

# 小さな村からシンプルデザインの提案を

合同会社しもかぶ工房 吉田 耕一

URL <http://www.shimokap.com>



## 1 しもかぶ工房の成り立ち

しもかぶ工房は上川の最南部、占冠村で木工クラフトの製作販売を主にしている小さな工房です。

2010年に占冠村の観光協会（後にNPO法人 占冠・村づくり観光協会）が地域資源を使った新たな事業を、ということで木工職人を募集したところからスタートしました。基幹産業が林業の占冠村ですが、2010年時点では村内に木工所は無くなってしまっており、豊富な森林資源がありながら村内での活用はできず、観光のお土産等にもなるクラフト製品づくりが期待されておりました。

たまたま友人が募集広告を見て、当時独立を模索していた僕に教えてくれたことがきっかけで応募、採用ということになりました。僕自身は飛騨高山で木工の修行をしてきて、大学時代に慣れ親しんだ北海道で独立をと思っておりましたが、いかんせん独立資金が無く、さまよっておりました。面接にいったらと将来的に軌道にのれば独立、という計画とのことでしたので僕としてもおいしい話でありました。



工房は廃校になった小学校の教室

観光協会職員として採用され、工房の場所すら決まっていない状態からスタートしました。工房は2004年に廃校になった旧占冠小学校の教室を借りることになり、機械を揃えやっとモノが作れる状態となりました。

何をどのように作るかということが最大の課題ですが、道の駅での販売が当面の目的でした。おりしも道東道の占冠―清水間が開通（占冠―夕張間はその後完成）し、僕が移住した7月はじめには高速無料化が始まった時でしたので、帯広方面に行く上りも下りも占冠の道の駅にほぼ必ず立ち寄り、道の駅が大混雑とい

う村開闢以来の事態になっておりました。最初面接で村に来たころは日曜でも閑散としていましたので「ここでモノが売れるのだろうか？」と真剣に悩むような状態でしたので、とりあえず売る相手はたくさんいる、というのはありがたいことでした。

当初の時点からいかにも田舎で売っていそうな安物を安く売る、というイメージは無く、東京の人が良いモノに相応の対価を支払ってくれるように、そのようなモノを作ろうと決めておりました。

## 2 五角形のお箸

最初の商品はお箸でした。これは木工は門外漢の上司から課題として与えられていたものでしたが、数本のお箸を製作するなら訳もないのですが、商品として作るとなると難題です。専用の機械で作るわけでもなく、汎用機を使い魅力的なお箸を作れ、といわれても所詮ただの2本の棒です。デザインを凝る場所は限られています。幸い直前に関わっていた場所で八角形のお箸を作っていましたので八角形のお箸の作り方は知っていました。ただ日本全国に八角形のお箸はあり、新鮮味もなければ必然性もないのでなにか思いつかないかと散々悩みました。可能性として五角形という選択肢はかなり早い段階で思いついていたのですが、八角形や六角形と違い製作は一筋縄ではいかない、というところでいったん置いておきました。

それが突如治具のアイデアを思いつき、四角の棒から治具2つと昇降盤のみで五角形のお箸を作ることに成功しました。最初に作った治具がつい最近壊れるまで4年間も使っていたので、このときの治具の完成度はなかなかのモノでした。



お箸の断面は五角形

仕上げは鉋で一本ずつ仕上げ、ウレタン塗装のため途中で一本ずつ磨くという結構大変なものです。僕はウレタン塗装の経験が浅いので塗装には大変苦労しました。色々な方法を試し、最初よりも逆に手間を増やしてクオリティをあげている部分もあります。

五角形のお箸はシンプルですがとても持ちやすく、人の手にフィットすると言われていました。非常に使いやすいのと、意外なところでは痛風の方からとても軽くてこれしか使えないと喜んでもらえました。



五角形のお箸は手にフィットして持ちやすい

受験シーズンには半ば洒落なのですが素材が桜であること、「五角」と「合格」の語呂、普通のお箸に比べてあまりコロコロ転がっていかないことから「桜の合格箸」としても販売しています。洒落であっても頑張っている受験生のわずかながらでも助けになればいいな、と思って製作しています。

