

とやまから世界へ

地場産業の海外進出「デザインカ」

さまざまな伝統産業や地場産業が受け継がれている富山県。その魅力あるものづくりを現代のマーケットに合わせてブラッシュアップし、世界市場をめざす企業も少なくない。前号に続き、海外進出の経験を培うメーカー各社に、出展のスタンスやそこで得られた経験などを語っていただいた。今号は高岡市にある(有)モメンタム・ファクトリーと(株)タカタレムノス、富山市の(株)タニハタ、南砺市の(株)松井機業をご紹介します。

設問：①直近の海外出展実績

②出品アイテムに対する反応、成果

③デザインの観点からみた海外進出



自社のオリジナル技術を武器に、 デザイン&成果品を追求

(有)モメンタムファクトリー・Orii (高岡銅器着色メーカー、高岡市)

①2013年5月、「ニューヨーク国際家具見本市 (ICFF)」に出展

11月、「上海100%デザイン」富山県の産品関連ブースに出展

12月、「上海ギフトショー」富山県の産品関連ブースに出展

②ICFFは3年連続出展。銅・真鍮の素材から発色する建築素材として壁面装飾・サンプル板を数多く出展した。初年度2011年より、世界各国に拠点を持つ設計事務所などから多数の反応があったが、すぐに物件が決まる商談は少なかった。2年目には、マテリアルコネクションNYに拠点をもち世界9か国で展開している会員制の施設にサンプル板を常設。そして3年目に、NYのレンタルオフィスの壁面に物件として初めて納品することができた。建築分野は、引き合いがあってから商談までの時間がかかること、輸送コストなどのハードルがあることを痛感した。現在はNYマンハッタンとシアトル在住の邦人と契約し、現地営業を進める予定。上海では、時計や壁花器などのクラフト品を出展し、引き合いが数多くあった。今後どのように展開していくかを模索中である。

③海外でプロダクトとして出展・進出するには、非常に大きな壁があると感じている。日本独特の従来から変わらぬトラディショナルな品物か、今までになかった和モダンのデザインが要求されるのであろう。中途半端なデザインでは歯が立たないと思う。建築の部分で言うと、素材感と弊社オリジナル発色の技術を武器にデザイン・成果物を一緒に作り上げていく方向で展開していくべきであると感じた。



文化的な背景や価値観をプレゼンできる 商品企画が重要

(株)タカタレムノス (インテリア時計製造メーカー、高岡市)

①2013年2月、フランクフルトの「アンビエンテ 2013」

8月、「NY NOW」に出展

2014年2月、「NY NOW」およびフランクフルトの「アンビエンテ 2014」に出展

②主力商品である掛時計、置時計を主として、アルミニウム、錫製のテーブルウェアを出展した。独自ブランドの出展としては、「NY NOW」「アンビエンテ」とも2回目となるが、初回より格段に認知度が高まり、手ごたえを感じている。会社として、より独自性を出せる出展形式をとることと、同じ場所で継続して出展することが重要ではないかと考える。

③ビジネスとしてデザインの独自性が重要とするならば、マーケットを拡げて行くことが付いて回る。その意味では、広く海外にマーケットを求めて行くことは必然だろう。文化的な背景や価値観をプレゼンテーションできる商品企画、デザインが重要だと思う。今のところは、イベント的なプレゼンテーションの場からは離れるように心がけている。

人間の根源的な感性に訴えるデザインを

(株)タニハタ（組子欄間メーカー、富山市）

①2012年5月、「ニューヨーク国際現代家具見本市（ICFF）」に出展

②組子（くみこ）製品（組子間仕切り、引き戸）を展示し、ウェブサイトを通じた組子製品販売や、外資系企業への組子製品販売の開始、代理店の確立などの成果を得た。

③ザ・リッツ・カールトン（ホテル）、スターバックス、アップル（アメリカ）など外資系ブランド企業へ組子製品を納入したが、日本の古典的な文様であっても十分に海外のお客様に通用することがわかった。ただし「和」の具象的なデザインよりは抽象的、幾何学的なデザインが国を問わず評判が良い。目先のデザインではなく、人の根源的な感性に訴えるデザインが重要だと感じる。また、作品ではなく製品や商品の場合、販売実績を残すには意匠面だけではなく、技術的なものがしっかり裏打ちされた製品を作り上げる必要もあり、それをわかりやすくアピールする提案力が重要である。海外展示会は、コスト、労力、時間などを考えると、よほど効果的に利用しないと中小企業の場合、成果は出にくい。その意味では、コスト競争に巻き込まれないためにも、ウェブサイトを含めたIT活用が最も重要と考えている。



女性クリエイター5名による 城端「しけ絹」の新ブランド

(株)松井機業（織物メーカー、南砺市城端町）

海外進出を視野に入れた地場産業の新たな動きとして、注目されているものの一つに「JOHANAS（ヨハナス）」がある。これは、城端特産のしけ絹（特殊な繭玉による絹織物で、独特の風合いが高級襖などに重用される）をアレンジしたファッションやインテリア雑貨の新ブランドで、松井機業の6代目・松井紀子さんと、東京のデザイナー、建築家、コンセプトプランナー、そして富山県総合デザインセンター研究員の女性4人が共同で立ち上げたもの。「しけ絹を今までにないカラフルな色に染め上げたり、異素材と組み合わせたりと、その風合いを楽しんでもらえるようにした。折り紙の要素を取り入れたポーチやバッグなどで、日本の文化を発信することもできると思う」（松井さん）と、素材のよさにこだわる若い女性をターゲットに市場を開拓し、将来的には国際見本市への出展もめざす。