

保存期間：10年
（平成36年末）
平成26年4月8日

資料	4
----	---

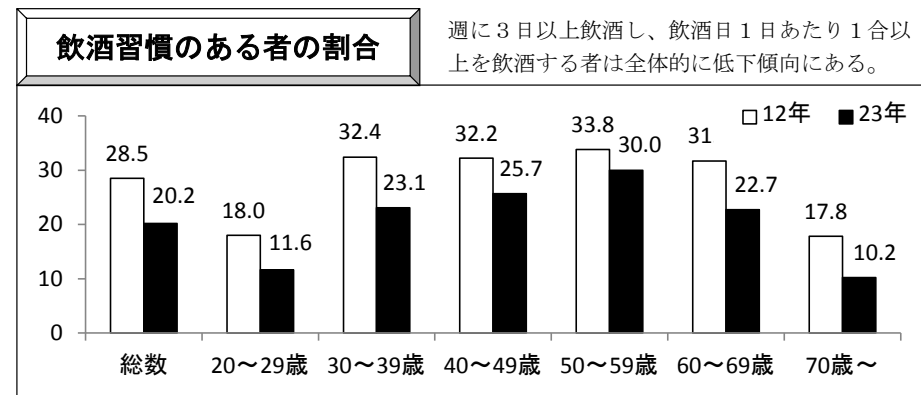
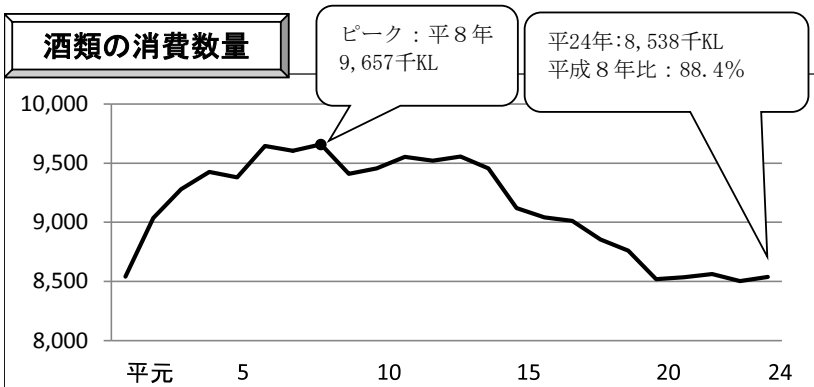
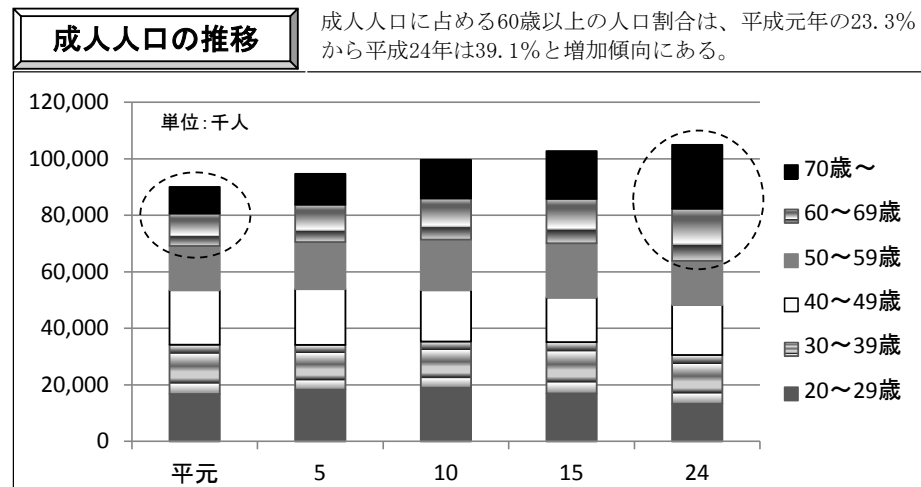
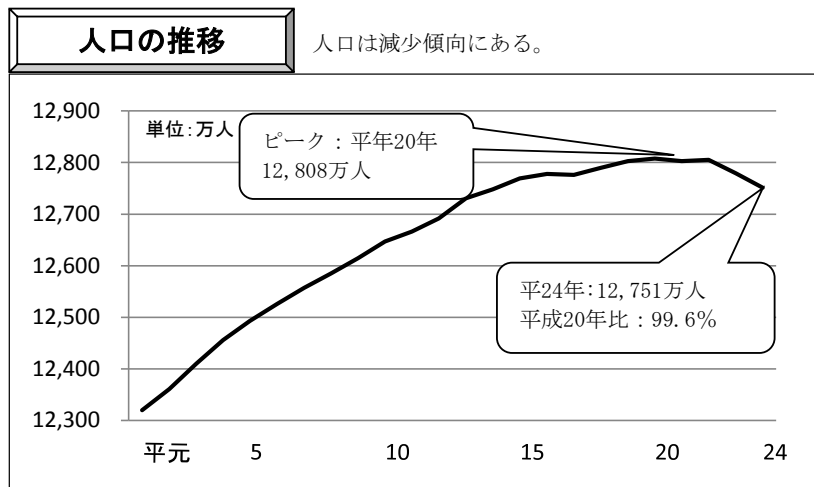
酒 税 行 政 の 現 状 に つ い て

目 次

4-1	酒類業を取り巻く概況	P1
4-2	酒類課税数量と課税額の推移	P2
4-3	各酒類の課税数量（構成比率）の推移	P3
4-4	輸出の動向について	P4
4-5	日本産酒類の輸出環境整備に関する国税庁の最近の取組	P6
4-6	消費税転嫁対策特別措置法に係る処理フロー	P8
4-7	酒類の公正な取引	P9
4-8	酒類の取引状況等実態調査実施状況の公表について	P10
4-9	食品表示法の概要	P11
4-10	地理的表示に関する表示基準	P13
4-11	地理的表示に関する表示基準第2項に規定する国税庁長官が指定する ぶどう酒、蒸留酒又は清酒の産地	P14
4-12	独立行政法人改革等に関する基本的な方針（抄）	P15
4-13	（独）酒類総合研究所の概要	P16
4-14	酒類業の健全な発達に資する業務の強化（クールジャパン等振興策）	P17

