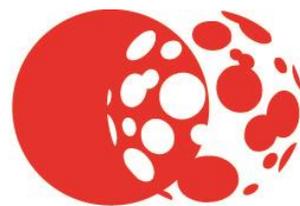


令和2年度 酒蔵ツーリズム調査 調査結果



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 事務局

次第



1. 「日本酒蔵ツーリズム推進協議会」とは
2. 調査概要
3. 調査結果
4. 総括



1. 「日本酒蔵ツーリズム推進協議会」とは

「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、地域の方々とふれあい、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等を楽しむ旅のこと。

「日本酒蔵ツーリズム推進協議会」とは

- 「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。
- 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

- 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、地域活性化に貢献する。
- 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、国内及びインバウンド観光客の地方への誘客が促進できる。



1. 「日本酒蔵ツーリズム推進協議会」とは

令和2年度取り組み

事業1：研修事業

- ①「令和2年度第1回酒蔵ツーリズムセミナー」開催（令和3年3月4日）

事業2：プロモーション事業

- ①酒蔵関連情報の集約、オフィシャルサイト及びFacebook・Twitterでの情報発信
- ②「ツーリズムEXPOジャパン旅の祭典in沖縄」泡盛ブースの出展（令和2年10月29日～11月1日）
 - ・泡盛と相性の良い沖縄県産食肉を使った料理を提案・提供（協力：沖縄県畜産振興公社）
 - ・沖縄県で初めて認定された日本遺産のコンテンツである「泡盛」の歴史・文化や地域特性を発信
 - ・沖縄県酒造組合と連携し、泡盛を使った消毒液（高濃度エタノール製品）を来場者・出展事業者に配布

事業3：協会自主事業

- 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DMOとの連携による着地商品化、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調査・提言活動



2. 調査概要

①調査目的

「酒蔵ツーリズム」の現状と現在抱えている課題を明らかにする。

②調査主体

日本酒蔵ツーリズム推進協議会（事務局：公益社団法人日本観光振興協会 地域ブランド創造）

③調査実施先（委託先）

株式会社インテージリサーチ

④協力

日本酒造組合中央会

⑤調査実施期間

令和2年11月16（月）～令和2年12月25日（金） 18：00



2. 調査概要

⑥調査対象

- 日本酒蔵ツーリズム推進協議会 会員 45団体
- 日本酒造組合中央会 所属酒蔵等 1,691者・団体
- 公益社団法人日本観光振興協会 369自治体・団体

⑦回収率

- 酒蔵・酒造関係 45.8% (1,698者・団体 / 回収 779者・団体)
- 地域・自治体関係 38.8% (373地域・団体 / 回収 145地域・団体)
- 民間企業 58.8% (34企業 / 回収 20企業)

⑧調査実施方法

インターネット調査（酒蔵・酒造関係のみ一部FAX回答）



2. 調査概要

酒蔵・酒造関係者対象

- ①現在の「酒蔵ツーリズム」への取り組み状況
- ②「酒蔵ツーリズム」への今後の取り組みについて
- ③「日本酒蔵ツーリズム推進協議会」について
- ④「高濃度エタノール製品代替品」の製造・販売状況について

地方自治体・観光協会等対象

- ①現在の「酒蔵ツーリズム」への取り組み状況
- ②「酒蔵ツーリズム」への今後の取り組みについて
- ③「日本酒蔵ツーリズム推進協議会」について

民間企業対象

- ①現在の「酒蔵ツーリズム」への取り組み状況
- ②「酒蔵ツーリズム」への今後の取り組みについて
- ③「日本酒蔵ツーリズム推進協議会」について

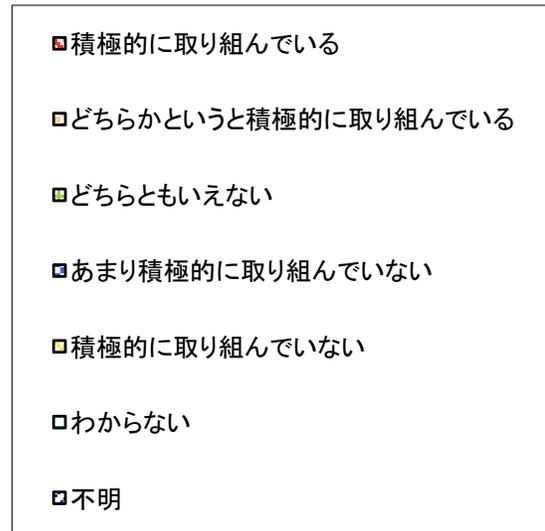
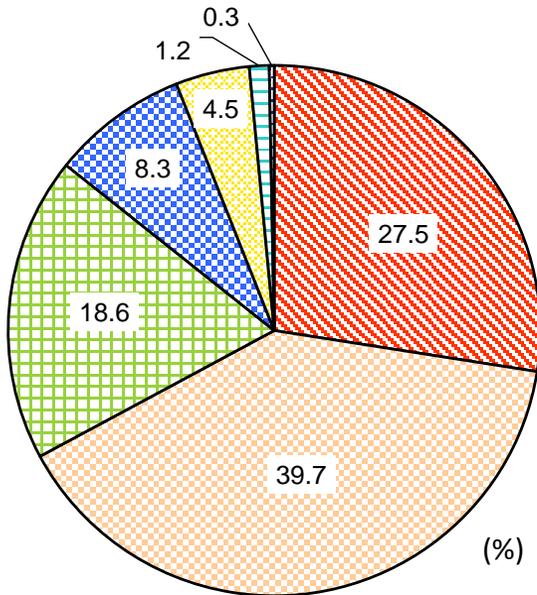


3. 調査結果 **酒蔵・酒造関係対象**

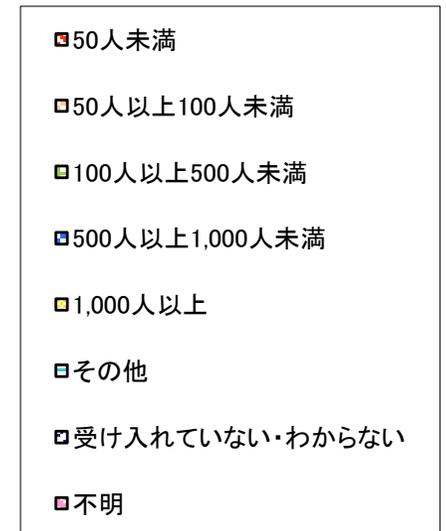
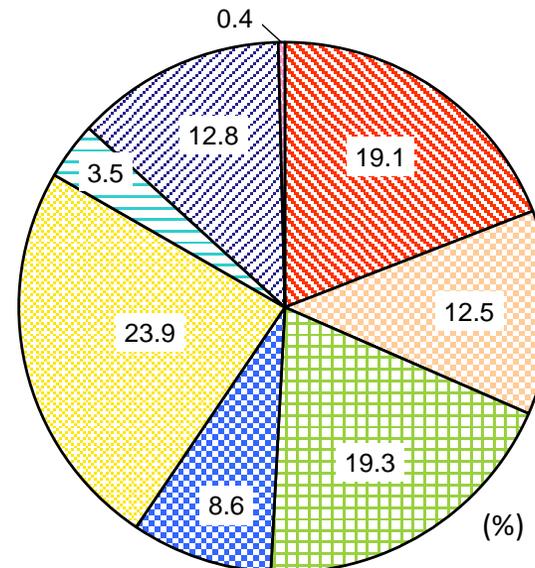
(1) 「酒蔵ツーリズム」への取り組み状況について

- 所属する地域が、観光産業に「積極的に取り組んでいる」は27.5%、「どちらかというと積極的に取り組んでいる」は39.7%
- 8割以上の酒蔵が観光客を受け入れている。「1,000人以上」が最も多く23.9%、次いで「100人以上500人未満」が19.3%である。酒蔵によって受入状況が異なっていることがわかる。

