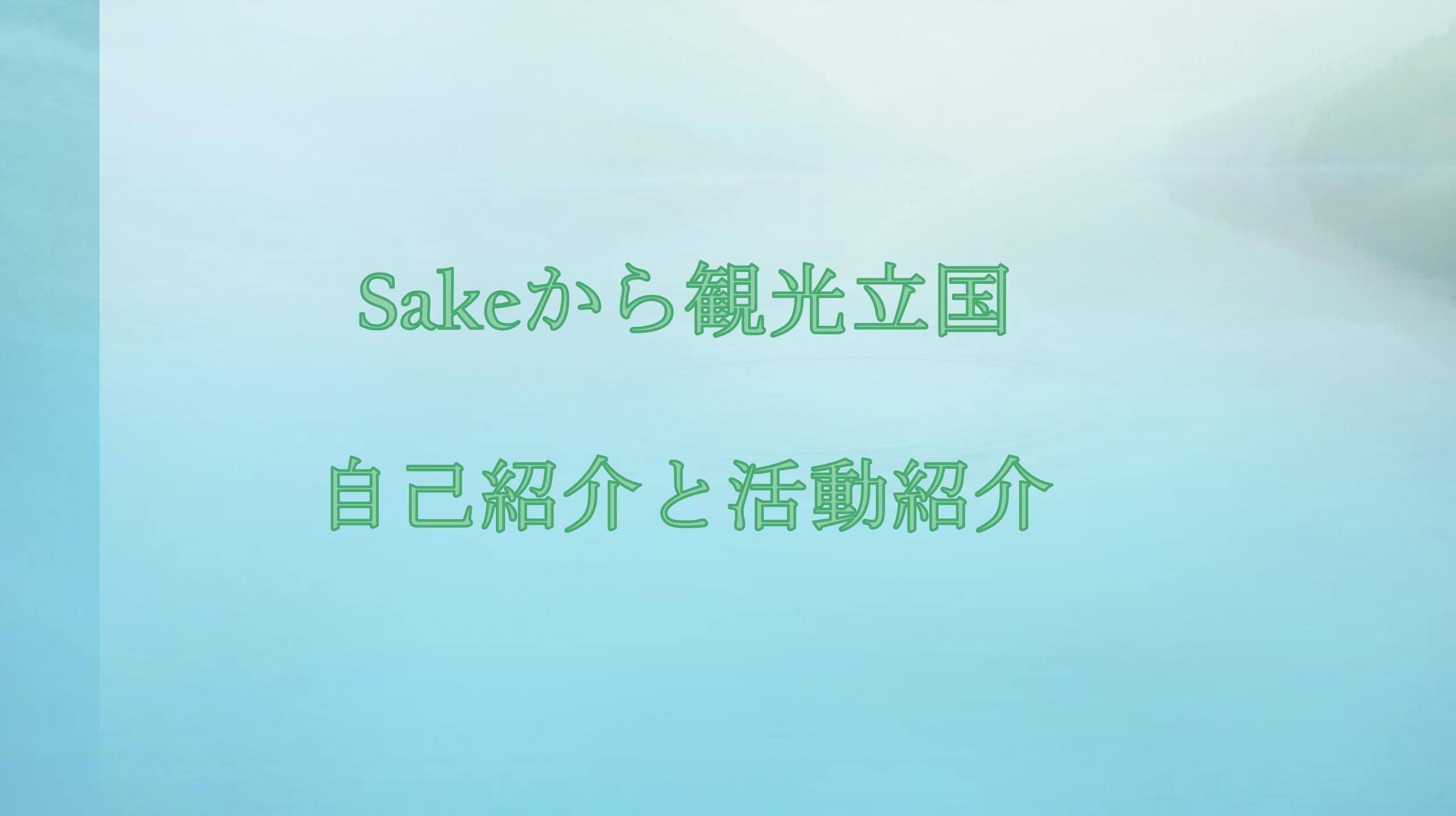




# SAKEから観光立国

～ 日本酒を世界のSAKEへ ～

昇龍道大使/酒サムライコーディネーター 平出淑恵



Sakeから観光立国

自己紹介と活動紹介



1983年民営化前のJALに新卒で入社、  
国際線CAとして勤務、



1992年に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。



ワインを学んで気がついた  
「日本酒の価値と可能性」

利き猪口の中には日本が  
つまっている！  
日本酒は日本そのもの！



→ワインのわかる人には日本酒の価値もわかる！

→ワインの世界が実現している事は  
日本酒にも出来る！

一杯のワインで得られる共感の輪を  
世界に向けて日本酒でも実現出来る！



# 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



ブランドとなる  
要素  
が  
満載

## 【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】

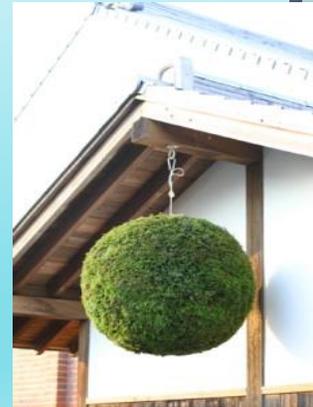
