

お客様訪問
2

株式会社相澤裕子Proto

自社ブランドの製造販売から 経営コンサルタントまで

今回訪ねたのは、東京の表参道にある「株式会社相澤裕子Proto」だ。同社の相澤裕子代表は、ファッション業界の第一線で活躍してきたキャリア女性。キャリアの第2ステージの今、自社ブランドの製造販売だけでなく、経営コンサルタントとしても力を発揮している。コシノジュンコさんがプロデュースしたというビルに本社を構え、企業との顧問契約は33社にも及ぶ。

「無印良品」ブランドづくりの最初のコアメンバーだった

相澤社長は聖徳大学の後短期大学部を卒業後渡欧、1981年フランス モレション・スタイリスト・アカデミーを卒業し(仏・英国インダストリアルデザイナー・ファッションプロデューサーライセンス取得)、1984年西武流通グループ 株式会社西友契約「無印良品」の商品企画スチリスト・ディレクターとして改革プロジェクトメンバーに。ブランド立ち上げに関わり、プロデューサー、監修、ゼロツーコンストラクトエポックメーカー初代キーディレクター。1995年東レに入社、2000年にはファッション・ビジネス総合研究所に入社し、プロデューサーを務めるなど、海外のファッションにも精通している。2016年「株式会社相澤裕子Proto」設立。靴の商社では社外取締役にも就いている。

「無印良品」の最初のブランドづくりのコアメンバーだった相澤社長は、当時のことをこう振り返る。

「卒業時代に、教授クリエイターから声を掛けられ3人のコアメンバーから始まりました。当時、元・堤代表が小売業主に株式会社西友ストアの改革を抱いておられた時期と拝します。このことは無印良品の不動の原点となった。当時はこの様な偉人は、なかなか存在しなかった。また、その改革事業の芯柱構築に参画クリエイション「日本の顔となる物作りの製品群と存在作り」等々の多岐に渡り携わらせてもらったという。

実際に小売店の既定路線からクリエイターをヘッドリーダーとして改革に乗り出したわけだが、当初は5つのオリジナルのプライベートブランド構成で、その中の1つが無印良品だった。先輩と緩やかに、着実に、沢山話し合い、コンセプト構築し地球の果てまで発信する暮らし方の創造。無印良品の企画全般の製品群のデザインを描き、オリジナルの素材開発で感動を伝える企画から開始した。しかし、デビューしてから売れ



ベネチア流派ガラス照明・滴波紋浮球型
手描きで日本山桜工芸吹きガラス450φ

ていく製品は食品ばかり、アパレル空間、一貫したセンスで暮らし方の提案をするコンセプトは埋没しエッセンスが伝わらない現象は、「改革にならず」という苦戦を強いられた。「ブランドはデビューから10年間は重要な育成期間、その内の最初の3年がエッセンスやコンセプトを伝える期間です。」しかし、売り場では売れていく製品は食品ばかり、衣類は一行に動かなかった。そこで、相澤社長はファッションショーを企画したが、全員から猛反対を受けた。しかし相澤社長は、頑として反対を跳ね除けてメンバーと西友役員を説得してショーを展開した。「派手なメイクのモデルは採用せずにノーメイク・ウオーキングで無印良品らしさのコンセプトを表現しました」

テーマ「着こなし基本形・着こなし自分流」を次々に展開していった。音楽もオリジナルで作曲し、当時はヨーロッパ老舗ブランドでも未だプロモーションしていなかったショーのライブを店舗で観せる発信をし、魁の表現で発信した。それは元・堤代表やプロフェッショナルな方々の最高評価を受け、やがて広く周知され止まっていた製品群は大型店舗から衣類と大型製品が着実に売れた起因となった。

「この息を飲む時期の結果としては、元・堤代表の構想はある意味逆転の画期的なものになったと言われ、少し鼻が高かったです。もっと凄いのは、携わったメンバーの多くの方々のパワーは高売上の成長の歴史を築き、お客様に認知をいただきました。各業界の皆様からは、エポック・メーカーと評価を受けました。海外からはオファーを受け海外へ日本の顔の発信となった。「私が携わらせていただきましたことは、100年サステナブルとするならば、ほんの数ページのストーリーに他なりません、しかし私の誇りです。それが現在の私の事業の支柱となっています。無印良品発足38年、現在は日本と海外に928店舗へ広がり無印良品という存在の命を繋いでくださった後陣に感謝です」と語る相澤社長。

プロデュース力の原点とは?

数々のプロデュースを手がけてきたが、その改革の原点は一体何なのか。「ファッションアカデミーを首席で卒業しましたが、そこが改革を教える学校でした。改革ばかりを言われていたので、私の中では改革は当たり前。建築家の父も改革精神が旺盛な人でしたし、そういう環境の中で育ってきたことが、大きな始まりとなりました」



また、デザインワークについては、「基本的に私は日本のアイデンティティーを大切に、地球や人間の感覚に優しいのはもちろんですが、一番重きを置いているのはセンスです。特に「さり気なさ」と「気品」を大切にしています。着る人によってその人の最高のセンスを引き出し、お客様のモチベーションが上がりフィールドが広がれば本望です。インテリア及びファッション、アパレル、雑貨、衣食住すべての新しいライフスタイルを想像していくことが同社の一番のストロングポイントだ。「経営には直観力がとても大事で、直観力を育てるのはセンスです」と話す。その成功の秘訣や魁事業戦略、ブランド事業など勝つ為の経営者の帝王学を望まれることが多く、社運を賭けて真摯に求道研鑽にいられています。また上場大手、中小企業の後継者や女性役員人材育成にと、それがきっかけです。実際にそういう経営者はご本人の変革で売上も10倍に、女性役員へ昇格などへ成長しています。

会社のビジョンは3つの柱

会社のビジョンについては、3つの柱を構築し、「会社の全体構造の成り立ちはアパレルデザイン製造販売、自社製品デザイン-Y.izawa “さ”

株式会社相澤裕子Proto

■本社所在地 〒107-0062 東京都港区南青山6-7-8 11F1102Room
TEL.03-6434-1318 FAX.03-6434-1317
■支社所在地 〒223-0062 神奈川県横浜市港北区日吉本町2-45 第7-401Room
TEL.045-564-0062
■事業内容 衣料製造、卸、経営コンサルタント業、人事コンサルタント業
【お問い合わせ】TEL: 03-6434-1318 Mail : contact.yproto@y-izawa.co.jp

Bespoke inperial style事業。これを大きな支柱として市場への認知とファッション・ビジネス産業への促進貢献を望んでいます。2つ目の支柱は、企業ブランディング顧問。すでにクライアントが33社に及ぶ。その要めは、日本のパイオニア企業、経営者の育成だが、日本のアイデンティティーに誇りを持つ企業を目指し、産業貢献ではハードパワーをソフトパワーへ。デザイン、物作りではクリエイティブパワーへ。「日本人の伝統文化と繊細なセンスや技術への尊敬と創造へ貢献をしたい。コピー製品を生み出さない、オリジナルの世界に1つの製品デザインへ挑戦していく顧問コンセプトプログラムです」とのこと。さらに3つ目の支柱として、国際パイオニア女性実業家Y.プロジェクトファッション・ビジネス“そ”構築開始。世界の三大都市と新たな30年、100年先の暮らし方と文化を模索しデザインと物作りを展開していく。そのチーム名が“そ”だ。素朴のそ、率直のそ、素材のその意味を持つ。会社設立から2年、未来に向けて相澤さんは多忙な日々を送っている。



代表取締役社長
相澤 裕子
Yuko Aizawa