

16. 株式会社WATALIS (1/2)



■基本情報

企業名	株式会社WATALIS
本社所在地	宮城県亶理町
設立年	2015年

■取り組みの背景・課題

亶理町で受け継がれてきた地域文化・技術や知恵を伝える機会が減少

地域文化伝承の場づくり

- 若者の都市部への流出が顕著になり、亶理町において高齢者と若者が交流する機会が少なくなっていた。
- そのため、高齢者が地元文化・技術の伝承者として活躍する機会が少なくなっていた。

地方における女性の雇用創出

- 都市部と異なり、地方では女性が子育てや介護と両立しながら柔軟な働き方ができる就労の場が限られていた。

返礼と再生の文化

- かつて養蚕業が盛んだった亶理町では、嫁入り道具に着物を仕立てたり、一升のお米を入れた着物地の巾着袋「ふぐる」を感謝の印に贈答・返礼するといった、「裁縫による返礼と再生の文化」が根付いていた。

地域課題・企業課題

地域資源

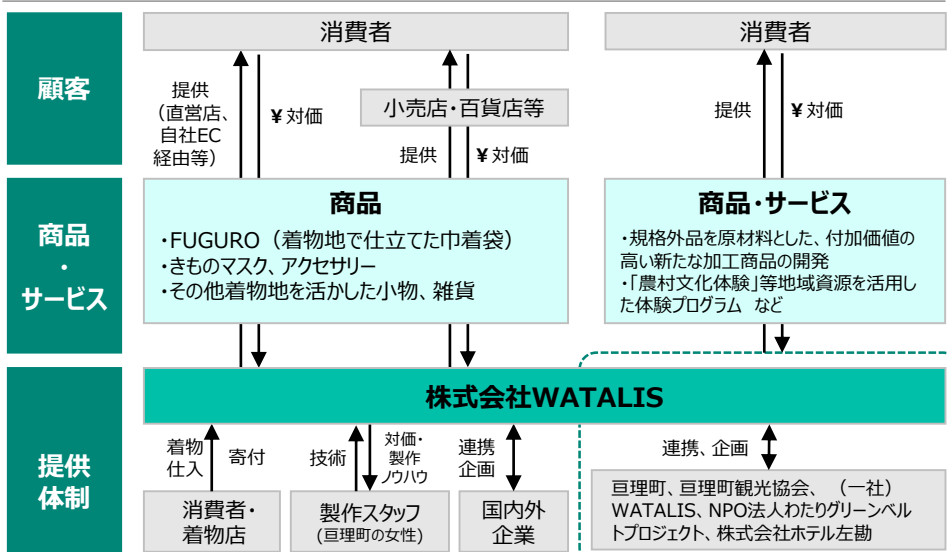
■事業概要

地域に根付く「縫製技術」「感謝を形にする生き方」を伝承するため、着物地を活かした商品としてそれを可視化、「ヒト」「モノ」「カネ」の循環を生み出して地域振興に貢献する

- 株式会社WATALIS（以下、WATALIS）は、箆笥に眠る古い着物地をリメイクし、再び世に送り出す「アップサイクル」に取り組んでいる。
- 人口減少や高齢化が進む宮城県亶理町で、「返礼文化」「縫製技術」「感謝を形にする高齢女性の生き方」という無形の地域資源を可視化し、着物地をリメイクした巾着袋「FUGURO」を商品化した。箆笥に眠る何千枚もの中から選りすぐった着物地を、亶理町の女性たちが一つ一つ丁寧な手仕事で高品質な商品に仕上げている。
- また、スイス屈指の時計メーカー「ジラルド・ペルゴ」や、「アイリスオーヤマ」といった国内外の企業とのコラボレーションも行うなど、多様な商品開発に取り組む。廃棄寸前の着物地の経済的価値を高めて再び世に送り出す「アップサイクル」の仕組みを創造した新たな再生文化を、東北から国内外へ発信し続けている。地域内の他主体と連携した商品作り・魅力発信や、学校教育と連携した次世代人材育成にも取り組む。



■事業モデル



亶理町「里と海をつなぐまちフェニックスプラン」推進協議会

■目指す姿

地域振興と新たなネットワークの構築

- 地域内の他主体とも連携し、亶理町の食・景観といった資源をコンテンツとした魅力発信および地域振興に取り組んでいく。

着物を「衣服」へとリメイク

- 例えばバッグなど、着物の素材を「身にまとうもの」へリメイクする。ファッションな点も推し出していきたいと考えている。



16. 株式会社WATALIS (2/2)

A. 事業化・事業拡大の経緯

① 構想・企画

- WATALIS創業者の引地氏は、学芸員として巨理町の資料館に勤務していた。地域の民俗調査に携わる機会が多く、ある時「着物」をテーマに調査を行った。調査を通じて、かつて巨理町では養蚕業が盛んで、糸から紡いだ着物を嫁入り道具としたり、その着物が親の愛を感じるお守りのような存在となるなど、「着物」に単なる衣類としての役割だけでなく価値や意味合いがあることを知った。
- 東日本大震災をきっかけに、このままでは今残されている「着物」やそれに纏わる文化が後世へ引き継がれないと危機感を持った。
- 地域の高齢者の方から聞いた話の中でも、裁縫が女性の暮らしの一部であり、はぎれも大切に活用していたこと、また、一升のお米を入れた「ふぐる」（着物地の巾着袋）が感謝の印として贈答され、また贈り主へ返却されていたことを知った。“「ありがとう」を作って送る”という考えに感銘を受け、これこそ目指すライフスタイルだと感じた。

