

Case.20

福岡県大川市

主力産業である家具関連産業に関する分析

大川市の概要

大川市は、福岡県の南西部、佐賀県との県境に位置し、福岡県の久留米市、大木町、柳川市および佐賀県の佐賀市、神埼市に隣接している。

市の最大の特徴は、480年の歴史を誇る家具産業を中心としたインテリア産業の集積である。九州最大の一級河川である筑後川の河口に位置し、木材の産地である大分県の日田から川を下ってくる木材の集積地として発展してきたことや、有明海へ向かう交通の要衝として重要な役割を果たし、船の製造や修理をする木工技術を有した船大工が多く存在していたこと等を背景に、「大川家具」が生まれたとされる。

市でつくられた家具や建具が一堂に集結する「大川木工まつり」では、大川家具の展示・販売のほか、家具が当たる抽選会や木工教室等が開かれ、訪れる人を楽しませている。

また、家具産業をはじめとした匠の技を観光に結び付けようとする取組も行われている。家具の職人体験を軸に、市の優れたものづくりの技や魅力に触れる「マイスターツーリズム」を推進している。

市内にはこのほか、大川市出身の偉大な作曲家・古賀政男の偉業を称えた「古賀政男記念館」、国の重要文化財で約1800年前に創建されたと伝わる神功皇后ゆかりの神社「風浪宮」、日本で現存する最古の昇開式可動鉄橋「筑後川昇開橋」等の魅力的な観光スポットが存在する。

福岡県における位置



主要データ

人 口	34,838人（平成27年国勢調査）
面 積	33.62km ² （平成27年全国都道府県市区町村別面積調）
事業所数	2,427事業所（平成26年経済センサス－基礎調査）
従業者数	16,677人（平成26年経済センサス－基礎調査）
第1次産業	81人（平成26年経済センサス－基礎調査）
第2次産業	5,121人（平成26年経済センサス－基礎調査）
第3次産業	11,475人（平成26年経済センサス－基礎調査）
製造品出荷額等	46,278百万円（平成26年工業統計調査）
観光入込客数	714千人（平成26年福岡県観光入込客推計調査）

主力産業である家具関連産業に関する分析

利活用事例の全体像 施策立案型

活用の背景

大川市は家具関連産業を基幹産業としているが、生産額はピーク時から大きく落ち込んでいる。再び活気を取り戻すには、従来から中心となっているBtoBに加え、大川家具の一般消費者への認知度向上やブランド化の推進によるBtoCビジネスの強化が必要と考え、これを実現するための施策を検討するにあたって現状分析を行った。

分析 1 市内産業の構造
(産業構造マップー全産業の構造、製造業の構造)

分析 2 国内の家具産地の特化係数
(産業構造マップー稼ぐ力分析)

分析 3 家具関連産業の地域間比較
(産業構造マップー製造業の比較)

分析 4 市内産業の影響力および感応度
(地域経済循環マップー生産分析)

課題の見える化

- 家具・装備品製造業は市の基幹産業であるが、過去からの推移をみると、事業所数等は国内の他の家具産地より大きく減少している。
- 家具関連産業は市内の他の産業に与える影響が大きいと、家具関連産業の衰退が地域全体の活力の低下につながるおそれがある。

以上より、家具関連産業の衰退に歯止めをかけ、維持、発展のための施策を検討する必要性を認識し、さらに分析を進めた。

分析 5 家具関連産業の販路
(独自分析)

分析 6 家具・装備品製造業の労働生産性の地域間比較
(産業構造マップー労働生産性(企業単位))

分析 7 大川家具に関するアンケート
(独自分析)

分析 8 市内の滞在人口
(まちづくりマップー滞在人口率)

得られた示唆と課題解決のための施策案

- 家具・装備品製造業を強化することが、家具関連産業全体の底上げにつながると考えられる。
- 国内の他の家具産地に比べ全国に広く販売先を有しているが、BtoB主体であることから付加価値額の増加や認知度の向上にはつながっていないため、労働生産性が低くなっていると考えられる。
- 一般消費者が重視する「デザイン」「品質」「ブランド」等において、大川家具は他の国内産地より低位となっている。
- 平日に来訪者が多いことを踏まえたPRや、施設の充実等を図る必要がある。

次の施策によって大川家具の一般消費者への認知度向上やブランド化を図り、BtoCビジネスを強化していく。

- 大川家具や観光の情報を集約して発信する「大川市マイスターツーリズム拠点施設」を整備する。
- 首都圏や海外における展示会の開催等により、大川家具のブランディングを促進する。

活用の背景

大川市は、家具や建具等の産業が集積するまちであるが、安価な輸入家具の台頭や生活様式の変化により、家具産業の生産額は1991年の1,268億円をピークに減少を続け、2014年度時点では312億円まで落ち込んでいる^{※1}。

また、製材、金具、建具等の工程ごとに事業者の専業・分業化が進んでいるため、バイヤー向けのBtoBのビジネス形態をメインとしており、店頭では「大川家具」として売り出されることが少ない。そのため、一般消費者にとっては「大川家具」を購入しているとの認識がなく、家具産地としての「大川」の認知度は低い。

市はこのような課題認識に基づき、改めて家具関連産業の振興を図るためには、従来の主力であるバイヤー向けのBtoBビジネスに加え、一般消費者向けのBtoCビジネスの強化が必要と考えた。そして、これを実現するための具体的な施策の検討にあたり、家具関連産業の現状分析を行った。

