

隣の芝生はたしかに青い

OURHOME（株式会社 i bridge）



♡07クワク



日々の困り事を解決し、
家族の“ちょうどいい”暮らしを届ける

OURHOME（株式会社 i bridge）

OURHOME
主宰

Emi／田辺 絵美さん

暮らしとオリジナルウェアのオンラインショップ「OURHOME」主宰。著書19冊累計56万部。『みつかる、家族の“ちょうどいい”暮らし』をコンセプトに夫婦で経営、スタッフ25名と兵庫県西宮を拠点に運営。法人化して9期目。企業との共同開発やレッスン運営など幅広く活動中。雑誌『LEE（集英社）』連載中。前職は、大手通販 株式会社千趣会の商品企画担当。14歳の双子の母。

OURHOME公式サイト

EmiさんのInstagram

EmiさんのVoicy

キリングroupでは新商品やサービスの開発の際、市場調査、ターゲットやコンセプトの決定、販売戦略の策定など、さまざまな準備を行います。ものづくりにおいて重要な要素はたくさんある中で、本当に大切にすべき考え方は何か。そのヒントを得るために、多くのお客様に愛される商品をつくり出しているOURHOMEの主宰であるEmiさんに、お話を伺いました。

商品のジャンルはさまざまだけど、届けたい価値は一つ

OURHOMEは、洋服やアクセサリ、スキンケアやインテリア雑貨など、さまざまなジャンルの商品を開発、それをお店やオンラインで販売されています。その他にも、生活に関する情報発信、マンションのプロデュース、イベントの開催も行われています。一言で表すと、何屋さんなのでしょう？

KIRIN



よくご質問いただきますが、OURHOMEは「みんなの困り事解決屋さん」とお伝えしています。

私は子どもの頃から、暮らしの中にある困り事を見つけるのが得意で、小学生のときは収納グッズを作るのが好きでした。社会に出てからは通販会社に務め、お客様の困り事を解決する商品を企画していました。例えば、洗濯物を乾燥機で乾かした後にリビングまで運ぶのが面倒だと思い、洗濯機の上のスペースに収納棚をつくるアイデアを考えたりしました。

自分の得意なことを生かした仕事にやりがいを感じていたのですが、出産を機に仕事と子育てのバランスについて考えるようになります。そして社会人9年目にあたる2012年に、会社を辞めてフリーランスになることを決めました。

当時、起業して何かを成し遂げようという意気込みがあったわけではありません。私がこれまで取り組んできた、暮らしの困り事を解決することを軸にやってみよう、という感じで。そうして立ち上げたのがOURHOMEです。以降、商品や情報を一貫して「暮らしの困り事を解決する」という思いでお客様にお届けしています。

OURHOMEのお店を拝見して、それぞれジャンルが異なるにもかかわらず、全ての商品に統一感が感じられました。Emiさんが一つの価値観を軸にものづくりをされているからなんですね。

KIRIN



兵庫・西宮北口にあるOURHOMEの実店舗

お客様の想像を超えて、困り事を解決したい

キリングroupでは商品やサービスを開発するとき、お客様のニーズを把握するための調査から始めます。OURHOMEの、ものづくりの出発点はどこですか？

KIRIN



私たちは商品をつくるときに、アンケート調査は行いませんし、お客様に尋ねることもありません。なぜなら、お客様自身が自分の困り事に気付いていないことがほとんどだからです。また、お客様が明確に欲しいと思うものは、既に世の中に存在していることが多いんです。私は、お客様自身も気付いていない潜在的な悩みを解決することで、お客様の想像を超えたいと考えています。

私自身、自分の子どもが成長し、子どもが小さい頃感覚を忘れていたこともあります。そんなときに社内のスタッフの意見を聞くこともありますが、基本的には私自身が日常の中で感じる困り事を起点に、生活者の視点で考えるようにしています。

暮らしの中の困り事を見逃さないために、Emiさんが心掛けていることはありますか？

KIRIN



自分の心が動いたことを書き留める「マイノート」というものを作っています。社会人になった2004年4月から続けていて、現在では73冊目になりました。上司に言われた一言や、良いと思った同僚の発言、テレビを見て気付いたこと。写真や観た演劇のチケットを貼ったり。そして落ち込んだときや子育ての悩みなど解決策の見つからないことも含めて、喜怒哀楽の全てを記録しています。

