

タンガ・カリム氏の話を続ける。

「シンガポールの出品面積は毎年七〜八%拡大してきた。昨年は五千四百平方メートル、九十三企業の出展だった。来年はこ

うした国外への出展のほか、政府支援のもと、IFINA（イフィナ）という家具とハンドクラフトの見本市を、ジャカルタのKEMAYORANという四万平方メートルで初開催する。会期は二〇〇八年三月五日から九日までだ」

こうしたフェアの開催経緯を「前からアミンンドのメンバーが自分達のフェアを協会へ要望していた」からだという。海外へ出展をしながらも、何とか自前の国内フェアを、という要望が潜在的にあり、条件が整ったというよりも根底にあるようだ。

もともと、数年前まではラタン製品が主力で、他はハンドクラフト製品が同国の製品イメージだった。とマンが、今回の

シンガポール展に「蛹が揚羽蝶になった」ように、独自のコンテンツがあり、カントリースタイル、多様な素材活用でイメージを一新した展開を見せた。

インドネシア家具産業が変身して、独自に自前のフェアで世界市場へアピールして、いけないか、バイヤーを動員できないか、そうした自信や手ぶえがインドネシアの家具企業に芽生えてきた、そんな感じをカリム氏から受けた。

インドネシアが来年、自国で初の家具フェアを開催 蛹から揚羽蝶へ、製品群変身

海外出展は止めるのか、という質問に「シンガポールには出展する。規模は三〇から四〇%縮小するかもしれないが、続けては行く」と答えた。しかし他の出展者の一部には、シンガポール最大のパビリオン形成をしてきたインドネシアの出展は様変わりするのではないかと、という見方がある。また一方には、フェアは開催できても世界からのバイヤー動員やビジネス効果が果たして独自開催出来るか。ノウハウ面でも、そして時期的に可能かという、まずは第一回のスタートに注目するという見方があった。

カリム氏自身が「シンガポールは非常にビジネス環境がいい。近くて便利なので安全や治安もいい。毎年シンガポールに参加するのが望ましい。インドネシア国内の治安には不安もあり、経済面でシンガポールが好調なことも魅力がある」とアミンンドの立場から率直に一部の見解を示した。ただ、先に述べたように同国の家具の変身は初の自国フェアに何かをもたらすだろう。(続)



く (続)