

○井内内閣府知財事務局長 定刻になりましたので、ただいまより第7回「日本産酒類の輸出促進連絡会議」を開催いたします。

初めに、本会議の議長であります内閣府豊田大臣政務官より御挨拶を頂戴したいと思います。よろしくお願いいたします。

○豊田内閣府大臣政務官（クールジャパン戦略担当） どうも、皆さんこんにちは。

本日はお忙しいところ、関係者の皆様にお集まりをいただき、まずは心から感謝を申し上げます。

実は、私は千葉県出身の参議院議員でございます。全国には蔵元が千五、六百あると伺っておりますけれども、実はこの千葉県でも41の蔵元がございまして、この中の2つの蔵元が所在しております神崎町という小さな町があるのです。人口6,300人ですけれども、2週間ほどの前の日曜日、発酵の里ということで酒蔵まつりを毎年開催してございまして、何と6,300人の町に、来場者が今年は約5万人を超したということ。その中で、外国人の方も実はちらほらお見受けしたところです。日本の酒造が世界に打って出るということは、私は大変意義深いものがあると思います。蔵元の皆さんにもお話ししましたら、随分興味を示されたわけでございます。

さて、前回9月の連絡会議では、2020年を見据え、これまでの取り組みを検証し、日本産酒類の輸出促進をさらに加速させるため、対応方針の改定に向けた議論をお願いいたしましたところでございます。その後でございますけれども、事務レベルの会合において、有識者へのヒアリングや関係省庁、関係機関等による議論を重ねてもらい、クールジャパン戦略の視点も踏まえた政府の取り組み方針を多角的に整理し、本日、改定案として用意をしたところでございます。

本日は、この改定案について審議をお願いするとともに、改定案の考え方も踏まえて、関係省庁等から来年度の取り組みを発表してもらおうこととしておりますので、日本産酒類のさらなる輸出拡大に向けた有意義な議論をお願いいたしたいと思っております。

それでは、よろしくお願いいたします。

○井内内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

それでは、記者の方はここで御退席を願います。

（報道関係者退室）

○井内内閣府知財事務局長 それでは、議事に移らせていただきます。

最初に、「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」の改定につきまして、内閣府知財事務局の山名次長より御説明をいたします。

○山名内閣府知財事務局次長兼国税庁長官官房審議官 知財事務局次長の山名でございます。

それでは、改定案について御説明させていただきます。お手元の資料1-1の1ページをごらんください。

上の箱の部分ですけれども、現行の対応方針ですが、日本産酒類の輸出促進に係る関係

者の連携をより深め、政府を挙げて戦略的な取り組みを進めていくため、2014年に策定されました。これにつきましては、先ほど豊田政務官からもございましたけれども、昨年9月の連絡会議で2020年を見据え、これまでの取り組みを検証し、さらなる輸出の拡大を図るため改定することといたしました。改定案については、最新の政府の施策やクールジャパンの視点も取り入れ、2020年に向けて政府が取り組むべき中期的な指針として位置づけております。

左下でございます。改定に当たりましては、酒類業組合や有識者等からヒアリングを行い、こちらに記載している6つの視点から課題を整理し、関係省庁や関係機関の皆様との御議論を通じて、合計24の対応方針を策定いたしました。

右側でございますけれども、主な取り組みを御紹介させていただきますと、ジャパン・ハウス等の政府関係機関を日本産酒類の情報発信拠点として活用すること。4月に発足する日本版SOPEXAを活用し、日本産酒類についても徹底的な現地調査に基づき、きめ細かい支援を実施すること。酒蔵を対象とした免税制度を有効活用し、地域の観光資源と連携した酒蔵ツーリズムの取り組みを推進することなどの取り組みを実施していくこととしております。

2ページは、これまでの検討の経緯でございます。連絡会議のもとにある幹事会と農水省の輸出戦略実行委員会のもとにある酒類部会との合同会議という形で議論を行い、酒類の輸出に携わる方や外国人の方から御意見を伺い、検討を行ってまいりました。

3ページ以降は、それぞれの視点ごとに、課題と対応方針を整理しております。

まず「(1) 情報発信の強化」では、先ほど御説明したジャパン・ハウス等の拠点の活用に加えて、各種文化プログラムなど国内外の発信力の高いイベントを活用した日本産酒類のアピールなどの取り組みを記載しております。

「(2) 効果的な販路拡大・市場拡大」では、効果的な商談会の開催や、ワインの商流を活用した日本酒の販路拡大などの取り組みを記載しております。

続いて、4ページをごらんください。「(3) 人材の育成」では、海外の酒類の専門家に対する啓発や、民間が実施する教育制度に対する支援、海外のシェフやソムリエに対する食とのペアリングの提案などの取り組みを記載しております。

「(4) 品質・ブランド力の向上」では、地理的表示制度の活用促進に加え、地域ブランドの確立に資する研究開発や輸出に適した酒類の研究などの取り組みを記載しております。

