

日本産酒類の輸出促進に係る取組

観光庁

平成29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29年度は、通訳案内士向けセミナー・モニターツアーや、外国人旅行者の受入体制標準化ツールの作成等を実施。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を実施。国税庁と連携し、酒蔵ツーリズムの更なる認知度向上と取組拡大を目的に、酒蔵ツーリズムポスターを作成。今後は各地の酒造組合や運輸局を通じて配布予定。



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。今後、酒税免税(輸出酒類販売場)の許可を得た上で、希望する事業者は掲載をしていく予定。



訪日外国人旅行者の消費動向分析

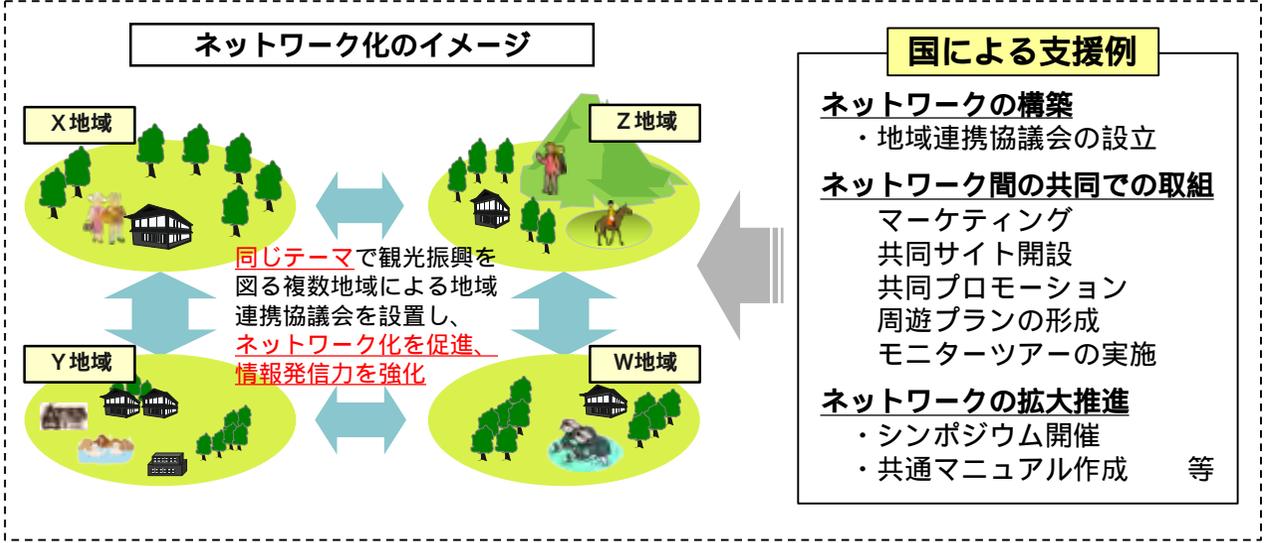
観光庁では、国税庁及び日本酒造組合中央会と連携し、訪日外国人受入に関する酒蔵および外国人への調査事業を実施。観光客受入状況や場内案内等の整備状況、外国人旅行者の消費動向のほか、訪日外国人旅行者の酒蔵見学経験の有無、希望する多言語対応等を調査。調査結果を関係機関と共有するとともに、今後の酒蔵ツーリズムの振興策について検討する予定。

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。

平成29年度選定テーマ

- ・エコツーリズム
- ・街道観光
- ・**酒蔵ツーリズム**
- ・社寺観光 巡礼の旅
- ・明治日本の産業革命遺産
- ・ロケツーリズム
- ・アニメツーリズム
- ・古民家等の歴史的資源
- ・サイクルツーリズム
- ・全国ご当地マラソン
- ・日本巡礼文化発祥の道
- ・忍者ツーリズム
- ・百年料亭



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**

日本酒蔵ツーリズム推進協議会の主な取組(平成29年度)

外国人旅行者の受入体制標準化ツールの作成

中小の酒蔵が外国人観光客を受け入れるのにあたり、大きなハードルとなっているのが「時間」「手間」「言葉」といった点である。そこで、酒蔵が負担に感じない程度の英語版の案内パネルデータや対応マニュアル等の標準化ツールを作成・共有。来場前の注意喚起から当日のガイド実施まで、酒蔵ツアー実施にあたり酒蔵側の負担を軽減する。



<NOTICE>

We apologize for any inconvenience it might cause you if we cannot grant your request due to unexpected reasons.

