

地酒 × 地域 × インバウンド

企画・人材育成グループ 濱田 祐輔
企画・人材育成グループ 得丸 萌
企画・人材育成グループ 山脇 英明

目次

1. はじめに	1
(1) 調査の背景と目的	1
①調査背景	1
②調査の目的	2
(2) 調査事例の選定	3
2. 調査内容	4
(1) KURABITO STAY（長野県佐久市）	4
①長野県佐久市の概況	4
②KURABITO STAY の概況	4
③取組みの経緯	4
④取組みの内容と効果・実績	5
⑤課題と今後の展望	5
(2) SADOYA（山梨県甲府市）	6
①山梨県甲府市の概況	7
②SADOYA の概況	7
③取組みの経緯	8
④取組みの内容と効果・実績	8
⑤課題と今後の展望	8
(3) 酒蔵ツーリズム（佐賀県鹿島市）	10
①佐賀県鹿島市の概況	10

②酒蔵ツーリズムの概況.....	10
③取組みの経緯.....	10
④取組みの内容と効果・実績.....	11
⑤課題と今後の展望.....	11
3. 終わりに.....	13
< 参考資料 >.....	14

1. はじめに

(1) 調査の背景と目的

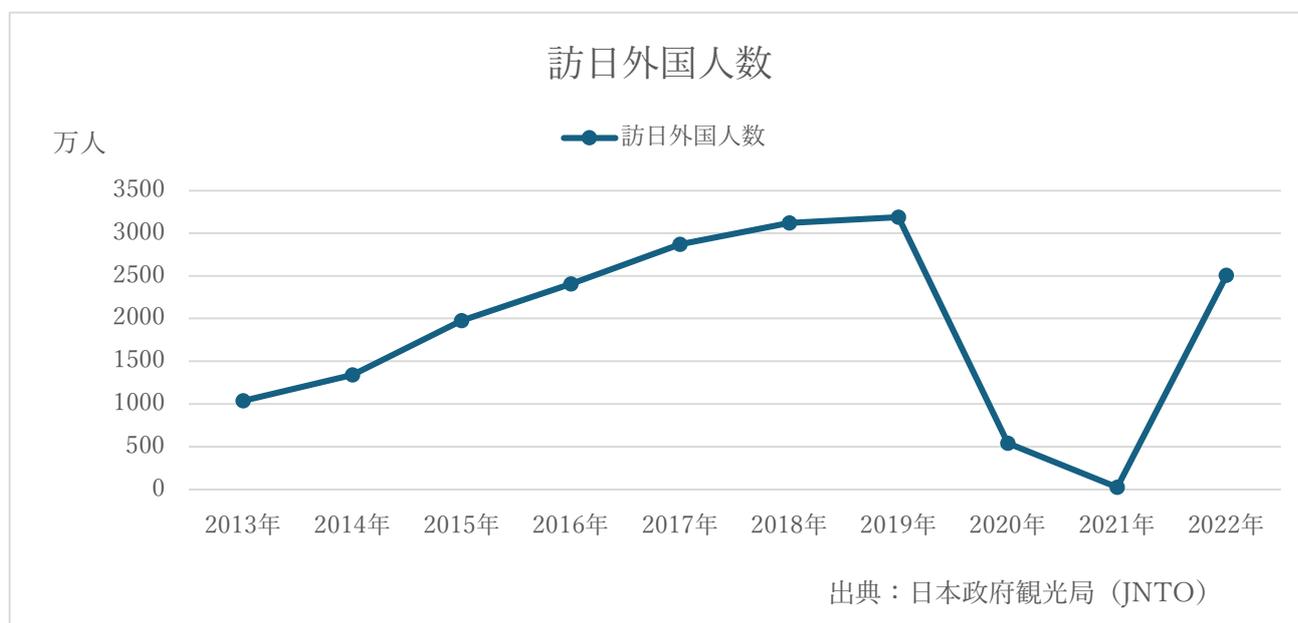
①調査の背景

地酒は、特定の地域で生産されたお酒であり、古くからその地域で醸造及び消費されている。そのため、その地域の文化や風土が反映されており、地域との結びつきが強いコンテンツである。

なお、地酒に明確な定義はないため、文化庁が 2021 年 12 月に「伝統的酒造り」を登録無形文化財に登録し、ユネスコ無形文化遺産へ提案することを決定している背景を踏まえ、この調査では地酒を「特定の地域で伝統的に醸造されているお酒全般」と定義する。

