

日本産酒類の輸出促進連絡会議 説明資料

観光庁

平成30年度における観光庁の取組

酒蔵ツーリズムの推進

「テーマ別観光による地方誘客事業」を活用して、日本酒蔵ツーリズム推進協議会の取組を平成28年度から引き続き支援。平成30年度は、酒蔵ツーリズムのモデル地域を選定し、ツアー商品造成・プロモーション等を実施予定。

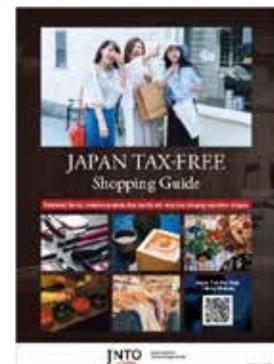
また、9月に実施されるツーリズムEXPOに出展。国内外の旅行関連業者・旅行者に向けて試飲ブース・酒蔵ツーリズムPRブースを設けるなど、プロモーションを実施予定。JNTOの取組として、国内外での日本産酒類の魅力発信を通じた訪日PRを継続実施。



酒蔵免税制度の活用推進

観光庁作成の「JAPAN TAX-FREE Shopping Guide」を改訂し、酒税免税(輸出酒類販売場)制度についても記載を追加。JNTOのホームページにて掲載・配布しているほか、外国人向けに酒蔵訪問のレポートやコラム等も掲載。

同じくJNTOのホームページにて公開している消費税免税店の許可事業者一覧に、新たに酒税免税のカテゴリーを創設。酒税免税(輸出酒類販売場)の許可を得た上で希望する事業者を掲載しており、平成30年8月時点で15の酒蔵が登録済。



訪日外国人旅行者の消費動向分析

観光庁では平成29年度事業として、国税庁及び日本酒造組合中央会と連携し、訪日外国人受入に関する酒蔵および外国人への調査事業を実施。観光客の受け入れや場内案内等の整備状況、外国人旅行者の消費動向のほか、多言語対応等について調査。調査結果を国税庁や日本酒造組合中央会に共有。本年度は当該調査を受け、泡盛の酒蔵に特化した受入体制のモデルケース形成事業を実施予定。

テーマ別観光による地方誘客事業

国内外の観光客が全国各地を訪れる動機を与えるため、**特定の観光資源**に魅せられて日本各地を訪れる「**テーマ別観光**」のモデルケースの形成を促進し、地方誘客を図る。

