

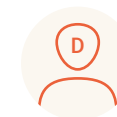
Kesouの タマシイは 細部に宿る

2年かけて幾多の課題をクリアし、まったく新しいパンプスづくりを実現に導いた超プロフェッショナルなシューデザイナーとシューメーカー、そして、3年前の企画立案時から熱い想いをキープし続けてきたKesouスタッフが、いまどきちょっと稀有かもしれない、打算なき渾身のモノづくりについて語ります。



大島 琢 | TAKU OSHIMA

1999年(株)丸井グループ入社。2021年より(株)okosサステナブルビジネス事業部に所属し、Kesouのブランディングにスタート当初からかかわる。



デザイナー氏

シューデザインのキャリアは1990年代から25年以上。海外のハイブランドアイテムも手がけ、知る人ぞ知る売れっ子デザイナー。



ファクトリー氏

有名ブランドの靴も手がけるメーカーの社長で、デザイナー氏の長年の仕事仲間。工場スタッフの技術の高さは靴業界で広く知られる。

あうんの呼吸のモノづくり

—— デザイナーさん(D氏)とファクトリーさん(F氏)は、どういう経緯でKesouのパンプスづくりに参加するようになったのですか？

大島: Dさんにデザインをお願いしたのは、これまでのお仕事を拝見して、その中に非常に目を引くパンプスがあったんです。シンプルなんですけど、真ん中に何気なくスリットが入っている。それがとてもアイコンックで、Dさんしかないとチーム全員の意見が一致しました。

D氏: 僕は最初、Kesouの全体像がよくつかめなかったんですよ。丸井さま本体とは違うまったく新しい試みと言われても、やっぱりデパートのイメージが強かったし、サステナビリティについての熱い想いはよく伝わりましたが、そこに自分がどのように貢献できるか疑問もあって、だいぶ時間をかけて同意にいたったという感じでした。

大島: もう何度も何度もお願いして、最後は熱意に負けてくださった。

D氏: そんな感じです。でも、依頼されてから2年間のうちに、Kesouの仕事がどんどん楽しくなってきました。

大島: それは良かったです(笑)。

—— Fさんが参加したきっかけは？

F氏: 私はDさんからお誘いを受けました。Dさんとは、もうかれこれ20年来の付き合いで、それこそ苦楽を共にしてきた間柄なんですよ。

D氏: 僕は靴を長くやっているので、メーカーのことは大体わかるんです。ここは多分無理だなとか、いけそうだなとか。やっぱりフレキシブルさがないと、今回のように内容が複雑で一筋縄ではいかないような仕事は到底できません。その点、Fさんとは、結構トリッキーなことを一緒にやってきた仲間なんです。

大島: やっぱりあうんの呼吸というか、全部説明しなくても理解してくれる感性がモノをつくるうえで大切なんだということをお二人には無理難題を山ほどお願いすることになったし、このチームじゃないと、今回のパンプスは完成しなかったと思います。

F氏: まさにあうんの呼吸。このパンプスは中国の自社工場で作っていますが、新型コロナウイルス感染症の影響で、一度も工場に行けていないんです。全部リモートで管理して、これが完成したというのは奇跡に近いと思っています。

D氏: 一般的には中国産は国産より品質が劣るというイメージがあるでしょ？

靴づくりに関しては、日本より技術が高いジャンルがあるんです。

大島: われわれは最初、国産にこだわっていたんですが、Dさん、Fさんに視野をガーンと広げていただきました。

「これ、どんな靴より軽いじゃない!」

——大島さんがおっしゃった無理難題を具体的に教えてください。

大島: もう思い出せないぐらい困ったことばかりです。

D氏: 全部覚えていますよ(笑)。

大島: えーっと……特にどこが？

D氏: 全部です、全部(笑)。

F氏: やはり素材調達の部分ですよね。サステナブルなものではなくてはダメという条件があったので、ようやく手に入れても、これでは使えないというケースがよくありました。

大島: 中敷一つとっても何度やり取りをくり返したとか。いつの間にか、デザイン製造だけでなく素材調達についてもお2人にかなり助けられていましたね。

F氏: アウトソールも苦しみましたよ。これはかかとからつま先までソールが接地するようになっていますが、横からはヒールに見えるようになっています。

D氏：安定性という点では、原理的にはウエッジソールです。でも、ウエッジソールでは靴全体が重くなるし、カジュアルすぎるからNGでした。

大島：ヒールのように見えるけどヒールじゃない、安定していて履きやすいけどウエッジソールじゃない、そして軽い、というのが最初の無理難題でした(笑)。

F氏：ヒールというのは、普通だったら中に硬いボードを入れて、なおかつ鉄の芯を入れます。その分重くなるし、サステナブルではないので、これはNGでした。ではどうするかということをお話と話し合っ、ソールの両サイドを削ることにしたわけです。

—— 裏に返して見ると、なるほどと思うソールの形ですね。

F氏：コンマミリ単位で削って行って、ようやくたどり着いた形です。

大島：その一方で、アウトソールに関してはまだ課題が残ってまして、素材がまだサステナブル100%ではないんです。天然ゴム100%にしたいのですが、それでは重くなってしまいますから。

—— 今のソールは軽いですよ、すごく。

大島：試着会のお客さまの声では「どんな靴より軽いじゃない!」。過去のPB(プライベートブランド)のポンプスの約3分の2の重さです。そのおかげで輸送時のCO₂排出量は、約半分に抑えられました。

