

◎ 第3回「日本の食品輸出 EXPO」開催、1万8,000人の来場をみこむ 本格焼酎、南山物産ブースで各社展示、特徴的な商品に人気が集まる

リード エグジビション ジャパン(東京新宿区)は11月27~29日、千葉市美浜区の幕張メッセで第3回「日本の食品輸出 EXPO」を開催している。日本貿易振興機構(ジェトロ)と共催し、農水省の協力のもと日本の食品を輸出することを目的とした展示会。初出展の200社を加え、約700社が出展、規模を拡大している。80カ国を超える海外バイヤー4,000人を含む1万8,000人の来場を見込む。

本格焼酎の輸出を手掛ける南山物産のブースでは、井上酒造、老松酒造、太久保酒造、豊永酒造、濱田酒造、東酒造、紅乙女酒造、六調子



酒造の8社が展示を行い、海外バイヤーとの商談を行った。同社によると、通常の本格焼酎だけではなく、樽の長期貯蔵や、コーヒー、紅茶を使ったリキュールなどの商品にも反響が多く、多様性がブースの動員につながり「手応えは昨年以上」(中山大希代表取締役)だという。



熊本県の豊永酒造は、南山物産と協力して輸出向けにデザインを一新した麦汁(写真)を展示。展示会初日の27日に新デザインをリリースした。すっきりしたタイプではなく、国内にもあまりない濃い味わいの麦焼酎で全国酒類コンクールでも受賞特賞第1位を受賞している。「それまでも人気の商品ではあったが、和のテイストを出し、酒質を示し、どっしりとした和のデザインにした」(南山物産)。価格は従来から変更しない。また、同社の「カルダモン×特製米焼酎」の「試製参考 25度 720ml」もバイヤーらの関心を強く引いた。

福岡の紅乙女酒造では、「ごま焼酎 紅乙女スタンダード江口寿史 Ver」がバイヤーに人気だったという。通路からでも目を引くデザインに加えて、ゴマ焼酎の他にないオンリーワンな点、初めての味



がバイヤーに評価された。カナダから引き合いがあり、米国、ヨーロッパでの販売にも期待がかかる。

樽熟成焼酎を出品する熊本県の六調子酒造は「アジアなどで気に入ってもらい、パッションを持って長く付き合いたい、焼酎の理解を広げていきたいと言ってくれたバイヤーもいた」(同社)と好評だったが、半面「麦焼酎をシングルグレインのウイスキーとして売らないかという声もあり、お断りした」という。「焼酎の熟成酒としてブランドを定着しないといけない」として展示会などの機会を通して、さらに認知を広めることに努め、安易な販売はしない考えだ。

今回の南山物産のブースの中でも、バイヤーからの注目が高かったのが、鹿児島県の東酒造の「リトルキス(コーヒーリキュール)」と「さかずき



梅花の宴」だ。「リトルキス(コーヒーリキュール)」はコロンビア、ブラジル、日本の鹿児島県の沖永良部島のコーヒー豆をブレンドして使用、米焼酎ベースで甘くすっきりした味わいと香りが好評だった。また、10年樽貯蔵米焼酎と完熟梅酒を合わせた「さかずき 梅花の宴」も好評だった。そのほか、料理酒の黒酒が高級レストランやホテル関係者の注目を集めた。

鹿児島県の太久保酒造は、「国内で焼酎の消費が落ちている中、オーソドックスな焼酎を飲んでもらいたい」として本格焼酎各種を出展。説明や試飲を通して、「日本の繊細な飲み物だと理解してもらえる」という。出展した商品では、安納芋の焼き芋を使用した「太久保」や、古酒原酒の「甘宝」が好評だった。

大分県の井上酒造は、「アティホゆずはちみつ梅酒」が好評だった。1年以上熟成された梅酒に地元大分県産ゆずの天然果汁をバランスよくブレンドした。「果汁を入れた甘味の中で酸味が少しある。こういった商品は食いつきがいい。何かしらのプラスを入れた商品で間口を広げ、そこから焼酎に入っていける仕掛けが必要だ」(同社)。(次頁に続く)