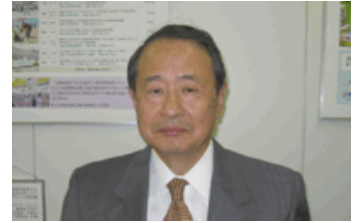


【クレア経済アドバイザーの視点】

クレアでは自治体の海外経済活動に対しより効果的な支援を行うため、経済交流課に経済アドバイザー（商社OB）を設置しています。

海外経済活動に必要な基本情報から、輸出入や海外でイベント、商談会を行う際の注意点などの個別具体的なアドバイスまで、専門的見地からの助言を行っています。どうぞご活用ください。

毎月、山崎経済アドバイザーの視点による注目情報をお届けします。



日本酒の輸出が好調

交流支援部経済交流課

昨年の東日本大震災により、多くの日本食品の輸出が未だに大きな影響を被っていますが、日本酒の輸出は余りその影響を受けず、大変好調のようです。1999年には輸出量が、7,292キロリットルであったものが、年々増加の一途をたどり2011年には14,013キロリットルとほぼ倍増しています（2010年度比でも増加しています）。

輸出先で最も多いのは、全体の約30%を占める米国で、次に韓国、台湾、香港と続いています。因みに上記4か国で全体の約70%を占めています。

実は、私は1987年から1995年まで、米国に駐在したことがあります。その当でも米国でも日本酒は日本から輸入されていましたが、吟醸酒などの高級酒は全く流通しておらず、飲み過ぎれば頭の痛くなる多量の防腐剤が入ったまずいものでした。

当時のアメリカ人の日本酒に対する評価は、アルコール類をお爛して飲む習慣が無いことや、爛酒の臭いへの違和感から、必ずしも高いものでは無かったと記憶しています。

蛇足ですが、私がその後日本酒好きになったのは、日本に帰国して兎にも角にも美味しい日本酒が飲みたいとの一念からでありました。

日本酒ブームの背景は、地域ごとに様々な要因があると思いますが、主な理由として考えられるのは、世界的な日本食ブームの中で、日本食と共にワイン感覚で冷やして飲め



香港の「日本ふるさと名産食品展」でも好評

る冷酒の奥深さが理解されつつあることだと思います。

一方で輸出量は増加しているとはいえ、この数量は国内の販売量の僅か 1.2%に過ぎません。日本においては若年層の日本酒離れなどにより、年々販売量が減少していますが、是非美味しい日本酒をもっと本格的に海外に紹介し、将来の活路を切り開いて行って貰いたいと日本酒ファンの一人として切望する次第です。

しかしながら、日本酒の海外での販売はそうそう簡単なことではないようです。みずほ情報総研のレポート（平成 23(2011)年）のなかで、複数の専門家の討議のキーポイントが下記のように記述されています。

- ① 現地の事情に見合った販売促進が出来る人材の育成の必要性
- ② 日本酒を扱う業者への面展開での研修の必要性
- ③ 日本酒に関する情報を標準化、日本酒に関する基礎知識を説明出来るシステムの構築
- ④ 単品銘柄のプロモーションではなく、カテゴリとしての日本酒普及

これらを実現するためには、単独での展開には限界があるように思います。ある程度のグループ（協会など）を形成し、そこを母体として腰を据えてアプローチしないとワイン並に世界に日本酒を認知させることは至難であると感じます。

より大きな単位での販売戦略の構築を、各自治体のご関係の方々には、是非各蔵元へ働きかけて頂きたいと思う次第です。世界中で単に日本食に合うだけの日本酒だけではなく、あらゆる料理の合うクールな日本酒と理解されれば、日本酒は地方の経済活性化の大きな起爆剤になると思います。



「日本ふるさと名産食品展」で完売

【関連資料】

- 1 自治体国際化フォーラム（2010 年 11 月号）
特集「世界に広がる日本酒の魅力」
http://www.clair.or.jp/j/forum/forum/pdf_253/09_sp2.pdf
- 2 平成 22 年度地域経済産業活性化対策調査
（地域経済の活性化に貢献する農商工連携を通じた取組についての調査事業）報告書一経済産業省
http://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2011fy/E001463.pdf

（経済アドバイザー 山崎 和彦）