

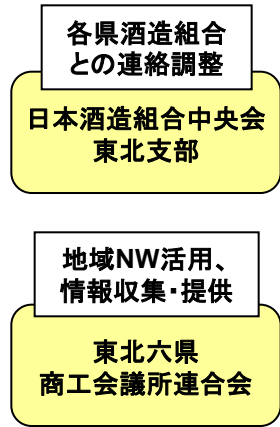
| | | | | |
|------|----------------|-------|------------|---------|
| 地域 | 福島県福島市 | 認定日 | 平成27年7月10日 | 2-27-70 |
| 事業分類 | サービス(複合サービス事業) | テーマ分類 | その他 | |

事業名: 酒蔵を開放した見学体験等サービスとナビシステムの開発による東北周遊観光客をターゲットとした日本酒ファン拡大事業

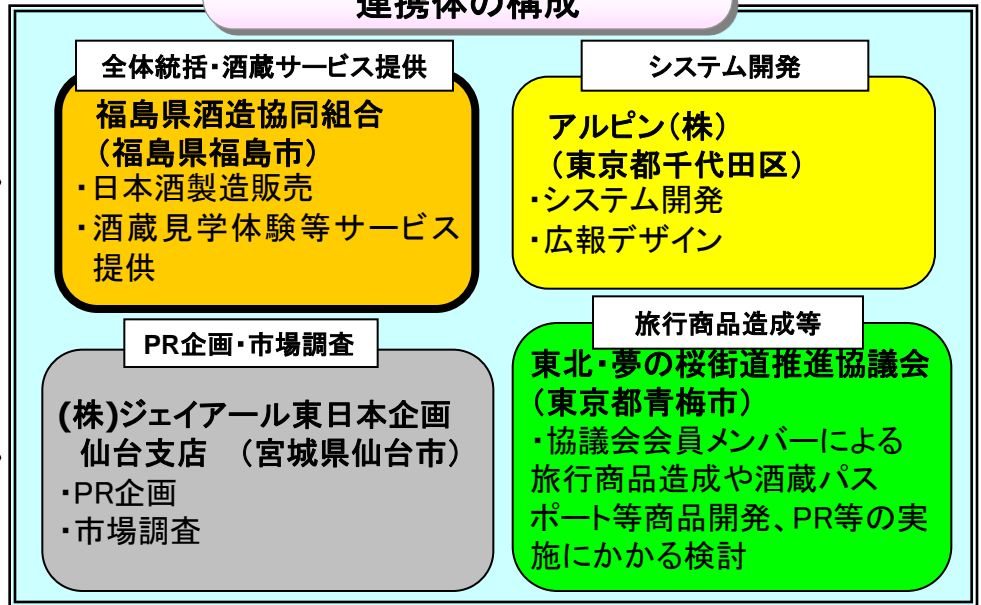
○事業概要(新規性、市場性等)

- 近年、日本酒需要は減少の一途をたどっており、酒造会社の廃業が続いている。
- 一方、平成26年度全国新酒鑑評会の金賞受賞数は、東北地域が全国一(県単位で福島県が全国一)であり、また2013年日本経済新聞発表の「訪ねて楽しい日本酒の蔵元全国ランキング」では、1位・4位・6位が東北の企業であり、東北地域は、日本有数の酒蔵が揃った地域である。
- そこで、日本酒の既存流通経路に加えた新たな販路開拓のため、昨今の酒蔵観光需要の高まりを踏まえ、酒蔵を観光資源として活用し、酒蔵見学体験等の新サービスを構築する。
- 具体的には、東北酒蔵観光の実施効果を拡大するため、広報・システム開発の知見に明るい民間企業と異業種連携し、AR(拡張現実)技術を活用したアプリケーション開発によるナビサービスの提供、情報発信を行う。
- このように「日本酒×IT×観光」による異業種連携により、ナビシステムの開発、新商品開発、旅行商品の造成等を実施し、福島のみならず東北一体で広域連携体制を構築した取組として展開する。

事業推進体制



連携体の構成



支援予定メニュー

補助金



連携のきっかけ、特徴

- これまで当組合では、日本酒の開発を実施するとともに、毎年新酒シーズンには、一般消費者を対象にした各酒蔵自慢の日本酒が試飲できる新酒イベントを、限定酒の提供、新酒と合う料理とあわせての紹介等趣向を凝らして県内・東京等の催事場で実施し、更にはHP上で蔵元情報の検索を行えるシステムを提供する等取組を進めてきた。
- しかし、これらは日本酒愛好者等、もともと日本酒に関心のある消費者による利用・参加が多く、新規需要開拓の方策になるには至っていない。
- 酒蔵観光に目を向けると、個々の酒造会社や各地域内で酒蔵を開放した取組は進んでおり、一定の効果を挙げているが、その情報発信方法はHP掲載、チラシでの発信がメインであり、旅行商品の造成までにはつながらず、広域エリアでの実施にも至っていない。
- 酒蔵を核としたツーリズムの効果を拡大するには、東北地域が一体となり、魅力的なデザイン、IT技術による見せ方を凝らした効果的情報発信による新たな若い世代の取込みや、酒蔵だけではなく食や自然、観光施設等他の観光コンテンツの活用、旅行商品造成を行う必要性がある。
- そこで今回、WEBサイト及びアプリケーションの企画・システム開発会社であるアルピン(株)との連携により情報発信力を強化する。更に、東北地域の地域資源を活用した交流人口増加を図る官民連携の取組として、旅行商品の造成等多くの実績を残している東北・夢の桜街道推進協議会と連携し、酒蔵開放サービスを付加した酒蔵観光による日本酒市場拡大に向けた事業を実施する。

コア企業の会社概要

| | | |
|----------|---|----|
| 企業名・代表者 | 福島県酒造協同組合 理事長 新城 猪之吉 | |
| 所在地 | 福島県福島市南矢野目古屋敷54-11 | |
| 創業 | 昭和25年2月 | |
| 資本金・従業員数 | 323万円 | 2名 |
| 業種 | 事業協同組合 | |
| TEL | 024-573-2131 | |
| FAX | 024-573-2134 | |
| ホームページ | http://sake-fukushima.jp/wp/ | |
| e-mail | info@sake-fukushima.jp | |

PR等その他の情報

- 当組合は、日本酒の海外販路開拓に向け、東南アジアはもとより、北欧などをターゲットに海外市場調査や商品開発、商談会の実施等の取組に力を入れている。
- 本事業は、ファーストステップとして、大規模都市圏であり地理的に近接した、交通ネットワークが充実している関東圏をターゲットとするが、段階的に海外からのインバウンドを見据えて取組むものである。
- 近年の訪日外国人観光客数が増加傾向であるとともに、日本酒の輸出金額は右肩上がり伸びており、本事業は、これまでの当組合の海外展開に向けた取組の実績を活かし、海外日本酒市場の拡大に向けた実効性のある取組であると考えている。