まず、日本酒の国内出荷量はピーク時の 1973 年には 170 万キロリットルを超えていたが、他のアルコール飲料との競合から減少しており、2022 年度には 40 万キロリットルまで減少している。一方で、日本酒の輸出量は、新型コロナウイルスが蔓延した 2020 年を除いて上昇傾向にある¹。海外での日本酒の人気が高まったのは、2013 年 12 月に「和食」がユネスコの人類の無形文化遺産に登録されたことを契機に起きた日本食ブームが要因であると考えられている。

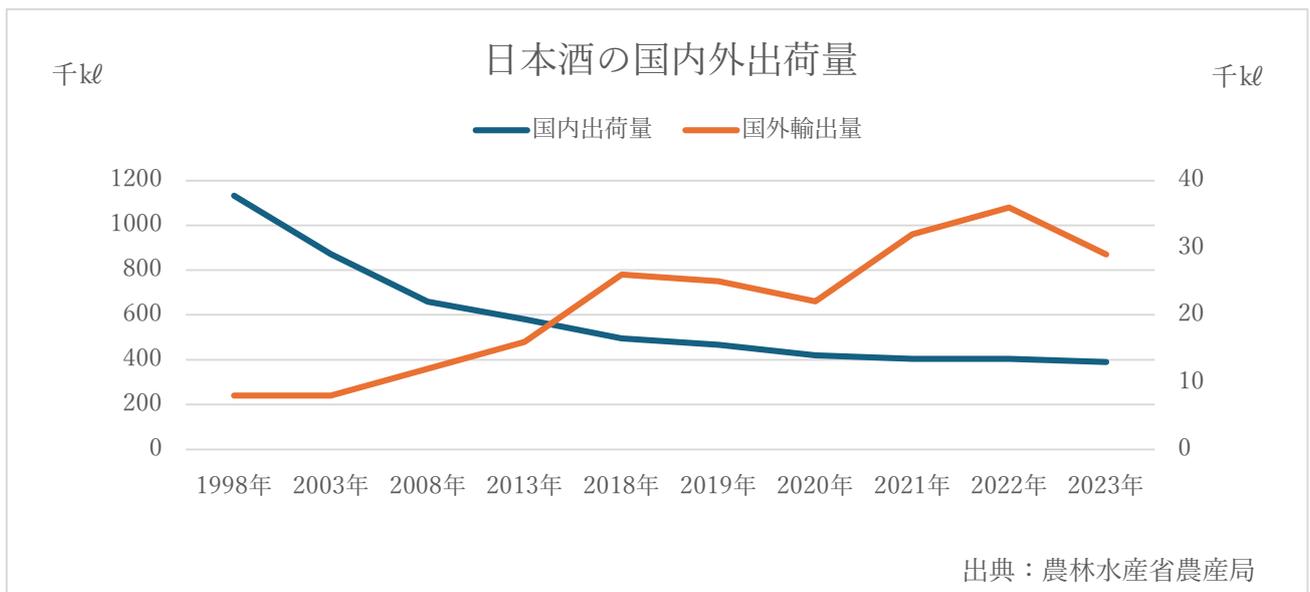
また、来日外国人数もコロナ禍前と比較し 8 割程度まで回復してきており²、外国人観光客の約 33%が日本滞在中に日本酒を飲むことを期待し、約 93%が満足しているという結果からも、日本酒がインバウンドと地域を結びつけるコンテンツであることがわかる³。



¹ 日本酒めぐる状況 (令和 6 年 6 月農林水産省農産局)

² 訪日外国人旅行者数・出国日本人数推移 (国土交通省観光庁 HP)

³ 訪日外国人の消費動向 2023 年年次報告書 (国土交通省観光庁 HP)



さらに、日本酒だけでなく日本産のウイスキーやワイン、クラフトビールなども人気があり、その中でもワインは、酒市場での販売量のシェアは高くないものの国内消費量は10年間で約1.2倍に、40年間では約8倍に増えており、着実に伸長している。日本食ブームと合わせて、2014年に国際的なコンクールで初の金賞を受賞した日本ワインは、認知度・注目度が上がってきており⁴、地域との結びつきの強いコンテンツとしての成長が見込まれる。なお、日本ワインとは国産ぶどうのみを原料とし、日本で製造されたワインのことをいう。

また、外国人観光客の日本での観光内容は、物見遊山から体験・交流型の観光が主流となっており、醸造体験や試飲、地場産業の体験などを通してその地域が一体となったツアーを売り出している地域が増えてきている。

外国人観光客の増加により、地域経済は上昇傾向となり、地域も活性化する一方で、その地域のキャパシティを超える来訪者による、オーバーツーリズムがしばしば問題となっているため、その対策に取り組んでいる事例がある。