1: 経済産業省「工業統計調査」。

分析① 市内産業の構造（産業構造マップ）

大川市における家具関連産業の位置付けを確認するため、市内産業の構造を分析した。

図1は、市内産業（中分類）を事業所数（事業所単位）の多い順に示したものである。これを見ると、「家具・装備品製造業」が439事業所で最多となっており、2番目に多い「飲食店」（161事業所）を大きく上回っていることが分かる。また、「木材・木製品製造業」は、139事業所となっており、5番目に多いことが分かる。

図2は、市内製造業（中分類）を製造品出荷額等の多い順に示したものである。これを見ると、「家具・装備品製造業」の割合は圧倒的に大きく、「木材・木製品製造業」が次いでおり、この2産業を合わせると全体の8割以上を占めていることが分かる。

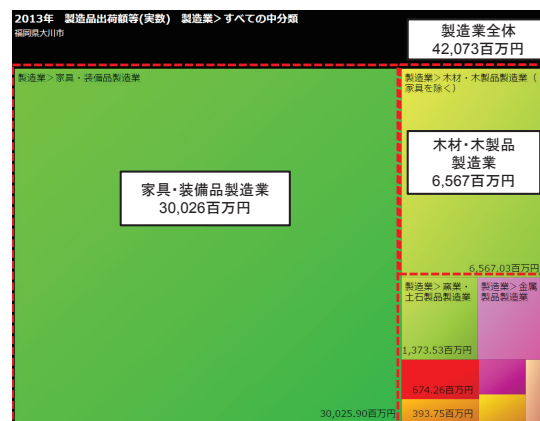
以上より、家具関連産業は、市の基幹産業であることが改めて分かった。

（図1）産業構造マップ 全産業の構造
（事業所数(事業所単位)）[2014年]



- 産業構造マップ>全産業の構造>「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択>「表示内容を指定する」で「事業所数（事業所単位）」を選択>「表示分類を指定する」で「中分類で見る」を選択

（図2）産業構造マップ 製造業の構造
（製造品出荷額等）[2013年]



- 産業構造マップ>製造業の構造>「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択>「表示内容を指定する」で「製造品出荷額等で表示する」を選択

Point!

家具関連産業は市の基幹産業であることを確認した

分析② 国内の家具産地の特化係数（産業構造マップ）

大川市の家具関連産業の現状を、他地域との比較により分析するため、まず、比較対象とする地域を決定する分析を行った。

図3は、「家具・装備品製造業」および同産業と関連が深い「木材・木製品製造業」の付加価値額および従業者数の特化係数（全国水準=1）について、国内の家具産地として有名な北海道旭川市、広島県府中市、岐阜県高山市および静岡県静岡市と大川市を比較したものである。これをみると、すべての比較自治体において、特化係数の市内順位が上位となっていることが分かる。

以上より、市の認識に基づき抽出した比較対象候補の自治体において、それらの家具関連産業が主力産業であることを客観的なデータから裏付けられたため、これらの自治体を比較対象として分析を進める。

（図3）産業構造マップ 稼ぐ力分析（特化係数）[2012年]

比較自治体：福岡県大川市、北海道旭川市、広島県府中市、岐阜県高山市、静岡県静岡市

家具・装備品製造業

	付加価値額	市内順位	従業者数	市内順位
福岡県大川市	69.92	1	62.24	1
北海道旭川市	3.04	2	3.05	1
広島県府中市	12.88	3	15.04	2
岐阜県高山市	15.25	1	10.22	1
静岡県静岡市	2.63	1	2.57	2

木材・木製品製造業

	付加価値額	市内順位	従業者数	市内順位
福岡県大川市	23.34	2	25.15	2
北海道旭川市	7.12	1	2.77	2
広島県府中市	11.55	4	11.09	4
岐阜県高山市	2.72	2	3.16	2
静岡県静岡市	1.69	2	1.75	3

●産業構造マップ>稼ぐ力分析>グラフ分析>データをダウンロード により得たデータを基に大川市作成

Point!

