



# 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（概要）

平成29年6月20日

内閣府 知的財産戦略推進事務局

# 「日本産酒類の輸出促進連絡会議」について

## 1. 経緯

クールジャパン推進の一環として、國酒を始めとした日本産酒類の総合的な輸出環境整備について、「日本経済再生に向けた緊急経済対策」（平成25年1月11日閣議決定）等を踏まえ、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、日本産酒類の輸出促進連絡会議（以下「連絡会議」という。）を設置。

## 2. 構成員

【議長】 **クールジャパン戦略担当大臣政務官**

【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

## 3. 庶務

連絡会議の庶務は、内閣府知的財産戦略推進事務局において処理する。

# 「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」の改定について

- 国際的な評価を受けているにも関わらず、中小零細な酒蔵が多く十分な海外展開がなされていなかった日本産酒類について、政府をあげて輸出促進に係る取組方針を策定（2014年）。
- 2020年を見据え、これまでの取組を検証し、さらなる輸出の拡大を図るため、連絡会議において、最新の政府施策等を踏まえ「対応方針」の改定を実施。
- クールジャパンの視点も取り入れつつ、2020年に向けた中期的な指針として位置付ける。

## 「対応方針」6つの視点

有識者・酒類業者等から「課題」の抽出

整理

情報発信の強化

効果的な販路拡大  
・市場開拓

人材の育成

品質・ブランド力の向上

輸出環境の整備

インバウンドとの連携

検討

6つの視点から24の「対応方針」を策定

## 2020年に向けた主な取組例

### (1) 国内外の情報発信拠点の活用

在外公館やジャパン・ハウス等の政府関係機関を日本産酒類の情報発信拠点として効果的に活用

### (2) 日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）の活用

各国のマーケットを多角的に分析するとともに、重点市場におけるプロモーション戦略を策定し、関係省庁や地方自治体と連携しながら戦略的な輸出サポートを実施

### (3) 海外の酒類の専門家や有識者等への啓発

これまでの研修対象者の範囲を拡大して、酒類に関する専門的知識や和食とのマッチング等の研修を実施

### (4) 地理的表示制度（GI）の活用促進

制度の改正を踏まえ、官民が連携して海外へ発信すること等により地域のブランド力向上を支援

### (5) 酒蔵ツーリズムの推進

酒蔵ツーリズムに取り組む各地域をネットワーク化し、共同プロモーション等の取組を通じて、地域の観光資源と連携した取組を支援

業界団体が策定する輸出戦略とも一体的に運用することにより、日本食の分野において重要な役割を占める日本産酒類のさらなる輸出促進を図る

## (参考) 「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」に係る検討の経緯

- 平成28年9月に開催した、第6回連絡会議において、2020年に向けて日本産酒類の輸出を加速するため、対応方針の実施状況をフォローアップし、課題を整理した上で改定を行うことを決定。
- 政府として日本産酒類の輸出促進に関する取組を一体的に行うため、連絡会議の下にある「日本産酒類の輸出促進連絡会議幹事会」と農林水産省の輸出戦略実行委員会の下にある「酒類部会」とを合同で開催し（以下、「合同会議」という）、対応方針の改定に向けた議論を行うこととした。

平成28年9月13日

第6回連絡会議  
第1回合同会議

改定に向けた検討実施の了承（連絡会議）

日本産酒類の輸出拡大に向けた課題の把握等（合同会議）

※日本酒造組合中央会、日本蒸留酒酒造組合、ビール酒造組合、日本洋酒酒造組合  
日本ワイナリー協会、全国卸売酒販組合中央会等

平成28年12月6日

第2回合同会議

有識者に対するヒアリング

※月桂冠(株) 野田貿易部長、宮坂醸造(株) 宮坂社長、京屋酒造(有) 渡邊社長  
三和酒類(株) 都甲海外営業部副部長、(株)ルミエール 木田社長  
アサヒビール(株) 楯国際部次長、日本酒類販売(株) 小川国際事業本部取締役本部長  
日本酒ジャーナリスト ジョン・ゴントナー氏