②調査の目的

地域や地場産業の活性化を目的として、酒蔵を核とした「酒蔵ツーリズム」が展開されている地域がある。コロナ禍を経て国内観光客や外国人観光客が増加している状況において、体験を通して地域で一体となった「酒蔵ツーリズム」の事例を調査することにより、酒蔵の有無に関わらず、観光客誘致のためのツーリズムの在り方について検討し、酒蔵による地域活性化の可能性を模索する。

⁴ 日本ワイナリー協会 HP

(2) 調査事例の選定

調査地は各地の特色ある地酒に基づいて酒蔵ツーリズムに取り組んでいる 3 地域を選定した。

①KURABITO STAY (長野県佐久市)

日本酒の酒蔵を中心としたツーリズムを実施している。KURABITO STAY は創業 300 余年の酒蔵の敷地内にある日本酒造りの体験施設兼ホテルとなっており、1 泊もしくは 2 泊の醸造体験ができるほか、他の酒蔵への見学や泊食分離による地元飲食店への周遊を実施している。

②SADOYA (山梨県甲府市)

日本ワインを醸造している。日本唯一のワイン専用の葡萄畑を開墾しているワイナリーである。甲府駅から約 5 分の距離にあり、結婚式場やレストランを併設している。近隣には武田神社や美術館、甲州夢小路などの観光スポットがあり、これらを結ぶツーリズムを行うことができる。

③酒蔵ツーリズム (佐賀県鹿島市)

佐賀県鹿島市では「酒蔵ツーリズム」を 2012 年に商標登録した「酒蔵ツーリズム」の発祥地である。鹿島市内の酒蔵の日本酒が、IWC (インターナショナル・ワイン・チャレンジ) の最高賞を受賞したことを契機に、地域が一体となった酒蔵ツーリズムを実施している。

2. 調査内容

(1) KURABITO STAY (長野県佐久市)

①長野県佐久市の概況

長野県佐久市は、群馬県との県境に位置しており、市域面積は約 423.51 平方キロメートルである。人口は 2024 年 9 月 1 日現在 97,520 人で⁵、2010 年の 100,552 人をピークに微減しており、生産人口と年少人口の減少率が大きく、高齢化率が 30 パーセントとなっている⁶。市の中央には千曲川が貫流しており、北には浅間山、南には八ヶ岳が広がり、豊富な水資源と緑に囲まれた自然豊かな地域である。中心地は佐久盆地に属し、標高の高い場所に位置している。昼夜の温度差が大きい気候の特徴から、そばやりんごの栽培が盛んで高品質なものの収穫がされており、長野県として、そばは北海道に次ぐ 2 位⁷、りんごは青森県に次ぐ 2 位⁸の生産量となっている。また、日本有数の米どころであり、豊富な水資源もあることから 11 軒の酒蔵が存在している。また、JR 北陸新幹線の停車駅があり、東京から約 1 時間とアクセスが良好であるため、観光客数は 2022 年に約 721,000 人、2023 年に約 918,000 人と増加傾向にある⁹。日本人観光客は豊かな自然や温泉を目的にしている一方で、外国人観光客は、伝統文化や歴史を体験することや地元の食文化を楽しむことを目的にしており、酒造り体験もその一つとなっている。

②KURABITO STAY の概況

KURABITO STAY は、長野県佐久市の臼田エリアにある創業から 300 年以上の歴史がある酒蔵「橘倉酒造」とパートナーシップを結び、代表取締役の田澤麻里香氏が 2020 年に創業した世界初の酒蔵ホテル[®]である。もとは酒の仕込みの時期に来ていた職人が寝泊まりしていたという築 100 年の古民家をリノベーションしている。

営業は週末限定で、酒蔵に宿泊しながら実際に酒造りを体験できる 1 泊 2 日又は 2 泊 3 日の蔵人体験プログラムが人気である。また、泊食分離のスタイルをとっており、ホテルでは朝食のみを提供し、昼食と夕食は地域の飲食店を利用してもらうことで地域への周遊を促している。



田澤 麻里香 氏

③取組の経緯

近隣には軽井沢や善光寺など有名な観光地があるが、佐久市には集客力のある観光地がなく、観光客誘致に課題があった。また、日帰り観光客が多く、市内の宿泊施設を利用する場合であっても、宿泊施設の利用のみで市内を回遊しないため、観光消費額も低かった。

⁵ 長野県佐久市 HP

⁶ RESAS (人口マップ)