国内の有名家具産地における家具関連産業の特化の度合いを確認した

分析③ 家具関連産業の地域間比較（産業構造マップ）

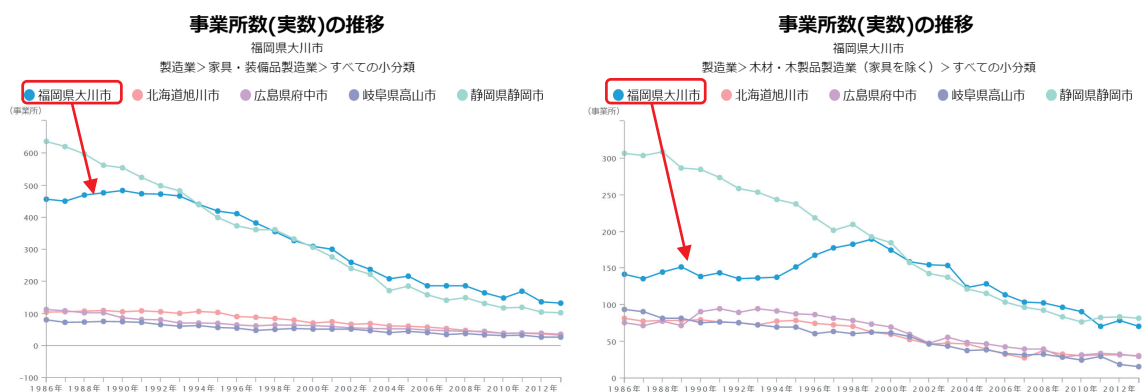
分析②で抽出した自治体を比較対象として、家具関連産業の推移を比較分析した。

図4は、「家具・装備品製造業」および「木材・木製品製造業」の事業所数、常用従業者数、製造品出荷額等（実数）および1事業所当たりの製造品出荷額等の推移を、大川市と4自治体で比較したものである。このうち、まず「家具・装備品製造業」をみると、大川市の事業所数、常用従業者数および製造品出荷額等（実数）は、4自治体よりも大きな値となっているものの、減少幅も大きいことが分かる。また、1事業所当たりの製造品出荷額等は中位にとどまることから、製造の専業・分業化等により規模の小さな事業所が多いことが推察される。一方、「木材・木製品製造業」をみると、「家具・装備品製造業」に比べ減少幅は小さいものの、それぞれの項目で同様に減少傾向にあることが分かる。

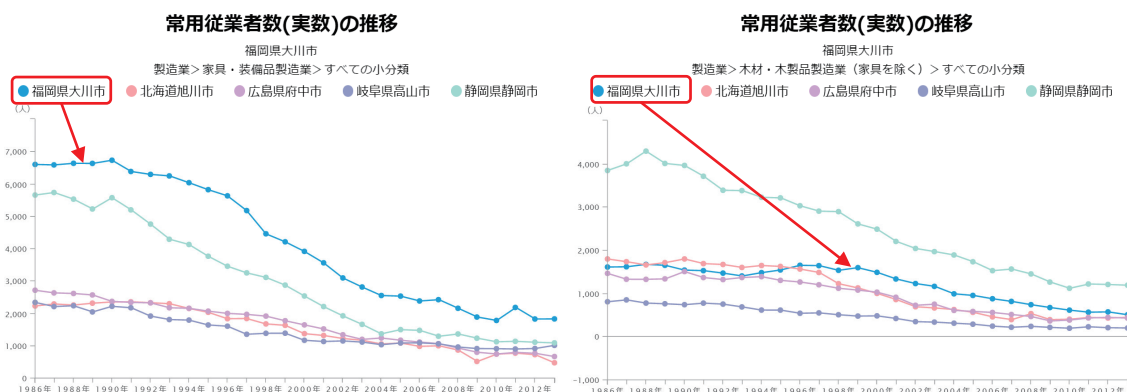
以上より、大川市の「家具・装備品製造業」の事業所数、常用事業者数および製造品出荷額等（実数）は、他地域よりも減少幅が大きく、これに伴って同産業と深い関連を有する「木材・木製品製造業」も、同様に減少傾向にあると考えられる。

（図4）産業構造マップ 製造業の比較（左：家具・装備品製造業、右：木材・木製品製造業）
[1986年～2013年]

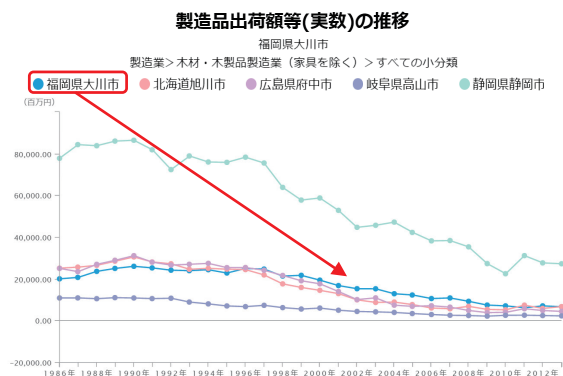
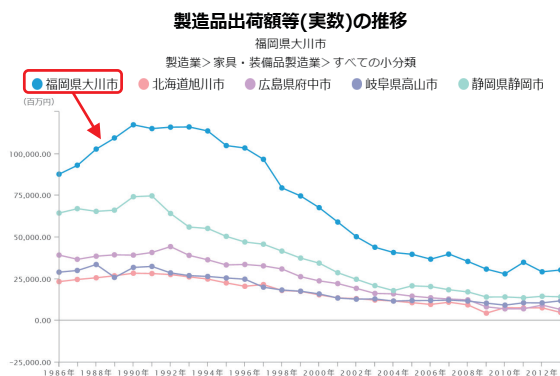
比較自治体：福岡県大川市、北海道旭川市、広島県府中市、岐阜県高山市、静岡県静岡市



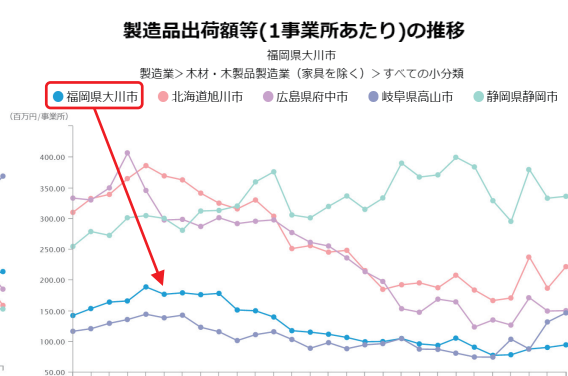
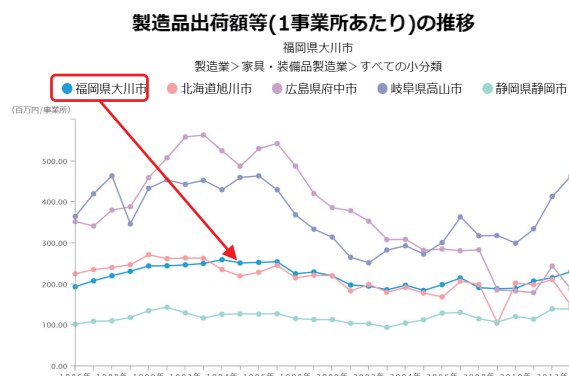
●産業構造マップ>製造業の比較>「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択>「表示産業を指定する」の中分類で表示産業を選択>時系列グラフで分析>「比較地域を追加する」で比較対象自治体を追加



