



公益社団法人 日本観光振興協会
JAPAN TRAVEL AND TOURISM ASSOCIATION
日本酒蔵ツーリズム推進協議会
Japan Council for Promotion of Sake Brewery Tourism

公益社団法人 日本観光振興協会
(日本酒蔵ツーリズム推進協議会 事務局)

住 所 〒105-0001
東京都港区虎ノ門3丁目1-1
虎の門3丁目ビルディング6階
MAIL sakagura@nihon-kankou.or.jp
URL https://sakefan-tourism.com/



文化庁

Agency for Cultural Affairs, Government of Japan



酒蔵ツーリズム事業案内
Sake Brewery Tourism
Business Guide

日本のおいしい
お酒に出会う旅

日本酒蔵ツーリズム推進協議会

Japan Council for Promotion of Sake Brewery Tourism



酒蔵ツーリズムとは？

What is Sake Brewery Tourism ?

「利き猪口の中には、日本が詰まっている」と言われるように、
お酒作りにはそこに関わる地域の方々の物語がたくさん存在します。

酒蔵ツーリズムとは、

日本酒・焼酎・泡盛・ワイン・ビールなどの酒蔵を巡り、

地域の方々と触れ合い、お酒を味わう。

そして、そのお酒が育まれた土地を散策しながら、

その土地ならではの郷土料理や伝統文化を楽しむ旅行のことです。

世界中のお酒ファンの方々に、

その土地でしか味わえない

「酒蔵ツーリズム体験」を楽しんでいただきたいと思います。

日本酒蔵ツーリズム推進協議会

※酒蔵ツーリズムは佐賀県鹿島市の登録商標です。



日本のおいしい
お酒に出会う旅

日本酒の味を左右する 「製麹(せいぎく)」

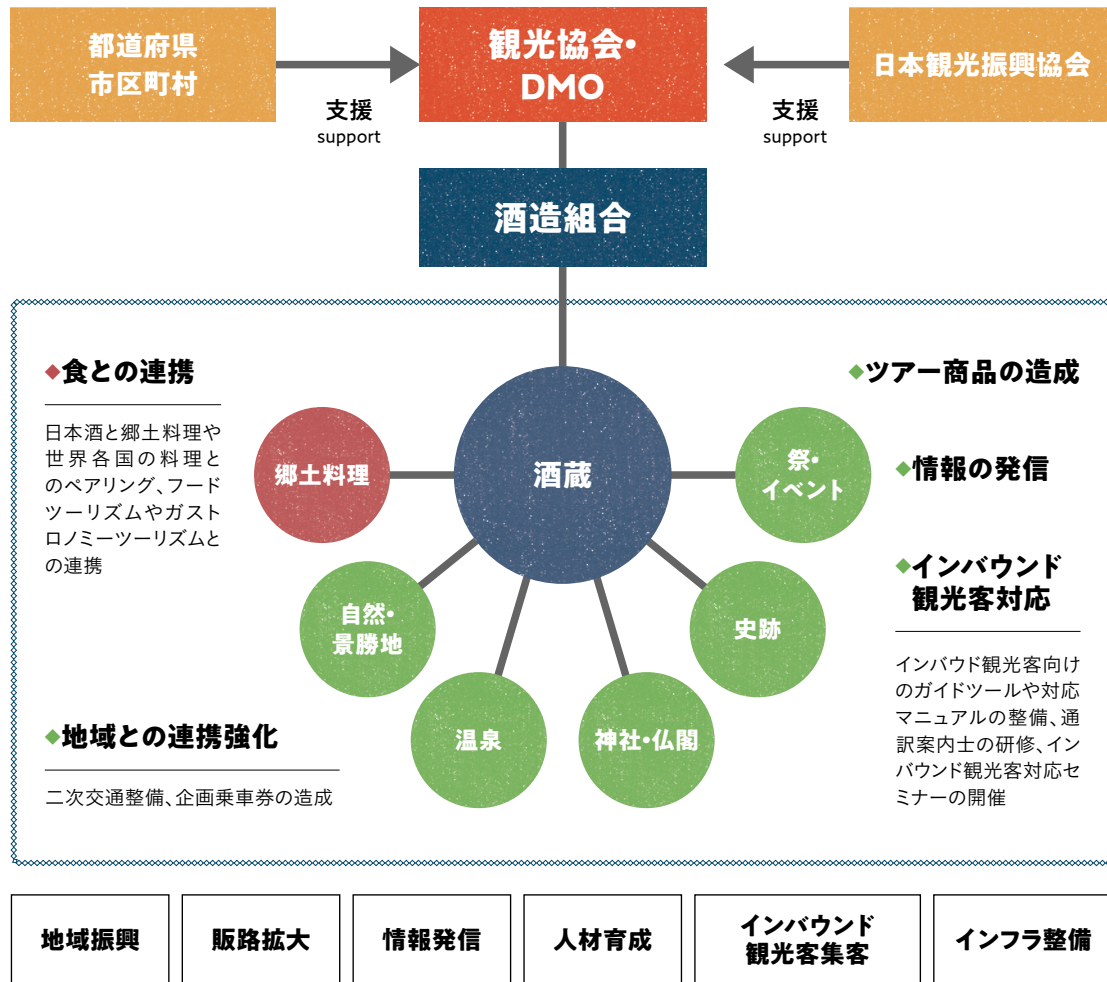
日本酒を造る上で欠かせないものが「麹(こうじ)」。酒米のアルコール発酵を促し、日本酒のコクや旨味を生み出す役割を持ちます。その麹を造る作業が「製麹」です。蒸した酒米に麹菌を付着させ、米の中で繁殖させます。最も重要なのは温度管理で、蔵人は蒸米を混ぜ込んで保温(床もみ)し、麹菌の繁殖によって温度が上がったら放熱(切り返し)する作業を約48時間かけて丁寧に繰り返します。麹の質が日本酒の質を決めるため、蔵人の製麹には自ずと力が入ります。



