

3類型	鋳工業品	通巻番号	3-23-172
地域資源名	ガラス工芸品	認定日	平成24年2月3日
地域	神奈川県川崎市	所管省庁	経済産業省

事業名：かわさきガラス活用のお墓づくり・市場開拓を契機とした川崎ガラス工芸の活性化事業

会社名：株式会社沖セキ

所在地：川崎市川崎区砂子1-10-2

連絡先：TEL：044-221-1114
FAX：044-221-2233

H P：http://www.okiseki.com/

事業概要(新たな活用の視点)

川崎市には、日本最初のガラス工芸総合教育機関「東京ガラス工芸研究所」の設立等、ステンドグラスやサンドブラストなど様々な技法を保有する多数の工芸家が工房を置いている。しかし、近年の建築需要低迷等の影響も大きく、今後は工都川崎の地域条件を活かした“他産業とのコラボレーション”による販路拡大等、川崎ガラス工芸の活性化が大きな課題になっている。本事業では、ステンドグラスやキャスト等様々なガラス技法の融合と御影石の組み合わせにより、従来の石材中心の墓では実現できなかった素材感、色、柄を表現し、競争優位性の高い「かわさきガラスのお墓」の商品開発と市場開拓を進める。



【デザイン素案】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

お墓の購入で顧客が最も重視するポイントである材質、色、柄について、様々なガラス工芸技法を活用することにより、顧客毎のきめ細かいデザインニーズを実現し、競合品と比べて競争力の高い商品開発を進める。

◆市場性

首都圏の50~70代世帯をターゲット顧客とする。この顧客層は、「家の墓」ではなく「個人の墓」を選ぶ嗜好が特に強く、従来の和型(三段墓等)に限らず、素材、色、柄など多様な購入ニーズを持っており、市場開拓の余地が多く、今後の成長が見込める市場である。価格やパーツ選択等の面で競合品・類似品に比べて差別化できる商品を提供することで、新たな需要の開拓と市場ニーズに合致した販売展開が期待できる。

◆販路

沖セキの強みである首都圏石材店ルートを活用し、対面販売により、顧客の声にきめ細かく対応する。また、各ガラス工房の協力を得ることで、ガラスに関心の高い工芸教室の生徒やエンドユーザーなどへの販売展開を検討する。



【ガラスとの組合せ例】

地域資源における関係事業者との連携

当社、市内ガラス工房、川崎市、川崎市産業振興財団をメンバーとする『メモリアルガラス研究会』を設立し、定期的な研究会の開催や顧客情報の収集・共有化等に取り組む。かわさきガラスを活用したお墓づくりと川崎ガラス工芸の活性化に向けて、地域が一体となって事業の推進を図る。また、本事業を契機として、川崎ガラス工芸の存在価値を高め、墓石以外の工業分野との連携にも取り組む。