国税庁資料

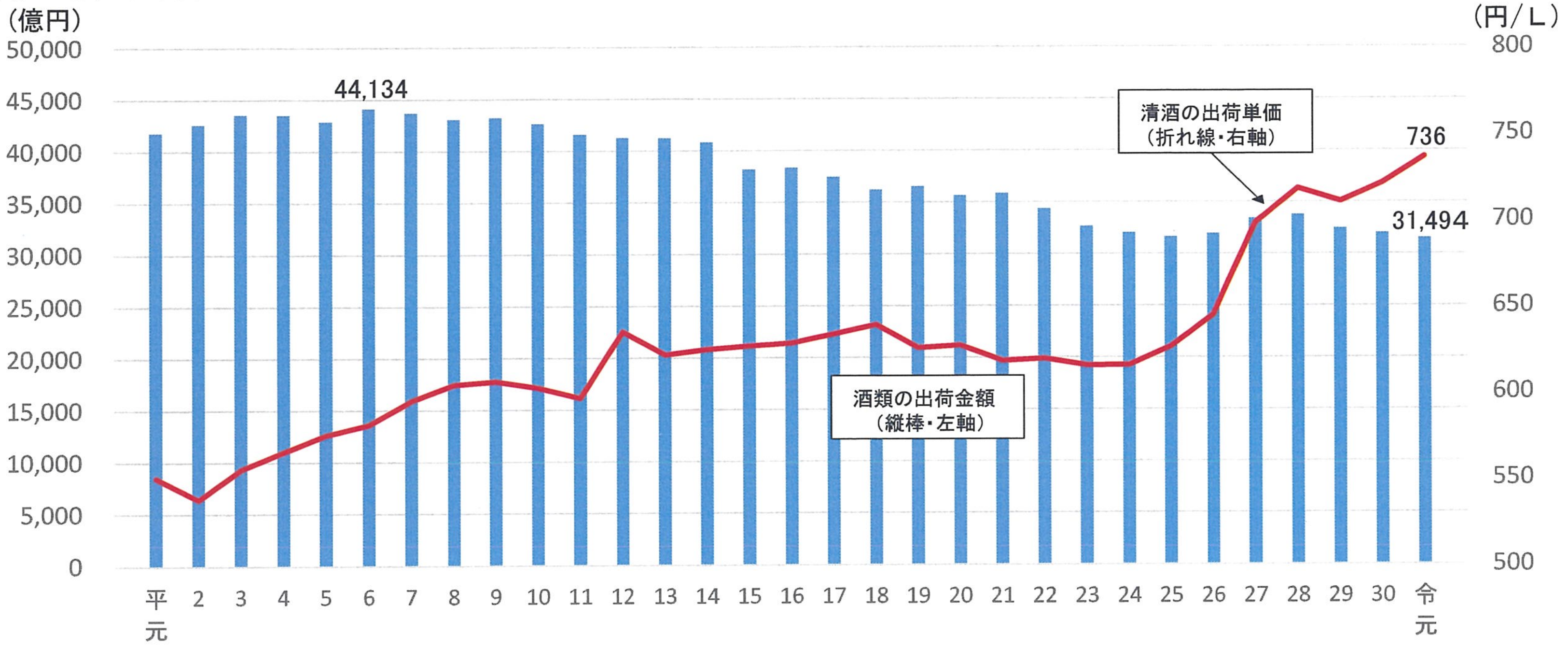
最近の酒類の消費動向

（単位：前年同期比増減率、%）

	2021年													2022年
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計	1月
家庭消費	+15.6	+2.6	▲0.1	▲5.7	▲4.2	▲3.3	+0.1	▲8.3	▲15.3	+6.3	▲5.2	▲1.2	▲2.3	▲4.6
飲食店消費	▲90.8	▲83.8	▲49.9	+98.2	▲6.2	▲62.2	▲52.7	▲65.5	▲82.6	▲32.9	+1.5	+143.6	▲49.2	+149.5
家庭＋飲食店消費	▲28.8	▲25.5	▲10.6	▲1.3	▲4.3	▲10.3	▲7.9	▲15.0	▲24.3	▲1.8	▲4.1	+11.3	▲10.2	+3.7

