

# ヒアリング資料

(株)コーポ幸/(サチ) 平出淑恵氏)

# 「第二回

# 日本酒のグローバルなブランド戦略 に関する検討会」

— SAKEから観光立国—

～日本酒の国際化から地方のブランド化を目指しての活動から～

酒サムライコーディネーター  
株式会社コーポ幸 代表取締役 平出淑恵



1983年民営化前のJALに新卒で入社、

JALの鶴丸マークは日の丸を背負うと教育を受ける

国際線CAとして勤務、月に20日は乗務で海外へ

1992年 日本ソムリエ協会認定のソムリエの資格を取得、  
1997年 シニアソムリエ、米国ワイン教育者資格、  
Beer Judge, 利き酒師の資格なども取得

空飛ぶソムリエの第一世代として、

月に20日は国際線の乗務生活の中で  
海外のワイナリー巡り、海外のワイン専門家との交流をもつ。

海外のワイン専門家の視点に刺激を受ける。

(産業全体への知見とその先の社会貢献)



THE INSTITUTE OF  
MASTERS  
of WINE



# 国際線CAの海外からの視点と ワインを学んだ視点で見ると 日本の魅力が詰まっている日本酒

## 【歴史】

1000年以上前にほぼ現在の製法で生産されていた。  
延喜式(900年代)に記述あり。

## 【優れた醸造技術 並行複発酵】

糖化とアルコール発酵を同時に行う高度な製法。

## 【伝統と習慣という文化性の高さ】

神様の飲み物、直会(なおらい)、  
四季を楽しむ酒文化(花見酒、月見酒、雪見酒)

## 【日本全国に存在する地域の名士、蔵元という存在】

ほとんどが家業として継承、100年以上があたりまえ。



# ブランドとなる 要素 が 満載





それなのに、日本酒 国内の現状は

**斜陽**

酒造会社の廃業が続く



(酒類製造免許数の推移) (酒類製成数量の推移単位:万KL)

昭和45(1970)年	3,534者	160
昭和55(1980)年	2,957者	147
昭和60(1985)年	2,620者	136
平成16(2004)年	2,015者	75
平成20(2008)年	1,852者	65
平成26(2014)年	1,677者	56
平成29(2017)年	1,636者	53



