

|              |                    |             |              |
|--------------|--------------------|-------------|--------------|
| <b>3類型</b>   | 鋳工業品又は鋳工業品の生産に係る技術 | <b>通巻番号</b> | 1 - 19 - 004 |
| <b>地域資源名</b> | 小樽ガラス              | <b>認定日</b>  | 平成19年10月12日  |
| <b>地域</b>    | 北海道小樽市             | <b>所管省庁</b> | 経済産業省        |

**事業名: 小樽ガラスの技術を活用した着色・切子加工等を施した耐熱性硬質ガラス食器の開発**

会社名: 株式会社 深川硝子工芸  
 連絡先: TEL: 0134-31-3002  
 FAX: 0134-31-3003

所在地: 北海道小樽市有幌町2番3号  
 H P: <http://www.fukagawaglass.co.jp/>

**事業概要(新たな活用の視点)**

- ・硬質ガラスに着色、切子及びサンドブラストの技法を適用し、色とカットのデザインに富んだ耐熱機能を有する新用途のガラス食器を開発し、観光客を主たるターゲットとして提供する。
- ・小樽市は年間750万人の観光入込客数を有する観光都市であり、その名産品の代表がガラス工芸品である。
- ・ガラス製造・加工に関わる複数の技術要素を複合的に組み合わせてデザイン性に富んだ高度なガラス細工を提供することができるが、技術上の強みである。



【切子加工】

**売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)**

**競争力**

- ・着色や切子加工技術等を施し食事や喫茶等を楽しむことができるデザイン性に富んだ耐熱性ガラス食器の製造を行っている企業は、日本のみならず、世界中を探してもない。
- ・当社新商品を、既存硬質ガラス食器、パイレックス製食器、ソーダガラス製食器と比較すると、デザイン性、耐熱性、電子レンジ・食器洗機使用の3点全てをクリアするのは、当社新商品のみである。

**市場性**

- ・小樽市観光客動態調査によると、観光客の約49%が購入土産品として「ガラス工芸品」を挙げており、観光客の圧倒的な人気を誇っている。
- ・新商品の耐熱性硬質ガラス食器の開発は、販路として想定している市内有名ガラス器販売店の開発要請に基づいており、お客様のライフスタイルの変化に伴う新しいニーズに対応している。

**販路**

- ・ターゲットとするお客様は小樽市を訪れる観光客で、具体的には30代と40代以上の女性のセグメントを想定している。30代女性はガラス食器の雑貨、40代以上の女性はガラス食器の高級品を好む顧客層。
- ・新商品については、現在の販売先である市内有名ガラス器販売店を通じて販売を行い、販売先と市場ニーズに関する情報交換を積極的に行い協調して需要開拓に努める。

**地域資源における関係事業者との連携**

- ・「小樽でしか入手できない特産品」を創り出すことにより観光振興に資することが期待できる。近隣地域とは、研究開発者との連携(北海道立工業試験場)及び原材料供給者との連携(ブラックシリカ:北海道上ノ国町の地域産業資源)を図る。



【小樽切子グラス】



【試作品耐熱試験】