



## Made in Kyoto の持ち運べる鏡台

寺井俊裕

### ■ “収納美” をお土産に

日本の化粧品は、特に中華圏の女性に人気が高く、観光庁の統計によると、中国大陸からの旅行者の74.7%が化粧品を購入しています（訪日外国人消費動向調査：平成28年10～12月期）。ところが、彼女たちの多くは、鏡台のような化粧の専用空間を持たず、テーブルや洗面所でスマホを鏡代わりに慌ただしく化粧をしているようです。

引き出しや汎用ケースに放り込まれた化粧品を、いざ使う時になって引っかき回すとなるとイライラして、せっかく自分をきれいにするための時間が楽しくありません。旅行の記念に日本から持ち帰った化粧品が雑然と扱われ、その使用シーンがうつくしくないのは、とても残念です。日本の化粧品を、もっと大切に使用してもらいたい、それを自分が専門とするデザインで叶えることはできないか、と考えました。

片付け上手がもてはやされるように、日本人の感性の1つに「収納」に対する美意識があります。化粧の時間を楽しくするなら、まず整理整頓から。日本のお土産品として、日本の文化である「収納美」を盛り込んだ製品の開発を思い立ちました。「デザインで、日常生活の様々な課題を解決する」という理念の下、地元・京都でデザインベンチャーを起業したのは、大学を卒業した今年の10月です。

### ■ 奇跡の出会い

開発したのは、組立式の化粧品箱。機能は収納だけでなく、「組立式」という点に特長があります。これはいわば、持ち運びのできる鏡台です。観音開きにして広げると、そこにたちまち化粧スペースができて上がります。その鮮やかな変身ぶりに、きっと目を見張ることでしょう。化粧品のボトルやブラシなどの道具を収めるポケットは、日本の茶室からヒントを得て「違い棚」風にデザインしました。内装パーツのその“棚”はマジックテープで付け外しが自由自在、使いやすい好みの配置にできます。まるで心遣いの行き届いた執事（パトラー）のご

とく、長くあなたに仕えるようにとの意味から、ブランド名は「CARE BUTLER：関愛執事」としました。

化粧が終わり折りたたむため、コンパクトなA4サイズになります。菓子箱並みなので、自宅では本棚に置いておけるし、海外の旅行者が最後のショッピングに空港の出発ロビーの免税店で購入した場合でも、機内に持ち込めます。プラスチックの堅い芯材を使っているため安定感があり、ポリエステルの生地は肌触りがよく、発色もきれいで、優雅さと温かみがあります。

ただ造りがシンプルだからといって、製造も簡単だったかという点、その反対で協力してくれる企業探しに奔走しました。問い合わせた国内の縫製工場は50社を超え、ことごとく断られました。ようやく引き受けてくれた工場も、芯材が堅すぎてミシンの針が通らず、まともな試作品もできないまま断念。「この手の製品を作れるところは日本にはない」とか「量産はとても無理」とか、否定的な意見ばかり聞かされ、半ばあきらめかけていた頃、地元の企業を紹介され、薬にもすぎる思いで訪ねたところ、「やってみましょう」。

主にウエディングドレスの収納ケースなどを製造している会社で、もともと堅い芯材を生地と一緒に縫製する技術力、ノウハウがありました。日本国内でもわずかな数社のみという極めて高い技術を持つ工場が、京都の下鴨、なんと私の母校である京都工芸繊維大学のすぐ近くにあったのです。この奇跡のような出会いのおかげで、完成品は企画開発から製造販売まですべて、Made in Kyoto。化粧品箱・鏡台はかさばり、これまで機内に持ち込もうと考えた人は誰もいなかったようで、意匠登録・実用新案も取得できました。

### ■ 時間と空間の再創造

持ち運べる鏡台は、外国人旅行者・中華圏の女性をターゲットに、日本の収納美、化粧文化を伝えようと開発したものです。「自分の顔をゆっくりと見る“時間”と、しっかりと自分と向き合える“空間”を持ってほしい」という、男性である私からの願いが込められています。



