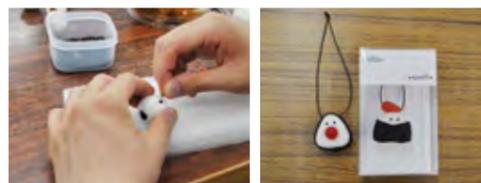




杉並いずみ第二の利用者の皆さん



利用者の方からは「目の穴を深く開けないときれいに入らない」「自分の作った製品が売れるのは嬉しい」など、誇りとやりがいのある声が多く寄せられています。こうした声に、equaltoのデザインとブランディングが加わることで、製品はより魅力的に、そして会社とつながる仕事になっていきます。

既存の力を尊重した商品開発

equaltoの特徴は、「無理に新しいものを作る」のではなく、事業所を持つ技術や経験を尊重し、それを最大限活かすことにあります。杉並いずみ第二では、フェルト玉を丸める人、パーツを付ける人、目を差し込む人など、工程ごとに得意分野を活かして分業。繊細な工程の連続で、完成までに丁寧な作業が求められます。

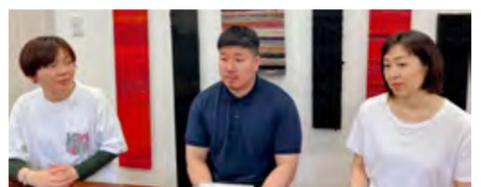


equalto 手仕事に誇りを込めて

—「equalto」で広がるものづくりの可能性

デザインの力で、障がい者の手仕事に新しい価値が生まれる。ブランド「equalto(イクォルト)」は、つくる人の想いと技術を活かし、福祉と社会をつなぐものづくりを進めています。運営元の1つであるのディーセントワーク・ラボの中尾さんと、製品をつくる事業所のひとつ、杉並いずみ第二の職員や利用者の方にお話を伺いました。

「つくる」喜びを支えたい
equaltoの活動には、現場を支える職員と、運営側であるディーセントワーク・ラボの想いが込められています。



杉並いずみ職員吉田さん(右)・後藤さん(中央)と、ディーセントワーク・ラボ代表中尾さん(左)

「自分の製品として世の中に 出ていく喜び

製品が店頭で並ぶようになったことで、利用者の意識にも変化が生まれています。「売れるかな?」「誰かの手に届くかな?」といった声には、自分の製品が社会とつながっている実感がこもっています。
equaltoを支えるディーセントワーク・ラボの中尾さんはこう語ります。「福祉の枠にとどまらず、商品として評価されることが、利用者さんの誇りにつながっていると感じます」。

施設職員の方々も「私たちだけでは思いつかなかったアイデアが形になる」と、その意義を実感。福祉とデザイン、現場とプロが協力することで、可能性に満ちた製品が次々と生まれています。

デザインの力で、福祉製品を魅力的に

福祉施設で生まれるプロダクトに、プロのデザイナーが関わり、製品としての魅力を高めていく取り組み——それがequalto(イクォルト)です。障がいのある人たちの「できること」を起点に、既存の技術や工程を活かしながら、洗練されたデザインを加えることで、市場での販売につながる製品づくりを行っています。

「多様な個性があるからこそ生まれる、唯一無二の製品を届けたい」。そんな理念のもと、企画からデザイン、販路開拓までを一貫してサポートしているのが、運営元であるNPO法人ディーセントワーク・ラボ、アクセシブルな株式会社、アッシュコンセプト株式会社の3社です。

「かわいい」と「品質」を両立する工夫

実際にequaltoの商品づくりを担う事業所のひとつが、東京都杉並区にある杉並いずみ第二。ここでは長年、フェルトを使った自主製品づくりに取り組んできましたが、equaltoのデザインコンサルを受けたことで、大きな進化を遂げました。

たとえば「アメリカンドッグ」のストラップは、ケチャップとマスタードを目立つように配置し、写真映えするデザイン

equalto

equalto(イクォルト)

障がいのある方々が手がけるプロダクトを、プロのデザイナーが監修・ブラッシュアップして商品化。ものづくりを通じて、障がい者の社会参加と収入向上を目指すブランドです。
<https://equalto.or.jp/>



1名様 PRESENT

ハンドメイドフェルトキーホルダー・ヘアゴム&equalto Fruit Soap (ハンドメイドソープ)

詳しくはP.31

こちらでequalto製品が買える!

KONCENT Komagata(台東区駒形)では、equalto製品の常設販売が行われています。店長の遠藤さんは「つくり手の個性や想いが形になっていて、手に取ると温かみが伝わります」と話します。お店には国内外から訪れるお客様も多く、equaltoの新品「Felbo」や靴べら「Teruteru」などが並びます。

KONCENT Komagata

東京都台東区駒形2-6-10
Tel 03-6802-8433
その他の店舗情報
<https://koncent.net/shop>



equaltoが手掛けて生まれた製品

従来製品で培った木工技術を活かし靴べらTeruteruを製造する工房ふじさん(下)の例と、紙製造の織りや組み立て技術を活かしたCard Pocketsを製造するhanaさん(右)の例。



「おにぎり」は梅から明太子へと具材を変更し、従来品との差別化を実現しました。人気商品の「タコさんウインナー」も、頭の部分をリアルに表現するなど、ディテールへのこだわりが光ります。このようなデザインの力が加わることで、製品は自主製品のもつ技術や丁寧さを活かしながら、より多くの人に手に取ってもらえる製品へと生まれ変わり、東京・浅草のシヨップなどでの販売も実現しています。