

3類型	観光資源	通巻番号	6-19-024
地域資源名	萩まちじゅう博物館	認定日	平成19年10月12日
地域	山口県萩市	所管省庁	経済産業省

事業名:観光資源である「萩まちじゅう博物館」の歴史的特徴である、江戸末期に廃絶した萩硝子を復活させ、萩観光の魅力を高める。

会社名:萩ガラス工房有限会社
 連絡先:TEL: 0838-26-2555
 FAX: 0838-26-2666

所在地:萩市大字椿東1189番地453
 H P: <http://www.hagi-glass.jp/>

事業概要(新たな活用の視点)

萩市の観光産業は1975年頃をピークとし、その後衰退の途にあり、萩市の歴史的特長を活用した商品企画を行い、域外へ情報発信し、活路を見出すことが重要である。

2年前、名古屋地区の大手デパートで試作販売が成功したことを契機とし、さらに、東京においても、歴史的史実を加えることで高値で販売できることが検証されている。

「萩まちじゅう博物館」という構想の下、地元の笠山地区で採れる安山岩を使った、他にはない超高温溶解により丈夫なガラスを作ることができる。

社長の思い入れにより習熟期間を経て欧州へ派遣するなど若手の人材教育には特に力を入れている。



高杉晋作愛用の
ワイングラス

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

10面体の切子ガラスで、硬くて壊れにくいのが特徴。高杉晋作が使ったワイングラス等という歴史性を加えることで嗜好性の高い高級品となり、単純な価格競争には晒されにくい。

◆市場性

高級インテリア商品市場の規模は2兆398億円と言われ、その中で、富裕層向けの新業態店が伸張しており、確かな市場ニーズがあると見る。

◆販路

高級品志向の限定的な市場が標的。



大村益次郎愛用の
酒盃

地域資源における関係事業者との連携

山口県産業技術センターの支援を受け、笠山地区での他事業者との交流を行うなど、しっかりと地域の連携も図っている。