

日本酒の未来を紡ぐ二つの可能性 ～日本酒特区とWSETのSake教育について～

酒ジャーナリスト・WSET Sake Educator

山 口 吾 往 子

1. はじめに

日本酒は日本人がその歴史・風土・文化によって長年かけて磨き上げた大切な宝である。にもかかわらず、日本酒離れはとどまるところを知らない。国内に目を向ければ日本酒の市場は全体として縮小傾向だ。清酒の課税移出数量は昭和48年度(1973)のピーク時(177万kL)から令和2年度(2020)には3割以下の41万kLまで減少している。さらに、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、令和3年(2021)の酒類消費は減少した。減少の背景には、昭和から令和にかけての社会環境の変化や、低アルコール志向などさまざまな要因があるが、通奏低音には少子高齢化による深刻な人口減少がある。そもそも、お酒を楽しんで飲む人口自体が国内で減少しているのだ。

明るい兆しがないわけではない。輸出は好調だ。令和4年(2022)2月、日本酒造組合中央会は、令和3年度(2021)の日本酒輸出総額が401.78億円に達し、12年連続で前年を上回る金額に、また数量も32,053kLと過去最高となったことを発表した。国内ではコロナ禍による料飲食店へのセールスが壊滅的な打撃を受けたが、世界に目を向けると、家飲み需要をうまく捉えたといえるだろう。その背景には、近年日本酒の国際的な評価が高まり、日本食ブームに乗って特に中国・シンガポールなどアジア市場、米国市場などにおいて日本食レストランが増えたことによって、そこでの日本酒需要が増えたことのみならず、「sake」に魅了された現地のソムリエやインポーター、ジャーナリストなどによる日本酒情報



の発信やペーリングの提案が増えたことなどが要因として挙げられる。また、特定名称酒、特に純米酒及び純米吟醸酒など、より高付加価値の商品への需要が特に海外において高まってきている。

しかし、輸出が増大しているとはいえ、全体からみると、日本酒というカテゴリ全体の消費量が減っていることに変わりはない。この危機を脱するためにはどうすればいいだろうか。現在私が着目しているのは、地域創生と日本酒の長期的な市場醸成に向けての新たな取り組みと、そうしたストーリーを内外に発信する人材の育成についてである。具体的には、2020年に本格始動した日本酒特区についてと、ロンドンにある酒類教育機関WSETの展開およびその可能性について述べる。

2. 地域創生と長期的な市場醸成に向けてのアプローチ～清酒特区をめぐる～

「日本酒特区」とは平成14年(2002)施行の構造改革特別区域法第27条を令和元年(2019)に改正して新たに可能になった酒税法の特例措置である。酒税法による清酒製造免許の取得条件はとても厳しく、年間の最低製造見込数量60kL以上という条件をクリアした上で、同一の酒蔵でも醸造場の所在地ごとの免許取得が必要だった。清酒製造免許が酒税法第10条一項の需給調整要件によって実質的に新規発行されない現状では、これは大変ハードルが高い。そこで、すでに清酒の製造免許を持っている酒蔵が、地域の活性化のために、地域の魅力を発信するような施設で日本酒の製造体験を提供する場