

グループ名： **リビングデザイン東京**
ー作り手のこだわりを世界へー

グループ参加企業：家具製造業6社

事業実施テーマ「家具製造業グループの販路開拓事業」

【背景と目的、概要】

「リビングデザイン東京」プロジェクトは、東京都家具工業組合が主体となり、平成20年に関東経済産業局及び日本商工会議所が主催する「JAPAN ブランド育成支援事業プロジェクト」として採択され発足しました。

東京には量産メーカーがないため、家具の産地として認識されていませんが、大消費地に立地しているため、商業施設や企業向けの特注家具メーカーが集まっています。こうした地域の特性と江戸気質を受け継ぐ東京人の感性を活かした家具づくりのために、インテリア業界でも著名なデザイナーやプロデューサーを招き、プロジェクトを推進しています。

グループ参加6社は、全てオーダー家具製造業者であり、従来から、繁忙期と閑散期の仕事量の差が激しく、業務量の均一化が課題になっていました。また、年々、売上高、粗利高が減少しているため、今後は、高い技術力を生かした最高の木製家具を製作してハイエンド市場をターゲットとしたい意向を持っていました。そのために6社が連携して、それぞれの強みを生かした販路開拓を実践するための展示会への出展計画を策定し、実現化することを目的として、平成24年度グループ戦略策定・展開支援事業（計画策定支援事業）を利用するとともに、平成25年度において、計画実施支援事業による助成を受け、展示会出展を実現しました。



【取組の内容】

グループ各社は、オーダー家具製造業者として、受注先は設計事務所、デパート等の下請業務が殆どであり、営業力がなく、自ら売り込むことが困難な状況にありました。一方で、高い技術力と東京という地域の特性、江戸気質を受け継ぐ東京人の感性を活かした家具づくりへのこだわりを持っています。こういった点をPRする場として展示会に出展し、認知度を高め、受注獲得に結びつけるとともに、販売促進を図るための連携先として、国内外の販売代理店と家具製品を取り扱う設計事務所との連携を模索しました。具体的には、専門家の指導のもと、SWOT分析によりグループ各社の強み、弱みを出し合い、「販路開拓がな

「必要であるのか」を基礎から明確にし、展示会へ企画立案・出展先、展示内容、出展製品（tobi 製品）の絞り込みを行いました。いくつかの展示会候補の中から、2013年6月開催の「第4回 DESIGN TOKYO 東京デザイン製品展」（会場：東京ビックサイト）へ出展する計画を策定し、出展後の販路拡大に向けたB to BやB to Cでの販売ルート確立へのスケジュール調整もおこなわれました。

策定した事業計画を基に、平成25年度グループ戦略策定・展開支援事業（計画実施支援事業）の助成金（100万円・補助率1/2）を活用し、2013年6月26日（水）～28日（金）に東京ビックサイトにおいて開催された「第4回 DESIGN TOKYO 東京デザイン製品展」に出展し、総来場者70,192名、当小間にも相当数の来場者があり、多くの来場者に感心を持っていただき、また、同時に多大な宣伝効果がありました。



〔第4回 DESIGN TOKYO 東京デザイン製品展 展示ブース〕

【成果】

展示会出展に向けた計画策定段階では、専門家の指導の下、グループ構成員の意識がひとつにまとまり、新たな販路開拓に向けた道筋を描き出すことに成功しました。また、グループのコンセプトに合致した展示会に出展することができ、期待以上の宣伝効果が得られました。また、この展示会を通じて、国内外より多数の引き合いがありました。具体的には、ロシアより3名が来日して、工場見学も含め、20アイテム位を選定して、帰国後、デザイナーと打ち合わせた後、発注をいただけることになりました。ドバイよりは、現地法人のドバイショールームに tobi 製品のスペースを開設したいとの依頼がありました。また、在日英国人より個人用に商談が成立しました。その他、設計事務所、個人宅等の相談があり、その後フォローすることとなり、計画の策定と出展は大成功となりました。