日本酒を世界のSAKEに

――SAKEから観光立国を目指して

日本人ビジネスパーソンに誇りをもって日本酒を語っていただくために。

酒サムライコーディネーター
平出淑恵

まだまだ低い世界での認知度

日本酒振興が主管の国税庁のみならず、多くの省庁が取り組む国策となったのは2012年、民主党政権の時で、その後政権交代した安倍政権でも成長戦略に入り、日本産酒類の輸出拡大に向けて各省庁が取り組んでいます。

こうした政府の後押しもあって日本酒の輸出は伸びていますが、現在でも234億円で日本酒生産量全体の約4％程度。一方、同じ醸造酒のワインはどうかというと、例えばフランスワインは生産量の半分が輸出されていて約1兆円の外貨を国にもたらしています。グローバルレベルでは多くのワイン生産国が輸出している中、日本酒の認知度は低いのが現状です。

海外ではまだ小さな日本酒のマーケットを盛り立てていくために、ぜひ海外で活躍されている日本企業の駐在員の皆さまに応援していただければと思います。

国際化し価値を上げていこう

私は民営化前のJALに短大を出て新卒でCAとして採用されました。当時の上司から「会社は半官半民だが、JALの鶴丸マークは日の丸を半分以上背負っている。その気概で乗務せよ」と教育を受けた世代です。現在、日本酒のプロモーション事業で様々なことに関わるたびにこの時の気持ちがよみがえります。「日本酒は日の丸を背負っている」ということは、海外の異文化の人たちと接している日本企業の皆さまにも共感していただけるのではないかと思います。また、日本酒がワインのような世界的なお酒になることで、ソフトパワーの大きな武器となることも容易にイメージしていただけるのではないでしょうか？

JALに入社して10年になろうとする1992年にソムリエの資格を取得して、乗務の傍ら海外の有名ワイナリーを訪問するワインツーリズムを楽しんでおりました。自分の好きなワインを生産している生産者には敬愛を抱き、ワイナリーのある場所は特別な場所となり親愛の情をもつ、ということを自分自身で実感してきました。

その後出会った日本酒は、国際線のCAとして海外からの視点とワインを学んだ私には、世界に通用するブランドになる要素の塊に見えました。日本酒の蔵は全ての都道府県にあり、家業として酒造りを継承している蔵元はほとんどが100年以上の歴史をもち、その地域に長年尽くしてきた方々です。2001年、京都の蔵で搾りたての大吟醸を飲んだ時のこと。「米と水でできている日本酒。この利き猪口（ちょこ）には日本が詰まっている、日本酒は日本そのものだ」と感じた瞬間に、日本酒を理解し、日本に親しみ、日本全国の酒処を訪問する海外の人たちを増やしていけると思いました。日本酒のほとんどは、少子高齢化で経済が縮んでいく日本国内でしか