観光産業への地域の取組み状況



観光客の受入れ状況



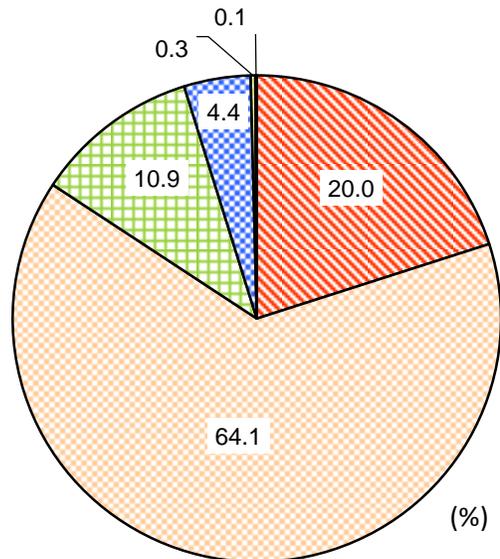


3. 調査結果 **酒蔵・酒造関係対象**

(1) 「酒蔵ツーリズム」への取り組み状況について

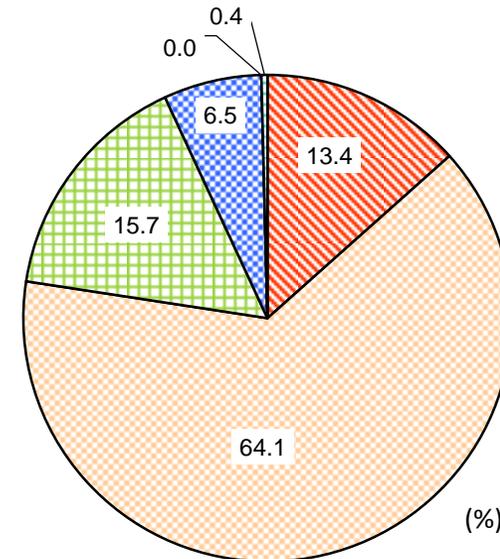
- 酒蔵・酒造関係者が観光産業に取り組みにあたり、行政（観光産業主管部署）や観光協会・観光連盟等と「必要に応じて連携を図っている（イベント開催時等）」が6割を占めている。「常に連携を図っている」は20%である。
- 民間企業（宿泊施設等）や団体（酒蔵組合は除く）の連携は「必要に応じて連携を図っている（イベント開催時等）」が6割だが、2割は連携を図っていない。

観光産業への取組み時の行政との連携



- 常に連携を図っている (主要会議のメンバーである)
- 必要に応じて連携を図っている (イベント開催時、等)
- あまり連携を図っていない (緊急時のみ連携を図る)
- 全く連携を図っていない
- 観光主管課との連携はなく、国税局のみ
- その他

観光産業への取組み時の民間との連携



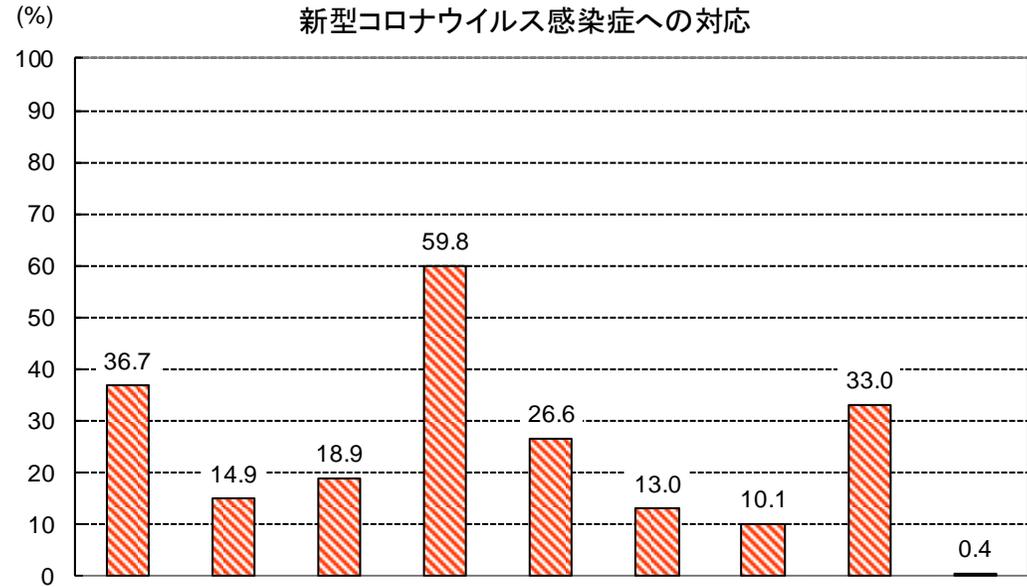
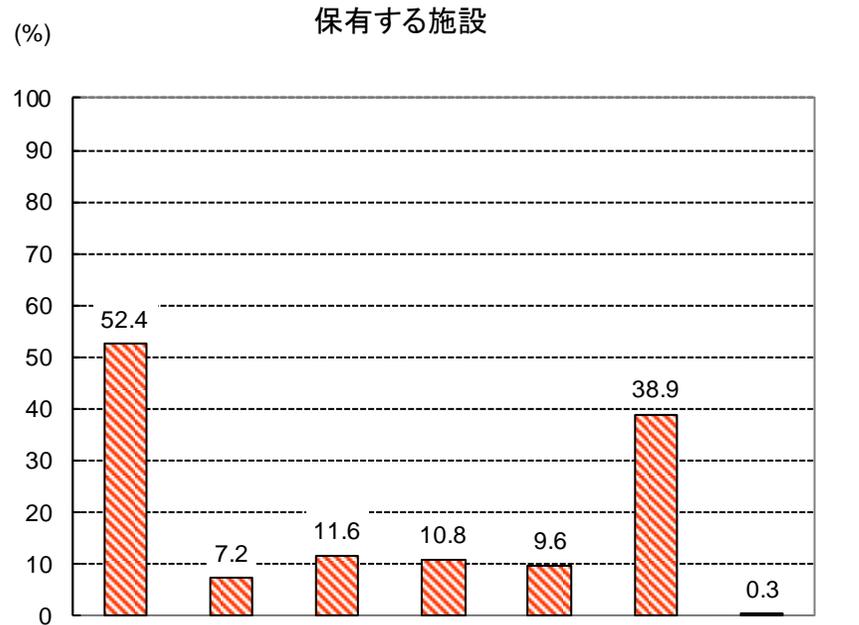
- 常に連携を図っている (主要会議のメンバーである)
- 必要に応じて連携を図っている (イベント開催時、等)
- あまり連携を図っていない (緊急時のみ連携を図る)
- 全く連携を図っていない
- その他
- 不明



3. 調査結果 酒蔵・酒造関係対象

(1) 「酒蔵ツーリズム」への取り組み状況について

- 敷地内には酒蔵以外に「試飲できる施設」を保有するが52.4%と最も多い。一方で「酒蔵以外ない」は38.9%。
- 感染症対策として、「館内にアルコール消毒等の設置」が59.8%と最も多い。



(%)

施設の種類	割合 (%)
試飲ができる施設	52.4
食事処 (お食事の提供)	7.2
資料館・美術館・博物館など	11.6
国・都道府県・市町村指定の文化財	10.8
その他	9.6
酒蔵以外ない	38.9
不明	0.3

(%)

対応策	割合 (%)
酒蔵見学での人数制限	36.7
感染者が発生した時のため、酒蔵見学者の連絡先の確認	14.9
試飲の中止	18.9
館内にアルコール除菌などを設置	59.8
敷地内の消毒等の実施	26.6
オンラインで酒蔵見学を実施 (FacebookやTwitter、YouTube等)	13.0
その他	10.1
取り組んでいることはない、現在酒蔵見学を中止している	33.0
不明	0.4

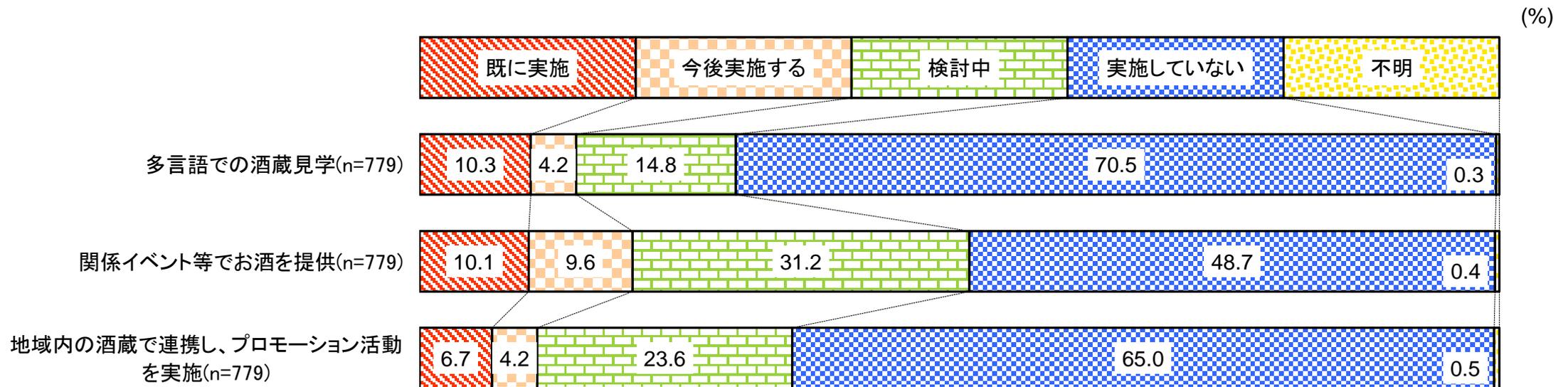


3. 調査結果 **酒蔵・酒造関係対象**

(2) 「酒蔵ツーリズム」への今後の取り組みについて

- 「東京オリンピック・パラリンピック」へ向けて取り組んでいることについて、「実施していない」が最も多い。
- 「既に実施」「今後実施する」では「関係イベント等でのお酒の提供」が2割も多い。