続いて、5ページ目をごらんください。「(5) 輸出環境の整備」では、諸外国の輸入規制の撤廃や物流環境の構築に関する取り組みを記載しております。

「(6) インバウンドとの連携」では、酒蔵ツーリズムの推進や酒蔵を対象とした免税制度の活用促進に関する取り組みを記載しております。

次に、縦長の資料1-2をごらんください。これが本体の資料でございますけれども、3ページから13ページにかけて、ただいま御説明した課題と対応方針に関する詳細な記載がございます。

それから、後ほど御説明いたしますけれども、別添資料として14ページから日本産酒類の輸出動向、18ページから各省庁の主な予算施策の記載がございます。また、21ページ以降は、民間団体が策定した輸出戦略を掲載しており、これらの戦略とも一体的に運用することによりまして、官民が連携して日本産酒類の輸出促進に取り組んでまいりたいと考えております。

私からの説明は以上でございます。

○井内内閣府知財事務局長 ただいま事務局から御説明させていただきました改定案につきまして、御意見、御質問等がございますでしょうか。

それでは、この対応方針案でございますけれども、御了承いただけますでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

○井内内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

それでは、御了承いただいたということにさせていただきます。

続きまして、日本産酒類の輸出動向につきまして、山名次長から御説明いたします。

○山名内閣府知財事務局次長兼国税庁長官官房審議官 続きまして、最近の日本産酒類の輸出動向について御説明いたします。

お手元の資料2の1ページ目をごらんください。こちらは、最近の日本産酒類全体の輸出金額を縦の棒グラフ、輸出量を横の折れ線グラフで示させていただいております。まず、平成28年の日本産酒類全体の輸出金額は対前年比約110%の約430億円となり、5年連続で過去最高を記録しております。品目別にごらんいただきますと、輸出金額では清酒が最も高く、全体の約36%を占め、次にウイスキーの約25%、ビールが約22%と続いております。なお、平成29年に入りまして1月の速報値によりまして、日本産酒類全体の輸出金額は前年同期比の約107%、輸出量は前年同期比の約132%で、順調な滑り出しとなっております。

続きまして、2ページ目は、先ほどの資料から清酒のみを抜粋したものとなっております。平成28年の清酒の輸出金額は約156億円で、対前年同期比111.2%、輸出数量では一升瓶でおよそ1,100万本に相当する約1万9,737キロリットルで、対前年同期比108.6%となっております。こちらも過去最高を記録しております。

右側に記載させていただきました平成28年の国別の輸出金額、輸出量の表をごらんいただきますと、金額は米国が最も多く、第2位以降は地理的に近いアジアの国(地域)が上位に続いております。

金額ベースでは、米国向けが約52億円で全体の3分の1、香港、韓国、中国、台湾、シンガポールですけれども、アジアの主要輸出先5カ国(地域)の合計が約72億円で全体の約46%となっております。この表に記載の上位10カ国で輸出金額全体の9割弱を占める状況となっております。

なお、速報値ですけれども、平成29年1月の輸出金額は約11億円、輸出量は約1,529キロリットルです。それぞれ対前年同期比105.7%、108.0%と、清酒につきましても日本産酒類全体の動向と同様、本年に入りましても順調に滑り出しているものと考えております。

私からの説明は以上でございます。

○井内内閣府知財事務局長 こういった輸出の伸びでございますけれども、これをさらに伸ばしていくために、先ほど御了承いただきました対応方針に基づきまして、関係省庁、関係機関の方々とともにやっていきたいと思っております。

それでは、関係省庁、関係機関等の皆さんから、今年度及び来年度の取り組みにつきまして御説明をいただきたいと思っております。時間の都合上、大変恐縮ですけれども、それぞれ二、三分でお願いしたいと思っております。

まず、国税庁からお願いいたします。

○山名内閣府知財事務局次長兼国税庁長官官房審議官 続きまして、日本産酒類の輸出促進に向けた国税庁の平成29年度の取り組みについて御説明いたします。

国税庁と書きました資料3-1の1ページ目をごらんください。国税庁は、平成28年度において、海外における大規模イベント等の機会を活用した日本産酒類のPRなどについて実施してきたところです。29年度におきましては、これら従来での取り組みについて、より効果的な取り組みとなるよう検討の上、継続して実施することに加えまして、新規の施策に取り組むことを予定しております。

この新規に実施する取り組みについて、重点的に御説明いたします。2ページ目をごらんください。最初の○の「総合的な日本産酒類の輸出支援」についてですけれども、これは海外における大規模展示会への出展等により、国内の酒類関連業者と海外における関連事業者とのビジネスマッチングの機会を提供することを期待した取り組みです。

本年7月に、ロンドンにて開催予定のIWC（インターナショナルワインチャレンジ）や、来年3月にデュッセルドルフにて開催予定のProWeinといった国際的な酒類のコンペティション、見本市の機会を活用した取り組みを検討しております。

次に「ジャパン・ハウスを活用した日本産酒類の情報発信」につきましては、外務省のほうで開設予定のロンドンジャパン・ハウスにおいてPRすることを予定しております。

3つ目「国外の日本産酒類の専門家養成」につきましては、平成28年度まで農林水産省さんのほうで実施されてきたWSET事業につきまして、WSETの日本酒講師候補者のほか、海外の酒類専門家へも対象を拡大することを念頭に、酒類総合研究所における講習や国内酒造メーカーでの実地研修等を実施することを予定しております。

