

平成27年1月27日

## 日本酒におけるクールジャパン戦略の推進

佐浦 弘一

浦霞醸造元 (株)佐浦 代表取締役社長

日本酒造組合中央会 理事 需要開発委員長

## 目的

○海外市場における販路拡大

○外国人旅行者によるインバウンド消費の増大

## 取り組みの方向性

## ①海外における認知度向上と理解の促進

- ・効果的な情報発信
- ・海外における教育システムの構築

## ②輸出環境整備

- ・様々な障害等の解決

## ③酒蔵ツーリズムの推進

- ・在日外国人市場の活用
- ・地域振興への発展

## これまでの取り組み

## ○日本酒造青年協議会（各地酒造組合青年団体の全国組織）の取り組み

## ①酒サムライ事業

2006年より、国内外において日本酒または日本酒文化の普及に貢献されている多様な分野のオピニオンリーダー的な方々に対して「酒サムライ」という称号を差し上げ、応援団としてのいっそうの活躍をお願いする事業。現在まで54名（うち日本人32名・外国人22名）の酒サムライが誕生。叙任式は毎年10月に京都市内下鴨神社にて行う。



叙任式後の記念撮影(2006年)



叙任式後の乾杯シーン(2008年)

## ②インターナショナル・ワイン・チャレンジ（IWC）日本酒部門への協力

2007年にワインジャーナリズムの中心地ロンドンで開催される世界最大級・最高権威とされるワインコンテストに日本酒部門が設立。現在では日本国外では最大規模の日本酒コンペティション（昨年は700を超える銘柄が出品）となり、最高賞であるチャンピオン SAKE に選出された銘柄や上位入賞銘柄は市場でも大きな反響を得ている。審査員は日本人と非日本人半々を目安としており、日本より派遣される日本酒専門家のほか、日本国内または海外において日本酒に関わるプロフェッショナル、または日本酒およびワインの両分野に精通した人々によって構成（ワインジャーナリズムのネットワークへの情報発信および日本酒教育も兼ねる）。



審査風景



アワードディナー(表彰式)会場

### ○日本酒造組合中央会の主な取り組み

- ①海外イベントの実施（米国・ニューヨーク等、香港、韓国・ソウル、等）
- ②日本酒および日本酒文化を紹介する実写およびアニメーション番組の制作
- ③重要市場（ニューヨーク、ロンドン）におけるリエゾンの配置
- ④日本産を表示する統一マークの作成
- ⑤日本酒 WEB 講座の開設（準備中）
- ⑥酒蔵ツーリズムモデルケース作成
- ⑦在京外国大使に対する日帰り酒蔵ツーリズムモデルツアーの実施
- ⑧在外外国人等セミナー

### ○官民協働等の主な取り組み

- ①主要国際空港での PR（国土交通省、日本酒造組合中央会）

国内の主要国際空港（成田、羽田、中部、関西）において、訪日外国人に日本酒・焼酎をアピールするため、免税エリアにおいて情報発信、試飲・販売を実施

②酒蔵ツーリズム推進協議会（観光庁）

酒蔵を観光資源として活用することを視野に発足。関係府省、地方自治体、観光関連業界、酒造業界等が参加し、情報交換と諸団体等が実施しているプログラムについて発信

③海外ワイン・スピリッツ教育機関における日本酒講師育成の協力（民間団体、日本酒造組合中央会、独立行政法人酒類総合研究所）

世界各国にネットワークを持つ英国・ロンドンに本拠を置くWSET(Wine & Spirit Education Trust)における日本酒コースの設置に際して、講師育成のための研修事業（講師候補を日本に招聘、セミナーおよび酒蔵訪問を実施）に協力

以 上