



## 府中家具を世界へ発信！

独立行政法人 中小企業基盤整備機構 中国本部  
海外販路開拓シニアアドバイザー 和田直子

### 1.はじめに

今回は、昨年度の JAPAN ブランド育成支援事業における府中家具の海外展開支援、及び中小機構の F/S(フィージビリティ・スタディ)支援事業における「株式会社松創」の世界展開に係る支援について、その活動やブランディングのポイントなどをご紹介します。

### 2.JAPAN ブランド育成支援事業における活動

当該事業は、府中家具工業協同組合が母体となり、「高橋工芸株式会社」や「株式会社松創」などが参画し、ヨーロッパ向けの家具を開発するため、世界的にも著名なスウェーデンのデザイナー trio(モーテン・クラソン、エーロ・コイヴィスト、ウーラ・ルーネ)が所属する「CKR デザインスタジオ」、及び日本屈指の家具デザイナーである倉本仁氏が所属する「株式会社ジंकラモスタジオ」にデザインを依頼し、その結果として、「MATSUSO T」ブランドとして木組みの技術を活かした下記の 2 シリーズ、13 アイテムの家具を開発しました。

#### ① ブランド(MATSUSO T)について

##### ブランドコンセプト:

広島県府中市では、古くから家具の産地として、歴史と高い職人技を脈々と受け継いできた府中家具が地場産業です。

その技術や伝統を礎に、現代的な新しい発想と解釈を家具で表現するために、この新しいブランド「MATSUSO T」は始動しました。優れた材料を選び抜く目、素材を生かす為の技術、意匠に合わせた最適な加工道具をも自ら作る探究心、それらが作り出す新しい家具意匠と生活への提案がここにあります。



## ポイント

- ☞ ブランディングするに当たって、一番コアとなるのがコンセプト、つまりメーカー側の“想い”です。しっかりした“想い”を背景となるストーリーと共に、ターゲットとなる消費者の方々へ伝えられるようにイメージを創り、表現していくことが重要です。

### Nadiaシリーズ

デザイナー：クラソン・コイヴィスト・ルーネ(CKR)  
和船の骨組みをモチーフにした椅子、ラウンジチェア、ダイニングテーブル、コーヒーテーブル丸型と角型、コートスタンドの6アイテム、計14点



### Fiveシリーズ

デザイナー：倉本 仁  
五角形を基調としたスツール、ベンチ、コーヒーテーブル、ダイニングテーブル、アームチェア、コートスタンド、クロスレールの7アイテム、計20点



## ② デザイナーについて

アートディレクターである倉本氏は、Arflexの最年少デザイナーとしても活躍、サントリーの新事業である「drop」のアートディレクターも務め、昨年度のエルデコJAPANのヤングアダルト賞も受賞するなど、高品質で歴史ある府中家具のデザイン開発には適任であったと思います。

一方、CKRIは、倉本氏と長年お付き合いがあったことに加え、彼らが府中家具の高い技術に感銘されたことから、世界を代表する巨匠であるにも関わらず今回のプロジェクトを快く引き受けてくださいました。

### アートディレクター& デザイナー： 倉本仁氏

1976年兵庫県淡路島生まれ。金沢美術工芸大学を卒業後、家電メーカー勤務を経て、2008年JIN KURAMOTO STUDIOを設立。家具や家電製品、日用品等の製品開発を中心に国内外のクライアントにデザインを提供している。

iF Design賞、Good Design賞等、受賞多数。



### デザイナー： クラーソン・コイヴィスト・ルーネ(CKR)

クラーソン・コイヴィスト・ルーネはMarten Claesson、Eero Koivisto、Ola Runeの3人によって1995年にスウェーデンのストックホルムで設立。現在に至るまで建築設計とプロダクトデザインに等しく重点を置いた複合的な活動を実践しており、エル・デコ・インターナショナル・デザイン・アワードを始め、これまで国内外で数多くの賞を受賞している。



今回、当該事業の参画企業がデザイナーの方々を府中の工場に招聘し、彼らに各社の技術力や生産能力などを肌で感じてもらい、そのうえで各社の技術スタッフたちと何度もやり取りしながら新商品が開発されました。

### ポイント

- 👉 今回関わったデザイナーは、デザインが素晴らしいだけでなく、メディアにも影響力があり、業界での評価も高く、バイヤーからも人気のある方々だったことから、展示会での発表も大きく取り上げていただくことができ、数多くの商談につながりました。

