

見た目より触れた時を想う

清原みどり

■ふるさとギフト, 日本一

弊社は自社縫製工場を持つ、祖父の代から3代続く袱紗（ふくさ）メーカーです。地元滋賀の長浜ちりめんをはじめ、国内の最高級の素材を軸にした自社ブランド、和奏（わかな）では、おなじみの金封の他にジュエリーやボトル、お菓子などを包む、現代風にアレンジしたアイテムを取り揃え、記念品やノベルティに採用されています。ここ数年は、卒業記念の贈り物の注文が増えてきました。日常の場面に応じて用途は色々でも、袱紗の語源「ふくさめる」を汲んだ「ものところをやさしくつつむ」をブランドコンセプトに、日本の素晴らしい伝統と日本人の思いやりを次世代につなぐお手伝いをしています。

私は（実家の）家業に入って18年になります。それまでは商業施設でイベント企画や広報、装飾を手掛けていました。和奏を立ち上げ、袱紗メーカーならではの製造技術を生かしたものづくりに取り組み、商品もライフスタイル全般へと広がっていきました。地域子育て情報誌とタイアップした「ママホシプロジェクト」（＝ママがほしいものをつくっちゃお!）で、地元のママたちとアイデアを出し合って作った、赤ちゃんのおくるみ「Kokurumi」は、ママ視点の開発が高く評価され、日本ギフト大賞2020の滋賀県賞、さらに47都道府県の各代表から選ばれる「ふるさとギフト最高賞」を受賞しました。

肌が敏感で首の座っていない赤ちゃんのために、ほどよく柔らかく、国産素材の生地選びからサイズ、質感、すべてにこだわっています。新聞などの媒体にも取り上げられ、Kokurumiは出産祝いとして注文の多い人気商品となりました。またコロナ禍以降メーカーの意識が変わり、海外の工場に縫製を任せていた大手のジュエリーブランド、ペットや文具業界からも「これからは日本の縫製工場で高品質なものを作りたい」と注文が来るようになりました。

前職が百貨店の化粧品担当だったこともあり、化粧品をいつか作りたいと思っていました。その機会がやって来たのが一昨年、コロナ禍の下、異業種とのコラボに補助金が出るというので、地元の農家と協力してボディケ

ア製品を開発する企画が通り、銀行で紹介されたOEMメーカーと作ったのが、地元のヨモギエキスを配合したマッサージソルトです。実は企画では違うアイテムでしたが、工場の社長からマッサージソルトを提案され変更、結果リピーターを増やし、私自身もその1人です。正直なくなつては困る商品で、お客様の声も同じです。プロの意見に素直に従ってよかったと思っています。

■酒粕を使ったスキンケア

第2弾は、滋賀の銘酒「七本鎗」の酒粕を使ったオールインワンジェルで、昨年の秋に販売を開始しました。今度は私の思い100%、和奏ブランドに化粧品を加えるなら、酒粕パワーのスキンケアにしようと思っていました。というのは、私自身の肌荒れの悩みを七本鎗の酒粕入り石鹸が解決してくれたからです。皮膚科へ行ってもエステに通っても、高価な化粧品を使ってもよくならなかったのが、この石鹸と出会い、肌にハリ、ツヤが戻りました。「化粧品、何使ってるの?」と聞かれるほどでした。

もちろん即効性はありませんが、使い続けるうちに、肌の土台（水分や油分のバランス）が整っていくのがわかりました。「安定した」という感じです。だから自社で化粧品を企画する段階になったとき、七本鎗の酒粕入りで、私の肌荒れの悩みを解消してくれた石鹸に負けなような、自分が本当に使いたいものを作ろう、きっと他にも使いたい人が沢山いるはずだと思いました。

オールインワンジェルにしたのは、旅行が好きなので、旅先でも簡単にお手入れができることと、これまで特に使用感で満足のいくアイテムに出会えなかったことがあります。「ダマにならず、伸びが良い」ことを最優先に、手に取った瞬間「わあ、気持ちいい!」と声が出るような仕上がりを目指しました。ヒノキの香りでありラックス、鎮静効果を高め、ヒト幹細胞培養エキス、ナイアシナミド、セラミドなど高価格帯化粧品の成分も配合した「高機能コスメ」です。このオールインワンジェルは「伝統的な日本の発酵技術が生んだ奇跡の化粧品」だと言える、海外にも発信したい自信作です。



