

第3回「日本産酒類の輸出促進連絡会議」議事要旨

1. 日時：平成26年 6月 24日（火） 11:00 ～ 12:00

2. 場所：中央合同庁舎 8号館 8階 特別会議室

3. 出席者：

稲田 朋美	クールジャパン戦略担当大臣
福岡 資麿	クールジャパン戦略担当政務官（議長）
井野 靖久	内閣府大臣官房審議官 兼 内閣官房内閣審議官
内山 俊一	内閣官房知的財産戦略推進事務局長
山田 康博	内閣府沖縄振興局調査金融担当参事官（局長代理）
関 博之	総務省地域力創造審議官
赤松 秀一	外務省経済局政策課長（局長代理）
上羅 豪	国税庁長官官房審議官 兼 内閣官房内閣審議官
中野 潤也	文化庁長官官房国際課国際文化交流室長（審議官代理）
山下 正行	農林水産省食料産業局長
富田 健介	経済産業省商務情報政策局長
吉田 雅彦	観光庁観光地域振興部長（次長代理）
金井 篤	独立行政法人国際交流基金文化事業部長
家村 芳次	独立行政法人酒類総合研究所理事
下村 聡	独立行政法人日本貿易振興機構農林水産・食品部部長（理事代理）
下村 健一郎	独立行政法人国際観光振興機構海外マーケティング部次長（理事代理）
岡本 佳郎	日本酒造組合中央会副会長

4. 議題

- 開会
- 稲田クールジャパン戦略担当大臣ご挨拶
- 最近の日本産酒類輸出動向についての報告
- 輸出促進に向けた今後の課題及び対応方針についての説明
- 今後の課題に関する意見交換
- 閉会

(1) 稲田クールジャパン戦略担当大臣ご挨拶

○ 稲田クールジャパン戦略担当大臣

- ・現在、日本再興戦略の改訂及びいわゆる骨太の方針 2014 の取りまとめに向けて、政府部内及び与党との最終的な調整を推し進めているところ。このうち日本産酒類の輸出促進についても、当会議の議長である福岡政務官のリーダーシップの下で、昨年から成長戦略及び骨太の方針に盛り込まれ、関係省庁が一丸となって取り組んできた。この機会にこの一年間の取組をしっかりとフォローアップし、今後の取組の方向性と課題を確認したい。
- ・昨年の一年間で、日本産酒類の輸出額は前年比で 20%以上の伸びとなり、250 億円を突破した。特に、我が国を代表する農産物であるお米を原料とする日本酒の魅力は海外でも広く認知されてきており、国際的に権威のある酒類の教育機関 WSET においても日本酒講座の開設が予定されている。
- ・日本酒の酒蔵は小規模なところが多く、全国各地に点在しているが、最近では酒蔵ツーリズムなど、地域の魅力を伝える場としても脚光を浴びてきており、さらに、洋酒といわれるウイスキーについても日本人ならではの真摯な取り組みが品質に現れ、国際的に高い評価を受けて、輸出の伸びにつながっている。このように日本産酒類はクールジャパンを発信する強力なツールだと考えている。
- ・今後のさらなる輸出拡大に向けては、政府だけでなく民間との連携を深め、官民一体となった取組を進めていかなければならないと思っている。まさにオールジャパンで日本産酒類の輸出促進に取り組み、和食のユネスコ無形文化遺産登録、また 2020 年の東京オリンピックパラリンピックといった追い風を最大限に生かして、成果を上げていきたい。

(2) 最近の日本産酒類の輸出動向についての報告

○ 国税庁 上羅審議官

- ・資料 1 をご覧いただきたい。日本産酒類の輸出金額は、近年増加傾向にあり、平成 25 年の輸出金額は現在の品目分類による比較が可能である昭和 63 年以降で過去最高の 251 億円となった。
- ・平成 26 年も昨年に続き好調を維持している。品目別では、ウイスキーが 165.7%の伸びとなっているほか、ビール、清酒も 2 桁の伸びを示している。
- ・清酒についても平成 25 年は現在の品目分類による比較が可能である昭和 63 年以降で過去最高の 105 億円となった。また、今年に入ってから対前年度比 112.9%と引き続き好調である。
- ・輸出に取り組む清酒製造者はネットで 72 者増加しており、特に小規模製造業者において著しい。また、輸出数量で見ても、小規模の製造業者の対前年比で 122.3%と、中堅、大手の伸びを上回っている。これも各省庁の取組によるところが大きいと思われるため、引き続きご協力をお願いしたい。

