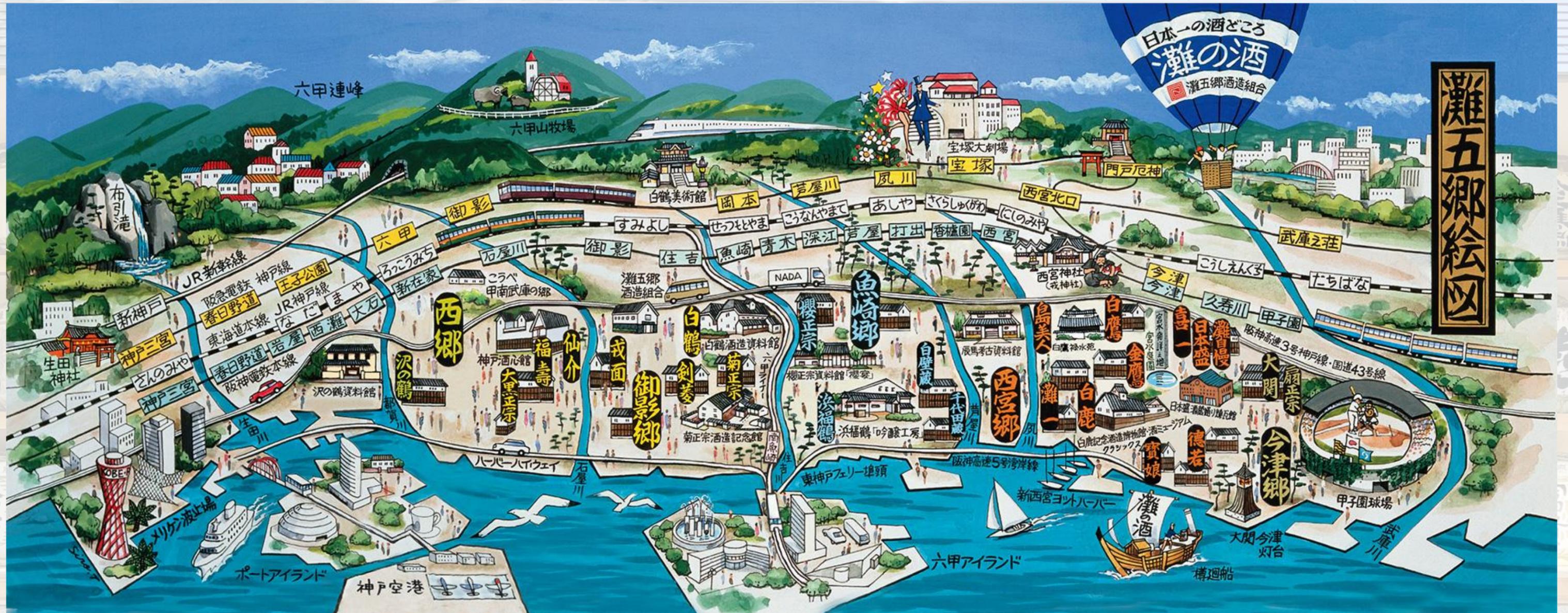


# 灘五郷地域の取組について ～日本酒ツーリズムの事例～



阪神電気鉄道株式会社 沿線価値創造推進室  
西宮市 産業文化局 商工課 都市ブランド発信担当  
株式会社けいえいまち (Kampai Sake Tours)

# 灘五郷 とは



- 日本三大酒どころ（灘＜兵庫県＞、伏見＜京都府＞、西条＜広島県＞）の一つであり、国内最大の日本酒生産地
- 山にも海にも近く、質のいい酒米・日本酒造りに適した水・杜氏の技術 など、酒造りの好条件が揃っている
- 大手酒蔵が多く、見学施設・飲食店舗・ショップなどが充実

# 「灘の酒蔵」 活性化プロジェクト実行委員会とは

## 【構成員】

- 灘五郷酒造組合
- 神戸市
- 西宮市
- 阪神電気鉄道株式会社



## 【主な取組】

- 知ってもらおう活動  
→ 酒蔵最寄り駅でのPR 等
- 訪れてもらう活動  
→ 灘五郷関連の周遊施策 等
- 良さに触れてもらう活動  
→ 沿線外でのイベント開催 等

「灘の酒」及び「灘五郷」の認知促進による活性化を目的として、日本一の酒どころ【灘五郷】と【灘の酒】のことを知ってもらい、訪れてもらい、良さに触れてもらうことで、来街者増、新規顧客層増による需要拡大につなげていく活動をしています。

# 「灘五郷酒まつり」の開催

日 時：2025年5月23日・24日

参加社数：18社18銘柄

来場者数：合計10,878人

場 所：関西パビリオン「多目的エリア」

内 容：有料試飲、ステージイベント等

販 売 数：1,865セット（試飲3,730杯分）



→万博公式Instagramアカウントでも発信され、広く「灘五郷」を発信する契機に！

# 実行委員会の今後の取組に関して

## ①情報発信の更新・強化



## ②連携イベントの開催



# (参考) 阪神グループの取組

## ① グループで連携した情報発信



## ② 그룹 회사 시설에서의 정보発信



# 地域連携による取組 | 「灘五郷の蔵開き」

## 灘五郷の蔵開き

日 時：2026年1月25日(日)

