

# 日本産酒類の輸出促進連絡会議説明資料

---

平成28年9月13日

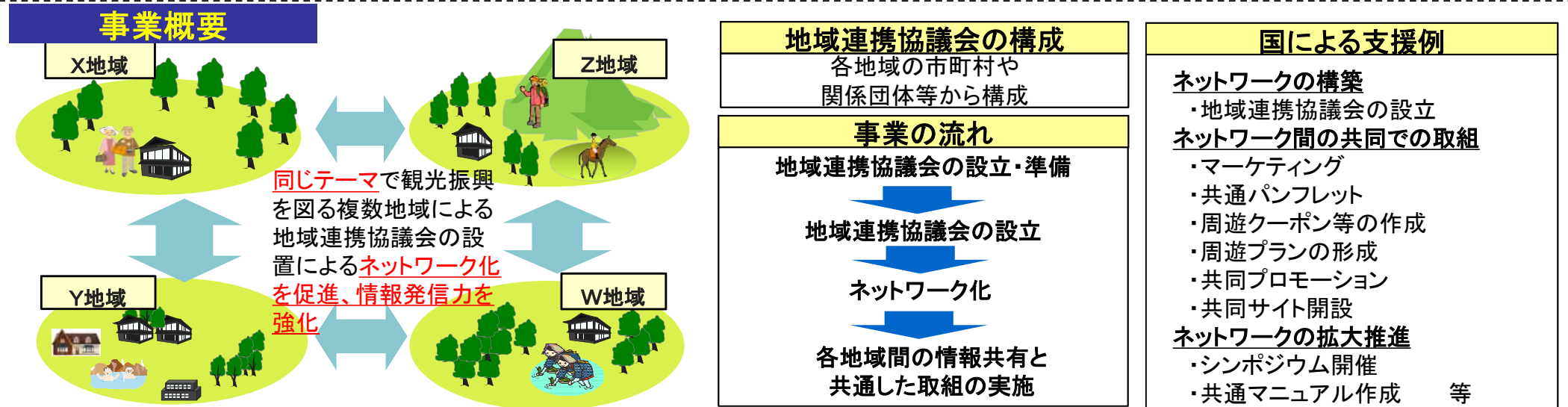
観光庁

# テーマ別観光による地方誘客事業（今年度新規事業）

共通の観光資源（世界遺産、日本遺産、社寺、酒蔵等）により、観光振興を図る各地域をネットワーク化し、共同プロモーション等の取組を通じた、モデルケース形成を支援する。

本事業により、地方誘客の促進とネットワークの自立、継続する仕組み構築を目指す。

今年8月には、支援するネットワークを7つ選定し公表した。酒蔵ツーリズム推進協議会についても支援する1つとしている。



## 選定した酒蔵ツーリズムの概要

テーマ	酒蔵ツーリズム
選定したネットワーク（代表者）	酒蔵ツーリズム推進協議会（予定） （（株）アサツー ディ・ケイ）
事業内容	○全国各地の酒蔵を新たにネットワーク化し、共同プロモーションに向けた基礎調査やモニターツアーの実施等を行う。

## 事業イメージ

- ・酒蔵ツーリズムに積極的に取り組む各地域のネットワーク化
- ・共通の課題の発掘・対応方策の検討
- ・共同プロモーションの実施 等

→ 3年計画で実施。  
これらに対して国が支援する。

平成28年度事業費：900万円



- 観光資源を活かした着地型旅行商品と体制づくり、受入環境整備、二次交通の充実等の施策を一体的に支援する。
- 海外でも知名度がある甲州ワインを核として、訪れる外国人に対して満足度の向上のために外国人受入環境整備を行うとともに、ブドウや桃など山梨のフルーツの素晴らしさを発信し、世界遺産富士山と並ぶWブランドとして魅力を創造していく。

### 地域資源

- ・甲州ワイン
- ・ブドウ・桃
- ・温泉郷
- ・食(ほうとう) 等



### 申請内容

#### ○申請者名

やまなしワインタクシー運行協議会

#### ○事業主体の概要

事務局: やまなしワインタクシー運行協議会

構成団体: 笛吹市役所、(公社)やまなし観光推進機構、石和温泉観光協会、タクシー会社、ワイナリー

#### ○事業内容

##### マーケティング

- ・体験プログラムの参加人数等を調査しコンテンツ作成に繋げる
- 滞在コンテンツの充実強化**
- ・既存のタクシーを活用したワイナリー巡り以外のプログラム開発
- 来訪需要の喚起**
- ・開発コンテンツの認知度向上のためのPR

##### 来訪者の利便性等向上

- ・予約システムの多言語化

##### 受入環境整備

- ・多言語案内ガイドの育成及び多言語案内板の整備等
- ・接遇及び資質向上のためのセミナー開催やマニュアル作成

#### ○総事業費

12,000千円(うち国費 5,500千円)

