

酒類販売管理研修通信

Alcohol Beverages Information for Lecturer

平成19年4月 第13号

独立行政法人酒類総合研究所

ホームページ <http://www.nrib.go.jp>

ご意見ご要望は、こちらまでどうぞ→ info@nrib.go.jp (酒類総合研究所メールアドレス)

Head Line (記事見出し一覧)

I モデルテキスト情報

- きちんと知りたい法令の基礎
(地理的表示に関する表示基準)

II 研究所からのお知らせ

- 酒類総合研究所の仕事
(後継者育成～講習～)
- 日本酒ラベルの用語事典
(中国語 繁体字版) 完成!

III 国税庁からのお知らせ

- 報告書の提出をお忘れなく
～e-Tax で提出できます～
- 未成年者飲酒防止強調月間について



反射炉の石錐台

東京事務所の地は江戸幕府が大砲鑄造の用地として買い上げられ、反射炉を作るために石錐台が設置されました。この工事は「戌辰の変」により取りやめられましたが、石錐台は今も赤レンガ酒造工場の前に残っています。

I モデルテキスト情報

- きちんと知りたい法令の基礎
(地理的表示に関する表示基準)

【地理的表示とは】

一般的に「地理的表示」とは、「商品の品質・名声又はその他の特徴が本質的に原産地の領域・土地等に由来する場合、その土地の原産であることを示す表示」をいい、単なる商品の生産地表示とは異なります。

世界的にはワインのボルドーやシャブリ、スパークリングワインのシャンパン、ブランデーのコニャックなどが有名です。

【制定の経緯等】

「地理的表示に関する表示基準」の内容は、「ぶどう酒及び蒸留酒」と「清酒」の2つに大別されます。

1 ぶどう酒及び蒸留酒

平成5年12月のガット・ウルグアイ・ラウンド交渉の最終合意により、翌年4月にTRIPS協定(※)が成立しました。この協定により、ぶどう酒及び蒸留酒の地理的表示の追加的保護について、ガット加盟国(WTO(世界貿易機関)加盟国)においては法的措置又は行政的措置を行うことが義務付けられました(WTO設立は平成7年1月)。

この義務について日本では、「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」の規定に基づいた表示の基

準として「地理的表示に関する表示基準」を設けて対応することになり、平成7年7月から適用されています。

このとき（平成7年6月告示）の「地理的表示に関する表示基準」では、単式蒸留しょうちゅうの産地が指定されました。（詳細は【現状】に記載）

※ TRIPS協定とは、「知的所有権の貿易関連の側面に関する協定」のことで、知的財産権全般（著作権及び関連する権利、商標、地理的表示、意匠、特許、集積回路配置、非開示情報）を保護する協定です。

2 清酒

日本国内には地域の自然条件等を活かした伝統的な製法を受け継いだ特色ある清酒、いわゆる“地酒”が数多く存在します。このなかには、既に地域ブランド化しているものやこれから地域ブランド化されるものがあることから、消費者の視点に立った適切な商品情報の提供及び清酒の地域ブランド確立に向けた体制の整備を図るため、従来、ぶどう酒と蒸留酒に限られていた適用範囲に清酒が加わりました。

（平成17年9月に表示基準の一部が改正され、平成17年10月から適用されています。）

【地理的表示に関する表示基準】

1 保護の内容

「ぶどう酒」、「蒸留酒」又は「清酒」の地理的表示の保護内容は次のとおりです。

- (1) ぶどう酒若しくは蒸留酒の産地のうち、国税庁長官が指定した地理的表示、又は世界貿易機関の加盟国において定めら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することはできません。
- (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することはできません。
- (3) ぶどう酒、蒸留酒及び清酒については、当該酒類の本当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使用することはできません。

例えば、日本産の蒸留酒やワインに「コニャック」、「コニャック風」、「ボルドー」、「ボルドー風」などと表示することはできません。

2 遵守しない者に対する措置

財務大臣は、この基準を遵守しない者に対し遵守するように指示することが出来ます。

さらに、指示に従わない者に対してはその旨を公表することが出来ます。



【現状】

我が国においては、平成7年6月、国税庁長官が吉岐焼酎の産地である「吉岐」、球磨焼酎の産地である「球磨」、琉球泡盛の産地である「琉球」を指定し、さらに平成17年12月には、薩摩焼酎の産地である「薩摩」、白山菊酒（清酒）の産地である「白山」を指定しました。