4つ目の「酒類の輸出証明書発行におけるNACCS導入」につきましては「農林水産業の輸出力強化戦略」においても記載されております輸出環境の整備に対応するものとして、福島原発事故以来、各国税局で発行している酒類の輸出証明書について、NACCSを経由した電子申請に対応するものでございます。

最後に「酒蔵等で販売した酒類に係る酒税免税制度の活用促進」につきましては、訪日外国人旅行者等に対する酒蔵ツーリズムの推進を図るため、酒類製造者に対する本免税制度の周知・啓発に努めるとともに、お土産用の酒類販売場の設置を促すものでございます。

これらの取り組みによりまして、国税庁として輸出促進を推進してまいりたいと考えて

おります。

私からの説明は以上でございます。

○井内内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

続きまして、沖縄振興局、お願いいたします。

○樋谷内閣府沖縄振興局長 内閣府の沖縄振興局でございます。

琉球泡盛の取り組みということで御紹介いたします。資料3-2でございます。

まず、去る3月4日にクールジャパン事務局の御配慮をいただきまして、鶴保大臣の出席のもと、沖縄版のクールジャパン推進会議が開催されました。この場を借りて、厚く御礼を申し上げます。

それに併せて、泡盛ビジネスセミナーというものを開催いたしております。沖縄は今、観光が非常に好調でございまして、全国でのインバウンドは2,400万ということですが、沖縄には200万人以上が訪れるという状況でございます。そうした機会を捉えて、いろいろ取り組みをしているということでございます。

2枚目に、ビジネスセミナーでいろいろ頂戴いたしました御提言を整理してございますので、後ほどごらんいただければと思います。要は、これをどう実行していくかということが大事でございますので、沖縄としてはインバウンド対応の強化に取り組んでいるところでございます。

1枚目の2. のところに欧米市場に向けた展開ということで、泡盛を食前食後のハードリカーとして広げていこうということで、ブランディングに取り組んでいるところでございます。

3. のところがございますけれども、米国への直接輸出ということで、アメリカのカリフォルニア州のあたりは沖縄出身者が多い、移民が多いということで、その地縁、血縁を活用いたしまして、今、そうしたことに取り組んでいるところでございます。

4. のところでございますが、クルーズ船内での泡盛の提供ということです。沖縄への国際クルーズ船は今、非常に増えておりまして、全国に訪れるクルーズ船の4隻に1隻は沖縄に寄港している状況でございますので、沖縄の食文化、泡盛の魅力発信のよいチャンスということです。クルーズ船の中の日本食レストランでありますとか、そういったところで泡盛を提供する。それから、沖縄に寄港した折には、船員さんに酒蔵まで来ていただいて、商品知識を備えていただくような研修も行っているところでございます。

以上でございます。

○井内内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

続きまして、外務省、お願いいたします。

○飯田外務省経済局審議官 外務省でございます。

資料の3-3、輸出促進に向けた取り組みということです。めくっていただきますと、1ページ目に「情報発信の強化」と「輸出環境の整備」とあり、ただいま御紹介がありました6つの視点のうち、特に外務省ではこの2つの視点かと思っております。

その下の2ページでございますけれども、従来、在外公館の会食レセプション等で日本種、日本ワインの活用、それから赴任をする大使、領事には研修を実施しております。

先日、成立しました平成29年度の予算政府案でも60%増の日本酒、日本ワインの予算を計上しているところでございます。引き続き、積極的に活用してまいりたいと思っております。

ページをめくっていただきまして、これまでも諸外国でいろいろなプロモーションを一般の方、レストラン関係者、バイヤー、卸売業者を中心に幅広くやってまいりました。先ほど御紹介がありましたジャパン・ハウスに外務省は力を入れておりまして、ロンドン、ロサンゼルス等も開館に向けて準備を進めているところでございますが、国税庁とよく連携をして、PRの拠点になるように努力をしていきたいと思っております。

その下のページの国内でのプロモーションは、飯倉公館という外務省の施設を使いまして、大臣にも出ていただきまして、地方自治体と協力して在京の大使、観光関係者、商工会議所の方々にもいろいろ日本の食文化、日本酒等を知っていただくことをやっておりまして、これも来年度、引き続き継続をしてやってまいりたいと思っております。

2番目の項目の「輸出環境の整備」がその次のページに出てきております。54カ国、58在外公館に支援の担当官を置いております。下のページにありますように、幾つかの要望が既にいろいろ来ておりますけれども、これからはJETRO等ともよく連携をして、具体的な問題の解決に取り組むように、今、特段の指示を出しているところでございます。

最後のページは、残念ながらまだ東日本大震災の影響ということで、放射線物質に係る輸入規制が導入されておりまして、これまで21カ国、2016年は5カ国と、幾つかの努力によりかなりの国で規制が徐々に撤廃されてきておりますが、まだ残っているところもありますので、ここは全力を挙げて引き続き粘り強く交渉してまいりたいと思っております。