日本酒蔵ツーリズム推進協議会

Japan Council for Promotion of Sake Brewery Tourism

事業展開イメージ



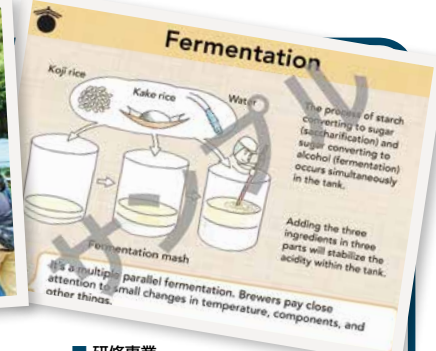
酒蔵ツーリズムによって、地域全体に継続的な経済波及効果が生み出され「地域活性化」へと繋がっていくことを目指します。



■ プロモーション事業
展示会への出展



■ 協議会自主事業
DMOと連携したモデル地域づくり



■ 研修事業
外国人受入態勢標準化ツール

設立目的

- ①日本酒蔵ツーリズムの振興を通して、日本産酒類(日本酒、焼酎、泡盛、ワイン、ビール等)の認知拡大と価値向上に貢献する。
- ②日本産酒類を観光資源として活用し、酒蔵とその周辺地域の観光振興と経済的発展を支援することで、地方創生を実現する。

目指すべきゴール

- 日本産酒類への関心と価値を高めることで地域の魅力をアピールし、国内およびインバウンド観光客の地方への誘客が促進できている。
- 酒蔵が他の観光資源や食と連携して地域の観光力が強化されることで、地域全体に継続的な経済波及効果を生み出し、地域活性化に貢献できている。
- 日本酒蔵ツーリズムが、地域のすべてのステークホルダーにとってメリットのあるものと認識されている。
- 国内外の観光客に対する受入態勢の整備とレベルアップが実現され、日本酒蔵ツーリズムの旅行商品が日常的に販売されている。

事業内容

【事業1】 研修事業 ⇒事例紹介 P.5へ

- ①通訳案内士・観光関係者・協議会会員向け酒蔵ツーリズム研修
- ②外国人受入態勢標準化ツール(英語・中国語版)の作成

【事業2】 プロモーション事業 ⇒事例紹介 P.7へ

- ①酒蔵関連情報の集約、サイト運営と更新
 - ◆オフィシャルサイト及びSNSでの情報発信

②展示会等への出展

- ◆日本酒フェア(日本酒造組合中央会主催)にブース出展
- ◆ツーリズムEXPOジャパン(日本観光振興協会・JATA・JNTO主催)にブース出展、海外のメディア・エージェンツ向けセミナーの開催、海外のメディア・エージェンツとのビジネスマッチングイベントの開催

