

# 観光法政策による地域のレジリエンス

---

—酒蔵ツーリズムによる地域振興—

# 1. 地方消滅リスク

---

- 2020（令和2）年から2050（令和32）年までの30年間で、全国市町村の40%を超える744自治体が消滅する可能性。
- 人口戦略会議報告書（2024年4月24日）より
- 「**地方消滅リスク**」が、近い将来、現実的なものとなることが指摘された。

## 2. 地方消滅リスクの影響

---


- 人口減少に起因する地域の衰退による「**地方消滅リスク**」



- 経済の低迷による**都市部との経済格差**
- 空き家問題の発生による**地域コミュニティの崩壊**
- **地域文化の喪失**

### 3. 地方振興策

---

- この地域再生のための振興策として、民間を中心に据えた振興策に対して、それを**行政がサポートする体制が法制度**として構築されている。
- 現在の地域振興策は、地域の特色を活かし、その**地域をブランド化するための振興策**が求められている。
-  「**体験型観光**」による地域振興



## 4. 酒蔵への注目

---

- 従来の観光は、有名観光地を「見る観光」
- 現代では、地域において感動体験をする「**感じる観光**」に移行
- その感動体験を提供する場として、今、地域の「**酒蔵**」が注目されている。
- 酒蔵体験を観光コンテンツとすることで、**地域の経済発展**だけでなく、**文化やコミュニティを維持・発展**させることが期待されている。



## 5. 酒蔵ツーリズム

---

- 「酒蔵ツーリズム」とは、
- **酒蔵を旅することにとどまらず、**
- **地域の観光資源と地域とをストーリー性をもたせながら連携を深めて、**
- **その地域の魅力を広く発信するための取組み**である。

## 6. 酒蔵ツアーリズム具体例

- 具体的には、
- **酒造りの現場見学会、**
- **杜氏を交えた利き酒会、**
- **酒の副産物を活用した商品開発及び販売**
- といった体験やふれあいを通じて、地域活性化を図る内容を提供している。



名水どころに銘酒あり



## 7. 京都伏見

- 京都伏見においては、
- 月桂冠大倉記念館、
- 黄桜河童カントリーを中心に酒蔵見学や
- 伏見地域の酒蔵の利き酒体験のツアー
- を実施している。
- **（伏見夢百衆の利き酒体験）**





## 8. 灘五郷酒蔵めぐり

---

- 神戸市東灘区では灘五郷酒蔵めぐりのツアーを実施して、日本酒の飲み比べや現地でしか味わうことのできない生原酒の試飲体験を実施している。
- **(灘の菊正宗酒蔵見学)**



## 9. 酒蔵ツーリズム推進の背景

---

- ①2000年代以降、**純米酒を中心とした各地域の地酒の人気の上昇。**
- 純米酒とは、米と米麴、水だけで造られた日本酒で、米の旨味や深いコクを味わえるのが特徴。





# 10. 酒蔵ツアーリズム推進の背景

---

- ②全国各地に多くの地酒、そして酒蔵が存在している。



# 1.1. 酒蔵ツーリズム推進の背景

- ③海外を中心に吟醸酒が人気となり、各地域では純米大吟醸酒に代表される高品質で個性的な日本酒の開発・製造が行われている。





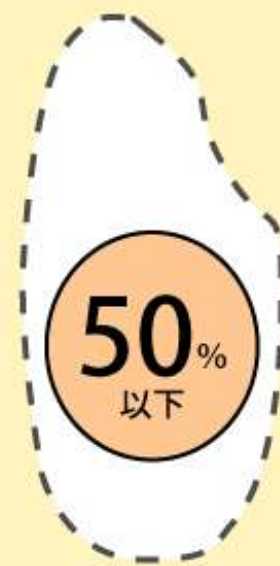
(参考1)



**本醸造酒**



**吟醸酒**



**大吟醸酒**

精米歩合

大



小

味わい

旨み



すっきり

(参考 2)

### 純米酒系

- 純米大吟醸酒
- 純米吟醸酒
- 純米酒
- 特別純米酒

### 吟醸酒系

- 大吟醸酒
- 吟醸酒

### 本醸造酒系

















- 本醸造酒
- 特別本醸造酒



(参考 3)



