じて保護を求めている。

※ 平成31年2月、日EU・EPA発効(EUとの間において、酒類の地理的表示を相互に保護することとした。)。

酒類の地理的表示の指定状況

- 酒類の地理的表示として、「灘五郷」(清酒)、「北海道」(ぶどう酒)を新たに指定(平成30年6月28日付)。
- 平成31年2月に発効した日EU・EPAでは、地理的表示の相互保護を実現。



酒類の地理的表示指定状況

名称	産品	指定日 (変更日)
壱岐	麦焼酎	平成7年6月30日 (平成30年2月27日)
球磨	米焼酎	平成7年6月30日 (平成30年2月27日)
琉球	泡盛	平成7年6月30日 (平成30年2月27日)
薩摩	芋焼酎	平成17年12月22日 (平成30年2月27日)
白山	清酒	平成17年12月22日 (平成29年11月20日)
山梨	ぶどう酒	平成25年7月16日 (平成29年6月26日)
日本酒	清酒	平成27年12月25日
山形	清酒	平成28年12月16日
瀨五郷	清酒	平成30年6月28日
北海道	ぶどう酒	平成30年6月28日

知的財産推進計画2017(抄)

平成29年5月16日
知的財産戦略本部決定

II. 知財の潜在力を活用した地方創生とイノベーション推進

1. 攻めの農林水産業・食料産業等を支える知財活用・強化

(1) 現状と課題

(中略)

日本産酒類については、日本から輸出される酒類は年々増加傾向にあり、2016年の輸出金額は約430億円と5年連続で過去最高を記録し、10年前の約3倍となっている。このような背景を受けて、国税庁では、日本産酒類のブランド価値向上に向け、酒類のGIの更なる活用を図るために2015年10月に制度改正を行い、その周知徹底を行っているほか、改正後の制度に基づき国レベルのGI「日本酒」の指定等を行っている。

また、国際的なイベント等において酒類のGIのプロモーションを実施するとともに、国際交渉等を通じた酒類のGIの保護を求めているところである。政府の輸出促進の指針である「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」（平成29年3月改定）において、酒類GIの制度の活用促進が盛り込まれていることも踏まえ、これらの取組について、継続的に実施することが必要である。

(2) 今後取り組むべき施策

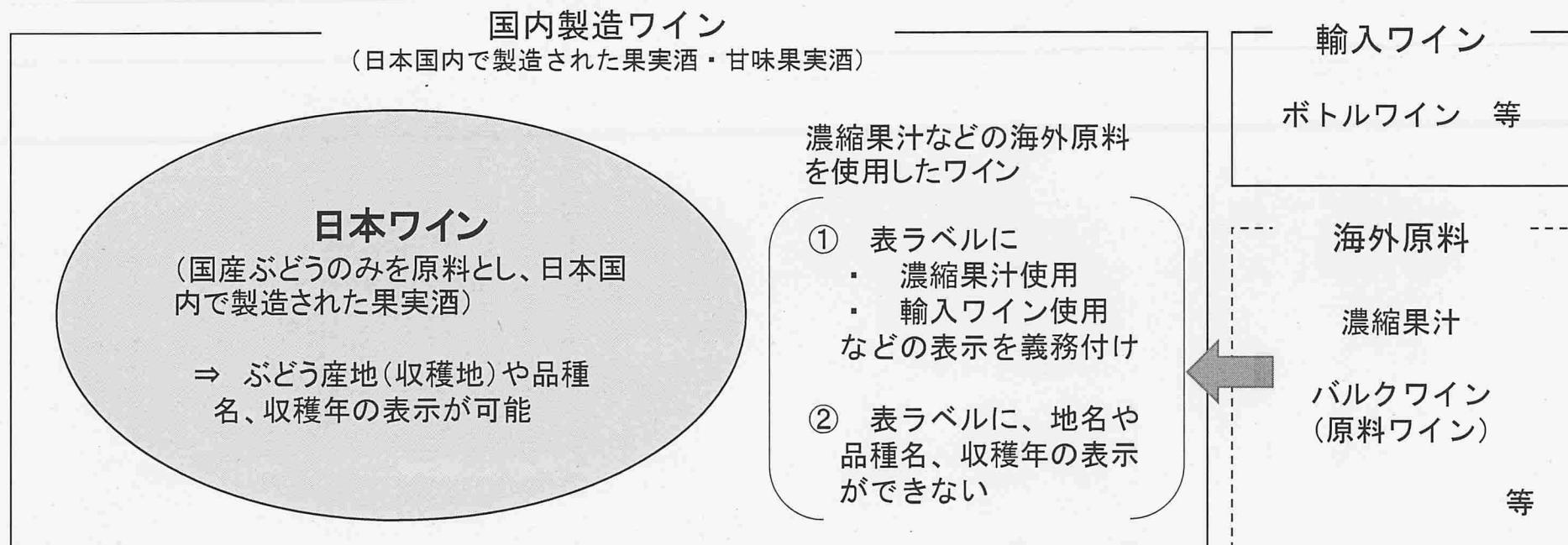
①地理的表示、地域団体商標など農業関係等知財の有効活用

(日本産酒類のブランド価値向上)

- ・日本産酒類のブランド価値向上のため、引き続き酒類の地理的表示(GI)保護制度の周知を徹底し、制度の活用促進を図る。また、酒類のGIについて、官民が連携して海外へ発信するなど認知度向上を図るとともに、酒類のGI制度を導入している国との間で、適切な保護に向けた枠組み作りを進めることにより、輸出促進に向けた環境整備を実施する。（短期・中期）（財務省）

ワインの表示ルールの策定

- 国内製造ワインについては、国産ぶどうのみを原料とした「日本ワイン」のほか、輸入濃縮果汁や輸入ワインを原料としたワインなど様々なワインが流通しており、消費者にとって「日本ワイン」とそれ以外のワイン（海外原料使用のワイン）の違いがわかりにくい等の問題が存在。
- こうした状況を踏まえ、「日本ワイン」の国際的な認知の向上や消費者にとってわかりやすい表示等の観点から、法律に基づく告示（注）により、国際的なルールを踏まえたワインの表示ルールを策定。
- 平成31年2月1日に発効した日EU・EPAにより、「日本ワイン」の輸入規制が撤廃された。
- 告示の日（平成27年10月30日）から3年間の経過期間を経て施行（平成30年10月30日）
※施行日前に製造・保存したワインは適用除外とする。



(注)「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」に基づく酒類の表示の基準(告示)として、「果実酒等の製法品質表示基準」を制定。

米国における蒸留酒の容器容量規制について

米国政府（米国行政管理予算局）のホームページにおいて、米国財務省酒類タバコ税・貿易管理局が、最小基準と最大基準を除く蒸留酒の容器容量規制の撤廃を提案する旨を記載している。

