ESSENTIAL

02 FEBRURAY 2022

エッセンシャル
人生に欠かせないもの

信じる
私の可能性

編集者のつぶやき　ハイブランドに学ぶデザインの美学

InterviewFile　vol.03 起業を目指す若手女性が見据える未来。

デザイナー日記　第3回 足元をみながら進める

FREE MAGAZiNE
Created by designoffice CLIP　2022.02.15

ESSENTIAL vol.3　Created by design office CLIP

ESSENTIAL vol.3　Created by design office CLIP

編集者のつぶやき

ハイブランドに学ぶ デザインの美学

今年に入って、昨年財布を使う事をやめたばかりなのに、新しくすることにした。いつも思い立ったかのように、色々と身の回りを整理することがあるけど、そろそろ辞めたいと内心思っている。ただ決まって、明日は大事な仕事というタイミングで、なぜか整理整頓したくなる。例えば、テスト前の勉強が嫌すぎて、机の上を整理し始める中学生みたい。毎回何かを整理整頓したあと、気分的にはスッキリしているのに虚無感が残るのは何も進んでいないからかもしれない。話を戻すと、昨年会社を興した時に、身の周りを整理した。これから何を得てもいいように、スペースを確保しなきゃと思ったのだろうか。実際はそんなうまくいくこともなく、結果はバタバタ。予定は未定という言葉がピッタリなくらい忙殺されている。こんなタイミングで思い立ったかのように整理を始めたわけだが、何を思ったのか、財布を使わなくなった。もちろん、電子マネーの普及とかカードばかりで、現金を使う機会が本当に減ったのもあるが、それ以上に、自社名がクリップということあり、マネークリップが気になっていたのが本音だ。マネークリップなんて使った事もないし、現金を見せびらかしているようで気が引けたのだが、使用レビューを見れば見るほどかっこよく気に入ってしまった。最近はミニマリスト思考に拍車がかかったかように、ものを買う時に必要かどうかを調べないと不安になる。飲食店とか訪れる場所なんかは下調べなしの偶然が面白かったりするけど、こと自分の持ち物となれば話は別。後悔したくない気持ちが強いのか、なかなか即決ができないことが多い。洋服なんかも、自分が悩んで買った洋服が翌週セールでかなり割引されているのを見ると、せっかくのお気に入りだった商品もなぜか嫌になってしまう。おそらくは値段で見ている自分がいたのだろう。だが、それではダメだと思い、価格を意識しないようにした。そうすると一番高いものがよく見えてくる。人って不思議だ。そこから急ピッチでハイブランドの背景を調べてみた。すると、なぜ高いのか、なぜこの価格設定なのか、だんだんと商品だけでは見えてこない部分を知ることができた。ハイブランドの美学というべきか、当然一言で表現できることではないが、確かに商品に対する物語の作り込みには驚いた。シャネルはどうして生まれたのか、エルメスは何に拘っているのか、どうして高所得者が憧れるのか、これらの意味をそれまで知ることはなかった。この出来事がきっかけとなりデザイナーから会社を経営する立場へと変わり、見えていなかったことに目を向けるようになったのだろう。バイブランドの美学は歴史があってこそと言えそうだけど、私自身も自社も同じように語れるようになりたいと思った。

長い前置きになったが、マネークリップを買った。しかしリサーチをしたにもかかわらず、どうしても現金がいる場面が急に増えてきた。小銭を使う場面が増えたのだ。そこで探したのが、コインケース。ミニマリストを目指しているのに、身の回りにもの増えるという本末転倒になってしまいそうになったので、コインケースは買わなかった。2021年が明けて、たまたまセールでオンラインサイトをみていた時に発見したのが、マルタンマルジェラのマネークリップに小銭がちょっとだけ入る財布だ。いまだに財布ではなくマネークリップと言い張っているが、やっぱり財布だ。もちろん最後の決め手は機能性だが、マルジェラが候補になったのは、プロダクト制作にかける熱意だ。映画をみて感銘を受けた影響もあるが、神は細部に宿るという言葉を信じて、自分たちが作るデザインにも、想いを込めたいと思う。

語る、過去と今と未来

Interview File　vol.003

このインタビューファイルでは、デザインオフィスクリップが気になった人をピックアップ。主に起業家、クリエイター、フリーランスなど、多ジャンルの中から様々な形で活躍する方を取材。“過去”“今”“未来”のフェーズ毎に、パーソナルな部分を深堀り。

what's ESSENTIAL

可能性を信じ続ける

今回は、27 歳、起業を志す若手女性を取材。
挑戦し続ける姿勢のルーツを深掘り。

棚橋汐里 / Tanahashi Shiori

三重県出身の起業を目指す理系女子。生物系の好きが講じて理系の道へ進学。当初は大学院への進学を検討していたがあることをきっかけに就職を決意。これが大きな転機となり、現在は東京の街で働く。紆余曲折をへて、起業を志すようになり、今は理想実現に向けて日々奮闘中。