⁷ 令和 5 年産そば (乾燥子実) の作付面積及び収穫量 (農林水産省 HP)

⁸ 令和 5 年産りんごの結果樹面積、収穫量及び出荷量 (農林水産省 HP)

⁹ 長野県観光関連統計

このような状況下、2003年のビジット・ジャパン事業の開始や2006年の観光立国推進基本法制定以降、国が積極的にインバウンドを推進していたこともあり、創業当初から外国人観光客、特に欧米からの観光客をメインターゲットに事業を始めることを考えていた。

④取組の内容と効果・実績

2020年春に蔵人体験ができる世界初の酒蔵ホテル®「KURABITO STAY」がオープンした。かつて酒造りの時期に杜氏が宿泊していた築100年の建物を改修し、酒蔵に泊まりながら酒造りを体験でき、単なる酒蔵見学や試飲ツアーにとどまらない「ここでしかできない体験」が最大の魅力である。

また、泊食分離のスタイルをとっており、ホテルでの食事の提供は朝食のみで、昼食・夕食は地域の飲食店を利用してもらう。田澤氏は「地域の自然や文化に根差している日本酒を扱っているからこそ観光で訪れる人には地域の魅力を感じ、地域を好きになってほしい。観光を通して地域づくりをしていきたい。」という熱い思いを持っている。

この思いを実現するには、地域事業者の協力が不可欠であった。しかし、観光地ではないため外国人観光客の受け入れ態勢は全く整っていなかった。そこで、KURABITO STAYと橘倉酒造が中核法人となり、SAKU酒蔵アグリツーリズム推進協議会を設立し、地域連携の強化に取り組んだ。まずは、農山漁村振興交付金（農林水産省）を活用し、地域の事業者向けに英語研修やおもてなし研修を実施し、外国人観光客へのコミュニケーション力の向上に取り組んだ。続いて、ホテル周辺のマップや提携飲食店のメニューを英語で作成し、ホテルを出ても宿泊客が嫌な思いのすることがないように地域一丸となって取り組んだ。さらに、酒造りは冬の限られた時期しか体験できないため、夏季は酒米を育てている水田を巡るサイクリングツアー、通年で体験可能なそば打ちやすし握りなど様々な体験型コンテンツの企画に挑戦した。

創業当初はコロナ禍ということもあり外国人観光客は1割程度かつ国内在住の外国人にとどまっていたが、口コミやSNSを見て訪れる方が増え、現在は外国人宿泊者の割合が4割となっている。

田澤氏は「外国人観光客が増え、その人たちと交流することで、地域の人たちのシビックプライドが高まっている。」と話されていた。

⑤課題と今後の展望

現在は、酒蔵ホテル®に泊まりながら酒造り体験ができるのはKURABITO STAYだけであるが、競合他社が現れた場合の対応がカギとなる。田澤氏は旅行会社勤務時代の経験から価格競争に陥らないことが重要であると話されていた。価格競争に陥ると数を追い求めることになるため、モラルの低い参加者が増え、事業者は疲弊し、サービスの低下に繋がってしまう。薄利多売ではなく、高付加価値のサービス・商品を提供することで、観光客の満足度向上に繋げ、地域に1時間だけ滞在する人を100人増やすのではなく、100時間過ごしてくれる人、すなわち地域に愛着を持ち



世界初の酒蔵ホテル®/KURABITO STAY 提供

何度も訪れてくれる人が1人でも増えることを期待している。



酒蔵ホテル®の寢床（内）／KURABITO STAY 提供



酒蔵ホテル®の寢床（外）／KURABITO
STAY 提供



蔵人体験の様子／KURABITO STAY 提供

(2) SADOYA (山梨県甲府市)

