

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5年9月5日(火)13時30分～15時10分
大津合同庁舎7-A 会議室

参加委員

別紙出席名簿の通り

次第

<開会>

喜多会長挨拶

他府県の市町等でも地酒の乾杯条例を作っているが、一時的な効果はあっても続かない。滋賀県では、乾杯だけでなく食文化を含めた条例であり、食文化の面を深化するとよいと意見をいただいている。お酒や食文化にスポットを当てた啓蒙活動を深め、滋賀の食文化の発展に貢献していきたい。

<議題>

議題(1) 各団体の令和4年度取組実績について

・資料1に沿って各団体から報告

(欠席団体については事務局から代理報告)

・議題(1)について質問、意見、感想等

◆喜多会長

コロナ後の販売数量の実態は、対前年比では増加しているものの、コロナ禍以前の数値にはまだ戻っていない。一方、輸出は中国、東南アジアを中心に非常に好調である。

「お酒の飲み方」がコロナという国難を超えて、変化してきたのではないか。人との接し方、お酒の飲み方などが濃厚ではなく淡泊になっていると感じる。

GI「滋賀」は生産基準が「滋賀県産米を使うこと」「純米酒」である。全国では多くの場合が「国産米」である中、県産米にこだわることでGI「滋賀」のハードルは非常に高い。

コロナ禍で生産数量が落ちたことも影響して、酒米の生産は非常に厳しい状況。令和5年産米が特に厳しい。今後戦略性をもって、対策をしていかなければならない。

◆幡委員

参考資料として配布されている近江の地酒カードについて御説明いただきたい。

◆事務局

昨年の協議会の事業の1つとして、若い世代の地酒ファン獲得に向けて作成したもの。
イベントやここ滋賀での配布などを想定している。

◆幡委員

ここ滋賀のBarなどで配布されたら皆さん夢中になって飲まれるのではいか。県内での配布はどうするか。

◆事務局

現在は酒造組合と滋賀県で在庫を持ち、各イベントで共に配布したり、ご要望に応じて個別にお渡ししたりしている。

◆酒造組合

10月1日「地酒の祭典 in 大津」の各ブースでカードをプレゼントできるよう計画中。

◆幡委員

イベントの途中でカードがなくなってしまうということはないか。

◆酒造組合

300枚はご用意しているが、なくなった場合はご了承願いたい。

◆幡委員

全部で何枚作られたのか。

◆事務局

各蔵500枚ずつ(500セット)作成した。

◆幡委員

ナンバリングが「10-01」など枝番号になっているがその後続いて作られるのか。

◆事務局

今後別の銘柄など作成することがあった場合に備え枝番号を作っている。

◆喜多会長

各蔵で自社分の増刷や枝番を作ったりするという方法もあるかもしれない。

カード集めが好きという方も多いであろうから、レアカードや、カード先行でお酒が後からついてくる、など変化球を考えることもできる。

議題(2) 各団体の令和5年度取組内容について

・資料2-1, 資料2-2に沿って各団体から報告

(欠席団体については事務局から代理報告)

・議題(2)について質問、意見、感想等

◆宇野委員

今年、「近江ゆかりの会」が通常通り開催されると思うが、地酒は出るのか？

◆澤 氏(滋賀県酒造組合)

11月20日頃に東京の八芳園で開かれる予定。コラボ純米酒100本を送れるように手配中。乾杯酒として使っていただく予定。

◆宇野委員

以前は地酒のコーナーがあり、33歳を説明したことがあるが、今年はないのか？

◆澤 氏(滋賀県酒造組合)

今年はそのような要望がないため、コラボ酒だけの準備となっている。

◆喜多会長

日本ソムリエ協会の「J.S.A. SAKE 検定」は「J.S.A. SAKE DIPLOMA(サケ ディプロマ)」の初級編という位置づけになるのか。

◆山本委員

「J.S.A. SAKE DIPLOMA(サケ ディプロマ)」の有資格者が検定講師になって、全国でお酒の普及活動のために始めるもの。日本酒と焼酎が対象であるが、酒米や酒器、酒造りなど基礎的な知識が必要。

