

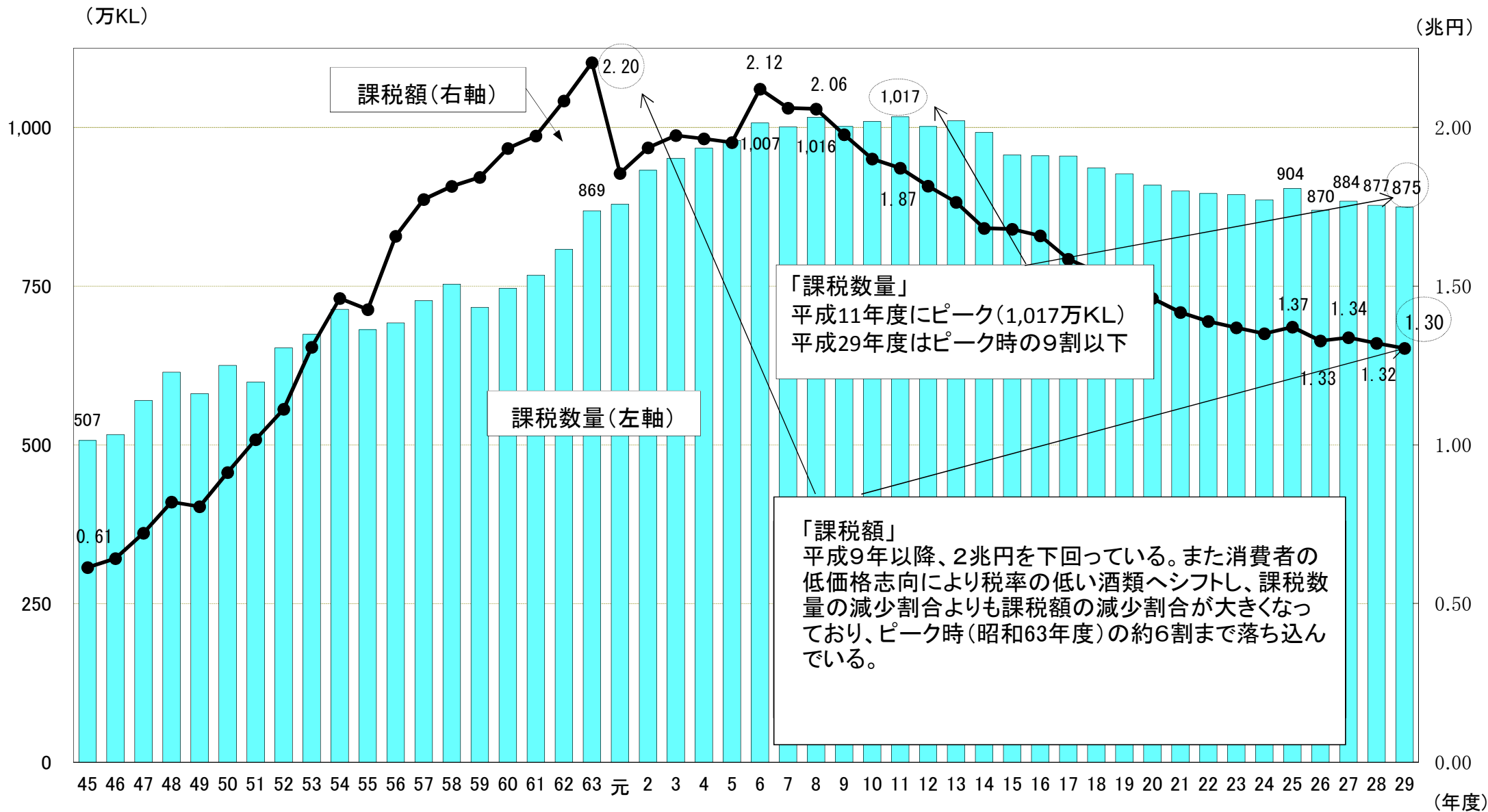
# 酒類行政における最近の取組等

# 目次

○酒類業の概況	1～15
○酒類業の基本的方向性等	16～20
○国税庁の具体的取り組み	
・輸出促進	21～31
・地理的表示	32～37
・日本ワイン	38～47
・酒蔵ツーリズム	48～49
・技術支援	50～51
・公正取引の確保	52～57

# 酒類課税数量と課税額の推移

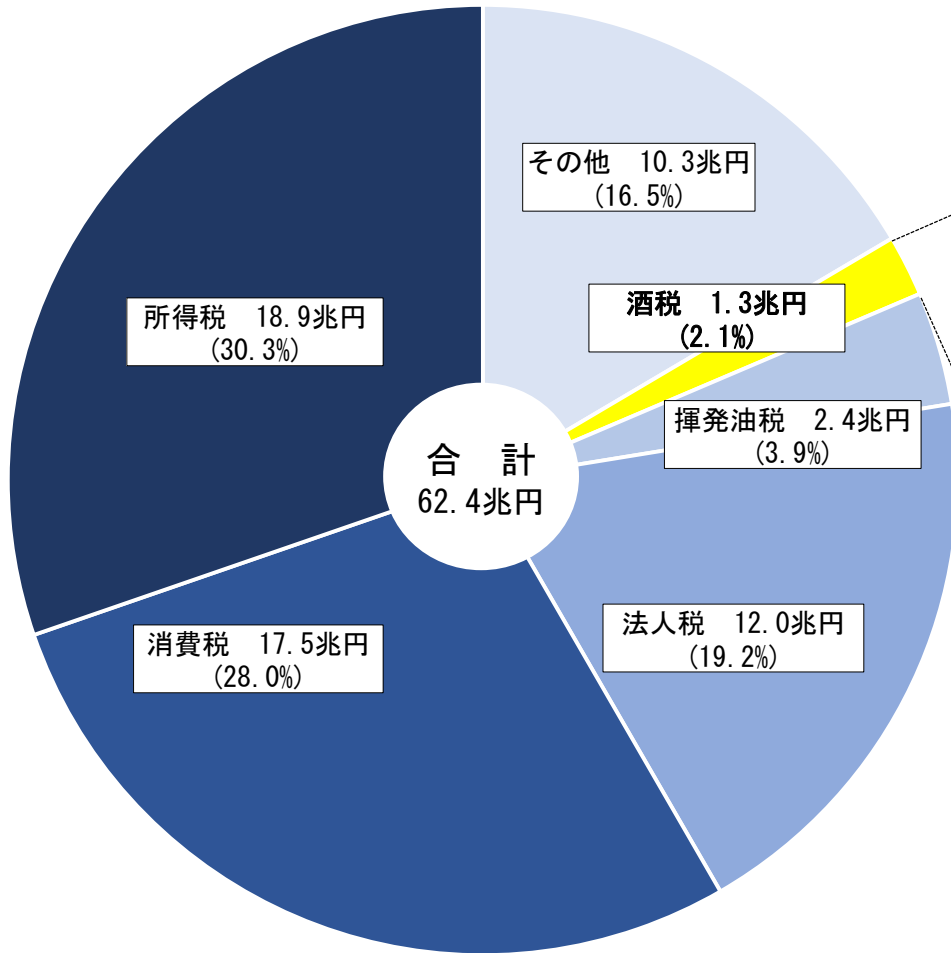
## 酒類課税数量と課税額の推移



(注)「国税庁統計年報」による。

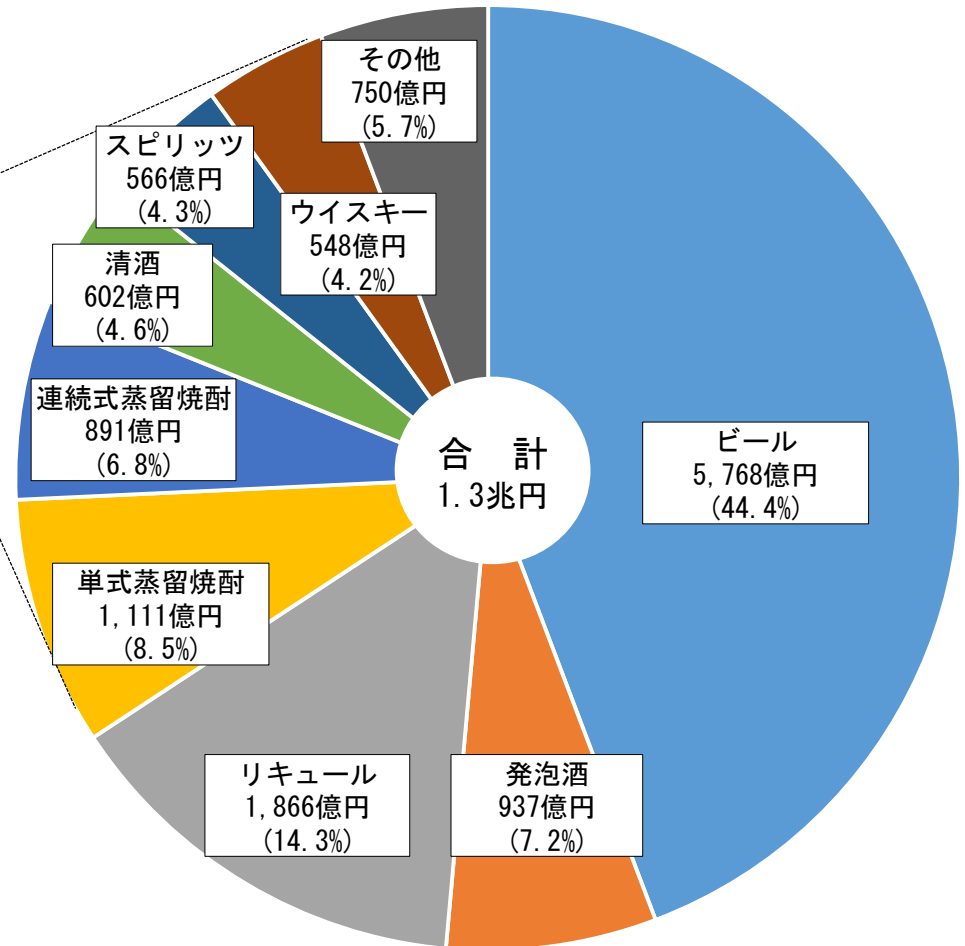
# 酒税収入の状況（平成29年度）

○ 国税収入の内訳



(注) 平成29年度決算額

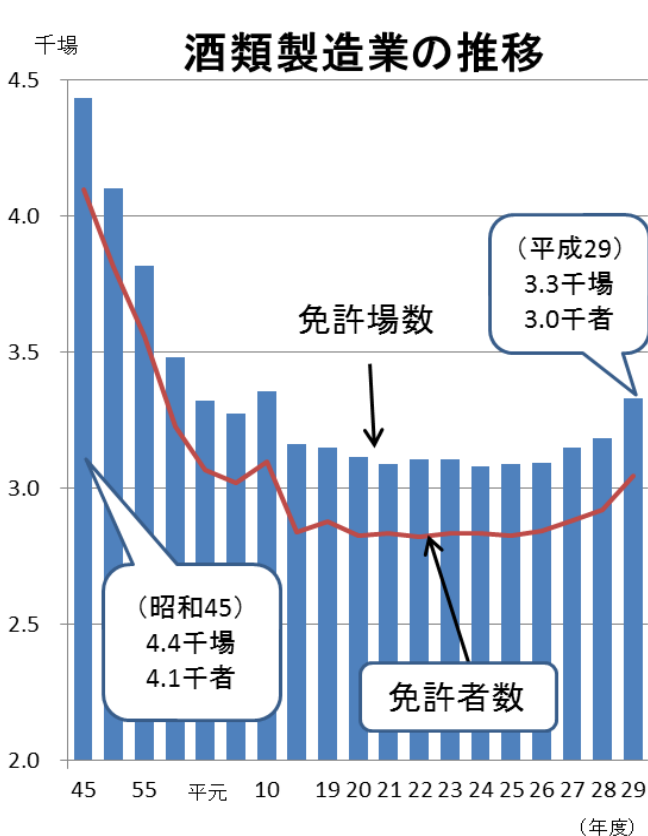
○ 酒税収入の内訳



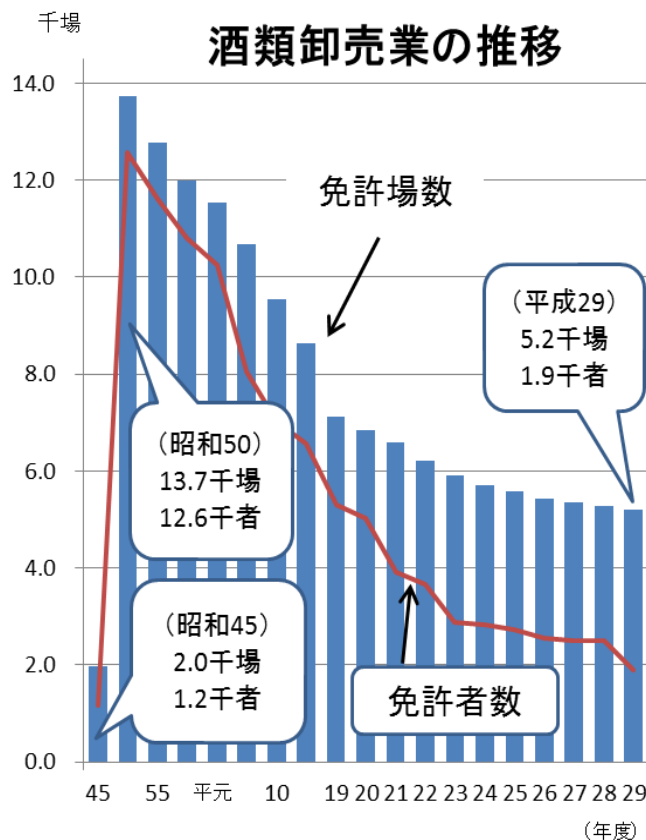
(注) 課税事績の計数を集計

# 酒類業の推移（免許場数・免許者数）

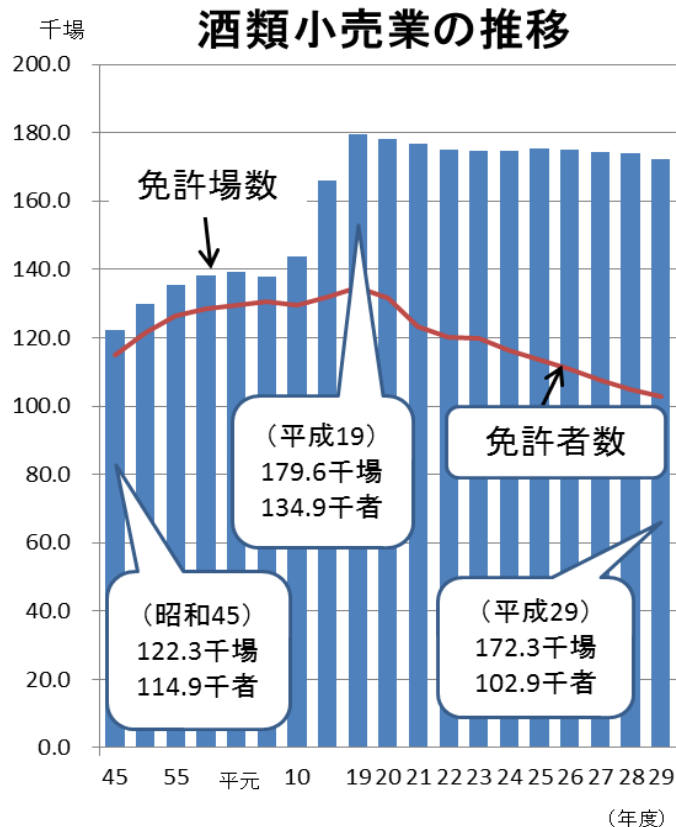
- 酒類製造免許場数は、長期的に減少傾向だったが、近年、果実酒やウイスキー人気の高まりから免許場数は増加傾向にある。
- 酒類卸売業免許場数は、減少傾向にあるが、近年、地場卸の統合や系列化・集約化が進んでいることから、1業者当たりの免許場数は増加傾向にある。
- 酒類小売業免許場数は、平成10年度からの需給調整要件の段階的な緩和や廃止等の規制緩和が講じられた結果増加したが、平成19年をピークに近年は減少傾向にある。