①山梨県甲府市の概況

山梨県甲府市は、山梨県の中央に位置しており、南北に長い形状であり市域面積は212.47平方キロメートルである。人口は2024年9月1日現在183,930人¹⁰で、1985年の207,695人をピークに減少しており、特に生産年齢人口の減少が大きく、高齢化率は30パーセント弱となっている¹¹。市の最北の山岳地域には八幡山、金峰山、朝日岳といった2,000メートルを超える峰々が東西に連なり、南には王岳、釈迦ヶ岳がある。市街地は、甲府盆地の中心に位置し、おおむね平坦だが北に高く南に低く傾斜している。また、市内一円からは北に八ヶ岳、南に富士山、西に南アルプス連峰が望める。市内を秩父多摩甲斐国立公園の主峰を源とする荒川が流れ、また2008年に「平成の名水百選」に認定された国内屈指の渓谷美を誇る御岳昇仙峡や芦川渓谷といった豊かな自然に恵まれた土地である。山梨県が盆地に位置しており、昼夜の温度差が大きく日照時間が長い気候と傾斜地が多い特徴から、ぶどうや桃の栽培に適している。どちらも全国一の生産量でぶどうは全体の約25%、桃は約30%を占めている。甲府市では、固有種である甲州種のぶどうを用いて日本で初めて国産ワインが製造された。現在では市内に4軒のワイナリーがあり、「甲州ワイン」をはじめ、地元産のぶどうを使用した様々なワインが造られている。またワインだけでなく、ウイスキーやクラフトビールの醸造をしている酒蔵もあり、様々な種類の地酒を味わうことができるという特徴がある。甲府駅は新宿駅から約1時間50分で直結しており、駅周辺には甲府城下町を再現した小江戸情緒あふれる「甲州夢小路」や約700坪に及ぶワイン醸造場・貯蔵庫の敷地内にレストラン・結婚式場も併設されている「サドヤワイナリー」がある。観光客数は2021年に2,536,066人、2022年に3,924,593人と増加傾向にあり¹²、外国人観光客数は山梨県として全国で8位となっている¹³。

②SADOYAの概況

SADOYAは、フランスのワイン造りの技術を積極的に取り入れ、質の高いワインを生産することを目標に1917年に設立された。ぶどう作りやワイン造りに適した盆地気候を活かし、甲州種という日本独自のブドウ品種を使用したワインの生産に力を入れている。また、造られたワインは国際的なコンクールでも高く評価され、国内外で人気を博している。また、ワイナリー見学ツアーやワインの試飲を通してワインを身近なものとして感じてもらえる取組を行っており、地元の食材を活かしたレストラン「リアル・ドール」を併設し、ワインとともに地域の味覚を楽しむことができ



SADOYAの全景

¹⁰山梨県甲府市HP

¹¹RESAS (人口マップ)

¹²山梨県観光入込客統計調査

¹³日本の観光統計データ (日本政府観光局)

る体験型の施設を展開している。

③取組の経緯

フランスでは、ワイン専用品種によるワインの醸造が行われており、地域ごとに気候条件にあったブドウ栽培を行っている。そこで SADOYA は、ワインが地域の特産となっていることと、日本の食文化が欧米化していくだろうという見通しから、昭和初期に自ら日本でブドウ栽培を行うと決断した。フランスから苗木を運び、1936 年には導入した苗木によるブドウ栽培に成功した。当時の日本ではまだ浸透していなかった辛口ワインの製造を始め、海外からの客が多いレストランなどで取扱いが決まったことで、徐々に広がっていった。1936 年に植えたブドウから納得のいく品質のワインが造れるようになるまで 10 年の歳月を要し、1946 年産のワインをシャトーブリヤンと名付けて発売するまでさらに 4 年の歳月を要した。このように、フランスのワイン造りを参考に始まった SADOYA のワイン造りは、食事の中にあるワインを造るという理念に基づき今も続けている。

④取組の内容と効果・実績

約 700 坪にわたるワイナリー・地下セラーの見学ツアーでは、醸造タンクや熟成用の樽が並ぶ工場内を、ワインがどのように作られるかを解説付きで周ることができ、伝統的な製法から現代的な技術までワイン造りの詳細なプロセスを学ぶことができる。地下はワインを静かに熟成する場であり、100 年以上の歴史を持つ。また、地下セラーには古いヴィンテージワインが保管されており、その歴史を感じることができる。見学ツアーではワインの試飲をすることができ、敷地内にあるワインショップでワインやお菓子、グッズを購入することもできる。敷地内に併設されたレストラン「リアル・ドール」では、山梨県産の食材の素材を活かし、サドヤワインとの相性を考慮したフランス料理が提供され、ワインと料理のペアリングを体験することで、より深くワインの魅力を理解することができる機会となっている。また、敷地内に結婚式場「シャトー・ド・プロヴァンス」を併設している。敷地全体を活用した南フランスのリゾート地を彷彿とさせるフォトジェニックな街並みや非日常的な地下セラー、ワインと山梨県産の食材を活かした食事が人気で、山梨県内で式場の口コミ 7 年連続 1 位を獲得している¹⁴。

また、SADOYA は地元のイベントやワインフェスティバルにも積極的に参加し、国産ワインの魅力のほか、地域の特産品のプロモーションを通じて地域貢献を行っている。2019 年の「甲府市 開府 500 年」や 2021 年の「武田信玄 生誕 500 年」では、山梨大学・山梨県・SADOYA による産官学連携事業により、通常のラインナップとは異なる特別なパッケージデザインを採用したワイン醸造が行われた。