私は約20年間マイノートを書く生活をしているため、自分と世の中の間にノートがあるような感覚があるんです。書く場所があることで、書くことを見つけようという意識が常に働いていて、他の人なら見逃してしまうかもしれない困り事にも気付けるようになってきていると思います。



書くことで問題を具体化して、それを習慣化することで、困り事を見つけるアンテナが鋭くなっていくんですね。

KIRIN



文字にしてみると、困り事がより具体的に見えてくるようになります。生活をより良くするには、問題を具体化することが重要なんです。例えば、「とにかく部屋をきれいにしたい」と言っている人が部屋を片付けるのは難しいですが、「リモコンの収納に困っている」と解決したいことが具体的になっている場合は、人に相談したりネットで調べたりすることで解決できます。困り事を具体化することは、解決に向けて進むことと同じだと思います。

そして、書くことと同様に、見返すことも大切です。書いた内容がすぐに役立たなくても、将来それが1冊の著書になったり、新しい商品のアイデアになったり、子どもや同僚など周りの人を励ます言葉になったりします。

私はマイノートを「心の貯金通帳」と呼んでいて。多くの方が、明確な使い道が決まっていなくても将来の安心のためにお金を貯めるように、私も毎日貯金をしている感覚で、ひたすらノートを書いています。

ちなみに、全て手書きです。半年ほどデジタルで「Evernote」を使ったことがありますが、見返したときに、当時の感情が全くよみがえってこなかったんです。ノートに書くことで記憶がよみがえり、それを振り返ることで思い出がよみがえる……何度も再体験するので、旅行や演劇もめっちゃお得です！（笑）



価値観に共感してくれる方と、心の通ったものづくりを

実際に商品化に進むときには、どのようにパートナー企業を見つけていますか？

KIRIN



実は、私たちが積極的に取引先を探すことはあまりありません。約15年間にわたってSNSやイベントを通じてさまざまな情報を発信しているので、それを見た方から声を掛けていただくことが多いですね。例えばスキンケア商品も、高校生の頃から私のブログを読んでくれている方が化粧品メーカーに就職し、当社に声を掛けてくださったことで商品化に至りました。2018年からスタートした、FUJIFILMとの写真整理アプリ「かぞくのきろく」も同じくです。

ただし、お声掛けいただいても協業が実現しないこともあります。最近、ある大きな会社さんからコラボレーションのお話をいただいたのですが、話を詳しく聞いてみると、ほぼ完成している商品の色を決めるだけの仕事でした。私はその商品の開発には関わっておらず、使用したこともありません。それでは当社が大切にしている思いやお客様が私たちに期待してくださる価値を届けることができないと判断し、お断りさせていただきました。

Emiさんは以前、会社員としてインテリア収納用品の企画を担当されていましたが、現在は洋服や化粧品の商品開発もされています。未経験のジャンルの商品開発に挑む場合、どのように商品づくりに関わっているのでしょうか？

KIRIN



自分が詳しくない分野でも、企画の段階から関わり、必ず工場を訪れるなど机上だけで決めることはしないようにしています。また、私が普段から考えている「生活者の視点での困り事」を軸に、この商品が本当に世の中に必要なのか、困り事を解決するためにはどのような手段があるのか、取引先の方々と協力して商品開発に取り組んでいます。

当社では、ポンプ式のオールインワンジェルを販売しています。私は子どもが小さい頃、化粧水や美容液を塗るために、ピンの蓋をひねってコットンに液を染み込ませるための時間がないという悩みを抱えていました。この困り事を取引先の方に相談し、この商品が生まれました。



ポンプ式のオールインワンジェル。1本で化粧水、乳液、美容液、クリーム、パックの5役を果たしてくれる



メーカーにとっては、ひねるタイプの蓋かポンプタイプの蓋かというは、パーツの一つに過ぎません。しかし、化粧水と美容液が1〜2回プッシュするだけでよくなることで、働くママにとっては非常に便利になります。こうしたところに意味と価値を与え、お客様に伝えることも大切にしています。

