

令和5年度 第2回北海道日本酒懇談会 議事録

日時：令和6年(2024年)3月21日(木) 13:30~15:30
場所：かでの2・7 10階 1050会議室

議題1 報告事項「ア 令和5年度 of 取組実績について」

- 資料1及び資料2により事務局から説明
- 中央農業試験場水田農業部山下主査から酒米の品種開発について口頭で説明
 - ・ 道総研における酒造好適米及び有望系統について説明したいと思います。まず、背景としては、農業試験場では、酒造好適米の育種に取り組んでいますが、課題として4点ほど挙げています。
 - ・ 前半2点については、酒米の系統の特性として課題があると感じている蛋白や、心白、精米特性、消化性の改良です。
 - ・ 後半の2点については、系統そのものというより、評価の方法というところで問題を感じており、育種の段階では消化性の評価や醸造適性の評価というのは十分にできず、特に醸造適性については、品種登録出願後の大規模醸造試験に限定されるというところが問題となっております。
 - ・ そこで、令和2年度から道の受託課題として取り組んだことを説明いたします。この課題においては、既存の道内の酒米品種に比べて心白発現、醸造適性に特徴があり、かつ農業特性が優れる新たな酒米品種の開発に向けた有望系統の開発を強化するというところで、主に二つの点についてご紹介いたします。
 - ・ まず農業特性ですが、「吟風」に比べるとやや背の高い系統になります。収量性、精玄米重は既存の3品種「吟風」、「彗星」、「きたしずく」に比べて多収の系統となっております。その他主要特性のまとめとして、心白の発現が「吟風」並みに多く、粒大が「きたしずく」のように大きく、また、背が高いので、耐倒伏性についてはやや劣るという結果となっております。
 - ・ ということで、多収で心白発現が良好な大粒の系統が得られましたというのが、この課題の中での成果の1点目になります。
 - ・ 2点目、醸造適性については、大規模醸造試験の前にもう少し小規模で、醸造適性についてある程度あたりをつけることができないかということで取り組んだ試験になります。総米規模が500g、5kgということで、実際の醸造と比べて、はるかに小さい規模で試験を行っております。
 - ・ こちらは東京農業大学で実施していただいた結果になります。日本酒度、総酸度の評価を基に、お酒の甘口・辛口、淡麗・濃醇といった方向性が示されます。
 - ・ 小規模醸造試験については、有望系統が、淡麗辛口傾向にあるのに比べて、既

存の3品種は、甘口寄りに存在するということがわかります。一方で山田錦は、より淡麗辛口に位置するということで、有望系統は道内の酒米品種より淡麗辛口の傾向である結果となっております。

- ・ ちょっと補足ですが、こちらの「吟風」、「彗星」、「きたしずく」の位置付けについて、実際に「きたしずく」等が品種になった時の評価と若干結果が異なっておりますが、こちらはあくまで小規模試験の結果であり、必ずしもこれまでの評価と完全に一致するものではないということをご理解ください。
- ・ こうした結果を踏まえ、令和6年度以降の計画について、まず1点目としては、優良品種決定試験、栽培試験について、継続して道総研農試での試験と現地試験を実施します。
- ・ 2点目については、3点目と関わりますが、大規模醸造試験に先駆けて、品種の未譲渡性の担保を確保するため品種登録の申請を行います。こちらは現在名称の選考中となっております。
- ・ 3点目については、大規模醸造試験での酒質評価を行う予定としております。この栽培試験と大規模醸造試験、両方の結果により優良品種にするかどうか、可否を決定します。
- ・ 現行のスケジュールでいきますと、優良品種の認定は、最短で2027年と考えております。
- ・ 続いて大規模醸造試験についてお話しします。この目的としては、優良品種の認定に向けて、実際に酒蔵で醸造した場合の醸造適性及び酒質を、標準品種と比較して明らかにすることです。
- ・ 試験品種は、新十津川町で生産した玄米を使って行う予定、醸造方法は精米歩合60%の清酒、試験品種と標準品種の仕込み方法は可能な限り統一して試験を行うこととしております。
- ・ 試験概要は、令和6年度、7年度2回の大規模醸造試験を予定しており、現在6年度に実施していただく酒蔵さんを選定中です。
- ・ 具体的な内容としては、精米の適性、大規模醸造試験、製造した日本酒の官能試験を行う予定としております。
- ・ その他として、先ほど申し上げたとおり有望系統については品種の名称を現在選考中です。販売する場合、酒の品種名については、名称選考後農林水産省に品種登録出願をしますが、品種登録出願の公表をもって、正式にお酒の品種名が表示できるというところが、注意点となっております。

議題1 報告事項「令和6年度の取組計画について」

- 資料3により事務局から説明

議題2 意見交換（座長：山根水田担当課長）

(北海道農政部農産振興課 山根課長)

- 先ほど情勢説明でもありましたが、直近の道産日本酒・酒米をめぐる情勢としては、全国的に清酒の消費量が減少し続ける中でも、道内の出荷量は回復基調にあり、また道内の清酒消費量に占める道産酒の割合が2年連続で上昇しています。
- また、北海道の酒造好適米の生産性・品質はアンケートによりますと年々レベルアップしているという状況にあると認識しております。
- このことについては、酒米生産者や各酒蔵の皆さんのご尽力はもとより、懇談会の構成員の皆様方、また、関係者の皆様のご尽力によるものと考えているところです。
- 道においても、昨年6月に日本酒懇談会の中で皆さんのご意見をいただきながら取組を進めてきたところですが、その中でも、令和3年から5年に日本酒アワードを開催し、道産日本酒の知名度の向上や消費拡大に取り組んできたところです。
- まずは、今後の日本酒アワードの実施に向けた検討状況について事務局からご説明した後、出席者の皆様から、最近の酒米、日本酒に関する情勢・コメント、情報提供など、また各団体・機関の来年度の取組、また2点目として、ポスト日本酒アワードに対するご意見も含め、今後の道産の酒米や日本酒の更なる需要拡大に向けた必要な取組などを、酒米生産、酒造、流通・販売それぞれのお立場で情報提供いただくとともに、ご意見や思いなどをお伺いできればと思っておりますのでよろしくお願いいたします。
- 時間も限られておりますので、私の方から指名させていただきますので、よろしくお願いいたします。
- 初めに資料4について事務局から説明いたします。

- 資料4により事務局から説明

- ただいまポスト日本酒アワードについてご説明いたしましたが、意見交換に入る前にまず確認しておきたいことがあれば、1～2点ほどお受けします。何かございますか。
- それではご発言の中でお伝えいただければと思っておりますのでよろしくお願いいたします。

(あさひかわ農協 谷本部長)

- 産地情報ということで、面積から説明させていただきます。コロナ前は約70haをキープしていましたが、ご承知のとおりコロナに入り、特に令和3年は需要が減ったということで、35haまで減少しております。
- 4年、5年になって、何とか70haくらいまで盛り返したのは、地元の酒蔵さんに聞くと、観光客が減って売れていない分、ネット販売などで尽力されたというこ

