

サフラン酒本舗を 摂田屋観光の拠点に

平成27年12月22日

摂田屋勉強会

目次

<u>第1部: サフラン酒本舗を摂田屋観光の拠点に</u>	
提案の主旨	1
本舗活用コンセプト	2
摂田屋の魅力	3
寄せられている期待の声	4
摂田屋まちおこし会社	5
各事業の概要	6
会社設立に向けた展開イメージ	7
建物群・庭園の整備	8
まちおこし会社の事業計画	9
おわりに	10
摂田屋勉強会 名簿	11
 <u>第2部: 摂田屋まちおこし会社事業計画書(案)</u>	 12
 <u>第3部: 摂田屋の魅力と観光拠点としてのポテンシャル</u>	 48

第1部：サフラン酒本舗を摂田屋観光の拠点に 提案の趣旨

- 歴史的風情あふれる摂田屋にあって、機那サフラン酒本舗の建物群と庭園は、ひとときわ抜きんでた光彩を放っています。色あでやかな鰻絵の蔵を一見すれば、誰しものが強烈な印象に打たれ息をのみます。
- これまで摂田屋は、長岡屈指の観光名所となる潜在力を持つと目されながら、大きく開花するきっかけをつかみきれないできました。
- そこで、この類まれな機那サフラン酒本舗を前面に打ち出し、醸造の町摂田屋観光の拠点として活かすことを提案します。

本舗活用コンセプト

- 醸造の町摂田屋の観光・まち歩きにいざなう拠点として、本舗を活かします。
- 本舗を摂田屋観光の拠点とすることを契機として、摂田屋は、近隣の宮内をはじめ蓬平や山古志などとも連携し、長岡全体の観光振興・交流拡大に向けて始動します。
- 以上の構想は、本舗所有者の意向を踏まえながら、民間の発意と行政の側面支援により実現を図っていきます。

摂田屋の魅力

- 醸造文化

酒・醤油・味噌の6軒の蔵元、清らかで豊かな伏流水、麹菌で黒ずんだ趣ある板壁

- 建築と街並み

7件もの国登録有形文化財、旧三国街道など緩やかにくねった道、点在する神社やお地蔵さま、ふつうの住まいと古い蔵元と個性的なお店のヒューマンな混在

- 歴史的名所

戊辰戦争時に長岡藩の本陣となった光福寺

- 暮らしに溶け込んだ催し

おっここ摂田屋市、竹駒稻荷の祭礼・お饅頭配り
(詳細は別途 第3部に示します)

寄せられている期待の声

- 本舗に対しては、その建築的魅力と文化的価値を維持し、市民のために開放してほしいという声。
- 摂田屋全体に対しては、まち歩きを楽しむために、「見る」に加えて「食べる」「買う」「休む」の各機能を充実してほしいという声。また、駐車場や休日営業を求める声。
- 摂田屋の街並みや醸造文化は、海外からの訪問客にとっても新鮮。長岡のインバウンド戦略の切り札だという声。

摂田屋まちおこし会社

本舗と摂田屋全体に寄せられている期待の声にこたえるため、「摂田屋まちおこし会社」を設立し、本舗を拠点に以下の事業を行うことを提案します。

①観光・文化事業

②レストラン事業

③売店事業

④教育研究事業

各事業の概要

①観光・文化事業

- 摂田屋の観光案内、蓬平・山古志等と連携した観光企画
- 本舗の公開、醸造文化やゆかりの作品・物品等の展示
- 街歩きツアー、味噌・醤油づくり体験、お茶会などのイベント

②レストラン事業

- 摂田屋の醸造文化を活かしたカフェレストラン

③売店事業

- 摂田屋ゆかりの産品、大学とのコラボ商品などの販売

④教育研究事業

- 大学とのコラボ商品の研究開発、ブランディングなどの研究
- セミナーハウス、インキュベーション施設などの運営

会社設立に向けた展開イメージ

- まず、摂田屋ゆかりの事業者の皆さんが中心となって、まちおこし会社の設立を発意します。
- 次に、会社事業の採算性と公益性（観光振興、交流拡大、文化発信etc.）の調和について、行政や専門家と相談します。
- 相談結果を踏まえて、より多くの事業者、団体、個人から出資を募ります。

建物群・庭園の整備

- 本舗を摂田屋観光の拠点として活かしていくにあたっては、建物群と庭園について、文化的価値の維持に留意しながら、補修、改修等を行い、各機能を適切に配置していく必要があります。
- 本舗の現況はいたみがひどく、整備には多くの費用がかかり、会社負担を原則とするのは採算上困難と考えます。また、高い技術力を要するものと考えます。
- 以上のことから、本舗の建物群と庭園の整備のあり方について、行政と専門家を中心に検討されることが望まれます。

まちおこし会社の事業計画

- まちおこし会社は、本舗整備費等の初期費用を除き、事業収益による自立経営を達成するものでなければなりません。
- 本舗や摂田屋の観光資源としての潜在力、周辺観光地の入込客数などを考慮すれば、十分な市場性があると考えます。
- 試みとして、本舗を訪れる客数を、①最初の1年目は年間3万人強、②定常状態に達する3年目には年間5万人強と仮定し、事業計画案を作成しました。(別添参照)
- そこでは、まちおこし会社の損益を、1年目は5百万円程度、3年目は2千万円程度の黒字と見込みました。

おわりに

- 摂田屋では、どこか懐かしい風景の中で、おだやかで健全な日々の暮らしが営まれています。
- また、これまで摂田屋の町おこしについては、住民、事業者、ボランティアの皆さんが、行政の側面支援を受けながら、できるだけ地域ぐるみの取り組みになるように気遣ってきました。
- 本提案の立場も、ビジネスの要素を重視しつつも、過度な商業主義に陥ることなく、摂田屋が持つヒューマンな魅力を引き立てることを目指すものです。多くの方の賛同を得られることを願っています。

摂田屋勉強会 名簿

摂田屋勉強会は、以下の有志メンバーによる任意の勉強会です。平成27年5月から12月まで活動し、この報告書及び別添の事業計画書案をとりまとめました。

代表	水流潤太郎	長岡造形大学	理事長
	高田清太郎	(株)高田建築事務所	代表取締役社長
	中村隆	NPO法人醸造の町摂田屋町おこしの会	前代表理事
	二澤和夫	(社)長岡観光コンベンション協会	前会長
	平沢政明	NPO法人	事務局長
	平山育男	長岡造形大学	教授
	藤田豊	北越銀行宮内支店	長
	丸山博	(株)越のむらさき	代表取締役社長、NPO法人 副代表理事
	渡邊誠介	長岡造形大学	教授、NPO法人 代表理事

(事業計画書案の作成協力)

今井進太郎 グローカルマーケティング(株) 代表取締役

第2部：摂田屋まちおこし会社 事業計画書（案）

平成28年1月21日

事業背景・目的

事業背景

摂田屋は醸造の町として古い歴史を有し、文化的価値の高い建築が織りなす懐かしい風景の中で、現在も酒や醤油や味噌の蔵元が製造を続けています。長岡市民にとって、摂田屋は、貴重な歴史的界隈であり、かつ、地域活性化のための有力な観光資源です。

その摂田屋にあって、機那サフラン酒本舗の建物群と庭園は、人目を引き付ける抜群の魅力を持っており、市内外から訪問者を呼び込み、街歩きにいざなう観光拠点としての活用に、大きなポテンシャルを有しています。

一方、機那サフラン酒本舗の老朽化の状況は、現在のボランティアによる維持保全活動では手に負えない厳しいレベルに至っており、本格的な対策及びその実施体制を早急に立案することが求められています。

