


國酒振興事業〔平成29年度〕

平成29年3月28日

No.	項目	概要
1	世界大会事業	<p>世界に向けて國酒(日本酒、本格焼酎・泡盛)情報発信を強化し、認知度向上及び正しい商品知識普及を図るため、欧州における国際見本市の1つであり、かつ伝統・規模とも最大級であるヴィネクスポ(VINEXPO)に業界をあげて出展する。あわせて欧州における酒類のネットワークへの浸透を目指す。</p> <p>【平成28年度実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ブラジル/リオ・ジャパンハウスで、来賓・招待客向けに鏡開き・乾杯の支援及び國酒のPR・試飲を実施。併せてサンパウロにおいて國酒のPR・試飲、セミナーを実施。 ○サミット首脳会合及び関係閣僚会合のレセプション、昼食会、晚餐会等において國酒の提供および鏡開きを実施。 <p>また、各国首脳陣やメディアへのお土産のサミットバックに「國酒」ラベルの日本酒を提供。</p>
2	海外イベント事業	<p>國酒の認知度と正しい知識の普及のため、関係機関との連携も想定し、「日本酒輸出基本戦略」にそってフォローアップ、新規開拓、地域拡大の3点を配慮しながら、効果の高い国を中心にセミナー・試飲等のイベントを実施する。その際には、ジャパンハウス事業の積極的な活用を図る。</p> <p>【平成28年度実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○日本酒と焼酎共同：米国・ニューヨーク/「国連総会時の日本食文化普及イベント」、イタリア・ミラノ/「日伊国交樹立150周年記念イベントレセプション」において鏡開き、國酒の試飲・PRを実施。 ○日本酒：スイス/在スイス日本国大使館「天皇誕生日レセプション」、シンガポール/「ジャパン発信イベント in シンガポール」、フランス・カンヌ/「MIPCOM オープニングレセプション」において鏡開き、日本酒の試飲・PRを実施。 ○日本酒：北米/カナダ、欧州/イタリア(フォローアップ)、フランス、東南アジア/ベトナム ○本格焼酎・泡盛：米国/2カ所、中国/広州、EU/イタリア(フォローアップ)
3	國酒の海外普及促進事業	<p>国内外における国際会議のレセプション等に参加する外国人に対して、國酒の文化である鏡開きまたは、日本酒、本格焼酎・泡盛を提供し、認知度向上と正しい商品知識の普及を図る。</p> <p>【平成28年度実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○日本酒と焼酎共同：米国・ニューヨーク/「国連総会時の日本食文化普及イベント」、イタリア・ミラノ/「日伊国交樹立150周年記念イベントレセプショ

No.	項目	概要
		<p>ン]において鏡開き、日本酒、本格焼酎・泡盛の試飲・PRを実施。</p> <p>○日本酒：スイス／在スイス日本国大使館「天皇誕生日レセプション」、シンガポール／「ジャパン発信イベント in シンガポール」、フランス・カンヌ／「MIPCOM オープニングレセプション」において鏡開き、日本酒の試飲・PRを実施。</p>
4	海外サポートデスク	<p>海外の主要都市に、現地市場情報及びその国内市場の収集、継続的な情報発信及び各種国内外の國酒事業の発信を行うサポートデスクを設置する。</p> <p>○日本酒：米国／ニューヨーク、英国／ロンドン、東南アジア</p> <p>○本格焼酎・泡盛：米国／ニューヨーク</p>
5	JSSマーク普及事業	<p>日本産であることを示すJSSマークの海外での認知度の向上と普及を促進する。特に日本酒については地理的表示と合わせたブランドの向上を促進する。</p> <div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; gap: 20px;">    </div>
6	海外メディア等招へいツアー	<p>各地域の情報強化のため、海外のメディア、インフルエンサー等を招へいし、酒蔵を中心に地域の食、生活文化等の見学・体験を通して、國酒の魅力を知ってもらう酒蔵ツーリズムを日本酒、本格焼酎で各1回実施(海外への発信力の弱い地域や地域のブランド化に努めている地域)する。</p> <p>【平成 28 年度実績】</p> <p>○日本酒：広島県において海外ジャーナリスト等8名(7カ国)が酒蔵10社他を見学・体験。</p> <p>○本格焼酎・泡盛：福岡、大分、宮崎県において海外ジャーナリスト等7名(米国)が酒蔵7社他を見学・体験。</p>
7	国際空港國酒キャンペーン	<p>訪日外国人の國酒への認知度向上を図るため、主要国際空港において年間を通じて、試飲・販売を行うとともに日本各地の日本酒、本格焼酎・泡盛のツーリズムのPRを実施する。</p> <p>特に今年は海外向けの情報発信を強化し、地域性を強くPRできるように配慮する。また、地方国際空港に向けてキャンペーン拡大を図る。</p> <p>4空港(成田国際空港第1及び第2ターミナル、東京国際空港、関西国際空港、中部国際空港(自治体含む))において継続して実施。(参考)全日空では空港ラウンジ(成田、羽田、関西空港の国際線及び羽田の国内線)に國酒コーナーを設け、3か月交替で各県國酒の展示、試飲を実施中。(平成 25 年 12 月に開始して、平成 29 年 11 月まで実施予定。)</p>