平成29年2月21日

第3回合同会議

対応方針案の策定

※6つの視点から、24の対応方針案を策定

平成29年3月28日

第7回連絡会議

対応方針案の報告・決定

# 「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」の概要（その1）

## (1) 情報発信の強化

### 【課題】

- 酒蔵への招聘等による海外メディアの活用
- 国内外の情報発信拠点や人材ネットワークの連携、IT等の情報発信ツールの有効活用
- 欧州等の発信力のある国（地域）における日本産酒類のプレゼンスの向上

### (1) 国内外の情報発信拠点の活用

在外公館やジャパン・ハウス等の政府関係機関を日本産酒類の情報発信拠点として効果的に活用

### (2) 国や自治体等の発信力の高いイベントの活用

2020年に向けて、各種文化プログラムなど国内外の発信力の高いイベントを活用して日本産酒類をアピールするとともに、SNSやアプリなどのツールを有効活用

### (3) 情報発信ツールの整備

日本産酒類を紹介する映像やリーフレット等の作成、清酒の専門用語の標準的英語表現リストの改定

### (4) 国内外のコンペティション・コンクールへの協力

国内外のコンペティション・コンクールへの協力を通じて、高品質な日本産酒類の魅力を発信

### (5) 日本産酒類の認知度向上

業界団体が策定した輸出戦略等を踏まえ、ターゲットに即した情報発信を行うとともに、ワインの表示ルール策定を契機に、日本ワインの国際的な認知度の向上を図る

## (2) 効果的な販路拡大・市場拡大

### 【課題】

- 輸出にかける人的リソースや情報収集能力を補うための専門家による支援
- 国内外のバイヤーとのマッチングの機会の確保とその後の個社のビジネスへの展開
- 新たなマーケットの開拓に向けた、非日系バイヤーや海外地方都市へのアプローチ

### (1) 日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）の活用

各国のマーケットを多角的に分析するとともに、重点市場におけるプロモーション戦略を策定し、関係省庁や地方自治体と連携しながら戦略的な輸出サポートを実施

### (2) 効果的な商談会の開催

世界的に発信力が高い酒類専門見本市への日本産酒類の出展支援とビジネスへつなげるきめ細かいサポート

### (3) 日本酒等の販路拡大に向けたワインの商流の活用

主要なワインマーケットでワインのバイヤー、ソムリエ、ジャーナリスト等を対象としたプロモーションを実施

### (4) 地域産品との一体的展開

クールジャパン拠点連携実証調査等を踏まえた、日本食、酒器、伝統文化など、酒類以外の日本の魅力との連携

### (5) 日本ワインの産地が連携したプロモーションに対する支援

地理的表示制度等を活用したワイン産地が連携した地域ブランド育成等の取組に対する支援

### (6) 泡盛の販路開拓

沖縄への外国人観光客等の増加を踏まえ、酒類業者の海外展開等の取組を後押し

## (3) 人材の育成

### 【課題】

- 海外の酒類教育機関や飲食店関係者、在日大使館関係者等に対する教育・啓発を通じた、日本産酒類に関する専門的知識を持つ人材の育成
- 日本産酒類の生産から消費に至る各段階において、育成すべき人材の把握やその育成方法に関する検討

### (1) 海外の酒類の専門家や有識者等への啓発

これまでの研修対象者の範囲を拡大して、酒類に関する専門的知識や和食とのマッチング等の研修を実施

### (2) 日本産酒類に関する正しい知識や魅力の普及

民間等が実施する日本産酒類に関する教育制度の運営に対する支援や海外のシェフやソムリエに対する食とのペアリング等の提案

### (3) 輸出力強化に向けた醸造技術者の育成

酒蔵の後継者等を対象とした醸造講習を活用し、輸出力強化に向けたブランディング等の実践的な講義の実施

## (4) 品質・ブランド力の向上

### 【課題】

- 質の高い原材料の供給体制の整備及び品質による差別化を図るための技術力の向上
- 地理的表示制度（GI）の改正（地理的表示の指定を受けるための基準の明確化）に伴う、同制度の積極的な活用
- 日本産酒類の品質特性等に関する分かりやすい表示の在り方に関する業界自身による検討