（出典）総務省統計局「家計調査」（「２人以上世帯」の１世帯当たり平均消費支出金額【名目】）

（参考）酒類の出荷金額及び清酒の出荷単価の推移

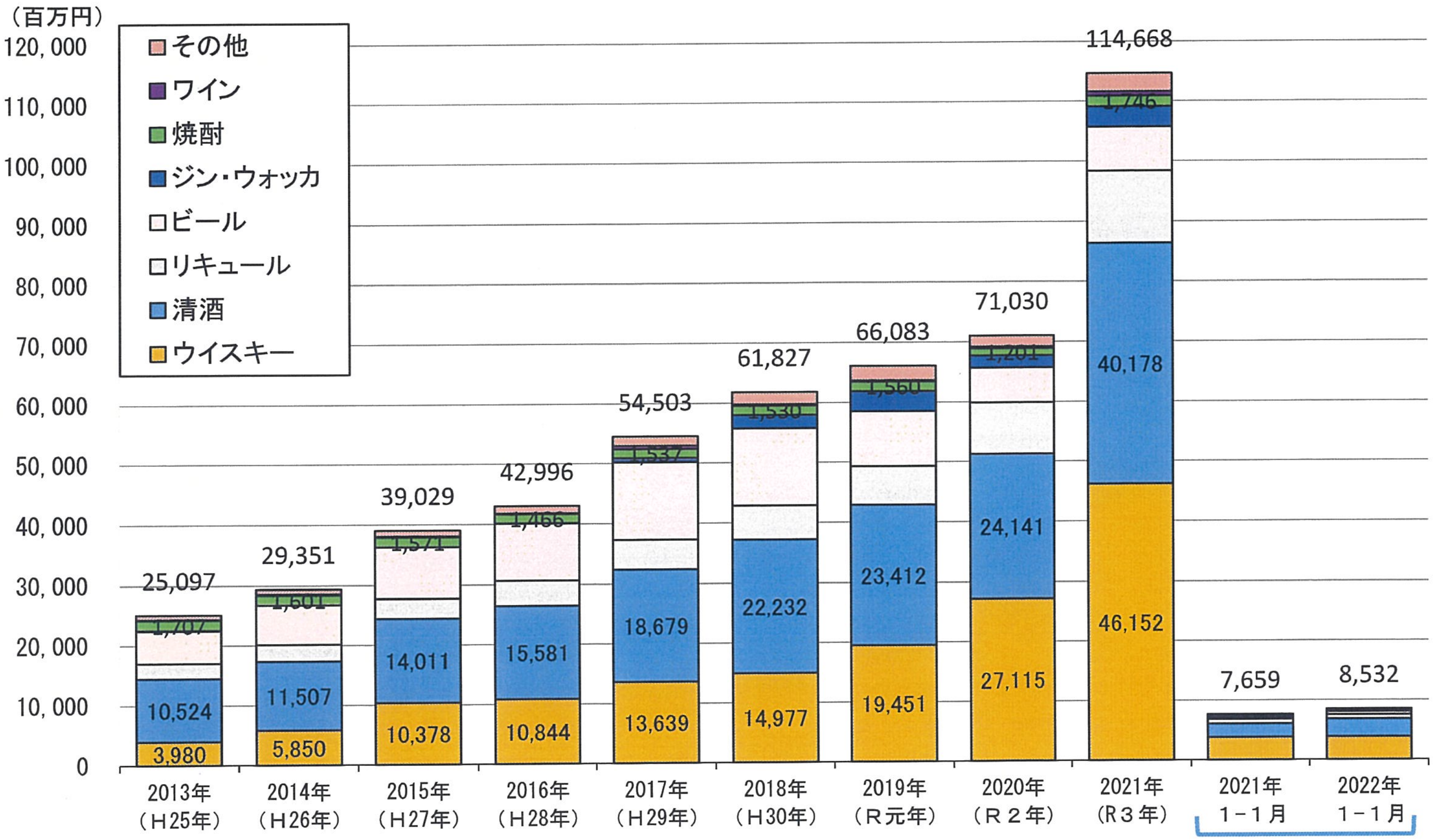


（注）従業員４人以上の事業所
（出典）経済産業省「工業統計表」より作成

最近の日本産酒類の輸出動向について

（2022年1月時点）

○ 2021年の輸出金額は約1,147億円（対前年61.4%増）となり、初めて1,000億円を突破。10年連続で過去最高を記録。
○ 2022年1月の輸出金額は85.3億円（対前年同期11.4%増）と、好調な滑り出しとなった。
○ 品目別にはウイスキーや清酒、国・地域別には中国やアメリカ、香港が輸出を牽引している。



○2022年の輸出金額の推移

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
輸出金額（億円）	85.3	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	85.3
対前年同期比（%）	+11.4	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	+11.4

○品目別輸出金額

（単位：百万円）

品目	2021年	対前年増減率	2022年（1-1月）	対前年同期増減率
ウイスキー	46,152	＋70.2%	3,872	＋1.2%
清酒	40,178	＋66.4%	2,950	＋30.3%
リキュール	12,069	＋40.0%	684	▲8.1%
ビール	7,361	＋27.5%	543	＋54.1%
ジン・ウォッカ	3,392	＋68.0%	187	＋14.1%
焼酎	1,746	＋45.4%	108	＋14.4%
ワイン	687	＋97.6%	28	▲46.6%
その他	3,083	＋70.2%	160	▲0.6%
合計	114,668	＋61.4%	8,532	＋11.4%

○輸出金額上位10か国・地域

（単位：百万円）

国・地域	2021年	対前年増減率	2022年（1-1月）	対前年同期増減率
中華人民共和国	32,025	＋85.2%	1,995	＋37.9%
