

渋谷ラジオ #29「あれから、これから」

その2「創作活動のその先」 第3話：福祉施設とコスメブランド ※約 34 分

出演 ゲスト・原田啓之（医療法人清明会 障害福祉サービス事業所 PICFA 施設長）、茂田正和（株式会社 O S A J I 代表取締役、一般社団法人日本ケアメイク協会 副理事長）、進行・門あすか（東京都渋谷公園通りギャラリー）

門 みなさんこんにちは。東京都渋谷公園通りギャラリーが配信する渋谷ラジオ「あれから、これから」（その2）の第3話です。ナビゲーターは、東京都渋谷公園通りギャラリーの門〔モン〕あすかです。

今回は、アートを仕事とする福祉施設 医療法人清明会 障害福祉サービス事業所 PICFA [ピクファ] 施設長の原田啓之さんと株式会社 O S A J I [オサジ]（以降、「オサジ」と表記）代表取締役であり、一般社団法人 日本ケアメイク協会 副理事の茂田正和さんにお話しをお聞きしました。今回は、シリーズ最後の配信となります。ぜひ最後までお楽しみください。

（ジングル：ottotto「CLAP」）

門 どういうきっかけで二人は出会われたのでしょうか。

原田 僕、たぶん最初のところ、茂田さんから電話をいただいたんですよ。「日東電化工業の茂田です」って言われて、やべえ奴から電話がかかってきたと思って。なんで福祉に日東電化工業？って調べたら、車のメッキの会社さんの名前が出てきて、車のメッキでアート？みたいな。とりあえず行って話をしたいから、ちょっと来てもいいかって言って来られたっていうのが最初。

茂田 本当に始まって間もない時でしたよね。当時、オサジの前身というか、オサジの母体の会社の日東電化工業という会社が、僕の曾祖父が創業した会社で、今うちの兄が社長をやっていますけれども、その中に化粧品の事業部を作ったのが僕で、当時、自分たちのプロダクトもあったけれども、やっぱり外部のプロダクトの企画開発をやるということも結構頻繁にあって、某大手の小売業者さん。

原田 みんな知ってます。

茂田 どの町にもあるような大きい会社さんから PB（プライベートブランド）のご相談を受けたときに、当時の僕の感覚はすごく安直で、その会社が発信しているコーポレートビジョンとか、いわゆるミッションビジョン、バリューみたいなものというのと、福祉アートというものがリンクするんじゃないんですかという提案をしたんですね、そのときに。それをデザインに起用してプロダクトを作るのはどうですかという提案をしたら、それが非常に共感していただいて、そのプロダクトを開発することになった。僕の中では福祉アートというのが自分の人生の中でパスしてきたものが、ないわけではないんですけど、本当に人脈があるわけでもない中で、当時すごくいろいろと仲良くしていた友だちに、こういう案件があるんだけどどうか知っているということを聞いたら、その子がチャビーさんとつながったのかな？で、ピクファという名前が出て、もう1個、名前が出て。大きい企業って一点突破でいけないんですよ。比較したりとか。