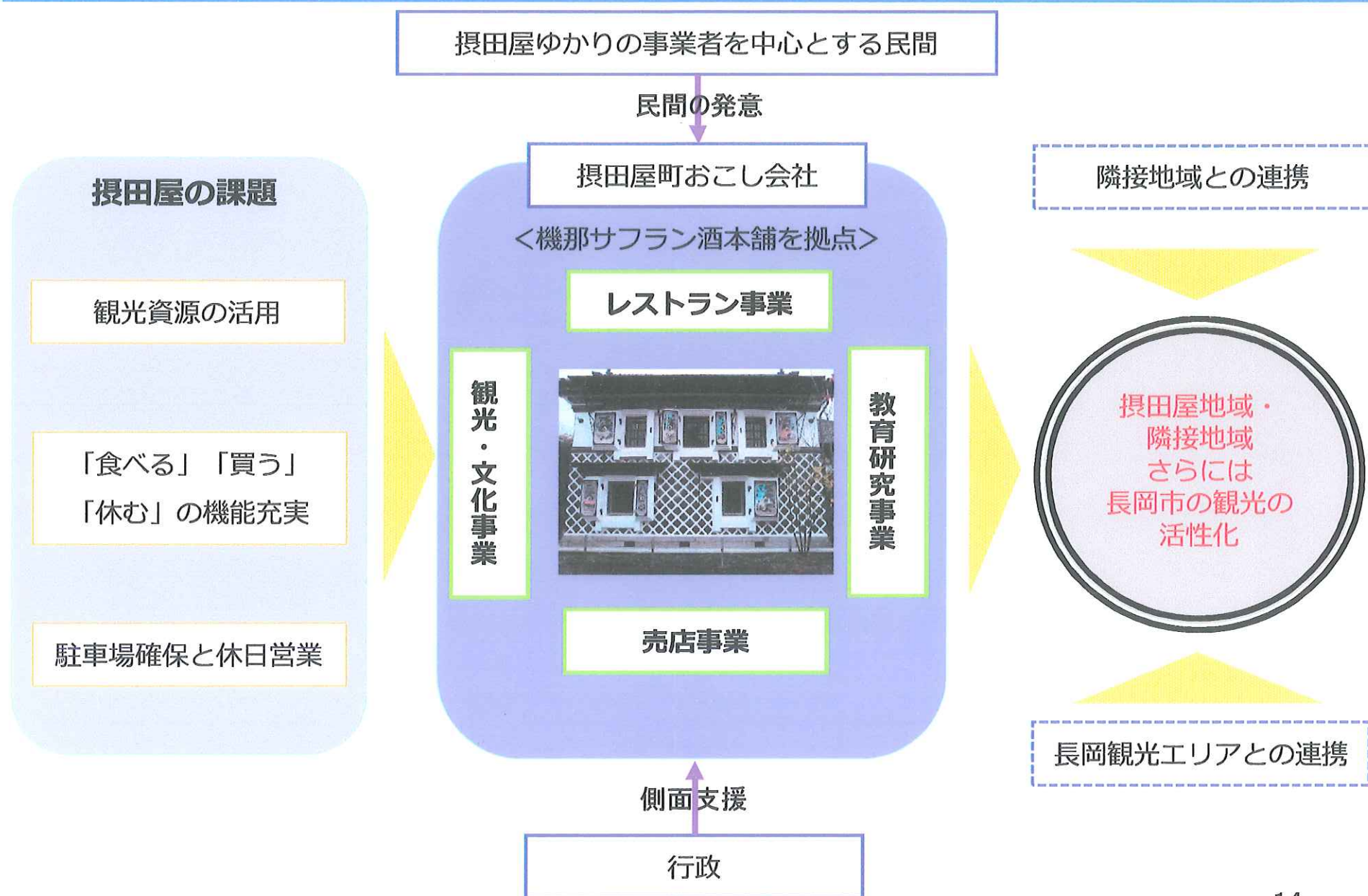
事業概略・目的

摂田屋ゆかりの事業者が中心となって摂田屋町おこし会社を立ち上げ、行政の側面支援を得ながら、以下のコンセプトに基づき、情報発信、レストラン、売店、教育研究等の事業を展開していきます。

- ①醸造の町摂田屋の観光にいざなう拠点として本舗を運営します。
- ②本舗を摂田屋全体のために活かします。さらに、秋山孝ポスター美術館APMなど近隣の施設をはじめ蓬平や山古志などとも連携し、長岡全体のために活かしていきます。

摂田屋町おこし会社は、摂田屋地域の観光資源を活用した街づくりを行い、摂田屋地域さらには長岡市の観光の活性化につなげていくことを目的に活動します。

概念図



摂田屋まちめぐりマップ



市場性

観光客入込数
(平成25年度)

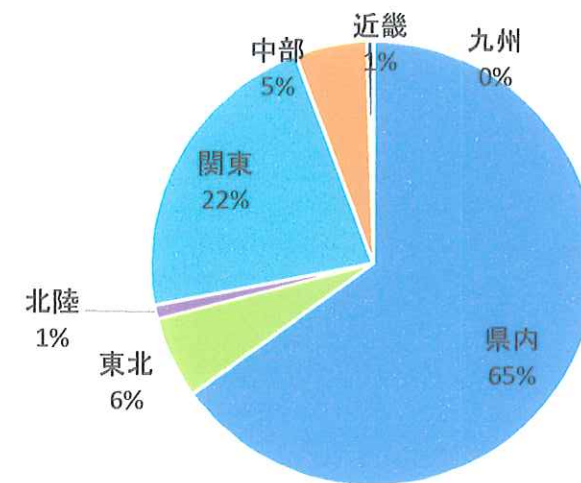
(単位：人)

地域	人数
長岡市	7,422,104
三条市	1,759,362
柏崎市	3,849,830
小千谷市	808,627
加茂市	513,780
見附市	595,619
田上町	430,191
出雲崎町	276,484
刈羽村	248,288
中越地域計	15,904,285
新潟県計	71,601,558

中越地域の出発地別観光客の状況
(平成25年度)

(単位：千人)

	人数	割合
県内	10,340	65.0%
県外	5,564	35.0%
北海道	0	0.0%
東北	947	6.0%
北陸	158	1.0%
関東	3,551	22.3%
中部	819	5.1%
近畿	77	0.5%
中国	0	0.0%
四国	0	0.0%
九州	11	0.1%
総数	15,904	100.0%



長岡市主要観光地別観光客入込客数 (平成26年度)

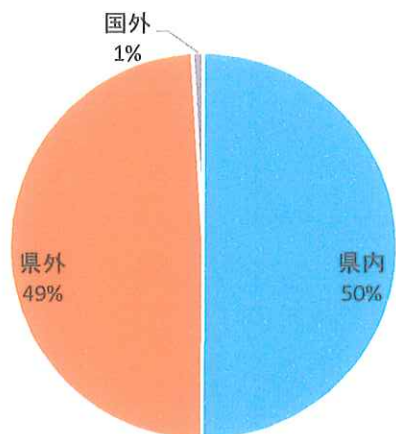
(単位：人)

温泉 (蓬平温泉ほか)	悠久山公園	郷土史料館	山本五十六記念館	河井継之助記念館	吉乃川・瓢亭
287,152	111,600	11,160	26,186	11,152	6,390
国営越後丘陵公園	宝徳山稻荷大社	県立歴史博物館	県立近代美術館	喜芳 (三島・花みずき温泉)	雪国植物園
541,903	120,500	62,737	96,185	106,980	16,450

