

| | | | |
|-------|------|------|-------------|
| 3類型 | 鋳工業品 | 通巻番号 | 4-27-009 |
| 地域資源名 | 高岡銅器 | 認定日 | 平成27年10月21日 |
| 地域 | 高岡市 | 所管省庁 | 経済産業省 |

**事業名：高岡銅器を活用した、インテリア機能と祭祀機能を有する
自社ブランド仏具「Sotto」の製造・販売事業**

会社名：瀬尾製作所 株式会社

所在地：富山県高岡市戸出栄町40-5

連絡先：TEL：0766-63-5000

H P：http://www.seo-mill.com/

FAX：0766-63-5002

事業概要

・住宅建築の洋風化や核家族化、マンション・アパート等への住空間の変化に伴い、仏壇を置く場所が無くなり、仏壇・仏具の需要も減少傾向にある。このような住環境の変化によって現代仏壇や小型仏壇のニーズが高まってきている中、本製品は高岡銅器の鍛造技術を活用して、インテリア機能と祭祀機能を持つ仏具を開発。省スペース、ポータビリティといった機能を併せ持ち、「生活空間にそっと溶け込み故人と身近に寄り添う事が出来る仏具」となっている。

Potterin(ポタリン)



Cering(チェリング)

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・デザイン性の高い仏具は既に市場に出ているが、それらの仏具は仏壇または仏具を飾る台に置く事を前提とした仏具である。そしてその機能はあくまでも仏具としての商品である。しかし、当社の商品は普段の生活の中では一輪挿しとしてのインテリア機能を発揮する商品等であり、コンパクトに収納できるという特色を有している点で類似商品との競争力に優る。

◆市場性

・宗教用具の工業統計(2013年)全事業所製造出荷額は44,291百万と大きな市場規模を維持している。また、漆塗の大型金仏壇から小型で現代的な仏壇へのニーズが高まる中、コンパクトでインテリアとしての機能を有する本事業仏具へのニーズがあると見込む。

◆販路

・既存販路の仏壇・仏具店に加えて新たな販路開拓を行い、ターゲットとする客層への需要開拓を図っていく。新たなに開拓する販路は、ライフスタイル商品を扱う小売店(百貨店やセレクトショップ)、カタログ通信販売等を想定している。

地域における関係事業者等との連携

・商品のデザイン改良や新商品開発については地域内外のデザイナーや富山県総合デザインセンターと連携開発するほか、販路開拓面では、高岡市、高岡商工会議所、富山県の支援機関と連携してきており、今後も継続的に連携していく。