東京オリンピック・パラリンピックへ向けた取り組み



【その他】

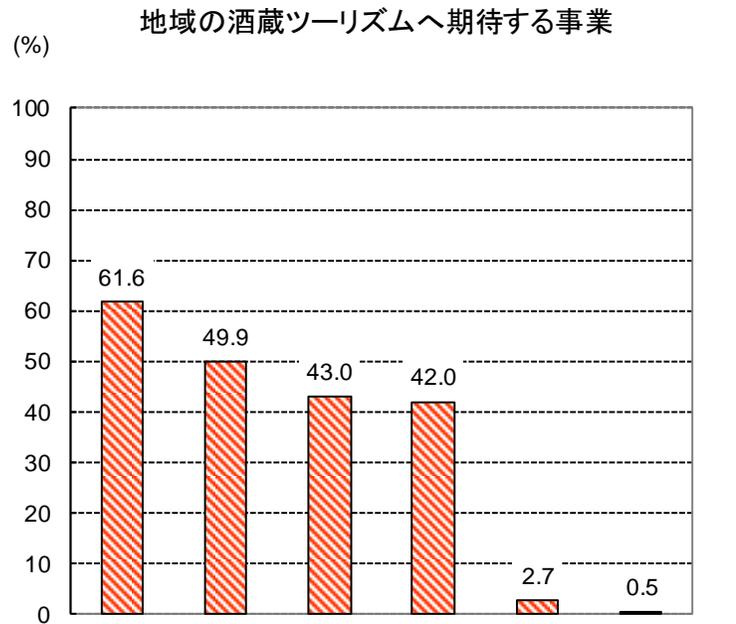
- オンラインでの酒蔵見学
- 他社との連携
- パンフレット・動画・ホームページの多言語化 など



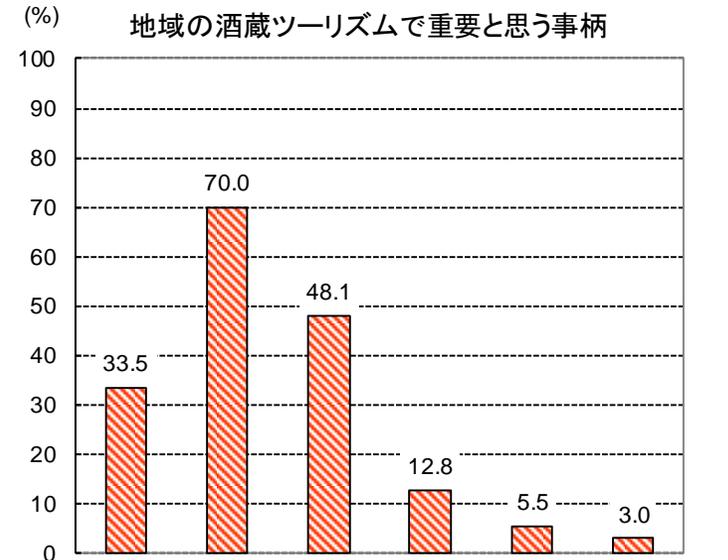
3. 調査結果 酒蔵・酒造関係対象

(2) 「酒蔵ツーリズム」への今後の取り組みについて

- 地方自治体・観光協会等に対して、「地域全体のブランド化」に最も期待している。
- 地域全体で「酒蔵ツーリズム」に取り組む際、7割が「参画する事業者等の理解と協力」が最も重要だと回答。



	地域全体のブランド化	酒蔵と食(飲食店等)との連携	酒蔵見学をはじめとした、地域の体験コンテンツの商品化	広報活動	その他	不明	
n=	779	61.6	49.9	43.0	42.0	2.7	0.5



	地域内のステークホルダー(重要人物)に「酒蔵ツーリズム」は経済効果が大きいことを明らかにする	参画する事業者等の理解と協力	地域内で中心となる組織の存在と、リーダーシップ	第三者の介入	その他	不明	
n=	779	33.5	70.0	48.1	12.8	5.5	3.0

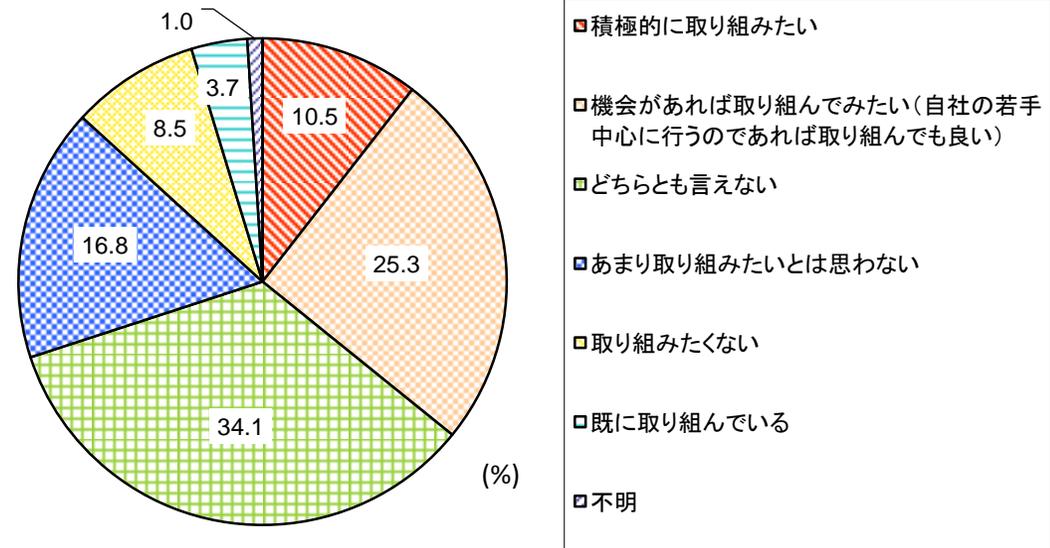


3. 調査結果 **酒蔵・酒造関係対象**

(2) 「酒蔵ツーリズム」への今後の取り組みについて

- 「オンラインツアー」について、「どちらともいえない」「あまり取り組みたいとは思わない」「取り組みたくない」が半数以上を占める。
- 3.7%は、「既にオンラインツアーに取り組んでいる」と回答。

オンラインツアーの導入意向



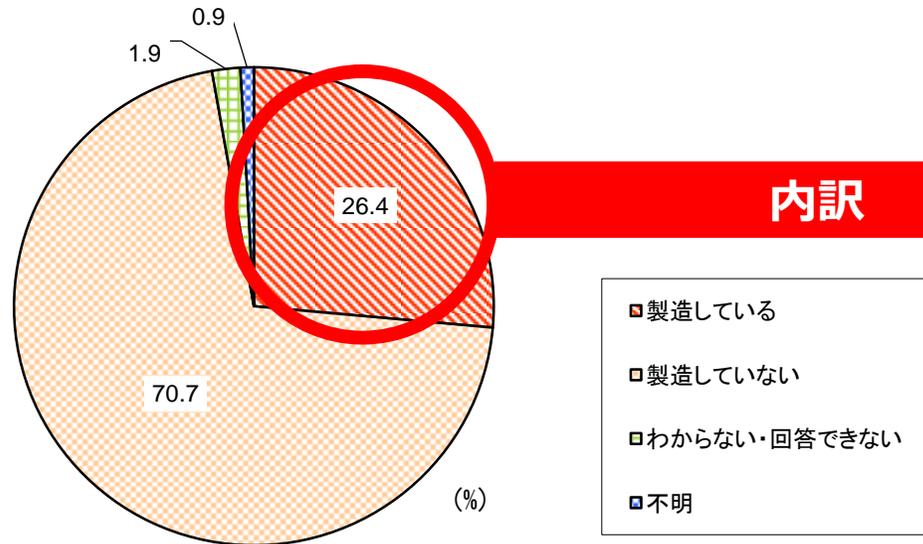


3. 調査結果 **酒蔵・酒造関係対象**

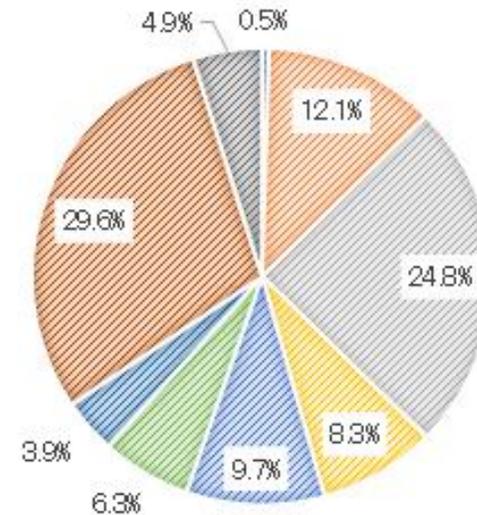
(3) 「高濃度エタノール製品代替品」の製造について

- 「高濃度エタノール製品代替品」を製造している酒蔵は、26.4%であった。
- エリア別（日本観光振興協会の支部別）製造内訳は、九州エリアが29.6%と最も多く、次いで関東エリアが24.8%であった。