特に反響が大きかった商品を教えてください。

KIRIN



さっと鍵が取り出せる、レザーのストラップです。バッグの持ち手に巻き付けるだけで、ストラップを引っ張れば鍵が出てくるとい商品です。玄関で鍵を探すのに時間がかかることって多いですね。特に小さな子どもがいる場合は、手をつないでいるためにさらに大変。この商品について、お客様からは「一生の鍵を探す時間が解決されました！」というお声をいただいています。一見普通のストラップですが、見た目や素材にもこだわり、使い方まで提案するのが当社の特徴です。



レザーのストラップ。バッグの持ち手に巻きつけておくだけでカバンの中から鍵がさっと取り出せます

“ちょうどいい”を届けるために、私たちが“ちょうどいい”働き方を

OURHOMEのWebサイトを見ると、働き方も大切にされている印象を受けました。何か理由があるのでしょうか？

KIRIN



当社のコンセプトは「みつかる、私たち家族の“ちょうどいい”暮らし」。私たちは“ちょうどいい”をととても大事なキーワードとしています。

私が会社員で、双子を出産し復帰した頃、“ちょうどいい”とは程遠い生活を送っていました。周りのみんなが遅くまで残業している中、私だけが時短勤務で早く帰った後、夜中にメールをチェックすると企画がひっくり返っていて、落ち込んだり。誰かに何か言われたわけではありませんが、自分が取り残されてしまっているように感じる日々が1年間も続きました。

仕事は大変なこともあります、楽しくやりがいのあるものです。一方で、子育ての時間も大事にしたい。そのため、独立して自分にとって“ちょうどいい”環境をつくろうと考えました。すると、大きな会社で働いていたけれど仕事と子育てのバランスが難しいと感じていた方や、災害が発生したときにすぐに子どもを迎えに行ける環境で働きたいという方など、さまざまな人が私の思いに共感し、集まってくれました。その結果、OURHOMEは16時半には全員が退社できる会社になっています。

労働時間を延ばせば、売上げが伸び、店舗を拡大できるかもしれませんが、私にとっては、会社の規模を大きくすることよりも、みんなで一緒にお腹を抱えて笑えるほどの心のゆとりをもちながら働くことのほうが重要です。そして、私たちが子どもの学校行事に参加するなど子育てにしっかり取り組んでいるからこそ、お客様と同じ目線で「暮らしの困り事」を見つけることができる。私たち自身が“ちょうどいい”暮らしを実践することで、お客様に“ちょうどいい”暮らしをお届けすることができると考えています。

最後に、今後の目標を教えてください。



KIRIN



私は暮らしの困り事を解決することを自分の使命のように感じています。年齢を重ねるごとに困り事も変わっていくので、それに合わせた情報や商品をお届けしながら、お客様とともに歳を重ねていきたいと思っています。

また、自分ならではのメッセージを次世代に伝えていきたいと思っています。現在当社では25名の女性スタッフが働いており、皆16時半には退社。おかげさまで売上利益は右肩上がりが続いています。一般的には、仕事と子育ての両立は大変というイメージが強いかもしれませんが、“ちょうどいい”バランスで働ける環境をつくり、大人になることや家庭をもつことの楽しさ、仕事の面白さを多くの方に伝えていきたいですね。

私たちのコンセプト「家族の“ちょうどいい”暮らし」を届けることで、社会に貢献していきたいです。



会社概要

株式会社 i bridge

発足：2015年3月

従業員数：25名（2023年4月現在）

「OURHOME」というブランド名で、オリジナル商品の企画・製造、販売のほか、企業との共同開発や、イベントやセミナーの実施など事業を幅広く展開。がんばりすぎず、でも前向き。派手すぎず、でもシンプルすぎない。機能とデザインのちょうどいい間。家族の“ちょうどいい”暮らしの情報とオリジナル商品をお届けしている。

メッセージ

この記事についての、ご意見・ご感想お待ちしております

「メッセージを投稿する」を押してもすぐには反映されません。
管理者にて確認の上、反映されます。

[✎メッセージを投稿する >](#)