この合格箸を初年度以来受験シーズン前に占冠村の中学生にククサとあわせてプレゼントしています。中学生の数が少ない小さな村ならではのですね。

### 3 しもかぶククサ

2010年の12月に作り上げたのがしもかぶククサです。ククサとは北欧の遊牧民族サーミの人々が手作りする木のカップです。本来は白樺の木の瘤を削り、塩で煮てオイルを塗って作るものです。子供が生まれたときに作ってもらって小さいときはミルク、大きくなったらお酒も飲んで一生腰にぶら下げて遊牧の生活を送るんだ、といったようなロマンのあるものなのですが、日本では贈られると幸せになる、といったフレーズで外国製のものが比較的高価格で販売されています。

ロマンのあるものではありませんが、知り合いのアウトドアガイドの方がこんなの作ったら？と言って使い

込んだものを見せてくださいました。内側はコーヒー（おそらくそれ以外のもの）なのでしょうが真っ黒になっています。オイルで仕上げているだけなので一般人の感覚から言えば少々非衛生的な雰囲気です。最初のうちは塩と油の味もするらしく、そこを乗り越え、多少のカビは気にせず、使い込むにしてもなかなかハードルが高いものだな、と感じました。僕は作る以上は飾り物ではなく使ってもらいたい、と願っているので日常的に使いやすいものを作ろうと考えました。



看板商品のしもかぶククサ

形は飲みやすいように口の部分を薄く、かつ製作工程も考えた上でデザインを行いました。そして、最大の課題は塗装をどうするかということでした。

考えられるのは、漆かウレタン塗装か天然系のオイルなどですが、僕は漆に弱く経験も足りません。亜麻仁油などを塗ってみたりもしましたが、本体を薄くしていることもあり、お湯をいれると変形して割れてしまいました。結局プレポリマーを併用したウレタン塗装に落ち着きました。

最初のうちは店舗のディスプレイが商品数も少なく、まだ整っていなかったためなかなか売れませんでした。その他の商品も増やしディスプレイも工夫してぼちぼち売れるようになりました。価格が当初から高いのはブランドイメージを作るための戦略でしたので、売れないからと値下げをしなかったことは最初は苦しいものでしたが、あの時頑張った良かったと思います。

徐々に売れ始めた頃に比較的影響力のあるブログで紹介され、それを見た人が買いにきてくれてさらにブログに載せていただく、という好循環も生まれていきました。まだまだその時点では自分の給料をまかなうレベルではありませんでしたが、夏の間はお客様が非常に多かったので工房としての売り上げは順調に伸びていきました。



オプションの名入れも誕生日などのプレゼントとして大変好評。注文を受けてから手書きで名入れをして塗装しています。

#### 4 タッチウッドの誕生

3月に大震災があり、もうひとつの看板商品のタッチウッドをデザインしました。

タッチウッドはそもそも僕が何年も前に小説を読んで作ったものに源流があります。小説の中では、フランス人のおじいさんがポケットの中に木片を忍ばせていて何か嫌なことが起きそうなときはポケットに手を入れてこれを触るんだ、俺はこれで今までやってきたんだ、とってツルツルに磨かれてしまった木片を見せてくれます。なにかお守りのようなものとして扱われているらしいのですが、これがかっこいいなーと思って端材のローズウッドで自分用に作ったキーホルダーが一番最初のもんです。



タッチウッド (サクラ, カエデ, エンジュ, イチイ)

震災のあと、募金集め用になにか簡単なものが作れないか、という上からの指令で作った時に、本来は別のもものつもりで製作したのですが、たまたまへこみがとても気持ちよく、このままキーホルダーでもいいんじゃないか、という話が出てきました。そこで例の木片の話をしたところ、たまたま留学経験のあるスタッフが「タッチウッドのこと？」と言い出し、インターネットで調べてみると欧米で広くあり、嫌なことが起こりそうなときにtouch woodあるいはknock on woodといいながら木製品に触ると厄よけになる

