

公務出國或赴大陸地區報告（出國類別：考察）

臺中市政府菸酒聯合查緝小組
考察日本酒莊經營及菸酒管理制度

服務機關：臺中市政府財政局

姓名職稱：財政局局長李錦娥及聯合查緝小組委員等 18 人

派赴國家：日本

出國期間：102 年 3 月 5 日至 3 月 9 日

報告日期：102 年 6 月 5 日

目 錄

壹、摘要.....	1
貳、出國人員名單.....	3
參、目的.....	5
一、背景.....	5
二、考察重點.....	7
肆、過程.....	8
一、行程規劃.....	8
二、參訪重點.....	8
(一) 清酒王國.....	8
(二) 參訪酒莊特色整理比較.....	9
(三) 販賣業經營管理.....	11
(四) 網路時代，日本開放以網路販賣酒品.....	15
伍、心得.....	16
一、菸酒管理制度比較.....	16
二、菸酒銷售制度比較.....	18
三、酒品內容物管理比較.....	20
四、霧峰區農會酒莊克服先天限制產製優質清酒.....	21
五、新潟縣酒公會的功能.....	23
六、酒品評鑑制度.....	23
七、日本菸品及酒品自動販賣機.....	24
八、日本網路購物商機.....	24
陸、建議.....	26
一、提升臺中好酒.....	26
(一) 結合觀光行銷，推動在地美酒.....	26
(二) 辦理全國性酒品評鑑，提昇國產酒品質.....	27

(三) 健全公會組織，公私協力提升酒產業.....	28
二、健全菸酒市場.....	28
(一) 建立菸酒業者退場機制.....	28
(二) 菸酒販賣業採登記制.....	29
(三) 開放網路販賣酒品，臺中好酒走出去.....	30
(四) 建立釀酒師證照制度.....	31
柒、附件.....	32
一、日本酒分類、定義、酒稅及最低生產量規定.....	32
二、清酒の製法品質表示基準.....	35
三、日本酒品陳列及警語標示方式.....	37
四、新潟清酒核發產地證明標章基準.....	38
五、考察紀實.....	39

壹、摘要

臺中市製酒業者目前家數達 51 家(全國 389 家)，通過農委會農村酒莊評鑑家數 5 家（全國 12 家）及通過財政部優質酒類認證酒品品項 122 項（全國 219 項），均居全國第 1，顯見本市民間製酒產業發展在我國具舉足輕重地位。

我國因應加入世界貿易組織(WTO)，配合貿易自由化之潮流，廢止自日據時期實施「菸酒專賣制度」，自民國 91 年起施行菸酒管理法將產製與管理分立，原專賣期間倍受批評的裁判兼球員的菸酒公賣局，成為單純製菸酒產製業者，行政管理權回歸行政機關，在中央為財政部；地方為各地方政府。開放民間製酒雖已 10 餘年，市場發展呈現大者恆大，除台灣菸酒公司、金門酒廠及部分較具規模製酒廠外，資本額小又無管銷能力的酒產業應如何發展呢？本市製酒業者資金能力普遍不足應如何在競爭激烈的酒品市場發展酒品特色，打造「臺中好酒」的口碑？業者所面臨的挑戰亦是本府站在輔導立場希協助業者突破，以好酒文化爭取消費者認同肯定，進而提高市場銷售量。臺中市政府菸酒聯合查緝小組肩負本市製酒業輔導發展政策訂定監督之責。透過考察日本此一清酒大國酒莊的產製行銷方法得到啟發，作為制定政策協助輔導業者重要參考。

另菸酒管理新制自 91 年立法施行以來經過 3 次修正，現行菸酒管理法採「許可從寬，執法從嚴」的政策是否足以健全我國菸酒市場，合法業者入場容易退場困難，產生管理困境，對不肖業者無積極管理手段徒增管理行政成本浪費，另菸酒販賣業僅需具備商業菸酒登記即可成為合法販賣業者，層出不窮的低價質劣或走私菸酒在市場販賣流竄，致民眾消費安全無法完全受到保障，透過瞭解先進國家法令及實施情形以精進我國現行法規面之不足，亦為本次菸酒查緝小組赴日考察之重點。

本次參訪獲益良多，參訪酒莊雖均以產製清酒為主，惟其酒莊歷史、產製條件、經營特色及銷售通路各有不同，聯合查緝小組考察團成員從

日本酒莊管理制度、銷售制度、酒品內容物、公會組織、酒品評鑑制度等面向觀察日本酒產業發展，提出本市可以參考日本酒莊結合觀光行銷在地好酒、我國應辦理全國性酒品評鑑，以提升國產酒品質，並應積極輔導業者發展、健全公會組織等建議。

另在日本賣場、飯店、車站，都可以發現獨特的菸酒販賣機文化，日本經濟發展程度較我國高，其政府對菸酒管理採積極開放，重視管理及業者自律精神，考察團成員觀察其法令制度設計，提出我國應建立菸酒業者退場機制，提升管理效率、販賣業應採登記制以解決菸酒市場中以少量進口大量走私亂象，另可積極開放網路賣酒擴大業者行銷通路，最後日本釀酒師對酒業發展具舉足輕重地位，建議我國應建立釀酒師制度，以提升酒品品質，確保國人消費安全健康，並有助於我國酒產業優良發展。

貳、出國人員名單

臺中市政府菸酒聯合查緝小組赴日本考察人員名冊		
人員類別	職稱	姓名
查緝小組委員	委員 經發局局長	王誕生
	委員 農業局局長	蔡精強
	委員 警察局局長	刁建生
	委員 環保局局長	劉邦裕
	委員 衛生局局長	黃美娜
	委員 新聞局局長	石靜文
	委員 主任消保官	康馨王
	委員 財政局局長	李錦娥
	人事處 處長	林煜焙
相關支援機關	主計處 處長	蔣建中
	秘書處 副處長	吳超男

	地方稅務局 副局長	葉國居
人員類別	職稱	姓名
查緝小組成員	財政局菸酒管理科 科長	李芷玲 (執行秘書)
	財政局菸酒管理科 股長	陳信字
	財政局菸酒管理科 股長	李俊誼
	財政局菸酒管理科 科員	張運河
	財政局菸酒管理科 科員	張麗卿
	農業局行銷加工科 科員	吳建威

參、目的：考察日本酒莊經營及菸酒管理制度

一、背景

我國自 91 年開放民間製酒，製酒業採許可制，因立法採許可從寬，對申請成為製酒之業者無資本額限制，由於許可門檻低，又缺乏退場機制，致酒市場中雖酒廠大小林立，但實際具產製、行銷能力業者偏低，以本市製酒業情況，酒廠的規模為下列三種型態（如表 3-1）：(1) 酒工廠 (2) 農村酒莊 (3) 小酒廠。其中小酒廠家數計 38 家，佔本市製酒業比例 70%，且產銷情形偏低，甚至有不少業者整年度均無產銷情形¹。又據財政部統計資料，2006 年至 2009 年，國內製酒業產能產量扣除台灣菸酒公司、金門酒廠之酒產量，其他民間製酒業者產量僅佔整體產量比例 13.48% 至 10.97%，且逐年呈現下滑趨勢²，顯示具發展規模的民間製酒業者產銷能力仍不敵知名大廠的現實困境。