⑤課題と今後の展望

SADOYA を訪れるのは、ワイン愛好家が多く年齢層が高めの人であったが、ワインを身近に感じてもらう取組の効果で若い世代が増えてきており、敷居が高いというイメージは払拭され、観光客も増えつつある。SADOYA としては、外国人観光客数を増やしたいという考えは持っている。しかし、

¹⁴ SADOYA HP (大手口コミランキング式場 (山梨県))

現在訪れる人のほとんどが日本人観光客や日本在住の外国人であるため、積極的な取組は行っていない。また、国によって文化や言語が異なるため、それぞれに応じた対応が必要である。このため、日本人観光客と外国人観光客の相互の満足度をどのように調整するかが課題と考えている。

また山梨県への観光客は、富士や河口湖方面に行く人が多く、甲府市には宿泊しに来るが、旅行の目的として来る人は少ない。甲府駅から SADOYA、甲州夢小路、武田神社、県立美術館といった動線はあるが、甲府駅周辺が一丸となって観光 PR をしていくことも重要である。



甲州夢小路



武田神社

(3) 酒蔵ツーリズム (佐賀県鹿島市)

① 佐賀県鹿島市の概況

佐賀県鹿島市は、県西南部に位置し、東に有明海、西に山岳、北に平野が広がっており市域面積は約 112.12 平方キロメートルである。人口は 2024 年 9 月 1 日現在 27,295 人¹⁵で、1955 年の 39,392 人をピークに人口減少が続いており 2015 年に 30,000 人を下回っている。温暖な気候で四季がはっきりしており、夏季は蒸し暑く、冬季は比較的温暖な地域である。鹿島市の観光の中心は、祐徳稲荷神社で年間 300 万人の参拝がある人気スポットであり、春・夏・秋に様々な祭りやイベントが開催され、地元の文化や伝統に触れる機会が多くなっている。また、有明海に面していることから、世界的にも貴重な干潟があり、干潟観察やエコツーリズム、地元の海産物が人気の一つとなっている。さらに日本酒の醸造が盛んな地域で、「酒蔵ツーリズム」の発祥の地となっており、試飲や酒造り体験などが楽しめる。

② 酒蔵ツーリズムの概況

「酒蔵ツーリズム」は 2012 年に鹿島市により商標登録されている。2016 年には日本酒蔵ツーリズム推進協議会が設立され、現在では公益社団法人日本観光振興協会が事務局を務めている。

「酒蔵ツーリズム」は、「日本酒・焼酎・泡盛・ワイン・ビールなどの酒蔵を巡り、地域の方々と触れ合い、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を楽しむ旅行」と定義されており¹⁶、日本各地で酒蔵ツーリズムが実施されている。先の事例で紹介した長野県佐久市の KURABITO STAY や、鹿島酒蔵ツーリズムが日本酒蔵ツーリズム推進協議会ホームページで紹介されている。

なお、観光庁では 2013 年 3 月から、日本産酒類を観光資源として活用し地域活性化につなげるため、酒蔵ツーリズム推進協議会を開催してきたが、2016 年度からは「テーマ別観光による地方誘客事業」を活用して、日本産酒類の酒蔵を観光資源として活用しようとする日本酒蔵ツーリズム推進協議会の取組を支援している。

③ 取組の経緯

鹿島市では、江戸時代から良質な米と水を生かした日本酒の醸造が盛んな地域であったが、時代の変化とともに酒造業は厳しい状況に直面しており、地域としても人口減少と高齢化が進みつつある状態であった。そんな中、2011 年に鹿島市内の酒蔵である富久千代酒蔵の「鍋島」が世界的に権威ある品評会 IWC (インターナショナル・ワイン・チャレンジ) において、最高賞にあたる「チャンピオン・サケ」を受賞した。これを契機に鹿島の日本酒を活用したまちづくりを模索する機運が高まり、酒蔵・日本酒を活用した地域活性化を行いたいと集結した有志により「鹿島酒蔵ツーリズム協議会」が設立された。市内で醸造される酒類と地域が持つ文化や歴史を合わせて国内外へと情報発信するほか、蔵元だけでなく地域全体への活性化に寄与することを目的としている。