●産業構造マップ>製造業の比較>「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択>「表示する内容を指定する」で「常用従業者数で表示する」を選択>「表示産業を指定する」の中分類で表示産業を選択>時系列グラフで分析>「比較地域を追加する」で比較対象自治体を追加



- 産業構造マップ>製造業の比較>「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択>「表示する内容を指定する」で「製造品出荷額等で表示する」を選択>「表示産業を指定する」の中分類で表示産業を選択>時系列グラフで分析>「比較地域を追加する」で比較対象自治体を追加



- 産業構造マップ>製造業の比較>「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択>「表示する内容を指定する」で「製造品出荷額等で表示する」を選択>「表示単位を指定する」で「1事業所あたりで表示する」を選択>「表示産業を指定する」の中分類で表示産業を選択>時系列グラフで分析>「比較地域を追加する」で比較対象自治体を追加

Point!

大川市の家具関連産業は、他地域よりも大幅に縮小している

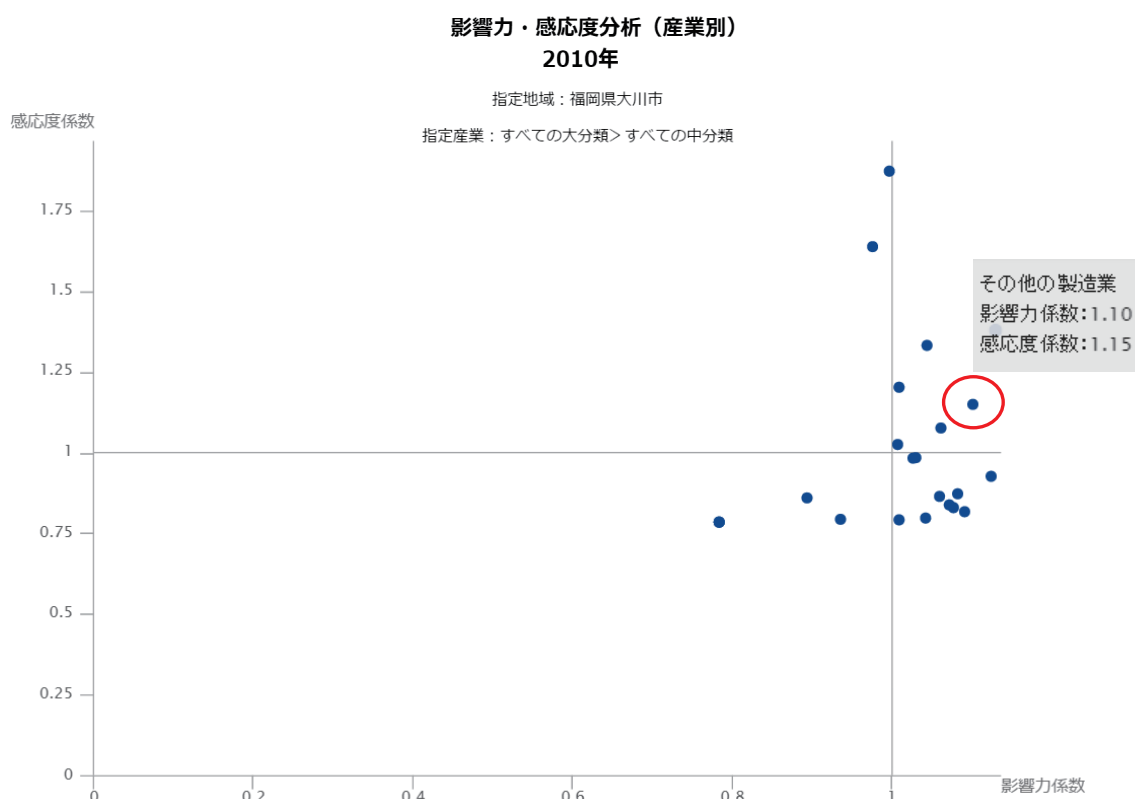
分析④ 市内産業の影響力および感応度（地域経済循環マップ）

次に、家具関連産業が市内産業全体に与える影響を分析した。

図5は、市内産業の影響力係数^{※2}および感応度係数^{※3}を散布図上に示したものである。このうち、家具関連産業が属する「その他の製造業^{※4}」に着目すると、影響力係数は1.10で、市内産業で2番目に高くなっていることが分かる。家具関連産業が盛んな大川市では、「その他の製造業」の大部分を「家具」および「製材・木製品」が占めていると考えられる。

以上より、家具関連産業がさらに衰退すると、市内産業全体に影響が及び、地域の活力が失われるおそれがあることが分かった。

（図5）地域経済循環マップ 生産分析〔2010年〕



●地域経済循環マップ＞生産分析＞「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択＞影響力・感応度分析

Point!

