

近江の地酒もてなし普及促進協議会 結果概要

開催日時、場所

令和6年2月6日(火)10時30分～12時00分
滋賀県防災危機管理センター 会議室1

参加委員

別紙出席名簿の通り

次第

<開会>

喜多会長挨拶

能登と滋賀県酒造組合は非常に関係が深い。能登には杜氏組合がある。滋賀県では、昔、エスサーフ様の社長が能登出身で、大津市に北国屋という会社で、能登ご出身の方を各蔵元へ派遣される仕事をされていた。そのつながりで滋賀には能登出身の杜氏が多くいらっしゃる。昭和30年代、滋賀県には60社ほど蔵元があったが、大半に能登出身の杜氏が働かれていた。現在は能登の方は減っているが、喜多酒造でも能登出身の従業員のお母さまが被災され避難所にいらっしゃる。能登にも蔵元がたくさんあり、ひどい状況で、電気も水もなく酒造りができない、余ったお米を近くの蔵で酒を造るという対応をされている。見舞金を集めてお送りしているところ。我々も平素から危機管理をしていなくはいけない。

おもてなし推進店制度について。これまでは啓蒙であったが、これからは行動を通じて来訪者の方に対して御理解いただけるようになってくる。各所属の団体で協力いただくとともに、本日の意見交換では様々なアイデアを出してほしい。

<議題>

議題(1) 各団体の令和6年度新たに取り組む注目トピックス

・滋賀県小売酒販組合連合会

毎年2月22日(忍者の日)に市の職員等でPRをしている。今年は、2月23日に飲食店を貸し切り、各地区のお酒を楽しんでいただくというイベントを実施する。甲賀市と湖南市の支援のもと「酒裏剣忍者 大阪編」という企画を実施する。

「春の東海道酒蔵めぐり」については、何年か前から実施しているが、今年は3月30日、31日に実施する。これまでは4蔵の蔵めぐりであったが、今年は2蔵を追加して6蔵の蔵めぐりを実施予定。蔵の見学や試飲ができるツアー。

・滋賀県工業技術総合センター

当センターでは、県内の事業者の工業関連の技術支援を行っている。醸造関係では、醸造試験を酒蔵に伝え、製造に活かしていただいている。具体的には酵母の培養をお持ち帰りいただいたり、日本酒の香りや味の成分の分析を行ったりしている。

来年度は、工業技術総合センターが保有している酵母菌を用いて、蔵元と協力し、アジア地域のインバウンド向けに好まれる味の開発を行う計画。(3年間事業)

来県者は台湾、中国、韓国で7割を占める。地域ごとに好まれる味の調査を行い、開発する予定。開発理由は、「自国でお酒を飲み続けるようになったのは、訪日したい際に飲んだことがきっかけになっている」という調査結果があったため。来日する外国人へ近江の地酒をおすすめし、輸出促進につなげていきたい。

開発時の試験では、日本人だけではなく、現地の方や大学の先生などの協力も得て実施する予定。

議題(2) 近江の地酒おもてなし推進店制度の活性化に向けた意見交換

【事務局から制度開始後の進捗について説明】

別紙資料に基づき説明。

【各団体からの意見】

◆幡委員

昨日2月5日の毎日新聞でこの制度について紹介させていただいた。登録されているお店を見ると、蔵元や居酒屋、カフェなど幅広く登録されていてたくさんの方に見ていただきたいし、東京、大阪、京都など県外のお店も登録してくださっていてうれしく思った。

◆藤田委員

直接増やすということにはつながらないかもしれないが、滋賀の蔵元は能登杜氏との関係が深いこともあり、近江の地酒の歴史なども伝えつつ、能登への支援などを合わせると、お酒に興味がない人についても来てもらえるのではないかな。

◆宮本委員

登録店になるには何か基準があるのか。

(事務局)

実施要領「第3登録基準」のとおり、継続して近江の地酒を取り扱っている事業者であれば申請いただけるため、高いハードルは設定していない。

告知はしているのか。

(事務局)