(3) 輸出促進に向けた今後の課題及び対応方針についての説明

○ 内閣官房 井野審議官

- ・ それでは、資料2について説明させていただきたい。日本産酒類の輸出促進に向けた課題及び対応方針について、初めに現状及び取組状況として、順調に進んでいるものを主に書かせていただいた。
- ・ 認知度の向上のための情報発信ということでは、国際会議や外交上のレセプションといった機会の利用、日本食及び日本文化のとの連動、国内の主要国際空港でのキャンペーン等が行われている。また、酒蔵ツーリズムの取組、在外公館への赴任予定者を対象とした日本酒研修等も行っている。
- ・ 商流の確立と拡大のための支援等の取組については、輸出に必要な情報ノウハウの提供や、商品ブランド化の支援などを関係府省、ジェトロが中心となり実施している。有望輸出事業者の発掘育成、専門的な知識を持った人材の派遣なども実施されており、また、海外見本市への出展、国内商談会、マッチングの支援等も行われている。
- ・ 輸出先国における障害除去、緩和への取組では、容器の容量等に対する規制、原発事故に伴う諸外国の日本産酒類に対する輸入規制等に対して、政府一体となって、緩和撤廃に向けた働きかけを行っている。
- ・ また、これらの取組について関係業界団体に対して情報の周知利用の促進を行っている。
- ・ これらの現状及び取組状況を踏まえ、今後さらに輸出の拡大を目指していくためには、特に業界を中心とした関係者間の連携を一層深めていくことが必要なのではないかという問題意識を持っている。オールジャパンとして知恵やノウハウを結集して、戦略的に取組を進めていく必要がある。具体的な方針としては、(1)海外の伝道師育成、(2)外国人にもわかりやすい表示の検討、(3)発信力の強化、(4)輸出戦略策定及び推進体制の構築が挙げられる。
- ・ (1)海外の伝道師育成については、海外において正しい知識を持った人を育成し、その人がそれぞれの国で日本産酒類の魅力等を広めていただくことが有益であり、そのために、海外の専門家に対する教育をしていくことが必要である。酒類の専門家や海外の飲食業の関係者を日本に招聘した際には、日本酒の製造工程やその特徴などを伝えるだけでなく、実際の製造現場を見学していただくような取組を、関係府省・関係機関・業界が連携して取り組んでいくことが必要ではないか。
また、既に作成されている他言語による日本酒のテキストをしっかりと利用して、講義やセミナー等において連携を深めて正しい知識を提供していただくことも必要である。さらに、日本に長期滞在している外国人の方に日本産酒類に親しむ機会を増やし、海外に戻った時にそれを伝えていただくことも有益である。最近、在京大使館員を対象とした酒蔵の見学会をはじめさせていただいたところであるが、今後その対象をより拡大して継続していく必要があるのではないかと考えている。
- ・ (2) 外国人にもわかりやすい表示の検討については、現在、日本産酒類のラベル表示が日本語のまま記載されているものが多く、外国人にとって、一見して内容が分かりにくいという問題がある。お酒の産地・原料・品質・味わい等の違いについて、外国の方が一目で判断できるようなわかりやすい表示の在り方を検討する必要がある。その際、日本語のみならず多言語で表示するということが重要ではないかと考えられる。また、海外の流通や消費慣行に

