

第4回 日本産酒類のブランド戦略検討会

議事要旨

日時：令和5年5月23日（火） 15:00～16:40

出席者：別紙参照

1. 国税庁の取組の報告

○国税庁

資料1に沿って、山下室長より説明

2. 国税庁の補助金等の活用事例報告

○株式会社高橋庄作酒造店

資料2に沿って、高橋代表取締役より説明

○株式会社 Agnavi

資料3に沿って、玄代表取締役より説明

○SAKE 欧州輸出協議会

資料4に沿って、上野代表より説明

3. 意見交換を実施

- 地元の原料米へのこだわりについて、有機・オーガニックは海外に打ち出す大きな武器になると思うが、精米を高精白にすると、お米の特徴が薄れてくるというのが大切な論点になってくる。
- 有機・オーガニックの海外展開の有効性は、アプローチする国や消費者層によって大きく変わる印象。現在は、価値を深めていくフェーズと捉えており、今後でも有機・オーガニックの市場は大きくなっていくと感じている。
- 1合の容量の缶製品の提案は、ハンドリングが良く、飲み切ることで開封してからの劣化の心配を解消し、タイプや地方別に数多くの商品から選択がしやすくなり、市場ニーズに応えられる可能性が高いと感じた。
- クラフトビールでも、おしゃれなデザインの缶製品が増えてきたことによって、特に若い消費者において、主流であった瓶製品から缶製品に需要が移っている。若い方々が、型にとらわれない新しい取組によって酒類業界を活性化させることが大切と感じた。
- ソムリエに日本酒に興味を持ってもらうこと、日本酒と料理のペアリングの機会を増やしていくことが、最終的には、日本酒がメニューに掲載されることにつながると思っている。

- ・ 焼酎は、いかに付加価値を上げていくかが課題であり、その1つとして、貯蔵により時間軸を付加価値としていく取組が重要。貯蔵容器の違いなど、技術的な蓄積がまだ足りない。

第4回日本産酒類のブランド戦略検討会 出席者名簿

(敬称略)

■委員

小泉 武夫	東京農業大学 名誉教授
デービッド・アトキンソン	株式会社小西美術工藝社 代表取締役社長
生駒 龍史	株式会社 Clear 代表取締役 CEO
嘉納 健二	白鶴酒造株式会社 代表取締役社長
佐々木 太一	サントリー株式会社 ウイスキー事業部 シニアスペシャリスト
佐藤 淳	金沢学院大学 経済学部教授
下田 雅彦	三和酒類株式会社 代表取締役社長
仲野 益美	出羽桜酒造株式会社 代表取締役社長
水野 直人	黒龍酒造株式会社 代表取締役社長
村田 哲太郎	株式会社 AZE 代表取締役社長

■有識者

高橋 亘	株式会社高橋庄作酒造店 代表取締役
玄 成秀	株式会社 Agnavi 代表取締役
上野ミユウ 佳子	SAKE 欧州輸出協議会 代表

■国税庁

阪田 渉	国税庁長官
星屋 和彦	国税庁次長
植松 利夫	国税庁審議官
中田 和幸	国税庁酒税課長
山下 尚志	国税庁酒税課輸出促進室長
山脇 幹善	国税庁鑑定企画官
堀田 陽平	国税庁酒税課企画調整官

■オブザーバー

尾川 豊	内閣府知的財産戦略推進事務局企画官
山口 靖	農林水産省大臣官房輸出促進審議官
常葉 光郎	経済産業省貿易経済協力局審議官
福田 央	独立行政法人酒類総合研究所 理事長
香月 真治	株式会社海外需要開拓支援機構 専務執行役員
山口 博之	独立行政法人日本貿易振興機構 農林水産食品部長
北川 浩伸	日本食品海外プロモーションセンター 執行役
平野 達也	独立行政法人国際観光振興機構 企画総室長
村上 浩一	日本酒造組合中央会 海外業務部アシスタントゼネラルマネージャー
新井 智男	日本洋酒酒造組合 専務理事