

春に創る

レストラン ラ フィネス  
HATAKE AOYAMA

ホテルスイーツ最前線







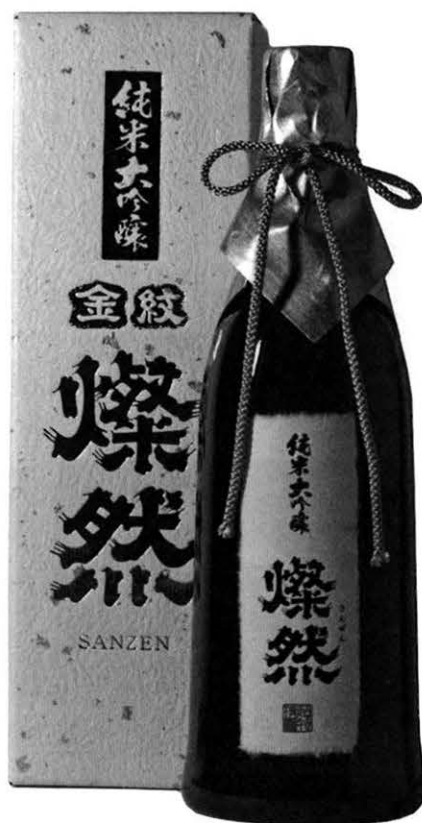
友田晶子の  
気になる

# 日本酒

現地の食と合わせるなど、  
きめ細やかな対応が輸出増加のポイント  
岡山・燦然

燦然 純米大吟醸原酒  
720ml、3000円(税別)

菊池酒造  
Tel.086-522-5145



日本酒の輸出量増加が止まらない。  
もちろんうれしいことだ。財務省  
貿易統計によると2015年の輸出  
金額は140億円で、14年の115  
億円を上回り、6年連続で過去最高  
を記録したとか。なかでも、中国へ  
の輸出金額は11億7200万円で、  
11年の5倍以上に増加している。

また、国が地域ブランドの保護を  
おこなう「地理的表示の保護制度  
(GI)」が『日本酒』を12年に地  
域指定したことで、これが輸出量に  
反映しはじめている。「日本」とい  
う国単位での認定とは、また、なん  
とも広い範囲で...と思うけれども、  
外国産のとくにまがい物や劣悪な商  
品との区別は、ひとまずつくだろう。

私も日本酒輸出の増加とともに、  
中国をはじめとしたアジアやロシア、  
ヨーロッパに出向いたり、現地の国  
際きき酒師やレストランオーナーを  
お呼びしてセミナーや蔵元見学ツア  
ーを行うことが本当に増えてきた。

中国で「清酒控(チンジウコン)」  
と呼ばれる日本酒オタクの人たちと  
会うことも多い。よく聞かれるのは、  
「獺祭」「十四代」「黒龍」に続く次  
のトレンドを担う銘柄はどれだ?と  
いうこと。そんなのわかったら苦労  
はないと蔵元さんたちに怒られそう  
だが、海外での飲まれ方をみている  
と人気が出そうな銘柄が見えなくも  
ない。

たとえば岡山の「燦然」(菊池酒

造)。2013年と2015年を比  
較すると輸出量は14倍近い伸びとい  
う。とくに15年の輸出国内訳は中  
国・香港が半分近いし、次年度はさ  
らに伸びる見込みとのこと。

その理由は、岡山の穏やかな気候  
風土で育てられたきめ細やかな舌触  
りを持つ高品質な酒であることはも  
とより、造り手と輸出元が協力し何  
回も現地を訪れ、味わい同様に細  
やかな商品PR活動を行っているこ  
とにある。世界中の人が知れたがっ  
ている、日本酒と料理(和食に限ら  
ず地元の料理)とのペアリングにつ  
いてもわかりやすい説明をし、イベ  
ント開催に力を入れる。

今までの日本酒人気は、日本にお  
いて既にブランド価値の高い銘柄が、

スライド式に海外で支持されること  
が多かった。それは、外国人にとつ  
て何がよい酒なのかの指標がなかっ  
たからだ。もちろんこの先も日本で  
人気のプレミアムブランドは世界で  
飛躍するだろうが、オタクにとつて  
は「自分が見つけた新銘柄」が欲し  
いわけだし、オタクでなくとも高価  
な和食より地元の料理と合わせるこ  
とができる日本酒のほうがぐっと購  
入度が上がるはずだ。

古い日本酒流通の仕組みから抜け  
出し、自ら瓶をかかえて現地に赴き、  
現地の食と合わせ、自らの言葉で酒  
の魅力を伝える蔵元の酒が、これか  
らの新トレンドとなっていくのだら  
う。