新たに指定された「白山」では、このブランドを育てるために色々な取り組みがされています。まず申請に当たり明確な基準を作成しなければなりません。「白山」では

「白山菊酒呼称統制機構」を立ち上げ検討した結果、『加賀菊酒』の伝統を受け継



ぎ、『こく豊かで品格のある風味』をコンセプトとし、各蔵元の個性が活かした清酒であること」を酒質の基本とし、これに合致するように原材料や製法に7つの基準を定めました。さらに、定期的に審査会を開催し、特にきき酒能力の高い専門家を審査員に指名し厳正な審査を行っています。そのため品質基準に合致しない清酒が審査を通過できないこともしばしばあります。この審査を通った清酒のみに「白山菊酒」の認証マークが貼られ出荷されます。しかし、これで終わりではありません。蔵元から出荷した後

の品質調査をするために小売店から買い上げてその酒質の事後調査も行っています。このような取り組みを経て市場に出された「白山菊酒」は消費者（特に旅行者）に受け入れられ、リピートの注文が着実に増えているそうです。

【その他の呼称】

1 「Eマーク」

1990年度（平成2年度）に農林水産省が提唱した「ふるさと認証食品制度」については、現在、各都道府県の「地域特産品認証事業」に引き継がれています。さまざまな食品が対象になりますが、鹿児島県などを始めとして、各地で酒類も認定されています。

優れた品質（Excellent Quality）

正確な表示（Exact Expression）

地域の環境と調和（Harmony with Ecology）



2 「地域団体商標」

最近では特許庁の「地域団体商標」による地域ブランド確立の動きも盛んです。地域ブランドの多くは、地域の特産品にその産地の地域名を付す等、地域名と商品名からなる商標でしたが、従来の商標法では、商標としての識別力を有しない、特定の者の独占になじまない等の理由により、図形と組み合わせられた場合や全国的な知名度を獲得した場合を除き、商標登録を受けることはできませんでした。

そこで、このような商標がより早い段階で登録され、地域ブランドの育成に役立つように、平成17年の通常国会で商標法が改正され、平成18年4月に「地域団体商標制度」がスタートしました。平成19年3月現在、680件を超える出願があり、累計168件が登録査定されており、高い関心を集めています。酒類については、12件が出願されており、「球磨焼酎」、「広島酒」、「琉球泡盛」、「灘酒」、「新潟清酒」が登録査定されています。

3 「地方自治体独自の制度」

例えば、長野県には「長野県原産地呼称管理制度」があります。この制度は、農産物やその加工品の原

産地が、信州・長野県であることを保証する制度で、価値を計る基準を「味覚・栽培方法・生産方法」等に求めています。



4 「統一銘柄」

制度ではありませんが、地域の酒蔵が協力し合って同じ銘柄を出荷するいわゆる「統一銘柄」もあります。例えば、東京国税局管内の統一銘柄である「吟の舞」については、東京サミットの晩餐会で各国首脳に振舞われたことでも有名になりました。

伝統的なヨーロッパ以外の海外でも地域のブランド化が進んでいます。日本でも、今後さらに各地に根ざしたブランドが増えて消費者の商品選択の基準に加わるかも知れません。

II 研究所からのお知らせ

○ 酒類総合研究所の仕事!

酒類総合研究所の100年を振り返って酒類業界に貢献をした研究成果や業務をご紹介します。今回は「後継者育成」についてのお話です。

【第10回 後継者育成～講習～】

お酒を醸すのは古い技術ですが、今日の舌の肥えた消費者に満足していただけるものを造るわけですから、日々新たな技術が求められます。とはいうものの、伝統的な醸造法は先人の英知が高密度に集積したもので、その知的財産をベースに徐々に進化しながら現在のお酒が造られています。

酒の造り手としては杜氏集団が有名ですが、夏は農業、冬は酒造りというような形態をとりながら集団内で技術研鑽を図り、日本の酒造りを支えてきた技術集団です。社会構造の変化、清酒蔵元の減少などもあって、戦後の最盛時には4,000人近くいたと推定される杜氏は現在1,000人程度になっています。若者の参入もありますが、杜氏集団の平均年齢は60才を超えており、後継者不足が深刻です。

お酒を造るには、醸造技術だけでなく現在の嗜好の流れを理解することや体で覚えられない細かい技能も必要です。これらの内容について、最低限度を学ぶだけでも容易なことではありません。その他にも酒税法などの知識も必要です。中小零細規模が多い清酒、本格しょうちゅう、ワイン、地ビールなどの酒造場では自社で酒造技術者を養成するのは難しい状況です。

酒類総合研究所では、その前身の醸造試験所時代からこの課題に講習という形で取り組んできました。試験所が明治 37 年に置かれた翌年には早くも清酒造りの講習会を開始しています。これは連綿と引き継がれ、広島事務所の酒類醸造講習は今年迎えて 101 回（毎年 1 回開催）となりました。その内容は時代とともに変遷していますが、同一目的の講習会がこのように長期間存在すること自体が伝統酒の奥深さを証明するものではないかと思われます。