糖化とアルコール発酵を同時に行う高度な製法。

## 【伝統と習慣】

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)

## 【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。

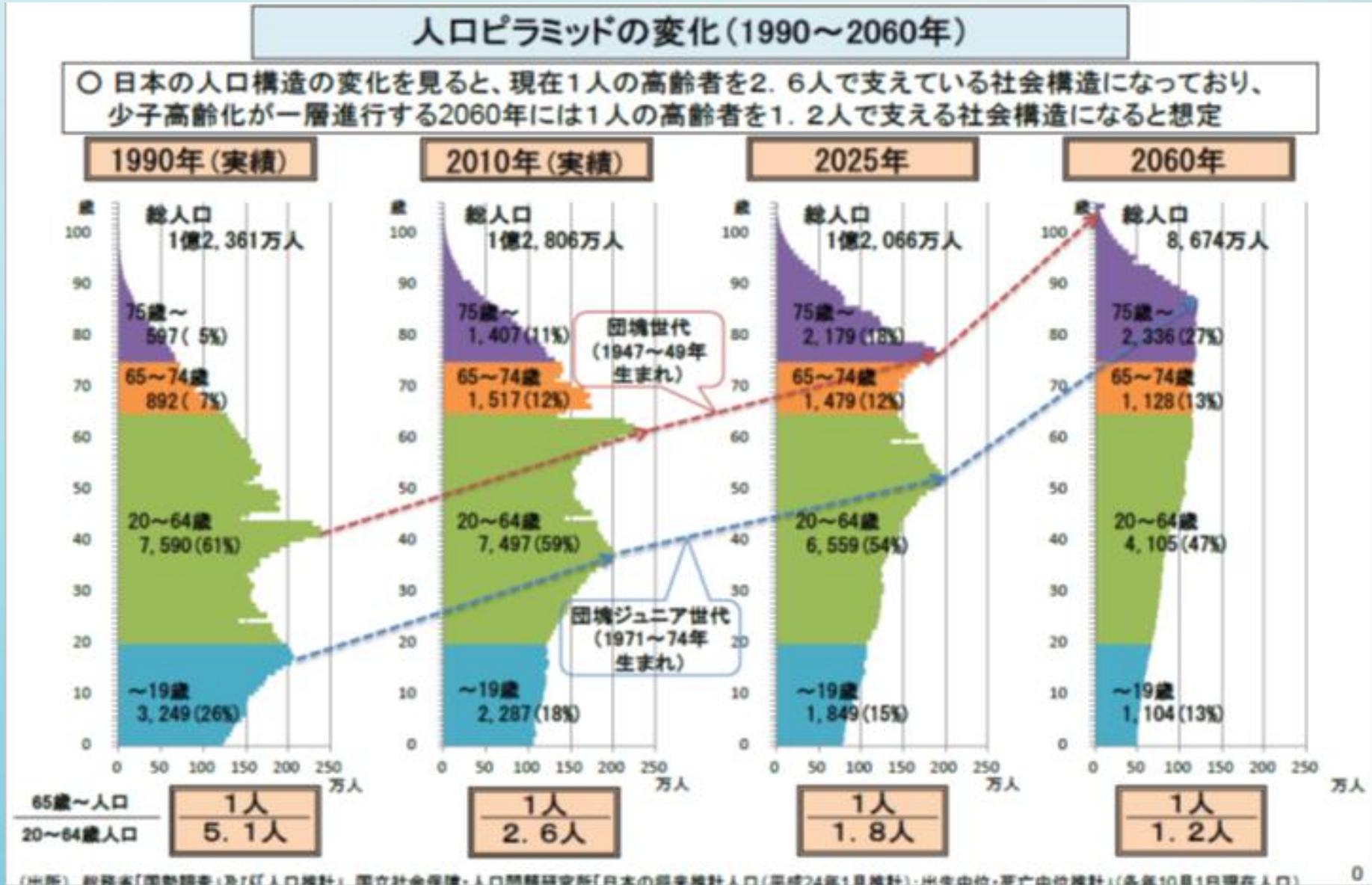


一人娘の運動会の光景に衝撃を受け  
その後のJALとJASの統合で地方を知って  
少子高齢化の  
日本の将来を憂える



日本にはもっと  
地方への観光客が必要だ！

# 飲酒人口の推移としても見てみましょう。



# 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



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

# 着地型観光の典型例として 既に世界的に広がるワインツーリズム

＜参考＞米国ナパ郡観光データ(2014年)