テーマ別観光となる観光資源の例

酒蔵ツーリズム

【製造場である酒蔵を観光資源として活用】

- ・ 普段開放していない酒蔵でモニターツアーを実施
- ・ 英会話例や専門用語等をまとめた外国人対応マニュアルの作成



ロケツーリズム

【映画やドラマのロケ地を観光資源として活用】

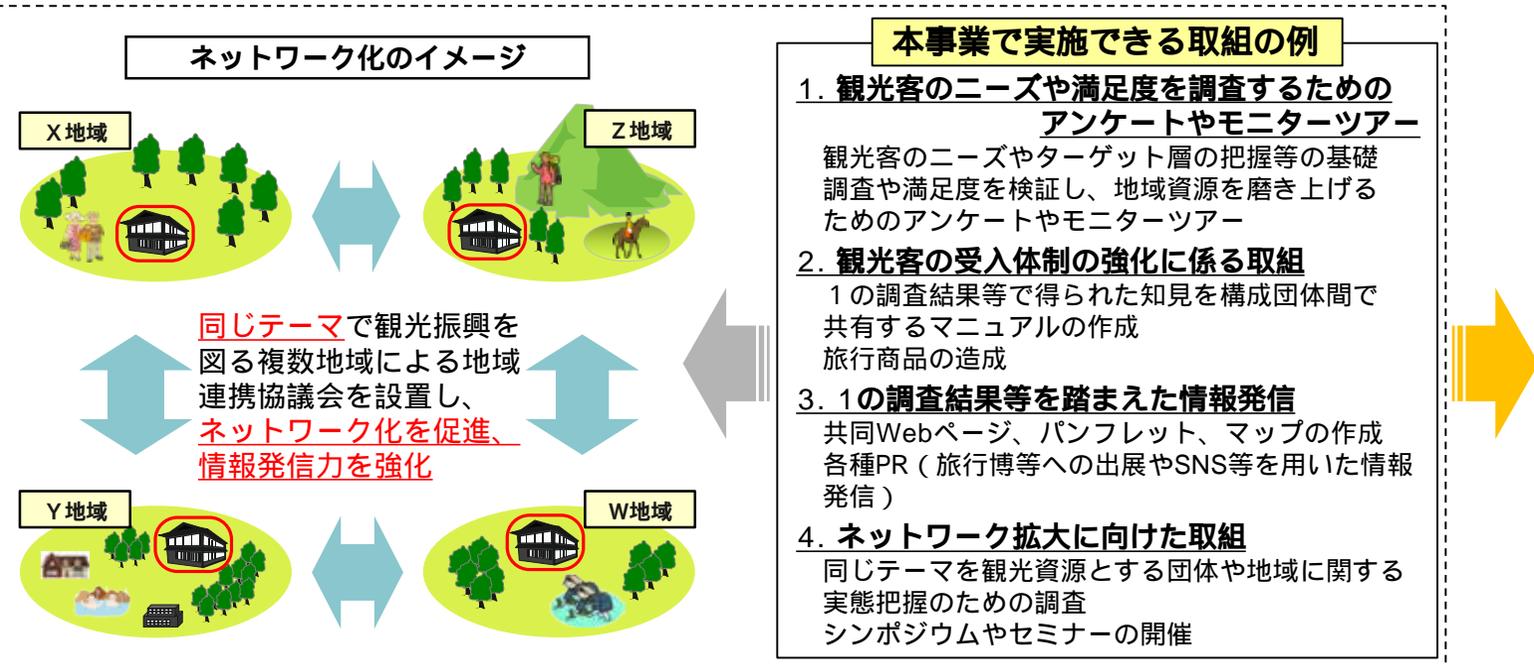
- ・ 全国の自治体や制作者を対象にしたセミナー形式の総会を開催し、ノウハウを共有
- ・ 全国版ロケ地マップを作成し、観光客の周遊を促進



エコツーリズム

【雄大な自然、豊かな生態系を持つ地域の魅力を発信し誘客を促進】

- ・ 外国人に対する満足度調査
- ・ 海外メディア等を招致、関係を構築し販促に活かす。

期待される効果

旅行者

- ・ 特定のテーマに関心の高い旅行者にとって **より魅力的な旅行を享受**

地域

- ・ 旅行者の複数地域への **来訪需要を創出**
- ・ 地域間で課題や **成功事例を共有**することによる、**効果的な観光振興策を推進**

<酒蔵ツーリズムとは>

酒蔵を巡り、蔵人とふれあい、彼らがつくる酒を味わい、その酒が生まれた土地を散策しながら食や文化、歴史を全身で楽しむこと。

観光庁では、平成25年3月より、日本産酒類を観光資源として活用し地域活性化につなげるため、酒蔵ツーリズム推進協議会を開催してきたが、平成28年度からは「テーマ別観光による地方誘客事業」を活用して、日本産酒類の酒蔵を観光資源として活用しようとする日本酒蔵ツーリズム推進協議会の取組を支援している。

H28～29年度の主な取組

1. モニターツアーの実施

- ・平成28年度：全2回実施(山形、長野・山梨)
- ・平成29年度：全2回実施(福井、千葉)

...旅行商品造成に向け、主要ターゲットと位置付ける高感度富裕層のニーズを把握した。

2. 受入体制整備

- ・受入体制標準化ツールの作成
(英会話例・ガイドパネルデータ等)
- ・通訳案内士向けセミナーツアーの開催(福島)

