

第2回「日本産酒類の輸出促進連絡会議」議事要旨

1. 日時：平成25年 11月 21日（木）18:00 ～ 19:00

2. 場所：中央合同庁舎4号館4階 第2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）
羽深 成樹	内閣府官房審議官 兼 内閣官房内閣審議官
加治 慶光	内閣官房内閣参事官（広報官代理）
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
正木 靖	外務省経済局参事官（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）
本田 修	独立行政法人国際交流基金文化事業部長
浜野 京	独立行政法人日本貿易振興機構理事
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）

4. 議題

- 開会
- 稲田クールジャパン戦略担当大臣ご挨拶
- 現在の取組状況と今後の課題について
- 関係府省・機関の取組についての説明
- 意見交換
- 閉会

5. 議事内容

(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

- ・日本産酒類の輸出促進は、5月28日に策定された「クールジャパン発信力強化のためのアクションプラン」及び6月14日に閣議決定された「日本の再興戦略」、「経済財政運営と改革の基本方針」にも盛り込まれている。
- ・今後も輸出拡大の目標達成に向けて、しっかりフォローアップを行い、本日まで参加いただいている関係府省および関係機関等と協力し、引き続き具体的施策を推進してまいりたい。
- ・この具体的施策の一例として、本年10月より、関係省庁が協力し、空港会社および業界団体が主体となり、国内主要国際空港にて「ニッポンを飲もう！日本の酒キャンペーン」が実現している。
- ・また、9月には2020年の東京オリンピック誘致が決定し、10月には「和食」のユネスコ無形文化遺産登録に向けた勧告が発表され、今まさに日本の文化を海外に発信・展開してくための追い風が吹いている。日本酒に代表されるような我が国の伝統文化の1つである日本産酒類についても、クールジャパン推進の一環として、様々な取組と連携して、より一層の輸出促進に取り組んでまいりたい。

(2) 現在の取組状況と今後の課題について

○内閣官房 羽深内閣審議官

- ・まず、政府としての日本産酒類の輸出促進に向けた取組について説明をさせていただきたい。資料1「日本産酒類の輸出促進に向けた取組について(案)」をご覧ください。
- ・本案紙は、関係府省および関係機関等より提供いただいた情報や資料に基づき、日本産酒類の輸出促進のための現在の取組及び今後の課題を、4つのカテゴリー別に整理したものである。具体的には、1. 認知度の向上及び情報発信の取組、2. 商流確立と拡大のための支援等の取組、3. 輸出先国における障害除去・緩和への取組、4. 関係省庁および機関による支援事業に関する情報の周知及び利用の促進、により構成されている。
- ・これをご覧くださいと、広範囲な分野にて取組が進んでいることが見てとれると思うが、その中でも本年から新たに始まっている取組について、いくつか簡単にご紹介させていただきたい。
- ・本年10月より国内主要国際空港にて実施されている「ニッポンを飲もう！日本の酒キャンペーン」の他にも、農林水産品・食品の国別輸出戦略にもコメ加工品の一つとして日本酒が組み込まれ、市場調査やマーケティング支援等に向けた取組が始まっている。
- ・今後の課題としては、引き続き国内外における情報発信や輸出環境の整備を図る一方で、実際に日本産酒類が海外市場に流通していくことを後押しできるよう、輸出促進の取組の実用性をあげることが重要だと考えている。

- ・資料2「平成25・26年度の日本産酒類の輸出促進関係イベント／事業等一覧」及び資料3「平成25年度の日本産酒類の輸出促進関係事業・取組等一覧」は、今年の5月に公表されている「平成24・25年度版の日本産酒類の輸出促進関係イベント／事業等一覧」を、更新したものである。
- ・今後も引き続き、関係府省、関係機関、業界団体の皆様と協力して、日本産酒類の輸出促進に向けた具体的な施策に取り組んでまいりたい。