(参考 4)

純米タイプ	精米歩合	本醸造タイプ
米・米麴・水		米・米麴・水・醸造アルコール
  純米 大吟醸	50% 以下	  大吟醸
  純米吟醸   特別 純米	60% 以下	  吟醸
  純米	70% 以下	  本醸造
		  普通酒



(参考5)

## 【醸造方法の違いによる分類】

### 普通酒

原料

米・米麴・醸造アルコール

本醸造、純米に比べ、アルコール使用量が多く、  
精米歩合も高いものが多い

### 本醸造系

原料

米・米麴・醸造アルコール

本醸造アルコールを加える  
風味を整え、香りを高めるなど

### 純米系

原料

米・米麴

醸造アルコールを使わない  
米の旨味が生かされた柔らかさ

精米 %

本醸造酒

70%以下

純米酒

特別本醸造酒

60%以下

特別純米酒

吟醸酒

60%以下

純米吟醸酒

大吟醸酒

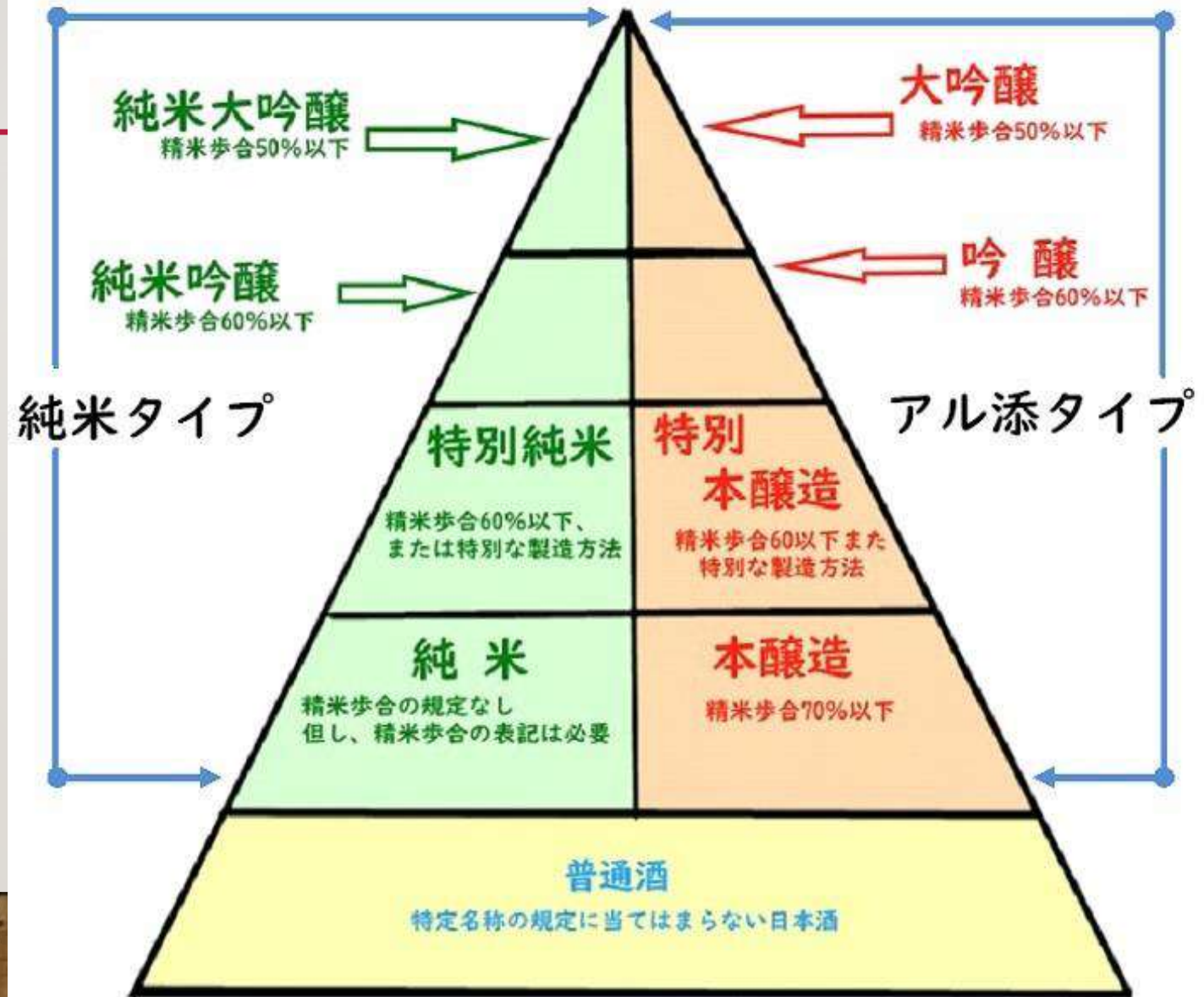
50%以下

純米大吟醸酒

精米歩合とは米の表面を削り取り、残った米の比重の割合。高精白なほど、  
芯の純粋な部分を得られ、少量になるため、その分コストも高くなる。

(参考 6)

# 日本酒の特定名称の呼び方



(参考7)

名称	使用原料	精米歩合	麴米の使用割合
純米大吟醸	米、米麴	50%以下	15%以上
純米吟醸	米、米麴	60%以下	15%以上
特別純米	米、米麴	60%以下または特別な製造方法	15%以上
純米酒	米、米麴	規定なし	15%以上
大吟醸	米、米麴、醸造アルコール	50%以下	15%以上
吟醸	米、米麴、醸造アルコール	60%以下	15%以上
特別本醸造	米、米麴、醸造アルコール	60%以下または特別な製造方法	15%以上
本醸造	米、米麴、醸造アルコール	70%以下	15%以上

