

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8年3月 23 日(月)11時00分から 12時15分
れすとらん松喜屋本店

参加委員

別紙出欠表の通り

次第

<開会>

会長あいさつ

・地酒を取り巻く環境の中で日々ご協力いただき感謝する。GI「滋賀」の登録や、ユネスコ無形文化遺産の登録など、非常に弾みがついている。令和の米騒動があるが、幸い滋賀県から酒米関係の補助金をいただけることになり、この場をお借りして感謝申し上げたい。近頃は、昔のように地酒で乾杯という場面があまり見られないと感じる。条例があるから乾杯しようというわけではないが、滋賀県酒造組合でも地酒の魅力に向けて様々な施策を講じているところ。本日は皆さまよろしく申し上げます。

<議題>

議題(1) 各団体の令和7年度の取組

<令和7年度の取組の報告>

① 滋賀県酒造組合

- ・滋賀酒乾杯プロジェクトとして、飲食店やご家庭で滋賀酒を楽しんで頂ける企画を実施。
- ・9月4日(木)に、滋賀全蔵のコラボ純米酒(720ml)の販売を実施した。
- ・10月4日(土)19:00より滋賀酒乾杯プロジェクトTalkShowをYouTubeで生配信し、19:30に一斉乾杯を行った。
- ・10月5日(日)琵琶湖ホテルにて、滋賀地酒の祭典 in 大津を開催した。入場者は約850人で、三日月知事にも来ていただき乾杯の発声をしていただいた。

② 滋賀県小売酒販組合連合会

- ・9月19日(金)～10月5日(日)滋賀酒乾杯プロジェクト・滋賀ブレンド酒の販売協力。
- ・9月28日(木)毎年実施している「こうかはしご酒」を貴生川駅前で開催。
- ・10月12日(日)貴生川駅前にて近江鉄道ガチャフェスを実施。
- ・11月18日(火)大津/11月21日(金)長浜の2会場で県連主催による滋賀酒造りセミナーを初めて実施し、講演と試飲会、試食ペアリングを実施。

③ 株式会社エスサーフ

- ・県内の需要を高めるため、きき酒会や季節商材の展開を実施しているが、今回新たに全国の方に知っていただくため、2月18日（水）～20日（金）幕張メッセで開催されたスーパーマーケットトレードショーに出店。今後、県内はもちろんのこと、県外や輸出も含め発信につなげられるよう展開をしていく。

④ 滋賀県旅館ホテル生活衛生同業組合

- ・各宿において、きき酒のセットを取り扱うなど滋賀のお酒をおすすめし、継続的に発信を行っている。

⑤ 一般社団法人日本ソムリエ協会

- ・滋賀支部でセミナーを開催。「酒米四大品種を知り、日本酒の味わいの幅を探求する」や「発酵テロワール」滋賀の食材と飲料を知り、発酵文化の相性を探る」というテーマで実施。
- ・初心者の方向け SAKE 検定を2回開催。また、お酒とお料理のペアリングなどを主軸にした SAKE DIPLOMA の認定試験を実施。

⑥ 滋賀県中小企業団体中央会

- ・役員会（5月15日）や中央会70周年記念式典（9月9日）、関係団体である青年中央会や事務局交流研究会の懇親会において、乾杯は滋賀の地酒を用いて実施。県内酒蔵の様々な銘柄を採用して皆さまに味わっていただいた。
- ・小売酒販組合が発表されていた酒造りセミナーについては、県からの補助金を活用しながら実施させていただいた。

⑦ 幡委員

- ・家鴨あひるというペンネームで毎日新聞の滋賀県版コラム「今日もよいお酒を」を連載。
- ・月1回第3日曜日の午前中に浜大津のこだわり朝市が開催されており、小川酒店のスタッフとして手伝い。
- ・SNSにて滋賀酒の情報を発信。

⑧ 滋賀県立大学日本酒プロジェクト

- ・6月の販売会や11月には2025 宴（於滋賀縣護国神社）への共同出店。
- ・今年度は学校外で学生が商品を販売する活動が多かった印象。これまではコロナ禍後の立て直しに力を費やしてきたが、一歩進めたと感じている。

