

令和4年度 海外の日本産酒類専門家の招聘

海外での日本産酒類の継続的な情報発信や付加価値向上を目的として、海外の酒類市場で影響力や情報発信力のある海外の酒類専門家を招聘し、酒蔵の視察等を通じて机上では学べない日本産酒類の特徴等のレクチャーを実施しました。また、視察地域の自治体や酒造組合等と連携して、専門家との人脈構築等を目的とした意見交換会を実施しました。

日本酒

- 日時：令和4年5月30日～6月3日
- 招聘者：WSETの日本酒コースにおけるテキスト編纂や講義に携わる者。
(英国、米国、ドバイなど計7名が参加)
- 訪問地：山口県（萩）、兵庫県（灘五郷）、山梨県、長野県
 - ・GI指定地域の日本酒製造場9蔵を訪問し、製造工程等を視察した他、「酒蔵ツーリズム」をテーマに酒米の生産から酒造気候、風土等を体験し、GI地域における酒造りについて稲作やジオパーク等の専門家によるレクチャーを実施。
 - ・蔵元との交流会において、日本酒のプロモーションなどについて意見交換を実施。
(山口県酒造組合、灘五郷酒造組合、山梨県酒造組合、JETRO山梨、長野県酒造組合等が主催)



(日本酒製造場視察の様子)



(ジオパーク 講義の様子)

焼酎・泡盛

- 日時：令和4年6月6日～6月9日
- 招聘者：WSETの蒸留酒コースを修了し、海外の酒類流通業に携わる者。
(英国、カナダ、シンガポールなど計6名が参加)
- 訪問地：沖縄県、宮崎県、鹿児島県
 - ・統一的な麴を基礎とした蒸留酒の特徴を伝えるため、原料ごとに特徴的な製造工程を行う沖縄県の泡盛製造場3蔵、九州地方の焼酎製造場4蔵を訪問し視察。
 - ・各地域の気候風土に適した様々な原料で製造される本格焼酎・泡盛の製造に精通した専門家による講義を実施。
 - ・蔵元との交流会において、焼酎・泡盛のプロモーション方法などについて意見交換。
(沖縄県酒造組合、鹿児島県庁が主催)



(製造場視察の様子)



(泡盛 講義の様子)

令和4年度 海外の料理教室を活用したレシピ開発等事業

海外の料理教室と連携して、現地の飲食の嗜好の調査結果を踏まえ、日本産酒類（日本酒、本格焼酎、泡盛）に合う現地の料理のアレンジレシピを開発し、料理教室でレッスンを実施することによって、日本産酒類の正しい知識や現地の料理とのペアリングの魅力について啓発を行った。

また、海外の一般消費者に対する日本産酒類の理解を深めるため、SNSやインフルエンサーの活用等を通じた効果的な情報発信を行った。

<レッスン実施>

実施都市	レッスン開催地	開催時期	受講者	アレンジレシピ
上海	ABC Cooking Studio上海 新天地スタジオ	令和4年10月	40名	鮭とあさりのシチュー わさび海老マヨ つくねの甘酢あんかけ
香港	ABC Cooking Studio香港 Cityplazaスタジオ	令和5年1月	40名	魚介の中華蒸し アクアパッツア トンポーロー



<ABC Cooking StudioによるSNS発信>

SNS閲覧数等	動画再生回数
30.5万件	5.1万回

<インフルエンサーによるSNS発信>

SNS閲覧数等	エンゲージメント数
5.2万件	3.6千件



※エンゲージメント数とはSNS投稿に対してユーザーの積極的な参加や関心を示した反応について集計した数をいう



令和4年度 ジャパン・ハウス ロサンゼルスを活用した日本酒の情報発信

- 日本文化の総合発信拠点であるジャパン・ハウス ロサンゼルスにおいて、日本酒を気軽に、かつ、多品種飲むことが出来る「角打ち文化」を中核としたイベントを開催。
- ①現地インフルエンサーを通じて日本酒知識を発信しつつ、②一般消費者には角打ち文化を体験してもらい、日本酒の認知度向上を図った。

現地のインフルエンサーを通じた情報発信



(セミナーの様様)

- ・ **2023年2月8日**
(現地のインフルエンサーやバイヤー向け)
- ・ 日本酒の基礎知識(純米、吟醸の種類、熱燗、冷酒等の飲み方、楽しみ方など)をテーマにセミナーを開催し、日本酒に対する理解を深めてもらった。
- ・ 世界的に活躍している著名人から、日本酒の味わいの深さ、素晴らしさ、奥深さを訴えた。
- ・ 日本酒の試飲と非日系食の食事とのペアリングを提供。
- ・ 上記内容を踏まえた上で、現地のインフルエンサー10名から発信が行われた。

一般消費者向け角打ちイベント



(イベントの様様)



(上: イベントの様様、下: 近隣店舗等の紹介)

- ・ **2023年2月25日～3月3日**
(現地の一般消費者向け)
- ・ 日本酒の試飲と非日系食の食事とのペアリングを提供。
- ・ 延べ1,575人が来場。来場者から、「今回のイベントで日本酒はモダンでオシャレな感じになることがわかった」などの好意的な意見が多かった。
- ・ このイベントが一過性に終わることのないように、試飲した日本酒が購入できる近隣の店舗やオンラインサイトの情報も併せて発信。
結果、新規取り扱いで仕入れたものが全て売り切れたり、平常月と比べて販売本数が数倍となる商品もあった。