高濃度エタノール製品の製造状況



■北海道 ■東北 ■関東 ■中部 ■関西 ■中国 ■四国 ■九州 ■沖縄



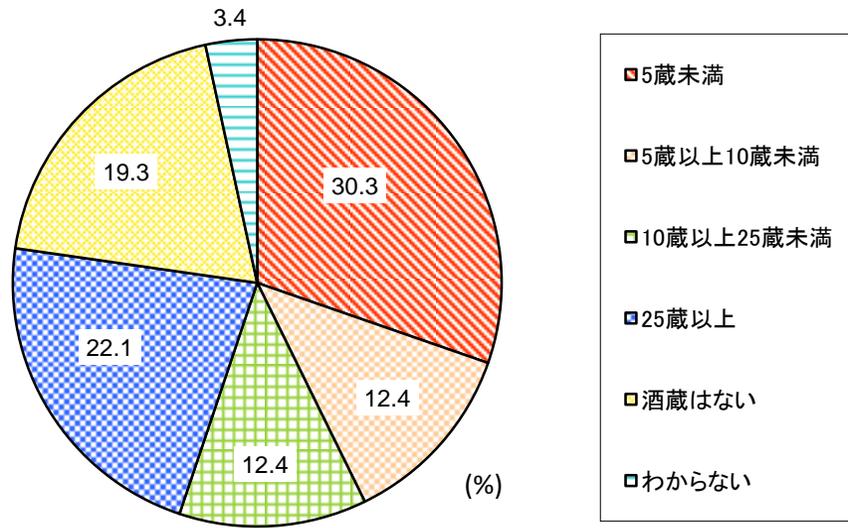


3. 調査結果 **地方自治体・観光協会等対象**

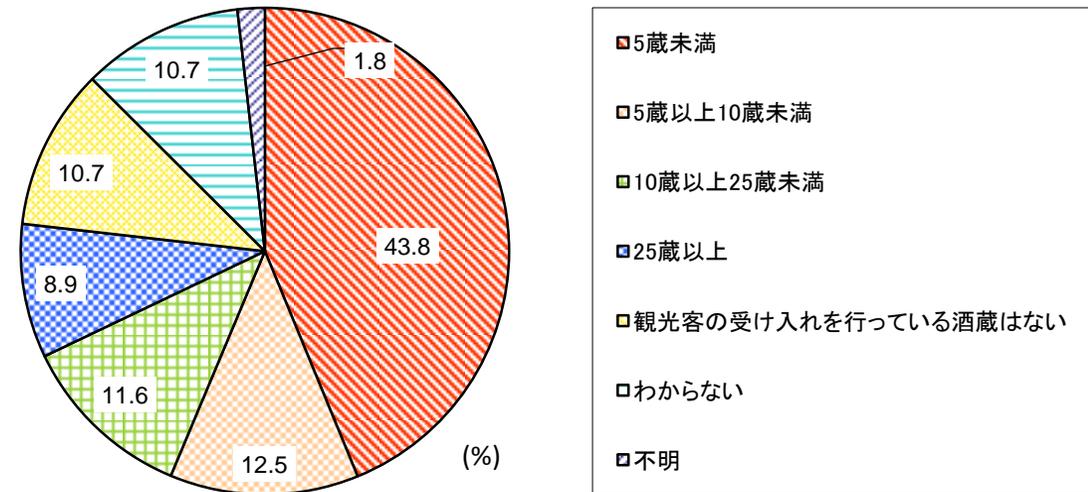
(1) 「酒蔵ツーリズム」への取り組み状況について

- 地域内の酒蔵数は、「5蔵未満」が最も多く30.3%、次いで「25蔵以上」が22.1%である。
- 7割以上の酒蔵で観光客を受け入れている。

地域内の酒蔵数



観光客を受け入れている酒蔵数



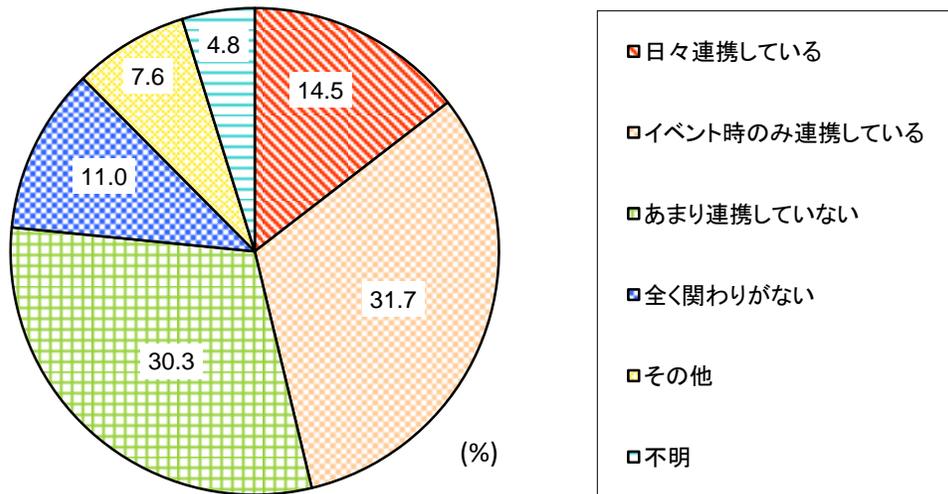


3. 調査結果 **地方自治体・観光協会等対象**

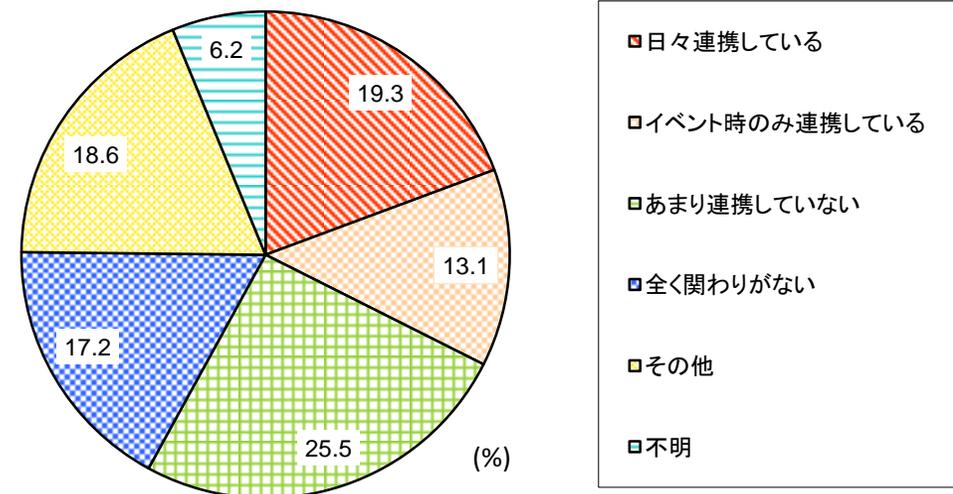
(1) 「酒蔵ツーリズム」への取り組み状況について

- 行政（観光主管課）と酒蔵・酒造組合等に対し、「イベント時のみ連携している」が31.7%、「あまり連携していない」が30.3%
- 行政（観光主管課）と行政（酒蔵主管課）は、「あまり連携していない」が25.5%、「全く関わりがない」が17.2%と、4割以上が連携が薄いことがわかる。

