

Research

台湾のアルコール飲料市場に関する 調査レポート

2025.3.

公益財団法人日本台湾交流協会

目次

第1章、台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析	ページ
①アルコール飲料の輸入動向	7
②アルコール飲料の流通量	16
③品目別の市場情報	20
第2章、台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き	
①定義	35
②共通規制	36
③輸入に関する規制、手続き	42
④販売に関する規制	47
⑤生産に関する規制、手続き	48
第3章、台湾におけるアルコール飲料の市場動向	
①輸入品の流通について	51
②台湾産酒類の流通について	53
③販売価格	57
④外国企業の進出、投資形態	60
⑤台湾消費者の嗜好の特徴	63
⑥現地事業者の声	68
⑦台湾のアルコール飲料関連イベント	72
別紙	
①台湾のアルコール事業に関する法規制・管轄機関のリンク	73
②輸入酒類の規制物質及び許容基準	74
③酒類の酒税	75
④酒類の関税	76

図目次

図のタイトル	ページ
図0-1 対象品目のHS Code(CGC Code)	5
図1-1 アルコール飲料全体輸入額・量10年間の推移	7
図1-2 全体輸入額(品目別3年間)	8
図1-3 全体輸入量(品目別3年間)	9
図1-4 全体輸入額(国・地域別3年間)	10
図1-5 全体輸入量(国・地域別3年間)	11
図1-6 品目別輸入量の割合(主要国・地域別 2022～2024)	12
図1-7 主要国・地域別輸入量の割合(品目別 2022～2024)	13
図1-8 日本から台湾への輸出額の推移	14
図1-9 日本から台湾への輸出量の推移	15
図1-10 ビール流通量の推移	17
図1-11 ウィスキー流通量の推移	18
図1-12 ワイン流通量の推移	19
図1-13 品目別の輸入金額10年間推移	20
図1-14 品目別の輸入量10年間推移	21
図1-15 ビールの輸入上位5カ国の輸入額(2022～2024)	23
図1-16 ビールの輸入上位5カ国の輸入量(2022～2024)	23
図1-17 ワインの輸入上位5カ国の輸入額(2022～2024)	24
図1-18 ワインの輸入上位5カ国の輸入量(2022～2024)	24
図1-19 清酒の輸入上位2カ国の輸入額(2022～2024)	25
図1-20 清酒の輸入上位2カ国の輸入量(2022～2024)	25
図1-21 ウィスキーの輸入上位5カ国の輸入額(2022～2024)	26
図1-22 ウィスキーの輸入上位5カ国の輸入量(2022～2024)	26
図1-23 焼酎の輸入上位3カ国の輸入額(2022～2024)	27

図のタイトル	ページ
図1-24 焼酎の輸入上位3カ国の輸入量(2022～2024)	27
図1-25 ジンの輸入上位5カ国の輸入額(2022～2024)	28
図1-26 ジンの輸入上位5カ国の輸入量(2022～2024)	28
図1-27 10度以上の再製酒・リキュールの輸入上位5カ国の輸入額(2022～2024)	29
図1-28 10度以上の再製酒・リキュールの輸入上位5カ国の輸入量(2022～2024)	29
図1-29 2024年 国・地域別輸入量の割合(1)	30
図1-30 2024年 国・地域別輸入量の割合(2)	31
図2-1 表示ラベルの例	36
図2-2 栄養表示の例	37
図2-3 有機酒類表示の例	38
図2-4 酒類輸入業許可証の申請の流れ、必要な書類	42
図2-5 輸入通関の流れ	43
図2-6 有機農産品輸入業者の登録手続き	46
図2-7 酒類製造業許可証の申請の流れ、必要な書類	48
図3-1 日本から台湾への輸入ルート	51
図3-2 輸入品目の流通ルート	52
図3-3 台湾産酒類の台湾向け販売量	54
図3-4 台湾産酒類の台湾向け販売額	55
図3-5 飲酒習慣のある人の割合(年齢×性別)	63
図3-6 最後にお酒を飲んだ時期(年齢別)	64
図3-7 最後にお酒を飲んだ時期(月収別)	64
図3-8 飲酒頻度	65
図3-9 ラベルに署名を入れる例	70

表目次

表のタイトル	ページ
表0-1 台湾の再製酒と利口酒の関税一覧表	6
表1-1 台湾品と輸入品の2015年と2024年の流通量構成比比較	16
表1-2 品目別輸入量上位5位国・地域(2022～2024)	22
表1-3 一人あたりの輸入情報の国・地域別比較:比較対象の人口情報	32
表1-4 一人あたりの輸入額の国・地域別比較	33
表1-5 一人あたりの輸入量の国・地域別比較	34
表2-1 台湾のアルコール事業に関する許認可・法規制・管轄機関の一覧	35
表2-2 ラベルに表示必須項目	36
表2-3 ラベルの表示項目の内容	37
表2-4 有機酒類のラベルの表示項目の内容	38
表2-5 対象品目別規制物質及び許容基準	40
表2-6 対象品目別税金一覧表	41
表2-7 輸入時の検査(1)	44
表2-8 輸入時の検査(2)	45
表2-9 有機酒類の輸入に関する審査規制	46
表2-10 酒類販売に関わる営業項目	47
表2-11 酒類販売場所に関する規制	47
表2-12 酒類製造事業者のメーカー登録・製品登録に必要な書類と所要日数	49
表2-13 製造事業者に関する規制	50
表3-1 販売チャネル別の価格帯一覧(台湾元)	58

表のタイトル	ページ
表3-2 販売チャネル別の価格帯一覧(日本円に換算)	59
表3-3 外国企業の台湾酒類市場への参入形態	60
表3-4 台湾消費者の嗜好の特徴(全体、年代・性別別)	66
表3-5 台湾消費者の嗜好の特徴(シチュエーション別)	67
表3-6 外国企業の台湾酒類市場への参入形態	68
表3-7 各品目の市場状況	69
表3-8 現地事業者の声:よく問題になる規制、現在の市場における課題について	70
表3-9 現地事業者の声:未来動向・戦略について	71
表3-10 台湾のアルコール飲料関連イベント(一部のみ)	72
別紙-1 台湾のアルコール事業に関する法規制・管轄機関のリンク	73
別紙-2 輸入酒類の規制物質及び許容基準	74
別紙-3 酒類の酒税	75
別紙-4 酒類別関税(1)	76
別紙-5 酒類別関税(2)	76
別紙-6 酒類別関税(3)	77
別紙-7 酒類別関税(4)	77

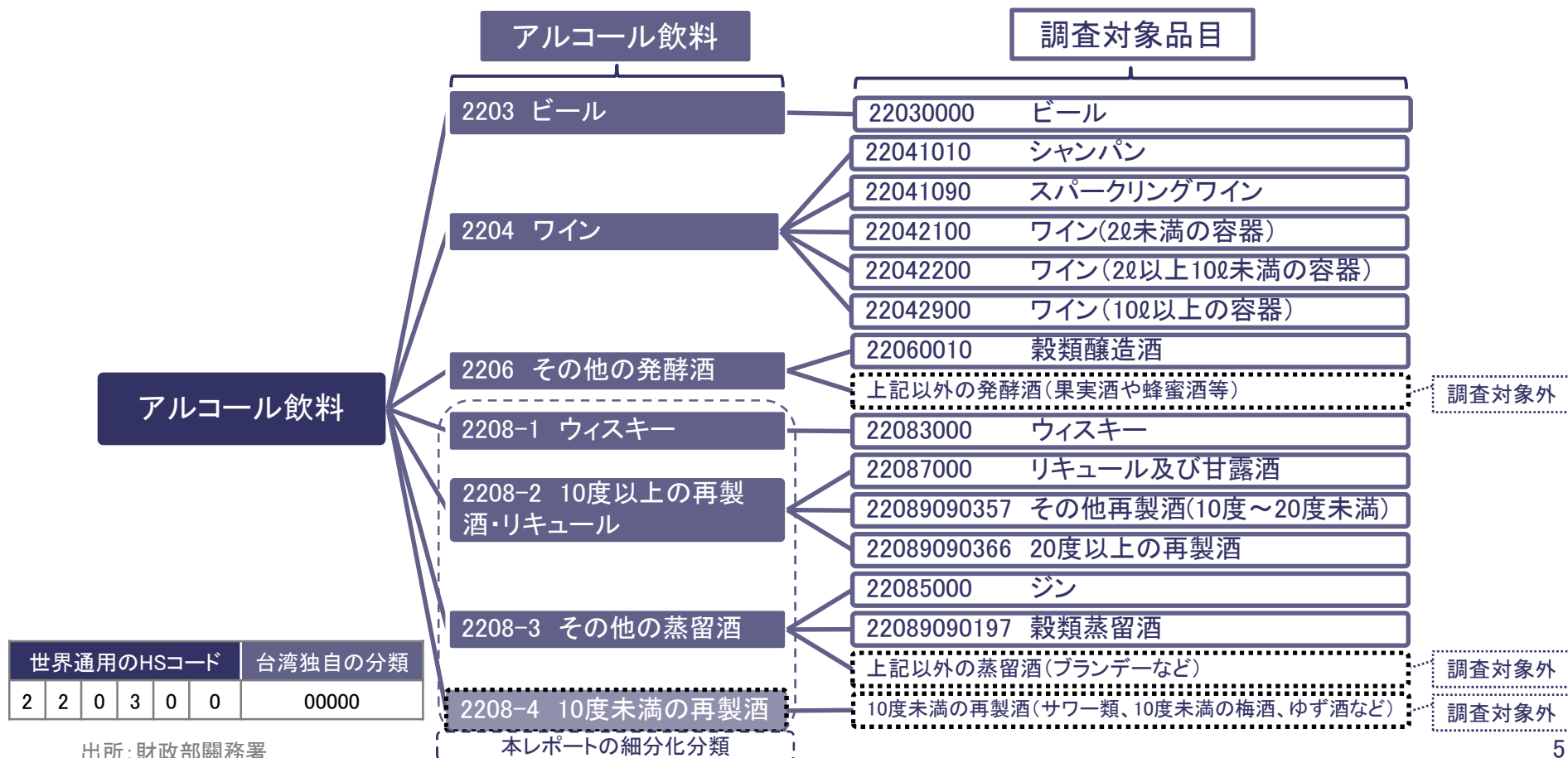
定義：品目の定義

本レポートで定義する「アルコール飲料」と「調査対象品目」は以下のHSコード(関税番号)で分類している。

HSコードとは、貿易品目を世界共通の4桁の数字で表し、21の「部」(Section)に分類するシステム。なお、台湾ではCCCコードと呼び、11桁のコードを利用して貨物を分類する。前半6桁はHSコードと同様で、後半5桁は台湾独自の分類統計。

なお、2208の範囲が広いいため、ウィスキーやリキュールなどの主要品目のデータをより詳細に示すために、本レポートでは2208を以下の表の通り、4つの分類に細分化する。

図0-1 対象品目のHS Code(CCC Code)



定義：台湾でのリキュールの定義について

台湾と日本におけるリキュールの定義には相違がある。台湾の「タバコ酒管理法（中国語：菸酒管理法）」によると、リキュールは「再製酒」の一種とされている。一方、税関での分類では、基酒の種類、アルコール度数、製造方法に基づき区分される。分類基準の詳細は以下の表にまとめた。なお、日本で一般的にリキュールと分類されるものの多くは、台湾では再製酒に分類される。

- ・ 蒸留酒ベースの場合：アルコール度数により区分される
- ・ 醸造酒ベースの場合：台湾の税関分類ではほぼ「醸造酒類」に分類され、関税率は20%となる

表0-1 台湾の再製酒と利口酒の関税一覧表

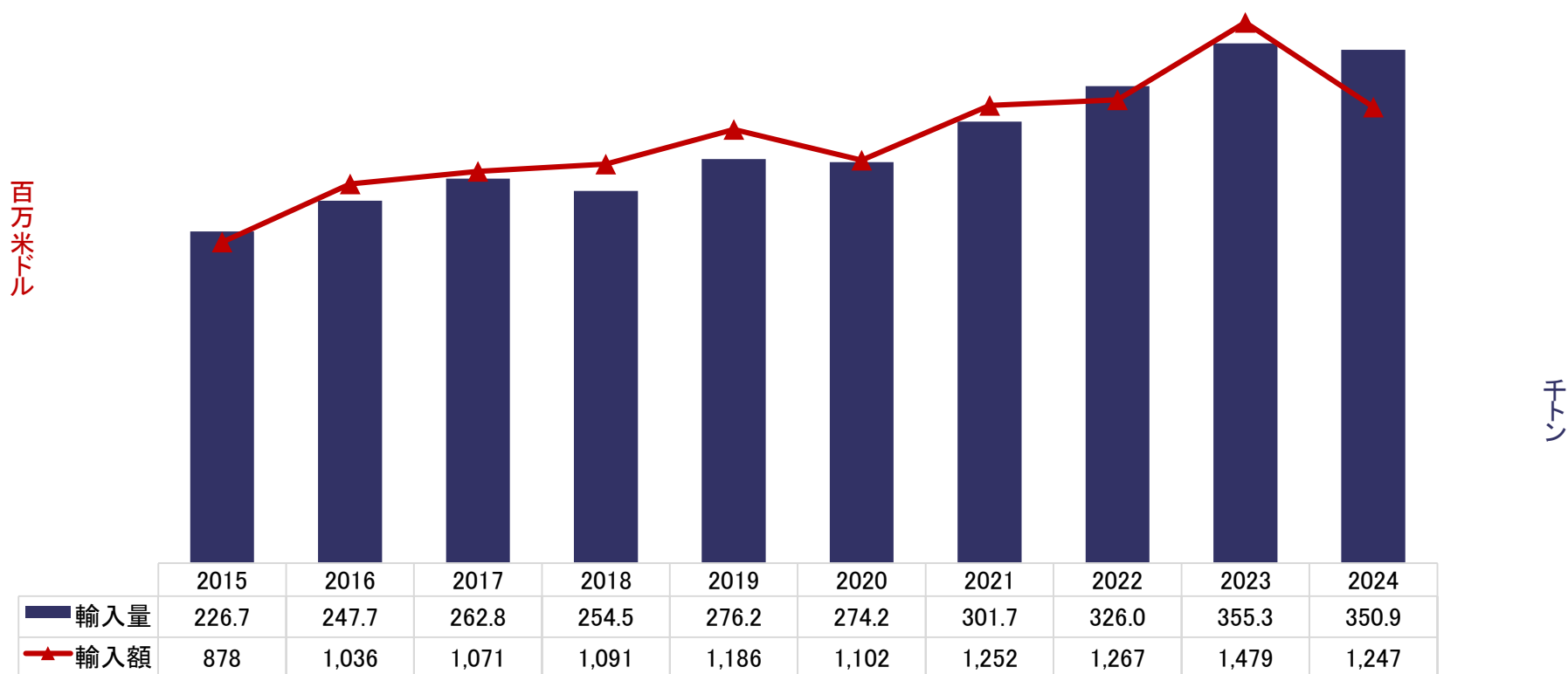
酒類区分 ベース	再製酒			利口酒(リキュール)
	10度未満	10度～20度未満	20度以上	15度以上
蒸留酒ベース	22089070002 (0%)	22089090357 (40%)	22089090366 (40%)	22087000 (0%)
醸造酒ベース	22060090009 (アルコール度数問わず20%)			該当なし

1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

①アルコール飲料の輸入動向：全体輸入額・量10年間の推移

本グラフは、台湾のアルコール飲料全体の輸入額・輸入量の10年間の推移を示している。右肩上がりの成長を続け、2023年にピークに達した。しかし、2024年に入ると、特にウイスキーやワインなどの高単価酒類の輸入量が減少し、それに伴い輸入額も減少している。

図1-1 アルコール飲料全体輸入額・量10年間の推移



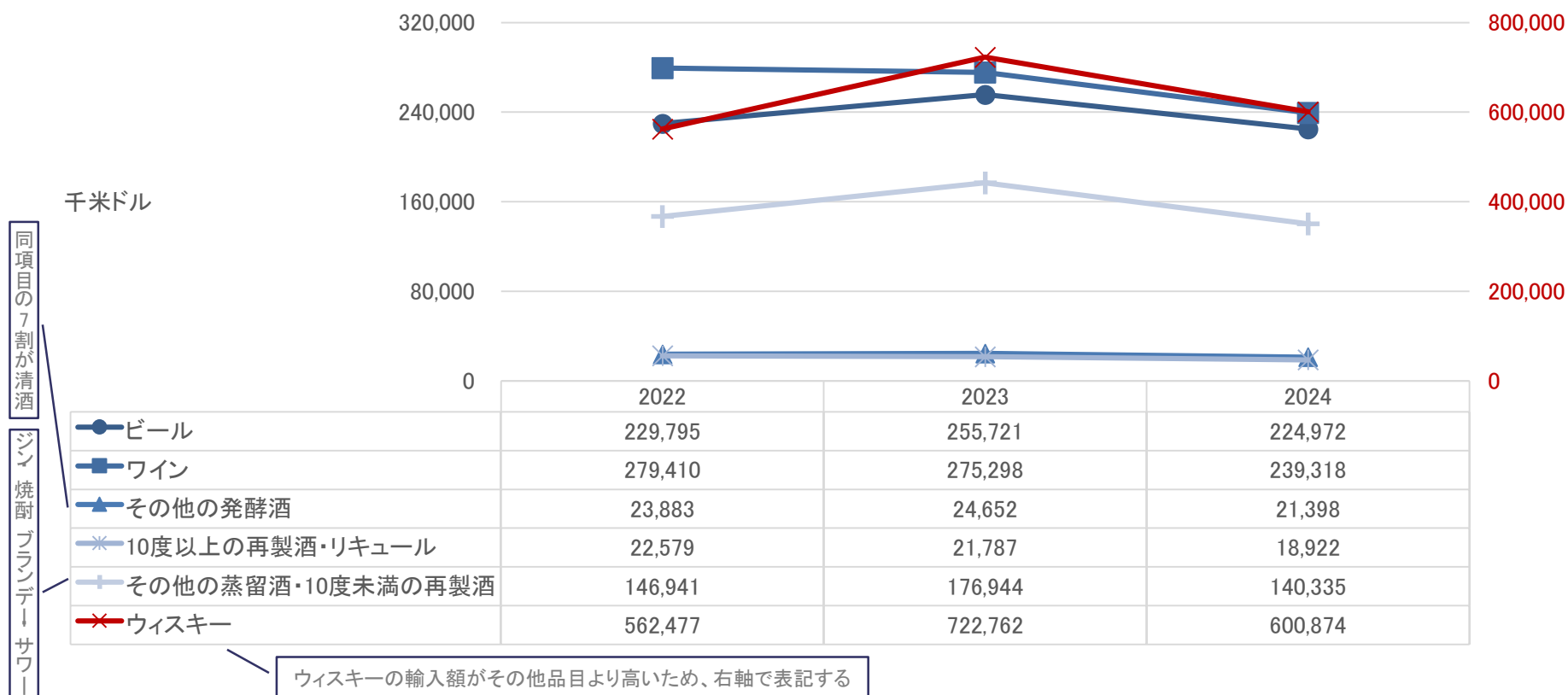
出所：財政部關務署

1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

①アルコール飲料の輸入動向：全体輸入額（品目別3年間）

本グラフは、台湾のアルコール飲料品目別輸入額の3年間推移を示している。コロナ後のリベンジ消費により、ウィスキー、ビール、「その他の蒸留酒・10度未満の再製酒」の輸入額は2023年に成長したが、2024年には2022年の水準に戻った。なお、その他の発酵酒には、日本の清酒（同品目の74%を占める）のほか、果実酒や蜂蜜酒などの発酵酒類が含まれる。「その他の蒸留酒・10度未満の再製酒」には、ジン、焼酎、ブランデー、サワーなどが含まれる。

図1-2 全体輸入額（品目別3年間）



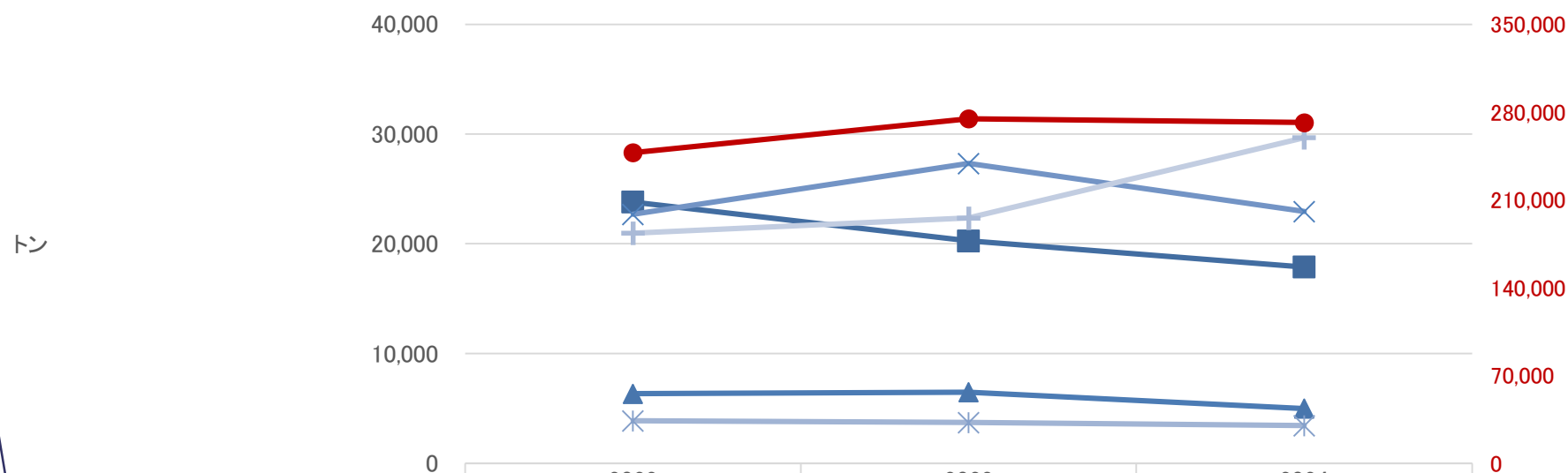
出所：財政部關務署

1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

①アルコール飲料の輸入動向：全体輸入量（品目別3年間）

本グラフは、台湾のアルコール飲料品目別輸入量の3年間推移を示している。2024年はワインおよびウィスキーの輸入量が減少した。

図1-3 全体輸入量（品目別3年間）



ビールの輸入量がその他品目より高いため、右軸で表記する

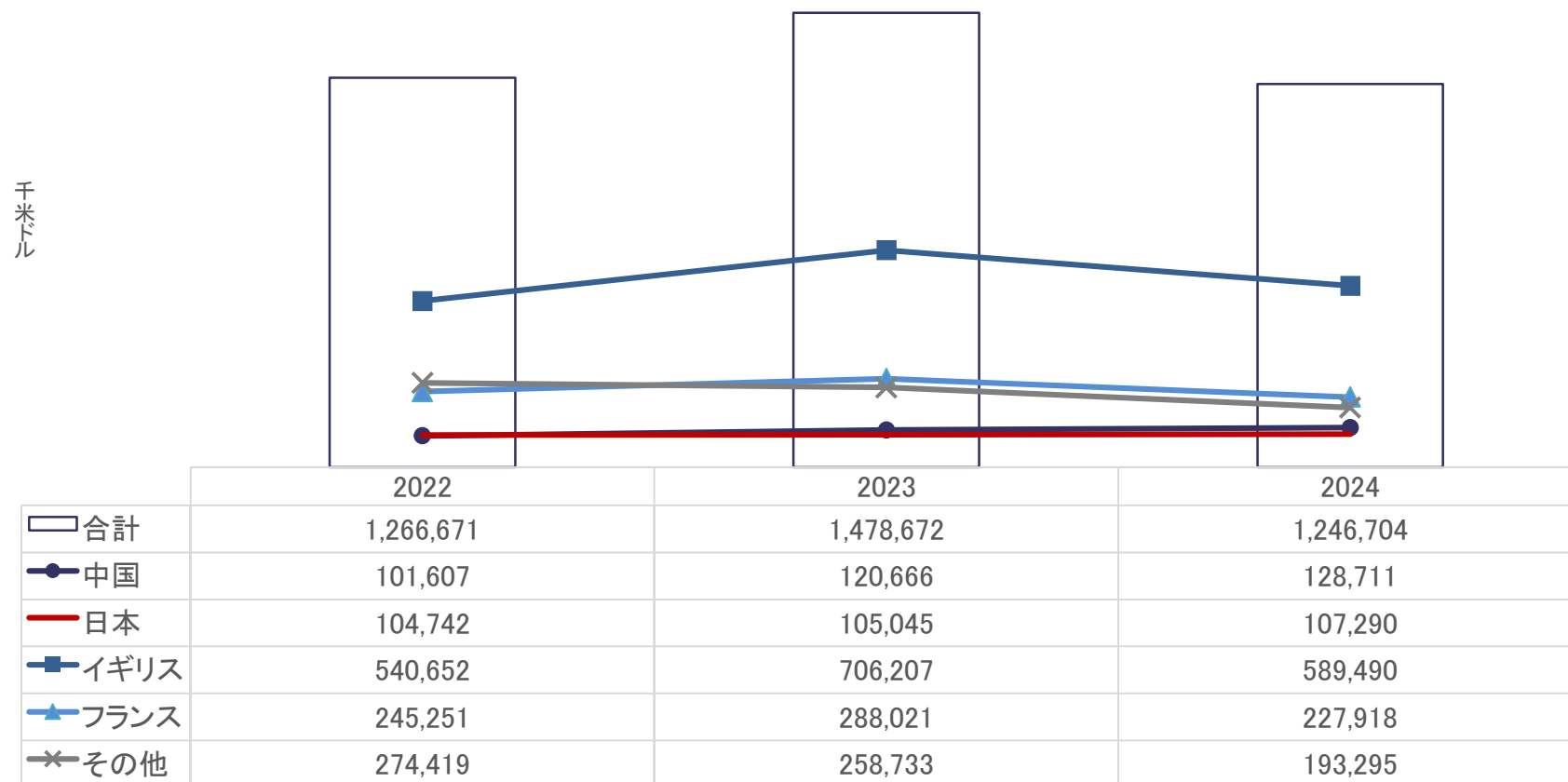
出所：財政部關務署

1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

①アルコール飲料の輸入動向：全体輸入額（国・地域別3年間）

本グラフは、台湾のアルコール飲料の国・地域別輸入額の3年間推移を示している。フランスからのワインおよびイギリスからのウイスキーの輸入減少の影響を受け、2024年の全体輸入額は前年より2.3億米ドル減少した。