とで、何とか復活させていただきました。

- 今年度の計画ですが、約 80ha を超えるということで、ようやく需要も回復して昔の面積に戻ってきたということです。
- 需要についても、旭川の酒蔵さんに聞きますと、うちでは男山さん、高砂さん、合同酒精さんがいらっしゃいますが、どこの酒造会社も観光客が戻ってきて、コロナ前の約8割まで戻ってきているということです。
- さらに道産酒米の割合も増やして、将来的には全て道産酒米に切り替えたいという意向も示していることから、当組合に対して作付けを増やしてほしいということも強く言われております。
- また、5年度からコロナが5類になりましたが、生産者との田植え体験、稲刈り体験、また、冬には研修会ということで、酒造会社さんとも十分な研修ができ、お酒を飲みながら久しぶりに意見交換ができて、生産者もその時に、どういうものを作ったらいいとか、酒造会社の方からもできるだけ低タンパクのいいもの作ってくれということで、生産者と酒造会社が一体となり、今年いいものを皆さんで作っていこうということになりました。
- 高砂さんが地元の農業高校とコラボして、新聞にも出ていたと思いますが、「きたしずく」を使った、「憩ふ雫 2024」が完成しました。高校生たちはすごく喜んで、自分も旭川農業高校出身なので、ちょっと聞くと、20歳になる前にちょっと飲みたいなという人もいますが、20歳まで我慢して楽しみにしているということも聞いて、今の高校生は、そういった取組を社会に出る前にできたということは、非常によかったと、先生も本当に楽しくやっていたということで、当農協も、産地として農業高校を応援したいと思っております。
- 地元中心に当組合も安定供給を通じて、足場作りもしてかなければいけないのですが、道外需要も若干強くなっているということから、北海道、旭川もそうですが、一部道外向けも考えております。
- それと、近年高温ということで、今年の予想も夏場温度も高くなるということで、新たな品種が出てこないかなと生産者もおっしゃっていますし、本当に技術だけではなかなかいいものが作れないという部分もありますので、その辺についても、生産者は期待しているところです。
- また、青年部の活動ということで、ちょっと外れるかもしれませんが、昨年日本酒アワードのお話を青年部にしたところ、今まではイベントやフェアなどありきたりの事業・行事でしたが、僕のちょっとした話を聞いて、今年コンテストをしたいと。
- それがお酒になるのか、お米になるのか、うちはさつまいもを振興していますが、農家の方がさつまいもを作ってそれをみんなでコンテストをしたらどうかという素案ができて、この前打ち合わせを青年部と役員としたところです。農協や、行政、系統、一緒になってやりませんかということで、青年部の方も言うてきました。

- これに対しても、アワード効果かなということ、そういった意味では、アワードは成功しているかなという感じがします。
- 6年度のアワードの開催ですが、僕としては、やめないで継続してやるのが一番大事かなと思いますし、毎年言っていますが、開催時期は9月とかそういう時期だとやはり生産者が来られない。また、4月、5月となれば、5月に入ると田植えがあるので、その時期を少しずらしていただければ、生産者も来られると思いますので、農協としては、時期だけちょっと考えていただければ、せっかくの機会ですので組合員にも参加してほしいと思っております。

(北海道農政部農産振興課 山根課長)

- いろいろ情報をいただき、参考になる部分が多かったと思います。
- 特に農業高校の取組は、我々も新聞記事で見せていただきまして、かなり高校生がうれしそうな写真が出ていたなど記憶してございます。後志のニセコさんも、倶知安農高とコラボした取組をしておりますし、こういった取組が道内で広がっていくのはいいことかなと思っております。
- また、アワードの時期の話については大変参考になりました。

(国分北海道(株) 須藤副課長)

- 卸売の昨年の実績は、数量ベースで酒類全体では前年 100%、そのうち清酒については 98%。他の好調なカテゴリーでは、ビール 107%、ウイスキー108%、スピリッツ 105%、発泡酒 138%ということで、ビールなど業務用需要の復活、こういったことが好調要因かと思えます。
- ウイスキーについてはハイボールが牽引している、スピリッツについても低アルコールのR T D (Ready To Drink : 開封後そのまま飲むことができるもの) が牽引しているということです。清酒については大手のNBのパック酒が不振だということで、前年を割った形になっております。
- 国分北海道についてご報告しますと、酒類全体では金額ベースで 112%、やはりこれも業務用市場の復活ということがあり非常に引っ張っていただきました。清酒については 107%、そのうち道産メーカーさんの実績が 122%ということで、昨年は道産メーカーさんはかなり引っ張っていただいて好成績を収められたというような結果になっております。
- 道産酒の好調な要因としては、業務用インバウンド、本州からの観光客のお土産市場の復活、こういったことが挙げられ、どのメーカーさんも非常に高い伸び率を占めさせていただきました。
- それとは別に新興の酒造メーカーさん、上川大雪さん、三千櫻さん、函館醸蔵さん、こういった酒蔵さんが非常に伸びたということも好調な要因でした。
- 今の市場環境については、日本酒にとってはかなり厳しい状況が続くのではない

かと見ております。一般的に言われていますが、人口減、高齢化による飲酒人口の減少、これは特に北海道が先行していると聞いております。

- あと若年層のアルコール離れ。我々お酒を売っている会社でも、若手社員はお酒を飲む機会があまりない、積極的には飲まないということがあります。やはりこれも顕著に表れているのかなと。
- あとは飲酒習慣の変化です。大規模な宴会が減っている、一次会で宴会が終わってしまうということで、特に日本酒については、差しつ差されつ、とっくり酒を頼んで注いだり注がれたりということもなかなかできなくなっている状況で、これも日本酒にとっては非常にビハインドな状況になっているということが考えられます。
- 小売の売場については、お酒売場が全体的に縮小傾向にあります。デリカ、冷凍食品の売場が拡大しており、そのあおりを受けて、お酒売場がだんだん小さくなってきています。その中でも日本酒の売場の縮小が進んでおります。
- 原因としては、好調なRTDの缶物の売場の拡大。冷蔵ケースでは収まらないので、常温棚で売場を広げてくださいというビールメーカーさんの提案がどんどん進んでおり、日本酒、乙類焼酎といったところが、縮小傾向にあると。
- 先日発表された厚生労働省による飲酒のガイドラインでは、アルコールを純数量に置き換え考えてみましょう、健康被害について考えてみましょうということで、非常にお酒にとってネガティブな発表がなされており、こちらについても非常に危惧している状況です。
- 特に日本酒については、アルコール度数 15 度が大体平均かと思いますが、ビールメーカーさんは 9% の高アルコールの RTD を終売にしていきたいと思いますという動きもある中で、アルコール度数が高いものについて、消費者がどう受け止めるかというところも懸念材料として持っております。
- 高アルコールのウイスキーや焼酎は、水割りやハイボール、ソーダ割り、これによってアルコール度数を薄めて飲めますという逃げ道はありますが、日本酒についてはそういった逃げ道がないというところも、どうなのかと考えております。
- ここについて、我々としては、北海道の人口減少、高齢化が進む中で、北海道に住む人々だけでは商売は立ちゆかないだろうということもあり、やはり外に売っていくこと、これを重点的に考えています。
- その中でも、やはりインバウンド。展示会などをやっていると、得意先からインバウンド商材がないという声をよく聞きますので、こちらの商品開発などを考えています。
- いかに道外に売るかというところですが、これはやはり我々のグループ内の販売網に頼っていくというところで、この辺はまだ生かし切れていない部分もありますので、道外売りも考えております。
- 今、ニセコが非常に賑わっております。続いて富良野もだんだん賑わいが大きく

