

しかし、ものづくりやクリエイターの育成には時間が必要であることも認識せねばなりません。継続と地道な努力と経験の積み重ねなくして達成させられるものではありません。長期的な構想のもとに、短期計画、中期計画と段階を踏んで確かな理念の裏付けと共に信念を持ってあたねばお題目だけで終わってしまいます。しかし近年繊維産業再建のプログラムは、目先の手当てや速効的な成果を期待しすぎる傾向が強く、結果を急いで次々と展開されるような気がします。勿論目前の手当てやカンフル的な処置、素早い対応も必要ですが、じっくり本腰を据えた長期計画が大切なのではないかと考えています。

「TDAとして何が出来るのか」、「何をせねばならぬのか」、10年の節目にあらためて問い直しています。日本の繊維産業には、未だ未来を築く技術力、生産力が残っていると確信しています。

1. Communication 情報や人々とのコミュニケーション
2. Collaboration 他業種や他人材との連携
3. Creation 高価値、オリジナリティのあるものづくり

の3つのキーワードにジャパン・ブランドの発信に参画するTDAとして、次の10年へ新しい歩みを踏み出したいと思います。