2018年秋 規制及び規制撤廃計画の統一的議題（抄：仮訳）

件名：

「蒸留酒の容量基準の削除及びモルト飲料（注：ビール等）の全容量に関するラベル規制の修正」

概要：

米国財務省の酒類タバコ税・貿易管理局は、追加的な容量基準が規定されている蒸留酒の容器管理に関する規制修正を提案している。

新規のサイズ許可に関する追加ではなく、産業界のメンバーに対して製造及び容器調達に関して更なる柔軟性を提案し、かつ、消費者に対して、より幅広い購入のオプションをもたらすために、最小基準と最大基準を除く蒸留酒の容器容量基準の削除を提案している。

この規制は、もはや税管理には必要とされておらず、また、競争や国内及び国際商業における物品移動を阻害する制限である。この規制撤廃計画はこれらもなくすることになるだろう。

担当省庁：米国財務省 法的期限：なし

（出典：米国行政管理予算局HP）

蒸留酒に関する日米首脳会談における成果

平成29年11月6日 日米首脳会談成果(抄)(外務省ホームページ)

(3) 日米関係

イ 経済

(中略)

両首脳は、日米経済関係を更に強化するために、貿易・投資分野において、以下のとおり取り組むことを確認しました。

(中略)

- ・ 米側は、蒸留酒の容器容量に係る規制を改正することを検討していることを確認しました。

⇒ 蒸留酒について、日本で流通する四合瓶や一升瓶のほか、700ml瓶の輸出が可能になる見込み(蒸留酒の輸出促進に寄与)

(参考1)米国においては、連邦規則上、蒸留酒(ウイスキーやブランデー等。日本の焼酎も含まれる。)については、定められた容量(50ml, 100ml, 200ml, 375ml, 750ml, 1L, 1.75L)の容器でなければ、流通できないこととされている。

(参考2)本内容については、TPP交渉の過程で米国との間で作成した文書(いわゆるサイドレター)で既に合意していたものの、当該サイドレターの効力発生の日がTPP協定発効の日とされていたことから、米国内での手続が進められていなかった。

日EU・EPA（清酒・焼酎）

【平成31年2月1日発効】

EU関税や容器容量規制の撤廃、日本GIの保護を通じ、清酒・焼酎の競争力を高め、新たな市場を確保

発効前

清酒・焼酎の輸出は、米国、東アジア等に比べてEU向けは少ない
※清酒の輸出量(平成30年) : 25,747KL、22,232百万円
(内EU向け : 1,809KL、1,334百万円)
※焼酎の輸出量(平成30年) : 2,195KL、1,530百万円
(内EU向け : 33KL、33百万円)

関税

- | | |
|-----|-----------------------------------|
| EU側 | ・清酒 : 0.077ユーロ/L(約10円)
(焼酎は無税) |
| 日本側 | ・清酒 : 70.4円/L
・焼酎 : 16%(従価税) |

地理的表示(GI:Geographical Indication)

日本が指定したGIはEUでは保護されない

⇒日本以外の他国で製造された清酒(sake)であっても日本酒と称して販売することができる

※ 清酒では国レベルのGIとして「日本酒」(日本の米を原料とし日本国内で製造された清酒)を指定済み

また、地域レベルのGIとして「山形」、「白山」を指定済み

※ 焼酎では「壱岐」、「球磨」、「薩摩」、「琉球」を指定済み

非関税措置

蒸留酒の容器容量規制

⇒EUへの輸出専用として、BINの調達や瓶詰設備等の追加的な投資負担

- ・ 700mLや1,750mL等の決められた容量以外では流通・販売ができない
- ・ 日本で流通する焼酎は、主に四合瓶(720mL)や一升瓶(1,800mL)

発効後

清酒の関税や焼酎の容器容量規制の即時撤廃及びGI「日本酒」等の保護により、EU向け輸出の拡大を期待

EU側 清酒の関税を即時撤廃

日本側 清酒・焼酎の関税を11年目に撤廃(段階的撤廃)

酒類GIの相互保護により清酒、焼酎のEU域内での保護を確保

⇒GI日本酒が保護されることにより、日本酒と他国で製造された清酒がEU域内で差別化されるなど、将来に渡り日本酒のブランド価値保護が実現される

※ 日本側もEUのGI(「シャンパン」、「ボルドー」等139名称)を保護(日本の業者にとっての激変緩和措置として、5年間GIの先使用を認める)

