

[機構について](#) > [情報提供活動](#) > [動画で見る企業事例「企業未来！チャレンジ21」](#) > [2003年放送分](#) > 11月1日放送分 仏壇をリニューアル～ライフスタイルに合わせ大胆に～

11月1日放送分 仏壇をリニューアル～ライフスタイルに合わせ大胆に～

11月1日 (TX・TVO・TSC)

2日 (TVA・TVH・OX・TVQ・RCC・TVQ・OTV)

3日 (BSJ)

伝統的な仏壇業界に異業種から後発参入した大阪府の株式会社八木研(資本金6,750万円、従業員数78名)は、現代人のライフスタイルの変化をいち早く捉え、「宗教や宗派にとらわれずに自由に個人を想う、“祈りの場”を提供する」というコンセプトによる家具調「現代仏壇」で新しい需要の発掘に成功した。製品作りに、販売方法に、更に店作りにと、次々と既成概念を打ち破る同社の挑戦的な取り組みを追う。

仏壇をリニューアル

～ライフスタイルに合わせ大胆に～

[視聴覚教材No. TV15-31](#)

[動画配信中\(新規ウインドウ\)](#)



銀座のとある店を訪れた志垣さん。店の奥に並んでいる商品はなんでしょう？

この店を経営する(株)八木研の八木社長。実はここ、仏壇屋さん。イメージと違いますか？





これが従来の仏壇。



そして、こちらが八木研の仏壇。現代家屋のリビングでも置けるデザインにしている。

他にも今までの仏壇のイメージを覆すものがいっぱい。このおしゃれな仏壇はイタリア製。



(株)八木研は約20年前に仏壇業界に進出した。「当時、仏壇業界は非常に遅れた業界。ハイテク産業への進出と比較した結果、先代社長は仏壇業界への進出を決めた。」という。

進んだ業界で戦うのか
遅れた業界で戦うのか



仏壇業界に進出するにあたっては、業界

の既成概念にとらわれず、顧客ニーズを聞いて企画し、製造はアウトソーシングするといったように、進んだ業界の手法を持ち込んだ。

そうして生まれた仏壇を"自由仏壇"として発表。

競争の少ない業界に進んだ業界の手法を持ち込む



外見は家具調ながら、中味は従来の仏壇と同じデザインの自由仏壇は1年間に3台しか売れなかった。

しかし、あきらめずにコンセプトを練り直した結果、完成したのが"現代仏壇"。

"現代仏壇"は、外見からも中味からも従来の仏壇のイメージを払拭。現在のライフスタイルに合わせて思い切り変えたところがうけて、大ヒットした。

自由な発想でリニューアル



自由な発想で仏壇のリニューアルをする八木社長の強い味方がデザイナーの千田氏。「仏壇業界のルネッサンスを狙った。まだまだ、仏壇は進化する。」と力強く語る。

直営店第一号。仏壇業界では珍しく、定価の開示やお客様の好みにあった仏壇作りを行っている。

早速志垣さんも販売員の中村さんと好みの仏壇作りにトライ。



そうして出来上がった仏壇は、仏具をベネチアングラスにして華やかさを演出したものの。

志垣さん独自のコーディネートが見える。

「当社が扱っているのは人生最後の記念日のための商品。これからは結婚式や金婚式など全ての人生の記念日にふさわしい商品を提供したい。」と八木社長は今後のビジョンを語った。



[ひとつ上の階層へ](#)

[利用規約](#) [法的事項](#) [プライバシーポリシー](#)

Copyright©2007 Organization for Small & Medium Enterprises and Regional Innovation, JAPAN