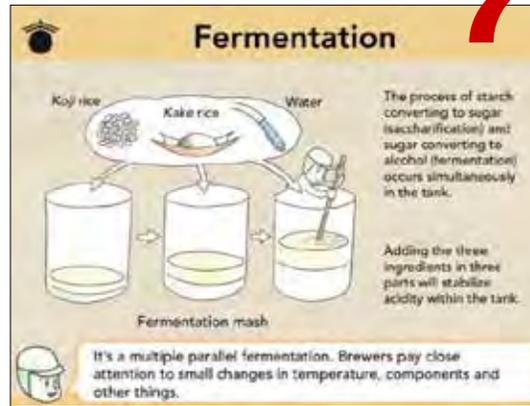
On the day of the tour, please AVOID eating *natto* (fermented soybean), yogurt or any kind of citrus fruits as well as wearing a strong perfume as they may have negative effects on the sake making process. All minors (under 20 years old) and those planning to drive after the tour are NOT ALLOWED to attend the sake tasting session.

<注意事項>

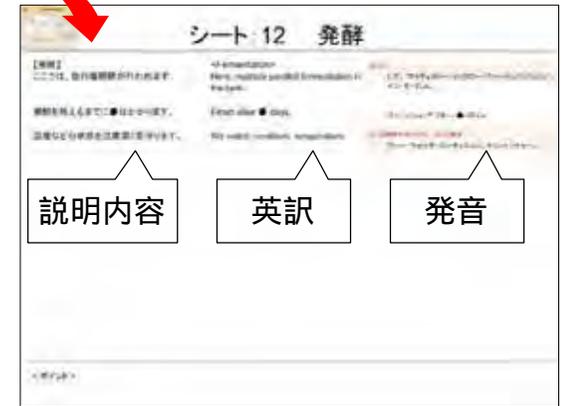
お酒造りの工程に悪影響を及ぼす可能性があるため、見学当日に、納豆(発酵大豆)、ヨーグルト、または柑橘系の果物を食べた方、強い香りの香水をつけている方は、見学をお断りさせていただきます。

また、未成年の方(20歳以下)、もしくは見学の後運転される方は、日本酒の試飲には参加できません。

来場前の注意喚起



表面：説明パネル(英語)



裏面：台本

通訳案内士向けのセミナー及びモニターツアー

- ・実施期間：2017年12月15日～16日(1泊2日)
- ・参加者数：通訳案内士35名
- ・訪問地：福島県会津若松市周辺(末廣酒造、会津鶴ヶ城、大内宿等)

訪日外国人旅行者に観光案内を行う通訳案内士に対し、日本酒の製造工程や専門用語などを学ぶツアーを実施。日本酒の知識だけではなく、郷土食とのペアリングを通して地域の食文化の魅力を説明できる人材を養成。



当日の様子(NHKニュース映像)

日本酒発信事例「日本産酒類の魅力を活用した訪日プロモーションについて」

【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。

ブースの様子



開催期間：平成29年9月1日(金)～3日(日)

主催：Los Angeles Times

会場：Paramount Studios

ブース来訪者：約400人

【日本】「VISIT JAPANトラベル& MICEマート2017」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2017」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。

見学の様子



コース：九州

日程：平成29年9月24日(日)～27日(水)

参加人員：28名

【豪州】テレビ番組の放送にあわせ、日本食・日本酒の魅力をもPRするメディアイベントを開催

概要

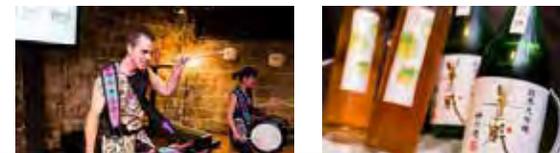
豪州で人気の料理番組「MasterChef Australia」で、日本を舞台とした「Japan Week」が放送された。日本政府観光局では、これにあわせ、「食」をテーマとした日本の魅力紹介を目的として、日本食や日本酒などを体験できるメディアイベントを開催。