マスコミへのリリース、協議会委員、エスサーフ様等をお願いして、小売店、飲食店等に告知いただいている。

肌感覚として、64というのはまだまだ伸びしろがあると思う。自身の所属の滋賀銀行も協力させていただく。

◆松浦委員

登録してもらうためには、たくさんお客様が来られるとメリットに感じてもらえるだろう。独自の取組の欄があるが、自身が行ったお店ではスタンプカードを使って滋賀のお酒を全部飲めるという取組をされている。この取組でリピートする人が多い。こういった取組などの情報をしっかりキャッチして、SNSなどで発信するなどすればお客様が増えて、推進店増加につながるのでは。

◆林委員

一斉をお願いする手段を持ち合わせていないため、職員が地道に足を運んでお願いして回るということもしている。お店にとってのメリットをどう打ち出していけばよいのか、を考えなければならぬ。協議会で作成したカードなどもうまくリンクさせられるかもしれない。まずは蔵元さんにも登録いただきたい。

◆山田オブザーバー

琵琶湖の魚とお酒の相性は抜群で自身もファンである。地酒も魚もお互いに相乗効果で普及していきたい。水産課では10年近く琵琶湖八珍マイスター制度を実施している。現在約260事業者。自発的に申し出ていただく仕組みである。登録いただいているものの、HPで発信しているのみで、琵琶湖の情景が浮かぶような情報があまり届けられていない、という課題を感じ、今後は登録店との連携を強化しようと考えているところ。滋賀の地酒についても種類やストーリーがあると思うので、参考になれば。

◆岡田氏(那須オブザーバー代理)

市町の商工会等に依頼すれば飲食店等にも周知いただけるのでは。滋賀割など消費者にとっては人気のような仕組みなど、難しいかもしれないが実施できればお店にとってもメリットに感じてもらえるのでは。

◆澤谷委員

近江八幡市の登録数が少なく寂しく思う。おもてなしするときには旅館・ホテルなどの宿泊施設にお連れする。好みを聞きつつ飲み比べをすると大変喜ばれる。琵琶湖には美味しい食材がたくさんあるので旅行者に対して、おもてなしする者がしっかり食文化とセットで PR することが大事。おもてなし推進店をもっと増やしたいが、メリットをどのように伝えたらよいかポイントを伝授いただければ飲食店等にもお勧めしたい。

共生社会の取組の一環で、レシピ集を発刊する。ただ食のレシピだけを伝えるのではなく、食文化の一つとしてお酒の概要や酒蔵の情報などを載せたいと考えている。別途酒造組合と相談させていただきたい。

◆笠井オブザーバー

平成21年度からおいしがうれしがキャンペーンをスタートして、現在2000店を超えたところ。メリットをどう打ち出すかはこちらでも課題ととらえている。コロナ前は交流会として、登録されている店舗同士が業態ごとにつながっていただけるきっかけづくりをしていた。

現在、首都圏と京阪神でメニューフェアを実施している。30店舗程度、手を挙げていただけており、滋賀県の食材を使ったメニューを取り入れていただいている。こういった事業者と推進店も連携させていただきたい。

◆清水オブザーバー

国税局は税の徴収だけではなく、酒類の需要促進、輸出促進にも取り組んでいる。先月は県内の ALT の先生方、JCMU の留学生を対象に、酒蔵見学やセミナーなど日本酒を学ぶ機会を提供した。

推進店を増やすための策として、チラシを郵送書類に同封するのもよい。

午後開催されるセミナーについては、登録数が増えるまでは、昨年度のように一般の方も対象として受講いただき、参加された方に推進店制度をお勧めしてもよいのでは。

◆宇野委員

経済団体へのメールマガジンなどもあるため、推進店の周知には協力する。以前、近江牛で同じような事業を実施していた。一定の店舗数が集まればガイドブックを作って、その中で何点か購入すればプレゼントするなどのキャンペーンも実施していた。