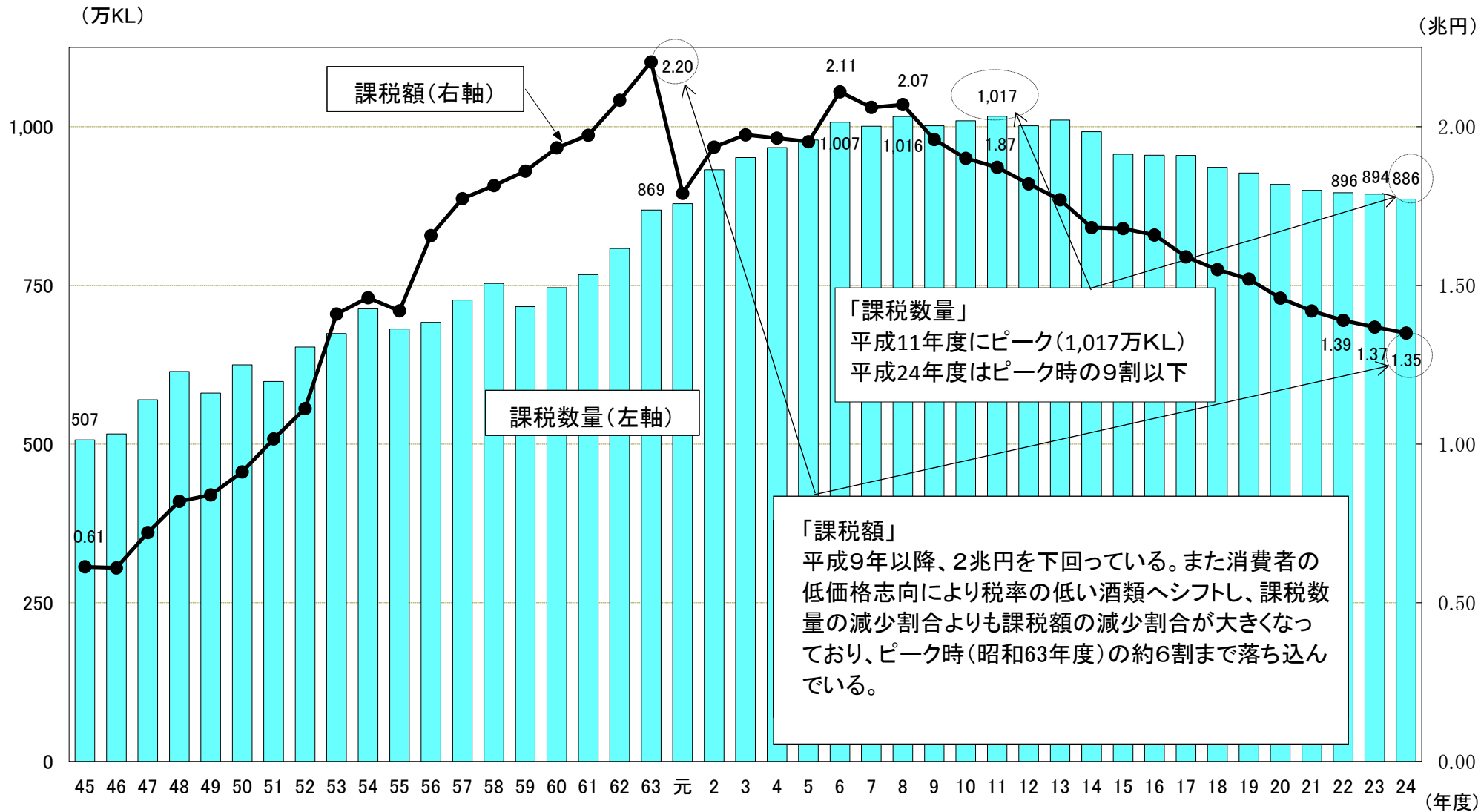
酒類業を取り巻く概況

○酒類業を取り巻く環境は、人口減少社会の到来、高齢化等に伴い変化している。



出典：国税庁 統計年報（長期時系列データ）。総務省統計局 人口推計（長期時系列データ・各年次）。厚生労働省 国民栄養調査（平成12年）、国民健康・栄養調査（平成23年）
 なお、平成22年度の酒類の消費数量は、東日本大震災の影響により基礎資料が未集計である仙台局における消費数量を昨年の数量と同数として作成している。

