

● アビコメの商品発注（システム）

○ 初回商品発注を終えて。

使用したオリジナル生地は、高価な生地や1点ものの生地の為、ロス分をみることができず、縫製の際に失敗できないという緊張がある。

○ 関東地方へのアプローチ

2009年11月11日(木)～13日(金)まで開催されるJAPAN TEXにて発表の場をつくれないうか。TDAのブース内4Mほどのスペースで、アビコメのしくみ説明・活動報告・作品を発表したい。

○ 仕様について

つくる楽しみを考えると仕様を変えたいが、今のところ「同仕様で100本」の発注が原則でカスタマイズは難しい。同一仕様で回転させることを考えなければならない。

○ 仕様が変わると、縫製会社の責任が重くなるため。

ビジネスとして、開発費ばかりが増える・在庫資産（余っている資材）が増えていくのはNG。

● 商品の販売についての検討

○ ビジネスとしてのマーケティングを考える必要がある。

「4P」＝「プロダクト」「プライス」「プレイス」「プロモーション」の強みを考える。

「プロダクト」

アビコメの強みは「たくさんのデザインがある」こと。「デザイナーが明確」なこと。

「プライス」

原価およそ3000円～3500円（個人によって上下する）とすると、最低でも上代およそ10000円になる（ミュージアムショップの価格）。100本～300本くらいの発注では、数量を増やして発注しようと、縫製代は下がらない。今後、どのようにモノの値打ちを上げるか、付加価値を付けられるかを考える必要がある。

「プレイス」「プロモーション」

TDAとしてメディア等の媒体を使った仕掛けやPR方法を考える必要がある。

そこに、個人としての知恵を加えた両方からアプローチし、ビジネスにしていかなければいけない。

● 今後の課題と方向性

プロジェクトのスタート時は、TDAでモノをつくるしくみを作ることを優先し、販売することは、あくまでも各個人でという考え方からスタートした。いずれ「マーケティングをどうするか」ということと「同一仕様で回転すること」の進行する優先順位を決めなければならなくなる。今後更には、ゴールを決めてやるのではなく、経験し続けることや発表することを継続させることが必要なのではないか。