図1-4 全体輸入額（国・地域別3年間）

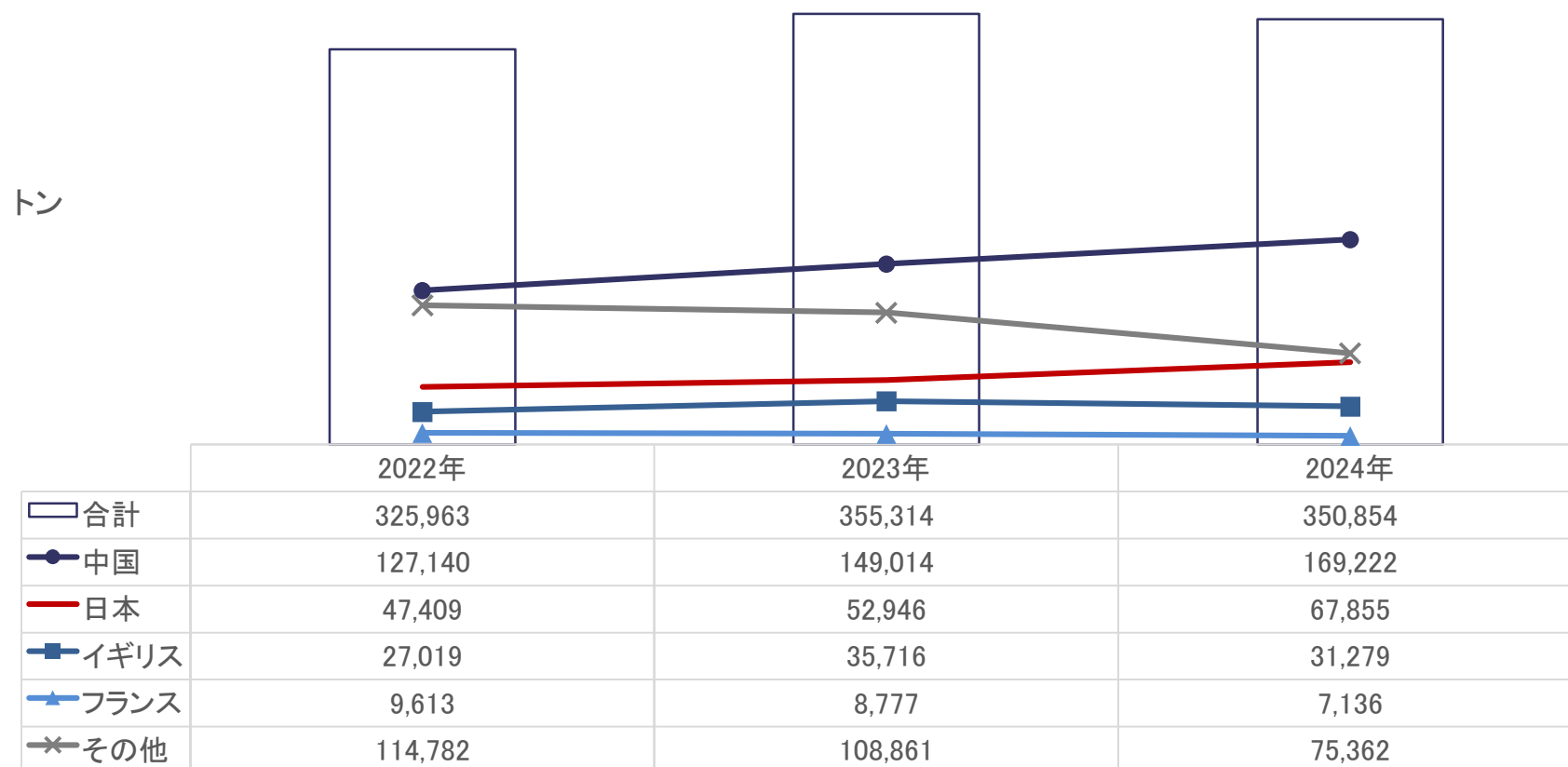


1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

①アルコール飲料の輸入動向：全体輸入量（国・地域別3年間）

本グラフは、台湾のアルコール飲料の国・地域別輸入量の3年間推移を示している。
フランスおよびイギリスからの輸入量は減少したが、中国、日本からの輸入量は増加している。

図1-5 全体輸入量（国・地域別3年間）



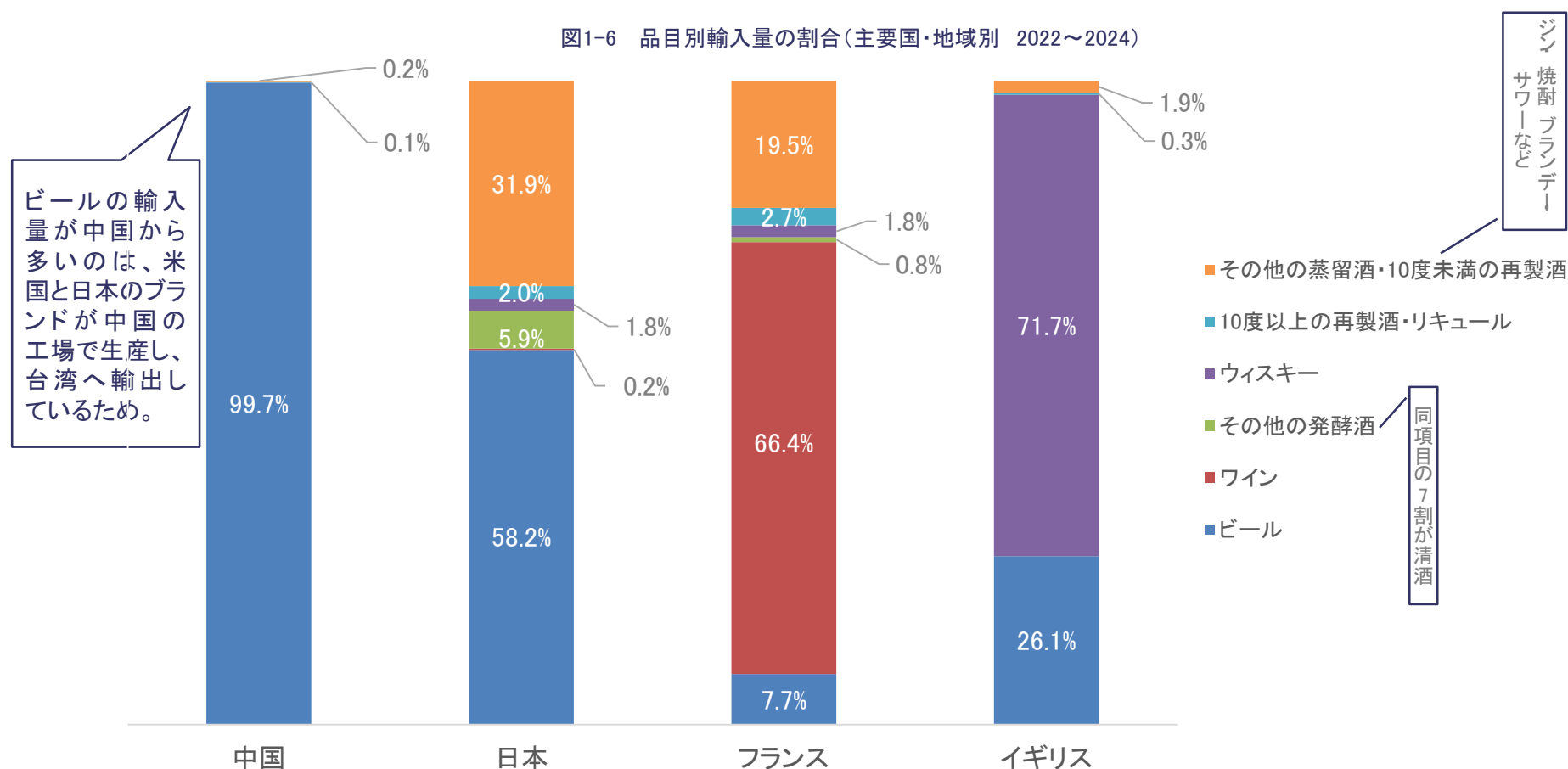
1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

①アルコール飲料の輸入動向：品目別輸入量の割合（主要国・地域別）

本グラフは、台湾のアルコール飲料品目別の輸入量における3年間合計の割合を示している。

日本からの輸入量が最も多い品目はビールであり、次いでサワーが続く。サワーは台湾の税関において、「その他の蒸留酒・10度未満の再製酒」に分類される。

図1-6 品目別輸入量の割合（主要国・地域別 2022～2024）

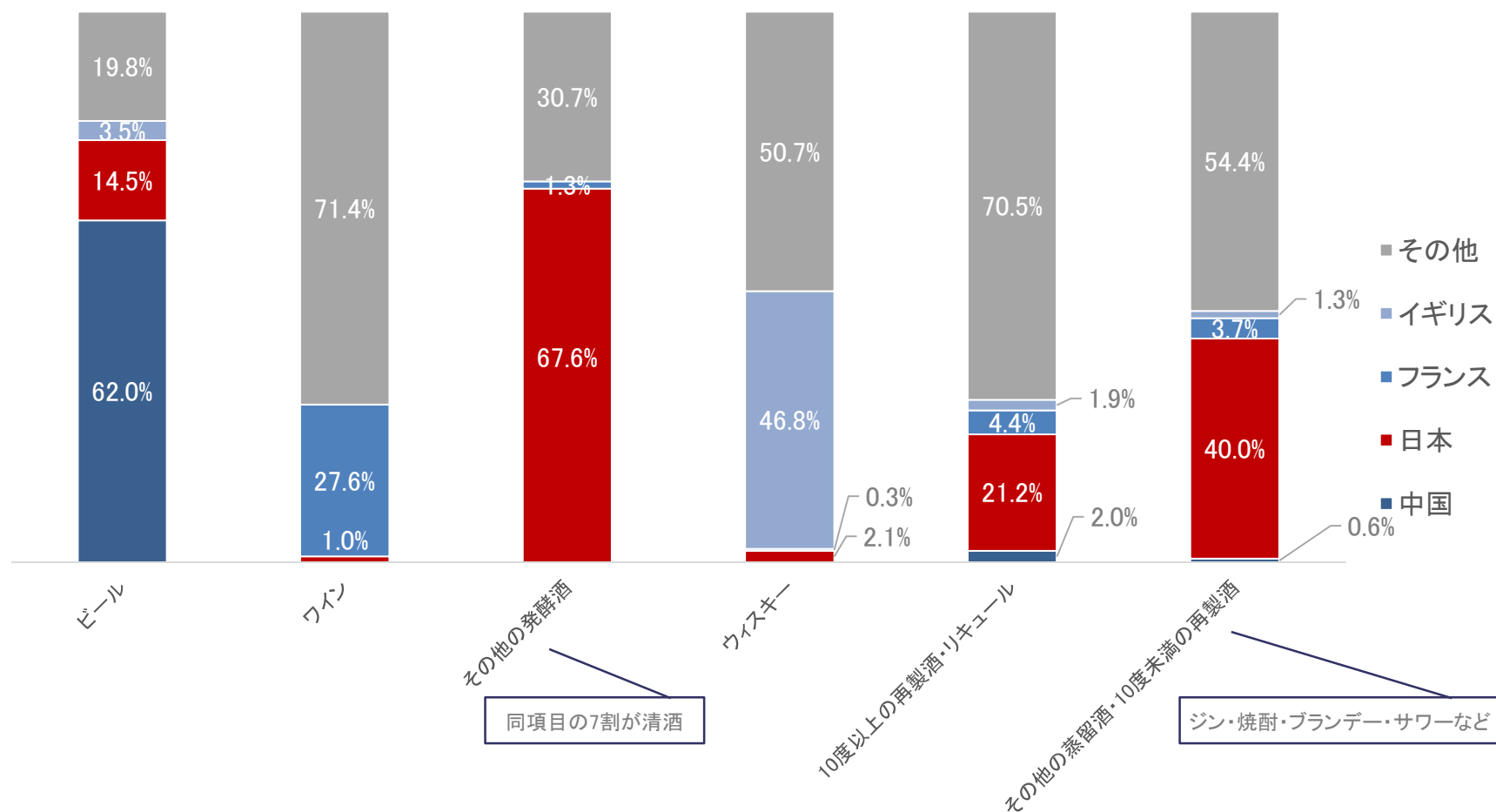


1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

①アルコール飲料の輸入動向：主要国・地域別輸入量の割合（品目別）

本グラフは、台湾のアルコール飲料主要国・地域別の輸入量における3年間合計の割合を示している。各品目のうち、日本からの輸入量が多いのは、その他の発酵酒、「その他の蒸留酒・10度未満の再製酒」、「10度以上の再製酒・リキュール」、ビールである。

図1-7 主要国・地域別輸入量の割合（品目別 2022～2024）

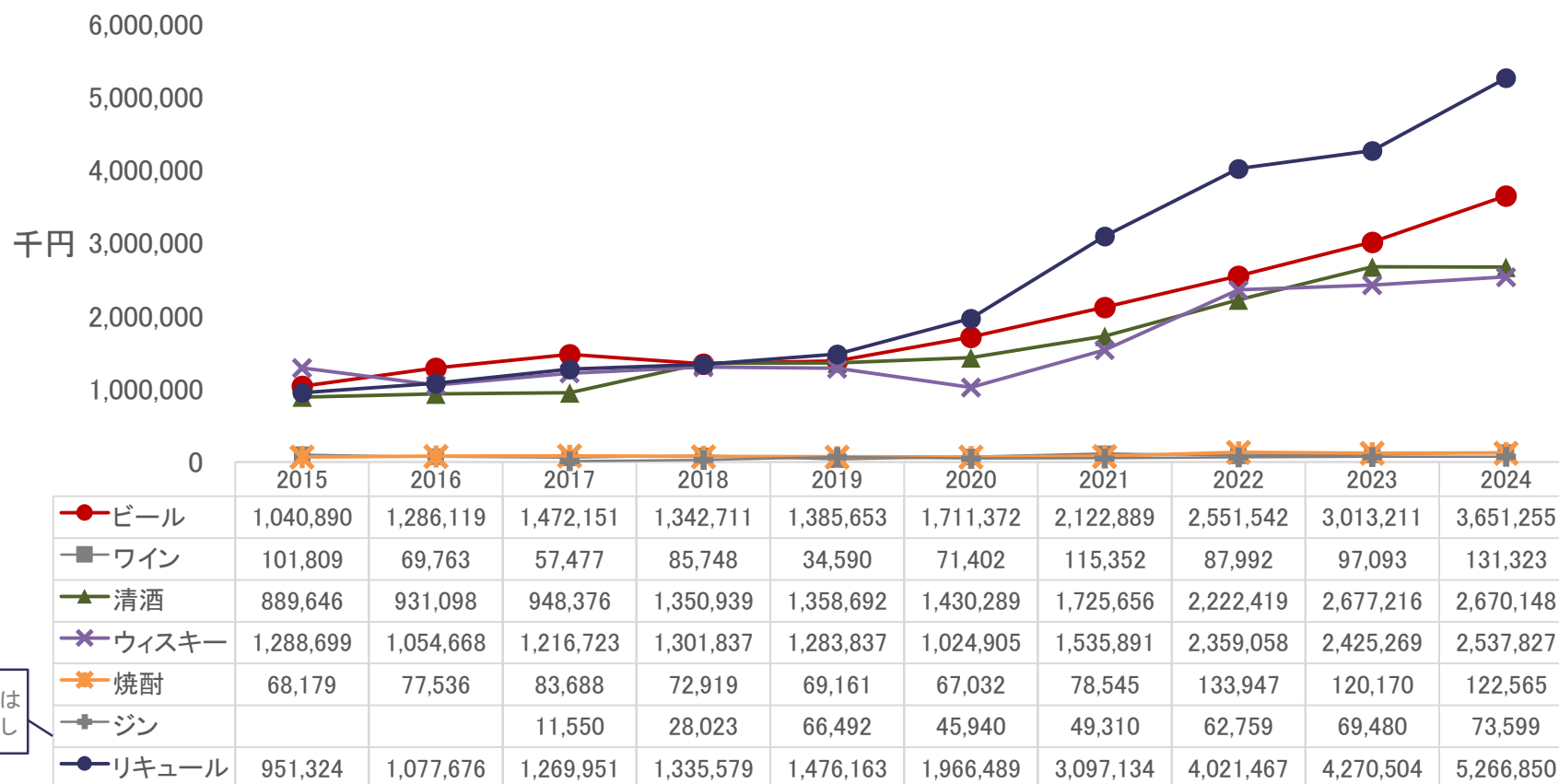


1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

①アルコール飲料の輸入動向：日本から台湾への輸出額の推移

本グラフは、日本から台湾への輸出額を示しており、全体的に増加傾向にある。特にリキュール、ビールの成長が顕著。なお、日本の税関の分類では、サワーなどもリキュールのカテゴリーに含まれている。

図1-8 日本から台湾への輸出額の推移



15、16年は
データなし

※：焼酎の統計におけるHSコードは、2021年までは2208.90100(しょうちゅう)が適用され、2022年以降は2208.90200(連続式蒸留焼酎および連続式蒸留焼酎と単式蒸留焼酎を混和したもの)、および2208.90300(泡盛および単式蒸留焼酎)が適用されている。

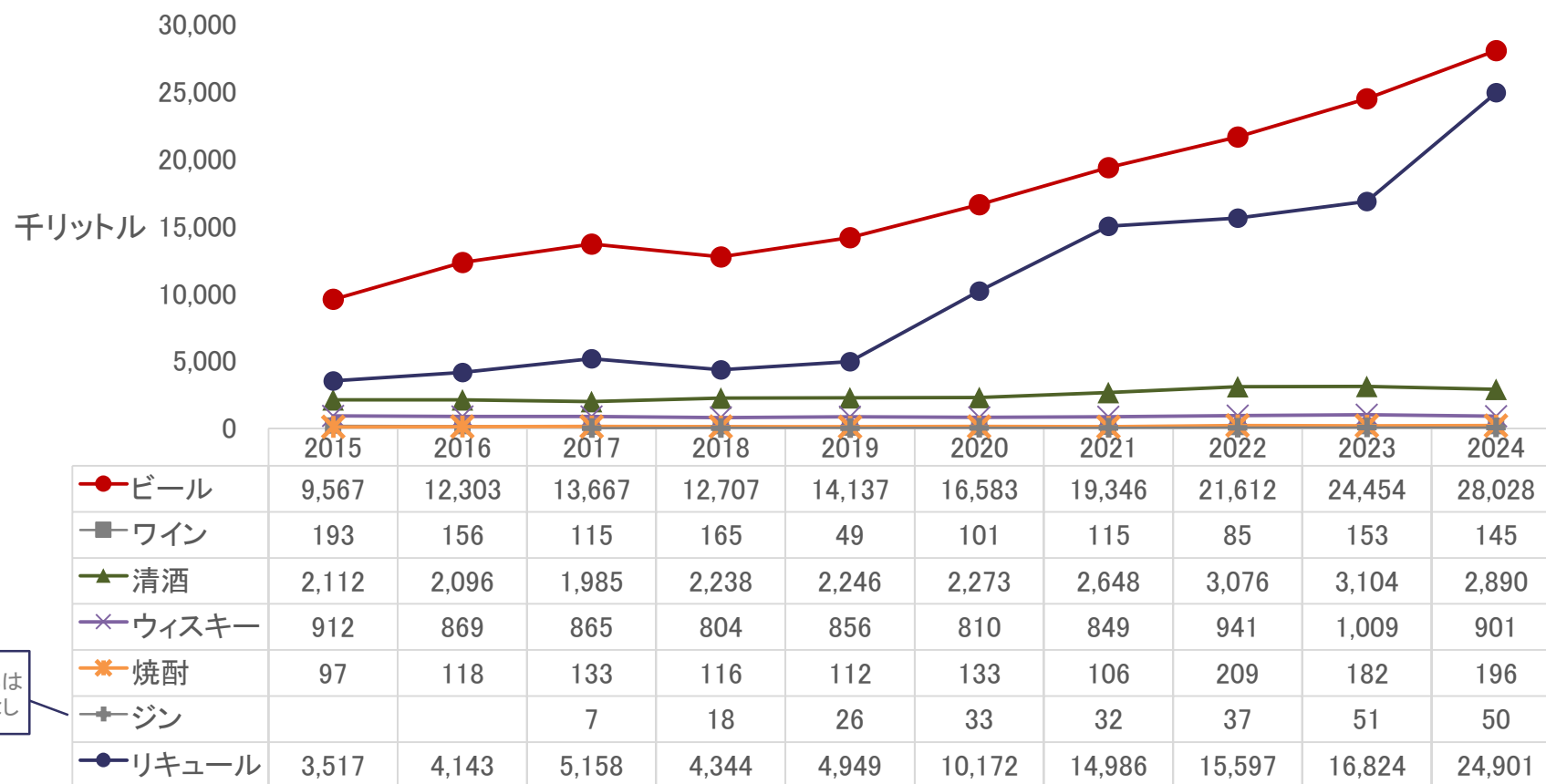
出所：日本財務省貿易統計

1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

①アルコール飲料の輸入動向：日本から台湾への輸出量の推移

本グラフは、日本から台湾への輸出量を示しており、全体的に増加傾向にある。特にリキュール、ビールの成長が顕著。なお、日本の税関の分類では、サワーなどもリキュールのカテゴリーに含まれている。

図1-9 日本から台湾への輸出量の推移



※：焼酎の統計におけるHSコードは、2021年までは2208.90100（しょうちゅう）が適用され、2022年以降は2208.90200（連続式蒸留焼酎および連続式蒸留焼酎と単式蒸留焼酎を混和したもの）、および2208.90300（泡盛および単式蒸留焼酎）が適用されている。

出所：日本財務省貿易統計

1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

②アルコール飲料の流通量:まとめ

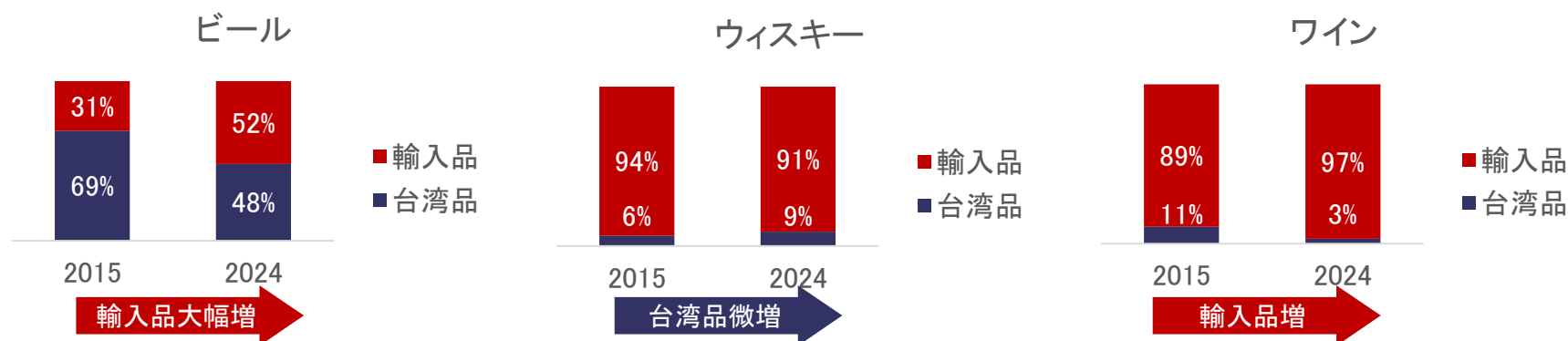


表1-1 台湾品と輸入品の2015年と2024年の流通量構成比比較

品目	説明
ビール、クラフトビール	輸入品の割合が2020年以降増加になり、2023年に台湾品の流通量を超えた。
ウイスキー	輸入品が90%以上占めており、台湾品の流通量が微増傾向。
ワイン	輸入品が90%以上占めており、台湾品の流通量が減少傾向。
清酒	市場に流通している清酒は主に日本からの輸入品。台湾の生産規模は小さく、当局公開データがない。
高粱酒	当局公開データなし。年間流通量は約2400万リットルと推定。 台湾最大の高粱酒メーカーの年間生産量が1800～1900万リットルで、市場シェアが8～9割程度。