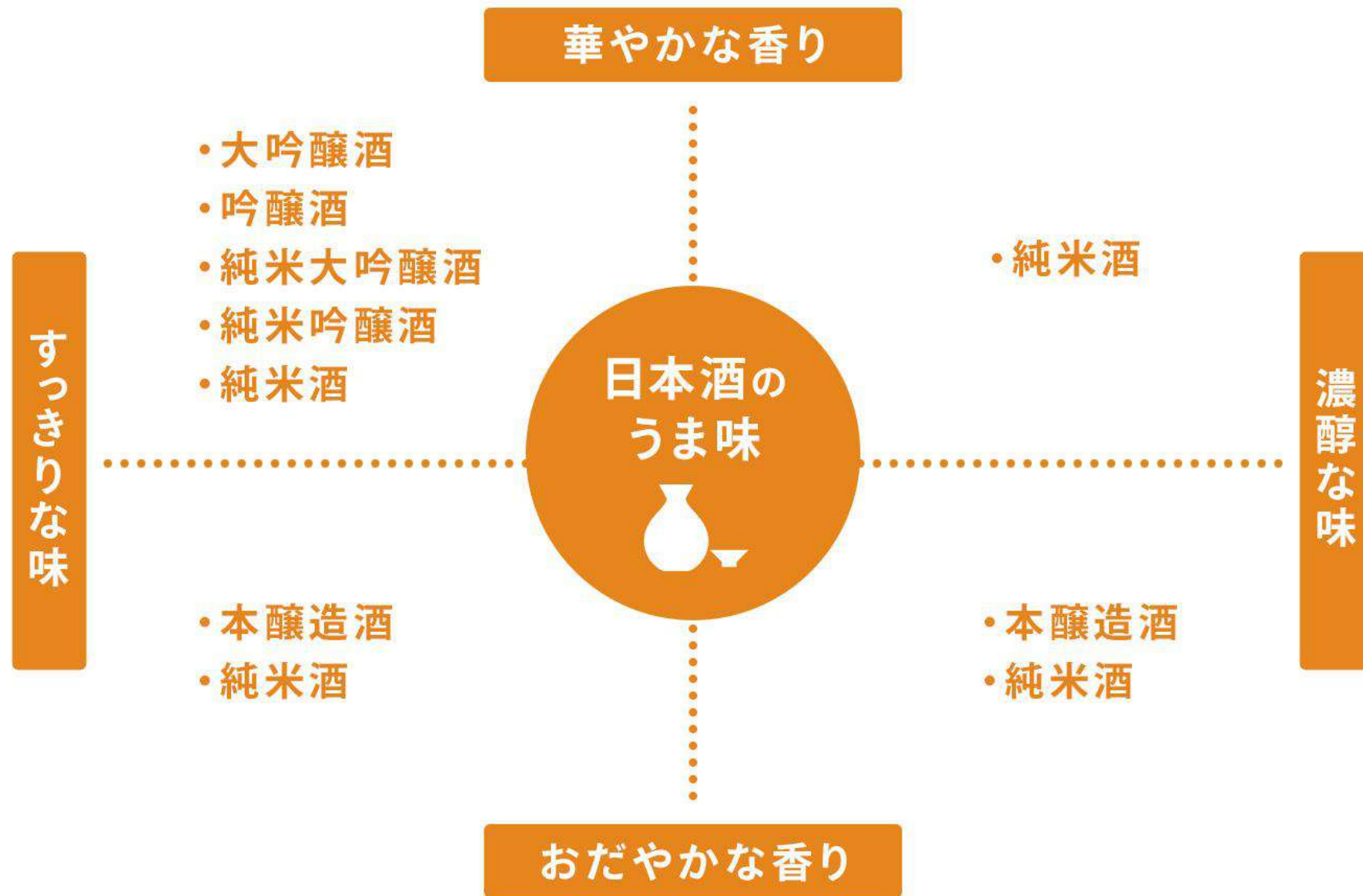


(参考 8)

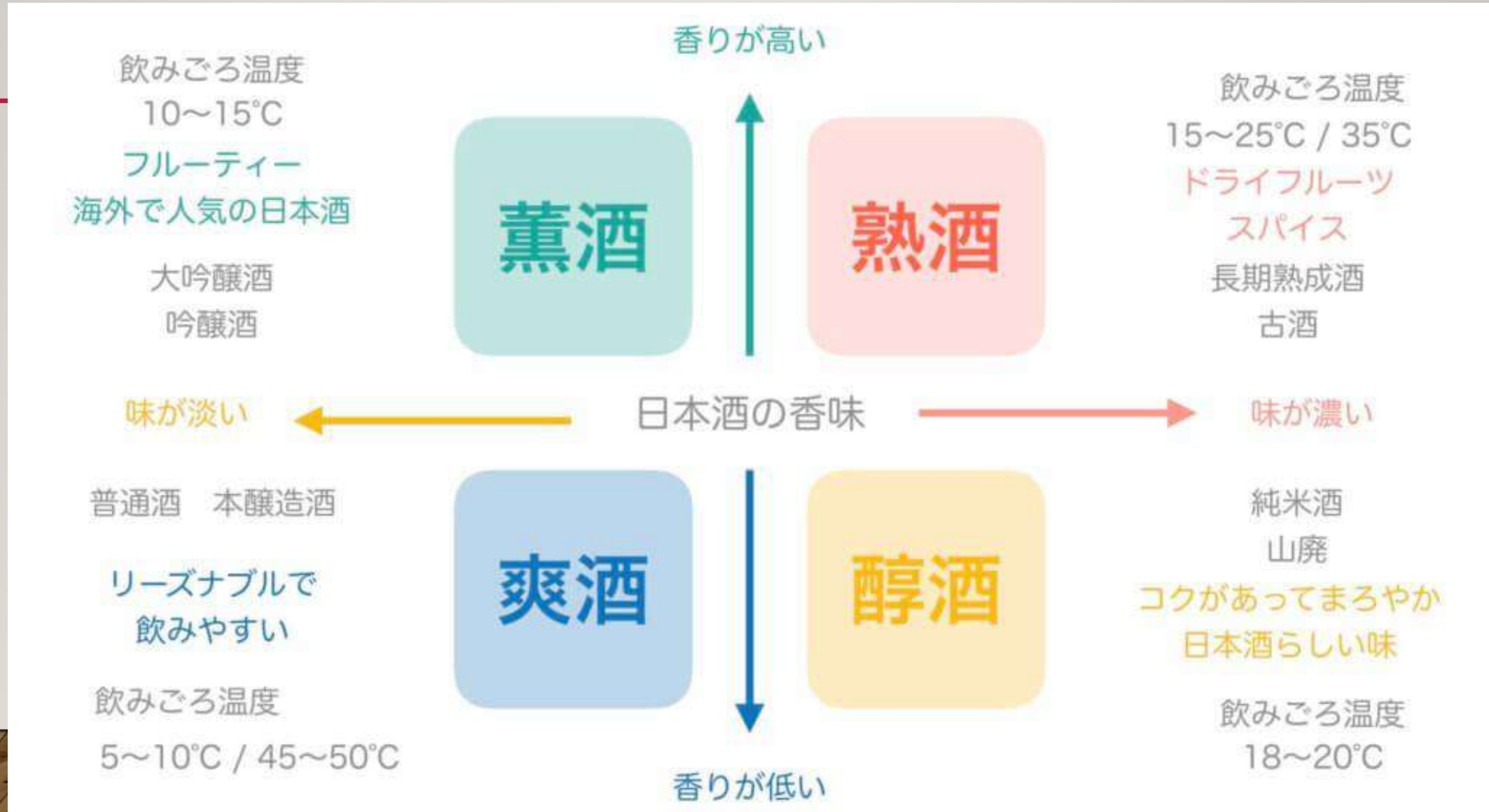
特定名称酒		原料	精米歩合
純米酒	純米 <b>大吟醸酒</b>	米・米こうじ	50%以下
	純米吟醸酒		60%以下
	<b>特別純米酒</b>		60%以下 もしくは 特別な製造方法
	純米酒		—
本醸造酒	<b>大吟醸酒</b>	米・米こうじ <b>醸造アルコール</b>	50%以下
	吟醸酒		60%以下
	<b>特別本醸造酒</b>		60%以下 もしくは 特別な製造方法
	本醸造酒		70%以下



