

日本産酒類の輸出促進連絡会議説明資料

平成29年3月28日

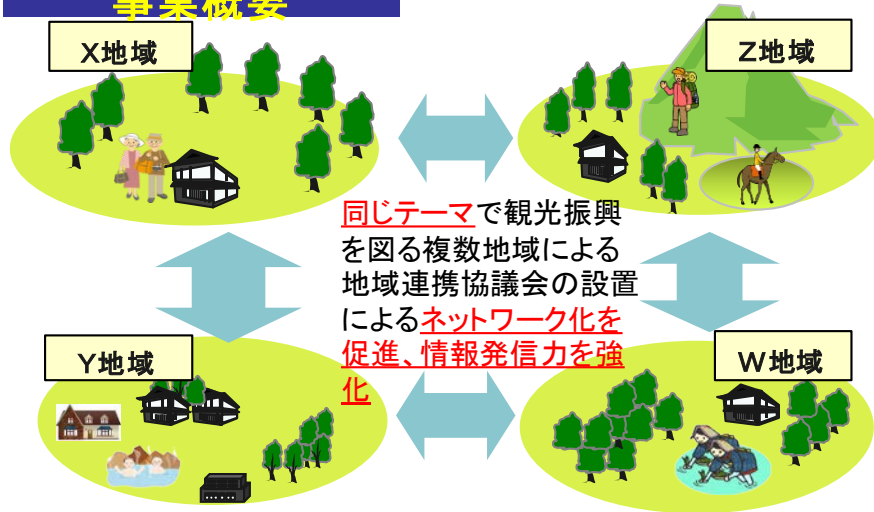
観光庁

テーマ別観光による地方誘客事業

平成28年度予算額 70百万円(新規)
平成29年度予算額 151百万円(継続)

共通の観光資源(世界遺産、街道、社寺、酒蔵、エコロジー等)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。
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。

事業概要



地域連携協議会の構成

各地域の市町村や関係団体等から構成

事業の流れ

地域連携協議会の設立・準備

地域連携協議会の設立

ネットワーク化

各地域間の情報共有と共通した取組の実施

国による支援例

ネットワークの構築

・地域連携協議会の設立

ネットワーク間の共同での取組

- ・マーケティング
- ・共通パンフレット
- ・周遊クーポン等の作成
- ・周遊プランの形成
- ・共同プロモーション
- ・共同サイト開設

ネットワークの拡大推進

- ・シンポジウム開催
- ・共通マニュアル作成 等

支援計画

ネットワークの自立、継続のため、必要に応じ複数年の支援も予定

例

1年目

- ・ネットワークの構築
- ・マーケティング

2年目

- ・共同サイト開設
- ・共同プロモーション
- ・モニターツアー開催

3年目

- ・共通マニュアル作成
- ・周遊プラン形成

4年目～

- ・ネットワークの自立性、継続性の確立

テーマ別観光の例

酒蔵ツーリズム

- ・酒造りの現場見学会の開催
- ・杜氏を交えた利き酒会
- ・酒の副産物を活用した商品開発



期待される効果

旅行者

- ・我が国の固有のテーマを探求したいリピーター等に質の高い旅行を提供し、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**