(3) 関係府省・機関の取組についての説明

○国税庁長官官房 上羅審議官

- ・まず日本産酒類の輸出状況から説明させていただきたい。酒類の輸出金額は、近年増加傾向にあり、平成24年の輸出金額は10年前の1.5倍、特に、清酒については2.5倍となっており、清酒は全体の約4割を占めている。四半期毎の輸出の状況でも、時季によって上下するものの、上昇傾向にある。
- ・原発事故の影響もあり、2011年、2012年は伸び率が鈍化していたが、2013年に入り伸び率が増加し、1～9月の累計の前年同期比を見ると、118.7%と高い伸び率となっている。特に、米国、フランス、英国など欧米向けが好調であり、官民一体となって輸出促進に取り組んでいる効果が徐々に始めているものと考えている。
- ・品目別に見ると、2013年は金額ベースでウイスキーの伸びが顕著であり、その他、リキュール、ビール、清酒も対前年同期比で2ケタの伸びを示している。清酒は対前年同期比で113.8%となっており、特に、米国及び中国、東アジアで堅調な伸びを示している。
- ・清酒については、全体が9億円以上増加しており、特にアメリカ向けの輸出が5億円増加している。ビールについては、韓国、シンガポールへの輸出が増加しており、ウイスキーについては、アメリカ、フランス、ロシアなどで増加している。なお、香港ではリキュール以外の酒類が減少しており、これは、香港経由で中国に輸出されていたものが、直接中国に対して輸出されるようになったためと思われる。
- ・続いて、日本産酒類の輸出環境整備に関する国税庁の最近の取組について説明させていただきたい。国税庁としては、主に需要喚起及び事業者育成の他に、輸出先国における貿易障壁の除去にも取り組んでいる。
- ・需要喚起の取組としては、酒類のPR、品質評価、安全性等の情報の発信、事業者育成の取組として、業界向けの輸出セミナーの実施や、ジェットロと共同で輸出ハンドブックを作成等、事業者に対する情報提供を行っている。
- ・貿易障壁の除去の取組として、東日本大震災以降に各国で導入された輸入規制に対し、(独)酒類総合研究所と連携し、安全性の確認調査及び放射性物質に係る研究を実施し、その結果、既にEU、ロシアを始めとした各国の規制が撤廃・緩和されている。また、米国及びEUにおける蒸留酒の容量規制に関しても、その撤廃に向けた働きかけを業界とともに進めているところ。

- ・今後の課題の一つとして掲げている酒類の伝道師育成に関して、(独)酒類総合研究所の有する酒類の品質評価や安全性の取組みについて、海外の酒類教育機関に対し情報をインプットすることが海外における効果的な情報発信、酒類の理解に資することから、この取組みにも積極的に協力してまいりたい。

○内閣官房国際広報室 加治参事官

- ・国際広報室は、9月11日にサマーダボス会議においてジャパンナイトレセプションを主催している。丁度オリンピックの招致直後であったので、下村大臣とフェンシングの太田選手等にも同席いただき、日本酒での乾杯を行った。その時の乾杯は普通の日本的な乾杯でなく、日本酒をシャンパングラスについて行い、これが外国人に対して非常に評判がよかった。自分たちの生活にも日本酒が入ってくるのではと受け取っていただけたと感じている。
- ・これに引き続き、来年1月のダボス会議においても、日本酒及び日本産酒類のプロモーションを行うことを考えている。

○内閣府知的財産戦略推進事務局 内山局長

- ・冒頭で稲田大臣から紹介があったようにクールジャパン推進会議においては、今年の5月にアクションプランを策定している。その中の2つの項目について日本酒を取り上げている。
- ・1つ目は、クールジャパンの発信について日本文化の発信、その際に日本産酒類を始めとした食・ファッション・ものづくり・コンテンツの中に連携の可能性を模索すること。
- ・2つ目は、外国人の著名人への働きかけ、内外でのイベント、在外公館での活動を通じて、日本産酒類の魅力を日本産農林水産物・食品と併せて発信すること。
- ・このアクションプランの実施状況をフォローアップするために、福岡政務官を座長としたクールジャパン推進会議関係府省連絡会議を設置し、概ね3カ月に1回程度開催している。直近では9月に開催しており、この会議の場でも多くのイベントが各省連携の下、日本産酒類の発信について報告された。
- ・今後も稲田大臣のイニシアティブのもと様々な分野・関係省庁との連携をはかりながら効果的な発信の支援を行っていきたい。

○総務省 関審議官

- ・日本産酒類というものは地場産業の代表的な例であり、この輸出が増えるということは地場産業の振興・地域の活性化にもつながっていくものである。最近では、地域の代表者が外務省やジェトロからの支援を受け、東南アジアや台湾に地域の産物を紹介することがある。地域の産物を紹介する時には日本酒は欠かせないものとなっているため、関係省庁に非常にご尽力をいただいております、自治体を所管する者として感謝している。独自

にできる地域は、ある程度進んでいる地域だと思うが、一方で、どのように進めればよいのかがわからない地域もある。そのような地域からはアドバイザーが欲しいという意見があった。