1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

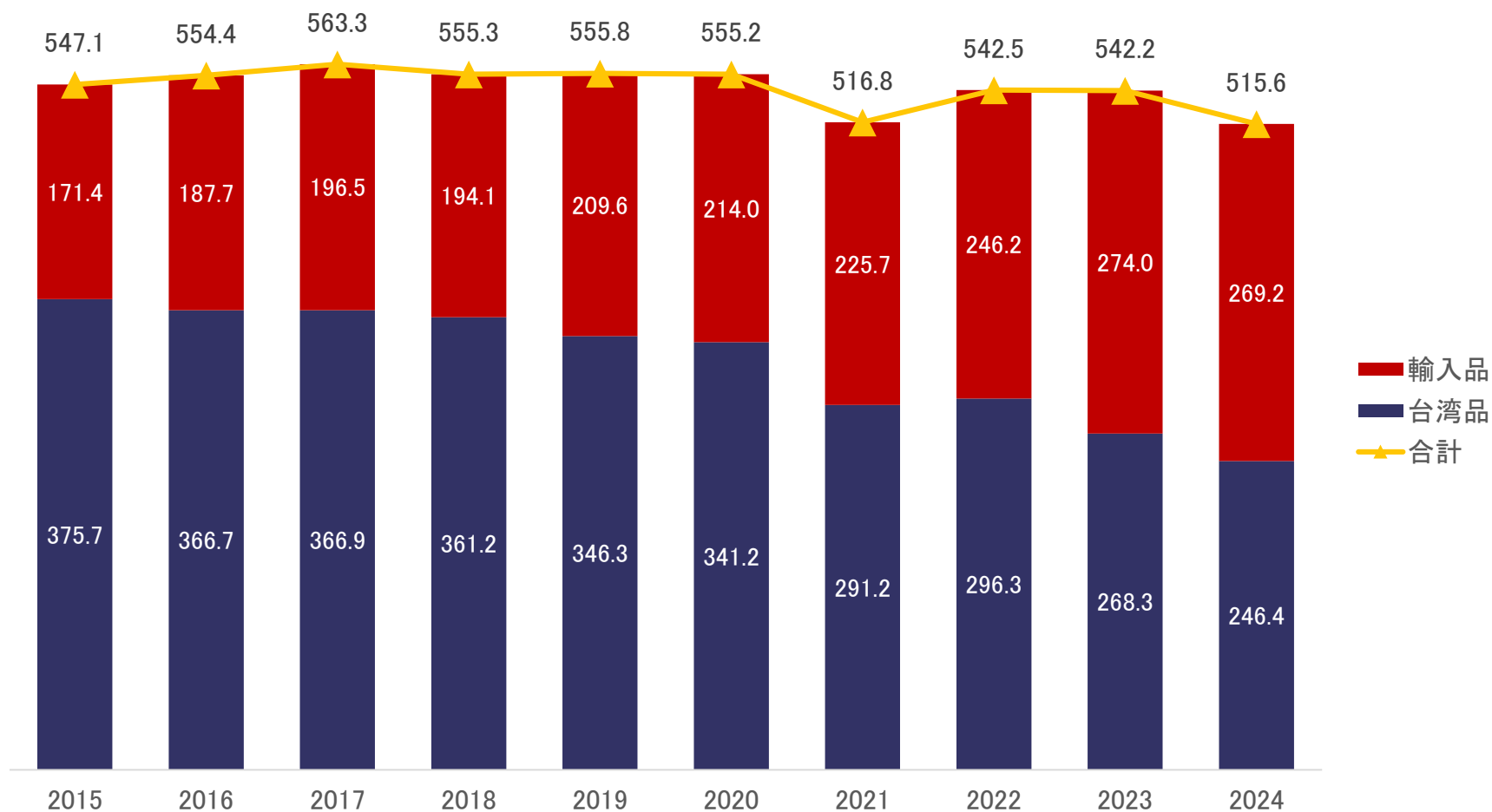
②アルコール飲料の流通量:ビール

本グラフは、台湾におけるビールの流通量を示している。

台湾産ビールの流通量は減少し、2023年からは輸入ビールの流通量が台湾産ビールを上回った。

図1-10 ビール流通量の推移

単位:百万リットル



出所: 財政部關務署

1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

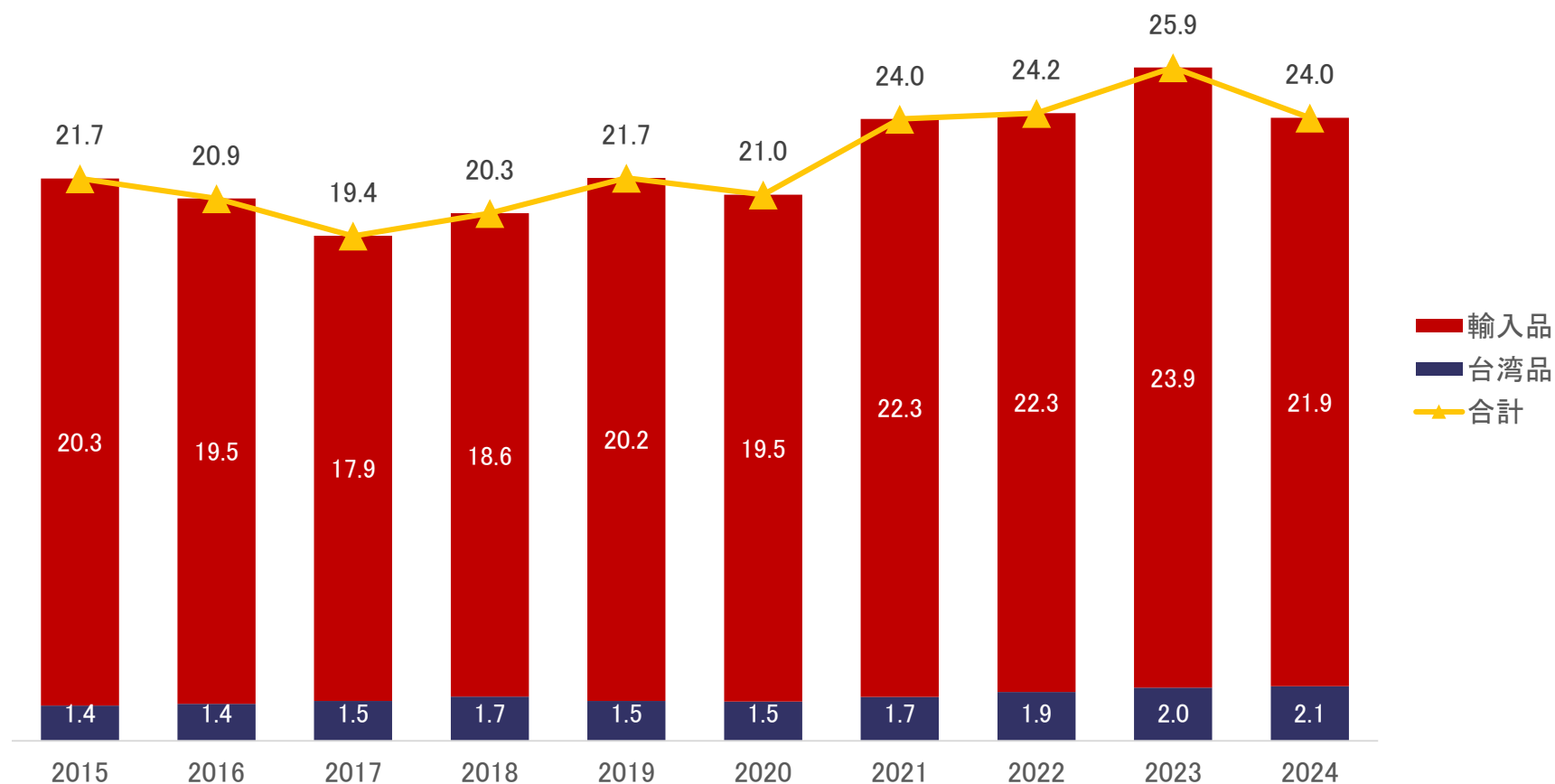
②アルコール飲料の流通量: ウィスキー

本グラフは、台湾におけるウィスキーの流通量を示している。

全体の流通量は増加傾向にあり、9割以上が輸入品だが、台湾産ウィスキーも少量ながら徐々に増加している。

図1-11 ウィスキー流通量の推移

単位: 百万リットル



出所: 財政部關務署

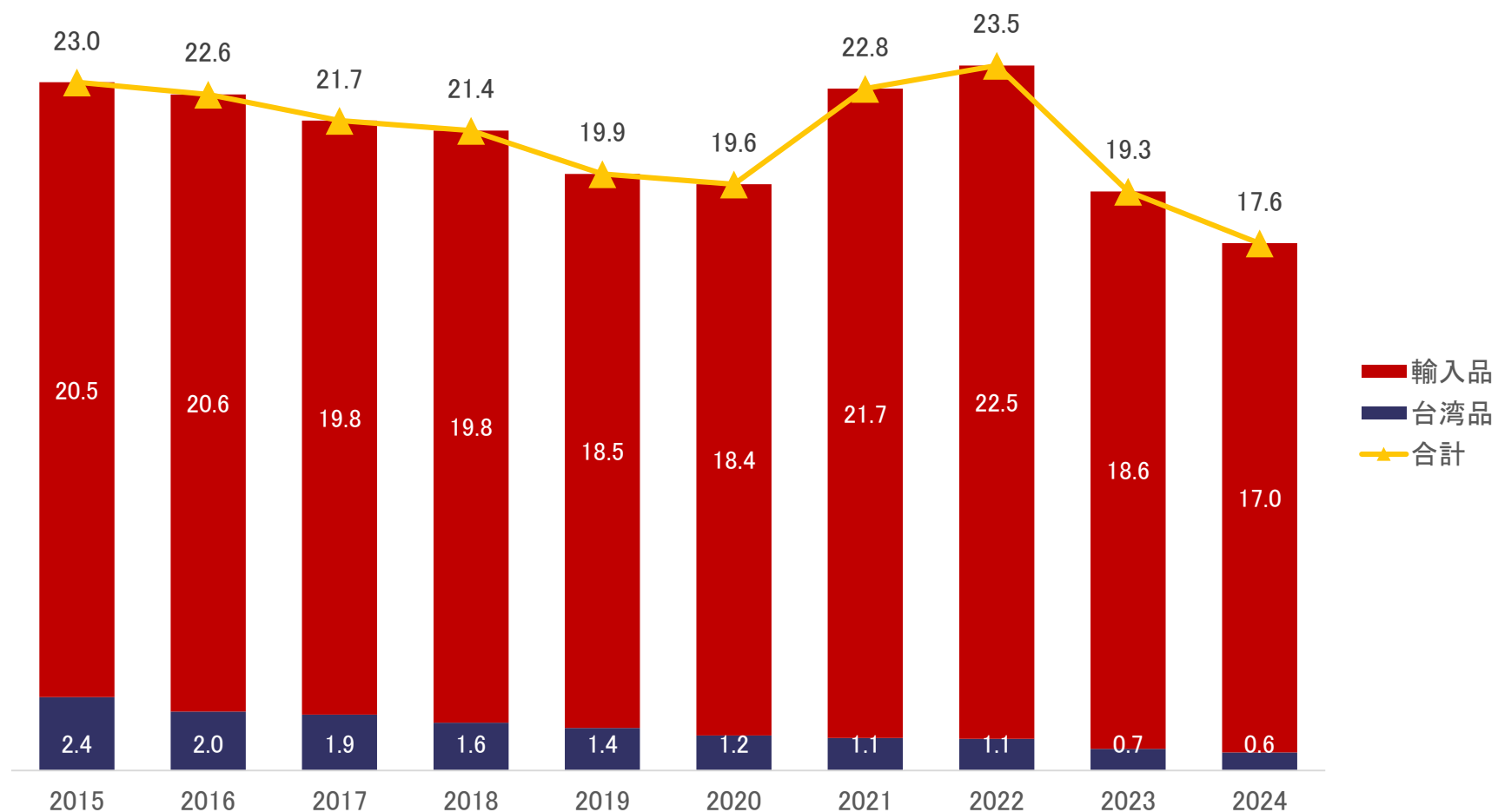
1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

②アルコール飲料の流通量：ワイン

本グラフは、台湾におけるワインの流通量を示している。
全体の流通量は減少傾向にあり、9割以上が輸入品となっている。

図1-12 ワイン流通量の推移

単位：百万リットル



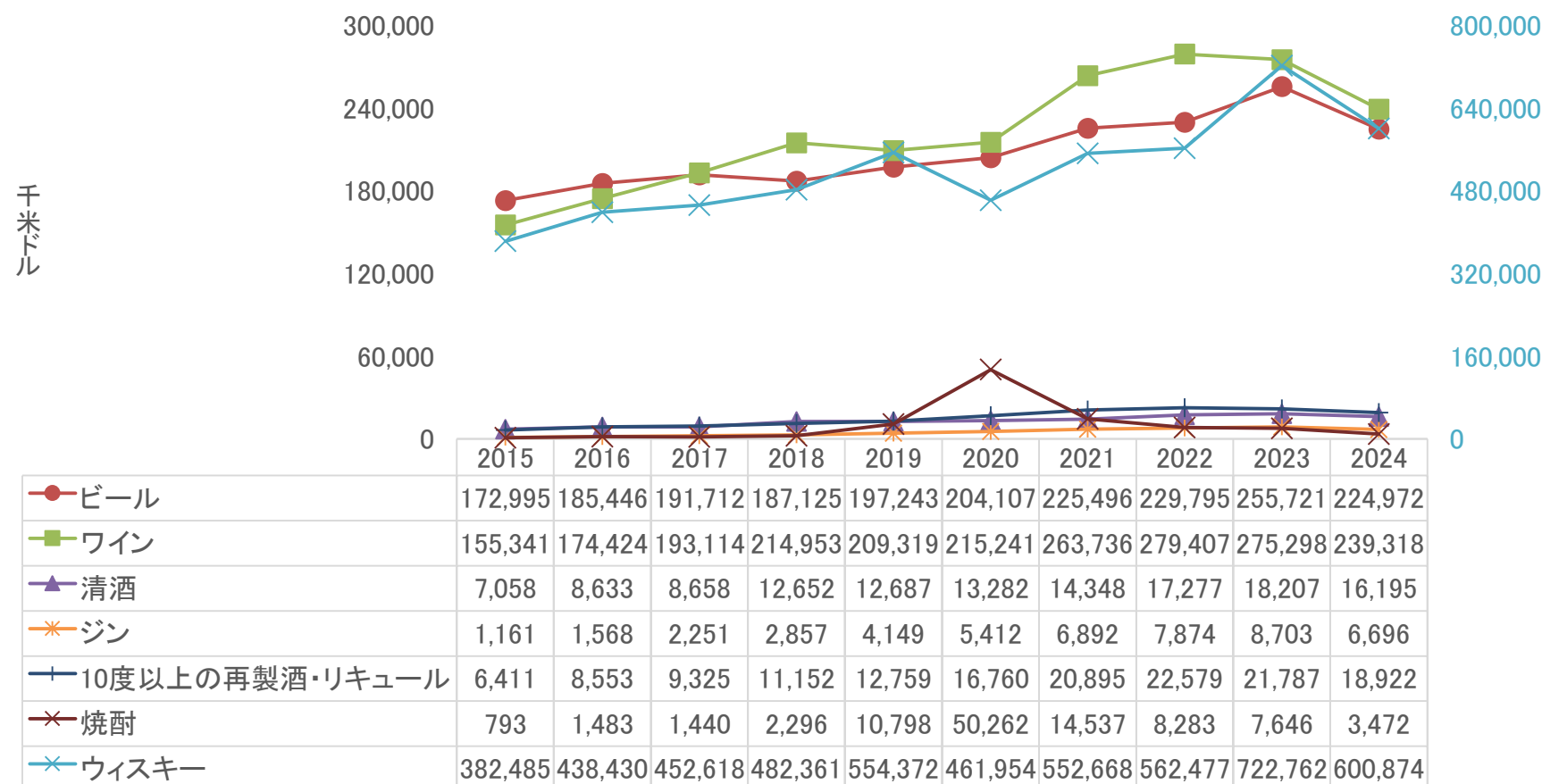
出所：財政部關務署

1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

③品目別の市場情報：品目別の輸入金額10年間推移

本グラフは、台湾のアルコール飲料品目別輸入額の10年間推移を示している。輸入額のトップ3はウイスキー、ワイン、ビールであり、安定して高い水準を維持している。清酒、ジン、「10度以上の再製酒・リキュール」の輸入額は比較的少ない。なお、焼酎は2020年に輸入額が大幅に増加したが、その後は減少傾向にある。

図1-13 品目別の輸入金額10年間推移



出所：財政部關務署

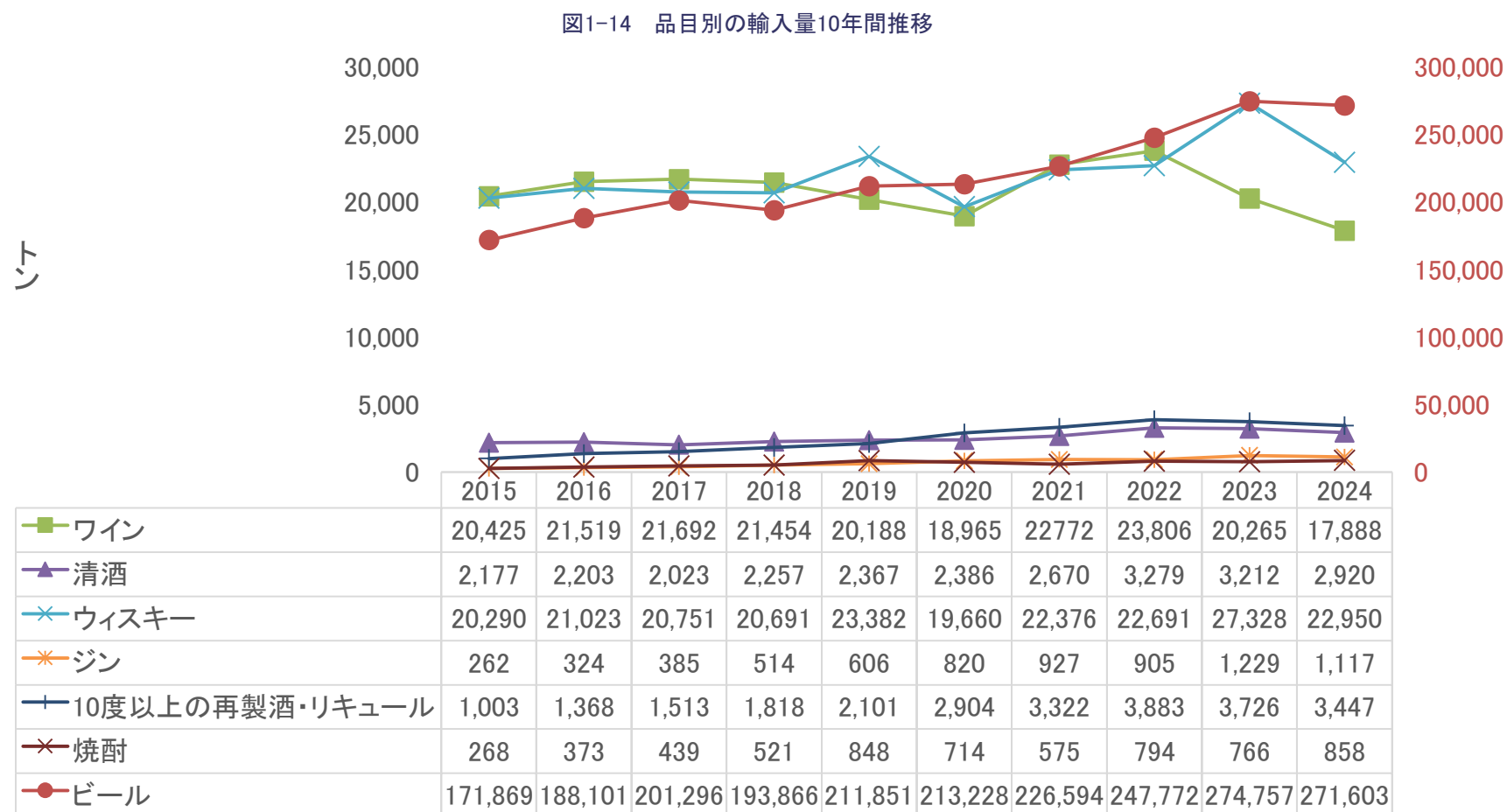
ウイスキーの輸入額が其他品目より高いため、右軸で表記する

1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

③品目別の市場情報：品目別の輸入量10年間推移

本グラフは、台湾のアルコール飲料品目別輸入量の10年間推移を示している。輸入量のトップ3はビール、ウィスキー、ワインで、その他清酒、ジン、「10度以上の再製酒・リキュール」、焼酎の輸入量は比較的少ない。

※ビールの輸入量がその他品目より高いため、右軸で表記する



出所：財政部關務署

ビールの輸入量がその他品目より高いため、右軸で表記する

1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

③品目別の市場情報：品目別輸入上位5位国・地域（2022～2024）

1. ビールの輸入量が中国から多いのは、米国と日本のブランドが中国の工場で生産し、台湾へ輸出しているため。
2. 「10度以上の再製酒・リキュール」において韓国が1位となっている理由は、韓国焼酎（ソジュ）の影響によるもの。台湾の法制においてはアルコール度数が15度未満の場合、韓国焼酎と日本産梅酒等リキュールはいずれも再製酒というカテゴリーに分類される。そのため一般的なりキュールのみの比較が困難。

表1-2 品目別輸入量上位5位国・地域（2022～2024）

ランク付け基準：三年間の合計輸入量

		1位	2位	3位	4位	5位
寡占	ビール	中国 (55.9%)	オランダ (20.7%)	日本 (12.3%)	イギリス (3.1%)	ポーランド (1.1%)
完全競争	ワイン	フランス (27.4%)	スペイン (15.2%)	イタリア (14.6%)	オーストラリア (14.2%)	チリ (10.3%)
独占	清酒	日本 (97.2%)	韓国 (2.8%)	-	-	-
独占	ウィスキー	イギリス (92.3%)	日本 (4.0%)	アメリカ (1.8%)	アイルランド (0.8%)	フランス (0.6%)
寡占	焼酎	韓国 (75.6%)	日本 (20.5%)	中国 (2.1%)	-	-
寡占	ジン	イギリス (42.0%)	フィリピン (29.2%)	日本 (7.5%)	アメリカ (6.4%)	南アフリカ (4.1%)
分類不可※	10度以上の再製酒・リキュール	韓国 (32.9%)	日本 (30.0%)	アメリカ (6.4%)	フランス (6.2%)	ドイツ (5.6%)

※：分類不可の理由：台湾の税関の定義では、国際的に定義されたリキュール（コアントローやクレームドカシスなど40度以上の酒類）のほか、韓国の焼酎（ソジュ）や日本の梅酒・ゆず酒（10～20度）も含まれている。

1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

③品目別の市場情報:ビールの輸入上位5カ国の輸入額・量(2022～2024)

本グラフは、台湾への輸入ビールの国別3年間推移を示している。米国と日本のブランドが中国の工場生産し、台湾へ輸入・販売しているため、中国が1位となっている。また、オランダのビールメーカーが台湾での生産を開始した影響で、2024年の輸入額・輸入量は減少した。

図1-15 ビールの輸入上位5カ国の輸入額(2022～2024)

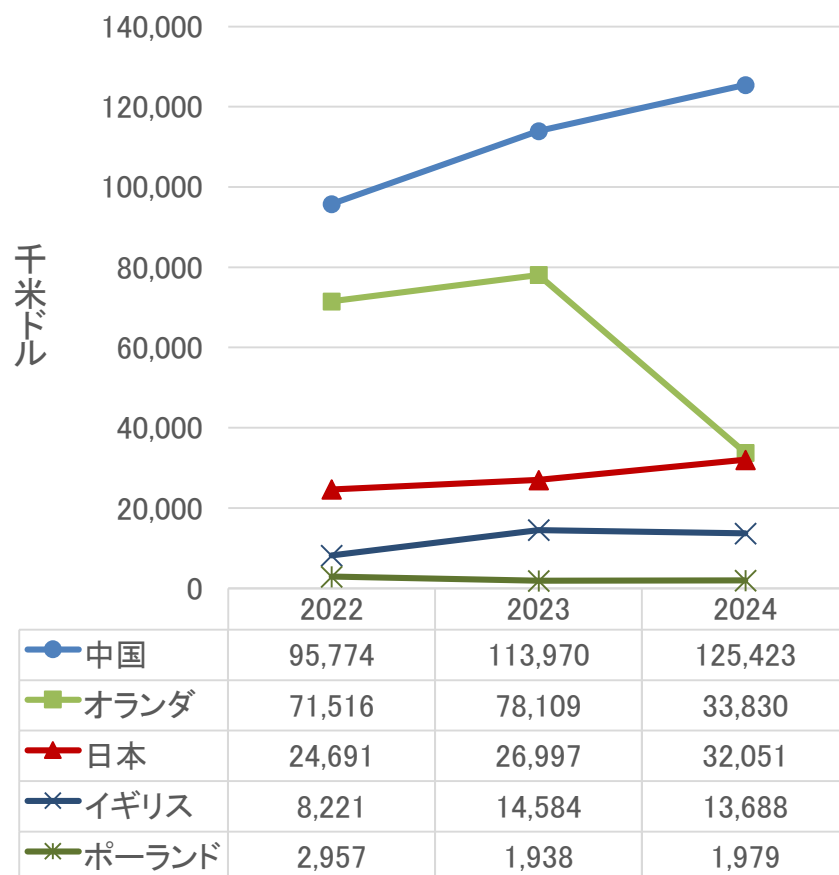
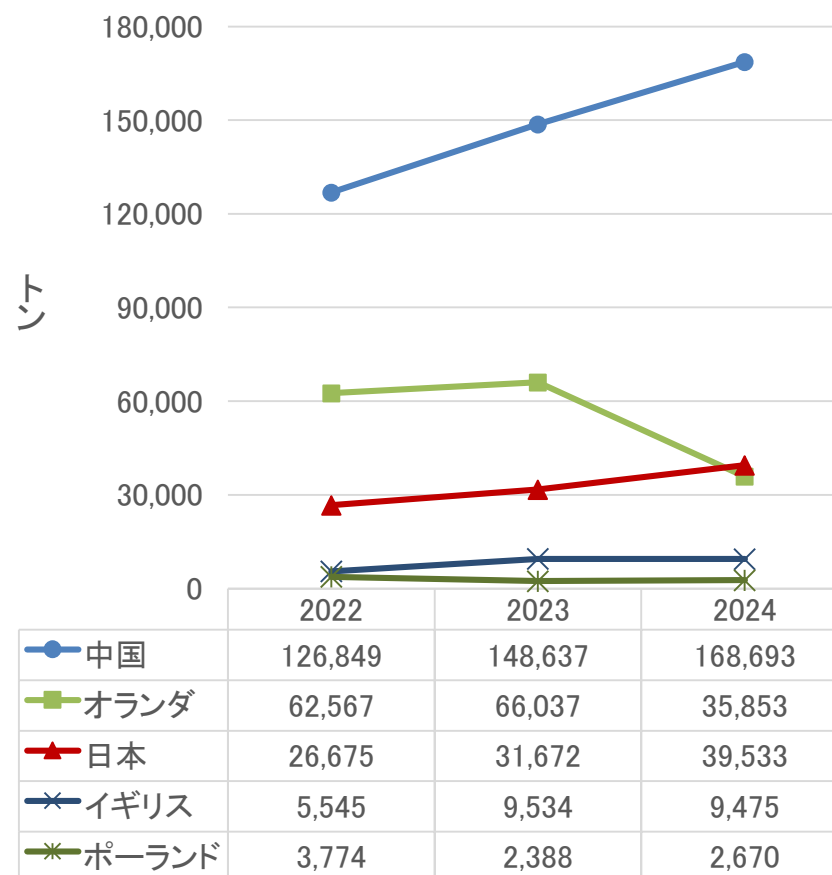


図1-16 ビールの輸入上位5カ国の輸入量(2022～2024)