(参考9)



(参考10)



## 1 2. 酒蔵ツアーリズム推進の背景

---

- ④日本酒の人気は、国内だけでなく**インバウンド客にも影響**を与えている。





# 1 3. 酒蔵ツーリズム推進の背景

---

- 酒蔵を地域の拠点として当該日本酒のブランドを高めることで、
- 同時に**地域のブランド力を高めるための取組み**として
- 「**酒蔵ツーリズム**」が行われつつある。





## 1 4 . 酒蔵ツーリズム推進の現状

---

- 酒蔵等と自治体等の連携による**酒蔵ツーリズム推進協議会**が、
- 全国で**16**団体設立されている（**2016**（平成**28**）年**3**月現在）



## 1 5. 地域振興における酒蔵ツーリズムのメリット

---

- 「酒蔵」を観光資源とすることで、
- 地酒や地域の料理を味わう観光を企画して、
- 地域振興のための観光政策として採用することは、
- 次のような**メリット**がある。

## 1 6. 地域振興における酒蔵ツーリズムのメリット

---

- ①**日本酒ブーム**として注目されている時期であること。
- ②酒蔵は日本全国に存在していることから**適用範囲が広い**こと。
- ③日本酒が**個性的な「食」体験を提供**できること。
- ④日本酒の飲酒体験が、地域食材・料理の更なる**食体験に繋がり**を生み出すこと。
- ⑤**行政当局からの情報発信**や
- **経済的支援**等の期待がきること。





## 17. 地域振興における酒蔵ツーリズムのメリット

---

- 地酒は、地域の文化と歴史に密接に関連していることから、
- 酒蔵ツーリズムは、
- **地域の魅力をストーリー性をもったかたちで発信**でき、
- **食体験による地域ブランド化**が可能であり、
- **地域連携にも役立つ要素**をもった
- 取組みである。

# 1 8. 観光立国推進基本法



- 観光立国を目指す我が国において、
- 観光及び観光産業は地域のレジリエンスのために重要な役割を担っている。
- それを実現するための法律が、「**観光立国推進基本法**」である。
- 我が国の観光立国の実現をめざし、国民経済の発展、国民生活の安定向上及び国際相互理解の増進に寄与するために総合的かつ計画的な観光施策推進を目的としている。

