

日本酒の地域性とGI

令和2年 1月

株式会社津々浦々

代表取締役社長 竹久健



株式会社津々浦々

食の未来をつくり、届ける

弊社概要

- 会社名： 株式会社津々浦々
- コンセプト： 地域と共に、食の未来をつくり、届ける
- 設立： 2017年12月21日
- 所在地： 東京都千代田区大手町2-6-2日本ビルディング3階
- 代表取締役社長： 竹久 健
- 資本金： 3億円
- 株主： 株式会社農林漁業成長産業化支援機構（A-FIVE）
株式会社フジオファーム
まるき葡萄酒株式会社
株式会社ファーマーズフォレスト



弊社の事業

- 「あきnow」事業
 - 各地方の食材を紹介する商談会の電子カタログとして始まった事業
 - 商談会のアレンジ・運営
- 食品メーカーへのコンサルティング事業
 - HACCP対応、ラベル表示に関わるコンサルティング
- 農産物六次産業化事業
 - どぶろくの製造委託・販売
- GI取得申請支援事業

はじめに、余談から



- この日本酒のブランド、「ろまんのこんてい」と読みます。
- 商標登録もされています。

Romanée Contiには商標権がない？

- 意外と思われるかも知れませんが、世界に冠たるワイン、ロマネコンティは商標登録がなされていません。
- では、「ロマネコンティ」という名称は保護されていないのか？
- 実は、「ロマネコンティ」はフランスの原産地呼称制度によって守られているのです！



Romanée Contiと言える為には？

- Vigne Romanée村にあるRomanée Contiという畑で栽培されたブドウのみを使用
- 品種の指定
- 畑での収量制限
- アルコール度数
- 栽培方法
- 醸造方法

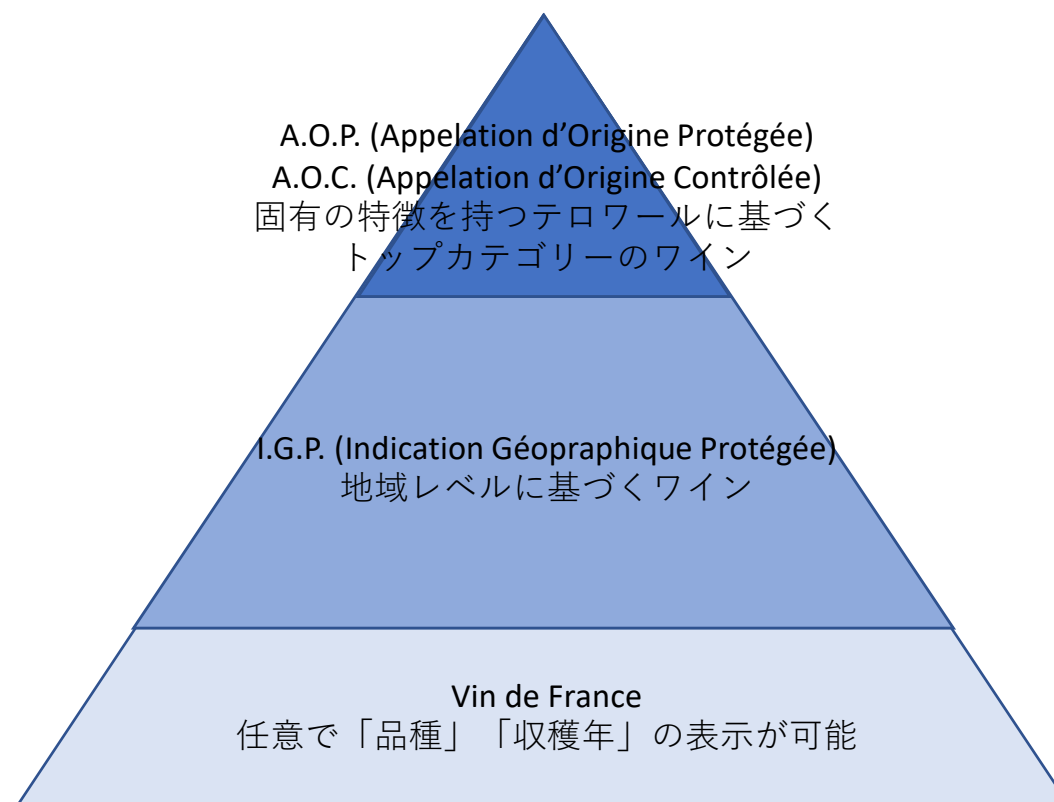
等々、細かい規定がフランスのワイン法によって定められており、国際条約によって守られている！