### (1) 地理的表示制度（GI）の活用促進

地理的表示制度の改正を踏まえ、官民が連携して海外へ発信すること等により、地域ブランド力向上を支援

### (2) 外国人の目線に立った情報提供

民間が主体となって進めている外国人の目線に立った情報提供方法の検討などを支援

### (3) 地域ブランドの確立に資する研究開発

酒類や酒類原料の地域特性等に関する研究など、地域ブランド確立に資する取組の実施

### (4) 酒類の原材料の安定的な確保

酒造用原料米や国産ぶどうなど良質な原材料の安定的な確保と原材料に適した醸造方法の検証

### (5) 輸出に適した酒類の研究

長期常温保存に耐えられる酒類に関する研究を深化させるとともに、研究成果の普及に努める

## (5) 輸出環境の整備

### 【課題】

- 関税・非関税障壁（東日本大震災後に導入された輸入規制、米国・EU等における蒸留酒の容量規制、メタノール含有量規制等）の撤廃に向けた関係省庁間の連携
- 温度管理が必要な酒類に対する物流環境の構築に向けた取組

### (1) 諸外国の輸入規制の撤廃に向けた取組

主要輸出先国における規制や制度に関する情報提供の充実を図るとともに、輸出規制の緩和・撤廃に向けた取組を関係省庁のさらなる連携のもとに加速化

### (2) 物流環境の構築に向けた検討

混載の取組の推進やリーファーコンテナの活用と併せたコールドチェーンの構築について、農水省の輸出戦略実行委員会の下にある物流部会での検討を踏まえた取組を実施するとともに、クールジャパン機構による民間の物流環境整備に関するプロジェクトを推進

## (6) インバウンドとの連携

### 【課題】

- 日本各地で行われている酒蔵ツーリズムを国内外に効果的に情報発信し、参加者の増加や実施方法の工夫を図ることにより、日本産酒類の認知度の向上、購買の促進、輸出の拡大に繋げる
- 地域のレストラン、宿泊施設、二次交通等の利用促進を含め、地域経済の活性化と相まって日本産酒類の消費意欲を高める