以上でございます。

○井内内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

続きまして、農林水産省、お願いいたします。

○中澤農林水産省食料産業局輸出促進課長 資料3-4をごらんください。

1、2ページは飛ばしまして、3、4ページをごらんいただきたいと思っております。

3ページですけれども、輸出促進の実行体制としましては、昨年7月に輸出戦略実行委員会の中に酒類部会を新設しまして、内閣府、国税庁等の関係省庁と連携しながら、日本産酒類の輸出促進の検討を進めている状況でございます。

4ページ目が、主な予算でございます。日本食・食文化のPRイベントにおきまして日本産酒類を含む日本産食材の魅力を発信したり、あとは品目別の輸出団体、全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会がありますので、それを通じまして、日本酒を含む米加工品のプロモーション活動に対する支援を行っております。

あとは、JETROを通じまして、いろいろな専門家による支援ですとか、見本市の出展支援なども行っております。あと、海外の小売店舗にインスタ・マーケットを設置しまして、そこでのテスト・マーケティングの事業なども行っているところでございます。

続きまして、8ページ以降をごらんいただければと思います。「新たな輸出プロモーション機関について」ということで9、10ページをごらんください。新プロモーション機関（日本版SOPEXA）ですけれども、フランスのSOPEXAを参考に輸出サポート、プロモーション、ブランディングを行う機関を新たに設立することとしております。これは昨年11月に農業競争力強化プログラムにおいて、創設が決定されたところでございます。

今、日本版SOPEXAは仮称としていますが、正式名称や組織体制についてはこれから決定して、発表していきたいと思っております。

12ページをごらんください。このプロモーション機関の体制の話でございます。まず、活用内容としましては、海外にどのような需要があるのか、現地で徹底調査します。そこでどの国、地域に、何を、どこで売り込むのか絞り込んだ目標を設定し、その需要・市場をつくり出す戦略をまず立案して、それを実行していくといったことを主な活動内容としております。

体制としましては、JETROに農林水産・食品部などを傘下に置く本部から独立した組織として設置しております。

センター長につきましては、国際事業や食品等の知見・経験を有する者から選任する。これは非常勤でございまして、センター長の下に常勤の事務局長を置きまして、PDCAを回して事業を遂行していくということでございます。

また、外部の人材を大幅に登用していくということでございます。

下に書いてありますが、日本産が欲しいという現地の需要・市場をつくり出しまして、産地の特色・魅力にあふれた産品を相応の価格で輸出することで、生産者の所得向上につなげていくことを考えているところでございます。

13ページでございます。全体の体制ですけれども、東京に本部を置きまして、地方事務所もブロック単位で専門家を設置する。海外にも、まだどのぐらいの国（地域）かは決まっておられませんけれども、主要な国（地域）を対象に、JETROの事務所を活用して海外拠点を置くということを今、検討しているところでございます。

以上でございます。

○井内内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

続きまして、経済産業省、お願いいたします。

○西垣経済産業省商務情報政策局生活文化創造産業課長 経済産業省でございます。資料3-5を見ていただければと思います。

まず、1ページ目ですけれども、経産省としましては、いろいろと海外への輸出の成功事例を分析しまして、その成功事例の特色として、しっかりと試行錯誤をしながらも市場の嗜好に合わせて商品の開発、改良を重ねている事業者さんと組んだ上で、小売、流通の

販売チャネルとの連携、あるいは運んでいく過程で加工や貯蔵技術の開発、活用をして、しっかりと貯蔵技術をもって、いいものを送り届ける。それから、日本酒を初めとして、しっかりとブランドのコンセプトをつくっていく。こういうことを中心としたモデル事例を応援しているところでございます。

直近の取り組みとしましては、下の段を見ていただきたいと思います。この後、御説明しますクールジャパン機構による食関係事業者への出資、あるいは外部人材を活用した商材の磨き上げ、それによる海外販路開拓の支援をしております。

2点目ですけれども、JETRO、クールジャパン機構、中小企業基盤機構、NEDO、金融機関等の支援機関を結集しまして、専門家が企業に張りついて、きめ細やかな総合的支援を行う「新輸出大国コンソーシアム」というものを昨年2月に設立しまして、このコンソーシアムのもとで、既に数百の相談事例を受けております。

3番目は、これは一つの事例でございますが、流通チャネルの確保という観点から、コンビニエンスストアとJETROが連携して、ベトナムにおいて日系コンビニ200店舗での試験販売を予定しております。

2ページ目を見ていただきますと、クールジャパン機構による具体的な海外展開支援の例としまして、本日3点ほど御紹介させていただければと思います。

1点目、一風堂を展開しております力の源ホールディングスに対してクールジャパン機構が出資をしております、パリを初めとする欧州や北米に、ラーメンだけではなくて、日本酒のバーを併設した形の店舗展開をしております。右側の写真は、ラーメンの場所ではなくて、ラーメンを食べる前にバーカウンターを併設しております、そこで日本酒を並べて味わっていただく形をしております。ちょうどパリに、昨年オープンしたところでございます。

2点目ですが、こちら昨年7月にオープンしておりますシンガポールの中心部、オーチャード・ロード沿いの三越伊勢丹の建物の4階に、日本食の外食レストラン16店舗を集積しまして、その中の一つとして瀬祭バーといったものがあります。瀬祭バーのみならず、日本食レストランにおいて日本酒を提供しております。

