

# 長谷川委員提出資料



第一回日本酒・焼酎の国家戦略推進協議会  
「ENJOY JAPANESE KOKUSHU(國酒を楽しもう)」プロジェクト  
はせがわ酒店「レジュメ」

## 1. 国内の日本酒及び本格焼酎の認知度の低さについて

### 1) 現状

残念ながら国内で流通している多くの日本酒は、伝統的で純粋な酒造りと対極的で、安価に消費者に提供するため、副原料や添加物の多い商品である。表向きは、香味バランスの調整や甘辛の調整という目的だが、実質「増量目的」のアルコール等の添加が安易に認められている。よって、酒税法上許されるぎりぎりのガイドラインにある酒類が多い。

そこで、国産ビールと第3のビールのように種類の区別や酒税の格差を付けて、伝統的で純粋な酒類の優位性を訴えていきたい。もちろん優位なのは、「伝統的で純粋な酒造り」の方であることは言うまでもない。

### 2) 対策1：酒造好適米の生産者の保護について

酒造好適米の地位確立が急務である。酒造好適米とその他の米も消費者には理解されておらず価格面において、例えば30kg 3万円の山田錦と30kg 1万円以下の米も同じ、純米酒・純米吟醸酒・純米大吟醸と表示できてしまう現行法では、価格差を一般消費者に理解して頂くのは困難である。

文化や安全、ストーリー性を語るために必要な酒造好適米を作る生産者に、補助金制度などの優位性を提供し、災害や病気に弱く、作付けが極めて難しく、収量が安定しづらい酒造好適米の生産者の保護が必要である。

### 3) 対策2：酒造好適米の等級表示の義務化について

また、フランスのAC法などを参考にして、酒造好適米の等級表示の義務化も検討する余地がある。国際競争力を高めるためにも、輸出の際に関税の異常な高さが、本当に優秀なお酒の啓蒙、販売の壁になっているので、純粋でいて真に優秀で安全な醸造を行っているメーカーは、日本国推奨の保証マークなどを付けて、相手国の関税減税などの処置を求めることが望まれる。

### 4) 焼酎について

“甲乙混和”などの表示はあるが、本格焼酎と連続蒸留の甲類のブレンド焼酎に、原材料を芋とか麦とかという表示を大々的にしていることは、消費者に誤認を与え、本格焼酎の優位性が保たれなくなる。

5) 自国の酒類に誇りを。

常日頃一番矛盾を感じているのが、レストランやバーに他の国の酒類は豊富にあるのに、日本酒がメニューにない現状である。世界中の酒類を揃える日本のバーは、他のどこの国のバーにも負けないと思うのだが、自国の酒類にはあまりにも無知であり、特に自国の優秀な酒類である日本酒、本格焼酎など一本も置いていない店が 100%に近いのではないだろうか。

日本酒や本格焼酎において、民間機関が行っている資格制度などが一部あるが、国家資格にするぐらいの気持ちをもって、国が中心となって日本酒や本格焼酎に造詣を深めることができる制度を確立する必要があるのではないか。

国酒として、文化としてあるならば、日本酒や本格焼酎が、こういった原料で出来るくらいのことを学校の授業で教えて欲しい。

以上、数え上げればきりが無いが、酒税法や特定名称酒表示の見直しや、健全な酒類に必要な原材料等の取り組みや評価の見直しが早急にされていくべきと考える。

## 2. パレスホテル東京、東京スカイツリー出店報告

はせがわ酒店は、日本酒をはじめとする国産酒の世界へ向けての情報発信基地として、『パレスホテル東京』内のホテルアーケード、および、『東京スカイツリータウン』内の商業施設「東京ソラマチ」の〈新・下町商店街〉ゾーンへ出店した。

### 1) パレスホテル東京店

初めての試みとなるホテルへの出店である。宿泊される世界の VIP を始め、近郊のビジネスパーソンにもご利用いただきたく、大事なビジネスのお遣い物に、大切な方へのプレゼントに、日本酒を選んでいただくのが目的である。併設の日本酒 BAR では、話題の名酒や季節のお酒を日替わりでお楽しみいただき、日本の代表的で世界に誇れる日本酒の文化を伝える場所にしていく。

「パレスホテル東京」は 5 月 9 日より内覧会がはじまり、17 日にオープンしたが、さすがに最高ランクのホテルだけあって、客層も素晴らしく高額商品も多店舗から比べると、圧倒的によく購入していただける。まだ外国人のお客様は少ないが、国内外の VIP や大手町・丸の内・有楽町の企業に日本酒をアピールし、お遣い物に日本酒を使用していただけるよう努力している。

### 2) 東京スカイツリータウン・ソラマチ店

初めての試みとなる観光施設への出店である。新しい首都・東京の復興のシンボルであるこの地を拠点に、日本のお酒をより身近に、より気軽に楽しんでもらうため、新たな日本のお酒の楽しみ方を紹介し、宣伝し、応援する店として、さまざまなご提案をしていく。

「東京スカイツリー」は、今後アジアを中心とした世界各国より観光に訪れる観光地になるので、世界に日本酒を発信する場所としては最高の場所となると考える。

5月17日から内覧会がはじまり、22日がグランドオープンだったが、内覧会の間は本当に見学目的のお客様で、購買意欲のあるお客ほとんどいらっしゃらなかった。本日グランドオープンし、開店時からお土産やはせがわ酒店のお酒を購入目的としたお客様に多数ご来店いただき、東京スカイツリーも世界に日本酒を発信するには最適の場所だと感じた。

### 3)さいごに

豊かな地域性、四季の変化に富んだ気候など、日本独自の風土によって培われてきた日本酒。四季を通じて日本酒を楽しむ古くからの風習は、まさに世界に誇れる日本の文化である。そんな日本のお酒の素晴らしさや、本当に美味しいお酒をより多くの人に味わっていただきたいの思いから、当店では日本酒にこだわり、全国各地の蔵を直接訪ね歩き、蔵元と共にお酒を育て、厳選した銘柄だけを提供してきた。

今後もしせがわ酒店全店で、日本酒を世界に向けて発信してまいります。

2012年5月28日