合わせたボトルやラベルの検討も重要なポイントになるのではと考えており、業界団体と関係府省が連携・協力して、このような取組を進めていく必要がある。

- ・(3)発信力の強化については、品質確保のために製造業者の技術力の維持・強化や技術開発などが重要であり、公的機関による酒類の品質評価等を一層充実させていくことや、新しい課題にチャレンジしていくことが必要である。ブランド力向上の取組の一環として、日本産ということをしっかりPRすることが重要である。日本産酒類を示す統一マークの作成、日本酒の定義の明確化等が求められている。さらに、フランスワインにおける「ブルゴーニュ」や「ボルドー」のような地理的なブランド力を高める観点から、地理的表示制度についても強化・活用していくことも課題と考えている。
- ・最後に、(4)輸出戦略策定及び推進体制の構築については、まず国や地域ごとに異なる制度、流通形態やその国ごとの文化、嗜好の違い等の市場情報を収集・分析したうえで、どの地域にどのような商品を輸出するのかといった戦略を策定することが必要と思われる。そのためには、海外のネットワークを持っている関係府省及びジェトロ等において有益な現地情報を収集して業界に対して提供していき、そうした情報をもとに、業界において、自らがターゲットとする市場に関して輸出を伸ばしていくための地域別の輸出戦略を策定していくことが期待される。
- ・特に日本酒の場合、輸出に取り組んでいる業者は非常に小規模なところが多く、自社で戦略を策定するための人材、資金、時間的余裕が乏しいところが多い。そのため、全体が連携していくことが重要であり、製造業界のみならず流通業界もともに連携して、輸出の推進体制を構築していくことが望ましいと考えている。また、それが政府の輸出促進連絡会議、関係府省、関係機関と一緒に連携することによって、官民が一体となって効果的に輸出促進に取り組んでいくことが重要である。

(4) 今後の課題に関する意見交換

○ 内閣官房 内山局長

- ・2点報告したい。1点目は、課題の中の輸出戦略策定にあった地域別の取組について、知的財産戦略推進事務局が事務局となってハラル対応チームを立ち上げた。この取組はクールジャパン、ビジットジャパンといった連携の一環として、政府全体としてムスリム市場を取り込むための検討を行う。6月11日に第1回の会合を開催し、これには後藤田副大臣も出席され、副大臣からはノンアルコールビールをイスラム圏へ輸出するという提案がなされた。今後も日本産酒類の輸出促進連絡会議担当や国税庁とも十分連携して取り組んでまいりたい。
- ・2点目は、ジャパンプレゼンテーションについてである。これは2020年東京オリンピックパラリンピックをクールジャパン発信の好機と位置づけて、官民が連携して発信事業を行う最初の試み。現在開催されているサッカーワールドカップの時期に合わせ、ブラジル・リオデジャネイロで「JAPAN OMOTENASHI PAVILION」を実施している。プレゼンテーションの内容については知財事務局、農林水産省をはじめとした関係府省が連携したものであり、日本産酒類についても国税庁のご協力をいただいているところ。
- ・今後についても2015年のミラノ万博といった大規模国際イベントにおいて、関係府省連携で

取り組んでいき、日本産酒類についても発信力を強化していきたい。

○ 総務省 関審議官

- ・総務省の取組としては、まず輸出促進の関係で自治体国際化協会というところがあり、これは自治体が個別に海外事務所を持つのではなく、共同で持っている事務所とご理解いただきたい。昨今、日本産酒類等を地域の産物として、海外展開を目指す自治体も増えており、それに対し、自治体国際化協会を通じ、また外務省の協力もいただき、各地で支援を行っている。一例として、甲州ワインのジャカルタにおける普及促進、奈良県の日本酒のオーストラリアにおける普及促進等がある。
- ・輸出促進と合わせて、外国人の方に、日本産酒類の良さを知っていただき、訪日していただくこと、現在、金融庁にご協力をいただきながら産・学・金・官で地域にあるものを活かした事業を興す取組をしている。例えば、石川県の輪島市では、葡萄栽培からワイン製造まで一貫した6次産業の推進、埼玉県東松山市では、クラフトビールのツーリズムと連動した酒蔵ツーリズムの展開の支援等を行っている。
- ・このような輸出促進の支援や、外国人の方にツーリズムで味わっていただくとともに、海外での販売につなげるため、自治体関係者向けのセミナーあるいは専門家の紹介事業なども併せて行っている。

○ 外務省 赤松課長

- ・第2回連絡会議以降に外務省として行ってきた主な取組を2点紹介させていただく。1つ目として、昨年末に日本企業の海外展開支援を一層強化するために、岸田外務大臣を本部長として、日本企業支援推進本部を外務省内に立ち上げた。この推進本部の下で日本製品の海外展開支援や、風評被害対策を重点項目として掘り下げて対策をとっている。
- ・2つ目の取組として、先月パリでOECD閣僚理事会が開催された際、我が国は議長国として、日本文化の紹介をテーマとした夕食会を開催した。このなかで和食と日本酒の魅力をアピールし、東日本大震災で被災した三県の日本酒のプロモーションも行った。
- ・今後も国際会議の機会の活用や、在外公館を活用した積極的なプロモーション等に取り組むと同時に、関係府省庁、関係機関と連携しながらきめ細かく販路の拡大に結びつくような取組を進めていきたいと考えている。