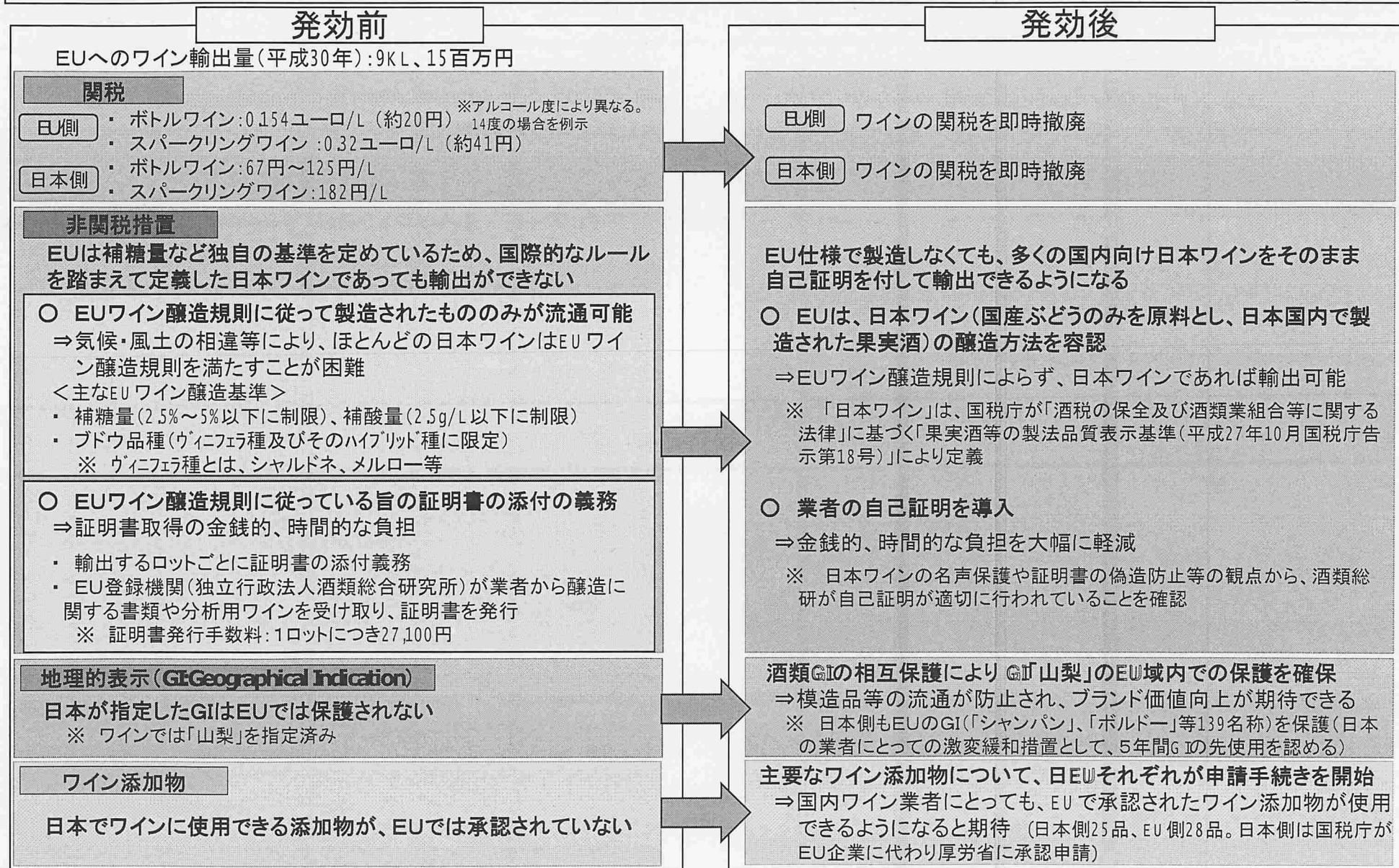
単式蒸留焼酎の容器容量規制の緩和

⇒単式蒸留焼酎について、日本で流通する四合瓶や一升瓶の輸出が可能

日EU・EPA（ワイン）

【平成31年2月1日発効】

EU関税や日本ワインの輸入規制撤廃、日本GIの保護により、日本ワインの競争力を高め、新たな市場を確保



清酒製造業等の安定に関する特別措置法に基づく事業創設の経緯等

1 信用保証事業

昭和44年の自流动通米制度の実施により、酒造用原料米の割当制度が廃止されたことに伴う清酒製造業者の経済的諸条件の著しい変化に対応するため、昭和45年に清酒製造業等の安定に関する特別措置法（以下「清酒製造業等安定法」という。）が制定され、日本酒造組合中央会（以下「中央会」という。）に「信用保証基金」を設け（基金創設時の資金：国からの補助金7億円、業界からの出えん金7億円、合計14億円）、酒造資金の融通を図るための信用保証事業及び昭和48年11月30日までに清酒製造業を廃止する者を対象とした転廃給付金事業を行うことができるよう措置された。

（参考） 信用保証基金は、平成6年度まで数次の積み増しを行い、計約79億円あったが、代位弁済の増加により、基金を取崩し代位弁済等を行った結果、現在の基金残高は約32億円である。

2 清酒製造業近代化事業

昭和53年度税制改正により、酒税が増税されたことに伴う清酒製造業界の厳しい経営環境に対応するため、清酒製造業等安定法の一部を改正し、信用保証基金の運用益を活用して清酒製造業近代化事業を行うことができるよう措置された。

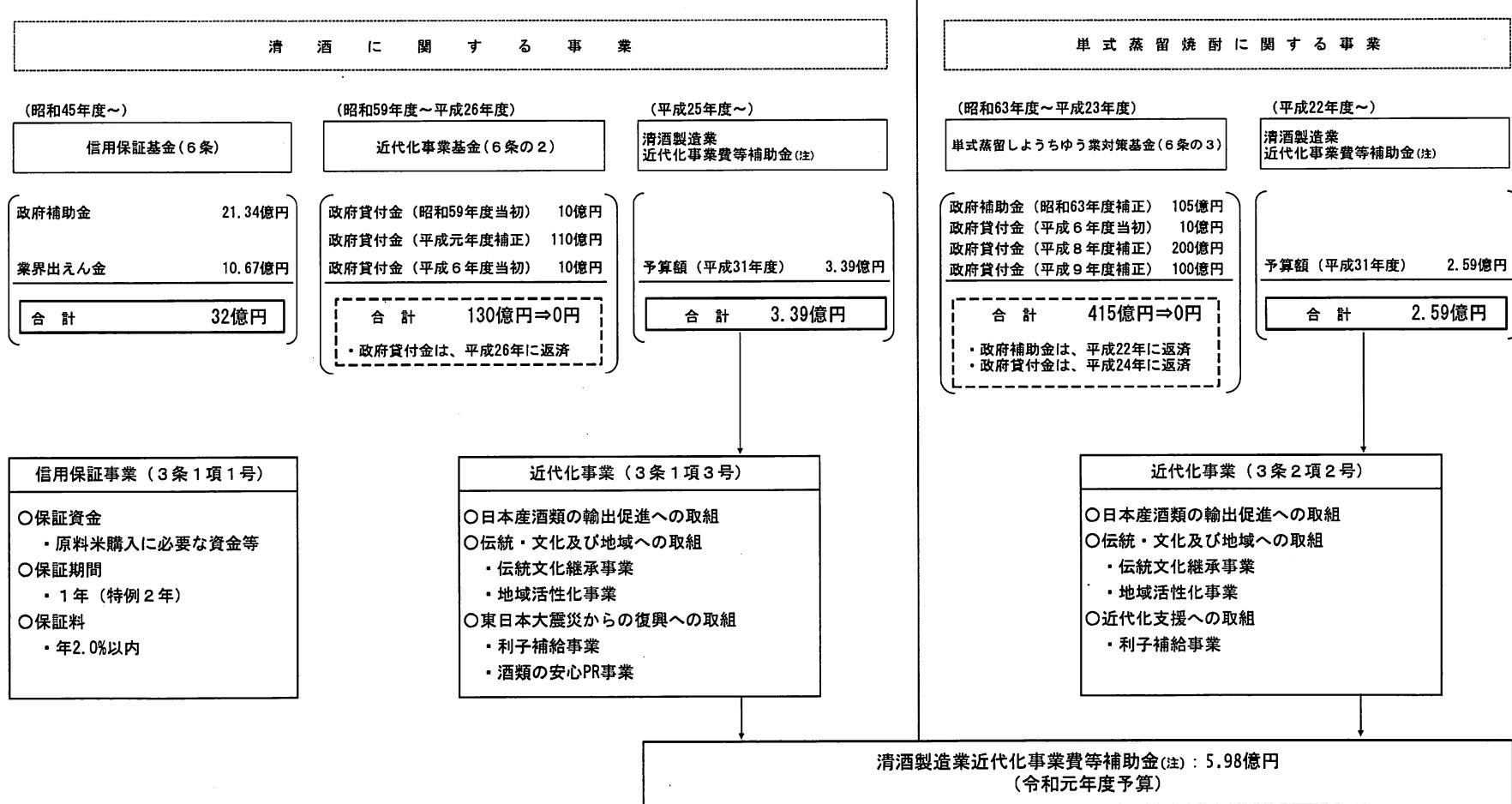
その後、昭和59年度税制改正により、清酒製造業等安定法の一部を改正し、信用保証基金の運用益を活用した転廃給付金事業が再開されることに伴い、併せて中央会に「清酒製造業近代化事業基金」を設け（基金創設時の資金：国からの貸付金10億円）、その運用益により清酒製造業近代化事業を行うことができるよう措置された。

3 単式蒸留焼酎製造業近代化事業

しうちゅう乙類については、昭和63年度税制改正により、ガット勧告に基づいた大幅な増税が行われたところであり、これに伴う業界の厳しい経営環境に対応するため、清酒製造業等安定法の一部を改正し、中央会に「しうちゅう乙類業対策基金」を設け（基金創設時の資金：国からの補助金105億円）、単式蒸留焼酎製造業近代化事業を行うことができるよう措置された。