なっております。こういったリゾートエリアのホテル、近隣の飲食店などへの日本酒の導入、特に道産酒、これを得意先とタグを組みながら広げていこうという動きがあります。販売についてはそんなところです。

- あと酒米について、非常に品質等は申し分ないと私は思っております。ただ、やはり日本人はブランド志向があり、どうしても酒米というと「山田錦」がやはり一番先に来るんですよね。「吟風」と言われても、一般の方がまだまだ認識されていないということがありますので、こちらはぜひブランド力、認知度をしっかり上げていただければ非常に助かりますし、道外の日本酒メーカーさんも、「吟風」というブランドが立っていれば、商品名、首掛けなど主張できると思いますので、ぜひともこのブランド力の向上についてなにか考えていただければと思っております。

(北海道農政部農産振興課 山根課長)

- 厚生労働省の情報については、そういう情報が入りますと、やはり今健康志向なので、どうしてもやはりネガティブな話になるのかなと私も思っているところです。
- あと、アワードの時に鎌田さんが日本酒のカクテルを紹介したように、新たな飲み方が必要なのかなといったところも、お話を伺って改めて意識したところです。

(国分北海道(株) 田中主席)

- 基本的には今須藤の話したとおりでありますが、あと国分北海道でできることといえば、毎年展示会を開いております。そこで必ず清酒の企画をやっており、その中で、必ず道産酒メーカーの方々の商品も取り扱いさせていただいております。
- 日本には四季がありますので、四季折々の日本酒の企画をする際にも、必ず道産酒を踏み込んで展開したり、昨年今年と消費者ニーズに合わせた、四合瓶ではなくカップや缶などのお酒も、新しいニーズに合わせて展開しており、その際にも必ず道産のメーカーさんを入れて、年間通じて小売業の方々に展開していこうと思っております。
- あと、別部隊で輸出の部隊が弊社にあります。資料でも輸出関係の言葉がたくさん書かれていますが、こういうところを通じて流通としてお手伝いできることがあれば、2024年も道庁さんの輸出関係と酒蔵さんと協力して、外にしっかり出していきたいなと思っております。

(日本清酒(株) 川村社長)

- 国分さんの話を聞いていると、日本酒どころか厚生労働省の話もそうですが、アルコール自体が減多打ちされて先月大騒ぎしていました。
- 確かに30年間で清酒950万石が200万石を割って4分の1になっているわけです。毎年100万人ずつ人口が減っていますし、これは日本酒に限らないですが、昨年あれだけ伸びていて人気のあった乙類焼酎も前年も大きく割ったというような、

これも健康志向の一環かなというような気がしています。

- さっきのお米の話しも、私も東京に行って北海道のお米はいいぞと、そのいいお米を使って酒造りを、と言っています。さっきブランド力という話もありましたが、「山田錦」だけではなく、道外のいい酒蔵が北海道の新十津川へお米を買いに来ているという現実もここ何年かありますし、そういう意味ではお米が良くなってきている。
- 清酒業界も、去年は10年連続で前年を4ポイントほど割って96%くらいで終わりましたが、それにひきかえ、北海道は14社の皆さんが頑張ってくれたおかげで、47都道府県のうち、上回った10県くらいに入った106%ということで終わったわけです。
- 北海道は一生懸命頑張っているのですが、現実を見ますと、さきほど国分さんのお話にもありましたように、大手の東海・灘・伏見が大半を占めている販売量を見ても大体75%から80%がパック酒と。3人に1人が高齢化になっている時代でそういう人たちがパックを飲んでいて、それが大きく足を引っ張って落ちていると。
- 酒税は、消費税の前までは一番の担い手でした。これは国税庁の問題ですが、量に対して酒税がかかっていますから、量が減ってくれば酒税が減ります。私どもの蔵としても日本酒が伸びて量を求める時代じゃないぞと、年寄りも大事ですが、なおかつ若い人に日本酒を飲んでもらいたいために、パイやパスタに負けない食中酒を作って、それで市場をやっ払いこうと目指して新蔵を立ててやり出しております。
- 製造は普通酒はやめて、製造量も前年の半分以下ですが、何とか利益は取れて企業としてやっていけるような道を作っていかなければならない。
- 日本酒業界、全国で1200社ありますが、7割から8割が経営的には、コロナのせいもありますが、利益に苦しんでいるというのが現状です。それで、廃業したり、M&Aになったりというのが現実です。
- 個々の企業の問題といえばそれまでですが、やはり酒造組合も含めて、全国では中央会というのがあり、そういうものを含めて、日本酒がなんとか新しい需要に向かって歩いていければと思っております。
- その一環として酒アワードや、全国的には10月1日が日本酒の日で乾杯などいろいろやっていますが、なかなかそれが需要に繋がっていく形にならないのが残念。
- コロナの影響で4年ぶりに雪まつりに酒造組合として出展し、インバウンドのお客さん達も含めてすごく人気があって、日本酒が新記録になるほど売れたというような現実もありますが、それが大きな消費に繋がっていくかどうかというと、ちょっと疑問です。
- あと10月に開催される酒アワードや、北海道酒造組合としてはまだ取り組んではいませんが、組合としてワインのソムリエと一緒にコラボで飲んでもらおうなどいろんなことをしております。
- 先ほどお話がありましたが、山梨銘醸が蘭越に出てきますし、北海道は人気の県

ですから、日本酒とは違いますが、1月ごろには苫小牧にも出てくるようですし、そういう意味では、北海道の酒類業界として、もちろん日本酒が頑張っているいろいろなやっけていくのですが、北海道の酒類業界そのものが盛り上がって頑張っていくようにやっけていきたいなと私は思っております。

(北海道農政部農産振興課 山根課長)

- 日本酒の新しい需要をどうつかんでいくかというところは、我々もかなり重要視しているところです。その中でアワードがなかなか消費に繋がっていかないという現実も、いろいろな方からご意見を伺っているところです。
- 前回も、こういった試飲などは継続していくことが大事という意見をいただいたこともありますし、我々も、いろいろと見直しながら、需要を捕まえるような取組になるように考えていかなければならないと思っております。

(田中酒造(株) 田中社長)