「もったいない」  
と衝撃を受ける





少子高齢化、人口減少の日本から、  
海外輸出へ

日本酒輸出は全生産量の 3%

日本酒の輸出額 約155→187→222億円

一方、フランスワインの輸出額約9,900億円



↓  
まだまだ、  
日本酒の  
国際的認知は低い

# 日本酒の海外進出での大きな問題点

「日本酒の市場(マーケット)が小さすぎる」

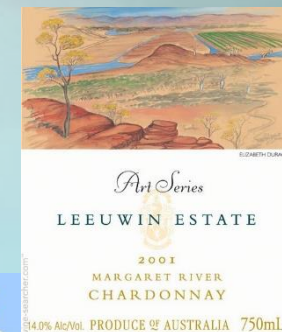
知られていない & 関係者が少ない

世界中に広がるワインビジネスのインフラに  
日本酒を乗せていければ！

フランスワインの  
銘柄は地名  
高級ワイン産地は  
ワイン愛好家には  
憧れの土地に



新興産地も  
スターワインの出現により  
産地は世界的な地名に



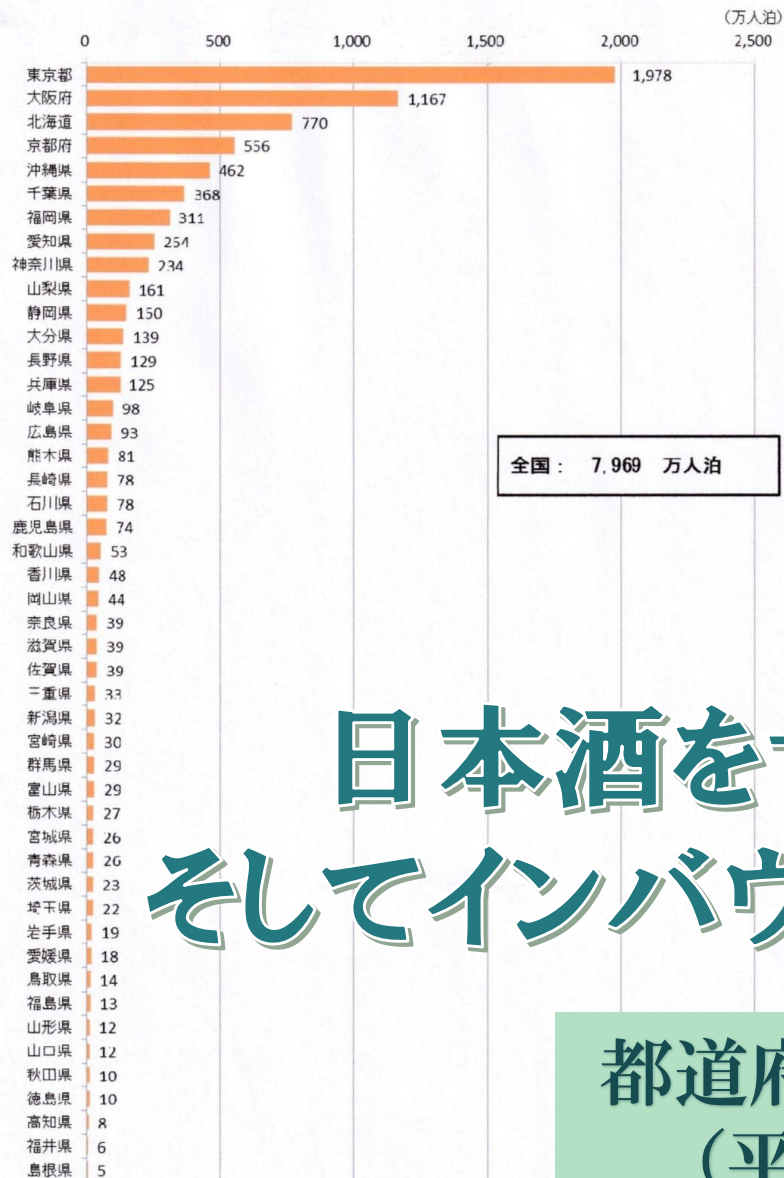
ワインを学ぶ事は、頭の中にワイン産地の地図が入る事



ワインを学んだ人が日本酒を学ぶことは、  
彼らの頭の中に日本地図が入る事



②都道府県別外国人延べ宿泊者数(平成29年1月~12月(確定値))



# 日本酒の蔵元は 全ての都道府県に1,600



## 日本酒を世界のSAKEへ そしてインバウンドの地方誘客に

都道府県別外国人宿泊者数  
(平成29年1月~12月)





# ワインの海外啓蒙に必須と言われる3活動

## 【Step1】 Education (教育)

- Step1 世界に通じる体系的な教育プログラムの作成。
- Step2 その価値を消費者に伝えるプロの育成。
- Step3 教育活動を多方面から支援。

## 【Step2】 Competition (コンクール)

プロにより、品質を評価された銘柄を発信。

## 【Step3】 Promotion (宣伝活動)

業界向けと消費者向けを絶え間なく続ける。





# 日本酒を世界のSAKEへの活動

(2006年～現在まで)

## 教育(人材育成)活動支援

- ①WSETにSAKE講座設立を働きかける。
- ②外務省赴任前研修日本酒講座を支援。
- ③日本ソムリエ協会Sake Diploma資格創設に参画。

## コンペティション

IWC ( International wine challenge)にSAKE部門設立に参画。

## プロモーション支援

酒サムライ活動により国内外の日本酒アンバサダーによる日本酒応援団を広げている。



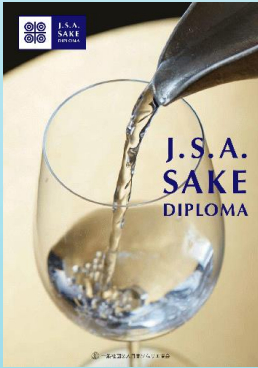


# 日本酒を世界のSAKEへ、活用出来るネットワーク！

教育 Education

コンクール  
Competition

宣伝 Promotion



U.S. National  
Sake  
Appraisal



*Kura Master*



## JFOODO

### 日本の食のプロモーションセンター誕生

(モデルとなった仏のSopexaは1961年設立)





# 日本酒を世界の酒にする活動

Competition (コンクール)