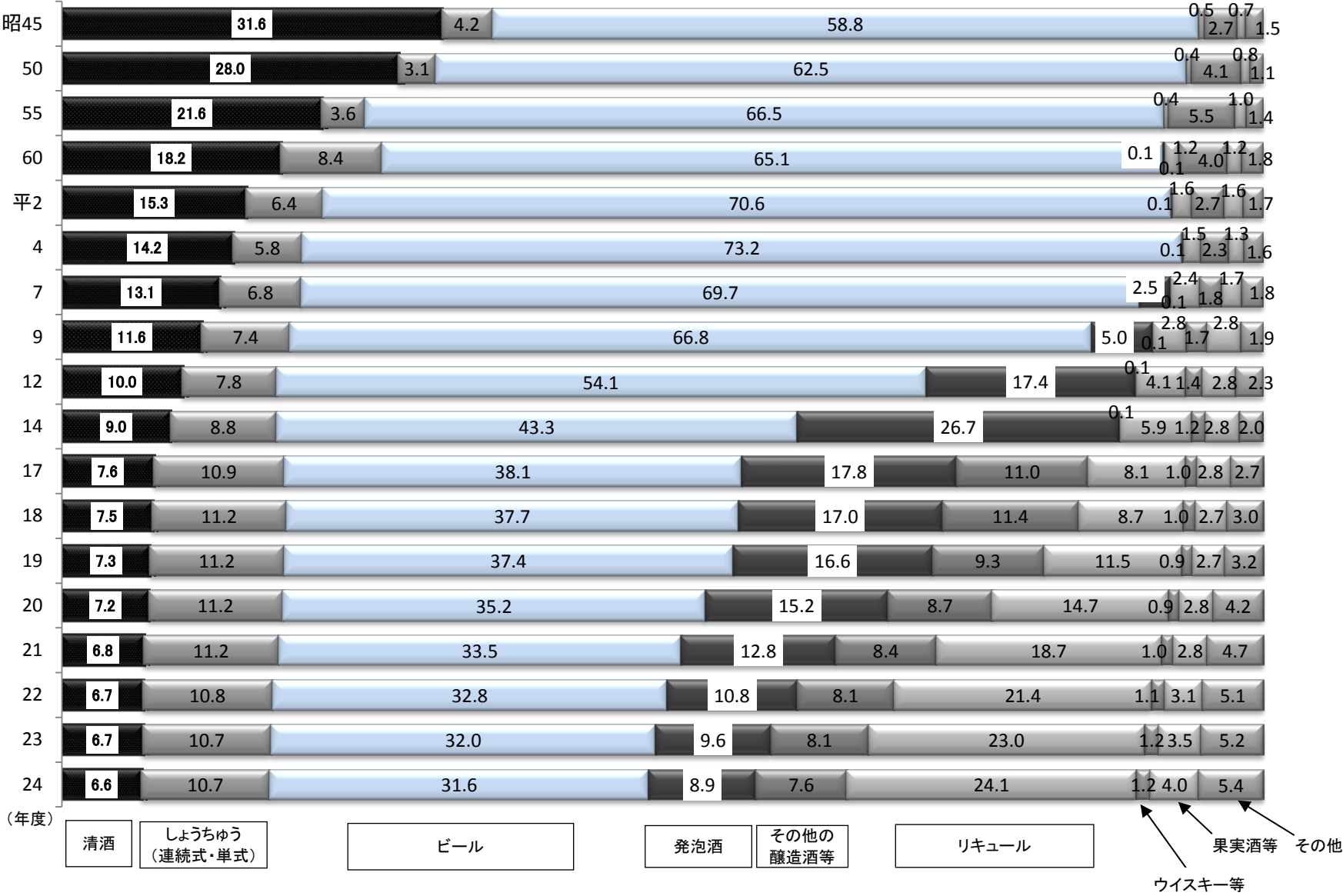
酒類課税数量と課税額の推移



各酒類の課税数量（構成比率）の推移

消費者の低アルコール・低価格志向もあり、飲まれる酒類の嗜好は変化している。
特にビールについては、新ジャンル（その他の醸造酒やリキュール）に移行している状況がみられる。

(単位: %)

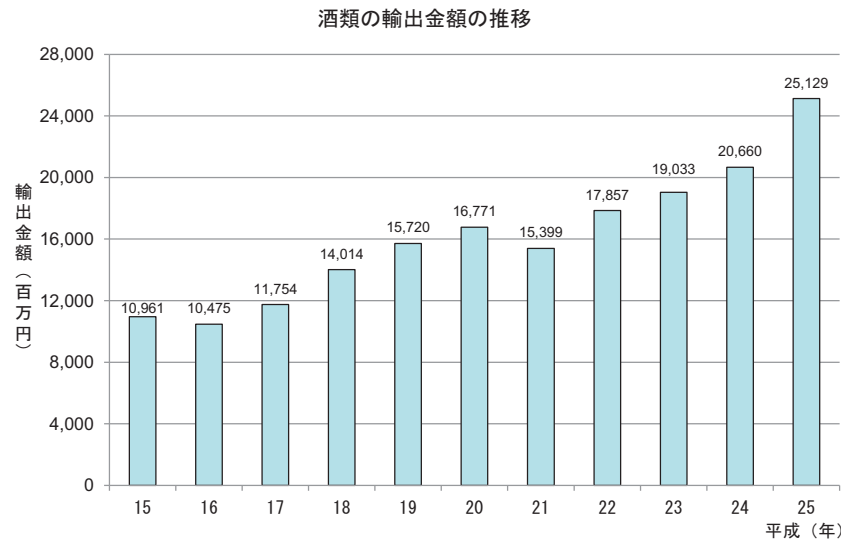


輸出の動向について

1 酒類の輸出金額の推移について

平成 25 年の酒類の輸出金額は、251 億円と、現在の品目分類による比較が可能である昭和 63 年以降で過去最高を記録し、10 年前(平成 15 年)の輸出金額 110 億円の約 2.3 倍となっています。特に、清酒については平成 15 年が 39 億円、平成 25 年が 105 億円と、約 2.7 倍となっています。

平成 23 年は対前年比 106.6%、平成 24 年は同 108.5%に留まっていたが、平成 25 年は同 121.6%と高い伸びを示しています。



(参考)酒類の輸出数量について

平成 25 年の酒類の輸出数量は、77,203KL と、10 年前(平成 15 年)の輸出数量 41,360KL の約 1.9 倍となっています。

酒類の輸出数量の推移

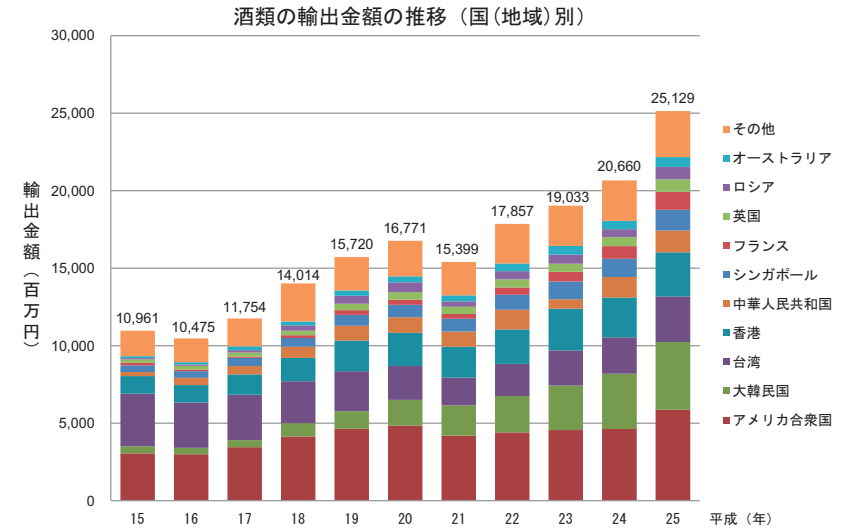
(KL)

平成(年)	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
輸出数量	41,360	37,477	36,787	47,024	44,607	45,216	44,290	49,591	56,497	65,867	77,203

出典：財務省貿易統計

2 国(地域)別輸出金額の推移について

平成 25 年の輸出金額を国(地域)別に見ると、アメリカ合衆国、大韓民国、台湾の順になります。上位3 か国(地域)の輸出金額の対前年比はアメリカ合衆国(126.9%)、大韓民国(122.5%)、台湾(125.5%)となっており、堅調な伸びを示しております。上位 10 か国(地域)では、フランス(141.9%)、英国(141.5%)、ロシア(154.7%)が高い伸びを示しています。



