

# 常滑焼まつりDX大作戦

## 1. 背景

「常滑焼」は、愛知県常滑市を中心に生産されている焼き物。かねてより茶器を得意とし、特に朱泥の急須は全国的に有名。千年の歴史を持つことから、日本六古窯の一つとして日本遺産にも認定されている。しかし、食生活の変化や海外製食器の流入にともない焼き物産業は徐々に衰退し、今後も後継者不足でさらに減少するといわれている



朱泥の急須

## 2. 現状認識と目標

- 事業所数・従業者数・出荷額において右肩下がり（グラフ①～③）
- ウェブ検索数から人気度を比較すると「常滑焼」は「美濃焼」の約2分の1（グラフ④）
- 常滑商工会議所が掲げる目標  
事業所数・従業者数・出荷額を中期で2009年度水準、長期で2004年度水準に戻す



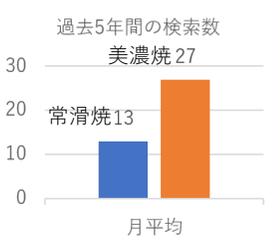
グラフ①



グラフ②



グラフ③

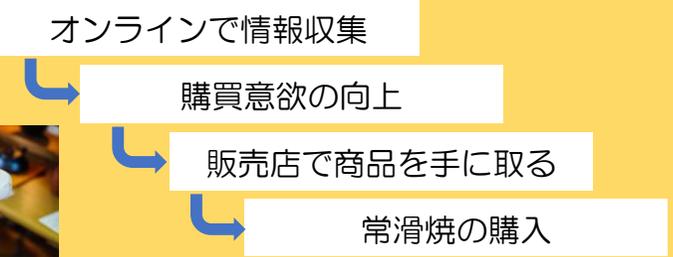


グラフ④

## 3. 課題

- ブランディングの再定義
- 適切で効果的なマーケティング活動
- 情報のバラバラ発信からポータル発信へ
- 異業種との協業の促進
- 焼き物の購入判断には手触りや重さが重要

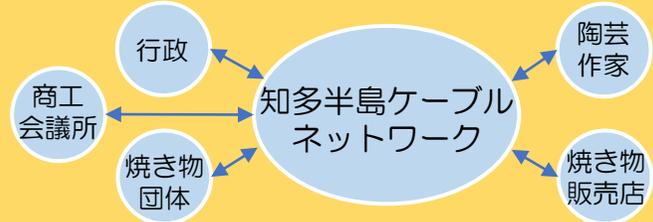
## 4. 対策



オンラインからオフライン（販売店）へと誘導する「DXビジネスモデル」の構築

## 5. 2020年の挑戦

- 毎年秋に開催される陶器市「常滑焼まつり」で、DXビジネスモデルに挑戦 ⇒ 「常滑焼まつりDX大作戦」
- オンラインとオフライン（販売店）のハイブリッド開催  
開催期間 オンライン 9/25（金）～10/11（日）  
オフライン 10/3（土）～10/11（日）
- コロナ禍により準備が大幅に遅れ、短期間でオンラインを構築することに…。「地域との繋がりが深いこと」「地域に根差した取材力」が認められ弊社がオンライン構築を担う



取材活動を通じて地域連携が強固

# 常滑焼まつりDX大作戦

## 6. オンライン詳細

情報のバラバラ発信からポータル発信へ



### ブランディングの再定義

### 新サービスの創出・WEB販売

「つくる人・つたえる人・つかう人」にわけて常滑焼の魅力を発信

**つくる人**  
常滑焼に関する市指定無形文化財保持者の作陶技術とインタビューを動画配信

**つたえる人**  
常滑焼の伝統や陶芸作家の想いを伝える人ということで販売店舗を紹介

**つかう人**  
料理の盛り付けはセンスの見せ所。常滑焼の素敵なつかい方をレクチャー

■気に入った商品が自宅で購入可能  
■オフライン（販売店）の参考商品としても機能

急須、花器、皿などカテゴリ別で表示可能

お気に入りの作家がいる場合は、作家名で検索

各種クレジットカードや  
グーグルペイ、アップルペイ等、充実したキャッシュレス決済

## 公式SNS

常滑焼まつり  
作成者: 高田好 2020年9月23日

常滑焼まつり開幕まで、あと10日！！  
『第54回常滑焼まつり』の会場の一つである常滑市陶磁器会館に行ってきました。

常滑市陶磁器会館は、常滑焼の展示・販売・貸ギャラリー等を併設しています。また、やきもの散歩道のスタート地点であることから多くの観光客・買い物客の方々が訪れます。... もっと見る

- 常滑焼ファンと交流し“お祭り気分”を共有
- オフラインで発生した問題を迅速に情報展開

- 販売店周辺で交通渋滞発生  
⇒公共交通機関の利用をアナウンス
- 台風接近による開店の有無

## 7. 2020年の成果

- 実行委員会が行った購入者へのヒアリングによると「オンラインを参考にした」という声多数
- オンラインからオフラインへの流れを作り「常滑焼まつり」の経済効果 **1億円（前年比 約2倍）**
- 好評だったWEB販売は「常滑焼まつり」終了後も継続



## 8. 将来に向けて

- 2020年の販売データを分析し、効果的な戦略を立案・実行
- グルメや観光とリンクし、地域全体が潤う仕組みを構築
- ホームページを多言語化し、海外での販路拡大を狙う

