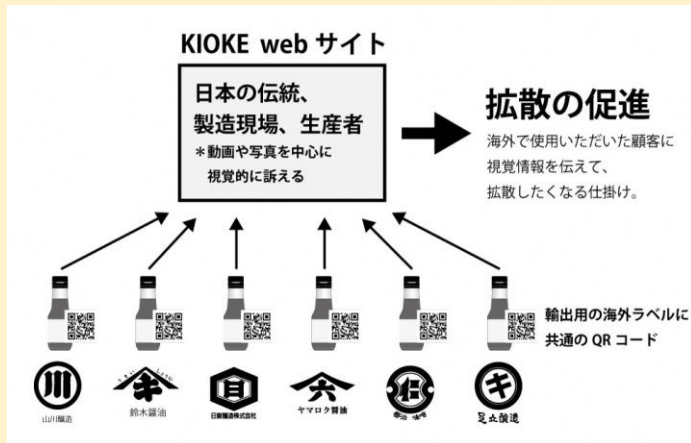


|                          |              |
|--------------------------|--------------|
| PR対象国・地域                 | アメリカ、ヨーロッパ全域 |
| 海外にPRしたい観光資源や製品の名称（最大3つ） | ①木桶仕込み醤油     |

### 【①海外にPRしたい観光資源や製品の特徴】

江戸時代から続く伝統的な製法で造る木桶仕込み醤油は製造に手間と時間がかかる上、量産が難しく、タンクでの醸造と比べ割高となり、海外の醤油マーケットシェアはほぼ0%となっている。しかしながら、「天然醸造・木桶仕込み醤油」を海外メディアが取り上げたこともあり、一部の富裕層や美食家の間で「ワインと同じで、醸造元によって複雑な香りや味わいがあり、それぞれ特色がある」と理解されつつある。



木桶仕込み醤油の魅力伝えるWEBサイトの多言語化を計画中。輸出用の海外ラベルにQRコードを付けることで、海外ユーザーを起点にSNSで情報拡散を図る。



国内展示会にて木桶の展示  
(直径1.85m 高さ2m)



コロナ前に実施していた海外バイヤーの招聘やインバウンド向け見学ツアーを再開予定。醸造現場を体感してもらい、醤油文化の啓発を図る。

国内初の無形民俗文化財に登録された「讃岐の醤油醸造技術」を用いた木桶仕込み醤油の世界展開に向けて、多様な主体が参画したコンソーシアムが立ち上がっている。全国の木桶仕込み醤油メーカー20社が参加し、それぞれの蔵が受け継ぐ醸造技術により、香りや味わいが異なる。ワインに例えられる「クラフト醤油」を取りそろえてプロモーションすることで、業界全体の底上げにつながるとともに、生産者のモチベーション向上や地域が誇る伝統産業の活性化に対する期待も大きい。

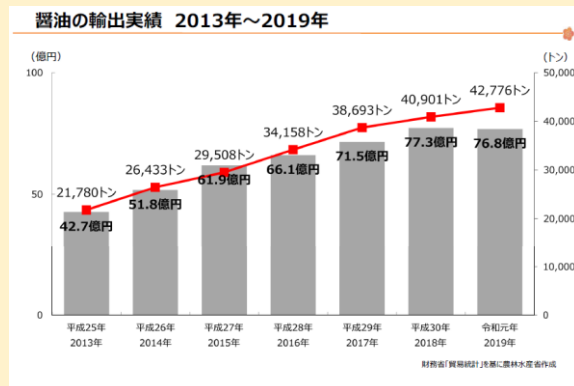
|                          |              |
|--------------------------|--------------|
| PR対象国・地域                 | アメリカ、ヨーロッパ全域 |
| 海外にPRしたい観光資源や製品の名称（最大3つ） | ①木桶仕込み醤油     |

### 【② 現在の海外への展開状況や課題】

日本の代表的な発酵調味料の醤油は、海外において和食文化の浸透とともに、嗜好品としての調味料の地位を確立しつつあり、輸出額・量ともに年々伸びている。一方、海外では醤油の文化的背景や発酵調味料としての知識はまだ不足し、醤油は嗜好品ではあるものの、比較的安価な商品でなければ売れない状況が続いている。

#### 【課題】

- ・プレミアム商品としてブランディング
- ・木桶仕込み醤油の差別化及び魅力発信
- ・現地ニーズに対応した商品開発
- ・積極的な輸出機会への参加及びプロモーションの実施
- ・木桶増産等による木桶仕込み醤油生産体制の強化
- ・コンソーシアムの強みを生かした商品提案



出典：農林水産省食糧産業局海外市場開拓・食文化課  
「令和元年農林水産物・食品の輸出実績（品目別）」2020年4月

### 【③海外展開に関するニーズ、コンテンツ制作・発信者に求める役割】

主要ターゲットについては、農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略において、味噌・醤油の国別輸出額目標に記載される米国及びワイン文化が浸透するEU諸国としている。