本市製酒業者在市場開放後積極投入製酒並努力經營者，以通過財政部優質酒類認證酒廠或農委會輔導農村酒莊最具有市場競爭能力，二者又以結合休憩觀光及發展在地特色農村酒莊較有發展利基，其中霧峰區農會酒莊以在地「益全香米」³ 專業發展「清酒」，酒品特色在市場獨樹風格，酒質技術又在各個比賽中表現亮眼，「初霧燒酎」榮獲德國烈酒評鑑 (ISW) 金牌獎及農委會 2012 農村酒莊酒品評鑑金牌獎；「純米吟釀」獲得於法國舉辦的 2011 年國際酒類評鑑銀質獎及 2012 農村酒莊酒品評鑑銅牌獎。

霧峰酒莊以清酒為發展特色，技術師承日本，日本清酒聞名世界，獨特的清酒文化（歷史、釀造及飲用文化），有值得借鏡學習之處。本次考察行程以霧峰酒莊實地見習的新潟縣為主，新潟縣生產的越光米（コ

¹ 據本局調查 101 年至 11 月止廠商菸酒稅申報資料為 0 之業者有 8 家。

² 資料來源：財政部國庫署 99 年度委託研究計畫「如何輔導我國酒品產業之研究」。研究單位：國立高雄餐旅大學。

³ 益全香米，學名臺農七十一號，是台灣農業試驗所由日本引入稻種「綢光」與台灣本土品種「臺梗四號」配種，歷經九年的試驗後，於民國八十九年（2000 年）登記的品種。為紀念其培育團隊負責人故郭益全博士的辛勞，特命以其商品名稱為『益全香米』。

シヒカリ)⁴ 被稱之為日本第一好米，另生產高品質「五百万石」及「越淡麗」等為釀製清酒主要的酒米，縣內有 96 家製酒業者多有百年歷史，清酒出貨額達 500 億日圓，以在地特產，產製屬於在地文化之酒品，素有「地酒王國」美稱。

另本次考察除考察酒產業發展契機外亦希對我國與日本在菸酒販賣業者管理作實地瞭解，因我國對菸酒製造業及進口業採許可制，對販賣業者並未採許可制，而現今破壞市場秩序影響消費者權益亂象有菸品進口業者以少量進口大量走私造成低價白牌逃漏稅菸品充斥市場、販賣業者販賣低價私菸私酒、酒精度不實酒品、逾期菸酒等比例甚高。市場的違規亂象經檢討均指向販賣業未採源頭管理登記制度所引起，而日本菸酒販賣業採許可制，就菸酒販賣業管理是否更能健全菸酒管理市場秩序，值得參考。

表 3-1：臺中市製酒業者型態

型態	名稱	特色
製酒工廠： 符合工廠管理輔導法規定大型製酒工廠	1. 台灣菸酒公司台中酒廠 2. 台灣菸酒公司烏日啤酒廠 3. 萊嘉股份有限公司 4. 福星利華股份有限公司 5. 增上農埔股份有限公司 6. 江南酒業股份有限公司 7. 味丹企業股份有限公司	1. 資金較為雄厚，多能靠自己的資源研發、行銷。 2. 原料多為外購。
農會組織或產銷班組織：	1. 霧峰區農會酒莊	1. 有農委會資源提供輔導。
農會及農會產銷班組織取得自產	2. 大安區農會酒莊 3. 后里鄉果樹產銷第七班(樹生休閒酒莊)	2. 原料取自當地農民。 3. 結合觀光拓展客源。

⁴新潟縣與福井縣古稱越州，越光米意指越州之光。

農產品加工室農地容許之農村酒莊。	4. 后里鄉葡萄產銷班第二班 (松鶴酒莊) 5. 台中縣東勢鎮柑橘產銷班 第四班 (石圍牆酒莊) 6. 太平酒莊	
小酒廠： 機械設備、產能及銷售規模小	1. 第一酒廠 2. 百瑞商行 3. 福爾摩莎酒莊有限公司 4. 甘醇香酒莊 5. 月眉酒庄 6. 鐵道之鄉酒莊 7.	1.自有資金不足。 2.原料以自產為主，產能不足，亦缺乏行銷資源及銷售管道。 3.部分酒莊已無經營事實或產量不多、設備不佳。

二、考察重點

1. 清酒產製技術與條件。
2. 清酒管理機制。
3. 清酒酒品市場發展利基。
4. 菸酒販賣業採許可執照管理機制。
5. 菸酒產品販售管理相關規定。
6. 網路時代，除實體店面外，是否允許網路賣酒。

肆、過程：

一、行程規畫：詳如行程表。

表 4-1：行程表

日期	主要城市	行程內容
102 年 3 月 5 日 (星期二)	東京市	桃園國際機場 中華航空 CI-018 13:45 出發 17:40 抵達東京成田空港 考察成田機場附近菸酒販賣業
102 年 3 月 6 日 (星期三)	新潟縣 ⁵	參訪吉乃川酒造及武藏野酒造
102 年 3 月 7 日 (星期四)	新潟縣	參訪寶山酒造
102 年 3 月 8 日 (星期五)	新潟縣 東京市	東京市新宿區菸酒零售業
102 年 3 月 9 日 (星期六)	東京市	東京成田空港 中華航空 CI-017 14:50 出發 17:50 抵達桃園國際機場

二、參訪重點

(一) 清酒王國

本次考察新潟縣酒莊位置分別位於新潟縣上越地區、中越地區及下越地區。新潟縣所在環境因有冬季融冰適合釀酒的雪水，並有適合釀酒的五十



⁵新潟縣，1968 年諾貝爾文學獎得主川端康城筆下的雪國。其知名作品雪國中所描述「穿過縣境長長的隧道後，便是雪國了，夜空下，大地一片白茫茫，火車在信號所前停下……竟是這麼冷了！這是日本」即是指新潟縣。

万石及越淡麗釀酒米，加上產製技術及先天環境氣候條件產製清酒，「清酒王國」美名其來有自。

表 4-2:清酒產製四大要素

水	製酒著重水，冬季的融冰後雪水及天然甘露泉適合釀造清酒
米	新潟雖有著名的越光米，但越光米不適合釀製清酒，採用新潟在地酒米五十萬石及越淡麗。
技	從原料米精製、洗米、蒸米、放冷、製麴，需有專業技術及經驗豐富的釀酒師（杜氏）。
風土與氣候	雪國新潟冬季覆蓋深厚積雪，生產季 10 月至次年 3 月，下雪可以把雜菌壓下，產製出質優的清酒。

（二）參訪酒莊特色整理比較

本次參訪新潟縣三家酒莊，有現代製酒工廠吉乃川酒造，有保有傳統文化小而美酒廠寶山酒造，並有環境及產製條件較差的武藏野酒造，三家酒造比較如下表：

表 4-3：參訪酒莊比較

酒莊名稱 項目	吉乃川酒造 株式會社	武藏野酒造 株式會社	寶山酒造 株式會社
位置	新潟縣長岡市 (中越地區)	新潟縣是上越市 (上越地區)	新潟縣新潟市 (下越地區)
酒莊歷史	1548 年成立，465 年歷史。 家族事業，傳承 19 代。	1916 年成立，97 年歷史。 家族事業，傳承 4 代。	1885 年成立，128 年歷史。 家族事業，傳承 4 代。

