

海外事務所だより

ロンドン事務所

英国における日本酒の可能性

～地域活性化のツールとなるか

「ENJOY JAPANESE KOKUSHU」 in the UKの状況～

(財)自治体国際化協会ロンドン事務所所長補佐 山口 敦子(佐賀県派遣)

日本酒・焼酎の現状

2012年5月、国家戦略担当大臣決定のもと「ENJOY JAPANESE KOKUSHU (國酒を楽しもう)」プロジェクトが立ち上がりました。

これは、「日本らしさの結晶」である日本酒・焼酎の潜在力を引き出し、これらを「地域発・日本再生の救世主」、「21世紀の異文化との架け橋」とするため、オールジャパンで官・民が連携して、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べく立ち上がったプロジェクトです。

国家レベルにおいても日本酒や焼酎への関心が高まる中、海外とりわけ英国において今どのような状況にあるのかレポートします。

英国における日本食全般に関する消費調査

英国における日本酒の普及状況に触れる前に、まずは日本食全般の普及状況をご紹介します。

英国に対する日本からの農林水産物・食品輸出額は42億円(2011年)であり、対前年度比はマイナス6.4%となっています。これは、東日本大震災およびその後の原発事故の影響がでているといえますが、さらに詳しく分析してみると2011年8月以降は前年レベルに回復してきており、一部輸入規制の厳格さは残っているものの状況としては落ち着いてきているといえます。

民間シンクタンクは、2012年の英国消費者のトレンドキーワードとして「健康志向」「ほんの少

しのぜいたく品」「簡便性」を挙げていますが、これに呼応するかのよう英国内における日本料理のイメージは第1位が「健康的」であり、「おいしい」「バランスがいい」がこれに続きます。事実、英国国内で有力な小売店が「寿司がサンドイッチの売り上げを上回った」とプレスリリースするほど、寿司を中心とした日本食の裾野は確実に広がってきています。

たしかに、ロンドン市内に生活していれば、日本食として売り出されているさまざまな商品と出会うことができます。ほとんどのスーパーでは、お惣菜コーナーに「SUSHI」が置かれていますし、カフェやテイクアウトショップでも購入することができます。購入者層も英国人をはじめとしたヨーロッパ圏内の人たちが日常的に購入していきます。日本食に特化したテイクアウトショップは、お昼休みになると近くのオフィス・ワーカーたちが行列を作るほどです。

一方で、寿司以外の日本



日本食テイクアウトショップにおける昼食時の行列(ロンドン市内)

食についてはまだまだ価格帯が高く気軽に楽しめるものではないこと、またロンドン以外の都市ではあまり浸透していないとの調査結果もあり、英国内においても日本食の潜在的可能性がまだまだ眠っているようです。

また、英国の使用言語、歴史的背景、地理的条件などにより、英国のトレンドが日本を含むアジア圏において大きな影響力を持つことを考えると、この可能性はさらに大きく膨らんでいくといえるでしょう。

IWC (インターナショナル・ワイン・チャレンジ)

英国における日本酒に関連する大きなイベントの一つに「インターナショナル・ワイン・チャレンジ」(以下、IWC)が挙げられます。IWCは、毎年9,000銘柄以上のワインが出品される世界で最も影響力のあるコンペティションといわれ、毎年ロンドンで開催されています。このIWCの中に、「SAKE部門」が創設されたのは2007年のこと。6回目を迎える今年は、292蔵689の銘柄が出品されており、対前年度比でいえば蔵元数142.4%、銘柄数147.2%と著しい増加傾向にあり、日本国内からの関心も高まってきていることがうかがえます。

「SAKE部門」は5つのカテゴリーから構成されていますが、すべてのカテゴリーの中から最高賞として「チャンピオン・サケ」が1銘柄選ばれます。この審査は、日本人はもちろんのこと、英国および欧州各地から日本酒に関する知識・経験が豊富な関係者が集められ実施されており、このIWCで受賞することが生産者の技能が世界的に認められた、また販売促進の大きな機会となることを意味するといわれています。

また、2012年8月には、高級百貨店として知られるハロッズ(ロンドン市内)で、英国人をはじめフランス、ドイツ、スウェーデンなどの多国籍の審査員が日本各地の50種類以上の日本酒を利き酒する品評会が開催されるなど、英国において日本酒が確実に浸透してきています。

日本酒に対する英国人消費者の認識

2012年2月、日本貿易振興機構(JETRO)ロンドン事務所は、ロンドン市内で行われたHyper Japanという日本の伝統文化やポップカルチャー、日本食を紹介するイベントで、英国消費者の日本

酒に対する意識調査を実施しています。

この調査での日本酒に対するイメージを見てみると、一方で「新しい(19%)」、「ヘルシー(17%)」、「シック(上品)(17%)^{あつかん}」という好意的なイメージがありながらも、「熱燗で飲むもの(29%)」、「アルコール度数が高い(24%)」などという誤解が高い割合で浸透してしまっています。また、「購入場所がわからない(14%)」、「情報を得づらい(7%)」という意見も挙げられていることから、取り組みを強化することで改善できる部分がまだまだあるようです。

日本酒の好きな特徴として挙げられているのは、「フルーティー」、「すっきり感」、「甘み」となっており、日本人が好む「辛口」とは好みの違いが



有名小売店における日本酒・焼酎コーナー(ロンドン市内)

