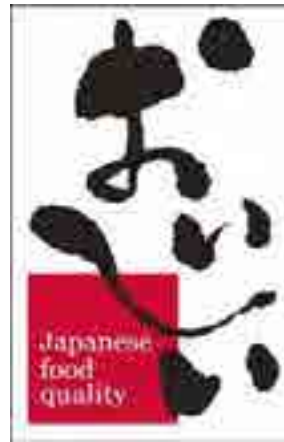


農林水産省における日本酒の輸出促進対策

- ① 輸出戦略に基づく日本酒の輸出拡大
- ② 日本酒の魅力発信
- ③ 酒造好適米の需要に応じた生産拡大



平成27年9月17日
農 林 水 産 省

■ 輸出拡大方針の策定

【農林水産物・食品の輸出目標 1兆円】

○ 「国別・品目別輸出戦略」(平成25年)

【コメ・コメ加工品(米、米菓、日本酒)の重点国・地域】

米国、香港、台湾、中国、韓国、EU、ブラジル、ロシア

【輸出額目標】

平成24年126億円 → 平成32年600億円

※平成26年は169億円(日本酒115億円)

↓ 実行体制の整備

○ 「輸出戦略実行委員会」(平成26年6月)

コメ・コメ加工品部会日本酒分科会

○ 「輸出拡大方針」の策定(本年1月)。

- ・ オールジャパンの体制整備、市場調査、効果的なPR、酒米の増産等

■ 輸出拡大方針に基づく具体的取組

○ オールジャパンの体制整備

全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会発足。(昨年11月)

↓ 世界各地で活動を展開

- ・ セミナー(ドイツ、中国、英国等)
- ・ 試飲・販売会(香港、台湾、イタリア等)
- ・ インフルエンサーの招へい(イタリア等)
- ・ 共通ロゴマークの作成等を実施

○ 海外見本市、商談会の開催

400社以上が出品(平成26年度)

- ・ 海外見本市 11件(香港、中国等)
- ・ 海外商談会 9件(米国、イタリア等)
- ・ 国内商談会 22件

○ 食文化と一体となったPR

- ・ 安倍総理等によるトップセールス
- ・ テレビ放映(CNN)
- ・ ミラノ万博等

■ 今後の主な取組

○ インバウンド推進と食文化発信を両輪にした輸出促進

- ・ 海外における日本食レストランの増加
5.5万店(平成25年)→8.9万店(平成27年)
- ・ 平成32年に訪日外国人2,000万人(見込み)
→ 日本酒を含めた地域の食と景観との魅力を官民一体で発信する「食と農の景勝地」(仮称)づくりを推進。

○ パッケージ輸出、他品目との連携

- ・ 酒器等とパッケージで輸出
- ・ 日本産牛肉や水産物等とセットにした輸出

○ フードペアリングと教育の充実

- ・ 各国の料理とのペアリング
- ・ 海外の有名シェフ、ソムリエ、バイヤー等に対して、質の高い日本酒の教育を提供(酒蔵見学、多種類の試飲、現地の料理との相性研究等)

重点国・地域に対して着実な成果

【主な重点国・地域の平成27年上半期の実績 単位:億円】

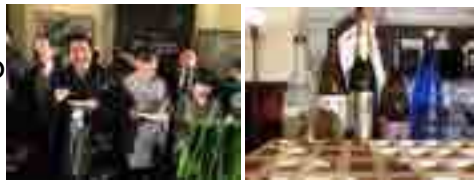
	米国	香港	韓国	中国	台湾	EU	イタリア	合計
平成27年上半期(対前年同期比)	25.1(25.4%)	10.3(19.1%)	6.8(8.3%)	5.9(93.9%)	4.3(46.5%)	7.6(97.4%)	0.7(143.6%)	68.1(24.6%)
平成26年1~12月	41.3	18.3	13.1	6.9	6.4	8.1	0.7	115.1

