

令和5年度 海外の日本産酒類専門家招聘

目的

海外の酒類専門家を招聘し、日本産酒類の強みや弱み、評価軸など、外国人が価値を見出すポイントを招聘地域内の酒類製造者へ指導してもらうとともに、指導内容を広く日本産酒類の製造者へ提供することにより、日本産酒類の更なる輸出拡大を図る。

日本酒

- 日時 : 令和6年1月22日～1月26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、中国から計3名が参加)
- 訪問地 : 兵庫県(灘五郷)、福岡県
- 事業内容 :
 - ・ G I 指定地域を含む日本酒製造場等9者を訪問し、もろみ造り等の製造工程の特徴やその酒蔵が立地する気候風土を調査した他、酒造りに必要な水や原料に関わる当該地域の有識者からヒアリングを実施。
 - ・ 上記調査・ヒアリング内容を基に、日本酒を海外(特に英国・米国・中国)に展開するための知見を共有するセミナーを実施。



(日本酒製造場視察の様子)



(セミナーの様子)

焼酎・泡盛

- 日時 : 令和6年2月5日～2月9日
- 招聘者 : WSETの蒸留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、フランスから計3名が参加)
- 訪問地 : 沖縄県、鹿児島県
- 事業内容 :
 - ・ 沖縄県の泡盛製造場等4者、鹿児島県の焼酎製造場4者を訪問し、蒸留施設や貯蔵施設、製造工程等を調査した他、当該地域の有識者から、焼酎・泡盛の原料、香り成分等に関するヒアリングを実施。
 - ・ 上記調査・ヒアリング内容を基に、焼酎・泡盛を海外(特に英国・米国・フランス)に展開するための知見を共有するセミナーを実施。



(焼酎製造場視察の様子)



(セミナーの様子)

令和5年度 海外の料理教室等の商流を活用した日本産酒類のPR

幅広い料理と日本酒等のペアリングの普及・啓発を目的に、海外の料理学校の受講生やOB(シェフ・ソムリエ)等を対象にセミナーを開催。

ハンガリー

- 日 時：令和5年11月13日
- 実施都市：ブダペスト
- 会場：Culinary Institute of Europe
- 講師：ユハース・アンナマリア 等
- セミナー内容：日本酒はフレンチや欧州フュージョン料理など幅広く料理とのペアリング親和性があることを説明。
日本酒の味わい、香り、温度による変化、精米歩合による違いなどを踏まえ、ペアリングが難しいとされる食材（ソーセージ等）との組み合わせの可能性を訴求した。



オーストラリア

- 日時：令和6年3月5日
- 実施都市：シドニー
- 会場：シドニー日本文化センター
- 講師：シモーヌ・メイナード 等
- セミナー内容：生酛、山廃、速醸といった醸造方法の特徴や伝統的酒造りの観点から日本酒を説明。
料理との相性について、シェフや消費者が理解しやすい言葉を用いるなど、活用を見据えた説明を実施。



令和5年度 米国・テキサス州における日本酒プロモーション

- 日本酒やペアリングに関する認知度・理解の向上を目的としたセミナーをオースティンで実施。
- 現地系レストラン(非日本食)に日本酒を普及させる観点から、ダラスのレストランウィークに参画。

セミナー



(セミナーの様子)

開催日: 2024年3月25日

(オースティンのレストラン・バー関係者等向け)

- ・ 日本酒の基礎知識(製造方法など)に加え、飲食店における消費者への日本酒の効果的な勧め方や、選びやすいメニュー作り、日本酒とのペアリングの楽しみ方などをテーマにセミナーを開催。日本酒に対する参加者の理解を深めるとともに、日本酒の紹介銘柄とお勧めのペアリングフードに関するトークセッションを実施。
- ・ 日本酒の試飲と非日本食とのペアリングを提供。
- ・ 参加者50名。アンケート回答を受け、参加者の日本酒に関する知識取得意欲や取扱い意向に関する態度変容を促すことができたことを確認。

レストランウィーク



(レストランウィークの様子)



(インフルエンサー来店の様子)

実施期間: 2024年3月20日～3月24日

(ダラスの一般消費者向け)

- ・ 非日本食を中心としたレストラン7店舗にて、ペアリングフードを注文した消費者に日本酒の飲み比べセットを提供。高級メキシカン、ステーキハウス、米国南部料理、アジアンフュージョンなど、多ジャンルのレストランが参画。
- ・ 計19名の現地インフルエンサーも来店し、各自のプラットフォームにてレストランウィークに関する投稿と拡散が行われた。
- ・ 地元の主要メディアDallas Observerと連携し、バナー広告やSNS投稿を通じて情報拡散を行った。
- ・ レストランウィーク参加店舗のスタッフに対し、事前トレーニングやセミナーを実施することで、店舗側の知識や関心を深め、キャンペーンに対する積極的な参加を得た。