- 本日また北海道日本酒懇談会を開催していただきまして誠にありがとうございます。私どもの意見をなかなか聞いていただくような機会が少ないものですから、大変ありがたく思っております。
- 業界全体、北海道の業界については、川村社長からお話がありましたので、個別具体的なお話をさせていただこうと思っております。
- 私ども、小樽で観光を中心に展開しておりますが、全体を申し上げますとやはりコロナ禍前には戻るというところには至っていません。一昨年の秋から韓国、台湾や香港のお客様が戻ってきました。中国の方はまだほとんど戻っていないようです。
- 国内客は昨年行動制限が解除されましたが、やはり物価上昇もあって、今ひとつ勢いが無いという状況の中で、韓国人や外国人に顕著な動きが一つ出ていますのでご案内しますと、日本語で、もしくは写真を撮ってきて、「純米大吟醸をくれ」と。獺祭さんがそういう展開をしたのもあるのですが、明らかにある単品を狙って買いに来るといのが顕著になってきております。観光立国北海道ですので、この辺で集中するというのは、大事なのかなと思っております。
- もう一つ、外国人のお客さん達が気にするのは賞味期限で、日本酒の賞味期限は製造年月もしくは賞味期限を付すというのが従来だったのですが、昨年の1月から任意記載事項になっており、この辺を地域として戦術的に、ワインなどは賞味期限がないので、持って帰ることを考えると、そういうのがない方が持って帰りやすいのかなと思っております。
- 北海道産の酒造好適米については、全国の情報では、コロナで減産したのもあり、日本全国で農家さんが酒米を作るのを減少しているということで、私どもにも、知り合いの本州の酒屋さんから道産の酒造好適米について大変な興味が示されてきていて、ぜひ使いたいという声が高く上がってきています。

- 本州の事情は私どもが想像するよりも、猛暑の影響が大きく、酒米の安定確保が非常に懸念されていますので、北海道に関心が集まればありがたい気もしますが、逼迫して、結果需要が多くなれば、価格が上がるということもあると。そういう動きが起きているところで、ぜひ北海道のメーカーには北海道の酒米が優先的に安定的によい条件で供給していただければなと考えております。
- 日本酒アワードについては、発足の時から関わってきました。先ほどのご報告にもありましたが、若年層の方たちに日本酒を知らしめるという意味では大変効果的で、日本全国の地域で専門家が選ぶコンテストはたくさんありますが、消費者が選ぶというコンテストは、ほとんど例がありません。本質的に誰が買ってくれるのかということ考えた時には、やはり消費者の皆さんたちの意向を大事にしなければならない。
- そういう意味では、コロナの時に始まって、制約がたくさんあった中で始まったアワードでしたが、それが解けた今、もう少し考え方を变えて、情報発信力が高いイベントにしていければありがたいかなと思っております。
- それから、前にお話しました「日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術」が、今年 12 月の上旬にユネスコの世界無形文化遺産の登録がほぼ間違いのないかなというところにきています。今は私ども保存会も登録に一生懸命で、文化庁もどんどん日本酒の需要振興に使ってくださいと言っていますが、そこまで至っていません。
- 北海道が先行して、外国人のお客さんが多いですから、有効に使った作戦を考えて事業振興につなげるようなことを、こういう場でも議論していただければありがたいなと思っております。

(北海道農政部農産振興課 山根課長)

- インバウンド向けも含めて情報発信が大事だと思っております、これまでもインフルエンサーの方や鎌田さんにもお願いして、SNSを使った情報発信にも取り組んできているところです。今後、こういった取組には力を入れていくべきと思っております。
- アワードについては、情報発信力の高いイベントに、というご意見も含めて、また、ユネスコの関係につきましては前回も情報をいただき、短時間でどうことができるのかを整理できないでいますが、今年 12 月ということもありますので、こういったところもチャンスになるように考えていく必要があると思っております。

(有識者 鎌田氏)

- 輸出関係というところでは、さきほど須藤さんが消費が縮小していく、年代的な嗜好も変わる、そういう話をしていました。今を取り巻く環境などは川村社長がおっしゃっていたようにどんどん右肩下がりであると。

- その中で北海道は特別な、ある意味ちょっと乱暴ですが、異常なエリアなんです。そういう意味では、今北海道取り巻く環境はまだまだチャンスだと。
- 20%近くまで道内消費率も上がってきて、インバウンドでお酒を買って帰るのも地元の数字に乗るので、インバウンド・アウトバウンドを考えると、北海道の酒を買ってよかった、美味かった、地元に戻る、海外に戻る、その時に誰かに言うっていう、いわゆる思い出はいいものは必ず人に言いたがるので、そういう意味ではコツコツと取り組んでいくしかないなど。
- 海外のお話をします。懇談の中でオーストラリア、スペイン、イタリア、フランス、英国、いろいろとお話を聞かせてもらいました。その中で、今年の夏以降、為替が変わってくるので、日本酒を海外に持って行くときに、向こうで売る価格はさらに上がります。今為替が150円ぐらいですが、米国が6月ぐらいには為替を変えてきますので、そうすると、単価からすると、向こうで売られる金額が変わってくる。
- そこで輸入する、輸出する段階でどういう意識づけになるのかと聞いたら、どこも心配していなかった。今円安が進んでいます。これが円高に変わっても、オーストラリアでは収入が根本的に違う。日本の平均の倍、フランスも倍、イタリアは倍までいっていませんが、所得の水準が全く違うので、価格が3倍になろうが、向こうの人達にすれば、こっちで売られている金額の2倍ぐらいのそんな感覚ですね。
- 先ほど須藤さんがおっしゃっていた、度数が9%の缶チューハイがなくなるとかいろいろ報道されていますが、向こうでも実は一緒に、ワインが大体12~13度ぐらい、それに合わせたような日本酒をぜひ。
- 海外に積極的に持っていっているところがたくさんあります。そういうところでも小瓶、セコマで売っているテイastingサイズみたいなものも、今年の秋にフランスに行った時にはかなり並んでいました。それでいくつも種類を楽しんで、気に入った物を見つけたら買うと。もう最初から大きい瓶は獺祭しか買わないくらい、そういうようなところですよ。
- 大手さんが根本的に値段の安い状態で向こうに持っていっているの、北海道のお酒の金額と比べると、どうしても向こうの方が割安感がある。でもいいものは飲むというのが、彼らの食を中心とした生き方なので、決して北海道のお酒が劣っているということもないですし、海外での戦略は、人口も減るし新しい市場としては、早くどの一手でも打っていった方がいい。特にカントリーリスクの低い国ですね。オーストラリアとか、ヨーロッパとか。
- 東南アジアはかなり買って帰るといって方がいますし、先ほど田中社長が言っていたとおり、韓国人の方々が、2017~2018年くらいからうちの店にも突然来始めました。ところがその時と今の飲み方が違う。以前は、一杯いくらなのと確認しながら飲んでいました。メニューを見ながら、これ一杯1,000円ですよとか、800円ですよ900円ですよと一回一回説明していて、また、先にメニューを見せてもらって