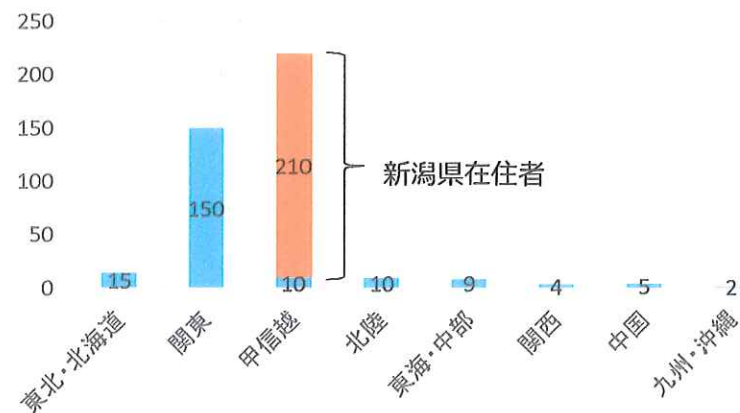
※ヒアリング調査では、蓬平温泉への来館者は年間6万人程度

市場性

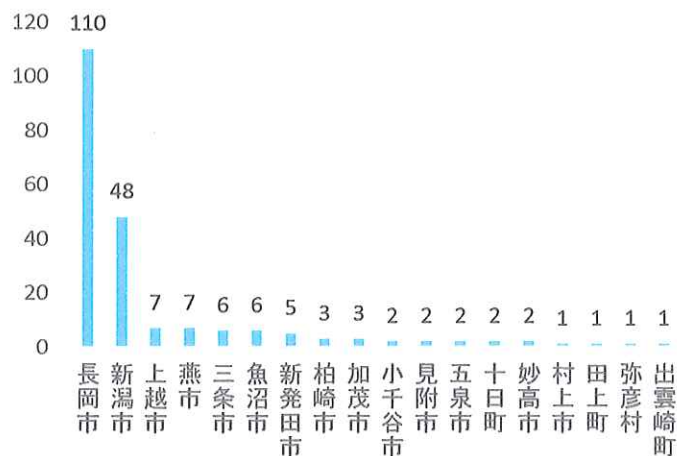
機那サフラン酒本舗休日公開記録



エリア別機那サフラン酒本舗来場者数



新潟県内居住地域別来場者数



機那サフラン酒本舗の来館者は、新潟県内は50%、新潟県外は49%、国外は1%となっている。県外からの来館者数をエリア別に見てみると、新潟県を含む「甲信越エリア」が最も多く、次いで「関東エリア」となっている。新潟県内の来館者数は、長岡市が最も多く、次いで新潟市となっている。

※機那サフラン酒本舗休日公開記録より

※平成27年5月23日～10月25日

※積極的なPRを展開していない中での数値

市場性

市場環境

※長岡観光ボランティアガイドの会員と、観光客からの意見・要望

サフラン酒本舗の整備	サフラン酒本舗でサフラン酒の説明をしてくれると買いたいという方が多い。
	蔵はもちろん庭や屋敷も含めていつも開放してくれるとありがたい。
	サフラン酒の離れに案内するためには掃除を行き届かせる必要がある。
	窓ガラスがわれて、窓が開けられない状況では、夏の暑さに耐えられないので最低限の補修が必要。
	摂田屋は休む場所がないので、サフラン酒本舗でお茶席、休憩所ができれば良い。
休憩所・お手洗いに関して	ほとんどが高齢者で、疲れた場合に待っている場所がない。
	電車や路線バスを利用する観光客用に、宮内駅から摂田屋までの間に旅行荷物を一時預かってもらえるところがあるとよい。
	摂田屋地区を案内する通りや店舗に トイレがもう少しあると良い 。団体だとトイレに時間がとられて、案内時間が短くなる。
	観光バスが摂田屋の位置と道がわかりづらく、また道路が狭いため、時間通りに待ち合わせ場所に到着できない。
駐車場などに関して	サフラン酒本舗前、星野本店、光福寺前で観光バス客の乗降はやめた方がよい。
	交通渋滞が起きている。年配の方の乗降には時間がかかり、また道路の側溝に落ちないか、また車にひかれないかが非常に心配である。ガイドの責任が重大である。
	周辺に専用の駐車場がほしい 。お客が車で来てもどこに停めて散策できるかがわからないとのこと。
	約13メートル超大型観光バスの駐車場がない
その他	星野本店、越のむらさきは 土日に来て買い物ができないので、一か所でも開けていただくとありがたい 。

ターゲット

ターゲットの属性

<メインターゲット>

- ・ 50代～70代女性（夫婦連れ）
- ・ 関東地域に在住
- ・ 時間に余裕があり、知的好奇心の高い層
- ・ 個人やグループでの旅行者

<サブターゲット>

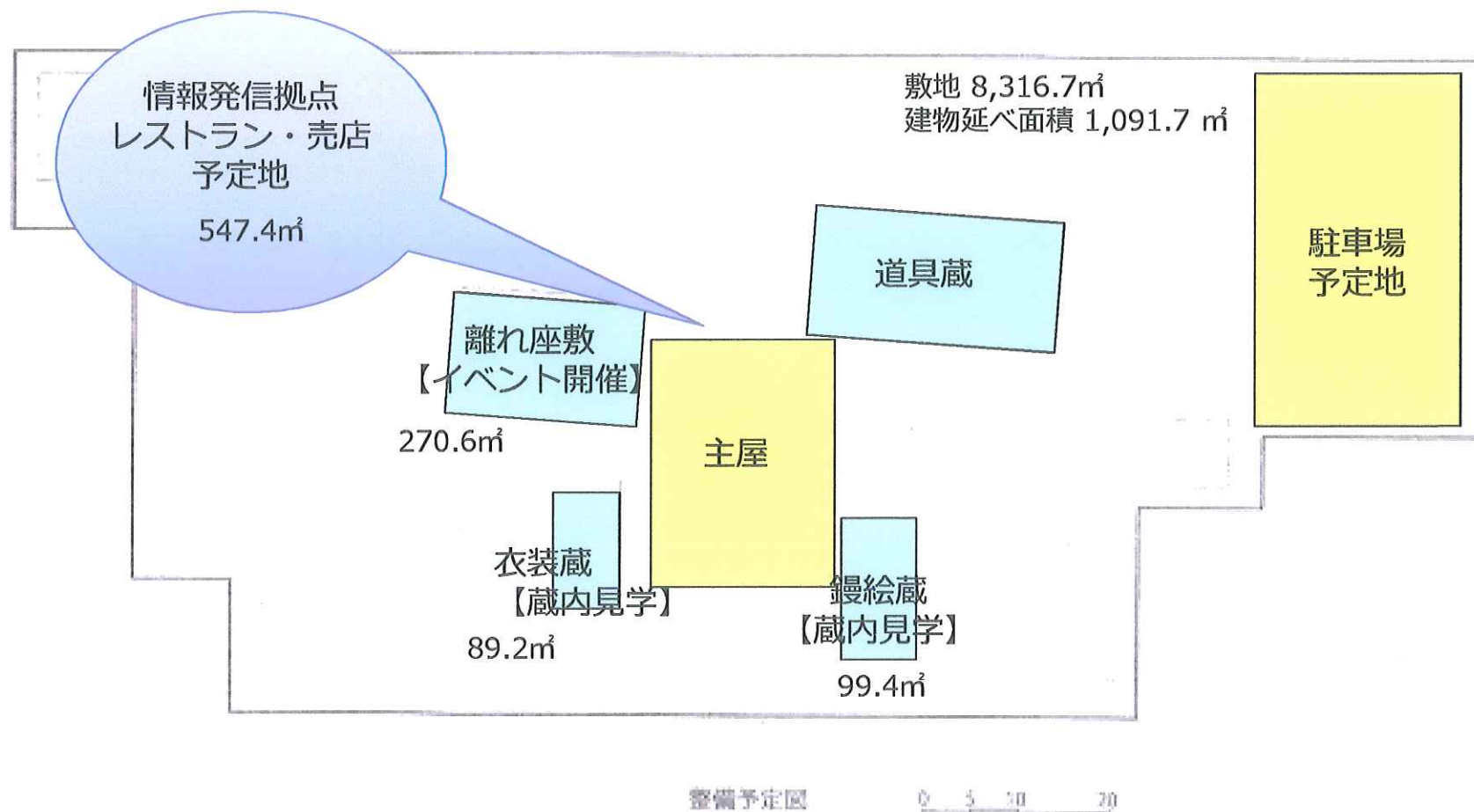
- ・ 県内外の学生、若年層（教育研究事業、レストラン事業）
- ・ 県内の30代～40代女性・子育て家庭
- ・ 県内の50代～70代女性（夫婦連れ）
- ・ 建築関係者など歴史的建造物に興味・関心のある層
- ・ 街歩きに興味関心がある層
- ・ 海外（欧米、アジア）からの観光客