【事業3】 協議会自主事業 ⇒事例紹介 P.9へ

- ①会員相互の交流、情報交流機会の提供
- ②食との連携強化事業
 - (郷土料理や世界各国料理とのペアリング、フードツーリズムやガストロノミーツーリズムとの連携)
- ③地域やDMOとの連携によるツアー商品の造成支援、海外へのプロモーション支援
- ④酒蔵ツーリズムに関する提言活動

※その他、日本観光振興協会の自主事業として、酒・食文化ツーリズムのモデル事業を実施

次のページから
事業の事例を
紹介します



【事業1】
研修事業

各地の取り組みを紹介
酒蔵ツーリズム研修



地域ブランディングやテーマ別観光の切り口として「酒蔵ツーリズム」を推進する協議会では、観光関連事業者や酒造関連事業者が「酒蔵ツーリズム」に取り組むにあたり、各地の事例や酒の特色などを知り、情報交換・検討を行う場として研修を開催しています。

西条酒蔵通り観光案内所を視察

地域活性の新たなコンテンツとなる
「酒蔵ツーリズム」の事例・情報を共有

日本各地には、多様な観光資源が多数存在しています。こうした観光資源を発掘し、磨き上げ、魅力ある観光地域づくりを推進するためには、地域ブランディングが重要です。また、個人旅行者やインバウンド観光客が増加する中で、よりテーマ性やストーリー性を持ったコンテンツが求められています。

地域ブランディングやテーマ別観光の切り口として「酒蔵ツーリズム」を推進する協議会では、観光関連事業者や酒造関連事業者が「酒蔵ツー

リズム」に取り組むにあたり、各地の事例や酒の特色などを知り、情報交換・検討を行う場として研修を開催しています。研修を契機として、酒蔵ツーリズムをテーマとした旅行商品が造成され、観光客の増加だけでなく、観光および酒類の消費額が増加していくことを目指しています。

東広島市の研修では、実際に現地で酒蔵巡りを行ったことで、商品化を検討する声が多く聞かれました。酒造関連事業者にとっては、酒蔵ツーリズムに取り組むための事例共有の場となり、受入態勢の整備や、販路拡大へと繋がっていくことが期待されています。

《研修事業開催例》

- 2019/3/2 東広島
かもしだす 東広島の魅力発信・旅行会社向け研修
【対象】旅行会社
- 2019/9/20 東京
第1回酒蔵ツーリズム研修～美酒県 山形の酒を知る～
【対象】観光関連事業者、酒造関連事業者、通訳案内士
- 2019/10/24 大阪
ツーリズムEXPOジャパン2019プロフェッショナルセミナー
【対象】観光関連事業者
- 2020/2/9 東京
第2回酒蔵ツーリズム研修～東京の酒を知る～
【対象】観光関連事業者、酒造関連事業者、一般

《東広島 旅行会社向け研修概要》

- 開催日時 : 2019年3月2日(土) 11:00～16:30
- 開催場所 : 広島県東広島市
東広島芸術文化ホールくらら
- 実施内容 : 旅行会社向け商品造成担当者研修
●春の西条・醸華まつり2019視察
●酒蔵ツーリズム事業概要説明
●広島県観光地紹介
●東広島市観光プレゼンテーション
- 参加者数 : 旅行会社商品造成担当者14名、
メディア関係者4名、来賓運輸関係者4名、広島県1名、
広島県観光連盟5名、東広島市8名、
東広島市関係団体6名、日本観光振興協会4名(総計46名)

“Interview”

「東広島 旅行会社向け研修」を開催した
東広島市のご担当者にお話を聞きました。

東広島市の観光振興の契機

日本酒蔵ツーリズム推進協議会の協力により、2018年7月の西日本豪雨で大きな被害を受けた広島県の被災地復興支援を目的に酒都・西条を有する東広島市で旅行会社向け研修プログラムを開催しました。

