

事業実施状況調

【事業内容】

事業名	【販路開拓事業】 新しい供養のカタチ「～庵治石・身近な祈り～あい」製作
具体的内容	<p>「新しい供養のカタチ」を提案するために、庵治石製の手元供養墓「nagi(ナギ)」を製作・PRすることで、地場産業である庵治石・石材産業の振興を図りました。当初は商品名を「あい」とする予定でしたが、瀬戸内海の穏やかさをイメージし、より商品にマッチした名前に、ということで「nagi(なぎ)」変更いたしました。</p> <p>その具体的な提案の場所が「第4回エンディング産業展・第2回ジャパンストーンショー」でした。</p> <p>このイベントは3日間で24,972名が来場された供養産業業界では最大規模の展示会で、庵治石製品のPRおよび、新商品の発表の場としては、最高の舞台でした。 ※詳細別紙参照</p>
実施場所	東京ビッグサイト(東7ホール) 東京都江東区有明3丁目11-1
実施期間	<p>【チラシ作成】平成30年7月10日(火) 打ち合わせ 7月17日(火) 写真撮影 7月31日(火) 校了・印刷</p> <p>【展示会出展】平成30年8月22日(水)～24日(金)</p> <p>【チラシ配布】平成30年8月22日(水)～12月27日(木)</p>
効果及び課題	<p>供養業界は現在多様化しており、石を使ったお墓の比率が縮小しています。344社の出展数の中でも「石材」のブースは20社程度で関心の低さが伺えました。しかし、「庵治石」は全国的にもブランド価値の高い石材ですので、多くの方が興味をもってブースに立ち寄ってくれました。nagiは女性にとっても好評で、担当者の説明にかなり関心を持って下さった方が多かったです。しかし、手元供養などの類似商品も多く、もっと庵治石の知名度を向上させることと、商品の独自性、完成度を高める必要があると感じました。また小さな商品ゆえに、もう少し人目に付く展示方法や広報活動が必要であったと思います。しかし、新規顧客の開発や庵治石墓石の受注にもつながり、一定の成果も出ましたので、継続してPRしていければと感じました。</p>