...外国人観光客を酒蔵が受け入れるにあたり、人員や言語という対応障壁の軽減を図った。

3. 共同プロモーションの実施

- ・共同PRサイトの構築
- ・ツーリズムEXPO等のイベント出展

...酒蔵ツーリズムに取り組む加盟団体や地域を対外的に情報発信し、認知度の向上を図った。

H30年度の具体的事業内容

1. 酒蔵ツーリズムのモデル地域推進事業

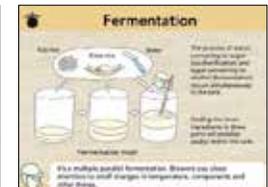
酒蔵だけではなく地域の観光資源(自然、歴史、文化財等)と連携させ、酒蔵ツーリズムのモデル地域となりうる地域を選定しツアーを造成・実施。旅行商品としての恒常化を目指す。

2. 会員共同プロモーションの実施

公式ホームページを酒蔵ツーリズムの情報ポータルとして一層整備を進めるほか、ツーリズムEXPO等のイベント・展示会への出展やセミナー開催を通じ、プロモーションを行う。

3. 外国人受入態勢・施策の標準化ツールの整備・普及

平成29年度事業で作成した酒蔵向け外国人受入体制標準化ツールを活用し、協議会員に対し周知・啓蒙を行う。



「VISIT JAPAN トラベル& MICE マート 2018」における酒蔵見学を含むファムツアーを実施

概要

日本政府観光局が主催する国内最大のインバウンド商談会「VISIT JAPAN トラベル & MICE マート2018」において、「酒蔵見学」をコースに組み入れた視察旅行を実施。訪日旅行を取扱う現地旅行会社に酒造見学を行ってもらうことで、「日本酒」を組み入れた訪日旅行商品の造成を促進。