（参考） 平成18年度税制改正において、しうちゅう乙類は単式蒸留しうちゅうに名称変更されている。
平成29年度税制改正において、単式蒸留しうちゅうは単式蒸留焼酎に名称変更されている。

清酒製造業等の安定に関する特別措置法による日本酒造組合中央会の事業の概要（令和元年度）



清酒製造業近代化事業費等補助金(注) : 5.98億円
(令和元年度予算)

(注) 平成30年度において、「単式蒸留焼酎製造業近代化事業費等補助金」から費目変更している。

酒税法及び酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律 の一部を改正する法律の概要（議員立法）

1. 酒類の公正な取引の基準の制定

- ① 財務大臣は、酒税の保全及び酒類の取引の円滑な運行を図るため、「公正な取引の基準」を定め、告示
- ② 基準の策定にあたっては、酒類業者の経営努力による事業活動を阻害して消費者の利益を損なうことのないよう留意
- ③ 基準を遵守しない酒類業者に対し、「指示」、「公表」、「命令」及び「罰則」（さらに酒税法に基づき「免許の取消し」）
- ④ 質問検査権の拡充（取引先等を対象に追加）
- ⑤ 財務大臣と公正取引委員会との間の相互報告制度の創設による連携強化

2. 酒類販売管理研修の義務化

- ① 酒類小売業者に対し、その選任する酒類販売管理者に関して、以下の事項を義務化
 - ・ 酒類販売管理研修の受講者から酒類販売管理者を選任
 - ・ 一定期間（3年）ごとの酒類販売管理研修の受講
- ② 酒類販売管理研修の再受講義務違反に対する勧告、命令及び罰則
- ③ 酒類販売管理者の氏名、研修の受講事績等を記載した標識の販売場ごとの掲示の義務化

※ 公布の日（平28.6.3）から起算して1年を超えない範囲内において政令で定める日から施行。

酒類の公正な取引に向けた環境整備

- 酒類業者の自主的な取組を促進するため、平成18年8月に「酒類に関する公正な取引のための指針」を公表
- 平成28年6月に公布された酒税法等の一部改正法に基づき、平成29年3月に「酒類の公正な取引に関する基準」を制定
- これらを踏まえ、酒類の公正な取引環境の整備を確保するため、取引状況等実態調査を実施

【平成29年3月国税庁告示第2号】 酒類の公正な取引に関する基準 (平成29年3月)

【公正な取引の基準】

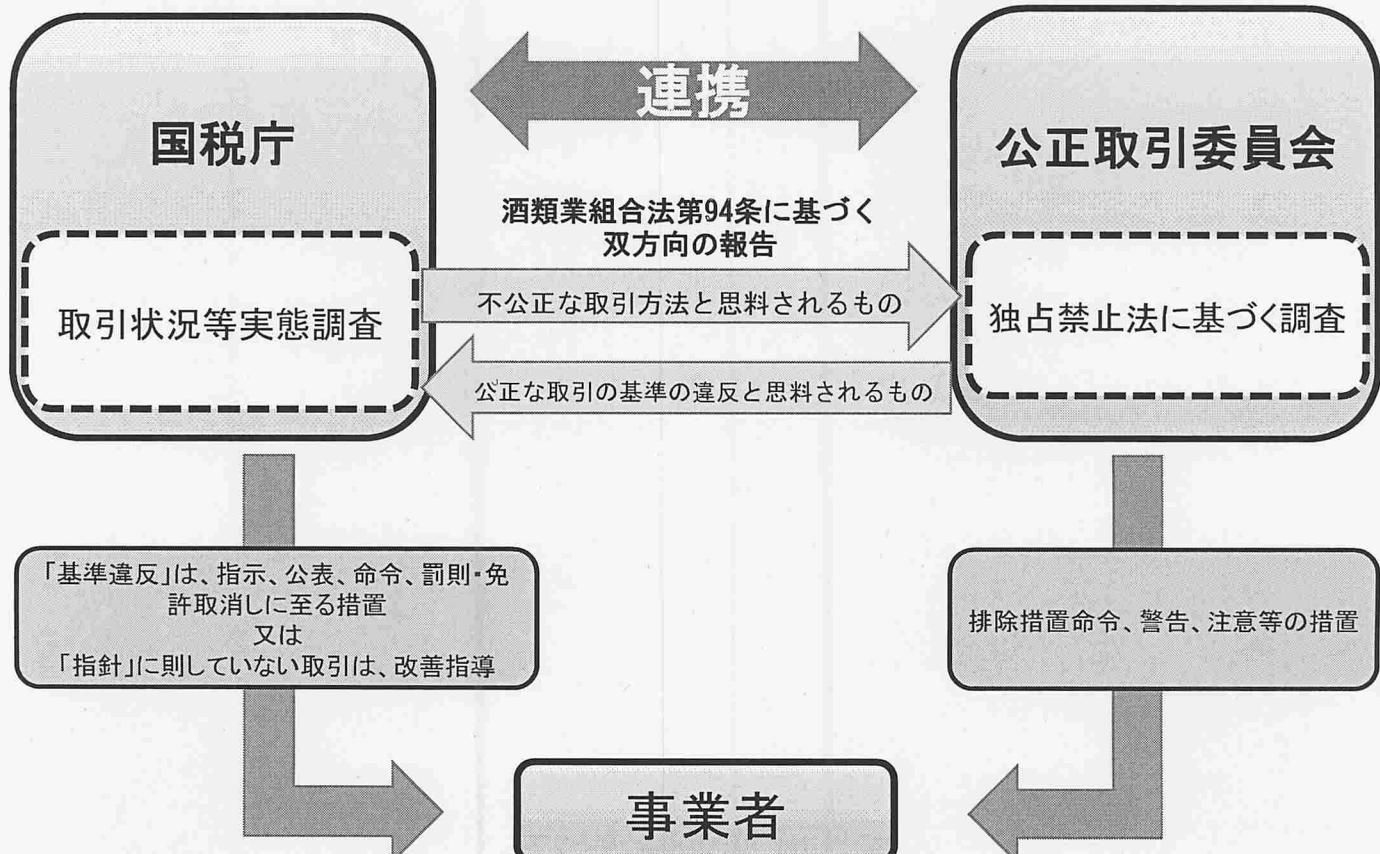
酒類業者は、次のいずれにも該当する行為を行ってはいけません。

- ① 正当な理由なく、酒類を総販売原価（売上原価+販管費）を下回る価格で継続して販売すること
- ② 自己又は他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがある取引をすること

※ 基準の対象は、平成29年6月1日以降に酒類業者（製造・卸・小売）が行う酒類取引

【事務運営指針】 酒類に関する公正な取引のための指針 (平成18年8月)