原産地呼称（地理的表示）の意義

- 原産地の保護（地域性に由来する「個性」）
 - 「その地ならではの」の保護・保証
 - 「地域内では共通部分がある」が「その共通部分は地域外とは共有しない」
- 原産地のブランド力向上（＝品質保証）
 - 「保護されるに値する場所」であることの保証
 - 「地域内で共通する特性」が優れていること
 - 製法基準に合致している事の保証
 - 官能検査をパスしている事の保証

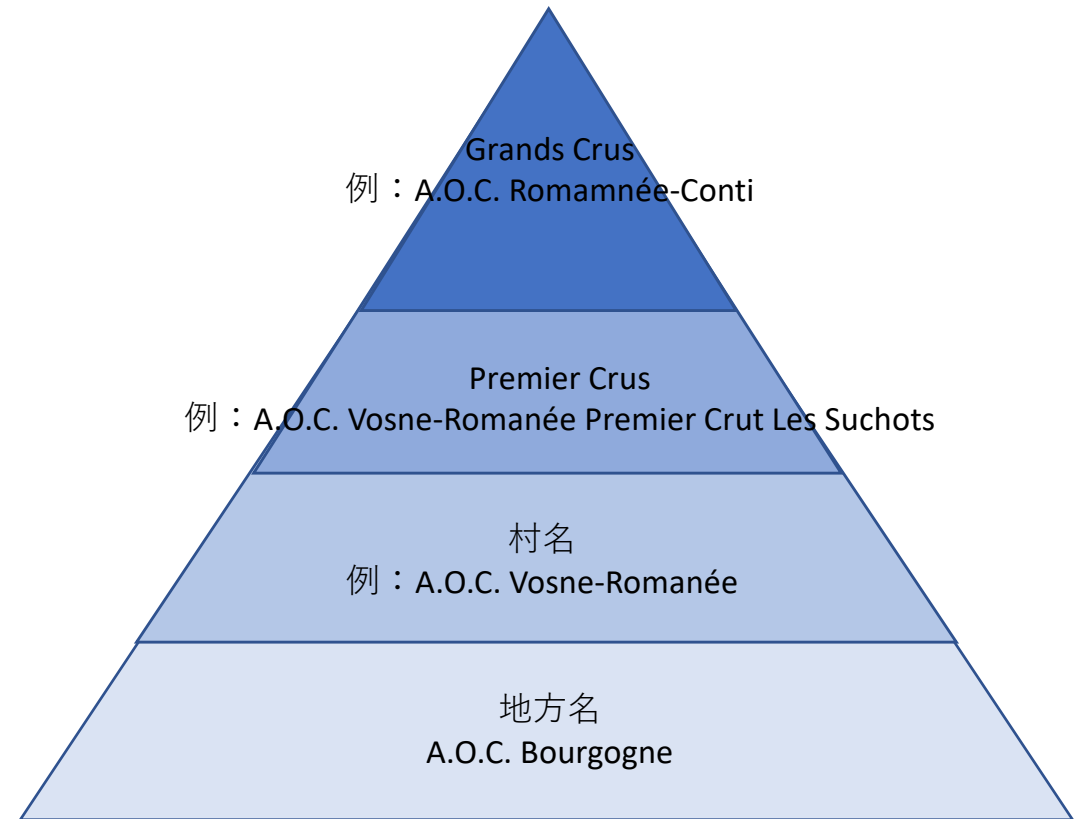
海外における産地呼称制度 (フランス・ワインの例)