いですかと言って座るかどうかが決めるようなかなり慎重な、そういう方々だったのですが、今韓国の人たちが来た時には、メニューは全然見ない。価格的にも高い物も普通に頼む。最後まで明細くれとか全然なくなりました。収入的なこともある以上に、日本酒に対してそういう感覚が、向こうは「ソジュ」いわゆる焼酎が中心の国酒なので、度数はそれよりも低いですし、そういう意味では日本酒の味わいだとか、健康的な部分だとか、そういう感覚はかなり違う。

- 中国はまだ復活してきていないので、それでこの状態だと、もう少しすると少しずつ変わってくるかもしれませんが、中国はここ3年ぐらいで、1千兆円くらい投資のお金がなくなっているのです。昔みたいに爆買いとかほとんどない状態です。ツアーでやってきて飲むので意外と様変わりしています。
- その分、オーストラリアとかアメリカは円安の影響でたくさん来ていますので、この消費をしっかり捕まえる、そういうことをやっていくと、さらに認知が広がる。知ってもらえば未来は明るい。
- さらに、今17歳まで、一つ蘭越が増えました。あと4つ増えます。僕の所には情報が入っています。現実的に考えると、どれも母体からすると現実味が高いです。8年前に20は超えると言った予言で、20超えてきます。酒米も新しいのができますし、これからの5年間で大事な時期になってくるのかなと思います。

(北海道農政部農産振興課 山根課長)

- 海外の情報など我々には届きにくい情報もいただき、共有できて良かったと思っています。これからの5年間で大事ということで、我々も含めプレッシャーがかかるようなお話ではありますが、胸に刻んで取組を進めていく必要があると思いました。

(札幌国税局 高橋酒類業調整官)

- 意見になるかどうかわかりませんが、活動状況などを含めてお話をさせていただきたいと思います。私たち今日二人で来ていますが、酒類業調整官ということで、国税局の中で、お酒の産業振興の担当しております。未だに酒類業の産業振興であちこち行っていると、なぜ国税庁がという人もいる状況で、宣伝が足りないなと思っています。
- 国税庁の任務の三本柱の一つに、酒類業の健全な発達というのがあり、それに基づいて酒類業界の皆様といろいろな情報交換などをしております。現在は酒類業界の発展や日本酒の輸出促進、先ほど、田中酒造さんからお話ありましたが、伝統的酒造りのユネスコ無形文化遺産登録の機運醸成などを目的に活動しております。
- 数年前から国税庁の補助金も始めております。内容的には酒類業の振興の補助金と海外展開を支援する補助金を始めており、現在道内の酒類業界の方にもたくさん使っていただいているところです。

- その他に、イベントなども開催しているところです。イベントの状況については、後で中村調整官の方からお話をさせていただきます。いろいろと活動をしているのですが、まだまだ足りないなというところです。
- 酒アワードについては、個人的には継続していただけるとありがたいなというところで、今回酒アワードの時に初めて隣の部屋で北海道の酒フェアというのをやっておりましたが、酒アワードで気分が盛り上がったところで、隣で、試飲したり買ったりできるというのは非常によかったのではないかなと思っておりますので、可能であればまたやっていただければと思っております。
- 先ほど国分さんからニセコや富良野の話が出ていましたが、ニセコの方にインバウンドの方がたくさん来ているのですが、飲食店、酒屋さんなどが少ないと聞いておりますので、そこでいろいろなイベントができないかなというのも個人的には思っております。せっかくでしたらユネスコの登録が11月か12月に実現したら、スキーズのシーズンになりますし、何かできたらいいなと思っております。
- なにせ、国税庁から予算をいただかないと活動できませんので、今年特に国税庁、札幌国税局だけではなく、関係する官庁の方たちと情報交換をたくさんしております。経済産業局と北海道農政事務所とジェトロ北海道と中小機構、うちも含めて5機関で、お酒も含めた食品の輸出などの情報交換をしております。
- 業者さんなど、いろいろ回ってうちの補助金の宣伝をすると、農政事務所からも補助金の話が来ていましたとか、中小企業庁の方の補助金の話が来ていましたとか、バラバラ宣伝していると收拾がつかなくなるので、みんなで情報交換して、窓口をなるべく一本にしてやっていきませんかという、「Do★食輸出 Platform」という名称で、北海道農政事務所と経済産業局が中心に5機関で情報交換をしながらやっております。
- イベントの関係については中村調整官からお話をします。

(札幌国税局 中村酒類業調整官)

- 今、高橋から説明しましたが、我々が具体的にやっている部分だけピックアップしてお知らせします。
- 在留外国人向けの酒蔵見学会を今年度やっており、来年度もやる予定です。しかも今回ご出席賜りました田中酒造さんや日本清酒さんでやらせていただき、誠にありがとうございます。外国人の参加者には大変好評で、みなさん帰りにかなりお土産を買っていったし、少しは寄与できたかと思っております。
- 続いて、今押さえている行事として、「全球エネルギー水循環プロジェクト」、通称「GEWEX」が、令和6年7月4日から12日に京王プラザホテルで40カ国大體700人ぐらい、海外から400人来られるということで、そこのウェルカムレセプションにおいて我々で日本産酒のPRブースを作ってPRをするという予定をしております。

- また、もう一つ「ユネスコ創造都市ネットワークデザイン都市旭川会議」というのが、今年の秋頃に開催されると聞いており、これについても既に事務局である旭川市役所とコンタクト取っており、ここにおいても、ウェルカムパーティー等でPRをするべくブースを設置したいということで協議させていただいて、快くOKをいただいたという現状です。
- 引き続き、海外輸出促進に向けた取組として、我々としては、インバウンドや海外留学生などを通じ、世界に地道にPRしていくような活動をやっておりますので、ご承知おきいただきたいと思います。

(北海道農政部農産振興課 山根課長)

- 我々も国税局さんの取組は、お話いただいてわかることもあります。
- 先ほど農政事務所など5団体と窓口を一本化して情報ネットワークを作っているというお話もありましたが、そういう情報も私どもも共有させていただくと、発信なども一緒にできるかなと思いますので、ぜひこういった取組に対して連携させていただくのがよろしいのかなと思いました。

(中央農業試験場 五十嵐部長)

- 日頃より道総研の事業に対して、多大なるご協力いただきまして誠にありがとうございます。この度新しい有望系統も順調に進み、先ほどお示ししたようなスケジュールで進む予定になっていますので、ご協力賜りますようよろしくお願いします。
- 皆様の方でもすでにご紹介がありましたが、酒ガイドラインが示されており、このアルコールの健康障害の発生を防止するため、国民一人一人のアルコールに関する問題の関心と理解を深めるということですが、かなりネガティブな情報ばかりで、確かにアルコールの健康被害というのもありますし、最近では自動車を運転するとき、我々は公用車を運転する前にアルコールチェックを必ずやっています。あれがゼロではないと運転できないという決まりもあり、翌日運転する業務があれば前日のお酒飲むなという通知も職場に来ているような状況で、お酒を飲む機会が失われつつある状況にあります。
- この健康のお酒のガイドラインでは、男性で40g、女性で20gということで、これを日本酒15%で換算してみると、40gだと333ml、20gだと166ml、一口二口で終わってしまうような量ではないかと思います。
- 若い人のお酒の消費が減っているということですが、20歳から64歳の労働者人口、これが2025年で6,559万人。さてこの人たちが男女同じ割合として、平均して30g、250mlのお酒を全部日本酒に置き換えたならどれくらいになるのか、計算してみると日本酒の需要量を予想できるのかなと思います。
- そういうこともあって、日本の人口減、こういった中では、やはり海外輸出に皆さん取り組まれているのはそのとおりでかなと思います。ですから、海外輸出額が12