ある意味で、言葉は悪いけれど、コンペみたいなことにならないと、なかなか意思決定されない中で。結果、もう1個で決まっちゃったんですけど、やっぱり原田さんにいろいろ

ろと協力してもらったし、会いたいんで行っていいですかっていうふうに連絡をしたっていうのが、本当に原田さんとの始まりで。すぐ佐賀に飛んで、当時は原田さんとピクファという施設を見させていただいて、それから街の中の壁画とかを原田さんがほぼ1日案内してくださったんですね。僕の中で原田さんの存在っていうのは、僕にダイバーシティを教えてくれた人なんです。僕の中でいろいろと友だちの中で、僕にロマンチックを教えてくれた人とかいろんな人がいるんですけど、僕の中で原田さんは僕にダイバーシティを教えてくれた人でして。すごく自分の中で釈然としなかった福祉とか、自分の中で釈然としなかった福祉とアートの関係性とかっていうのが、原田さんに車で案内してもらって、車の中で話している中で、どんどんどんどん自分の中で釈然と落ちていく感じがあって、そこからその1日で急に親友になってしまって、東京来てよって僕が東京に呼んだりとか。自分たちのプロダクトはぜひ一緒にやりたいからっていうので、ピクファさんと一緒にやったりとかっていうのが、本当にいろいろと僕と原田さんというか、僕とピクファとの付き合いの始まりで。僕の周りで大人の修学旅行っていうのがあって、いいところ、もういい歳のおっさんたちが年に1回、2回、1泊2日で、メンバーはちょこちょこ変わるんだけど、1泊2日でどっかに行くみたいなのがあって、そんなのもあって、あの頃年3、4回行ってたよね。

原田 茂田さんが最初に日東電化工業って聞いて、PBでコンペで出して、うちが選ばれなかった。「本当にすみません」っていう丁寧なお電話いただいた。その時まだ会ってないですよ。お電話とメールでやり取りしてて、「申し訳ありません」って。コンペだから、そういうのも僕も結構いろいろ経験しているから、「それはしょうがないですよ」って言ったら、「直接ちょっと会ってお話がしたい」っていうので、それを話した3日後ぐらいにピクファに茂田さんが来てて。その時、面白かったのが、（茂田さんが）「よかった」って言ったんですよ。（僕が）「何が？」って言ったら、「先方に取られなくてよかった。うちとやりたい」って言ってくださって。僕も、まだオサジの存在を知らなかったんですよ。

茂田 まだオサジができてないときだよ、あの時は。

原田 あの時はまだもう一個前身でした。ピクファと結構似てるというか、年代が一緒ぐらいになるんですよ。立ち上がりとかも。一緒にやりたいって言って、もうすぐ商品が決まって。それこそ、僕たち佐賀に施設があって、障害者施設で、東京に営業に行くとか、打ち合わせに行くって難しいんですよ。何が難しいかって資金力の問題。仕事が決まってないのに、そこに先行投資でお金を出していくっていうのは、彼らが稼いだ工賃の中から捻出しないといけない。本当に海外に行くぐらい遠いっていう。昔は結構自腹で、自分の給料を使って僕に行ったりもして、実は茂田さんに、東京とかで色々物も見たいし、やりたいんだって言ってたら、じゃあ東京来ればいいよって。さっきの大人の修学旅行って言ってたけど、呼んでくれて、色んな人を紹介してくれるんですよ。しかも東京のすごい有名な企業だったりだとか、商社さんとかを紹介してくださって。こういう使い方ができるとか、福祉ってそもそも何だろうみたいな話を、色んな企業を交えて展開してくれるっていうのがすごくありがたい。そこから商品何個くらいありましたかね。

茂田 僕の中で、福祉アートだからパッケージにしたいとか、そういう感覚っていうのがないというか、そういう感覚がすごく僕は違和感があって。オサジのすごくシグネチャーなプロダクトで、ロウソブって半熟石鹸っていうプロダクトがあって、そのプロダクトも実は

