

特集
常識にとらわれない発想で
新たな価値を生み出せ!

宝暦元(1751)年創業の日本画用絵の具会社が売り出した、貝殻などからつくられる胡粉(こよん)を主原料とする、体に優しいマニキュアが、大ヒットしている。歴史と伝統を重んじる日本画界にあって一大ニュースとなり、女性誌などがこぞ注目を集めている。この転進の陰には、日本画人口の激減と、バブル崩壊で経営危機に直面したことがあった。

**20軒あった絵具製造業者が
たった1軒に**

胡粉ネイルという、和のテイストを打ち出したマニキュアが話題を集めている。その名のとおり、胡粉が主原料だ。胡粉は日本画の地下や日本人形の絵付けなどに用いられ、抗菌効果があり絵の地下として腐食を防ぐ役割もある。

胡粉ネイルは、胡粉を原料の一部とし、従来のマニキュアに用いられているシンナー系有機溶剤を使わず、通気性、速乾性に優れている。



▲美しい30色がそろっている「胡粉ネイル」



▲日本画用の顔料は、昔ながらのパッケージで売られている



▲胡粉製品のパッケージは大正時代に考案されたもの。胡粉ネイルのラベルも同様の図案を選定した



▲胡粉ネイルを手掛けた石田結実さん

**創業260年の絵の具会社が
「体に優しい」マニキュアで経営危機を打開**

さらに、シンナー系の除光液の代わりに消毒用アルコールで落とすことができ、刺激臭がない。こうした体への優しさと「和ブーム」の追い風を受けて女性の支持を獲得し、発売を開始した平成22年に約2万本、23年は約4万5000本、24年には約10万本と順調に売り上げを拡大。25年は約30万本に達する見込みだという。

ボトルのラベルに描かれている「白狐印」は、胡粉ネイルの企画・販売を手掛ける日本画用絵の具メーカー・上羽絵惣のトレードマークだ。胡粉製造業として創業した上羽絵惣は、岩絵の具など日本画用の顔料の製造も手掛け、幕府や朝廷のお抱え絵師などをお客とする画材商に卸していたとされる。しかし、明治期に西洋から油絵の具が輸入されるようになり、大正、昭和と水彩絵の具やクレヨンなど画材のバリエーションが豊富になっていく。その結果、日本画顔料のシェアは低下し、一時期、京都に20軒あった日本画用絵の具製造

京都府京都市

上羽絵惣
うねばんそう

**常識にとらわれない
発想で新たな価値を
生み出せ!**

特集

「人の行く裏に道あり、花の山」とは、利益を得るためには他の人とは違う行動をとるべしという相場の格言だ。ビジネスの世界でも、常識にとらわれずに人がやらないことをやって成功することがある。今号は、柔軟な発想で誰もが思い付かなかったことを行い、自社や地域の可能性を広げている例を紹介する。