こうしたターゲット国で、木桶仕込み醤油のストーリーを分かりやすく伝えられる動画制作をお願いしたい。

なお、事務局を務めるヤマロク醤油の山本社長はメディア露出も多く、取材慣れしているのもメリット。



テレビ：フジテレビ「奇跡体験アンビリバボー」、テレビ東京「日本！行きたい人応援団」、日本テレビ「月曜から夜ふかし」、「世界の果てまでイッテQ」他多数

海外メディア：米国CNN、NETFLIX、ウォールストリートジャーナル、英国BBCトラベル、フランスのル・モンド紙 他多数

|                          |                             |
|--------------------------|-----------------------------|
| PR対象国・地域                 | アメリカ、カナダ、イギリス、ドイツ、フランス、オランダ |
| 海外にPRしたい観光資源や製品の名称（最大3つ） | ①日本遺産村上海賊、②しまなみ海道サイクリング     |

### 【①海外にPRしたい観光資源や製品の特徴】

日本遺産村上海賊 “日本最大の海賊”の本拠地：芸予諸島一よみがえる村上海賊“Murakami KAIZOKU”の記憶—  
村上海賊は、宣教師ルイス・フロイスに日本最大の海賊と称された海賊で、能島・来島・因島にそれぞれ本拠地をもつ三つの村上家は芸予諸島を中心に、水先案内人やボディガードのような働きをして、瀬戸内海の広い範囲で活躍した。掟に従って、航海の安全を保障し瀬戸内海の交易や流通の秩序を守る役割を担っていた。

### しまなみ海道サイクリング

瀬戸内海に浮かぶ芸予諸島を橋で結ぶ瀬戸内しまなみ海道。そのしまなみ海道にある全長約70kmのサイクリングコースは、日本で初めての海峡を横断できる自転車道で、美しい景観と共に、島ごとの歴史や文化を感じながら、芸予諸島を自転車で巡ることができる。日本を代表して世界に誇りうるサイクリングルートとして、令和元年に国土交通省がナショナルサイクルルートに指定した。

しまなみ海道沿線には、自転車が借りられるレンタサイクルターミナルや休憩のできるサイクルオアシスが幾つもあり、気軽にサイクリングが楽しむことができる。しまなみ海道を自転車で巡りながら、芸予諸島に眠る村上海賊の足跡を巡り、歴史に触れていただきたい。



### 日本遺産村上海賊

村上海賊は、この地を渡る船の安全や祖先から受け継いだ信仰、かけがえのない穏やかな暮らしや、大名顔負けの優雅な文化、そして何よりも美しい瀬戸内海の風景を守ってきた。「襲う」「奪う」よりもむしろ「守る」海賊であることを、村上海賊ミュージアムで知っていただきたい。

村上海賊以外にも活躍した海賊はいるが、海賊が活躍した芸予諸島をつなぐ橋を自転車で渡り、海賊のロマンを感じられるのはしまなみ海道だけである。

|                          |                             |
|--------------------------|-----------------------------|
| PR対象国・地域                 | アメリカ、カナダ、イギリス、ドイツ、フランス、オランダ |
| 海外にPRしたい観光資源や製品の名称（最大3つ） | ①日本遺産村上海賊、②しまなみ海道サイクリング     |

## 【② 現在の海外への展開状況や課題】

## ○展開状況

日本遺産村上海賊 ホームページ  
（日・英・簡・繁・韓・仏）

村上海賊ミュージアム 音声ガイドシステム  
（日・英・簡・繁・韓・仏）

しまなみ海道サイクリング  
ナショナルサイクリングルート ホームページ（日・英）

米 CNN  
2015年、しまなみ海道サイクリングロードが世界の最も素晴らしいサイクリングルートのうちの1つに選ばれた

米 ニューヨーク・タイムズ  
「2019年に行くべき52ヶ所」の7位に「瀬戸内の島々」が選出され、その中でしまなみ海道サイクリングが紹介された

## ○課題

日本遺産村上海賊は、海外での認知度が低い

## 【③海外展開に関するニーズ、コンテンツ制作・発信者に求める役割】

## ○どの層にPRしたいか

日本遺産村上海賊に興味をもてる知識層  
サイクリングに興味をもてるアクティブ層

## ○どのようなPRをしたいか

サイクリングでしまなみ海道を巡って村上海賊の歴史ロマンを感じられるようなストーリー仕立ての映像コンテンツでPRしたい

(案)船に乗っていた海賊が現在では自転車に乗っている演出

## ○コンテンツ制作・発信者に求める役割

日本遺産村上海賊は、日本史を学んでいない外国人にとっては、やや難しいコンテンツになると思われるので、外国人目線でわかりやすく正確な内容でPRしたい。

また、上記ターゲット層に訴求するような発信をしたい。