年連続最高額を記録する中で、20代から30代、いわゆる女性の7割は、1年間に日本酒を飲酒していない、そういう状況にあるということで、非常に嘆かわしい状況かなと思います。

- 先ほどのお酒のガイドラインも、少しは日本酒の健康的にいい、そういうところをはっきりとするとか、もっと若い人に日本酒を飲んでもらうような機会を作るとかそういう取り組みをしていただければいいかなと思います。
- そういった一方で、ビール産業は3兆2,822億円、日本酒の7倍です。なんでこんなに差がついたのだろうか。一つはテレビのCMの露出度があるのではないかと。日本酒のCM、私が小さい頃は黄桜酒造のアニメCMなどがありましたが、そういうCMも減っているのかなと。
- 日本酒の消費量が50年前のピークに比べて3分の1に減ったそうですが、どうやったらメディアや媒体を使って若者にインパクトのある情報を流すことができるのだろうかということで、北海道でやってきた酒アワード試飲プラス販売、すばらしい取組だと思います。
- さらに加えて、家に帰って、あの酒何だったっけという時に、酒アワードのホームページを見たら、お酒が表示されているとともに、それがeコマースサイトにつながってネット販売できる、そういう取組や、それらのお酒をどうやって作っているのかと興味を湧いたときに、YouTubeチャンネルなどで各北海道の酒蔵さんを巡るような動画などがあると、若い人がどんどんそこに引きずり込まれて、日本酒は楽しい、知りたい、飲みたいとつながってくると思うので、ぜひともリアルな酒アワードからネットワークを通じたウェブサイトでのアワードにどんどん入れて、若い人だけではなく、世界の方にもYouTubeのサイトなどで閲覧できるような取組があるといいかなと思います。

(北海道農政部農産振興課 山根課長)

- アワードの関係ですが、確かに鎌田さんなどにいろいろご協力いただきながら、飲んでもらう機会をどのようにつなげていくかということも考えてやってきたところで、その中で、eコマース、ホームページでの取組は行われているところですが、今後、ご意見があったとおり、今は若い人はテレビ見るよりもYouTubeを見ている時間の方が長いと言っておりますので、そういった動画の活用も、今後、検討しながら、取組を考えていくのも必要かなと思いました。

(食品加工研究センター 吉川部長)

- 道総研の運営へのご協力ありがとうございます。農業試験場は酒米の開発などをやっておりますが、道総研の他の事業としては、例えば道内で道産木材の木樽でウイスキーやワイン、清酒を貯蔵した時にどういうふうに香りがつくかななどを、我々の分析技術を使って解析しているところです。

- そういったところでは田中酒造さんをはじめ、業界の皆様にご協力いただいているところですが、北海道の今の取り組みをお話しますと、今は幌延町の純粋種のミズナラ材を使いどういう香りがつくかというのを見ていて、ウイスキー関係のオークラクトンという成分がついてくるといことがわかり、そういうことで特徴のある道産酒を作るにはどうすればいいかという一つの流れの中で、企業の皆様とともにお仕事をさせていただいております。
- あと私の個人的な意見ですが、1年ぐらい前にフランスのワイン醸造家が吟醸酵母を使ってワインを作っているという記事を見て、海外の方は非常に日本酒造りを勉強されています。日本酒の吟醸酵母を使うと非常に華やかな香りがつくということを利用するというも行われていたり、海外のインバウンドの方も非常に勉強されています。
- ワインの時にはよくワインツーリズムとありますが、観光と組み合わせてというところで、ワインの場合はシャトーを巡るというのがありますが、先ほど、国税局からもご紹介あったとおり、最近北海道も四季蔵が増えてきましたので、そういう中で製造現場を見ながら、日本酒という独特のこうじを使った酒造りを見ていただきながら味わっていただくと。
- 農政部もいらっしゃるので、そこの地元のおいしいものを食べていただきながら、北海道に来て、あれ飲みながら食べたいわってというような輪を広げていく取組というのが非常に重要なと思います。
- その一つの発信源としては、先ほど五十嵐部長もお話されましたが、YouTube や e コマースは非常に重要で、今、国のいろんな団体から結構補助率のいい e コマースの補助なども出ているので、そういうところに取り組みされると非常にいいのかなと思います。
- あとは、今の麴の情報などいろんな情報を統合して発信していける場というのを持っていくのが非常にいいかなと。
- 最後にもう一つ、北海道は非常に特殊な地域で、大体他県でいうと日本酒に寄るか焼酎に寄るかとお酒の種類は寄っているのですが、北海道は全部満遍なくある珍しい地域だという話はよく国税局さんとお話しする時にありますが、そういったことをうまく利用しながら、ワインやウイスキーもそうですが、日本酒も幅広く PR する場を今後持っていくといいのかなと思っております。

(北海道農政部農産振興課 山根課長)

- 私もミズナラの取組は記事を拝見しており、酵母だけではなく香りの話など、いろんな取り組みがあるのだと思っていたところです。
- また、消費だけではなく、体験型の観光の中に組み合わせて、消費につなげていくということが今重要かと思っておりますので、参考にさせていただきながら取り組みを検討していきたいと思っております。

(ホクレン 千葉課長)

