

～伝統技法を応用した「オリイブルー」で新分野開拓～

実施年度	令和2～4年度
事業名	活性化事業（需要開拓）

工 芸 品	高岡銅器（富山県）
指 定 の 内 容	https://kougeihin.jp/craft/0708/

産地の課題

○高岡銅器製造に従事する職人が、30年前に比べ1/4に減少し、売上高も右肩下がり。人材確保と収益基盤の拡充が喫緊の課題。

○縮小する既存市場から、新事業分野の開拓が不可欠と考え、建築・インテリア分野への進出を決意。

<会社概要>

設立：平成20年（昭和25年創業）
資本金：300万円 従業員：15名
創業以来、伝統技術を受け継ぎ、仏像、梵鐘、茶道具や美術工芸品に至るまで、さまざまな鋳造品の着色を手がける。

= メッセージ =

常に挑戦する気持ちをもって前進する、「モメンタム」にはそんな意味が込められています。先人の伝統着色技法を応用して新しい伝統工芸の価値を生み出し、建築建材やファッションなど他業種・他産地とのコラボレーションを積極的に展開しています。

▶ <https://www.mf-orii.co.jp/>

補助事業の内容

▶ 高岡銅器の着色技法を応用した新商品を試作 商品開発数(R2-3)：計39件



- ①アートパネルは社長デザインによる一点もの
- ②デザイナー吉田甫氏（HAJIME YOSHIDA ARCHITECTURE）と共同プロジェクトで照明やアートピースを製作・展示した
- ③高岡銅器の素材感、美しい発色を再現したワンピース

▶ 建築建材、インテリア業界の国内外展示会に出展 商談数(R2-3)：計250件以上



- ①建築建材展では、アートパネルを中心に魅せる展示
- ②パリやシドニーでは、現地パートナーと組み個展を開催

具体的なエピソード

～ワンピース開発秘話～

ワンピースの開発では、シルク、サテン、綿など生地により発色にばらつきが出てしまい、外注先の生地屋と何度もやりとりを重ねました。事業実施後に百貨店で開催した「ORII FABRICS」デビューイベントでは、華々しい売上・・・とはいかなかったものの、異分野との掛け合わせは話題性があり、高岡銅器の認知度アップに貢献しています。

～海外の現地パートナーとの出会い～

シドニーの個展は、国内の展示会で出会った、海外に日本の工芸品を紹介する企業（(合)Simply Native）の協力で実現。このように、次の展開につながる出会いが生まれるので、展示会には継続的に出展しています。

～ウィズコロナでのチャレンジ～

R3年度は、非対面型ビジネスモデルの確立に向け、映像制作会社（(株)クリエイティブアイズ）の協力の下、[バーチャルショールーム]を試行。工場やショッパが画面上に再現され、製造工程の動画や商品情報がワンクリックで閲覧でき、海外バイヤーへの強力な訴求ツールとなりました。

～補助事業の事務～

国の事務マニュアルどおり、時系列での経理書類整理や、随契理由書など、不慣れな作業が多く大変でした。申請資料の作成業務は、初期には商工会、銀行、コンサルタントから支援を受けて行いましたが、現在は社員1名で行っています。