

草木染めアクセサリーブランド 提案と実現「Kahon」

—心を映すアクセサリー—

岡田 夏帆

[指導教員：武庫川女子大学講師 古濱 裕樹]

キーワード：天然染色，天然素材，草木染め，アクセサリー，ブランド提案

1. 背景と目的

大人であっても心の拠り所となる存在を求めていると感じた経験がある。高校3年生からアクセサリー作家としての活動をしており、様々なお客様と接してきた。大阪の商業施設にアクセサリーを出展した際、仕事で広島から大阪へ引っ越して来たという飲食業で働く26歳の女性に出会った。関西に友人は少なく、人間関係の希薄化から寂しさを感じていた。そして「人の手で作られたものを身につけたい」と思い店頭で足を運んだと後に教えてくれた。彼女との出会いから、アクセサリーも心の拠り所になれるのだと知った。

アクセサリーが大人の女性の不安や孤独な感情を受け止め、時に支え励ます存在となることを目的とし草木染めアクセサリーブランドを提案した。アクセサリー作りに使用する布や糸は草木染めした。その理由は、誰もが触れたことがあり、親しみや安心感を抱くことができ、どこにでも存在する自然には心を開きやすいと考えたからだ。

2. アクセサリーブランドの概要

2-1 コンセプト

「心を映すアクセサリー」

日々の忙しさや、複雑な人間関係に身を置く女性が、Kahonのアクセサリーを手にとった時に、ホッとしたり、自分らしさや素直な気持ちを思い出してほしい。そのような願いが込められている。

2-2 ターゲット

年齢は、20代から30代。

- ・新しい環境に身をおく女性
- ・大切な人との物理的に距離がある女性
- ・自己実現のために踏み出した女性
- ・感情を人に伝えることが苦手な女性

2-3 ブランド名

「Kahon」にはスペイン語で箱という意味がある。意味のあるものをお届けしたいという思いが込められている。

3. 完成作品

3-1 素材の染色

植物を用いて布と糸を染めた。用いたのは、巨峰の皮・クチナシ・インドアカネ・エンジュ・クサギ・マルベリー・藍の7つである。色に深みを出したいときは重ね染めした。

3-2 デザインにおいて大切にしたこと

- ・どんな感情であっても受け入れ易いようシンプルであること

- ・自然の豊かさや温もりを感じられること
- ・流行がなく長く使えること

3-3 ラッピング

アクセサリーを入れるガラスケースはインドの職人が作ったものだ。それを入れる麻袋は四季をテーマに4つデザインした。草木染めした糸で季節に合わせた刺繍をあしらった。そして染料名とアクセサリーの取り扱い方法を記入したカードを添えてお客様にお渡しする。

4. 販売について

4-1 販売方法

全国の百貨店や商業施設でKahonのアクセサリーを目にし、触れたお客様がネットでも購入できるように店頭販売、ネット販売の両方を行う。

(1) 店頭販売（委託販売）

- ・タピエスタイル（Kahonが作家登録しており全国の百貨店や商業施設に常設展をもつ雑貨店。）
- ・LUPOPO（Kahonが委託販売しているカフェ雑貨店。）

(2) ネット販売

- ・Kahonのオンラインショップ（kahon.base.ec）

4-2 お客様の感想

「木の実のピアス今日届きました。ステキなラッピング、あったかいお手紙とっても嬉しかったです。これから愛用します。」

5. まとめ

身の回りに天然染色したものは少なく、ブランドのターゲットにとって新鮮であったようだ。草木染めアクセサリーを見たり触れたりすることで自然の良さを見直す機会になることがわかった。

アクセサリーが心の拠り所となれたかどうかは、身につけて共に時間を過ごした人自身にしかわからない。しかし、お客様の反応を見ている限りでは、心を開きやすいデザインや色になったのではないかと思う。

今回、草木染めアクセサリーブランドを提案し、人間関係が希薄化する時代だからこそ、一人一人のお客様との関わりを大切にしていきたいと感じた。ブランドでは将来的にアクセサリー以外にも草木染めした洋服、安心安全な食品や化粧品、布ナブキンなど、暮らしをより丁寧にする品も取り扱っていきたい。



図1 素材の染色（巨峰とクサギ）



図2 完成作品，着用イメージ



図3 ラッピング（ガラスケースと麻袋）