家具関連産業が衰退すると、地域全体の活力が失われるおそれがある

- 2: ある産業に対する需要が全産業に与える影響の度合いを示す係数で、係数の値が大きいほど他産業に対する影響力が大きいということを示す指標である。
- 3: 全産業に対する新たな需要による特定の産業の感応度を示す係数で、係数の値が大きいほど他産業から受ける影響が大きいということを示す指標である。
- 4: 精密機械、衣服・身回品、製材・木製品、家具、印刷、皮革・皮革製品、ゴム製品およびその他の製造業が含まれる。なお、本分析の産業分類は、地域経済計算および地域産業連関表の産業分類を基に分類している。

課題の見える化

「家具・装備品製造業」は、大川市の基幹産業であることが改めて分かった。しかし、国内の有名な家具産地と比較すると、同産業の事業所数、常用従業者数および製造品出荷額等の減少幅は大きく、同産業と関連の深い「木材・木製品製造業」の減少にもつながっていることが推察された。また、家具関連産業は市内の他の産業に与える影響も大きく、家具関連産業がさらに衰退すると、地域全体の活力が失われるおそれがあることが分かった。

これらを踏まえ、家具関連産業のこれ以上の衰退に歯止めをかけ、維持、発展を図っていくことの必要性を認識した。

家具関連産業の振興に向けた施策のあり方を探るため、さらに分析を進めた。

分析⑤ 家具関連産業の販路（独自分析）

大川市の家具関連産業の販路について分析した。

まず、独自データを基に、「家具・装備品製造業」および「木材・木製品製造業」の販売がどのような地域に対して行われているかをみたところ、「家具・装備品製造業」は全国的に販売先を有しているのに対し、「木材・木製品製造業」は販売先が限定的であることが分かった。

したがって、市の「木材・木製品製造業」は、市内の「家具・装備品製造業」との取引に特化していると推察されることから、「家具・装備品製造業」の振興を図ることが、家具関連産業全体、ひいては市内産業の牽引につながると考えられる。

また、独自データを基に、大川市および4自治体（北海道旭川市、広島県府中市、岐阜県高山市および静岡県静岡市）の「家具・装備品製造業」の販売先となっている自治体の数をみたところ、大川市が最も多いことが分かった。

以上より、大川市の「家具・装備品製造業」は4自治体と比較しても多数の販売地域を有しており、家具のブランド化や品質向上等を進め商品価値を向上させることができれば、販売金額の大きな増加が期待できることが分かった。一方、現状はBtoBの取引が中心であるため、販売地域の多様さが必ずしも付加価値額の増加や認知度の向上にはつながっていないと考えられる。

Point!

大川市の「家具・装備品製造業」は、他地域に比べ多くの販売地域を有している

分析⑥ 家具・装備品製造業の労働生産性の地域間比較（産業構造マップ）

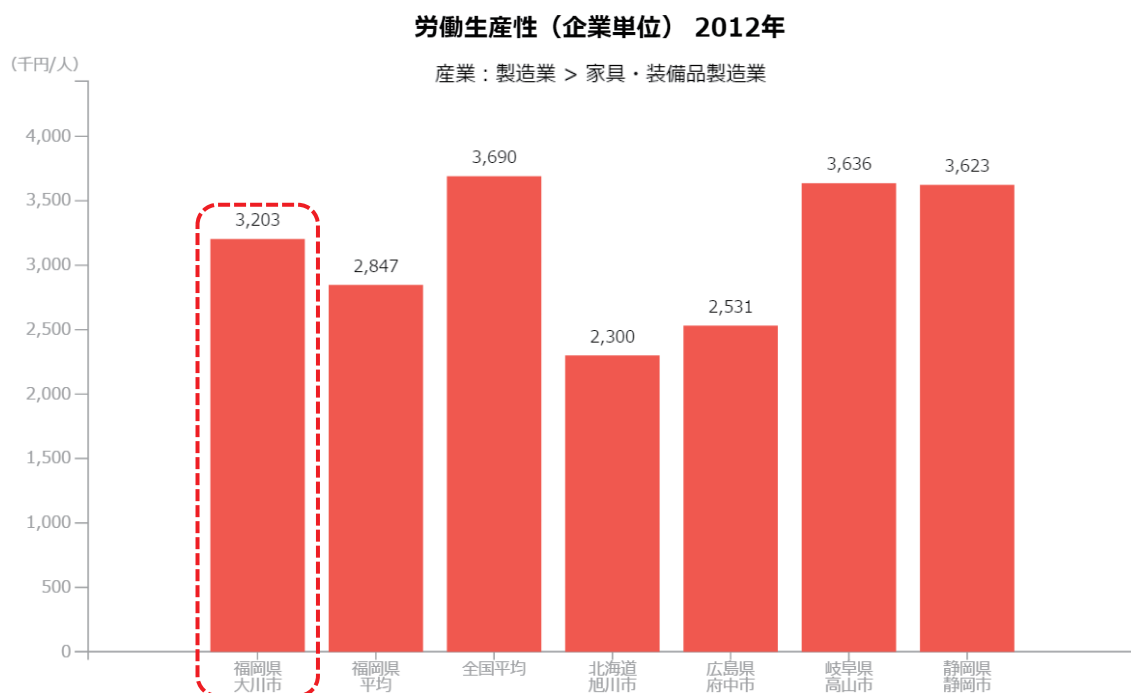
労働生産性の面からも、地域間の比較分析を行った。

図6は、大川市および4自治体の「家具・装備品製造業」の労働生産性を比較したものである。これをみると、大川市は比較5自治体の中で3番目の水準であり、全国平均を下回っていることが分かる。

