

久保田座長提出資料

Enjoy Japanese Kokushu (國酒) 推進協議会レジュメ

久保田 紀久枝

1. 日本酒・焼酎の消費量拡大のための基本的要件

国内外の食生活の中で、一過的ではなく、継続して愛飲され、定着することを目指す。
愛飲とは、嗜好されることである。

食嗜好には、生理的に必要なものに対する嗜好の他に、繰り返し食経験を重ねることによる学習効果や、マスコミによる宣伝やブランドなど情報効果によって獲得する嗜好がある。

2. 日本で近年ワインが広く飲まれるようになった要因分析

- ① 日本人の食生活の多様化と相俟った。
- ② フレンチパラドックスに対する期待（機能性）でブームが起こった。
しかし健康志向だけで定着するのはむずかしい。
- ③ 年代を越えて、広い層の人が関心をもった。
 - ・健康への関心がきっかけでも、飲むことにより美味しさを知った。
もっといろいろなワインを経験したいと思う気持ち→ 繰り返し→ 嗜好形成へ
 - ・庶民感覚で飲むことができる手軽さと同時に高級感もある（値段を含め多様）
 - ・フランス食文化への憧れ、有名ソムリエ等への憧れ
- ④ きっかけは何であれ、ワインに対する好奇心を目覚めさせたことが大きいのでは。

3. 日本におけるワイン文化形成から外国における日本國酒文化形成へ

- ① 和食をユネスコの無形文化遺産に登録する提案が日本政府からなされている。たとえば
“日本酒で和食をもっと美味しく！” 国家的応援キャンペーンなど、和食の認知運動との連携。フランスでも若者の食嗜好は多様化している。
 - ・和食へのあこがれ → 日本酒への興味
- ② 国内で、日本酒・焼酎の多様な美味しさを、男女を問わず共有できる人を増やす。
ワインには、赤や白ワインと目に見えて明確に異なるものがあり、また原料のブドウの種類も豊富なことから、ワインには多様な風味のものがあることを想像しやすい。
一方、日本の酒は、原料の米や水の違い、製造条件による味の多様性を想像しにくいのではないかな。
私見であるが、日本酒は男の人の酒というイメージが強い。宴席で男子が多ければ日本酒や焼酎は当然のごとくおかれていても、女子会ではほとんどない。
我々は、おいしさを五感で感じている。外観、香りなどにこだわりのある人は多い。
同じ酒でも、瓶の形やグラスが違えば、美味しさの感じ方が変わる。多様な味わい方を提案し、ファンを増やすとともに、日本國酒の奥深さを知ってもらう機会を増やす必要あり。女子を中心としたプロジェクトを組んだらどうか。
- ③ 國酒ソムリエのような公的資格を新たに作ることは可能か。資格志向の人が多いので、國酒に関心をもつ人が爆発的に増えるのではないかな。コンクールのようなものでもよい。