日程：平成29年7月12日(水)

会場：Sake Restaurant & Bar The Rocks (シドニー)

参加人員：約60名

イベントの様子



【市場横断】酒蔵ツーリズムにおける酒税免税制度の開始をPRするメディア招請を実施

概要

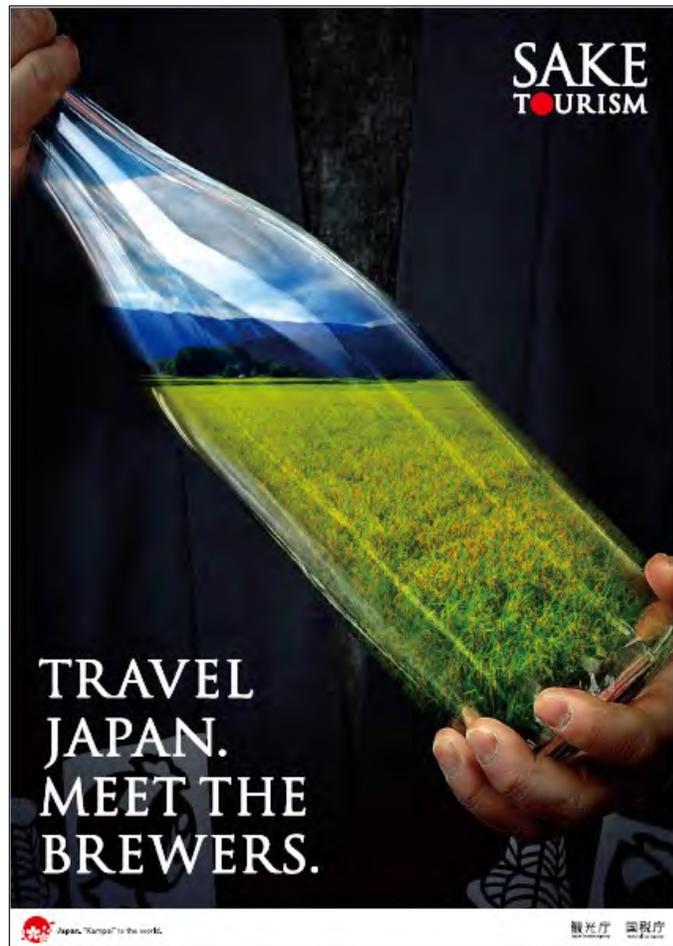
日本政府観光局は、酒税免税制度の開始（平成29年10月1日）を受け、酒蔵ツーリズムの促進および地方への誘客を図るべく「酒蔵見学」をコースに組み入れた招請旅行を実施。各国のメディアおよびインフルエンサーを活用し、免税制度とあわせて日本酒の魅力を発信。

コース：東北、中国・四国、九州

実施時期：平成29年7月、9月、10月、11月（全4回）

対象市場：中国・台湾・タイ・米国・豪州

酒蔵ツーリズムポスター



JAPAN TAX-FREE Shopping Guideについて

Japan. Tax-free Shop

Explore Japan Locals Recommended Shopping Streets 'Challengo' About Tax-Free Shopping Find Tax-Free Shops

New Tax Exemption Starts from October 2017.

Download Tax-Free Shopping Guide(PDF)

Explore Japan Locals

(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.

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!

Target stores	Purchase amount
Only purchases of 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.

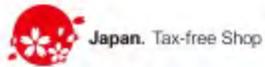
Contact stores to find out if they participate in the liquor tax exemption.

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.

外国人向け酒蔵見学レポート例(茨城県・須藤本家)



Select Language ▾

Explore Japan Locals

Recommended Shopping
Streets 'Shotenga'

About Tax-Free
Shopping

Find Tax-Free
Shops

HOME > About Tax-Free Shopping > Visit SUDOHONKE, a sake brewery in Ibaraki Prefecture, renowned abroad!

There's so much to learn at a *sake* brewery!
Visit SUDOHONKE, a *sake* brewery in
Ibaraki Prefecture, renowned abroad!