平成 25 年国(地域)別輸出金額

単位:百万円

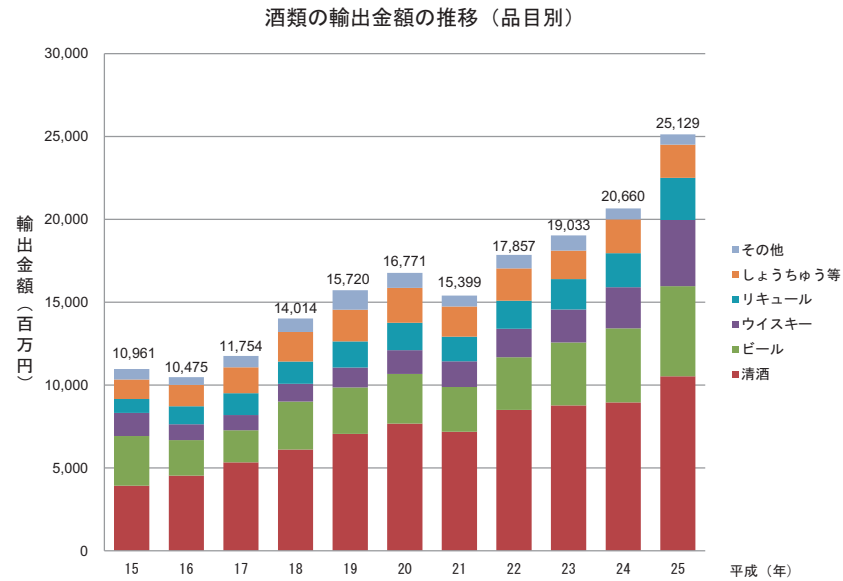
国(地域)名	金額	対前年比	シェア	内訳					
				清酒	ビール	ウイスキー	リキュール	しょうちゆう酢	その他
アメリカ合衆国	5,876	126.9%	23.4%	3,873	500	523	397	386	198
大韓民国	4,360	122.5%	17.4%	1,382	2,828	18	40	82	10
台湾	2,943	125.5%	11.7%	587	742	638	759	99	119
香港	2,846	110.4%	11.3%	1,712	174	78	483	332	66
中華人民共和国	1,399	105.2%	5.6%	523	23	229	145	457	22
シンガポール	1,346	115.2%	5.4%	383	366	213	264	102	18
フランス	1,159	141.9%	4.6%	106	9	1,018	7	7	12
英国	807	141.5%	3.2%	217	20	520	30	17	4
ロシア	789	154.7%	3.1%	37	299	395	1	0	57
オーストラリア	643	118.4%	2.6%	209	234	73	98	14	16
その他	2,961	113.4%	11.8%	1,494	255	274	322	507	109
合計	25,129	121.6%	100.0%	10,524	5,449	3,980	2,545	2,003	628

(注)四捨五入の関係で金額と内訳が一致しない場合がある。

出典：財務省貿易統計

3 品目別輸出金額の推移について

平成 25 年の品目別輸出金額は、多くの品目で前年を上回っています。特に、ウイスキーは対前年比 160.7%と、高い伸びを示しています。また、リキュール、ビール、清酒についても対前年比で2桁の伸びを示しています。



平成 25 年品目別輸出金額 単位: 百万円

品目	金額	対前年比	シェア	第1位	第2位	第3位
清酒	10,524	117.6%	41.9%	アメリカ合衆国	香港	大韓民国
				3,873	1,712	1,382
ビール	5,449	121.8%	21.7%	大韓民国	台湾	アメリカ合衆国
				2,828	742	500
ウイスキー	3,980	160.7%	15.8%	フランス	台湾	アメリカ合衆国
				1,018	638	523
リキュール	2,545	124.0%	10.1%	台湾	香港	アメリカ合衆国
				759	483	397
しょうちゅう等	2,003	97.8%	8.0%	中華人民共和国	アメリカ合衆国	香港
				457	386	332
その他	628	95.3%	2.5%	アメリカ合衆国	台湾	香港
				198	119	66
合計	25,129	121.6%	100.0%	アメリカ合衆国	大韓民国	台湾
				5,876	4,360	2,943

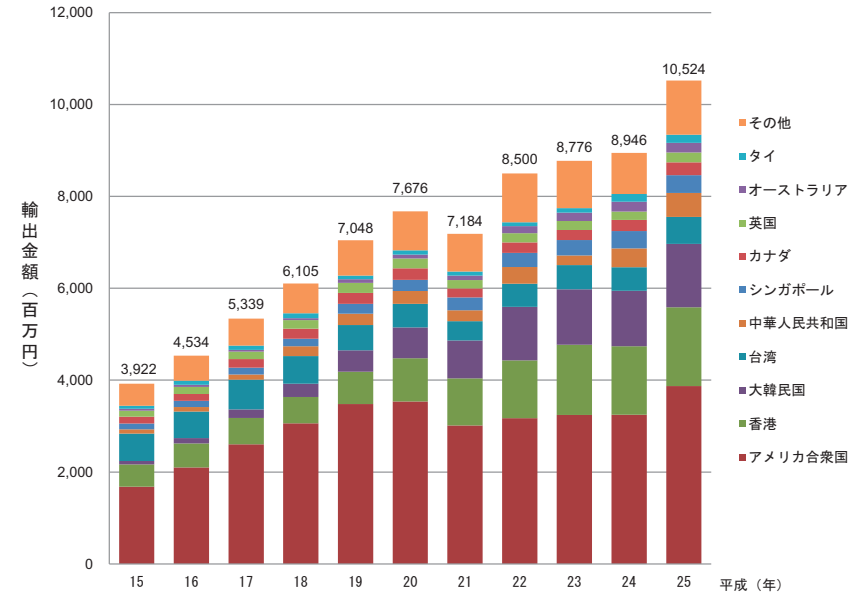
出典：財務省貿易統計

4 清酒輸出金額の推移について

平成 25 年の清酒の輸出金額については、対前年比 117.6%となっています。

国（地域）別では、北米及び東アジア（香港、大韓民国、台湾、中華人民共和国）で堅調な伸びを示しています。

清酒の輸出金額の推移



平成 25 年清酒の国（地域）別輸出金額 単位：百万円

国(地域)名	金額	対前年比	シェア
アメリカ合衆国	3,873	119.4%	36.8%
香港	1,712	114.5%	16.3%
大韓民国	1,382	114.8%	13.1%
台湾	587	114.5%	5.6%
中華人民共和国	523	127.0%	5.0%
シンガポール	383	102.3%	3.6%
カナダ	280	114.2%	2.7%
英国	217	119.1%	2.1%
オーストラリア	209	97.6%	2.0%
タイ	177	105.1%	1.7%
その他	1,181	132.2%	11.2%
合計	10,524	117.6%	100.0%

出典：財務省貿易統計

日本産酒類の輸出環境整備に関する国税庁の最近の取組

1. 酒類業界への支援

- 酒類業関係団体との意見交換
- 酒類製造者等に対する輸出セミナーの開催
- 酒類製造者等に対する輸出支援情報の提供
- JETRO と共同で酒類製造者等向けの輸出ハンドブックを作成
- 日本酒造組合中央会における取組についての助言
 - ・ 日本酒造組合中央会は推進会議を立ち上げ、各種輸出促進方策に取り組んでいる。

