

日本酒のグローバルなブランド戦略に関する検討会開催要領

〔 令和元年9月9日 〕
〔 国 税 庁 〕

1 趣旨

日本酒の2018年の輸出金額は222億円（対前年比+19%）と9年連続で過去最高を記録しているが、更なる輸出拡大のためには、一層の販路開拓やプロモーションはもちろん、高付加価値化とそれに見合った価格設定が重要であり、そのためのブランド戦略が必要である。

近年では、こうした観点から、純米、吟醸（精米歩合）といった粹組の他、ペアリング（うま味等）、クラフトマンシップ、歴史・文化、更には、米、テロワール、ドメーヌ、熟成、ヴィンテージ、スパークリング等の訴求により、新たなストーリーや高価格帯商品の展開も見られるようになってきている。

本検討会においては、こうしたブランディングの業界全体での推進に資するため、日本酒の共通プラットフォームとなり得る、訴求力のあるブランド・ストーリー（価値機軸）や価格戦略のあり方を整理・検討し、その上で、国税庁がとるべき施策を提言する。

2 構成

- (1) 検討会の委員は、別紙のとおりとする。
- (2) 検討会には、座長及び座長代理を置く。

3 運営

- (1) 検討会は、国税庁長官が開催し、その庶務は国税庁酒税課において行う。
- (2) 検討会には、必要に応じて、委員以外の有識者の参加を求め、説明及び意見の聴取を行うことができる。
- (3) 検討会は非公開とする。ただし、検討会における配付資料及び議事要旨については、委員の了解を得た後、国税庁ホームページにより公表する。議事要旨については、発言者の氏名は公表しないものとする。