3点目も、昨年の10月にオープンしたマレーシアのジャパンモールでございます。三越伊勢丹さんとクールジャパン機構、半々の出資で、全館クールジャパンといった日本のものだけを発信するデパートメントストアをオープンしております、そのうちの地下1階には、非常に種類を豊富に並べた日本酒を販売している場所もありますし、実際に食材の提供とあわせて日本酒の提供をしております。

3ページは、毎年やっている海外への販路開拓を支援するためのプロデュース支援事業でございますが、毎年10件強のプロジェクトを行っております。

真ん中にありますが、今年度に関しましては、そのうちの一つとして日本産酒類（ライスワイン）の採択をして、海外の販路開拓をしております。具体的事例は、右下にありますように、京都府の与謝野町、ちょうど京丹後市の北のほうでございますけれども、現地



の食米と水を原料としつつ、ワイン酵母を使用したフルーティーで白ワインのような酒を開発しまして、今、オーストラリアの販路開拓をしております。

残りのページは参考でございますので、私からの説明は以上です。

○井内内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

続きまして、観光庁、お願いいたします。

○根来観光庁観光資源課室長 観光庁でございます。資料3-6につきまして、御説明をさせていただきます。

観光庁といたしましては、日本産酒類を重要な観光資源と考えておりまして、平成25年より酒蔵ツーリズム推進協議会を立ち上げて、酒蔵ツーリズムを推進しているところでございますが、改めて平成28年度にテーマ別観光による地方誘客事業という新規事業を立ち上げまして、7つテーマを選んだうちの一つに酒蔵ツーリズムを選びまして、引き続き、酒蔵ツーリズムを振興しているところでございます。

また、3ページをおめぐりいただきたいのですが、具体的な酒蔵ツーリズム推進協議会の平成28年度の取り組みでございます。まず、協議会会員を100団体、また70酒蔵以上が参画する新たな協議会として組織化をいたしまして、山梨県や長野県、山形県でモニターツアーも実施しております。また、共同プロモーションのウェブサイトや動画なども作成して、情報発信に努めているところでございます。

来年度29年度につきましては「酒蔵ツーリズム成功エリア」というモデル地域を選定いたしまして、そこでモニターツアーを実施したりですとか、あるいは共同プロモーションの更新、多言語化、情報ポータル化を進めていくという取り組みを考えております。

4ページ目でございますが、地域の取り組みを支援するという地域資源を活用した観光地魅力創造事業でも酒蔵ツーリズムを支援しております。

5ページは山梨県笛吹市の取り組みでございますが、こちらは従来から山梨ワインタクシーという取り組みをやっているところですが、山梨ワインタクシーと周辺の観光資源を結びつける取り組みを支援させていただいております。ワイナリーを含めた観光資源をめぐるプログラム開発ですとか、マーケティング調査、PRなどを御支援させていただいております。

6ページからは、JNTOの取り組みでございます。日本酒の魅力を発信する訪日プロモーションに取り組んでおりまして、例えばアメリカで最大のイベントで日本酒の利き酒を実施したり、ロシアの旅行博でも利き酒を実施して、プロモーションに努めております。また、韓国のメディアを招請して、新潟の酒蔵を巡っていただいて記事にさせていただいたり、あるいは「VISIT JAPANトラベル&MICEマート2016」においては、酒蔵見学を含むファムツアーを実施しているところでございます。

7ページ目は、在英国日本大使館で昨年9月に行ったイベントでございます。英国人に人気のジンやウイスキーのテイastingを行うようなイベントを実施して、日本産酒類をPRしているところでございます。

8 ページ目は、本年10月から始まります、外国人の方が酒蔵で日本酒をお買い求めになった際に、酒税を免税する制度についてでございます。

最後の9 ページ目でございますが、国税庁と連携いたしまして酒蔵ツーリズムを推進するポスターを作成したところでございます。日本語版と英語版とございまして、それぞれ1,500部ずつ印刷いたしました。今後、10月からの免税制度に向けまして、また第2弾のポスターも考えております。

以上でございます。

○井内内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

続きまして、国際交流基金からお願いいたします。

○小川国際交流基金企画部長 資料3-7をごらんください。国際交流基金の小川でございます。

日本文化の紹介及び海外への情報発信という観点から、我々も日本産酒類の海外展開に協力しております。

平成28年度はニューヨーク、トロント、パリ、ローマ、ソウルにおきまして、日本のお酒に関するセミナーや映画上映会、講演等に合わせた試飲会等を実施しまして、約1,800名の海外の方々に日本のお酒に関する紹介を行いました。

また、在外公館と連携して、中南米3カ国で専門家の派遣を行いましたほか、お酒に関するテレビ番組、ドキュメンタリー映画を海外のテレビ局へ提供もしくは提供予定でございます。