⑨ 小田委員

- ・近鉄百貨店では近江路物産コーナーの市町の特集に合わせたお酒の展開や、試飲販売会を開催した。

- ・3月は甲賀市の特集を実施しており、美富久酒造や、望月酒造に来ていただいた。百貨店アプリやSNSで周知を図った。
- ・産学連携の取り組みとして、滋賀大学×琶ぐくみや、滋賀県立大学×湖風の学生によるプロモーション販売の場を設けた。先日の3連休に滋賀大学の琶ぐくみの試飲販売会を実施した。プレスリリースをしたこともあり多くの方に来ていただいた。
- ・本年は国スポもあり、県外からお客様からを見込み、わかりやすいポスターや滋賀の地酒コーナーの強化を行った。

⑩ 滋賀県

- ・4月は蹴上つつじ、5月は大阪・関西万博、11月は『戦国ディスカバリーびわ湖・滋賀』オープニングイベント、3月は琵琶湖博物館ナイトミュージアムにて地酒試飲ブース出展するなど、様々な機会をとらえて滋賀の地酒のPRを行ってきた。
- ・8月には「近江の地酒おもてなし推進店」告知のため推進店マップを作成し、200店舗超の推進店をマップ上に掲載している。
- ・12月には酒米価格高騰対策として酒蔵への緊急支援事業を実施決定。今年度末に受付を開始し、夏頃には振込できるように進めていく。
- ・JRのデスティネーションキャンペーンでは、滋賀の地酒はここでしか味わえないという重要なコンテンツなので、しっかり踏み込んでPRしていきたい。

<質疑応答>

(幡委員)

旅館ホテル組合さんが発表されていた、呑みきりサイズは1合瓶か。

(山本(享)委員)

そのとおり。

(小田委員)

滋賀県酒造組合のコラボ純米酒は、周知されていたと思うが、今回ファイナルを迎えられたということで、今後それに替わるお酒は考えられているのか。

(酒造組合土井事務局長)

酒米新品种の「滋賀酒85号」を使った統一ラベルを計画中。来年の春ごろになると思うが、またご案内させていただく。

(山本(誠)委員)

デスティネーションキャンペーンについて、地酒については計画とか考えているのか。

(事務局担当)

地酒だけの事業というのは予定していない。地酒は魅力的なコンテンツの1つであるのは間違いな

いので、推進店のネットワークを活用して、推進店向けに DC の情報を流して積極的に動いていただくなどを考えている。

議題(2) 酒米新品種を使ったお酒のデビューに向けて

(事務局 千秋室長)

- ・近年は温暖化などが原因で、収量も少なく、品質の低下も問題になっていた。
- ・いよいよ来年度一般栽培に向けて開発が進んできている。新品種の特徴は、収量も安定しているということや、系譜図にもあるとおり、吟吹雪と吟おうみを親に持つ品種。次の冬には各蔵で醸造された新酒が販売される予定。
- ・品種名については、令和7年8月には酒造組合内で検討いただき、11月に選定・決定。すでに農林水産省へ出願を済ませており、現在は審査・承認待ちの状況。問題なく承認されれば、4月にはメディア向けに発表予定。
- ・令和8年度には各部局において、酒米の安定生産や、地酒の振興という分野で各事業を実施予定。さらに、関連部局や団体横断でプロジェクトを立ち上げ、新品種のデビューの盛り上げを図る。
- ・令和9年2～3月ごろに「新酒デビューのイベント」を予定。現時点での案としては、近江の地酒おもてなし推進店の方や、一般の方をご招待し、各蔵の新酒を実際に試飲いただく場としたい。酒米誕生のストーリーなどを含めたショートムービーの放映など、新品種への期待を高める企画なども検討中。
- ・イベント開催に向けて、新酒への期待を高めるため、プロモーションの柱を3つ設ける。
①作り手を主役にした発信②デジタル技術を駆使した新しい PR③近江の地酒を通じたつながり作り

<プロモーションの考え方>

① 作り手を主役にした発信

近年、酒米の収量や品質が低下し農家にとっても酒米の育成が困難な状況となっており、また米不足や価格の高騰で酒蔵にとっても酒造りが困難な状況となっていた。

暑さにも強く、たくさん収穫できる新しい品種の開発というのは、近年の状況を救う救世主のような存在であり、令和6年に選抜された有望な系統「滋賀酒85号」は、酒米農家にとっても、酒蔵にとっても、非常に期待されている。

これらを、酒米の造り手である農家や酒の造り手である酒蔵の目線で SNS などを活用して発信することで新酒が出る前から興味や関心を寄せていただき、楽しみにお待ちいただけるように