観光産業への取組み時の酒蔵との連携



観光産業への取組み時の担当部門間の連携



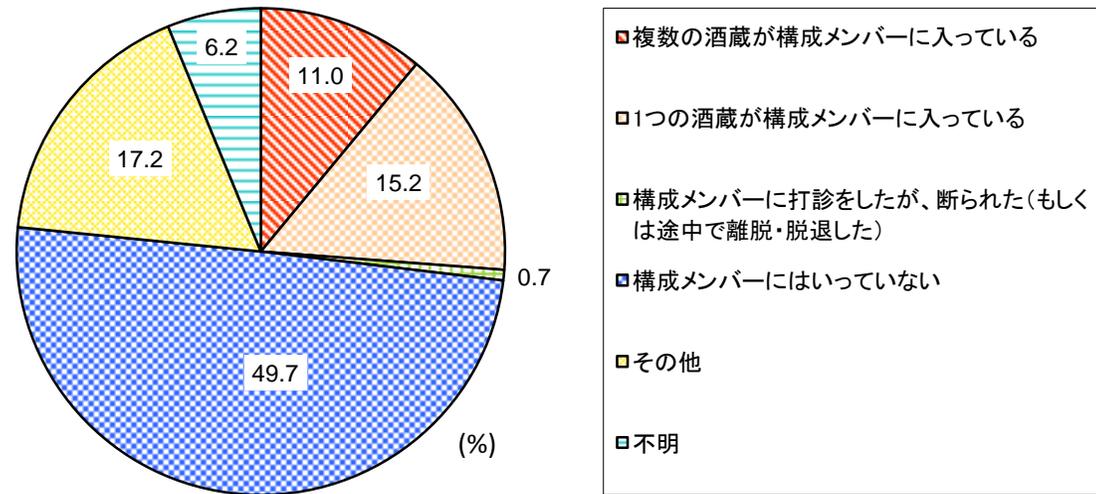


3. 調査結果 **地方自治体・観光協会等対象**

(1) 「酒蔵ツーリズム」への取り組み状況について

➤ 行政主催の会議等で観光産業について話し合う場において、半数が「構成メンバーに酒蔵・酒造関係者は入っていない」と回答。

観光産業関連会議への酒蔵酒造関係者の参加状況





3. 調査結果 **地方自治体・観光協会等対象**

(1) 「酒蔵ツーリズム」への取り組み状況について

【地方自治体・観光協会等が抱えている課題（一部抜粋）】

- 酒蔵は生産がメインであり、蔵の観光客への開放については菌の混入や繁忙期をどのように対応するか、具体的に配慮・解決すべき課題が多い
- 蔵見学だけでなく、どのように日本酒に親しんでもらうかが課題である
- 酒蔵経営者の高齢化
- 日本酒離れ
- 観光地と酒蔵、酒蔵と酒蔵を結ぶ二次交通が整っていないため、自家用車（レンタカー含む）で周遊することになり、観光客全員が試飲を楽しむことができない。
- 小規模、家族経営の酒蔵が多く、見学のニーズは多いものの受入制限でなかなかご案内出来ない。
- 効果的な情報発信ができていない
- 地域全体で連携して取り組めていない

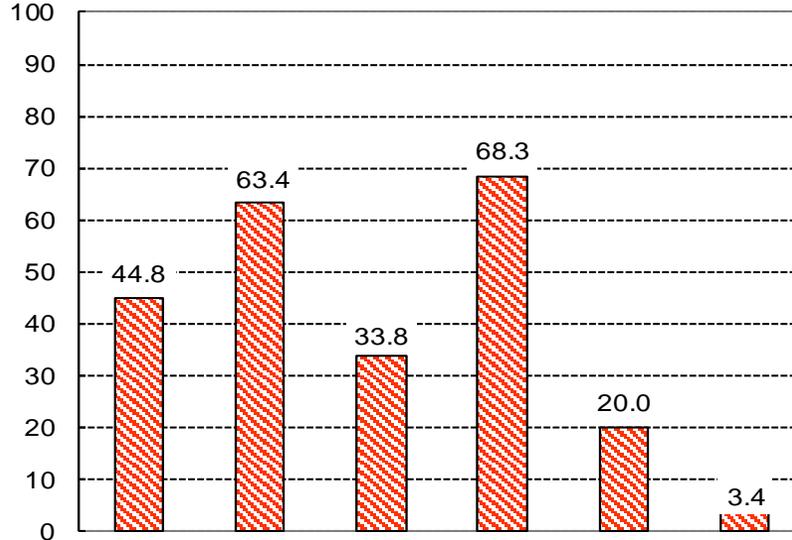


3. 調査結果 **地方自治体・観光協会等対象**

(2) 「酒蔵ツーリズム」への今後の取り組みについて

➤ 酒蔵・酒造関係者には、「酒蔵見学をはじめとした、地域の体験コンテンツの商品化」「酒蔵と食（飲食店等）との連携」に特に期待している。

(%) 地域の酒蔵ツーリズムへ期待する事業



	地域全体のブランド化	酒蔵と食（飲食店等）との連携	文化財や美術館・博物館、宿泊施設等との連携	酒蔵見学をはじめとした、地域の体験コンテンツの商品化	広報活動	その他	
n=	145	44.8	63.4	33.8	68.3	20.0	3.4

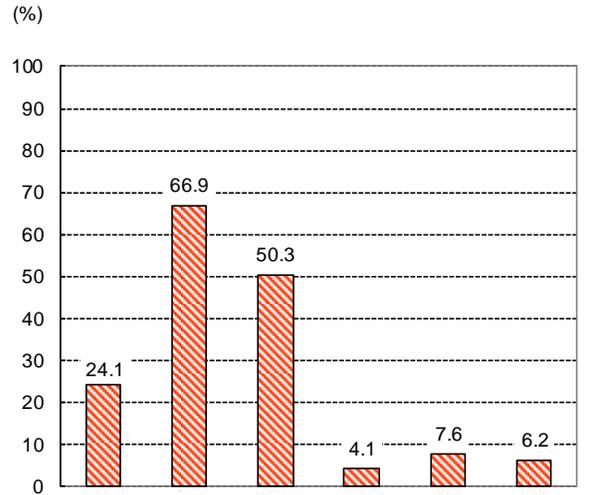


3. 調査結果 **地方自治体・観光協会等対象**

(2) 「酒蔵ツーリズム」への今後の取り組みについて

- 「酒蔵ツーリズム」に取り組みにあたり、「参画する事業者等の理解と協力」が最も重要
- 地域全体で「酒蔵ツーリズム」に取り組むこととなった場合、「飲食店」「宿泊施設」からの協力が得やすい

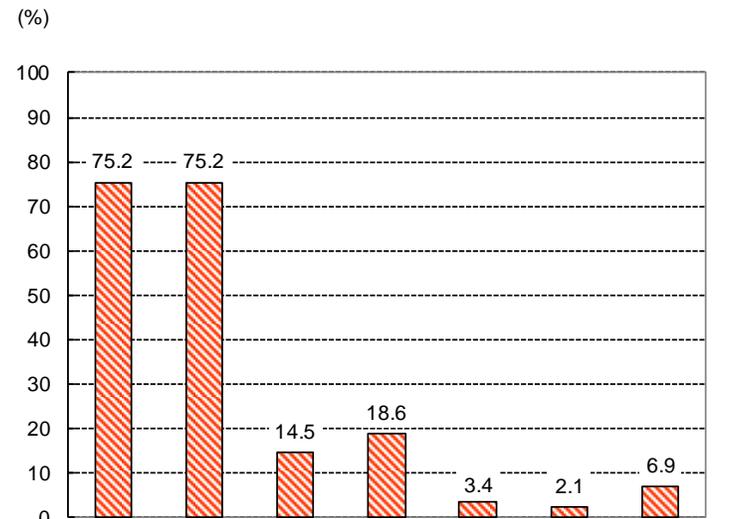
地域の酒蔵ツーリズムで重要と思う事柄



	(%)
地域内のステークホルダー (重要人物) に「酒蔵ツーリズム」は経済効果が大きいことを明らかにする	24.1
参画する事業者等の理解と協力	66.9
地域内で中心となる組織の存在と、リーダーシップ	50.3
第三者の介入	4.1
その他	7.6
不明	6.2

n= 145

酒蔵ツーリズム取組み時の協力候補



	(%)
飲食店 (例: 酒と食事との連携)	75.2
宿泊施設 (例: 宿泊施設内での酒の提供、域内マップ・観光情報の提供)	75.2
域内にある文化財等 (例: 文化財内での酒の提供)	14.5
域内にある博物館・資料館等 (例: 地域の歴史と酒蔵の歴史を伝える)	18.6
その他	3.4
連携は見込めない	2.1
不明	6.9