2. 貿易障壁の撤廃・緩和に向けた働きかけ

- 東日本大震災後に導入された輸入規制の解除へに向けた働きかけ
 - ・ 国税庁及び（独）酒類総合研究所が実施した酒類等の放射性物質に係る分析結果並びに（独）酒類総合研究所の研究結果を科学的な説得材料として活用し、外務省等と連携して各国に働きかけ
 - ⇒ EU：規制解除（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：規制解除（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）
 - ・ 今後も引き続き、輸入規制等の状況に応じ、関係府省との連携により、規制の解除・緩和に向けた働きかけを実施
- 米国、EUにおける蒸留酒の容量規制の見直しに向けた働きかけ

3. 国際イベント等への対応

- 各種国際会議等での日本産酒類の提供支援等
 - ・ ダボス会議ジャパンランチ（スイス；26年1月）に国税庁職員を派遣
- 日本産酒類関連イベント等に関する在外公館への協力（講師派遣）
 - ・ Enjoy Washoku Reception（ロシア；25年4月）
 - ・ 醸造技術者等に対する日本酒セミナー（ドイツ；25年5月）
 - ・ 政府関係者等に対する日本酒セミナー（ポルトガル・スペイン；25年7月）
 - ・ 飲食業界関係者等に対する日本産酒類セミナー（オーストラリア；25年7月）
- 主要国際空港における日本産酒類キャンペーンの後援
- 海外の酒類教育機関が開催する日本酒講座に対する支援
（(独)酒類総合研究所において日本酒プログラムを実施；26年1月）

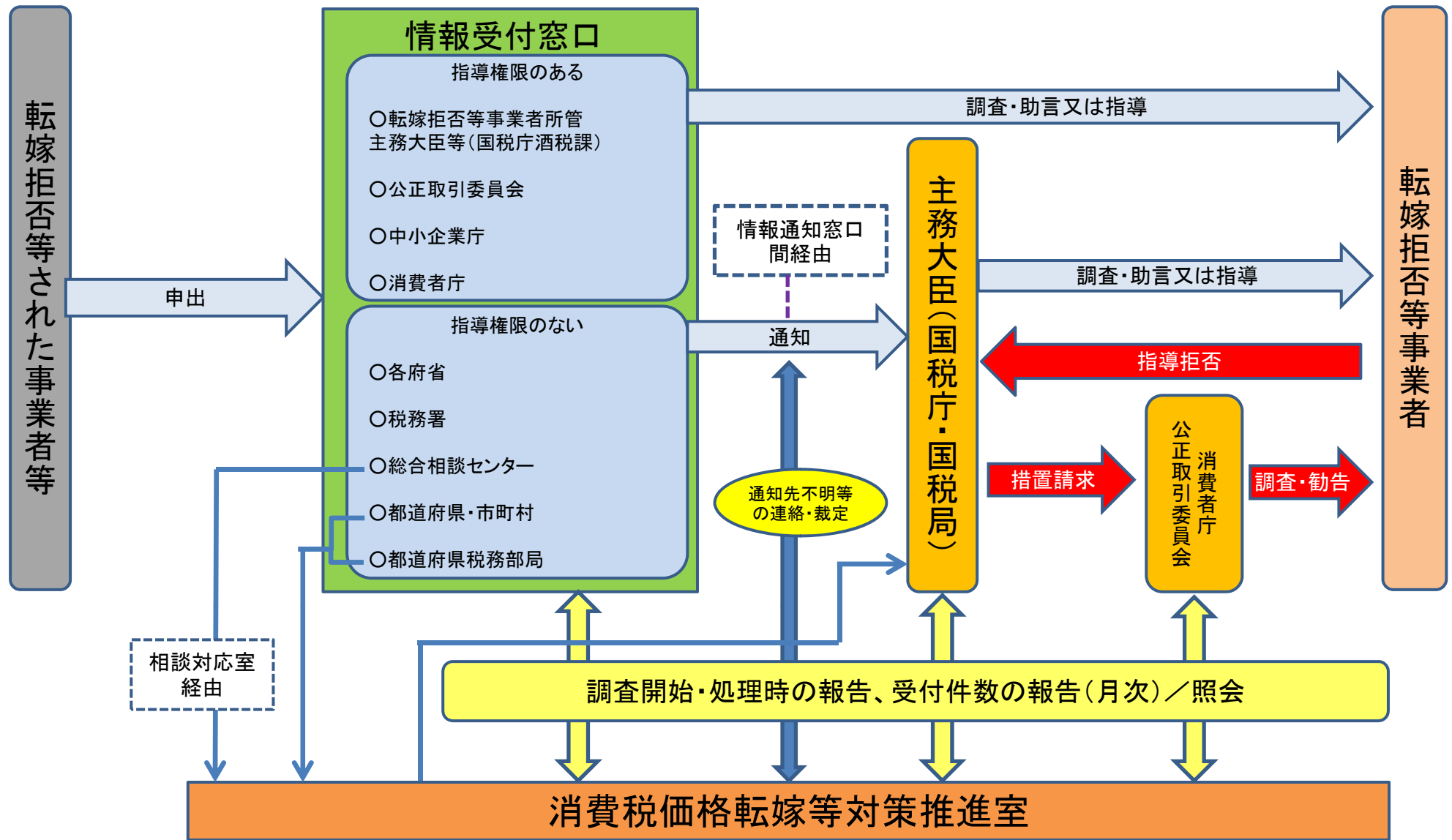


4. 関係府省等との連携強化

- 各地域において、国税局と地方自治体・各省出先機関等を構成員とした輸出促進連絡会議を開催
- 外務省からの依頼を受け、在外公館へ赴任する大使等を対象とした日本酒に関する研修へ、国税庁より講師を派遣