という風習があることが分かりました。そのためタッチウッドというモノがあるわけではなく、調べても由来がはっきりしないのですが、ここで小説と震災をきっかけに作ったものが結びつきました。



凹みがなぜか気持ちいい

それではキーホルダー（のようなもの）にしよう、という時に一つの分岐点がありました。キーホルダーならば手間もそれだけかかるし別にへこみは要らない、と上司に言われたのですが、その時点で僕にとってはへこみの触り心地こそがこの商品の魂である、と感じていたのだから強引にへこみを残して商品を作りました。へこみを残したことが現在工房が存続しているターニングポイントだったと言っても過言では無いでしょう。

観光協会としては利益を追求する商品ではなく震災のための募金に対するお礼という形だったので、300円で販売して全額赤十字に寄付ということになりました。とても好評でしたが、収益無しでずっと続けるわけにもいかないのでもう少し手を加えて現在の形をつくり、販売価格のうち100円を寄付という形に変更しました。

価格は上げましたがとても好評で、最初は震災への募金という大義名分があってこそ売れているのかと思っていましたが、夏頃にはどうやら震災募金とは無関係に（一部が募金に回していることを意識せずに）商品の魅力に惹かれて買っていつてくれているらしいということに気がつきました。

デザインした僕が考えている以上にかわいい、なでると気持ちいい、という反応が良く、作っている側としてはそんなに難しいものでもないんだけどなと少し不思議な気分でした。考えてみれば、僕たち木工に携わる人間にとっては磨いた木肌の心地よさというのは四六時中接しているので当たり前すぎるものになっているのです。対して一般のお客様にとっては、丁寧に磨かれた木にウレタン塗装などの塗膜なしで触れる機会は意外なほどありません。そしてやはり気持ちよく



感じさせるのは絶妙なフィット感を生むへこみの存在でした。たまに自分で店頭で会話しながら買っていたときに、あの時へこみを強引に残してよかった、と思ったものです。その後、山桜だけだった材種を増やし、形のバリエーションも増えましたが一貫してへこみだけはこのシリーズの魂として生き続けています。

## 5 販路の拡大

タッチウッド、ククサに加え他の商品も充実させていきましたが、差し当たって占冠の道の駅が主な販売場所でした。トマムリゾートの冬のイベントとしてアイスビレッジというものが毎年開かれています。その担当者が工房商品を気に入ってくれ、アイスビレッジのショップで売れ行きが好調だったことからトマムリゾート各所で販売してもらえるようになりました。その後トマムや道の駅で見かけて取扱いたいと言ってもらえるようになり、少しずつ販路を広げてきました。

もともと大量生産ができるものでもなく、イメージの合わないお店にまで無理に営業をしても意味が無いので積極的な販路拡大はしていません。僕の持論ですが100円ショップのものを銀座に持っていけば1,000円で売れると思っています。同じものであってもお店の全体の雰囲気とディスプレイ、包装のちょっとしたことで売れ行きが簡単に変わります。



包装もシンプルでかわいく

しもかぷククサも開発当時2種類が5,000円と6,000円でしたので「こんな高いもの売れるわけねえべや」と周りの人に散々言われましたが、安くして売って結果良いことは無いと信じていたので一歩も譲りませんでした。地方の土産物店でよく見かける光景ですが、良いものを作る技術はあっても安くしないと売れないという思い込みがあり、例えばカップ類などを2,000円や3,000円で売ってしまっています。その値段で売るためにはそれ相応にレベルを落とさな

ければならないでしょう。もしくはそのレベルでしかモノを作れなくなってしまいます。もちろんその価格で出すためには相当なスピードで作らなければならず、その技術はすごいものだと思いますが、それならばさらにクオリティを高めて倍の値段で売るべきです。そうでないと、目の肥えた東京のお客様には田舎の安物の土産物としか思われません。そしてお店、あるいはブランドそのものが「安物しか置いていない」と認識されてしまいます。全体のレベルが高ければ同じものでも「良いもの」と判断されて倍の価格でも問題なく売れていきます。