- ・元々、総務省には地域の人材ネットという事業があり、これはアドバイザーを市町村等に派遣し、地場産業の振興に当たっていただくといった事業である。実際に、関係省庁にご紹介いただき、通訳関係者や食のアドバイザーの派遣を行い、地域の地場産業の指導に当たってもらうという事業である。
- ・地域の日本酒を売り出すには、日本酒だけでなく地域の食材も売り出したい、という声も聞かれた。我々としても地域の発展が、日本酒の輸出にもつながるといった点もあるため、各自治体においても地域の食材とあわせて推進していこうと思っている。
- ・総務省の関係団体である地域活性化センターが「地域づくり」という雑誌を作成しており、「蔵を生かした街づくり」という特集も日本酒振興の点から作成いただいた。これはボランティアで酒蔵を紹介していただいております、外国から来た人にも知っていただき、その人々が母国へ戻った際に現地で日本について伝えていただけたらと思っている。

○外務省 正木参事官

- ・外務省としても日本産酒類の魅力を世界に伝えるために、在外公館における日常的な会食・レセプションにおいて活用をしている。それに加え、試飲会やPRイベント等も実施している。
- ・今後も日本国内での各国の要人との会食や、在外公館における天皇誕生日の祝賀レセプション等において、日本産酒類を積極的にアピールしていく。
- ・外務省としては、日本酒のみならず、国産ワイン・ウイスキー等も使用していきたい。これまでの実績としては、平成23年からIWCにて受賞した日本酒26,300本、平成20年から国産ワインコンクール受賞ワイン13,330本を在外公館へ送付して活用している。大変好評であると聞いている。
- ・本年度の取組として、6月のTICADVにおける総理主催の公式晩餐会にて、日本酒での乾杯、食中酒としての日本酒や日本産ワインを使用しており、アフリカ各国の首脳を含む参加者から好評を得た。引き続き文化行事を中心に、地方自治体・企業との協力等、様々な形で協力して日本産酒類の取組を進めていきたい。
- ・今後予定されている行事として、来年5月にパリで開催されるOECDは、日本のOECD加盟50周年ということで、議長国になることが決まっている。その際は、おそらく各国閣僚を含めハイレベルの方々が集まる機会になるため、議長国主催の夕食会においても、日本産酒類の活用に努めていきたいと思っている。
- ・これまでも地方自治体や業界団体と連携して、各地の地酒の魅力を発信する場を提供しているが、今後は具体的な販路拡大に向けて、効果的な輸出促進に取り組んでまいりたい。

い。

- ・風評被害対策、震災以降の規制の緩和に関しても引き続き取り組んでまいりたい。被災地域の酒類も意識的に活用して風評被害対策も進めていきたいと思う。

○文化庁 中野室長

- ・文化庁の事業を通じた取組として、フランスのアヌシーにて開催された「世界三大アニメーション映画祭」の一つの「国際アニメーションフェスティバル」において、ジャパンレセプションを開催し、日本酒を提供している。
- ・続いて、今後の予定について説明させていただきたい。今年12月に京都で、東アジア共生会議がある。これは東アジア諸国の文化人、芸術家、文化に関する様々な分野の学識経験者が一堂に会し、東アジア各国が共生する未来に向けた理念を作り出すことを目的とした会議であり、このレセプションにおいても日本産酒類を提供することとしている。特に今年は、日本酒で乾杯する条例を制定している京都市での開催となるため、京都府、京都市との連携を考えている。
- ・来年2月には文化交流使フォーラムがある。これは様々な芸術家・文化人を一定期間海外へ派遣して日本文化を紹介する事業である。この報告会のレセプションにおいて日本産酒類を提供する予定。今後の文化交流使について、日本文化を紹介する中で和食も紹介することを考えており、その中で和食の一部として日本産酒類を紹介することもあるかと思う。
- ・最後に、東アジア文化都市の関連イベントについて。日中韓3カ国で文化都市を選定し、来年からこれら都市において、様々な交流事業を実施していく予定。そのオープニングイベントを始め、様々な会合で日本酒のPRを予定している。ちなみに、来年の日本の文化都市は横浜市となっている。
- ・近々、ユネスコで和食が無形文化遺産に登録された際には、それを契機に日本産酒類のPRを一層強化してまいりたい。

