



Club Palette Vol.55

カラーの最前線を歩く Vol.28

Renewal

ハンカチのもつ世界観を大きく塗り替えた ブルーミング中西の新たな取り組みとチャレンジ

1879(明治12)年、日本橋に創業したブルーミング中西は、欧米雑貨商としてスタートした当初より多くの魅力的なハンカチを世に送り出してきた。オリジナルハンカチから有名ブランドとのライセンス契約のハンカチまで、他の追随を許さないシェアを国内で占め、商品の種類と数は多岐にわたる。また、テーブルクロス、ホテルリネンとテキスタイルを主軸とした幅広い展開も行う。

コロナ禍で新たに存在を見直されているハンカチだが、当社では、7月20日よりネットで行える「ハンカチ診断」という新企画をスタートさせた。さまざまな角度からハンカチの魅力を伝えようと商品開発や数々の企画に取り組んでいるクリエイターたちの想い、そしてデザインワークにおいて重要な配色、オリジナルブランドのコンセプト展開における色の果たす役割など、魅力的な数々のお話を伺った。



お話を伺ったブルーミング中西株式会社「ハンカチ診断」のプロジェクトチームの中心メンバーの皆さん。本社近くの直営店「クラシクス・ザ・スモールラグジュアリー」にて。ショップでは、ハンカチへの刺繍オーダーなども可能。充実のラインアップでさまざまなシーンにあう素敵なハンカチが並ぶ。

1st

フローチャートで「ハンカチ診断」 贈る相手や自分自身に似合う 色・柄・素材のハンカチーフを選ぶ楽しみ

7月20日より新たにブルーミング中西のECサイト「ハンカチーフギャラリー」でリリースされた「ハンカチ診断」。これは、フローチャートを使って、ハンカチを贈る相手のタイプ別診断を行い、各タイプをクリックすることでハンカチのラインアップが一覧でき、購入のヒントにつながるという従来にないユニークな企画だ。遊び心をくすぐるアプローチで、とっておきの1枚に巡り合えるのが魅力だ。

チャートで導き出された5つのタイプは、「アクティブ」「スタイリッシュ」「エレガント」「ナチュラル」「ポジティブ」。それぞれのタイプに該当するおすすめ商品（ハンカチ）は多岐にわたり、見ていただけでもワクワクする。

プロジェクトが立ち上がった当初、社内では、パーソナルカラーを軸にフローチャートを考えることを視野に入れていた。しかし企画を煮詰めていくうちに、「ハンカチを選ぶという行為には、洋服を選ぶのとはちょっと違う要素がある」という気づきがあり、そこを起点にしたフローチャートの展開を旨とすることとなった。

「お洋服としてその人には似合わない色柄かもしれないけど、ハンカチとしてなら持ってみたい好きな色柄ってありますね。そこを出発点にフローチャートを考えようとなって、質問内容も、パーソナルカラーでなく、もっと身近なその方の雰囲気とか性格に合った内容で答えていけるように配慮しました。またギフトとして選ぶだけではなく、ご自分でも診断していただき、私ってこんな一面もあったのかとか、こんな色やデザインのハンカチも試してみようかなど、ハンカチを選ぶ楽しみをご自身でも体験していただきたいと考えました」(デザイナーの加藤さん)。

「ハンカチ診断」をつくるプロセスの中で、いちばん時間を要し、力を注いだのは、膨大なボリュームのある全商品のラインアップから5つのカテゴリーに合うハンカチを選んで当てはめる作業だった。チームでは、全商品の写真を同じ比率に1枚ずつプリントアウトし、切り抜いて、各タイプ別に紙を用意し手で貼り付けていった。何ともアナログな手作業だが、これがプロジェクトをさらに盛り上げるきっかけとなった。切り抜いて紙の上に置いていくことでイメージがふくらみ、可視化がうまくできてしっくりくるものがで



