

“変わり種”満載

地方発ヒットの理由を徹底解剖



紙ならではの薄さと軽さ

ORIGAMIX 和紙布スリッポン
富山県 (細川機業)
実勢価格1万2000円(税込み)

和紙が吸湿。はだして履けるスリッポン

和紙糸は他の繊維と比べて伸び縮みがゼロに近く、織物にするのが困難だったが、細川機業は「和紙布」の量産化に成功。通気性や吸湿速乾性に優れた和紙布の特性を最大限に生かすため、はだして履く需要の高いスリッポンを開発した。はだしでも蒸れずに快適。水に強い紙を使用しているため洗うことも可能で、汚れてしまったときの手入れも簡単だ。

宮崎県 0から6歳の伝統ブランドaeru 宮崎県から 桜の木のはさみ (和える)
実勢価格6500円(税込み)

紙しか切れない。子供でも安全に使えるはさみ

子供に安全に「切る」経験をしてほしい思いから発案。宮崎県の木工職人が手作業で製作している。使用するうちに切れ味は悪くなるが、やすりをかければ復活。手入れの説明をするため、直営店限定で販売する。



実際に試したが、本当に紙しか切れず、刃部分に指を当てても痛くない

素材を生かす

有名ブランドで伝統工芸の認知度を上げる
ディズニー〈ジャパン クラシック〉シリーズ

伝統工芸が寂れていくなかで、その魅力を子供たちに伝えることを主眼に置いたプロジェクト。伝統工芸特有の素材や技術を、ディズニーキャラクターと掛け合わせることで、子供たちにとって、より身近な手に取りやすい商品を作り上げた。



●ミッキー 日本のおばあちゃんの知恵で編んだ
ルームシューズなど(ウォルト・ディズニー・ジャパン)
実勢価格8800円(税別)

色だけでキャラクターを判別できるディズニーの強みを布草履に。プーさんやピグレット、オーロラ姫などのキャラクターも。サイズは大人用と子供用の2種

●くまのプーさん 蛭谷和紙の蜜つぼレターセット
(ウォルト・ディズニー・ジャパン)
実勢価格3600円(税別)

プーさんの森や木のイメージを、和紙の原料であるコウゾの木を使った鉛筆や、蜂蜜のにおいがする和紙で表したレターセット



●ミッキー 黒切子のオールドグラス
(ウォルト・ディズニー・ジャパン)
実勢価格2万円(税別)

ミッキーマウスの世界観を生かした映画のフィルム風のデザインを表現するため、黒の江戸切子を独自に開発。大人でも使いやすいグラスを作り上げた



に注力するメーカーも強い。「三豊肌衣ドレスシャツ」のオギタヘムトは、汗で体に貼り付くビジネスシャツの不快感をなくすために、今治タオルの老舗メーカーと協力し、本来ならタオルには使用しない細い糸で新たな素材を開発。吸水性が良く、インナーがいらないシャツが完成した。

細川機業の「ORIGAMIX 和紙布スリッポン」も、クラウドファンディングによって実現した。通気性や吸湿速乾性に優れた和紙布を、当初はシューズメーカー向けに販売する予定だったが、難航。そこで、自社ブランド立ち上げのため18年2月から支援金を募ったところ、目標だった100万円を初日に達成。4月から販売を開始した。

「ワタオカの「ねこじゃすり」は、クラウドファンディングを資金調達と市場調査の両方に活用した好事例だ。樹脂製の野菜用やすりで猫をなでてみたところ、気持ちよさそうな様子を見たことから発想を得た。とはいえ過去に類を見ない「画期的な商品だけに、本当に需要があるのかどうかを調べるため、17年4月からクラウドファンディングを実施。結果、予想以上の反響で目標の10倍近い200万円を集め、意外なヒットへとつながった。

広島県 ねこじゃすり(ワタオカ)
実勢価格3780円(税込み)