(注)各酒類を通じたものを掲げた。

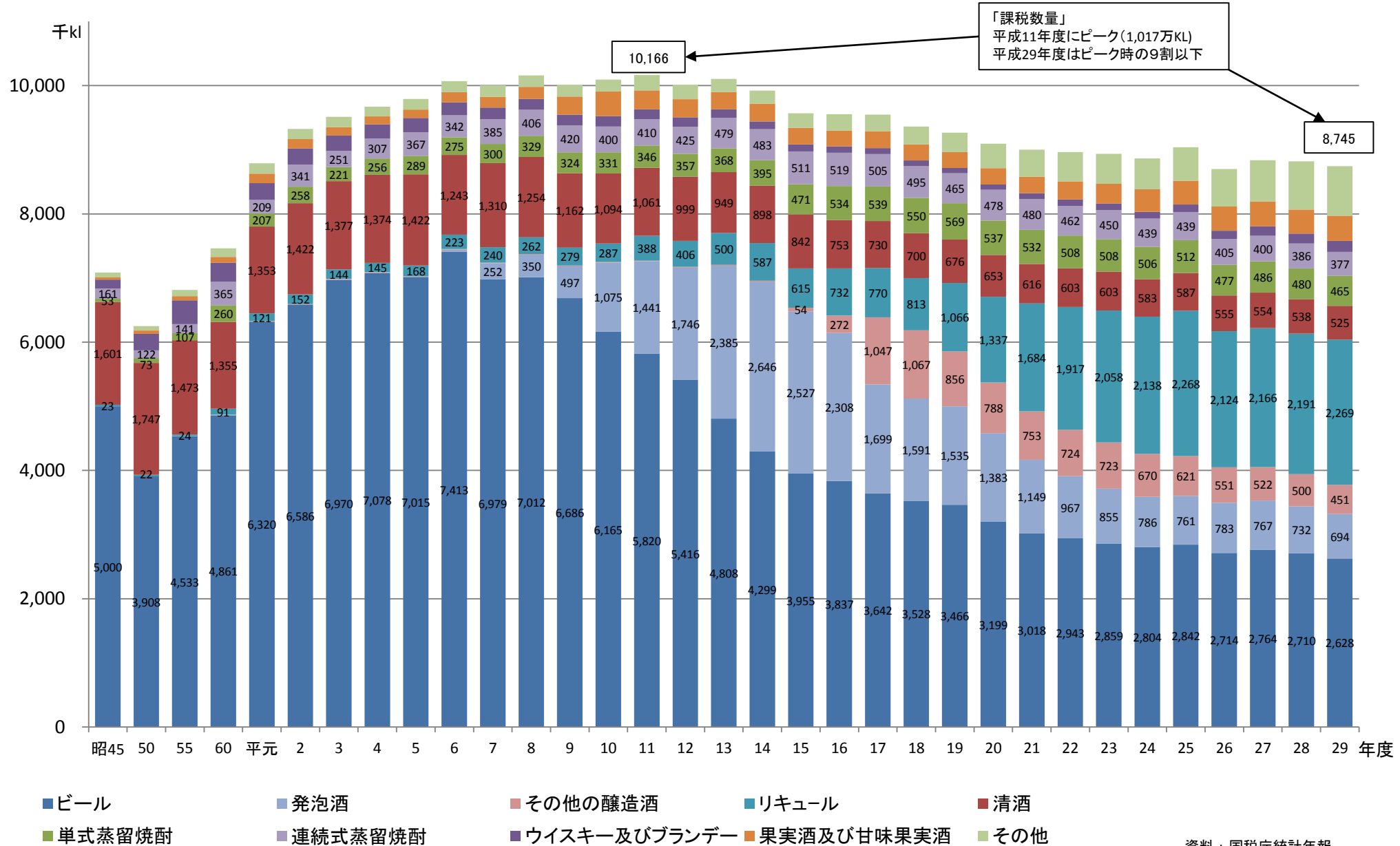


(注)販売できる酒類の範囲が全酒類のものを掲げた。



(注)販売できる酒類の範囲が全酒類の免許場及び免許者数を掲げた。

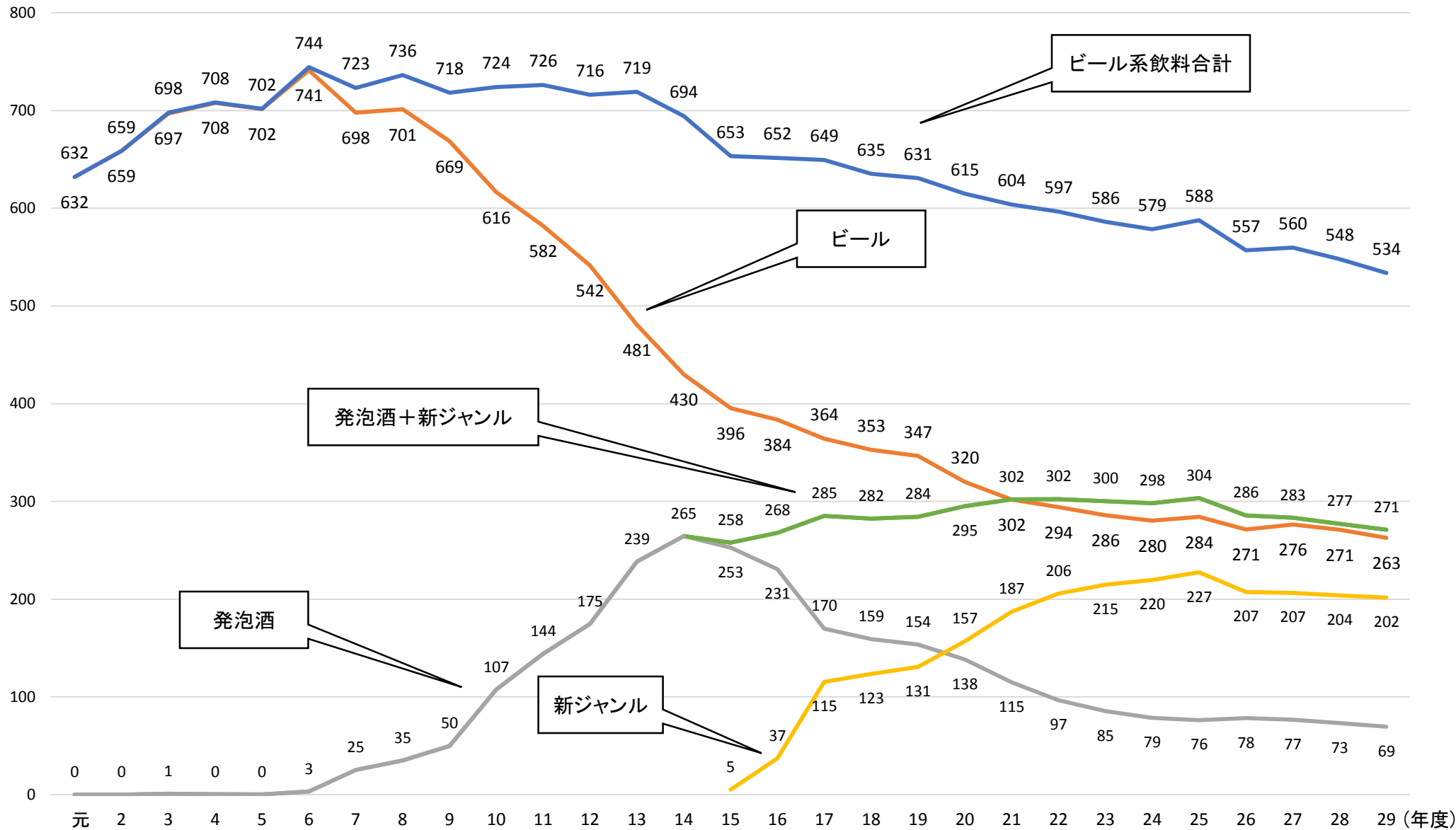
# 酒類課税移出数量の推移



資料：国税庁統計年報

# ビール系飲料の課税数量の推移

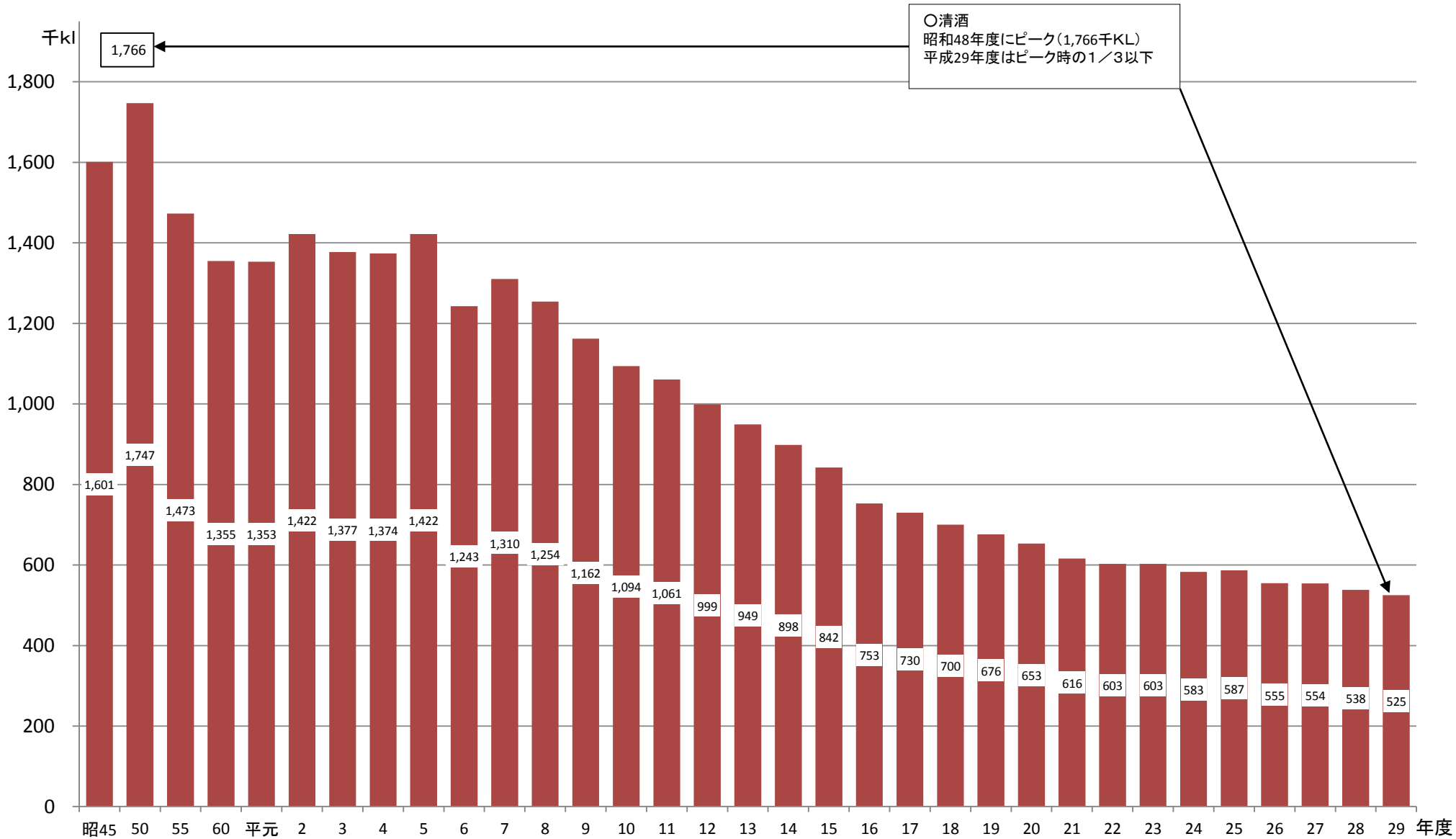
(万KL)



(注) ビール、発泡酒の課税数量は、国税庁調べ。  
「新ジャンル」の課税数量は、業界発表資料（国産分）と財務省「貿易統計」（輸入分）等に基づき推計。

(概数)

