佐浦委員提出資料

平成 24 年 5 月 28 日

ENJOY JAPANESE KOKUSHU 推進協議会 レジューメ

佐浦 弘一

1. 日本酒の現状

①課税移出数量、製造業者数および酒類市場におけるシェアは長期的に減少傾向

	<u>H10</u>	<u>H15</u>	<u>H20</u>	<u>H21</u>	<u>H22</u>	<u>vsH10</u>	<u>vsH15</u>	<u>vsH21</u>
課税数量 日本酒	1,094	842	653	616	603	55.1%	71.6%	97.8%
酒類合計	10,095	9,557	9,093	9,001	8,963	88.8%	93.7%	99.6%
日本酒シェア	10.8%	8.8%	7.2%	6.8%	6.7%			
日本酒製造業者数	2,073	1,836	1,616	1,585				

単位：千 KL 出典：国税庁統計による 国税局分および税関分の合計

*H23.4-H24.3 601,807KL 前年比 101.2% (出典：日本酒造組合中央会調べ)

②輸出は安定的に伸長 (国別詳細資料は別添)

	<u>H13</u>	<u>H18</u>	<u>H21</u>	<u>H22</u>	<u>H23</u>	<u>vsH13</u>	<u>vsH18</u>	<u>vsH22</u>
輸出数量合計	7,052	10,269	11,949	13,770	14,014	198.7%	136.5%	101.8%

単位：KL 出典：財務省貿易統計による

2. 地域発・日本再生の救世主としての日本酒

(1)日本酒・蔵元の特長

多様性：日本酒は、1500あまりの蔵元が全国47都道府県に散在

伝 統：日本酒蔵元は元来家業でありその大半が長い歴史を持っており、存在自体が地域観光資源となりうる

求心力：日本酒蔵元は歴史的にも地域の有力者であり、地域社会のリーダーである場合が多い。また地域の食文化の要的な存在

(2)酒蔵あるいは日本酒をテーマとした地域振興例

①西条酒まつり：東広島市西条地区で毎年10月に開催され、20万人を超える人出がある。各蔵元が蔵開放を行うほか、全国の日本酒が飲める臨時居酒屋を設営。

②にいがた酒の陣：新潟市内で毎年3月に開催され、本年は10万人が入場。蔵元による試飲即売のほか、地元飲食店が出店。周辺観光も含め大きな経済効果。

③鹿島酒蔵ツーリズム：佐賀県鹿島市の蔵元である富久千代酒造が IWC チャンピオン SAKE を受賞し鹿島の酒が注目を受けたことを機に、蔵元だけでなく地域全体の活性化を目指して推進協議会を設立。本年3月の6蔵による蔵開きには3万人超が訪問。

(3)課題

①日本酒蔵元は少人数による経営が多く、観光資源を活かすための人材が不足。特に外

国人来訪客への対応に難があるため、バックアップ体制の構築が必要。

- ②ワインツーリズムのように、来訪客が周辺も含めて回遊して楽しめるような施設等の整備が不十分

2. 日本酒の海外普及・輸出振興のための取り組み

(1)日本酒造組合中央会

- ①海外における試飲会等の実施：主要国における日本酒の飲酒実態等を把握し、ジェトロ、在日大使館等の関係団体と連携して、今後日本酒の輸出の増加が期待されるアメリカ・アジア・ヨーロッパの各国の実情にあった試飲会等の振興策を実施し、海外での日本酒の正しい商品知識の普及と日本酒の海外市場の開拓と需要拡大を図ることを目的として実施。
- ②海外向け日本酒テキストの作成：酒類総合研究所の協力を得て英語版のテキストを作成。HP 上で公開 <http://www.japansake.or.jp/sake/english/guide.html>

(2)日本酒造青年協議会

- ①酒サムライ事業：2006年より、国内外において日本酒の普及に貢献されている多様な分野のオピニオン・リーダー的な方々に対して「酒サムライ」という称号を差し上げ、応援団としてのいっそうの活躍をお願いする事業。現在まで34名の酒サムライが誕生。
- ②インターナショナル・ワイン・チャレンジ(IWC)日本酒部門への協力：2007年にワインジャーナリズムの中心地ロンドンで開催される世界最大級・最高権威のワインコンテストに日本酒部門が設立。本年の審査は原発事故の影響により東京にて開催されるが、680銘柄あまりが出品。最高賞であるチャンピオン SAKE に選出された銘柄や上位入賞銘柄は市場でも大きな反響を得ている。

(3)日本酒の海外普及のための課題

- ①海外における知的財産権等対策：中国・韓国等において日本酒等の商標が第三者によって登録されている事例が起きており、放置した場合将来的に輸出の際の障害となることが懸念されている
- ②海外における日本酒専門家の育成およびそのためのカリキュラム作り：日本酒に関する正しい知識の普及のみならず、日本酒の普及が進むに連れプロフェッショナルのための資格制度が関係者から望まれるようになってきている
- ③主要市場における広報機能の整備：主要市場や特にワインジャーナリズムのネットワークに日本酒を広報・プロモートするための組織やキーパーソンの設置が望まれる
- ④販売拠点の整備：現時点では個々のビジネススペースではショーケースとなるような充実した販売店の運営には困難が伴うことから、時限的にも製品情報発信機能も備えた販売拠点の整備が必要

以上

清酒の国別輸出実績の推移（数量）

平成24年2月7日現在

（単位:キロリットル・%）

暦年 国別		13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	構成比			年対比		
		(2001)	(2002)	(2003)	(2004)	(2005)	(2006)	(2007)	(2008)	(2009)	(2010)	(2011)	H13	H18	H23	H23/H13	H23/H18	H23/H22
1	アメリカ	1,853	2,046	2,204	2,616	2,997	3,354	3,852	3,843	3,575	3,705	4,071	26.3	32.7	29.1	219.7	121.4	109.9
2	韓国	82	116	133	230	399	665	1,069	1,529	1,954	2,590	2,828	1.2	6.5	20.2	3449.1	425.3	109.2
3	台湾	1,731	2,000	2,191	2,080	2,133	1,991	1,700	1,626	1,381	1,639	1,680	24.5	19.4	12.0	97.1	84.4	102.5
4	香港	913	853	1,026	987	961	877	1,006	1,213	1,308	1,436	1,660	12.9	8.5	11.8	181.8	189.2	115.6
5	カナダ	332	392	468	410	462	490	484	530	467	484	473	4.7	4.8	3.4	142.4	96.5	97.6
6	中国	129	241	314	240	262	426	468	482	485	625	375	1.8	4.2	2.7	290.5	87.9	60.0
7	シンガポール	215	227	208	245	231	222	302	306	378	360	375	3.0	2.2	2.7	174.5	168.7	104.3
8	ドイツ	357	238	260	355	297	256	341	258	265	314	262	5.1	2.5	1.9	73.4	102.5	83.5
9	イギリス	259	218	248	283	272	292	333	321	302	301	259	3.7	2.8	1.9	100.2	89.0	86.3
10	ブラジル	61	80	86	64	78	76	122	344	265	270	97	0.9	0.7	0.7	159.0	128.5	35.9
11	その他	1,120	1,093	1,131	1,286	1,445	1,620	1,656	1,699	1,569	2,046	1,933	15.9	15.8	13.8	172.6	119.3	94.5
合計		7,052	7,504	8,269	8,796	9,537	10,269	11,334	12,151	11,949	13,770	14,014	100.0	100.0	100.0	198.7	136.5	101.8