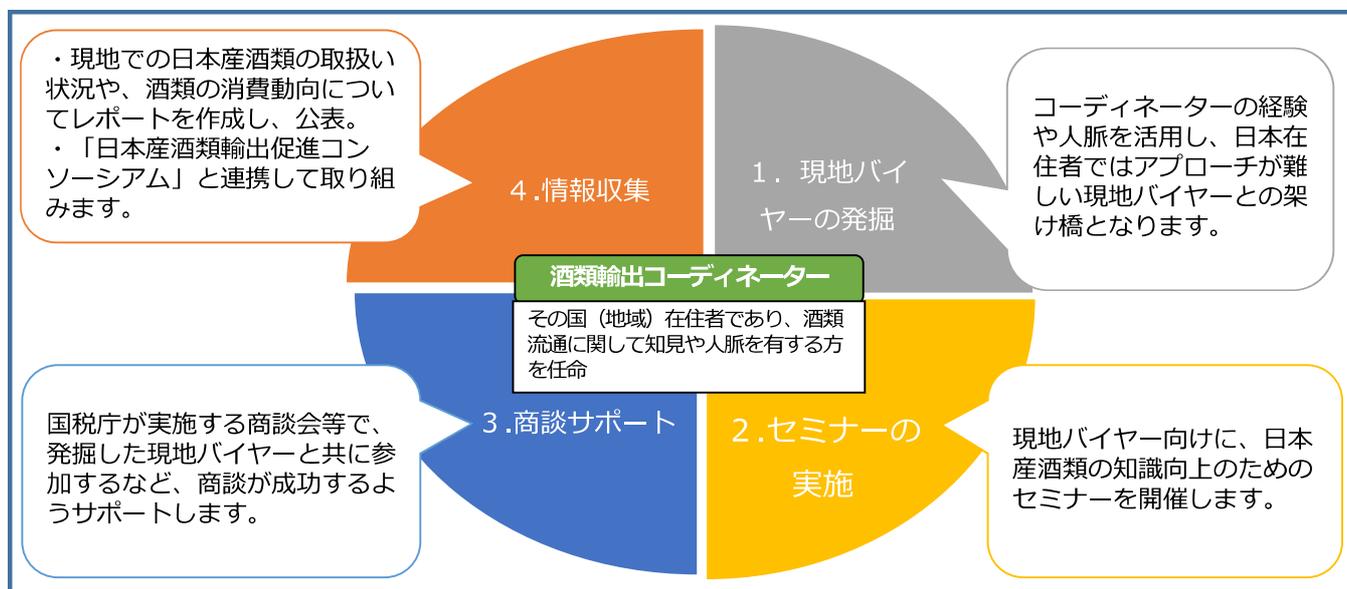


販路開拓支援事業 酒類輸出コーディネーターの設置

国税庁では、日本産酒類の輸出促進を専属的にサポートする「酒類輸出コーディネーター」を海外10地域に設置し、現地バイヤーの発掘や市場状況等の情報収集を行っています。

酒類輸出コーディネーター設置国

- 【北 米】米国（ニューヨーク1名、ロサンゼルス1名）
- 【アジア】中国（北京1名、上海1名）、香港1名、台湾1名、シンガポール1名
- 【欧 州】英国1名、EU（ドイツ1名、フランス1名）



46 国際的プロモーション事業 ジャパン・ハウス ロンドンを活用したプロモーション

コロナ後に日本に旅行した際に酒蔵へ訪れてもらうきっかけとするため、日本の四季をテーマとした酒蔵ツーリズムの紹介及びセミナーを実施する。

日 程

令和4年3月18日（金）18:30～20:00
 3月19日（土）13:00～14:00, 15:00～16:00, 17:00～18:00, 18:30～20:00
 3月20日（日）13:00～14:00, 15:00～16:00, 16:30～18:00

※新型コロナウイルス感染症対策のため1日最大4枠実施し、1枠につき参加者を最大50人に制限する。

対 象 者

日本酒や訪日に興味・関心がある英国在住の一般消費者

実施内容

① 四季折々の酒蔵ツーリズムの紹介

・酒蔵ツーリズム団体の協力を得て、春、夏、秋のテーマに沿った酒蔵ツーリズム紹介ブースを設置し、酒蔵ツーリズムの映像を放映及びその時期にちなんだ日本酒（にがり酒、ひやおろしなど）を提供。