鹿島酒蔵ツーリズムは、江戸時代の宿場町として栄えた「肥前浜宿」を中心に、鹿島市内で今も醸造を

¹⁵鹿島市 HP

¹⁶日本酒蔵ツーリズム推進協議会 HP

続ける酒蔵 5 軒が中心となり例年 2 日間開催している。

2012 年には酒とまちの PR を目的に、これまで鹿島市内で別々に開催をしていたイベントと協力・連携して「第 1 回鹿島酒蔵ツーリズム」を開催し、それ以降毎年春に開催している。2013 年の日本食ブームや他のイベントとの協力・連携の強化や隣接市のまつりの共催という形により、参加者数は毎年増え続け 2019 年には約 100,000 人の集客を達成した¹⁷。

幅広い層の参加者がおり、経済効果が拡大している取組が評価され、2020 年 1 月に鹿島酒蔵ツーリズム協議会は総務省より「ふるさとづくり大賞」の最優秀賞を受賞した。

また鹿島市は、全国の旅行会社を対象に、滞在時間 2 時間以上・酒蔵訪問・食事利用・市内観光施設訪問を条件とした「鹿島市周遊観光ツアー催行事業補助金」制度を 2016 年度に創設している。

④取組の内容と効果・実績

鹿島酒蔵ツーリズムでは、各酒蔵や鹿島市内のイベント会場を巡る無料循環バスの運行や市内 5 軒の酒蔵を巡る手形やスタンプラリー、グッズの販売など鹿島市内全域がイベントの会場として活用されており、市をあげた一大イベントとなっている¹⁸。

宿泊施設が少ない鹿島市にとって、嬉野市にある嬉野温泉と連携することにより滞在型観光が実現でき、大きな効果があった。また、鹿島酒蔵ツーリズムと有明海・多良岳山系の豊かな自然、市内の重伝建地区である肥前浜宿、そして年間約 300 万人の参拝客が訪れる祐徳稲荷神社などの観光資源を結ぶことで、鹿島市内での回遊性を高め、長い時間滞在してもらえるような観光地を目指している。観光資源の核となる祐徳稲荷神社は、タイのテレビドラマや映画のロケ地として脚光を浴びたことでタイ人を中心とした外国人観光客が大変多くなっている¹⁹。

鹿島酒蔵ツーリズムの春のイベント期間中は、祐徳稲荷神社や中心市街地の飲食店等はどこも長蛇の列を成し、市内のバス業者及びタクシー業者の車両もすべて稼働しているなど、鹿島市内全体が会場となっており、行政と業者と地域団体と市民が四輪駆動の如く一体となっている。今まで点で開催していたものが面となったことで、関係者の意識醸成がなされて、シビックプライドの醸成にもつながっていると見える。また、イベント開催の 2 日間で鹿島市内全体として約 2 億円の経済効果があるとされている。

⑤課題と今後の展望

来場者増加に伴う運営対応(ボランティアスタッフの増員)、来場者駐車場の確保、トイレ不足の解消、巡回無料バスの増便、酒蔵におけるキャパシティオーバーなどがある。インフラ整備については、即時に対応できないが、運営対応については、先に述べた意識醸成やシビックプライド醸成から、関係者の輪を広げることで解決に向かうと考える。また、春の 2 日間に一大イベントとして開催しているものについては、ある程度の完成形となっているが、それが大きく打ち出されすぎると、観光客が増加することによるオーバーツーリズムの問題が発生することが考えられる。そのため、イベント以外の日に「鹿島市周遊

¹⁷ 鹿島酒蔵ツーリズム HP 2019 年が約 99000 人。2020 年～2022 年は未開催。2023 年以降はデータ公表なし。

¹⁸ トレたび HP

¹⁹ 東洋経済 ONLINE

観光ツアー催行事業補助金」などの活用によりツアー化を実施し来訪者を分散させることで、観光客を呼び込んだとしても即座にオーバーツーリズムとなることは避けられると考えられる。

鹿島酒蔵ツーリズム 2024 のチラシ

The image displays a collection of promotional materials for the 'Kashima Sake Brewery Tourism 2024' event. The central focus is a large poster for the main event on March 23-24, 2024, from 10:00 to 16:00. This event is the 10th anniversary of the 'Shirayama Onsen Sake Festival' and is held in collaboration with SAGA 2024. The poster highlights the promotion of SDGs and the use of EV mobility. Below the main poster are several smaller notices and maps. One notice promotes a '1-day limited event' on March 24th at the 'Kashima Sake Festival' (10:00-16:00) at the 'Kashima Sake Festival' venue. Another notice promotes a 'Furukawa Sakagami' event on March 24th at the 'Furukawa Sakagami' venue. The materials also include QR codes, maps, and contact information for the organizing committee.

