

第4回 ENJOY JAPANESE KOKUSHU（國酒を楽しもう）推進協議会 議事要旨

---

1 日時：平成24年9月4日（火）14:00～15:30

2 場所：内閣府本府庁舎3階特別会議室

3 出席者：

座長 久保田 紀久枝 お茶の水女子大学大学院教授

委員 小山 裕久 日本料理人・青柳主人

委員 佐浦 弘一 株式会社佐浦代表取締役社長

委員 辻野 晃一郎 アレックス株式会社代表取締役社長兼 CEO

委員 長谷川 浩一 株式会社はせがわ酒店代表取締役社長

委員 渡邊 眞一郎 京屋酒造有限会社代表取締役

古川 元久 国家戦略担当大臣

石田 勝之 内閣府副大臣

大串 博志 内閣府大臣政務官

4 議題：

- ・「國酒等の輸出促進プログラム」について
-

○久保田座長 どうも皆様こんにちは。それでは、定刻となりましたので、ただいまより「ENJOY JAPANESE KOKUSHU（國酒を楽しもう）推進協議会」の第4回会合を開会いたします。

本日、古川国家戦略担当大臣、石田内閣府副大臣、大串内閣府大臣政務官につきましては遅れるそうでございますが、この御三人に御出席いただいております。

また、日本酒造組合中央会岡本副会長にも御出席をいただいております。

なお、こちらの石井内閣審議官が國酒担当として8月1日付けで国家戦略室兼務となっておりますことを御紹介いたします。

それでは、まず座長の私から、お手元にお配りしております「國酒等の輸出促進プログラム（案）」について、簡単に御紹介させていただきます。

これまでいただいた各委員の御意見及び有識者の御意見を基に、國酒の輸出を促進するための考え方とその具体的な方策を「國酒等の輸出促進プログラム（案）」としてとりまとめました。この輸出促進プログラムは、まさにオールジャパンで、官民が連携して実施することで、國酒の魅力の認知度向上や海外への輸出促進に寄与されるものと思います。本日の協議会では、この輸出促進プログラムを決定させていただき、古川大臣に御提言し、各委員や岡本副会長から、それぞれ提言に関してコメントをいただきたいと思っております。

それでは、提言に関する説明を事務局からお願いいたします。

○事務局 それでは、お手元にお配りしております「國酒等の輸出促進プログラム（案）」をお開きください。

左側に目次がございます。このような構成で章立てをしております。

2ページ「第1. はじめに」。これまで日本の國酒である日本酒・焼酎（泡盛を含む）ということにつきましての魅力度の向上、輸出促進ということについて幅広く意見を聴取して意見交換をしております。それに加えまして、関係府省庁、関係業界などから得られた意見も含めまして、國酒を始めとする日本酒類、ビール、ワインも含むわけでございますが、これを「國酒等」と定義いたしまして、このための輸出の促進の考え方と具体的方策についてプログラムとしてまとめたものでございます。

「國酒等」と言うところとちょっと紛らわしいところもございますけれども、これは國酒だけではなくてほかにも共通する施策については「國酒等」ということで文章を整理してございます。

「第2. 基本的考え方」ということで、1番目は國酒の輸出拡大の必要性を書いてございます。2番目は、3ページ、日本の伝統と文化を踏まえた國酒の認知度向上ということでございます。3番目といたしまして、農業の振興あるいは観光の振興というものにつながる地域活性化への貢献という、3つの柱として基本的な考え方が記載されてございます。

「第3. 具体的施策」ということで7本の柱がございまして、

初めが「1. マーケティング戦略の構築」ということでございまして、4ページ、さま

ざまな免許制度や税制などの制度情報あるいは市場情報につきまして、ジェットロが業界あるいは国税庁と連携しながら収集・提供していくということ。

発信力が大きい都市の市場情報の収集あるいは発信、分析のための体制構築ということで、主要な都市に業界団体等の拠点あるいはリエゾンを設けたらいいのではないかという御提言がございます。

「2. 國酒等のブランドの確立」でございまして、政府等における國酒等の活用の促進ということでございます。外務省は既に在外公館とか飯倉別館などのレセプションにおいて乾杯で日本酒を活用するなどやっておりますけれども、更に今後ともサマーダボス会議、IMF 世銀総会等においても政府主催のレセプションにも使っていく、関係省庁、関係機関においても同趣旨でやっていただくべきであるということが記載されてございます。

5 ページ目には、このような政府の取組みの求心力を持たせるためのロゴの作成ということも、政府で行うべきだということを書いております。

3 番目は國酒についての国際的な認知度の向上ということでございます。ワインとかビールという商品に比べて日本酒はまだまだ認知度が低いということでございますので、例えば主要市場における効果的なプロモーションの実施ということで、既に日本酒造組合中央会あるいは農林水産省もやっているわけがございますけれども、こういうものを官民挙げてもっと一体的にやっていたらどうか。

文化政策あるいは6 ページの文化産業の振興、こういう政策の一環としても情報発信をしていくべきではないか、更に民間でさまざま行われております國酒の魅力の発信者の顕彰やコンクールへの出展等を促進していくべきではないか、ということでございます。

6 ページの最後でございまして、国際的にわかりやすい表示方法の検討ということでございまして、日本酒・焼酎のラベル表示というのが一般消費者にとってワインなどに比べてわかりにくいということがございます。こういう中で①～④がございまして、製品品質表示が視覚的にわかりやすいマークを導入することや、原産地呼称制度などを活用しながら、さらなる地域ブランドを育成していくことなど、日本産であることを示す統一マークの検討、民間ベースで既に味や香りの概要を表示する試みもございましてけれども、そういうようなものが更に重要になってくるのではないかとということで、このような表示方法について官民一体となって連携しながら作成していくべきではないかとでございます。

「3. 輸出環境の整備」ということで、原発事故以来の輸入規制や焼酎の容器、免許制度の制限とかございますので、こういうものについては政府がやっていくわけでございます。併せて業界とも連携しながら、こういうものについて障壁を打破していくということが必要ではないか。

関税の引下げ交渉については、経済連携協定の交渉などを通じて関税の引下げをすることや、9 ページ、國酒に関する HS コードの新設ということ働きかけていくことが必要ではないかとでございます。

更に、知的財産の保護ということで、事前に対応しておくべきこと、あるいは侵害された後に対応していくべきことについての認識を共有していく、政府としてもこれに対応していくということでございます。

「4. 海外市場における海外販路拡大」でございますが、販路拡大、主としてビジネスマッチングでございますが、やはり海外へのビジネス展開というのはリスクもコストも大きいわけで、事業者にとってみると、人材の育成とか体制の整備をきちんとしてやっていく必要があるのではないかとということで、その際、グローバル商品に転換していくという認識や、各国の食文化に適した飲み方の開発・普及でありますとか、11 ページ、既に経済産業省の事業として行っております「JAPAN ブランド育成支援事業」などを使って官民で商品開発していきますとか、こういうことで海外市場に適した商品などの開発をすることが必要だということでもあります。

