

県産日本酒 国内外にPR

今年6月、県産の日本酒が国税庁から「地理的表示（GI）」に指定された。GIとは地域の風土や気候に結び付いた産品を保護する国の制度である。日本酒では、山形や灘五郷などについて6番目の指定となった。2016年に開催された伊勢志摩サミットにおいて、乾杯酒や食中酒として県内の日本酒が大きな話題となったことはまだ記憶に新しい。

日本酒の生産量と国内消費量は年々減少傾向にあり、国内の酒蔵数も減少している。国内全体のアルコール飲料消費量が減少していることもあり、国内での日本酒の消費量を伸ばすことは難しい。そこで国は海外への販路開拓支援などターゲットを海外にし、さまざまな施策を通して日本酒を盛り上げている。

県酒造組合は18年10月、県の海外支援事業「日本酒の魅力発信・販路拡大支援事業」で、毎年フランスのパリで開催の「サロン・デュ・サケ」に出展した。参加した県内の酒蔵は自蔵のPRを懸命に行ったが、フランスの人々は個々の蔵の情報よりもその酒が造られる土地の情報を求めてきたという。

ワインでよく言われる「産地」が、海外では重要視されるのだ。「海外の人に日本酒を飲んでもらうには、どのような風土や歴史的背景がある土地で造られたお酒なのかをしっかりと説明できなければならない」と同組合の清水慎一郎会長は痛感し、GI取得に至ったという。

現在、同組合は国税庁による「日本産酒類のブランド化推進事業」の支援を受け、三重の酒を世界にPRしていくためのブランドストーリー作りを行っている。当社も参画させていただいているが、この機会に「三重の風土と歴史からどのように三重の酒が生まれ、育まれてきたか」を再確認し、国内外に県産日本酒をPRしていきたいと思う。

（会員事業部 課長兼企画課長 河野 努）

毎日新聞「三重～る経済」 2020年11月26日