### 活用方法

- ・ワイナリーを巡る着地型コンテンツを造成し、甲州ワインおよびワイナリー一帯の観光地としての魅力をさらに磨き上げる。
- ・通年での誘客のため、ブドウや桃の栽培過程を知る着地型コンテンツを造成する。
- ・外国人受入環境整備のため、人材育成、多言語案内板作成および接遇、資質向上を実施する。



## 《目的》

能登半島を龍の頭に見立てた中部北陸9県のインバウンド観光ルート「昇龍道」において、多数所在する酒蔵の知名度の向上と観光資源としての「酒蔵ツーリズム」の推進を行うもの。訪日外国人を含む観光客の増加を図り、併せて日本酒への親しみ・理解を深めることを通じて、販売の増加、輸出の促進を図る。

## 《これまでの取組》

### ○関係省庁、県等との連携

国税局、経済産業局、酒造組合、陶磁器事業者等と連携したプロモーション 等

### ○訪日旅行商品の造成等

外国の旅行会社、メディア、ブロガー等を招請して行うファムトリップの行程に、

- ①酒蔵めぐり
- ②お酒と組み合わせたおいしい食事
- ③日本酒を購入できるショッピング等

を組み込んで訴求し、お酒の海外での認知度向上、訪日旅行商品造成等を図る

### ○昇龍道の「酒」と「食」にまつわるコンテンツをつくり、海外に発信

- ・地域の「酒と食のおいしい組み合わせ」を公募し、外国人や専門家の目線を取り上げ  
平成28年3月14日に第2回昇龍道日本銘酒街道推進会議を実施し、優れた提案を採択。
- ・日本文化に関心のある外国人個人旅行者向けに、お酒にまつわる深い話を収集  
(27年度)

## 昇龍道 日本銘酒街道 ガイドマップ



## 《今後の取組》

### ○滞在コンテンツを充実させた着地型商品の開発

○これらのコンテンツについて、昇龍道の「重点ルート」と関連づけて、多言語ウェブサイトに掲載するとともに重点的に海外プロモーションを行う(平成28年度)

### ○フランスのアルザスワイン街道との間で相互交流を推進

○外国人旅行者への接遇対応セミナーを開催するとともに接遇マニュアルを作成

**【米国】 Los Angeles Timesが主催する「The Taste」に出展、日本酒の利き酒を実施**

**【概要】**

米国西海岸最大の新聞社Los Angeles Timesが主催する食文化の多様性を楽しめるイベント。食への関心が高い、アッパークラスな消費者およびメディア関係者、ブロガー等のインフルエンサーが来場。日本酒の利き酒コーナーや、食をテーマとした訪日旅行の情報提供を日本政府観光局が実施。

開催期間：

平成28年9月2日（金）～ 4日（日）

主催：Los Angeles Times

開催会場：Paramount Pictures Studio

来場者数見込（主催者発表）：8,000人

ブースの様子



**【韓国】 「日本酒旅行」をテーマにメディア招請**

**【概要】**

日本政府観光局は、「日本酒旅行」をテーマに、7月に新潟県にメディア（日刊紙1社、雑誌2社）を招請。新潟県内でも有数の伝統ある酒蔵を中心に3泊4日で巡り、日本酒作り、歴史や試飲体験を実施。

招請メディア：日刊紙中央日報 / 雑誌LUXURY , AB-ROAD

招請人員：4名

実施時期：平成28年7月3日（日）～6日（水）

酒蔵見学の様子



酒蔵見学の様子



雑誌記事



**【日本】 「VISIT JAPANトラベル&MICEマート2016」における酒蔵見学を含むファムツアーを実施予定**

**【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2016」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。

コース：①東北②九州

日程：①平成28年9月24日(土)～26日(月)

②平成28年9月24日(土)～27日(火)

参加人員：①17名②27名

※すべて予定

昨年の様子



**【ロシア】 MITT(モスクワ国際旅行観光見本市)2017に出展、日本酒の利き酒を実施予定**

**【概要】**

ロシア・モスクワで3日間にわたって開催される業界関係者及び一般消費者を対象とした旅行博。国や政府系観光局、自治体、旅行会社、航空会社、交通事業者、旅行メディア等、約200カ国・地域2000団体が参加し、約4万人が来場する。日本政府観光局は、ブースのアトラクションの一つとして、日本酒の利き酒を実施予定。

開催期間：平成29年3月14日（火）～ 16日（木）

昨年の様子



# 訪日外国人旅行者に酒類製造場で販売した酒類に係る酒税の免税制度の創設

消費税が免税となる輸出物品販売場の許可を受けた酒類製造場において、訪日外国人旅行者へ販売する酒類について、消費税に加え酒税を免税とすることにより、地方における酒蔵ツーリズムを振興し、もって日本産酒類の認知度向上を通じた輸出促進を図る。