11 ページからビジネスマッチングの促進ということで、海外の酒類関係の展示会にジェトロあるいは農林水産省が積極的に行くことや、逆に国内のバイヤーを招聘することや、13 ページ、そのようなことによって商談の機会を増やすとともに、今後、フランスのボルドーの VINEXPO とか、ミュンヘンのオクトーバー・フェストのような、今必ずしも日本に是非来たいというような國酒関係のイベントがあるわけではないので、そういうものを育成していくべきではないかということが書いてございます。

13 ページの下でございますけれども、電子商取引というのがこの分野において可能性があるのではないかとということかございます。

「5. 國酒についての正しい理解の促進」ということでございます。今後、國酒が成長していくわけでございますけれども、商品の特性あるいはその背後にある文化の伝統、そういうものについて、必ずしも国際的に十分伝わっていないような状況でございます。またそれを外国で表現するというのは大変難しいことでございます。

このために、14 ページの下でございますけれども、適切な教材を作成する、あるいは 15 ページの教育・研修を実施等々によって情報を提供していくとともに、16 ページになりますが、民間ベースで幾つかの資格制度などがございますけれども、こういうのも更に国際的に展開したらどうかということでございます。

「6. 國酒の輸出を支える産業基盤の強化」ということございまして、資金面につきましても、政府金融や官民の様々なファンドがございますので、こういうのも 1 つの対象になるのではないかと。原料供給の安定確保ということで、価格の競争力のある國酒をつくるということは非常に重要でございます。生産者と酒造業者が更に連携を強化するなど、今後対応していく必要があるということでございます。

17 ページになりますが、実際に海外に販路を開拓していくということになりますと、流通業者の役割が非常に重要なのでございますけれども、必ずしも流通業者さんの意見がまとまっているとも限りませんので、是非もっと積極的な御発言をしていただきたいということでございます。

「7. 酒蔵ツーリズム創造による地域活性化」ということで、今後、海外から國酒の言わば「聖地」として酒蔵を訪問する観光客が増えてくるのではないかとということで、政府が官民の協議会を設けて今後の課題について検討し、更に地域でモデル地区をつくって、それを広く普及していくという試みをする必要があるということをごさいます、18 ページ、既に佐賀県や埼玉県でもそのような取組があるので、こういうものを発展させていく。ただ、お酒だけではなくて、地域の観光資源と連携する必要があるということをごさいます。

そのための課題を 18 ページに書いてごさいます、19 ページ、海外から招くだけではなくて、実際に日本にいる外国人に対しても PR するような機会を増やすべきではないかと書いてごさいます。

最後に「第 4. 今後の推進体制」ということをごさいますけれども、この提言を実際実施して継続的かつ実効ある取組としていくためには、関係府省、関係機関、関係業界が役割分担しながら体制を整備していくということが必要をごさいます、政府としては関係府省による「國酒等の輸出促進連絡会議」というのを設置いたしまして、各省の取組を把握するとともに、必要に応じて官民のさまざまな調整を行っていくべきではないかという提言をごさいます。

○久保田座長 どうもありがとうございます。

まず、ただいま、大串内閣府大臣政務官に御出席いただきました。

それでは、本件につきまして御異議がなければ、推進協議会決定とさせていただきますと思えますけれども、よろしいでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

○久保田座長 ありがとうございます。

特に御異議はないようですので、本件は協議会決定とさせていただきます。

それでは、当推進協議会として、古川大臣に御提言させていただきます。

○久保田座長 それでは、ただいまより、「ENJOY JAPANESE KOKUSHU (國酒を楽しもう) 推進協議会」としての提言「國酒等の輸出促進プログラム」を古川国家戦略担当大臣に提出したいと思います。

(「國酒等の輸出促進プログラム」手交)

○古川国家戦略担当大臣 どうもありがとうございます。

○久保田座長 それでは、古川大臣よりごあいさつを賜りたいと思います。

○古川国家戦略担当大臣 まずは久保田座長始め委員の皆様方におかれましては、大変に御多用の中、この「ENJOY JAPANESE KOKUSHU (國酒を楽しもう) 推進協議会」、4 度にわたって御参加いただきまして、大変熱心に御議論いただきましたことを心から感謝申し上げます。

第 1 回の会合で申し上げましたけれども、このプロジェクトは個々の業者、関係府省、そして関係機関等の取組の補完といたしまして、オールジャパンで官民が連携して國酒で

あります日本酒・焼酎の魅力の認知度の向上と輸出促進に取り組む必要があるという思いの下で、私が国家戦略の一環として立ち上げさせていただきました。

また、今、この國酒にかかわらず、さきにまとめました日本再生戦略の中でも、グローバルマーケティングという視点に立って成長戦略を推進していくことが極めて重要であると考えているわけでありますけれども、まさにこの國酒もそうしたグローバルマーケティングという視点に立って輸出の促進をしていくということが今後成長を実現する大きなカギになります。私はこの國酒プロジェクトは、グローバルマーケティングによる成長の実現の象徴的なプロジェクトの一つであると考えております。

そうした視点から、これまで委員の皆様や有識者の皆様から、さまざまな角度から御意見や問題提起をいただきました。このような皆様からいただいた問題提起を踏まえて、今回、「國酒等の輸出促進プログラム」を御提言いただいたわけであります。このプログラムには、政府として行うべきこと、民間として行うべきこと、更には政府と民間が連携して行うべきこと、これが具体的施策として織り込まれておりますので、これをまさにオールジャパンで官民が連携して取り組んでいくことによって國酒の輸出の促進ということが実現できるのではないかと考えております。

大事なことは、今後、いただいた提言を実行に移していくということでございます。今後、「國酒等の輸出促進連絡会議」を立ち上げて、関係府省や関係機関を中心にいたしまして、業界団体並びに酒類業界の皆様とも連携しながらしっかりと進めてまいりたいと思っております。関係者の皆様方には、本当にこの間、お忙しい中お集まりをいただいて、そしてこのような形で御提言をまとめていただきましたことを、改めて重ねて感謝申し上げます。

今回をもちまして、この協議会は一旦終了となりますけれども、今後も実行に向けてプロジェクトは続いてまいりますので、引き続き皆様方のまた御指導・御支援を賜ればと思いますので、どうぞよろしくお願い申し上げます。

本当にどうもありがとうございます。

○久保田座長 古川大臣、どうもありがとうございました。

それでは、議題を進めたいと思います。

まずは各委員の方から「國酒等の輸出促進プログラム」につきまして、5～10分程度でコメントをいただきたいと思っております。

まず、小山委員、よろしくお願いいいたします。

○小山委員 事務局を含め、皆様、お疲れ様でした。

最初、参加させていただいて、本当に何かできていくのだろうという思いであったのですが、報告書を見せていただいて、詳細にわたって私たちの意見を細かく入れていただいて、さすがという言葉は適当かどうか分かりませんが、すばらしい報告書ができたと思っております。