產製特色	酒米：五百万石。 自動化生產，保留部分手工釀造。 年產量 19 萬瓶。	酒米：越淡麗。 手工生產為主，製酒器具分散於各樓層，產製環境不佳。 年產量 19 萬瓶。	酒米：五百万石。 手工生產為主，年產量 8 萬瓶。
經營特色及產品特色	1. 機械設備高度自動化。 2. 提供見習品酩場所清幽別具特色。 3. 得獎情形 (1) 全國新酒評鑑會金賞（昭和 31 年起計 29 次） (2) 中部六縣酒類品評會優等賞（大正 11 · 14 年） (3) 全國酒類調味食品品評會鑽石賞 (4) 全國酒類品評會優等賞（昭和 10 年）	1. 生產製程機具簡易，經營條件較無特色。 2. 日本東北大學教授廣井忠夫博士所輔導（與霧峰區農會酒莊師出同門）。 3. 霧峰區農會酒莊見習酒莊，霧峰區農會酒莊於 94 年間派 2 位釀酒師至該酒坊學習。	1. 結合觀光： 結合附近觀光景點如彌彥神社，每年吸引 1 萬 6 千多名觀光客參訪，其酒品也是彌彥神社供俸用酒。 2. 多樣的包裝： 將酒品區分為春夏秋冬四季適合飲用的酒品進行行銷並利用不同瓶裝吸引不同客戶層。 3. 將釀酒師(杜氏)名字於酒品上面標示，以吸引對該釀酒師信賴之

	(5) 全國清酒品評會優等賞(昭和 27 年)		民眾購買。 4. 得獎情形 (1) 2001 年 全國新酒評鑑會 金賞 (2) 2002 年 全國新酒評鑑會 金賞 (3) 2005 年 杜氏、青柳長市 黃綬褒章 (4) 2009 年 全國新酒評鑑會 金賞
銷售通路	1. 新潟縣內地酒專賣店及車站均可看到吉乃川酒品。 2. 網路販售。	1. 除在日本銷售外，並拓展外銷業務。 2. 網路銷售。	1. 產製酒品為彌彥神社供俸用酒，於彌彥神社附近商家均有販售情形。 2. 觀光客。 3. 網路販售。

(三) 販賣業經營管理

本次考察，在日本菸酒販賣，無論是大賣場、市場、車站等營業場所，其菸酒販賣管理機制有以下重點：

1. 營業場所販賣菸酒標示

日本菸酒販賣業採許可制，領有許可執照的業者會在商店外標示「酒」或「たばこ」告訴消費者該商店是許可販售菸、酒的商家。



2.賣場中酒品與飲料區塊之劃設與警語明顯標示

(1)含酒精性飲品酒品與一般飲品區隔

於大型超市賣場觀察，其販賣酒品會獨立自成一區，一般販賣商店酒品與飲料有明顯區隔，易於分辨酒精性飲料與一般飲料，消費者不易混淆。



(2)警語標示

販賣菸酒品區域隨處可見「お酒」酒品標示及「不得向未滿 20 歲民眾販售菸酒，購買菸酒應出示可以證明年齡之文件」警語。



3. 酒品標示規範

(1) 清酒標示規定

日本清酒標示詳細，對必要記載事項是基本資訊提供，倘個別酒質特色則在任意記載事項表現，亦有不得記載事項之規定，標示規定如下：

- A. 必要記載事項：包括原材料名稱、精米步合度、製造日期、保存飲用注意事項、進口酒原產國名稱及原料進口國名稱。
- B. 任意記載事項：包括原料米的品種名稱、清酒的產地名稱、貯藏年數、原酒、生酒、生貯藏酒、生一本、樽酒、得獎紀錄等。
- C. 另禁止於標示上使用表示最高級，如品質第一等類似用語。



(2) 低酒精度之發泡酒（酒精度 10 度以下）酒類標示

為迎合年輕族群喜好發展出低酒精度發泡酒的風潮，為免未成年人誤認為飲料，其瓶身明顯標示「お酒」標示以利識別。



4. 菸酒自動販賣機

(1) 菸品自動販賣機

配合菸害防制法，強調遠離菸害，永保健康，我國制度面朝向管制，以期降低吸菸人口，而日本採自動販賣機，方便吸菸者購買，其設計管理令人好奇。在日本以 TASPO（年齡辨識 IC 卡）驗證購買者年齡以防止未成年人透過自動販賣機輕易購買香菸，TASPO 上標示有讓渡貨與禁止、姓名、有效期限、會員番號等資料。日本菸品價格多介於 410 日圓至 440 日圓，約台幣 120 元，較我國為高。



(2) 酒品自動販賣機

自動販賣機多以販售啤酒等低酒精度飲料為主，街頭、車站、飯店內隨處可見。依規定設置販賣機需先經國稅局許可，販賣機上並應標示販賣時間、管理者責任及未成年、開車不得飲酒警語⁶。



⁶酒類小売業における酒類の表示に関する公正競争規約（昭和 55 年 4 月 3 日付公正取引委員会告示第 7 号）第 4 条（必要な表示事項）第 3 項

(四) 網路時代，日本開放以網路販賣酒品

電子商務具有低成本、快速交易、網路無國界等特性，我國為保護未成年人，規定不得以無法辨識年齡方式販賣酒品，日本未禁止以網路賣酒，本次考察 3 家酒莊均有網路販賣酒品機制，觀察其網站避免未成年人購買酒品是採年齡確認或會員制方式管理。

1. 吉乃川酒造

The screenshot shows a shopping cart interface. At the top, there's a banner for a free shipping campaign. Below it, the cart lists two items: a large bottle of YANOKEI Sake (720ml) with an alcohol content of 15% for ¥3,150, and a standard bottle (1800ml) for ¥1,694. Both items have quantity dropdowns and 'Change' and 'Delete' buttons. The total amount is displayed as ¥4,844. A note at the bottom says '※化粧箱が必要な方はこちら' (For those who need a gift box). At the bottom right, there are buttons for 'Check out' and 'Proceed to payment'.

2. 武藏野酒造

This form is part of a four-step process. Step 1: Card information. Step 2: Order information entry. Step 3: Delivery address. Step 4: Shipping method. The current step is Step 2. It includes fields for name (例: 武藏野 太郎 (漢字)), kanji/katakana (例: ムサシノ タロウ (全角カタカナ)), email (Eメール), and age (年齢). The age field is circled in red with the note: '歳 (※当店では20才未満の方へは販売いたしておりません)' (Age (※This store does not sell to minors under 20 years old)). There are also fields for delivery date (納入指定日) and time (希望時間).

3. 寶山酒造

The login page features a logo for 'Hōsan Sake'. It has a red circle around the 'ログイン' (Login) button. Below it, there's a section for '会員登録がお済みのお客様' (For registered members) with a note: 'お名前は、登録時に入力されたメールアドレスに登録されています。' (Your name is registered under the email address you provided). There are fields for 'メールアドレス' (Email address) and 'パスワード' (Password), both with placeholder text '例: パスワード' (Example: Password). The 'ログイン' button is highlighted with a red oval.

伍、心得

一、菸酒管理制度比較

我國菸酒管理主管機關在中央為財政部，在地方為各直轄市縣市政府財政局，而日本菸酒管理分立在兩個不同機關，菸為財務省，酒在國稅廳；我國廢除公賣制度後菸酒開放民間製造，目前菸品除台灣菸酒公司(原公賣局)外，另有英美菸草公司於苗栗設廠產製菸品，而日本為保障菸產業，由日本煙草產業株式會社獨佔生產；日本對販賣業採許可制，我國未對販賣業採許可制，對酒品製造二國均採許可制度；另日本對產製及販賣私菸私酒採較嚴厲之刑罰，我國在刑罰除罪化趨勢下於 93 年菸酒管理法修法時，除產製販賣對人體有重大危害劣酒維持刑罰外，其他產製私劣菸酒行為改採行政罰，茲將二國菸酒管理制度比較如下表：