○ 国税庁 上羅審議官

- ・国税庁としては3点申し上げたい。まず、先ほど小規模業者も頑張っている旨のご説明を申し上げたが、その要因、商流拡大に向けた今後の展望等、もろもろの実態把握・分析をしっかり実施したい。また、従来から輸出を行っていた業者についても、伸びている要因について十分検証したいと考えている。今後とも、関係府省と連携させていただきたいと考えている。
- ・2点目について、日本産酒類のブランド力向上のための取組を強化していきたい。具体的には、日本酒の定義の明確化を図っていくとともに、フランスワインのブルゴーニュやボルドーのように地域のブランド力を高めるための地理的表示制度を強化・活用することを進めていきたい。

- ・また、今年1月に対応した海外における伝道師人材育成に関して、日本産酒類の理解を幅広く得る上でも効果的な取組であることから、今後とも外国人向けの情報発信の在り方も含め、酒類総合研究所と連携しながら検討していきたい。
- ・最後に3点目については、現在、清酒酒造業界や流通業界等が連携して効果的なPRの検討、輸出戦略の策定等が期待されていることから、輸出戦略の策定・輸出推進体制の構築という観点で、酒類業の所管省庁として、これらの民間の体制づくりについて強力に支援していきたい。

○ 農林水産省 山下局長

- ・農林水産省としては、2020年の農林水産物・食品の輸出額1兆円を目標に、関係府省のご協力の下、様々な支援事業を実施している。最近では、日本酒のマーケティング調査についての検討会も、内閣官房や国税庁に参画いただきつつ行った。お手元に、フランス、イタリアのワインの輸出額に関する統計資料をお配りした。これらの国々はワインの輸出額がトップであり、フランスのワイン輸出額は8,000億円、イタリアは約5,000億円。ワインは世界中で消費されている国際商品なので、ワインと日本酒の単純比較はできないものの、日本酒の輸出額はまだまだ伸びる余地があると考えている。
- ・先日の産業競争力会議では、2030年までに農林水産物・食品の輸出額を5兆円にするとの案も出ている。輸出額5兆円という規模は、人口5億人規模の単一市場を有するEUの国々の輸出額に匹敵する規模であり、この5兆円という輸出額については、2020年の1兆円の実績を基に目指していくということになっている。この目標に取り組む上で、日本酒は象徴的であり、2020年の1兆円の目標の中でも、日本酒の輸出額の目標額を設定してもよいのではないかと考えている。

○ 経済産業省 富田局長

- ・経済産業省においては、日本産酒類を含め、関連商材・サービスの海外展開に向けた事業者支援施策を行っている。昨年の第2回会合以降の主な具体的な取組事例として3点ほどご紹介したい。
- ・まず1点目として、海外展開を希望する事業者に対し、海外におけるテストマーケティング事業を行っている。今年、瀬祭で有名な山口県の旭酒造がパリのシャンゼリゼ通りにおいて日本酒を振舞う日本食レストランをオープンする計画となっている。そこにおいて、日本食・日本酒と共に食器や包丁などの食関連の商材を併せて販売するという事業に取り組んでいるところ。
- ・2点目は、昨年11月に設立したクールジャパン機構であり、本年4月にはアジア地域で3つの事業について支援に向けた基本合意をしている。その中に、東南アジアにおけるジャパンフードタウン事業展開および中国・寧波市における商業施設展開があり、日本産酒類の販売拠点につながるのではないかと期待をしている。
- ・3点目としては、来年、食をテーマとしてミラノ博覧会が開催される予定となっている。私どもは農水省とも連携しながら、日本産酒類を、日本食・食器、厨房器具、テーブルなどの関連資材、さらに、おもてなしのサービスといった様々な商品サービスを複合的に展開し、