道の駅のアンテナショップも運営

しもかぷ工房を立ち上げた際に幸運だったのは、観光協会として道の駅にアンテナショップを自分で一から立ち上げられたことでしょうか。もちろん予算などあるのですべてが思い通りにいくわけではありませんが、最初からあるお土産屋さんの一角のスペースなどであつたらお土産屋さんの全体のイメージにひきずられてしまったでしょう。もともと何も無いところに地元の農産物と木工を並べたので、お店のイメージ自体を作者自身のイメージで作りに上げてきたことはブランドの力を引き出す上では大事なことでした。当初は別に紙のデザインをするスタッフがいましたが、やはり自分自身のイメージとはズレがあるもので、得意分野ではないものの自分自身で包装のデザインなどを手がけてからの方が全体のイメージが統一され、工房の評価も上がったような気がします。

僕自身は自分をデザイナーや作家とは思っていません。メディアに出る際にその方がよければそのようなふるまう場合もありますが、基本スタンスは自分は職人だと思っています。デザインをする上で過剰な自意識や周りとの差別化をしなければ、という意識が強すぎて余分なデザインを増やしすぎている例をよく見かけます。安い量販店などに行っているつも残念に思うのは「ここにこのマークとかなければ良かったのに」ということです。何も加えなければシンプルで良かった

のに、わざわざ手間かけて（たとえばただの白いTシャツでよかったのに可愛かろうと思って描いたイラスト）モノをだめにしてしまっているのです。むしろ何も加えなければ高く売れたのに、と思います。木工の世界ではテーブルは大体脚4本と決まっているので個性を出そうとするともっぱら足し算になってしまいます。それが過剰なデザインを生んでいます。

木という素材自体に他の素材には無い魅力が宿っています。僕はそれに少しだけ形を与えてあげればそれで良いと思います。木工関係者が思っている以上にただ切っただけの木には魅力があるものです。余分な手間は少ない方が作るのも楽です。そして楽だからといって安く売る必要もありません。お客様は手間がどれくらいかかるか、ということは判別が付きません。要は欲しいか欲しくないか、欲しがってもらうための演出はどうあるべきかということだと思います。



イチイの枝で作ったボタン

「年輪ボタン」という商品があります。村内で木を切り倒したので材料にしてくれ、といって枝付きのままイチイが持ち込まれました。材料にするには細いなーと思いつつ放置して、雪が積もり、春になって出てきた時にさて、と思い大量にゴミになる枝をどうしようかと思って考えて思いつきで作ったものです。ただ輪切りにして穴をあけて磨いただけですが、思いのほかかわいい。上司は50円と言っているのをまた無視して200円で売り出しました。もちろん事前に周囲の女性にいくらなら買うか、ということを入念にリサーチした結果でした。

これはかなりなヒットとなり、ボタンのためにイチイの枝をもらってくるはめになりました。もともと材料としては捨てるものなので材料費はただです。50円でも利益は出たかもしれませんが200円という値付けこそがポイントであったと思います。50円ならば適当に選んでもたいして懐はいたまないの、皆さん10個ずつくらい買ってくれたかもしれません。けれども200円一個なら簡単に買えます。5個セットで

1,000円ならばおそらくこれほど売れなかったでしょう。道の駅ではボタンを3つ買うのに30分以上かけて、実に楽しそうに買っていってくれます。セットだからお得、という感覚はすでに過去のものではないでしょうか？本当に必要なモノを必要なだけ、というスタイルは合計金額が高くなっても単価の設定が絶妙であれば、選ぶ楽しみというものもあるので、売る側にも買う側にも大きなメリットがあります。年輪ボタンの場合、ボタンを使ったヘアゴムなども好評で1メートルくらいの枝（本来は廃棄物）が1000ミリ÷（厚み4ミリ+ノコ厚3ミリ）×200円＝28,571円に化けてくれます。