棚橋 汐里 / Tanahashi Shiori

川本：自己紹介をお願いします。

棚橋：三重県出身、現在は東京にてビッグデータの活用を行いながら、企業のマーケティングを勉強しております。いつか起業を夢見ながら、日々経営の勉強もしています。

川本：就職で地元を離れることになったのでしょうか。

棚橋：高校までを地元の三重県で過ごし、大学進学をきっかけに、地元を離れました。高校時代には生物専攻をしていたこともあり、大学もそのまま理系の道に進みました。理系で大学に進学したこともあり、もともとは、大学院までの進学を予定したのですが、あることをきっかけに急遽就職することにシフトしました。急ピッチで就職活動の用意をして大学4年の8月、いくつかいただいた内定の中から、大手食品メーカーへ就職することを決意し、卒業と同時に東京へ上京したのがきっかけでした。

川本：なるほど。そうなんですね。就職にシフトするきっかけとはなんだったのでしょうか。

棚橋：決め手となったのは母からの一言ですね。ある時、大学院への進学に少し悩んでいたのもあって少しだけ母に相談することがあったのですが、その時に「本当にそれがやりたいことなの？」と言われた一言がずっと残っていましたね。今振り返っても、それが１番のきっかけでした。それともう１つきっかけがあって、それは周りの環境です。所属していた研究室（ゼミ）が、できたばかりの新しい研究室でした。それが功を奏したのか、何をやるにしても全て自分たちがベースとなるので、大変なことも多かったですが、それ以上にすごく楽しかったです。メンバーも仲が良く、このままここに居たいなと思った反面、このままで良いのかなと不安になることも多かったです。それに加えての母の一言が効きましたね。結果的に、急遽、就職活動をすることにしました。

川本：お母様の言葉だったんですね。身近な人からの言葉は身に沁みる言葉が多いですよね。急な進路変更でしたが、時期は大丈夫でしたか？

棚橋：かなり不安でしたね。実は実際に活動を始めようと思ったのも３年制の後半でした。周りはすでにインターンシップとかを済ませていたり、行きたい企業のリサーチなんかもしてて、自分は材料が全くなかったので、かなり焦りました。もっと言えば、同時に研究も忙しくなっていきましたし…。これまた変な話ですが、研究が忙しいのは決して嫌ではなく、本当に初めての研究室なので、ゼロイチで様々なことが経験できることに楽しさもありました。

川本：そうですよね。先ほど8月ごろに食品メーカーへとありましたが、最後まで悩んでの決断だったのでしょうか。

棚橋：結構悩みました。研究に興味をもっていた反面で、マーケティングや経営なんかにも興味をもっていたので、どのジャンルへ就職しようか、そこから悩みました。その時に、結果として大手の経営も学べて、今まで学んできた経験も生きてきそうだなと思い、食品メーカーへの就職を決意しました。

川本：様々な葛藤があって決断されたことだったんですね。ありがとうございます。結果として東京で就職されていますが、そのほかの選択肢はなかったのでしょうか。

棚橋：特別場所にこだわりはなかったのですが、20代はチャレンジしたくて都会という選択肢が強かったかもしれません。もっというと、死ぬまでに47都道府県を回りたい気持ちもあるので、今後もそうですが、全国で仕事をしたいと思っています。旅行とか含めるとすでに半分くらいは達成できていると思っています。

川本：すごいですね！今や仕事と場所の関係性は、あまり関係ない気がしますし、コロナ禍で余計にその考えは強まりましたよね。その後、東京での生活はいかがですか。

棚橋：すごく特殊な街だと思います。意識の高い人もいれば、真逆の人もいて、街中が情報に溢れていて、すごいところだなと毎日刺激を受けています。その中で、より起業したいなという気持ちが強まっていますね。

川本：希望と挫折、光と闇、いろんな表現されるケースがありますが、とにかく情報量の多い場所ですよね。ぜひ飲み込まれないように、頑張って欲しいです。起業いうワードについて深掘りですが、いつから起業を意識していたんですか？

棚橋：明確に考え始めたのは、就職して２年目くらいでした。実際に希望の会社に勤めることができたものの、OJTで配属されたのは研究職ではなく、現場職でした。それが嫌だったわけではないのですが、次第にこれで良いのかなという疑問が止まらなくなったのが本音ですね。そこからすぐに起業というわけではないのですが、実際にチャレンジにしようと思った時に、自分は絵が好きだということを思い出したんですね。実は小学生の頃にもらうプリントの裏なんかは、絵でびっしりでした（笑）。それで絵を描き始めたら意外と周りの評価が高く、絵を売ったらどれくらいになるのかと思い、仕事をやめて、チャレンジを始めました。