研修の実施に当たっては、「東広島市観光総合戦略」に基づき、コアコンテンツとなる「酒蔵」や、それを取り巻く様々な観光資源の見直しと新たな魅力発見を行いました。また、旅行会社における商品造成を目的としていましたので、広島県観光連盟や市内の商工会などにも協力をいただき、研修当日のプレゼンテーションにも参加していただきました。

研修当日は来賓や旅行会社、メディアを含む23名が研修に参加され、各社・団体のキーパーソンが一堂に会する非常に有意義な研修が開催できたと考えています。



ボランティアガイドが西条酒蔵通りを案内

東広島市の観光プロモーション 酒蔵を紹介する「そぞろ歩きマップ」



6割を超える旅行会社が商品造成の意思を示す

「醸華町まつり」視察やプレゼンテーションにおいては、東広島市の新たな魅力が周知できたことが有意義でした。西条は、灘、伏見と並ぶ日本の三大酒処とされていますが、それ以外の観光資源はあまり認知されておらず、これまでツアー造成に繋がらなかった一因であったと思われます。西条周辺地域も含めて様々な観光資源を紹介できたことで、新たな商品造成の可能性が広がりました。同時に、東広島市に国内外からの観光客が呼べるよう、さらに酒蔵ツーリズムに磨きをかけていかなければとも感じています。

旅行会社やメディアの生の声を聞き、東広島市が観光地として抱える課題や、今後、発展していくためのアイデアを客観的視点から確認できたことも意義がありました。「目的によっては滞在型商品の設定も可能」という意見には、市としても新たな期待感を抱きました。6割を超える旅行会社が商品造成の意思を示してくれたことも、東広島市の本格的な観光振興の大きな力になると考えています。

今回の研修では、観光地としての東広島市の“現在地”を認識し、今後の取り組みへの道筋が見えてきました。さらに、観光振興の契機として市内の観光事業者の意識改革が図れたことなども、通常の研修旅行以上の価値があったと考えます。



東広島市の酒蔵を巡る。

Tour the brewery in Higashihiroshima

広島県のほぼ中央に位置する東広島市。西条を中心に南北に広がるまち。東西1kmの範囲内に7つの酒蔵が連なる「西条酒蔵通り」は12本の赤レンガの煙突となまこ壁の印象的な景観です。南部には「広島杜氏のふるさと」安芸津があります。ここは吟醸酒のルーツとなる醸造法を開発した三浦仙三郎の生誕地で、今も伝統の技術を伝えています。そして北部には、酒米と水を育み、酒造りを支える豊かな自然が広がっています。

【東広島市の酒蔵】

- 賀茂鶴酒造株式会社 福美人酒造株式会社 白牡丹酒造株式会社 西條鶴醸造株式会社
- 亀齢酒造株式会社 賀茂泉酒造株式会社 山陽鶴酒造株式会社 金光酒造合資会社
- 株式会社今田酒造本店 柄酒造株式会社



【事業2】
プロモーション事業

酒蔵ツーリズムの情報を発信
プロモーションイベントへの出展



酒蔵ツーリズムの魅力を国内外に普及させるため、個別に発信されている酒蔵情報を取りまとめ、WEB、SNS、展示会等で情報発信しています。国内最大級の観光イベント「ツーリズムEXPOジャパン」では、国内外の観光事業者および一般来場者向けに酒蔵ツーリズムの大型プロモーションを実施しています。

外国の旅行会社バイヤーに泡盛を説明

プロモーションを通じて、
酒蔵ツーリズムの振興に貢献

日本最大級の観光イベント「ツーリズムEXPOジャパン」に食文化・酒蔵ツーリズムエリアを出展し、国内外の観光事業者および一般消費者に対するプロモーションを行いました。

業界日では、ブースでの商談会、海外メディアの招致、セミナーの実施等により、国内外の旅行会社やメディアに向けて情報を発信。商談会では実際にビジネスに結びついた参加団体もあり、観光客誘致に向けた具体的な成果をあげることができました。

一般日は、試飲&プレゼンテーションイベントによって各地域のお酒を認知していただき、ブース内のパネル、パンフレットで酒蔵ツーリズムを含めた観光情報のPRを行いました。食文化・酒蔵ツーリズムエリアには2日間で7,000人以上が来場。参加団体の皆様には多くの来場者にPRができたことを実感していただきました。

