

コロナ社会対応ビジネスモデル創造事業補助金実績報告（公開用）

令和3年2月28日

項目	内容
事業者名	会社名：株式会社世界文化リテイリング 代表取締役社長・氏名：中澤智子
補助事業テーマ	コロナ社会に対応した「京指物」の通販新規商品開発
事業実施期間	令和2年10月12日～令和3年2月28日
事業の目的	<ol style="list-style-type: none"> ① 2月末までの売上目標 400万円。 ② 開発商品の受注状況を基に、富裕層女性の新ニーズを掘り起こす。 ③ 開発商品を継続販売することでブランド化を目指します。
事業の実績 (成果)	<ol style="list-style-type: none"> ① コロナ社会への対応を踏まえたアドバイザーの意見や弊社顧客の傾向に基づき、試作品を製作。具体的な仕様を検討し、計5点を商品開発。開発の過程や商品の特徴及び使用例を取材、撮影して1月5日受注開始のカタログに掲載し、顧客68000人に配布、受注し販売。2月25日現在の売上は、185万3500円。 ② 京指物の特性を生かした実用品は、高価であっても、購入のニーズがあることがわかりました。京都のイメージと結びつきやすい、日本文化(お茶、着物など)に関連する商品も売れやすいと分析します。 ③ 既にダイニング茶箱と携帯用正座椅子に関しては追加を依頼中。他商品も在庫があるものは、カタログのほか、様々な販売チャンネルを通じて受注を図り、家庭画報×京指物のブランドイメージの定着を図ります。
今後の展望	<p>・コロナで変化した市場では、店舗等で直接販売よりも、通販やリモートによる接客などが定着している。その意味で、商品の付加価値が高い京指物は、リモート上に販売拠点と接客拠点があれば、海外市場も含め潜在顧客は多い。</p> <p>・消費者が京指物に期待するプロダクトを各職人に伝えるプロデューサー(マッチング)の存在が業界活性化の処方箋と考える。プロデューサーによる商品の選定やお客様へのアピールを前提に、フルオーダーあるいはセミオーダーの「こんなものが作れます」という注文を取っていくシステムをWEB上に設けて、サンプル確認→納期確認→受注決済→制作依頼→完成品チェック→納品→アフターサービス(顧客管理)という一気通貫の運用が可能になれば、実用的な工芸品として、売上を伸ばすことができると考える。そのためには、継続的なPR及びニーズの調査が必要だが、WEBによる工芸品のオーダーのプラットフォームができれば、京都産業の新たな事業モデルにもなりえる。</p>

