

ブランド化へ向け、新作発表

豊岡商工会議所が提案した「豊岡かばんのブランド展開」プロジェクトが、平成16年6月に経済産業省・中小企業庁の「平成16年度」JAPANブランド育成支援事業」に選ばれてから1年2ヵ月。昨年の台風23号水害によるプロジェクト中断から事業再開、また災害復旧と苦難を乗り越え、世界へ通用するナショナルブランドへ躍進する第一歩を踏み出しました。

こだわったのは、独創

豊岡商工会議所と豊岡鞆協会が開発した豊岡かばんが、7月20日から22日にかけて、東京都江東区の東京ビッグサイトで開催された、インターネットで開催された、インターナショナルファッションフェアに出展され、高い評価を受け、反響をよびました。「鞆の製作で一番力を入れたことは、自分たちのデザイン開発力の強化」と話したのは、この開発に当初から携わったTOYOOKAブランド実行委員会委員長である、エントー鞆株式会社社長の遠藤玄一郎さん。

これまで、豊岡は他社ブラ



東京で開催されたフェアに展示されたかばんを持つ遠藤委員長

ンドの受注生産や量産に頼って、デザイナーの考えを形にできませんでした。革製品以外の国産鞆の7割以上を生産してしながら、ユーザーにとって豊岡かばんはブランドとして認知してもらえませんでした。しかしこの事業は、豊岡かばんのブランド力強化のため、一から自分たちで考えて、全く何もないところから始めました。

事業に参加した、豊岡鞆協会に所属する卸・製造・材料業者の33社が6チームに分かれ、6つのテーマ(品質・機能・感性・環境・ユニバーサルデザイン・次世代)で商品開発を行いました。

全くのオリジナル商品を手

本がない中で、自分たちの考えや感性だけで製作していくことは大変難しく、基本コンセプトがまとまるまで時間がかかりました。

「一から作ると言い切ったが、正直不安もあった。しかし、作るプロが集まっているから必ず完成度の高い商品に仕上げてくれると信じていた」とメンバーを信頼していた遠藤委員長。

体制の統一、そして海外へ

今回のプロジェクトでは、卸・メーカー・材料業者が日頃の取引きとは別にして、チームを組んで商品製作しました。こういうケースは稀で、戸惑いはあったが、結果的にはチームを組んだからこそ、これまでと違った商品ができました。

「メーカーは作る力があり、卸業者は情報網など売る力があるが、今後はそれぞれの持ち味を生かすような、協力的体制が重要となる」と遠藤委員長。

昨年の台風水害で、参加企業全33社が被災。担当者それぞれ会社の復旧や家庭があ

るので、プロジェクトは今年1月まで3ヵ月間中断しました。復旧作業とプロジェクト進行が重なりましたが、みんな弱音を吐かず、前を向いてやった結果、プロジェクトは成功しました。

遠藤委員長は「今回のインターナショナルファッションフェアの出展で、われわれのオリジナル商品が大変高い評価を受けた。このことを一つのステップとして、今後は、世界に通用する商品を生産し、海外マーケットも視野に入れたい。今の豊岡かばんの力をもつてすれば、海外マーケットへ進出できる可能性は高い」と早くも新たな挑戦に意欲を燃やしていました。



東京のフェアに出展した鞆は8月11日まで、じばさんセンター1階に展示されました