川本：ものすごいシフトチェンジですね。驚きました。思い切りましたね。親御さんの反対などはなかったですか。

棚橋：ありました。反対というよりは、かなり心配されました。当然ですよね。東京で一人暮らしをして、お金は大丈夫なのか、今後の将来は大丈夫なのかとか、当然親が気になることばかりだと思います…。そこで説得する時の条件として、３年だけ時間をください！とお願いしました。3年間、わがままに自分のやりたいことをやった結果がうまく行かなかったら、普通の生活に戻る約束をしました。

川本：チャンレンジャーですね。その3年間は、すごく大変だったのでは？

棚橋：大変なんですけど、楽しさの方が上回っていますね。でも１つあるとするとチャレンジしている最中なので失敗も当然あるんですが、その失敗した時に、もう一度頑張ろうと思うまでの気持ちの切り替えは大変ですね。アーティストのゆずさんのファンなんですが、音楽を聞いたりして勇気づけられては、また気持ちを新しくしています。

川本：失敗から学ぶことも多い分、再出発のハードルは上がりそうですね。参考までに、失敗した事例を１つお伺いできますか。

棚橋：例えば、イラストを書いていた時で言えば、単純に仕事を獲得する営業活動には大変でした。SNSでの集客などもロジックをたてて考えていたのですが、甘かったですね。そもそも知名度もないですし、SNSで発信したところで…という大きな壁に当たりました。その後も交流会に参加したりと自ら発信を続けたものの、なかなか大変なことが続いたのが正直なところでした。

川本：営業職を嫌がる人も多いですが、実際は本当に大切な部分ですよね。起業されるとなおさら大事ですよね。現在は再び企業でお勤めされているということは、イラストは辞められたのでしょうか。

棚橋：そうですね。1年ほどですかね、イラストレーターとして活動もしつつ、起業に向けた準備をしていたいのですが、金銭的な部分もそうですし、経営について学ぼうと思い、素敵なご縁があって大手企業にて再就職をしました。

川本：そういうことですね。現在は、企業にて仕事をしながら、起業の準備をされているとのことですが、実際に起業するのは、どの分野でチャレンジをしていく予定なのでしょうか。

棚橋：まずは小売業にチャレンジしていこうと思っています。自分で起業しようと思ったきっかけをくれた人も、小売業をやられていたこともあって興味を持ったのが最初なんですが、実際に実店舗を構えて、自分が良いと思う商品を通してお客様と繋がれるって幸せだなと思ったので、この分野で挑戦しようと思っています。

川本：オンラインや在庫を抱えないリスクを抱えないビジネスで起業する方々が目立つ一方で、実店舗というのはリスクのように思うのですが、そこは考えなかったのでしょうか。

棚橋：今思えば、イラストレーターとのしての活動がそれに当たるかなと思っています。その時に感じたのが、激戦区で戦えるほど、突出した才能があるわけじゃないんだと痛感したのが大きなきっかけでした。参入障壁が低いからこそ、たくさんの中から選ばれなければいけないことを考えると、自分には向いていないかもしれない。少なくとも今の自分にはまだ力が足りないと感じました。小売業が楽に戦えるわけじゃないわけではないのですが、経営の流れ、ビジネスの流れを考えれば綿密な計画を基にやり抜けば、戦えるのかなと考えています。何より今一番、興味を持っている分野でもあるということですね。数年前に比べれなSDGsなどのように環境に配慮した製品作りも世の中にだいぶ浸透したと思っていますし、そうした商品をもっと多くの方に届けられたら良いなと考えています。

川本：素敵ですね。まだその先にも考えていることはあったりするのでしょうか。

棚橋：もちろん、それ以外にも飲食店を経営してみたりと、構想ばかりがふくらんでいます。そのためにも、まずは実績を作らなければと、今は躍起になっているのが正直なところですね。早く事業化して、結果を出していくことで、両親との約束も果たして行きたいと思っています。実は、母とした約束の期限まで、1年を切っていて…。焦りがないと言われれば嘘になってしまいますが、着実に前進しているのも事実なので、しっかりと結果にコミットしていける1年にしたいと思います。

川本：コロナ禍も合間って、自分の将来に悩んでいる方、学生、社会人問わず、ものすごく多いと思います。そんな中で、こうして果敢にチャレンジする姿勢は、すごく多くの方々に勇気を与えてくれそうですね。

棚橋：ありがとうございます。個人的な意見ですが、日本人は与えられる仕事を全うすることに全力を見出している気がしています。それもすごく大事な事だと分かっているものの、自分のやりたいこと、得意なことを活かすべきでもあると考えています。結果が伴わないと説得力に欠けると理解しているんですが、仕事をするスタンスとして大事にして良いことだと思っています。