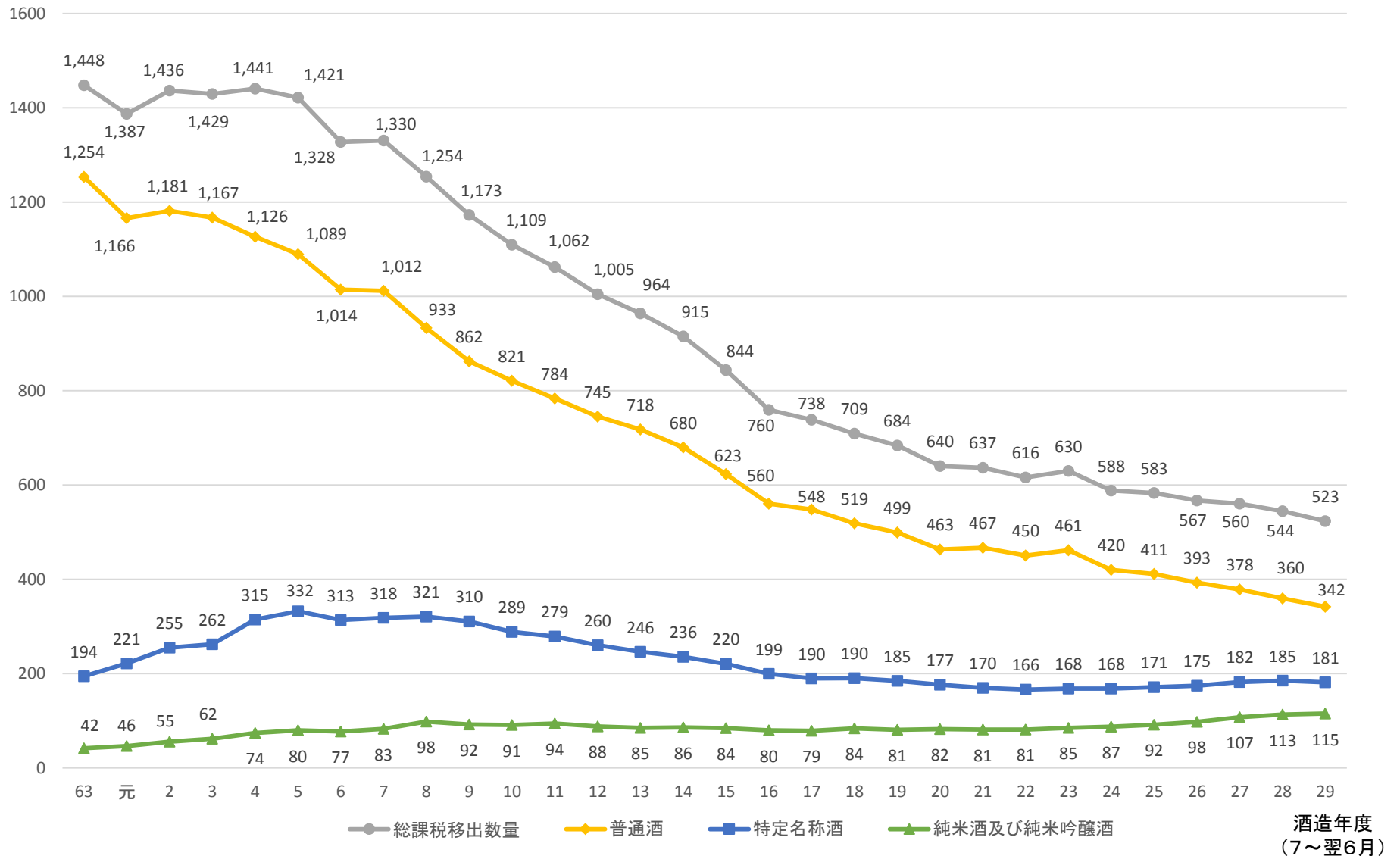
# 清酒の課税移出数量の推移





# 清酒のタイプ別 課税移出数量の推移

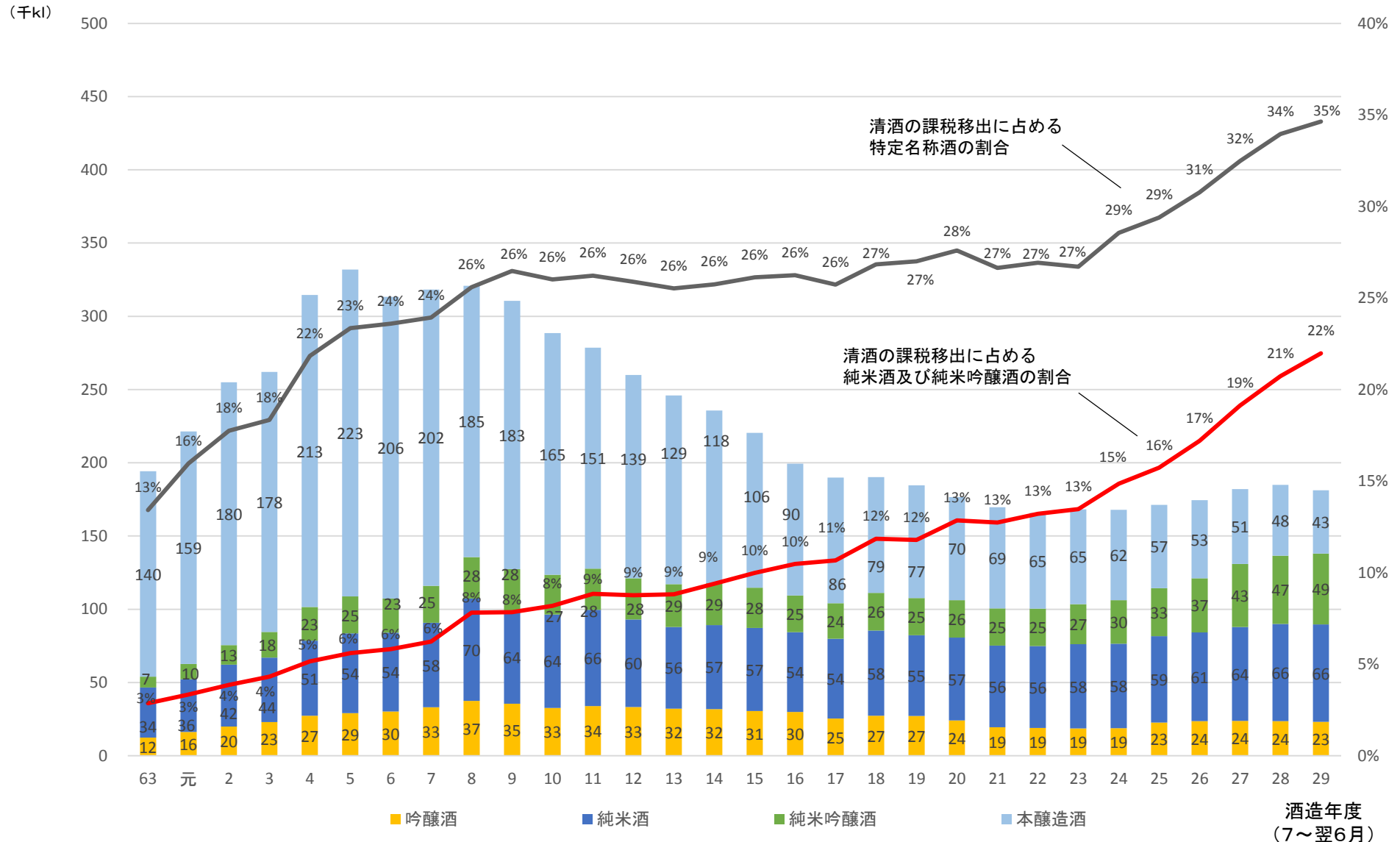
(千kl)



(注1) 特定名称酒とは、清酒の製法品質表示基準（平成元年11月国税庁告示第8号）に定められた要件により分類された「吟醸酒」「純米酒」「本醸造酒」等の特定名称を表示した清酒をいう。  
 (注2) 普通酒とは、特定名称酒以外の清酒をいう。

出典：「清酒製造状況等調査」（国税庁）より作成

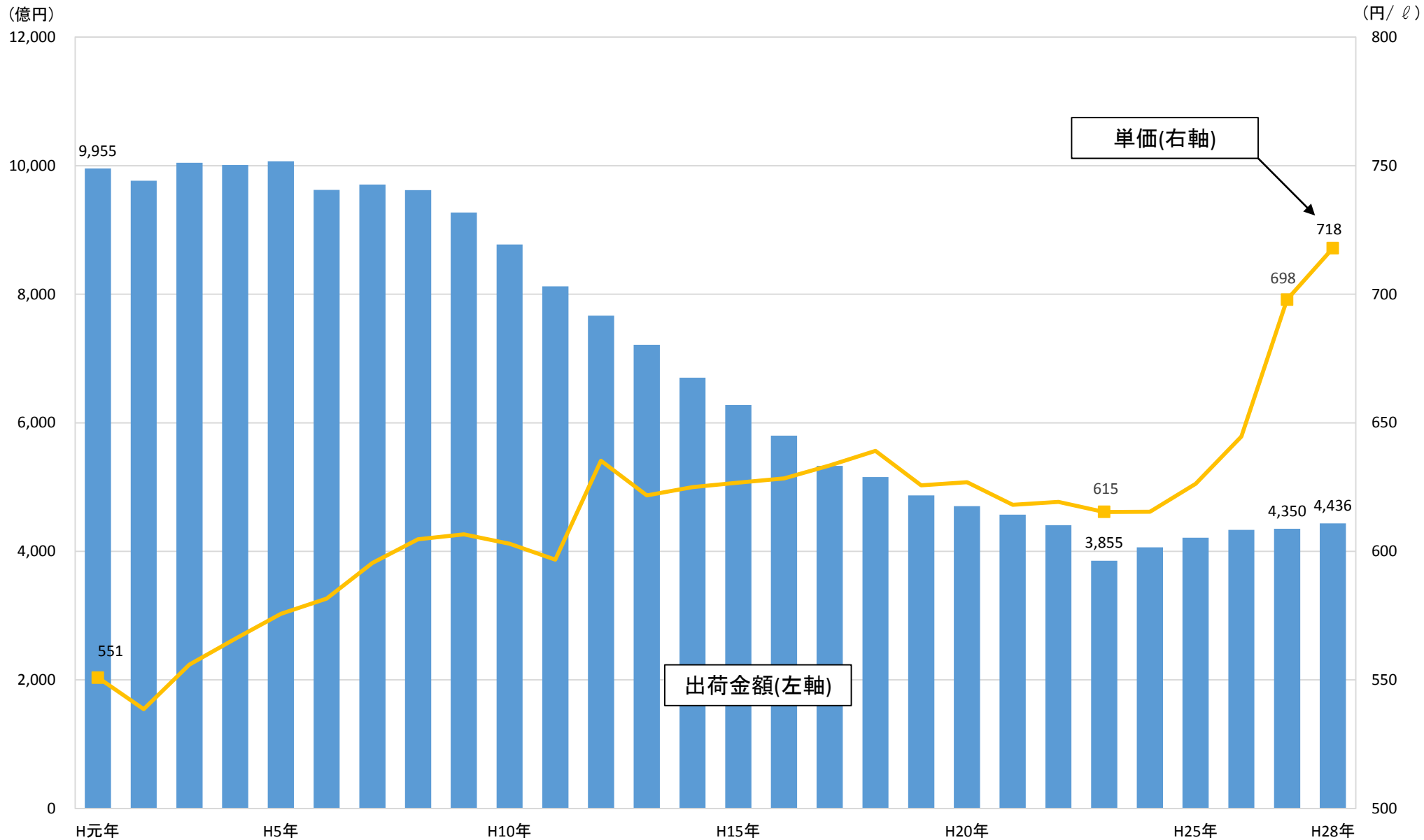
# 特定名称酒の課税移出数量等の推移



(注) 特定名称酒とは、清酒の製法品質表示基準（平成元年11月国税庁告示第8号）に定められた要件により分類された「吟醸酒」「純米酒」「本醸造酒」等の特定名称を表示した清酒をいう。

出典：「清酒製造状況等調査」（国税庁）より作成

# 清酒製造業の出荷金額と単価の推移



(注) 従業員4人以上の事業所  
 (出典) 経済産業省「工業統計表」より作成

# 清酒の新たな動向

## 価値創造

- テロワールやドメーヌの志向
- スパークリングや熟成・ヴィンテージの展開
- 異業種との連携
- 高価格帯商品の開発
- 特定名称(純米、吟醸等)にこだわらない

## 異業種やスタートアップからの展開

- 製造委託を通じた独自ブランドの企画・販売
- 異業種等による酒蔵の継承・復興

## 技術の活用

- 伝統技術の再生
- I o TやA I等のデジタルツールの活用

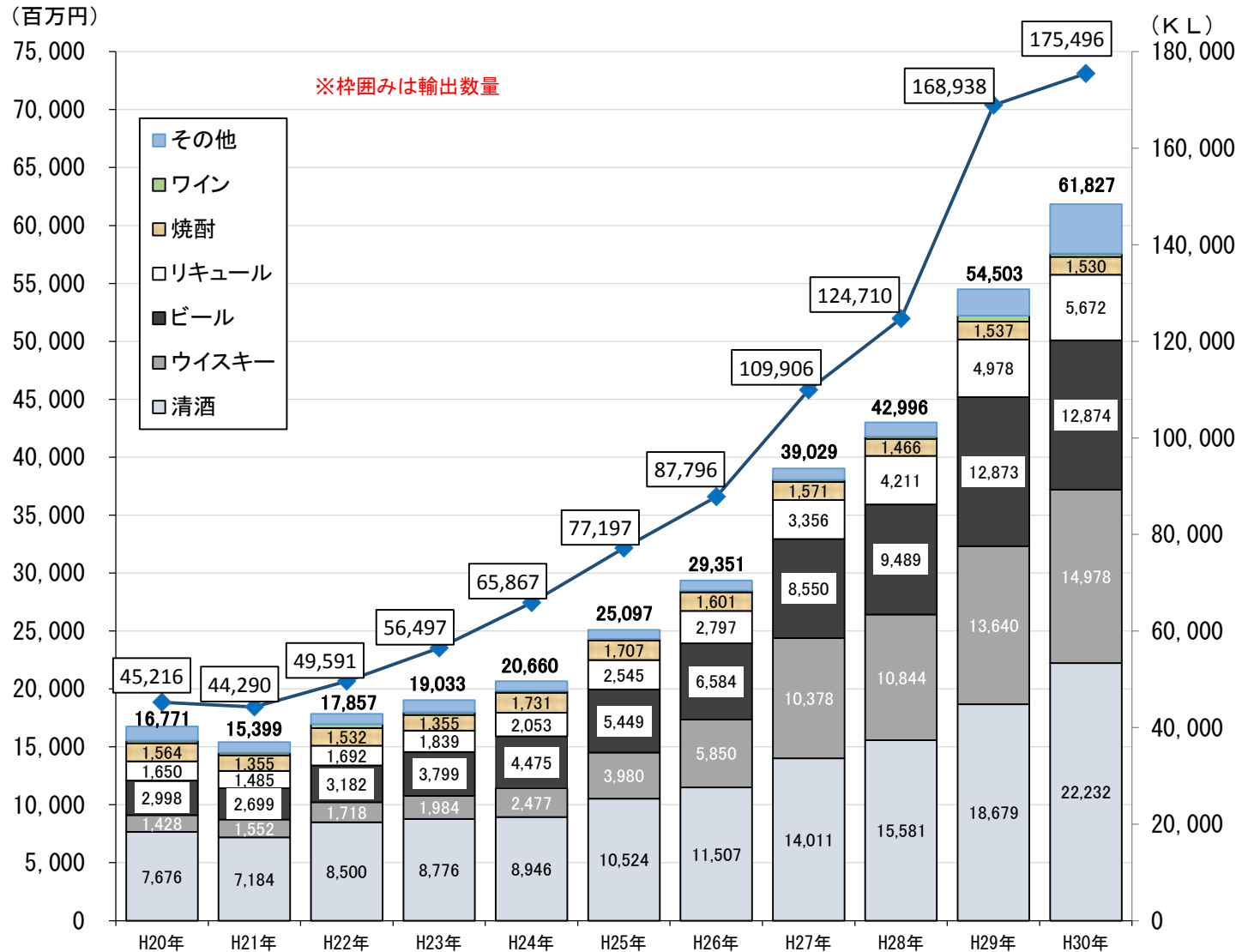
## 女性の杜氏等の活躍

## 国際的動向

- コンペティション、資格、イベントの増加
- 海外ブランドとの提携
- 海外における酒蔵の増加
- 海外から国内への展開

# 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。



○品目別輸出金額 (単位:百万円)

品目	H30	対前年比
清酒	22,232	119.0%
ウイスキー	14,978	109.8%
ビール	12,874	100.0%
リキュール	5,672	113.9%
焼酎	1,530	99.5%
ワイン	281	55.3%
その他	4,262	186.2%
輸出金額合計	61,827	113.4%

○輸出金額上位10か国(地域)(単位:百万円)

品目	H30	対前年比
アメリカ合衆国	13,110	109.1%
大韓民国	11,066	102.9%
中華人民共和国	6,541	149.3%
台湾	5,910	111.3%
香港	5,821	121.4%
フランス	3,333	103.3%
シンガポール	3,148	113.7%
オランダ	2,479	105.6%
オーストラリア	2,407	126.7%
ベトナム	1,830	210.8%
(参考)EU	7,600	95.4%

# 各酒類の主な輸出先（平成30年）

単位：百万円

## 清酒

	国名	金額	前年比
1	アメリカ合衆国	6,313	104.5%
2	香港	3,774	134.8%
3	中華人民共和国	3,587	134.8%
4	大韓民国	2,212	118.7%
5	台湾	1,351	142.4%
6	シンガポール	837	121.1%
7	カナダ	529	108.7%
8	オーストラリア	446	112.6%
9	ベトナム	440	164.8%
10	英国	324	93.1%
	(参考)EU	1,334	101.8%
合計		22,232	119.0%

## ウイスキー

	国名	金額	前年比
1	アメリカ合衆国	4,162	112.0%
2	フランス	2,778	101.4%
3	オランダ	1,481	82.3%
4	台湾	1,302	107.0%
5	シンガポール	1,248	115.4%
6	中華人民共和国	1,171	274.3%
7	ベトナム	763	387.7%
8	オーストラリア	474	96.8%
9	香港	302	134.3%
10	カナダ	200	167.4%
	(参考)EU	4,610	82.7%
合計		14,978	109.8%

## ビール

	国名	金額	前年比
1	大韓民国	7,879	97.9%
2	台湾	1,343	91.2%
3	アメリカ合衆国	848	102.7%
4	オーストラリア	782	97.5%
5	シンガポール	488	109.2%
6	香港	344	93.8%
7	中華人民共和国	333	160.5%
8	ロシア	191	115.0%
9	ニュージーランド	152	91.6%
10	カナダ	140	136.9%
	(参考)EU	248	154.5%
合計		12,874	100.0%