日本酒と食はセットであり、組み合わせが大事である。先日京都ガストロノミーアワードに参加したが、地元の料理店と京都市内の有名料理店がコラボしてメニューを開発され、日帰りのツアーと組み合わせで企画されている。観光地ではない場所などを訪れられ新鮮であっ

た。こういった企画を滋賀でも実践できないか。このツアーではお酒はなかったが、食とお酒を組み合わせたツアーの造成などが行えたらよいのではないか。

◆田中委員

推進店の登録数の推移をみると、リリースやメール配信など、何かアクションをしないと登録数が増えないだろう。平和堂でも、どれだけお客様に通じるか、というのが重要であった。こちらでは一生懸命やっても、メリットが伝わっていないこともある。推進店登録のメリットはSNSだけではなくアナログの媒体(チラシやポスターなど)も使って周知していく必要がある。ステッカーにQRをつければさらに多くの人につながるのでは。

◆山本委員

メリットが明確になっていないのが伸び悩んでいる原因であると考えられる。TikTok や Instagramなどでショート動画を作って配信したり、観光コンテンツの一つとして旅行会社に取り上げていただいたりするなどしていかないといけない。また、びわこビズターズビューローの海外誘客部もあるので、滋賀のガストロノミーツーリズムや酒蔵めぐりなど観光コンテンツとして紹介するのがよいのでは。滋賀県への旅行は9割が日帰り旅行である。滞在時間を延ばし、消費額を増やすことでその地域の経済が上向きになる。協議会が中心となって、各団体の強みを活かしながらチームを作るなどができれば「行動」につながるのではないか。

◆小河委員

ステッカーを貼るのに違和感があるというのはどういう意味か。

(事務局)物理的に貼ることができなかつたり、店の方針で貼らないとされたりするという意味。

調理師会には600名~700名程度いるので、周知すれば一気に増やそうと思えば増えるだろう。ただ温度差があると思う。甲賀市は条例で飲食店等において地酒を使って乾杯しようという動きになっているのも事実である。しかし推進店として登録して、地元の人たちが利用するだけ、ではなく、宿泊施設など、県外の方などに広げていくというのが重要。甲賀市は酒蔵が多くあるが、他の地域で「近江の地酒」といってもピンとこないというところもある。そこを滋賀県全体としてどうPRするか、県外からの旅行者に対し、どのようにして近江の地酒を知っていただくかということを考えなければなかなか普及しないだろう。

10月に制定されたということだが、近江の地酒をPRするということが観光振興局がやっているのに、PRが足りない。滋賀県の広報の在り方を考えなければならないのでは。

山中委員から発信があった取組なども、滋賀県全体として広報すべきではないか。びわこビ

ジターズビューローとして後援したり発信したりしてもよいのではないか。

◆山中委員

小売酒販組合連合会は7地域で構成されており、それぞれの地域内で各イベントが催されている。こういったイベントの前に推進店の取組やっているということをお知らせいただきたい。

小売店の登録が30店舗ということだが、小売酒販組合加盟店は約200店舗。ブレンド酒を置いていただいている店は50～60店舗。2割強が催しに対して協力いただいている。そのため、推進店としても60店舗くらいまでは増えるのではないか。来週くらいから各エリアで総会が開かれるため、その際には周知させていただく。

甲賀市にはゴルフ場が多くあり、県内外から多く訪れられる。1件だけゴルフ場が登録されているが、他にもあるので、必要であれば甲賀市へ出向いて登録を促すように協力する。

喜多会長

まだ始まったばかりで、現時点では十分展開できていない。本日皆さまからいただいた御意見を事務局で整理し、今後展開していく。当協議会だけではなく、おいしがうれしが、琵琶湖八珍など、滋賀県の食文化を推進しようという滋賀県の大きな考え方がある。それをもとに滋賀県の食文化を県内外の方へどうお伝えして楽しんでいただけるか、を考えながら進めていくことで、滋賀の魅力につながっていく。

<閉会>

以上