◆喜多会長

栄養士会のレシピ集の発行については前回も協議会でお話しされていた。具体的に何か進捗を聞いているか。

◆事務局

令和4年度と令和5年度の2年に渡り制作されていると聞いている。令和4年度に計画等を進められ、令和5年度に本格的に編集作業に入られているとのこと。

◆喜多会長

日本ソムリエ協会の入門編の検定の話と、栄養士会のレシピ集作成の話が、次の議題であるおもてなし推進店制度に何らかの形で寄与されるのではないか。酒と食がもっとうまく融合できるとよい。

◆喜多会長

滋賀大学の取組について、1回生の企画であるということは、飲酒ができないことについ

て問題はないか、どう取り組まれているのか。

県立大学の学生と「湖風」というお酒を造っているが、今の学生が忙しく、一緒に活動できるか心配している。

◆久保委員

学生の自主企画として声かけて参加者を集め、お酒が飲める三回生や四回生、大学院生（現職の教員など）が参加している。教員案としては、1回生の時に造ったお酒を眠らせておき、卒業のパーティーなどで乾杯できたらと考えている。

◆喜多会長

関西では京都府立大学や神戸大学など、お酒関係のクラブがある。「湖風」は13年前に始めたが、20歳ほど声をかけてサミットを実施したことがある。今後、学生たちをどう巻き込むか、が課題である。年齢については20歳以上にならないと飲めないということがあるため、1回生で造ったお酒を熟成させておき、卒業した時に飲めるというのはよいと思う。

◆久保委員

コロナがあって、「コンパって何ですか。」と言う学生が出てきている。お酒によって事故が起これるのも困るが、文化が少し復活してもよいのではないか。

◆喜多会長

酒蔵組合中央会主催で、「きき酒選手権大会」の学生の部があるが、関東圏の学生が参加しており、大学対抗で実施している。学生には「20歳にならないと飲酒できない」ということを伝えつつ、お酒のことを1年生から勉強していただく必要があるのが難しいところ。

◆喜多会長

工業技術センターは分析機器を多く導入されているので、近年の取組等を御報告願いたい。

◆松尾技師(那須委員代理)

平成28年予算で醸造施設を拡張し、香気成分の分析機器を導入している。昨年度は、より香り高い酵母の開発を行った。また、コラボ酒の分析や、甘辛濃淡度マップの元データの作成をしている。今年度の取組は、引き続き高香気成分酵母の開発に加えて、滋賀の豊かな花などの自然から酵母を分離して、酵母も滋賀産にすることでGI「滋賀」の促進に努めたい。今後もGI酒やコラボ酒の分析など技術的なサポートを行っていく。

◆喜多会長

分析機器も多く導入され、我々からのリクエストにも多く答えてもらっている。酵母は魔法のようで、お米しか使っていないのに、バナナやメロンの香りが出る酵母がある。液中にどれだけその香りを残すかが大変難し。発酵をしっかりとしながら特性のある「滋賀らしいオリジナル酵母」の開発は難しいと思うが期待している。GIと組み合わせられると物語も生まれる。同じ酵母を使っても蔵によって味わいが異なってくるのが酒造りの面白さである。

議題(3)「近江の地酒おもてなし推進店」制度について

- ・資料3—1～資料3—4に沿って事務局から説明
- ・議題(3)について質問、意見、感想等

◆藤田委員

対象店は県外も対象となるか。

◆事務局

県内の事業者が基本にはなるが、県外の事業者も入っていただき広く近江の地酒の魅力を発信していきたい。

◆喜多会長

県外の飲食店等が「おいしがうれしが」にも「近江の地酒おもてなし推進店」にも両方登録できる、と言い切って問題ないか。

◆事務局

問題ない。「おいしがうれしが」についても県外の事業者も受け付けている。

◆喜多会長

「おいしがうれしが」は初めから県外も受け付けていたのか。

◆笠井委員

始めは地産地消でスタートしたが、途中から県外・首都圏であっても、滋賀の食材を取り扱っていたら事業者であれば、登録できる対象となった。

制度をスタートした時には、まずは県民の方に滋賀県産の食材の応援をしていただくという趣旨であったが、制度が徐々に浸透してきたことから、県外にも広めていっており、現在は海外にも広げている。