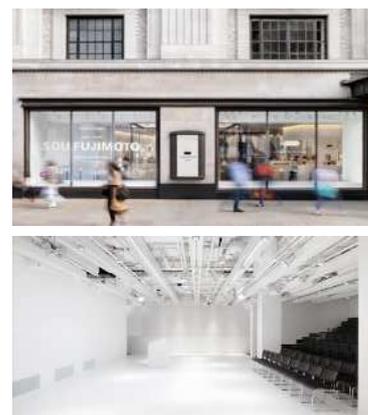
※酒蔵ツーリズム団体の選定は令和2年度酒蔵ツーリズム推進事業に参画した団体を中心に公募を行う。

・ジャパン・ハウスロンドンのJNTO（日本政府観光局）と連携し、見学等ができる酒蔵・周辺観光地のガイドブックの配架及び全国の酒蔵ツーリズム紹介映像を放映。

② 酒蔵見学の体験セミナー

・冬の酒蔵をテーマとして、酒蔵ツーリズム団体に属する酒蔵の協力を得て、ジャパン・ハウスと酒蔵をオンラインで繋ぎ、酒造りの環境や設備等の紹介や意見交換を行う。

・当該酒蔵で製造した新酒（製造後直ちに直送したもの）の試飲を用意し、酒蔵でしか飲めない新鮮な日本酒を味わってもらうことにより、酒蔵ならではの魅力を伝える。



出展：ジャパン・ハウスロンドンHP

国際的プロモーション事業 東京オリンピック・パラリンピックにおける酒類のプロモーション

東京オリンピック・パラリンピックに併せ、東京都が設置する「東京都メディアセンター（TMC）」（有楽町駅前）において、海外メディア等に対して日本産酒類のプロモーションを実施。当該メディア等の情報発信により、海外における日本産酒類の認知度向上を図る。

- ◆ 東京都メディアセンター全来場者数：754名
- ◆ 国税庁ブース来場者数：330名（うち、海外メディア205名）
※海外メディア以外は、オリンピック関係者や国内メディアなど
- ◆ 海外メディアへ酒類配布 299本
- ◆ 日本産酒類のオンラインレクチャー全視聴者数：236名
- ◆ 海外メディアの個別取材
 - ・フェニックステレビ（鳳凰衛視）：中国・香港を拠点とする民間の衛星テレビ局
 - ・ナフコネット：主にYouTubeで現地アフリカ人向けに日本文化を情報発信



都知事視察
(小池東京都知事来訪)



国税庁ブース
(来場者に日本産酒類をPR)



フェニックステレビ局の
取材対応



オンラインレクチャー
(各酒類の製造工程、歴史、楽しみ方等について専門講師が説明)

国際的プロモーション事業 「2021日台之心音樂會市集」日本酒プロモーション

令和3年12月25日に台湾・台北101水舞廣場で開催された「日台之心聖誕音樂會市集」※において、国税庁はプロモーションブース「日本酒情報館」を出展。

東日本大震災からの復興もテーマであった東京オリンピック・パラリンピックで実施した訪日外国人向けの日本産酒類PRブースと同内容の展示を行い、日本酒の認知度を向上のためのプロモーションを実施。また、プロモーションブースでは、日本酒酒造組合中央会の協力を得て、東京オリンピック・パラリンピックでも提供していた小容量の日本酒の提供を実施。

イベント全体の入場者は約8,500名、うち国税庁ブースには約1,900名が来場。

※ 東日本大震災からの復興10周年の節目にあたって、台湾から多額の義捐金の支援を受けていたことへの感謝の気持ちを表すため「日本の食・酒」をテーマとした一般向けイベントとして、日本台湾交流協会が開催したものである。

プロモーションブース

イベント当日は、小雨が降るなど天候には恵まれなかったが、日本酒情報館には行列が途切れることなく多くの方が来場。



日本酒の提供

アンケートの協力者約1,700名に、東京オリンピック・パラリンピック終了後、東京都赤煉瓦酒造工場（旧醸造試験所第一工場）で保管していた、東京都酒造組合の統一銘柄である「東京酒造」（小容量の小瓶）と木杓を提供。

