

20130523\_農業情報総合研究所／農業ビジネス研究会\_議事録

「S a k eから観光立国 ～ワインツーリズムをS a k eツーリズムに～」

日時：2013年5月23日（木）19:00～21:00

場所：東京・竹橋 ちよだプラットフォームスクウェア

テーマ：「S a k eから観光立国 ～ワインツーリズムをS a k eツーリズムに～」

発表者：平出淑恵氏（酒サムライコーディネーター）

参加者：参加者 18人（発表者を含まない）

（NPO 法人理事長、会社経営、会社員、研究員、公務員、行政書士、司法書士など）

目次

1. なぜ、「S a k eから観光立国」なのか？
2. 日本酒の輸出
3. IWC（インターナショナル・ワイン・チャレンジ）
4. 霞が関の方々との出会い
5. 酒蔵ツーリズム
6. まとめ

発表

1. なぜ、「S a k eから観光立国」なのか？

「S a k eから観光立国」という事業の名称は、何をしているか何をしたいのかがすぐにわかるようにという、名刺代わりのネーミングです。

日本航空に勤めていました。日の丸を背負っていると思って働いていました。海外に行くことが多かったのですが、予約の取れないレストランにたいへん興味がありました。その秘訣を探りました。

キャビンアテンダントによる空飛ぶソムリエの第一世代です。空飛ぶソムリエとして自分たちのアイデンティティを模索しました。日本に入っていないワインの最新情報を日本に伝えることをアイデンティティとしました。最新情報を得るためにワイン専門家とお話ししました、感動を得るとともに、彼らの世界観を学ぶことができました。また、ワインの経済効果を知ることができました。

さらに、日本酒の価値に気付くことができました。ワインと同じ醸造酒であり、米と水で作られ、そして、テロワールもあります。

ワインの価値の分かる人には日本酒の価値がわかると確信しました。2006年、日本航空に社外活動を申請し、酒サムライ（海外進出を目指す有志蔵元のグループ）のサポートをスタートしました。

## 2. 日本酒の輸出

日本酒の輸出は日本酒全生産量の2%であり、日本酒の輸出額は88億円に過ぎません。日本酒の輸出はまったく本格化していません。

日本人は日本酒が身近過ぎて、誇りを持っていないようです。日本酒には海外でのブランドがないだけでなく、海外への発信力もないようです。

日本酒の海外啓蒙が必要になります。そのための活動は3つあります。

- ①コンペディション（海外のコンクールに出品する）
- ②エデュケーション（日本酒の価値を消費者に伝える海外のプロの育成を行う）
- ③プロモーション（海外の消費者向けに日本酒の価値を絶え間なく伝える）

## 3. IWC（インターナショナル・ワイン・チャレンジ）

IWCは毎年、ロンドンで開催されるワインのコンペディションです。ワインの権威はロンドンにあります（ボルドーは昔、英国領でした）。世界中から専門家が集まっています。世界を目指す、ワイナリーはロンドンに挑戦してきます。

コンペディションの結果がどれだけ市場に影響するかにこだわっています。IWCのチャンピオン・シールは消費者の訴求力が高いです。

このIWCのサム・ハロップ氏からIWCに日本酒部門を作りたいので手伝ってくれないかとお声掛けをいただきました。日本酒部門のカテゴリーなどのアドバイスを行いました。また、日本からの審査員の派遣も行っています。酒サムライのサイトにてIWCの結果を日本語で発表しています。蔵元さんが独自に行っていたら、多額の経費がかかっていたはずでした。

## 4. 霞が関の方々との出会い

2010年、経済産業省のクール・ジャパン室と出会うことができました（日本酒の管轄は国税庁ですが、酒税の徴収が彼らの主な仕事です）。

日本酒の海外発信のや海外市場の調査を行う必要がありますが、中小の蔵元でこれらを行うことは難しいです。このサポートを政府でできないか。ワインの専門家に日本酒の専門家になってもらうべきではないか。もともとのワインの販路、人脈を活用して日本酒の輸出を拡げるべきではないかという提案を行いました。

この提案が経産省主催の「日本酒輸出検討会」となりました。また、「地域経済の活性化委に貢献する農商工連携を通じた取組についての調査事業報告」が行われました。

この検討会后より外務省と連携も始まりました。IWC受賞酒の在外公館への発送を行っています。

前政権の立ち上げた「國酒プロジェクト」（古川元国家戦略大臣の功績）を安倍政権も継続推進を決定しました。

日本酒はお米の芸術です。全国に酒蔵があり、酒蔵がそれぞれの地域を支えてきました。まさに、國酒といえます。

## 5. 酒蔵ツーリズム

また、観光庁に酒蔵ツーリズム推進協議会、誕生しました。「S a k eから観光立国」が前進しました。

協議会は突出した取り組みをしているところを取り上げていき、その中でビジネス化していくことを目指しています。

IWC受賞酒を地域活性に活かすことを進めています。佐賀県、鹿島市にて、IWCチャンピオンを受賞した「鍋島世界一」を活用した地域活性を行いました。とはいえ当初は、鹿島市ってどこ？、佐賀県に日本酒ってあるの？ 焼酎だけなんじゃないの？というイメージでした。地域で活かせるかどうかは、翌年のIWCまでです（翌年には新たなチャンピオンが生まれますので）。行政や住民がその気にならないと地域活性はできません。佐賀県の古川知事が地元のキーパーソンを探してくださいました。地元のキーパーソンとしてご紹介いただいたのは、鹿島市観光協会の会長（元県議）でした。

ワインの世界であれば、各産地の地図から入ります（どの地域のワインかが大切だからです、これがグローバルマーケットです）。そこで、その地域のワインの知名度が上がれば、その地域の食材の付加価値も上がります。これにより地元にとってのチャンスになります。

鹿島酒蔵ツーリズム協議会を結成し、毎月、会合を行っています。県からは「途中ではしごをはずしません。長期的に支援します」というお言葉をいただいています。鹿島市の酒蔵協会の会長は「何十年に1回の地域活性チャンスなのでこれを絶対に活かす」と熱意を持たれています。

酒蔵ツーリズムのイベントにて3万人を集めることができました。2年目には5万人を集めることができました。このことは観光庁の資料に成功例として掲載していただきました。

鍋島のIWC受賞を地元の人が当事者として考え、活かすことができました。

## 6. まとめ

まずはとにかく、日本酒自体のステイタス、価値を上げることが大切です。現在、海外への販路を拓けていく時期になったと考えています。

IWCに日本酒部門を作った意味はたくさんありますが、私にとっての大きな位置づけは  
「ワインの檜舞台に同じように日本酒の舞台を作ること」  
「ワインの専門家や流通業者と日本酒業界を繋ぐ場を作ること」  
でした。

そして、今年台湾にて日本酒学校の開校に至りました。  
乾杯酒学苑を7月開校予定で、私は校長です。  
これは弟の経営する飲食グループをプラットフォームにして  
オールジャパンで台湾に日本酒の理想的なマーケットを育成することを目指しています。  
将来的には台湾に育てた日本酒愛好家たちと酒蔵ツーリズム、  
そして現在の関税40%を0%にしていけるようなムーブメントを起こしたいです。

以上