ターゲットニーズ

- ・ 休日は営業していない蔵元も存在するので、観光巡りした蔵元の商品が購入できる売店。
- ・ 摂田屋の食材（ex:醤油、味噌など）を使った料理が食べられるレストラン。
- ・ 街巡りをした後、休憩できる場所。喫茶店など。
- ・ 自由に利用できるお手洗いの増設
- ・ 観光客専用の駐車場の設置
- ・ コインロッカーなど荷物を預かってもらえる場所

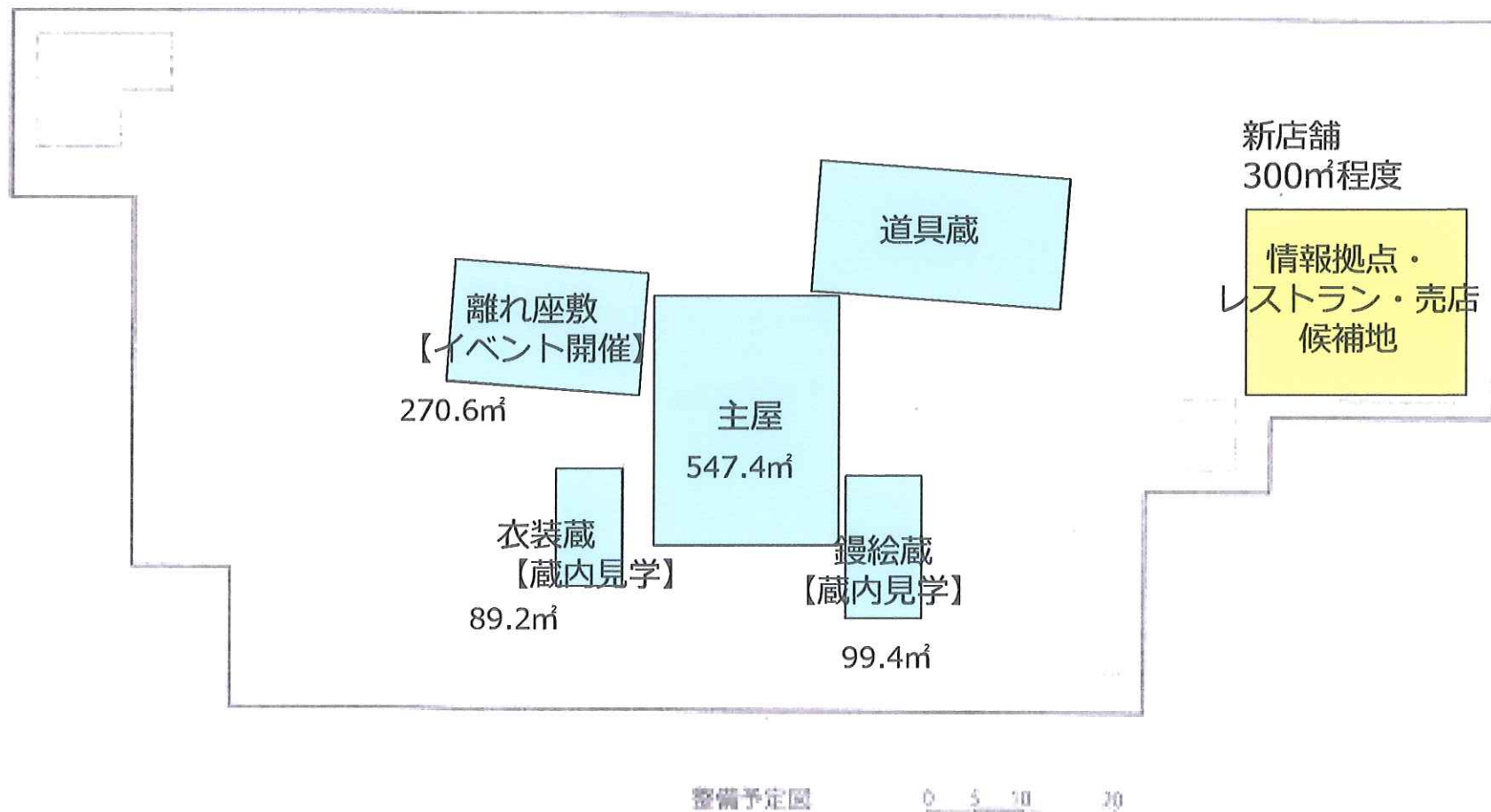
事業概要 施設図案①

- ・現在の主屋を改修し、情報拠点、レストラン・売店機能を備えた施設を整備する
- ・鍔絵蔵では、蔵内見学を実施する（現行の機能強化）
- ・離れ座敷では、イベントを開催する（現行機能強化）



事業概要 施設図案②

- ・現在の米蔵の位置に、情報拠点、レストラン・売店機能を備えた施設を新たに建設する
- ・鰻絵蔵では、蔵内見学を実施する（現行の機能強化）
- ・離れ座敷では、イベントを開催する（現行機能強化）



事業概要 ①観光・文化事業

事業コンセプト

摂田屋の中心地としての活用、摂田屋の情報集約施設

事業概要

- 【新施設】 受付・総合案内、醸造の町摂田屋の観光案内、街巡りの提案
- 【鰻絵蔵】 サフラン酒本舗の歴史、摂田屋の醸造文化、建築文化、生活文化等の展示
長岡の魅力を発信する映像の上映、各種イベントの実施など
- 【離れ座敷】 見学、イベントの実施、イベント会場貸出
- 【衣装蔵】 見学

【施設情報】

営業時間：9：00～17：00

営業日：年中無休

入館料：500円

事業概要 ①観光・文化事業

イベント案

■おっここ摂田屋市（現行）

機那サフラン酒本舗を開放し、庭園・離れを一般公開している。

長岡造形大学の教授を招き、来場者に向け、施設について解説をしている。



■摂田屋歴史街歩きツアー

定期的に一般参加できる街歩きツアーを開催する。

摂田屋の歴史や、普段なかなか見れない醸造の街の裏側が見れるツアー。



■味噌づくり・醤油づくり体験

味噌づくり体験や醤油づくりなどの体験ができる。

お土産に持ち帰ることができる。



事業概要 ②レストラン事業

事業コンセプト

麴の香る街、摂田屋の歴史を感じながら醸造製品を生かした食材を提供する
街巡りの中で、「食べたい！」と思ったものが食べられるレストラン

事業概要

- ・ サフラン酒本舗など、摂田屋の魅力を発信するカフェレストラン
 - ・ 醸造の町の食材、醸造の町の文化を体験できるカフェレストラン
- ターゲット：県内、関東圏、近隣県からの観光客
- 商品：摂田屋の醸造文化を活かした飲食サービス