また、ラベルやボトルのデザインやネーミングも購買意欲に大きな影響を及ぼしている可能性があります。英国人たちは日本酒のボトルに対して伝統的な日本のデザインを求めているものの、漢字のみといったようなシンプル過ぎるものには評価が低いようです。日本的要素を求めながらも、高級感や高いデザイン性が重要です。

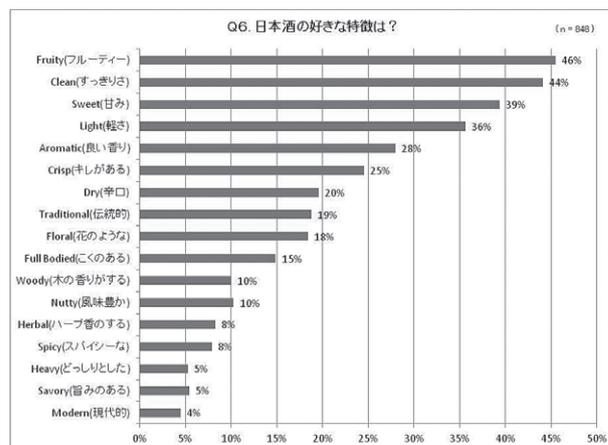


図: 英国における日本食及び日本酒に対する消費者意識調査より

「SAKE」を語れるか

2012年7月、在英国日本大使館主催で「Enjoy Kokushu! 日本酒講座」が開催され、日本酒や焼酎の持つ魅力をどのようにして外国の人たちに情報発信していくかという講義が行われました。講師を務めてくださったのは、日本酒とワインに精通し、IWC日本酒部門の審査員最高責任者を務める大橋健一氏。

日本酒が海外で高い評価を受けるためには、相手国の文化を理解し、評価し、その土俵の上で日本酒を語ることが大切だと熱弁されます。

例えば、「SAKEってなんですか?」と英国人に聞かれたときに、「お米をくぐり抜けた水のお酒です」と短く、自信を持って言い切ることを提案されました。

ここ英国では、お米は野菜と認識されているため、ヘルシーなイメージと結びつきやすいでしょうし、ワインになじみが深い英国人にとって「水」のお酒であること自体が非常に強いインパクトを与えます。そして、日本は豊かな水に恵まれていること、稲作という農業を語れることも大事な要素とのこと。日本と英国をはじめとする主要なヨーロッパ各国との年間降水量を比較すると、1.5～2倍程度日本の方が多く、また国土の2/3が山地であることを語れば、日本はおいしい水に恵まれていることが想像できるでしょう。お米でいえば、ジャポニカという日本古来の品種を日本人の正確さをもって大事に生産していることを語ります。こうすることで、英国文化に対する理解を示しつつもワインやその他のアルコールと日本酒との違いを明確にし、また英国内のさまざまな山地でワインの原料であるブドウが大事に生産されているように、日本でも米を大事にそして正確に生産されていることに対する共感と驚きを生むのです。

また、日本酒のテイストを語る際の表現にも工夫が必要です。日本では日本酒の表現として、辛口、甘口といった表現と、濃醇・淡麗といった濃淡の表現を組み合わせることで表します。これに加えて、ワインになじみのある人に対しては、フルーツで表現することを加えるとよりイメージがわきやすく、

日本酒への親しみが持てるのではないのでしょうか。一方で、「taste good」「enjoyable」といった単純な表現だけでは、ワインと比べて単純な飲み物というイメージを持たれてしまう可能性があるとのこと。あくまでも、相手の文化に対し敬意を払い、同じ土俵に乗った上で、日本酒を自信を持って紹介することが大事であるということは非常に印象的でした。

地域の宝を世界へ

地元の米と水とを使い、地元で根差した蔵元が地道にそして丁寧に作り上げる日本酒は、まさに地域文化の結晶です。地域文化の結晶である日本酒が、世界で認められ愛されることは、地域文化が世界で認められることであり、このことを通して地域全体が元気になるきっかけとなり得るのではないのでしょうか。



2011年のチャンピオン・サケを受賞した「鍋島 大吟醸」(富久千代酒造)

実際、2011年のIWC「チャンピオン・サケ」を受賞した蔵元の地元では、この受賞が明るいニュースとなり、今では県外へのお土産として「チャンピオン・サケ」が引く手あまたとなっているといいます。また、他の蔵元も海外輸出について前向きになるなど、世界で認められることのインパクトがよい連鎖となって地域中に広がっているようです。

検疫の問題や品質保持の問題など、日本酒を輸出するまでにはたくさんの越えるべきハードルが存在します。しかし、それを乗り越えようとする熱い情熱こそが地域の力となっていくのかもしれない。

【富久千代酒造HP】

<http://nabeshima-saga.com/index.html>

【参考資料】

- ・英国ロンドンを中心とした日本食品マーケティング調査
<http://www.jetro.go.jp/world/europe/uk/reports/07000931>
- ・英国における日本食及び日本酒に対する消費者意識調査
<http://www.jetro.go.jp/world/europe/uk/reports/07000972>

【ロンドン事務所HP関連記事】

- ・英国における日本食品事情及び関連するEUの輸入規制
http://www.jlgc.org.uk/gyomu_mt/2012/07/post_57.html