## 焼酎

	国名	金額	前年比
1	中華人民共和国	476	98.4%
2	アメリカ合衆国	394	101.3%
3	タイ	107	94.3%
4	大韓民国	85	111.8%
5	ベトナム	83	110.4%
6	香港	80	109.1%
7	台湾	73	87.1%
8	シンガポール	60	104.5%
9	フィリピン	40	104.5%
10	マレーシア	39	68.9%
	(参考)EU	33	95.1%
合計		1,530	99.5%

## ワイン

	国名	金額	前年比
1	香港	106	34.7%
2	台湾	86	149.3%
3	中華人民共和国	27	98.0%
4	シンガポール	18	170.0%
5	大韓民国	8	151.9%
6	マカオ	7	866.2%
7	英国	5	66.1%
8	フランス	4	57.4%
9	オーストラリア	4	91.4%
10	アメリカ合衆国	2	100.1%
	(参考)EU	15	62.6%
合計		281	55.3%

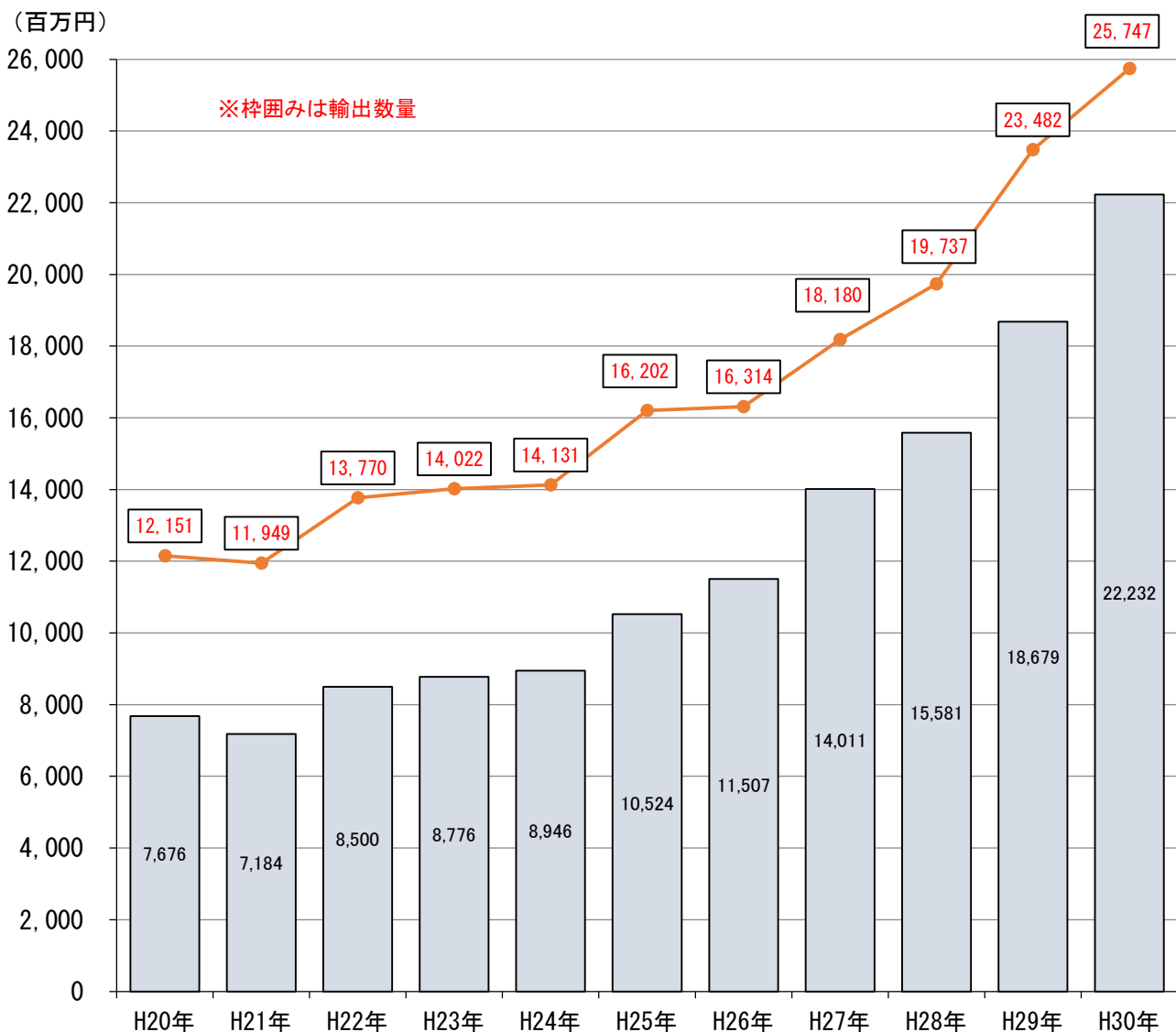
# 主な輸出先の輸出金額（平成30年）

単位：百万円

	国・地域名	金額	対前年比	シェア	内訳						
					清酒	ウイスキー	ビール	リキュール	焼酎	ワイン	その他
1	アメリカ合衆国	13,110	109.1%	21.2%	6,313	4,162	848	859	394	2	531
2	大韓民国	11,066	102.9%	17.9%	2,212	129	7,879	177	85	8	575
3	中華人民共和国	6,541	149.3%	10.6%	3,587	1,171	333	739	476	27	208
4	台湾	5,910	111.3%	9.6%	1,351	1,302	1,343	1,336	73	86	420
5	香港	5,821	121.4%	9.4%	3,774	302	344	1,025	80	106	191
6	フランス	3,333	103.3%	5.4%	276	2,778	96	16	7	4	156
7	シンガポール	3,148	113.7%	5.1%	837	1,248	488	324	60	18	172
8	オランダ	2,479	105.6%	4.0%	161	1,481	9	26	8	1	793
9	オーストラリア	2,407	126.7%	3.9%	446	474	782	123	8	4	570
10	ベトナム	1,830	210.8%	3.0%	440	763	13	443	83	0	88
	(参考) EU	7,600	95.4%	12.3%	1,334	4,610	248	178	33	15	1,181
	輸出合計	61,827	113.4%	100.0%	22,232	14,978	12,874	5,672	1,530	281	4,262

# 最近の清酒の輸出動向について

○ 平成30年の清酒の輸出金額は約222億円(対前年比119.0%)、輸出数量は約25,747kl(一升瓶換算で約1,430万本、対前年比109.6%)となり、共に9年連続で過去最高を記録。



○輸出金額上位10か国(地域) (単位:百万円)

国名	H30	対前年比
アメリカ合衆国	6,313	104.5%
香港	3,774	134.8%
中華人民共和国	3,587	134.8%
大韓民国	2,212	118.7%
台湾	1,351	142.4%
シンガポール	837	121.1%
カナダ	529	108.7%
オーストラリア	446	112.6%
ベトナム	440	164.8%
英国	324	93.1%
(参考)EU	1,334	101.8%

○輸出数量上位10か国(地域) (単位:KL)

国名	H30	対前年比
アメリカ合衆国	5,952	103.0%
大韓民国	5,351	111.5%
中華人民共和国	4,146	124.1%
台湾	2,238	112.7%
香港	2,097	116.1%
カナダ	684	96.2%
シンガポール	610	115.2%
タイ	604	128.1%
オーストラリア	502	112.9%
ベトナム	462	122.9%
(参考)EU	1,809	90.0%



# 清酒の輸出単価の推移

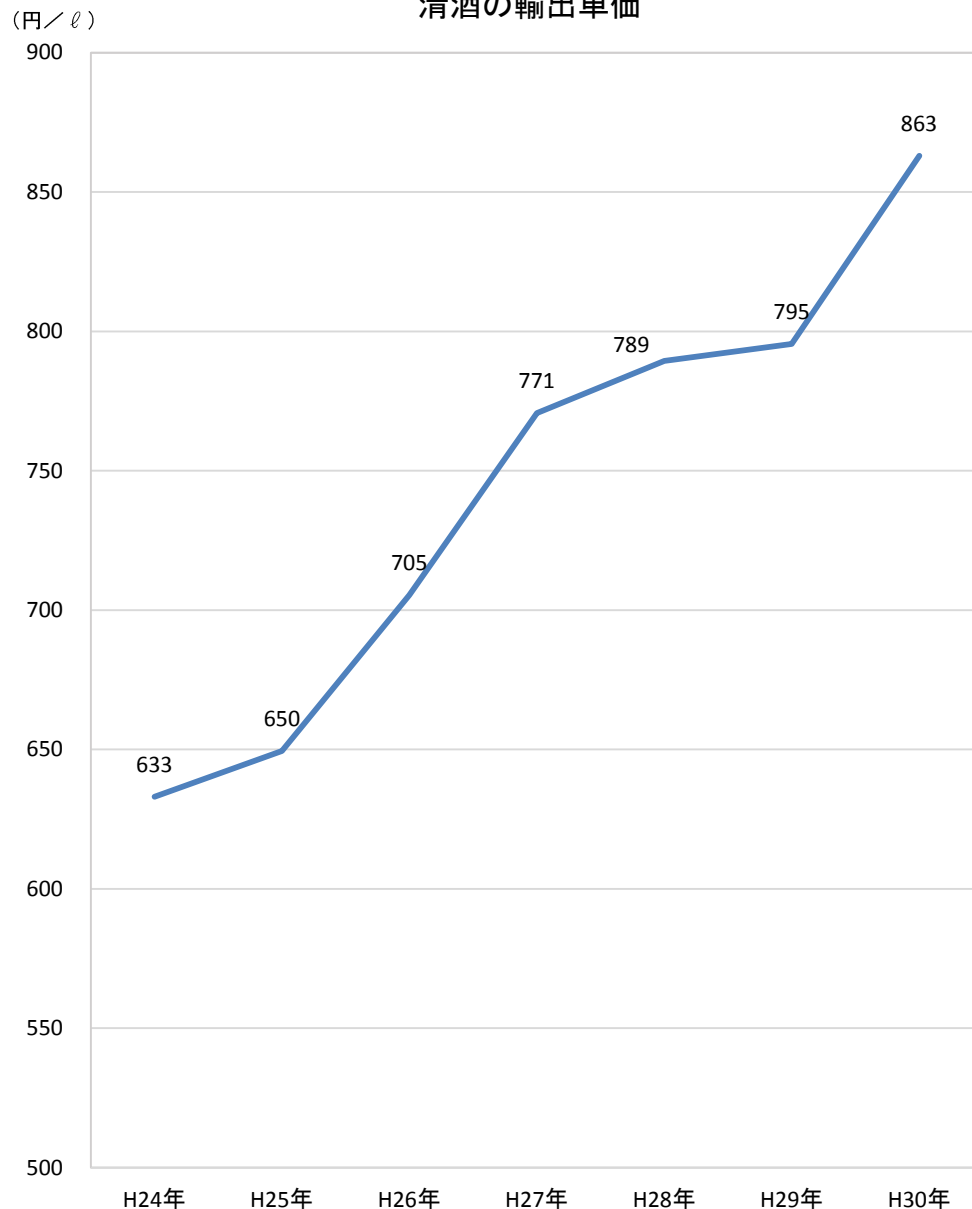
○H30上位10カ国(地域)輸出金額

国名	輸出金額 (単位:百万円)	単価 (単位:円/ℓ)
アメリカ合衆国	6,313	1,061
香港	3,774	1,800
中華人民共和国	3,587	865
大韓民国	2,212	413
台湾	1,351	604
シンガポール	837	1,372
カナダ	529	774
オーストラリア	446	889
ベトナム	440	953
英国	324	1,087
(参考)EU	1,334	737

○H30上位10カ国(地域)輸出単価(輸出金額上位20カ国のうち)

国名	単価 (単位:円/ℓ)	輸出金額 (単位:百万円)
マカオ	3,959	207
香港	1,800	3,774
シンガポール	1,372	837
インドネシア	1,301	84
英国	1,087	324
アメリカ合衆国	1,061	6,313
フランス	1,006	276
ベトナム	953	440
オーストラリア	889	446
中華人民共和国	865	3,587
(参考)EU	737	1,334

清酒の輸出単価



## II TPP等関連政策の目標

### 1 輸出促進によるグローバル展開推進

#### (2) 新たな市場開拓、グローバル・バリューチェーン構築支援

#### ③ 農林水産物・食品輸出の戦略的推進

（目標）2019年の農林水産物・食品の輸出額1兆円目標の達成を目指す。

- 日EU・EPAによるEU関税や輸入規制の撤廃、地理的表示(GI)の保護等も通じ、日本産酒類等の競争力を高め、海外展開を推進するほか、観光プロモーション等を通じて和食文化や食品の海外展開を促進する。地理的表示(GI)の活用を促進する。

## IV 政策大綱実現に向けた主要施策

### 1 輸出促進によるグローバル展開推進

#### (2) 新たな市場開拓、グローバル・バリューチェーン構築支援

#### ③ 農林水産物・食品輸出の戦略的推進

- 日本産酒類の競争力強化・海外展開推進事業

（日本産酒類の情報発信や輸出環境整備、技術支援等の実施）

## 第2章 力強い経済成長の実現に向けた重点的な取組

### 5. 重要課題への取組

#### (3) 経済連携の推進

- ① 新たな経済秩序の拡大  
(中略)

T P P や日 E U ・ E P A の発効などを見据えて新たな海外展開の支援や国内産業の体質強化に向けて「総合的な T P P 等関連政策大綱」に盛り込まれた施策を着実に実施する。

#### (4) 分野別の対応

- ① 農林水産新時代の構築  
(中略)

農林水産業の輸出力強化に向け、生産者等への必要な情報の提供、グローバル産地の形成、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等に取り組む。

- ③ 文化芸術立国の実現  
(中略)

コンテンツや衣食住を含む日本固有の魅力を創造して、発信し、商品・サービスの海外展開やインバウンド消費の拡大を図るクールジャパン戦略を深化させ、地域プロデュース人材の育成や国内外拠点の活用などを進める。

### 6. 地方創生の推進

#### (6) 沖縄の振興

(中略)

また、琉球泡盛の海外輸出プロジェクトなどを通じ、沖縄県産酒類の振興を促進する。

## 第2 具体的施策

### I. Society 5.0 の実現に向けて今後取り組む重点分野と、変革の牽引力となる「フラッグシップ・プロジェクト」等

#### [4] 「地域」「コミュニティ」「中小企業」が変わる

##### 1. 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）  
⇒2017年：8,079億円

###### (3) 新たに講ずべき具体的施策

###### ii) 輸出の促進

- ・ 日本食品海外プロモーションセンター（JFOOD0）において、ターゲットを明確にした戦略的な日本製品のマーケティングを継続・強化する。
- ・ 「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。

### II. 経済構造革新への基盤づくり

#### [3] 海外の成長市場の取り込み

##### (3) 新たに講ずべき具体的施策

###### iii) 日本の魅力をいかす施策

###### ② クールジャパン

- ・ 日本食品海外プロモーションセンター（JFOOD0）等によるプロモーション、地理的表示制度活用、酒蔵ツーリズム推進等を通じて、日本産酒類の一層の輸出拡大を図る。

# 酒類行政の基本的方向性

## 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機軸の展開・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発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慮するとともに、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, JFOOD0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

#### 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

#### 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

# 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



# 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、プレスや業界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
- 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
- ・ 国外の酒類専門家等の日本産酒類に対する理解の促進 等

## 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、展示会や商談会等への出展支援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



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



## 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（GI）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

## 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

平成31年度予算政府案 : 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) 以上のほか、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(業界団体と共催)
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