<トップセールス>

■ **2014年5月5日 パリでの日仏友好和食レセプション**
安倍総理のフランス訪問の際に、オランダ仏大統領出席の下で、和食レセプションを開催。

■ **2014年9月24日 ニューヨークでの和食スタイルレセプション**

国連総会時に合わせ、イベントを実施。日本酒をはじめ、米国有名シェフによる米、和牛、豆腐等の日本食材を使用した料理を提供。



<メディアの活用>

■ **CNNを活用した日本酒等CMの制作・放映**

・ CNNを活用し「日本酒」「和牛」「水産物」「日本茶」のCMを制作。
→ 日本酒CMでは、酒造りに高い製造技術が求められる点や水が重要な役割を果たす点を強調。

欧州・北米・アジア等において放映。

■ **NHKワールドTVを通じ番組を放映**

・ 「日本酒」「和牛」「日本茶」「水産物」「和食」をテーマに全4話の番組を制作。世界の約150の国・地域で放映。番組監修は菊乃井主人の村田吉弘氏。

・ 総務省事業の海外TV放送局の番組枠への農林水省コンテンツの供給や、NHKワールドでの番組に観光庁PR映像を放映。



<ミラノ万博日本館>

- ・ 「地球に食料を、生命にエネルギーを」をテーマにミラノ国際博覧会が開催。
- ・ 我が国は、日本館のイベントに参加する58の地方公共団体や協賛企業などとともに出展。
- ・ 日本館正面に設置している各都道府県の花をモチーフにした菘樽(こもだる)の前は、写真スポットとして人気。



<海外の料理学校の活用>

～Wine & Spirits Educational Trust (WSET)

ロンドン校との連携～

■ 2014年11月末～12月1週目：日本への招聘
対象：WSET各国の日本酒クラス講師候補8名

概要：財務省と連携し、蔵元や酒類総研で日本酒、日本文化について学ぶ

■ 2015年2月3日(予定)：ロンドンでのセミナー
対象：食関連事業者、メディア関係者

概要：財務省と連携し、日本酒と日本食のマッチング、現地の食とのマッチングについてセミナーを実施



- 近年、清酒の出荷量がほぼ横ばいで推移する中で、吟醸酒、純米酒等が堅調に推移していることに伴い、酒造好適米の需要が増加。
- また、山田錦、五百万石などの酒造好適米は、民間同士の播種前契約による取引が基本であるが、今後の需要増に応じた生産拡大に向けて、26年産米から清酒メーカーにおける清酒の生産増に対応した酒造好適米の増産分は、主食用米の生産数量目標の増減に左右されることなく、その枠外での生産が行えるように、取扱要領の見直し(※)を行ったところ。
- この結果、26年産酒造好適米については、運用改善に伴う増産(約4千ト)が行われたほか、生産量全体が増加(検査実績ベース89千ト、前年対比118%)したことから、概ね清酒メーカーの希望に見合った供給がなされているところ。

(※)「需要に応じた米生産の推進に関する要領」(農林水産省生産局長通知)

○ 清酒出荷量の推移



注:日本酒造組合中央会調べ。年度は暦年。
清酒は、一般酒のほか、原料米及び製造方法などの諸条件(原料、精米歩留)により、吟醸酒、純米酒等8種類に分類され、これらを総称して「特定名称酒」という。

○ 酒造好適米の生産状況

(単位:千ト)

	21年産	22年産	23年産	24年産	25年産	26年産
酒造好適米合計	71	65	65	68	76	89
うち山田錦	21	19	20	21	23	30
うち五百万石	20	19	19	19	21	22

注:農林水産省「農産物検査結果」による。

○ 原料米の使用状況

(単位:千ト)

	10年産	15年産	20年産	21年産	22年産	23年産	24年産	25年産
原料米	405	315	261	246	232	238	241	243
酒造好適米	99	75	77	71	65	66	68	76
主食用米	165	92	60	54	43	50	57	34
加工用米	86	89	74	72	77	71	79	95
その他	55	59	50	49	47	52	37	38

注1:原料米全体の使用量は国税庁公表値。

注2:各年産ごとの内訳は日本酒造組合中央会による推計値。