各地域

- ・新たなテーマ設定による地域の観光資源の発掘
- ・旅行者の地方誘客動機を促し、**新たな需要を創出**

地域連携協議会

- ・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の推進**

平成28年度テーマ別観光による地方誘客事業選定一覧（7件）

テーマ	協議会名 (協議会の代表者)	概要
エコツーリズム	エコツーリズム地域推進協議会 (NPO法人日本エコツーリズム協会)	○北海道や群馬等エコツーリズムを進める地域をネットワーク化し、着地型旅行商品の販売方法や地域内の連携方法を情報共有させるため、インバウンド向けの調査や商談会、コンテンツの作成等を行う ○平成28年9月21日(水)に協議会設立総会を実施済。
街道観光	街道観光推進会議 (NPO法人全国街道交流会議)	○全国の街道地域をネットワーク化し、街道に関係する城下町や宿場町などの歴史的風土を活かした「街道観光」をテーマに、共同でのプロモーションやモニターツアーの実施等を行う。 ○平成28年10月24日(月)に協議会設立総会を実施済。
近代建築ツーリズム	近代建築ツーリズムネットワーク (青森県弘前市)	○国立西洋美術館を含むル・コルビュジエの建築群が世界文化遺産登録され、近代建築の文化的価値に対する関心が高まっていることを踏まえ、まず今年度は同氏の弟子であった前川國男建築にゆかりのある全国各地をネットワーク化する。前川氏の作品を巡るモニターツアーの開催やシンポジウム、PRツールの作成等を行う。 ○平成28年11月18日(金)に協議会設立済。
酒蔵ツーリズム	酒蔵ツーリズム推進協議会 (株)アサツー ディ・ケイ	○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。 ○平成28年11月1日(火)に協議会設立総会を実施済。
社寺観光 巡礼の旅	社寺観光地域連携協議会 (一社)全日本社寺観光連盟	○全国に点在する社寺を巡礼の地としてつなげる「社寺観光」を推進するため、今年度は徳川家康公没後400周年にゆかりの深い社寺(静岡・愛知・埼玉・栃木・宮城)をネットワーク化し、インバウンド向けモニターツアーや多言語サイトの構築等を行う。 ○平成28年9月28日(水)に協議会設立済。
明治日本の産業革命遺産	明治日本の産業革命遺産世界遺産ルート推進協議会 (一財)産業遺産国民会議	○世界遺産「明治日本の産業革命遺産」(8県11市)をネットワーク化し、多言語ガイドマップやホームページ製作等を通じ、各地域への訪問者が周遊する仕組みの構築を行う。 ○平成28年6月20日(月)に協議会設立総会を実施済。
ロケツーリズム	ロケツーリズム協議会 (株)地域活性プランニング	○ロケツーリズムに取り組む全国各地をネットワーク化し、どの地域でも実践できるロケ誘致から観光客向け情報発信に至るノウハウのマニュアル化、モデル地域におけるロケ地マップの制作、ロケ地ツアーの商品化等を行う。 ○平成28年10月13日(木)に協議会設立総会を実施済。

酒蔵ツーリズムに関する共同プロモーションの推進

各地域が各々の特色を活かした、その地でしかできない「酒蔵ツーリズム体験」の造成と情報発信により地域相互の誘客を促進し、さらなる地域振興を実現することを目指す。

28年度の主な取組

●取組と成果

- ・協議会会員100団体、70酒蔵以上が参画する新たな「酒蔵ツーリズム推進協議会」を組織化。
- ・2箇所でのモニターツアーを実施し、旅行商品化に向けての情報発信と今後の課題を抽出。
- ・共同プロモーションWEBサイトの制作。効率的な情報発信に向けての基盤作り。
- ・動画制作等での情報発信。



29年度の目標等

●目標

国内外富裕層の誘客および地域内消費が図れる「酒蔵ツーリズム成功エリア」を作る。

●取組内容

- ・国内外富裕層向けの潜在力のあるスター地域候補を選定し、モニターツアーを実施。広報活動と実施体制等の会員共有化を図る。
- ・会員共同プロモーションサイトの更新、多言語化、情報発信等を行い、情報ポータル化を進めて行くとともに、リアル接点を含めたPRを実施していく。
- ・外国人対応施策を進めていく。

具体的事業内容(予定)

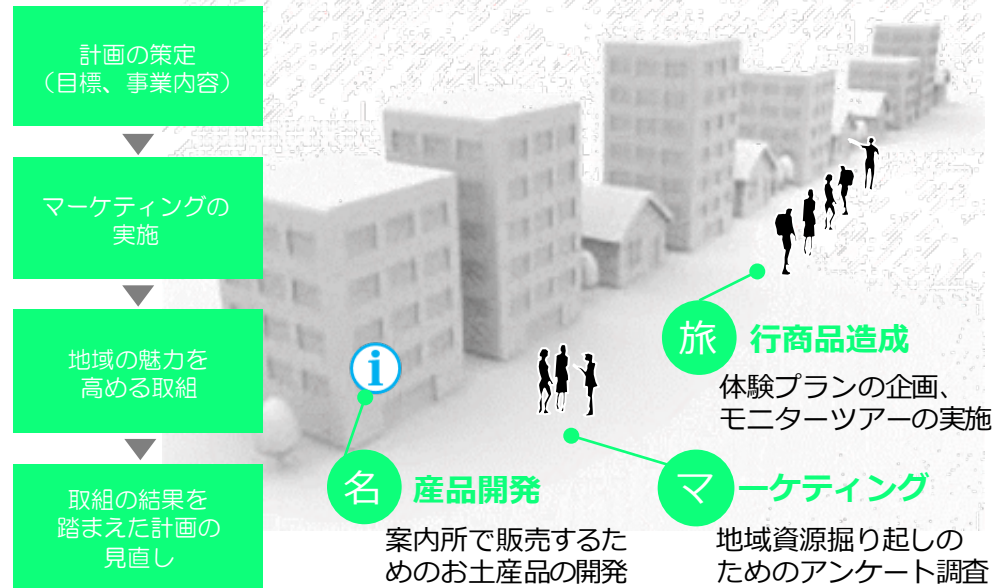
- (1)酒蔵モニターツアーの実施
 - ①富裕層向けモニターツアー
 - ②海外富裕層向けモニターツアーの実施、情報発信
- (2)会員共同プロモーションの実施
 - ①共同プロモーションサイトの更新、活性化、PR
 - ②展示会出展他のPRを実施
- (3)会員向け施策の共有・標準化
 - ①通訳案内の育成、派遣。外国人向け酒蔵訪問等の受入体制の共有
 - ②会員向け酒税免税セミナー等の開催