重ねて少しか私の方からお話をさせていただきたいと思っております。

タイトルにあるとおり、ENJOY JAPANESE KOKUSHU ということでございますので、私は第1回目でも申しましたけれども、日本人が幸せで好きでおいしいものを海外の人はあこがれてまねをしてみたいとか飲んでみたいと思うので、ENJOY ということであれば、勿論、海外輸出ということは大変重要なポイントではありますが、その1つの施策、目玉ということに関しても、日本人はワインを全く飲まなくなって日本酒ばかり飲んでいるよとか、國酒ばかり飲んでいるという状況がもしこの国で実現されたら、実はそれが一番の魅力になるかもしれないということで、現状の日本人も楽しんでいくようなこともお考えいただけたらと思っております。

海外に向けてということでありますと、とにかく私も海外20年ぐらいのいろいろな経験でいうと、こちらが見てほしいもの、見せたいものはあちらの見たいものや欲しいものであるということが必ずしも一致していない。それは我が国民の特性なのでしょうけれども、私も本当に微に入り細に入り日本料理を伝えるにはどうしたらいいかというのをよく考えたのですが、それは決して彼らのフランス人の欲しいものであったり、アメリカ人の求めているものではなかったりすることが多かったのです。

それは実践経験によってあちらのニーズといったことを確認しながらやっていくということが実はこの提言の底流に流れている。下世話な言葉で言うと、売りたいものと売れるものと欲しいものとの誤差をどうやって埋めていくかというのが実践の中での大切なことだと思うので、戦術詳細に関してはこの提言がありますのであまり詳しく言ってもしょうがないですけれども、1つだけお話をするとしたら、日本という国は非常にダブルスタンダードというか、本当に地道に海外できちっとやって、日本の魅力をPRしたいということと、日本向けのアピールのために海外に行ったりということとは、実は違っており、そういう意味では基準が2つあって、その基準が最初に私がお話したことと重なってくるように思います。そういうことをうまく埋めながら海外にやっていくと、日本という国が文化技術によって国際的な地位をつくり上げていく、今までにも十分あるのでしょうかけれども、それをよく広く広げていくための重要なポイントになるのではというような、一応私の経験からお話をさせていただきました。

もう一つは、既に実はすばらしいことができて、お国がこんなに國酒というようなことを言うてくださったり、日本料理のことを取り上げていただけるのは本当にありがたいと思いますが、今までにもこういうことを考えてやってきた団体や個人とかいろんな団体企業があったりするので、その人たちを決して努力とか成果を無にすることなく、その上に更にとということをお考えいただいたらより大きな力になるのではと思いました。

最後に少し私事になるというか、私も海外で料理をやってきて20年ほど経つのですけれども、今年も「日本料理文化フェア2012」ということで、フランスのパリで11月13日から3日間、その後、引き続いていろんなイベントが続くのですけれども、去年は発酵ということで味噌を取り上げてフランス人のシェフに料理をつくってもらったり、私も味噌の効用を教えたりしたのですけれども、今年は醸造ということで日本酒をテーマにして、

せっかくこういう御縁をいただいたので、過去にも日本酒の講習会とかやったのですけれども、今回は醸造ということによって日本酒を使ってフランス料理をおいしくしたりとか、そんなことを今やりたいと思ってあちらのシェフにもお願いして、今回はお酒がテーマで今年の秋にパリで1週間ほどやらせていただこうかなと思っております。

私以外にもいろんなことを考えている方もいますので、そういうことをうまく、せっかくこういう場というか、ものができたので拾い上げていただく、めったにこんなところでしゃべらせていただける機会がないので、日本を取り巻くアジアの各国の環境とかいろんなことを考えると、日本国民が1つになって力を合わせることによってより大きな力が生まれて、世界から尊敬されるような文化国家として立国していく1つの大きな起爆剤になっていただけたらと心から念じておりまして、大変すばらしい協議会に参加させていただいて、心から感謝と敬意を表しています。

以上です。

○久保田座長 どうもありがとうございました。

それでは、続きまして佐浦委員、よろしく願いいたします。

○佐浦委員 ただいま小山委員がおっしゃられたように、この輸出促進プログラムは内容的にはさまざまな方面からの事柄を盛り込んで、非常に網羅的にできたすばらしいプログラムであると思っています。先ほど大臣のごあいさつにもありましたように、ここからいかに実践に移していくかということが大切だと思いますので、その中にありました政府としてということ、民間あるいは個々の業者として、また政府と民間の協同としてというような3つについて、しっかりと仕組みを構築していって取り組んでいくということが早急に必要だと思っています。

私個人としての問題意識、今まで取り組んできたこと等を勘案して、このプログラムの中で、私自身の中でポイントだと思っている点、個人的に重要視している点が幾つかあるのです。

1つは、重要な市場における情報収集、発信等の拠点整備ということが非常に至急といえますか、喫緊の課題であると思っています。勿論、個々の企業では無理ですので、今まで本来は業界団体が行うということだと思うのですが、なかなかそこまでは手が回らないというのが実情でして、こちらの提言の中にも業界団体等を中心として期待されるという表現でありますけれども、こういった点については何らかの補助的なプログラムを活用して取り組んでいくということが必要だろうと思っています。

また、日本文化としての國酒の発信ということについては、個々の努力を超えているところですので、全体として取り組んでいくためには、既にいろいろおやりになっていただいておりますけれども、このプログラムの作成を機に、一層推進していただければと思っています。

3点目としては、やはりこれは初回から申し上げておりましたけれども、國酒の普及のための教材やプログラム、人材についての質の確保ということ。これは現在進行形で



行っておりますので、いかに早く間違いのない正しい知識が伝わって、國酒がどういうものであるかということをしつかり御理解いただく基礎づくりのための取組が非常に大切だと思います。これに関しましても、私はやはり業界として取り組んでいくべきものであると思っていますけれども、その過程の具体的なプログラムといたしましては、人材の育成のための招へい事業等も含まれるかと思いますが、そういった場合には、既にあるかわかりませんが、それを可能とするような補助的なプログラムを活用して取り組んでいかないと、これはなかなか費用もかかることだと思っていますので、そのような推進体制というものを非常に期待しているところであります。

私は日本酒が海外に普及していくためには現地化ということは避けられないと思うのです。日本からの輸出ばかりでなく、海外でも例えば現地生産の増加というものは避けられないことだと思っていますし、市場自体大きくするためにはある程度は必要だと思っていますが、いろんな価格差等も出てくることは当然だと思っていますし、そのためにより優れた品質のものを酒造業者がつくらなければいけないと思うのですが、それを一目見てわかりやすいような、このプログラムにありました表示のシステムといったものについては、業界と所轄の官庁である国税庁、財務省が協力して、一刻も早く、現在進行形ですので、可能性を追求してつくっていくことが必要ではないかと思っています。

