

新素材開発と外部デザイナーとの連携により、世界に通用するブランドを立ち上げた和紙メーカー

山梨県の甲府盆地南西に位置する市川三郷町は、1,000年以上続く和紙の産地として知られている。この土地で古くから障子紙の製造・販売等を営んできた株式会社大直（従業員50名、資本金1,000万円）は、近年、和紙の新しい可能性を切り開いた和紙メーカーとして注目されている。

同社が2008年に発表したブランド「SIWA|紙和」は、同社が開発した破れにくい障子紙「ナオロン」を布や革等のように縫い上げて、バッグや財布等様々な商品に仕立てたものである。紙ならではの質感の良さや、丈夫で軽く水にも強いという素材の特徴、そして洗練されたデザイン等が評価され、我が国を含む世界18カ国で販売され人気を博している。

同社のSIWA事業は、和紙という伝統的な産業において、画期的な新素材の開発によりイノベーションを起こした事例として興味深い。それだけではなく、外部のプロダクトデザイナーとの連携により「デザイン」や「ブランディング」という視点を取り入れ、高い成果を上げているという点も重要である。

「SIWA」というブランド名やそのコンセプト、そして各プロダクトのデザインは、山梨県出身の著名なプロダクトデザイナーである深澤直人氏が手掛けている。深澤氏は、同社の「ナオロン」の持つ「一度シワが入ると戻らない」という欠点に着目し、それを素材の魅力として捉え直して「SIWA」のコンセプトを作り上げていった。このような「欠点」を「魅力」に変えるような逆転の発想は社内からは発生しづらく、まさに外部との連携によって初めて達成できたイノベーションだといえる。

また、深澤氏はこうしてできたSIWAのコンセプトやプロダクトを「ブランド」に昇華させるうえでも重要な役割を果たしてきた。同社は、2008年の「インテリアライフスタイル展」にてSIWAを発表したが、その展示会でのブース設計や陳列の仕方、資料のデザインにいたるまで、深澤氏が細部まで深く関わっている。その結果、SIWAのブースは中小企業が発表するブランドとしては異例の完成度となり、大いに注目を集めた。広告費をそれほどかけられない中小企業にとって、新商品を販売する際の販路開拓は悩みの種となることが多いが、SIWAに関してはこの展示会をきっかけに知名度が高まり、販売開始と同時に多数の引き合いが入ったという。

このように、大直とSIWAの成功は、自社開発の新素材と外部デザイナーとの出会い、そのチャンスを活かすための社員の並々ならぬ努力の末に実現したものであり、中小企業による新規事業開発、イノベーションの好事例ともいえよう。



「SIWA|紙和」のPRODUCT