

メコンデザインセレクション 2014 業務報告書

派遣デザイナー：大嶋 晴子 Ao design Akiko Oshima

派遣期間：2015年7月26日～31日

派遣国：カンボジア

事業企業：Villageworks Songkhem Co., Ltd.

渡航の目的：2月に続いて2度目の渡航、今回の主なミッションは以下の5つ

1. 新製品のプレゼンテーション（日本でデザインし製作したパターン／縫製サンプルの受け渡し）
2. ブランディングのプレゼンテーション（ブランド名、ロゴ、ブランドイメージ、ターゲット...など）
3. 地方にある工房の取材、写真撮影
4. 価格についての打ち合わせ
5. 滞在中にサンプルルームでファーストサンプルを作ってもらい、そのチェックをする

1. 製品のプレゼンテーション

日本でデザインし製作したパターン／縫製サンプルの受け渡し、仕様説明

パターン／縫製サンプルを作成した5アイテムを提示。事前にメールのやりとりもしていたが、顔をつき合わせて実物を見せてやっと分かったという印象。（マーケティング的な）開発背景などイメージの部分と、実際の仕様書をつきあわせてのハードの部分と、短時間で伝えるのは大変でこちらも必死。しかし、「とても気に入った！」ということがダイレクトに伝わってきて嬉しくもあり、本プロジェクトの意義を感じた。

2. ブランディングのプレゼンテーション

ブランド名、ロゴ、ブランドイメージ、ターゲット...など

- 1・ブランド：ブランド名、ロゴタイプ、ロゴマーク、ブランドカラーのプレゼンテーション。ロゴ開発背景とともに、実際の織ネームやスイングタグ、刺繡など、落とし込んだ状態を同時に提示して説明。
- ・コンセプト：想定顧客の年齢層や、デザインの特徴、素材の特徴、サイズ感、価格帯イメージ、なども説明。図版やチャートなども使用しながらプレゼンテーションした。名称、ロゴ、コンセプトともに理解を得られた。
- 2.「ライフスタイルブランド」として、将来的な展開をシミュレーションした。本プロジェクトがスタートした後、今後継続的にビジネスとしてふくらませていける、ということをビジュアルを使って説明。前向きの反応。



3. 價格についての検討

商品の価格について

草木染め、手織りの生地ということで、人件費も含めると原価、卸売り価格ともにかなり高い。制作背景のストーリーを打ち出しブランド化したとしても日常着としての適正価格があるので、そのあたりのバランスはこれから課題。Village Works はプロンペンの直営店での販売出来るので、多くの販売ルートを視野に入れて諦めずに検討していきたい。いずれにしろ高価格になるので、高級品として遜色ない品質や縫製は必須。

4. 地方にある工房の訪問

取材・写真撮影

オーナー Anaks 氏のアテンドにより充実した訪問となった。目的地は大きく 2ヶ所。

まずプロンペンから 1 時間程度の Kosdach へ。メコン川をフェリーで渡るとすぐに集落がある。織りがさかんな地域でみな個人(家)単位で織りの仕事をしている。リーダーに発注しリーダーが各家にアレンジしていること。道の両脇には高床式の住居が並んでいる。1 階部分に織機があり、女性達が機を織っている。横には大きな水瓶があるが、これは染色用のものではなく生活水を貯めている。集落の中心には寺と市のたつ広場があり、学校帰りの子供が自転車で走っている。鶏や犬や牛も自由に歩いている。道路は舗装されておらず咲き乱れる花は埃っぽい。インフラは整っていないのだが、集落全体に穏やかで美しい空気が流れている。

その後、あまりの悪路に驚きながら、さらに 2 時間ほど離れた Kompong Tom の VillageWorks の工房へ。

1 階で草木染めの工程を観察。主に木の幹と根を煮出したもので、白い生糸を染める。竈が 2 口あり燃料は薪。織機が数台と糸繰り機もあった。2 階は縫製。ミシンが 8 台ほど並び女性達が作業している。工房には小さな子供をついた母親も多く働いていたのが印象的だった。



5. ファーストサンプルのチェック

縫製は予想以上に課題が多い

初日に渡したパターンと日本製サンプルを元に現地で作成したファーストサンプルのチェック。縫製レベルは問題ないという前提であったが、いざやってみるとかなり初歩的なつまずきが多く見られた。改めてパターンと仕様書の疑問点を洗いなおし基本から見直し。ロゴの刺繡もかなり形が甘く、ブランドというものに対する認識は初歩から理解してもらわなければならない。担当したスタッフは今までないくらいに頑張った数日間だったとのこと。滞在中に！と間に合わせてくれたことがとても嬉しかったし、とても良く出来ているところもある、と伝えた。しかし、このままでは日本では売れないしブランドにならない、と厳しい言葉もかけなければならない。滞在中にチェック出来なかった型もあり、今後はメール等でやりとりしながらのチェックとなる。展示会に出しうるレベルまで、さらにはきちんと売ることが出来る縫製の品質を上げていくことは大きな課題。ましてや高価格商品としてのクオリティが求められるので楽観はできないが、縫製スタッフを信じて粘り強くチェックをしていきたい。

まとめ

今回 2 回目の渡航で、協業企業オーナーやスタッフ、通訳さんとのコミュニケーションもやっとスムーズになってきた感触。メールでやりとりをしていたが、顔を合わせてはじめて通じることが多いのでこれからどのようにやりとりを充実させていくか、ひとつずつ確実にレスポンスをもらえるようにやっていきたい。

カンボジア商業省の Savin 氏、同行した日本アセアンセンターの Virak 氏、JDP の津村氏には多くのアレンジ、サポートしていただいた。またデザイナー小関氏、二本木氏のお二方にも多くの刺激や共感をいただいて充実した滞在となった。事前のアレンジや調整など、日本アセアンセンター、JDP、アドバイザー、関係ご各位みなさまに感謝申し上げます。2015 年 10 月のグッドデザイン賞展覧会、2016 年 2 月のギフトショーに向け、引き続き前向きに取り組んで参ります。