—— なぜこんなに軽いですか？

大島：パーツを極力減らし、アウトソールに使う天然ゴムを膨らませているからです。でも、その工程で石油を使うんです。スニーカーのソールのように石油を大量に使うわけではありませんが、サステナブル100%を追求していますので、今後も改善を続けていくつもりです。

サステナビリティはそれとなく伝わるもの

—— クラウドファンディングでの受注生産も特徴の一つですね。つまり、大量生産、大量廃棄ではないという。

大島：クラウドファンディングでは、ポンプス歴代1位の支援をいただくことができました(CAMPFIRE 2022年11月時点)。商品のお届けにはお時間をいただきますが、その分必要な量だけつくれる受注生産によって、大量生産・大量廃棄の回避にもつながると思っています。クラウドファンディング以外にも、ECサイトや店舗でのPOP UP STOREでお客さまとの接点を設けています。

—— サイズの幅も広いですね。

大島：サイズに困っているお客さまのニーズに応えている実感はあります。試着会やPOP UP STOREでは「27cmはどれですか!」と、すごい勢いで飛び込んくる方がいらっしゃるくらい(笑)。

D氏：お客さまの課題解決という点では、クラウドファンディングのたびにお客さまの声を商品改良に反映するし、試着会でも相当細かいところの声も拾っていらっしゃいますが、それはかなりリアなつくり方だと思うんですね。1個の商品づくりについて何度も何度も検討を重ね、完成度を上げていく熱意はすごいです。Kesouチームの皆さんには、絶対に曲げない理念が軸にありますね。

—— 履き心地の良さやデザインの良さと比べて、サステナビリティに対するお客さまの反応はどんな感じですか？

大島：試着会では「サステナブルなポンプスはなかったの、私の楽しみが増えました」という方がいらっしゃいましたが、履き心地が良いことや、サステナブルで



ヒールの美しさと安定性をかなえたソール



オレンジの中敷は脱いだ時もおしゃれ



中敷内側の縫い糸も、もちろんペットボトル再生糸を使用

あるということは、お客さまのスタンスでお選びいただいていると思います。

D氏：Kesouの想いを強く押しつけていなくても、僕はそれがブランディング全体ににじみ出ていると思う。間口が広くて、お客さまとのタッチポイントにトゲがない。何かしら優しさがある、サステナビリティをめざしているということも暗に伝わっていると思うんですね。

大島：そう、まさに間口の広さ。Kesouは社会課題とお客さまの課題(悩みやニーズ)を掛け合わせるから可能性が広がっていくんです。

D氏：そういうスパイスがすべてに乗っかってくるというおもしろさがあります。パッケージデザインもクラウドファンディングのサイトも、ベースにサステナビリティがあるから優しいイメージでディレクションされるんじゃないですかね。

アイテムが増えても「らしさ」が大事

—— Dさんのデザインは30代以上を意識したものだったんですか？

D氏：ベースはそうです。サステナブルな商品って価格が高めになるから、正直、ある程度お金に余裕がないと響きにくいと思います。でも、現代的でスポーティな要素も隠し味に入れ、コンサバな色合いやKesouのやわらかなフォントと化学反応を起こすことで、今までに見たことのない佇まいになるように計算しました。

—— 中敷のオレンジ色が目を引きますね。脱いだ時にもおしゃれです。

大島：オレンジはKesouのテーマカラーです。温かさとか情熱というイメージで決めた色ですが、Dさんがそれを中敷に取り入れたわけです。

—— まさにアイコンックですよ。

D氏：そうですね。ほかと違う雰囲気は絶対につくり出したかったので。

—— 無理難題を言われてもお2人のエネルギーが損なわれなかった、そのモチベーションはどこにあったんでしょう？

D氏：やっぱりKesouチームの熱意。そして、一緒に仕事をして楽しいかどうか。僕はそこが重要だと思っています。すべてはお客さまのためにコミットされていて、利益のためとか自分の手柄のためとか、そういうよこしまなところはまったく感じませんからね。

F氏：僕は一応経営者ですが、どちらかというと職人気質なんです。次々と新しい課題を与えられても、それをこなしていくのは本当に楽しいものです。

D氏：そもそもKesouチームの皆さんは靴に関して素人だったんですが、素人だからこその自由な発想は、僕やFさんにとっては新鮮だったと思います。皆さんと一緒に従来の靴づくりの常識をひっくり返していくうちに、僕らの思考もどんどん変わっていくのを感じました。

大島：ありがとうございます。Kesouというブランドを確立させ、認知度と信頼度を上げるため、唯一無二のものをつくる、そしてこの一品を完璧に仕上げる——それがチームの決めごとです。そこのあたりを妥協すると、Kesouが社会に与えたいインパクトも実現できなくなってしまうので、次のアイテムもしっかり取り組んでいきます。

D氏：アイテムが増えても、Kesouのメッセージをきちんと伝えていかないと。

大島：サステナブルブランドとして前に進みながら、あらゆる世代の課題感に伝えていきます。こうした多面的な切り口を持てるブランドって、少なくとも丸井にはありませんでした。Kesouは大きな可能性を秘めていると思います。



現代的な印象を醸し出すラインデザイン



天然ゴムを加工した柔軟性の高いソールは曲げてもかかとが脱げにくい



足にやわらかくフィットするニット編み