# フランスにおけるジャポニスム2018関連での取組

## ジャポニスム2018公式オープニング

- ・平成30年7月12日にフランスのパリにて開催された「ジャポニスム2018公式オープニングイベント」において、日本産酒類プロモーションブースを設置し、招待客である政財界の要人やメディア関係者等の情報発信力の高い層に対し、日本産酒類の魅力を発信した。
- ・ブース来訪者には、日本産酒類の魅力を解説を行うとともに、フランス語による日本産酒類のPRリーフレットを配布した。

(試飲の様子)



## 日本ワインセミナー

- ・平成30年10月11日から13日に、フランスボルドーのワイン専門の博物館「La Cité du Vin」において、日本ワインを題材としたセミナー、パネルディスカッション及び試飲会を実施し、日本ワインの情報発信を行った。
- ・日本ワインの専門家である酒類総研理事長から、降水量の多い日本でのブドウ栽培方法や、日本におけるワインの産地の特色等について説明した。また、パネリストの日本ソムリエから、日本の固有品種である「甲州」の味わいの特徴についても説明した。

(会場の博物館)



## 日本産GI産品PRイベント（農水省と共催）

- ・平成30年12月3日、現地星付きレストランのオーナーシェフ等を対象とし、日本産GI産品のレストランでの取扱い拡大の検討の契機とするため「Taste of JAPAN Forum in Paris」を実施した。
- ・ウェルカムドリンクとして泡盛のカクテルを提供し、多様な楽しみ方を提案した。
- ・セミナー形式で、GI制度の概要と日EU・EPAで相互保護されることとなったGI産品を紹介するとともに、日本酒、焼酎、泡盛について、ワインの製造方法との違いや味わい・香りの特徴を説明した。
- ・試食・試飲会として、現地三ツ星シェフらが試作した日本産GI食品を使った料理と、日本酒、焼酎・泡盛、日本ワインそれぞれの日本産GI酒類をペアリング体験させ、好評を博した。

(セミナーの様子)



# ビジネスマッチングの取組

日本産酒類の海外における認知度の向上を図るとともに、海外における新市場開拓のきっかけを構築するため、海外大規模見本市への出展や海外における商談会を実施し、国内の酒類業者と海外のインポーター等との間のビジネスマッチングの機会を提供。

## Imbibe Live 2018

### 【事業概要】

- ・平成30年7月に開催した英国最大級の酒類見本市「Imbibe Live2018」において、日本産酒類プロモーションブースを出展した。
- ・参加を希望した日本産酒類の製造者等20者(清酒15者、ワイン2者、泡盛2者、梅酒1者)が現地のインポーター等と商談を実施した。
- ・ブース内のセミナースペースにて、日本産酒類の多様な飲み方を提案するため、「現地料理と日本酒のペアリングセミナー」及び「日本酒と泡盛を使用したカクテルのデモンストレーション」を実施した。



(ブースの様子)



(カクテルデモンストレーション)

## ProWein2018

### 【事業概要】

- ・平成30年3月にドイツで開催した世界最大の酒類見本市「ProWein2018」において、日本産酒類プロモーションブースを出展した。
- ・参加を希望した日本産酒類の製造者等25者(清酒18者、ワイン1者、流通6者)が各国から訪れたインポーター等と商談を実施した。
- ・ブース内にて、日本酒造組合中央会や欧州の日本酒専門家等を講師としたセミナーを実施した。



(ブースの様子)



(試飲・商談の様子)



# 海外の日本産酒類専門家育成事業

平成31年1月28日から31日にかけて、海外市場で影響力や情報発信力のある海外の酒類専門家9名を、米国、中国、シンガポール等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。

この事業は、海外の酒類専門家の日本産酒類に関する専門的知識の向上を図り、海外における情報発信や、現地の酒類業界への教育、さらには販路拡大してもらうことで、日本産酒類の認知度の向上や、更なる輸出拡大につなげることを目指すもの。

平成31年度は日本酒に加え、焼酎についても実施予定。

## 酒蔵視察

山形県、群馬県及び広島県の酒造組合の協力の下、6場の酒蔵を巡り、杜氏等による製造工程の解説や、きき酒研修を実施。

「蔵元と直接話したり、日々の醸造を見学できる機会はないため、よかった」等の声が聞かれた。



## レクチャー

酒類総合研究所による技術的観点及び官能評価の講義と、農学博士による、日本酒と食文化の歴史の変遷に関する講義を実施。

知識の深化に効果的であったとの評価を受けた。



## ペアリング・意見交換会

JETRO、酒造組合、地方自治体との共催による地酒と地元食材を使ったコース料理とのペアリング研修等も実施。

牡蠣をはじめ、うまみの強い食事との相性がよいとの評価を受けた。



# 駐日外交官等酒蔵ツアー

平成31年2月13日、米国、韓国、中国等、10カ国から17名の駐日外交官等が東京都青梅市の酒蔵を訪問。

酒蔵の見学を通して日本酒の製造工程を知るとともに、きき酒や料理とのペアリング体験により、日本酒の理解を深めることで、各国外交官に自国等で日本酒の魅力を発信してもらうなど、国際的な認知度を高めることが目的。

当事業は、国税庁及び日本酒造組合中央会の共催により、訪問酒蔵の協力を得て、平成26年度から実施しており、今回開催分を含め、これまで74名の各国外交官等が参加。

## 製造工程等に関するレクチャー

日本酒の製造工程についての映像を視聴した上で、現地にて酒蔵からのレクチャーを実施。

日本酒の歴史やワインとの違いなどについて質問がなされ、活発な質疑応答がなされた。



(講義の様子)

## 酒蔵見学・きき酒体験

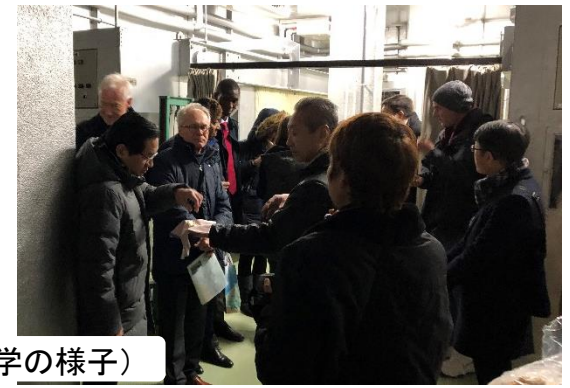
酒蔵の内部や仕込み水などを実際に見ながら、日本酒の製造工程等について学習。

その上で、3種類のタイプの違った銘柄を使ってきき酒体験を実施するとともに、数種類の日本酒と料理のペアリングを実施。

外交官からは「自国では飲んだことがなかったが、シーフードと一緒に楽しみたい」「自国でも日本酒に関する情報発信を図りたい」等の感想が聞かれた。



(酒蔵見学の様子)



# ジャパンハウスにおけるプロモーション

平成31年2月21日から23日、ジャパン・ハウス ロンドンで、日本酒のPRイベントを実施。

この事業は、英国ロンドンにおいて実施されているJFOODO事業「SAKE WEEK」に併せ、キーディッシュと日本酒のペアリングを訴求することで効率的なPRを実施することを目的としたもの。

※ 「SAKE WEEK」とは、JFOODOの実施する日本酒PRイベント。ロンドンにおいては、2月22日～3月3日で開催。現地でイベント参加飲食店を募り、期間限定メニュー(キーディッシュ)を設定させ、当該メニューを注文した客に対して、日本酒1杯を無償で提供する取組。



(イベント概観の様子)

## 消費者向けセミナー

国税庁より、日本酒の製法・特徴について紹介後、現地の酒サムライ2名を招き、トークセッションを実施。その後実際に日本酒を試飲しながら意見交換を行った。130名が事前登録の上参加。

さらに興味のある方へはマスタークラスを実施。



(トークセッションの様子)

## ビジネス向けセミナー

現地の日本酒の取り扱いを検討している事業者に対して、主成分の異なる日本酒を飲み比べさせ、香りの違いを学ばせた。

キーディッシュとのペアリングも実施することで、現地の消費者への訴求の幅を広げさせた。



(セミナーの様子)

## 試飲・ペアリング体験

ジャパンハウスへの一般客に対して、試飲体験イベントを3日間実施。併せて、チーズ・プロシュート等の食材とのペアリングを試させた。3日間累計で1882名が試飲体験を行い、高評価を得た。



(グランドカウンターの様子)



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（泡盛を含む）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、ビン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



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

## 発効前

EUへのワイン輸出量（平成30年）：9KL、15百万円

### 関税

- EU側
- ・ ボトルワイン：0.154ユーロ/L（約20円）※アルコール度により異なる。14度の場合を例示
  - ・ スパークリングワイン：0.32ユーロ/L（約41円）
- 日本側
- ・ ボトルワイン：67円～125円/L
  - ・ スパークリングワイン：182円/L

### 非関税措置

EUは補糖量など独自の基準を定めているため、国際的なルールを踏まえて定義した日本ワインであっても輸出ができない

- EUワイン醸造規則に従って製造されたもののみが流通可能  
⇒気候・風土の相違等により、ほとんどの日本ワインはEUワイン醸造規則を満たすことが困難
- <主なEUワイン醸造基準>
- ・ 補糖量（2.5%～5%以下に制限）、補酸量（2.5g/L以下に制限）
  - ・ ブドウ品種（ヴィンフェラ種及びそのハイブリッド種に限定）  
※ ヴィンフェラ種とは、シャルドネ、メルロー等

- EUワイン醸造規則に従っている旨の証明書の添付の義務  
⇒証明書取得の金銭的、時間的な負担
- ・ 輸出するロットごとに証明書の添付義務
- ・ EU登録機関（独立行政法人酒類総合研究所）が業者から醸造に関する書類や分析用ワインを受け取り、証明書を発行  
※ 証明書発行手数料：1ロットにつき27,100円

### 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  
※ ワインでは「山梨」を指定済み

### ワイン添加物

日本でワインに使用できる添加物が、EUでは承認されていない

## 発効後

- EU側
- ワインの関税を即時撤廃
- 日本側
- ワインの関税を即時撤廃

- EU仕様で製造しなくても、多くの国内向け日本ワインをそのまま自己証明を付して輸出できるようになる
- EUは、日本ワイン（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）の醸造方法を容認  
⇒EUワイン醸造規則によらず、日本ワインであれば輸出可能
  - ※ 「日本ワイン」は、国税庁が「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」に基づく「果実酒等の製法品質表示基準（平成27年10月国税庁告示第18号）」により定義
  - 業者の自己証明を導入  
⇒金銭的、時間的な負担を大幅に軽減
  - ※ 日本ワインの名声保護や証明書の偽造防止等の観点から、酒類総研が自己証明が適切に行われていることを確認

酒類GIの相互保護により GI「山梨」のEU域内での保護を確保  
⇒模造品等の流通が防止され、ブランド価値向上が期待できる  
※ 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）

主要なワイン添加物について、日EUそれぞれが申請手続きを開始  
⇒国内ワイン業者にとっても、EUで承認されたワイン添加物が使用できるようになると期待（日本側25品、EU側28品。日本側は国税庁がEU企業に代わり厚労省に承認申請）

# 酒類の地理的表示(G I)制度について

■ 地理的表示(Geographical Indication : G I)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。

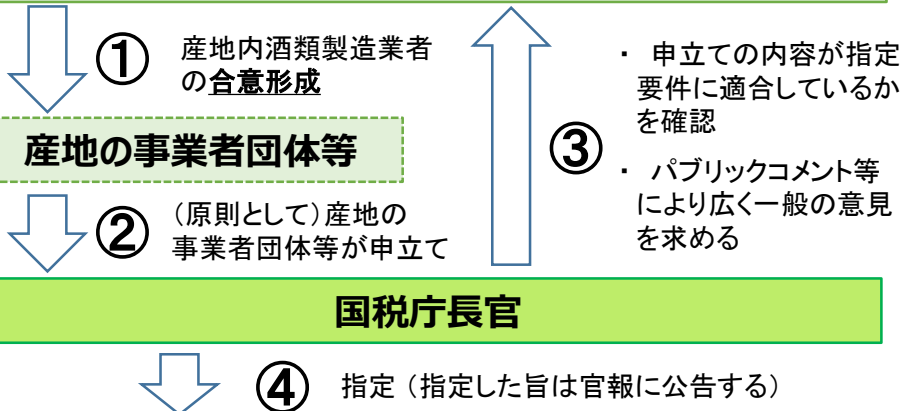
※ 海外の地理的表示としては、ボルドーワイン、スコッチウイスキーなどが有名。

## 指定の枠組み

### 酒類の産地

指定を受けるための要件

- 1 酒類の産地に主として帰せられる酒類の特性が明確であること
  - ・酒類の特性があり、それが確立していること
  - ・酒類の特性が酒類の産地に主として帰せられること
  - ・酒類の原料・製法等が明確であること
- 2 酒類の特性を維持するための管理が行われていること



### 地理的表示(G I)

- 1 地理的表示の名称
- 2 産地の範囲
- 3 酒類区分(ぶどう酒、蒸留酒、清酒、その他の酒類)
- 4 生産基準(酒類の特性、酒類の原料及び製法等)

## 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つながる。

### 3 日本の特産品として輸出事業に寄与

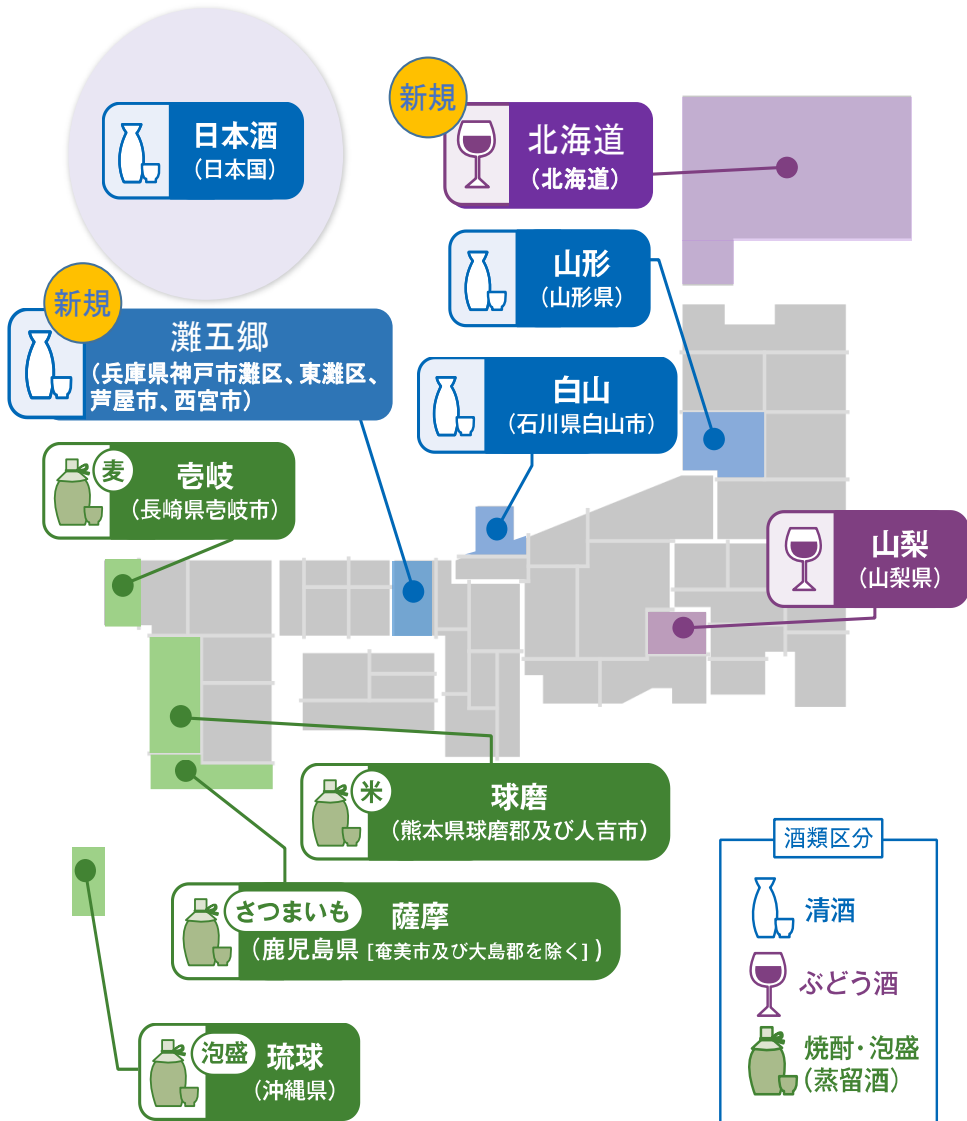
地理的表示が浸透しているヨーロッパ等においては、信頼できる特産品として扱われるなど、海外への輸出を後押しすることが期待できる(クールジャパンの振興にも寄与)。