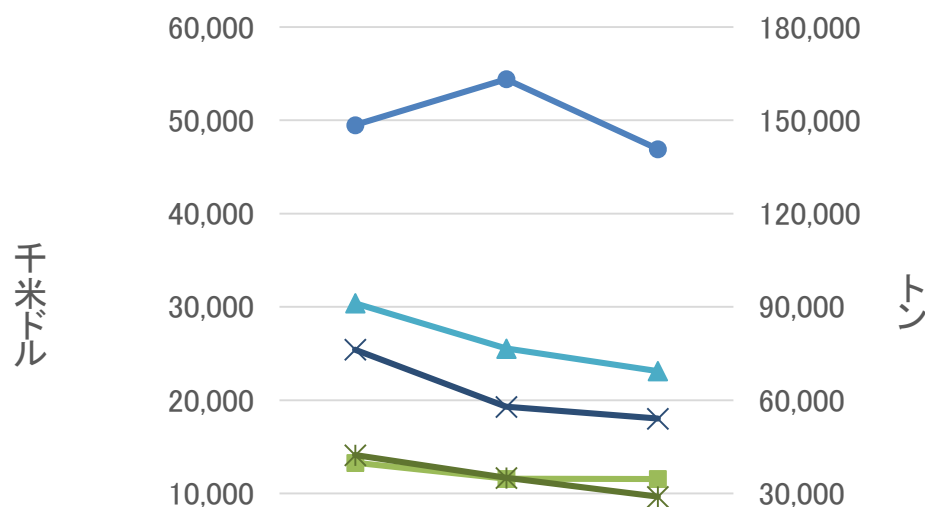


1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

③品目別の市場情報：ワインの輸入上位5カ国の輸入額・量（2022～2024）

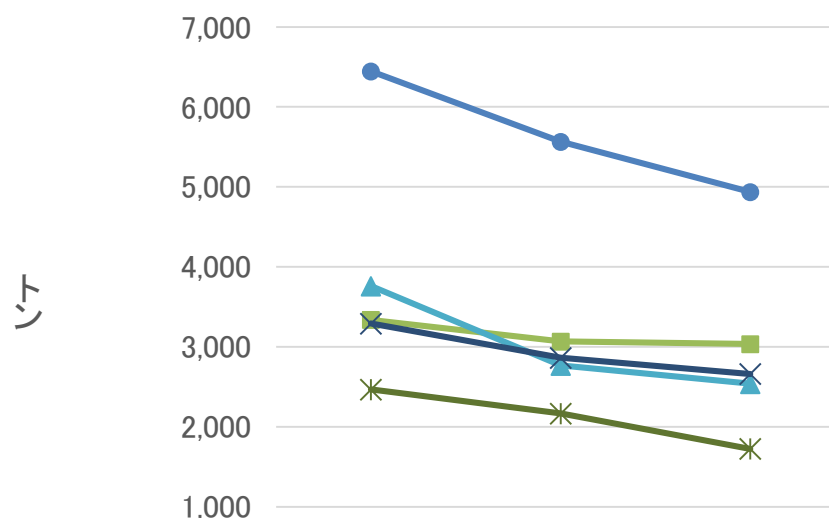
本グラフは、台湾への輸入ワインの国別3年間推移を示している。国を問わず、ワインの輸入額・量とも減少した。
※フランスの輸入額がその他品目より高いため、右軸で表記する

図1-17 ワインの輸入上位5カ国の輸入額（2022～2024）



	2022	2023	2024
■ スペイン	13,299	11,586	11,575
▲ イタリア	30,401	25,557	23,140
× オーストラリア	25,431	19,299	18,040
✱ チリ	14,138	11,698	9,678
● フランス	148,442	163,243	140,749

図1-18 ワインの輸入上位5カ国の輸入量（2022～2024）



	2022	2023	2024
● フランス	6,446	5,567	4,937
■ スペイン	3,340	3,067	3,038
▲ イタリア	3,761	2,769	2,541
× オーストラリア	3,293	2,865	2,663
✱ チリ	2,468	2,168	1,726

1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

③品目別の市場情報：清酒の輸入上位2カ国の輸入額・量（2022～2024）

本グラフは、台湾への輸入清酒の国別3年間推移を示している。台湾市場に出回っている清酒のほとんどが日本で生産されたもので、輸入額・輸入量ともに減少傾向にある。

図1-19 清酒の輸入上位2カ国の輸入額（2022～2024）

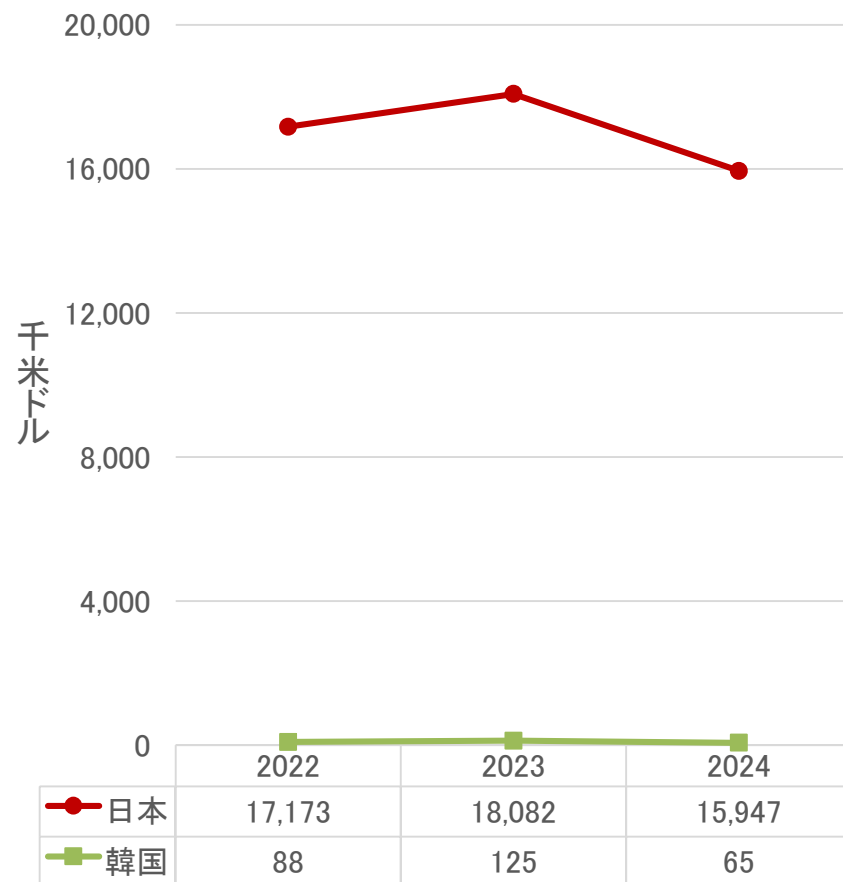
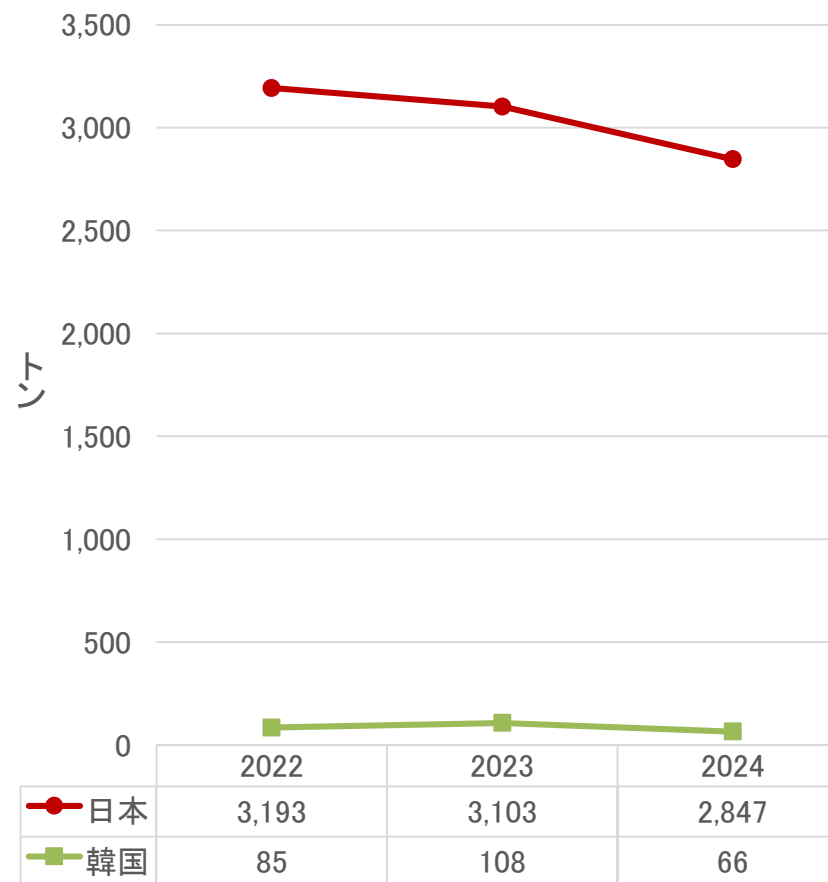


図1-20 清酒の輸入上位2カ国の輸入量（2022～2024）



1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

③品目別の市場情報: ウィスキーの輸入上位5カ国の輸入額・量(2022～2024)

本グラフは、台湾への輸入ウィスキーの国別3年間推移を示している。イギリスからの輸入額・輸入量が圧倒的に多く、次いで日本が多い。2024年の輸入額・輸入量はともに前年より減少した。

図1-21 ウィスキーの輸入上位5カ国の輸入額(2022～2024)

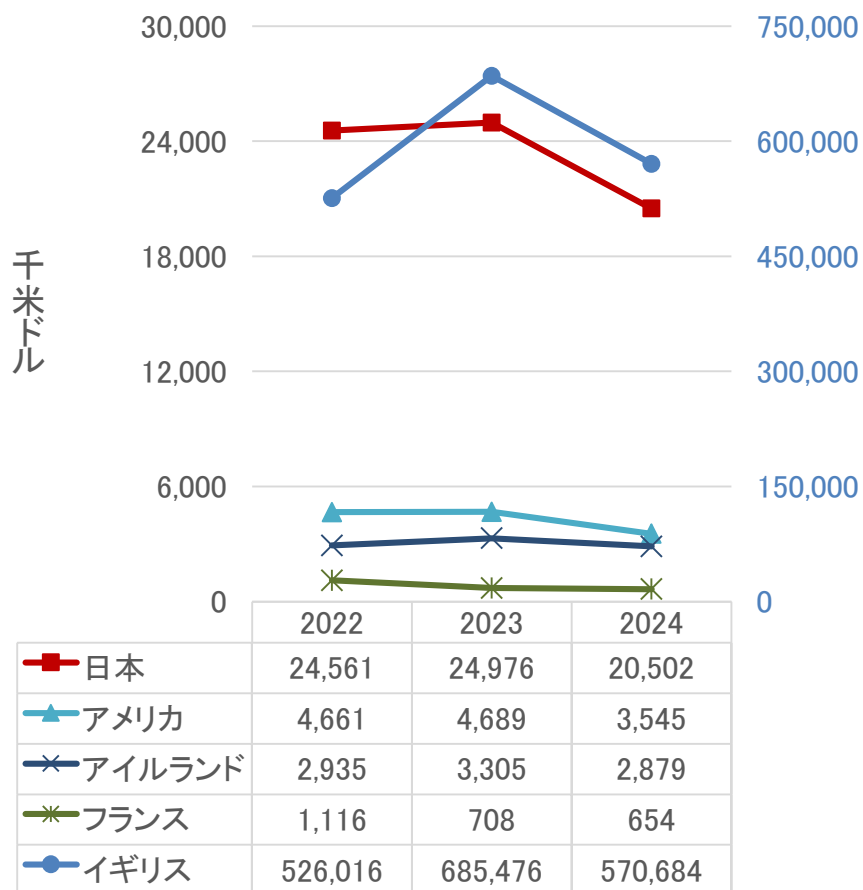
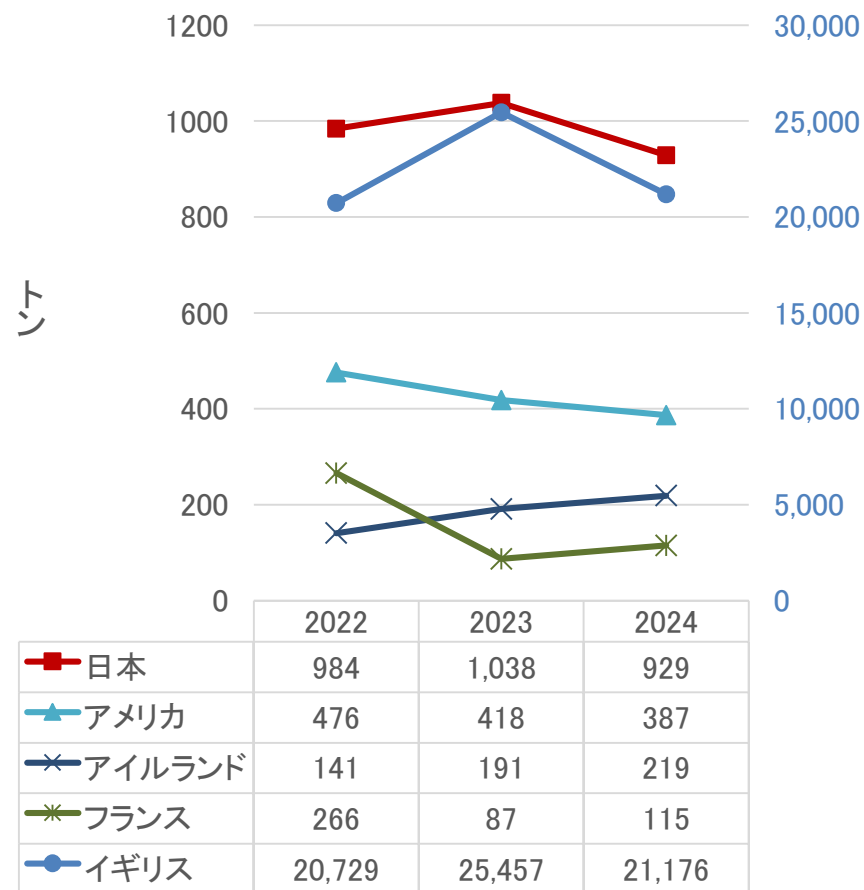


図1-22 ウィスキーの輸入上位5カ国の輸入量(2022～2024)



イギリスの輸入額・量が他国より高いため、右軸で表記する

1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

③品目別の市場情報：焼酎の輸入上位3カ国の輸入額・量（2022～2024）

本グラフは、台湾への輸入焼酎の国別3年間推移を示している。中国からの輸入額が高く、輸入量が少ないのは、高価な茅台酒（高粱酒の一種）の影響によるもの。輸入額において次に多いのは韓国と日本であり、日本からの輸入額は減少している。

図1-23 焼酎の輸入上位3カ国の輸入額（2022～2024）

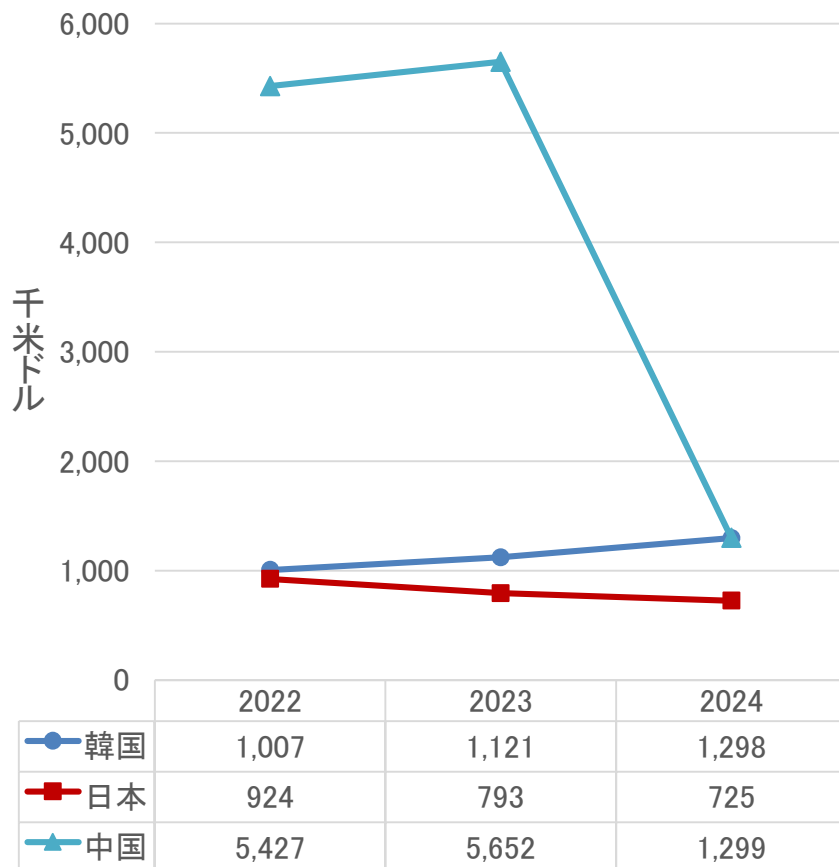
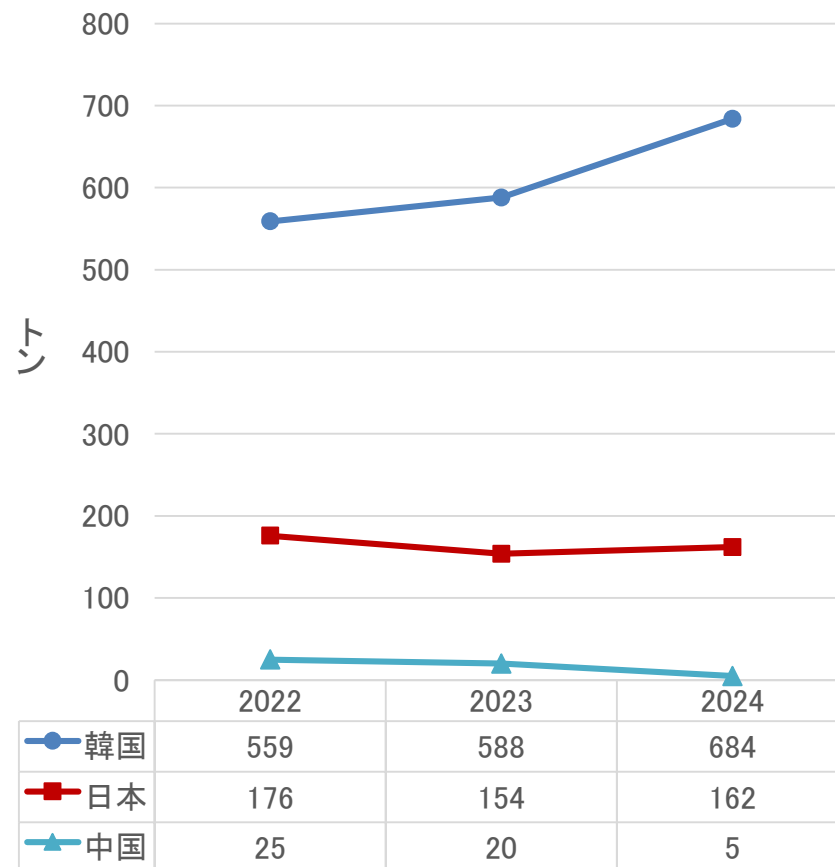


図1-24 焼酎の輸入上位3カ国の輸入量（2022～2024）



1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

③品目別の市場情報:ジンの輸入上位5カ国の輸入額・量(2022～2024)

本グラフは、台湾への輸入ジンの国別3年間推移を示している。主な取引国はイギリス、フィリピン、日本であり、日本からの輸入額は減少している。

図1-25 ジンの輸入上位5カ国の輸入額(2022～2024)

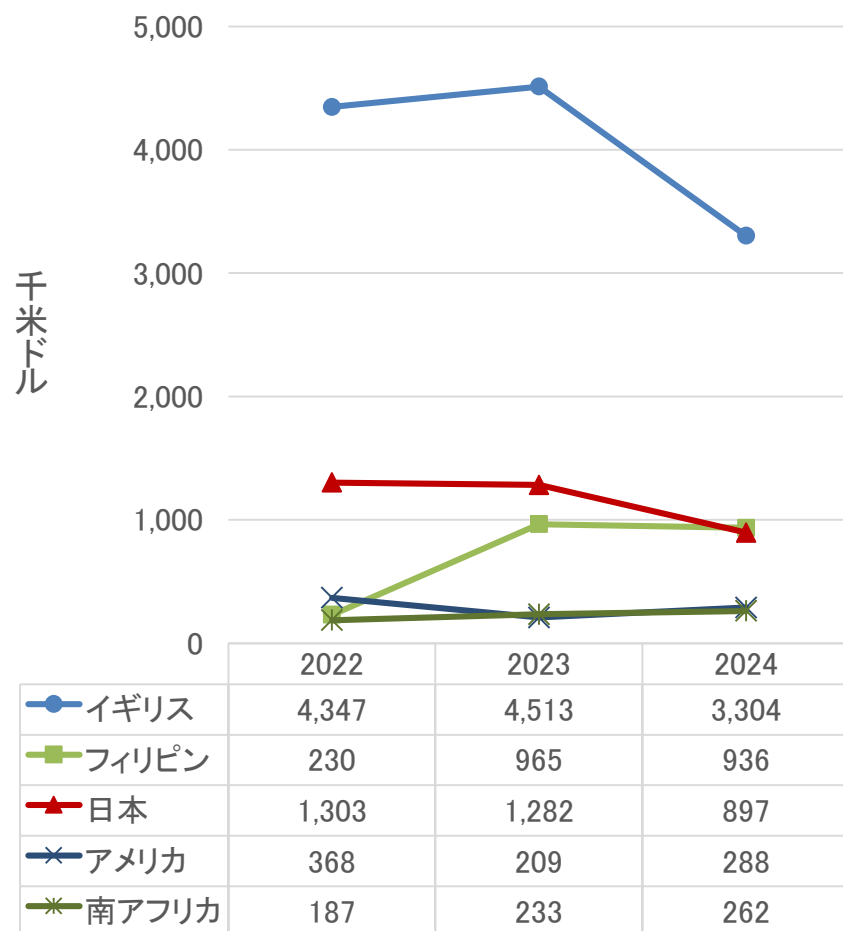
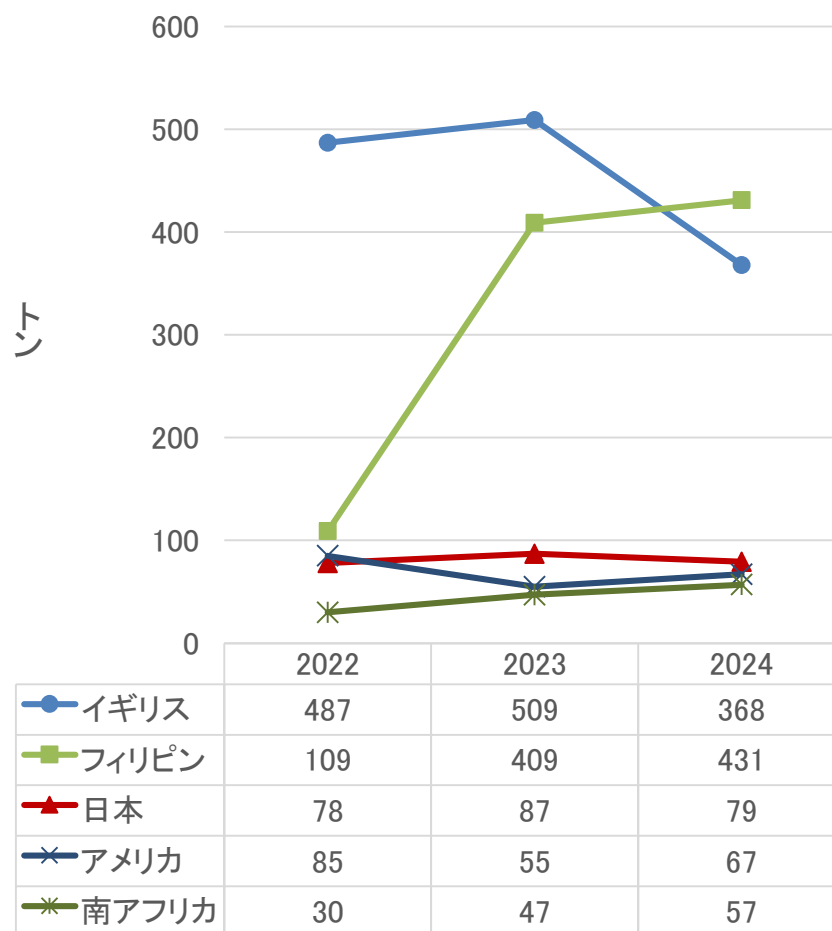


図1-26 ジンの輸入上位5カ国の輸入量(2022～2024)

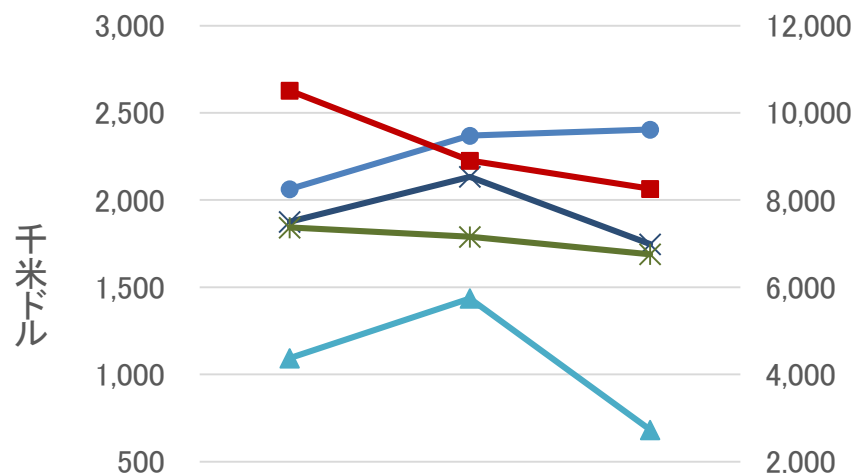


1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

③品目別の市場情報：10度以上の再製酒・リキュールの輸入上位5カ国の輸入額・量（2022～2024）

本グラフは、台湾へ輸入されている「10度以上の再製酒・リキュール」の国別3年間推移を示している。主な取引国は韓国、日本、フランスであり、日本からの輸入額・輸入量はともに減少している。

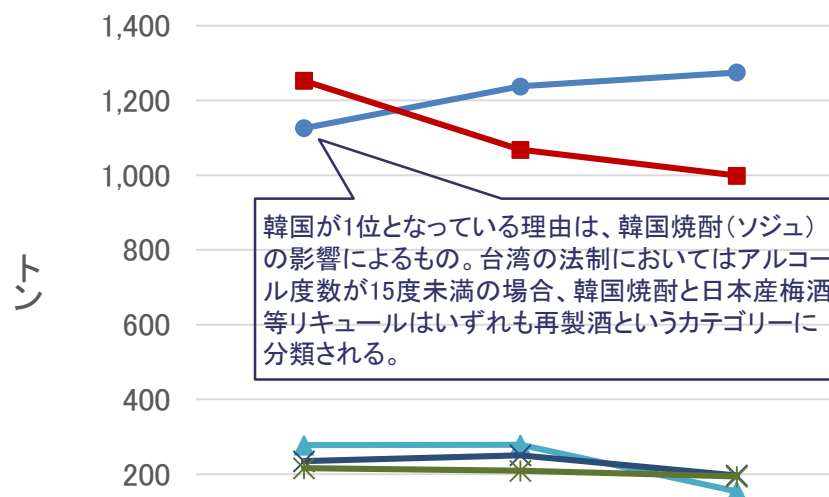
図1-27 10度以上の再製酒・リキュールの輸入上位5カ国の輸入額（2022～2024）



	2022	2023	2024
● 韓国	2,064	2,369	2,405
▲ アメリカ	1,094	1,437	683
× フランス	1,876	2,134	1,748
✱ ドイツ	1,843	1,789	1,690
■ 日本	10,513	8,904	8,263