出展地域ではパネルやパンフレットの作成を通して、酒蔵周辺の観光情報の集約、モデルコースの作成といった基本的なツール・データなどの受入態勢の整備が進められました。また、それに伴う

各地域での行政、観光協会、酒造会社、運輸関連会社などとの調整は、酒蔵ツーリズムを推進していく上で重要となる、地域内での連携強化や意識統一などに繋がっています。

出展効果は単なるプロモーションに留まらず、「ツーリズム需要の促進や旅行商品の作成」、「地域のお酒および観光資源の認知拡大」、そして「地域の受入態勢の整備・連携強化」といった当協議会の目的そのものであり、出展地域の酒蔵ツーリズム振興に貢献するものと考えています。

《ツーリズムEXPOジャパン2019 概要》

- 開催期間 : 2019年10月24日～27日
- 開催場所 : インテックス大阪
- 主催 : 公益社団法人 日本観光振興協会
一般社団法人 日本旅行業協会
日本政府観光局(JNTO)
- 参加団体数 : 100カ国・地域、1475企業・団体
- 来場者数 : 151,099人(4日間合計)

- 「食文化・酒蔵ツーリズムエリア」参加団体
- 沖縄県酒造組合 ●東広島市 ●丹後天酒(海の京都)
- 日本フードツーリズム協会 ●和歌山県湯浅町

“Interview”

「食文化・酒蔵ツーリズムエリア」に参加した
沖縄県酒造組合の富村朝弥さんにお話を聞きました。

「泡盛」と地域の歴史、
文化のかかわりを楽しんでほしい

沖縄県は多くの島で構成されていることが他県と明確に異なる特色です。それぞれの島に固有の文化や歴史があり、泡盛や酒蔵にもそこで生まれ、育まれてきた背景があります。「泡盛」と一括りにせず、島々に根付いている泡盛や酒蔵を知り、楽しんでほしいとの思いがあり、酒造組合ではそれぞれの島、地域の特色を生かしたツーリズムを展開したいと構想しています。例えば沖縄本島南部であれば大人の二人旅、中部であれば女子旅など。泡盛や酒蔵は旅のコアコンテンツの一つであり、その旅の中で由来や地域の食文化とのかかわりなどを知っていただけるようなツアー造成をめざしています。酒蔵ツーリズムブースは、泡盛や観光資源のPRと同時に、酒蔵ツーリズム実現のための情報収集ができ、出展メリットがあると考えています。

泡盛の新たな楽しみ方や多様性をPR

ツアー造成はまだ計画段階のため、今回のツーリズムEXPOでは泡盛の楽しみ方や多様性を紹介しました。冬瓜の



一般消費者へのツーリズムのプレゼンテーション



砂糖漬け(冬瓜漬)と泡盛を合わせて試飲していただきましたが、これは琉球王朝時代の国王の飲み方で、30度のストレートの泡盛と冬瓜漬のマリアージュを楽しんでいただきました。あまり知られていませんが、泡盛は甘い物とも相性が良いのです。それを知ってもらえれば、チョコレートやドライフルーツと合わせたりといった、泡盛の新しい楽しみ方も見つかります。チョコレート好きの方が泡盛に出会うと、泡盛のすそ野はさらに広がります。

泡盛ベースの様々なお酒も紹介しました。泡盛はアルコール度数の高いお酒という概念が強いですが、泡盛ベースのリキュールやポタニカルジン、樽で熟成したウイスキーのような香りがする泡盛もあります。7,000人を超える来場者に泡盛のバリエーションをPRできるのはツーリズムEXPOならではの付加価値だと感じます。

異業種との連携や他団体の新たな取り組みなどの情報収集ができることもツーリズムEXPOのメリットです。泡盛は「沖縄で飲む」だけではなく、日常酒にしてみたいという目的もあります。他団体ではどのような取り組みをしているのか、国内外の観光事業者が集結するツーリズムEXPOで得た情報が「泡盛」の新たな展開の第一歩になると考えています。



