



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 平成27年02月16日 第703号「週刊五十嵐レポート」

東京下町・隅田ブランド、世界へ発信

ふっとテレビをつけると、「ガイアの夜明け」(2月10日放映)がやっていました。テーマは「ニッポン製の逆襲が始まる!」。隅田ブランドの「IKIJI(イキジ)」が目に入り、その旗振り役である精巧(株)の近江誠社長が登場(「新・経営の志手帳」に2回登場)。翌日、電話で「観ました!」と伝え、裏話を教えてくれました。

隅田ブランドの「IKIJI」は、カットソーの「精巧」、ニットの「テルタ」、シャツの「ウンスロップ」、革製品の「二宮五郎商店」の墨田区の4社が共同で立ち上げたブランドです。江戸の文化(助け合いながらも暮らしを楽しむ心のゆとり)を現代に生かし、情緒あふれる江戸の文化「粋」を「IKIJI」を通して伝えていきます。

従来、国内外の有名ブランドの商品を手がけてきました(OEM)。「技術を持つ者同士が協力してあって、品質の良いメード・イン・ジャパン製品を海外に売り込んでいきたい」。今年の1月13日~16日、イタリア・フィレンツェで世界最大規模の展示会に「IKIJI」が出展しました(なかなか出展できるものではない)。2万4,000人のバイヤーが訪れ、初日から「IKIJI」のブースには人があふれました。特に欧州のセレクトショップのバイヤーの注目度は高く、ヴォーグイタリアなどがSNSで発信するなど、日本の技術のもの作りは評価を得ました。

なぜ、これだけ注目されたのでしょうか。「TOKYO」、わからない。「隅田」、何?。「スモウ」、わからない。「北斎」、あの北斎の生まれ育ったところ(隅田)なのか!ようやく「北斎」を通してイタリアに江戸の「粋(文化)」が伝わりました。自ら訪問しても門前払いだったイタリアセレクトショップと商談ができるようになりました。葛飾北斎はライフ誌で「この1000年で最も重要な功績を残した世界の人物100人」の中の唯一の日本人(欧米では有名)です。北斎が背中を押しました。

墨田の部分1位・小規模1位の4社が集まってブランドを立ち上げたことに意義があります。1社ではここまでできなかったでしょう。4社とも今の主力商品は他社製品のOEMです。「IKIJI」は明日の主力商品です。ファッション関連は日本ではなかなか評価されません。海外で評価されて逆輸入されることが多いのです。世界へ江戸の粋を発信し、日本に帰ってくる。これを狙っています。

ちょっと
気になる出来事

前号に登場した武蔵境自動車教習所の高橋勇会長は、高齢者講習にセブン＆アイの鈴木会長が来られたときの話をしました。講習の合間に鈴木会長と談話をする機会がありました。

鈴木会長は、

「風を読み、形にして、検証する。

この繰り返し」

と言っていたと。

「風」とは顧客のニーズ、嗜好など。

まず「風」を感じなければいけないと。



一口メモ
知識

新製品開発戦略

人々の好みや技術および競争状況が急激に変化するなかで、企業は既存製品のみに頼っていることはできない。顧客は製品の改良や新製品を期待し望んでいる。競合他社も改良製品や新製品の開発に努力している。

企業は、基本的に2つの方法で新製品を獲得することができる。1つは、企業を買収したり、特許を買い取ったり、他社が製造している製品のライセンスを取得するといったことを通じてである。もう1つは、自らが研究開発部門を持ち、新製品を開発していくというやり方である。

企業によっては、競合他社ブランドのコピー製品や古いブランドをリバイバルして使うことによってコストを抑えてきた。

広い意味での新製品は、新製品の開発、製品の改良、製品の部分的修正、新ブランドの開発に分けられ、企業が研究開発努力によって創り出される。

フィリップ・コトラー、ゲイリー・アームストロング「新版 マーケティング原理」より

- 「新・経営の志手帳」発売中! (1,000円+税)
- 町コンランチエスター経営戦略塾 毎週日曜日 午前10時~12時。
- 町コン・ランチエスター経営戦略セミナー 毎月東京開催

株五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

