

特集 伝統工芸品産業の今——新たな価値を創造する人たち

第5章

現代に生きる伝統の 新しい価値を伝える

株式会社和える



川久保 理

千葉県中小企業診断士協会

日本の伝統が衰退の危機にあると言われる中、その魅力を次世代につなぐしくみを生み出す企業がある。株式会社和えるは、「日本の伝統や文化は、人を優しくする力がある」、「優しい人が増えると、社会がより美しくなる」という信念のもと、さまざまな事業を通して日本の伝統を現代の暮らしの中で生かし、次世代につなぐことに取り組む。

創業の経緯や日本の伝統への思い、そしていかにして伝統に新しい価値を見出し次世代につないでいるのかを、同社の創業者である矢島里佳代表取締役役に伺った。



株式会社和えるの矢島里佳氏
(画像提供：株式会社和える、以下同じ)

1. 創業の原点

(1) 伝統文化に魅了された学生時代

千葉県のベッドタウンで育った矢島氏は、幼い頃から日本の伝統文化に魅了されてきた。

小学校低学年に見たお茶会での、華やかな着物を身にまとった女性の姿が、今でも脳裏に焼き付いて離れないイメージとして鮮明に記憶に残っているという。

中学・高校時代には茶華道部に所属し、日本の伝統が育む精神性や美学に対する理解を深める。大学時代には、伝統を日常に取り入れる活動を行う学生団体「和愛」を立ち上げ、日本の伝統に対する思いを育んでいった。

(2) 直面した伝統産業の実態

小学生の頃から就きたい職業はジャーナリスト。しかし、大学時代に実際にOB・OG訪問をして企業研究を進める中で、新聞記者やキャスターは何を伝えるか選り好みしてはいけないと知り、やりたいこととのギャップに気づく。自分が伝えたいものは何か。それを探るため、全国の職人を取材する連載企画を自ら出版社に提案し、職人を巡る活動を始める。

この活動の中で出会う職人からは、日本の伝統産業が直面する衰退の状況について、「最盛期から生産額は半分以下」、「近年は原材料も手に入りにくい」など切実な声を聞く。調べると生産額や伝統産業の従事者数が激減していた。この時浮かんできたのは純粋な疑問。

「日本の伝統はこんなにも魅力的なのに、どうして衰退するの？」

職人の話を聞いていく中で、1つの結論に達した。「伝統に魅力がないわけではなく、知られていないだけだ」と。

(3) 日本の伝統が持つ魅力を伝えたい

その後も職人を巡る活動を続けながら、「日本の伝統の魅力をもっと多くの人に伝える方法はないか」と模索する中で、あるアイデアにたどり着く。それは、幼少期の子どもたちに日本の伝統を届けるといったものだ。

幼い頃の記憶は強く残る。たとえば、子どもとの食事中に「〇〇くん、京焼の器を取ってくれる？」という会話が生まれれば、自然と記憶にも残り続ける。親子で日本の伝統に触れ、知るきっかけになるのではないか。

そこで、伝統産業と育児用品を掛け合わせたような事業をしている企業を探したが、なかなか出会えない。ビジネスとして成り立たないのか——その疑問への答えを出すために、アイデアをビジネスコンテストで伝えてみることにした。東京都と東京都中小企業振興公社主催の「学生起業家選手権」に出場し、最上位の優秀賞を獲得。「神様の後押しである」と考え、起業を決意した。

「人生のどこで、自分が本当に興味関心を寄せられることに出会えるかわからない。それに会ったのに目をつぶる、出会いを無視することの方が私には勇気がいりました」と矢島氏は当時の思いを語った。

(4) 伝統と現代の感性を和える

「和える」という社名には、「日本の伝統や先人の智慧」と「今を生きる私たちの感性」を、和え物のように和えることで、互いの本質を引き出し、より魅力的な日本を次世代につなぐ、という思いが込められている。

矢島氏は、法人も人格を有していると考えている。自社のことを息子のように「和えるくん」と呼び、子どもを育てるような感覚で育んできた。

2. 「和える」の哲学

(1) 「和える」が伝えるもの

同社はジャーナリスト集団のように日本の伝統を「伝える職人」を目指している。矢島

氏は現代社会において、人々の心に豊かさを届けることができるのが日本の伝統であると確信している。

つまり、日本の伝統は「守るべき対象」ではなく、人の心を豊かにする、すなわち現代の課題を解決する手段の一つとして伝えているのだ。

(2) 「伝える」を軸として広がる事業

同社は「伝えるというジャーナリズム」を軸に事業を展開する。その具体的な形として「0歳からの伝統ブランドaeru」がある。このブランドでは、乳幼児向けに日本の伝統を取り入れた商品を展開している。

たとえば、「徳島県から 本藍染の 出産祝いセット」は本藍染の技術を活用して開発した、赤ちゃん用の肌に優しい衣類だ。「着物だけに限らず、保温や紫外線カット効果は乳幼児の肌によいのでは」という発想から生まれたもので、従来の市場を越えた新しい顧客層との接点を創り出している。伝統産業の魅力に、現代の生活に役立つ新たな価値を生み出し、伝えている。

加えて、同社は「aeru re-branding」という事業を通じて、伝統のリブランディングにも力を入れている。この事業では、企業や事業の原点に立ち戻り、業務やビジネスモデルを見直し、企業の存在意義をワンメッセージで示すことで、改めて企業文化やブランド作りを手伝う。



本藍染職人さんが約30回前後手染めした「徳島県から 本藍染の 出産祝いセット」

また、空間プロデュースを手がける「aeru room」も重要な事業の一つ。この事業では、伝統工芸品を使ったインテリアや空間演出を通じて、人々に伝統の魅力を体験してもらう場を提供している。

