

三重県酒造組合発表資料

令和2年度「日本産酒類ブランド化推進事業」

“三重の酒”ブランドを海外で継続的に高め、周知することを目的とした事業

1 事業概要等

取組等	内容等
事業主体	三重県酒造組合
目的	“三重の酒”の背景となる歴史、文化、農業、食、技（わざ）を整理、編集し、「美しく且つ人を魅了するブランドストーリー」を作成 ⇒“G I 三重 = 三重の酒”の価値を高め、広く販路を拡大
ターゲット	EU諸国
本事業での取組内容	①ブランドストーリーブックと映像の作成 ②G I 三重教本（テキストブック）の制作 ③ソムリエ・バイヤー等向けセミナー・商談会の実施

③ソムリエ・バイヤー等向けセミナー・商談会の実施

2021年2月8日、ベルギー・ブリュッセルにおいて、作成・制作した「ストーリーブック」と「映像」を使い、“GI三重=三重の酒”のブランドストーリーを伝え、認知度を高めることを目的とした、EU諸国のソムリエ、バイヤー、ジャーナリスト等酒類関係者向けの日本酒セミナー・試飲会・商談会を、オンラインで開催。

【実施概要】

・日本酒セミナー

現地バイヤー等52名が参加。フランス語と英語による“三重の酒”日本酒セミナーを、フランス人ジャーナリスト、シジル・マルド氏 (Cyrille Mald)氏を講師として、それぞれ1回開催。

・インターネット商談会

1回の商談会時間30分を7回実施（三重県からの商談会参加蔵5社）

また、商談会開催時間中に試飲会を実施。

⇒計35件の商談を実施し、参加した5蔵全て商談成約見込み（合計15件）



日本酒セミナー



試飲会



インターネット商談会

商談会アンケート集計結果

◆ 参加国

フランス・ベルギー・オランダ

◆ 参加者の職業（全参加者52名）

ソムリエ14名、インポーター14名、小売酒販業者10名、ジャーナリスト5名、レストラン、バー経営者6名、
酒類コンサルタント2名　ホテル専門学校教員1名

◆ ペアリングについて

酒の銘柄により変わる。蒸したスズキにグリーンピースやホワイトアスパラなどの付け合せに合う。酒だけで味わいたい。
海老や蟹より蒸した鶏料理に合う。　焼いた白身魚に合う。　オニオン系のコンソメに合う。　フォアグラ、チーズ、
青かびチーズ、テリーヌに合う。　生ハムに合う。　シャーベットにしてデザートにも合いそう。

◆ どこで日本酒を飲んだことがあるか。（27名の回答）

日本料理店（ほとんどの人）、フランス料理店（5名）、自宅（13名）

◆ その他

酒蔵とじっくり話ができて良かった。　日本酒を初めて飲んだ人は6名いた。

極めて興味深いアルコール飲料である。

問題なくヨーロッパで受け入れられると思う。

フランス人講師によるセミナーのおかげで、これまでの日本酒の概念が変わった。

3 今後の展望

三重の食材を活用したメニューとともに、国内外のレストランを会場にして、海外のソムリエやバイヤー、メディアに向け積極的に情報発信して“三重の酒”の販路拡大につなげる。また、インバウンドを見据えた酒蔵ツーリズムの実施を検討。



三重県のテーブルに クローズアップ！

「三重の酒」には、食材と感動的なマリアージュを実現させるポテンシャルがあります。2020年6月、地理的表示(GI)が指定されたことで、三重県産の日本酒は、気候や土壌において優れている、いわゆるテロワールとして認められました。

そんな「三重の酒」と、同じDNAを持つ三重県産の食材を使った料理との相性は、やはり抜群なのです。