最後の点は酒蔵ツーリズムの振興ということでありまして、これもいろいろな関係省庁等でも関心が高まってきているように聞いておりますし、このプログラムの作成を機に、例えば政府と業界も含んだ民間との協同による何らかの協議会的なものをすばやく立ち上げて、そこでいろいろ課題を見つけながらプログラムを政府の方でお願いしたいこと、あるいはそれぞれの地域で個人がしっかりと取り組んでいくものを明確にしていって、すぐにも取り組むことだと思っています。

以上挙げた5つの点につきまして、やはりこの中でも個人的には重要性を感じているところでありますが、私は酒造業者の代表の一人としてこちらに参加させていただいていると思っておりますけれども、我々としても、頼るのではなく自助努力といいますか、明確な意識を持って行動を起こしていくという意識づけと実践が非常に大切になっておりますし問われているところだと思っていますので、今後ともその一人として頑張っていきたいと思っております。

海外における日本酒の振興については、自分たちの造ったものを一人でも多くの人たちに楽しんでいただきたいという製造業者としての欲求もありますが、それとともに、我々としては日本酒は長い風土と歴史に育まれたものであり、伝統産業の一端を担っているという気持ちがありますので、それを日本文化の紹介の一つという気持ちも持って、我々が外に出て行くときには我々を通して日本、日本文化が見られているのだということも意識しながら取り組んでまいりたいと思っているところであります。

以上でございます。

○久保田座長 ありがとうございます。

それでは、続きまして、辻野委員、よろしく申し上げます。

○辻野委員 本当に古川大臣、久保田座長、事務局の皆さん始め大変お疲れ様でございました。

私はお酒とは本当に無縁な立場で、無縁というか飲む方は好きですけれども、仕事上は直接の絡みがない立場で御参加させていただいたわけですが、大変いろいろ勉強させていただきましたし、今回のこちらの提言を拝読しまして、このプロジェクトの意義、やるべきこと、やった方がいいことに関してはほとんど網羅的にここに盛り込まれていると思います。非常に完成度の高い提言書になっていると思います。

ただ、何事もプランに関して最終的には実行が伴って初めて意味がありますので、一番大事なのは、ここに書かれていること、盛り込まれていることがいつまでにどういう形で実行されるかということですね。

私の立場で言えば、まさにここにあります電子商取引を活用した新しい販売方法の開発という項目がありますけれども、私自身はこの中身に関する自分のコミットメントとしては、この部分に関する実行を微力ではありますがありますが、推進していく立場でやっていきたいと思えます。

今回、國酒ということですが、本当に長期的な話でいうと、予測ですが、2050年には日本の世界における GDP 比率というのは3%になるとかということも言われていますし、一頃に比べると20世紀の高度成長期を経て経済大国になった日本というのは完全に過去の話になっているわけで、これから改めて何で立国していくかというビジョンづくりが大切です。ビジョンがないと戦略も作れませんし、戦略がないとどこに投資していかもわからないわけですから、まずビジョンと成長戦略をつくるという意味ではこの國酒プロジェクトはそういう中で1つのロールモデルになればいいと思えますし、これに関連してクールジャパンみたいな生活文化産業を改めて輸出産業としてきちっと外貨を稼げるレベルの産業に育てていくという、大局的な国家としての官民一体の取組というのは非常に重要なことだと思うのです。

勿論、テクノロジーですとか工業製品ですとかというのは非常に重要ですし、日本というのはそういうものによって立国してきたわけですが、これだけ競争が激しくなっていてアジア諸国も追いついてくる中で、それ以外の活路というのは生活文化産業みたいなところに求めていかなければいけないのは選択の余地がないことだろうと思えます。

ただ、今世の中で何が起きているかということに関して私の見解は、ITリテラシーの高い人たちがすべての産業を組み替えているといえますか、すべての産業の中心にいると思っていますので、例えば私がいた Google などは、今のところ検索エンジン中心にオンライン広告で、年間日本円で3兆円ぐらいのキャッシュを稼ぎ出していますけれども、そういう稼ぎ出したお金をこれからは例えばエネルギー産業に使ったり、あるいは無人走行車を走らせているわけですから自動車産業に投入したり、ITリテラシーの高い人たちがこれからの成長産業の中心にいるという意味でいえますと、IT、国家的な言葉でいうと ICT をい

かにこういうお酒の世界でも活用するかというのは1つの視点として非常に重要なのではないかと考えます。単に電子商取引的なアプローチのみならず、生産管理ですとかいろんなところに、勿論、伝統的に杜氏さんの職人技でという世界ではあるとは思いますが、そこにITの力をうまく取り込んでいくようなアプローチも必要になってくるのかなと思います。

グローバルにビジネスをしていこうとすると、やはり障害になるのは言葉になるわけですが、英語ですね。英語というのは別にアメリカとかイギリスのネイティブラングージとしての英語という意味ではなくて、国際語としての英語というのが非常に重要になってくるので、先ほどのICT、ITテクノロジーと国際語としての英語みたいな素養をきちっとお酒の世界といいますか、日本の生活文化産業を世界に出していく中できちっと育てていかなければいけないところなのかなと思います。

余談になるのですが、日本がどれぐらい世界に受け入れられていくのかということなのですが、自ら格好いいだろうとクールジャパンと売り込んでも、向こうは必ずしもそういうふうには受け取らないわけで、受け取る側がいいと思えば受け入れていくわけですから、そういう意味でのマーケティングですとかブランディングは大事ですね。

この間私、遅い夏休みでニューメキシコのサンタフェというところに行ったのですが、予想外にサンタフェみたいな田舎の町に和風のスパがあるのです。温泉があって、本当に和風のかなり大きな規模のスパがありまして、てっきり日本人が経営しているのだらうと思ったら、地元の人がやっているのです。日本のことを非常に気に入って、和風のスパリゾートをつくって、そこにもものすごい数のアメリカ人、地元の人とか観光客が来ているのです。喜んで似非的な和風温泉に入って、浴衣を着て、足湯につかって、日本風のマッサージとか受けているわけです。

ですから、1つの簡単な事例だと思うのですが、そうやって受け入れられるものはそういう形で受け入れられていく。ただ、それがアメリカ人の手でこれが日本だという感じでやるのではなくて、先ほどの文化ですとか本来の日本が育んできたものを含めてきちっと日本人がさぼらないで伝えていくというスタンスが大事なのかなと思います。

あるいは、アルバカーキという町で試しに和食のレストランを探して行って見たのですが、そうしたら、典型的な「将軍」という名前のレストランがありまして、入ってみると似非ジャパニーズレストランで、なぜかジャパニーズレストラン、日本食のレストランというのは食器がメラミン食器みたいなものが多いですね。ああいうものを使っているところがアメリカの和食レストランは多いですし、お皿を洗ったりするときに丁寧にやる人が少なくて割れる確率が多いのかわかりませんが、日本のレストランみたいにきちっと陶器のきれいな器というのはなかなかお目にかかれないです。