- 訪問客数:330万人/年
- 訪問客消費額:16億3千万ドル
- 訪問客一人当たり消費額:493.9ドル
- 一日あたり訪問客数:15,000人
- 一日あたり訪問客消費額:448万ドル
- 訪問客一人一日あたり消費額:298.6ドル
- 訪問客平均世帯年収:16万5千ドル



日本酒をワインのような  
世界酒に出来れば！



酒蔵のある地方を訪問地として世界に紹介出来る

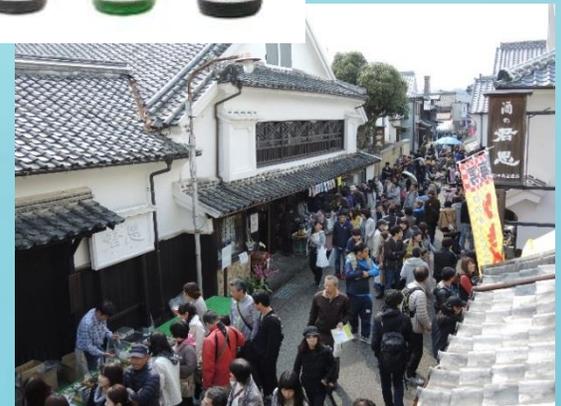
# 日本酒の蔵元は 全ての都道府県に1,300

②都道府県別外国人延べ宿泊者数(平成28年1月~12月(速報値))



## 都道府県別外国人宿泊者数 (平成28年1月~12月)

★昇龍道地域





## 日本酒の海外の普及の現状は？

日本酒輸出は全生産量の 3% 

日本酒の輸出額 約140億円(→155億円)  
一方、フランスワインの輸出額約9,900億円

(2015年度調べ)