3. 終わりに

3か所の調査から、地酒は地域と強く結びついているコンテンツであった。特に酒蔵のある地域では、地酒は、それを軸に地域活性化が進められる可能性が大いに期待できるコンテンツであり、地酒の種類に関わらず、観光客誘致のコンテンツとして活用できる。地域全体を巻き込んだ酒蔵ツーリズムは地域活性化の起爆剤となる可能性が示された。

外国人観光客が増加している傾向や、近年の日本食ブームなどを考慮すると、地酒を核とした酒蔵ツーリズムを地域に導入することによる経済効果は大きく地域活性化につなぐと考えられ、積極的に導入に動いている地域もあった。一方で、文化や宗教への配慮が必要となるため、既存の観光客へのサービス低下のリスクを懸念し、外国人観光客の獲得については消極的な地域もあった。また、酒蔵の周辺はもともと観光地ではなく、地域住民の生活基盤となっていることが多いため、近年問題となっているオーバーツーリズムについても、同時に考慮する必要がある。

国内観光客を焦点にする酒蔵ツーリズムもあり、非日常の体験をできることが旅行の主目的となっていることを考えると、外国人観光客に注目しなくとも、酒蔵ツーリズムは成り立つものであると思う。

その地域の特性やキャパシティを理解したうえで、ターゲットとする観光客を明確にすること。そして、地域の協力がなければ継続性のあるものとならないことをしっかりと認識し、地域が一丸となって取り組むこと。この2点が酒造ツーリズムによる地域活性化の成功の鍵になると感じた。

<参考資料>

1. 日本酒をめぐる状況
(https://www.maff.go.jp/j/seisaku_tokatu/kikaku/attach/pdf/sake-8.pdf)
2. 訪日外国人旅行者数・出国日本人数推移 (国土交通省観光庁 HP)
(https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shutsunokokushasu.html)
3. 訪日外国人の消費動向 2022 年年次報告書 (国土交通省観光庁 HP)
(https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics02_00004.html)
4. 日本ワイナリー協会 HP (<https://www.winery.or.jp/>)
5. 長野県佐久市 HP (<https://www.city.saku.nagano.jp/shisei/profile/index.html>)
7. 令和5年産そば (乾燥子実) の作付面積及び収穫量 (農林水産省 HP)
(https://www.maff.go.jp/j/tokei/kekka_gaiyou/sakumotu/sakkyou_kome/kougei/r5/soba/index.html#:~:text=%E4%BD%9C%E4%BB%98%E9%9D%A2%E7%A9%8D%E5%85%A8%E5%9B%BD%E3%81%AE%E4%BD%9C%E4%BB%98,5%2C600t%E3%81%A8%E3%81%AA%E3%81%A3%E3%81%9F%E3%80%82)
8. 令和5年産りんごの結果樹面積、収穫量及び出荷量 (農林水産省 HP)
(https://www.maff.go.jp/j/tokei/kekka_gaiyou/sakumotu/sakkyou_kajyu/ringo/r5/index.html#:~:text=%E7%B5%90%E6%9E%9C%E6%A8%B9%E9%9D%A2%E7%A9%8D%E3%81%AF3,%EF%BC%8818%EF%BC%85%EF%BC%89%E6%B8%9B%E5%B0%91%E3%81%97%E3%81%9F%E3%80%82)
9. 長野県観光関連統計 (長野県 HP)
(<https://www.pref.nagano.lg.jp/kankoki/sangyo/kanko/toukei/kanko.html>)
10. 山梨県甲府市 HP
(<https://www.city.kofu.yamanashi.jp/shimin/shise/toke/jinko/ugoki.html>)
12. 山梨県観光入込客統計調査 (山梨県 HP)
(<https://www.pref.yamanashi.jp/kankou-k/17390378357.html#IRIKOMI>)
13. 日本の観光統計データ (日本政府観光局 HP <https://statistics.jnto.go.jp/>)
14. SADOYA HP (<https://provence.sadoya.jp/>)
15. 佐賀県鹿島市 HP (<https://www.city.saga-kashima.lg.jp/main/1.html>)
16. 日本酒造ソーリズム推進協議会 HP (<https://www.nihon-kankou.or.jp/home/sakagura/>)
17. 鹿島酒蔵ソーリズム HP (<https://sakagura-tourism.com/>)
18. トレたび HP (https://www.toretabi.jp/travel_info/saga2024-sakagura.html)
19. 東洋経済 ONLINE (<https://toyokeizai.net/articles/-/152653>)