### 4 「地域ブランド」の保護効果

行政の取締りにより「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。

# 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
壱岐	麦焼酎	平成7年6月30日
球磨	米焼酎	平成7年6月30日
琉球	泡盛	平成7年6月30日
薩摩	芋焼酎	平成17年12月22日
白山	清酒	平成17年12月22日
山梨	ぶどう酒	平成25年7月16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
灘五郷	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

## 【地理的表示「灘五郷」生産基準】

### 1 産地の範囲

兵庫県神戸市灘区、東灘区、芦屋市、西宮市

※「灘五郷」とは、上記行政区域内に位置する西郷、御影郷、魚崎郷、西宮郷、今津郷の総称である。

### 2 酒類の産地に主として帰せられる酒類の特性に関する事項

#### (1) 酒類の特性について

総じて、味わいの要素の調和がとれており、後味の切れの良さを有している。

貯蔵したもの：秋上がり（※）して香味が整いまろやかさを増して飲み飽きしない酒質。

純米吟醸酒・吟醸酒：香味の調和が整うとともに、更に後味の切れが良い酒質。

※「秋上がり」とは、春に製造した清酒が、秋になって香味が整い味もまろくなって酒質が向上してくること。

#### (2) 酒類の特性が酒類の産地に主として帰せられることについて

##### イ 自然的要因

この地域の地下水は酵母の増殖に必要なミネラル分を適度に含み、着色の原因となる鉄分はほとんど含まない酒造りに適した硬水であり、これを仕込み水として醸造することによりその酒質が形成されてきた。

##### ロ 人的要因

伝統的な酒造技術を有する丹波杜氏が活躍する一方、大学で発酵学や醸造学を専攻した技術者が蔵元に多く在籍し技術開発を進めてきた。また灘酒研究会における技術交流や、自治体と合同で域内の地下水の品質維持などに取り組んできている。

### 3 酒類の原料及び製法に関する事項

国内産米（3等以上に格付けされたもの）及び灘五郷内で採水した水又はこれらとアルコール（米の重量の100分の25を超えない量に限る。）を原料とし、灘五郷内で製造・貯蔵・容器詰めを行っているもの。（※糖類等は添加不可、アルコール添加は法定上限量の半分まで。）

### 4 酒類の特性を維持するための管理に関する事項

灘五郷酒造協同組合が酒類の特性を維持するための管理（書類等の確認、理化学分析、官能検査）を行う。

## 【地理的表示「北海道」生産基準】

### 1 産地の範囲

北海道

### 2 酒類の産地に主として帰せられる酒類の特性に関する事項

#### (1) 酒類の特性について

- ・白ワイン : 豊かで華やかな花や柑橘系の香りと豊かな酸味を有し、フルーティで軽快。
- ・赤ワイン : スパイスや果実の香り、はっきりとした酸味と穏やかな渋みを有する。

#### (2) 酒類の特性が酒類の産地に主として帰せられることについて

##### イ 自然的要因

北海道のぶどう栽培地は、4月～10月は1日の気温の変化が大きく、又冷涼であるため糖度が高く有機酸を豊富に含有するぶどうが収穫できる。また、通年で気温が低く貯蔵温度を低めに維持することができ、果実味が製品化まで維持できる。

##### ロ 人的要因

ワイン事業者による独自努力のほか、道産ワイン懇談会の活動によって豪雪や厳寒などの気候に対応した栽培技術が確立したほか、北海道の自然環境に適応したヤマブドウ種やハイブリッド種といった耐寒性品種の開発が積極的に行われてきた。

### 3 酒類の原料及び製法に関する事項

- ・「果実酒等の製法品質表示基準」第1項第3号に規定する「日本ワイン」であること。
- ・北海道産ぶどう(※)のみを原料とし、補糖、補酸及び総亜硫酸等の基準(上限等)を満たしたもので、かつ、北海道内で製造・貯蔵・容器詰めを行ったもの。

※ ぶどう品種毎の最低果汁糖度を満たした57品種

### 4 酒類の特性を維持するための管理に関する事項

地理的表示「北海道」使用管理委員会が酒類の特性を維持するための管理(書類等の確認、理化学分析、官能検査)を行う。



# GI 日本酒シンポジウム

東北産日本酒の輸出やインバウンド消費の拡大に向けた取組として、「IWC2018(日本酒部門)」の山形県開催に併せて、平成30年5月12日(土)に「GI日本酒シンポジウム」を開催した。

シンポジウムでは、有識者による基調講演に加え、造り手、売り手、飲み手を代表する多彩なパネリストが「東北産日本酒の世界展開」をテーマにパネルディスカッションを実施。

また、シンポジウムの後には、参加者が東北産日本酒の銘柄毎に異なる味や香りといった個性を体感できるように試飲会を行い、東北産日本酒の魅力を紹介した。

## ○シンポジウム参加者 (211名)

IWC関係者、酒造組合・自治体等関係者、仙台国税局管内の日本酒製造者、輸出酒類卸売業者 など

## パネルディスカッションの様様



## ○パネルディスカッション出席者

コーディネーター：田崎真也氏 (日本ソムリエ協会会長)

パネリスト：大橋健一氏 (マスターオブワイン)

飯田永介氏 (日本名門酒会本部長)

仲野益美氏 (出羽桜酒造(株)代表)

Yoshiko Ueno-Muller氏 (ドイツの日本酒市場有識者)

## 東北産日本酒の試飲会



# フランス・ジャポニスム2018におけるG I 製品イベント

国税庁は、平成30年12月3日、フランス・パリにおいて、ジャポニスム2018の一環として、日本産G I 製品のPRイベント「Tastes of JAPAN Forum in Paris」を実施した（農林水産省との共催）。

星付きレストランのオーナーシェフ等を招待し、日本産のG I 食品を用いた料理と共に、日本産のG I 酒類を実際に試してもらうことで、自店での取扱いを検討する契機とした。また、ウェルカムドリンクとしてG I 酒類である泡盛のカクテルを提供することで、日本産酒類の多様な楽しみ方を提案した。



（ウェルカムドリンクの泡盛カクテル）

## セミナー

農林水産省から、G I 制度の概要と日EU・EPAで相互保護されることとなったG I 製品を紹介。

その後、国税庁から、日本酒、焼酎とワインの製造方法の違いやそれぞれの味わい・香りの特徴を説明した上で、泡盛の専門家から、ウェルカムドリンクとして提供した泡盛の特色や歴史等を解説。

また、現地三ツ星シェフらによる講演を実施。



（セミナーの様子）

## 試飲・試食会

現地三ツ星シェフらが試作した、日本産G I 食品を使った料理と日本産G I 酒類の試食・試飲会を実施。

参加者は、だいだいを使ったオードブルと日本ワイン、味噌ソースを添えた和牛と焼酎などのペアリングを体験し、好評を博した。

また、登壇したシェフからは、日本産酒類をフランス料理とも合わせて行きたいとの話があった。



（試飲・試食会の様子）

# ワインの表示ルールの方定

- 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。

## 国内製造ワイン

（日本国内で製造された果実酒・甘味果実酒）

### 日本ワイン

（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）

⇒ ぶどう産地（収穫地）や品種名、収穫年の表示が可能

濃縮果汁などの海外原料を使用したワイン

- ① 表ラベルに
  - ・ 濃縮果汁使用
  - ・ 輸入ワイン使用などの表示を義務付け
- ② 表ラベルに、地名や品種名、収穫年の表示ができない

## 輸入ワイン

ボトルワイン 等

海外原料

濃縮果汁

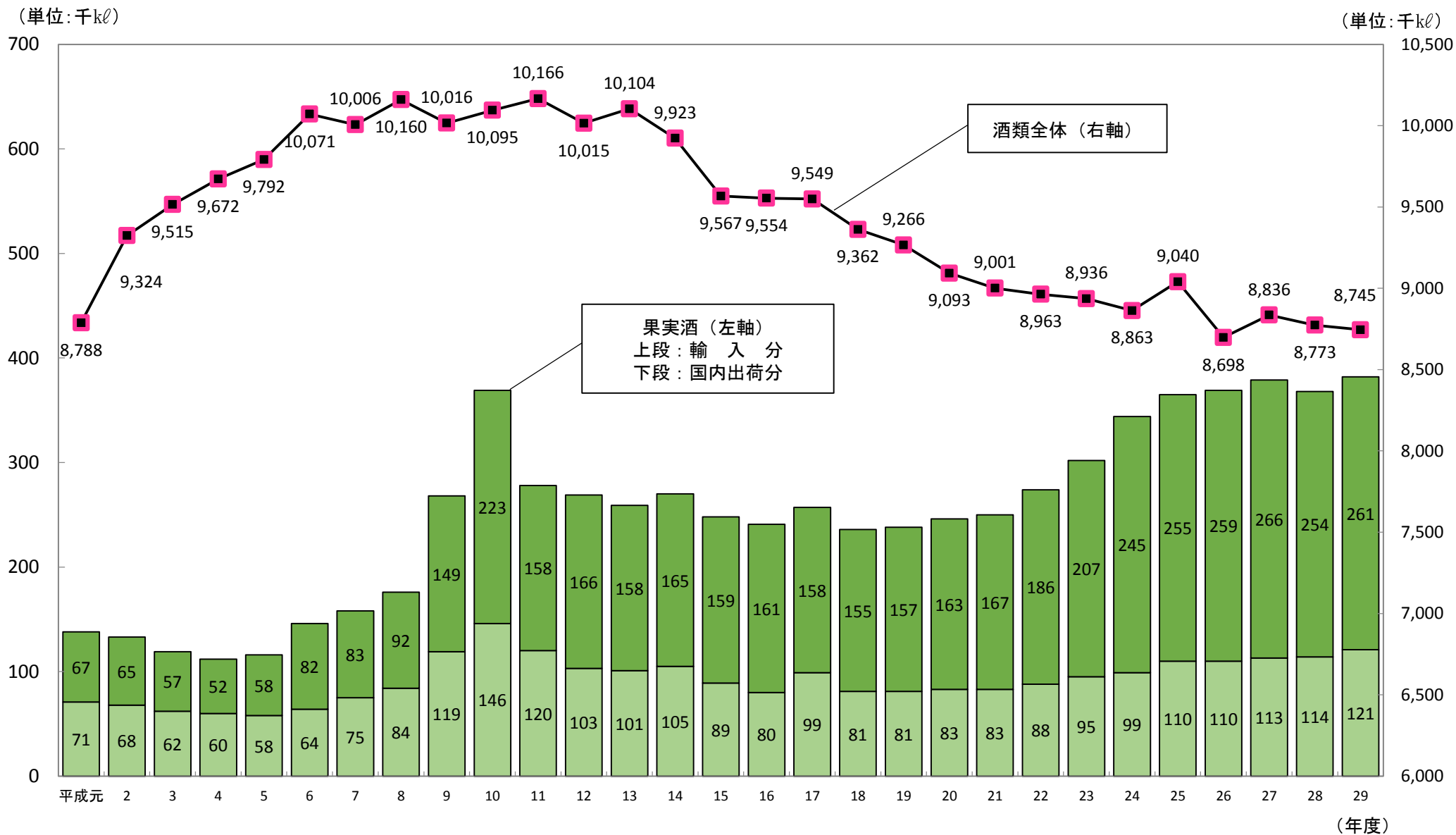
バルクワイン  
（原料ワイン）

等

（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。



# 果実酒の課税数量の推移

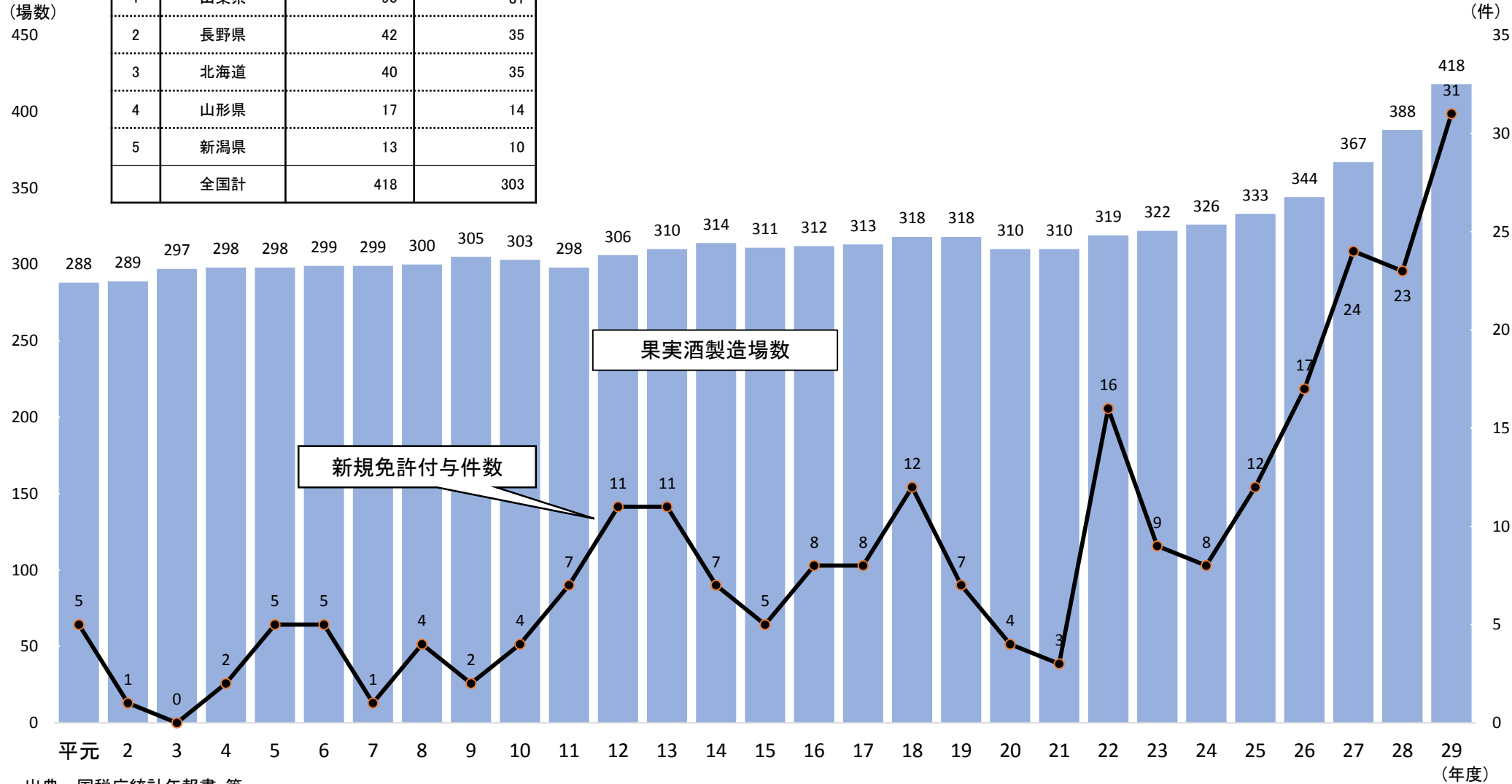


(出典) 国税庁統計年報書

# 果実酒製造場数及び新規免許付与数の推移

(参考) 果実酒製造場数の多い都道府県 (平成29年度)