日本の輸入額が他国より高いため、右軸で表記する

図1-28 10度以上の再製酒・リキュールの輸入上位5カ国の輸入量（2022～2024）



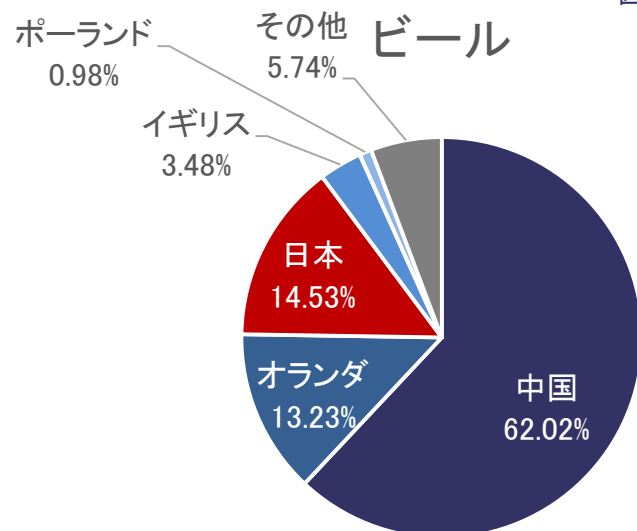
	2022	2023	2024
● 韓国	1,126	1,238	1,275
■ 日本	1,253	1,068	999
▲ アメリカ	278	279	154
× フランス	235	251	197
✱ ドイツ	216	209	194

韓国が1位となっている理由は、韓国焼酎（ソジュ）の影響によるもの。台湾の法制においてはアルコール度数が15度未満の場合、韓国焼酎と日本産梅酒等リキュールはいずれも再製酒というカテゴリーに分類される。

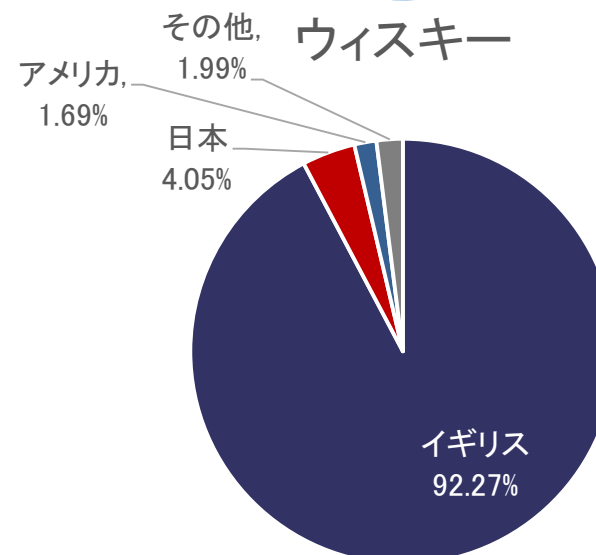
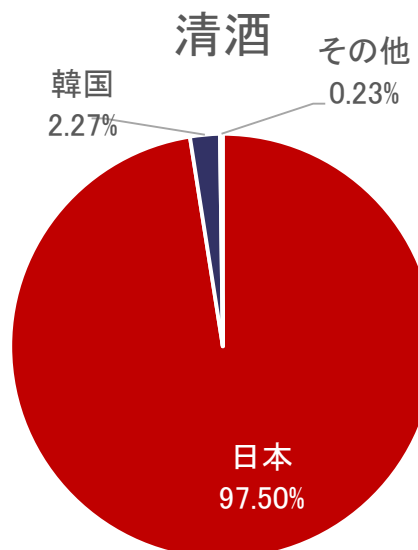
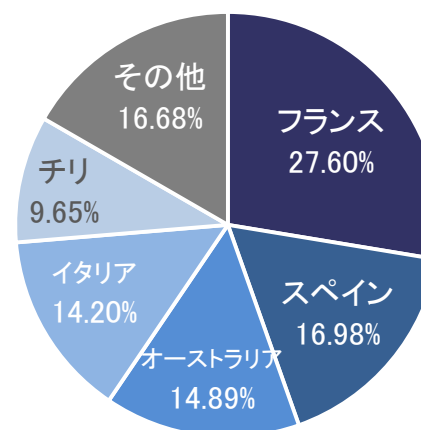
1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

③品目別の市場情報:2024年 国・地域別輸入量の割合(1)

図1-29 2024年 国・地域別輸入量の割合(1)



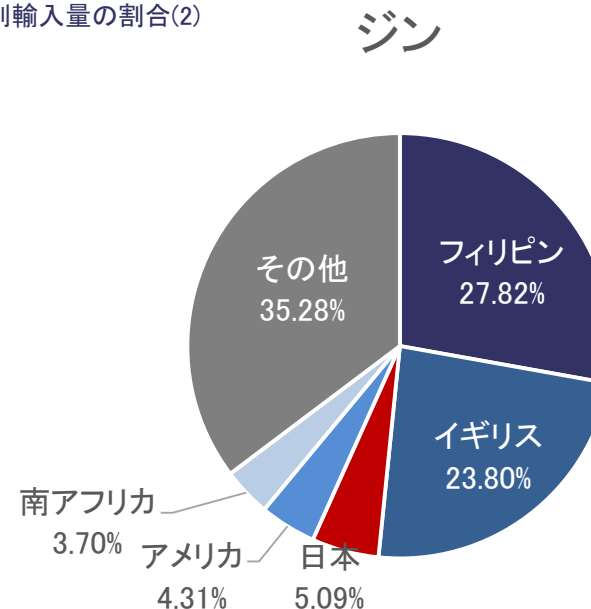
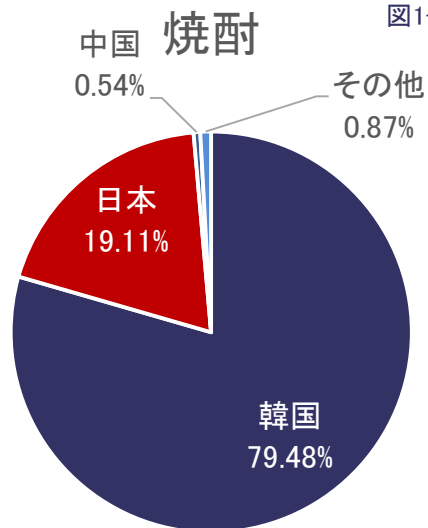
ワイン



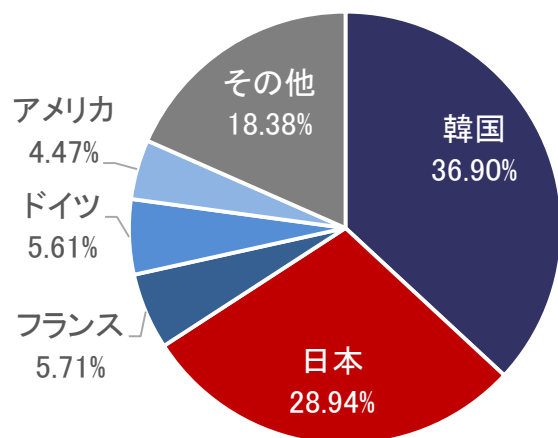
1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

③品目別の市場情報:2024年 国・地域別輸入量の割合(2)

図1-30 2024年 国・地域別輸入量の割合(2)



10度以上の再製酒・リキュール



1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

③品目別の市場情報:一人あたりの輸入額・輸入量の国・地域別比較の人口情報

表1-3 一人あたりの輸入情報の国・地域別比較:比較対象の人口情報

並び順:飲酒可能人口数

国・地域	飲酒(酒類購入) 可能な年齢	飲酒可能人口数 (2023年末時点)	飲酒可能人口の割合
台湾	18歳	20,016,245	77.8%
韓国	19歳	42,712,739	75.7%
日本	20歳	104,685,082	85.5%
アメリカ	21歳	253,409,500	82.5%
中国	18歳	1,153,607,000	84.2%

1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

③品目別の市場情報：一人あたりの輸入額の国・地域別比較(2023)

表1-4 一人あたりの輸入額の国・地域別比較

単位：米ドル	アメリカ	韓国	中国	日本※	台湾
ビール	28.050	5.109	0.501	0.657	12.776
ワイン	27.264	11.847	0.938	16.892	13.754
清酒	1.293	1.092	—	—	0.910
ウイスキー	6.663	6.079	0.507	4.699	36.109
焼酎	0.506	0.880	0.297	—	0.382
ジン	1.610	0.130	0.009	0.142	0.435
10度以上の再製 酒・リキュール	4.794	0.731	0.072	0.814	1.088

台湾におけるウイスキーの輸入額は
他国より明らかに高い

※元データ単位「日本円」を、2023年年間毎月の為替平均値に基づき「米ドル」への換算値である。

出所：United States International Trade Commission、Korea Customs Service、中华人民共和国海关总署、日本財務省貿易統計、財政部關務署 海關進出口統計

1. 台湾におけるアルコール飲料の統計データ分析

③品目別の市場情報：一人あたりの輸入量の国・地域別比較(2023)

表1-5 一人あたりの輸入量の国・地域別比較

単位：g	アメリカ	韓国	中国	日本	台湾
ビール	18,933.27※	5,588.40	366.31	416.50※	13,726.70
ワイン	4,707.02※	1,323.75	209.87	2196.79※	1,012.43
清酒	494.34※	482.88	—	—	160.47
ウイスキー	1,750.59△	716.09	26.03	649.93※	1,365.29
焼酎	379.56△	375.50	9.70	—	38.27
ジン	400.65△	21.75	1.80	25.73※	61.40
10度以上の再製 酒・リキュール	1,567.69△	280.65	24.85	187.65※	186.15

※元データ単位「リットル」を、各酒類の密度に基づき「kg」への換算値である。

各酒類の密度(概算値)ビール=1.02、ワイン=0.99、清酒=0.98、ウイスキー=0.95、焼酎=0.95、ジン=0.95、リキュール=1.05

△元データ単位「プルーフリットル」を、各酒類のABVに基づき「リットル」に換算し、上記の方法で「kg」への換算値である。

各酒類の主力種類のABV(概算値)ウイスキー=40%、焼酎=25%、ジン=40%、リキュール=20%

出所：United States International Trade Commission、Korea Customs Service、中华人民共和国海关总署、日本財務省貿易統計、財政部關務署 海關進出口統計

2. 台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き

①定義：タバコ・酒類事業者（菸酒業者）の定義及び法規制

- 台湾の「タバコ酒管理法」（中国語：菸酒管理法）は、酒類事業者に関する規定を定めている。本法における「酒類」には、ビール、醸造酒、蒸留酒、再製酒、料理酒などのアルコール飲料に加え、未変性アルコール※も含まれる。本章では、酒類全般を「酒類」と統一表記する。
- 第5条によると、酒類事業者は事業内容に応じて以下の3種類に分類される。それぞれの許認可、法規制、管轄機関に関する情報を下表にまとめた。なお、本章ではこれに基づき、以下の項目について説明する。
 - 共通規制：①酒類表示ラベル ②栄養表示 ③有機酒類表示 ④酒類の衛生基準 ⑤酒類の税制
 - 事業別規制：⑥輸入事業の規制と手続き ⑦販売事業の規制 ⑧生産事業の規制と手続き。

表2-1 台湾のアルコール事業に関する許認可・法規制・管轄機関の一覧

事業	申請項目	法規制		管轄機関
		共通	事業別	
輸入事業	許認可	《タバコ酒管理法》 酒類表示管理弁法 酒類衛生基準 タバコ酒税法	輸入酒類検査管理弁法 有機農産品の輸入管理弁法	財政部國庫署 經濟部國際貿易署
販売事業	会社の営業項目 (許可を得るのは日本のように厳しくない)		酒類販売場所の専用エリア・専用棚 管理弁法	財政部國庫署
生産事業	許認可	《有機農業促進法》 有機農産品及び有機転型期農 産品の表示及び標章管理法	酒類製造工場の設立基準 酒類製造業の適正衛生基準	財政部國庫署

※未変性アルコールとは、エタノール（エチルアルコール）の一種で、工業用アルコールとして使用されている

出所：菸酒管理法

2. 台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き

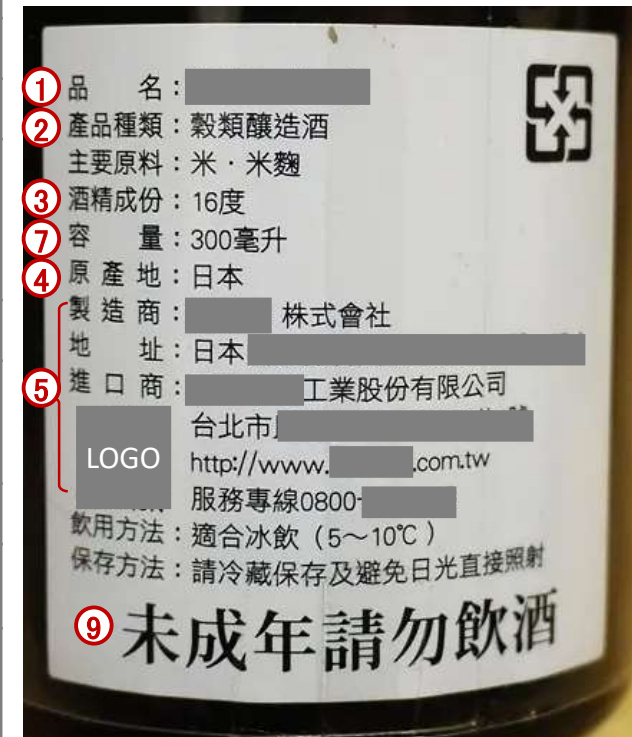
②共通規制：酒類表示ラベル規制

酒類専用のラベル表示は、「タバコ酒管理法」第32条及び「酒類表示管理弁法」に基づく。以下の項目を台湾の標準繁体字(中国語)で、読みやすく、背景に対してはっきりと分かる文字で表示すること。

表2-2 ラベルに表示必須項目

No.	内容	必須	説明
1	ブランド名	○	
2	製品の種類	○	原材料は必須項目ではない。
3	アルコール度数	○	
4	輸入酒の原産地	○	原産地は都道府県までの表示が必要だが、製造工場の住所が都道府県まで明記されている場合、原産地は国家名のみ表記は可能。
5	製造/輸入業者の名称・住所	○	
6	製造ロット番号	○	製造ロット番号がない場合、輸入業者は追跡のための商品番号の設定が必要。
7	容量	○	
8	有効期限または瓶詰め日	条件付	アルコール度数7%未満、またはプラスチック・紙製容器の場合は必須。
9	飲酒に関する警告文	○	「飲酒過多は健康に害を及ぼす」またはその他の警告文。2.65mm以上での表示が必要。
10	その他当局告示の表示事項	条件付	当局告示後18か月以内に表示が必要

図2-1 表示ラベルの例



2. 台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き

②共通規制: 栄養表示

- 台湾では、すべての包装食品に対し、「包装食品の栄養表示上の順守事項」に基づき、以下の栄養成分とその含有量を台湾の標準繁体字(中国語)で表示することが義務付けられている。
- 酒類は本規定の適用対象外であるが、消費者の知る権利を尊重し、製造・輸入業者による自主的な開示が推奨されている。特に、アルコール度数7%以下の調味酒については、100mlあたりのカロリー及び糖類含有量の表示が望ましい。その他の酒類についても、同様の対応が可能。

表2-3 ラベルの表示項目の内容

No.	内容
1	タイトルには「栄養表示」の文字を入れる
2	1食分もしくは1包装あたり〇g(またはml)、本包装は〇個入り
3	(1)「1食分もしくは1包装あたり」と「100g(またはml)あたり」 (2)「1食分もしくは1包装あたり」と「1日当たりの摂取目安量に占めるパーセンテージ」
4	カロリー(Kcal、kcal)
5	タンパク質(g)
6	脂肪(g) 飽和脂肪(または飽和脂肪酸) トランス脂肪(またはトランス脂肪酸)
7	炭水化物(g) 糖類
8	ナトリウム(mg)
9	その他の栄養素(製造者が自主的に記載する)

図2-2 栄養表示の例

① 營養標示			
② 每一份量100公克 本包裝含1份			
③ 每份 每100公克			
④ 熱量	100 大卡	100 大卡	
⑤ 蛋白質	40 公克	40 公克	
⑥	脂肪	10 公克	10 公克
	飽和脂肪	10 公克	10 公克
	反式脂肪	0 公克	0 公克
⑦	碳水化合物	25 公克	25 公克
	糖	15 公克	15 公克
⑧	鈉	50 毫克	50 毫克
◆本產品含有或其製品，不適 合對其過敏者食用。			

2. 台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き

②共通規制: 有機酒類表示

- 台湾では、有機酒類の販売は「有機農業促進法」に基づき、認証機関の有機認証を取得する必要がある。日本と台湾の間では有機同等性が相互承認されており、日本において有機JAS認証を受けた有機酒類については、有機表示を付けて台湾へ輸入することができる。なお、台湾の有機認証を申請するには、台湾で生産・加工する必要がある。
- 有機酒類の表示は「有機農業促進法」第17、19、20条及び「有機農産品及び有機転型期農産品の表示及び標章管理法」に基づき、以下の表にまとめた。

表2-4 有機酒類のラベルの表示項目の内容

No.	内容	説明
1	認証証書の番号	輸入有機農産品の同意書の番号を記載する
2	認証機関の名称	
3	原産地(国)	製造工場や認証施設の住所が原産地を示せる場合、省略可
4	品名	「有機」の文字を入れる
5	原料名(成分)	二種類以上の混合物は含有量順に記載する。単一原料で品名と同じ場合は省略可
6	事業者情報	農産品経営者の名称、住所、電話番号、輸入業者の情報を記載する
7	有機農産品マーク	原則的に直径1.7cm以上の表記が必要
8	その他	当局管轄機関が公告する必要表示事項

図2-3 有機酒類表示の例



2. 台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き

②共通規制: 表示規制のよくある質問

Q1 酒類ラベルの表示言語・位置・方法に関する規定は？

- ・「台湾の標準繁体字(中国語)」での表示が必要。
- ・ラベルが識別しやすいように、直接容器に表示する。容器の外部表面積が過小である場合、別途ラベルを添付することが可能。

Q2 日本の酒類ラベルをそのまま使用できるか？

- ・台湾の標準繁体字での表示が必要。日本語のラベルをそのまま使用できない。
- ・産地は必ず台湾の標準繁体字で表示し、日本語の漢字を使用できない。
- ・表示ラベル規制上での必要項目のほかに、ラベル原文に記載のない内容の追加は不可。

Q3 酒類の有効期限表示は必要か？

- ・アルコール度数7%未満、またはプラスチック製や紙製の容器の酒類は、有効期限の表示が必要。その他は有効期限の表示がなくても可能だが、期間がないとする表現の表示は禁止。
- ・瓶詰め日のみ記載されている輸入品には、有効期限の追加表示が必要。

Q4 酒類のラベルに禁止されている表現は？

- ・医療効果を暗示する表現(「健康に良い」「血行促進」など)や、虚偽・誤解を招く表現は禁止。

2. 台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き

②共通規制：酒類の衛生基準

- 台湾における酒類は、「酒類衛生基準法」に基づき、以下の物質及び含有量の制限が規定されている。調査対象品目ごとの規定は、以下の表にまとめた。（その他の酒類の基準値は別紙②(P.79)を参照）
- 下表に記載されていない物質については、全酒類に適用される基準に従い、以下2点のいずれかに該当するものは使用禁止となっている。
 - 有毒または人体に有害な物質・異物を含むもの。
 - これまで飲食に供されたことがなく、安全性が証明されていないもの。

表2-5 対象品目別規制物質及び許容基準

品目	規制項目・許容量					
	メタノール	鉛	二酸化硫黄	ソルビン酸(防腐剤)	安息香酸(防腐剤)	ルテイン(着色料)
	mg/L(純エタノール換算)	mg/L	mg/L	g/L	g/L	ml/L
ビール	1,000	0.3	0.03	添加禁止	0.40	10
ワイン	3,000		0.40	0.20	0.40	
清酒	1,000		0.03	添加禁止	0.40	
ウイスキー	1,000		0.03	添加禁止	添加禁止	
焼酎	4,000		0.03	添加禁止	添加禁止	
ジン	1,000		0.03	添加禁止	添加禁止	
10度以上の再製酒・リキュール	使用されるアルコール、醸造酒、蒸留酒などの基酒のメタノール含有基準に準拠する		果実を主原料とする : 0.40 それ以外は添加禁止	果実を主原料とする : 0.20 それ以外は添加禁止	アルコール18%以下 : 0.40	

2. 台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き

②共通規制：酒類の税制

- ・「菸酒税法」によると、台湾向け販売目的で輸入される酒類には、酒税・関税・営業税が課される。調査対象品目ごとの税金を以下の表にまとめた(関税は日本から輸入の関税額で、営業税は酒類問わず5%)アルコール飲料全般の酒税・関税は別紙③、④(P.80～82)参照。
- ・税金の計算式：酒税+関税+営業税。

表2-6 対象品目別税金一覧表

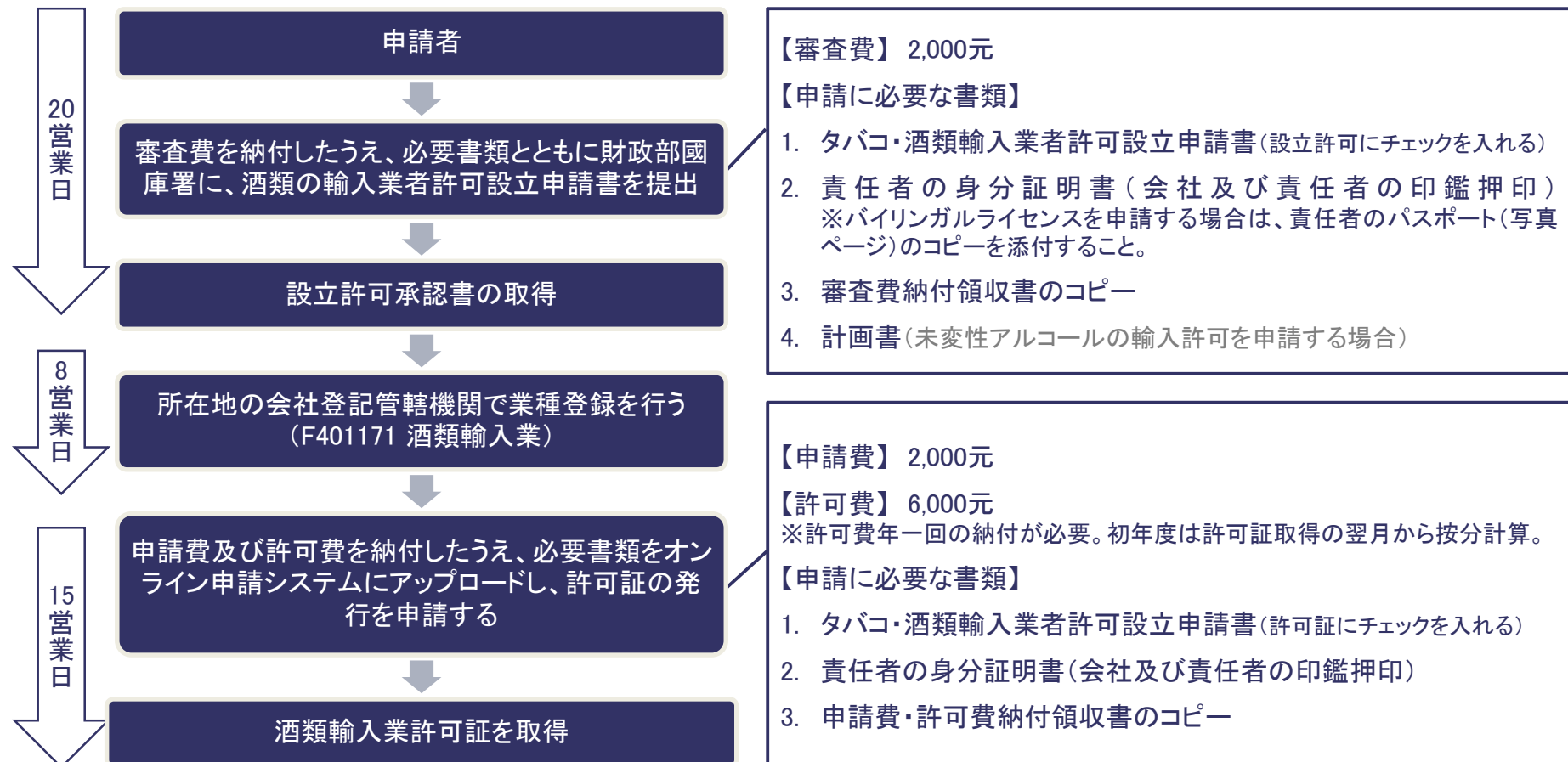
品目	HS Code	品名	酒税	関税率	営業税
ビール	22030000	ビール	NT\$26 / L	0%	5%
ワイン	22041010	シャンパン	NT\$7 / 度・L	10%	
	22041090	スパークリングワイン	NT\$7 / 度・L	20%	
	22042100	ワイン(2ℓ未満の容器)	NT\$7 / 度・L	10%	
	22042200	ワイン(2ℓ以上10ℓ未満の容器)	NT\$7 / 度・L	10%	
	22042900	ワイン(10ℓ以上の容器)	NT\$7 / 度・L	10%	
清酒	22060010	穀類醸造酒	NT\$7 / 度・L	20%	
ウイスキー	22083000	ウイスキー	NT\$2.5 / 度・L	0%	
焼酎	22089090197	穀類蒸留酒	NT\$2.5 / 度・L	40%	
ジン	22085000	ジン	NT\$2.5 / 度・L	0%	
10度以上の再製酒・リキュール	22087000	リキュール及び甘露酒	NT\$7 / 度・L	0%	
	22089090357	その他再製酒(10度～20度未満)	NT\$2.5 / 度・L	40%	
	22089090366	20度以上の再製酒	NT\$185 / L	40%	