沖繩の酒蔵を巡る。

Tour the brewery in Okinawa

大陸の彼方より伝来し、600年以上もの歴史を持つ沖縄の地酒「泡盛」。そんな生い立ちを聞くと、ちょっと恐れ多いような気もするけど、沖縄の人たちにとっては、いつも隣りにいる親友のような存在です。そして泡盛の持つ魅力は、地域によって味や香りが異なること。亜熱帯の風やゆったりと流れる時間、その地域ならではの空気感が泡盛にじっくりと溶け込み、さらに人の手をかけて、おいしく育まれているのです。

【沖縄の参加酒造所】 合資会社伊是名酒造所 伊平屋酒造所 合資会社恩納酒造所 崎山酒造廠 有限会社金武酒造 有限会社今帰仁酒造 やんばる酒造株式会社 有限会社山川酒造 ヘリオス酒造株式会社 株式会社龍泉酒造 合資会社津嘉山酒造所 新里酒造株式会社 有限会社神村酒造 有限会社比嘉酒造 北谷長老酒造工場株式会社 協同組合琉球泡盛古酒の郷 株式会社石川酒造場 上原酒造株式会社 まさひろ酒造株式会社 宮里酒造所 久米仙酒造株式会社 株式会社津波古酒造 瑞泉酒造株式会社 有限会社廣名酒造 咲元酒造合資会社 瑞穂酒造株式会社 沖縄県酒造協同組合 神谷酒造所 忠孝酒造株式会社 株式会社渡久山酒造 株式会社堂の華 株式会社多良川 沖之光酒造合資会社 池間酒造有限公司 菊之露酒造株式会社 仲間酒造所 請福酒造有限公司 有限会社八重泉酒造 株式会社玉那覇酒造所 有限会社高嶺酒造所 地原酒造所 波照間酒造所 国泉泡盛合名会社 合名会社崎元酒造所 入波平酒造株式会社 株式会社久米島の久米仙 米島酒造株式会社





酒蔵ツーリズムで丹後の「うまい酒」を楽しむ

観光地域づくりには、DMO等による観光資源開発のマネジメントと持続的な事業推進が求められます。日本観光振興協会はDMOの取り組みを支援して観光地域づくりのボトムアップを図り、“他の地域のモデルケース”とすることで日本全体の観光地域づくりに貢献しています。

DMOによる観光地域づくり

観光事業者にとっては観光資源としての「酒蔵の活用」、酒造関連事業者にとっては販売促進のための「観光の活用」。この両者連携の成功事例、モデルケースの一つでも増やすことで酒蔵のツーリズムに対する関心が高まり、発展の機運が高まっていくことが期待できます。

日本の食文化は、訪日外国人観光客への訴求力が高く、かつ、日本全国に存在する観光資源であり、一層の活用が期待されます。とくに「食と酒」を組み合わせたプロモーションは、潜在需要を喚起することが可能です。

さらに、訪れた土地単体のプロモーションだけでなく、他の産業文化や自然体験など様々な観光資源とともに活用していくことで訪日外国人観光客の来客数や満足度が高まるが見込まれます。

事業者・生産者等が連携し、受け入れ態勢の整備や統一感を持ったブランディングを行うことも必要であり、観光地域づくりを担うDMO等が主体となって観光資源開発のマネジメントを行い、持続的に事業を推進することが望まれています。

そのため、日本観光振興協会では、DMOの先進的な取り組みを支援し、“他の地域のモデルケース”とすることで日本全体の観光地域づくりに貢献することを目的として事業を実施しています。

酒と食で「海の京都」の魅力を発信

「日本の食文化を活用した地域振興」をテーマにしたDMO形成支援事業では、全国公募の結果、

(一社)京都府北部地域連携都市圏振興社(海の京都DMO)の協力のもとモデル事業を実施することとなりました。「海の京都」は京都府北部5市2町(福知山市、舞鶴市、綾部市、宮津市、京丹後市、伊根町、与謝野町)をエリアとし、各地域の酒と食、産業文化遺産を活用した観光振興に取り組んでいます。