ある時ふと「日本の女性はどうかだろうか？」と思いました。女性が鏡台に向かって化粧をするシーンは、昔の映画などによく登場しますが、傍らにはその後ろ姿や横顔にちらりと目をやりつつ、心ときめいている男性がいたりします。私自身、女性がお化粧をしている姿はうつくしいと思います。

総務省の平成26年の調査では、平成21年からの5年間で、洗髪洗面化粧台の保有率は20%減、鏡台は12.7%減となっています。かつて鏡台は嫁入り道具の1つでした。今は簡単で手早くできる“時短コスメ”が有難がられる時代、勉強、仕事、家事、育児に追われる現代女性の生活に、“スピード重視”が浸透しているのは仕方ありませんが、化粧専用スペースが家庭から失われつつある現状を思えば、日本の化粧事情も外国人旅行者と大して変わらない気がします。

だとしたら、どこへでも持ち運べ、場所をとらずに収納でき、いつでも化粧の時間と空間を創り出せるのは、忙しい日本人女性のニーズにも合致するのではないかと。組立式化粧品箱は、現代社会へのアンチテーゼであり、また頑張る女性へのエールでもあるのです。きっと喜んでもらえるはず。お化粧を大切にすることは、自分自身を大切にすることだと思うから、「うつくしい時間の贈り物」なのです。

## ■ デザインの進化

日々の生活の細部へと目を凝らせば、そこには私たちの暮らしを豊かにするヒントがたくさん詰まっています。ケアバトラーは「いのち」と「くらし」を豊かに彩る日本のお土産」をコンセプトに、世界にはまだ知られていない日本の素晴らしさを、国内に向けては、忘れ去られていた古来の知恵を発信していきます。

まもなく、新しいグラフィックスの「万華鏡バージョン」の化粧品箱が完成します。

中華圏を意識した第1号は「京蒔絵バージョン」、今回は欧米・ロシアの訪日旅行者を意識した色使いで、内装に小紋を刷り込みました。外装と内装とのコントラストの演出が特長です。

次なる新製品は、西陣織や丹後ちりめんなどの着物の帯地を外装に、取っ手には組紐を使って、より京都らしさを打ち出しています。また、デザインも進化させ、今は附属品になっている鏡を内側に折りたたみ、開けばちょうど顔の位置にくる三面鏡になるように考案中です。さらに化粧品箱と並行して、薬やサプリメントが収納できる家族向けの「くすり箱」もまもなく完成、育児や介護の分野にも挑戦していきます。

これらの製品のパーツは、使用済みの化粧瓶などの廃棄プラスチックを中心に、すべてリサイクル資材を活用することを想定し、設計しています。これは廃棄品を収集し、処理・加工することで作り変え、新たな価値や有用性を生み出すアップサイクルの考え方に基づいており、発想の転換やデザイン力が求められます。第1号の現製品は再生プラスチックがまだ珍しく高価なため、バージン材を使用していますが、「廃棄・再生の物語」をデザインするのも、ケアバトラーの隠れた役割です。

“いのち”や“くらし”を便利で豊かにするお土産を通して、日本の文化、日本の確かなものづくりを発信すること、かつ、その利用シーンをうつくしく演出し、人々を幸せにする新たなライフスタイルを提案していくこと、それが私たちのミッションです。日本のメーカーや日本ブランドへの信用と安心感、さらには日本の信頼向上に繋がるように、どこまでも日本に“仕える”ケアバトラーでありたいと願っています。

illustration 池田奈衣/Ciel Arbre

## 寺井俊裕 (てらいとしひろ)

(株)アイデアスプラウト代表取締役 (本社：京都市左京区)。2016年京都工芸繊維大学工学部 (プロダクトデザイン専攻) 卒、同年10月起業。ブランド「CARE BUTLER: 関愛執事」を立ち上げる。インターンシップでランドスケープ、UXデザインを学び、サービスデザインにも強く関心をもつ。卒業制作ではデジタルファブリケーションを生かしたプロダクトデザインを行い、仲間とマテリアル京都「Materials in Progress」に出展。2017年4月ミラノサローネ・サテリテにて鏡をテーマとする作品「spray」を発表。組立式化粧品箱は、取扱店舗・通販サイトで購入できる。(http://carebutler.jp/)

