

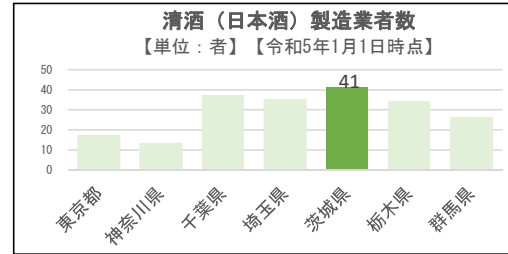
関東一を誇る「茨城の地酒」

～茨城DCで見た観光誘客のキラコンテンツとしての可能性～

chapter 1 (茨城の地酒)

📖 茨城県は関東一の酒蔵数を誇り、大自然の恵みと豊かな五つの水系のもと、美味しいお酒が各蔵元で磨かれ誕生している。

<参考①>基本データ

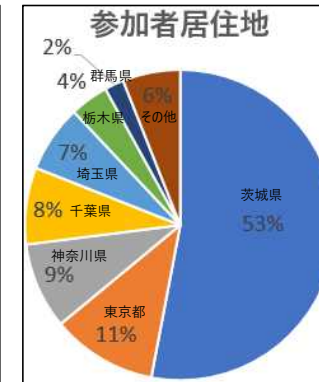
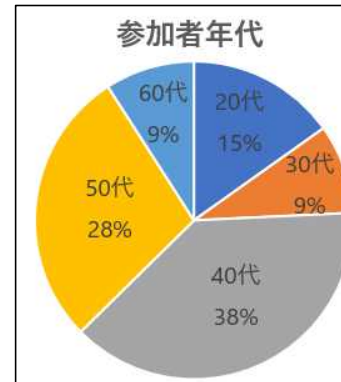


「全国新酒鑑評会」 茨城県の入賞点数		入賞酒	うち 金賞酒
令和4	酒造年度	10点	4点
令和3	酒造年度	12点	7点
令和2	酒造年度	14点	9点
令和元	酒造年度	15点	(決勝中止)
平成30	酒造年度	16点	12点

chapter 2 (「茨城デスティネーションキャンペーン」の効果)

📖 国内最大規模の観光企画「茨城デスティネーションキャンペーン」では、地酒に関するイベントも実施され、好評を博し、新規顧客・リピーター獲得に期待できる結果となった。

<参考②>「E501 SAKIGAKE -水戸線地酒列車-」の参加者属性



茨城DCイベントとして、令和5年11月に実施された「E501 SAKIGAKE -水戸線地酒列車-」は、20代～60代の幅広い世代の参加があった。

また、参加者の約半数は県外に居住する方であり、地酒イベントへの関心の高さが伺える。

chapter 3 (地酒による観光誘客)

📖 東京圏からのアクセスが良い反面、日帰り旅行になりがちな茨城県にとって、地酒を軸にした観光誘客が課題解決（脱日帰り＝宿泊増＝観光消費増）にあたってのキラコンテンツとして発展する可能性がある。

地酒による観光誘客を図るためには、共通意識を持って地域一体として「生産」「販売・提供」「PR」の戦略に同時並行で取り組むことが重要



※ 本編では関係者へのインタビュー、独自実施のアンケート結果等を掲載しています。ぜひご覧ください。