見学のイメージ

コース：東北
 福島県喜多方市 『大和川酒蔵北方風土館』を視察
 日程：平成30年9月23日(日)～25日(火)
 参加人員：35名



Japan tax-free Shop ホームページについて

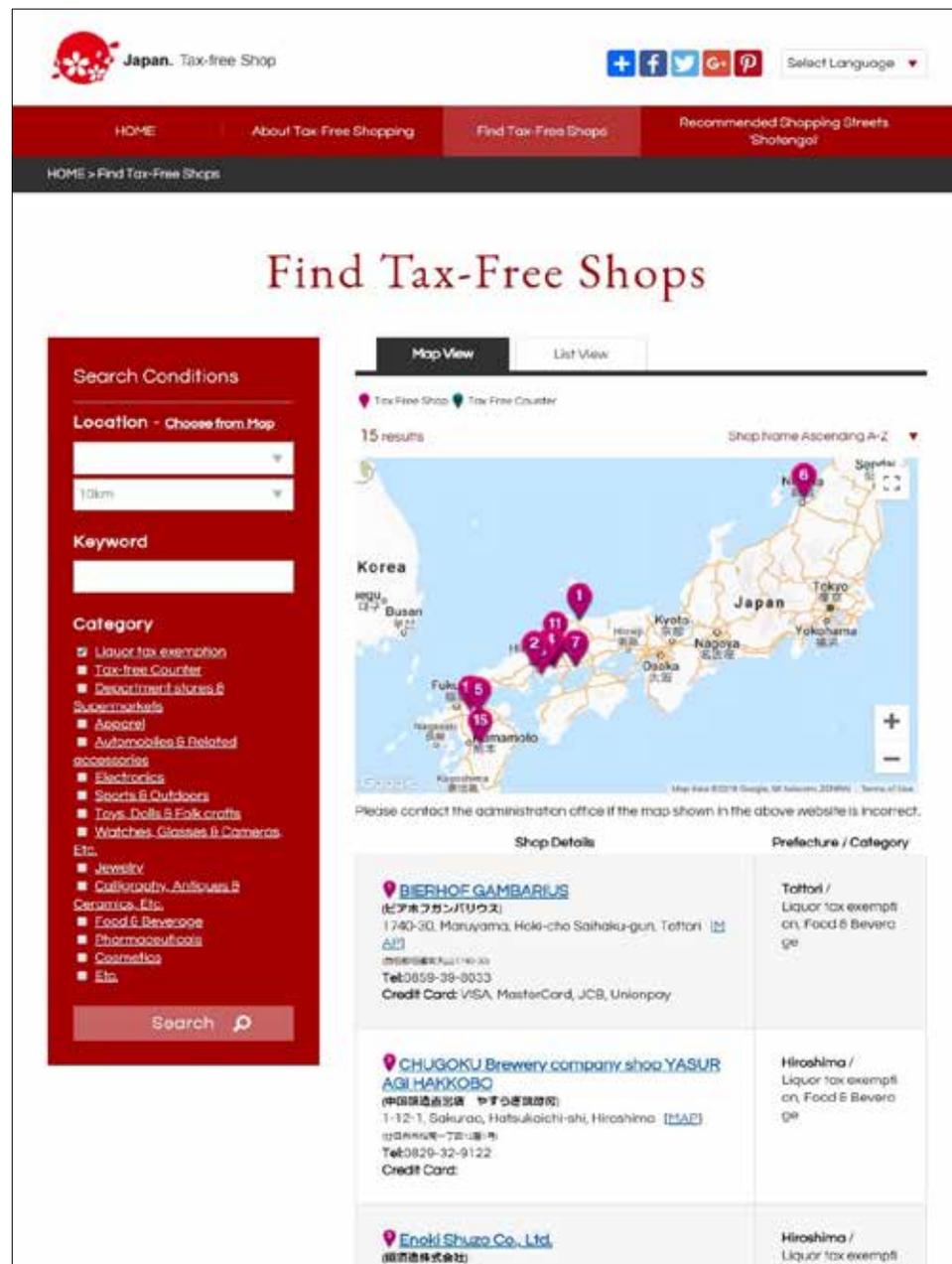


(JNTO Japan Tax-free Shopホームページ)
<https://tax-freeshop.jnto.go.jp/eng/index.php>

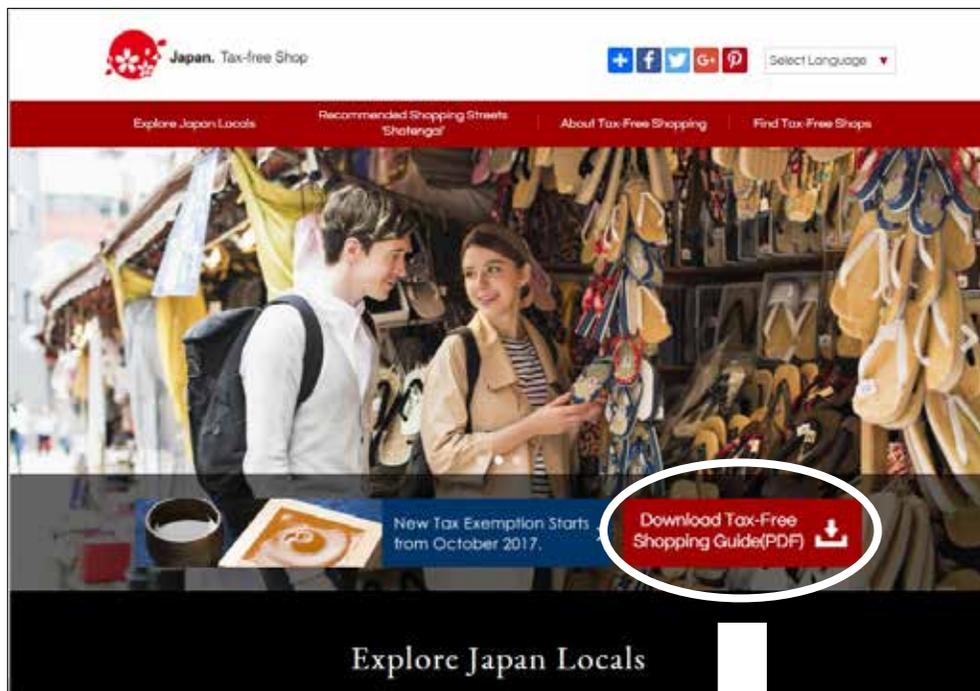
JNTO (日本政府観光局) が運営する外国人向け消費税免税店サイト。全国で約26,000件が登録。