◆幡委員

審査はどこが担当するのか。登録した後の取組等について、お店に対する評価はするのか。

◆事務局

細かな審査要件は設けていない。実施要領に登録基準を設けている。幅広い業者に登録していただきたいという趣旨である。それほど高いハードルは設けていない。

評価については、特段評価する仕組みは設けていない。

◆幡委員

登録店として記載されているが、実際に行ってみたら売っていなかった、ということはないか。

◆事務局

どこまで情報を集めるかは課題であるが、登録基準が「近江の地酒を継続的に取り扱っている」というところから、取り扱っていないということが判明した段階で、個別に相談するこ

とになると想定している。

◆喜多会長

「コロナ安心安全認証制度」はかなり設備等厳しく審査されたが、それとは少し立場が異なり、条例の啓蒙活動の一環であることから、そこまで厳しくしなくてもよいと考えている。

◆藤田委員

滋賀のお酒は、層が厚くいろいろな種類のお酒が飲めるという印象であり、福島県辺りと近いイメージ。滋賀のお酒がこれだけ層が厚いということが大阪などでも知られていない。山口県においては、関西圏で山口にゆかりのあるお店などをまとめて冊子を作って配っている。そこに行けば山口県出身の人同士で集まれる、というようなことができていたので、推進店についても県内だけではなく、県外で滋賀県出身の人がやっている飲食店などでこのステッカーがあつたりするのもよい。

◆事務局

日々の業務の中でも、「滋賀に旅行に行くが滋賀の地酒はどこで飲めるのか」という問い合わせなどがあり、県内事業者に登録いただくという発想であったが、いただいた御意見を参考に運用を検討していく。

◆喜多会長

酒蔵組合の需要開発事業でも県内の地酒のシェアについては大きな議論になっている。県内で飲まれている滋賀県の地酒の割合が課題。県内の滋賀の地酒のシェアは30%ない。100本のお酒飲まれていても、滋賀のお酒は30本ない。他は県外のお酒が飲まれているので、これを50%にするにはどうしたらよいかや、近郊の京都や大阪、また東京に向けた需要開発戦略を練り直しているところ。東京で単発イベントをしてもなかなか効果がないが、おもてなし推進店制度やおいしがうれしがの制度がうまくリンクしてくると、滋賀の地酒や滋賀の食文化を理解していただけることで、滋賀のPRや、滋賀への誘客につながる。

◆藤田委員

山口県の取組については、「ふるさとの匂いがするお店に行ってみよう」という動きであり、滋賀においても東京などでそういった冊子が置かれていると、行ってみようと思われるのではないか。

◆事務局

推進店制度の登録申請書内にお店のPRという項目もあるため、その項目もうまく活用してお店のPR情報を前面に出したり、希望に応じて観光パンフレットをお送りしたりなどの対応を検討したい。

◆宇野委員

こういった制度は、登録して終わり、ということによりくなりうる。登録のメリットや、登録店のレ

ベルの維持が難しくなる可能性がある。検査は難しいため、事業者の良心に任せることになる。まだ制度の立ち上げ段階ではあるが、推進店と10月の促進普及月間や乾杯推進月間との関連がわからない。たとえば、この月間中は推進店のスタンプラリーをやるなどの切り口や働きかけがあってもよいのでは。

◆事務局

10月の「近江の地酒もてなし普及促進月間」は酒造組合の協力を得ながら推進しているところ。ご提案いただいたスタンプラリーなどいろいろな企画については、今後の取組として酒造組合や関連者の皆さまと相談しながら検討していきたい。

◆喜多会長

登録店が参加できるセミナーについては、ソムリエ協会のセミナーとの連携などについても考えられる。

◆山本委員

滋賀は食とお酒の地でもあるため、どんどん発信していきたい。特に今は観光が注目されている。観光産業がコロナ前は4.8兆円であった2030年には15兆円を目標にされている。自動車産業が11兆円なので、基幹産業になる分野。ソムリエの観点ではガストロノミーツーリズムで滋賀の美食家の方向けに滋賀が美食の町であると発信したい。海外ではサンセバスチャンという世界的に有名な地があるように、大きな世界で広がっていくためにも、地元の方に理解していただいたうえで発信していかないといけない。アジアの中ではタイなどの方が観光のマーケットが大きい。どう日本に来ていただき、どう滋賀に来ていただくのかをこれからもっと考えていかなければならない。セミナーなどの普及活動は、勉強しながらしっかり発信していきたい。