以上より、大川市の「家具・装備品製造業」は規模の小さい事業所が多く BtoB ビジネスによる下請け構造が中心であるため、独自の価格設定やデザイン等による付加価値額の増加が難しく、このことが労働生産性の低さにつながっていると推察される。BtoC ビジネスの強化や大川家具のブランド化推進等によって付加価値額を増加させることにより、労働生産性の向上やさらなる家具関連産業の発展の可能性があると考えられる。

（図6）産業構造マップ 労働生産性（企業単位）[2012年]

比較自治体：福岡県大川市、北海道旭川市、広島県府中市、岐阜県高山市、静岡県静岡市



- 産業構造マップ>労働生産性（企業単位）>「表示レベルを指定する」で「市区町村単位で表示する」を選択>「表示産業を指定する」の大分類で「製造業」、中分類で「家具・装備品製造業」を選択>グラフを表示>「比較地域を追加する」で比較対象自治体を追加

Point!

大川市の「家具・装備品製造業」の労働生産性は比較的低い

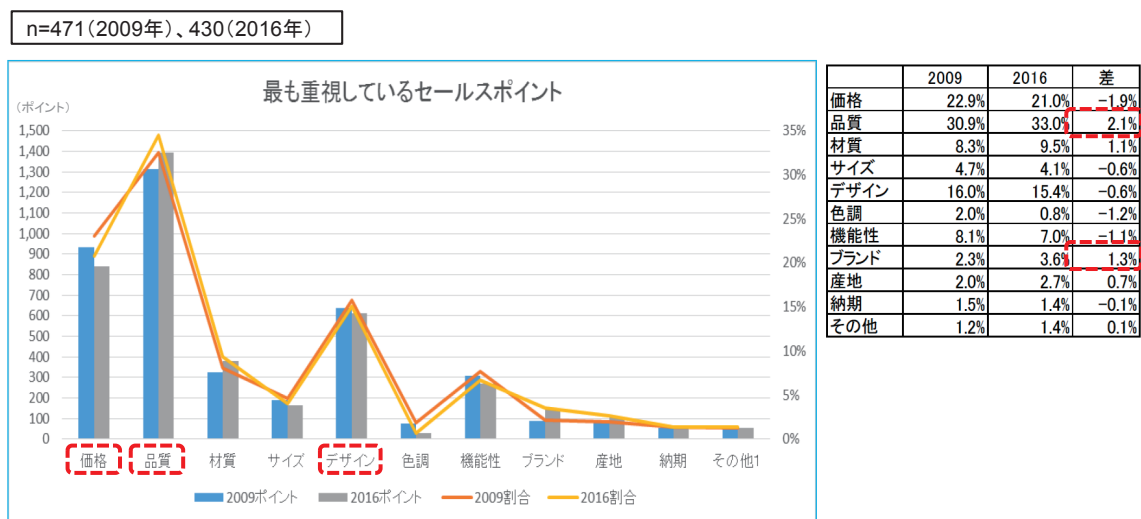
分析⑦ 大川家具に関するアンケート（独自分析）

BtoCの強化に向けて、一般消費者に近い家具小売店の立場からみた大川家具の位置付けをアンケート結果により分析した。

図7は全国の家具小売店が最も重視しているセールスポイントについて、図8は大川家具の商品性について、図9は大川家具のポジショニングについて、アンケートの結果を示したものである。これをみると、家具小売店は「価格」、「品質」および「デザイン」を重視する傾向にあり、2009年と2016年の差をみると、「品質」や「ブランド」を重視する割合が増加していることが分かる。また、大川家具の商品性に関する評価は、「デザイン」を除き改善傾向にあるが、他産地と比較したポジショニングは2009年から大きな変動はなく、「品質」、「デザイン」、「ブランド力」等において、国内産地より低位であることが分かる。

以上より、近年の一般消費者は「価格」に加え「品質」、「デザイン」、「ブランド」等を重視する傾向にあると考えられるものの、大川家具はこれらの項目について悪化あるいはわずかな改善にとどまっており、他の国内産地よりも低位となっているため、これらを向上させるための取組が必要であることが分かった。

（図7）全国の家具小売店が最も重視しているセールスポイント [2009年、2016年]



●大川信用金庫「大川家具に関するアンケート調査結果」

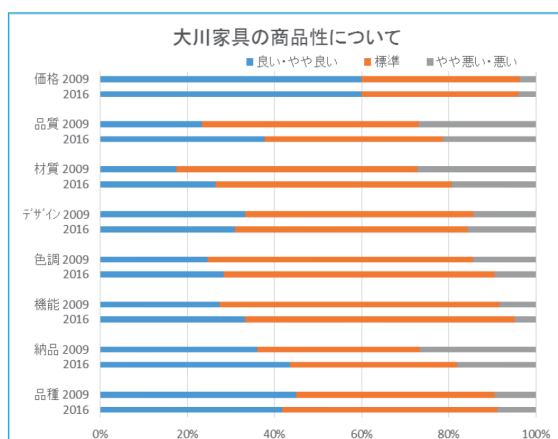
（注）1位から3位を選択する回答方式により実施し、1位に5ポイント、2位に3ポイント、3位に1ポイントを付して集計している。