アメリカ合衆国	23,811	＋72.0%	1,849	▲16.5%
香港	14,758	＋48.0%	966	▲1.2%
台湾	9,307	＋42.3%	670	▲8.6%
シンガポール	5,067	＋32.3%	572	＋51.3%
オランダ	3,878	＋26.6%	482	＋3.9%
大韓民国	2,763	＋44.0%	328	＋179.8%
オーストラリア	4,193	＋60.2%	316	▲7.2%
マカオ	2,030	＋267.6%	285	＋668.0%
英国	1,137	＋44.0	125	＋189.3%
（参考）EU・英国	12,774	＋60.2%	833	▲1.4%

出典：財務省貿易統計

国税庁　酒類業振興関係予算

【計28.0億円（令和4年度当初予算:14.2億円 令和3年度補正予算:13.8億円）】

1. 新市場創造関係　(1)～(4):22.1億円

(1)新市場創造支援事業　15.0億円

① 新市場開拓支援事業費補助金　補正　8.0億円
（フロンティア補助金）

【対象となる取組】
- 商品の差別化による新たなニーズ獲得事業
- 販売手法の多様化による新たなニーズ獲得事業
- ICTを活用した製造・流通の高度化・効率化事業
- 新型コロナ感染症拡大の影響により顕在化した課題への対応　拡充

② 日本産酒類海外展開支援事業費補助金　当初　7.0億円
（ブランド化・酒蔵ツーリズム補助金）

【対象となる取組】
- 日本産酒類のブランディング事業
- 酒蔵ツーリズムによるインバウンド需要開拓事業

(2)日本産酒類の販路拡大・消費喚起推進　補正　5.5億円

（Enjoy SAKE! プロジェクト）

酒類事業者団体等による日本産酒類の販路拡大や消費喚起に向けた各種イベント等について、有効な開催手法等のモデル事例の構築

(3)日本産酒類ブランド化推進　当初　一部新規　1.6億円

地理的表示（GI）酒類のブランド価値向上のためのシンポジウム等（琉球泡盛等のプロモーションを含む）を実施。

上記シンポジウム内において、日本産酒類のブランド化のための方策等のテーマについて、若者の自由な発想によるビジネスプランを対象とした若年層向けビジネスコンテストを開催。