2. 台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き

③輸入に関する規制、手続き:輸入業許可証の申請の流れ

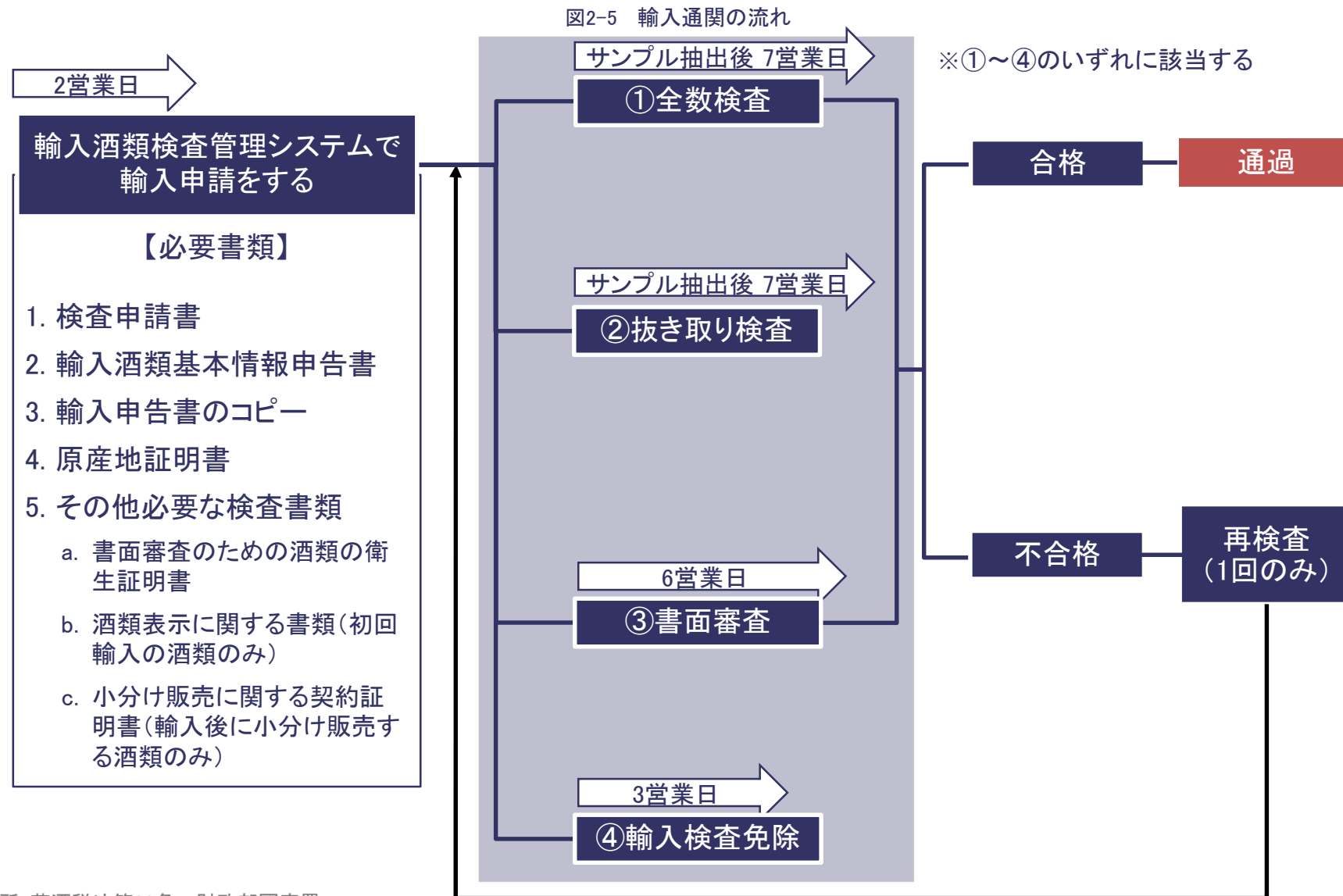
- 台湾に酒類を輸入するには、申請者が台湾の会社に限り、酒類輸入業許可証の取得が必要。酒類輸入業許可証の取得手続きについて以下の図にまとめた。

図2-4 酒類輸入業許可証の申請の流れ、必要な書類



2. 台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き

③輸入に関する規制、手続き:輸入通関の流れ



2. 台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き

③輸入に関する規制、手続き:輸入時の検査(1)

表2-7 輸入時の検査(1)

検査種類	実施方法	検査対象
①全数検査	申請受理後、該当する酒類を一時留置し、サンプルを採取・検査。結果が基準を満たした場合のみ輸入可。	1.未変性アルコール。 2.小分け販売または加工用途向けのもの。 3.内外の製品安全情報や科学的根拠により、人体への健康リスクがあるとされるもの。 4.内外の製品安全情報に基づき、製品特性の理解が必要とされるもの。 5.申請者が輸入した同ブランド・同原産地・同製品種類の酒類が過去に検査不合格となったもの。ただし、その後3回連続で検査に合格すれば、抜き取り検査または書面審査へ移行可能。 6.申請者が、検査基準を満たさない状態で仮通関された酒類を、無断で保管場所の変更や第三者への譲渡を行った場合。 7.当局管轄機関が衛生上の安全性に懸念を持ち、逐次検査を必要と判断した場合(例:日本の福島、群馬、茨城、栃木、千葉の5県で製造された酒類)。
②抜き取り検査	申請受理後、5%以上の確率でランダムに抜き取り検査を実施。抽出対象の酒類を一時留置し、サンプル検査を行い、基準を満たした場合のみ輸入可。	全数検査及び書面審査の適用対象外となる酒類。

2. 台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き

③輸入に関する規制、手続き:輸入時の検査(2)

表2-8 輸入時の検査(2)

検査種類	実施方法	検査対象
③書面審査	- 審査システム(電腦審査)では、「輸入酒類検査管理弁法」第6条第1項の要件審査を行う。合格の場合は輸入となる。 - 内外の衛生証明書の初回提出時には、審査合格の場合に輸入可。衛生上の安全性に懸念がある場合、サンプル検査を実施することがある。	- 同一申請者、ブランド名、原産地、アルコール成分、製品種類、包装材質、製造業者の酒類が、過去2年以内に当局管轄機関または当局認証の実験室において規定の方法で検査に合格したもの。 - 管轄機関が規定する酒類の衛生証明書とは、以下のいずれかに該当する。 - ILAC認定の実験室、または原産国・輸出国の政府機関が過去2年以内に発行した検査報告書。 - 管轄機関が指定する酒類については、過去2年以内に原産国または輸出国の政府機関が発行した検査証明書、または酒類専門団体が担保する書類が、台湾の衛生基準に適合している必要がある。 - 輸入ぶどう酒は、原産国の製造業者や輸出業者が、その国で2年以内に発行した書類に基づき、台湾の衛生基準に適合していることを証明し、申請者がその書類を担保する必要がある。
④輸入検査免除	輸入検査免除	- 個人用で、容量は5リットル以下の輸入酒類。 - 関税法第49条、第1項の1号～3号に該当するもの。(総統や外交官用) - アルコール飲料の製造に使用されないもの。 - 展示会のサンプル用または研究開発用の非売品で、税関完税価格※が1,000米ドルを下回るもの。または1,000米ドルを上回るものについては、管轄機関からの認定を受けた後に特別な条件で検査の免除を受けたもの。

※: 本体価格+関税+酒税+営業税

2. 台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き

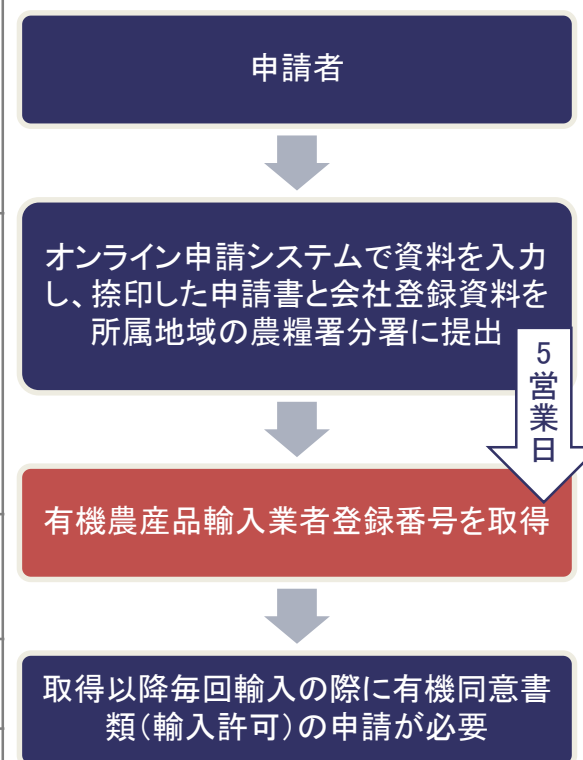
③輸入に関する規制、手続き:有機酒類の輸入

台湾への有機酒類の輸入について、「有機農産品の輸入管理弁法」(中国語:進口有機農産品審查管理辦法)に基づき、輸入の手続きと提出書類を下表にまとめた。

表2-9 有機酒類の輸入に関する審査規制

項目	内容	備考
適用範囲及び申請規定	1. 輸入有機農産品は当局管轄機関が公告する有機同等性国またはWTO加盟国の認証機関による認証を受ける必要がある 2. 輸入業者は初回申請時に輸入業者登録を行い、登録番号を取得しなければならない(手続きは右図の通り) 3. それ以降毎回輸入の際に、システムで輸入申請を行い、以下の書類を農糧署に送付し、有機同意書類(輸入許可)を申請する必要がある	
審査に必要な書類	1. 有機同意書類申請書 2. 身分証明書または法人登記証明 3. 有機認証証明書及び中国語翻訳版 4. 輸出国の認証機関による証明書 5. 輸入申告書及び検疫書類、加工品成分構成比表(必要の場合のみ) 6. 商品の中国語の表示ラベル 7. 審査費納付証明のコピー 8. 委託書(代理人に委託する場合)	すべての書類に輸入業者の捺印が必要
却下条件	1. 有機原料の含有率が95%未満の場合 2. 検疫処理後に認証基準を満たさない場合 3. 申請書類が不完全で、期限内に補正されない場合	審査費用は返還不可
輸入製品の表示管理	輸入有機農産品の表示は「有機農産品及び有機転型期農産品の表示及び標章管理法」に準じる	ページ39を参照
記録保存及び委託処理	1. 輸入業者は輸入及び販売記録を5年間保存する義務がある 2. 輸入業者は代理人を通じて申請可能	

図2-6 有機農産品輸入業者の登録手続き



2. 台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き

④販売に関する規制

- ・台湾で酒類を販売するための許認可は不要で、酒類販売に関わる営業項目の登録が必要。各種業種が申請すべき(例示に限定されない)営業項目については、表2-10にまとめた。
- ・「タバコ酒管理法」第30条第2項及び「酒類販売場所の専用エリア・専用棚管理弁法」に基づく販売規制については、表2-11にまとめた。

表2-10 酒類販売に関わる営業項目

営業項目	概要、定義
F102030 菸酒批發業	タバコ・酒類の卸売業
F203020 菸酒零售業	タバコ・酒類の小売業
F501050 飲酒店業	酒類提供の飲食サービス業。接待を伴わないビアホール、バーなどを含む。

表2-11 酒類販売場所に関する規制

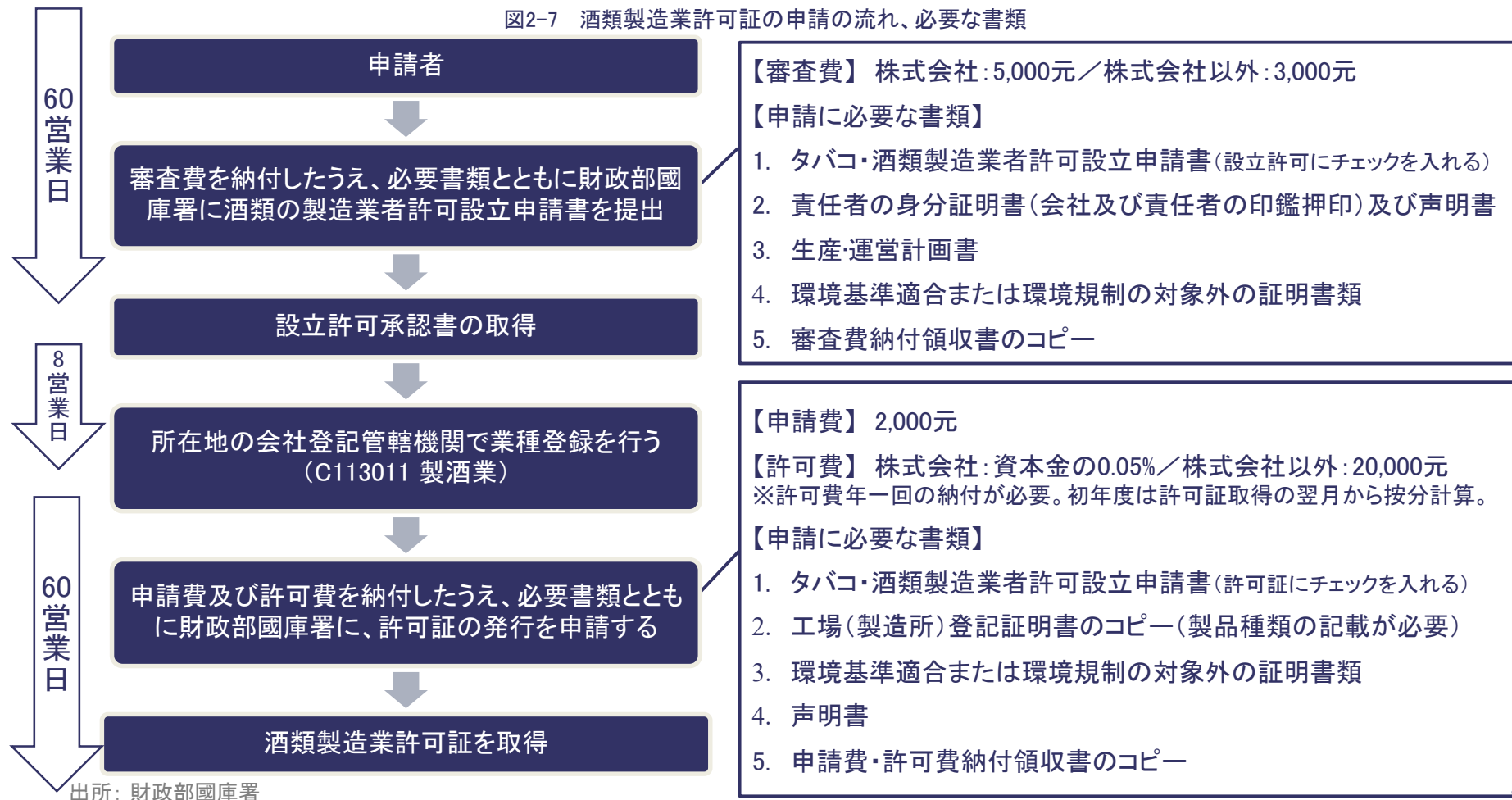
項目	内容
基本原則	1. 18歳未満への酒類販売は禁止され、明確な表示が必要 2. 購入者の年齢確認ができない方法(自動販売機、通信販売(郵送販売)、オンラインショッピング)での酒類販売は禁止 3. 有効期限を超えた酒類の販売は禁止
実店舗での販売規制	1. 一般商品と区別するために、酒類専用エリアを設置し、明確に仕分けすること 2. 飲酒警告文の表示が必要で、文字ごとの高さ・幅は3cm以上とする 3. 営業面積が6㎡未満の場所、飲食店、または酒類専門店には上記2点の対象外とする

2. 台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き

⑤生産に関する規制、手続き：製造業許可証の申請、メーカー・製品登録(1)

- 台湾で酒類を製造するには、酒類製造業許可証を取得し、メーカー及び製品の登録が必要。申請は会社に限らず、合資会社(合夥)、または個人事業主(獨資)においても可能。酒類製造業許可証の取得手続きは以下の図の通りで、メーカー及び製品の登録は次のページを参照。

図2-7 酒類製造業許可証の申請の流れ、必要な書類



2. 台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き

⑤生産に関する規制、手続き：製造業許可証の申請、メーカー・製品登録(2)

- ・ 製造業許可証を取得した後、製造開始前にタバコ・酒類税(菸酒税)のメーカー登録及び製品登録が必要。下表の必要書類を用意し、各地域の管轄税務機関へ申請を行う。
- ・ 必要資料については、財政部財政情報センターが発表した規則に基づき、各自治体がこれに準じて詳細を定める。

表2-12 酒類製造事業者のメーカー登録・製品登録に必要な書類と所要日数

項目	必要な書類	所要日数
メーカー登録	1.タバコ・酒類税事業者設立(変更)登記申請書(2部) 2.タバコ・酒類税事業者設立(変更)登記表(2部) 3.事業者証明書(2部) 4.タバコ・酒類製造業許可証及び設立許可公文のコピー(2部) 5.工場・倉庫の簡易平面図(2部、貼付して提出) 6.タバコ・酒類製造業の生産及び運営計画書(2部)	9営業日
製品登録	1.タバコ・酒類税製品登録申請書(2部) 2.サイズ4インチの製品写真、表示ラベル及びデザイン各2枚 ※製品写真の提出が製造前に困難な場合は、初回製造完了後2日以内に提出可。写真内の製品表示内容は判読可能であること 3.委託製造の場合は、委託契約書及び当局管轄機関の承認書類 4.製造工程(醸造・蒸留・再加工など)のフローチャート及び説明資料	5営業日

2. 台湾におけるアルコール飲料の各種規制、手続き

⑤生産に関する規制、手続き:規制について

酒類生産に関する規制を以下の表にまとめた。詳細は法規リンク内の規定を参照。

表2-13 製造事業者に関する規制

規制名	内容	リンク
酒類製造工場の設立基準	酒類製造工場の衛生管理と安全基準を向上させ、品質の安定を目的とし、工場環境、建築・施設、設備・器具、工場内の区域分け、生産設備の標準に関する規制	https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=G0330026
酒類製造業の適正衛生基準	酒類の安全性と品質の確保を目的とし、酒類生産拠点の作業環境と施設、設備と器具、従業員管理、清掃・消毒、廃棄物処理、衛生管理体制に関する規制	https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=G0330019

3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

①輸入品の流通について: 輸入ルート

台湾に酒類を輸入するには、輸入事業者経由と台湾の現地法人経由の2つの方法がある。

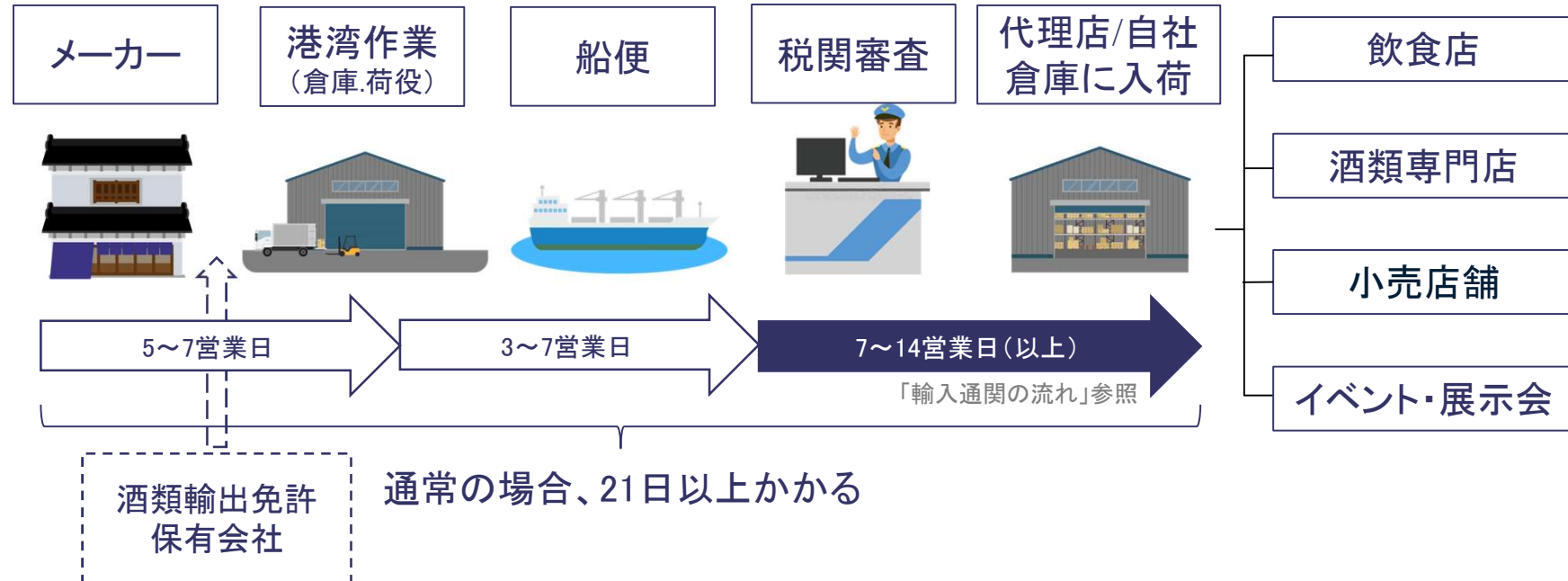
1. 台湾の輸入事業者経由: 台湾では、酒類輸入許可を持つ台湾企業が輸入し、販売を行う