似合うハンカチを探すタイプ別診断

きあがった。

「日ごろデザインワークを行っている私たちですが、こういった視点から商品を見てカテゴリー分けすることはありませんでしたので、とても新鮮でした。選ぶ際に各カテゴリーにキーワードを設定し、それに基づいてピックアップしていくのですが、その際に最も意識したのは、色のトーンです。ビッドなものはアクティブタイプとか、少し優しめのトーンはナチュラルタイプ、パステルやフェミニンなトーンだったらエレガントタイプとか……。ところが、派手な色柄だからといってすべてアクティブタイプかというデザインと色が相まったときには少し変わります。幾何学柄やチェック、ストライプという柄はスポーティーでアクティブなのですが、大胆な花柄になるとスポーティーでもないしアクティブでもない、元気なポジティブタイプに分類される。同じ彩度の高い色柄でもデザインによって分類が変わるのでいろいろと試行錯誤もありました」(デザイナーの米田さん)。

さらに「ハンカチ診断」では、年齢・性別に関係なくフローチャートにトライできる点も配慮されている。各タイプ別の商品セレクションにも、ユニセックスで男女関係なく使えるものも含め、男性・女性用がバランスよく散りばめられており、インクルーシブ、ダイバーシティといった社会の流れをさりげなく後押しする新しい側面にも注目したい。

2nd

「ない色はない」 豊富な色見本から生まれる 配色指定とデザインワークの強み

ハンカチのデザインワークにおいて重要な要素のひとつが配色だ。ブルーミング中西の配色室に案内されると、無尽蔵と言えるほど多数の色見本のバリエーションがストックされているのに驚かされる。素材ごとにカラーチップが存在し、色糸の見本もある。なかには年季の入ったかなりの歴史のものもあり、今もなお現役として活躍している。長い伝統と歴史の積み重ねが感じられ、先人のデザイナーたちの熱い思いがひしひしと伝わってくる。



多様なハンカチをタイプごとにセレクト



繊細な色使いを可能にする色見本



たくさんのお見本が保存されている

配色室は、デザイナーたちが色指定をしやすいように、ホワイトスペースと呼ばれるオープンで白い空間が用意され、外光が入らないようブラインドで遮断されている。色を正確に見るための演色性の高い光源が用意されていて、取材当日も2人のデザイナーが熱心に色指定を行っていた。

「さまざまな色のトーンに分かれた無数のカラーチップから、使う予定の生地の特徴を考えつつ、この薄さがいいのか、いやもっと濃いほうがいいのかを考えてハサミで切り取り、指示書に貼っていきます。弊社でいちばんよく使われているのがオリジナルの指示書ですが、例えばお花柄だと、1つの柄につきABCとあって、だいたい3配色取ることが多いです。カラーバリエーションが3つあるのが一般的で、明度・彩度・色相に配慮しながら選んでいきます。

カラーチップや色系の多さに、私たちデザイナーも入社当初はびっくりしました。いつかこれらも使い切ってしまうんじゃないかと心配もしていたのですが、意外とそういうこともなく(笑)、選びたい色で“ない色はまずない”ところが仕事のやりやすさに通じていますね」(加藤さん)。

使う素材によって、配色のポイントも変わる。「綿のサテンのハンカチだと光を反射するので色の発色がよく綺麗に仕上がるのですが、ガーゼ地とかだと、逆に光を吸ってしまうので、ちょっと明るめに色を指定したり、彩度を少し高めにしたり調整が必要です。素材による発色の違いは、デザイナー個人個人の経験値や勘、そして先輩に教えてもらったことなどを動員して各々で決めていきます。カラーチップに加え、『これをちょっとくすませてください』とコメントを書き添えることもよくありますし、『この見本とこの見本の中間ぐらいの色』とお願いすることも・・・」(米田さん)。

近年人気のタオル地は、織物なので色系での指示となりまた異なる。ループ状になった糸の束をカットし断面の色合いで判断をすることもある。パイル状のときよりも断面のほうが色が濃く感じられるので、仕上がりの想定を頭の中で計算しながら指示書を作成していく。こういった色系の束ひとつとっても、同色系で微妙なニュアンスのバリエーションが果てしなくあり、まるで色の迷宮に迷い込んだような感覚に見舞われる。春夏と秋冬二回の商品企画のリニューアルに合わせて、季節感と色の関係も加味しつつ丁寧なデザインワークが進められていた。