長野の重度の障害を持った人たちがやってる、しかもそれを有限会社としてやってる、社会福祉作業所じゃなくて、有限会社としてやってる石鹼工場さんと共に開発してプロダクト化したんですね。僕の中では、障害ある人たちの仕事を作りたいなんてそんな概念は全くないので。めちゃくちゃ手作業としての手間がかかって、一般の化粧品工場はどうしても手作業の領域が多いから、機械に流せないからやりたくないっていうものを、彼らは手作業がやりたいって言うてくれたっていう。単純にその中で僕らが求めている価値と、彼らが提供できる価値が、利害が一致したっていう。僕はそういうことじゃないと、原田さんがずっとそれを言い続けてきたけど、そういうことでないと、結局企業って経済体力があるときは、障害施設に対して何かを起用して、CSR 予算みたいなものをつけてっていうのは、企業体力があるときはできるけれど、企業体力がなくなったときには、まず先にそこから予算を削ってかかるじゃない？そういうサステナブルでないやり方っていうのは、僕は絶対にやりたくないし、やらないっていうのはずっと言って、きちんと利害が一致することっていうものが、僕の中ではすごく大事だし、自分の中ではボランティアっていう感覚ってすごく昔から苦手意識があって。自分の身の回りの人間をろくすっぽ幸せにもできてないのに、なんで自分とすごく離れたところにいる第三者のために、自分がエネルギーを使う余裕があるんだろうかっていうのが、僕自身は疑問に感じちゃうんですね。もちろんやってる方々は素晴らしい方々がたくさんいらっしゃるのわかってるんだけど、僕自身は会ったこともない人のために何かをやる前に、まず自分の身の回りにいる家族であり、共に働いてくれる社員でありっていう人間に対して、自分がやれることをしっかりやるべきだっていうのが、それが広がって行って社会って良くなっていくはずだっていうふうに、僕の中の概念としては。なので、そういう意味では僕は強要することもなく、だけどやっぱりピクファっていう存在を知って、原田さんっていう人を見てっていうので、うちのスタッフがピクファのアーティストの誰々さんとコラボしたいですっていうのが、自然発生的に生まれてくるっていう。僕らは僕らでどうしても普段のルーティーンの中では、ブレイクスルーできないクリエイティブの壁みたいなのを、やっぱりコラボレーションすることによって越えていくみたいなのが、今までやってきたことですね。ダイバーシティを原田さんから学んだという意味で言うと、やっぱりピクファっていう施設が、行く度にどんどん福祉施設の匂いみたいなのが薄れて行って、すごい自然とメンバーとも仲良くなっていけてっていう空気感がすごくあって、やっぱり門「モン」さんと同じように、僕も最初に行くときはすごく身構えて行きました。やっぱり触れてはいけない話があるんじゃないとか、見たときに自分はすんなり受け入れられるんだろうとか、すごく差別的に自分は見えてしまうんじゃないとか、いろんな葛藤がある中で行って。最初に行ったときはその感覚がありましたピクファも。だけど、原田さんが作ろうとしている世界観っていうのが、数年行ってメンバーが増えっていう中で、どんどん最初感じたそういう、ちょっとした自分の中でのノイズみたいなものっていうのが、どんどんクリアになっていく感じがして、これはすごいことを原田さんはやってるんだなっていうふうに思ったっていうのが大きいのと。あとやっぱり究極的に、ダイバーシティって、人と違うっていうことを知るってことだと思って。僕とあなたは考え方が違うよね。物事が違うよね。その違いを分かり合おうよって言うても、それは無理なんですよ。違うんだから。大事なことっていうのは、違うっていうことを知ることであって。でも究極的には人間って、違うものを交換し合って生きてるのが人間じゃないですか。僕は持っていて原田

さんが持っていないもの、原田さんが持っていて僕は持っていないものっていうのを交換し合って生きていくっていうこと。そういうふうに捉えられていったときに、僕は障害を持っていない。彼らは障害を持っている。でも彼が描いた絵に僕は感動するっていう、その違いを交換していくことっていうのがすごくダイバーシティであり、だから交換できるバリューがあるんだから、違うことっていうことに対してもコンパッションというか、そこに対しても寛容になっていくっていうことが、少しずつでも人の心の中で動いていけば、社会はより豊かになるんだろうなっていうのは、ずっと自分の中で長いことかけて、自分の中での一つの思想を作っていた中に、すごくピクファであり原田さんという存在が大きかったっていうことですね。