### ③ 展示会・レセプションについて



開発された商品は、平成26年2月4日～8日の間、スウェーデンで開催されたストックホルムファニチャーフェアで発表されました。

倉本氏やCKRのデザインということもあり、1日100万ページビューを誇りメディアへの影響も非常に大きく、優れたデザインを紹介す

る世界で最も人気があるWEBデザインマガジン「de zeen」においても上位で紹介されるなど、フェアが始まる前からデザインの素晴らしさが話題になっていました。また、展示会オープン前日にはスウェーデンデザイン振興会によりJapan Nightパーティーが開催され、府中家具産地の紹介や「MATSUSO T」ブランドをPR、在スウェーデン日本国大使も出席してスピーチをいただき、また、現地のデザイナー達との交流も図りました。

これらの結果、展示ブースでは、展示会初日から多くの人々で賑わい、バイヤーやメディア、一般の方々へのPRも十分実施できました。

### ポイント

☞ 世界にブランドを発信する際は、各業界におけるトレンドの流れなども最初によく分析しましょう。例えば、インテリア関係は、文化・歴史的背景から、アメリカからヨーロッパへの浸透が難しい場合があります。何をどのターゲットに訴えていくのかを整理しておく必要があります。

## ④事業成果について

前述のストックホルムファニチャーフェアに出品した結果、デザイン的に難しい加工を行う高度な技術と仕上げ面のクオリティーの良さが高く評価され、バイヤーやジャーナリストなど約150人と名刺交換することができ、そのうち10社程度とコンテナ単位での商談が進んでいます。価格面でコストダウンを図る必要はありますが、椅子の文化や歴史があるヨーロッパにおいて、日本で作った椅子が高く評価されたことは大変意義深いものです。

ブランディングにおいては、適切なメディアへの露出が重要な鍵となりますが、国内外のインテリア誌（エルデコなど）、デザイン誌（FORM など）、及び世界のデザイン業界に影響のある”de zeen”、”Design Boom“など、数多くのウェブサイトで取り上げていただきました。



また、世界130か国で放映され視聴者が1億2千万人いるといわれるNHKワールドのArtisan × Designer という30分番組で特集を組んでもらえたことは、メディア効果としては大きな成果があったのではないかと思います。

さらに、CKRのデザイナーが来日して、倉本仁氏と一緒に参画企業の工場見学に行った際や、出展後、地元での事業成果報告会の場に、報道関係者を招いて記者発表を行ったことで、ヨーロッパ進出に向けた府中家具産地の新たな取り組みの紹介や、イメージアップを大々的に行うことができました。

一般的に、府中家具は箱物家具としてのイメージが強いですが、本事業において開発した椅子が海外で高く評価され、府中家具が高級ブランドとして国外で広く認知され始めたので、今後は、国内バイヤーからも府中家具の技術が見直されるとともに、海外展開の効果が産地全体に波及し、商品の販売促進や新たなビジネス機会の創出に繋がるのではないかと思います。

### ⑤ 今後の展開

昨年度の成果を踏まえ、今年度は、2015年1月にドイツで開催される世界最大級の家具見本市「imm cologne ケルン国際家具見本市」に向けて、新たなデザインの商品が同デザイナーより発表されることになっています。本見本市は、世界50カ国以上から約1,200社が出展し、世界約130カ国からおよそ12万人の来場者があり、具体的な商談を進めていく上では非常に評価の高い見本市であり、前回ストックホルムで発表した商品に加えて、新たに話題性のあるラインアップを披露することを目指しています。

昨年度の課題であったコスト削減については、今年の秋ごろに解決の目途がつく予定で、本見本市をきっかけに本格的なビジネス展開が期待されています。

## 3. 中小機構 F/S(フィージビリティ・スタディ)支援事業での活動

前述の JAPAN ブランド事業に参画した府中家具事業者の1社である「株式会社松創」が、昨年度の中小機構F/S事業に採択され、アジア展開に係る商流調査について、シンガポールのマーケット調査のサポートを行いました。

### 事業者の概要とFS支援事業の詳細

株式会社松創(広島県府中市)

