

ウォーターリンドのデザイン開発と販路開拓支援

【相手先企業】

株式会社 石のイイジマ

【目的】

真壁町、大和村一帯は墓石日本一として知られているが、不況と価格競争で石工品の出荷額は最盛期の2分の1以下、売上高は3分の1に激減している。地場産業として危機的な状況から脱するため「プロダクト・アウト」から「マーケット・イン」へ切り替え、生活者を優先したデザイン開発を支援した。

【内容】

1. ウォーターリンド

ウォーターリンドは石板の凹凸により川のせせらぎのような効果を与えるものである。ガーデニングや園芸ブームの中、石材を使ったモダンインテリアとして市場を先行できる可能性があると考えた。

2. デザイン開発

デザインを民間委託し、3×4商品開発プログラムにより行った。このプログラムはヒト・顧客・モノ・製品・バ・市場の3要素を4ステップで12ブロックをシステムチックに行うものである。

3. 実演 PR

市場導入に備え、各種展示会で実演 PR した。一般向けには県民まつり（茨城県庁）、商業用としてジャパンホームショー、ホテル・レストランショー（東京ビックサイト）などで販売促進を行った。



【成果】

経営の三要素は「ヒト・モノ・カネ」と言われるが、中小企業にとっては十分に整っていないのが実状である。この支援では製品（ウォーターリンド）に対し、人材（デザイン民間会社）を登用し、資金投入（県補助制度）によりマーケット・イン発想の商品を開発することができ、ブランド戦略として大いに有効であることが実証できた。

基礎となった事業：デザイン開発支援事業

担当部署：デザイン開発部