原田 僕もピクファやってて、いろんな見学する方もおられれば、こういう茂田さん、企業の人に来て、一緒にコラボレーション何かしましょうって打ち合わせに入るっていう時もあるんだけど、僕、メンバーも会議に入れたりするんですよ。障害のある人も一緒に打ち合わせに入ってもらったりとか。あとは感覚的にはマッチングみたいな、このメンバーの友だちになってくれる人をどれだけ増やすか、みたいなところに僕はシフトしてて、企業とつながるってなると、どうしても福祉施設の原田と、オサジの茂田さん、あとは公園通りギャラリーの門さんとかっていうつながりでしかなくなるじゃないですか。そこに絵が動き始める。ただ、それだけだと彼らがおざなりになってしまうので、必ずメンバーと馬鹿なことを一緒にやってもらったりとか、そこで友だちが増えて、それがずっと何年も一緒に仕事してくれてると、お互いもう歳とったよね、みたいな話をメンバーとしてくれる人が増えるのを、実は商品のコラボレーションを通してやらせてもらったりとか。茂田さんは社員さんをピクファと一緒に連れてきてくれて、結構長い時間滞在して、あと自由。みたいな感じで、オサジの職員とうちのメンバーがわちゃわちゃ。香り持ってきて、「ハンドソープ（ハンドクリーム）持ってきたんだけど」「え、つけてみたい」から始まって、「これ何の匂いですか？」みたいな感じで、いつの間にかそれで商品開発というか、打ち合わせが終わってるみたいな。そういうのを社員さんが分けてくれるので、すごくありがたいなっていう。

（テーブルに置かれた商品を見ながら）

門 これはどういう商品だったんですか？

茂田 ハンドクリームのセットで買って友達とシェアするみたいなことをっていうプロダクトを作ろうっていう話。その企画が先に立ち上がって、ハンドクリーム自体はいつも僕らが作っているハンドクリームのベースに対して、自由度としては香りが自由度を持たせられるよね。パッケージデザインも自由度を持たせられるよねっていう中で、うちのスタッフが、だったらピクファさんにとっていう話の中でスタートした企画でしたね。

原田 これは面白かったね、これの商品開発は。

茂田 香りやってもらったっていうのがね。香りまで一緒に意見交換しながら香りを作ったっていう。

原田 通常パッケージとかイラストどうするかっていうところで留まるんですけど、もちろんこのパッケージもこの商品3本セットなんですよ。3本セットで3つの図柄を入れる。それを本田さんに描いてもらいたいっていうところで。もちろんオサジさん、茂田さんたちと仕事するときって面白くて、やり直しバンバン出るんですよ。通常、障害者施設にある、ありものの絵を使って、その一部分切り取ったりしながら商品に変えていくんですけど、

オサジさんの場合ってゼロスタートなんです。こういう商品作りたいんだけど、ちょっと本田さんに描いてもらいたくて。こんなイメージで描きました。いや、けどこれちょっと違うな、もう一回描いて。っていうのを何回かリレーをちゃんとするっていう。で、これ実は3種類に匂いが入ってて、本田さんっていう担当した子が匂いがめっちゃくちゃ苦手なんです、自閉症で。じゃあ、本田さんに、あれ何種類の匂いが入ったやつですかね？

茂田

小さい瓶でね。40種類くらい。

原田

箱に入った、いわゆるベースとなる匂い。

茂田

エッセンシャルオイルですね。

原田

精油をガンンって送ってもらって、本田さんが、匂い嫌いな人に、本田さんに好きな匂いを作ってもらいたくて、嫌だろうけど、この匂いを嗅いでブレンドしたりとかしていいって言ってくれてるから、何と何を混ぜたか。自分はこれが好きだっていうのをやってくれないかって言ったら、しかめっ面しながら、「ああ、いいですよ」って、いつもの本田さんね。自閉症の本田さんって、そういう対応の仕方してくれるんですけど。OK してくれて。本田さんが調合して。匂いが苦手な自閉症の子が選んだ匂いって、全員好きなんじゃないかっていう。そんな話で商品開発する会社って、僕今まで出会ったことないので、やっぱり面白いなと思って。そこにチャンスというか、面白みを見出してくれる。通常であれば苦手だから、あの人には絶対そういうのはさせないでおこうってなところを、ワクワクしながら本田さんやってくれるって、いいですよって。やってみましょうって言ってくれる。自閉症の子がいて、それでできて。今ここにラボがあるんですけど、本田さんが混ぜたものとか選んだものを、これとこれを混ぜてこんな感じですよっていうのを、最後このオサジの調香師さんが最終的に監修をしてくれて、できたのがこの商品っていう。