- 「地域レベルに基づくワイン」の上位に「固有の特徴を持つテロワールに基づくワイン」がある、という考え方。
- 最上位のA.O.C.には生産地域、ブドウの栽培地域、品種、栽培方法等に細かい制約が設けられている。



ブルゴーニュ地方における原産地呼称の階層構造

- フランスの中でもブルゴーニュ地方の原産地呼称制度は整備が進んでおり、同じA.O.Cの中でも更に範囲の狭い「村名」「畑名」でのA.O.C.階層がある



地理的表示(GI)の現状



日本酒におけるGIの考え方（現状）

主なポイント	日本酒	白山	山形	灘五郷
醸造場所	日本国内において製造されたものであること。	石川県白山市内において製造されたものであること。	山形県内において製造されたものであること。	灘五郷内において製造されたものであること。
水		石川県白山市内で採水した水のみを用いたものであること。	水に山形県内で採水した水のみを用いたものであること。	灘五郷内で採水した水のみを用いたものであること。
米	酒税法第3条第7号に規定する「清酒」の原料を用いたものであること。 ただし、米及び米こうじに国内産米のみを用いたものであること。	米及び米こうじに国内産米（農産物検査法（昭和26年法律第144号）により醸造用玄米の1等以上に格付けされたものであって、精米歩合70%以下のものに限る。）のみを用いたものであること。	米及び米こうじに国内産米のみを用いたものであること。	国内産米（農産物検査法（昭和26年法律第144号）により3等以上に格付けされたものに限る。）のみを用いたものであること。

そもそも日本酒に地域性（テロワール）はあるのか？

- ワインとの対比：ブドウvs. 米
 - 果実vs. 穀物
 - 土壌・地質との関連性（？）
 - 保存性、移動可能性
 - 結果としての歴史・文化の違い
- 1990年代における専門家団体による調査結果

なぜ、地域性の特定が難しいのか？

3種類ある、蔵元の酒造りに対するスタンス

1. 地域の特性を反映した酒を造る
2. 自分たちの作りたい酒を造る
3. 全国区で売れる酒を造る

以上、3種類ある蔵元が造る酒の味・香りの「平均値」を取ったら地域性の特定はかなり困難

日本酒の個性の決定要因

- 米
- 水
- 酵母
- 造り（杜氏流派）
- 風土
- 歴史、伝統（ストーリー性）

日本酒の地域性は個別の要因や味・香りだけでなく、上記をトータルに考慮した上で語るべき

GIで「保護すべき地域特性」は何か？を各地生産地が決めて打ち出す必要性



GI取得のメリット・デメリット

メリット

- 国際的に認知された保護措置を取得
- 上記に関わるブランドイメージの向上
- ワインAOC並みの呼称基準を設ける事で①海外市場、②国内ワイン愛好家への価値波及が可能になる

デメリット

- 関係者全員の同意を取る必要があるなど、手続きが煩雑
- 基準作成、運用（官能検査を含む）にコストが掛かる

GIを取得する上で肝要なことは「取得すること」ではなく、取得した後のブランド力向上のための仕掛けを作ること

生産地の皆様は大変なご苦勞を乗り越えてGIを取得しているのです！

GIの今後（予想される動き）

- 「保護」という観点に加え「ブランド」という視点の強化
 - 地域のストーリー性を前面に打ち出す動き
 - 製法基準に地域の独自性を打ち出す動き
- GIの「多層化」
 - 大きな地域（例：都道府県）GIの上に小さな地域（例：郡市）GI
 - 製法基準による名称の細分化（例：県産米のみ使用、長期熟成）
- GIは「神」にはならない
 - GI指定がなくともいい酒はいくらでもある