PR していく。

② デジタル技術を駆使した新しい PR

AI 技術を活用すると、一つのお酒を AI が判断した風味や味わいを言語化することができ、一つの絵としてあらわすことなどができる。

これまでは主観的に自分がどう感じたか、ということ自分の言葉で表現するしかなかったものが、デジタル技術を使ってこのような絵を描くことができ、自分の感じ方と比べて楽しむことができる。この技術を使って、デビューイベントで試飲していただくときなどに楽しんでいただけるツールとして活用し、SNS を使って発信していく。

③ 近江の地酒を通じたつながり作り

滋賀県の酒蔵同士のつながりは濃い、強い、とよく言われるが、酒蔵同士のつながりや販売店同士のつながりなど、それぞれの中のネットワークはもちろんのこと、酒蔵と販売店や、販売店と消費者などが連携し合って相乗効果を高めていきたい。

「近江の地酒おもてなし推進店」というネットワークをうまく活用したり、SNS などを活用しながら、新品種の酒米を使った新酒の登場を盛り上げていく。

4 月に名称発表後、5 月の田植えから稲作までの過程の配信や、2～3 月のイベントに向けて AI を活用した PR を実施予定。

< 質疑応答 >

(宇野委員)

ようやく待望の酒米のデビューということで期待が大きいと思う。デビューが非常に大事だと思う。滋賀県印刷工業組合では『淡海の色』というそれぞれの地域の特性に配慮したプロジェクトを実施している。統一ラベルの話があったが、ぜひこういった地域の色と連携するなど一緒にコラボできたらと思うので検討をお願いしたい。

(山中委員)

酒米新品種の生産について、決まった生産者が作られるのか？

(県みらいの農業振興課)

令和 8 年産については JA グリーン近江酒米部会にて決められた生産者で作られる予定。現時点での予定では 14 名の生産者の方が作ってくださる見込み。

令和 9 年産以降は種子を急速に増殖させ、皆さまに広く作っていただけるように進める予定。

(松瀬会長)

まだ粳が少ないため、JA さんのほうで振り分けられているということでご理解いただきました

い。

(藤田委員)

温暖化で酒米自体が育ちにくくなっているなどの他府県も同じ課題を抱えていると思う。新品種は全国から見たときにどういう位置づけになりそうか。今後県外にも広げるような予定なのか。

(県みらいの農業振興課)

全国的に猛暑により酒米の収量・品質低下が課題となっている。「滋賀酒 85 号」は現在の滋賀の暑さに耐えられるように開発されている。当面は県内の蔵元に使っていただくことを考えて県内に流通させたい。

(藤田委員)

いかにほかのところと比べてどのようにさきがけなのか、ということを PR することが大切。

(県みらいの農業振興課)

日本育種学会においては「滋賀酒 85 号」が記者発表の取組の中に選ばれたということもあり、滋賀県の取組がフォーカスされたものと思う。

(藤田委員)

一般の方にもわかるような翻訳をしていただき、さきがけ感をしっかり伝えていただきたい。取材をしたい際に、今の時代ではなく、その先を見据えて開発されていることがすごいと感じた。県の職員の取組にフォーカスして PR するのは難しいのかもしれないが、暑い時期にもっと暑いビニールハウスの中で開発されている苦労などを PR すると、より説得力が増す。

(県みらいの農業振興課)

滋賀県のお米の品種改良は全国的に見ても先を見た気候変動の育種目標を 10 年以上前から注目して実施してきた。これが成果として見えてきた段階と思うので、しっかり PR していきたい。

(松瀬会長)

滋賀酒 85 号は西の方の稲を使って開発されているようなので、暑さにも強い野だろうと思う。これから酒造りに使わせていただき進めていきたい。

(幡委員)

造り手を主役にしたプロモーションということだが、飲んでいる立場としては、吟吹雪の味が気に入っていたのに…とか、美味しいのだろうか…という気持ちがあり、その先にストーリーだと思う。しっかり消費者の気持ちを踏まえた発信にしていきたい。全国的にも先駆きな取組があるのであれば、滋賀県頑張っているな、応援したいな、と思ってもらえると思うので、いろいろな見方を増やすような発信にしていきたい。

(山本(享)委員)