寿司みたいなものを出しているのですが、恐らく日本人ではない人たちがつくっているのだと思うのですが、そういうところに地元のアメリカの人たちがたくさん食べに来ているのですが、それが日本食だと思っているわけです。典型的なデコレーション、兜

と日本人形とかいろいろ飾ってあって、その中でこれが日本だと思って受け入れているわけで、でもそれは我々が伝えようとしている本当の日本ではないわけなので、そこでも問題意識を持ったわけです。

ですから、どんなにいいものがあったとしても、持っていて、伝え方というのは非常に重要になってくるので、自らの手でさぼらないで人に委ねないで、やはり日本人自らの手で正しい日本、何をもって正しいかという議論はいろいろあると思いますけれども、その辺の努力が今までお酒に限らず、生活文化産業に関しては伝統工芸品ですとかファッションですとか、全般的に食も含めて不足している部分もあったのかもしれないので、そういうことは改めて汗をかいて取り組んでいくということなのかなと。そこにおいて英語を駆使して IT のテクノロジーを上手に借りるということなのかなと思います。

そのためにもう一つ重要なのは、こうやってお膳立てをいろいろ国も中心になってやっているわけですから、最後には、アントレプレナーシップといいますか、起業家魂で酒造業界に革命を起こして輸出産業として成功させるような若い起業家の人たちを育てたり、出していくというのを業界を挙げてやっていくような取組が非常に重要なのではないかと思います。

散漫なお話になりまして恐縮でございますけれども、今回、こういう委員会に参加させていただきましたことを契機に、私自身もメイドインジャパンをはじめ、日本をもっと世界に発信していくということを事業としてやり始めて1年ちょっとですので、改めて力を入れてやっていきたいと決意を新たにさせていただきました。

どうもありがとうございました。

○久保田座長 どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、長谷川委員、よろしく願いいたします。

○長谷川委員 4回にわたりまして、私もいろいろ勉強させていただきました。ありがとうございました。

最初は話があちこちに行っていて、このようにきちんとまとめていただくようなことができるとは思いませんでしたので、本当に感謝しております。ありがとうございました。これがもし全部実行できるならばすばらしく、我々の酒類業界は明るいのですけれども、このようなことが全部すぐに来年、再来年でできるというほど甘くはないと思いますので、一つひとつ着実に進めていただければ我々業界としてもありがたいことで感謝しております。

ちょうどオリンピックのときにイベントに参加してまいりまして、ロンドン・アイ、テムズ川のほとりでお酒注ぎをしてきたのです。オリンピックと関係なくあそこは世界中の方が集まる場所で、そこで SAKE Bar ということで、有料でお酒を飲んでいただいたのですけれども、世界各国の皆さんが「日本酒」と言うとわからないのですけれども、「サケ」「サキ」と言うとすぐわかりやすく、黒人の方、白人の方、我々黄色人種みたいな方がいろいろ飲んでいただいて、「サケ」というのは非常に反応もよくて、喜ばしいなど。

中には2～3割の方は、ウォッカと同じ感じでぐっと飲まれて、アルコール度数が低いなどと怒って帰られる方もいたのですけれども、非常に「サケ」という言葉が認知されているのだなというのを改めまして感じて帰ってまいりました。これはまだまだ認知をもっとしていけばいいなと思いましたが、私は酒を注ぎながら、私は港区の方にもお店があるので、大使館の関係の方が「お前のところで時々買っている」という方や、日本にいるときに「お前の店で買った」などという方もいて、そういう方が割と現地の方を連れてきたり、お友達を連れてきて講釈をしているわけです。

やはり在日の方に日本酒・焼酎、日本のお酒、料理を覚えていただくことは、手っ取り早いのかなと痛切に感じまして、これも大事だなと。飛んでいくにはやはりお金もかかりますし、我々末端の業者では本当に限界がありますので、これが一番安上がりで近い道なのかなと感じて帰ってまいりました。

あと、辻野委員からもあったのですけれども、日本酒業界、私が首を突っ込んだ三十何年前というのは4,000近く酒蔵はございました。今は実質多分1,500あるかないか。本当に稼働しているのは1,000を切っていると思います。そのうちの200～300は来年なくなってもおかしくないような蔵が多々見受けられています。多分こう話しているうちにも、今年も米がそろそろ刈り取りなのですけれども、今年は休もうという蔵もあります。やはり文化というのでしたら、言葉は悪いのですけれども、日本のビールみたいに、4社、5社でおいしい、まずいを言ってもしょうがないので、酒蔵を存続させるのは酒屋の責任でもあるのかなとも思っています。ですから國酒のプロジェクトに、私どもみたいな下町の酒屋をお呼びいただきまして、長谷川でもあんなところに行けるのだということをお我々の後輩なども思ってくれましたし、小売屋の存在価値も少しはあるのかなということで、何度も言いますが、呼んでいただいたことを感謝しておりますし、議題に取り上げていただけてありがたく、感謝しております。

酒屋というのは焼酎と日本酒だけではなくてビールもありますしワインも売っております。日本のワインというのは最近非常にレベルがアップしてきてまして、日本固有のぶどうであったり、ヨーロッパの品種などもよく育てて良いワインになってきています。世界のやや中程度のワインならばできつつあるのかなと、私もワインが大好きなので思います。私たちが入れてくれという声が時々聞こえますので、日本のワインなどというのはいずれ余裕ができましたらお考えいただければありがたいなと思います。

酒というのは、今、辻野委員がちょうど我々小売業に興味をもっていただいて勉強会に行ってきたという話をちらっとお聞きしたのですけれども、これは免許緩和されていていいと思います。ただ、やたらに売ればいいみたいなお店が増えているのも事実でございます。やはり致酔飲料でございますから、今更なのですけれども、きちんとした教育を受けたお店で提供できるように、これは小売店だけではなく、小山さんのようなお料理屋さんなどにも、小山さんは全然問題ないのですけれども、本当に売らんがための飲食店、バーなども多いので、そういうところの教育も國酒プロジェクトということであれば何か提言をい

ただければ、ますます日本酒、國酒としての地位もイメージも上がっていくのではないかと思います。以上で今回の國酒プロジェクトに参加させていただきました意見とさせていただきます。

本当にいろいろありがとうございました。勉強になりました。

○久保田座長 どうもありがとうございます。

それでは、渡邊委員、よろしくお願ひいたします。

○渡邊委員 本当にあっという間の4回までの会議でございまして、焼酎業界の者として、國酒というジャンルの中に焼酎をとらえていただいて、何よりも國酒プロジェクトの我々業界に対する応援メッセージであったなと深く感謝をしているところでございます。

いろいろ3回、今までの会議の中で通して申してきましたけれども、皆さんも協議しながらお感じになったと思うのですけれども、海外における日本酒と焼酎の認知度というのは雲泥の差がございまして、特にヨーロッパ、アメリカなどにおきましては、焼酎の認知度はあるとレポートに書いていただいておりますけれども、ほとんど認知されていないに等しい。ようやく入口に立った程度のものでしかございません。