たとえば、ホテルや旅館の内装に伝統工芸の技術を取り入れ、地域の伝統を伝える部屋を生み出すことで、ホテルや旅館が地域の魅力を発信する場所へと変化していく。商品のみならず、空間そのものを通じて日本の伝統を現代の豊さとして伝える工夫を凝らしている。

ほかにも「aeru school」では、企業研修や学校教育の現場に日本の伝統を生かす教育プログラムを開発提供している。たとえば、チームビルディングを目的とする企業研修の題材や、中学・高校の探求学習を目的とする時間の題材として日本の伝統を活用し、伝統を生かして顧客の目的を達成する、という発想で事業を展開している。

(3) 社員の豊かさも実現する組織体制

同社の組織体制も特徴的だ。個々のライフステージや働き方の希望に応じて柔軟に関われるしくみを生み出している。給与は自分で決め、週1日勤務からフルタイムまで、働き方は自由であるが、理念への共感と事業への貢献を必須条件としている。

このフラットで柔軟な組織運営は、同社で働く社員の豊かさにもつながっており、現代の中小企業の在り方としても参考になる。

3. 現在の取組み～精神性を伝える挑戦

(1) 修学旅行×伝統

同社が現在注力しているのは、伝統工芸品という「モノ」だけにとらわれず、日本の伝統の本質である「精神性」を届けること。その一つが、修学旅行の教育プログラム商品販売だ。修学旅行の一環として、実際に工房を訪問して職人と直接出会い、仕事に込める思いや、生きるうえでの信念を伺う。



和える修学旅行プログラムで
職人さんの思想哲学を学ぶ生徒さん

学生たちは、「生き様が反映された営み」を五感で体感することで、伝統を未来へつなぐ方々の「生き方」や「在り方」について考えるきっかけになる。職人の仕事ぶりを見るだけでなく、その背後にある哲学や生き方を学ぶ機会を得ることで、自身の人生観やキャリア観を広げる役割も果たしている。

「職人さんにとっては、未来の『作り手』、『伝え手』、『買い手』を育む機会になる」と矢島氏は話す。職人たちの思想哲学に触れる体験そのものを商品化することで、モノを売らない新しい収益モデルにもなりうる。製作と環境との調和に苦心する職人にとっても、自らの技能や思想を生かしつつ精神性を伝えることで収益を得られる新たなしくみは、持続可能な伝統工芸の未来を形づくる第一歩となる。

プログラムを通じて日本の伝統に興味を持った学生がお土産としてモノを購入していくことや、職人の姿に憧れた学生が将来職人の道を選ぶことも考えられる。思想哲学を伝えることによる対価を受け取りながら、モノづくりにもつながる取組みだ。

(2) 訪日外国人×伝統

さらに、訪日外国人向けのプログラムも開始した。茶道を通じてその背景にある日本の精神性や思想哲学、歴史・文化、暮らしに触れ、学んでもらうことを目的とする体験プログラムだ。

参加者のあらゆる疑問に触れ、対話を重ねることで、自身による発見や学びを得るとともに、参加者同士の交流を深め、記憶に残る体験となる。

これらの取組みは、国内外の新たな顧客層に「物質的な日本の文化」だけでなく、「精神的な日本の文化」に触れる機会を提供している。

4. 今後の展望

(1) 伝統を「ウェルビーイング」へ

矢島氏は、「伝統を残すべき理由はウェルビーイングにつながるから」と語る。伝統には数千年にわたる歴史の中で培われた人々の暮らしを豊かにする先人の智慧が宿っている。日本の伝統を未来につなぐことは現代社会の豊かさを育むために欠かせないと矢島氏は確信している。

失ったものを再構築するには多大な時間と労力がかかる。だからこそ、衰退の危機にある今、生きている伝統を次世代につなぐのだ。

しかし、伝統をただ守るだけではその意義を生かしきれない。「単に保存するのではなく、現代の暮らしの中で生かすことが重要だ」と矢島氏は強調する。

(2) 「和える」も次世代につなぐ

矢島氏に今後の目標を聞くと、「和えるを美しく引き継ぐことです」と話す。

実は、矢島氏は創業時から20年で引退することを決めていた。創業の理念である『『現代』の感性を和える』を貫くためには、自分が日本人の平均年齢47.6歳（出所：総務省統計局、令和2年国勢調査）になる前に次世代に引き継ぐ必要がある、という考えだ。

日本の伝統を次世代につなぐことに注力してきた矢島氏は、和えるの事業も次世代につなぐことを意識しており、計画的に経営を進めている。



矢島氏と社員の皆さん

矢島氏は「伝統の本質である精神性をしっかりと伝える企業に育んでいくのが、自分の最後の仕事」と話す。最近では20歳代の方の応募があると、社員から「この方、次の社長としてどうですかね」と聞いてくるという。「社員もそういった意識でいてくれるのは嬉しいですね」と矢島氏は笑顔で話す。

5. 「和える」の取組みから見える未来

「和える」の取組みは、日本の伝統を生かした新しい価値創造の道筋を示している。それは単に伝統を守るのではない。伝統は現代に生きる人々の精神的豊かさを育む源泉であり、社会のウェルビーイング＝ご機嫌を実現する手段として「生かす」のである。伝統を通じた豊かさの実現は、日本社会の課題解決にも寄与する可能性を秘めている。

中小企業診断士にとっても「視点やターゲットを再設定し、新たな価値を創造する」ヒントにあふれている。読者が支援する事業者の未来に、伝統を生かした新たな可能性が広がることを願う。

川久保 理

(かわくぼ おさむ)

慶應義塾大学卒業後、金融機関に勤務。法人営業やストラクチャードファイナンス、人材育成を担当。2023年中小企業診断士登録。