割合（％）は、総ポイントに占める獲得ポイントの比率を示している。

2009年と2016年の回答数が異なるため、2016年のポイント数に係数を乗じ、総ポイント数が均衡するよう調整を行っている。

(図8) 大川家具の商品性 [2009年、2016年]

n=471(2009年)、430(2016年)

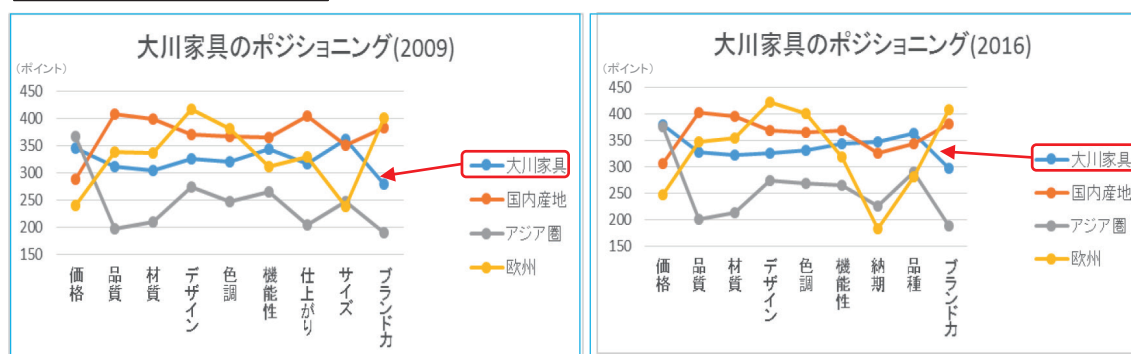


		良い	やや良い	標準	やや悪い	悪い
価格	2009	36.4%	23.6%	36.2%	3.5%	0.3%
	2016	33.0%	27.0%	35.9%	3.0%	1.1%
品質	2009	8.3%	15.1%	49.6%	22.9%	4.0%
	2016	10.9%	26.8%	40.9%	19.2%	2.2%
材質	2009	5.1%	12.3%	55.3%	23.9%	3.3%
	2016	6.5%	19.9%	54.2%	16.6%	2.7%
デザイン	2009	7.6%	25.8%	52.3%	13.1%	1.3%
	2016	4.4%	26.7%	53.7%	12.6%	3.0%
色調	2009	6.0%	18.6%	60.9%	13.1%	1.3%
	2016	3.7%	24.7%	62.2%	7.1%	2.3%
機能	2009	7.9%	19.6%	64.1%	7.3%	1.1%
	2016	6.8%	26.5%	62.0%	4.2%	0.6%
納品	2009	14.5%	21.5%	37.4%	18.0%	8.6%
	2016	18.9%	24.8%	38.3%	11.8%	6.2%
品種	2009	20.4%	24.6%	45.6%	8.3%	1.1%
	2016	18.3%	23.5%	49.3%	8.0%	0.9%

● 大川信用金庫「大川家具に関するアンケート調査結果」

(図9) 大川家具のポジショニング [2009年、2016年]

n=471(2009年)、430(2016年)



● 大川信用金庫「大川家具に関するアンケート調査結果」

(注)「良い」「やや良い」「ふつう」「やや悪い」「悪い」の中から一つを選択する回答方式により実施し、「良い」に2ポイント、「やや良い」に1ポイント、「やや悪い」に-1ポイント、「悪い」に-2ポイントを付して集計している。

2009年と2016年の回答数が異なるため、2016年のポイント数に係数を乗じ、総ポイント数が均衡するよう調整を行っている。

Point!

「品質」「デザイン」「ブランド」等の向上に向けた取組が必要である

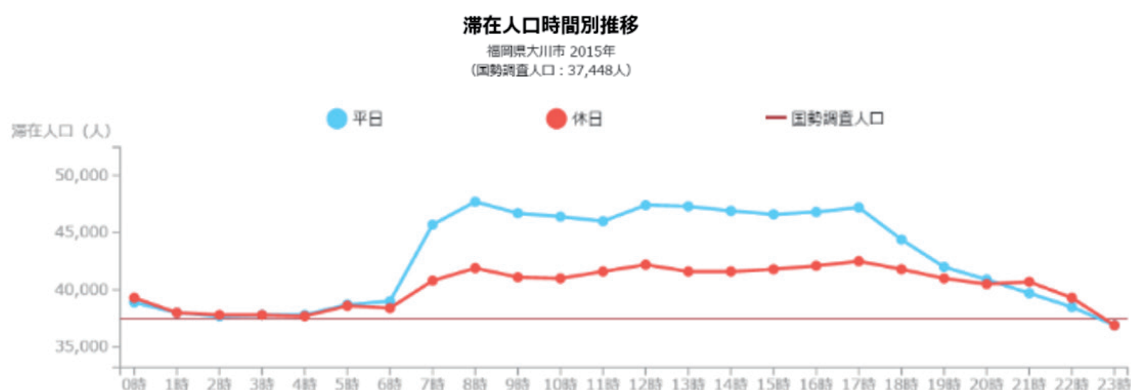
分析⑧ 市内の滞在人口（まちづくりマップ）

家具産業を観光資源として活用し、一般消費者に対する大川家具の認知度向上やBtoCビジネスの強化を実現させる可能性を検討するため、大川市の観光に関する分析を行った。

図10は、2015年における市内の滞在人口の時間別推移を示したものである。これをみると、日中の滞在人口は休日よりも平日の方が多くなっていることが分かる。これは、市内に教育機関や医療機関が立地している影響と推察される。

以上より、通常、観光地の滞在人口は休日の方が多くなる傾向にあるため、市の観光地としての魅力は、十分に伝わっていないと考えられる。一方、平日の滞在人口は多いため、平日に市を訪れる人に家具をPRしたり、家具に関する施設の充実等を図ることで大川家具との接点を生み出したりすることによって、観光地としての魅力や大川家具の認知度の向上につながると考えられる。

（図10）まちづくりマップ 滞在人口率 [2015年]



●まちづくりマップ>滞在人口率>「表示年月を指定する」で「2015年」を選択>グラフを表示
(注) 2017年2月におけるRESAS第2次リリース前のマップであり、現時点の内容とは一致しない。

Point!