そこでいろいろな戦略を今後業界で中央会も中心になって組んでいくわけですが、そういうタイムラグ的な部分もあって、関係各省庁から焼酎も日本酒も1つの切り口で1つの方策で輸出ドライブをかけていく、認知度を高めていくというのは、中にも幾つか書いてございますけれども、なかなか実際的には難しいことなのだろうなど。やはりマーケティングでいくとまだまだ違う手法でマーケットに導入していかなければいけないのではないかという感じがしております。

ただ、日本の日本酒・焼酎というのは、世界でもまれに見る麴を使って並行複発酵という特殊な技術でもって糖化し、それを同時にアルコール化していくという特殊な技法を用いた醸造法を焼酎も日本酒もやっているわけがございまして、その技術をほかのウイスキーにしてもブランデーにしても、ウイスキーは特に麦を麦芽で一旦糖化してバッチスタイルで今度はアルコールを発酵していく、これがほとんどどの国のお酒でも行われていることとございまして、そういう特殊な日本独特の最先端の技術でつくられた酒だということをつくる側も売る側も、もう一度認識し直さなければいけないのではないかということはこの会議を通じてよく思っていたところでございます。

ただ、我々業界関係者のなかでは國酒プロジェクトの認知が高まっているわけですが、地方に行きますと地方の行政の長、県知事さんとか産業関係の部長さんとか市町村に國酒プロジェクトというのが立ち上がって、焼酎も國酒になりましたと言っても、なぜか知らない、あまりピンとこないです。

私などはよく言うのですけれども、宮崎県での産業生産物の出荷額のナンバー1は先端技術のいろんな組立加工品ではなくて焼酎なのです。これがトップに来ているわけです。その県ですら焼酎に対する認識、地場産業で、しかも外貨を稼げる地場産業なのだぞと、その育成には県を挙げていろんな業界が一緒になってやるべきではないかと盛んに言って

きているのですけれども、概念的には分かっていただいても、行政をして具体的に何をやればいいのかご理解いただけてない感じを持っています。これが各省庁の担当に下されるということも聞いていますので、是非地方の産業振興関係にも行政の方から強く下していただきますと少しは意識が変わるのかなという感じがいたしております。

当然ですけれども、焼酎業界というのは農産物加工業であるわけでごさいます、古川大臣がこの御発想をされたというのも、日本の農業を再生しようというか、このままではいかんぞと、なくなるぞという危機感からだともお聞きしています。このレポートの中で、今後、関係省庁の中で協議が進められていく、新しい連絡会議が立ち上がるということでございまして、焼酎業、清酒業と原材料の農産物の関係をもう少し深く御協議いただく場、機会を増やしていただけると大変ありがたいなと。

そうしますと、ブランド育成におきましてもメイドインジャパンの商品という、日本産酒類というのもございまして、やはり一番参考になるのはフランスのAOCです。あれはワインに対する表示方法ではなくて、農産物のいわゆる生産証明みたいなものが基本になっていまして、最初にはチーズ辺りにそれが用いられたというような歴史があるようでありまして、あれをそのまま日本の現状に当てはめるとんでもない話にもなりますので、ああいうものを基に、農産物と焼酎・日本酒という関係をもう少し深く明確にさせていただくと大変ありがたいなということと、それに若干絡むのですけれども、近い将来必ず起こってくると思われるのが、先ほどちょっと出ました海外における日本酒・焼酎の生産の質の向上ではないかと思えます。

今、海外でつくられている日本酒・焼酎を飲みますと、日本人が口にしたらこれはまだいかなものかという感じがするわけですが、海外で海外の人に売って飲んでいくと、これが焼酎だ、これが日本酒だという概念でなかなかいけるわという方もたくさんいらっしゃるわけです。そういう海外で日本酒・焼酎の高品質のものが間もなくつくられるのだという前提で、そういうものと競争する日本産の焼酎・日本酒、競争という切り口からもう少し協議を深めていただきたいなという感じがしております。

中でも日本の農産物の価格というのは、お米にしますと5倍とか7倍とか言われていまして、それをもって海外で競争しなければいけないというすごいハンディキャップも負っているわけでごさいます、勿論、高品質のもので価格差を補っていくという企業努力も絶対必要なわけでごさいますけれども、そういう海外での技術が向上していきますと、必ず激烈な競争になって、例えばフランスで日本酒がつけられると、恐らくAOCみたいな感じのきちっと生産地という作物を使ってこうやっているぞという表示が必ず出てくると思えます。フランスではラムもAOC区分しているぐらいでございまして。そこら辺りをもう少し国際競争力という切り口で戦略を深めていただければと感じているところでもございまして。

いずれにしましても、大変多くの皆さんに焼酎も國酒なのだということを感じていただけたというか、これからは業界として、我々は國酒をつくって行ってそれを海外の方に

飲んでいただく。特に海外のアップークラスの人にも日本の在外大使館などにもパーティに使っていただけるという立場になってきたのだぞという自覚を持って、業界一丸となってもう少しそういう辺りを深めていかななくてはいけないなど。これは国が頑張れというメッセージを出していただいたものだとして私自身は思っています、それを実現していくのは我々業界人でありまして、国がやってくれるだろう、だれかがやってくれるだろうというのではなく、業界が真っ先に手を挙げて進んでいかないと実現するものではありません。

ですから、私は宮崎県の会長もしている関係もあり、業界の方に、極端に言えば国は國酒だと言ってくれただけだぞと、あとは焼酎が國酒ということの世界の皆さんに認知していただけるかどうかというのは我々にかかっているのだと、頑張りましょうという話をしております。その礎となる國酒のプロジェクトで勉強させていただきまして、こういう結論をいただいたということは大変ありがたいと思っていますので、今後ともよろしくお願ひしたいと思います。

ありがとうございました。

○久保田座長 どうもありがとうございました。

それでは、最後に座長の私の方からコメントをさせていただきます。

まず、最初に、本日、無事このような提言をとりまとめることができましたのは、委員の皆様方の多大なる御協力のお蔭です。座長としてありがたい感謝を申し上げます。ありがとうございました。

座長としては、私は本当に皆様方の業界と全く立場の違う者で、全くの素人でしたが、皆様方には、このようにいろいろな課題、いろんなことを思って國酒に取り組んでいらっしゃるということを改めてこの会議に出席させていただいて知りまして、非常に勉強になりましたし、皆様方のバイタリティ、日本の底力というものを改めて感じた次第でございます。本当にありがとうございます。

ここからは、座長ではなくて個人的なものとして、今回の「國酒等の輸出促進プログラム」に対して少しコメントをさせていただきたいと思います。

日本酒や焼酎は、日本の非常に長い間に培われてきました伝統的な高い醸造技術と基礎的な科学技術によって選抜されてきた麹菌あるいは酵母の力、双方が相まって初めてでき上がった日本の國酒として世界に誇れるものであるということを改めて認識いたしました。