表 5-1：我國與日本菸酒管理制度比較

項目	我國	日本
主管機關	中央：財政部國庫署。 地方：各直轄市縣市政府。	菸：財務省。 酒：國稅廳及所轄國稅局。
菸類的定義	指全部或部分以菸草或其代用品作為原料，製成可供吸用、嚼用、含用、聞用或以其他方式使用之製品。	菸草、菸葉、香菸製品。
酒的定義	酒精度 0.5%以上，分為 9 類。	酒精度 1%以上，分為 17 類，並訂有特定名稱酒品規範。
菸酒製造業是否需先經許可	許可制	菸：日本煙草產業株式會社獨佔。

		酒：許可制。
菸酒進口業是否需先經許可	許可制。	登錄制。
販賣業是否需先經許可	不需要。	許可制。
罰則	產製私菸、私酒者處 5 萬元以上 100 萬元以下罰鍰；販賣私菸私酒者，處 5 萬元以上 50 萬元以下罰鍰。	<p>1. 產製私菸者處 1 年以下有期徒刑或日圓 100 萬元以下罰金；未經錄而自行進口並販賣私菸者，處日圓 50 萬元以下罰金；未經登錄或許可，自行批發或零售私菸或未按財務省核准之零售價格販賣菸品者，處日圓 30 萬元以下罰金。</p> <p>2. 產製私酒者，處 5 年以下有期徒刑，日圓 50 萬元以下罰金。無許可而販賣酒類者處一年以下有期徒刑或日圓 20 萬元以下罰金。</p>
退場機制	無許可最低製造量及販賣能力管制之設計。	<p>1. 酒產製許可之申請人就各製造場所，應具備在獲得許可後一年內達到最低製造量（如附</p>

		<p>件一) 之能力。未達最低製造量之製酒業者，國稅廳即可依法撤銷其製酒業許可，使其退出市場。</p> <p>2. 酒販賣業者連續 2 年以上未販賣，得依職權撤銷許可。</p>
酒品認證評鑑制度	<p>1. 財政部優質酒類認證制度。</p> <p>2. 農委會酒莊評鑑制度。</p>	<p>1. 日本全國新酒評鑑會。</p> <p>2. 國稅廳辦理評鑑會，如關東信越國稅局酒類鑑評會。</p> <p>3. 地酒產地認證，由製酒業協會認證，如新潟地酒。</p>

二、菸酒銷售制度比較

日本菸酒販賣通路管道較我國開放，在日本可以採網路販賣、自動販賣機販售，日本並對菸採獨佔保障日本菸市場販賣且其菸價採申報核可制，故在市場看不到我國最大亂象「合法掩護非法」低價販售菸品違規行徑，茲比較如下表。

表 5-2 我國與日本菸酒銷售管理制度比較

項目	我國	日本
網路販售	菸：不可以 酒：不可以	菸：不可以 酒：可以
自動販賣機販售	菸：不可以	菸：可以，透過 TASPO 年

	酒：不可以	齡認定機制保障未成年 人 酒：可以
警語標示	<p>1. 菸：依菸害防制法規定應標示警語。</p> <p>2. 酒：廣告促銷須標示警語。</p>	<p>1. 菸：</p> <p>日本煙草產業株式會社、進口外國菸品業者應於販賣前，應於菸品上標示財務省規定，關於促使消費者注意健康之字樣。批發及零售業者不得任意變更或塗銷此一標示。同法第 40 條規定，香菸製品之廣告，應顧及防範未成年抽菸及抽菸對健康之影響。</p> <p>2. 酒：</p> <p>日本對酒類廣告促銷並無管制，由業者自律規範，依據日本 8 個酒類公會成立「飲酒相關聯絡協調會」訂定之「酒類廣告、宣傳及酒類容器表示之自主基準」酒品容器標示須提醒未成年人禁止飲用提醒飲酒</p>

		對健康影響，且為避免酒類與飲料誤認，須於容器上清楚標示「酒」字樣。
售價管理	菸酒均無規範	酒：無規範 菸：日本煙草產業株式會社或進口業者應於菸品離廠或進口前訂出批發價格或零售價格報請財務省許可。

三、酒品內容物管理比較

我國因小米酒是原住民特有酒文化，其生產原料小米產量不多，但市場中「小米酒」到處林立，引發監察院對主管機關管理酒內容物規範不足提出糾正，財政部於是於 101 年對小米酒內容物訂定查核規範，是項內容物管理規範與考察日本發現日本對清酒產品明文規定酒品名稱與內容物相當始可標示，其嚴謹規範值得我國借鏡，茲比較二國對於「特定名稱酒品」內容物管理如下：

表 5-3：酒品內容物管理比較

項目	我國小米酒	日本清酒
製酒原料規定	依使用原料區分為純小米酒及小米酒 1. 純小米酒： 酒品之製酒原料，除	「清酒製法品質表示基準」對清酒使用原料、精米步合度 ⁷ 、麵米使用割合及香味色澤條件均有嚴格

⁷精米步合度(精米度)：表示磨掉米的比率，如精米度為百分之 60，即表示磨掉百分之 40 的米之外層。米的外層含蛋白質、脂肪及維生素等雜質，過多的雜質會影響酒的香氣及口感，磨掉米表層雜質，以中心部分釀酒可使清酒具獨特香氣與滑潤口感。

	<p>酒麴外全為小米，且其酒麴用量未超過製酒原料之 20%（以重量計）者，方得標示為純小米酒或純釀小米酒。</p> <p>2. 小米酒 製酒時使用小米及其他穀類原料混釀，其小米用量不低於製酒原料之 50%（以重量計）者，方得標示為小米酒。</p>	<p>規定，並依精米步合度區分為以下 8 種（如附件二）：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 吟釀酒(60%以下) 2. 大吟釀酒(50%以下) 3. 純米酒(-)⁸ 4. 純米吟釀酒(60%以下) 5. 純米大吟釀酒(50%以下) 6. 特別純米酒(60%以下) 7. 本釀造酒(70%以下) 8. 特別本釀造酒(60%以下)
標示之規範	酒品之包裝容器與其外包裝之標示及說明書，應依上述規定辦理。	符合「清酒製法品質表示基準」規範始可以特定名稱標示。

四、霧峰區農會酒莊克服先天限制產製優質清酒

本次考察新潟縣三家酒莊，吉乃川酒造歷史悠久達 400 年以上，且為一機械化具產能產量的歷史與現代化融合的觀光酒廠，可作為本市大型酒廠借鏡，武藏野酒造雖為霧峰區農會見習酒莊，經比較霧峰區農會酒莊器具較為新穎，產製環境之衛生條件及產製動線均較武藏野酒造為佳。寶山酒造為一結合觀光小而美酒藏，酒莊典雅，具文化氣息，與霧峰區農會酒莊經營模式相仿，值得本市農村酒莊學習。

⁸純米酒的精米步合規定自 2005 年（平成 16 年）起取消。理由是市面上有許多「只使用米釀造的酒」，雖然精米不合未達 70% 的最低標準，但品質卻能夠和純米酒匹敵。因此繼續針對純米酒規定精米步合已經沒有意義，故而取消。

經比較霧峰區農會酒莊產製清酒先天條件不如日本酒莊。新潟縣最著名的米雖為越光米，但卻研發出更適合釀製清酒的「五百万石」及「越淡麗」酒米品種，相較霧峰農會採「益全香米」(台農七十一號)雖為優質食用米，卻未必是最適合釀酒米種；新潟有雪國之稱，冬季寒冷可去除不必要之雜菌適合釀酒，反觀霧峰農會須以控溫方式控制溫度；水質部分新潟天然天然的雪水為含礦物質低之軟水，適合清酒之釀造，霧峰區農會採用埔里的山泉水。

雖先天環境不如日本，但霧峰區農會對品質的要求、遠赴日本學習技術及積極研發創新，仍使霧峰清酒克服先天限制，產製出優質清酒。另霧峰區農會整合霧峰農業整體發展，結合休閒景點及教育園區等資源，並將教育、休閒、藝術融合一體，吸引消費者族群，帶動產業商機。

