

## 2019 年度第 1 回スピーカーシリーズ 「英国における日本酒市場」

2019 年 6 月 25 日（火） 16:00～18:00

講師：ジェトロ・ロンドン事務所 市橋 寛久氏  
酒サムライ（日本酒造青年協議会）英国代表 吉武 理恵 氏  
Tazaki Foods Sales Manager 安東 政文 氏  
場所：クレア・ロンドン事務所 会議室

2019 年度第 1 回目のスピーカーシリーズでは、ジェトロ・ロンドン事務所の市橋氏、酒サムライ（日本酒造青年協議会）英国代表の吉武氏、Tazaki Foods 安東氏を講師に招き、英国における日本酒事情についてお聞きした。

### <ジェトロ・ロンドン事務所 市橋氏>

#### ◆英国のアルコール飲料市場

- ・ 英国のアルコール市場規模は£ 40.3bn（約 5.8 兆円）。ビールはパブ・レストラン等での提供と小売りが 50%ずつであるに対して、ワインは小売りが 80%を占め、店頭で購入し自宅で消費する流れが大きい。一方日本酒はレストラン等での提供が 80%で小売りは 20%にとどまっている。
- ・ 英国の一人当たり年間アルコール消費量は 9.7 リットル（2017 年）で、2004 年度の 11.6 リットルをピークに減少傾向。

#### ◆英国の日本酒市場

- ・ 英国への日本酒輸出は 2000 年以降、概ね年間 30 万リットル前後をキープ。英国のアルコール消費量全体減っていく中では健闘していると言える。2018 年は 29 万リットル、FOB（free on board：本船渡し）価格で 3 億 2,300 万円。英国への農林水産物輸出品目の中では第 8 位。
- ・ 日本酒はレストラン等での提供が圧倒的に多い。
- ・ 日本産の日本酒価格はワインと比較して 4 倍と割高。近年の輸出額の拡大は単価の上昇によって支えられているが、割高な日本酒を敢えて飲むための動機づけが不可欠。
- ・ シェフ等のプロフェッショナルには高く評価されているものの、消費者の認知度はまだ低く、認知度向上、需要喚起が必要。

### <酒サムライ（日本酒造青年協議会）英国代表 吉武氏>

#### ◆日本酒の現状について

- ・ 酒蔵数、日本酒製造量は年々減少傾向にあるが輸出額は増加傾向にある。

- ・ 全製造量の半分を十数社の大手メーカーが、残りの半分を約 1,400 の中小の蔵元が作っている構造となっている。
- ・ 蔵元数でいえば新潟県が最も多く、製造量では兵庫県が最多。

#### ◆酒サムライについて

- ・ 日本酒を世界に発信すべく 2005 年日本酒造青年協議会が結成。主な事業は「酒サムライ」の任命と、ロンドンで行われている世界最大のワイン審査会 International Wine Challenge (IWC)。2007 年、IWC に日本酒部門を立ち上げた。
- ・ ロンドンは、ワインの販売・情報発信のハブであるとともに伝統と革新が共存する都市であり、日本酒発信の上でも重要な都市と言える。

#### ◆日本酒 PR のキーポイント

- ・ 日本酒に対する誤解がいくつかあり、その誤解を解く PR をすることがポイント。

##### ①強い酒ではないか

→ショットグラスのような小さなおちょこで飲むため、このようなイメージを持たれる。これを払しょくするためにも、また香りを楽しんでもらうためにもワイングラスで出すと良い。

##### ②温めて飲む酒ではないか

→さまざまな温度で楽しむことができるのが日本酒の強み。ワイングラスで出すと冷やしても美味しいという印象を与えることができる。

##### ③日本食としか合わないのではないか

→ワインはタンニンや酸味がきつく、それが特定の食材とぶつかるため食事をワインに合わせるが必要になるが、日本酒は料理を選ばないのが特徴。日本食に合うのは当然であるが、それ以外でもフィッシュ&チップスやパスタ、辛すぎないものであればインド料理とも合う。またチーズやチョコレートとも相性が良い。

##### ④酒は 1 種類しかないのではないか

→スパークリング、古酒、にごり、生酒、デザート酒など様々な種類がある

##### ⑤ワインのように時間がたてばおいしくなるのではないか

→ワインとは違い、フレッシュなうちに飲んだ方が美味しい。

#### ◆日本酒の美容への展開

- ・ 日本酒は飲むだけではなく、コスメにも展開できる。この分野でも日本酒の活用が期待される。

<Tazaki Foods Sales Manager 安東 政文 氏>

#### ◆さまざまなタイプの日本酒

- ・ スパークリング日本酒はシャンパンとちがって炭酸ガスを注入する製法で、安価でアルコール度数も低いことから受け入れられやすく、イギリスで最も売れている日

本酒の1つ。

- にごり酒はミルキーで、米国で作られているものもあり、特に米国では人気がある。
- 純米原酒につけた梅酒はアルコール度数も低くすっきりしていておいしいが、価格が高止まりしてしまうのがネック。
- 古酒もあるが、日本酒の古酒はもともと作ろうとして作られたものではなく、たまたまできたもの。沖縄の古酒（コース）は泡盛であり別のカテゴリー。

#### ◆名前

- 短い名前の方が覚えてもらいやすい。

#### ◆ボトルデザイン

- イギリスのデザイナーがデザインした青色のシンプルなデザインボトルは人気で、このビジュアルだけでも売れている状況。ただし、青色は日光を通しやすいためリスクがあり、販売時は袋に入れて売っている。
- ラベルに日本酒の名前を漢字のまま入れるかどうかは賛否両論分かれるところ。漢字ではわからないという意見と、いかにも日本酒らしくてよいという意見がある。
- イスラム教徒のハラールフードのように、ユダヤ教徒が口にしてもよいとされる「コーシャ」（®マーク）認証を取得している商品もある。

