

タカラスタンダード 創業 110 周年記念

篠原ともえ氏がショールームアドバイザーの新制服をデザイン 110周年を機に“水の流れ”をコンセプトに大胆なりニューアル

システムキッチン・バスを中心とした住宅設備機器メーカー・タカラスタンダード株式会社（本社：大阪府城東区、代表取締役社長：渡辺岳夫）は、創業 110 周年を“変革”と据え、ショールームアドバイザーの制服を 10 年振りに一新し、10 月 1 日（土）より全国約 800 名のアドバイザーが着用を開始します。

今回、“変革の象徴”として、デザイナーへと果敢にキャリアチェンジした“篠原ともえ氏”に新制服のデザインを依頼。水まわり専門メーカーであり、システムキッチンシェア No.1 の当社に欠かせない「水」をデザインコンセプトとし、ディテールやシルエットには「水の流れ」を感じさせる曲線美を意識したデザインが取り入れられています。これまでになかったパンツスタイルを導入し、着心地の良さや動きやすさを考慮したアイテムは、カットソー・シャツ・スカート・パンツ・ジャケットに加え、今回マタニティラインも製作しました。生地には再生可能素材を採用するなど、リサイクルで廃棄を軽減、地球環境にも配慮しております。

自由な組み合わせでコーディネート幅が広がるとともに、ショールームアドバイザーの働き方における更なる多様化、また将来的なアドバイザーへの展開も見据えた、まさに“変革”に相応しい制服の完成です。



■背景

当社は創業 110 周年を“変革”と位置付け、その姿勢を社内外に示すための取り組みとして、10 年間変わることのなかったショールームアドバイザーの制服リニューアルプロジェクトを開始。最前線で働くアドバイザーがより輝き、自分らしく働くことができる新制服を制作するため、全国約 800 名のショールームアドバイザーから新制服への要望を募りました。

その要望に応え、アドバイザーたちと共に新制服を創り上げていただけるデザイナーとして、キャリアチェンジをし、デザインの道へと歩みを進める「篠原ともえ」氏を迎えました。従来の制服から大胆に変化したデザインで“水まわり専門メーカーである当社らしさ”と“変革”を体現できるご提案をいただき、プロジェクトをスタートさせました。

■ 流れる水のようにしなやかでフレキシブルに

篠原ともえ氏が提案した新制服のテーマは「水の流れ」。生活に欠かせない「水」、そこに長く寄り添い創業110周年の“変革”を掲げたタイミングで、制服も一目で“水まわりの会社”だと分かるようなデザインへと大きくリニューアルすることを目指しました。切り替え部分の曲線にこだわったカットソーやスカートには、「水の流れ」の美しさが表現されています。全体のシルエットは、動きやすさを加味しながらカジュアルになりすぎず、クラシカルで上品な印象に仕上げられ、また、当社独自開発の素材「高品位ホーロー」の光沢感も、生地織り方や質感に込められているといいます。お客さまに信頼感や安心感を与えるネイビーとサックスブルーを基調に、流れる水のようにしなやかでフレキシブルな制服が誕生しました。

また今回、新制服の世界観と“変革”の意をいっそう顕在化したグラフィックも、広告界において国内外でも活躍している制作陣を迎え、撮影・制作いただきました。

アートディレクター/ 池澤樹 (STUDEO) カメラマン/ 内田将二 ヘアメイク/ 小西神士



Takara standard

カットソー



Takara standard

カットソー+スカート



Takara standard

カットソー+パンツ



Takara standard

シャツ+ジャケット+パンツ



Takara standard

シャツ+スカート



Takara standard

マタニティワンピース

■コーディネートの幅を広げ、働き方の多様化を目指した制服

これまでのスカートスタイルだけではなく、要望が多かったパンツも新たに導入。内襟デザインのジャケットや丸襟台襟付シャツは、デザイン性を保ちながら着用感を大切にしています。さらに今回新たに追加されたマタニティワンピースは、スタンダードラインとデザインは共通なもの、ゆったりとしたシルエットや前ボタンで着脱可能な仕様にするなど、妊娠後も出産前まで働くアドバイザーが多い当社の状況を考慮し生まれたアイテムです。コーディネートは組合せ次第で多様。制服も働き方も選べる自由を尊重し、将来的な男性アドバイザーへの展開も示唆したデザインを提示いただきました。



(左から「カットソー+スカート」、「カットソー+パンツ」、「カットソー+ジャケット+スカート」、「カットソー+ジャケット+パンツ」、「シャツ+スカート」、「マタニティワンピース」)

■再生可能素材を使用し、地球環境に配慮した制服に

ジャケット、パンツ、スカート、カットソーの裏地に植物由来のポリエステルを使用しました。また、ブラウス生地の緯糸(よこいと)には再生ポリエステルを使用。ペットボトルを再利用することで、生産時に発生する石油の使用量を通常より削減でき、環境負荷の低減に配慮しました。さらに、回収した制服に加工を行い、二次製品に変えて再利用するマテリアルリサイクルを実現。これからも社会に貢献し続けられる企業として、SDGs への取り組みも積極的に行っていきます。