- 1 合理的な価格の設定
価格は「仕入価格+販管費+利潤」となる設定が合理的
- 2 取引先等の公正な取扱い
合理的な理由がなく取引価格や取引条件について差別的な取扱いをすることは、価格形成を歪める大きな一因
- 3 公正な取引条件の設定
取引上優越した地位にある者が、自己に有利な要求や不利益な取扱いをする場合、納入業者の経営悪化及び製造業者の代金回収に影響
- 4 透明かつ合理的なリベート類
透明性及び合理性を欠くリベート類は、廃止していくべき



(HB0.9.28(速報)、HB1.1.31(確定) 公表)

酒類の取引状況等実態調査実施状況
平成29事務年度分(平成29年7月～平成30年6月)

表1 調査等の実施件数

【件(者)】

	一般調査	フォローアップ調査	指示件数
調査件数	136件	12件	4件 <div style="border-left: 1px solid black; padding-left: 10px;">小売業者 2件 卸売業者 1件 製造業者 1件</div>

(注) 「指示件数」は、「酒類の公正な取引に関する基準(告示)」に基づき、平成29事務年度において指示をした件数を表す。
なお、当該4件については、「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」第94条第4項の規定に基づき、公正取引委員会に報告済。

表2 一般調査の実施状況

【件(者)】

調査対象者の業態等	調査件数 注1	指針の「ルール1」 合理的な価格の設定をしていないと認められたもの 注2		「ルール2」 取引先等の公正な取扱いが行われていないと認められたもの	「ルール3」 公正な取引条件の設定がなされていないと認められたもの	「ルール4」 リベート類の提供が透明かつ合理的でないと認められたもの			
		総販売原価を下回る価格での販売が認められたもの 注3							
		指 示 注4	指 導 注5						
小売業者	109	75	2	14	0	0			
卸売業者	21	20	1	1	2	0			
製造業者	6	6	1	0	4	1			
合計	136	101	4	15	6	1			
						7			

- (注) 1 1の酒類業者の複数の販売場に対し取引状況等実態調査を行った場合であっても1件と数えている。
 2 「指針」のルール1～4に則していない取引が認められた場合には、それぞれの項目に1件として数えている。
 3 調査した取引の中に、1取引でも総販売原価を下回る価格での販売が認められた場合について1件と数えている。
 総販売原価を下回る価格での販売が認められた101件のうち、19件(小売業者:13件、卸売業者:2件、製造業者:4件)は、仕入価格(製造原価)を下回る価格での販売が認められた。
 4 「基準」において、酒類業者は、①正当な理由なく、酒類を総販売原価を下回る価格で継続して販売し、②自己又は他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼす取引を行ってはならないとされており、これに違反したとして基準に従うよう「指示」を行った件数を表す。
 5 直ちに「指示」には至らなかったが、今後も同様の行為が行われると基準に違反するおそれがあるとして改善を指導した件数を表す。

表3 フォローアップ調査の実施状況

【件(者)】

調査対象者の業態等	調査(確認)件数 (a)	指摘事項に改善が認められたもの		指摘事項に改善が認められなかつたもの	
		(b)	割合 (b/a)	(c)	割合 (c/a)
小売業者	11	10	90.9	1	9.1
卸売業者	0	0	-	0	-
製造業者	1	1	100.0	0	-
合計	12	11	91.7	1	8.3

消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための 消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法(概要)

<目的>

消費税率の引上げに際し、特定事業者による消費税の転嫁拒否等の行為を迅速かつ効果的に是正するための特別措置など、所要の法整備を講ずることにより、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保することを目的とする。

<概要> ※本法は令和3年3月31日限りでその効力を失う。

第1 消費税の転嫁拒否等の行為の是正に関する特別措置

特定事業者 (①大規模小売事業者、②特定供給事業者から継続して商品又は役務の供給を受ける法人事業者)

特定供給事業者 (①大規模小売事業者に継続して商品又は役務を供給する事業者、②資本金等の額が3億円以下である事業者、③個人事業者)

1. 特定事業者の遵守事項(特定事業者は特定供給事業者に対し、以下の行為を行ってはならない。)

- (1) 減額・買いたたき (2) 購入強制・役務の利用強制、不当な利益提供の強制
- (3) 税抜き価格での交渉の拒否 (4) 報復行為

2. 転嫁拒否等の行為に対する検査、指導等

- (1) 報告・検査(公正取引委員会、主務大臣、中小企業庁長官)
- (2) 指導・助言(公正取引委員会、主務大臣、中小企業庁長官)
- (3) 措置請求(主務大臣・中小企業庁長官)
- (4) 助言・公表(公正取引委員会)

第2 消費税の転嫁を阻害する表示の是正に関する特別措置

事業者の遵守事項(事業者は消費税の円滑かつ適正な転嫁を阻害する以下の表示を行ってはならない。)

- (1) 取引の相手方に消費税を転嫁していない旨の表示
- (2) 取引の相手方が負担すべき消費税に相当する額の全部又は一部を対価の額から減ずる旨の表示であって消費税との関連を明示しているもの
- (3) 消費税に関連して取引の相手方に経済上の利益を提供する旨の表示であって(2)に掲げる表示に準ずるもの

※ 消費税の転嫁を阻害する表示に対する勧告、指導等については、消費者庁長官等が実施

第3 価格の表示に関する特別措置

1 消費税率の引上げに際し、消費税の円滑かつ適正な転嫁のため必要があるときは、現に表示する価格が税込価格であると誤認されないための措置を講じているときに限り、税込価格を表示することを要しない(総額表示義務の特例措置)。

※ 税込価格を表示しない事業者は、できるだけ速やかに、税込価格を表示するよう努めなければならない。

2 事業者が、税込価格に併せて、税抜価格を表示する場合において、税込価格が明瞭に表示されているときは、景品表示法第4条第1項(不当表示)の規定は適用しない。

第4 消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別措置

転嫁及び表示カルテルについて、独占禁止法の適用除外とする(公正取引委員会への届出制)

○転嫁カルテル=転嫁の方法の決定に係る共同行為 (例: 事業者がそれぞれ自主的に定めている本体価格への消費税額分の上乗せの決定、端数の合理的な範囲での処理の決定)

○表示カルテル=表示の方法の決定に係る共同行為 (例: 価格について統一的な表示方法を用いること)