輸出酒類販売場制度の開始に伴い、H29年12月に「酒税免税(Liquor tax exemption)」のカテゴリを創設。

引き続き、訪日外国人に対し酒税免税を受けることの出来る酒蔵を周知。

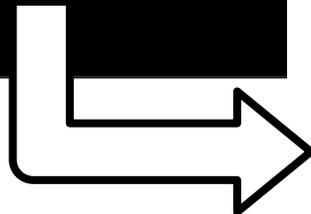


Japan tax-free Shopping Guide について



(JNTO Japan Tax-free Shopホームページ)
<https://tax-freeshop.jnto.go.jp/eng/index.php>

JNTOが運営するJapan Tax-free Shopのウェブサイトトップページに掲載。
 英語、中国語(簡体・繁体)、韓国語、タイ語の5言語にて作成・配布。(右は英語版)
 その他、実際の酒蔵見学の様子をまとめたレポートやコラムも掲載。



A new system has started

Get a bargain at breweries, wineries and distilleries

Visit a Japanese SAKE brewery and take home some Japanese liquor, tax free!

A new tax exemption program started from October 2017. This exemption targets direct sales stores at approved breweries, wineries and distilleries. Japan's unique climate and geography produce many different kinds of liquor, including sake, shochu, wine, and whiskey, which have become enormously popular around the world. Now you can visit Japanese breweries, wineries and distilleries and take home a bargain!

Started October 1, 2017

Alcohol bought in direct sales stores at breweries, wineries and distilleries will be exempt from liquor tax.

Target stores	Purchase amount
Liquor purchased from direct sales stores at approved factories producing liquor such as sake, shochu, wine, and whiskey in Japan will be exempt from liquor tax as well as consumption tax. As long as the purchase satisfies the consumption tax exemption conditions and the purchase amount is 5,000 yen or more, you are exempt from paying the liquor tax and can take home delicious Japanese liquor at a great price!	Only purchases at approved liquor tax exemption stores are eligible. The liquor tax exemption does not apply to purchases made at tax-free stores such as liquor stores, department stores, and supermarkets.
	Consumption tax + liquor tax will be exempted from liquor purchases. The purchase amount (including consumption tax and liquor tax) must be 5,000 yen or more.

Contact stores to find out if they participate in the liquor tax exemption.

Learn about SAKE : Japanese rice wine **Visit a SAKE brewery**

- Learn about the liquor production process and materials used.**
You can learn about how liquor is made in Japan by observing the distilling, barrel aging, and many other liquor production processes, and by viewing exhibits of materials and tools used to make liquor over the years.
- Experience the liquor making process first hand.**
Depending on the SAKE brewery you may be able to take part in the liquor making process, such as by stirring the fermented mash (moromi). Please ask when you make your reservation.
- Taste liquor at the SAKE brewery.**
You can taste limited edition or freshly produced liquor while you are at the brewery, winery or distillery. Experience various ways to enjoy liquor, such as by comparing different types and vintages.
- Purchase limited goods and other souvenirs.**
Breweries, wineries and distilleries sell goods that you can only buy there, such as limited editions and original snacks and glasses. Get a bargain on Japanese liquor with the new tax exemption system.

