

有限公司

# 富岡商店

樺細工製造・販売

## 会社概要

**沿革** 創業以来、国内の百貨店やギフト商社を中心に樺細工製品を販売。2012年に開催されたドイツの国際見本市「アンビエンテ」出展を機に、海外展開を開始。主に海外有名ブランド企業と取引。

**所在地** 秋田県仙北市 **創業** 1975年 **業種** 樺細工製造・販売

**資本金** 500万円 **従業員数** 8名 **ホームページ** <https://tomioka-shoten.com/>

## 初の国際見本市で受注が決定!

2008年に策定した企業理念の中には「世界に類を見ない一層一層ともいいうべきクラフトの価値を国内外で広く世界に発信したい」と記した時から、富岡浩樹社長は海外での事業展開を考えていた。契機となったのは、2011年の東日本大震災。三陸地方に納入した商品が津波被害に遭い、その後も商売の動きは鈍かった。そこで富岡社長は、デザイナーと共に海外市場を見据えた商品開発を始めたことになった。

2012年2月、当社は、ドイツのフランクフルトで開催された国際見本市「アンビエンテ」に、海外向けに開発した30点の商品を携えて初出展を果たす。アンビエンテは、毎年14万人の来場者を誇る世界最大級の見本市だ。

「テーブルウェア系に強い見本市と聞いて出展しました。バイヤーの方々は、出展企業の基盤ややる気を量るために、3回ほど出展しないと商談は成立しないと言われていました」

ところが、初出展でフランスの有名ブランドのバイヤーから、曲げわっぱに樺細工を組み合わせたトレイ大小6

個ずつの引き合いがあった。

その後も、2ヶ月ごとに追加で受注を受けた。「秋田杉と桜の皮のコントラストがきれいで、驚くほど軽くて使いやすい」というのが選ばれた理由だという。



カラフルな帯がモダンな茶筒「Join」

それ以来、同ブランドとの取引は続いている。パリの本店だけでなく、同ブランドが展開するホーム部門でも取引が拡大。現在では、ロンドン、マドリード、カンヌ、ソウル、銀座、北京などのブティックで取り扱われている。有名ブランドが求める高い品質に応えることが、継続取引につながっている。

「ブランドのバイヤーからは『手作りであることは理解しているが、完璧を求める』と最初に言われました。品質

のいいものを、納期を守って作るという基本を徹底し、社内で厳しく品質管理のチェックを行っているため、トラブルなどはありません」

また、EUの他企業とのネットワークも広がりつつある。かつて仕事で関わった磁器ブランドのアートディレクターが、金属加工メーカーに転職。同ディレクターの要望で、金属と樺細工を組み合わせたドアノブの試作品を作成し、ロンドンの見本市へ出展したところ、高い注目を集め、世界的なホテルチェーンに採用される可能性が出てきたという。



山桜の樹皮の表情を生かす職人の技

2015年には、経済産業省の地方発クールジャパンプロジェクト「The Wonder 500」に当社の商品が選定されたことをきっかけに、日本公庫の海外展開・事業再編資金を利用。商品開発や、見本市出展のための資金として活用している。

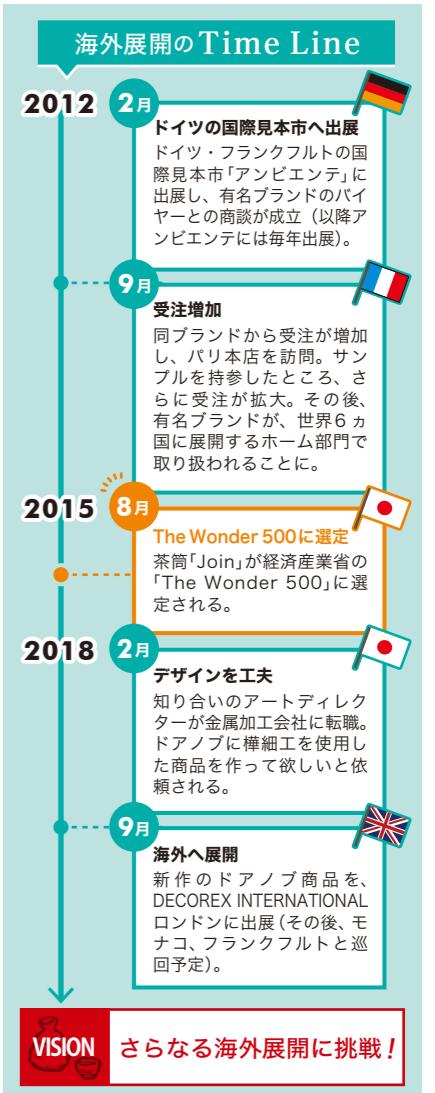
## 桜=JAPANというイメージも強み

「樺細工の素材は桜の皮。桜=JAPANとイメージがつながることも強みです。美しい桜の樹皮を生かした商品は海外では珍しく、希少性が高い。その価値を理解してくれるパートナーと組むことで、樺細工の商品価値を維持することができると思っていました」

順調に海外展開が進んでいるとはいえ、売上に占める海外販売の割合はまだ1割程度。新商品を開発しながら、さらなる事業展開を模索中だ。



直営店では伝統的な樺細工やモダンな商品を販売



## Interview » 我が社の“イズム”

とみおか こうき  
富岡 浩樹氏 ◆代表取締役社長

しっかりとものづくりをやってきた日本企業であれば、海外でも十分通用すると思います。海外に進出すると決めたなら、まずはやってみることです。商習慣は国によって異なりますので、自社のスタンスを決めて、ぶれずに貫くことが大切だと思います。数量や支払条件など、先方の言うとおりに合わせていたら、いつか無理が生じる気がします。また、信頼できる販売ルートやネットワークを活用することも大事です。



2012年の初出展以降、毎年「アンビエンテ」に出品。その際はクラブアントリーアーも欠かさない。パリを拠点に、鉄道でイギリスやオランダに日帰り出張することも。