国等の責務

1 国民に対する広報の徹底

国は、国民に対し、今次の消費税率引上げの趣旨、消費税の性格及び政府の消費税の円滑かつ適正な転嫁に関する取組について、徹底した広報を行うものとする。

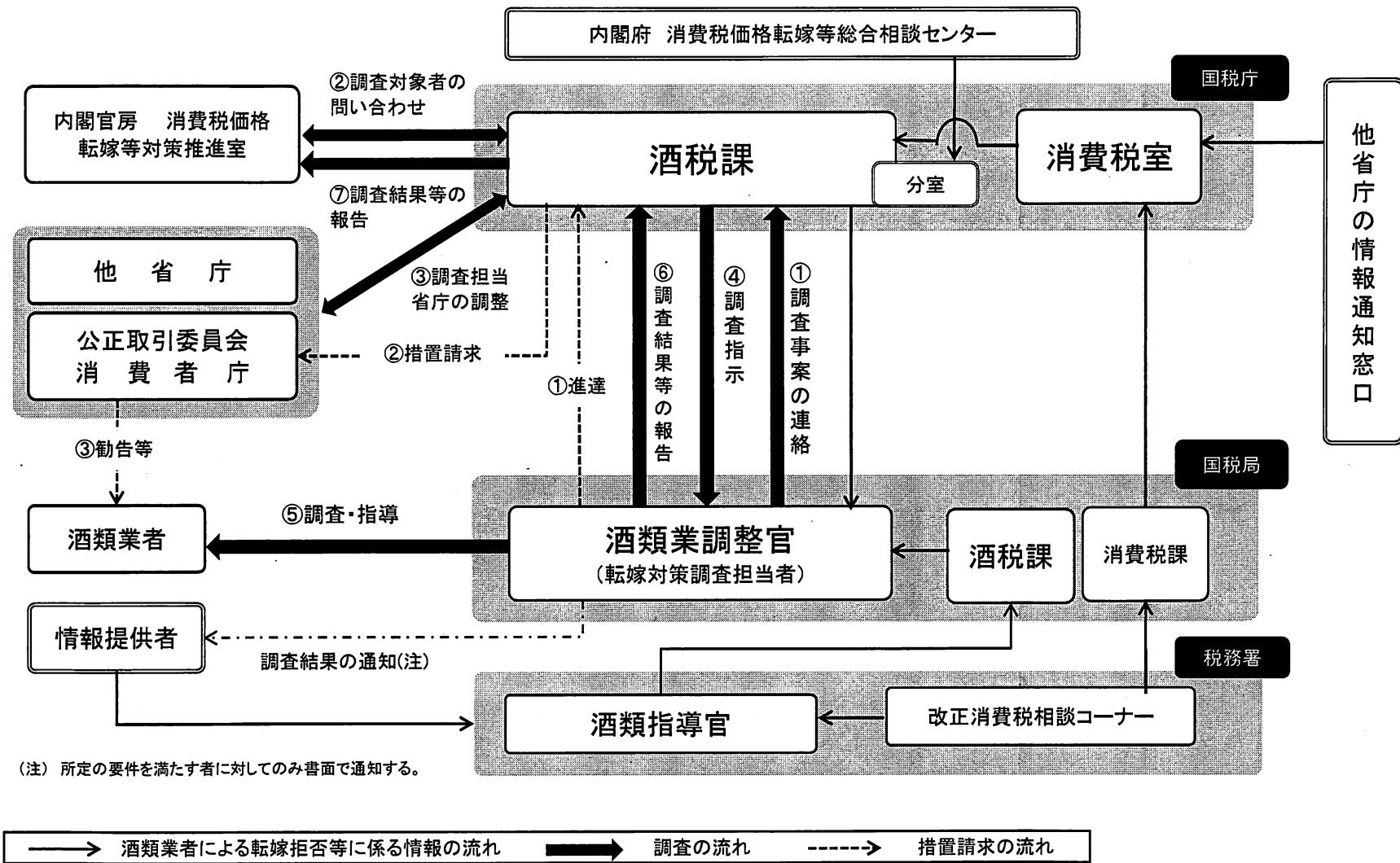
2 通報した者の保護等に関する万全の措置

国は、本法違反行為に関する情報の収集、当該情報を国等に通報した者の保護等に関し万全の措置を講ずるものとする。

3 調査、監視を行うための万全な態勢の整備

国及び都道府県は、国民に対する広報、本法違反行為に関する情報の収集、事業者に対する指導又は助言等を行うための万全の態勢を整備するものとする。

酒類業者による転嫁拒否等に係る調査フロー



アルコール健康障害対策基本法について

基本認識

酒類が国民の生活に豊かさと潤いを与えるものであるとともに、酒類に関する伝統と文化が国民の生活に深く浸透している一方で、不適切な飲酒はアルコール健康障害の原因となり、アルコール健康障害は、本人の健康の問題であるのみならず、その家族への深刻な影響や重大な社会問題を生じさせる危険性が高い

定義

アルコール健康障害：アルコール依存症その他の多量の飲酒、未成年者の飲酒、妊婦の飲酒等の不適切な飲酒の影響による心身の健康障害

基本理念

アルコール健康障害の発生、進行及び再発の各段階に応じた防止対策を適切に実施するとともに、日常生活及び社会生活を円滑に営むことができるよう支援

飲酒運転、暴力、虐待、自殺等の問題に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮

責務

国・地方公共団体・国民・医師等・健康増進事業実施者の責務とともに、事業者の責務として、アルコール健康障害の発生、進行及び再発の防止に配慮する努力義務を規定

(事業者の責務)

第6条 酒類の製造又は販売(飲用に供することを含む。以下同じ。)を行う事業者は、国及び地方公共団体が実施するアルコール健康障害対策に協力するとともに、その事業活動を行うに当たって、アルコール健康障害の発生、進行及び再発の防止に配慮するよう努めるものとする。

アルコール関連問題啓発週間

国民の間に広くアルコール関連問題に関する关心と理解を深めるため、アルコール関連問題啓発週間(11月10日から同月16日まで)を規定

アルコール健康障害対策推進基本計画等

アルコール健康障害対策推進基本計画：内閣総理大臣が関係行政機関の長と協議するとともに、アルコール健康障害対策関係者会議の意見を聴いて、案を作成し、法施行後2年以内に閣議決定

都道府県アルコール健康障害対策推進計画：都道府県に対し、策定の努力義務を規定

基本的施策

教育の振興・不適切な飲酒の誘引の防止・健康診断及び保健指導・アルコール健康障害に係る医療の充実等・アルコール健康障害に関連して飲酒運転等をした者に対する指導等・相談支援等・社会復帰の支援・民間団体の活動に対する支援・人材の確保等・調査研究の推進等を規定

(不適切な飲酒の誘引の防止)

第16条 国は、酒類の表示、広告その他販売の方法について、酒類の製造又は販売を行う事業者の自主的な取組を尊重しつつ、アルコール健康障害を発生させるような不適切な飲酒を誘引することとならないようにするためには必要な施策を講ずるものとする。

アルコール健康障害対策推進会議・関係者会議

内閣府、法務省、財務省、文部科学省、厚生労働省、警察庁その他の関係行政機関の職員をもって構成し、連絡調整を行うアルコール健康障害対策推進会議の設置を規定

アルコール健康障害対策推進会議の連絡調整に際して、専門家、当事者等の意見を聴くアルコール健康障害対策関係者会議の設置を規定

アルコール健康障害対策推進基本計画（抄）

平成28年5月

IV 基本的施策

2. 不適切な飲酒の誘引の防止

（現状等）

アルコール健康障害の発生を防止するためには、不適切な飲酒を誘引しない社会を形成していくことが必要であり、これまで、未成年者への酒類販売・供与・提供の禁止の周知や、違反者に対する指導・取締りを行ってきた。また、酒類業界において、商品の広告や表示に関する自主基準を策定するなどの取組を進めている。酒類関係事業者には、基本法を踏まえ、アルコール健康障害の発生、進行及び再発の防止に資するための自主基準の改定等の取組を講ずることが望まれる。