なお、現在当所の酒類醸造講習は清酒、本格しょうちゅう、ワイン、ビールと分野ごとに細分化され、清酒以外のコースは原則として 3 年に一度開催されています。



広島事務所の講習は酒造場の経営者や技術幹部向けですが、これとは別に、酒造経験の浅い人を対象とした清酒製造技術講習を東京事務所で開催しています。これは、杜氏の高齢化と後継者不足が顕在化した平成 8 年に国税庁が開始した清酒製造技術中央研修を、平成 13 年度から独立行政法人となった研究所が引き継いだものです。これまで、年に 3 回（1 回の定員 16 名）開催してきました。

当所の講習の特徴は、現場の模擬体験ができる施設を使い原料から製品化に到るまでの知識、技術を総合

的に習得できる点にあります。これらの講習は、酒類製造に携わる方々を対象を限っています。これらの講習を通して全国各地で品質の優れた安全な酒類が醸造されるように貢献するのが研究所の役割です。講習を終了した方々が伝統技術の継承者となり日本の酒造りを担う主体となることを期待しています。講習の詳細は当所 HP の講習の項をご覧ください。

また、研究所では酒類の流通に携わる皆様を対象として酒販組合との共催で開催される「酒セミナー」などのプログラムを提供していますので、こちらもご利用下さいませようお願いします。

○ 日本酒ラベルの用語事典(中国語 繁体字版) 完成！

ご好評をいただいている日本酒ラベルの用語事典、日本語版、英語版に続き「中国語繁体字版」が完成しました。「台湾」や「香港」でも人気がある日本酒。正しい知識で楽しんでいただきたいものです。

3 種類とも当研究所のホームページからダウンロードが出来ます。「日本酒ラベルの用語事典利用通知(FAX)」で連絡をいただければ、無料で利用できますので、アクセスしてください。また、印刷物として、大口（100 冊以上）の需要者に有料（実費相当額：日本語版 30 円/冊、英語版及び中国語繁体字版 50 円/冊）でお分けしています。



III 国税庁からのお知らせ

○ 報告書の提出をお忘れなく

～e-Tax で提出できます～

4月は、「酒類の販売数量等報告書」及び『『未成年者の飲酒防止に関する表示基準』の実施状況報告書』の提出時期です。4月30日までに忘れずにご提出ください。

これらの報告書は、e-Tax（国税電子申告・納税システム）でご提出いただけます。

e-Tax を使えば、ワープロ感覚で簡単に報告書を作成・送信できます。更に、2年目以降はデータを再利用することができます。

詳しくは、e-Tax ホームページ（www.e-tax.nta.go.jp）をご覧ください。か務務署の酒税担当へお問い合わせください。

The image shows two forms from the tax authority. The top form is the '酒類の販売数量等報告書' (Alcohol Sales Volume Report) for the period from April 1st to March 31st of the current year. It includes fields for the reporting period, the name of the business, and a table for reporting sales volume by category (e.g., beer, wine, spirits). The bottom form is the '未成年者の飲酒防止に関する表示基準の実施状況報告書' (Report on Implementation of Alcohol Consumption Prevention for Minors). It includes fields for the reporting period, the name of the business, and a section for reporting on the implementation of the display standards for alcohol consumption prevention for minors.

○ 未成年者飲酒防止強調月間について

国税庁をはじめとする関係省庁では、毎年4月を「未成年者飲酒防止強調月間」とし、全国的な広報啓発活動を行い、国民の未成年者飲酒防止に関する意識の高揚を図ることとしています。

国税庁においては、同月間における取組の一環として未成年者飲酒防止啓発ポスターを作成しています。

本年のポスターには、「酒類販売管理研修の受講事績の記入欄及び「飲酒運転は法律で禁じられています。」という飲酒運転禁止についての文言を追加しました。

酒類販売管理研修講師の方は、未成年者飲酒防止及び飲酒運転禁止について説明する際には、ポスターの掲示についても併せて説明してください。

なお、国税庁ホームページ（http://www.nta.go.jp/category/sake/O8/und20_02/O3.pdf）において、酒類販売管理者の氏名、酒類販売管理研修受講事績を直接入力し、ポスターを印刷することができますのでご利用ください。

The poster features a shopkeeper in a blue apron and a customer in a pink top and grey skirt. The shopkeeper is handing a bottle of alcohol to the customer. The text on the poster reads: '未成年者の飲酒は法律で禁じられています。' (Alcohol consumption by minors is prohibited by law.) and '年齢確認の実施が法律で求められています。' (Implementation of age confirmation is required by law.) The poster also includes a list of reasons why it is illegal for minors to drink alcohol: 1. Original ability to be lowered. 2. Liver damage. 3. Risk of alcohol poisoning. 4. Risk of alcohol dependence. The poster also mentions that the poster is available for download from the tax authority website.