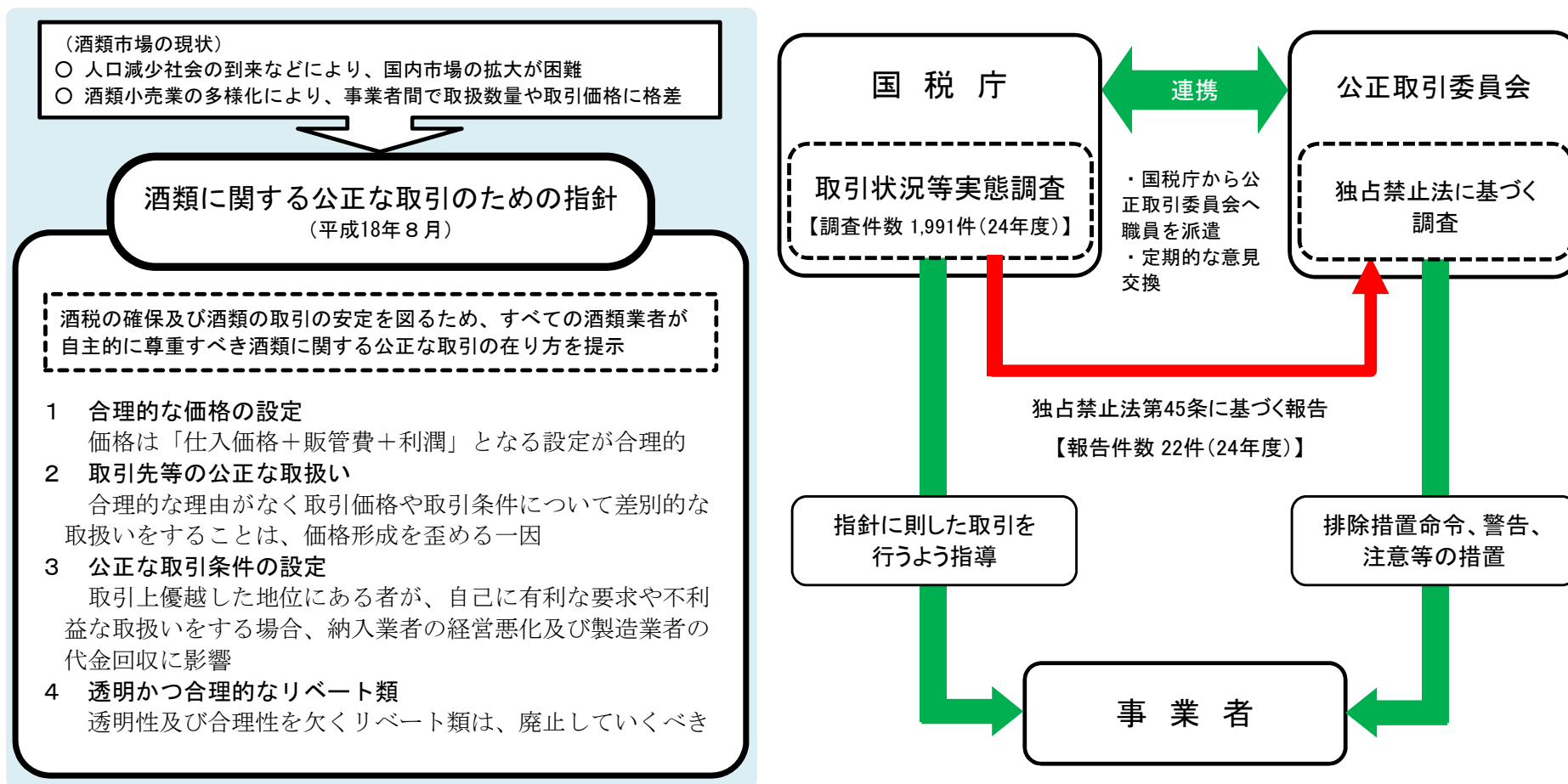


消費税転嫁対策特別措置法に係る処理フロー



酒類の公正な取引

- 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」を公表するとともに、取引状況等実態調査を実施
- 酒類業者の取引に関し独占禁止法に違反する事実があると思料したときは、公正取引委員会に対しその事実を報告



酒類の取引状況等実態調査実施状況の公表について

平成24事務年度分（平成24年 7 月～平成25年 6 月）

表 1 平成24事務年度の実実施場数等

	一般調査	フォローアップ調査	合 計	報告件数
調査場数	1,711 場	280 場	1,991 場	22 件

表 2 一般調査実施場数の推移

(場)

	平成 20 事務年度	平成 21 事務年度	平成 22 事務年度	平成 23 事務年度	平成 24 事務年度
調査場数	3,095	2,962	1,888	1,563	1,711

表 3 一般調査の実実施状況

調査対象者の業態等	調 査 数 場	「指針のルール1～4」に則していない取引が認められた場数 (注1) (注2)	「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		「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して認められたもの
			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)	仕入価格（製造原価）を下回る価格での販売が認められたもの			
小売業者	1,516 場	1,509 場	1,509 場	539 場	15 場	4 場	12 場
卸売業者	130 場	124 場	123 場	49 場	45 場	1 場	41 場
製造業者	65 場	59 場	53 場	24 場	41 場	3 場	48 場
合 計	1,711 場	1,692 場	1,685 場	612 場	101 場	8 場	101 場

(注1) 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等が認められた場合について1場と数えている。
 (注2) 複数の「指針のルール」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場として数えているため、「指針のルール1～4」に則していない取引が認められた場数」と各項目の合計は一致しない。
 (注3) 総販売原価とは、仕入価格（製造原価）に販売費・一般管理費等を加えたものをいう。

表 4 フォローアップ調査の実実施状況

調査対象者の業態等	調査(確認)場数 (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ったもの	
		(b)	割合 (b/a) %	(c)	割合 (c/a) %
小売業者	214 場	209 場	97.7 %	5 場	2.3 %
卸売業者	45 場	42 場	93.3 %	3 場	6.7 %
製造業者	21 場	20 場	95.2 %	1 場	4.8 %
合 計	280 場	271 場	96.8 %	9 場	3.2 %

食品表示法の概要

平成25年6月
消費者庁

資料 4 - 9

食品を摂取する際の安全性及び一般消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を確保するため、

食品衛生法、JAS法及び健康増進法の食品の表示に関する規定を統合して食品の表示に関する包括的かつ一元的な制度を創設。

(現行、任意制度となっている栄養表示についても、義務化が可能な枠組みとする)

整合性の取れた表示基準の制定

消費者、事業者双方にとって分かりやすい表示

消費者の日々の栄養・食生活管理による健康増進に寄与

効果的・効率的な法執行

目的

消費者基本法の基本理念を踏まえて、表示義務付けの目的を統一・拡大

【新制度】

- ・食品を摂取する際の安全性
- ・一般消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会の確保

【現行】

- ・食品衛生法…衛生上の危害発生防止
- ・JAS法…品質に関する適正な表示
- ・健康増進法…国民の健康の増進

○ 基本理念 (3条)

- ・食品表示の適正確保のための施策は、消費者基本法に基づく消費者政策の一環として、消費者の権利(安全確保、選択の機会確保、必要な情報の提供)の尊重と消費者の自立の支援を基本
- ・食品の生産の現況等を踏まえ、小規模の食品関連事業者の事業活動に及ぼす影響等に配慮

食品表示基準

(4条)

- 内閣総理大臣は、食品を安全に摂取し、自主的かつ合理的に選択するため、食品表示基準を策定
 - ① 名称、アレルギー、保存の方法、消費期限、原材料、添加物、栄養成分の量及び熱量、原産地その他食品関連事業者等が表示すべき事項
 - ② 前号に掲げる事項を表示する際に食品関連事業者等が遵守すべき事項
- 食品表示基準の策定・変更
～厚生労働大臣・農林水産大臣・財務大臣に協議／消費者委員会の意見聴取