（目標）

国、地方公共団体及び酒類関係事業者が連携し、社会全体で、不適切な飲酒の誘引を防止することを目標として以下の施策を実施する。

（1）広告

○酒類業界は、未成年者や妊産婦などの、飲酒すべきではない者の飲酒の誘引防止及びアルコール依存症の当事者への配慮の観点から、不適切な飲酒を誘引することのないよう広告・宣伝に関する自主基準を改正し、テレビ広告における起用人物の年齢の引上げ及び飲酒の際の効果音・描写方法の見直しを行う。

（2）表示

○酒類業界は、未成年者の飲酒防止の観点から、酒類と清涼飲料との誤認による不適切な飲酒を誘引することのないよう、低アルコール飲料の酒類の容器に表示している「酒マーク」の認知向上策等について検討する。

（3）販売

○酒類業者に対し、未成年者への販売の禁止の周知を徹底するとともに、酒類の特殊性とリスクについての知識の習得を含め、適正な販売管理の確保が図られるよう、酒類販売管理研修の定期的な受講を強く促す。
なお、酒類業者には、致醉性、依存性等の酒類の特殊性を踏まえた販売価格を設定することが望まれる。

○酒類を販売又は供与する営業者による未成年者への酒類販売・供与について、指導・取締りの強化を図る。

アルコールに関するWHOの決議等

- 2010年（平成22年）5月の第63回WHO総会において、WHOは「適切でない」アルコールの摂取が健康に与える重大なリスクの1つであるとして、「アルコールの有害な使用を減らすための世界戦略」を採択。

（注）各加盟国に義務を負わせるものではなく、様々な政策案を列記

《「アルコールの有害な使用を減らすための世界戦略」抜粋》

16. 国の行動として取りうる政策オプションと介入措置は、10の推奨されるターゲット領域に分類される。これらは相補的かつ補完的なものと考えられる領域である。10の領域は以下の通りである。

- | | | |
|------------------------|---------------------|---------------------------------------|
| (a) リーダーシップ、認識とコミットメント | (d) 飲酒運転に関する方針と対応策 | (h) 飲酒およびアルコール酩酊による悪影響の削減 |
| (b) 保健医療サービスの対応 | (e) アルコールの入手可能性 | (i) 違法または非正規に製造されたアルコールが公衆衛生に与える影響の低減 |
| (c) 地域社会の行動 | (f) アルコール飲料のマーケティング | (j) 観察と監視 |
| | (g) 価格設定方針 | |

17. （中略）これらの対策は、国や宗教や文化的背景、公衆衛生の優先事項や利用可能な資源に応じて、また憲法の原則や国際的な法的義務にしたがって、各加盟国の然るべき判断で実施されなければならない。国レベルの政策や介入措置は、アルコールの有害な使用を削減するための世界および地方の努力によって支援および補完される。

- 2013年（平成25年）5月に開催されたWHO総会において、非感染性疾患（心血管系疾患、がん、糖尿病、慢性呼吸器疾患）のリスク要因である高血圧や喫煙、塩分摂取等とともに、アルコールについて目標設定等の決議がなされた。

《アルコールの目標設定等に関する議論》

目 標 (Target)	指 標 (Indicator)
アルコールの <u>有害な使用</u> を各国の実情に応じて 2025年（平成37年）までに最低10%削減	<input type="radio"/> 人口1人（15歳以上）当たりの年間純アルコール消費総量 <input type="radio"/> 大量飲酒者の割合 <input type="radio"/> アルコールに関連する疾病罹患及び死亡 ※ 各国は、上記の指標の中から、適当なものを1つ（又は複数）選択。

（国税庁作成）

独立行政法人改革等に関する基本的な方針（抄）

〔平成 25 年 12 月 24 日 閣議決定〕

III 独立行政法人の組織等の見直し

2. 各独立行政法人等について講すべき措置

各法人等について講すべき措置は、別紙のとおりとする。

（別紙）各法人等について講すべき措置

財務省所管

【酒類総合研究所】

- 中期目標管理型の法人とする。
- 日本産酒類の輸出促進という新たな政策課題に対する取組等の業務の拡充については、中小企業に過大な負担とならないよう配慮しつつ、民間による応分の負担を求めるとともに、他の研究機関等との連携を強化する。
- 東京事務所については、施設の文化財的価値にも配慮した上で、廃止を含め組織・業務の抜本的な見直しを検討する。

独立行政法人酒類総合研究所における政策体系図

国税庁の果たすべき任務

酒税の適正かつ公平な賦課の実現 及び 酒類業の健全な発達 (財務省設置法第19条)

政府の重要方針

日本再興戦略-JAPAN is BACK-
(平成25年6月14日閣議決定)

→日本産酒類の輸出促進

まち・ひと・しごと創生総合戦略
(平成26年12月27日閣議決定)

→地域振興の取組

総合的なTPP関連政策大綱
(平成27年11月25日 TPP総合対策本部決定)

→日本産酒類等の海外展開、G Iの活用促進

酒類総合研究所が果たすべきミッション (上記目的を達成するための技術的基盤)

1. 酒税法、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律の適切な運用のための取組

○ 適正課税及び適正表示の確保

(例) 税制改正等への対応、純米酒へのアルコール添加の有無の判別方法の開発、酒類及び酒類原料の産地の判別などに関する研究の実施

2. 酒類産業の振興のための取組

○ 酒類の品質及び安全性の確保

(例) 酒類中の有害物質の分析・実態把握、
酒類関連微生物の安全性の検証

○ 技術力の維持強化の支援

(例) 講習、鑑評会について、公設試験研究機関や製造関係者等の要望を幅広く
踏まえ対応 (講習内容の充実化など)