信頼できる大会で、プロにより、品質を評価された銘柄を世界発信。



2007年世界最大規模のワインコンペティション  
にSAKE部門を創設！





IWCのSAKE部門が舞台に上げたの  
は、SAKEのみならず  
SAKEを審査する人材。

日本酒が世界に認知  
されていないので、  
日本酒の専門家の価値も世界的に伝えに  
くい。

IWCのSAKE審査員は、  
IWCのWINE審査員と同じ価値ある  
専門家として世界に発信されている。





# IWC受賞を地域活性化に活かした 「鍋島世界一」からの佐賀県鹿島市の皆さんの取り組み

- ・ IWC2011チャンピオンサケ誕生から佐賀県は地域の意識統一を達成♪

古川知事の激励→佐賀県酒造組合若手蔵元の会が祝賀会主催

→地元鹿島市でのお祝いの会

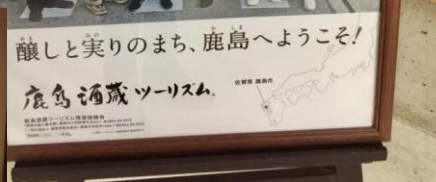
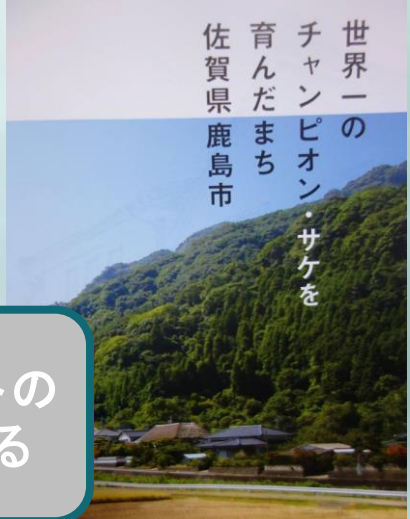
→佐賀県・鹿島市・6蔵元→鹿島酒蔵ツーリズム協議会結成

→受賞翌年(2012.3.24-25)の6蔵合同の蔵開きに

3万人が鹿島市を来訪！ →観光庁「酒蔵ツーリズム推進協議会」でも紹介。

→今年(2017.3.25.26)の蔵開きには80,000人の来訪者を実現→通年観光へ。

国酒プロジェクトの  
成功モデルとなる





# IWC2015チャンピオンサケは 福島の日本酒でした！

伊勢・志摩サミットにて  
出席の首脳へのお土産に採用！

客観的な世界基準の  
評価で選ばれた  
福島日本酒を採用

海外発信されたのは、  
銘柄より地域（福島）！





# 『IWC2016 SAKE審査会 兵庫県開催』



- \* SAKEシンポジウム開催
- \* 蔵元や米生産者との交流
- \* 山田錦の田植え体験
- \* 地元にも日本酒産地の再認識

小さな事業者の産業国際化振興へ  
国際大会誘致という手法



# 『IWC2018 SAKE審査会 山形県が誘致！』

山形県開催(国際大会誘致)の成果15ヶ国から審査員が来日

\* 審査員に「GI山形」セミナー実施

\* 山形の風土、文化、食体験、蔵元との交流

\* 地元で日本酒産地の誇り

\* 知事が英で授賞式に登壇





# 日本酒を世界の酒にする活動

## Promotion (宣伝活動)

業界向けと消費者向けに絶え間なく続ける。



世界に向けたSAKEのアンバサダーを生み出す。  
2019年現在、国内外に84名。



# SAKE教育者やSAKE審査員 という

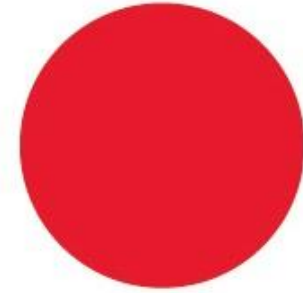
## 繰り返し酒処を訪問する人材が 国外に増えている



- 彼らは、彼らの国や地域から、日本酒に関心の高い人達を酒処に案内し、日本酒と共に、その地域の魅力を伝えてくれる人材。



**がんばろう!**



**日本!!**

**日本酒の国際化は  
日本酒文化を通じて  
日本を海外から盛り立ててくれる人達と  
のネットワークを構築へ。**



# 活動を通じて…日本酒のブランド化への考察

- ①一層の人材育成支援とその人材の活用とネットワーク化。
- ②日本酒の国際競争力のある価格(粗利)についての取り組み。
- ③酒蔵ツーリズムの醸成。各地DMOとの連携。
- ④日本酒のテロワールに通じる原材料生産支援。  
米作りをする蔵元への支援など。
- ⑤ユネスコの無形文化遺産への登録など。
- ⑥日本酒産業の自然に優しい産業への意識。
- ⑦日本国民自身の日本酒の認識向上への努力。