やすりが猫の毛づくろいをする

鉄やすりの衰退に危機感を覚えた老舗鉄やすりメーカーのワタオカは、野菜用の樹脂製やすりの失敗作から、猫をただ気持ちよくするためだけのやすりを開発。17年12月の発売からすでに2万5000個を売り上げた。



④猫の舌の感触に似たやすりの歯⑤なでると「とっ」とした表情に

機能性で現状打破

新潟県 カレー賢人「サクー」(山崎金属工業)
実勢価格1080円(税込み)

カレーの具をラクラク切れるスプーン

高級金属洋食器の需要が伸び悩むなか、新たな市場を開拓するべく、日本人の国民食ともいえる「カレー」専用のスプーンを考案。左右非対称の形の「サクー」は、右手で持った際、左にくるとがった部分で、大きな具を簡単に切ることが可能。右から左に動かすと平らな面が皿にぴったり沿うため、食べ残しをなくせる。



③大きな具でも「割く」ように簡単に切れる(金)弧を描いた長い柄によって皿の中にスプーンが落ちることを防ぐ

左右非対称の形状



工芸を進化させたデザイン

栃木県 kamacco(つかもと)
実勢価格4104円(税込み)

機能付き二重蓋で土鍋ご飯が手軽に

「峠の釜めし」の土釜を手がけるつかもとが、益子焼の需要拡大を狙って開発したのが1合炊きの「kamacco」。二重蓋を採用することで吹きこぼれを防ぎ、細かな火加減の調節なしで手軽に土鍋ご飯を楽しめる。保温性が高く、内蓋をしておけば炊き上がったご飯のおひつとして重宝し、一人でも無理して食べざる必要がない。

機能付きの二重蓋



内蓋は米1合と、1合分の水が置れ、外蓋は茶わんに。「炊く」と「食べる」を両立する



5種の薬味も1皿でOK

⑥皿の上部と下部にある溝やくぼみがぴったりはまり、重ねてもぐらつかない

岐阜県 五感皿(FOLKHOOD)
実勢価格3456円(税込み)

“1枚5役”で重ねても強い

調味料や薬味を入れる小皿5枚分の活躍を、1枚で担う皿。乾燥時にゆがみが生じたり、分厚く重くなったりと、焼き物としては難易度の高い立体的な形状を、多治見焼の工房が実現させた。重ねても安定感があるのも魅力だ。

ライフスタイルの変化や職人の後継者不足問題などによって、伝統工芸品は苦しい状況に置かれている。だが、新しい魅力を加えながら、消費者のニーズに答えようとするメーカーが、伝統の消失に待ったをかけている。

変化を恐れず、新たなチャレンジに積極的な老舗メーカーの代表例が、「kamacco」を販売するつかもとだ。伝統色の強い益子焼が現代のライフスタイルと合っていないことに危機感を抱き、15年ほど前から現代の生活に合わせたデザインの陶器を提案。なかでも16年に発売した「kamacco」は、益子焼の素朴さを生かしつつ、二重蓋に茶わんや計量カップの機能を付けることで新たな需要を生んだ。同商品で海外進出も視野に入れる。

逆に国内市場の拡大に目を向けたメーカーもある。「カレー賢人」の山崎金属工業だ。新潟県燕市の金属洋食器の質の高さは世界に知られる。同社も欧米百貨店向けの高級金属洋食器販売を主力としていたが、ネット通販などの台頭で市況が変わると、日本人の国民食ともいえる「カレー」専用スプーンのアプローチで、国内向け製品の開発に切り切った。担当の中村雅之氏は市場調査のため、カレーの激戦区神保町に通い詰め、客がスプーンで具材を切る動作や、皿にルウや米粒が残ってしまつという不満に注目。具材を簡単に切ることができ、皿に残ったカレーをすくいやすい形の「サクー」でカレー愛好家たちのニーズに応えた。消費者が抱える日常的な不満の解決