年輪ボタンのヘアゴム

箸置きも好評です。箸置きとして売っているのを見ると積層したり、複雑な形にしたり、結構つくるのが大変そうな割には数百円くらいが相場でしょうか。しもかぶ工房の箸置きは10ミリ角の棒を切っただけです。製作はとても簡単なものです。



さまざまな材種の箸置き

売値は300円程度でデザインもそれほど凝ったものではありません。売れているわけは、裏に樹種名を書いているところにあると思っています。色々な樹種の端材でつくるので焼き印を全種作る訳にもいかず、ひとつずつ焼きペンで書いていますが、これもまた味、と思っています。普通のお客様は木に色々な種類があることは知っていますが、見た目がこれほど違うとは



思っていません。色も表情も全く違うので、お母さんは桜、お父さんはエンジュと言った感じで家族分を選んでいけます。樹種がわからなければ話はそこで終わりですが樹種が書いてあるので後からでも楽しめます。おそらく樹種見本のようなつもりで買っていると思います。これもまた一つずつ販売、というのがポイントです。五個セットで1,500円は高いと思われま。そして五種類樹種も決まっていたら、これは要らないんだけど、となってしまう。作る側も端材で作るので数はバラバラです。一個ずつの販売なら私と彼の分だけ気に入ったものを買えばいいのです。

ボタンにしる、箸置きにしる売り場の雰囲気、ディスプレイがあつてのことではあります。まわりに100円200円の商品があふれていたらボタン一個に200円は高く感じてしまうでしょう。周りがククサ8,000円、という状況であれば200円なら5個くらい買っても高くない、と思ってもらえます。

## 6 今後の課題

観光協会内で立ち上げて以来少しずつブランドを育て上げ、売り上げもそれなりにやっていけそう、というメドがたちましたので観光協会の理事会の承認を経て2014年の4月に合同会社として独立という運びになりました。人口千人程度の小さな村ですので、周囲の方々、役場なども直接、間接的に手助けをしていただけたのがとてもありがたいです。村役場としてもこれといったお土産がなかったのが、特産品(?)的な扱いで手土産に使っていただいているようですし、今年度からは新生児へ子供の名前を入れたククサをプレゼントする、という事業もはじめていただきました。

ちょうどこの4年ほどで星野リゾート・トマムの雲海テラスが絶好調になってきましたので、リゾート内でも村内で作っている良質なお土産として単独のスペースを与えてもらえるなど、かなり大きく扱ってもらえるようになりました。



雲海テラスの特設販売所でも限定商品を販売

おかげさまで特に手間のかかるククサの在庫が常に品薄になってしまい、とうとう今までの僕を入れて二人の製作体制では間に合わないということで、新しく製作スタッフを雇うところまでできました。

最初のスタートが村の森林資源を活かす、ということだったのですが、この点についてはまだまだと言わざるを得ません。製材が村内でできないので現状は外の材木屋から買ってくる方が早くて安い、ということになってしまいます。今までは先が見通せませんでしたので丸太をもらっても何用に製材するかということも決められませんでした。やっと最近になって将来的なことも見えてきましたので、徐々に村内の材料を手に入れて3年後を見据えて製材をしようという段階に入ってきました。先の見えない状況で理念ばかり先行してもしようがないので、今後もブランドのイメージをうまく作り上げていくことが地域の資源を活かす近道になっていくと思います。

作り手としては、いずれ本業の家具をもっと手がけたいと思っています。田舎の道の駅でいきなり数十万円の家具を買う人もいないので、それこそブランドネームが重要になってきます。シモカブとは占冠(しむかぶ)の語源となった言葉でアイヌ語の「とても静かな上流の場所」という意味です。激流の鶴川をさかのぼった先人が見つけた風も無いおだやかな土地だったのでしょ。僕たちの作る作品も、その名にふさわしく日々の生活の中でホッと安らげる時間を演出する手助けになれば、と思つて製作を頑張っています。



大人になつても一生使える子供イスを、と思つて作った。大人でも座れるようあえてアームも省き、シンプルなデザインとした。