■実際に着用する全国 800 名のショールームアドバイザーと共に創り上げた新制服

全国約 170 か所で働くショールームアドバイザー約 800 名からの要望に応えるべく、新制服のデザインを制作していきました。プロジェクトメンバーへのプレゼンテーションや実際に着用し、リアルな意見交換をするなど、制作過程でも篠原ともえ氏とショールームアドバイザーで協議を重ね、皆の理想を実現した新制服が完成しました。



篠原ともえ氏からプロジェクトメンバーへプレゼンテーション



動きやすさや丈の長さ、シルエットなど細部をチェック

■篠原ともえ氏コメント



この度、創業 110 周年を迎えるタカラスタンドの歴史に、新制服のデザイナーとして携わらせていただきましたことを、大変光栄に嬉しく存じます。

デザインをするにあたり、社員のみなさまを大切にされている企業だと知るにつれ、新たな制服はまず働くみなさまに寄り添ったものにしたかったです。その中で、取り扱われる商品とも親和性のある「水の流れ」をテーマに、これまでにないデザインを提示しつつ、デモンストレーションの多いショールームアドバイザーのみなさまの動きやすさ、着心地の良さを優先し、パターンを導きました。全体のシルエットは、お客さまへの印象を考慮しながら、時代時代に適応するような普遍性を意識したクラシカルで上品なスタイルを目指しました。

多方面に意識を向けたものづくりを心がけ、制作に取り組む前はプライベートでショールームを訪れ、アドバイザーさんの動きや印象をまずチェック。パターンを決めるまでにヒアリングを何度もおこない、ご要望がきちんと反映されているかトワルで調整を重ねました。着心地とともにタカラスタンドらしさも意識し、例えば、アイテムの軸となるネイビーの生地は、今回糸から染め上げ、その織りに至るまで、シンプルだからこそ細部の美しさにこだわるなど、品のあるオリジナリティを追求しています。ショールームで感じたアドバイザーさんがたのたおやかさを、制服の中で表現できればと思いました。

“変革”という意味では、これまでになかったパンツスタイルやマタニティラインを導入したことで、現状の社員さんの働き方における更なる多様化、将来的な男性アドバイザーさんへの展開といったことも視野に入れ、デザインを仕上げております。そして今回、そうしたさまざまな想いが込められた新制服を視覚的にも体感いただくべく、グラフィック制作も最高の布陣で臨ませていただきました。

この新たな制服の世界観を通し、創業 110 周年に掲げられた“変革”という熱意がいつそう勢いを増すとともに、タカラスタンドの続く歴史が益々発展いたしますことを心より願っております。

■デザイナー・アーティスト 篠原ともえ氏



1995年歌手デビュー。文化女子大学（現・文化学園）短期大学部服装学科デザイン専攻卒。映画、ドラマ、舞台など歌手・女優活動を経て、現在はイラストやテキスタイルデザインなどでさまざまな企業ブランドとコラボレーションするほか、衣装デザイナーとしてもアーティストのステージ・ジャケット衣装を多数手がける。

2020年、夫であるアートディレクター・池澤樹氏と共にクリエイティブスタジオ「STUDEO」を設立。同年7月に開催した「SHIKAKU -シカクい生地と絵から生まれた服たち-」では、サステナビリティと向き合い廃棄となる余剰の生地を余すことなく使い切る衣装作品などを発表。

2022年、日本タンナーズ協会と協働しデザイン・ディレクションを手掛けた革きもの作品が、ニューヨーク ADC 賞のブランドコミュニケーションデザイン部門、シルバーキューブ（銀賞）ファッションデザイン部門でブロンズキューブ（銅賞）を受賞。

▼参考資料▼

新制服のデザインや篠原ともえ氏のインタビュー、新制服の制作過程は、下記サイトにて公開します。

公開サイト URL：<https://www.takara-standard.co.jp/brand/anniversary/110/uniform.html>

<タカラスタンダードとは>

1912年創業。『ずっと「愛せる」というしあわせ。』をブランドコンセプトに、独自の「高品位ホーロー」技術を活かしたシステムキッチン・バスを中心とした住宅設備機器を製造販売。より高度化、多様化、複合化するお客さまのニーズにお応えするホーロー技術のリーディングカンパニーとして、また住宅設備機器のトップメーカーとして、次世代を担う新たなホーローの可能性を追求し、快適な暮らしの創造を目指しています。

[設立：1912年5月30日（創業110年） / 売上高<連結>：2,115億円（2021年度） / 従業員数<連結>：6,298名（2022年3月末時点）]