(4)中小企業等経営支援経費　当初　0.1億円

活性化・経営革新研修（事業承継セミナーを含む）

2. 輸出促進関係　(1)～(4):22.5億円

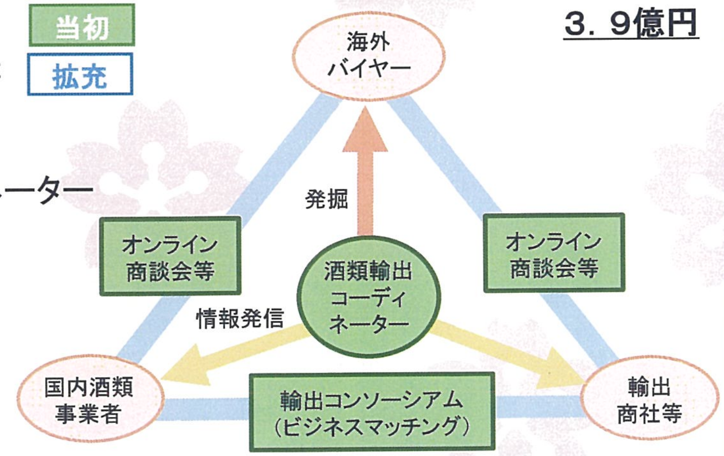
(1)新市場創造支援事業（再掲）　15.0億円

(2)海外販路開拓支援　当初　3.9億円

① オンライン商談会等　拡充

② ビジネスマッチング

③ 酒類輸出コーディネーター



④ 海外バイヤー招聘

⑤ 海外市場調査

(3)国際的プロモーション　2.0億円

① ジャパンハウス等でのPR　当初

② 海外酒類専門家等育成　当初　一部新規

海外の料理教室と連携し、日本産酒類と現地の食材のペアリングメニューの開発やレッスンを通じた認知度向上を実施等。

③ ユネスコ登録の機運醸成　当初　＋　補正（0.3億円）

日本酒等のユネスコ登録に向けた機運を醸成するための各種PR事業「伝統的酒造り」が登録無形文化財に登録されたことを踏まえ、機運醸成への取組を強化。

(4)日本産酒類ブランド化推進（再掲）　1.6億円

（注）この他に令和4年度予算において、以下を計上。
- 酒類総合研究所に対する運営費交付金【10.1億円】（ブランド価値向上等に資する研究、国内外への情報発信強化等）
- 日本酒造組合中央会の國酒振興事業に対する補助金【6.0億円】（輸出戦略を踏まえた活動事業費、海外サポートデスクの増設、イベント等を通じた消費者に対する情報発信等）

令和３年度補正予算　新市場開拓支援事業費補助金　（８．０億円）
（フロンティア補助金）

目的

○　酒類事業者が直面する国内需要の減少、酒類事業従事者の高齢化といった構造的課題や、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により顕在化した課題への解決に向けて、国内外の新市場を開拓するなどの意欲的な取組を支援することにより、酒類業のポストコロナに向けた経営改革・構造転換を促すことを目的とする。

施策概要

○　新市場（フロンティア）を開拓するなどの取組に対し補助を行う。具体的な取組例としては、以下の（1）～（4）のとおり。

（1）　商品の差別化による新たなニーズの獲得
（2）　販売手法の多様化による新たなニーズの獲得
（3）　ICT技術を活用した、製造・流通の高度化・効率化
（4）　新型コロナウイルス感染症拡大の影響により顕在化した課題への対応

＜補助内容＞

補助対象者：酒類事業者（製造業者、卸売業者、小売業者）又は酒類事業者を一者以上含むグループ
補助対象経費：（例）設計・デザイン料、施設整備費、機械装置・システム構築費等　（注）通常業務に要する費用は補助対象外
補助率：補助対象経費の１／２
補助金額：【取組（1）～（3）】１件当たり500万円上限、200万円下限
【取組（4）】１件当たり400万円上限、50万円下限