クールジャパンとして発信することで、それらの輸出促進にも貢献してまいりたい。

○ 観光庁 吉田部長

- ・配布した資料に沿って、観光庁の取組について紹介したい。
- ・まず、先ほど井野審議官からご紹介のあった国際空港での日本産酒類のPRについて、今年度も継続しているということ。参考までに申し上げますと、昨年10月から今年の3月までの外国人の利用は8万人強と報告を受けている。
- ・酒蔵ツーリズムについても、予算事業を通じて、昨年度から支援をしており、愛知県半田市・山形県南陽市については今年度も継続して支援していく。さらに、平成25年3月に発足した酒蔵ツーリズム推進協議会については、来年3月に茨木県で開催する予定で、茨城県庁とも相談しているところ。
- ・最後に、関係団体とのイベントについて、東京国立博物館で、ジャパン NIGHT というツーリズム EXPO ジャパンのイベントの前夜祭にて、日本産酒類の試飲によるプロモーションを予定している。また、VISIT JAPAN トラベルマート 2014 FAMTRIP の中で和食・酒蔵見学等を、現地旅行会社にPRをしたいと考えている。

○ 酒類総合研究所 家村理事

- ・酒類総合研究所は、財務省所管の独立行政法人として、国税庁の施策を実施するため、酒類に関する技術的な面での業務を行っている。昨年12月に閣議決定された「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」において、講ずべき措置として「日本産酒類の輸出促進という新たな政策課題に対する取組等の業務の拡充」とのご指摘をいただき、それに基づき、日本産酒類の輸出促進に取り組んでいる。
- ・この取組として、本年1月、ロンドンに本部があるWSETというワインの教育機関の講師陣に対し、2日間の日本酒のプログラムを実施した。また、日本酒ラベルに記載されている専門用語をわかりやすく解説している「日本酒ラベルの用語事典」を9ヶ国語に訳して配付し、ご活用いただいている。これ以外にも、日本酒の造り方や商品知識についてまとめた「お酒の話」も英語で作成している。
- ・品質の確保及びブランド力の向上の取組としては、日本酒が劣化した際に出てくる香りを生じにくい製造方法の研究や、こうした香りの発生しにくい清酒酵母を開発する研究に取り組んでおり、本年の全国新酒鑑評会にて、このような香りの生じやすさの指標を希望者に有料で分析するサービスを実施している。
- ・日本産酒類の輸出の際には、品質管理、保存方法による質の劣化も懸念されることから、当研究所の研究成果が、品質のより良い酒造りおよびその海外展開につながることを期待している。
- ・今後も、酒類製造者の技術力の維持強化の支援、酒類の品質確保の支援、酒類の専門知識等の国内外への普及・啓発について様々な取組を実施することにより、日本産酒類の輸出促進に貢献してまいりたい。

○ 日本貿易振興機構 下村部長

- ・ジェトロでは昨年度より農林水産省からの補助金を活用し、昨年8月に策定された政府の国別品目別戦略に基づいて各種事業を実施している。お酒についてもその中でも重点分野の1つとなっているところ、2点ご紹介させていただきたい。
- ・1つ目は情報発信の取組について。昨年度の3月に「SAKE シンポジウム」を東京・京都にて開催した。農水省の山下局長の話にもあった通り、ワインは国際商品であり、約5兆円の貿易量がある。日本酒輸出の約500倍となっており、ここに学んでいく必要があるのではないかとということで、世界で300名程しかいないワインビジネス界のエリートのマスターオブワインを日本に招いた。その他にも、福井県鯖江市の蔵元の梵を経営している加藤社長にも説明していただいた。個々の商品特性に基づいてターゲットを絞っていくことが大切でないかと思う。
- ・2つ目は、実際のビジネスマッチングの機会の提供について。先々週、海外の酒類のバイヤーを招き、富山市、山形市で商談会を開催した。商談以外にも、せつかくの機会であるので、日本産酒類の製造現場や酒器を作っている会社を紹介させていただいた。錫の盃とガラスの盃とで飲み比べると、錫の盃の方がまろやかになるということを体験していただいた。山形では山形県が開発した酒造好適米を見てもらい、日本人の酒造りにかける情熱や酒造りの奥深さをみていただいている。ジェトロとしては、今後も引き続き、ジェトロの特性を生かしたこの様な取組を行ってまいりたい。

○ 国際観光振興機構 下村次長

- ・国際観光振興機構としては、海外で行っている旅行博のオープニングセレモニー等に際し、日本酒を紹介させていただいている。また、3月にニューヨークで行われたジャパンウィークデーにおいては現地のニッカの代理店が商品を陳列したり、現地の酒屋さんが日本酒や焼酎を試飲、販売してもらうような事業が行われた。これまでは、オープニングセレモニー等で使うのみだったが、今後はこの様な事業を行っていく事も考えている。