a. 日本の酒蔵: 自社製品の輸出に際して酒類輸出免許の取得は不要であり、直接台湾の輸入事業者と取引が可能。

b. 日本の卸売業: 日本の酒類輸出免許を取得することで、台湾の輸入事業者と取引が可能。

2. 台湾現地法人経由: 酒蔵や卸売業が台湾で現地法人を設立し、台湾の酒類輸入許可を取得して輸入・販売を行う。

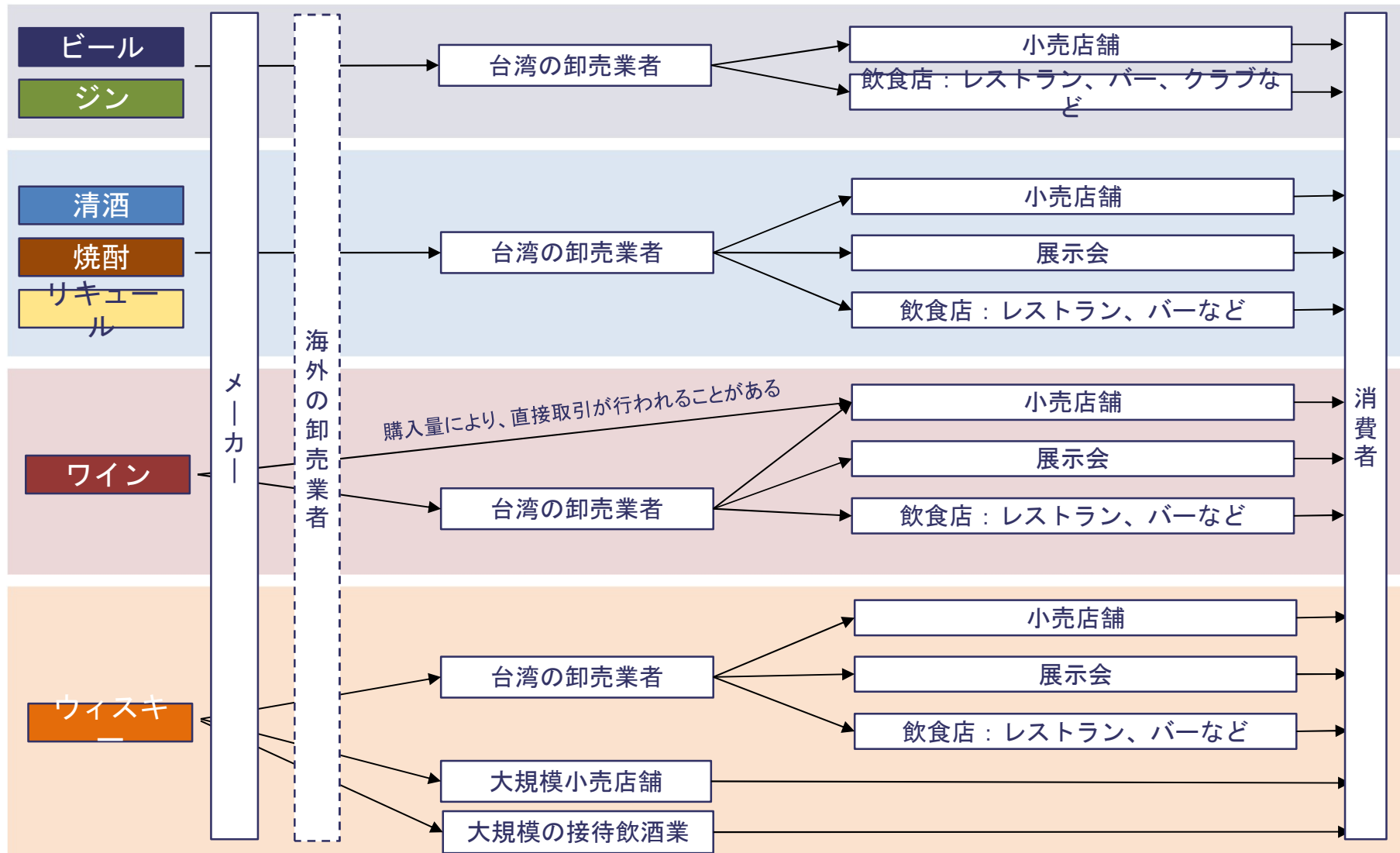
図3-1 日本から台湾へ輸入の輸入ルート



3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

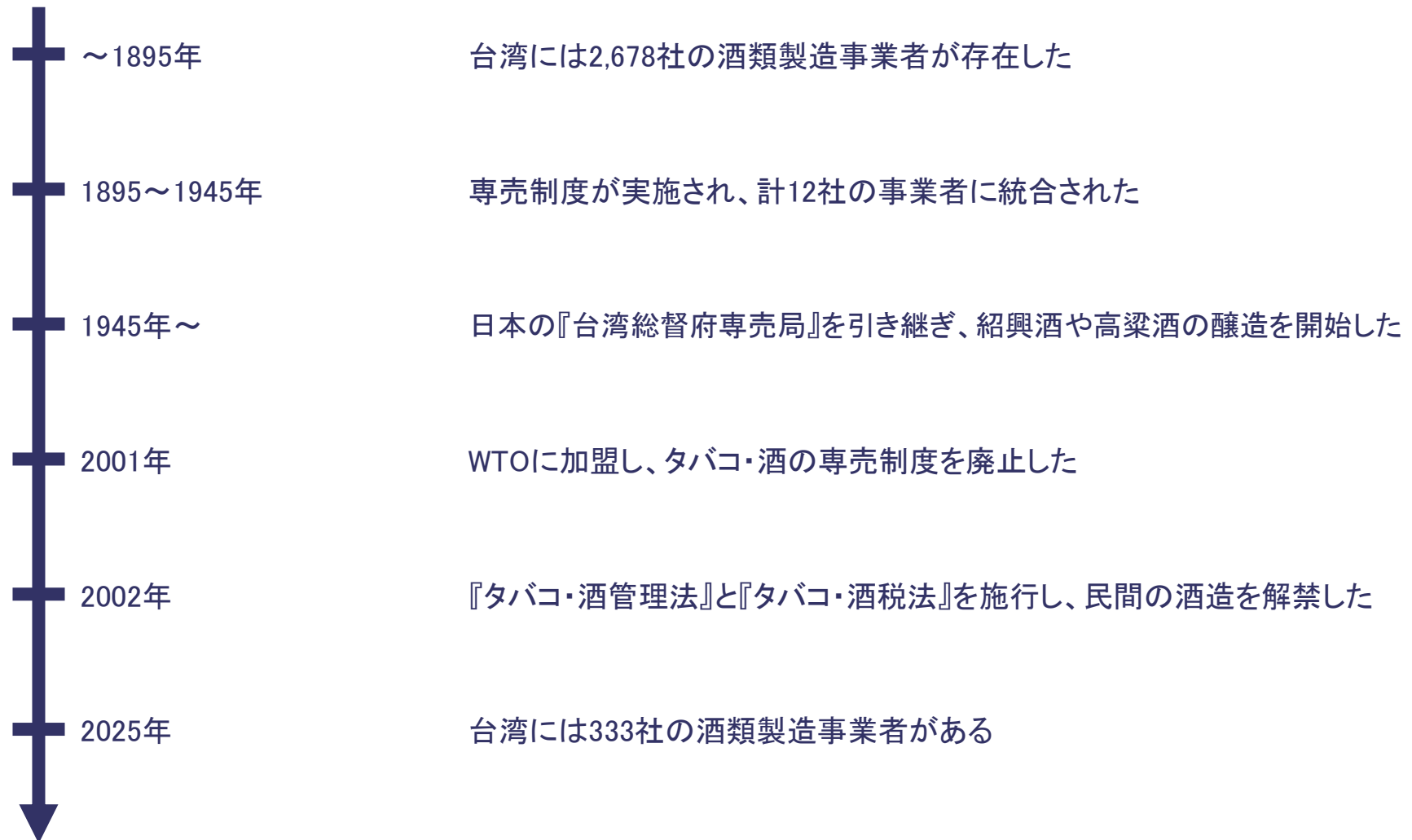
①輸入品の流通について:輸入品目の流通ルート

図3-2 輸入品目の流通ルート



3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

②台湾産酒類の流通について: 台湾産酒類生産の沿革



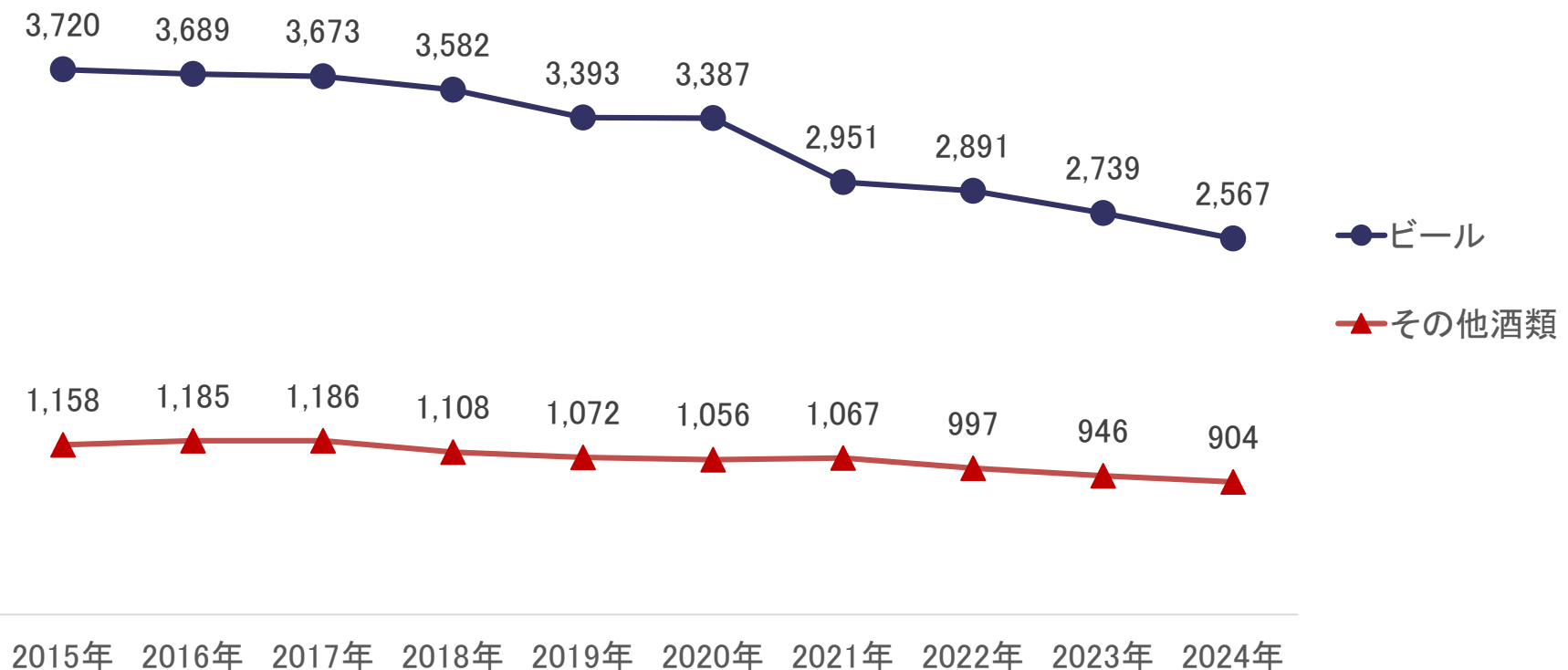
3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

②台湾産酒類の流通について：台湾産酒類の台湾向け販売量

台湾経済部の酒類飲料統計では、ビールとその他の酒類の2種類に分類されている。ビールの98%、その他の酒類の96%が台湾向けに販売され、海外への輸出は少ない。酒類の輸入増加により、台湾生産の酒類販売量は減少しており、特にビールは減少傾向である。

図3-3 台湾産酒類の台湾向け販売量

単位：百万リットル



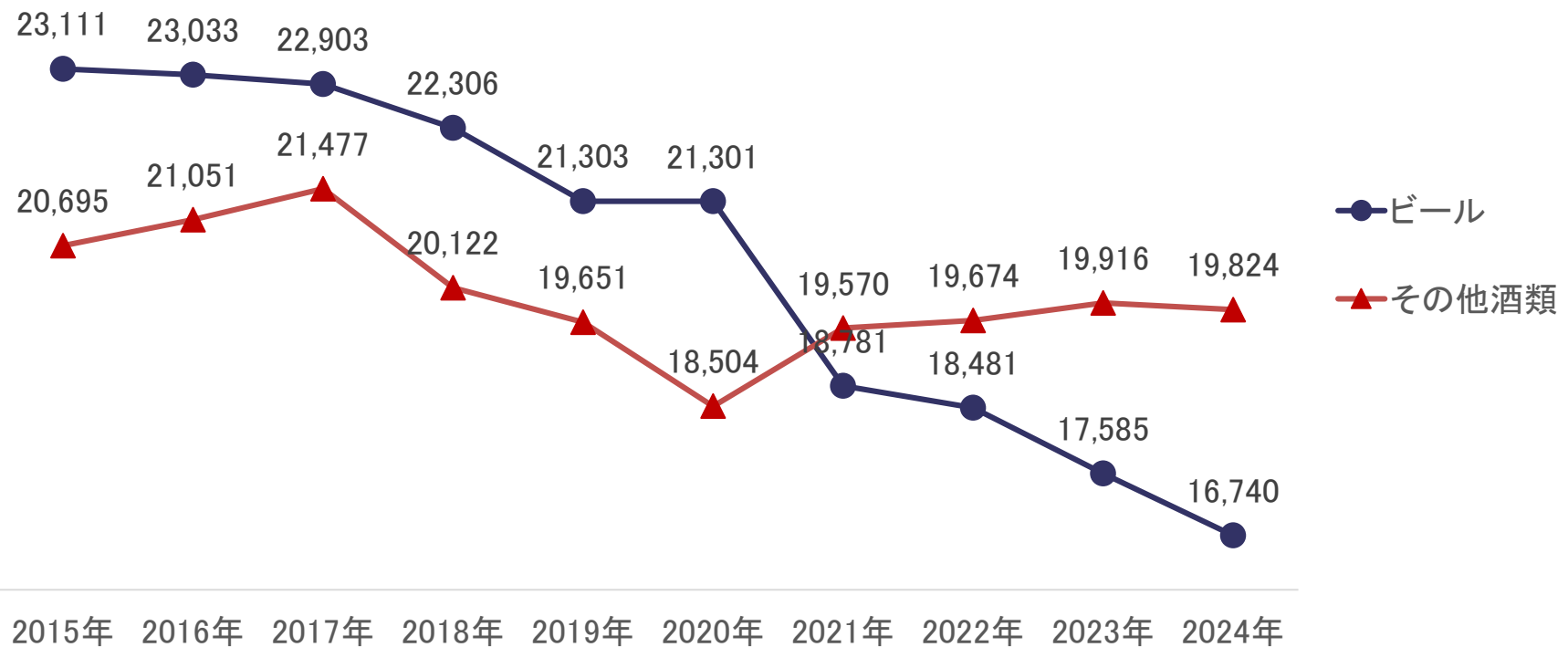
3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

②台湾産酒類の流通について：台湾産酒類の台湾向け販売額

2020年以降、ビールの販売額が顕著に減少し、2024年は167億元まで低下し、1986年の162億元の水準に落ちた。一方、その他酒類の販売量は増加していないが、単価が上がることによって、2021年より販売額の水準が上がってきた。

図3-4 台湾産酒類の台湾向け販売額

単位：百万元



3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

②台湾産酒類の流通について:台湾生産の主要酒類と主要ブランド(流通ルート)

ビール						
高粱酒						
紹興酒			台湾生産の酒類は、自社工場や自社小売店舗で販売されるほか、原則として輸入品と同じ流通ルートで販売される。また、これらのブランドは拡販のため、飲食業にも参入している。			
ウィスキー						
その他						

3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

③販売価格:参考チャネル一覧



出所:各企業公式サイト

3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

③販売価格：販売チャネル別の価格帯一覧（台湾元）

表3-1 販売チャネル別の価格帯一覧（台湾元）

品目別	価格帯	販売チャネル											
		コンビニ		スーパー						ホールセラー		酒類専門店	
				台湾				外資					
				一般		高級		高級					
ビール	低	50	500ml	50	500ml	50	350ml	80	500ml	40	350ml	20	350ml
	中	60	500ml	60	500ml	95	500ml	100	500ml	60	500ml	28	350ml
	高	80	500ml	80	500ml	180	500ml	150	330ml	90	500ml	33	350ml
ワイン	低	300	750ml	300	750ml	1000	750ml	800	750ml	500	750ml	800	750ml
	中	500	750ml	500	750ml	1500	750ml	1500	750ml	900	750ml	1500	750ml
	高	800	750ml	800	750ml	4500	750ml	2500	750ml	1500	750ml	3000	750ml
清酒	低	-	-	-	-	400	300ml	1300	720ml	600	2000ml	300	720ml
	中	200	500ml	-	-	1200	720ml	1600	720ml	700	720ml	800	720ml
	高	-	-	-	-	2400	720ml	2500	720ml	1300	720ml	1500	720ml
ウイスキー	低	500	700ml	500	700ml	450	700ml	2000	700ml	500	700ml	2000	700ml
	中	900	700ml	900	700ml	3500	700ml	4000	700ml	900	700ml	5000	700ml
	高	1900	700ml	1900	700ml	10000	700ml	6000	700ml	1500	700ml	10000	700ml
焼酎	低	-	-	-	-	500	720ml	-	-	165	360ml	120	360ml
	中	180	360ml	-	-	1350	720ml	1300	1800ml	250	360ml	160	360ml
	高	-	-	-	-	2580	720ml	-	-	-	-	180	360ml
ジン	低	-	-	-	-	550	700ml	100	50ml	-	-	500	700ml
	中	300	200ml	-	-	1100	700ml	150	50ml	-	-	1000	700ml
	高	-	-	-	-	1750	700ml	200	50ml	-	-	1500	700ml
リキュール	低	40	330ml	40	330ml	700	720ml	800	720ml	45	330ml	600	720ml
	中	70	50ml	300	700ml	1000	720ml	1200	720ml	500	700ml	800	720ml
	高	100	50ml	-	-	1380	720ml	2000	720ml	750	700ml	1000	720ml

本表の価格は同一製品やブランドの比較ではなく、該当流通チャネルで取り扱われている各価格帯の商品価格を示したものです。

3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

③販売価格：販売チャネル別の価格帯一覧(日本円に換算)

表3-2 販売チャネル別の価格帯一覧(日本円に換算)

※為替レート:4.55(みずほ銀行2025年3月6日時点)

本表の価格は同一製品やブランドの比較ではなく、
帯の商品価格を示したもので、該当流通チャネルで取り扱われている各価格

品目別	価格帯	販売チャネル											
		コンビニ		スーパー						ホールセラー		酒類専門店	
				台湾				外資					
				一般		高級		高級					
ビール	低	228	500ml	228	500ml	228	350ml	364	500ml	182	350ml	91	350ml
	中	273	500ml	273	500ml	432	500ml	455	500ml	273	500ml	127	350ml
	高	364	500ml	364	500ml	819	500ml	683	330ml	410	500ml	150	350ml
ワイン	低	1365	750ml	1365	750ml	4550	750ml	3640	750ml	2275	750ml	3640	750ml
	中	2275	750ml	2275	750ml	6825	750ml	6825	750ml	4095	750ml	6825	750ml
	高	3640	750ml	3640	750ml	20475	750ml	11375	750ml	6825	750ml	13650	750ml
清酒	低	—	—	—	—	1820	300ml	5915	720ml	2730	2000ml	1365	720ml
	中	910	500ml	—	—	5460	720ml	7280	720ml	3185	720ml	3640	720ml
	高	—	—	—	—	10920	720ml	11375	720ml	5915	720ml	6825	720ml
ウイスキー	低	2275	700ml	2275	700ml	2048	700ml	9100	700ml	2275	700ml	9100	700ml
	中	4095	700ml	4095	700ml	15925	700ml	18200	700ml	4095	700ml	22750	700ml
	高	8645	700ml	8645	700ml	45500	700ml	27300	700ml	6825	700ml	45500	700ml
焼酎	低	—	—	—	—	2275	720ml	—	—	751	360ml	546	360ml
	中	819	360ml	—	—	6143	720ml	5915	1800ml	1138	360ml	728	360ml
	高	—	—	—	—	11739	720ml	—	—	—	—	819	360ml
ジン	低	—	—	—	—	2503	700ml	455	50ml	—	—	2275	700ml
	中	1365	200ml	—	—	5005	700ml	683	50ml	—	—	4550	700ml
	高	—	—	—	—	7963	700ml	910	50ml	—	—	6825	700ml
リキュール	低	182	330ml	182	330ml	3185	720ml	3640	720ml	205	330ml	2730	720ml
	中	319	50ml	1365	700ml	4550	720ml	5460	720ml	2275	700ml	3640	720ml
	高	455	50ml	—	—	6279	720ml	9100	720ml	3413	700ml	4550	720ml

3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

④外国企業の進出、投資形態

- 台湾の酒類市場に進出している外国企業の進出形態は、以下の表にまとめた。
- 参入の難易度は、リスク、資本投資、管理権限、市場適応の容易さなどの要素に基づき、貿易型（低）→契約型（中）→投資型（高）の順となる。一般的には、リスクの低い貿易型から始め、契約型を経て、最終的に投資型で本格展開する流れとなる。

表3-3 外国企業の台湾酒類市場への参入形態

参入モード	具体的な方法	概要
貿易型	間接輸出	日本国内の仲介業者を通じて台湾市場に製品を販売
	直接輸出	企業が直接、台湾の代理店、中間業者や消費者に販売
契約型	ライセンス契約	技術やブランドを海外企業に許諾し、使用料を得る
	フランチャイズ契約	ブランドとビジネスモデルを海外企業に提供し、ロイヤリティを受け取る
	委託生産	海外メーカーに製造を委託し、自社は販売を担当
	経営契約	企業が海外企業の経営を請け負うが、資本は持たない
	ターンキー契約	工場や施設を建設し、稼働可能な状態で現地企業に引き渡す
投資型	支店の設立	親会社の一部として海外に拠点を開設し、事業を展開
	現地法人の設立	100%出資または合併で法人を設立し、市場に参入

3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

④外国企業の進出、投資形態：日本以外の進出事例

投資型：現地法人の設立

ハイネケン(オランダ)

台湾での工場設立に投資、現地生産

- 三洋維士比集団傘下のビールメーカー、台湾龍泉鑽興業を買収。台湾龍泉鑽興業が屏東県に持つ工場を取得し、東アジア市場向けのビール生産に乗り出す。
- 台湾での生産工場の設置は海外メーカー初。

投資型：現地法人の設立

ペルノ・リカール(フランス)

買収で市場を拡大させる

- 1991年に台湾市場へ参入し、買収先ブランドの基盤を活かして安定成長。
- 2016年には台湾人総経理の下、「グレンリベット」「ロイヤルサルート」の台湾限定ボトルを展開し、販売を強化。

3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

④外国企業の進出、投資形態：日本の進出事例

投資型：現地法人の設立

ビームサントリー

台湾市場に根ざし、現地化経営とブランド強化を推進

- 1994年のスピリッツ輸入解禁後に台湾市場へ参入し、2003年に現地法人を設立。現在は「経営の現地化」「高級ブランドの拡大」「CSRの推進」を軸に、台湾市場に根ざした展開を進めている

契約型：フランチャイズ契約

旭酒造株式会社

台湾のホテルグループと提携し、世界初の獺祭バー海外店を開業

- この事例を含め、ハイエンド層をターゲットとし、高級レストランやホテルとの提携を積極的に展開している。
- 一般流通ルートでは、開元食品が現時点唯一の代理販売を担っている。

契約型：ライセンス契約

井上清吉商店

台湾の代理業者「緑芽酒蔵」と提携、共同醸造された清酒をリリース

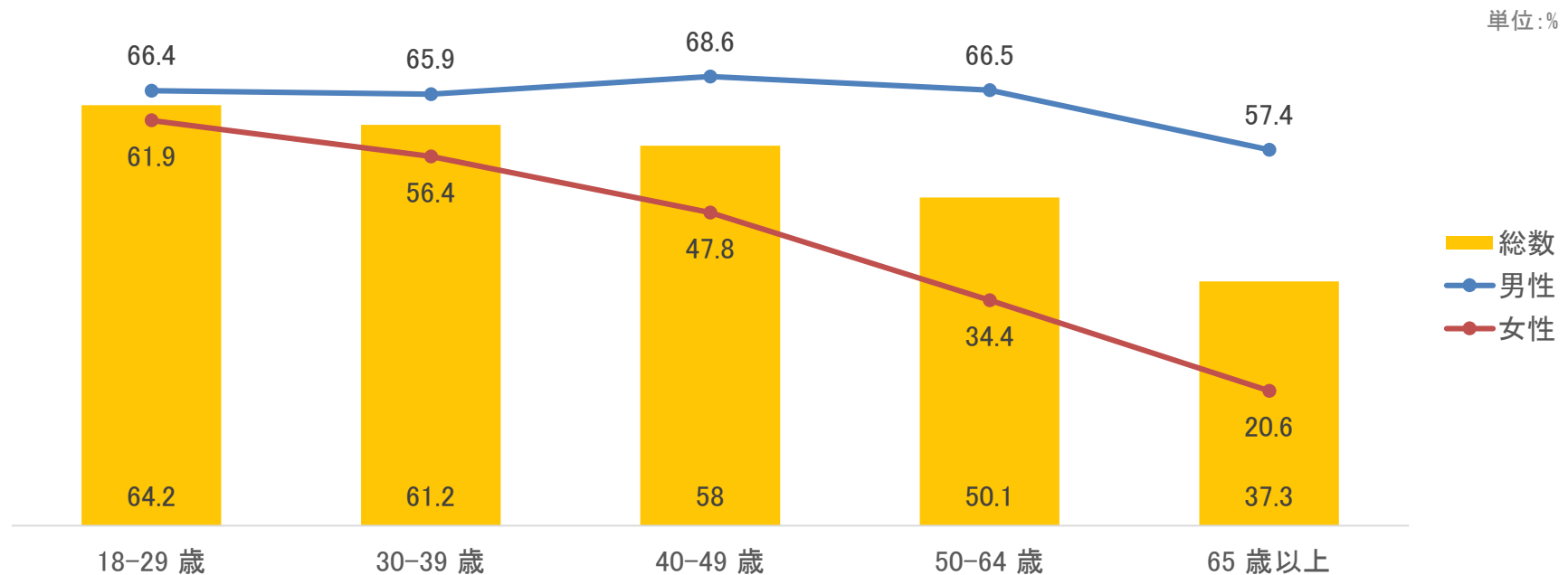
- 井上清吉商店と台湾の代理業者「緑芽酒蔵」が提携。共同醸造プロジェクトで制作した「澤姫 純米酒 初」シリーズが、2024年4月の台北国際純酒展で発表された。

3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

⑤台湾消費者の嗜好の特徴：飲酒習慣のある人※の割合

- ・ 2021年「国民健康訪問調査」によると、台湾人の51.6%は飲酒習慣がある（2024年発表）。
- ・ 男性の飲酒習慣：65歳未満の男性は、60%以上が飲酒習慣がある。
- ・ 女性の飲酒習慣：30歳未満の女性は60%以上飲酒習慣があり、年齢上昇につき割合が下がる。

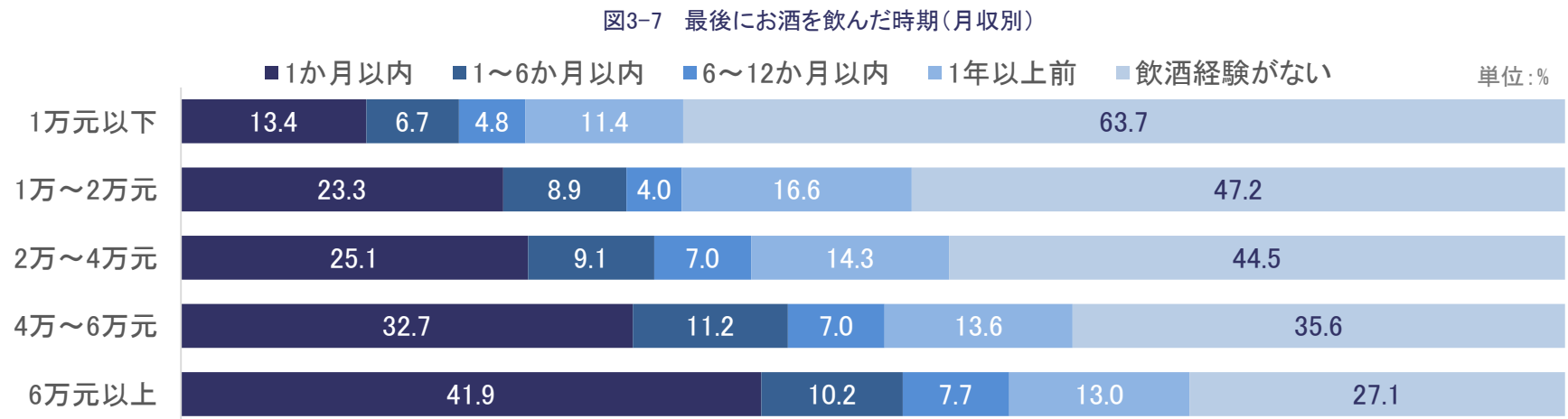
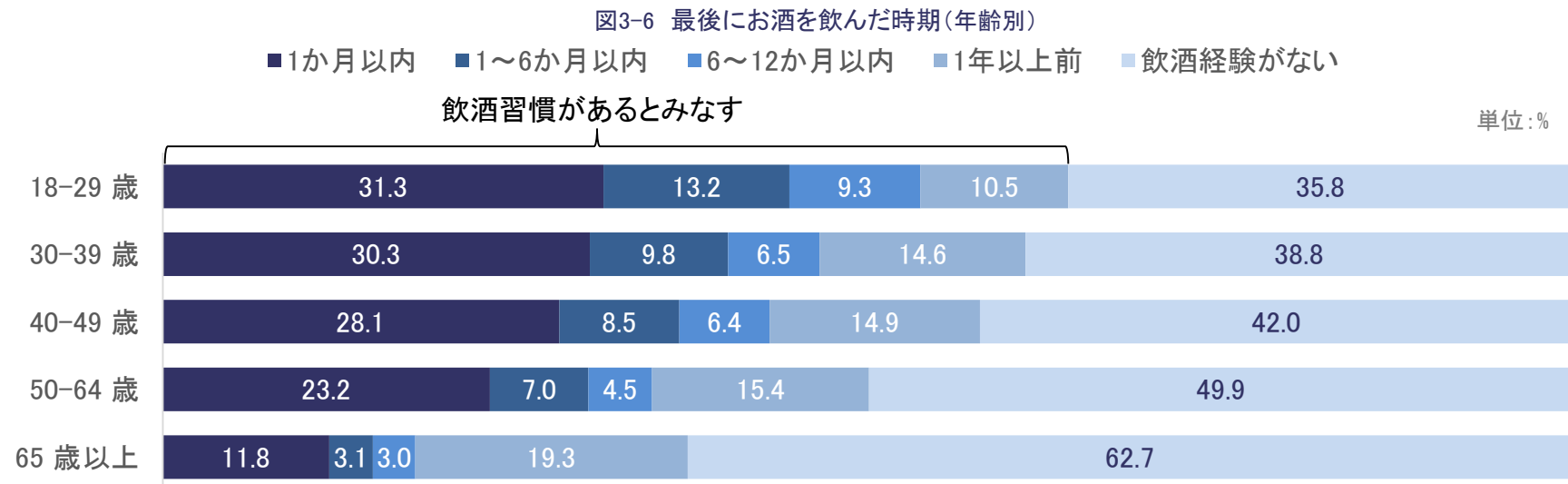
図3-5 飲酒習慣のある人の割合（年齢×性別）