# 19. 基本理念



## これからの観光地域づくり

### 観光立国の基本理念

「住んでよし、訪れてよし」

観光の原点回帰。現在の“観光”の概念の革新。

「自らの地域を愛し、誇りをもって暮らしている  
ならば、おのずと誰しもが訪れたいくなる」

【観光立国懇談会報告書（平成十五年四月二十四日）】（抄）



## 20. 地域振興を支える観光法政策

### 国内外の来訪客から選ばれる地域へ

国内外から選好される国際競争力の高い魅力ある観光地域づくり

「住んでよし、訪れてよし」の  
観光地域づくりを具現化した  
“滞在交流型観光”の実現

+

地域独自の価値を活かした  
「ブランド」が確立された  
“日本の顔”となる観光地域

“次世代”のブランド観光地域へ

## 2 1. 目標

### ●従来 of 主な目標値と現状

項目	30年目標	19年	21年
訪日外国人 旅行者数	6000万人	3188万人	24.5万人
訪日外国人 旅行消費額	15兆円	4.8兆円	1208億円 (試算値)

## 2 2. 観光立国推進基本計画

---

- 政府は、観光立国推進に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、「**観光立国推進基本計画**（以下「**基本計画**」）を定めることとしている。
- この基本計画において、観光立国の実現のための政府が講ずべき施策が示されている。



## 2 3. 酒蔵ツーリズムの位置づけ

---

- ①持続可能な観光地域づくり戦略
- ②インバウンド回復戦略
- ③国内交流戦略
- このうち②**インバウンド回復戦略**の1つとして、
- 消費拡大効果の高い地域食材を活用したコンテンツ整備のプログラムとして、「**酒蔵ツーリズムの推進**」が盛り込まれている。

## 2 4 . 酒蔵ツーリズムの位置づけ

---

- 日本産酒類は、国際的な評価の高まりとともに輸出額が増加傾向にあり、インバウンド需要開拓の重要なコンテンツとして位置づけられている。
- 政府は、酒蔵自体が観光化の取組みを行うことによる観光旅行者の受入整備や消費拡大につながる取組等について支援をする。
- 観光資源等を巡って楽しむことのできる周遊・滞在型観光である「**酒蔵ツーリズム**」を推進する施策が講じられている。

## 25. 地域ブランド化の要件

---

- 地域をブランド化して、誘客するための要件は次の通り。
- 旅行者にとって印象に残る「①**独自性**」
- 旅行者にとって利益となる「②**価値性**」
- 旅行者が地域と密接につながる「③**共感性**」



## 26. 独自性

---

- 酒蔵ツーリズムは、
- その地域の酒蔵で作られた特徴ある**地酒を飲料する体験**に加えて、
- 飲料する際には食体験を伴うことから、
- **地域の食材を使った料理の食体験**を提供できる**独自性のある取組み**。



## 27. 価値性

---

- 酒蔵ツーリズムは、
- 酒蔵周辺地域の酒、食材、料理による酒蔵地域「**ならではの食**」を提供することで、
- 旅行者の観光動機に合致した「**美味しさの体験**」を演出し、
- 当該地域の満足度を高めることが**価値性がある取組み**。



## 28. 共感性

---

- 酒蔵ツーリズムは、
- その現地の酒蔵での試飲や利き酒体験を通じて、
- 当該地域の歴史と文化を現代まで継承している存在であることを**旅行者に共感を与え、**
- 地域においては**関連産業との連携**
- による共存を図る**共感性のある取組み。**





## 29. 観光による地域のレジリエンス

---

- 持続可能な観光は、地域をブランド化することで、誘客に繋げて、国内交流を活発化させ、インバウンドを増やし、**地域を持続可能な社会へと導くもの**である。
- 日本全国に存在する酒蔵は、酒蔵ツーリズムを通じて、各地域の歴史・伝統・自然に応じた形で、**疲弊した地域を立ち直らせる可能性**を有している。