食品表示基準の遵守

(5条)

- 食品関連事業者等は、食品表示基準に従い、食品の表示をする義務

指示等

(6条・7条)

- 内閣総理大臣(食品全般)、農林水産大臣(酒類以外の食品)、財務大臣(酒類)～食品表示基準に違反した食品関連事業者に対し、表示事項を表示し、遵守事項を遵守すべき旨を指示
- 内閣総理大臣～指示を受けた者が、正当な理由なく指示に従わなかったときは、命令
- 内閣総理大臣～緊急の必要があるとき、食品の回収等や業務停止を命令
- 指示・命令時には、その旨を公表

立入検査等

(8条～10条)

- 違反調査のため必要がある場合
～立入検査、報告徴収、書類等の提出命令、質問、収去

内閣総理大臣等に対する申出等

(11条・12条)

- 何人も、食品の表示が適正でないため一般消費者の利益が害されていると認めるとき～内閣総理大臣等に申出可
⇒内閣総理大臣等は、必要な調査を行い、申出の内容が事実であれば、適切な措置
- 著しく事実と相違する表示行為・おそれへの差止請求権
(適格消費者団体～特定商取引法、景品表示法と同様の規定)

権限の委任

(15条)

- 内閣総理大臣の権限の一部を消費者庁長官に委任
- 内閣総理大臣・消費者庁長官の権限の一部を都道府県知事・保健所設置市等に委任(政令)

罰則

(17条～23条)

- 食品表示基準違反(安全性に関する表示、原産地・原料原産地表示の違反)、命令違反等について罰則を規定

附則

- 施行期日～公布の日から2年を超えない範囲内で政令で定める日から施行
- 施行から3年後に見直す旨規定を設けるほか、所要の規定を整備

(参考)表示基準(府令レベル)の取扱い

- 表示基準の整理・統合は、府令レベルで別途実施
(法律の一元化による表示義務の範囲の変更はない。)

【今後の検討課題】

- 中食・外食(アレルギー表示)、インターネット販売の取扱い～当面、実態調査等を実施
- 遺伝子組換え表示、添加物表示の取扱い～当面、国内外の表示ルール等の調査等を実施
- 加工食品の原料原産地表示の取扱い
～当面、現行制度の下での拡充を図りつつ、表示ルールの調査等を実施
→上記課題のうち、準備が整ったものから、順次、新たな検討の場で検討を開始

- 食品表示の文字のポイント数の拡大の検討 等

(参考) 現行の食品表示に関する法律

平成25年6月
消費者庁

(現行法令に基づく表示例)

食品衛生法	JAS法	健康増進法
【目的】 ○飲食に起因する衛生上の危害発生を防止	【目的】 ○農林物資の品質の改善 ○品質に関する適正な表示により消費者の選択に資する	【目的】 ○栄養の改善その他の国民の健康の増進を図る
○販売の用に供する食品等に関する表示についての基準の策定及び当該基準の遵守(第19条)等	○製造業者が守るべき表示基準の策定(第19条の13) ○品質に関する表示の基準の遵守(第19条の13の2)等	○栄養表示基準の策定及び当該基準の遵守(第31条、第31条の2)等
○食品、添加物、容器包装等の規格基準の策定 ○規格基準に適合しない食品等の販売禁止 ○都道府県知事による営業の許可等	○日本農林規格の制定 ○日本農林規格による格付等	○基本方針の策定 ○国民健康・栄養調査の実施 ○受動喫煙の防止 ○特別用途食品に係る許可等

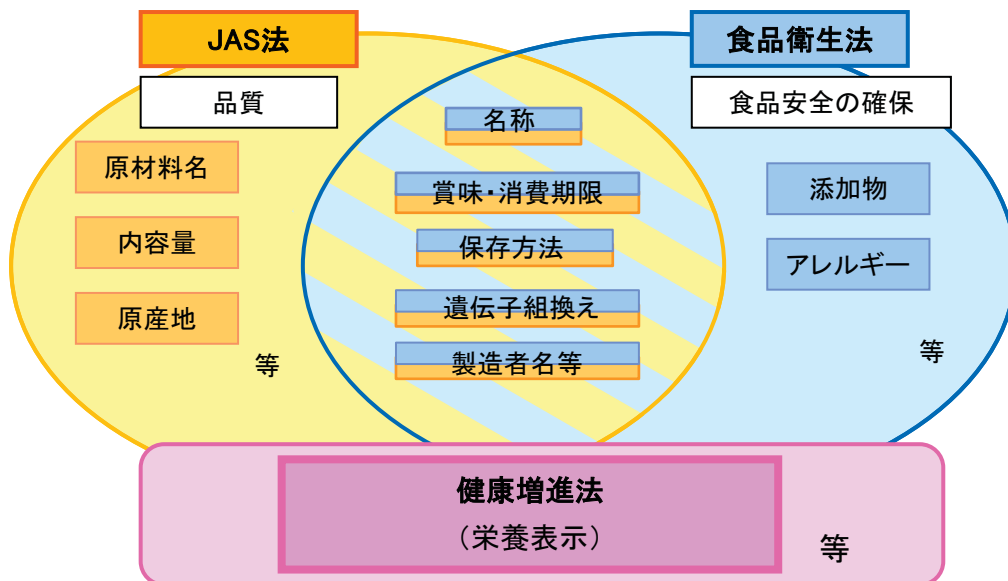
表示関係
(表示関係以外)

名称	スナック菓子		
原材料名	じゃがいも(遺伝子組換えでない)、植物油、食塩、デキストリン、乳糖、たんぱく加水分解物(小麦を含む)、酵母エキスパウダー、粉末しょうゆ、魚介エキスパウダー(かに・えびを含む)、香料、調味料(アミノ酸等)、卵殻カルシウム		
内容量	81g	賞味期限	この面の右部に記載
保存方法	直射日光および高温多湿の場所を避けて保存してください。		
販売者	[会社名] 39		

※「39」は製造所固有記号

主要栄養成分 1袋(81g)当たり (当社分析値)			
エネルギー	483 kcal	炭水化物	37.6 g
たんぱく質	3.8 g	ナトリウム	330 mg
脂質	35.3 g	食塩相当量	0.8 g

※栄養表示は任意



- 食品衛生法に基づく表示事項
- JAS法に基づく表示事項
- 食品衛生法、JAS法の両法に基づく表示事項
- 健康増進法に基づく表示事項

地理的表示に関する表示基準

(平成6年12月28日 国税庁告示第4号)

(定義)

