



有田焼を利用したオシャレなステッキ！

陶磁器製造業。有田焼の伝統のもと、当社の「磁器と異素材を接着させる技術」を活用して、有田焼を組み込んだオシャレなステッキ(ブランド名 KZ-arita)を開発した。日本の成熟した大人をより豊かにする、ステッキ文化が生まれることを目指した商品である。

業況等の動向について

異業種に参入した動機や経緯、きっかけ

KZ-arita は有田焼の伝統工芸技術と最先端の医用工学デザインが融合することで生まれた、機能と美しさを兼ね備えた、まったく新しいステッキである。ステッキの握り部分の下に、美しい有田焼の磁器がはめ込まれている。

これからは団塊の世代の高齢化もあり、社会の成熟化による、こだわり用品に対して関心が高まることを予想した。ステッキ文化が今後生まれ、めがねや帽子のように、ステッキもいろいろ変えて楽しむ時代を見越して事業に参入した。

販売は商社に任せているため、参入時のマーケティングは実施してはいない。

参入して最も成果のあったこと及び最も困難だったこと

成果のあったこととしては、デザイナーの川崎和男先生と提携できたこと。

困難だったのは、ステッキの流通業界は焼き物とまったく勝手が違い、どこに持って行って、どう売ったらいいかわからなかったことである。販売は、商社任せにせざるを得なかった。技術的には磁器の焼き物と異素材を組み合わせるので、磁器の焼き上がりの収縮率は計算できないし、割れる心配がある等、乗り越える問題があった。ひとつひとつクリアしていった。

業況等について

本業の業況としては横ばいである。今年前半、震災までは良かった。震災後は落ち込み、10月後半から盛り返し通年では例年並み。

新規参入事業に関しては、現在のところ売り上げはまだ余り上がっていない状況である。参入前の予想に反し、ステッキというと、特に男性は「まだ、杖をつくまで衰えていない」と介護用品として捉える感覚が強い。逆に女性の方が「ステキね」と、素直に受け入れてくれる。ステッキが文化として根付くのに時間がかかることを感じている。

今後の展望・見通し

今後は横ばいで推移するものと予想している。有田の焼き物は良かったことと比べれば十分の一以下になっている。器だけでやっていけないなら、いろいろな業種、いろいろな素材、例えば木、ステンレス、ガラス等とのコラボは進めて

いきたい。

メリット・デメリット

メリットとしてはマスコミに取り上げられ、福泉ブランドの知名度が増し、ブランド価値が高まったことである。

デメリットは先行投資が必要になることである。回収までに時間がかかるし、回収できないリスクも抱える。

異業種参入時のアドバイス

今回のステッキの場合、販売ということが後回しになってしまった。企画を立ち上げた段階で関係者に聞くなりして、マーケットの動向をつかみ、早い段階から販売の準備をしておく必要があったと思う。ものを作る場合、作り手の思いを伝えることが大事。ステッキ作りなら、とことんステッキに惚れ込んで、その思いを伝える。自分が作りたいものを作って、こういうふうに使ってくださいということを伝えていく。自社の方針の「夢と遊び」というところにこだわり、その原点を守るということを最優先にしてやってきた。

行政の支援について

異業種参入に際し、役に立った行政、支援機関の制度利用していない。

異業種参入に際し、行政に対して望む支援

この事業も3年かかっている。支援、助成の多くは単年度で終わってしまうものが多い。補助金、助成金が単年度単位ではなく、事業の全体にわたって支援するような制度を考えて欲しい。また紹介事業も展示会の開催だけでなく、実際に紹介をして、異業種を引き合わせ、かたちが整うまで関わってくれるような支援制度をもっと考えて欲しい。

会社概要

設立：昭和38年

資本金：3,000千円

従業員数：16名

URL：<http://www.fukusengama.co.jp/>