

| | | | |
|--------------|-----------|-------------|---------------------------|
| 3類型 | 鉱工業品、観光資源 | 通巻番号 | 3 - 19 - 027 |
| 地域資源名 | 益子焼、祇園祭 | 認定日 | 平成19年12月13日 |
| 地域 | 栃木県芳賀郡益子町 | 所管省庁 | 財務省、国土交通省、農林水産省、 経済産業省 |

**事業名: 益子焼を中心にした益子の魅力アップと益子まるごと体験ツアーの開発と
益子焼の甕での酒造り**

会社名: 株式会社 外池酒造店

所在地: 栃木県芳賀郡益子町大字塙
333番地1

連絡先: TEL: 0285-72-0001

H P: <http://www.sanran.co.jp/>

FAX: 0285-72-0003

事業概要(新たな活用の視点)

・当社社長は、地元益子町の観光協会の専務理事を務めており、益子への観光客の誘客を強力に進めている。当社では、これまでに益子町の地域産業資源である益子焼の特長(=高い知名度や産地直売型の販売方法など)を活かして、当酒蔵に観光客を誘客する事業を行ってきた。首都圏の団塊世代を主たる顧客とした酒蔵への年間来訪者は、約98,000名である。

本事業では、これまでの取り組みを踏まえて、“益子焼の甕での酒造り”を行うとともに、益子焼を中心とした益子の伝統産業や歴史・文化、自然・農業、暮らしをブランド化した“益子まるごと体験ツアー”を開発・提供する



【益子大陶器市】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

競争力

・益子町は益子焼の窯業産地であり、東京(首都圏)から100Km圏で、里山をひかえた自然豊かな数少ない平場の観光地である。益子には、炎の祭(登り窯焼成体験)ぐい呑み作り、田植え(酒米づくり、御神酒頂戴式に使用する酒用の原料米の田植え)、酒造り体験ツアー、イチゴ狩り、そば祭、などの複合的な体験を内容とするものがある。

市場性

・団塊の世代をコアなターゲットと想定する。さらに、ボリュームゾーンである団塊ジュニア世代(特に女性)を第2のターゲットとする。団塊の世代のライフスタイルや価値観は、健康、のんびり、ゆったり、こだわり、癒やし等であり、LOHAS、スローライフ、和テイストといった言葉に象徴される。旅行においては、脱パック旅行、観光ではない体験・滞在型旅行、夫婦で気ままな国内旅行、史跡巡り、などに多くのニーズが見込まれる。

販路

・地元の益子焼販売店協同組合と連携し、1~2年目に益子焼と益子をまるごとブランドとして確立し、2年目からは首都圏に向けて体験型のツアーの販売を図り、4年以内に益子焼の甕に入れた酒の商品化と益子焼の甕を使った酒造り体験ツアーの商品化を行う。



【炎の祭参加者の作品】



【酒米田植え】



【イチゴ狩り(JAはが野)】

地域資源における関係事業者との連携

・本事業では、地域の益子焼販売店協同組合やその組合員等の益子焼販売店、温泉ホテル、農業者、観光ボランティア団体、旅行業者との連携、協力が不可欠であり、本事業を通じて地域の連携企業への波及効果、新事業による雇用拡大等を通じて、地域活性化に貢献することが期待できる。