各蔵とコラボしたメニューの提供

- 手法：レストランとしても、カフェとしても利用できる店舗

【店舗情報】

営業時間：11：00～17：00 ※夜の時間帯は貸切など一定人数以上利用の予約制で対応

面積：150㎡

座席数：34席（貸切可）

メニュー構成案：蔵元とコラボしたメニューの開発

事業概要 ②レストラン事業

メニュー案

<ランチメニュー>



醤油赤飯食べ比べセット



摂田屋お膳



ネギ味噌ピザ



酒粕クリームパスタ

※和食、洋食に偏ることなく、和食イタリアンを提供する
※摂田屋の食材と長岡野菜を主に使用する

<カフェメニュー>



醤油ロールケーキ



麴チーズケーキ



味噌パンケーキ

※洋菓子でも、日本食調味料を使用することで、大人向けのイメージを演出する

事業概要 ③売店事業

事業コンセプト

摂田屋で作られたこだわりの商品を試しながら、購入できる売店

※店内に各社のブースを作り体験し購入できる売店を作る

事業概要

- ターゲット：県内、関東圏、近隣県からの観光客
- 商品：摂田屋ゆかりの産品、造形大×摂田屋オリジナルグッズ、
摂田屋地域の企業の商品（日本酒、醤油、味噌…）
- 手法：試飲、試食ができるスペースを設ける

【店舗情報】

営業時間：9：00～17：00

摂田屋蔵元の商品が全て買える店舗

売店限定の商品販売

事業概要 ③売店事業

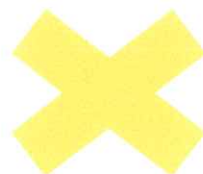
メニュー案

<各店舗の商品・限定商品>



※それぞれの既存の商品はもちろん、摂田屋オリジナル商品も開発する

<摂田屋と長岡造形大学のコラボ商品>



摂田屋

※長岡造形大学の学生とコラボし商品開発を行う

- (例) ・サフラン酒本舗の蔵の鰻絵をモチーフにしたアクセサリー
- ・摂田屋の街並みをイメージしたインテリアなど

事業概要 ④教育研究事業

事業コンセプト

摂田屋の歴史・文化を体験・見学を交えて、学びの場を提供する

事業概要

- ターゲット：県内・県外の大学生・高校生・中学生・小学生、地域のクラブ・サークルなど
- サービス：社会科見学や、団体での利用客に摂田屋の歴史、文化を学んでもらう。

学生へ学びの場の提供、イベントやコラボ商品の企画を行ってもらう。

【大学等と連携して以下の事業にも取り組む】

- ・コラボ商品の研究開発
- ・マーケティングやブランディングの研究
- ・セミナーハウスの運営
- ・若手デザイナー、クリエイターのインキュベーション施設の運営

(注) 以上については、場所貸しのイメージです。実際の研究や開発にあたる人材は、大学の教員や学生、卒業生、民間のデザイナーの卵など社外の人材です。

【狙い】

地域に親しまれ、地域の誰もが知る存在となることで、摂田屋が地域の誇りとなり観光拠点としての位置づけを強化することができる。

<サテライトキャンパス>

3大学1高専のサテライトキャンパスとしての位置づけで学生が学ぶ場

- ・ 離れの座敷や閉店後のレストランをナレッジルームとして学生に開放する
- ・ 放課後の学習場所として活用できるよう整備する



<まちなかキャンパス分館>

まちなかキャンパス 摂田屋分館という位置づけで市民の学ぶ場

- ・ セミナーや会合などの際利用できる施設の整備



<インターンシップ>

インターンシップの受入により摂田屋企業と学生が連携する場

- ・ 学生とのコラボ商品開発や、摂田屋の企業を知ってもらうきっかけ作り



【観光・文化事業事例】 富山市岩瀬

富山市岩瀬は富山駅からライトレールと呼ばれる路面電車で約25分と交通の便は良い。街には、歴史的建造物が立ち並び、資料館や酒蔵、レストランなどが軒を連ねている。

＜北前船廻船問屋森家＞

入館料：大人…100円 子ども…50円 営業時間：9：00～17：00 駐車場：無料

国指定重要文化財として指定されている建造物である。無料でガイドが施設内を案内してくれる。ユーモアにあふれた案内が人気。施設内は、全国各地の材料を使った贅沢なつくりとなっており、主屋であるオイの間の吹抜けの木組み、土蔵の鍍絵などがみどころ。

＜岩瀬まちづくり株式会社＞

岩瀬まちづくり会社を設立し、空き家を買取り、改修し移住してくる人に売却したり、貸したりし新店舗や若者の移住を促すまちづくりを行った。家屋修景工事には、富山市都市計画補助金を使用した。



【観光・文化事例】 長浜市「黒壁」

黒壁は、「黒壁ガラス館」を中心にガラスショップや工房、ギャラリー、レストランなど様々なショップが周辺に点在し、レトロでおしゃれな街並みが人気の観光地。ガラスの手作り体験コースが豊富にあり初心者でも楽しめる人気である。

＜様々なイベント、体験企画の取り組み＞

・ガラスの手作り体験教室 ・陶芸体験 ・婚活パーティー ・個展 など

＜まちづくり会社「黒壁」＞

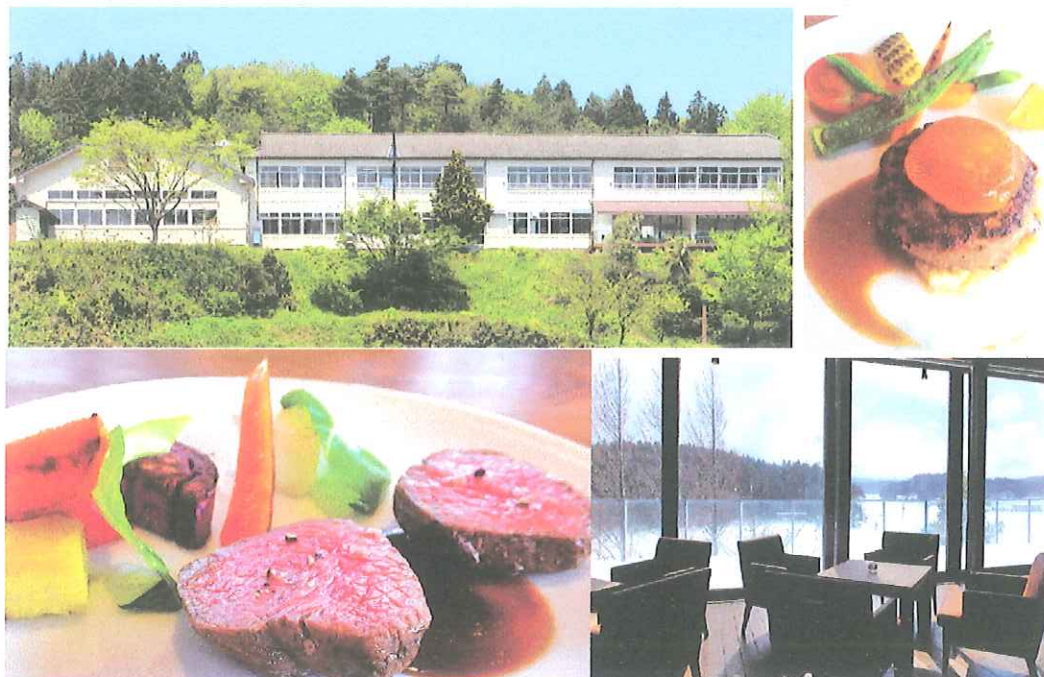
歴史的建造物保存のため、既存の商業主ではなく、郊外部で事業を営んでいた非商業主（工業系）を中心とする人々が出資を行い、株式会社黒壁は設立された。「黒壁」は歴史的建造物を取得・改修し、ガラス製品を売る店舗として経営した。一般的な第三セクターは株式の51%を行政がし、行政主導で活動するのに対し、「黒壁」は、株式の51%を地元民間企業が所有することで、様々な街づくり運動が展開されている。