川本：与えられることに慣れている可能性もありますよね。Z世代は勝負ごとが嫌いと聞きますが、争うことも避ける傾向にあると聞きます。それに当てはまるかもしれないですね。

棚橋：もっとチャレンジする人が増えれば、自然と互いを助け合う風潮も増してくると思っています。そうなって欲しいですね。

川本：同感です。ぜひ、棚橋さんにも引き続き、チャレンジし続けて欲しいと思います。最後に、棚橋さんにとって、エッセンシャルとは何か、お聞かせください。

棚橋：私にとって人生で欠かせないことは、自分を信じてあげることです。これから会社を経営していく中で、誰かを信じて進めていかなきゃいけないことがたくさん出てくると思います。誰かを信じるためには、まず自分自身を信じてあげなきゃと思っていますし、人だけじゃなく、この先の未来がもっと素敵になると信じていくことが大事かなと思っています。くだらない思想も、信じ続けることで、ファンがつくと思っています。2022年、まだ言えないこともたくさんありますが、必ず良い報告ができると信じていますし、信じて欲しいと思っています。自分の可能性を信じ続けること、これが私のなくてはならないことです。

川本：すごく素敵なお言葉をいただけた気がします。残り時間はわずかですが、ぜひ頑張ってください。成功を信じています。ありがとうございました。

棚橋 汐里

2022 年起業に向けて準備中。
今年のどこかで大きな発表があることを期待。

@hiroshi_desu_x　棚橋汐里@起業準備中♪

信じる私の可能性

デザイナーダイアリー VOL.3

デザインオフィスクリップのデザイナーによる
今月の出来事を赤裸々につづるコーナー

まだ記憶に新しく衝撃の走ったニュースでした。11月の終わりに、ファッションデザイナーで知られるバージルアブローが死去というニュースが耳に入ってきました。突然の悲報に、凄く驚いたのを覚えています。何より41歳という若さに驚きました。心より、ご冥福をお祈りいたします。

オフホワイトの創業者として知っている方も多いと思いますが、ルイヴィトンのメンズ・アーティスティック・デザイナーを務めた功績には、LVMHグループの会長兼CEOも「ヴァージルは、天才的なデザイナーであり、先見の明があっただけではなく、美しい魂と偉大な知恵を持った人物でした」とコメントを発表しています。個人的にはNIKEとのコラボ商品や、LVとの春夏コレクションでのストリート要素を前面に押し出したデザインには、かなり驚きました。多くの芸能人やインフルエンサー、街中でも、かなり目立つアイテムばかりで、持つ人を際立たせる商品は、本当に魅力的でした。2022年の今も、ハイブランドを中心に多くのブランドとコラボをしていますが、その先駆けでもあったように思います。ブランド同士で言えば、GUCCIとBalenciagaや、ルイヴィトンとシュプリーム、その他、キャラクターで言えば、トムとジェリー、ドラえもん、ミッキーなど、GUCCIのコラボはかなり大きなインパクトを与えましたね。個人的には、NIGOさんがルイヴィトンとのコラボを皮切りに、再び最前線に戻ってきたのは、すごくうれしかったです。エイプでもそうですが、独特な世

界観をルイヴィトンの商品で表現されていて、非常に魅力的でした。さらには、ブランド同士のコラボだけでなく、2021年最も注目されたブランドと言っても過言ではないのが、PRADAだと思っています。何より21ssのメンズラインは、初のラフシモンズさんを迎えてのコレクションということもあり、非常に注目度が高く、私も購入しました。モードな世界観にラフシモンズのエッセンスが取り込まれたデザインには、コレクションを見ていても、面白かったです。コロナ禍でなかなか売れ行きが思わしくないファッション業界と言われていましたが、それはファストファッションのことであり、収益増のハイブランドもあったと聞きました。大手百貨店の外商担当者によると、物流がストップしていたからこそ品薄になり、そこに価値が生まれ逆に高値がつき、欲しいと感じるお客様も多かったとの事でした。さらには若者も、安く手軽にというコスパ重視から、高くても長く使える商品を手にする傾向があると言います。自分が気に入ったものを、長く使いたい、愛用していたいと思う人が増えているのはすごく良いことですよね。単純に宣伝効果を狙っている部分の大きいコラボですが、実際に面白く毎回楽しませてくれるラインナップに、興味が絶えません。皆さんも、ぜひチェックしてみてはいかがでしょうか。

ESSENTIAL MAGAZINE.

DESIGN OFFICE CLIP

ESSENTIAL vol.02 2022.02.15

編集　デザインオフィスクリップ

インタビュー　棚橋 汐里

インタビュアー　川本

デザインオフィスクリップ

クリップ株式会社　https://doclip.net/

since 2021.10.29

webデザイン/ 広告デザイン / その他デザイン etc