今後のスケジュール（予定）

○　令和4年4月下旬以降：事業開始

令和２年度第３次補正予算　酒類業構造転換支援事業費補助金　（６．０億円）（フロンティア補助金）

＜実施状況＞　　第１期～第３期に係る応募総数：４５１件、採択件数：１５６件

●販売手法の多様化

緑丘工房株式会社（北海道）

札幌市中心部における上川大雪酒造コンセプトサロンの開設

・日本酒と食材のペアリング体験や飲み比べ体験を行う、新しい形態の店舗として「コンセプトサロン」を開設。体験等を通じて、日本酒ファンの掘り起こしを行う。

秋田屋商事株式会社（愛知県）

試飲Laboで発見する新しいサケノミカタ

・店舗の一部を、試飲やアッサンブラージュなどの飲酒体験が可能となるスペースに改修、新しい「お酒の飲み方」を消費者へ提案できる仕組みを構築。

●新型コロナの課題対応

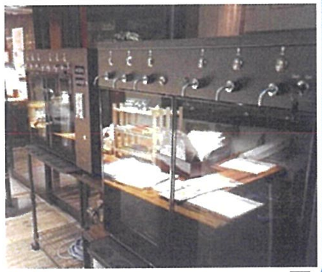
東京酒販協同組合連合会（東京都）

専用アプリで角打ちイベントの感染リスクを軽減

・電子コインシステムで非接触型の決済を可能とするスマホアプリを開発。「酒屋角打ちフェス」の人の接触機会を削減し、感染防止につなげる仕組みを構築。

山中酒の店株式会社（大阪府）

テイスティングマシーン導入による失敗しない日本酒選び＆量り売りによる販売の多様化



・コロナ禍の家飲み需要に対応するため、日本酒のテイスティングマシーンを導入し、消費者が気軽にテイスティングし、量り売りで販売可能な体制を構築。

令和４年度予算　日本産酒類海外展開支援事業費補助金（７.０億円）
（ブランド化・酒蔵ツーリズム補助金）

目的

○　酒類事業者による、日本産酒類のブランディング、インバウンドによる海外需要の開拓といった日本産酒類の高付加価値化や認知度向上に向けた取組を支援することにより、日本産酒類の輸出拡大を図ることを目的とする。

施策概要

日本産酒類の輸出促進のため、

（１）　酒類事業者による商品等の高付加価値化やブランド戦略策定の取組を支援する。

（２）　酒類事業者による酒蔵ツーリズムプラン策定、他産業との連携に係る取組を支援する。

（※）　新型コロナウイルス感染症拡大の影響も踏まえ、国内又は国内に居住する者等向けの事業も対象とする（但し、将来的な海外展開やインバウンド需要の開拓を目的とするものに限る。）。

＜補助内容＞

補助対象者：酒類事業者（製造業者、卸売業者、小売業者）又は酒類事業者を一者以上含むグループ

補助対象経費：（例）謝金、通訳・翻訳費、資料購入費、展示会等出展費等　（注）通常業務に要する費用は補助対象外

補助率：補助対象経費の１／２

補助金額：１件当たり１，０００万円上限、２００万円下限

今後のスケジュール（予定）

○　令和４年２月３日（木）～３月２４日（木）：公募期間

○　令和４年５月上旬以降：事業開始

令和３年度補正予算　日本産酒類の販路拡大・消費喚起に向けたイベント推進事業　（5.5億円）
（Enjoy SAKE!　プロジェクト）

目的

○「コロナ克服・新時代開拓のための経済対策」に基づき、新型コロナウイルス感染症の影響による外食産業の落ち込みに伴う酒類消費の大きな減退に対応するため、酒類事業者による販路拡大や消費喚起に向けた各種イベントや情報発信について、実施及び実証分析を行い、有効な開催手法や形態に関するモデル事例を構築し、提供することを目的とする。

（注）コロナ後を前提とした、新型コロナウイルス感染症対策を考慮した開催手法や形態とする。

施策概要

公募対象者：酒類事業者（酒類の製造免許若しくは酒類の販売業免許を受けている者）で構成される団体又は酒類事業者を少なくとも1者以上含むグループ

対象経費　：（例）機器・設備類及び会場リース料、システム構築費、通信運搬費等

（注）通常業務に要する費用や酒類の購入費、資産として残る減価償却資産等は対象外

対象事業例：
- 新しい生活様式など今後の発展を見据えたオンラインとリアルを融合した酒類消費喚起イベントの開催
- 新規顧客層の獲得を目指した他業種（食・器・アウトドア・サブカルなど）のターゲットに訴求し、消費者の日本産酒類への間口を広げるイベントの開催
- 地域内もしくは地域間の品目横断的な酒類事業者が協力して行うイベントの開催