【レストラン事業事例】 和島 トゥー・ル・モンド

コンセプト

この場所で、この土地で、様々な世代の様々な方たちが「ゆっくりと生きる力」を感じられますように



和島トゥー・ル・モンドは、築85年の木造校舎をリノベーションした施設。レストラン、パン工房のほか、新潟の食材を購入できるセレクトショップ、ギャラリー、教室などをイベントやセミナーなどとしても利用できる。リーディングスペースでは、施設内で撮影された写真や地域文化をイメージさせる古民具などを展示している。

レストラン「バーグ」店舗情報

席数：50席

客数

ランチ：2回転で50～60人

ディナー：1回転で30人

客単価

ランチ2,500円

ディナー：5,000円（お酒代込）

地元の食材をふんだんに使った、落ち着いた雰囲気の人気が高いレストラン。
店内でイベントも開催しており、生歌や生演奏を聴きながらディナーを楽しむことができる。

事業概要 プロモーション戦略

まちおこし会社の社員でプロモーション担当を置き、推進を図る。
特にパブリシティ（無料でマスコミに取り上げてもらうための働きかけ）を強化していく。

■広告

＜県外向け＞

首都圏ユーザー向け観光雑誌や新潟県、長岡市の観光WEBサイトに掲載する。

＜県内向け＞

地域雑誌（Komachi、CARRELなど）、フリーペーパー（assh、新潟情報など）に摂田屋の情報とともに街歩きプランの提案記事を掲載する。

■パブリシティ

＜県外向け＞

機那サフラン酒本舗の歴史を伝えるとともに、摂田屋の企業と企画したイベントを開催しメディアに取り上げてもらう。

＜県内向け＞

摂田屋の名産を使用したメニュー、摂田屋企業のコラボ商品などのプレスリリースを配信する。

■人的販売

蓬平温泉等長岡の観光エリアへアプローチし連携を図る。

長岡ボランティアガイドの中から摂田屋に造詣が深く優秀な人材をアルバイトスタッフとして迎える。
長岡のツアーを組んでいる先など、エージェント向け営業を行う。

■販売促進

ホームページ・SNSを活用し、地域の情報発信をする。

摂田屋散策マップを作成し、地域で利用できるクーポン券などを発行する。

事業別損益計画 ①観光・文化事業 1年目

	平日	土・日・祝	
平均客単価	500 円	500 円	
総客数	65 人/日	130 人/日	
9:00～10:00	10 人/時間	20 人/時間	
10:00～11:00	10 人/時間	20 人/時間	
11:00～12:00	10 人/時間	20 人/時間	
12:00～13:00	10 人/時間	20 人/時間	
13:00～14:00	10 人/時間	20 人/時間	
14:00～15:00	5 人/時間	10 人/時間	
15:00～16:00	5 人/時間	10 人/時間	
16:00～17:00	5 人/時間	10 人/時間	年間総客数
営業日数	240 日/年間	125 日/年間	31,850 人
			年間総売上高
売上高	7,800 千円	8,125 千円	15,925 千円

	単位：千円	備考
売上高	15,925	
売上原価	0	
売上総利益	15,925	
販売費および一般管理費	4,668	
人件費	2,628	常時1名（アルバイト）時給800円×9時間
水道光熱費	240	月2万円
地代家賃	600	月5万円
減価償却費	0	
広告宣伝費	600	月5万円、パンフレット制作、広告掲載等
消耗品費・事務用品費	240	月2万円
その他	360	月3万円
営業利益	11,257	

事業別損益計画 ①観光・文化事業 3年目

	平日	土・日・祝	
平均客単価	500 円	500円	
総客数	105人/日	240人/日	
9:00～10:00	15人/時間	30人/時間	
10:00～11:00	15人/時間	30人/時間	
11:00～12:00	15人/時間	30人/時間	
12:00～13:00	15人/時間	30人/時間	
13:00～14:00	15人/時間	30人/時間	
14:00～15:00	10人/時間	30人/時間	
15:00～16:00	10人/時間	30人/時間	
16:00～17:00	10人/時間	30人/時間	年間総客数
営業日数	240日/年間	125日/年間	55,200人
			年間総売上高
売上高	12,600千円	15,000千円	27,600千円

	単位：千円	備考
売上高	27,600	
売上原価	0	
売上総利益	27,600	
販売費および一般管理費	7,296	
人件費	5,256	常時2名（アルバイト）時給800円×9時間
水道光熱費	240	月2万円
地代家賃	600	月5万円
減価償却費	0	
広告宣伝費	600	月5万円、パンフレット制作、広告掲載等
消耗品費・事務用品費	240	月2万円
その他	360	月3万円
営業利益	20,304	

事業別損益計画 ②レストラン事業 1年目

	平日	土・日・祝	
平均客単価	1,200 円	1,500円	
総客数	40人/日	75人/日	
10:00～11:00	5人/時間	10人/時間	
11:00～12:00	5人/時間	10人/時間	
12:00～13:00	10人/時間	15人/時間	
13:00～14:00	10人/時間	15人/時間	
14:00～15:00	5人/時間	10人/時間	
15:00～16:00	3人/時間	10人/時間	
16:00～17:00	2人/時間	5人/時間	年間総客数
営業日数	240日/年間	125日/年間	18,975人
			年間総売上高
売上高	11,520千円	14,063千円	25,583千円

	単位：千円	備考
売上高	25,583	
売上原価	8,954	売上原価率35%で設定
売上総利益	16,629	
販売費および一般管理費	15,196	
人件費	11,256	正社員2名（月25万円）、アルバイト2名（時給800円）
水道光熱費	840	月7万円
地代家賃	1,440	月12万円
減価償却費	700	
広告宣伝費	360	月3万円、広告掲載等
消耗品費・事務用品費	240	月2万円
その他	360	月3万円
営業利益	1,433	

事業別損益計画 ②レストラン事業 3年目

	平日	土・日・祝	
平均客単価	1,200 円	1,500 円	
総客数	64 人／日	110 人／日	
10:00～11:00	8 人／時間	15 人／時間	
11:00～12:00	8 人／時間	15 人／時間	
12:00～13:00	15 人／時間	20 人／時間	
13:00～14:00	15 人／時間	20 人／時間	
14:00～15:00	8 人／時間	15 人／時間	
15:00～16:00	5 人／時間	15 人／時間	
16:00～17:00	5 人／時間	10 人／時間	年間総客数
営業日数	240 日／年間	125 日／年間	29,110 人
			年間総売上高
売上高	18,432 千円	20,625 千円	39,057 千円

	単位：千円	備考
売上高	39,057	
売上原価	13,670	売上原価率35%で設定
売上総利益	25,387	
販売費および一般管理費	17,824	
人件費	13,884	正社員2名（月25万円）、アルバイト3名（時給800円）
水道光熱費	840	月7万円
地代家賃	1,440	月12万円
減価償却費	700	
広告宣伝費	360	月3万円、広告掲載等
消耗品費・事務用品費	240	月2万円
その他	360	月3万円
営業利益	7,563	