- まず北海道の酒米の需給の状況、生産の状況をご説明したいと思います。北海道の酒米は、需要に応じた生産をさせていただいております。例年1月に全国の蔵のみなさんに、今年の秋どれほどのお米が必要ですかということを聞いて、そこから急いで各産地の作付けの調整に入ります。
- 過去の需要量のピークは令和2年産で2,400 tまでできていました。ただ、この後コロナが入って、実際には2,400 tを蔵の皆さんに使っていただくのにかなりの時間を要し、翌年以降減産をかけてきたということです。
- 6年産については。今、いったん2,600 tを超える計画を産地に提示しており、今その調整をしているところです。若干変動はありながら、それでも最終的には2,500 tを超える、おそらく過去最大の作付けになるかなという見立てでいます。
- ざっくり2,500 tの内訳ですが、道内向けが1,500 tということで、これはコロナの前の2年産とほぼ同水準、残り1,000 tが道外向けとなっています。
- 実際に、やはり道外の方が増えているということになっています。今道外の出荷の蔵数は、試して使おうとかいうものもあるので、入れ替わりがありますが、もうすぐ60を超えるかなというぐらいの蔵数になってきています。
- この60の蔵が、もちろん大手の蔵もありますが、圧倒的に流通の仕方は、どちらかというと、特約店流通を主体にして、北海道の酒米はレギュラーの商品ではなく、いわゆる季節等の限定酒という使われ方がほとんどかなと思います。
- 我々も、このお酒を仕込んでもらったので飲んでみようと思っても、なかなか買うのが難しい、そういう流通になっています。それはそれでお酒好きな人たち、コアなところで、少しずつ北海道の酒米の存在感が高まってきているのかなと考えているところです。
- この6年産の作付けに向けて先ほど少し調整していると言いましたが、実は昨年ぐらいから、大きな減産をかけていた時に、生産者としてはお休みしてしまった方で、すぐに戻せない方もいらっしゃる、この6年産では、ちょっと作りきれないなといったことも、今起こり始めているところです。
- それを何とかしてというようなことでやっていて、蔵に大きなご迷惑をかけることはまだないかと思いますが、状況としてはそういうところにさしかかっているところなんです。
- それと需要の側も、先ほど特約店流通を主体とした蔵がほとんどだと言いましたが、以前はこちらから酒米の提案に行っても、多少門前払いだったような大手の蔵も、一回北海道試しておこうかといったことが、昨年、今年と、そういう動きにもなってきているということでもあります。
- こうした状況を見ていくと、先ほど鎌田さんから今後5年が大事な時期にさしかかるといっているところでは、我々生産のサイドも、そういう認識を持って進まなければ

ならないなということを感じているところです。

- 要望量が拡大していくところで、また新しい品種も入るかもしれないというところで、品質を落とさずに作付けを拡大するのに、何が必要か、或いは、そもそも北海道として酒米の品質を、クオリティをどこに求めていくのかなどを含めて考えることはたくさん出てくるかなと、そんな局面にさしかかったのではないかと感じているところです。
- それと生産者のモチベーションを上げるということも、もう1回、需要が戻ってきて、もうひと頑張りしてくださいっていう、そういうところもしっかりやっていかなければいけないと感じています。
- プロモーションに関しては、先ほど、旭川の谷本部長からもお話ありましたが、アワードの取組は消費に向かってということだけではなく、我々原料米の生産サイドからも非常に注目しているというか関心が高くて、昨年、アワードの表彰式では北竜町の生産者の方々も登壇させていただきましたが、すごく喜んで、またしっかり、もっと頑張らなければといった声も聞こえているので、そういう目線も持って、ホクレンとしてもいい中身で続けていけるように知恵を出していきたいと思っています。

(北海道農政部農産振興課 山根課長)

- 6年度にホクレンさんで予定しているPR、消費拡大の取組があればご紹介いただきたいのですが。

(ホクレン 千葉課長)

- 実は昨年、アワードは一般の消費者向けということがあって、では我々のところで飲食店向けにということで、たまたま企画の提案もあったので、まず1回やりましょうかということでやりました。
- それを本当は続けられる形がいいなと思っているのですが、やはり1回やってみるといろいろ難しさもあったりで、ちょっと思っていたのと違うようになってきそうなので、また、1から練り直しになりますが、また別なものは考えていきたいと思っています。

(北海道酒造組合 門田専務)

- まず、酒米の関係です。昨年は高温障害ということで、酒蔵がかなり苦労されたと聞いています。
- 有望系統の大規模醸造試験への参加について、事前の意向調査では5歳の希望がありましたが、2歳辞退したので3歳の参加希望回答書を提出予定です。
- 酒米については、今年为天候によってはどのような状況になるかはわかりませんが、既存の酒造好適米と有望系統の耐冷性や高温障害への特性を確認できる

のが楽しみです。

- この酒米の関係については、8月7日に酒蔵の製造技術者の講習「夏季酒造講習会」を予定しておりますので、この時に中央農試さん、ホクレンさんと作付けや米に関する意見交換ができればと考えています。日程調整をさせていただければと思っております。
- また北海道でも作付農家に対する生産技術の研修会が開催されるということで、すし、現在、北海道が酒米のアンケートを実施されておりますが、酒米ごとにどういう問題があるのかというのを具体的に書いて提出するように酒造組合から酒蔵に対してメールを発信しております。その中で、地域によって高温障害の度合いも違うと考えるので、それも含めて記載してもらえるように組合としてバックアップしていきたいと考えていますのでよろしくお願いいたします。
- 次に来年度の取組ですが、首都圏のイベントは結構難しく、当組合も組合員が参加する首都圏のイベントというと、全国日本酒フェアくらいで、首都圏を営業エリアとして参加している蔵が少ないので、知名度も低くなかなか人が集まらない。
- その中でも、やはり北海道の酒をPRしていかなければならないということで、飲食店にご協力いただくとか、中央会のイベントに乗っかるような形で運営しております。
- 今回から北海道でも首都圏イベントをされるということで、情報交換しながら、多くの蔵が参加できるような形で進めていければと考えております。
- 日本酒アワードの関係については、多くの組合員が喜んで参加できるようなイベントとしていきたいと思っておりますので、その審査の方法や、審査・投票によってどのような内容のデータが還元されるのか、例えばどのお酒が美味しかったか、いくらなら購入するのか、どういうところがよかったとかを年齢別にまとめるなど、組合員が活用できるような形での審査であればと思います。
- また、雪まつりでは、北海道の酒ブースについて観光協会も報道機関ニュースでも紹介されませんでした。仕方がないので当組合や組合員、日本酒造組合中央会のSNSと酒類業界紙の広告を出した程度ということで、集客について心配していました。ただ蓋を開けてみますと思ったよりも、通行人の方にたくさんおいでいただき、かなり混雑しました。
- ですから日本酒アワードも、個室に籠もるより人が通るところで開催すると、人も集まり、飛び入りでも参加できるのではないかと思います。この辺も、実行委員会の場所の選考で考慮しなければならないと考えております。
- 雪まつりの時には、道の食品政策課の英語の海外向けのパンフレットを活用させていただき、海外の方に配りましたら喜んでいただきましたので、来年作成するかどうかはわかりませんが、もし作成されるのであれば、印刷代を負担しますので増刷していただければ助かります。
- また、国税でも、海外の方にもイベントに参加するというのであれば、そのパ

ンフレットを使うとか共有できて情報交換しながら、経費削減しながらやっていければと思っていますので、よろしくお願いします。

(北海道農政部農産振興課 山根課長)

- いろいろなアイデアで皆さん有効活用できるように共有し、共同で取り進めていくのがよいと思っています。また引き続きポストアワードも含めて検討を進める際にはご協力お願いしたいと思います。
- 一通り皆様からご意見いただきましたけれども、時間が押している関係もありますが、言い忘れたとか、これは言っておきたいということがあれば、承りたいと思います。

(田中酒造(株) 田中社長)