n= 145

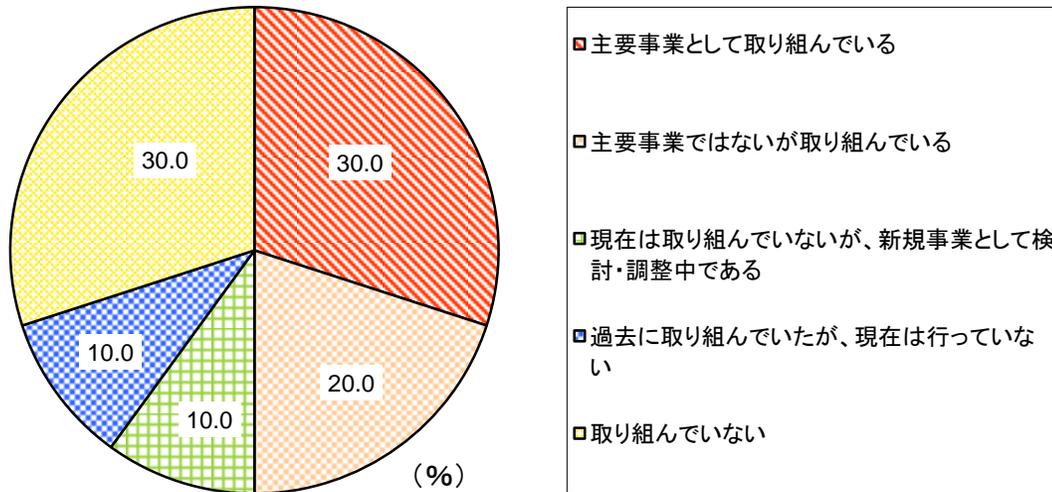


3. 調査結果 民間企業対象

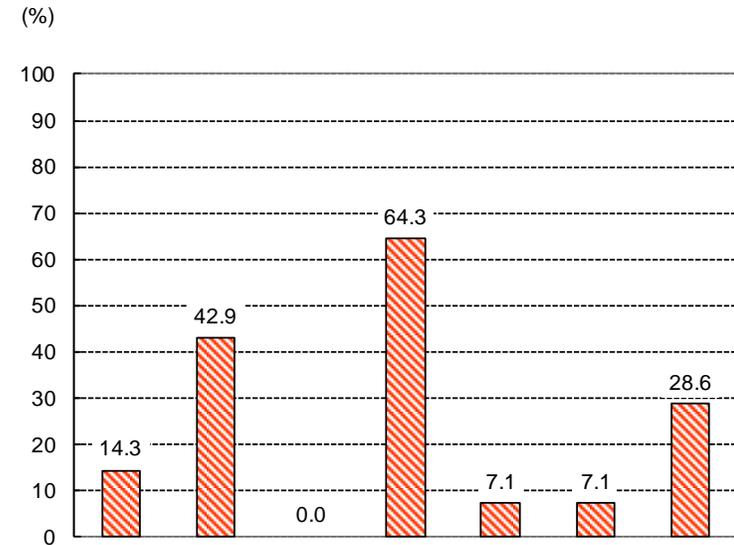
(1) 「酒蔵ツーリズム」への取り組み状況について

- 酒蔵・酒造に関する業務について、半数が取り組んでいることがわかる。
- その理由として、「地方創生、また地域経済の発展につながるのではないか、と考えたから」が64.3%と最も多い。

酒蔵・酒造に関する事業への取組



酒蔵・酒造に関する事業に取り組む理由



	日本産のお酒は、訪日外国人に人気だから	日本酒の魅力をもっと発信したいから	元々飲食に関する事業を展開していたため	地方創生、また地域経済の発展につながるのではないか、と考えたから	上層部からの指示	その他	不明	
n=	14	14.3	42.9	0.0	64.3	7.1	7.1	28.6



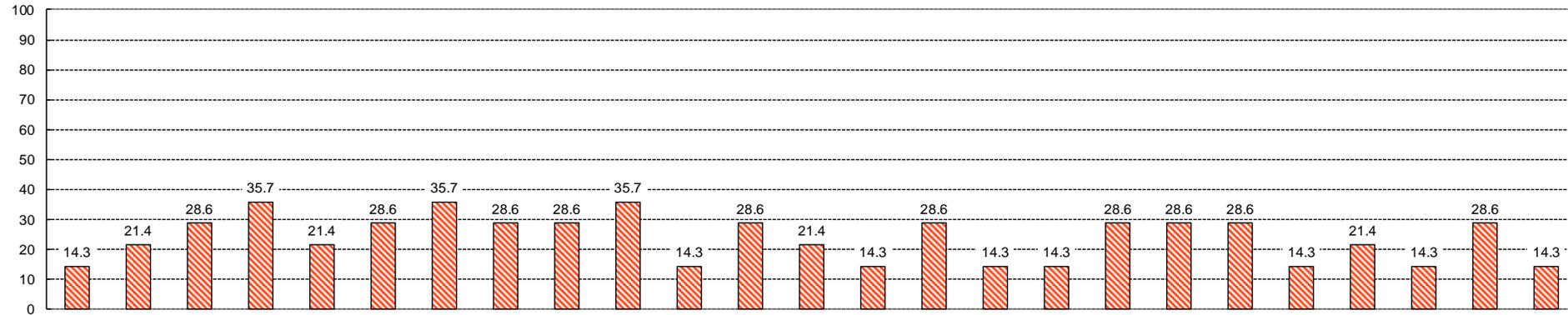
3. 調査結果 民間企業対象

(1) 「酒蔵ツーリズム」への取り組み状況について

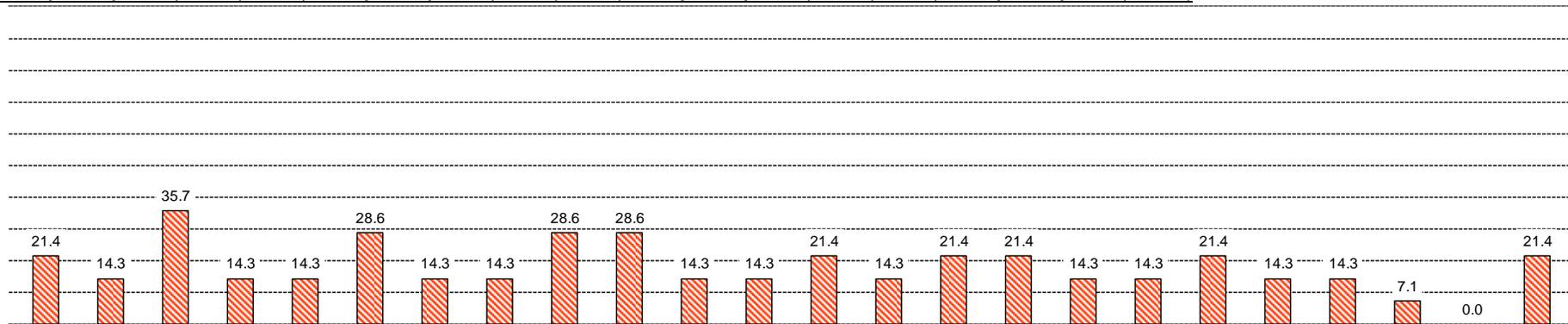
➤ 宮城県、福島県、群馬県、兵庫県が35.7%と最も多い。

関わりのある酒蔵がある都道府県

(%)



n=	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	愛知県	三重県	滋賀県
14	14.3	21.4	28.6	35.7	21.4	28.6	35.7	28.6	28.6	35.7	14.3	28.6	21.4	14.3	28.6	14.3	14.3	28.6	28.6	28.6	14.3	21.4	14.3	28.6	14.3



都道府県	割合 (%)
京都府	21.4
大阪府	14.3
兵庫県	35.7
奈良県	14.3
和歌山県	14.3
鳥取県	28.6
島根県	14.3
岡山県	14.3
広島県	28.6
山口県	28.6
徳島県	14.3
香川県	14.3
愛媛県	21.4
高知県	14.3
福岡県	21.4
佐賀県	21.4
長崎県	14.3
熊本県	14.3
大分県	21.4
宮崎県	14.3
鹿児島県	14.3
沖縄県	7.1
その他	0.0
不明	21.4