参加社数：18蔵

来場者数：合計11,000人（推定）

場 所：阪神甲子園駅西口広場

内 容：有料試飲、ステージイベント 等  
灘五郷史上最大の「鏡開き」



→灘五郷だけでなく、ひょうごの酒ブースやFPのNAKAGO（株式会社藤原）ブースも出店！

# 地域連携による取組 | インバウンド

関西国際空港第1ターミナル

台湾SAKEツーリズム



→FIT（個人旅行者）にも、団体旅行者にも、広く「灘五郷」を発信！

# 万博を契機に生まれたイベント

## NISHINOMIYA SAKE LOGO COLLECTION

西宮市内酒造会社 8 社連携で、自社のロゴデザインを提供し、試飲チケット付きのコレクション企画（有料）を実施。

※2024年度 阪神南県民センター 万博関連補助金活用

# 4,048人

(2024~2025年度 延べ参加者数)



# コンテンツタリフを活用したセールス

## コンテンツタリフ作成支援



コンテンツタリフの重要性をコンテンツ提供事業者の説明、希望する事業者には作成支援を実施。

## セールス支援(タリフ活用)

タリフを集約して、セールスを実施。

国内／海外旅行会社



ランドオペレーター  
/DMC



ホテル営業  
/コンシェルジュ



AMAZING HYOGO  
JAPAN



旅行商品商談会



国内／海外旅行博



# 西宮市の今後の取組に関して

万博を契機として深まった地域での関係性を活かし、多様な観光資源を点ではなく線で結び、周遊性と滞在時間を高める様々な取り組みを進める。

稼ぐ観光



コンテンツタリフ



周遊のしかけ



アクセスを強みに



広域連携



トリガーはインバウンド



資源の融合





# Kampai Sake Tours

## 万博期間中の主な取組

本取組は西宮市役所 産業文化局 産業部 商工課 都市ブランド発信担当 観光振興チームとの連携を起点として開始した。

- ・ ひょうごフィールドパビリオン商談会
- ・ JNTO Experiences in Japan
- ・ ツーリズムEXPOジャパン
- ・ AMAZING HYOGO JAPAN
- ・ 関西国際空港 観光PRブース
- ・ ひょうごフィールドパビリオンウィーク（灘五郷酒まつり）

兵庫フィールドパビリオンウィーク  
**灘五郷酒まつり**

将来的な酒蔵ツーリズムの潜在需要の形成につながる取組となった。

Kampai Sake Toursでは  
英語対応可能なガイドを派遣  
英語圏の来場者に対してイベントのアテンドを実施

- ・酒蔵ツーリズムで実施している ガイド1名対ゲストの案内形式 を実施
- ・試飲を行いながら 灘五郷の酒の特徴を説明
- ・日本酒文化や 酒造りについて資料も使いながら解説

来場者が酒文化を理解しながら体験できる形でアテンドを行った。

「実際に酒蔵を訪れてみたい」という声もあり、酒蔵ツーリズムへの関心を高める機会となった。

いろいろな酒蔵のお酒がのめて楽しかった。  
実際に酒蔵にも行きたい。



# 関西空港PRブース

関西国際空港という訪日外国人の玄関口において、ツーリズムを広く発信する取組となった。

Kampai Sake Toursでは  
英語対応可能な人材を派遣  
英語圏の来場者に対して西宮のツーリズム紹介（日本酒等）

## SNS(Instagram)の活用

来場者との写真撮影メッシュン投稿を行うことで  
来場者の友人やフォロワーが投稿を見る機会が増加。

- ・ ツーリズムの認知拡大
- ・ アカウントへのアクセス数の増加



# 現状の成果

これらの取り組みの結果、認知が広がり、万博終了後のツアー参加者の伸び率は、

11月

前年比

+ 36%

12月

前年比

+ 76%

商談会での観光コンテンツPRやタリフ掲載、

関西国際空港PRや灘五郷酒まつりなどのイベントでの酒文化発信により、

万博終了後のツアー参加者の伸び率増加につながったと考えられる。

また本取組は、西宮市をはじめとする行政からの声掛けや支援により実現したものであり、

今後の地域連携や地域活性化に向けた土台となる取組となった。

万博を契機とした取組を通じて、日本酒ツーリズムへの関心の広がりを実感することができた。

今後も関係団体と連携しながら、兵庫県の酒文化の発信に取り組んでいきたい。

# 最後に



万博でのイベントを契機に広がり、深まった地域連携での施策に引き続き取り組み、「灘五郷」の認知拡大および継続的な「灘五郷」地域への誘客を実現します。