門

いつ頃売られていたものだったんでしょうか？

茂田

3年前ぐらいだったよね。

原田

3年前のクリスマスぐらいに出した、クリスマスギフトになればっていうところで始まったんですね。

門

3本をお友だちと分けるっていうコンセプトがいいですね。

原田

またちゃんと後ろにピクファのロゴとか入れてくださっているんで、シェアする人は絶対に知ってもらえるから。

門

さっきデザインのところでもお話でもおっしゃっていた、中で作っていたらないようなアイデア、通常のプロセスとは違うプロセスを経ることで限界突破じゃないですけど、また新しいステージに上がっていくみたいなことなのかなと思ったんですけど。

茂田

そうですね。やっぱり常に僕らって既視感みたいなものの戦いなんで、どう新たに興味を持ってもらえるとか、すごく広義なことと言うと、僕の中ではすごく恋をするみたいなのが美容という仕事の中での究極って思っている部分があって、恋をするっていうのはもちろん異性に対する恋ももちろんあるし、ぜひたくさんの恋を世の中の人たちがしてほしいなという思いももちろんあって、ただ必ずしも異性とか人ってことだけじゃなくて、何かすごく自分自身がハマるといえるか、熱狂するとか、そういうことも含めて僕の中では恋だなと思っていて、そういう日々の生活の中で恋をする場面とかきっかけを創出することっていうのも、僕は美容の仕事だと思っているんですよ。

単純に化粧品を塗って肌の調子が良くなるとかってことだけではなくて、やっぱり何か新しい何かを知り、新しい価値を体験し、そこに対して何か新たな熱狂とか、新たな推しと

か、新たな好奇心という目が生えるみたいなことってというのが、僕らの仕事の本質的なすごい真髓なんじゃないのかなって思っていて。

だから原田さんたちともやるっていう、ピクファでも本田さんともやったし、僕らの中でそういうコラボレーションをするっていうのは、お客さんに対して新たな価値提案をするとか、新たな熱狂のネタを創出するみたいなものはすごく大きな意味として持つので、そういう意味で既視感のない、何だこれっていうところから始まる好奇心みたいなものが、ピクファと何かをやることによって生まれたらいいなとか。

今回これを作った時は本田さんを起用したいって言った、うちのスタッフは本田さんの作品が好きだったっていうことであって、そのぐらい純粹に見ていいんだよってことを、ちゃんと伝えていくべきですよって思ってた。それはアートの世界の話。

でも原田さんの世界っていうのは福祉の世界の話でもあるので、ただただ好きとか嫌いとか、絵として良い悪いじゃなくて、原田さんの施設の中には、ただただムードメーカーっていう役割もいて、福祉を通じてダイバーシティの本質を追求していく原田さんっていう人の話っていうのと、そこがあんまり混乱しない方がいいなって僕は思うというか。

原田さんの背景があるから原田ピクファが作った作品は OK ってなっちゃうのは、あまり健全じゃないというか、そうやっていってしまうと日本の文化がまたちょっと捻じれていってしまうなっていう感覚があって。

本当に原田さんに初期的に一番最初に会った時に、壁画をピクファが描いたのに対して、グラフィティやってるストリートの子たちが落書きしてあって、それを近所のおばあちゃんがすごい怒るんだけど、見張りをするとかって言うんだけど、いやいやいやこれはバトルだからそれでいいんだっていう原田さんの感覚値とか、あと百貨店の VP（ビジュアル・プレゼンテーション）をピクファがやるってなった時に、「障害があるからピクファがやらせてもらえる」は嫌だから、売れてないで悶々としているアーティストとのコラボというか、原田さんの中でコラボより VS が楽しいという話も当時あったのも含めて、それがすごく正しいアートとしての表現で、正しいアートとしての共存であったりとか、そういうことを見れている人だから原田さんは、福祉のダイバーシティの真髓というか、面白い在り方というのを捉えていけるんだろうなとはすごく思うんだけど、あまり見る人たちが福祉という背景があるからという目で、背景を一回無視したときに好きか嫌いかって、ちゃんと自分に問いかけてみてねっていうのはすごく思うというか。