霧峰區農會產製清酒能獲得德國烈酒評鑑 (ISW)、法國國際酒類評鑑及農委會農村酒莊酒品評鑑肯定，甚至連日本建築大師伊東豐雄都讚賞有加，其保有日本清酒風味關鍵在該酒莊邀請日本釀造清酒博士廣井忠夫先生駐台傳授釀造技術，並安排釀酒師遠赴日本新潟酒鄉武藏野酒造實地見學，且由日本國藤井健治等數十位杜氏指導交流，養成了該酒莊的杜氏。

在日本杜氏負責釀酒、管理酒的製造過程。杜氏流派全日本約有 30 個，在釀造方法上都有微妙的不同，杜氏的專業度使其具有社會地位及公信力。除各酒廠培育訓練外，清酒學校扮演重要角色，新潟縣即設有新潟縣清酒學校培育優良的釀酒師。我國技職教育體系，尚無專業科系培育釀酒師，製酒需專業人才，為使我國製酒業長久發展，應可檢討從教育及釀酒師證照制度的建立著手，培育出優良的釀酒師。
(右圖：日本杜氏流派)



五、新潟縣酒公會的功能

新潟縣酒公會目前有 88 家會員，公會功能包括行銷（酒之陣）⁹、教育（新潟清酒學校）、產地認定、酒品試驗、清酒達人檢定及副產品研究開發，功能完整。

每年春季新潟縣酒公會辦理「酒之陣」，已經成為新潟縣結合觀光及酒產業的大型活動，每年參加民眾不斷增加，2011 年已達 8 萬人，顯見新潟清酒的魅力，台灣還有觀光團特別安排「酒之陣」旅遊行程。另為傳承酒造技術，新潟清酒學校擔負培育「越後杜氏」教育功能。新潟縣酒公會並負責新潟清酒產地認定，公會網站除清楚標示公會功能外並介紹各會員酒品，值得參考。

The screenshot displays five sections of the Niigata Sake Association website:

- 新潟酒之陣** (Niigata Sake Festival): Describes it as a 2-day event where over 90 sake breweries from Niigata Prefecture gather to showcase their unique sake.
- 新潟清酒学校** (Niigata Sake School): Explains its mission to address the lack of successors in the industry since 1984, and highlights its role as the only sake school in the world.
- 新潟県醸造試験場** (Niigata Sake Production Research Field): Details its focus on improving sake quality, equipment, and raw materials.
- 新潟清酒产地呼称协会認定** (Niigata Sake Production Quality Association Certification): Outlines the criteria for certification, including water, rice, brewing methods, and quality management.
- 新潟清酒達人検定** (Niigata Sake Enthusiast Examination): Encourages tasting and enjoyment while evaluating the quality of Niigata sake.

六、酒品評鑑制度

本次參訪酒莊產製清酒多次獲得號稱清酒奧斯卡獎的「日本全國新酒評鑑」。酒莊獲得評鑑獎項，是對酒品一種肯定與酒質保證，吸引酒莊積極參與爭取佳績，值得參考。

⁹ “新潟酒之陣”已經成為了每年都舉行的固定年度活動，是充滿精彩看點與無盡回味的 2 天！新潟縣內約 90 家著名清酒廠家將攜帶自己引以為傲的清酒彙聚一堂。只要購買試飲券（當天購買 2,500 日元、提前購買 2,000 日元，1 日有效）即可暢飲超過 500 種的新潟清酒。“新潟清酒”及與其堪稱絕配的“新潟美食”（資料來源：新潟縣觀光指南）。

日本全國新酒評鑑自 1911 年起由日本「國立酒類綜合研究所」及「日本酒造組合中央會」主辦，審查委員為清酒製造者、地方公立釀造技術指導機關人員、國稅廳鑑定人員及酒類綜合研究所人員。參加全國新酒評鑑會酒莊均有一定的吟釀酒釀造實力。

評鑑會是為了提升日本酒的製造技術及品質，鼓勵全國酒藏精進向上的一場重要年度比賽，每年均利用日本清酒的酒造期 10 月至次年春天，各參賽者初春新酒上槽(榨酒)即會參加 4 月的預審及 5 月的決審，5 月底酒類綜合研究所公佈入賞及金賞後一週內在廣島舉行釀造者的製造技術研究會；6 月則在東京舉辦以一般民眾為對象的公開品酒會。

七、日本菸品及酒品自動販賣機

我國為避免未成年人輕易購買到菸酒，保障其身心健康，於菸酒管理法第 31 條規定禁止以自動販賣機及無法辨識年齡方式販售菸酒，惟在日本街頭、商店、超市或飯店內卻隨處可見菸品或酒品自動販賣機，其如何保障未成年人機制，經實地瞭解，對自動販賣機的管理，酒品與菸品採取不同管制強度。

1. 就酒品部分因多販賣低酒精度之啤酒及發泡酒，僅於自動販賣機上標示警語，並無年齡控管機制。
2. 菸品部分，為防止青少年透過自動販賣機購買菸品，2008 年 7 月起強制菸品自動販賣機需設置成人辨識功能，並由「日本香煙協會」以發行菸品護照－TASPO 方式作為辨識購買者年齡方式，以自動販賣機賣菸方式看似使菸品的取得更為容易，惟透過菸品護照的控管機制似較有效率，且更能達管制目的。

八、日本網路購物商機

日本同意可採網路方式販賣酒品，但欲從事網路販賣酒品業者，必

須先向當地國稅局申請許可，是項許可管理機制除源頭管理外，符合因應網路時代來臨，為業者提供發展契機，但落實不得販賣予未成年保護機制，仍需靠業者自律，上開做法既符合消費趨勢，又可開拓商機並達管理目的，我國應有檢討開放之空間。

陸、建議：

本次考察主要參訪日本酒莊作為本市製酒業輔導參考，考察日本菸酒管理制度作為建議中央研修菸酒管理法及本市菸酒業管理參考，茲據考察結果提出「提升臺中好酒」及「健全菸酒市場」建議，分述如下：

一、提升臺中好酒

本市物產豐富，后里外埔地區菸酒專賣時期為公賣局之契作葡萄農戶，霧峰區、大安區有優質的稻米，東勢地區盛產水果，本市擁有得天独厚品質優良的釀酒原料，在業者競相投入下，本市現有 51 家製酒業者為全國最多，透過業者用心經營，本市業者通過財政部優質酒類認證酒品品項及通過農委會農村酒莊評鑑及酒品評鑑之數量亦為全國第一，如何使本市業者永續經營，不斷提升，參考日本酒莊經營情形，建議可以加強以下面向：

（一）結合觀光行銷，推動在地美酒

酒市場開放後，市場中除國產酒外尚有進口酒競爭，市場競爭採「紅海策略」削價競爭手法，無法將酒品品質向上提升，以「小而美」採在地特色結合觀光行銷，較有發展空間。

本次參訪日本寶山酒坊，雖為一小型酒莊，結合彌彥神社觀光資源，並將酒品結合祭祀，成為當地觀光旅遊重要景點。作為一個多元文化內涵的直轄市，酒莊文化是臺中市所不可或缺，本市農村酒莊及部分製酒工廠具有觀光價值，建議可以成為本市觀光重點行程之一，透過觀光旅遊局整體行銷吸引國內外遊客到酒莊參觀品酩，增加優質酒品能見度，帶動地方觀光效益，創造酒莊經濟。另因應自由行旅客逐年增加，亦可與飯店業者合作安排酒莊套裝遊程。