《海の京都DMO形成支援事業 概要》

- **インバウンド観光客向け情報発信・誘客事業**
海外SNS・TV動画配信、アンケート調査、観光イベント出展
⇒国内外に向けたプロモーションを実施
- **食と食文化のブランド化事業**
海外向けデジタルツール作成、歴史・文化等特別公開マンスリーや郷土料理の発信、海の京都「食・食文化」フォーラム、「食」関係雑誌タイアップ
⇒地域の事業者と連携し、食のブランド化に取り組む
- **民間企業連携事業**
 - ① 海の京都フードトレイル(旬の美食周遊)キャンペーン
 - ② 魅力ある食と食文化コンテンツをつなぐテーマツーリズムの商品造成
⇒海外向け酒・食の体験プログラムを造成
- **広域連携事業**
 - ① 豊岡DMOと若狭湾観光連盟と連携した広域周遊事業(レンタカー周遊プラン)
 - ② 森の京都DMO・お茶の京都DMOと連携した海外プロモーションとセールス
⇒広域連携におけるプロモーションと商品造成

“Interview”

海の京都DMOの観光地域づくりに参加する 丹後酒蔵ツーリズム運営委員会の古田豊弘さんにお話を聞きました。

地域振興のための「酒蔵ツーリズム」

日本酒ソムリエや酒匠の資格を持ち、普段から日本酒の普及振興を心がけています。8年前、佐賀県鹿島市の「酒蔵ツーリズム」に刺激を受け、12の酒蔵を持つ「丹後地区」でも酒蔵ツーリズムができないかと考えました。コンセプトは「うまい酒で人が呼べる街づくり」です。酒蔵、旅館、飲食店など、「どこに行っても、良い酒があって、おいしく飲める街」をめざしました。そのために、各事業者を訪れ、理念や取り組み方を説明しました。街の核イベントとして「丹後天酒まつり」も企画・実行しました。初回こそ来訪者は300人弱でしたが、2019年(第6回)は6,000人を超え、10年目までに10,000人をめざしています。

酒蔵ツーリズムはあくまで有力コンテンツの一つであり、本来の目的は「地域振興」です。丹後にある食や自然、文化、人など優れた観光資源に惹かれ、より多くの観光客に来ていただくことが目的です。ですから、丹後酒蔵ツーリズム運営委員会には、地域振興に熱意のある方に参加してもらいました。

また、地域が「儲かる」仕組みがないと地域振興にはなりません。丹後酒蔵ツーリズム運営委員会は民間の手で始まり、



人との触れ合いもツーリズムの醍醐味



酒蔵の見学



丹後は伊勢神宮に酒を伝えた「御神酒のルーツ」と言われています

いまま民間が運営しています。ツーリズムが産業として成り立つことで、持続的な街づくりが可能になると考えています。

DMOと連携した各コンテンツ形成

海の京都DMOには、私たちのスタンスを理解した上での様々な支援をいただいています。観光地域づくりの核コンテンツとして、国内外の様々なPR場所を提供していただいています。ツーリズムEXPOの出展もその一つでした。日本観光振興協会との連携でデジタルコンテンツの作成や国内外メディアを活用したPRなども実施しております。

私たちの取り組みを、同じようにツーリズムを志向している方々に届けてもらえることは非常に意味がありますので協議会を通じて、各事業者と連携も取りやすくなると期待しています。いつか、協議会が主体となり、日本全国、エリアの垣根を越えた酒蔵プロモーションの実現なども期待したいです。



丹後天酒の酒蔵を巡る。

Tour the brewery in Tangotenshu

丹後天酒とは御神酒のルーツ「海の京都」エリアの地酒。日本の酒は、ここ海の京都から始まり、伊勢神宮に伝えられたという記録があります。

京都府北部、海の京都エリアは、海・山・川といった自然の要素が凝縮された地域です。山でつくられた水が、里を潤し、海に流れる。酒も魚も、ミネラルを多く含んだ「良い水」から生まれています。また京都府全体の神社の50%以上が密集する地域でもあり、神社が水が良い場所につくられることから、古くからの水の良さを物語っています。また米は食味ランキング特Aを西日本最多となる通算12回獲得しており、酒の味にも恩恵をもたらしています。

【丹後天酒まつり主催の酒蔵】

木下酒造株式会社 熊野酒造株式会社 白杉酒造株式会社 与謝娘酒造合名会社
谷口酒造株式会社 ハクレイ酒造株式会社 池田酒造株式会社 若宮酒造株式会社