それこそが僕は、自分の本当の恋を見つける方法だと思うので、僕自身はそれを推進しなきゃいけない人間というか。あなたの目で見て、あなたが本当に好きだと思えるものをちゃんと見つけようという情報に左右されないで。クラスの中にいるあの子のことを私は好きなんだが、周りの子からはどこがいいのって言われたけれど、でも好きなんだっていう感覚を大事にしようとか。クラスで一番モテてる子だから好きっていうのは、すごく自分にとってはもったいない恋になってしまうよっていうことだったりとか。

そういうところの奥に目を向けるっていうのが僕はすごく大事だし、こういう場を通じてそういうふうきちんと捉えられる人が増えていくことを祈るなっていうのは思うところですよ。

原田

そういう姿勢でいてくれるオサジさん、茂田さんっていう企業があると、メンバーとの壁がなくなるんですよ。結局、楽しいか楽しくないか、だったら楽しくやろうよっていう方でやってくれる。いろんな企業と僕もコラボさせてもらうけど、ずっと楽しくいろんなこ

とをやれてる。修正もあれば、その修正のやり方も楽しく僕たちがやっていく。そっちの方が商品として出たときに確実に売れるものになってたりだとか。あとはその企業のオサジさんとかも実は結構なスタッフさんも知ってるというかね。新しく入ったスタッフさんをピクファに連れてきてくれて、その方がまたピクファのメンバーのファンになってくれて。それって一番楽しい。多分縁が切れない。彼らが本当に福祉のことであったりだとか、困ったときに多分オサジのスタッフさん、オサジ始め、助けてくれるだろうなっていう、アート以外のことでね、彼らの人生で必要なことで助けてくれるだろうなっていうのはすごくあると思う。

門 それでは、最後にお二人のこれからについて教えてください。

茂田 これから。これからですか。僕は、今年は結構色々イベントが盛りだくさんで、2月にはオサジ社のコーポレートビジョンを刷新して、その発表会が2月にあったりとか、あとは京都の古い酒蔵をリノベーションしてお店にする計画があったりとか、あるいは海外にオサジのプロダクトが出てくる場面が今年はより多くなる年なのかなと思ったりしてますけれど、そんな中で、原田さんともまた一緒にやれることを模索しながら、また一緒に遊べたらいいなと思っています。

原田 ありがとうございます。僕もオサジさんみたいな企業と一緒に色々なことをやっていくというのは変わらないかなと。ただ福祉施設って、街のお荷物になることが結構多くて、僕もいずれやりたいと思っている街づくりみたいな、街の中に障害者施設があって、そこに行けば問題が何か解決するような場になる。そのノウハウをピクファが持っているかという、そんなにいっぱい持っていないので、それこそ茂田さんとかまた企業の方に相談しながら、街のもっともっと一助、資産になるような場づくりができればいいなと、これからやっていこうと思っています。

門 ありがとうございます。すごく広がり止めどなく、どのように閉じたらいいのかわからないのですが、ピクファをきっかけに商品を開発して、それがまたユーザーの手に渡っていき、開発した人と人、制作した人と人がつながっていくという連鎖が本当に止めどなくあるんだなということが分かりました。今日はありがとうございました。

茂田・原田 ありがとうございました。

(ジングル：ottotto「CLAP」)

以上であれからこれからその2の第3話を終わります。これが最終話です。ウェブサイトアンケートフォームを公開しています。ぜひ感想をお寄せください。それではまた来年度、新たなテーマでお届けする配信をどうぞお楽しみに。

おわり

※話中のコラボ商品は、現在、販売終了しています。