平成29年度におきましても、このようなセミナー、試飲会のほかに、映画上映、講演会等とあわせて、多角的な日本文化紹介を実施していく予定でございます。

幾つかの具体的な事例を載せておりますけれども、我々は日本文化センターといった海外事務所を持っておりまして、そこのホールを活用しまして、セミナーや試飲会の実施を行いました。パリにおいては、パリ日本文化会館で日本酒の紹介セミナー、試飲会等を実施し、好評を得ました。ソウルでは、日本の地方の魅力を紹介していく観点から、地域の食文化として地酒の紹介等を行いました。28年度は、高知県、鳥取県、鹿児島県、富山県を取り上げております。

さらに、文化交流の人的なネットワークを生かして、さまざまな分野でのコラボレーションを促進しております。ニューヨークでは、佐渡の銘酒を中心に日本とアメリカのシェフが日本酒に合った料理を創作するというコラボレーションを行いまして、好評を博しました。

また、焼酎の発酵音からインスピレーションを受けた現代神楽公演の開催をニューヨークで行いまして、400名の方がごらんになりました。

トロントでは、日本の食文化紹介の一環として、酒づくりを記録した映画『The Birth of Sake』を上映いたしまして、好評を博しました。

以上でございます。

○井内内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

続きまして、酒類総合研究所からお願いいたします。

○武藤酒類総合研究所広報・産業技術支援部門長 酒類総合研究所でございます。資料3-8をごらんください。

私どもで実施しております日本産酒類の輸出促進に関する取り組みについて、28年度の主な取り組み、29年度の取り組みについて御紹介いたします。

まず、28年度の主な取り組みといたしましては、こちらに5項目ございますが、特に1項目の「地理的表示の活用推進」の中でございますが、当研究所も分担加筆した日本ソムリエ協会が出版を予定しておりました日本酒教本、こちらは現物をお持ちしましたが、このような形ででき上がりまして発行となっております。これは日本語版でございますが、今後、英語版も出る予定でございます。海外での普及に使っていただける予定です。

項目5といたしまして、WSETといった海外酒類教育機関への協力ということで、私どもの研究所においでいただきまして、こちらで講義と実習などをしていただいております。WSETでもこのような英語版の教本ができておりまして、こちらは私どものほうで作成に協力しております。

29年度の取り組みといたしましては、こちらにございますとおり地理的表示の活用推進、高度な技能や経営に関する講習の実施、海外酒類教育機関への協力などのほか、海外に向けた情報発信活動の推進といたしまして、こちらの「日本酒ラベルの用語辞典」、「初心者向けリーフレット」、「お酒のはなし」などの発信資料の作成活用を図っていきたく思っております。「お酒のはなし」につきましては、焼酎の英語版なども今後、作成の予定でございます。

以上でございます。

○井内内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

続きまして、JETROからお願いいたします。

○高橋日本貿易振興機構農林水産・食品部長 JETROでございます。資料3-9でございます。

資料の1枚目でございますけれども、この3月に日本酒の新しいコンセプトでの海外向けプロモーションを考えまして、世界のトップレストランのソムリエでありますとか、これらレストランと取引のあるバイヤー、さらには飲食業界で情報の発信力を有しておりますメディア関係者といった方々をスペイン、イギリス、フランス、香港より日本に招聘したところでございます。

新しいコンセプトと申しますのは、非日系の市場の開拓ということで、付加価値の高い日本酒をワインの商流に乗せていこうという試みでございます。ワインの本場の欧州をターゲットの中心に据えまして、世界的な酒類のコンペティションでございますIWCの酒部門の受賞の酒蔵を主な対象といたしまして、山形、東京、福岡、佐賀の各地で蔵元の視察でございますとか商談会などを実施させていただきました。この事業につきましては、農林

水産省の平成28年度の補正の補助事業として実施させていただいております。

今回、招聘しました12名のリストにつきまして、次のページをごらんください。The World's 50 Best Restaurantsという世界のトップレストランを表彰いたしますコンペティションがございまして、毎年100位まで発表されております。今回は、2016年の第2位のスペインのレストランのヘッドソムリエなど、著名なソムリエを招聘することができました。また、インフルエンサーといたしまして、イギリスBBC関係のジャーナリストでございますとか、IWC酒部門の主催者のWilliam Reed Business Mediaも招聘することができました。

1 ページに戻っていただきまして、このバイヤー招聘事業でございますけれども、IWCでその年の最も評価が高い日本酒に与えられますチャンピオン・サケを受賞いたしました山形県の出羽桜酒造、福岡県の喜多屋、佐賀県の富久千代酒造を視察したほか、東京ではIWCの受賞酒を数多く取り扱われている酒販店、酒類の卸を訪問させていただきました。

山形、佐賀では、ソムリエとバイヤーがセットで各地のIWCの受賞の酒蔵と商談を行いまして、ソムリエ、バイヤーからはさまざまな地域の特色のある日本酒を発見できたというコメントをもらうことができました。

また、山形、福岡、佐賀では、各県の自治体でございますとか各県の酒造組合の御協力のもとに、交流会も開催しております。東京におきまして、3月14日に井内局長にもおいでいただきまして、御来賓の御挨拶をいただきました。本日の会議のメンバーでございます関係省庁、機関の皆様を初めといたしまして、日本酒の輸出にかかわっております酒販店等の多くの方に御参加いただきまして、交流会を実施することができたところでございます。