○ 日本産酒類の輸出促進

(例) 酒類の長期品質保持に関する研究、放射能分析の実施、
EU・台湾への輸出酒類の分析証明

○ 地域振興の推進

(例) 地域ブランド確立に関する取組 (酒類、醸造微生物及び醸造原料の開発支援、
醸造原料の地域特性に関する研究など)、地域の要望を踏まえた成果の普及

3. 酒類に関するナショナルセンターとしての取組

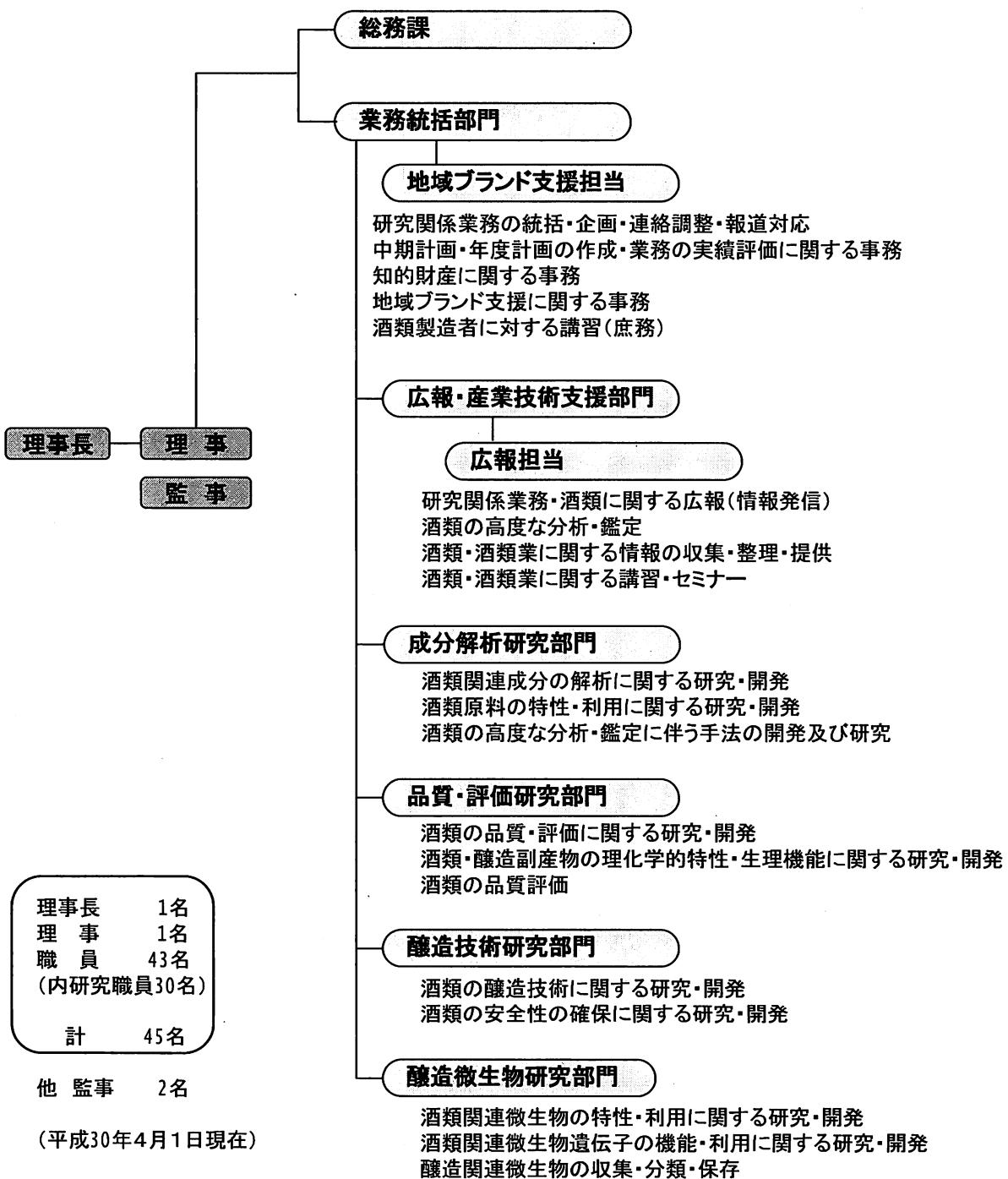
○ 関係機関との連携の推進

(例) 国、公設試験研究機関、大学、民間等との研究交流の積極的実施、
共同研究など関係機関と連携した取組の充実化、海外機関等との連携

○ 情報発信・その他国民サービスの充実

(例) 酒類に対する国民の認識を高めるため、酒類総合研究所の取組について、
国民にとって親しみやすい、積極的な広報を実施

酒類総合研究所の組織



保存期間：3年

(令和3事務年度末)

資産評価企画官

財産評価事務の運営方針等

1 路線価等の作成事務

(1) 基本的な考え方

相続又は贈与により取得した土地等の価額は、相続税法第22条で時価により評価することとされているが、相続税等の申告に当たり、土地等の時価を納税者自身で把握することは必ずしも容易ではない。そこで、相続税等の申告の便宜及び課税の公平を図る観点から、国税局（所）では毎年、土地等の評価額の基準となる路線価等を定めて公開している。

路線価等は、全国に約38万2千地点（令和元年分）の標準地を配置し、毎年1月1日を評価時点として地価公示価格水準の価格を算定し、その80%を目途に定めることとしている。

(2) 令和元年分の路線価等の公開

令和元年分の路線価等については、地価動向^(注)を的確に反映させるため、地価に大きな影響を与える都市計画の変更等の情報の的確な収集や各地域の地価の指標となる地点への標準地の適切な配置等に努めた上で作成し、7月1日（月）に国税庁ホームページに公開した。

（注）本年3月に公表された地価公示（評価時点：平成31年1月1日）の概要

①全国平均：全用途平均は4年連続で上昇し、上昇基調を強めている。用途別では、住宅地は2年連続、商業地は4年連続で上昇。

②三大都市圏：全用途平均・住宅地・商業地いずれも各圏域で上昇が継続し、上昇基調を強めている。

③地方圏：全用途平均・住宅地は平成4年以来27年ぶりに上昇に転じた。商業地は2年連続で上昇し、上昇基調を強めている。

地方四市（札幌市・仙台市・広島市・福岡市）では上昇基調が更に強まり、地方四市を除くその他の地域でも商業地が平成5年から続いた下落が横ばいとなった。

(3) 令和2年分の路線価等の作成方針

令和2年分の路線価等の作成に当たっては、特に次の点に配意して、地域の地価動向等を確実に把握し、これを的確に路線価及び評価倍率に反映することにより、土地評価基準の一層の適正化に努める。

イ 現地踏査の適切な実施

- (イ) 標準地の適正な配置及び配置の見直しに伴うもの
 - (ロ) 地価変動の著しい地域において優先的に実施するもの
 - (ハ) 地区区分の見直しに伴うもの
 - (ニ) その他の地域において計画的に実施するもの
- 口 地方税当局との緊密な連絡体制の確立及び固定資産税評価に係る情報の積極的な収集
- ハ 地価及び路線価図等に影響を与える各種情報の幅広い収集及びその活用に係る体制の充実
- ニ 精通者等との情報交換等の実施による精度の高い意見価格等の収集
- ホ 路線価等の評定内容に係るチェック体制の充実
- また、事務の実施に当たっては、客観的なデータを活用するなどして、効率的かつ効果的な事務運営に努めるとともに、計画的な人材育成に努める。

2 財産評価基本通達の見直し等

財産評価基本通達等については、①関係法令の改正、社会情勢の変化に対応した財産の評価方法とするため、また、②新たな形態の財産の評価方法を明確にするため、各種財産の取引等の実態を把握し、合理的な評価方法を検討して、隨時見直しを行っている。

なお、当該見直しに当たっては、外部専門機関に業務委託を行うなどして評価方法の合理性を担保しているところである。

3 財産評価基本通達の適切な運用

財産の評価に疑義のある事案等については、事実確認を確実に行うとともに、財産評価基本通達5項及び6項の定めを適用すべきかどうかも含め、財産評価基本通達への当てはめや評価方法等の検討を十分に行い、庁・局・署間の連絡を密にして、評価通達のより一層の適切な運用を図ることとしている。