○農林水産省 山下局長

- ・農林水産省では、攻めの農林水産業として、日本食文化の普及に取り組みつつ、農林水産物・食品の輸出促進、世界の料理界で日本食材の活用推進、日本の食文化・食産業の海外展開という3つを一体的に推進しており、FBI戦略として取り組んでいる。
- ・2020年までに農林水産物・食品の輸出額目標1兆円を達成するために、品目を大きく8つに分け、国別・品目別戦略を策定したところ。この中で、日本酒はコメ・コメ加工品において重点品目として位置づけており、日本酒以外のアルコール類についても、加工食品として重点品目に位置づけている。
- ・現在、日本酒の輸出額は約90億円であり、輸出先は米国・香港が全体の5割となっている。一方、ワインの輸出市場は2.5～3兆円ほどといわれており、フランスのワインや、

イギリスのスコッチと比較すると、日本酒にはまだまだ輸出の余地がある。

- ・日本酒は外国人にも非常に人気があるため、発信力のある都市や重点市場でのイベント・セミナーなどを通じて、日本酒の魅力をより一層普及させてまいりたい。こうした取組と併せて、日本酒の生産増に対応した酒造好適米の増産が可能となるよう措置するとしているところである。
- ・また、総理の外国訪問における食レセプションや海外のイベントで、日本酒等を関係省庁と連携して提供すること等にも取り組んでいる。日本酒は日本食・食文化の中心であるため、積極的にこのような取組を推進してまいりたい。

○経済産業省 富田局長

- ・経産省はクールジャパン推進の観点と中小企業支援の観点から、日本産酒類の海外への販路開拓を支援している。柱は大きく分けて3つある。1つは販路開拓を進めるにあたり、事業の企画・戦略などにかかわるプロデューサーの派遣事業。次に、海外に展開する際に必要となる様々な異業種との連携についての、マッチング機会の提供。最後に、期間限定でのアンテナショップ設置支援がある。
- ・支援事業については、日本産酒類の中でも焼酎類の海外における認知度が低いいため、泡盛を海外へ展開しようといったチャレンジ等もある。
- ・アフリカやロシアにおいては、まだまだ日本産酒類の認知度が低いため、中小企業・小規模事業の支援策の中で日本酒の海外展開を支援している。
- ・その他にも、滋賀・京都・大阪・奈良の4府県の複数の酒造業者が共同して広域なブランドを作り、まとまったブランドで海外展開を図っているという新しい取り組みもある。
- ・来週より、クールジャパン機構が本格稼働する。対象はファッション・日本食・その他生活雑貨であり、日本酒も日本食の中に含まれると考える。これらの支援施策を活用して、引き続き民間事業者の海外展開支援を継続してまいりたい。

○観光庁 吉田部長

- ・観光庁からは3点のご報告がある。まず1点目として、資料にある通り「日本を飲もう、日本の酒キャンペーン」を実施したこと。実施主体は日本酒造組合中央会と各空港会社であり、後援に国土交通省、観光庁、国税庁という体制で、今年の10月から来年の3月までの6カ月間で成田、羽田、中部、関空において資料の通りキャンペーンを実施している。大変好評である。
- ・2点目は酒蔵ツーリズムである。これは平成24年度の補正予算の中の観光地の再建・強化事業の一つとして実施している。具体的には、佐賀県の鹿島市で今年9月7日にモニターツアーを実施した。これは観光客を呼び込むモデルとなる可能性もある。また、兵庫県の播磨地域でも12月にモニターツアーを実施予定であり、そこでは山田錦の田んぼも見学する。

- ・3点目は、日本産酒類の魅力発信のための観光のプロモーションである。イギリスで11月4日から7日まで世界最大の旅行販売する展示会があり、各国のツーリズム会社が集まるイベントがある。ここに日本から国や自治体が連携してジャパンプースを設け、日本酒を提供した。アセアンにおいても旅行会社を招待して酒蔵を見学していただいて旅行を販売している。
- ・さらに、今年の5月にはインドネシア、マレーシアの旅行業者を招いて酒蔵見学を実施しており、今後は韓国、ドイツ、イタリアについても予定している。

