

## 日本ブランド発信事業でのメルボルンにおける日本酒 PR 活動の報告

平成 27 年 4 月

日本ブランド発信事業専門家（日本酒） 大塚 真帆

私は[日本ブランド発信事業](#)の一環として、2015 年 3 月 22 日～25 日まで、オーストラリアの東南端の都市であるメルボルンに滞在し、[現地総領事館](#)の方々と共に日本酒 PR 活動を行ってきました。メルボルンの街の様子は、イギリス風の古い建築と共に中華料理、インド料理、シンガポールやインドネシア料理など、様々な国のレストランが数多くあり、非常に多国籍な印象を受けました。領事の方の話では 80 年代以降、公園を広げたりインフラを整備し、スポーツなどの国際大会を数多く行うことで国内外から多くの会社や人が集まるようになり、経済が豊かになっていったそうで、また現地の方々の食に対する関心がとても高く、新しい食文化にも OPEN であるとのことで、日本酒文化の発信地としても、適した都市であるようです。



一般向けセミナーの様子

PR 活動の内容としましては、1 日目に現地の一般の方向けの試飲セミナー、2 日目に業者向けの試飲セミナーを行いました。

一般向けのセミナーは、[総領事館](#)の方々が地元の新報に公告を載せて宣伝してくださったのですが、申込みが殺到し、すぐに 120 名の定員に達したそうで、現地の方々の日本酒に対する関心の高さが伺えました。セミナーでは **Sake~The amazing and evolving**

**world of brewing** と題して 20 分程日本酒文化や進化を続ける醸造技術の話をした後、4 種類の日本酒（純米大吟醸、純米吟醸、純米無濾過生原酒、純米生酏）をそれぞれ地元の食材を使ったカナッペなどの一品料理と共に楽しんでいただきました。

また様々な温度で楽しむことを PR したかったため、地元の業者に協力していただき生酏造りの純米酒をお燗で飲んでいただきました。セミナーの後、試飲が始まると約 110 人のお客さんがブースに殺到し、お酒とフードの組み合わせがごっちゃになってしまうなど、思い通りに運ばなかった反省点多々ありますが、試飲の間もお客さんから「日本酒を飲む器はどのようなものを選んだらよいか」、「日本酒の味わいは温度によってどのように変化するのか」など、ひっきりなしに質問を受け、また「日本に行きたくなった」「日本に行ったら蔵を見学させてもらえるか」といったうれしい言葉もいただいて、活気に満ちた 1 時間半があっという間に過ぎていったように感じます。



業者向けセミナーのお燗コーナー

翌日の業者向けセミナーは、Third Wave Café という日本人シェフが料理を手掛けるお店で 30 名規模で行われました。こちらのお客さんは既に日本酒のことをよく知っている方々が大半、ということで、セミナーは短く切り上げ、質問時間を長くとることに。やはりお客さんからは「火入れしたお酒でも冷蔵保存しなければならないものがあるのか」などといった、より込み入った質問が多々行われました。

こちらのセミナーでも 4 種類のお酒に合うおつまみをシェフにお願いして作っていただきました。いずれもチーズやビーフ、キャビアといったメルボルンでなじみ深い食材を使ったお料理でしたが、それぞれお酒とのマッチングは抜群で、特に純米酒のお燗と生ガキを使ったお料理の組み合わせは絶品でした。お陰様で集まっていたお客さんにも食べ合わせの妙を満喫していただけたのではないかと思います。

その後セミナーに参加していただいた酒サムライのビショップ氏にお招きいただき、彼の経営する居酒屋を見させていただきましたが、ハイセンスな内装、30 を超す日本酒がデータやコメントと共にきちんと載せてある酒リスト、そして日本の居酒屋と変わらないお料理がずらりと並ぶメニューのどれにも驚かされました。今や日本酒は世界中の人々に愛される文化となりつつあるのだ、とその広がりを実感し、造り手としてはますます気を引き締めて、おいしいお酒を世界中のお客さんにお届けできるよう、がんばらなければという思いを新たにしてお帰国しました。

このような貴重な体験をさせていただいた外務省の皆様、またお力添えをいただいた、たくさんの方々に、この場をお借りしてお礼を申し上げます。

(招徳酒造株式会社 杜氏)



北原シェフによるお料理



セミナーの後、お客さんやスタッフと共に