事業別損益計画 ③売店事業 1年目

	平日	土・日・祝	
平均客単価	1,500 円	1,500円	
総客数	32.5人/日	65人/日	
9:00～10:00	5人/時間	10人/時間	
10:00～11:00	5人/時間	10人/時間	
11:00～12:00	5人/時間	10人/時間	
12:00～13:00	5人/時間	10人/時間	
13:00～14:00	5人/時間	10人/時間	
14:00～15:00	2.5人/時間	5人/時間	
15:00～16:00	2.5人/時間	5人/時間	
16:00～17:00	2.5人/時間	5人/時間	年間総客数
営業日数	240日/年間	125日/年間	15,925人
			年間総売上高
売上高	11,700千円	12,188千円	23,888千円

	単位：千円	備考
売上高	23,888	
売上原価	16,721	売上原価率70%で設定
売上総利益	7,166	
販売費および一般管理費	5,362	
人件費	3,942	アルバイト1.5名（時給800円）×9時間
水道光熱費	240	月2万円
地代家賃	600	月5万円
減価償却費	100	
広告宣伝費	120	月1万円、パンフレット制作等
消耗品費・事務用品費	120	月1万円
その他	240	月2万円
営業利益	1,804	

事業別損益計画 ③売店事業 3年目

	平日	土・日・祝	
平均客単価	1,500 円	1,500円	
総客数	52.5人/日	120人/日	
9:00～10:00	7.5人/時間	15人/時間	
10:00～11:00	7.5人/時間	15人/時間	
11:00～12:00	7.5人/時間	15人/時間	
12:00～13:00	7.5人/時間	15人/時間	
13:00～14:00	7.5人/時間	15人/時間	
14:00～15:00	5人/時間	15人/時間	
15:00～16:00	5人/時間	15人/時間	
16:00～17:00	5人/時間	15人/時間	年間総客数
営業日数	240日/年間	125日/年間	27,600人
			年間総売上高
売上高	18,900千円	22,500千円	41,400千円

	単位：千円	備考
売上高	41,400	
売上原価	28,980	売上原価率70%で設定
売上総利益	12,420	
販売費および一般管理費	6,676	
人件費	5,256	アルバイト2名（時給800円）×9時間
水道光熱費	240	月2万円
地代家賃	600	月5万円
減価償却費	100	
広告宣伝費	120	月1万円、パンフレット制作等
消耗品費・事務用品費	120	月1万円
その他	240	月2万円
営業利益	5,744	

損益計画 事業合算 1年目

(単位：千円)

	総計	①情報発信	②レストラン	③売店
売上高	65,395	15,925	25,583	23,888
売上原価	25,675	0	8,954	16,721
売上総利益	39,720	15,925	16,629	7,166
販売費および一般管理費	25,226	4,668	15,196	5,362
人件費	17,826	2,628	11,256	3,942
水道光熱費	1,320	240	840	240
地代家賃	2,640	600	1,440	600
減価償却費	800	0	700	100
広告宣伝費	1,080	600	360	120
消耗品費・事務用品費	600	240	240	120
その他	960	360	360	240
事業営業利益	14,494	11,257	1,433	1,804
本部経費	9,000			
人件費（営業系1名、事務会計系1名）	7,500			
広告宣伝費	1,000			
消耗品費・事務用品費	300			
その他	200			
営業利益	5,494			

損益計画 事業合算 3年目

(単位：千円)

	総計	①情報発信	②レストラン	③売店
売上高	108,057	27,600	39,057	41,400
売上原価	42,650	0	13,670	28,980
売上総利益	65,407	27,600	25,387	12,420
販売費および一般管理費	31,796	7,296	17,824	6,676
人件費	24,396	5,256	13,884	5,256
水道光熱費	1,320	240	840	240
地代家賃	2,640	600	1,440	600
減価償却費	800	0	700	100
広告宣伝費	1,080	600	360	120
消耗品費・事務用品費	600	240	240	120
その他	960	360	360	240
事業営業利益	33,611	20,304	7,563	5,744
本部経費	12,500			
人件費（営業系1名、事務会計系2名）	11,000			
広告宣伝費	1,000			
消耗品費・事務用品費	300			
その他	200			
営業利益	21,111			

課題と対策

本舗整備費等の初期費用の手当て

サフラン酒本舗の現況はいたみがひどく、整備には多額の費用がかかり、まちおこし会社負担を原則とするのは採算上困難と考えられる。また、整備には高い技術力を要すると考えられる。このため、サフラン酒本舗の建物及び庭園の整備のあり方については、別途検討がなされるものとし、本事業計画書（案）の損益計画においては、まちおこし会社の事業開始時に必要な初期費用については盛り込んでいない。

駐車場の整備

本舗敷地内に多くの駐車場を整備することは困難なため、近隣の事業所等に協力を仰ぎ、摂田屋への観光客向けの駐車場を整備していく。

例えば、「摂田屋おもてなし駐車場」マークを制作し、そのマークがある駐車場は、観光客が自由に駐車できるなど、摂田屋の各スポットに駐車場を可能な限り用意する。

休憩所・トイレ・コインロッカーの充実

新施設に観光客が誰でも利用できるトイレを設置する。

コインロッカーについては、ニーズと採算性を検証して新施設への設置を検討する。

休憩スポットとして、新施設のカフェを利用してもらえるように案内を促進する。

中長期の事業展開の方向性

①サフラン酒本舗での事業に引き続き、摂田屋にある他の歴史的建造物等を順次活用していく。

②摂田屋地域や隣接する宮内地域の他の観光資源・企業・施設との連携を強化していく。

③蓬平、寺泊など摂田屋以外の長岡市の観光スポットとの連携を更に強化し、長岡市の観光事業に面の広がりを作る。
長岡市の観光資源の中核、観光拠点としての位置づけを強化していく。

勉強会で出された更なる施策アイデア①

イベント
摂田屋とサフランの写真コンテスト
子ども鰻絵コンテストと表彰
摂田屋醸造会社での体験会(醸造キッズニア)
鰻絵のサミット
川上四郎展
発見探索見学会
庭で季節ごとの演出
味噌、醤油を使った食品(料理)コンテスト
プロジェクションマッピング
クリスマスライブ
タニタとコラボ健康教室
長岡ラーメンイベント開催
コンサート(ロック、雅楽、オーケストラ)
写生大会
APMとのコラボ企画、国際ポスタービエンナーレ
ハワイ大学の学生とのワークショップ
山古志の闘牛イベントの誘致
プロモーション
全国の同じような観光地(例:醸造の町)との合同PR
地元住民の方への特別感謝デー、ボランティアの皆さんへの特別感謝デー
海外の観光客の取り込み
若い世代の取り込み(例:結婚式、ゲストハウス)
各蔵元をフューチャーした摂田屋物語の作成
建物や庭(鰻絵をテーマにした)動画の制作しYoutubeでPR
味噌や醤油、酒造りを説明する動画を上映
ドローンで街全体を見せる
摂田屋、宮内、アオーレまで範囲を拡大したマップの作成

周辺整備
宿泊施設の整備
和を基調とした洋の食べ物の提供
摂田屋地区の基本周遊路の策定と整備
山古志トレイルランの出発とゴール地点
吉乃川酒造様をできるだけオープンしてもらう
店舗の土日営業
歩道路の整備
宮内にあるラーメン店のサテライト店舗(ラーメン博物館)
ライトアップ
秋山孝ポスター美術館(APM)との連携=アートを学ぶ拠点
サフラン酒本舗施設
夜の営業
鰻絵ギャラリー。販売、制作体験
古い雑誌や漫画などのお宝をテーマに展示
醸造大学を開催(専門レベル・一般レベル)。APMでも大学校を開いているのでコラボをする。
農家レストランなど
まちキャンサテライト教室
夜は長岡のお酒を楽しめるスポットとして営業する
お年寄りのウォーキングコース拠点。イベントも。
長岡市の観光情報が検索できる機能を整える(大型モニターとPC)

