

盛り上がるフランスの日本酒市場！ワインから学べ！！

和食は、2013年ユネスコ無形文化遺産登録などを受け、世界的ブームとなっており、それに伴い日本酒の海外市場も拡大しています。フランスでも、近年日本酒人気は著しく、日本からフランスへの清酒輸出量は2017年には約266,000リットルと、5年前の約2.3倍に伸びています。和食店での提供だけでなく、高級フレンチレストランやフュージョン系レストラン、ワイン系の卸業者が取扱いを始めるといった例が増えています。こうした機会を捉え、ジェットロ京都では、伏見酒造組合の協力のもと、伏見の酒造メーカー6社の「Salon Du Sake(サロン・ド・サケ)」出展をサポートし、フランスでのPRを行いました。一般消費者だけでなく酒類の卸売業者やレストラン関係者、ソムリエなどが来場し、試飲を通じて商談を行いました。

飲み方や料理とのペアリングの「提案」が重要

試飲では、フレッシュなものや熟成したもの、発泡酒など様々なタイプの日本酒が提供され、好評を得るとともに好みの味を求める姿が見られました。他方、日本酒は日常的な消費にまで馴染んでいないのが現状です。日本からの輸出コストや流通経費を加えると高額になり、普通の食事で飲むワイン価格と比べると、高額なイメージがあるといったコメントが多く聞かれます。

さらに市場を拡大していくには、客の予算感や料理のメニューに合わせ、レストラン側で適切な「提案」をすることが重要な役割を担っています。日本酒は、和食以外に特定の料理から連想されにくい、また風味がイメージしにくいいため、まずはソムリエやウェイターなどのレストラン関係者や卸業者に適切な日本酒の知識を理解してもらうことが重要。日本酒の味に加え、日本酒の選び方や提供の仕方、料理とのペアリングなどの「提案」によって、一般消費者には日本酒がより身近な選択肢となるのではと考えています。実際に、月桂冠(株)のブースでは、生牡蠣と日本酒とのペアリングを行い、注目を集めました。



来場者の人気投票で月の桂の純米大吟醸「柳」がグランプリ！

ワインツーリズムに倣い、伏見ファンを育てる

来場したソムリエの方からは、「ワインには、テロワール(ワイン製造を取り巻く場所、気候、土壌などすべての自然環境)の概念があって、日本酒造りもそれに通じるところがある」といったコメントがありました。

世界に目を向けると、「ワインと言えばボルドー」など、産地と結びついた酒類のブランディングがなされています。こうした地域では、インバウンド客へ向けた「ワインツーリズム」にメーカーや観光関係者、行政などが一体で取り組んでおり、ワイナリーの見学や試飲ツアー、産地の人々との交流を通じて理解を深め、ファンを育てるという取り組みがなされています。

伏見は、日本有数の日本酒産地である一方、外国人観光客にとって「伏見の日本酒」の認知度や、伏見の街への誘客は十分とは言えないのが現状です。Salon Du Sake 出展後は、伏見酒造メーカー関係者とワインツーリズムの先進地ボルドーを視察しました。伏見における「日本酒ツーリズム」の振興によって、外国の方々にも日本酒を身近に楽しんでもらえる環境づくりができれば、海外での日本酒の市場拡大に貢献できると考えています。

【問合せ先】
日本貿易振興機構(JETRO)
京都貿易情報センター

JETRO

所在地 / 〒600-8813 京都市下京区中堂寺南町134
京都リサーチパーク2号館2階

T E L / 075-325-5703 FAX / 075-325-5706

E-mail / KYO@jetro.go.jp

U R L / <http://www.jetro.go.jp/indexj.html>