JETROといたしましては、今回の事業を契機といたしまして、ことし7月のロンドンでのIWC開催に合わせて、現地で日本酒のプロモーション事業を実施したいと思っております。

3 ページでございます。こちらは、11月に香港で開催されましたHong Kong International Wine & Spirits Fair 2016に、日本産酒類のジャパンパビリオンを設置いたしました。2012年以降、5年連続の出店となっております。

この見本市は、日本酒、焼酎、ワイン、果実酒といったものを、24社・団体が参加しましてやっております。また、美濃焼酒器のブースを隣接させまして、日本文化・食文化を一体として売り込むというプロモーションを実施してございます。こちらは29年度も実施する予定でございます。

4 ページでございますけれども、こちらは日本酒造組合中央会様と連携させていただきまして、ベトナムのハノイで試飲商談会を昨年11月に開催しております。同様の連携事業につきましては、2月にアメリカのシカゴでもさせていただいております。平成29年度も引き続き日本酒造組合中央会様と連携して、海外での試飲商談会を開催してまいりたいと存じております。

5 ページ以下でございます。このほかJETROといたしまして、海外における普及啓発のセミナーでありますとか、国内でのシンポジウム、セミナーなども行っております。時間の

関係で割愛させていただきますが、最後の8ページでございますけれども、特に右下でございます。「日本酒輸出ハンドブック」は国税庁様と共同で作成させていただいたものでございますけれども、今年度、改定のための調査を海外事業所にて行っているところでございます。平成29年度になりますけれども、国税庁様と内容を調整させていただいた上で、ウェブのほうで改定版を発表させていただく予定となっております。

以上でございます。

○井内内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

続きまして、日本酒輸出協議会からお願いいたします。

○岡本日本酒造組合中央会副会長 日本酒造組合中央会副会長の岡本でございます。

きょうは、日本酒輸出協議会ということで、流通のほうと一緒に協賛会を立ち上げております民間サイドから御報告をさせていただきます。

初めに、こうした形で豊田政務官以下、内閣府の皆さん方、関係各省を含めて、クールジャパンの一環として日本産酒類の輸出促進にいろいろ御支援をいただいて、政策の展開をしていただいていること、改めて御礼を申し上げたいと思います。

我々は、国のこうした基本方針、それから我々自身がつくっている日本酒や本格焼酎・泡盛の輸出基本戦略に沿って、中長期的な施策を進めさせていただいているところであります。資料3-10に、特に国酒関連ということで29年度の主な事業をピックアップしてみましたけれども、大きく言いますと、海外に向けてのアウトバウンド事業、もう一つは海外から国内に來られる方向へのインバウンド事業と分けて、ポイントだけ御説明したいと思います。

アウトバウンドとしては、昨年も、例えばブラジルのリオのオリンピックの際に、我々も中央会としてお邪魔いたしました。日本酒のPRに努めてまいりました。そうした世界的な規模での大きな事業、イベントに積極的に参加をして日本酒、本格焼酎、泡盛、日本の国酒を世界にPRすることを、今後とも続けていきたいと思っております。ことしは、特に6月にフランスのボルドーで2年に1回開かれます世界のワインの最大級の見本市と言われるVINEXPOに日本酒、本格焼酎としてブースを出して、そこで世界中の関係者に日本酒、本格焼酎のPRをしていきたいと思っております。

また、先ほど来、外務省さんやJETROのほうからも御紹介がありましたように、在外公館やJETROとも海外において連携をさせていただいて、ジャパン・ハウスもそうですし、そのほかの大使館、総領事館等でもいろいろと応援をいただいております。そういう中で、日本酒、本格焼酎を日本の伝統文化とあわせてPRができればと思っております。

さらに、国酒としてのMade in JapanということをしつかりとPRしていきたいということで、我々もJSSマークというMade in Japanをアピールするようなラベルをつくっておりますけれども、さらにそれに加えて地理的表示ということでは、昨年、全国の日本酒が地理的表示で認められていることに加えて、山形県のお酒も、山形ということで地理的表示がさらにその上に認められました。既に本格焼酎や泡盛では地理的表示が認められておりま

すので、こういったブランド化をさらに推進していく中で、世界に向けて日本製品、日本産酒類のPRを進めていきたいと思っております。

インバウンドにつきましては、海外からのメディアを招聘して、具体的な酒蔵に幾つか案内して、見学をしてもらったりセミナーをしてもらう。そのかわりに、地元へ帰られたときに、日本酒なり本格焼酎の記事を客観的な立場で各国でPRしてもらうことを続けておりますが、これも大変効果が上がっているように思います。今年度では、日本酒では広島、本格焼酎では九州のほうにツアーを組ませていただきました。

ことしで足かけ4年になりますが、国際空港の成田、羽田、中部、関西などで行っております免税エリアでのキャンペーンも引き続き好調でございます。まだ、28年度については途中経過でございますけれども、今年度についても集客数が合計で約5万人、それから売上金額も1億までは行かないにしても、相当の金額に上っているところでございまして、国交省さんなり国税庁さんの御協力も得て、引き続き続けてまいりたいと思っております。