訪日外国人受入に関する酒蔵及び外国人への調査事業

概要

平成29年10月に訪日外国人向け酒税の免税制度が開始し、酒蔵ツーリズムの注目が高まっている。本調査では、酒蔵ツーリズムの振興を図ることを目的に、酒蔵における観光客の受入実態や、外国人から見た酒蔵ツーリズムの課題を抽出することで、今後の酒蔵ツーリズム振興策を検討するために必要な基礎データを収集する。

調査内容

(a) 国内の酒蔵における訪日外国人旅行者の受入体制に関する実態調査

調査対象：全国各地に所在する外部PRを実施している酒蔵
 （日本酒造組合中央会のPR名簿に登録している1,688酒蔵を対象）
 廃業および震災復興等により現在稼動していない酒蔵は除く

収集する情報

観光で酒蔵を訪れた訪日旅行者の受入体制整備に関する情報

- ・酒蔵における日本産酒類の販売状況
- ・インバウンドを含めた訪問客の受入体制の実態 等

(b) 外国人の酒蔵ツーリズムに対する意識調査

調査対象：訪日外国人旅行者や日本に在住する外国人

収集する情報

外国人から見た酒蔵の観光資源としての魅力や可能性及び課題を抽出

- ・日本産酒類への関心の有無
- ・酒蔵ツーリズムの認知度
- ・酒蔵への訪問有無及びその理由や要因 等

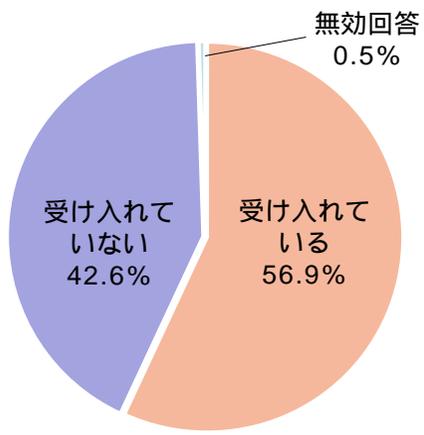
スケジュール

H29年11月上旬	公募
11月下旬	事業者決定
12月下旬～H30年1月	調査実施
1月～2月	データ集計・分析
3月	報告書作成
4月以降	関係団体へ調査結果の共有

【調査結果概要(酒蔵対象分)】受入体制・交通機関・見学予約等

酒蔵向けに実施した調査では、1,172件の酒蔵から回答を得た。(回答率：69.4%)
 多言語対応だけでなく、旅行者の受入にあたっては他にも課題があることが分かった。