本市后里、外埔地區生產的釀酒葡萄，多為公賣局契作農戶品質優良、霧峰地區香米、大甲地區的芋頭、東勢地區盛產的水果，利用上開

在地原料，產製在地特色酒品，如外埔樹生酒莊、后里松鶴酒莊的葡萄酒，霧峰區農會酒莊清酒、大安區農會酒莊的芋酒、東勢區石圍牆酒莊的梅酒，都是採用具有在地特色的原料所產製出的「地酒」。應可參考日本地酒認定機制（參附件四，新潟清酒產地證明標章核發原則），由農會或公會申請商標法產地證明標章¹⁰提升酒品附加價值，開拓國內外市場知名度與商機。

（二）辦理全國性酒品評鑑，提升國產酒品質

現行我國政府舉辦酒品評鑑制度可以分為財政部優質酒類認證酒品評鑑、農委會農村酒莊酒品評鑑及縣市政府辦理酒品評鑑，其評鑑範圍均侷限於特定酒品，財政部優質酒類認證酒品評鑑，以通過優質酒類認證酒品為評鑑對象，農委會農村酒莊酒品評鑑以其輔導之農村酒莊酒品為對象，縣市以當地業者為對象，使評鑑結果對民眾不具信服力，又因缺乏行銷對得獎業者銷售亦無實質幫助。相較於日本全國新酒評鑑會等國際間歷史悠久評鑑制度，得獎酒品無論對業者商譽提升及酒品銷售均有助益，我國應建立可以代表我國優質酒品的評鑑比賽制度，鼓勵業者提升品質並協助我國酒品可以走出臺灣，行銷國際。建議朝下列方向強化我國評鑑制度：

1. 財政部積極推動並行銷優質酒類認證制度，使消費者認識、支持認證制度，製酒業者將更積極參與認證制度，透過此一良性循環，國產酒品質將不斷提升，至目前為止僅 40 家廠商之 219 項產品通過認證，不具規模，仍有努力空間。
2. 提升全國性酒品評鑑能見度及公信力：以通過優質酒類認證酒品為評鑑對象，參加評鑑酒品得獎後，應積極協助業者辦理行銷。可參考日本新酒評鑑會於評鑑完成後辦理製造技術研究會及以一般民眾或經銷商為對象的公開品酒會，將可提升評鑑能見度及公信力。

¹⁰商標法有關產地證明標章係用以證明商品或服務之產地，且該地理區域之商品或服務應具有特定品質、聲譽或其他特性，故商品或服務所具備之該等特性與地理環境間須具有關連性。

（三）健全公會組織，公私協力提升酒產業

日本酒公會發展健全，該國國內較著名酒精性飲料專業團體如下，日本酒造組合中央會（日本造酒公會中央會）、日本蒸留酒酒造組合（日本蒸餾酒工會）、ビール酒造組合（啤酒工會）、全國小壳酒販組合中央會（全國小賣酒販工會中央會）、社團法人アルコール健康医学協會（社團法人酒精健康科醫學協會）、財團法人日本容器包裝リサイクル協會（財團法人日本容器包裝再利用協會）、日本ワイナリー協會（日本葡萄酒協會）。本次參訪新潟縣之酒公會其功能即包含行銷（酒之陣）、教育（新潟清酒學校）、產地認定、酒品試驗、清酒達人檢定及副產品研究開發。

本市以製酒業組成的「台中直轄市酒類商業同業公會」，以功能性而言，與新潟縣酒公會相距甚遠，規模不大、凝聚力不高，主因為本市製酒業多為小酒廠，建議可以新潟縣酒公會功能為目標，近程由政府與公會協力協助廠商提升製酒能力及銷售能力，中程可以朝產地標示認定，提升臺中好酒附加價值努力，長程可與研究機關合作，研發新麴菌、新酒品及培育在地釀酒人才。



二、健全菸酒市場

（一）建立菸酒業者退場機制

菸酒市場開放以來，凡欲從事菸酒製造業、進口業，需向財政部申請許可執照，因菸酒管理政策採許可從寬，以致業者參差不齊，增加管理的困難。業者退場機制建議如下：

1. 年產量未達一定數量予以撤照，解決取得許可執照不生產問題

現行制度雖業者每年須繳交許可年費，股份有限公司依實收資本額萬

分之 5 計收，不得低於 2 萬元或高於 50 萬元，非股份有限公司固定為 2 萬元，雖已使許可業者每年需增加固定成本，對取得執照不生產，或生產量極低之業者有一定寓禁於徵效果，惟仍有業者為保有該許可執照，縱無生產情形仍不願繳銷執照，增加管理上之困擾，究其原因該類業者多為早期申請場地規模小之業者，繳銷執照後如欲再申請，依現行工廠管理輔導法恐無法再取得許可執照，建議可以參考日本機制對於未達一定產量業者即予以撤照，以使管理更有效率。

2. 酒廠評鑑機制：為加強製程管理提升生產技術及國產酒品質，並達對酒廠實質輔導管理目的，建議財政部由專家學者組成評鑑委員會對酒廠每 3 年進行 1 次評鑑，不符規定者，積極輔導改善，經輔導後仍不符規定者，建立退場機制，使我國製酒產業向上提升。
3. 菸酒進口業收取許可年費，並對一定期間無進口量業者廢止許可，且於一定期間內不得再申請以使管理更有效率。

（二）菸酒販賣業採登記制

我國目前對菸酒批發零售商採自由放任制度，可以在專賣店、便利商店、檳榔攤、夜市、跳蚤市場隨處購買的到，由於銷售管道無限制，提供不法集團有機可乘，菸品以少量進口、大量走私，使低價逃漏稅菸品充斥於市面，因包裝均與合法進口菸品相同，使管理機關查緝困難；另外酒品部分有於風景區販售私酒及於市場販賣酒精度不實之低價酒品情形。為解決市場亂象，我國菸酒販賣業實有必要採登記制管理。建議如下：

1. 菸酒販賣採登記制，建置完整菸酒產銷管理機制：

我國菸酒管理制度對菸酒製造及進口業採許可制，菸、酒販賣業則未從源頭管制，將菸酒販賣業採登記制管理，可使產銷流向容易掌握，健全菸酒市場。

2. 建議菸酒販賣者須有營業登記且非屬小規模營業人始可辦理登記販賣菸酒，以使菸酒販賣業者須達一定規模，且銷貨時均須開立發票，以利勾稽管理，達減少私菸酒充斥市面之目的，地方政府亦較有能力管理。另建議參考日本立法例，對酒類製造者在其經許可之製造場所販賣其經許可製造酒類同一種類之酒類及酒廊、料理店或其他純供人在其自營場所飲酒之業者，可例外免申請販賣業許可。
3. 已登記菸酒販賣業者建議應核發標章或規定應有明顯足資民眾識別圖文字樣以利民眾識別，另業者如有違規情形，應有註銷登記之退場機制。

（三）開放網路販賣酒品，臺中好酒走出去

本市酒製造業者多屬中小型企業，較無能力負擔上架費、廣告行銷費用，酒品銷售以傳統商店、喜宴需求及觀光客為主，消費者不易自市場購得，酒品知名度自不易提升，電子商務具有低成本、快速交易、網路無國界等特性，無疑是最適合的交易平台。

行政院經濟建設發展委員會 99 年提出華文電子商務行動發展計畫，期望推動 B2C 及 C2C 電子商務成長，其中亦將酒品納入討論，惟因受限菸酒管理法第 31 條規定：「酒之販賣，不得以自動販賣機、郵購、電子購物或其他無法辨識購買者年齡等方式為之」之法令限制，仍無法將酒品納入。受邀參加討論之酒產業代表均表示希望能鬆綁法令，並表示將嚴格控管年齡問題（本府因轄內酒莊眾多，100 年時曾受邀參加討論）。