さらには、国内で全国的なイベント事業として、我々は「全国日本酒フェア」というものを毎年6月に行っておりますけれども、これを充実させて、日本酒についての世界一番の見本市というかメッセになるようなものにして、世界中から日本酒であればこの「全国日本酒フェア」に集まっていだけるようなものにしていければいいなと思っております。

さらに、観光庁さんからもございましたけれども、昨日、予算とともに税制改正も成立いたしました。その中に酒蔵の酒税の免税制度が新しく創設されたところでございまして、秋以降、この制度を有効活用して、各国から来られる外国のお客さんに、具体的に各地域の蔵元まで訪ねていただいて、そこで免税でお土産を買っていただけるというところまで持っていければ、地域の活性化にもつながるのではないかと考えております。

最後に、1点だけ要望でございます。外国への輸出に当たっては、TPPが不透明になりましたけれども、引き続き我々としては各国へ向けて促進をしております。足元の中国や韓国、台湾などといったところは相変わらず高関税である、ないしは東日本大震災後の規制で、中国などは東日本10都県の日本産酒類が輸入停止の状態がまだ続いているということです。先ほど外務省さんのほうでいろいろと御努力いただいているというお話でしたけれども、そのあたりを引き続きよろしくお願ひしたいということを1点、要望として加えさせていただきます。御報告にかえさせていただきます。

ありがとうございました。

○井内内閣府知財事務局長 ありがとうございました。

最後に、内閣府知財事務局からお願いします。

○増田内閣府知財事務局長 資料3-11をごらんください。1ページ目をお願いいたします。

日本中に散らばりますクールジャパン拠点をいかに連携していくかということを検討するために「クールジャパン拠点構築検討会」を設置して、検討を行っております。そのの

一環として「クールジャパン拠点連携実証調査」を行っておりまして、これは先進的なプロジェクトを公募いたしまして、7件ほど採択して、今、やっているところでございます。

1 ページ目の赤枠で囲んでおりますのが、日本産酒類関係のものでございます。例えば一番上のものについては、2 ページ目をごらんください。日本酒と関連分野を組み合わせた海外富裕層向けマーケティングモデルの構築ということで、海外からインフルエンサーを招聘して、視察商談ツアーを実施したり、こういった方々に参加をいただいてシンポジウムを開催するというようなプログラムでございます。

2、3 番目につきましては、3、4 ページ目でございますが、御説明は省略させていただきます。

こういったプロジェクトを通じまして、検討をさらに進めて、取りまとめを行っていくというような予定で進めてございます。

5 ページ目をごらんください。地方のクールジャパン資源の発信、発掘を目的として、クールジャパン戦略担当大臣あるいは知財事務局が地方に出向いて行って、地元の自治体や有識者と議論を行っていく地方版クールジャパン推進会議でございますが、直近では、ここがございます大分県と沖縄県で実施をしてございます。先ほど沖縄振興局から御報告がございましたとおり、3月に行われました沖縄県での地方版クールジャパン推進会議にあわせまして、6 ページ目でございますけれども泡盛ビジネスセミナーといったものを実施してございます。

最後になりますが、7 ページ目をごらんください。クールジャパンの発信を行っていただくために、クールジャパン・アンバサダーを任命しております。今まで40名ほど任命してございますが、一番近いところでここがございます2名の方をお願いしております。お二方とも日本産酒類に関係をしている方々で、特に左のクリストファー・ベレグリニ氏は焼酎、泡盛に重点を置いた発信を行っていただいているところでございます。

私からは、以上でございます。

○井内内閣府知財事務局長 これで一巡いたしました。これまでの発表に対しまして、御意見、御質問等がありましたらお願いいたします。よろしゅうございますか。

それでは、最後に豊田政務官から一言お願いをしたいと思います。よろしくお願いいたします。

○豊田内閣府大臣政務官（クールジャパン戦略担当） どうも長時間にわたりまして御審議いただきまして、ありがとうございます。

本日は、日本産酒類の輸出促進について、政府の取り組みを多角的に整理し、2020年に向けた中期的な指針となる新たな対応方針を決定していただいたことになろうかと思えます。対応方針に掲げた多様な取り組みについては、酒類業界の取り組みと一体的に運用することによって、より効果的なものになると考えており、官民が同じ方向を向いてしっかりと輸出拡大に取り組むことが重要であると考えます。

日本産酒類は全国各地で生産されており、他の地域資源とあわせて発信することにより、

地域経済の活性化にもつながるものと思います。本対応方針に基づき、関係省庁、関係機関には、製造業者、流通業者を初め、広く民間の方々と協働して鋭意、日本産酒類の輸出促進に取り組んでいただきたい。関係者の取り組みについては、今後も連絡会議でフォローアップをしていくので、よろしく願いをいたしたいと思います。

本日は、どうもありがとうございました。

○井内内閣府知財事務局長 ありがとうございました。

以上をもちまして連絡会議を終了させていただきますけれども、次回は半年後を目途に開催いたしまして、先ほど政務官からもございましたように、対応方針の取り組み状況をフォローアップさせていただきたいと思っております。よろしく願いいたします。

本日は、ありがとうございました。