○独立行政法人国際交流基金 本田部長

- ・国際交流基金は、日本文化の海外発信事業の一環として日本産酒類に関する様々な取組を実施している。これらの取組は3つの類型に分けられ、1つ目は海外における日本の食文化・酒文化の紹介、2つ目は海外からの招聘者への日本酒等の紹介、3つ目は海外での各種日本文化紹介事業における日本の他機関とのタイアップによる日本酒等の紹介である。
- ・1つ目の事例として、今年日本との交流400周年を迎えたスペインにおいて、日本への関心が高まっているマドリードにて、国税庁から酒類専門家にお越しいただき、日本酒に関するセミナー及び試飲会を実施。また、カナダのトロントでは、オンタリオ州の日本酒協会との共催で、10月1日の日本酒の日に「日本酒の日記念セミナー」を開催。来年の春にはパリにて日本酒セミナーの開催を予定している。
- ・2つ目の事例として、国際交流基金では海外の若手外交官等を対象に日本語研修を大阪で実施しており、来年1月にはこの研修の一環として、大阪国税局の協力の下、日本酒に深く触れてもらえるよう京都の酒蔵を訪問する予定。
- ・3つ目の事例としては、海外における展覧会、映画祭等のイベントの際に、在外公館、ジェットロ、国際観光振興機構、自治体国際化協会等とタイアップして試飲会やレセプションでの日本酒紹介を実施。
- ・今後もオールジャパンで協力・連携を積極的に推進していく。

○独立行政法人日本貿易振興機構 浜野理事

- ・ジェットロは日本産酒類の輸出にあたって、海外、国内のネットワークを活用し、ビジネスをどのように開拓・継続して成果をだしていくのかという点に注力している。海外の市場調査、情報の提供や戦略策定のための相談等を実施、展示会や商談会の開催によりビジネス機会を提供するとともに、その後のフォローアップにも力を入れ、一貫した支援を行っている。国内外の専門家をリテインし継続的に支援している。
- ・ビジネス獲得にもっとも効果的である海外見本市への出展支援では、欧州最大級のヴィネクスポに初出展したほか、アジア最大級の香港インターナショナルワイン&スピリッツにも日本酒と本格焼酎・泡盛として初となる共同出展を実施。ヴィネクスポでは、フ

ランス料理や西洋料理といかにマッチングさせるかをご紹介し、香港においては日本の酒器とあわせて日本酒の楽しみ方をご紹介し好評であった。

- ・清酒の輸出最大国である米国への新たな情報発信事業として、日本酒と和牛のPRを組み合わせた商談会を、ニューヨークにて400名規模で開催。
- ・日本酒にとっての新興市場の開拓のために、イスラエルにて日本大使館の協力を得て、日本酒の魅力を伝えるセミナーを開催。
- ・ビジネスの成果をより確実にするためには海外バイヤーの招聘が非常に効果的であり、今年度は全国6カ所で開催し、173名の製造者が参加。
- ・米国やマレーシアにおいては、日本酒造組合中央会との共催でミッションの派遣を実施。
- ・以上の取組でさまざまな成果を出しているが、ジェトロでは今後も事業の大きな柱の一つとして、日本産酒類の輸出促進に取り組んでまいりたい。

○独立行政法人国際観光振興機構 下村次長

- ・先日発表があった通り、4月から10月までの訪日外国人の数は866万人にのぼり、あと2カ月間でなんとしても目標である1000万人達成に向けて、引き続きご協力をお願いしたい。
- ・国際観光振興機構は、海外14カ所に事務所が置かれており、旅行博や日本を紹介するイベント等において、日本酒を一般のお客様にご紹介している。
- ・10月にラスベガスで開催されたMICE専門見本市であるimex Americaに出展し、ブースの一部にて日本酒の試飲を実施。参加者は、大学教授や企業におけるキーマン等のステータスの高い方が多く、このような場を通じて日本酒の紹介を実施している。
- ・また、観光庁よりご紹介のあった「ニッポンを飲もう！日本の酒キャンペーン」について、それぞれの国の言語に翻訳し、14カ所の海外事業所のホームページに掲載したところ、反響が大きかった。

○福岡政務官

- ・冒頭、国税庁より直近の輸出量の拡大について説明があったが、これからは情報発信だけでなく、より一層の輸出環境の整備が求められている。本連絡会議においても、成長戦略の目標達成に向けて、定期的に取り組の進捗状況をフォローし、成果につなげていきたいと考えているので、引き続きご協力をお願いしたい。
- ・日本酒は非常に完成度が高く、職人さんが丹念に造りあげている。輸出量が拡大している背景には、生産者の努力と関係府省等の様々な取組がある。
- ・一方、ワインはボルドーやブルゴーニュに代表されるように、伝統的な技法を大切にしながら、世界中の消費者の嗜好に合わせて造り方を着実に変えている現実がある。
- ・日本酒は、現段階では丹精をこめて造られたものを売り込むことに重点が置かれているが、本日出席いただいている関係府省等の皆様においては、様々なチャネルを通じて

現地の人々の嗜好や声を拾い上げていただき、生産者に伝え、日本産酒類の売上が伸びていくことが重要だと感じている。

(以 上)