

海外市場における「文化ビジネス」の

確立・拡大プロジェクト

COS KYOTO 株式会社

代表取締役

北林 きたはやし

功さん いさお



北林 功さん

平成25年度 採択事業

事業の立ち上げ

平成25(2013)年4月に設立されたばかりのCOS KYOTO株式会社。代表取締役の北林功さんは、面白い経歴の持ち主です。大阪ガス株式会社、株式会社グロービスなどを経て、平成22(2010)年から2年間、同志社ビジネススクールにて「伝統産業グローバル革新塾」を主宰する村山裕三教授に師事。平成23(2011)年に同塾生による製品を顧客ニーズに合わせてカスタマイズする「京都カスタマイズ」を開始します。これをベースに、北林さんは平成24(2012)年に個人事業として「COS KYOTO」を立ち上げ、翌年には株式会社を設立。自らの理念を軸とする会社経営者としてスタートをきることになるのです。

COS KYOTOの事業内容は、日本の文化産業の素材や技術を使ったプロダクトデザイン・販売、文化コンテンツを用いたイベントの企画・運営、文化ビジネスを展開する企業への経営アドバイスなど。日本特有の文化や技術などを第3者的目線で発掘しつつ、各プロジェクトごとにベストなメンバーを集めてチームを作り、コーディネート力と一貫性のあるサービスを強みとしています。発掘された素材や作り出された商品は、海外へも積極的に発信。海外販路を確実なものとするため、自らの足で市場調査に向こうと、今回の応援ファンドに申請したと言います。

ポートランドへ市場調査に

海外市場の舞台として興味を持った土地はアメリカ・オレゴン州のポートランド。大学院の研究で世界のクリエイティブシティを調査する中、まだ誰も着目していない発信拠点としての可能性を感じていたと言います。それ以降、ずっと頭の片隅にいつか行きたい場所としてあったポートランドに、初めて訪れることができたのが平成25(2013)年10月。その感触について、「一言で言えばいろんな学びがありました」と、北林さん。ポートランドは、古くから河川や峡谷で太平洋や肥沃な土地にアクセスしやすい立地条件の良い町でしたが、鉄道や近郊のシアトルの発展などで衰退し、倉庫街がゴーストタウン化した歴史があります。近年、ライトレールを導入する



ポートランドでのマーケティングの様子

伝統製品の活用

西陣織の金糸のもとになる「引箔」を持ってポートランドを再訪



など、市による積極的な土地利用計画を基盤に再開発を遂げ、アメリカにおけるDIY文化の拠点としての一面もあり、北林さんにとっては、「クリエイターの町、新しいものをどんどん生み出している町」との印象があるそうです。

北林さんは、米国市場向けに開発したレザーカードケース、日本の湯呑や急須などの自社商品を持ち、ポートランド市内のギャラリーなどに飛び込み営業して回ったと言います。「First Thursday」(毎月第一木曜日に街中のギャラリーでイベントが開催されている)でもヒアリングを行いました。

実はこの時、ポートランドの方々の反応はあまり良くなかったそうです。使わない、売れない・・・デザインや質の評価はされたものの、日本と大きくライフスタイルが異なるポートランドでは、日本で作った商品が全く使われない、という事実と直面することになりました。この反応から、海外に販路を広げるためには、日本の文化や技術に関する教育が大変重要だと感じたそうです。北林さんは、今度は商品化する前の「素材」を持って、平成26(2014)年10月にポートランドを再訪します。自ら発掘し、感動を覚えた知られざる日本の「素材」たち。西陣織のテキスタイルや金糸のもとになる引箔など、日本の伝統技術で作られた素材は、北林さんがその背景やストーリーを伝えていくことで大反響を呼びました。「Design Week Portland」(街中の工房が一斉に企画や見学会などを行い、海外からもバイヤーが集まる民間主催のイベント)にも参加し、今後の事業につながるインスピレーションも得ることができたそうです。

「素材の発掘から「場づくり」へ」
応援ファンドの支援を通して、北林さんは「素材の輪



素材の説明をする北林さん

出」の可能性に気づくことが出来たと言います。商品化される前の細分化された工程でしか姿を見せず、美しく高度でありながら埋もれてしまっている日本の素材。その背景やストーリーを惹き出し、綴り直してプレゼンするのが自分の役割だと北林さん。そのため、今後やるべきこととして、次の3つを考えているそうです。まず1つ目は、素材のデータベースを作ること。これまで発掘した素材、これから出会う素材をアーカイブ化し、ホームページなどで世界中の人が見れるようにしていく予定です。2つ目は、素材の活用事例を作ること。素材をどのように扱えば良いのかを、自社商品を開発することで伝えつつ、素材の使い方やデザインなども含めて提案していきたい、と言います。そして3つ目が、素材に触れてもらうこと。素材はその背景やストーリーを語って初めて良さが伝わるもの。北林さんがその役割を担いつつ、実際に素材に触れてもらえるイベントや展示会も企画していきたいそうです。

この3つの方向性の集大成として、「Design Week Portland」のような場づくりをしたい、と北林さん。日本の伝統技術は今、このままほうっておくとなくなる一方であり、危機感を持ちながらも、技を究めることがライフワークの職人さんの中には、広く発信していくことが苦手な方も多いそうです。「誰でも参加してみたいなる「場」を提供することで、職人さんや工房などが自主的に発信していく機会を作っていけたら」と北林さん。大学発ベンチャー企業のCOS KYOTOは、人と人をつなぐコーディネート力を売りとする、新しいビジネススタイルを実践しているのです。



「Design Week Portland」の様子

事業概要

COS KYOTO 株式会社

http://www.cos-kyoto.com

代表：代表取締役 北林 功

業種：企画・デザイン・経営コンサルティング

創業：平成24(2012)年 設立：平成25(2013)年

住所：〒603-8311 京都市北区紫野上柏野町10-1

COS101ビル

TEL：075-202-8886 FAX：075-202-8886