※統計データでは「前回の飲酒時期」に関する回答において、「飲酒経験がない」との回答者以外を飲酒習慣がある人とみなす。

3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

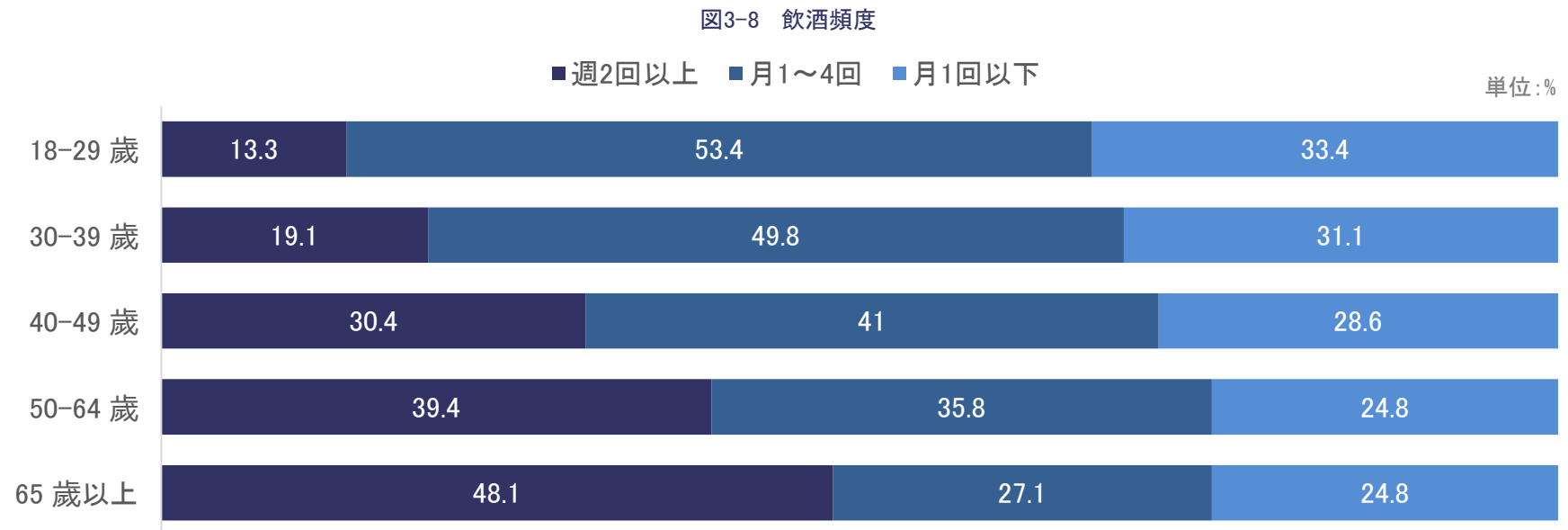
⑤台湾消費者の嗜好の特徴:最後にお酒を飲んだ時期



3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

⑤台湾消費者の嗜好の特徴: 1か月以内の飲酒経験のある人の状況

若い台湾人ほど飲酒人口は多いが、飲酒習慣のある年配層の方が飲酒頻度は高い。



3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

⑤台湾消費者の嗜好の特徴：現地事業者の声（全体、年代・性別別）

表3-4 台湾消費者の嗜好の特徴（全体、年代・性別別）

分類		キーワード	説明
全体		1. 新しいものが好き、飽きやすい	新しいものを好むため、毎月カクテルソムリエを招いて新しいカクテルを開発する必要がある（事業者A） 特に、期間限定、季節限定、コラボ商品に対する好感度が高い（事業者J）
		2. ブランドロイヤリティが低い	清酒やリキュールのブランドに対するロイヤリティが低く、価格や好奇心で新しいものを試すことが多い、そのため、ブランドに関するストーリーが必要（事業者H）
		3. 価格に敏感で、コスパ重視	価格に敏感で、購入前に情報を比較し、最適な銘柄や購入手段を選ぶ（事業者H）
		4. 持ち込み文化がある	特に、飲食店のワインやウィスキーの価格が高いため、持ち込みたい消費者が多い。飲食店はやむをえず、持ち込み可能で、別途開栓料を徴収（事業者B）
		5. 飲酒習慣は二極化	飲酒習慣は二極化し、ほとんど飲まない（ノンアルコールや一杯だけ）か、大量に飲む（会食や特別なお祝いイベント）（事業者A）
		6. お酒は食事に添えるもの	酒は食事と合わせるものとして考えられ、単独で飲むことは少なく、料理との相性を重視して選ばれる（事業者C）
年代別	18～29歳	低価格、低アルコール、SNS映え	1. 経済的な理由で安価な酒を選ぶか、飲まないこともある 2. SNSでのシェアを重視し、見た目が美しい・楽しい酒を好む 3. 固定の好みは少なく、店員のおすすめに頼ることが多い
	30～49歳	有名なブランド、メンツ※を重視、あらゆる酒類に特定の支持層がある	1. 一定の経済力があり、決まった酒やブランドを選ぶ 2. ビジネス利用が多く、接待時には高級・有名ブランドを選ぶ 3. 飲酒は社会的地位の象徴としての側面が強い
	50歳以上	決まったブランドを選ぶ	1. 新しい酒を試すことは少なく、好みが固定 2. 主にスピリッツを好むが、健康を意識して赤ワインを飲むことも増える
性別別	男性	種類問わず、多様な飲酒スタイル	特定の傾向が少なく、あらゆる酒・飲み方がある
	女性	甘口、おしゃれ、飲みやすい	甘め・軽め・口当たりの良い酒や、見た目の美しい酒を好む

※「面子（メンツ）」とは、中華圏では社会的評価や体面を重んじる考え方。他人からの尊敬や良い印象を得ることが重要とされ、人間関係や行動に影響を与える。

出所：事業者インタビュー

3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

⑤台湾消費者の嗜好の特徴:現地事業者の声(シチュエーション別)

表3-5 台湾消費者の嗜好の特徴(シチュエーション別)

分類	キーワード	説明
シチュエーション別	友達との集まり	盛り上げるためにたくさん飲むことがある。低価格のお酒や飲み放題を選ぶことが多い。 ・ ビール:安くて低アルコールのため、たくさん飲める ・ カクテル、リキュール:お酒が苦手な人でも楽しめる ・ ウイスキーや高粱酒:盛り上げるために乾杯(一気に飲み干す)する人もいる
	家族との食事	子供連れの家族は、運転することが多いため、食事ではあまり飲まない。 ・ ビール:低アルコール、手頃な価格 ・ ワイン:食事に合う、健康に良いお酒
	ビジネス	メンツやおもてなしのために、高級で知名度のあるブランドを選びがち。 ・ ワイン:飲む人が多い、食事に合う ・ ウイスキー:飲む人が多い、高級感がある、センスがいい ・ 日本酒:高級感がある、センスがいい、食事に合う、会話のネタになる
	デート	雰囲気重視で、普段飲めない高級なお酒を選ぶことがある。 ・ ワイン:ロマンチック、料理に合う ・ シャンパン:特別の日のお祝いに ・ 日本酒:高級感がある、普段飲めない、料理に合う
	女子会	見た目が美しく、SNS映えする、アルコール感が少ないお酒が好み。女性が酒類にお金を使う意識が高まり、新しいものを試すことを楽しむ。 ・ 赤ワイン:高級感がある、食事に合う ・ 日本酒:パッケージが美しい、甘くて飲みやすい、初心者にも入りやすい、新鮮感を感じられる ・ カクテル(ジンやラムベース):見た目が華やかで、特別なデザインのものも作られる。味のバリエーションが豊富でSNS映えする ・ リキュール(梅酒・柚子酒):甘くて飲みやすく、アルコール感が少ない
	一人飲み	個人の好みによるもの。いつも決まったお酒しか飲まない人もいれば、店員と会話を楽しんだり、お酒の勉強のために来る人もいる。店員のおすすめ通りに注文することもある。

3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

⑥現地事業者の声:市場状況について

表3-6 外国企業の台湾酒類市場への参入形態

項目	説明
市場全体	1. コロナ後の消費動向 ・ 2022～2023年は「リベンジ消費」により外で飲む人が急増したが、2024年から明らかに減少 ・ 外国人観光客の減少と消費レベルの低下により、価格を気にする傾向が強まる(事業者D) 2. テイクアウト酒類の定着と立ち飲み文化の広がり ・ コロナ禍での店内飲食禁止を背景に、飲食店が酒類のテイクアウト販売を開始 ・ コロナ後もテイクアウト需要が継続し、クラフトビールバーなどの持ち帰り専門店が増加 ・ 立ち飲み文化も広まり、カジュアルな飲酒スタイルが定着(事業者A) 3. 消費者の酒類知識の向上 ・ 常連客の酒類知識が向上し、特定のブランドを指定する傾向が強まってきた(事業者A) ・ 店側も顧客のニーズに応じ、少量の特定ブランドを仕入れるケースが増加(事業者D) 4. 飲食店の酒類プロモーションと飲み方の変化 ・ 料理店が「飲み放題」や「1+1キャンペーン(1本購入で1本無料)」などの販促を実施し、酒類の売上向上を図る(事業者C) ・ 一軒で飲み切る人が増え、二次会・三次会へ行く人が減少(事業者D) 5. ペアリング文化の普及 ・ 以前はワインやウィスキーと料理を合わせることが一般的だったが、最近では清酒や高級ビール、クラフトビールを料理に合わせる人が増えている(事業者E)

3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

⑥現地事業者の声：市場状況について

表3-7 各品目の市場状況

項目		説明
各品目の 市場状況	ビール	1. 既存ブランドの影響力が強く、台湾のローカルブランドや中国に工場を持つ外資系ブランドが市場の大部分を占める。 2. 高級ビールやクラフトビールは食事とのペアリング需要が高まり、売上や認知度が上昇している。 3. 日本ブランドは、以前は「さっぱりして安い」イメージだったが、現在はコクのある味が主流となっている。（事業者B）
	ワイン	1. 市場はすでに飽和状態。 2. ワインを購入し、飲食店へ持ち込んで飲む習慣がある。飲食店の持ち込み可否を記録した「ワインフレンドリーマップ」も存在する。（事業者H） 3. 一般的な流通では、オーストラリアやチリのブランドが主流で、アメリカのブランドは高級志向が強まっている。 4. 日本産ワインの認知度が低く、一部の高級スーパーのみで販売されている。 5. 冬にはホットワインがよく売れる。（事業者A）
	清酒	1. 飲む人が増えており、「飲みやすく、食事に合わせやすい」というイメージが強まっている。ただし、依然として「和食と合わせるもの」という印象が根強い。（事業者E、H） 2. 代理店が多く、市場競争が激しい。
	ウイスキー	1. 安定した人気があり、自宅用・贈答用の両方とも市場が堅調。一部のニッチブランドも台頭している。（事業者H） 2. 以前では、日本のウイスキーが「手頃」というイメージだったが、約10年前に日本のドラマの影響でブームとなり、価格が高騰した。現在は台湾市場で高級品として扱われている。（事業者J）
	焼酎	1. 約10年前、韓国ドラマやフルーツフレーバー焼酎の影響で、台湾でも韓国焼酎を飲む人が増え始めた。（事業者A） 2. 日本焼酎の場合、台湾では市場認知度が低いため、普及していない。
	ジン	1. 高級感があり、現在は主にカクテル用として使用されており、一般消費者市場はまだ小さい。 2. 基本的なカクテルのほか、ごく少数ながら香りの複雑なものがストレートで飲まれている。（事業者D） 3. ボトルやラベルのデザインが美しいものが好まれる傾向がある。（事業者H）
	リキュール	1. 受け入れられやすく、自宅用・贈答用のどちらにも適しているため、どの流通チャネルでも人気がある。（事業者G） 2. 売上は減少していないが、販売は難しくなっている。消費者は見たことのないブランドを試したがる傾向がある。5年前はブランド数が少なかったが、現在は多くのブランドが台湾に参入しており、ユニークなブランドやフレーバーが好まれる。（事業者A）

3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

⑥現地事業者の声:よく問題になる規制、現在の市場における課題について

表3-8 現地事業者の声:よく問題になる規制、現在の市場における課題について

項目		説明
よく問題になる規制	醸造酒ベースの再製酒の関税に関する注意点	HS CODE:22089070002(アルコール度数10%未満の再製酒)は、蒸留酒ベースのみ0%の関税が適用、醸造酒ベースの場合は「醸造酒」(HS CODE:22060090009)として20%の関税が適用される(事業者H)
現在の市場における課題	並行輸入品	- 課題:価格の影響により、並行輸入が多発している。市場価格の維持が難しくなり、正規代理ルートの販売に影響を与える。品質保証がなく、ブランドの信頼性が損なわれる可能性がある(事業者G、H、I、J) - 対策:メーカー側が流通管理を強化し、自社製品の流通経路を把握 - 具体例: - ロット番号の追跡の強化 - 正規ルートの保証として、ラベルにメーカーの社長の署名を入れる(右図参照)
	醸造年の表示	- 課題:清酒などの酒類は、原料の品質や気候の影響により毎年風味や用途が異なる。現行の法律では「醸造年」の表示が義務付けられていないため、その違いを活用できない(事業者I) - 対策: - メーカーが自主的に「醸造年」をラベルに記載し、ソムリエが原料の特徴を分析し、異なる醸造年ごとに適した飲み方を提案する - 消費者に「ヴィンテージ清酒」の概念を広め、各年の風味を楽しむ文化の醸成

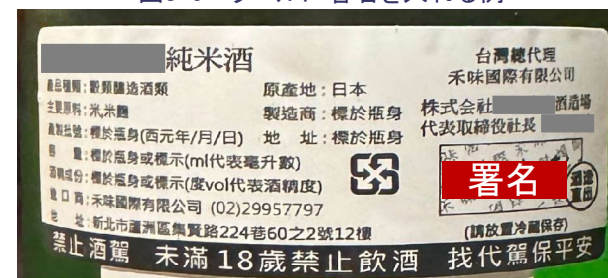


図3-9 ラベルに署名を入れる例

禾味國際有限公司の使用許諾を取得済み

3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

⑥現地事業者の声:未来動向・戦略について

表3-9 現地事業者の声:未来動向・戦略について

項目		説明
未来動向・戦略について	日本焼酎の台湾市場戦略	- 課題 - 関税が高い:現時点は40% - 市場での認知度が低い:多くの台湾の消費者は、日本の焼酎を年配層向けの酒と認識している(事業者B) - 対策 - 関税対策:関税引き下げを推進する - 認知度の向上:酒類教育を通じて市場への浸透を図る(事業者I)
	最大の競争相手:台湾のブランド	台湾のブランドは多様な酒類を生産しており、従来のビール・高粱酒に加え、梅酒や清酒を製造するメーカーも増加している。輸入酒類市場にとって脅威となる存在。 関税の影響により、台湾のブランド品と輸入品の価格差が生じていることが最大の課題。(事業者H)
	台湾市場における消費者特徴の活用	- インポーターが輸入する商品は消費者の嗜好に与える影響が大きい。(事業者H) - リキュールや清酒市場は競争が激しいが、ブランドロイヤリティが低く、新しいブランドを受け入れやすいという消費者の特徴を活かしてプロモーション可能 - 推奨戦略 - ブランドの認知度や知名度の向上:試飲イベント(飲食店とのコラボで試飲を提供し、実際に飲んでもらうことで購入を促進する)、記憶に残るマーケティング(コラボ商品や限定商品を展開する)(事業者B、C、F、H、I) - ブランド価値の確立:酒類コンペティションに積極参加し、日本国内・国際的な知名度を向上させる(事業者H) - 文化・観光と結びつける:台湾人の日本旅行人気を活かし、観光と連携したブランディングを展開する。旅行の思い出とリンクさせることでブランドへの愛着を深める(事業者H) - 多様なフレーバー展開:台湾の消費者にはお茶入りリキュールが大人気。ほかにも、ライチミルクリキュール、などの女性消費者向けのフレーバーを強化することを推奨する(事業者A、D)

出所:事業者インタビュー

3. 台湾におけるアルコール飲料の市場動向

⑦台湾のアルコール飲料関連イベント

- ・台湾では毎年、北部・中部・南部で国際的な酒類展示会が開催され、No.1～No.4はコーヒーや茶葉などの食品と共同開催。中でも No.1が最大規模(2024年実績:649ブース、286社が出展)。
- ・No.1～No.6 は主に一般消費者と一部の業界関係者向け、No.7&8は専門バイヤー向けの展示会。
- ・他にも、都道府県や酒類ごとのテーマで開催される地方の小規模展示会、百貨店での日本物産展(都道府県をテーマにしたもの) などがあり、年間を通じて各地で開催。

表3-10 台湾のアルコール飲料関連イベント(一部のみ)

No.	対象	イベント名	URL	開催日(2025年)
1	販売向け (消費者)	台北国際酒展 (Taipei Int'l Wine & Spirits Festival)	https://www.chanchao.com.tw/twsf/taipei/	11月14～17日
2		台中国際酒展 (Taichung Int'l Wine & Spirits Festival)	https://www.chanchao.com.tw/twsf/taichung/	7月11～14日
3		台南国際酒展 (Tainan Int'l Wine & Spirits Festival)	https://www.chanchao.com.tw/twsf/tainan/	9月5～8日
4		高雄国際酒展 (Kaohsiung Int'l Wine & Spirits Festival)	https://www.chanchao.com.tw/twsf/kaohsiung/	8月8～11日
5		台北国際酒展・純酒展 (Taipei Int'l Wine & Spirits Festival in Spring)	https://www.chanchao.com.tw/twsf/taipeispring/	4月18～21日
6		台北国際精緻酒展 (Taipei Int'l Fine Wine Expo)	https://wine-fair.top-link.com.tw/home	1月3～6日、 8月22～25日
7	提携向け (専門バイヤー)	国際酒類産品貿易推廣會 (IEAT Int'l Wine & Liquor Promotion)	https://www.ieatpe.org.tw/wine/	(12月中旬予定)
8		台北国際食品展 (Food Taipei)	https://www.foodtaipei.com.tw/zh-tw/index.html	6月25～28日

別紙① 台湾のアルコール事業に関する法規制・管轄機関のリンク

別紙-1 台湾のアルコール事業に関する法規制・管轄機関のリンク

項目	説明	サイトタイトル	URL	英語版
法規制	酒類の生産、輸入、販売などを管理する基本法	菸酒管理法	https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=G0330011	○
	酒類に適用される税制と計算方法に関する規制	菸酒税法	https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=G0330010	○
	酒類の成分と安全基準に関する衛生管理規制	酒類衛生標準	https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=G0330020	○
	酒類のラベル表示内容に関する情報表示規制	酒類標示管理辦法	https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=G0330014	○
	酒類業者の設立及び変更手続きに関する許認可規制	菸酒業者申請設立及變更許可審查辦法	https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=G0330034	
	酒類業者の申請及び許可に伴う費用徴収基準	菸酒業審査費證照費及許可費收費標準	https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=G0330015	○
	輸入酒類の検査及び通関手続きに関する品質管理規制	進口酒類查驗管理辦法	https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=G0330024	○
	有機酒類などの有機製品の輸入に関する審査規制	進口有機農產品審查管理辦法	https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=M0030097	○
	酒類販売場所の専用エリア設置及び警告表示に関する販売管理規制	酒販賣場所設置專區專櫃管理辦法	https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=G0330033	
	酒類工場の設立条件及び施設要件に関する設立基準	酒産製工廠設廠標準	https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=G0330026	
	酒類製造業の衛生管理及び作業環境に関する衛生基準	酒製造業良好衛生標準	https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=G0330019	
管轄機関	酒類産業の監督、税収管理、輸入検査、市場秩序を担当	財政部國庫署	https://www.nta.gov.tw/BOTAAA/	○
	酒類貿易政策、輸出入管理、国際貿易規範を担当	經濟部國際貿易署	https://www.trade.gov.tw/	○
	酒類の輸入通関、関税徴収を担当	財政部關務署	https://web.customs.gov.tw/	○

別紙② 輸入酒類の規制物質及び許容基準

別紙-2 輸入酒類の規制物質及び許容基準

項目		酒類	許容基準
メタノール		ビール類、穀物醸造酒類、その他醸造酒類、ウイスキー、ホワイトリカー、米酒、その他の蒸留酒、料理酒、食用アルコール類及びその他の食用酒類	1,000mg/L以下（純エタノール換算）
		ブランデー、ブドウ蒸留酒、サツマイモ蒸留酒	2,000mg/L以下（純エタノール換算）
		ワイン、テキーラ	3,000mg/L以下（純エタノール換算）
		果実かす蒸留酒、ブドウ以外の果実を原料とした醸造酒及び蒸留酒	4,000mg/L以下（純エタノール換算）
		再製酒類	使用されるアルコール、基酒のメタノール含有基準に準拠する
鉛		全般	0.3mg/L以下
二酸化硫黄		果実を原料とする酒類	0.4g/L以下
		ビール類及び穀物を原料とする酒類	0.03mg/L以下
		その他の食用酒類	添加禁止
防腐剤	ソルビン酸	果実を原料とする酒類	0.2g/L以下
	安息香酸	アルコール度数 18% 以下の食用酒類	0.4g/L以下
着色料	ルテイン	全般	10ml/L以下

別紙③ 酒類の酒税

別紙-3 酒類の酒税

酒類	品名	酒税
醸造酒類	ビール	NT\$26 / L
	その他の醸造酒	NT\$7 / 度・L
蒸留酒類	全般	NT\$2.5 / 度・L
再製酒類	アルコール 20%超	NT\$185 / L
	アルコール 20%以下	NT\$7 / 度・L
料理酒	全般	NT\$9 / L
その他の酒類	全般	NT\$7 / 度・L

別紙④ 酒類の関税

別紙-4 酒類別関税(1)

HS Code	中国語品名	英語品名	関税率
22030000001	啤酒, 麥芽釀造	Beer made from malt	0%
22041010006	香檳	Champagne	10%
22041090009	其他汽泡酒	Other sparkling wine	20%
22042100005	其他鮮葡萄酒, 裝在2公升或以下之容器內者	Other wine of fresh grapes, in containers holding 2 liter or less	10%
22042200004	其他鮮葡萄酒, 裝在超過2公升但不超過10公升之容器內者	Other wine of fresh grapes, In containers holding more than 2 liter but not more than 10 liter	10%
22042900007	其他鮮葡萄酒, 裝在超過10公升之容器內者	Other wine of fresh grapes, in containers over 10 liter	10%
22043000004	其他葡萄膠	Other grape must	20%
22051000105	威米酒(苦艾酒)及加香料之其他鮮葡萄酒, 酒精強度(以容積計)在20%及以下, 裝在2公升或以下之容器內	Vermouth and other wine of fresh grapes flavoured with plants or aromatic substances, of an alcoholic strength by volume of 20% vol or less, in containers holding 2 liter or less	20%
22051000203	威米酒(苦艾酒)及加香料之其他鮮葡萄酒, 酒精強度(以容積計)超過20%, 裝在2公升或以下之容器內	Vermouth and other wine of fresh grapes flavoured with plants or aromatic substances, of an alcohol strength by volumn of exceeding 20% vol, in containers holding 2 liter or less	20%

別紙-5 酒類別酒税(2)

HS Code	中国語品名	英語品名	関税率
22059000108	威米酒(苦艾酒)及加香料之其他鮮葡萄酒, 酒精強度(以容積計)在20%及以下, 裝在超過2公升之容器內者	Vermouth and other wine of fresh grapes flavoured with plants or aromatic substances, of an alcoholic strength by volume of 20% vol or less, in containers holding over 2 liter	20%
22059000206	威米酒(苦艾酒)及加香料之其他鮮葡萄酒, 酒精強度(以容積計)超過20%, 裝在超過2公升之容器內者	Vermouth and other wine of fresh grapes flavoured with plants or aromatic substances, of an alcoholic strength by volume of exceeding 20% vol, in containers holding over 2 liter	20%
22060010006	穀類酒	Fermented cereal beverages	20%
22060020004	果類酒	Fermented fruit beverages	20%
22060030002	蜂蜜酒	Mead	20%
22060090009	其他釀造飲料; 未列名釀造飲料混合品或釀造飲料與未含酒精成分之飲料混合品	Other fermented beverages; mixtures of fermented beverages and mixtures of fermented beverages and non-alcoholic beverages, not elsewhere specified or included	20%
22082010000	葡萄白蘭地	Grape brandy	0%
22082090003	蒸餾葡萄酒或葡萄渣而得之其他酒	Other spirits obtained by distilling grape wine or grape marc	0%
22083000000	威士忌酒	Whiskies	0%

別紙④ 酒類の関税

別紙-6 酒類別関税(3)

HS Code	中国語品名	英語品名	関税率
22084000008	蘭姆酒及蒸餾發酵甘蔗製品而得之其他酒	Rum and other spirits obtained by distilling fermented sugar-cane products	0%
22085000005	琴酒及荷蘭杜松子酒	Gin and Geneva	0%
22086000003	伏特加酒	Vodka	0%
22087000001	利口酒及甘露酒	Liqueurs and cordials	0%
22089010005	未變性之乙醇，其酒精強度以容積計低於80%者	Undenatured ethyl alcohol of an alcoholic strength by volume of less than 80% vol	40%
22089020003	水果白蘭地	Fruit brandy	0%
22089040009	龍舌蘭酒(Tequila, Mezcal)	Tequila, Mezcal	0%
22089050006	茴香烈酒(Ouzo)	Ouzo	0%
22089060004	寇恩酒(Korn)	Korn	0%
22089070002	酒精強度以容積計不超過10%之再製酒	Re-processed alcoholic beverages, of an alcoholic strength by volume of 10% vol or less	0%
22089080000	檄樹酒	Morinda citrifolia alcoholic beverages	40%
22089090909	其他烈酒及其他含有酒精成分之飲料	Other spirits and other spirituous beverages	40%

別紙-7 酒類別関税(4)

HS Code	中国語品名	英語品名	関税率
22089090115	米酒，以米類為原料，採用酒麴或酵素，經液化、糖化、發酵及蒸餾而製成之蒸餾酒	Rice wine, distilled spirits made from rice as raw materials, using yeast or enzyme, by liquefaction, saccharification, fermentation, and distillation	40%
22089090124	以米類為原料，採用酒麴或酵素，經液化、糖化、發酵、蒸餾及調和酒精而製成之酒	Alcoholic products made from rice as raw materials, using yeast or enzyme, by liquefaction, saccharification, fermentation, distillation, and blended with ethyl alcohol	40%
22089090197	其他穀類酒	Other distilled cereal beverages	40%
22089090204	其他果類酒	Other distilled fruit beverages	40%
22089090357	其他再製酒，酒精強度(以容積計)在20%及以下，但在10%以上者	Other re-processed alcoholic beverages, of an alcoholic strength by volume of 20% vol or less, but more than 10% vol	40%
22089090366	其他再製酒，酒精強度(以容積計)超過20%者	Other re-processed alcoholic beverages, of an alcoholic strength by volume of exceeding 20% vol	40%

免責事項、お問い合わせ先について

【免責事項】

本資料にて提供される情報については、生産者や事業者の方々による日本産酒類の台湾市場における販路拡大の一助となることを目的としているものであり、正確性、完全性、目的適合性、最新性を保証するものではありませんので、当該情報の採否は、ご閲覧者様ご自身の判断、責任において行ってください。

本資料での提供情報に関連して、ご閲覧者様が不利益を被る事態が生じたとしても、公益財団法人日本台湾交流協会は、ご閲覧者様に対し一切の責任を負わないものとします。

また、本資料は今後もご閲覧者様のご意見やご知見を踏まえて、継続的に見直し、より有用なものとしていきたいと考えております。本資料に関するご意見ご質問は、以下までお願い致します。

本レポートに関する問い合わせ先：

公益財団法人日本台湾交流協会

電話番号：886-2-2713-8000 E-mail アドレス：taiwan-pf-k1@tp.koryu.or.jp