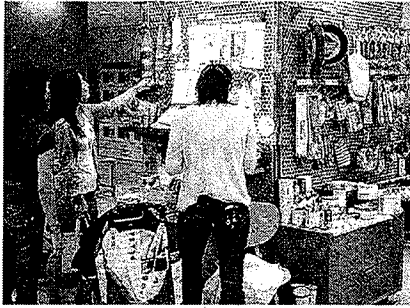


# 福井の異業種5社 共同で商品化



販売店を百貨店などに絞り込んで展開(東京・世田谷の高島屋玉川店)

## 売り方重視で販路広がる

モノづくりは得意だが、売るのは苦手……。福井県の製造業者の特徴として、しばしば引き合いに出される言葉だが、実は多くの中小企業に共通する課題でもある。そんな中、同県の異業種5社がデザイナーと組んで生み出した台所用品の販売が徐々に軌道に乗り始めた。「なぜ売れたのか」を中心に検証してみた。

### 台所用品46店に PR工夫「安売りはせず」

高島屋玉川店(東京・世田谷)内の雑貨店の一角に、しやれたデザインのお器、ステンレス製の小物、野菜を入れてつり下げるネット、ティール、食器棚などが並んでいる。店頭や商品タグにはブランド名「おいしきキッチン」の文字こそあるが、「福井」の表示は目立たない。

#### 東京中心に展開

このプロジェクトは、繊維の荒川レース工業(福井市)とネオテック(同)、金属加工の山内スプリング製作所(同)、高村刃物製作所(福井県越前市)、家具の福地(福井市)の異業種中小メーカー5社が参加し、昨年十一月に商品

販売を始めた。東京を中心とした百貨店やインテリア店などで展開し、現在までに取扱店舗は四十六店に拡大。平均月商は六百万円(出荷額ベース)と順調な滑り出し。来年三月までには取扱店を約二倍の百貨店に増やす計画だ。

#### 販路戦略を練った

「いかに売るか」に力点を置いた。販路開拓を担当するのが、印刷業のリンクコーポレーション(福井市)・博報堂系の会社でマーケティングの仕事に携わった二口誠一郎社長

が柴田氏らとともに販路戦略を練った。発売を前にした昨年十月、東京で開いた展示会には五百間でバイヤーなど累計七百人が来場した。著名デザイナーが手掛けたこの話題性を売りの露出も増やした。台所用品という商品群で売りを出したため、「コーナーを設けて販売できる点が百貨店のバイヤーに評価された。

#### 「安売りはしない」との方向性を打ち出した

「今回は初めに値段ありきのモノづくりになることを理解してほしい」。プロジェクトで商品デザインを統括するデザイナーの酒井俊彦氏は、個別企業と実際にやり取りするデザイナーに、こう呼び掛けた。売ること意識し、デザイナーの独りよがりにならないようにクギを刺したのだ。

ただ、販路は百貨店や中高額の価格帯を扱うセレクトショップに絞り、「安売りはしない」との方向性を打ち出した。「流通大手から取り扱いの打診を受けたが、断った」。

#### 「二口社長」と販売量だけを追わず

「二口社長」と販売量だけを追わず、販売量を明確にした。ブランドの存続・活性化に向け、リンクコーポレーションは新製品投入を急ぐ。フクビ化学工業などの参入が決まってお

り、参加メーカーは二〇〇六年度中に十三社まで拡大する見通し。福井銀行などが十月に共同開催する「F1ネット商談会」への出展も決まった。参加メーカーには新事業が名刺代わりになり、業を増やす好循環が生まれた。福地は著名デザイナーとの連携が知られ

#### 「二口社長」と販売量だけを追わず

「二口社長」と販売量だけを追わず、販売量を明確にした。ブランドの存続・活性化に向け、リンクコーポレーションは新製品投入を急ぐ。フクビ化学工業などの参入が決まってお

り、参加メーカーは二〇〇六年度中に十三社まで拡大する見通し。福井銀行などが十月に共同開催する「F1ネット商談会」への出展も決まった。参加メーカーには新事業が名刺代わりになり、業を増やす好循環が生まれた。福地は著名デザイナーとの連携が知られ

#### 「二口社長」と販売量だけを追わず

「二口社長」と販売量だけを追わず、販売量を明確にした。ブランドの存続・活性化に向け、リンクコーポレーションは新製品投入を急ぐ。フクビ化学工業などの参入が決まってお

り、参加メーカーは二〇〇六年度中に十三社まで拡大する見通し。福井銀行などが十月に共同開催する「F1ネット商談会」への出展も決まった。参加メーカーには新事業が名刺代わりになり、業を増やす好循環が生まれた。福地は著名デザイナーとの連携が知られ

の製造を手掛けてきたが、二〇〇二年に同県珠洲市の会社にけい漢土のレンガ製造をすべて移管した。レンガの製造技術を生かして、けい漢土製品の用途拡大につなげたいと考えた。