

◎「第2回オリエンテーション」「兼松績氏による〈流通を考えるセミナー〉&第1回研究会」

7月26日 大阪化繊会館にて11名参加。

第1回オリエンテーションに参加できなかった方々に同じ内容のオリエンテーションを行う。

兼松績氏は企画、生産、販売について一貫した運営を行っておられる観点から、今までの様々な局面に対処した判断や工夫、独自の試行錯誤によって今現在がある事をお話いただきました。流通現場の声が聞け有意義であり「誰がなんと言おうと消費者が一番偉い」とおっしゃったのが印象的でした。

オリエンテーション後の検討会では

！「どんなところで売りたいか」

ブティック、雑貨屋（フランフラン）（アフタヌーンティ）、スポーツ専門店、セレクトショップ、ライフスタイルの見えるインテリアショップ等。

”「バックについて」

- 小さく出来る（丸められる）シンプルな物を作りたい。
- 本体と機能を絞り込むべき。
- トートバックってそもそも何？
- ある程度決まった一つの形の中で付けるデザインによって個性を作りたい。
- 技術に走りすぎない（原点に戻った）物を考えたい。

などの意見を交わし合いました。

又、参加者からの「トートbag」におけるキーワードとして

エコ、おしゃれ、コンパクト（持ち運び便利）、ハードよりソフト、特殊な形ではない、縫製が少ない、持ち手が別になる、オリジナル性が強い。 と、数多くのイメージが出ました。

◎「第2回研究会」

10月11日大阪化繊会館にて12名参加。

プロジェクトの進行上円滑に事を進める為にある程度、方向性の指針を運営側サイドより提案し、それに対しての検証と検討を行いながらプロジェクト内容を固めていきました。

！「ネーミングの必要性」

今回のプロジェクトをより連帯感を持って取り組む事が出来、なおかつ消費者にどのような背景でどのような意味があって存在する商品なのか説明するツールとしてネーミングを決めようと言う事になりました。参加メンバー個々の意見を出した後、投票によりこのプロジェクトの命題である「新しいビジネスモデルの個人メーカーになろう！」から頭文字を取って『アビコメプロジェクト+α（なにがし）』と言うネーミングに方向性を絞り込みました。