

## 事例 事例2-2-6：株式会社太田煙火製造所

## 「支援機関のサポートを受け、クラウドファンディングを活用し、ブランド価値の向上と顧客の獲得を実現した企業」

愛知県岡崎市の株式会社太田煙火製造所（従業員2名、資本金1,000万円）は、1928年に創業した、おもちゃ花火の製造業者である。

日本で販売される花火の9割以上が海外産とされるなか、太田恒司社長は、江戸時代から続く三河の花火文化を守るため、国産にこだわった花火づくりを続けた。特に看板商品「ドラゴン」は原材料から製造に至る全ての工程を国内で作り続けてきたが、火薬や材料費の高騰から採算確保が難しくなり、2008年に「ドラゴン」の生産を中止するなど苦しい状況となった。

状況の好転を模索する中、太田社長は、テレビで見たクラウドファンディングを活用して資金調達を行えば、製造コストが高い国産花火を低価格で販売できるのではないかと考えた。しかし、具体的な進め方が分からなかったため、チラシで見た岡崎市ビジネスサポートセンター「OKa-Biz」へ相談した。OKa-Bizの相談員と話し合う中で、これまでは意識していなかったが、同社の強みは知名度の高い「ドラゴン」のブランドにあるという気付きを得た。国産花火を安売り

するのではなく、クラウドファンディングを活用し、「ドラゴン」を復活させるプロジェクトを行うことを決断した。

OKa-Bizの支援のもとで、クラウドファンディングのWEBサイトへの掲載文章等を考えた。純国産花火の窮状を伝え、復刻版「ドラゴン」を国産花火復活の代名詞とし、2016年7月より「ドラゴン」製造の支援を募集した。当初の調達目標額は60万円と設定したものの、瞬く間に目標額を超え、最終的には207万円（345%）の調達に成功し、想定よりも大規模に復刻版「ドラゴン」を製造することができた。また、30～50代男性が主な「ドラゴン」の支援者であるという実態もデータで掴むことができ、新たな商品開発等につなげていきたいという。

「クラウドファンディングは、少ないコストで、メッセージを発信でき、小規模事業者にとって活用しやすい取組だと気付きました。SNSやHP等も活用し、積極的に情報発信をしていきます。今後は、純国産花火や日本の花火文化を伝え残していくプロジェクトに取り組んでいきたいです。」と太田社長は語る。



太田恒司社長



ドラゴンシリーズ