DCでは、世界農業遺産、日本遺産など水を大事にしている循環型社会を酒米と合わせて発信していただきたい。世の中がデジタル商品に向かっていく中で、背景や何のために食べるのか・飲むのかなどの頭に訴えかけるような発信の仕方をしていただけると、売る側としては素材が多いほうがいろいろな角度でお客様にアプローチできる。

(事務局 担当)

イベントなどでも「魚のゆりかご水田米」のお酒をPRしたりしているが、DCに合わせてこういった世界農業遺産と紐づけられる滋賀らしいお酒をしっかりとPRしていきたい。新品種の酒米を使ったお酒についても、DCの時期とどこまでかぶせてPRできるかは不透明だが、新品種で統一ラベルというのも珍しい取り組みだと考えられるため、魅力的なコンテンツの一つとしてDCと絡めて発信していきたい。

(松瀬会長)

AI ソムリエの取組について、山本委員いかがですか。

(山本(誠)委員)

いよいよソムリエが不要になる時代が来たなと少し危機感を感じたところ。新しい新品種をどれだけ認知いただけるかということが重要であり、また観光と紐づけて発信できるかということが大切。そのためにこの協議会でしっかり意見交換したい。

AI ソムリエで味わわれた感動を持ち帰っていただき、発信していただくことで滋賀に行きたいという行動につながると大活躍するのでは。リアルとAIと共存しながらソムリエ協会としても一緒になって発信していきたい。

(松瀬会長)

AI ソムリエについては、事務局からの発信で取り組まれている。これをやっているところは私の知る限りどこもないのではないかと思う。目玉になると思うので楽しみにしている。

報告(1) 滋賀デスティネーションキャンペーンについて

(事務局 千秋室長)

・デスティネーションキャンペーンについては、すでに協議会の場でも概要をお伝えしており、JR グループ6社と自治体等が協働で全国から誘客を図る大型の観光キャンペーンで今

回 27 年ぶりに滋賀県で実施する。

- ・実施時期は令和 9 年の 10 月から 12 月までを本番期間とし、前後にプレ DC、アフター DC として滋賀県の観光 PR を実施する。
- ・コンセプトは「めぐる、つながる、ひろがる ころとからだのリズムをととのえる旅」。
- ・3 月 12 日に発表されたキャッチフレーズは「癒しがいっぱい、シガリズム」。ロゴマークもあわせて決定している。
- ・参考情報として、地酒の振興については国の物価高騰の支援を実施しているところ。酒蔵に対してお米の購入の支援、需要喚起に係る販促経費の支援、酒蔵を巡る周遊企画を計画している。
- ・滋賀の魅力の発信や店舗などで観光客のおもてなしに御協力いただける事業者や個人を対象として、「おもてなしサポーター制度」を創設する。県全体で受け入れの機運を高めるため、趣旨にご賛同いただける方はサポーターの一員としてご協力いただきたい。
- ・今月中には募集開始できるよう、現在準備を進めており、詳細については改めて発信予定。サポーターのご登録いただいた事業者の皆さまには、サイトでのご紹介のほか、研修や周遊企画を用意する予定。
- ・事業者向けの補助金メニューも用意している。デスティネーションキャンペーンを契機に観光コンテンツの創出等に取り組む事業者に対して、開発経費の一部を支援するもの。一定の条件に該当する必要があるが、たとえば、酒蔵ツアーや体験・お土産やパッケージの開発など。4 月から募集を開始できるよう準備中であるため、今後も情報提供にご協力をお願いしたい。

<挨拶>

(小田委員)

普段は店頭で販売をしているため、お客様とのかかわりは多いが、協議会に参加させていただいたことで、お酒造りの事情や酒米の苦労など、店頭にいるだけでは知りえなかったことを勉強できて自分自身の知識につながったと思っている。

(藤田委員挨拶)

転勤となったので挨拶させていただく。3 年間お世話になりました。仕事というより趣味の世界でいろいろと勉強させていただいた。いろいろなお客様が来ていろいろな酒蔵に連れて行った。美味しいお酒はどこの県でも作られていると思うが、ストーリーがあるお酒にひかれる県

外の方などが多かった。大好きな滋賀のお酒が美味しくなっていくことを願っている。転勤先は山田錦が生まれた場所になる予定。

後任の支局長は、酒をあまり飲まないものになるが、逆に飲まない立場からの意見を述べられたらと思っている。

<閉会>

・次回の協議会は来年夏ごろに開催予定。