

高岡銅器の伝統とデザインを融合した製品 着実な販売活動で国内外の広域へ展開

1897年創業の真鍮鋳物メーカー。高岡銅器の代表的な仏具「輪灯」などの仏具製造で長い歴史をもつ。近年の住宅の洋風化や生活様式の変化に伴い、仏具以外の製品への展開を図ってきた。具体的には、鋳物の素材感を活かしつつデザイン性を加えた独自の製品企画・製造（真鍮の生活用品ブランドの「FUTAGAMI」、建築金物ブランド「MATUREWARE」等）を開始し、現在では同部門が売上の約9割を占める。取引先は小売店が主で、国内約500社に加え、国外35ヶ国におよぶ。

- | | | | |
|----------|---|--------|---------|
| ● 所在地 | 富山県高岡市長慶寺1000 | ● 設立 | 1897年 |
| ● 電話/FAX | 0766-23-8531 / 0766-26-5614 | ● 資本金 | 1,000万円 |
| ● URL | http://www.futagami-imono.co.jp/ | ● 従業員数 | 22人 |
| ● 代表者 | 代表取締役社長 二上 利博 | | |



需要獲得

着実な海外展開戦略により、現在は35ヶ国へ商品を輸出

高岡銅器の産地の特徴として製造・加工部門では工程別（原型づくり、鋳造、仕上げ加工、着色）の分業体制が確立している。同社は、原型づくりの工程内製化（業者が小規模で後継者難の状態にあったことに起因）を検討し、富山県総合デザインセンターでモデリングマシンを借用したプログラミング技術等の指導を受けた。その後、2013年にものづくり補助金を活用し、原型づくりのためのモデリングマシンを導入。新商品の開発・試作・投入サイクルが迅速化し、セミオーダー品の生産効率も大幅に向上した。



高岡銅器の技術が詰まった鍋敷き「銀河」「星」

デザイナーへの権限委譲によるブランド力向上

同社は、デザイナーに対する権限移譲の仕組にも特徴がある。一般的に、製品デザイナーの権限範囲は製品のみで、契約形態も製品毎となるケースが多い。対して同社はデザイナーとブランドトータルで契約しており、デザイナーは同社と密にコミュニケーションを図って一緒に試行錯誤しながら、ブランドに対するあらゆる活動（Webサイトの構築やワークショップのプロデュースも含めた活動）に携わる。これによってブランドイメージの一貫性と製品づくりの徹底したこだわりが双発的に生まれ、成長を助長した。



同社が主催するワークショップ

デザインセンターと補助金の活用による、内製化と効率化

同社は、その需要を背景に早くから海外進出を検討し、規格（北米へ電気照明などを販売する際に必要）の取得、海外からの問い合わせ窓口たる協力会社の立ち上げ等を行った。海外への訴求手段として大規模な展示会を活用せず、あえて小規模の企画展などを対象国・地域で行ってきた。取引先選定の基準は、同社の考えや商品に対するこだわりを共有でき、また信頼できる取引先であることに重点を置いている。現在は製品を35ヶ国に輸出販売し、海外販売がブランド部門の売上の15%を占める。



2016年にニューヨークの店舗で開催した展示会

ものづくり