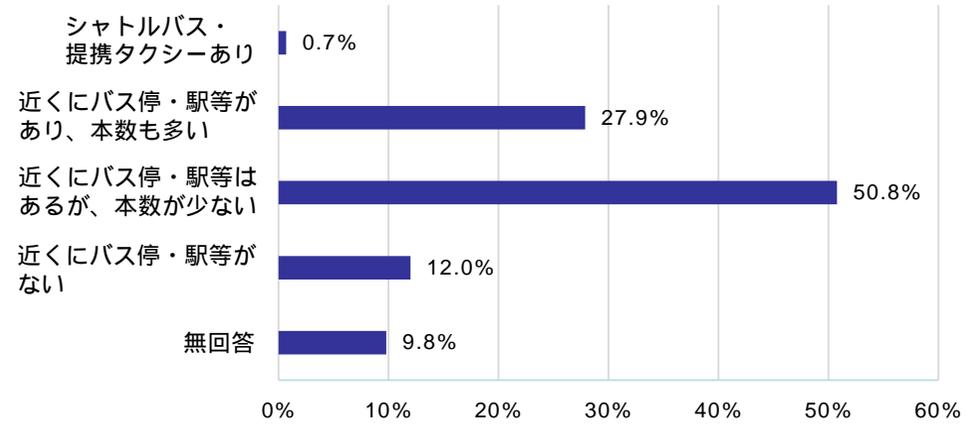
酒蔵の観光客受入状況



受け入れていない理由としては
 ・衛生上の問題(50.9%)
 ・スタッフ不足(30.9%)
 ・整備するコスト(7.5%)
 という回答が多くあった。

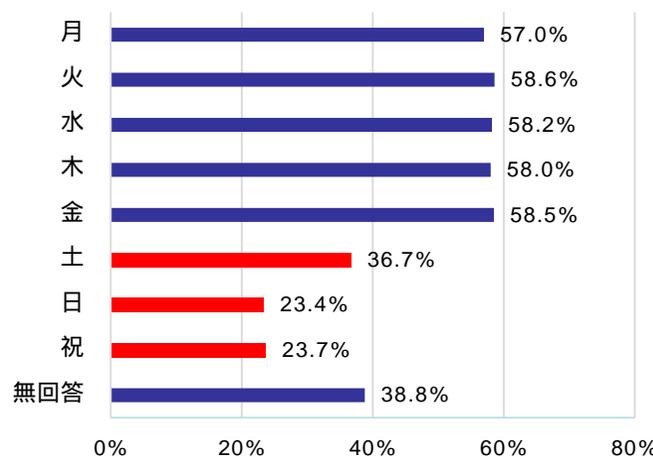
他には「交通の便が悪い」、「
 自宅が同じ敷地内にあるので不安」という回答も見られた。