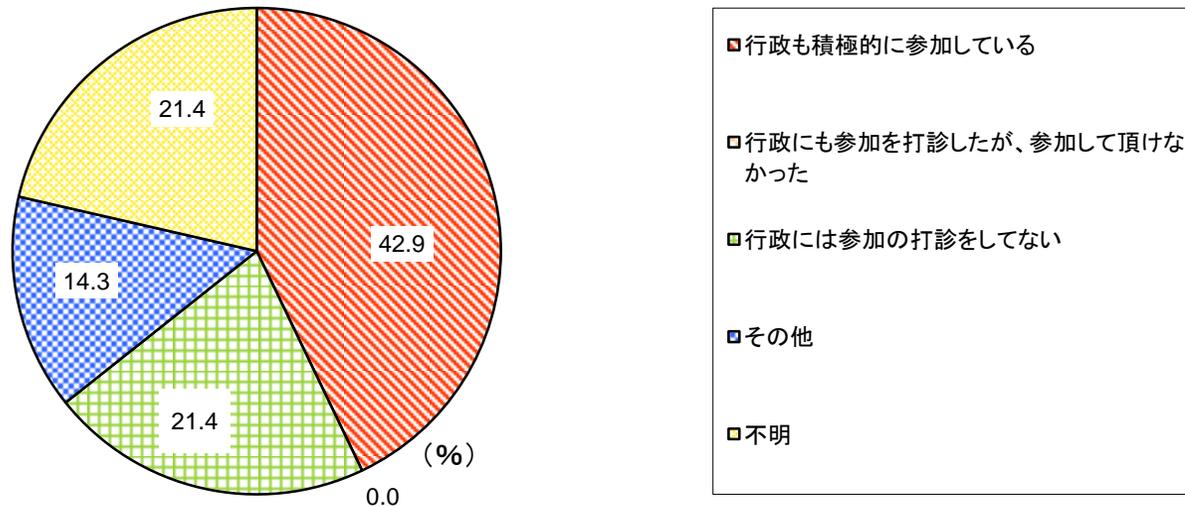


3. 調査結果 **民間企業対象**

(1) 「酒蔵ツーリズム」への取り組み状況について

➤ 酒蔵・酒造関係事業に取り組むにあたり、「行政も積極的に参加している」が最も多く、42.9%

酒蔵・酒造関連事業への取組み時の、行政や観光協会等との連携状況



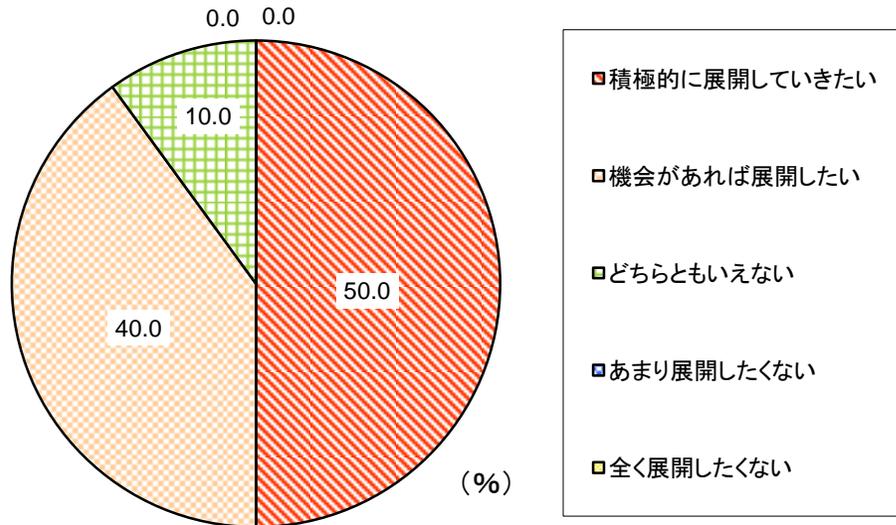


3. 調査結果 **民間企業対象**

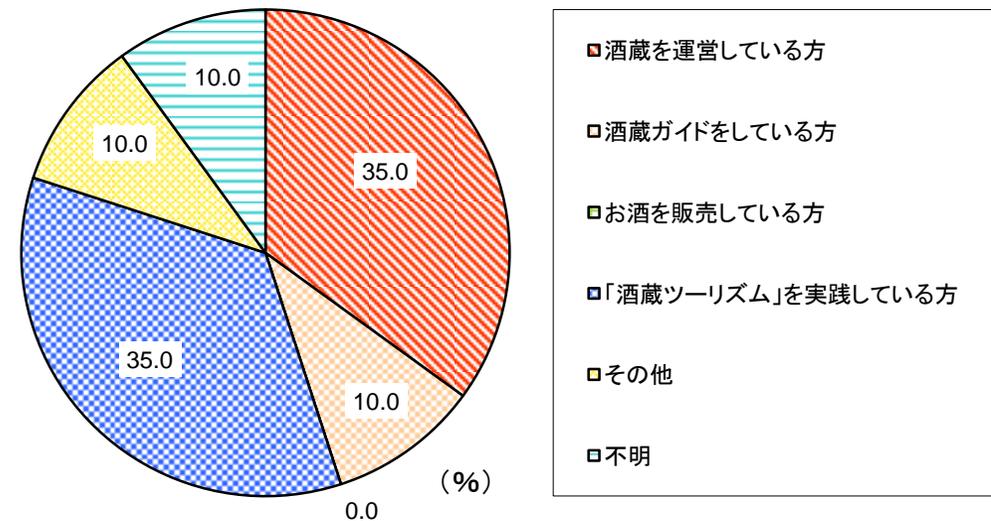
(2) 「酒蔵ツーリズム」への今後の取り組みについて

- 「今後も積極的に酒蔵・酒造関係事業を展開していきたい」が半数、40%が「機会があれば展開したい」と回答。
- 今後は「酒蔵を運営している方」（35%）や「酒蔵ツーリズムを実践している方」（35%）とつながりたいと回答。

酒蔵・酒造関係者との、関連事業の展開意向



つながりたい酒蔵・酒造関係者の業種



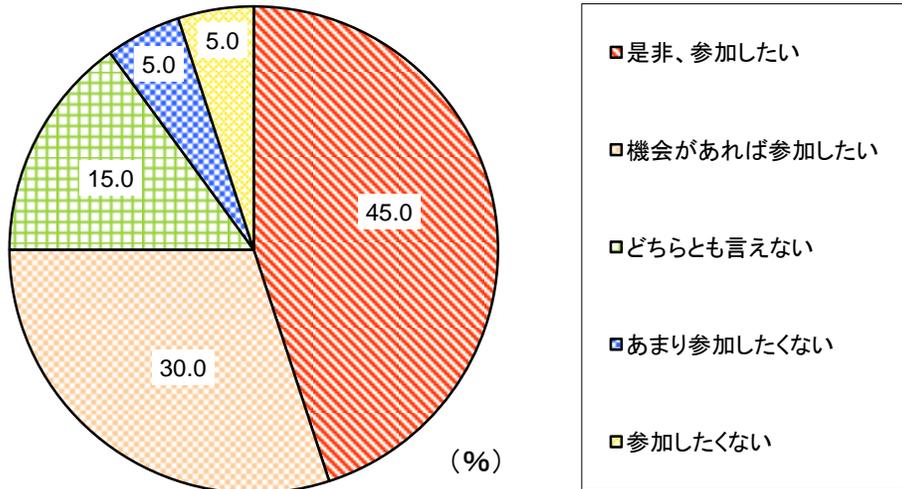


3. 調査結果 民間企業対象

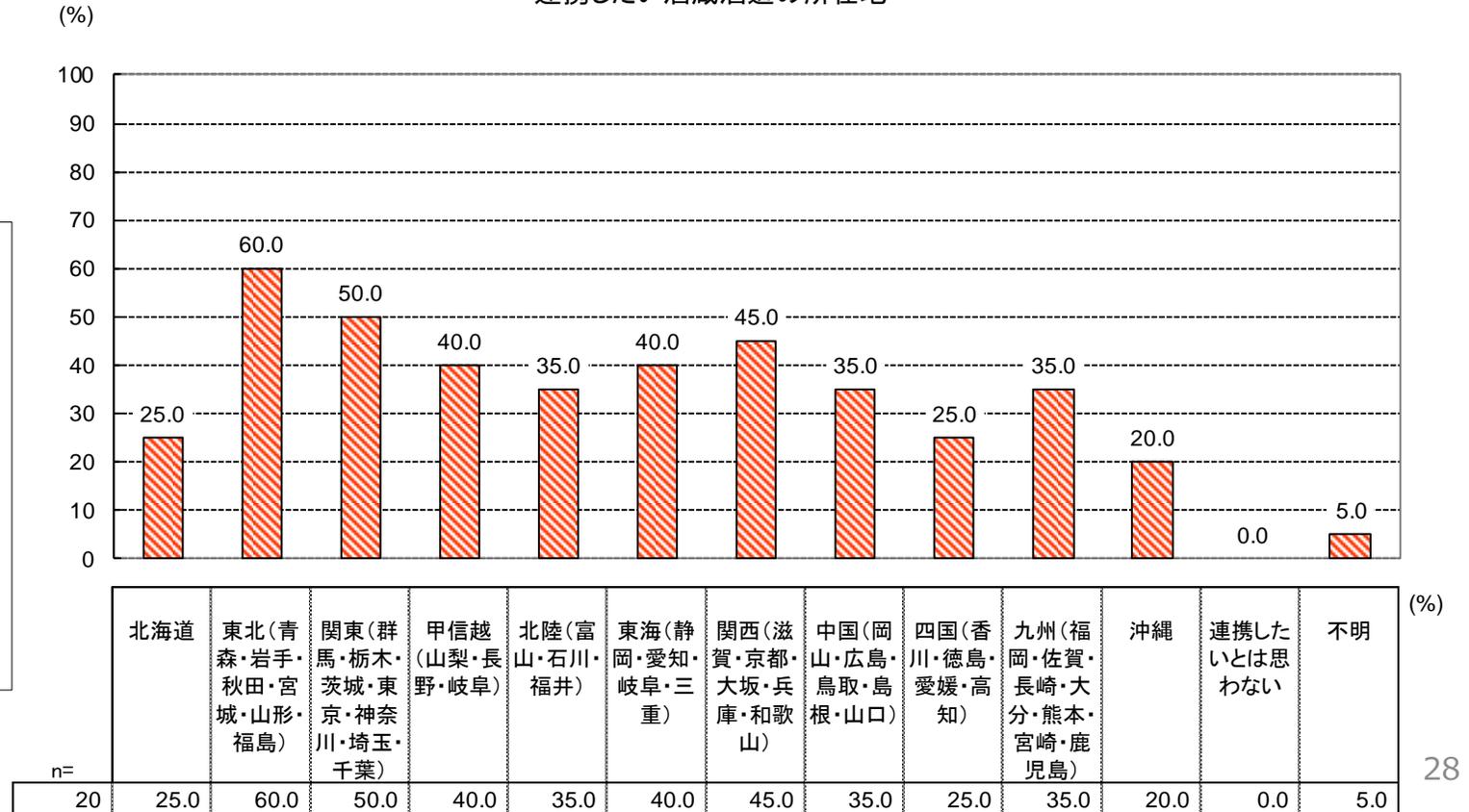
(2) 「酒蔵ツーリズム」への今後の取り組みについて

- FAMツアーについて「是非参加したい」「機会があれば参加したい」が75%
- 東北地方との連携したいとの回答が最も多く60%である。次いで関東が50%である。