	都道府県	果実酒製造場数	内 ワイナリー数
1	山梨県	90	81
2	長野県	42	35
3	北海道	40	35
4	山形県	17	14
5	新潟県	13	10
	全国計	418	303



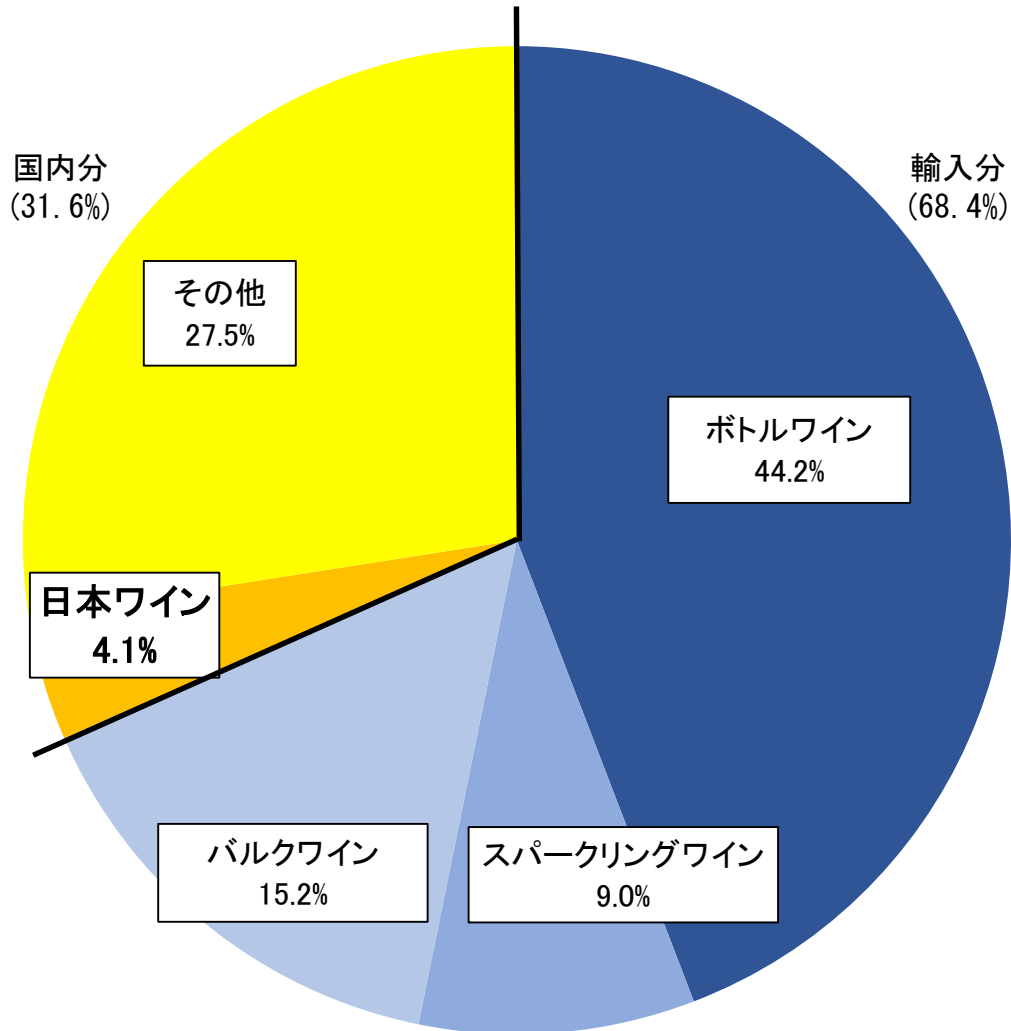
出典：国税庁統計年報書 等

(注) 1 果実酒製造場数には、試験製造場の数は含まない。

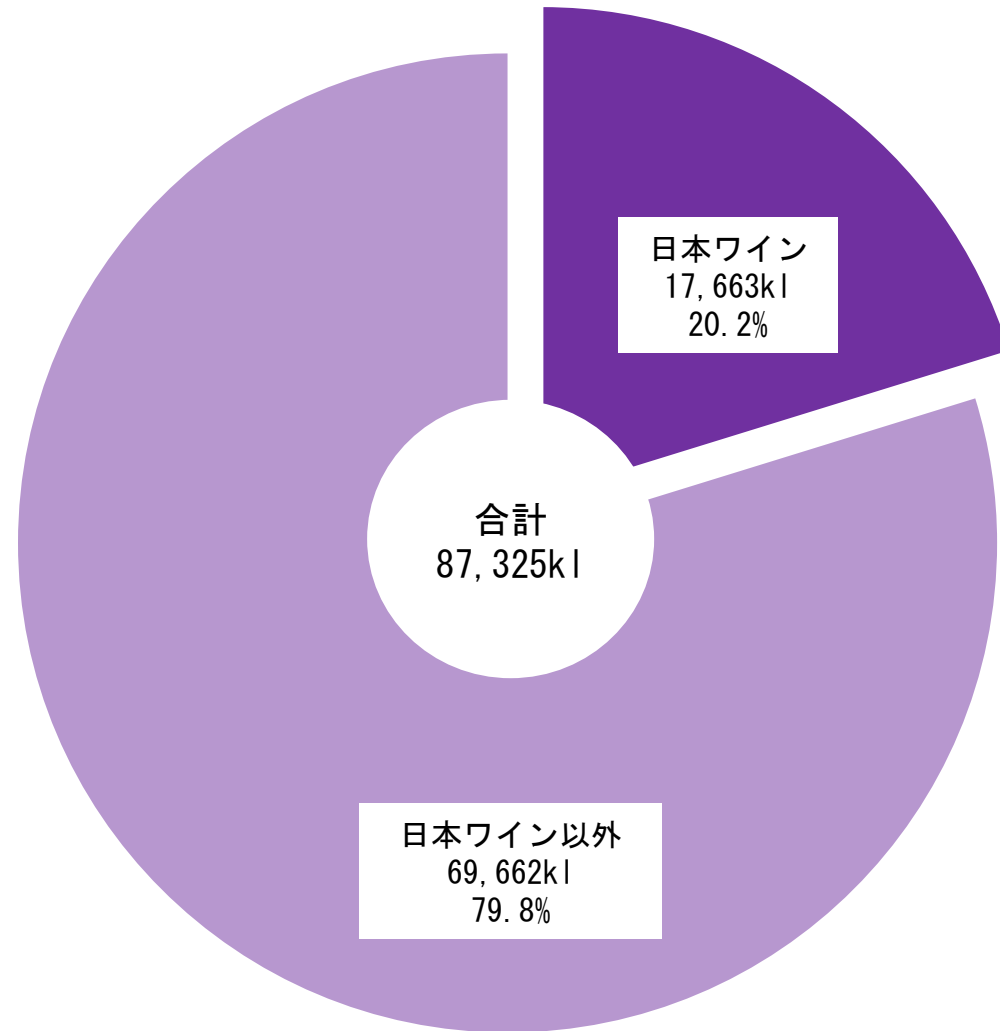
2 ワイナリー数は、ぶどうを原料とした果実酒（ワイン）を製造しており、平成29年度においてワインの生産又は出荷の実績がある製造場数

# 日本ワインの流通量等

○ 国内市場におけるワインの流通量構成比(平成29年度推計値)



○ 国内製造ワインの生産量構成比(日本ワイン)(平成29年度)



(出典) 輸入分は財務省貿易統計の輸入数量。国内分は果実酒製造業の概況(国税庁)の販売数量。  
(注1) 本グラフは異なる統計データを組み合わせで作成しており、あくまで参考値であることに留意。  
(注2) バルクワインとは、ボトル詰めされておらず、タンク等に入れて輸入されたワインを指す。

(出典) 果実酒製造業の概況

# ワインの表示ルールの概要（表ラベル）

日本ワインに限り地名、ぶどう品種名、ぶどう収穫年を表示可能

## ▶▶▶ 地名

- ワインの産地名（「東京ワイン」、「東京」 等）  
⇒地名が示す範囲にぶどう収穫地（85%以上使用）と醸造地がある場合
- ぶどうの収穫地名（「東京産ぶどう使用」 等）  
⇒地名が示す範囲にぶどう収穫地（85%以上使用）がある場合
- 醸造地名（「東京醸造ワイン」 等）  
⇒地名が示す範囲に醸造地がある場合（併せて「東京は原料として使用したぶどうの収穫地ではありません」等の表示が必要）

## ▶▶▶ ぶどう品種名

- 単一品種の表示  
⇒単一品種を85%以上使用した場合
- 二品種の表示  
⇒二品種合計で85%以上使用し、量の多い順に表示する場合
- 三品種以上の表示  
⇒表示する品種を合計85%以上使用し、それぞれの品種の使用量の割合と併せて、使用量の多い順に表示する場合

## ▶▶▶ ぶどう収穫年

- 同一収穫年のぶどうを85%以上使用した場合

# 日本ワインの表ラベル表示例

【ワインの産地名が表示できる場合】

【ぶどうの収穫地名が表示できる場合】

【醸造地名が表示できる場合】



東京都で収穫したぶどうを85%以上使用して、東京都で醸造したワイン

東京都で収穫したぶどうを85%以上使用したワイン

東京都以外で収穫されたぶどうを使用して、東京都で醸造したワイン

# 一括表示欄の表示事項（裏ラベル）

- 一括表示欄に、以下の事項について表示を義務付け。
  - ・ 酒類業組合法及び食品表示法に基づく義務表示事項  
（①製造者名、②製造場所在地、③内容量、④品目、⑤アルコール分）
  - ・ 消費者保護の観点から表示を義務付ける事項  
（①日本ワイン、②原材料名及びその原産地名）

## 一括表示欄の表示例

### 日本ワイン

日本ワイン  
品目：果実酒  
原材料名：ぶどう（日本産）※<sup>1</sup><sub>2</sub>  
/酸化防止剤（亜硫酸塩）  
製造者：国税株式会社  
東京都千代田区霞ヶ関3-1-1  
内容量：720ml  
アルコール分：12%

### 海外原料を使用したワイン

品目：果実酒  
原材料名：輸入ワイン、濃縮還元ぶどう果汁  
（外国産）、ぶどう（日本産）※<sup>1</sup><sub>2</sub> /酸  
化防止剤（亜硫酸塩）  
製造者：国税株式会社  
東京都千代田区霞ヶ関3-1-1  
内容量：720ml  
アルコール分：12%

※1 原材料として使用した果実（ぶどう）、濃縮果汁（濃縮還元ぶどう果汁）、輸入ワインの使用量の多い順に表示。

※2 日本産に代えて地域名（「東京都産」等）、「外国産」に代えて原産国名の表示可能。

※3 ぶどう品種など消費者の選択に資する適切な表示事項について、一括表示欄に表示可能。



# 日本ワインに関する国税庁の取組

貴方が好きなそのワイン、  
ラベルごと好きになってほしいから…

ワインラベルが語ること



国税庁



### プログラム

13:30 開会・主催者挨拶

【会場】3F 宮島

13:35 基調講演



講師  
後藤 奈美  
独立行政法人 酒類総合研究所 理事長

Japan  
Wine  
Symposium  
in Hiroshima

14:10 中国地方のワインの魅力を語るパネルディスカッション



コーディネーター  
鹿取 みゆき  
国立大学法人 徳島大学 特任教授  
フード&ワインジャーナリスト



パネリスト  
安部 紀夫  
有限会社農法研習推進  
ワイナリー員



パネリスト  
大岡 弘武  
ラ・グラン・コース・ジャパン株式会社  
代表取締役



パネリスト  
太田 直幸  
株式会社広島三次ワイナリー 醸造員  
中国果実酒協議会 会長



パネリスト  
辰巳 琢郎  
専業  
「日本のワインを愛する会」 会長



パネリスト  
山田 淳仁  
株式会社酒類山田 代表取締役

会場移動 【会場】3F 瀬戸の間

15:30 日本ワイン テイスティング

16:30 閉会

主催：広島国税局

■協力：独立行政法人酒類総合研究所 / 中国果実酒協議会 ■後援：全国卸売酒販組合中央会 中国支部 / 全国小売酒販組合中央会 中国支部

# フランス・ジャポニスム2018における日本ワインイベント

フランスボルドーにある世界最大規模のワインに関する博物館「La Cité du Vin」において、ジャポニスム2018※の一環として、平成30年10月11日(木)・13日(土)に日本ワインイベント「Japonismes à La Cité du Vin」を実施。

当該博物館において日本ワインを紹介したのは初めて。

※ フランスにおいて、日仏友好160年を記念して開催されている総合的な日本文化紹介事業。



(博物館外観)

## 日本ワインセミナー

現地の外国人茶師とワインの専門家を講師として、ワインと日本茶といった異なる飲み物を対比しつつ、それぞれの特色を紹介。

日本ワインへの理解が深まるよう、日本ワインと日本茶の試飲を交えつつ、それぞれの産地や味わいの特徴を解説。



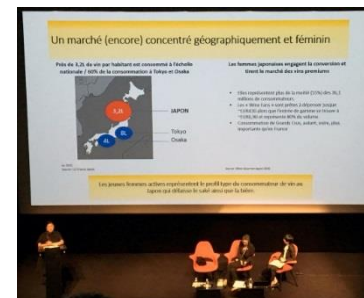
(セミナーの様子)

## パネルディスカッション・試飲会

山梨地域の人々や甲州ワインを紹介するドキュメンタリー「甲州、雨のワイン」を上映した後、日本ワインに関するパネル・ディスカッションを実施。

酒類総合研究所理事長と現地の日本人ソムリエがパネリストとなり、日本の気候・土地に合わせたワインの生産方法や料理との相性などを紹介。

続いて、ソムリエから複数の甲州ワインを一つ一つ紹介しながら、試飲を実施。参加者からは、「フレッシュではじけるような味わい」「清涼感がある」等の声が聞かれた。



(パネルディスカッションの様子)



(試飲会の様子)



# 日本ワインに関する情報交換会

現在、全国各地に新規ワイナリーの設立が相次いでいる。日本ワイン関係者等と醸造技術の情報共有や最先端の研究成果の技術移転を進めていくことにより、日本ワインの品質向上、競争力強化を図ることを目的として情報交換会を設置。第1回を10月12日に実施。 【国税庁と酒類総合研究所の共催】