No.	項目	概要
		<p>【平成 28 年度実績】</p> <p>○5会場合計(2月28日現在):出展蔵元数 211社、集客数 約 47,000名、販売本数 約 34,000本、販売金額 約 88,000千円</p>
8	客船内カルチャースクール調査	日本へ入港する客船内で、外国人旅行者に対して、日本の國酒の正しい商品知識を普及するカルチャースクールを実施することを目的に、日本に寄港するクルーズ船の利用規約などを調査する。
9	外国人インフルエンサーへの啓発	<p>(1) 在京大使等酒蔵ツアー 在京大使館の実務レベルの外交官に対して関東近郊の酒蔵や文化財を巡るツアーを開催し、日本酒と日本文化への理解を深めてもらい、帰国後のハイエンドへの情報発信を推進する。</p> <p>(2) 在日外国人等日本酒セミナー 在日の外交官、経済団体、メディア関係者等の情報発信力の高い外国人を対象として、各地に根付いた國酒の魅力を理解してもらう試飲・セミナーを日本酒、本格焼酎・泡盛で各1回を実施する。</p>
10	Sake & Shochu Academy	<p>外国人等を対象とし、國酒の基本知識及びテイasting技術の教育を行い、海外における國酒の正しい知識の普及促進を図るため、Sake & Shochu Academy を実施する。</p> <p>【平成 28 年度実績】</p> <p>○赤レンガ酒造工場他において海外酒類バイヤー、酒類評論家等 10名(6ヵ国)が参加</p>
11	全国イベント事業	<p>「全国新酒鑑評会公開きき酒会」と「全国日本酒フェア」の二つのイベントを合わせた「日本酒フェア 2017」を日本酒に関する世界大会として、世界最大級の日本酒の祭典となるように内容の充実を図るとともに、今後の国際的な大会を意識し、外国人市場に対する情報発信を強化し、需要開発を進める。</p> <p>【平成 28 年度実績】</p> <p>○池袋サンシャインシティ、来場者約 6,300名</p>
12	「国際食品・飲料店 (FOODEX JAPAN)」 出展	「国際食品・飲料店 (FOODEX JAPAN)」へ出展し、海外からの酒類流通業者やバイヤー等を対象として、本格焼酎・泡盛に関するさまざまな情報を発信することにより、正しい商品知識等の普及を図る。

No.	項目	概要
13	国際線機内番組放送	日本への国際線内における機内番組で、既作成スポットCMを放送し、インバウンドに向けて國酒文化のPRを図る。
14	WEB講座多言語化等	日本酒、本格焼酎・泡盛の基礎知識・文化・楽しみ方を幅広く普及させるため、開設しているWEB講座を多言語化(中国語)する。
15	日本の酒情報館事業	「日本の酒情報館」を拠点に國酒の総合的な情報受発信活動を展開する。また、定期的に蔵元、杜氏、外国人講師によるセミナーを開催して國酒の魅力の発信や正しい商品知識の普及を図る。
16	輸出戦略策定	(1)「日本酒輸出協議会」において、「日本酒輸出基本戦略」を策定・フォローアップし、日本酒の効果的なPR・輸出振興を実施する。 (2)本格焼酎・泡盛については、平成27年度に「本格焼酎・泡盛の海外戦略」を策定した。 (注)市場動向や浸透度の変化を踏まえてフォローアップを行う。