○ 日本酒造組合中央会 岡本副会長

- ・まず、稲田大臣、福岡政務官はじめとする内閣官房の皆様方のリーダーシップによりこの様な連絡会議を開いていただき、また、各省庁挙げて日本産酒類の輸出の応援いただいていることに対し、心より感謝。我々も汗をかいてまいりたい。
- ・全酒類の生産数量の推移を見ると、圧倒的に多いのがビールや発泡酒、リキュールになる。唯一落ちてきているのが残念ながら、國酒である清酒。一方、単式焼酎はやや上がってきている。清酒を見ると、ピーク時から見ると3分の1程の量になっており、蔵元の数はいちゅうを含めても1,800者を割っている。その様な中で清酒の生産数量は直近60万キロリットルを割り、そのうちの2%~3%にあたる16,000キロリットルが輸出されている。清酒の落ち込みも底を打ってきているので、清酒の輸出を一つの起爆剤にしたい。
- ・ただ、清酒メーカーも、アメリカやオーストラリア等に生産工場を持っているところもあり、日本の輸出総量に匹敵する数量を現地生産しているところもあるため、輸出については特定名称酒等の品質の良いものを中心に引続き拡大していければいいのではないかと個人的には

思っている。

- ・我々中央会においても日本産酒類の統一マークを作り、清酒、しょうちゅう、泡盛、みりんの4種類についてはJSS（Japan Sake and Shochu Makers Association）のマークを輸出する商品に貼り、ブランド化を図っていくこととして、現在、主要国にマークの商標登録を行っているところ。
- ・主要国際空港で行っているキャンペーンについても、観光庁はじめ、いろいろとご支援をいただきながらタイアップをしており、好評を得ているところ。今年度も力を入れて行きたい。
- ・海外においては、在外公館やJETRO等から海外のイベントやPRに多大な協力をいただいております、改めてお礼を申し上げます。また、海外に世界無形文化遺産の和食とセットで日本酒の魅力を発信するべく英語の資料も作成している。海外のお客さんが地方の蔵を見学される時や酒蔵ツーリズム等でこられる際にも英文のパンフレットでPRしていこうということでやっている。この他、地方自治体では京都市を始め、30以上の自治体で清酒の乾杯条例を制定していただいております、地域の活性化とあわせ地酒をPRしていただいております。この様な取組は、資料2「日本産酒類の輸出促進に向けた課題及び方針」の最後において業界の取組として必要とされているところと認識。業界としても、積極的に取り組んでいきたいと思っている。

（5）質疑

○ 稲田クールジャパン戦略担当大臣

- ・小規模事業者の輸出が増加していることだが、どういう政策、事業、補助金が有効だったのか。特に効果があったものを教えていただきたい。また、2030年に農産物の輸出目標額が5兆円ということだが、日本産酒類や日本酒の具体的な目標があれば教えてほしい。また、マーケティング調査等の結果を簡単に説明して欲しい。

○ 国税庁 上羅審議官

- ・小規模事業者の輸出増加の要因が現時点では明確でないが、新規で輸出を始めた小規模事業者に関する実態調査については、今後詳細に行っていきたい。また、成長戦略において、日本産酒類に関する具体的な目標としては、2020年の農林水産品の輸出額の伸び率（2012年約4,500億円→2020年1兆円）を上回ることと設定している。平成25年は農林水産品物の伸び率をやや下回ったもののほぼ同じ伸びだった。

○ 農林水産省 山下局長

- ・5兆円については、今回の成長戦略で示されたものであり、内訳は今後検討していくことになる。5兆円的前提としては、2020年の実績を基にということであり、まずは2020年の1兆円、そして将来的に5兆円を目指すこととしている。1兆円の目標の中では、農水省が策定した輸出戦略の重点品目8つのうち、日本酒はコメ、コメ加工品という枠組みの内数となっているが、日本酒単独での目標値は設定されていない。
- ・マーケティング調査の結果、日本酒の輸出単価は4合瓶換算で450円程度であり、かなり割

安だった。嗜好品として日本酒のマーケティングをすることにより単価を上げていくことを検討できるのではないかと思っている。またフランスに有名な SOPEXA という輸出促進団体があり、このような団体の取組についても調査結果として紹介している。

(6) 閉会

○ 福岡クールジャパン戦略担当政務官

・本会議で決定した活動方針のもと、官民連携して今後の課題に対応していただければと思う。

(以上)