まだまだ  
日本酒の  
国際的認知は低い



Sakeから観光立国

日本酒を世界のSAKEへ！  
実行あるのみ！

# 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。



# JALに社外活動と申請して 日本酒の国際化活動に取り組む

## 【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)

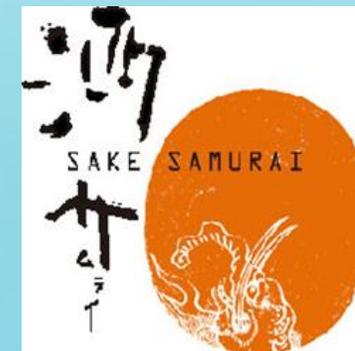
プロにより、品質を評価された銘柄を発信。

## 【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。



**WSET**  
WINE & SPIRIT  
EDUCATION TRUST



# 日本酒を世界の酒にする活動



## 【Step1】Education (教育)

- 1 世界に通じる体系的な教育プログラムの作成。
- 2 日本酒の価値を消費者に伝えるプロの育成。
- 3 日本酒教育活動の多方面からの支援。

JALがパートナーとなって日本で開講した世界70ヶ国、19言語に展開する最大規模のワイン教育機関WSETの本校にSAKEコース開設を働きかけた。



**WSET**  
WINE & SPIRIT  
EDUCATION TRUST

# 日本酒を世界の酒にする活動

## 【Step2】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。



## 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！



# 日本酒を世界の酒にする活動

## 【Step3】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。



## 2010.11月 JALを希望退職

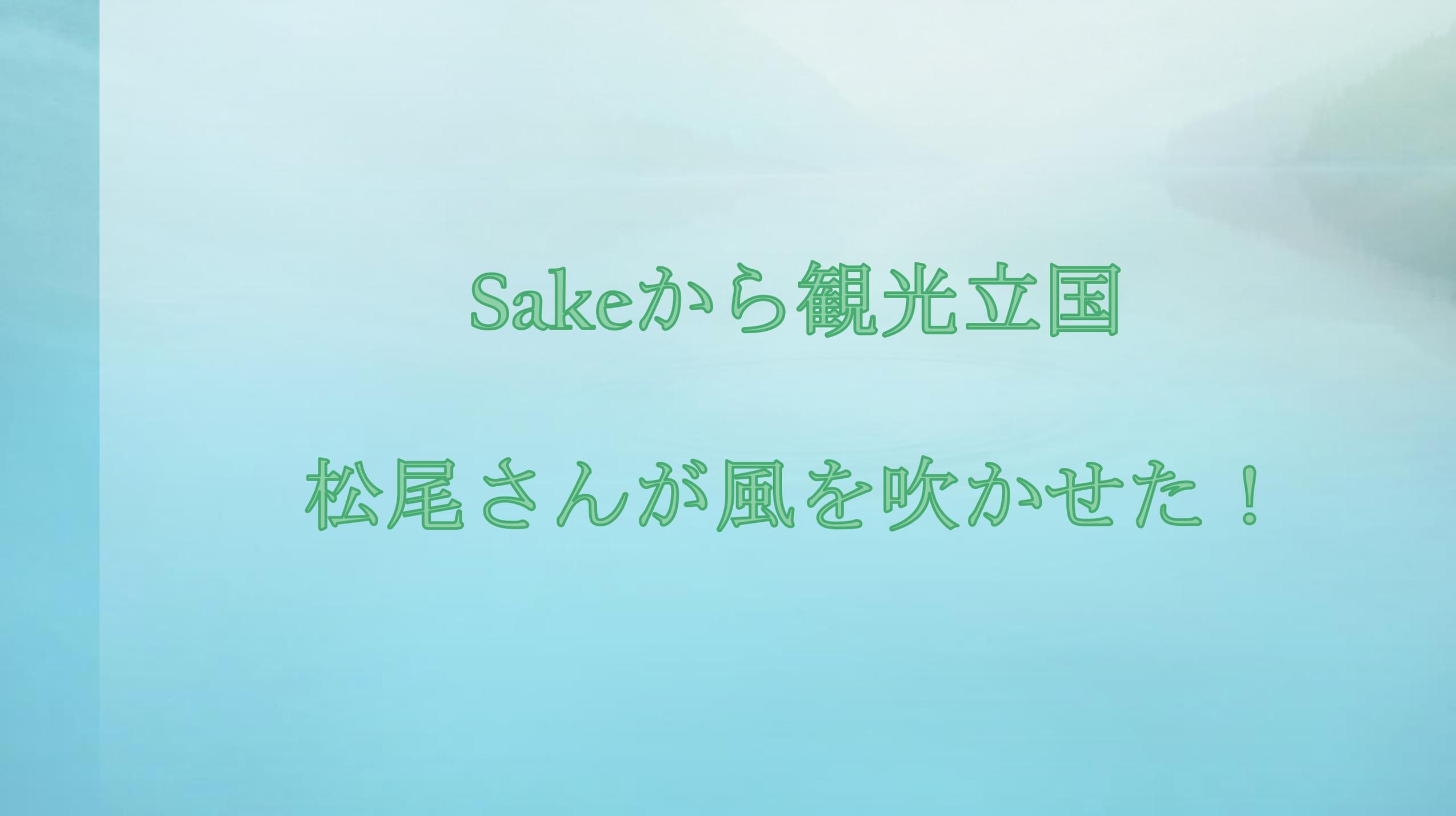


ラストフライトには多くの蔵元さんからお花を贈っていただきました。

日本酒の国際化から観光立国を目指す会社を設立。



## 2011.6月 株式会社コーポ・サチ設立



Sakeから観光立国

松尾さんが風を吹かせた！



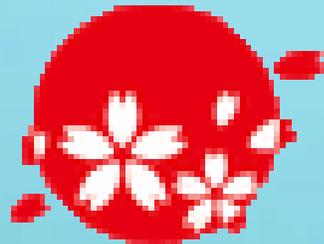
# 2012年に日本酒振興が国策に！

前政権(の古川元久国家戦略大臣)が  
日本酒振興を国策として、國酒プロジェクトスタート！



日本は、ソフトパワー強化の時代に！

安倍政権も成長戦略として  
「日本産酒類の輸出振興」継続推進を決定！  
各省庁が施策開始！



Japan. Cool Japan.