- 少しお話をさせていただきたいと思います。三つのお願いです。一つはぜひ、この時代なのでYouTube 動画でもいいですが、インバウンドのことですが、北海道に来たら、日本酒、道産酒を飲むという場面をぜひ発信をすると。
- インバウンドたちは、韓国人とか関わらず、ほとんどみんなスマホを手にしながら入ってきます。情報の取り方がその辺にあるので、ぜひ北海道に来たら、定番で道産酒を飲むというシーンを撮って、それを発信していただきたいのが一つ。
- もう一つは、韓国の人が、コロナ前と比べて購入する本数が増えたので、免税でお酒を持ち込める本数を調べたら、2022年から韓国でのお酒の持ち込み制限が、1人1本1ℓから1人2本2ℓまでに変更になったので、倍持ち込めることになりました。
- ですから、他の国は全部わかりませんが、その持ち込み制限について、他の国でも本数を増やす、1本が2本になるだけで倍になるので、このような働きかけをどこにすればいいのかわかりませんが、非常に個別具体的で実効性のある手だと思います。実現には難しいかと思いますが、持ち込み制限の解除についての働きかけをぜひお願いしたい。
- ただここに問題があって、日本人もそうですが、外国人の方も2本しか持ち込めないと、それ以上は禁止だと思われていることが多く、それ以上持ち込んだら税関で税金払えばいいというのは広く知られていない。そういう情報を広く流していただけるだけでも、持って帰る本数が増えるのかなと思っています。
- それから三つ目のお願いです。これは非常に不適切な発言だと思いますがお許しください。今年の酒造好適米は、高温で非常に硬くて、解けにくくて蔵人は苦労しております。今後も続けばと。
- 有望系統の開発をお願いした身ですが、あの時はまだ耐冷性を考えた米でしたが、北海道の酒米もそろそろ耐熱性というか、高温障害を含めた、気温の上昇を考えた上での開発の方向転換も、検討を視野に入れてやっていただきたいというのが一つ

です。

- 最後に、ちょっと関係ない話かもしれませんが、手前どもも今人手不足で、通常の営業に支障が出るくらい大変な困った状況にあって、これをどこにぶつけばいいのかというのは非常に難しいですが。
- 先日小樽観光協会の役員会に出ましたが、あるスナックのママさんが言いました。最近お客さんが非常に少ない。なぜかという、飲んだ後にタクシーで帰ろうと思うが、タクシーがつかまらないということで、飲みに出る回数がどんどん減って、最終バス・終電のある時間に帰ってしまうということで、今後の夜の町のお酒を飲む場が非常に縮小されていって、さらに最近の新聞を見ると、バスが減便されるということでますます拍車がかかるということで、人手不足が社会インフラとして交通手段にまで影響して、それがお酒の需要や消費の減少に繋がるような事態までいくってということが、観光協会で問題提起されていたので、ご披露申し上げました。

(北海道農政部農産振興課 山根課長)

- いろいろご意見をいただきましたので、我々も受け止めさせていただいて、できることからやっていきたいと思えます。
- 五十嵐部長、ご意見で高温の関係のお話ありましたので、今の状況等について情報提供いただけることがあれば、よろしいでしょうか。

(中央農業試験場 五十嵐部長)

- 北海道のお米については、昨年初めてとっていい本州型の高温障害になり、それを受けて、中央会とホクレンから出資していただいている多様なお米づくり事業がありますが、その品種開発で高温耐性のある品種を育成しましょうという試験課題を始めようとしています。
- しかしながら、仕事が遅くて申し訳ないのですが、高温耐性の評価方法もまだない、高温耐性を評価する仕組みもない、こういう手探りの状況なので時間が必要かと最初にお断りしておきます。
- 加えて、酒米に対して高温障害の耐性を加えられるかというところですが、現在酒米の育種事業は、今回の道庁さんからいただいた加速化事業の中でさせてもらった経緯があって有望系統が出せましたが、現状のところ酒米に関する予算措置がされておらず、通常の品種開発の予算の中で実施するというので、かなり規模を縮小せざるを得ない状況になっているというところではあります。
- 従いまして、皆さんのところに高温障害に適するお米の品種をお届けできるのは、なかなか先の方になってしまう可能性があることをご承知おきください。皆様の経営などまだまだ北海道米が大変な中、我々育種の事業の予算も限られており、ご理解とご協力を賜りますようよろしくお願いいたします。

- 大変心苦しい言い訳になってしまいますが、手を休めているわけではなく、そういう材料をかけあわせて着手しておりますのでご理解ください。

(農政部 牧野局長)

- ちょっと補足させていただきます。今、品種開発の関係は五十嵐部長からお話があったところですが、昨年的高温はいろいろなところで障害を含めて影響が出ており、北海道としても、今年の前月に関係機関が集まり、今後こういう気候が続くということも想定しながら、試験研究もしくは実際の既存の技術、本州の元々暑いところの技術もありますし、米でいけば掛け流しして、今度は冷夏対応ではなく深水も逆に効果があるのではないかとか、そういった既存の技術をまとめて普及させていくということを始めるところです。
- 今年、既にある技術をまとめて、高タンパクなども含め、品種の開発だけではなく技術的なところからも開発してアプローチしていくということを取り組んで参ります。
- そういったところで、今のご意見のようにいただければ、関係団体と皆さんと一緒にやっていくということを進めさせていただいておりますので、今後ともよろしくお願ひしたいと思ひます。

(北海道農政部農産振興課 山根課長)

- それでは意見交換はこれで終了させていただき、進行をお返ししたいと思います。

(北海道農政部農産振興課 黒田主幹)

- その他の部分でございます。食品政策課さんから輸出関係の情報提供をよろしくお願ひします。

(北海道農政部食品政策課 岡村主幹)

- 日頃より、道庁の日本酒の輸出拡大事業に当たり、皆様のご協力いただいておりますことをここでお礼申し上げます。
- 皆様のお手元に今年度の日本酒の委託事業ということで実施報告書の概要版の抜粋がいつているかと思ひます。この中から簡単にご紹介をさせていただこうと思ひますが、お時間ある時に読んでいただければと思ひます。
- 今年度取り組んだターゲット国、地域ですが、フランスでB to BということでSalon du sakeへの出展・商談、SNSでの実施や個別商談会、香港での小売店での試飲やイベントの実施、また中国でのFHC2023への出展・商談、ライブコマースの実施販売などに取り組んだところ。個別の取組に関しては、それぞれ各ページで紹介しておりますので、お時間のある時に見ていただければと存じます。それぞれの取り組んだ課題なども掲載しております。

- 私ども、来年度に向けても、またこの取組を進めて参ろうと思っております。こういった商談会への出展や開催の他に、6年度はインバウンド向けの取組もしたいと思っており、関係機関の皆様、団体の皆様、そして各蔵の皆様のほか、道庁内の関係部とも今まで以上に連携を取りながら進めて参りたいと思っておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

(北海道農政部農産振興課 黒田主幹)

- これで議題は全て終わりです。他に全体を通して確認事項があればお受けしたいと思いますがいかかでしょうか。何かありましたら事務局の方までお寄せいただければと思います。
- それでは長時間にわたり本日はありがとうございました。これで令和5年度第2回北海道日本酒懇談会を閉会したいと思います。どうもありがとうございました。