募集件数等：

大規模イベント	上限　：　定額 3,000万円	4件程度
中規模イベント	上限　：　定額 2,000万円	8件程度
小規模イベント	上限　：　定額　500万円	24件程度

今後のスケジュール（予定）

○ 募　集　期　間：令和4年2月24日（木）～4月14日（木）

※応募された企画は、書面審査、プレゼン審査（5月上旬）を行います。

○ 選定結果通知：令和4年5月下旬

○ 事業実施期間：概ね令和4年7月頃～令和5年1月16日（月）

日本酒、焼酎・泡盛等のユネスコ無形文化遺産登録に向けた取組 ①

政府方針等

○ **岸田総理大臣施政方針演説（令和4年1月17日第208回通常国会）**
日本酒、焼酎、泡盛など文化資源のユネスコへの登録を目指すなど、日本の魅力を世界に発信していきます。

○ 菅総理大臣施政方針演説（令和３年１月18日第204回通常国会）
日本酒、焼酎などの文化資源について、ユネスコ無形文化遺産への登録を目指します。

登録無形文化財登録

「伝統的酒造り」を登録無形文化財に登録（令和3年12月2日）
（「書道」と並び、登録無形文化財として初めての登録）

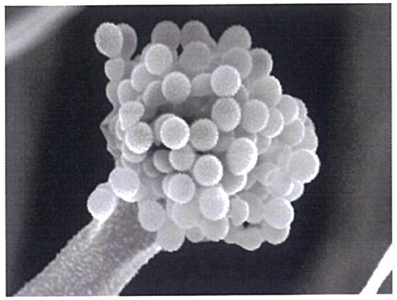
1 登録要件
- 米などの原料を蒸すこと
- 手作業で伝統的なこうじ菌を用いてバラこうじを製造すること
- 並行複発酵を行っており、水以外の物品を添加しないこと　等

2 保持団体
日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術の保存会（令和3年4月16日設立）
会長：小西 新右衛門（こにし　しんうえもん）

（蒸きょう）

（こうじ造り）

（もろみ管理）

（こうじ菌（国菌））


ユネスコ無形文化遺産への提案

○ **令和4年2月25日、文化審議会無形文化遺産部会は、「伝統的酒造り：日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術」を令和3年度のユネスコ無形文化遺産への提案候補として選定。**
○ ３月10日、無形文化遺産保護条約関係省庁連絡会議において、審議・決定

（参考）今後のスケジュール
　令和４年３月末まで　：ユネスコ事務局に提案書を提出
〔令和６年11月頃　　　：政府間委員会において審議・決定〕

日本酒、焼酎・泡盛等のユネスコ無形文化遺産登録に向けた取組 ②

○ ユネスコ無形文化遺産登録に向け、文化庁・保存会等と連携し、各種機運醸成事業を実施。

「伝統的酒造り」に係る調査等

○ 「日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り」について、酒造り技術に関する文化的要素や、酒造りの担い手に受け継がれている技術とその歴史等を整理し、公表（令和3年12月）

○ 「伝統的酒造り」に関する認知度向上の検討の際の参考とすべく、無形文化遺産登録された海外の先行3事例を調査

「伝統的酒造り」シンポジウム

○ 登録無形文化財「伝統的酒造り」について、酒造りの担い手や有識者を交えたシンポジウムを全国で順次開催

- 2月26日（土） 上野・国立科学博物館
  こうじ菌文化に焦点を当てた講演・パネルディスカッションを実施
- 3月26日（土） 京都・京都国立博物館
  日本酒に特化した講演・パネルディスカッション等を実施
- 5月28日（土） 沖縄・沖縄県立博物館・美術館
  沖縄本土復帰50周年記念泡盛シンポジウムと併せ開催
- 6月11日（土） 福岡・福岡国際会議場
  本格焼酎に特化した講演・パネルディスカッションを実施

