

### 三重の日本酒

三重では江戸時代の頃から「お伊勢参り」で伊勢神宮を訪れる多くの参拝者をもてなすため、酒造りが盛んに行われるようになりました。

また、「あわび」を代表とする多様な海産物に恵まれており、豊かな魚介類と共に飲む酒として清酒は発展してきました。

近年では、独自の清酒酵母の研究、三重の気候風土に適合した醸造技術の開発、酒造技術者などの資質向上にも取り組んできた結果、国内の品評会だけでなく国際コンクールなどでも高い評価を得ています。

さらに、2016年のG7伊勢志摩サミットでは、ランチやディナーの乾杯酒などとして各国首脳に提供されたことが話題となり、知名度も向上しました。

### 地理的表示(GI)「三重」の指定

2020年6月19日に、国税庁により酒類の地理的表示(GI)に「三重」が指定されました。

酒類の中で清酒でのGI指定は、東海地方では初めてで、都道府県単位では、山形県に次ぐ2例目です。

清酒でのGI指定

白山	石川県白山市
日本酒	日本国
山形	山形県
灘五郷	兵庫県神戸市灘区、東灘区他2市
はりま	兵庫県姫路市他21市町
三重	三重県



### 地理的表示(GI)とは

酒類について「正しい産地」であること、「一定の基準」を満たして生産されたことを示すのが「地理的表示(GI)」です。

\*GI…Geographical Indication

酒類の地理的表示(GI)は、

- 正しい産地であること
- 一定の基準を満たした品質であること

を示しています。

地域ブランド産品を適切に選ぶことができます。

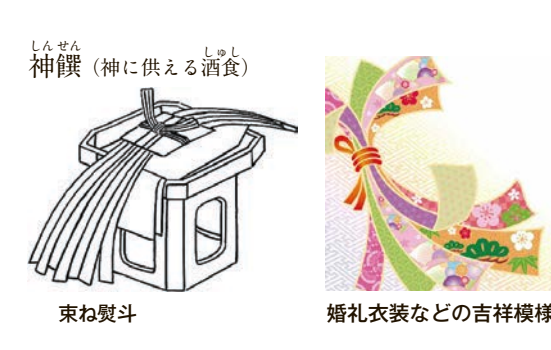
海外の地理的表示としては、ポルドーワイン、スコッチウイスキーなどが有名。

### 地理的表示(GI)「三重」の生産基準 (一部抜粋)

- 特徴**  
三重の日本酒は、暖かみがあり芳醇な酒質が特徴です。うま味を感じさせる滑らかな舌触りにより芳醇さを感じさせる反面、甘みや辛みは穏やかで、特に魚介類などの食材との相性が良いと言われています。
- 原料**  
・国内産の米と米こうじ ・県内で採取した水
- 製法**  
・県内で製造・容器詰めした特定名称酒(\*)  
\*特定名称酒とは、吟醸酒、純米酒、本醸造酒です。

三重県酒造組合では、GI「三重」のシンボルマークを上記のマークと定め、認定酒にはこのシンボルマークを表示します。伊勢神宮が鎮座し、悠久の歴史と食物の恵み豊かな風土を持つ三重県の「神と酒と食の関わり」をイメージしたシンボルマークです。

**東ね熨斗(たばねのし)**  
中央に象徴的に扱っているのは「東ね熨斗」といい、縁起が良いとされる日本の伝統模様です。「東ね熨斗」とは、あわびを薄くもいたものを干してつくる「熨斗あわび」を東ねた形を表しています。伊勢神宮へ献上するあわびは、伊勢に近い国崎(くさき)で採れたあわびを「熨斗あわび」に加工し、これまで約2千年もの間奉納されてきました。「東ね熨斗」は、江戸時代に家紋として、あるいは婚礼衣装、大漁旗など、おめでたい吉祥模様として多くのシーンで使われてきました。



シンボルマークの説明




**朝日**  
毎年、冬至に伊勢神宮・内宮の宇治橋の大鳥居から昇る朝日を表しています。



宇治橋から昇る冬至の朝日 ©(公社)三重県観光連盟

**盃(さかずき)**  
神酒(みき)をささげ、お力をいただく伊勢神宮の素焼きの盃を表しています。伊勢神宮では常に新しい素焼きの盃が使われます。



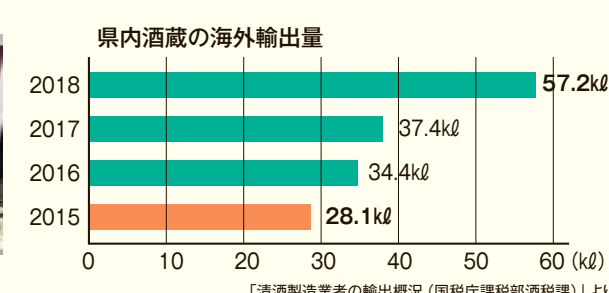
伊勢神宮の素焼きの盃

### 「三重の日本酒」これまでの取り組み

**G7伊勢志摩サミット (2016年)**

国内外のメディアなどで大きく取り上げられ**知名度が向上**

海外輸出量は伊勢志摩サミット開催前の2015年から毎年増加し2018年は**2倍以上**に



年	輸出量 (kl)
2018	57.2
2017	37.4
2016	34.4
2015	28.1

「清酒製造業者の輸出概況(国税庁課税部酒税課)」より

**ブリュッセル国際コンクール日本酒部門「SAKE selection 2018」(日本初開催)**

国際的に評価の高いワインコンクールであるブリュッセル国際コンクールの日本酒コンテストが鳥羽市で開催。




ウエルカムパーティーの様子

特別賞(最多受賞酒蔵)	宮崎本店
受賞酒	18点(プラチナ3点含む)
受賞率	36.0%

※全体の受賞率25.1%を上回り、三重の日本酒の品質が評価

**欧州最大級の日本酒の見本市「サロン・デュ・サケ 2019」**

「三重の日本酒」の販路開拓、認知度向上を目的として、情報発信力の高いフランス・パリでプロモーションを実施。「サロン・デュ・サケ」に三重県ブースを出展し、3日間で延べ約1,700名がブースへ来訪。世界各国のバイヤーやレストラン関係者にPR。「三重にはおいしいお酒があることが発見できてよかった」などの声があった。




「サロン・デュ・サケ2019」の様子

**今後に向けて**

これまでの海外プロモーションにおいて、どのような地域で造られた酒なのか、三重の気候・風土について聞かれることが多く、地域をブランド化する必要性を認識し、GIの申請を行いました。

三重県全域で「三重」というまとまりとなって指定を受けたことは非常に意義深いと思っています。今後は、GIの指定を受けたことをゴールとせず、背景にある三重の自然や歴史、文化も合わせて、

三重の日本酒を発信し、「三重」という地域ブランドを高めていきたいと思ひます。



三重県酒造組合 会長 清水 慎一郎さん