■ 自分の「欲しい」ものをつくる

私は職人でなければ、実際に手を動かしているわけでもないで、「ものづくり」という言葉を口にするのに抵抗がありました。でも出来上がった商品を使っていたお客様や知人から「好きじゃなきゃ、できないことだよ」と言われ、職人技だけでなく、「こんな商品を出したいんだ!」という熱量も、ものづくりには欠かせないと実感しました。

消費者の価値観が多様化し、他人が何を欲しているのか、どんなものがあれば喜んでくれるか、考えても正解は見つからないのだから、(ユーザーの視点で)自分の欲しい物がわかっていることが大事です。そして、それを具体的な形にできる技術を持つ人、さらにそれを整え、消費者に届ける仕組みを作る人、それぞれの役割をリスペクトできること、これらもすべて「ものづくり」だと思います。

私は7年ほど前からお客様や商品に関して興味をお持ちの方にメルマガを送っています。新商品のPRや使用方法だけでなく、私自身が日々考えていること、ふるさと自慢、旅先でのエピソード、人から教わった興味深い話などを、1人ひとりに伝えたいという思いを込めて発信しています。読者からいただく質問や感想には、思いがけない発見や気付きもあり、こういう地味ながら深いコミュニケーションを続けていると、「袱紗メーカーが化粧品を出した」というより、「あの人」が化粧品を企画したから試してみようかな、という感じで、お買い求めいただくこともあるようです。

その商品にどんな思いが込められているのか、どんな人が関わっているのか、ということも品質だと私は思います。お客様が値段や成分だけで商品を決めることが少なくなっている今、作り手が日頃何に関心を持ち、どん

なことを感じているのかを、お客様に伝えていくのは、これからさらに大切になるのではないのでしょうか。

■ 「丁寧な縫製」という持ち味

サービス業が長かったせいか、私は商品を企画、販売するときに受け取った人の「声」を一番に想像します。「カワイイ!」「嬉しい!」「気持ちいい!」など、触れた瞬間にどんな感想を抱くのが、とても気になります。私が消費者目線でいつも感じるのは、手に取ったときの感動は「見た目」以上に「触れた時」だということです。袱紗の、見た目ではわからない持ち味もそこにあります。

和奏ブランドの素材の1つ、長浜ちりめんは、その歴史や工程、伝統の技術なども大変奥深いものですが、何より触れた時の感触が他にはないものです。弊社はメーカーでありOEMも多数行っているのですが、依頼先の要望、コストや技術的問題などクリアしなければならないことが多々ありますが、一貫した「丁寧な縫製」は揺るがず、それがロングセラーの一番の理由だと思っています。丁寧な縫製は本当に柔らかく、優しく包み込むようで、いつまでも触れていたくなります。

家業に入った当初、私はカタログにこんなことを書いていました。「日本人の感性を大切にするため【MADE IN JAPAN】にこだわり、和と現代の形を融合させ、その美意識と今の文化が織りなすライフスタイルを提案します」と。どんな業種であろうと、創業時のままの事業形態に固執していると、時代に取り残されてしまうので、他業種の考えや仕組みを積極的に取り入れていくことが必要です。他の会社で学んだ経験を、家業で生かせる私は本当に恵まれています。こころを贈る、大切に包んで伝える、という袱紗の原点を胸に、これからも自分が感じる「心地よさ」「気持ちよさ」を大切に、お客様の声をよく聞いてブランドを育てていきたいと思っています。

illustration 池田奏衣/Ciel Arbre

清原みどり (きよはらみどり)

株式会社清原(滋賀県守山市)、和奏ブランドマネージャー。商業施設イベント企画や百貨店化粧品担当を経て、2005年に入社、2012年自社ブランド「和奏」を立ち上げる。袱紗の用途を広げるラインナップには、出産祝いに贈る母子手帳用、コンパクトにシンプルに収納するジュエリー用、おしゃれな贈り方を演出するワインや日本酒のボトル用などがあ。商品はライフスタイル全般に及び、2022年には滋賀の銘酒「七本鎗」の酒粕入りのオールインワンジェルを開発。販売促進、自社展示会やPOPUPショップなどを担当し、2017~2020年まで東京九段下でショールームを運営。現在はオンラインショップとメールマガジンを中心に自社商品の直販に力を入れている。