# 外務省の日本酒への取り組み

- IWC受賞酒の在外公館への発送  
(2011年度は被災地の日本酒を中心に  
17,000本発送、その後累計75,000本以上)
- 在外公館長赴任前研修にて日本酒講座開催。  
(第一回2011年1月24日⇒地方紙が20以上報道で大反響)
- 飯倉公館レセプションでの日本酒ブース設置
- 招へいの際の蔵元訪問
- 在外公館での試飲会開催
- 天皇誕生日レセプション(在外公館最重要行事)にて原則日本酒で乾杯へ。



Sakeから観光立国

日本酒の発信の受け皿、

酒蔵ツーリズムの醸成を！

観光庁に  
酒蔵ツーリズム推進協議会誕生！  
その後、  
任意団体 日本酒蔵ツーリズム推進協議会が  
誕生！



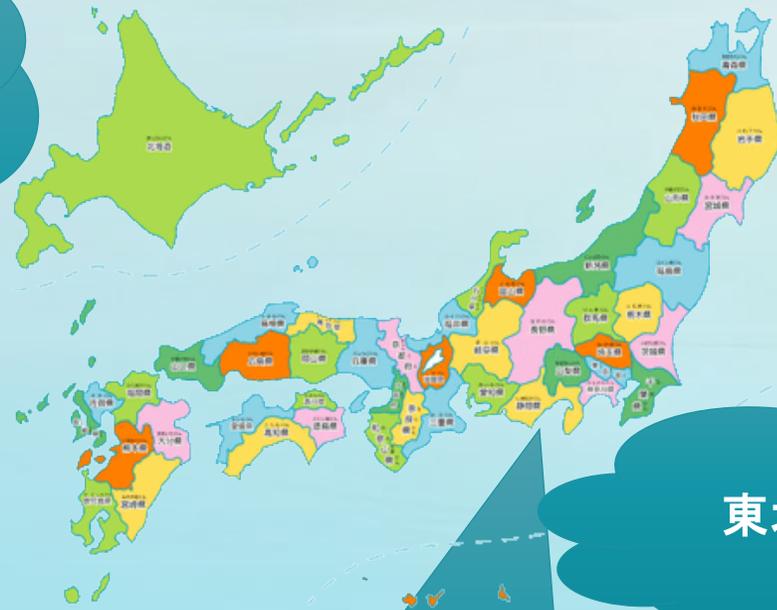
世界のワインツーリズム層を  
酒蔵ツーリズムへ呼び込みましょう！  
因みに、フランスは8,000万人の観光大国！

第一回会議2013-3-26は傍聴希望者が殺到！  
2016年、2017年  
テーマ別地方誘客観光事業に採択！



# 各地で官民の酒蔵ツーリズムの動きが...

5ヶ国語対応  
ホームページ  
「地酒と料理」  
組み合わせ紹介  
など



東北  
酒蔵街道  
プロジェクト  
(東北6県)

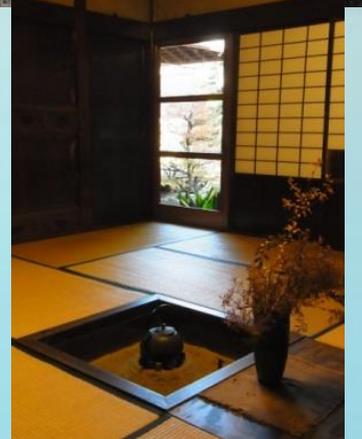
アプリ  
東北  
桜酒蔵旅ナビ

昇龍道  
日本銘酒街道  
プロジェクト  
(中部9県)



# 「SAKEから観光立国」に向けて

- ・インバウンド政策への参画  
(各地の酒蔵ツーリズムの活用)



- ・人材育成
- ・コラボでの世界発信



# 活用出来る！SAKEネットワーク！そして、JFOODO!

教育 Education

コンクール  
Competition

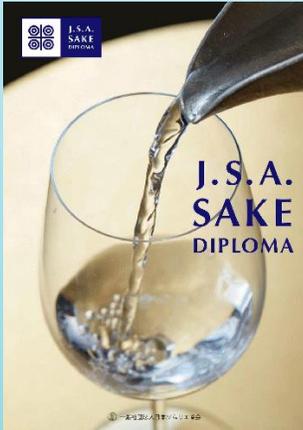
宣伝 Promotion



U.S. National  
Sake  
Appraisal



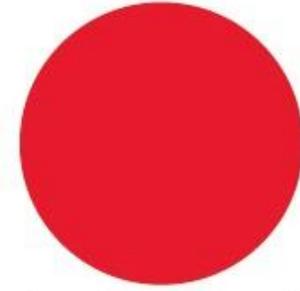
**WSET**  
WINE & SPIRIT  
EDUCATION TRUST



JFOODO 日本の食の  
プロモーションセンター



**がんばろう!**



**日本!!**

**日本を海外から応援してくれる人たちとの  
ネットワークを構築していきましょう。**

**ご清聴有難うございました。**