豊富な色見本の中から色を指定していく



1つの柄につき3つの配色を考え
色見本を参考に配色を決める



パイル地はたくさんの糸からイメージを膨らませる

3rd

CLASSICS the Small Luxury 「すべての色は美しい」をテーマに 編み出される豊かな世界観

本社ビル近くの日本橋人形町には、オリジナル商品だけを扱ったハンカチーフ専門店『クラシクス・ザ・スモールラグジュアリ』（六本木ヒルズ本店をはじめ、丸の内店他各地に直営店舗あり）がある。ここでは上質で品が良く、訪れる人のお洒落心をくすぐる特別なハンカチーフに出会うことができる。

オリジナル商品のラインアップは、デザインにひとひねりのある人気の「引込みシリーズ」（猫や犬がモチーフとなった動きのある遊び心をくすぐるデザイン）やユーモアをさりげなく打ち出した「ありがとうシリーズ」、伝統の「和柄シリーズ」「先染めシリーズ」と多岐にわたる。海島綿や麻、オーガニックコットン、タオル地といった素材の質感を重視したシリーズにも定評がある。また、「re-edit」というシリーズでは、製品を作る工程で傷が出てしまったり、オーダーされた刺繍の位置がちょっとずれてしまったりしたものを廃棄せずに再利用し、巾着やティッシュケースにしたり、扇子やうちわなどに生まれ変わらせていて、どれもが一点ものとして評判がよい。SDGsの視点からも注目されている。

店内で目を惹いたのが、海島綿という貴重な綿を使ったハンカチのシリーズだった。108色の配色展開が一覧できる点もClub Palette編集部としては非常に興味深い。1つのトレーに12色、それがトータルで9パターンある。各トレーに、「サラダの色」「空の色」「うとうとの色」「うきうきの色」「甘い色」「フルーツの色」「鉱石の色」「12カ月の色」「はなの色」とキャッチーなネーミングがされていて面白い。

この企画の広報担当である増田さんに、コンセプトを伺った。「色に関して、そもそも汚い色というのはないと私たちはかねてから思ってきました。組み合わせによって気分を害したりすることはあるかもしれませんが、色自体にきれい、汚いはありません。光の反射で色を感じるのは人間だけの特権で、どんな色も皆素晴らしい。その考え方を基本に、一度色に関する既成概念をいっさい取っ払って3人のデザイナーの方に好きなカラートレーでワンパレット12色ずつ選んでくださいとお願いしてできあがったのがこの108色のシリーズです」。



たくさんハンカチが並ぶ店内



「re-edit」シリーズ



テーマごとにトレーに分けられた海島綿シリーズ



縁取りの色がアクセントになっている

縁取りの手まつりが施された部分にだけ別の色を使うことでアクセントが生まれ、絶妙なカラーコーディネーションが独特な世界観をつくり出している。見たことのないような魅力的な配色展開のパレットが並ぶ姿は美しく壮観だ。さらにここに刺繍を入れるサービスもあり、33種類のフォントからイニシャル刺繍を選ぶことができ、世界各国のお守りモチーフが入れられるモチーフ刺繍などを組み合わせると、パターンは無数で、自分だけのオリジナルハンカチをオーダーする楽しみが存分に味わえる。

「ハンカチを持つことで気分が上がる、このハンカチを持つために今日は何を着ようかと思ってもらえたらいいなと思っています。さらにお守り的な要素もあるのではないのでしょうか？ よくハンカチをぎゅっと握りしめている女性を見かけますね。ライナスの毛布じゃないですけど、どこか安心できて自分だけの贅沢みたいな、ファッション的要素だけでなく、人の機微に触れるものをつくっていただけたらいいですね」(増田さん)。

心に響く商品とは何かを考え抜いた「ものづくり」のプロフェッショナルとしての真摯な姿勢と丁寧な仕事・・・それがハンカチという小さな布の持つ世界観を今、大きく変えつつある。コロナ禍のこんな困難な時代であるからこそ、小さく「密やかな贅沢」は私たちの心を癒し潤してくれる。



豊富な刺繍サンプルでオリジナルのハンカチを作ることができる