付近の公共交通の利便性



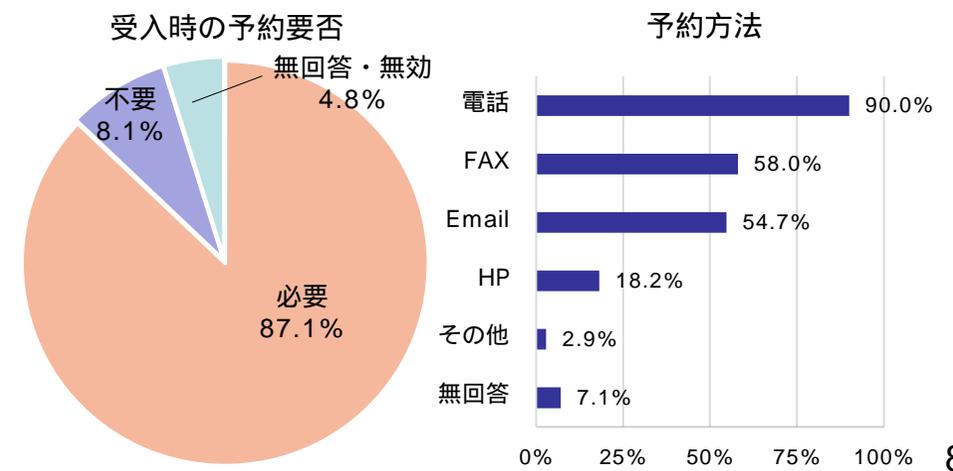
本問では徒歩15分以内を「近く」、日中30分に1便以上を「多い」とした。

曜日ごとの受入状況



受け入れていると回答した酒蔵の内、受け入れている曜日についても調査したところ、平日と比べ旅行需要の高まる土・日・祝は低い数値となった。

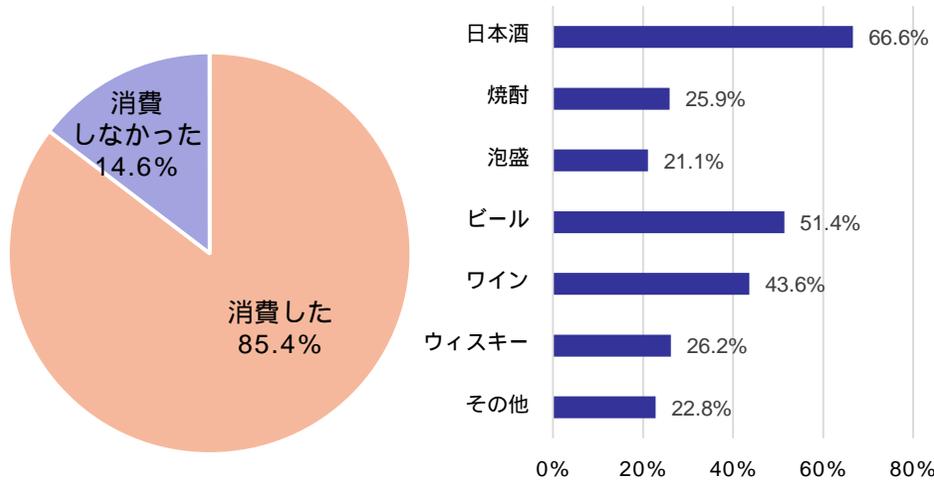
見学の予約方法



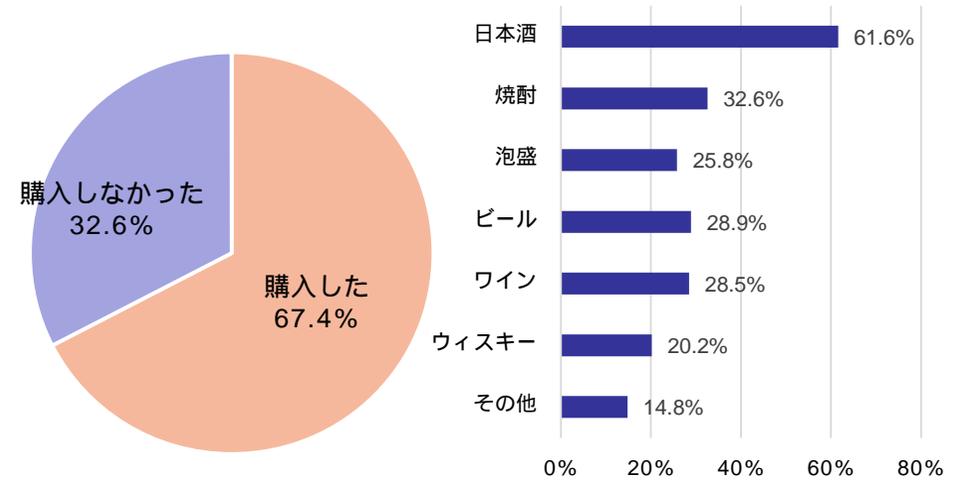
【調査結果概要(外国人対象分)】消費・購入容量・購入動機等

外国人向けに実施した調査では、1,064件の有効回答を得た。
消費傾向や訪問意向について、受入側(酒蔵)と認識の乖離も存在することが分かった。

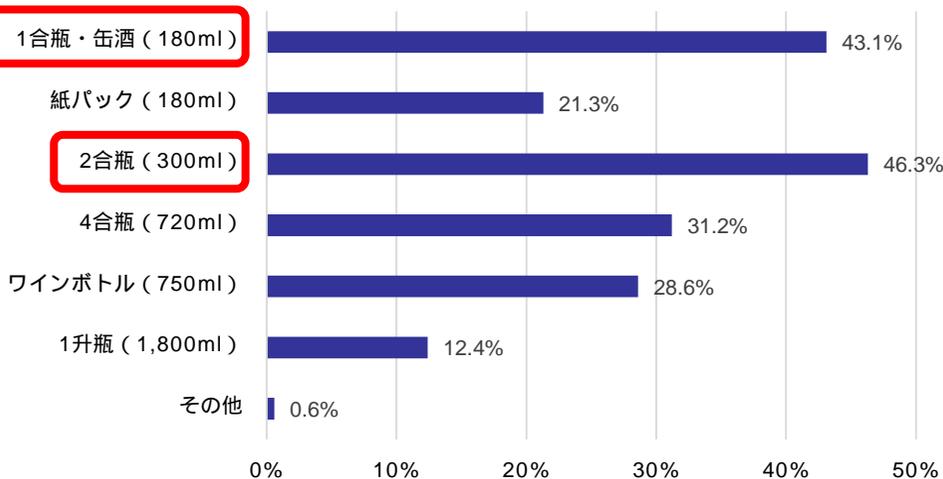
日本産酒類の消費



日本産酒類の購入(お土産)



購入容量(お土産)



購入動機(お土産)