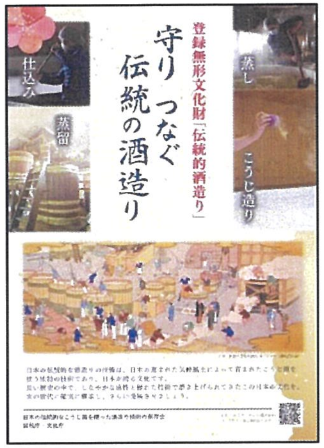
（2月26日のシンポジウムにおけるパネルディスカッションの模様）

（3月26日のシンポジウムのチラシ）

「伝統的酒造り」ポスター

○ 登録無形文化財「伝統的酒造り」ポスターを作成。

○ 全国の酒蔵、酒販店等に配布し、掲示を依頼



中吊り広告

○ 3月21日（月）から1週間程度、全国のJR主要路線で、登録無形文化財「伝統的酒造り」について、ユネスコ無形文化遺産登録を目指すこと等を訴求する中吊り広告を実施

PR動画

○ 「伝統的酒造り」の魅力や歴史等を紹介するPR動画を制作。ナレーションには声優・杉田智和さんを起用

- 約6分の本編のほか、15秒バージョンも制作

○ YouTube国税庁動画チャンネルに掲載するほか、15秒版は今後、デジタルサイネージへの掲載も予定

（本編）

（15秒版）

海外のユネスコ無形文化遺産（酒類関係）に関する調査

○ 日本の「伝統的酒造り」に関する認知度向上の検討に資する資料を作成することを目的として、ユネスコ無形文化遺産に登録された先行事例（酒類関係３事例）について、登録前後の活動や登録による効果等を調査。

案件名	登録前の活動	登録後の活動	効果
古代グルジア（ジョージア）の伝統的なクヴェヴリワイン製造方法（2013年）	• 主要輸出国ロシアのジョージア･ワイン禁輸措置を契機に、世界に通用するワインを意識 • ワインの高品質化等を推進する各種ワイン団体の設立　等	• ジョージア政府観光局によるワインツーリズムの推進 • 国家ワイン庁によるブドウ園の地籍（土地台帳）の作成　等	･ジョージアワインへの国内外の関心の高まり ･クヴェヴリワインの近代化　等
ベルギーのビール文化（2016年）	• ベルギービール醸造所組合が取組を主導 • ベルギービールへの誇り、感謝の気持ちを示すよう呼びかけるメディアキャンペーン（Fier op ons Bier!（「我々のビールに誇りを！」）キャンペーン）の実施　等	• フランダース政府がビール部門を設置 • 新たなスローガン（Buitengewone momenten vragen Buitengewoon Bier（特別な瞬間には特別なビールを））を提示 • Fier op ons Bier!キャンペーンの継続　等	･ベルギービールと人との文化的な関わりの価値への再評価 ･ベルギービールの普及のための活動の定着　等
馬乳酒の伝統的な作り方と関連づいた慣習（2019年）	• 伝統的なフフール（牛皮等の革袋）ではなく、プラスチック容器で発酵させる遊牧民が増加 →伝統的発酵技術を見直す機運 • 馬乳酒の実情把握調査、馬乳酒復活促進プロジェクトの実施　等	･馬乳酒を含む伝統に基づいた観光開発 ･フフール生産への融資 ･馬乳酒の保存に関する研究　等	･フフールによる馬乳酒製造マスターの登録者数増加 ･フフールの品質の向上　等

○3事例とも、ユネスコ登録前後において、官民で伝統的製法の保存･継承や、機運醸成等の取組を推進。
○ユネスコ登録による効果は様々であり、**ユネスコ登録のみをもって大きな効果を期待することはできない**。
⇒「伝統的酒造り」についても、**ユネスコ登録を契機に**、技術の保護･継承･発展のための活動に加え、国内外での認知度向上に向け、**様々な取組を官民が連携して展開していくことが不可欠**。