◆喜多会長

おいしさがうれしがキャンペーンや推進店から世界につながる。滋賀の魅力を発信する手段としてこの制度がある。セミナーに関しては、お酒を販売するにもお酒の基礎知識がないと説明ができないため、基礎知識としてお伝えするためのセミナーとしてソムリエ協会にご担当いただくことがあるかもしれない。

栄養士会の出版されるレシピ集についても、どうリンクさせるかも、栄養士会のお考えも聞きながら進められるとよい。

◆金子氏(前川委員代理)

登録店にステッカーがもらえるという件について、旅館ホテルではステッカーが貼れる場所が

少ない。盾や認定証などがありがたい。

◆事務局

ご指摘のとおり、ステッカーが貼れない、という登録店に対してどうするのか検討していく。

◆久保委員

登録店は登録期間終了前に更新の確認あるとされているが、おいしがうれしがについても更新の確認はされているのか。

◆笠井委員

おいしがうれしがについては一度登録していただいたら積極的に継続していただく想定であり、継続意思の確認は行っていない。より多くの事業者様にご登録いただきたいため、厳しい罰則や規定を設けず実施してきている。

◆事務局

おもてなし推進店制度についても基本的には継続していただくという考え方であるが、お店がないのにリストに残っている、ということがないようにしたい。更新時には、「登録削除されたい方は申し出をしてください」となる想定である。実態とリストがあっているように運用したいと考えている。

◆喜多会長

おいしがうれしがは1600店舗も参加しているということだが、いつから開始した制度なのか。

◆笠井委員

平成20年から開始しているため15年ほど前から始まっている。

◆喜多会長

ちょうどそのころは、「地産地消」という言葉が流行った時代である。おいしがうれしがについては、参加店舗に対して何か情報発信をされているのか。

◆笠井委員

セミナーなどの案内を行うこともあるが、逆に事業者から発信してほしい情報を受け付けて発信している。こちらからお願いするというよりは、活用されたい事業者は、積極的に活用されているという仕組みである。事業者の活用度合いの濃淡はあるが、判断は事業者にお任せしている。

◆喜多会長

おいしがうれしがキャンペーンは今回のおもてなし推進店とリンクするところがあるため、一緒に相乗効果させながら共同で情報発信を行うなどしていきたい。おいしがうれしがは先行して実施されているため、おもてなし推進店がついていく形で、おもてなし条例を啓蒙していく。大変心強いし、またご指導いただきたい。

◆山本委員

おいしがうれしがに参加していて、情報の発信を依頼している。自社でも発信したりするが、県発信の情報は観光のお客様がご覧になってお越しになることが多い。特に SNS を見てお

越しになることが多く、最近はInstagramやTwitterを御覧になってこられることが多い。おもてなし推進店も、おいしがうれしが先行されているということもあるため、発信ツールを活用させていただけるのであれば飲食店にとってもメリットは出てくると思う。

◆喜多会長

小さなお店にとっては、個店で発信するのは訴求力が小さいので、県の制度の中に入って一緒に発信してもらうというのは大きなメリットであるし、また載せてもらえるように個店のレベルをアップさせるというのが醸成する手立てでもある。県民から、この制度を通して、お店の頑張っている姿を見ていただいて評価をいただければありがたい。県民の評価についてもこの協議会の中でどう取り入れるのかなど課題がある。一方的な発信だけではなく、情報収集を忘れずにしっかり行っていくことで、双方にプラス要因が出てくるし、次なる手立てが探せる。

おもてなし推進店については、基本的な概要はこれで進めることとし、本日いただいた御意見は、今後も相談しながら今後の運営に活かしていく。10月は推進月間もあるため、戦術として今年はこれやろう、などと決められるとよい。大きな1歩が今年動き始める。おもてなし条例が滋賀にとって価値あるものになることを期待する。

<閉会>

以上