ネットワークの取組による
酒蔵ツーリズムの振興

○地域の伝統文化、美しい自然、歴史的景観、豊かな農山漁村、魅力ある食文化等、地域の観光資源を活かした着地型旅行商品の造成や名産品の開発等を支援することにより、魅力あふれる観光地域づくりを推進。

事業イメージ

地域資源の磨き上げのため、戦略的かつ一体的な取組を行う地域に対して旅行商品の造成等を支援



支援詳細

- 支援対象事業者
単一市町村、観光協会、交通事業者、地域づくりの取組を実施する者等により構成される協議会
- 支援内容
個別事業の実施に必要な経費の総額の2分の1以内の金額を予算の範囲内で負担（最大3年間）

支援対象事業

国で実施可能な事業（旅行商品等の造成に係る事業）

計 画策定

観光地域づくりに関する基本的な計画の策定など



旅 行商品造成

モデルコース・体験プランの企画、モニターツアー、造成した旅行商品のPRなど



マ ーケティング

商品造成に必要なニーズ調査や動向調査など



名 産品開発

地元の産品を活用したお土産品の造成など



上記事業にあわせて地域が自主的に実施する事業の例（情報発信・受入環境整備等に係る事業）

情 報発信

パンフレット・Webページ作成、PR動画作成など

受 入環境整備

看板の多言語化やWi-Fi整備、二次交通の実証実験など

機 能強化

遊休施設改築や、ツアーデスク設置、バリアフリー化など

シ ステム開発

予約システムの導入や周遊アプリの開発など

- 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
- ・接客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客、資質向上を実施する。



【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、アップ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

【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



見学の様子

【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

【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。
 開催期間：平成29年3月14日（火）～16日（木）



ブースの様子（昨年）



在英国大使館と連携し、初の日本産ジン誕生を契機とした訪日旅行イベント「Gourmet Travel Japan – Highlighting Craft Spirits」を実施

【概要】

- ✓ 日本政府観光局（JNTO）は、英国メディアで注目を集める、英国人による「初の日本産ジン」が販売がされるタイミングを活用し、在英国大使館と連携しテイastingイベントを実施。日本の酒をきっかけとした訪日旅行促進を行った。
- ✓ イベントには、英国のグルメ関係有力メディアを多数呼び、新しいジン及びクラフトウィスキーのテイastingを行うとともに、訪日旅行の紹介（プレゼンテーション、JNTOテーブルの設置、パンフレット配布、ポスター展示）を行った。
- ✓ グルメ関係のメディア関係者を招待したことで、これまで接点のあまりない食や酒のメディアに対し、酒をきっかけとした訪日旅行をPRすることができた。

開催日：平成28年9月29日（木）

開催会場：在英国日本大使館

来場者数：メディア中心に約50名



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。

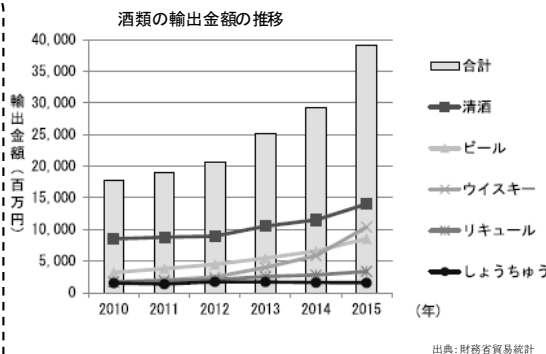
○「日本再興戦略2016」（平成28年6月2日閣議決定）（抜粋）第2・IV・(2)・v）クールジャパンの推進

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

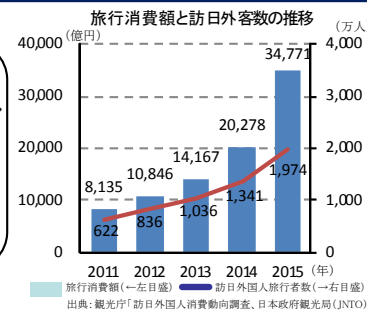
日本産酒類の輸出促進に向けた現状と課題

- 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

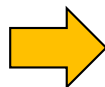
場所：輸出物品販売場(※)の許可を受けた酒類製造場(酒蔵)

※ 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

観光庁においては、今年度、国税庁と協力し、日本語版と英語版の酒蔵ツーリズムの啓発用ポスターを作成した。今後も引き続き、各種プロモーションを行っていく予定。