### (1) 酒蔵ツーリズムの推進

酒蔵ツーリズムに取り組む各地域をネットワーク化し、共同プロモーション等の取組を通じて、地域の観光資源と連携した取組を支援

### (2) 酒蔵を対象とした免税制度の活用促進

酒類製造者に対する免税制度の周知・啓発に努めるとともに、酒蔵における見学コースの整備、多言語対応など訪日外国人旅行者受入態勢の整備を支援

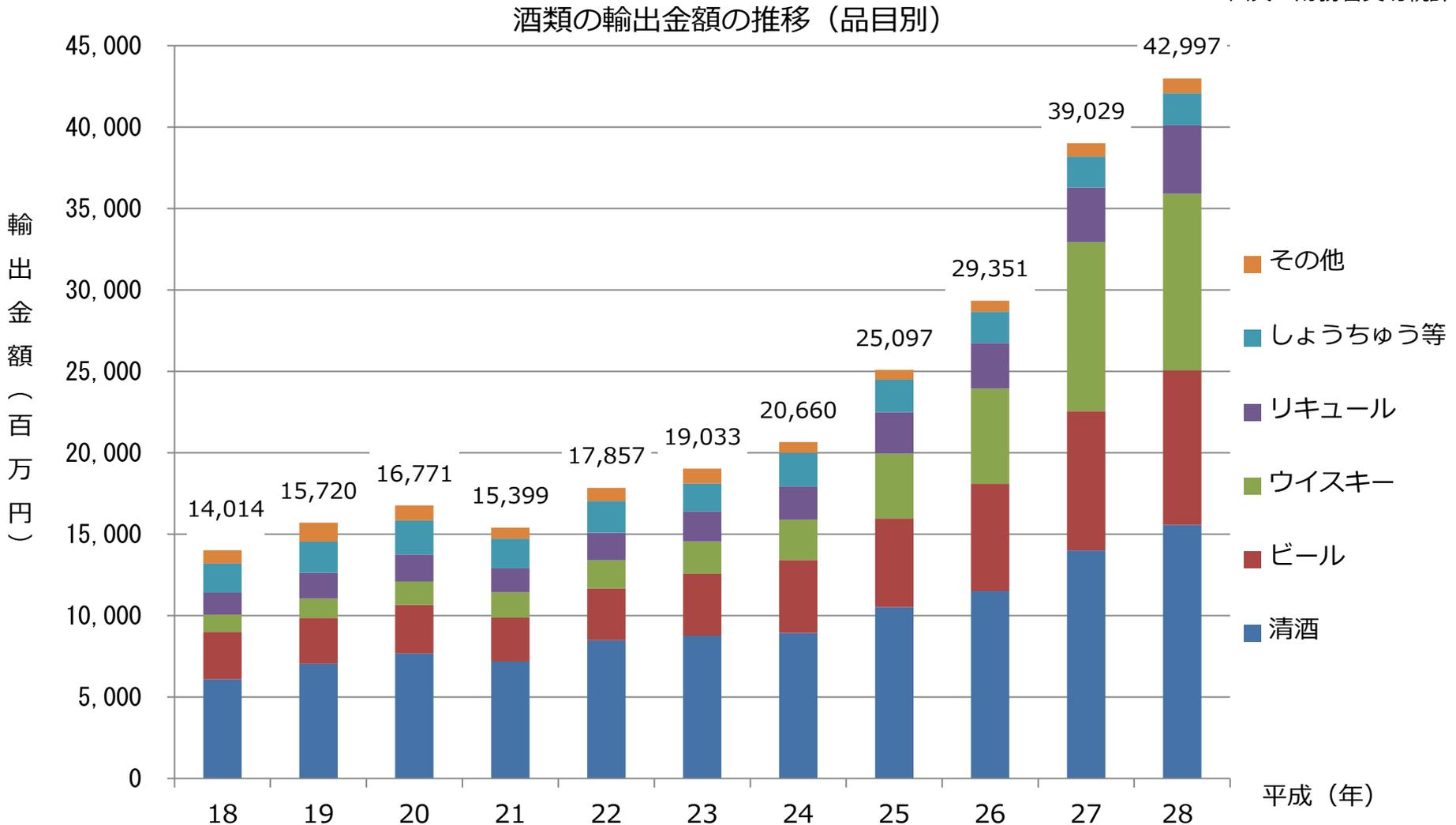
### (3) 訪日外国人旅行者の消費動向等のデータの分析

訪日外国人旅行者の日本産酒類の消費動向等に関するデータを検証し、インバウンドの促進と日本産酒類の効果的な輸出戦略の構築に役立てる

# (参考) 日本産酒類の輸出動向 (その1)

- 平成28年の酒類の輸出金額は、約430億円（対前年比110.2%）となり、5年連続で過去最高額を記録
- 品目別輸出金額は、清酒、ビール、リキュールについては、対前年比で2桁の伸びを示しており、ウイスキーなども堅調に増加

出典：財務省貿易統計



# (参考) 日本産酒類の輸出動向 (その2)

- 平成28年の国（地域）別輸出金額は、上位5か国（地域）全ての輸出金額が増加
- 上位3か国（地域）は昨年同様であり、アメリカ合衆国（102億円）、大韓民国（76億円）、台湾（46億円）となっている

出典：財務省貿易統計

酒類の輸出金額の推移（国（地域）別）