## 参加団体

### ○ワイン関係業界団体（8団体）

日本ワイナリー協会

道産ワイン懇談会

長野県ワイン協会

山梨県ワイン酒造組合

北陸ワイナリー協会

関西ワイナリー協会

中国果実酒協議会

九州ワイナリーの会

### ○各県公設試験研究機関（36機関）

山梨県産業技術センター

長野県工業技術総合センター 等

## ○酒類総合研究所の取組

ーワインに関する研究機関、地方自治体、事業者等をメンバーとした、「日本ワインコンソーシアム」について、代表機関となって運営（平成28～30年）

ーワインに関する研究開発（醸造条件と色・タンニンの関係等）

ー酒類醸造講習（ワインコース）を開催

ーワイン醸造技術に関するまとめサイトの立ち上げ（平成31年3月予定）

## ○参加団体の取組

ーぶどう栽培やワイン醸造に関するセミナーを開催

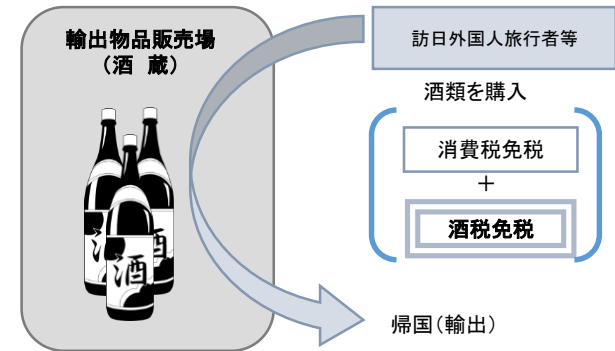
ー業界団体、大学、県産業技術センターが連携して小規模ワイナリーに対する技術支援を実施

## ○農業・食品産業技術総合研究機構の取組

ー気象データを用いた栽培支援情報システム

# 酒蔵ツーリズムにおける酒税免税制度

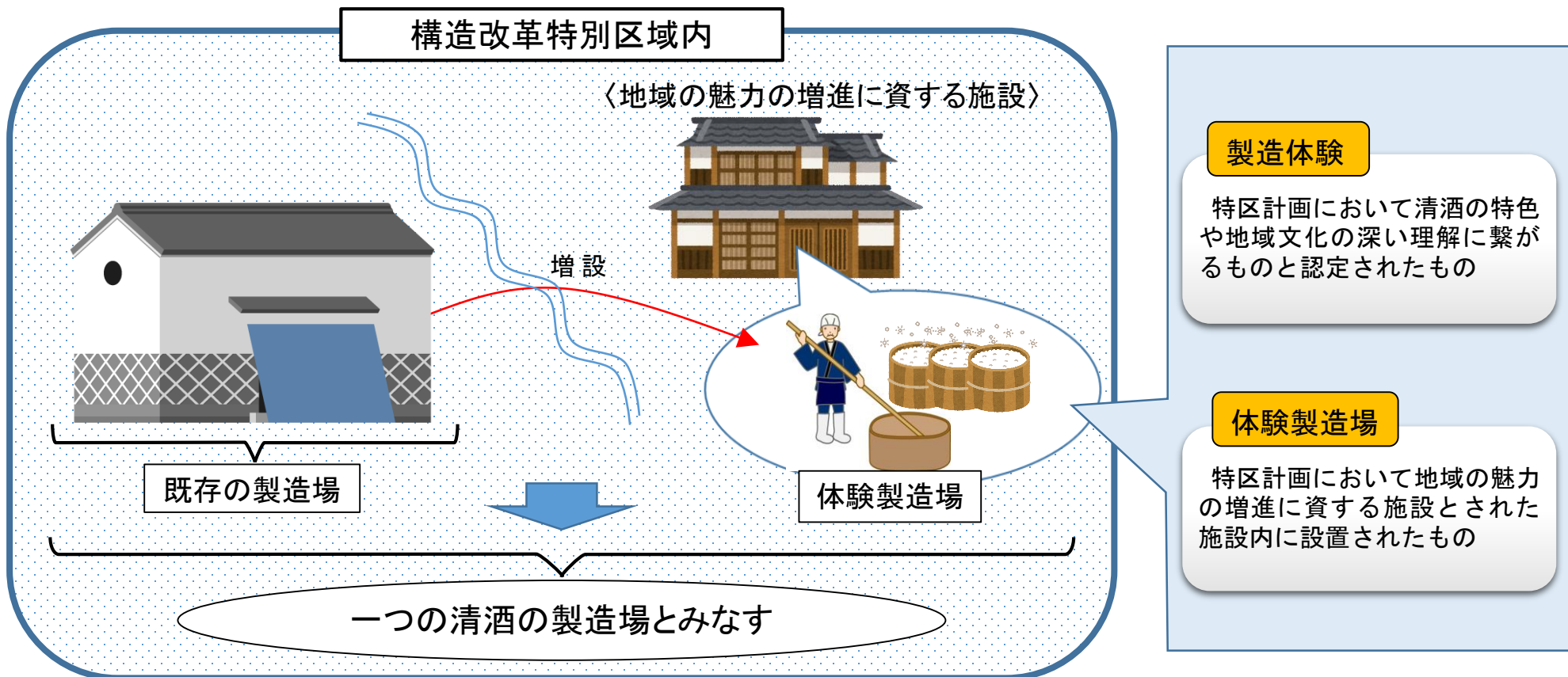
- 酒類製造者が輸出酒類販売場の許可を受けた酒類の製造場において、自ら製造した酒類を訪日外国人旅行者等に対し、一定の手続の下で販売した場合には、消費税に加えて酒税を免除（平成29年10月1日施行）
- 平成30年10月1日における許可件数は145件



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	2
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	0	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	6
新潟県	2	三重県	1	徳島県	1	<b>全国計</b>	<b>145</b>

# 構造改革特別区域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。



# 技術支援に関する取組（国税庁）

酒類総合研究所と連携して酒類製造者の技術力の維持強化を支援し、  
日本産酒類の品質向上・競争力強化に貢献

## 酒類製造技術相談

○酒類総研の研究成果や先端技術の普及を推進するとともに、製造者の抱える技術的課題を解決。



清酒製造場への臨場の様子

## 酒類の安全性確保

○酒類の放射性物質に関する調査や研究を実施。安全性に関する不安を払拭し、EUなど諸外国における輸出規制の撤廃にも成功。

○食品衛生管理の国際標準であるHACCPに沿った衛生管理の制度化を受け、酒類業団体による手引書の作成等を支援。

## 地理的表示への支援

○ブランド価値向上に有効な地理的表示の推進のため、地域指定に向けた技術的な相談（品質特性やその管理方法など）に対応。

○管理機関が実施する確認業務のうち、官能検査に職員を派遣して協力。

## 醸造技術者の育成

○ワイン・ビールについては研究会等を開催し、各地で醸造技術者が学ぶ機会を提供。

○清酒・焼酎については各県酒造組合等が実施している講話会、審査会等に職員を派遣し支援。



関東信越クラフトビール醸造ワークショップ

## 鑑評会（国税庁・酒類総研）

○国税局における鑑評会では、地域特性にも配慮した品質評価を実施。（清酒・本格焼酎・泡盛・ビール）

○全国新酒鑑評会及び本格焼酎・泡盛鑑評会を実施。  
（酒類総研と日本酒造組合中央会の共催）



# 技術支援に関する取組（酒類総研）

## 研究・開発（代表的なもの）

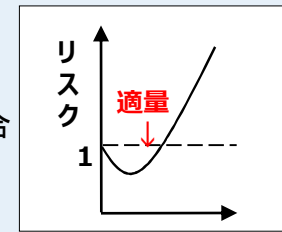
○地域ブランドの確立に資する研究  
「次世代酒米コンソーシアム」  
「日本ワインの競争力強化コンソーシアム」に参加し、新規酒米の醸造特性の解析や日本のぶどうに適した醸造技術の実証試験を実施中。



○輸出に適した酒類の研究  
民間企業との共同研究により、清酒を長期間保存したときに生じる劣化臭である「老香（ひねか）」が発生しにくい酵母の育種に成功。  
製造場での実用性確認のため、種々の醸造条件下での実地醸造試験を実施中。



○少量飲酒の健康への影響（Jカーブ効果）の検証  
適量飲酒による、心臓病などの一部の疾患に対する予防的作用（Jカーブ効果）について、動物実験により検証。（ビール酒造組合と共同研究）



## 醸造技術者の育成（酒類製造講習）

○意欲のある醸造技術者を育成するため、酒類の製造等に関する高度な技能や経営に係る実践的な知識などの習得を目指した人材育成の観点とともに、業界ニーズを踏まえつつ、酒類総研の最新の成果を取り入れた酒類醸造講習を実施（各業界団体と共催）。



## 輸出酒類に係る分析

○輸出酒類の安全性を確保し、輸出に支障のないよう、放射性物質の分析を行い、相手国・地域が求める証明書を発行。

○台湾への酒類の輸出及びEUへのワイン輸出において求められる、公的機関の分析等証明書について、酒類総研が分析・証明体制を整備。

## 酒類に関する正しい知識・魅力の普及

○酒類の商品知識や品質管理等に関する研修会等に、専門知識豊富な講師を派遣。

○広報誌「エヌリブ」や情報誌「お酒のはなし」等各種広報資料を発行。英語版も順次発行。





# 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（議員立法）の概要

「酒税の保全及び酒類の取引の円滑な運行」及び「酒類の適正な販売管理の確保」を図ることを目的とした、酒税法等の一部改正法が平成28年5月27日に成立し、同年6月3日に公布。  
改正法の施行日は、平成29年6月1日となっており、概要は下記のとおり。

## 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 公正な取引の基準を定めようとするときは国税審議会へ諮問
- ③ 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
- ④ 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」）
- ⑤ 質問検査権の拡充（取引先等を対象に追加）
- ⑥ 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の中から酒類販売管理者を選任
  - ・ 一定期間（3年以内）ごとの酒類販売管理研修の受講（再受講義務）
- 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

# 酒類の公正な取引環境の整備

- 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）が行う酒類の取引となります。

## 【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



# 酒類の公正な取引に関する基準①

酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律（昭和二十八年法律第七号。以下「法」という。）第八十六条の三第一項の規定に基づき、公正な取引の基準（同項に規定する公正な取引の基準をいう。以下同じ。）を次のように定め、平成二十九年六月一日以後に酒類製造業者又は酒類販売業者（以下「酒類業者」という。）が行う酒類の取引に適用することとしたので、同条第三項及び酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律施行規則（昭和二十八年大蔵省令第十一号）第十一条の規定に基づき告示する。

平成二十九年三月三十一日

国税庁長官 迫田 英典

## 酒類の公正な取引に関する基準

### （目的）

- 1 この基準は、酒類が、酒税の課される財政上重要な物品であるとともに、致酔性及び習慣性を有する等、社会的に配慮を要するものであるというその特殊性に鑑み、酒類の販売価格は、一般的にはその販売に要する費用に利潤を加えたものとなることが合理的であるとの考え方の下、酒類の公正な取引に関し必要な事項を定め、酒類業者がこれを遵守することにより、酒税の保全及び酒類の取引の円滑な運行を図ることを目的とする。

### （公正な取引の基準）

- 2 酒類業者は、次のいずれにも該当する行為を行ってはならないものとする。
  - (1) 正当な理由なく、酒類を当該酒類に係る売上原価の額と販売費及び一般管理費の額との合計額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

### （売上原価の算定方法）

- 3 前項(1)の売上原価の額は、酒類製造業者の製造した酒類の販売にあつては、当該酒類の販売に対応する酒類の製造原価の額とし、酒類業者の仕入れた酒類の販売にあつては、当該酒類の販売に対応する酒類の仕入価格（その付随費用を含む。）から当該酒類の仕入れに係る値引きの額を控除して算出した額とする。
- 4 酒類業者が、酒類製造業者及び酒類卸売業者から酒類の取引数量又は業務効率化その他これに類するものへの寄与に応じて金銭等の支払い（この項において「リベート」という。）を受けた場合において、リベートに関する基準が明確に定められており、かつ、取引の当事者間において事前に共有されているときは、当該リベートの受取り（当該リベートの受取りの対象となる酒類の仕入れと密接に関連するものに限る。）を当該酒類の仕入れに係る値引きとみなして、前項の規定を適用する。

# 酒類の公正な取引に関する基準②

（費用配賦の方法）

- 5 酒類業者が、酒類事業と他の事業を併せ行っている場合において、これらの事業に共通する費用が発生するときは、当該費用については、当該酒類業者が選択した合理的な配賦方法に従って、酒類の売上原価又はその販売に係る販売費及び一般管理費に配賦するものとする。

（販売価格の算定方法）

- 6 酒類業者が、酒類の販売につき値引き（これに類する行為を含む。）をした場合には、当該酒類の販売価格は、当該値引きの額を控除して算出するものとする。

（指示）

- 7 国税庁長官は、酒類業者に第二項の規定に違反する行為があると認める場合において、当該酒類業者に対して法第八十六条の三第四項の規定による指示をすることは、当該行為を取り止めること又は当該行為を再び行わないことその他必要な事項を指示するものとする。

（命令）

- 8 前項の規定は、国税庁長官が、法第八十六条の四の規定による命令をする場合について準用する。

（質問検査権）

- 9 国税庁長官は、法第九十一条の規定により、酒類業者又はこれらの者とその事業に関して関係のある事業者に対し、売上原価の算定、酒類事業の状況その他公正な取引の基準の実施に関し必要な事項について報告を求めることができる。

（公正取引委員会との連携）

- 10 国税庁長官は、法第九十四条第三項又は第四項の規定により、公正取引委員会から報告を受け、又は公正取引委員会に対し報告をするときは、その内容その他必要な事項について、公正取引委員会と十分に協議するものとする。
- 11 国税庁長官は、法第八十六条の三第四項の規定による指示をしようとするときは、必要に応じ、公正取引委員会に対し、第二項の規定に違反する行為があると認められる事実を報告し、当該事実の認定方法その他の必要な事項について意見を求めることができる。

# 平成29事務年度 酒類の取引状況等実態調査実施状況

## 1 酒類の取引状況等実態調査実施状況

平成29事務年度における「酒類の取引状況等実態調査」等の実施件数は、下表のとおり。

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 〔小売業者2件 卸売業者1件 製造業者1件〕

(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、「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」 リポ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	酒類の公正な取引に関する基準(告示)				
			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	

(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」とは、「酒類に関する公正な取引のための指針」をいい、「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。また、「指針」のルールに則していない取引を行っていた酒類業者に対しては、「指針」のルールに則した取引を行うよう改善を指導している。

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 「酒類の公正な取引に関する基準(告示)」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。

# 平成29事務年度 酒類の取引状況等実態調査実施状況

## 2 「酒類の公正な取引に関する基準（告示）」に基づく「指示」の概要

平成29事務年度に指示をした4件の概要は、下表のとおり。

調査対象者の業態等	事実認定（概要）
製造	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ ビールについて、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。</li> <li>▶ 調査対象者の行為が、               <ul style="list-style-type: none"> <li>・競合する製造業者の価格決定（競合者の価格の引上げを結果的に制約）等に影響</li> <li>・リポートの多寡により取引先（卸売業者）間において販売価格差が生じ、更には最終販売先の小売業者の販売価格にも影響を与え、これらが公正な取引を阻害する一因となっている事実から、他の事業者には相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。</li> </ul> </li> </ul>
卸売	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ ビール類を含む酒類について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。                特定の取引について、個別の販売管理費率（以下「販管費率」という。）を算定していたが、費用の一部に配賦漏れがあり、事業の実態に即していない販管費率となっていた。</li> <li>▶ 調査対象者の行為が、他の卸売業者の売上金額や販売数量の減少（取引先変更の事実）、価格決定（調査対象者の価格に合わせざるを得ない）等に影響を与えている事実から、他の事業者には相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。</li> </ul>
小売	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ ビールについて、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。                酒類事業と他の事業との共通経費（一部）の配賦方法について、調査対象者から合理的な説明がなされず、調査対象者が選択した配賦方法は、事業の実情に即した合理的な理由に基づくものとは認められなかったことから、一般的に合理的と考えられ、かつ、当局において確認し得る「売上高比」により販管費率の算定を行った。</li> <li>▶ 調査対象者は、酒類事業だけでなく事業全体でも営業赤字を計上しており、自己の酒類事業に相当程度の影響があると認められた。</li> <li>▶ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額や販売数量の減少、価格決定（調査対象者の価格に合わせざるを得ない）等に影響を与えている事実から、他の事業者には相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。</li> </ul>