- 1 次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。
 - (1) 「地理的表示」とは、次号又は第3号に掲げる酒類に関し、その確立した品質、社会的評価その他の特性が当該酒類の地理的原産地に主として帰せられる場合において、当該酒類が世界貿易機関の加盟国の領域又はその領域内の地域若しくは地方を原産地とするものであることを特定する表示をいう。
 - (2) 「ぶどう酒」とは、酒税法（昭和28年法律第6号）第三条第十三号及び第十四号に掲げる果実酒及び甘味果実酒のうち、ぶどうを原料とした酒類をいう。
 - (3) 「蒸留酒」とは、酒税法第三条第九号、第十号、第十五号、第十六号及び第二十号に掲げる連続式蒸留しょうちゅう、単式蒸留しょうちゅう、ウイスキー、ブランデー及びスピリッツをいう。
 - (4) 「清酒」とは、酒税法第三条第七号に規定する清酒をいう。
 - (5) 「使用」とは、酒類製造業者又は酒類販売業者が行う行為で、次に掲げる行為をいう。
 - イ 酒類の容器又は酒類の包装に地理的表示を付する行為
 - ロ 酒類の容器又は酒類の包装に地理的表示を付したものを譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引き渡しのために展示し、輸出し、又は輸入する行為
 - ハ 酒類に関する広告、定価表又は取引書類に地理的表示を付して展示し、又は頒布する行為

(地理的表示の保護)

- 2 ぶどう酒、蒸留酒及び清酒の地理的表示の保護は、次の各号に定めるところによる。
 - (1) 日本国のぶどう酒若しくは蒸留酒の産地のうち国税庁長官が指定するものを表示する地理的表示又は世界貿易機関の加盟国のぶどう酒若しくは蒸留酒の産地を表示する地理的表示のうち当該加盟国において当該産地以外の地域を産地とするぶどう酒若しくは蒸留酒について使用することが禁止されている地理的表示は、当該産地以外の地域を産地とするぶどう酒又は蒸留酒について使用してはならない。
 - (2) 清酒の産地のうち国税庁長官が指定するものを表示する地理的表示は、当該産地以外の地域を産地とする清酒について使用してはならない。
 - (3) 前各号の規定は、当該酒類の真正の原産地が表示される場合又は地理的表示が翻訳された上で使用される場合若しくは「種類」、「型」、「様式」、「模造品」等の表現を伴う場合においても同様とする。

(適用除外)

- 3 次の各号に掲げる場合には、前項の規定は適用しない。
 - (1) ぶどう酒又は蒸留酒を特定する世界貿易機関の他の加盟国の特定の地理的表示を、平成6年4月15日前の少なくとも10年間又は同日前に善意で、当該加盟国の領域内においてぶどう酒又は蒸留酒について継続して使用してきた場合
 - (2) 原産国において保護されていない若しくは保護が終了した地理的表示又は当該原産国において使用されなくなった地理的表示である場合

地理的表示に関する表示基準第 2 項に規定する国税庁長官が指定する ぶどう酒、蒸留酒又は清酒の産地

(平成 7 年 6 月 30 日 国税庁告示第 6 号)

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）第 86 条の 6 第 1 項の規定に基づき定めた「地理的表示に関する表示基準」（平成 6 年 12 月 28 日国税庁告示第 4 号）第 2 項に規定する国税庁長官が指定するぶどう酒、蒸留酒又は清酒の産地を次のように定める。

産地を指定する酒類	指定産地名	産地の地域
果実酒（酒税法（昭和 28 年法律第 6 号）第 3 条第 13 号に規定する果実酒のうち、ぶどうを原料とした酒類をいう。）	山 梨	山梨県
単式蒸留しょうちゅう（酒税法第 3 条第 10 号に規定する単式蒸留しょうちゅうをいう。以下同じ。）	壱 岐	長崎県 壱岐市
単式蒸留しょうちゅう	球 磨	熊本県 球磨郡 人吉市
単式蒸留しょうちゅう	琉 球	沖縄県
単式蒸留しょうちゅう	薩 摩	鹿児島県（奄美市及び大島郡を除く。）
清酒（酒税法第 3 条第 7 号に規定する清酒をいう。）	白 山	石川県 白山市

〔平成 25 年 12 月 24 日〕
閣 議 決 定

独立行政法人改革等に関する基本的な方針（抄）

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ずべき措置

各法人等について講ずべき措置は、別紙のとおりとする。

（別紙）各法人等について講ずべき措置

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) 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) 主事務所 広島県東広島市
※「国の行政機関等の移転について」(昭和 63 年 7 月 19 日閣議決定) を受け平成 7 年に東京都北区から移転
- (3) 役職員数 (平成 25 年 4 月 1 日現在)
43 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
 - 酒類の課税判定や品質及び安全性確保のための分析・鑑定
 - 分析・鑑定の理論的な裏付けとなる研究・調査
 - 品質及び製造技術の向上を目的とした品質評価・講習の実施
 - 酒類に関する情報収集・提供

★ 国税庁の任務のうち、高度に技術的な部分を分担
- (6) 業務の効率化等
 - 独法化により、業務の効率化が進むとともに、分析手法の開発等の業務の充実が進展し、国税庁の行政運営に貢献

国税庁との密接な連携の下、効果的・効率的に業務を実施し、酒税の適正な賦課等に貢献

酒類業の健全な発達に資する業務の強化(クールジャパン等振興策)

官民の役割分担を踏まえつつ、酒類総研の有する知見・研究成果等を以下の取組みに活用する。

《酒類製造者の技術力の維持強化の支援》

- クールジャパン推進の観点から、日本産酒類の競争力を高めていくためには、酒類製造者の技術力の更なる強化が必要。
- 他の研究機関等とも連携しながら、原材料や醸造微生物等に係る研究成果等自らが有するノウハウを地方や民間等の醸造現場へ活用していくことを支援。
 - ・ 地域ブランド確立のための地域の特性を生かした酒造りの支援
 - ・ 輸出促進に資する日本酒の長期保存等に対応できる品質保持の研究
 - ・ 研究成果や先端技術の醸造現場への普及事業 等

《酒類の品質確保の支援》

- クールジャパン推進の観点から、日本産酒類の競争力を高めていくためには、公的機関による酒類の品質の確保が必要不可欠。
 - ・ 鑑評会において輸出促進の観点から審査項目を追加
 - ・ 鑑評会のノウハウを活用し品質評価を個別に依頼を受け実施することを検討

《酒類の専門知識等の内外への普及・啓発》

- 日本産酒類の魅力を広め、内外の需要を振興していくためには、日本産酒類の正しい知識の内外への普及・啓発を図っていく必要。
 - ・ 海外の酒類教育機関への協力
 - ・ 国際イベント等への専門家の派遣