事業内容: 家具製造販売

ターゲット国: シンガポール

現地訪問日程: 2013年12月11日~17日

目的: シンガポールにおける販路開拓を目的にした市場の可能性および家具・建材の商流の調査

昨年度の調査では、一般家具や備え付け家具ユニット等について、シンガポールを中心としたアジア市場へ普及させるための商流、及び普及させるための効果的なブランディング方法を調査することに重点を置き、現地の不動産デベロッパー、設計事務所、シンガポール建

築家協会、シンガポール家具協会、代理店候補、現地の高級マンションのモデルルームなどを訪問し、ヒアリングを行いました。現地ヒアリングを進めていく中でわかったことは、アジア全体をターゲットにするに当たっては、まずシンガポール市場でしっかりブランディングすることが当社におけるアジア戦略の近道だということです。



こちらのモデルルームは、約 3 億円をかけて造られたそうです。その設計を手掛けた設計事務所とも現在商談が進んでいます。

現地調査から見えた課題としては、当社の商品はインテリア業界において最も高級なラインに位置し、「なぜ高級なのか」というブランドイメージを、まずシンガポール国内でプロモーションをかけ広めていかなければ、現在の価格帯で取り扱ってくれないということを実感しました。また、広く普及させるためには、ショールームの設置も必要です。ビジネス的には最高級よりワンランク下のレベルのものを大量に作れなければ、なかなか経営的に安定しないというお話も設計事務所からいただきました。これらの課題を検討しながら、現地展開をプランニングしていく必要があります。

今後は、シンガポール国内での建築家やデベロッパー向けのアンケート調査、及びプロモーションについて、シンガポール建築家協会の協力を得られることになり、彼らのサポートの下で PR を進め、また、現地ブランディングについても取り組んでいく予定です。

まずは、インテリア業界のブランディングに精通したアートディレクターを手配することが急務となります。当社は、国内販売の多くを大手家具販売チェーンを通して行っていたので、どのようにプロモーションを行い、ブランドイメージを維持していくかという点については、今までノウハウがほとんどありませんでした。一方で、品質、商品力については世界一を誇れるほど高いものを持っているので、今後、ブランディングに力を入れていけば、世界ブランドになれる可能性を充分秘めているのではないかと感じています。

今後の海外展開の鍵となるのは、ブランディング力を養うことと現地パートナーとの関係構築に尽きるのではないかと考えています。

## ポイント

- ☞ ブランディングを意識した海外販路開拓においては、ブランドコントロールのため、どれだけ売れるかを意識するのではなく、ブランドのイメージに適した場所で適したかたちで販売していくことに重点を置かなければなりません。初期の段階では、できるだけ 1 国 1 代理店で進めていかれることをお勧めします。

## 4.最後に

海外において、ブランディングを進めながら展開できている日本の家具メーカーはまだ少ない中、このように広島県の府中から先鞭を切って実績をあげることで、それが同業者への刺激や励みとなり、追隨する企業が現れてくれることを期待しています。

今回は家具の事例をご紹介しましたが、高級製品を製造する日本のものづくり企業が、今後、海外をターゲットに羽ばたいていくためには、その価値を伝えるだけでなく、ブランドイメージをコントロールしながら作り上げていく必要があります。電化製品や自動車などの分野では、日本のブランドが大変評価されていますが、今後はその他の分野においても多くのメーカーが活躍できることを願いながら、皆様のサポートをしていきたいと思っています。

### 和田 直子 プロフィール

広島県出身。米国へ高校・大学留学後、国内で通訳・翻訳業務を経験。その後、NZへ再留学。卒業後に現地進出企業等のサポートに1年間従事した後、渡仏し契約コンサルタントとして、アジア・欧州・アフリカの政府関係機関や企業の戦略立案・マーケティング業務を担当。

2003年にグローバルマーケティング会社を設立し、国内では、経産省 JAPAN ブランド事業などで海外プロデューサーとして日本の文化や伝統工芸品などの海外PRや市場調査・販路開拓支援の経歴も持つ。その他、アパレル、自動車部品、建材、天然資源など幅広い販路開拓支援実績を有する。



#### ●国際化支援などに関するご相談はこちらまで

中小企業基盤整備機構 中国本部 国際化支援課 電話 082-502-6555

中小機構ホームページ <http://www.smrj.go.jp/>

中小機構中国本部ホームページ <http://www.smrj.go.jp/chugoku/index.html>