Go on a tour of SUDOHONKE sake brewery, located in Kasama, Ibaraki Prefecture, and approx. one and a half hours from Tokyo by express train! Many people visit from abroad to see this brewery built in a serene region surrounded by bountiful nature. Look forward to the different things you can see and learn as English guides are also available!



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

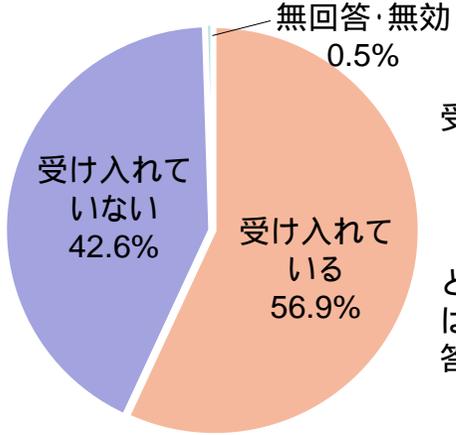
調査内容の概要

(a) 国内の酒蔵向け 受入体制実態調査

有効回答数：1,172件（回答率：約70%）

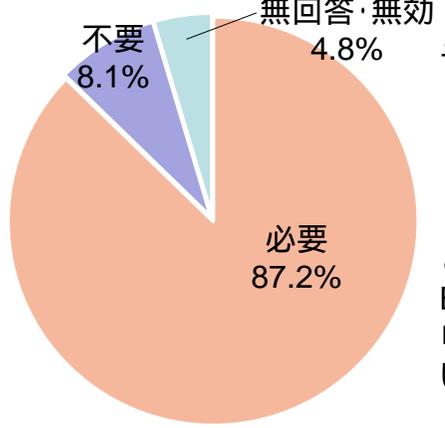
主な調査結果

酒蔵への観光客受入



受け入れていない理由としては
・衛生上の問題（50.6%）
・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」という回答も見られた。

受入時の予約要否



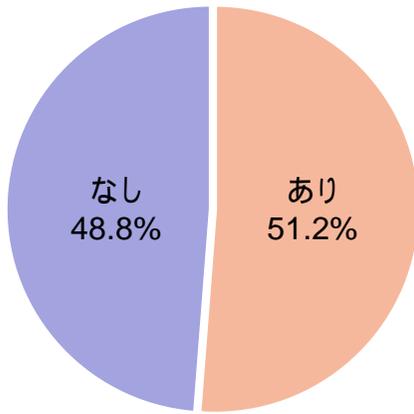
予約手法（複数回答可）では、
・電話（90.0%）
・FAX（58.0%）
・Email（54.7%）
・ホームページ（18.2%）
と、電話予約が大半を占めた。Emailでも、「英語のメールは申し訳ないが対応できない」という声も聞こえた、

(b) 外国人向け 受入体制実態調査

有効回答数：1,064件

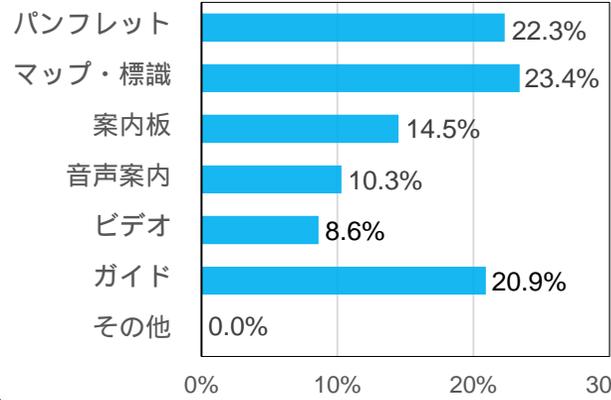
主な調査結果

酒蔵への訪問経験



回答者のうち、過半数が酒蔵（蒸留所・ワイナリー含む）を訪れたことがあると回答した。訪問先では、
・東北（17.5%）
・関東（17.1%）
・北海道（17.0%）
となり、東北が最も多かった。

必要と思う多言語対応



ガイドを求める声は想定通り多かったが、
・パンフレット
・マップ・標識
の翻訳を求める声ガイドを上回った。

端数処理の関係で、合計が100%にならない場合がある。