日本對網路賣酒採開放政策，並積極管理採申請許可制，另於「防止未成年人飲酒自主基準大綱」中規範網路業者須請消費者填寫表格註記其出生年月日並傳真其駕照加以確認，業者並自主管理訂立自律性規定，其管理機制應屬可行。

建議開放網路賣酒，運作方式參考日本，業者欲從事網路販賣酒品

應先辦理許可登記，並提報網路認定年齡方式，經主管機關確認其方式可行後，核准其可以網路販賣酒品。

（四）建立釀酒師證照制度

我國 91 年開放酒品製造，有心想加入製酒行列者，紛紛至學校參加釀酒課程，至今因無市場，學校已無相關課程，隨酒廠不斷發展，需要更專業製酒人才以增進酒品品質及創新酒品風味。

日本有清酒學校專業培育釀酒師，我國對釀酒師制度尚未建立，惟人力市場對於該類人才卻有需求，建議將釀酒師納入全國技術士技能檢定考試職類，除可引導技職體系學校教學，專業的釀酒師可以提升產製安全衛生酒品，對我國酒業發展應有長遠正向的助益。

柒、附件：

一、日本酒分類、定義、酒稅及最低生產量規定

酒品種類	細目	定義	酒稅	每年最低製造量 (公升)
發泡性酒類	啤酒	以麥芽香草水為原料發酵而成之酒精類飲料	基本稅率: 220,000 日圓 特別稅率: 發泡酒(麥芽比率 25% 以上 50% 未 滿):178,125 日圓	6000
	發泡酒	以麥芽或麥為部分原料製成之帶氣泡酒精類飲品，酒精之含量少於 20%	發泡酒(麥芽比率 25% 未):134,250 日圓	6000
釀造酒類	清酒	以米、麵米、水為原料發酵而成 酒精性飲品，而酒精 脂含量少於 22% 以以米、麵米、水、 酒粕及日本法定之 釀造物為原料發酵 而成 酒精性飲 品，而酒精含量少 於 22%	基本稅率: 140,000 日圓 特別稅率: 清酒: 120,000 日圓 果實酒: 80,000 日圓	6000
	水果酒	以水果或水果及水		6000

		為主要原料，或添加糖類加以發酵製成之酒類		
	其他釀造酒	以穀類及糖類為原料惟原料發酵而成，酒精成分少於20%。		6000
蒸餾酒類	連續式蒸餾燒酎	以連續式蒸餾機蒸餾而成酒精性飲品，酒精度低於36%。	基本稅率： 200,000 日圓(21度未滿)超過20度 每增加1度增加	6000
	單式蒸餾燒酎	以連續式蒸餾機以外蒸餾機蒸餾而成酒精性飲品，酒精度低於45%。	10,000 日圓 特別稅率： 威士忌、白蘭地、烈酒未滿37度	6000
	威士忌	以穀類及水糖化後發酵，經蒸餾並置於橡木桶熟成之酒精飲料。	370,000 日圓 未滿37度依基本稅率。	6000
	白蘭地	以果實及水糖化後發酵，經蒸餾並置於橡木桶熟成之酒精飲料。		6000
	原料用酒精	以含酒精之原液蒸餾而成，一般酒精之含量多於45%。		6000

	烈酒	高濃度蒸餾酒如伏特加。		6000
混成酒類	合成清酒	以酒精燒酎清酒糖類及日本法定之釀造物為原料發酵而成酒精性飲品。	基本稅率： 220,000 日圓(21 度未滿)超過 20 度 每增加 1 度增加	6000
	味淋	以米、麵米、酒精、燒酎及日本法定之釀造物所產生之酒精類產品。	11,000 日圓。	100000
	甘味果實酒	以果實及糖類浸漬後再加以其他蒸餾酒類混合而成。		6000
	利口酒	以酒類及糖類惟原料，如水果甜酒		6000
	粉末酒	一種帶酒精成分之粉末，可溶解於清水之中。		6000
	雜酒	其他酒類。		6000

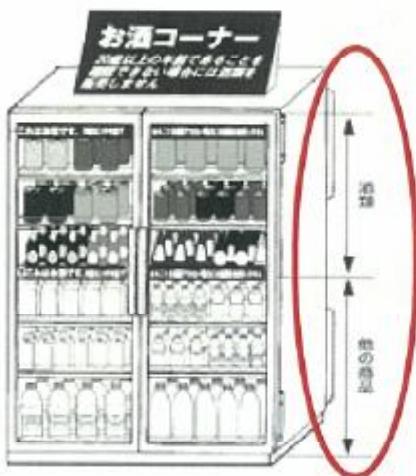
二、「清酒の製法品質表示基準」

特定名称	使用原料	精米歩合	こうじ米 使用割合 (新設)	香味等の要件
吟醸酒(ぎんじょう しゅ)	米・米こうじ、 醸造アルコール	60%以下	15%以上	吟醸造り、固有の香 味、色沢が良好
大吟醸酒(だいぎん じょうしゅ)	米・米こうじ、 醸造アルコール	50%以下	15%以上	吟醸造り、固有の香 味、色沢が特に良好
純米酒(じゅんまい しゅ)	米・米こうじ	一	15%以上	香味、色沢が良好
純米吟醸酒(じゅん まいぎんじょうし ゅ)	米・米こうじ	60%以下	15%以上	吟醸造り、固有の香 味、色沢が良好
純米大吟醸酒(じゅ んまいだいぎんじ ょうしゅ)	米・米こうじ	50%以下	15%以上	吟醸造り、固有の香 味、色沢が特に良好
特別純米酒(とくべ つじゅんまいしゅ)	米・米こうじ	60%以下又は特別 な製造方法(要説明 表示)	15%以上	香味、色沢が特に良好
本醸造酒(ほんじょ うぞうしゅ)	米・米こうじ、 醸造アルコール	70%以下	15%以上	香味、色沢が良好

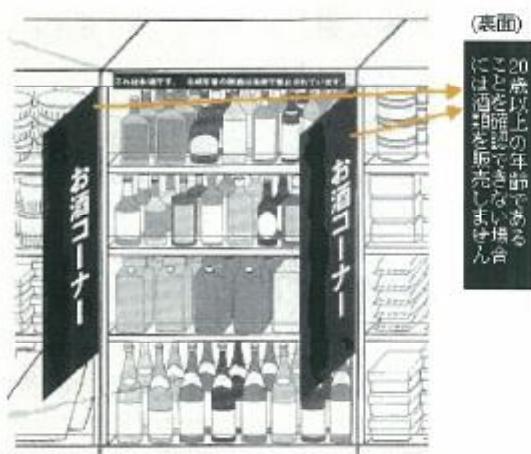
特別本醸造酒(とく べつほんじょうぞ うしゅ)	米、米こうじ、 醸造アルコール	60%以下又は特別 な製造方法(要説明 表示)	15%以上	香味・色沢が特に良好
-------------------------------	--------------------	-------------------------------	-------	------------