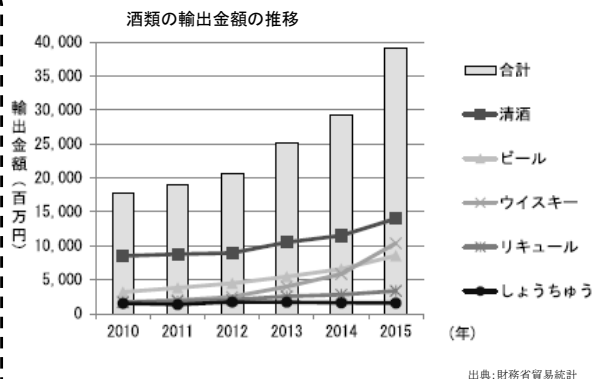
## ○「日本再興戦略2016」（平成28年6月2日閣議決定）（抜粋）第2・Ⅳ・(2)・v) クールジャパンの推進

日本産酒類については、「日本産酒類の輸出促進連絡会議」の下で、日本食等と併せ、在外公館や国内外における多様な人的ネットワークやコンテンツ等を活用した情報発信、訪日外国人旅行者等に対する酒蔵ツーリズム等のプロモーションの充実や免税店制度の活用、地理的表示制度の活用による付加価値の向上等を図るとともに、関係省庁やJETROによる販路拡大支援、輸出先国における環境整備等の課題を整理した上で政府一体となって取り組む。

### 施策の背景

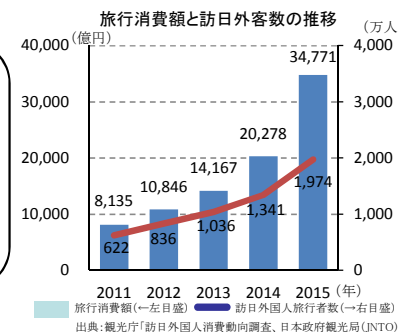
#### 日本産酒類の輸出促進に向けた現状と課題

- 日本産酒類の輸出促進に向けて取組を進めてきた結果、2015年の酒類の輸出金額は、2012年（206億円）の2倍近くとなる390億円と過去最高を記録。
- 今後、日本産酒類の輸出拡大を目指す上で、外国人に全国各地で「日本の酒」を体験してもらい、世界に知られていない「日本の酒」の魅力を知ってもらうことが必要。



### 好調な訪日動向

- 訪日外国人旅行者は、2015年1974万人に達し、順調に増加。
- 2014年度の消費税免税制度拡充により、免税の対象品目に消耗品が加わったことから、化粧品、酒等の消耗品の消費額も大幅に増加。



酒蔵ツーリズムの振興により、日本産酒類の消費の拡大、もって海外での日本産酒類の認知度向上を通じた輸出促進を図ることが重要。

- (参考)「明日の日本を支える観光ビジョン」における新たな目標
- 訪日外国人旅行者数 2020年4000万人、2030年6000万人
  - 訪日外国人旅行消費額 2020年8兆円、2030年15兆円
- (※平成28年3月30日 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定)

### 要望の概要

#### 要望内容 酒税を免税とする制度を創設

対象者: 訪日外国人旅行者

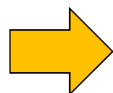
場所: 輸出物品販売場(※)の許可を受けた酒類製造場(酒蔵)

※ 非居住者に対して一定の物品を所定の手続きで販売する場合に、消費税が免除される販売場(消費税法第8条)

物品: 酒類(日本産酒類の全品目が対象)



地方の酒蔵ツーリズムの振興



地方における外国人旅行消費の拡大  
日本産酒類の認知度向上を通じた輸出促進

# ニッポンを飲もう！「日本の酒キャンペーン」

実施主体は日本酒造組合及び各空港会社  
(国土交通省、観光庁、国税庁が後援)

- ◆ 我が国の国際空港（成田・羽田・中部・関西）において、外国人旅行者にとって関心の高い「日本の酒」を通じて、我が国の文化やその魅力に触れてもらい、訪日外国人の増加を目指す取組みを平成25年10月に開始。当初は半年の予定であったが、毎年更新している。
- ◆ 空港の免税エリア内のキャンペーンブースや店舗において、訪日外国人を対象に、日本酒・焼酎の試飲によるPRを実施。その他、お酒の製法や飲み方等のお酒の文化や、外国人が見学可能な酒蔵情報等を紹介。  
観光庁は、酒蔵ツーリズム推進の観点から外国人が見学可能な酒蔵情報等を紹介。
- ◆ これまで、延べ795社の蔵元とともに延べ16万人以上（平成28年3月31日現在）の外国人旅行者に対し、お酒の魅力を発信。

(注：実施主体は、日本酒造組合中央会及び各空港会社であり、国はキャンペーンの後援等で連携)

キャンペーン  
ブースと来客  
の状況  
(成田空港)



オープニング  
セレモニー  
(中部空港)



オープニングセ  
レモニーでの舞  
妓さんによる振  
る舞い酒  
(関西空港)



訪日外国人向け酒蔵  
ツーリズム紹介パン  
フレット  
(各空港)

キャンペーンブ  
ースでの試飲の様  
子  
(羽田空港)