例えば機械で言いますと、すごい性能を持っていますが、マニアックすぎると、マニュアルなどは非常に難しく、初めての人あるいは一般の人はそれを使いこなしたり、飛び込むことがなかなかできない状況がよくあります。

変なたとえなのですが、國酒にも実はある意味今までそういう面があって、とにかく造っている人たちはいい酒を造っていると自負しても、それを一般の人に知らしめることが十分なされていなかった、ある意味消費者フレンドリーでない面があったのではないかと思います。それが今回、輸出促進プログラムということで、國酒を日本人よりも更に知らない外国の方に今まで以上にたくさん飲んでいただきたいということで、今まで持ってい



た課題に対して細かな具体的な施策が検討されてこのような提言がなされました。

このことは輸出促進ということもあるのですが、國酒について日本人にとっても正しい知識を持つことができますし、例えば国内向けのラベルとかも同じような施策が当然のことながらとられると期待しますと、香りが好きとか、味が好き、こういう料理に合うのだというような、もっと気軽に楽しむ身近な存在になる。そして、國酒フレンドというような人が増えるいいチャンスになるのではないかとということが期待され、こういうプロジェクトができたということは非常に良かったと思っております。

もう一つございますのは、小山委員もおっしゃっていらっしゃいましたけれども、消費者の求めるものがどんなものなのかということに視点を置いたということ、また新しい料理の開発、料理とのマリアージュあるいは食文化とのマリアージュというようなことを一緒に考えるという視点がここで設けられたことは、将来に向けて、例えば若い方たちは一部ではやってらっしゃると思うのですが、伝統に基づきながらも、國酒の新しい方向性、あるいは料理や新しい食事文化というものが開発される可能性があり、それをまた逆に考えれば、國酒の新しい機能というか、今まで知られていなかったものが引き出される可能性があるということで、将来にとって大きな可能性が期待されると思えました。

特に日本では食育基本法、世界でも食に関しての法律はそうあるわけではないということを知っておりますが、そこにも伝統的な食は非常に大事だということが示されており、そういうものとも今回の提言と一緒にやっていくことができるものではないかとということで広がり大きいと思います。

今回はまずできることからということで、具体的な施策が中心になっているかと思えます。先ほどから委員の皆様がおっしゃっていますように非常によくまとまったよい提言になったのではないかと私も思います。

学界に身を置く私としまして、最後に申し上げたいのは、國酒として日本の伝統酒あるいはその背景となる醸造文化を守り、育ててきたのは、基礎研究や教育が非常に大きく寄与しているということです。今回、國酒に焦点が当てられ、世間にアピールされますと、若い人が國酒に興味を持ち、引いては日本の伝統的な科学技術である醸造学、バイオテクノロジーあるいはポストゲノムの麹菌、酵母など日本の国菌と言われるようなものに対する科学技術への興味につながり、國酒プロジェクトが起爆剤となり、研究が発展することを期待したいと思えます。

さらに、これらの研究が、日本の基幹産業の基盤となるだけではなくて、アジアの醸造研究の中心的存在となり、国益に資する有益な情報を提供していくものになっていただく、そして日本の國酒のブランド力を高めていただくことを、心から期待して、私のまとめにさせていただければと思います。

以上でございます。

それでは、最後に、日本酒造組合中央会の岡本副会長の方からコメントをいただきたいと思えます。よろしく願いいたします。

○岡本佳郎氏 日本酒造組合中央会の副会長の岡本です。

今日は御発言の時間をいただきまして、大変ありがとうございます。座ってお礼を一言申し上げたいと思います。

既に皆さん御承知のところだと思いますけれども、日本酒造組合中央会は、1,600 弱の全国の日本酒の蔵元と 300 弱の本格焼酎、泡盛の蔵元が会員になっております。先ほど長谷川委員がおっしゃられたように、実際に稼働している蔵元はもう少し少なくなっているかもしれませんが、会員数としてはそういうところでございます。

清酒と本格焼酎、泡盛と、一見違うようなお酒ではありますが、渡邊委員が言われたように、麹菌というものを通じて同じ麹文化を担っている酒類業界の酒類業メーカーの団体ということでもあります。

皆さん御承知のように、昨年は東日本大震災がございましたが、私どもの蔵元も約 300 弱、東日本の蔵元が何らかの被災をこうむりました。今、まさに政府を挙げての御支援をいただいて復興に取り組んでいる最中でございます。そういった復興支援、消費者の応援もありまして、昨年の 1 年間では日本酒の出荷額が大幅に落ち込むかと思いましたが、逆に 16 年ぶりに前年比でプラスになりました。昨年の 4 月から今年の 3 月までの 1 年間で 1%にも満たないほんのちょっとですがプラスになって、その 16 年前というのは、まさに阪神・淡路大震災のあったときであります。プラスになったとは言っても出荷量は半減しておりまして、60 万キロリットルにすぎません。阪神・淡路大震災の前は 120~130 万キロリットル、日本酒は出荷しておりましたし、蔵元の数も今の 1.5 倍程度あったわけです。

そういう状況の中で、この春以降、古川大臣のリーダーシップの下に國酒プロジェクトが立ち上げられたこと、我々は本当にうれしく思いました。これまで皆さん方、委員の方々の有益な議論を重ねて今回のとりまとめをいただいたこと、中央会、業界を代表して厚く御礼を申し上げたいと思います。

今回のとりまとめでは、大臣もおっしゃられておられたように、官の役割、民の役割、官民の連携と役割分担をきちっと明示しながら、國酒等の輸出振興ということにかかる広範な提言が盛り込まれております。特に国内マーケットというと、どちらかというとゼロサムになりがちなところを海外におけるいろいろな可能性に目を向けていただいたこと、大変ありがたいことだと思いますし、それを通じてまた日本の市場にもフィードバックする効果もいろいろ出てくるだろうと思っております。我々、今回のとりまとめを改めて業界の中でも広くコンセンサスを得ながら、できるところから積極的に実現に移していければと思っております。

今後の推進体制ということについても記述がございますけれども、どうか中長期的な観点から、引き続きのバックアップをお願いできればありがたいと思っております。

最後になりますけれども、短期間にこうした精緻な広範なとりまとめを行っていただきました石井審議官を始め、事務局の方々にも、この場をお借りして御礼を申し上げたいと

思います。どうもありがとうございました。

○久保田座長 どうもありがとうございます。

今日、まだ少し時間がございますので、今、お一人ずついろいろおっしゃっていただきましたけれども、もう少し何か是非おっしゃっておきたいというようなことがございましたら、これは最後の機会でございますので、何かコメントがございましたらお受けしたいと思えます。よろしゅうございますか。