FAMツアー参加意向



連携したい酒蔵酒造の所在地





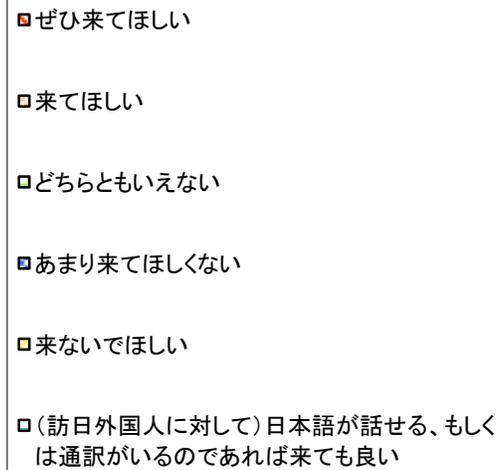
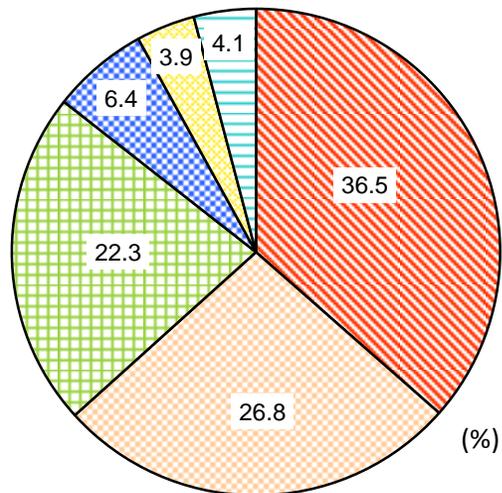
4. 総括 (1) 課題

① 観光客の受入について

- 酒蔵・酒造関係者の6割が「観光客が来てほしい」と回答。一方で3割は「観光客は来てほしくない」と回答。
- 地方自治体・観光協会等は、9割以上が「観光客は来てほしい」と回答。
- 酒蔵・酒造関係者と地方自治体・観光協会等では、観光客受入に対し温度差があることがわかる。

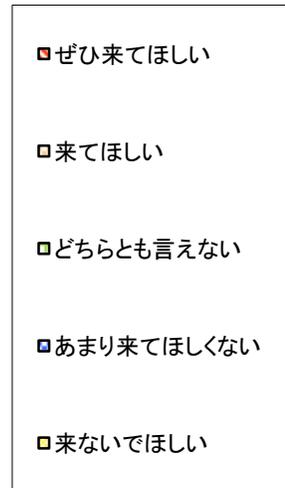
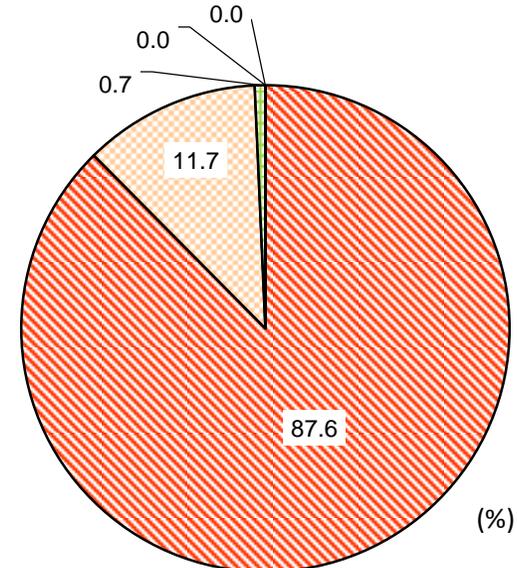
【酒蔵・酒造関係者】

観光客の受入れ意向



【地方自治体・観光協会等】

観光客の受入れ意向





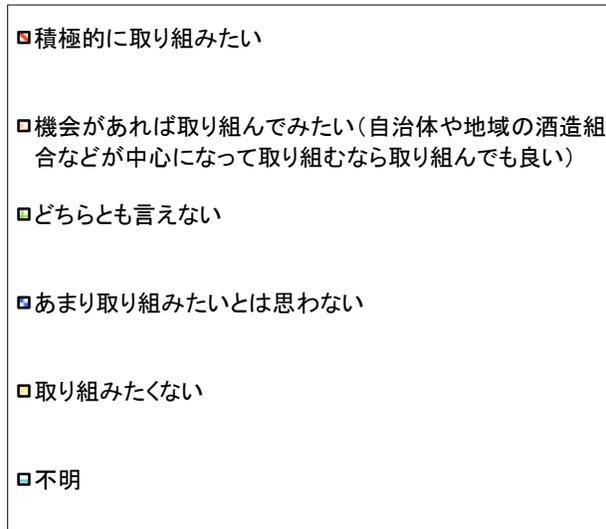
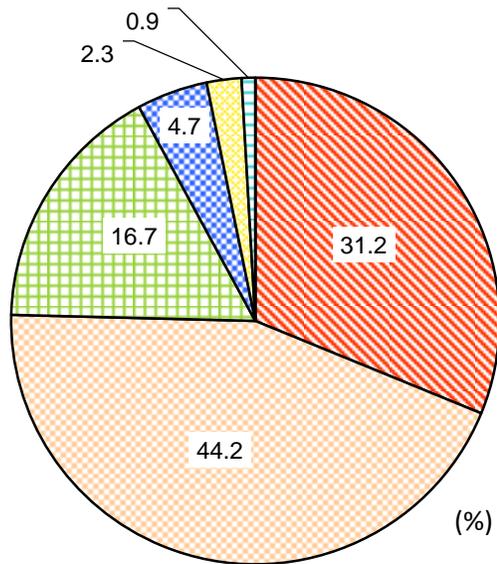
4. 総括 (1) 課題

②「酒蔵ツーリズム」への参加意欲

- 酒蔵・酒造関係者は75.4%が酒蔵ツーリズムに対して意欲的である。
- 地方自治体・観光協会等は74.5%が酒蔵ツーリズムに対して意欲的である。

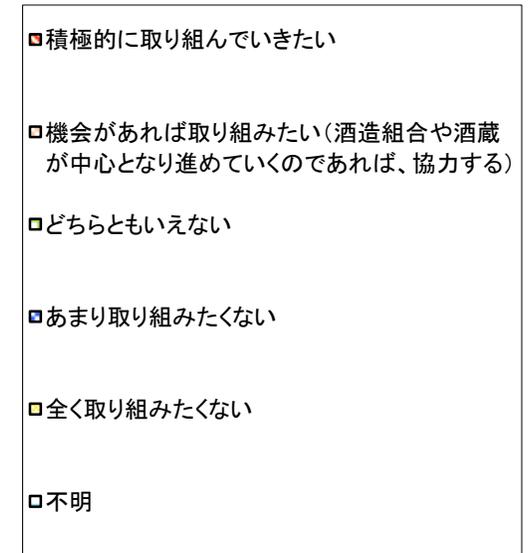
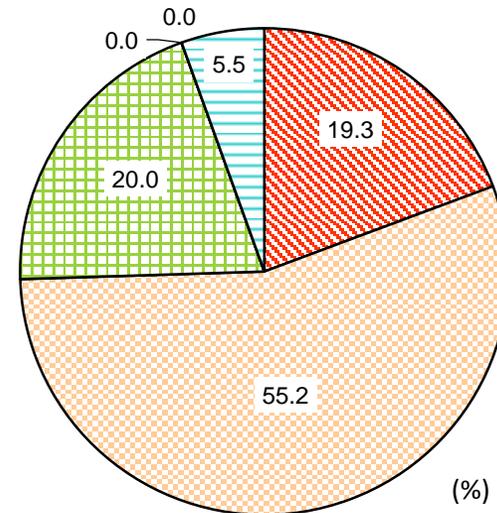
【酒蔵・酒造関係者】

酒蔵ツーリズムへの協力・参加意向



【地方自治体・観光協会等】

酒蔵ツーリズムへの取組意向





4. 総括 (2) 今後

- 「酒蔵ツーリズム」における地域経済や地域への影響力等を明らかにし、取り組むことに対するハードルを下げる。
- 「酒蔵ツーリズム」に対して積極的な地域等を分類し、今後取り組んでいきたいと考えている自治体・関係者に向けて事例紹介をできるように取りまとめる。
- 引き続き「酒蔵ツーリズム」に関する詳細な調査を実施。

ご清聴ありがとうございました

日本酒蔵ツーリズム推進協議会

Email : sakagura@nihon-kankou.or.jp

公式ホームページ



公式Twitter



公式Facebook



Supported by
 日本
財団
THE NIPPON
FOUNDATION