平日に市を訪れる人に家具のPR等を行うことで、認知度向上につながると考えられる

得られた示唆と課題解決のための施策案

大川市の家具関連産業の販路に関する分析から、「家具・装備品製造業」を強化することが、家具関連産業全体の底上げにつながると考えられる。また、大川市の「家具・装備品製造業」は全国の有名家具産地に比べ、日本全国に広く販路を有していることが分かった。一方で、現状はBtoBの取引が中心となっているため、販路が多いにもかかわらず付加価値額の増加や認知度の向上につながっておらず、労働生産性が低い一因になっていると考えられる。また、全国の家具小売店を対象にしたアンケートの結果から、大川家具の品質やブランド等に対するイメージは他の国内産地を下回っていることが分かった。

また、市内には、休日より平日の方が多くの人々が訪れているため、観光地としての魅力は十分に伝わっていないと考えられるが、平日に訪れる人に対する家具のPRや、来訪者と大川家具の接点となるような施設の充実を図ることにより、大川家具の認知度向上やBtoCビジネスの強化、家具産業を活かした観光地としての魅力向上につながると考えられる。

これらを踏まえ、市は従来のBtoBに加えてBtoCの強化を図るため、次の施策を進めていく予定である。

- 市内に点在する家具・インテリア関連施設や観光施設、飲食店等の情報提供や、木工製作体験イベントの開催等を行う「大川市マイスターツーリズム拠点施設」を整備する。
- 首都圏や海外における展示会の開催等により、大川家具のブランディングを促進する。

市はこれらの施策により、大川家具の認知度やブランド力の向上、それに伴う家具産業の発展を期待している。また、観光客の増加および滞在時間の延長による消費の拡大を図り、地域経済全体の活性化につなげたいと考えている。



■大川市マイスターツーリズム拠点施設 イメージ図

利活用の現場から ―大川市 インテリア課―

国内有数の家具産地でありながら、認知度の低さに課題を感じていたという大川市。RESASを活用した分析により、課題解決のためにどのような方向性を見出したのか、担当部署にお話を伺った。

時代の変化に対応した家具産業へ

大川市は、国内有数の家具産業の集積地ですが、海外から安い家具の輸入が増えて価格競争に巻き込まれたことや、ライフスタイルの変化によって大川家具が得意としてきた婚礼家具やダンス等の需要が落ち込んだことにより、事業所数や生産額は1991年をピークに減少を続けてきました。こうした時代や環境の変化に対応するためには、これまで中心だったバイヤー向けのBtoBに加え、一般消費者へ向けた高付加価値の商品の販売にも力を入れることが必要と考え、これまでも業界団体と協力してのプロモーション活動や、ふるさと納税の返礼品としての活用を行うなど、PRを図ってきました。これらの取組を一層強化し、より多くの人に「大川家具」の存在を知ってもらい、そして購入していただけるよう、今回の施策の検討を行いました。



■ RESASを見ながら打合せを行う市職員

RESASがもたらした様々な視点

大川市の産業の中心が家具産業であるということは、当然、分析を行う前から分かってはいました。しかし、例えば国内の他の有名な家具産地と比べた場合の現状はどうなのかといったことは、従来の統計調査やヒアリングでも十分に把握できなかった部分ですので、これまではどうしても肌感的な部分に頼らざるを得なかったのです。それが今回、RESASの分析によって、客観的なデータに基づき

可視化することができました。特に、全国と比較した特化係数がこれほど高いことには驚きましたね。

消費者に「大川家具」を知ってほしい

大川家具の認知度に課題があるとはいいいながらも、実は以前から、「大川家具はどこで買えるのか」といった問合せが観光協会等に寄せられることもしばしばありました。そこから、市内の家具産業や観光の情報を集約する拠点施設をつくり、家具メーカーのショールームや木工工房への誘導を図ることで、BtoCの販売や大川家具の認知度および付加価値向上につなげるという施策アイデアが生まれたのです。

また、RESASの分析からも分かるように、市の家具産業の事業所数は、他の産地よりも急速に減少しています。こうした中で、大川家具を一般消費者に選択してもらうためには、デザインや品質の向上を図るだけでなく、知名度向上やブランディングの促進が欠かせないことを改めて認識し、具体的な取組を進めています。例えば、米国の音楽の祭典「グラミー賞」のタレントラウンジにおいて、大川家具の技術で作成された組立式茶室を展示し、ハリウッドのセレブや関係者から購入への関心を持ってもらうことができました。また、首都圏においては、著名なクリエイターと連携した展示会を開催し、大川家具の魅力を発信しました。RESASによる現状の可視化は、こうした施策の意思決定の強力な後押しになったと感じています。



■ グラミー賞のタレントラウンジに展示された組立式茶室