ポイント 自身でトライすることで社内にノウハウ蓄積

⇒ 最初は自分自身が欲しいと思うものを考え、商品作りを実施した。営業方法も分からないため、自身が売りたいと思ったところへ電話をかけて売り込んだ。ビジネスコンテストへの応募も実地で学ぶなど、実践を通して「少しずつ背伸びをしてきた」のが良かった。

② 事業化

- 史実として文章で残すだけでは、関心のある人にしか届かない。商品としての見える化が必要だと考えた。一方で、元の「着物」という形のままだと現代では活用シーンが少ないため、時勢に合わせたリメイクが必要だと考えた。
- 引地氏は裁縫については未経験であったため、巨理町の裁縫経験者に教を乞いながらノウハウを蓄積した。製作した商品をイベント等で販売するなど、手探りで取り組みを進めていた。
- これでは個人の一時的な取り組みになると感じ、法人格の取得を決意した。まずは、非営利/営利両方の活動を行ううえで設立しやすい形態であった一般社団法人として法人化した。その後、震災後の東北という特殊な状況もあり、復興のための一時的な取り組みではないという意志表示も込めて、ビジネスコンテストでの受賞をきっかけに株式会社化を行った。

ポイント 補助申請やビジネスコンテストをきっかけに人脈や事業ノウハウを蓄積

⇒ 補助金を活用した際は、資金面だけでなく、信頼できる担当者を知り合えたことに意義があった。ビジネスコンテストでも人的ネットワークが広がり、さらに出場にあたり、自身の想いや目標といった考えをきちんと整理できたことも良い機会となった。

③ 地域循環共生圏の醸成

- 各種ビジネスコンテストへの出場/受賞をきっかけに、社会的な認知度が向上し、人的ネットワークも広がった。会場で出会った人や主催者等を通じた出会いをきっかけに、国内外の他企業とのコラボレーション企画が続々と進んだ。また、法人化後は、企画案件を通じて知り合った外部のデザイナーの力を借り、商品パッケージや販促ツールのデザイン性にも磨きをかけている。
- また、直営のカフェを運営し、その場で裁縫に関連するワークショップを行うなど、地域住民の交流や学びの場づくりも行っている。
- さらに、巨理町の「継続的に稼ぐ力」を強化するため、これまでの取り組みとは別の広がりを作りたいと考え、地域で協議会を設立した。今後も地域内の他主体と連携し、食や景観といったコンテンツと連携しながら、魅力発信・地域振興に向けた仕組み作りを進めていく。

ポイント 数ではなく意欲の強さを重視した体制づくり

⇒ 地域協議会設立の際には、バランスを意識して体制を構築した。協議会メンバーとはそれまでの関係性もあつたものの、単なる慣れ合いにならないために、少数でも意欲あるメンバーと連携した。各自のノウハウ共有や、地域振興のために必要と思われる事柄の勉強会といった活動を行っている。

B. 資金調達

各種補助制度やビジネスコンテストの賞金を活用

- 主に、復興支援関連、商工・産業振興関連の補助制度を活用した。
- 各補助制度に関する情報は、何らかの人の繋がりを介して知ることがあったが、事業者自身が調べる努力も必要だと考えているため、分からないことは担当部局へ電話したり訪問したりしながら、自身で情報を集めた。
- また、資金調達という意図も含まれてはいたものの、まずは社会的信頼を高めようと考え、ビジネスコンテストへ応募・出場した。

C. 人材獲得・パートナー連携

リターンに関わらず、自社の想いに賛同してくれる人と連携

- パートナーとの連携は、WATALISの事業に賛同してくれるか否か次第。何らかのリターン目的では続かないため、自社の想いに賛同してくれる人と連携した。無謀と思える取り組みであっても応援してくれる人が、本当に信頼できる人であった。
- 「こんなものを作ればよい」といった、一方的な提案は断っている。まずは、人と人との関係性作りが最初であると考えている。

想い・意思を試す機会を提供して仲間を選定

- 企業として取り組む以上、一定以上の質やルールが求められる。裁縫技術の研修会などの機会提供を経て、続ける意思を選択してくれたスタッフと、想いや意識を統一して取り組んでいる。

D. その他工夫

地域資源は、まず地域の「人」起点で発掘・検討

- 地域協議会での商品作りについては、まずは地元で既に有名なもの「以外」に焦点を当てようと考えた。
- 探せば色々な資源があると考えられるが、まずは関係性のある「人」起点で地域資源を発掘した。例えば、知り合いであった老舗菓子店とのコラボレーションや、協議会メンバーが生産を始めた落花生の活用などが挙げられる。

産業支援団体のサポートによる事業構想の具体化

- マーケティング支援の仕事を通じて知り合った担当者を介し、仙台市産業振興事業団等に相談。アドバイザー紹介など、構想を形にする前段階の全工程についてサポートしてもらえた。