三、日本酒品陳列及警語標示方式

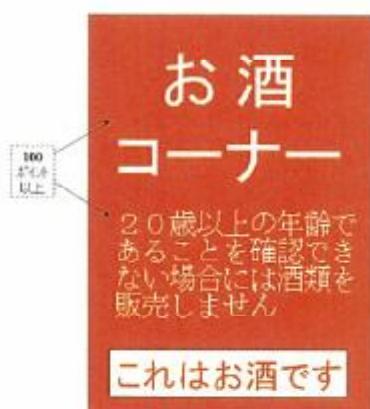
(一) 酒類與其他非酒精性飲料分開放置



(二) 標示警語位置



(三) 警語內容



四、新潟清酒核發產地證明標章基準

米

原料は、すべて新潟県産米



地

醸造地も新潟



水

仕込水も新潟



質

精米歩合60%以下の特定名称酒



技

品質管理委員会で認められたもの



五、考察紀實

本次考察團成員多為本市一級首長，除考察菸酒業務外，首長亦關心其所職掌業務，僅將本次活動相關照片依不同類別臚列如下，以照片呈現本次考察風貌。

一、酒莊照片

吉乃川酒造株式会社



有歷史的酒莊



酒莊解說員專業講解



極具特色的品酩室-瓢亭



酒品展售處



自動化廠房，榮獲 ISO14001 認證



廠房衛生寬敞明亮



參觀路線與廠房分開



考察人員於吉乃川株式會社合影

武藏野酒造株式会社



小林社長解說清酒製造過程



考察團成員專心聆聽講解



特殊的發酵槽



廠房

寶山酒造株式会社



寶山酒造合影



解說人員介紹寶山酒品特色





解說與聆聽



致贈台中名產-梨山茶

二、販賣業照片



入境我國菸酒限量告示牌



考察果國免稅商店菸酒販賣情形



解說日本菸品自動販賣機機制



日本菸品自動販賣機



酒販賣專區



酒品販賣架上有明顯警語標示



酒品販賣架上有明顯警語標示



酒品販賣架上有明顯警語標示



酒品販賣架上有明顯警語標示



低酒精度飲料上有明顯酒標示，不致誤認為一般飲料



進口酒品販賣區



進口酒品販賣區



酒販賣業標示有酒標誌



酒販賣業標示有酒標誌



越後地酒專賣店



越後地酒專賣店



彌彦神社附近商店，販賣專供祭祀
御神酒



市場附近販賣業



新潟地酒十選



警語



平面雜誌介紹酒品無須加註警語





展場中新潟地酒展售情形



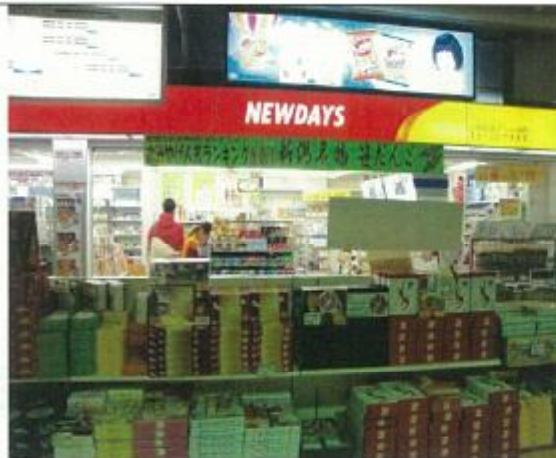
標榜酒品五大特色米水地質技，並宅配到家



用報紙包裝的特色酒品



新潟限定酒



新潟高鐵站販售新潟特產





新潟高鐵站商店
菸品置於收銀檯後方



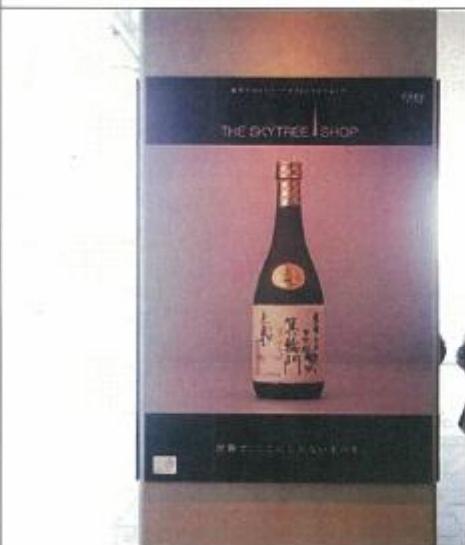
新潟高鐵站販售當地酒品



新宿區販賣業



飯店內販賣各種酒品



酒品廣告



酒專賣店標榜免費宅配



便利商店販售清楚標示販賣菸酒



酒與一般飲料區隔



菸品排列方式與我國相似



購買菸酒須出示年齡證明文件



善用人行道標示警語



日本的全家便利商店

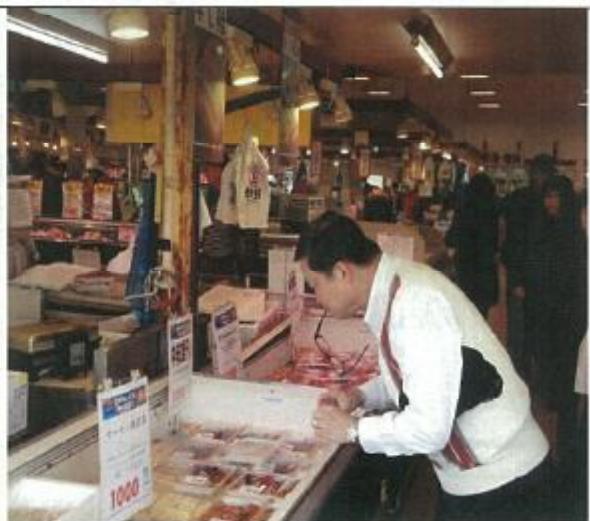
三、其他照片

1. 與經濟發展相關：市場、晴空塔

市場



海鮮市場



市場販賣情形

晴空塔（skytree）



晴空塔合影



晴空塔上參觀人潮

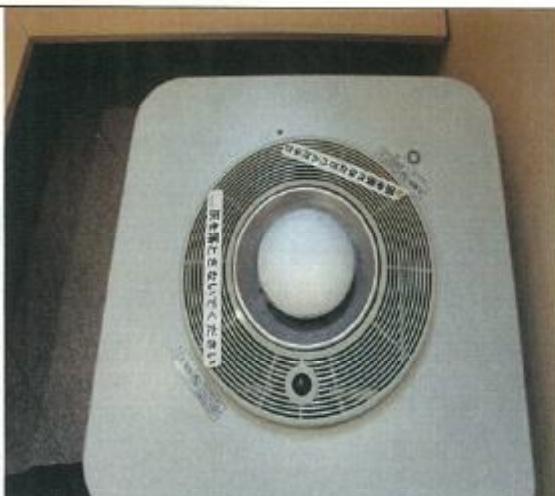
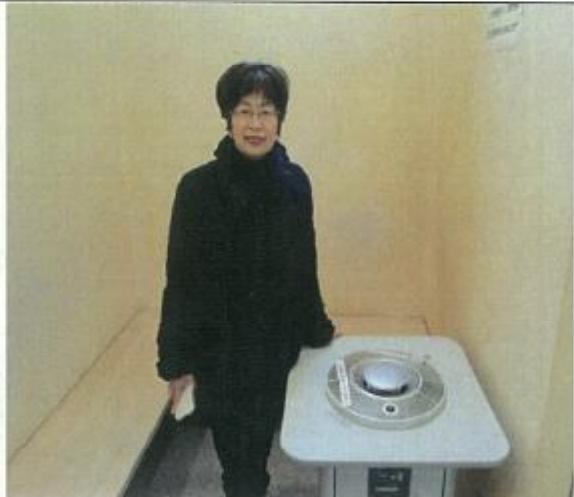
2. 與農業相關： 小千谷錦鯉之鄉



新潟蘭展



3. 與衛生相關： 吸菸室



4. 與消費者保護相關：市場販賣產品標示



5. 與稅捐相關 - 販賣場所