どうもありがとうございました。そろそろ時間も残り少なくなりましたので、古川国家戦略担当大臣から一言ごあいさつをお願いいたします。

○古川国家戦略担当大臣 どうも皆様、本当にありがとうございます。改めて皆様方の御協力に感謝申し上げたいと思えます。

このプロジェクト、立ち上げはこの春からなのですが、実は立ち上げるまでに相当準備期間を要しました。私も問題意識を持ってからいろんな関係方面に聞いてきているのですが、みんないいねといっても、どうやったらいいかというのはなかなかわからないところもある。特に政府内で見ますと、酒というのは最初にも申し上げたかもしれませんが、原料は農水省ですけれども、酒蔵は農水省が所管していない。経産省にも産業振興としての担当の課はない。要は国税庁なのです。

国税庁という役所は、税金を取ることは考えるところなのですが、産業振興という発想は基本的にはあまりないわけですし、まして海外に輸出となりますと、輸出免税で輸出したのから税金を取れませんから、そういう意味で輸出を促進しようなどという発想は起きないというところもあるわけです。これは先ほど来からお話があるように、常々酒蔵の方々には昔から地域の中心的存在としていろんなときにリーダー的な役割を果たしてきた。この酒蔵の数が減っているということは、裏返して地域の衰退とも実は表裏一体ではないかと思っています。

ですから、今、日本をどう再活性化するかと、特に人口も減少し始めて高齢化も進んでくるという、これまでの日本の歴史ではない新しい局面に入っている中では新たな発想をしていかなければいけないわけでありまして、同時に、東京だけ栄えて地域が栄えないというようなことは逆に言えばあり得ないと思うのです。東京が栄えているのはむしろ日本の地域の根っこのあるからこそ東京も栄えてきたのであって、地域が衰退して東京だけ栄え続けるということはある得ない訳で、地域をいかに活性化させていくかということなのです。

そうやってまいりますと、酒蔵の皆さん方がもう一回元気になっていただいて地域のリーダー役として地域活性化の中心になって動いていただけるような状況をつくっていく。しかし、そのためには従来の発想の延長線上の中で、先ほど小山さんからは日本人がみんなワインとかやめて日本酒を飲んだ方がいいのではないかという話がありましたが、一方では長谷川さんからは日本においしいワインもあるよとか、これは国内の縮小するマーケットの中で、ビールを飲んでいる人にこれはやめて日本酒を飲めとか焼酎を飲めという取

り合いをしているとどうなるか、狭くなっている縮小しつつあるマーケットの中でそれを奪い合うということは、結果的に日本全体で進んでいるデフレのような状況でみんなが疲弊してしまうということにつながっていく。

ここはマインドセット、意識を変えて目を転じて、周辺の中国始め外を見ればまだまだ人口が増えてきている若い層はたくさんいる。いかにそういうところで新しいマーケットを開拓していくか。そういう発想に立つところから初めて夢も出てくる。そういうところから、酒蔵などはこういう状況の中で跡を継いでも仕方がないからといってやめる方も多分多いのだと思います。そういう若い人たちが跡を継ごうとかやろうという気になるためには、将来に大きな開拓すればどんどんとマーケットというのはあるのだという展望を見せていかなければいけないのではないかと。

そういう思いもあって、いろんな方々の御協力もいただいてこのプロジェクトをスタートさせていただきました。本当に大変いいまとめをしていただいたのですが、政府がやるべきこと、民間の皆さん方、小山さんからも話がありましたけれども、これまでもいろいろ頑張ってきていただいている人たちがいますけれども、それは引き続きやっていただかなければいけないと思っています。基本的に政府はプレイヤーにはなれません。政府がやるべきことは、プレイヤーの皆さん方が思い切って自分の能力を最大限 120% 発揮できるような環境をつくるということが政府の役割で、サッカーグラウンドに例えれば、きれいな芝の張ったちゃんとしたサッカーグラウンドをつくって、そこだったらスライディングしてもけがをしなないと、だから思い切ったプレーができる。辻野さんの話でありましたけれども、アントレプレナーはリスクをとります。そういうリスクをとって飛び込んで行ったときに、ちゃんとそれがとりやすいような環境。そうでないと石がごつごつしている中で飛び込めといわれても飛び込めないわけですから、そういうところは政府としてやるべきことだと、やれることだと思います。

ですから、今まで頑張ってきた人たちも応援する意味でもそういう環境をつくっていくということに努力していきたいと思っていますし、また皆さん方と一緒に政府でやる部分として、早速始めていて、これからも進めていきたいこととして、政府関係のさまざまなレセプション等でお酒を出したりしますが、今までだと国際的なものになるとビールとワイン中心で、あまり日本酒とか焼酎とかそういうものは出ていなかった。そういうものをもっと使うようにする。また、ワインについても、日本の大使館とかもそうなのですから、日本でやるのもなぜかワインはフランスワインと、日本のおいしいワインがあるのに日本のワインを使わないという事実もありましたから、そこはできるだけ國酒にかかわらず日本政府が催しするものについては、日本産のアルコールを提供していくという努力が認知度を高めることにもつながりますし、そういうことが民間の皆さんとも一緒にやっていけることではないかと思っています。

そういった意味で、今回まとめていただいたものを一つひとつやれることからやっていきたいと思っています。同時にお願いしたいのは、やはりこれは最終的には本当に一人ひ

とりの消費者の皆さん方、国民の皆さん方にもそういう意識を持ってもらう、共有していただくということなので、これが一部の関係者の皆さん方の中でいいのではないかということだけではなくて、政府としても努力はしていきたいと思っておりますが、是非今日お集まりの皆さん方あるいは酒造組合の方々も、一般の人も含めてこういう形でやっていきましよう、このことが日本を元気にすることにつながっていくのですよと、そういう発信を是非皆さんにもしていただきたいと思っておりますので、今日でこの協議会は一旦終了となりますけれども、引き続きさまざまな形で皆様の御協力を賜ればと思っておりますので、よろしくお願い申し上げます。

本当にどうもありがとうございました。

○渡邊委員 一言いいですか。

○久保田座長 一言だけ。

○渡邊委員 多分、私も先ほど古川大臣がおっしゃったように、国税庁に対して、輸出に関しては税金を取れないから、酒税を取れないから全然関心がないのでしょうといったところ、輸出により企業の収益が拡大すれば、それに応じて法人税が納税されることになるので、輸出に対しても一生懸命努力させてもらいますというのが国税庁のお返事でしたので、参考までによろしく願います。

○久保田座長 ありがとうございます。

それでは、時間となりましたので、これをもちまして「ENJOY JAPANESE KOKUSHU（國酒を楽しもう）推進協議会」の第4回会合を終了させていただきます。

なお、会議の内容は後ほど大臣から記者ブリーフィングしていただきますほか、用意でき次第、本日の資料と議事録とを国家戦略室ホームページに掲載させていただきます。

これまで4回にわたり、大変お忙しい中御参集いただきまして、誠にありがとうございました。本日、大臣に御提言させていただきましたので、今回をもちまして当協議会は一旦終了させていただきますが、今後は実行に向けプロジェクトは続いてまいります。これからも格別な御支援を賜りますよう、よろしくお願いいたします。

どうも本当にありがとうございました。