勉強会で出された更なる施策アイデア②

サフラン酒
サフラン酒の復活
アルコールフリーのサフラン酒の提供
サフランの栽培、サフラン水の販売
サフラン茶、サフランスイーツの販売
山古志等の休耕田でサフラン他の薬草栽培。薬草を利用した製品開発
販売
青島食堂、みやうちしょうがカレー、旭パンなど宮内や摂田屋の名物食堂・お店のメニュー販売
新潟県内、長岡市内の蔵元のお酒を勢ぞろいさせて販売
新潟銘醸様、お福酒造様のアンテナショップ
寺泊のような鮮魚を販売
女性をターゲットにしたお土産開発(各事業所で新開発)
インバウンド対応
ハラール食(イスラム教)開発研究機関
インバウンドに対応した機能・人の配置
その他
赤道の探検メニューの掘り下げ
フィルムコレクション誘致
仁太郎の伝記小説化
人情味あふれる語り部の育成

第3部：摂田屋の魅力と観光拠点としてのポテンシャル

摂田屋の魅力は産業が醸成した個性的ノスタルジック空間

今、世界的から注目されている「和食」その味のベースとなっている麴を使った食材が揃う場所。

摂田屋は狭いエリアに酒・味噌・醤油の蔵元が混在する全国でも珍しいと言われる地域である。この醸造業を中心として永年にわたって培ってきた伝統技術があり、景観があり、産業資産となっている。そしてこれらの蔵元は現在も堅実な営みを続けている。

近代になるとここに「薬酒」という範疇の蔵が参入し、大躍進を遂げると共にこの町に新たな彩りを加えた。創業者は自らの酒を売る為に、蔵を誰もが驚く個性的な建物に仕立て上げ、数々の意匠を施したことが芸術的価値を加えることになった。

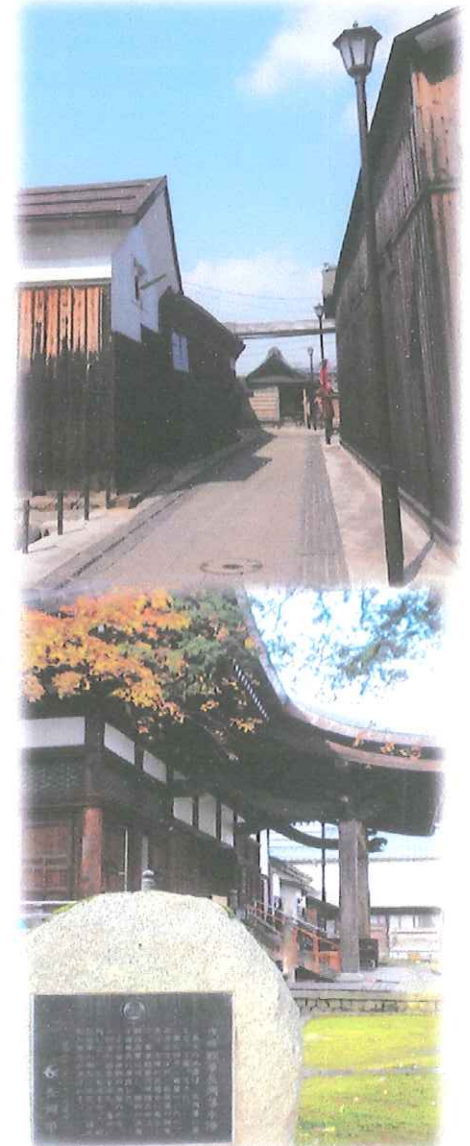
麴菌に染まるどこか懐かしい建物が作る空間と、芸術的建造物空間が複合するまち。地元にとっては日々の暮らしの中にある見慣れたものかもしれないが、初めてここを訪れる者にとってある種感動をおぼえさせる。最近では日本各地から訪れる人が絶えない。

摂田屋の歴史

摂田屋は水辺を近くに持ち、四方に道が交差する要衝にできた集落であり、この辺りでは早くから開けた所のひとつであったとされる。摂田屋という地名の由来は延喜式内社の都野神社の接待所があった所という説が有力。戦国時代関東から移り住んだ豪族が城（館）を築く。程なくその一族の中に酒づくりを生業とする者が現れる。これが摂田屋の醸造業の始まりとされ、その醸造家は現在も残る新潟最古の企業となっている。

江戸時代上野寛永寺領となり、ゆるい規制の下、新たな参入を得て醸造業が盛んになった。味噌・醤油・酒の蔵が集まる醸造のまち摂田屋がこのころ誕生し、酒蔵だけでも5軒あったと記録がある。

戊辰戦争では摂田屋村が要衝であったため、光福寺が長岡藩の本陣となり家老河井継之介が開戦を決意した寺としても有名。太平洋戦争では長岡の市街地のほとんどが焼失した中で、摂田屋はあやうく難を逃れたため古い建物が残っている地域である。



摂田屋観光のポテンシャル I

摂田屋にしか無いもの

- 酒・味噌・醤油・リキュールの蔵元が揃う
- 日本一の鰻絵の蔵（サフラン酒）
- 日本一の大看板（サフラン酒）

産業観光として

摂田屋には6つの蔵元が日本酒、味噌、醤油、リキュール（サフラン酒は現在は薬酒とは言えない）を製造し、さらに1社が酵母菌を製造している。（パン用酵母を製造する会社は国内で4社しかない）
これらがそれぞれ見学できることになればとても魅力的な観光につながる。

広域的観光をつなぐキーワード

- | | |
|------------|-------------------------------|
| 醸造 | → 市内、県内の蔵元 |
| 三国街道 | → 三国街道沿線の観光地を |
| 鰻絵 | → 静岡伊豆松崎町・大分宇佐市・鳥取県琴浦町・富山射水市 |
| 天領（幕府直轄地）や | |
| 寛永寺寺社領 | → 佐渡・出雲崎・水原・塩沢（小さいところもたくさんある） |
| 豪商の館（黄金伝説 | → 滋賀県近江八幡西川家 北海道江差横山家（ニシン御殿） |



摂田屋観光のポテンシャルⅡ 機那サフラン酒本舗の魅力

機那サフラン酒本舗の魅力 建造物自体が巨大な広告塔

機那サフラン酒本舗は、近代日本の産業界が発展してゆく過程で地方で成功した特異な事業家の姿を表す。

健康をうたい文句に女性をターゲットにハイカラなイメージでデザインにも特化し、広告を巧みに活用し市場を捉えた。本舗の建物自体が広告塔。加えて数々の逸話も魅力である。

こうして農家の次男坊は裸一貫から越後有数の長者にのし上がった。



創造力

今後の研究が期待されるところだが、本舗の建築や庭園は名のある建築家や庭師によるものではないと思われる。

どれも伝統的技法を駆使した建造物には違いないが、個性的であり、他の類似事例がない。

作者は鰻絵は左官川上伊吉であるが、近所の茶飲み友達であり、もともと商人であつたと言われている。主屋、衣装蔵、鰻絵の蔵、離れ座敷の建造も地元の棟梁や大工を使っている。

創業者の吉澤仁太郎自ら構想を練り設計に加わり、その半生をかけて作り上げた作品と推定されている。

