

七十七ニュービジネス助成金受賞

第20回(平成29年度)

企業
インタビュー

Interview

泰光住建株式会社

代表取締役 赤間 晃治 氏



会社概要

住 所：仙台市泉区長命ヶ丘1丁目17-3

設 立：昭和62年(1987年)

資 本 金：3百万円

事業内容：管工事業、インテリアデザイン業

従業員数：8名

電 話：022(378)4543

U R L：https://www.taikoujuken.com/

※受賞時の社名は有限会社泰光住建

トイレに美しい装飾を施す「Artoletta(アートルレッタ)」を開発、仙台発の「最上級のおもてなしトイレ」で新しい市場を開拓

盛夏の候、「七十七ニュービジネス助成金」受賞企業の中から、泰光住建株式会社を訪ねました。当社は、1987年創業の水道管工事会社です。グラフィックフィルムでトイレに美しい装飾を施す「Artoletta(アートルレッタ)」を開発し、「トイレ装飾事業」という新しい事業を開拓しました。

当社の赤間社長に、会社設立の経緯や今後の営業戦略等についてお伺いしました。

——七十七ニュービジネス助成金を受賞されたご感想をお願いします。

地元で事業を盛り上げていきたいと思っていたので、地元の支援機関から商品や技術を評価していただけたことが嬉しいです。関係者から推薦を受け、県内でのPR活動も兼ねて応募しましたが、知名度のある賞ですので周知がはやく、高く評価していただくことができ本当に良かったと思います。

いただいた助成金は、パリで行われた展示会に出展するための費用として大切にに使わせていただきました。

——経営理念について教えてください。

「安心安全で高品質な技術提供に加え、人と人との笑顔で繋がる事業を生み出す」としています。当社は毎日の生活で必ず使用するトイレを扱っているため、利用者に安心を与え、安全に使用することができるトイレを提供することを心掛けています。

一般的にトイレや排泄については暗くネガティブなイメージを持たれています。特に子供たちの中でトイレはいじめの場所、夜の公園のトイレは犯罪が起こる場所という印象があると思います。そこで当社はトイレにデザインを施すことで、明るいイメージを持ってもらえるようなトイレを作りたいと考えています。トイレを、人と人とのコミュニティを生

み出し、人々が笑顔になれるような空間へと変えていくことを目指しています。



本社

夢を追って

——会社設立から現在までの事業拡大の経緯について教えてください。

私の父が建築関係の仕事をしており、1987年に独立して水道管工事業の会社として当社を設立しました。私は家業を継がずファッションの道へ進もうと考えていましたが、2001年、私が23歳のとき父が倒れてしまいました。バブル崩壊直後で会社の業績が悪化し、無理が祟ったのだと思います。そのため私は父から業務を引継ぎ、会社の再建を目指しました。当初は何もわからない状態でしたが、取引先に恵まれたおかげで徐々に業績を回復させることができました。私は昔から新しいビジネスを始めるという夢を持っていましたが、当時は会社の再建を優先しなければならず、自分の夢を追える状況ではありませんでした。

会社を継いでから数年後、なんとか経営を建て直して本格的に新しいビジネスを開始する準備ができたとき、元々興味があったデザインを活用した新事業を行いたいと思いました。そこで2011年、震災で目にしたトイレを取り巻く様々な問題を解決する、デザインとトイレが融合したアートレッタ事業を始めました。

——事業内容について教えてください。

会社設立時から本業としている管工事業と、デザイン事業を並行して行っています。管工事業では、住宅や店舗の水道、排水関連の工事を行っています。父の時代から技術の高さには定評があり、仙台市から優良公認店表彰を7度受賞し、2016年には仙台市

水道事業功労者として表彰されました。現在も当社の売上げのほとんどはこちらの事業であり、今後もずっと続けていこうと思っています。

デザイン事業として、当社の製品であるアートレッタを製造しています。アートレッタとは、「楽しく・美しく・笑顔が生まれる」をテーマに、トイレや空間にデザイン装飾を施したものです。今までトイレ空間には床や壁、便座カバー等の装飾はあっても、便器そのものに装飾したものはありませんでした。そこで便器に特殊フィルム加工を行い、トイレ空間の全てに自由なデザインを施すことができる商品がアートレッタです。便器自体に美しいイラストや柄を入れるだけでなく、その空間の壁や床、鏡や照明、水栓のデザインまですることもあります。また、トイレは屋外にあるか屋内にあるか、どういった人が利用するのか、多目的なのか等、利用者それぞれに合う商品でなければなりませんので、見た目だけを優先するのではなく、安心安全に使っていただくために多方面の意見も聞きながら機能性も維持したデザイントイレを製作しています。



工房

東日本大震災をきっかけに新事業へ

——アートレッタ開発の経緯について教えてください。

アートレッタを本格的に事業として始めたのは震災以降ですが、その前からトイレにデザインを施すというアイデアは持っていました。トイレを綺麗にすると集客率が上がるという話を聞いて、友人の飲食店のトイレにカッティングシートを張り付けてデザインを行っていたことがあります。しかしカッティングシートを切り貼りしただけでは自然と剥がれてきてしまうため、約3カ月に1度メンテナンス

しないと綺麗な状態を保てませんでした。そこで、トイレにデザインを施すより良い方法はないかと考え、一枚のフィルムで便器の全体を覆うように貼り付ければ剥がれにくいのではないかという構想を持っていました。

大震災の3日後から、当社はトイレや下水の復旧工事を行っていました。トイレを復旧させると多くの人から感謝されましたが、2、3日でまたトイレが使用できなくなることが何回もありました。その原因は、雑に使用したため詰まってしまうたり、ひどく汚れてしまい使用できる状態ではなくなったりと、利用者のモラルが低下したために起きたことでした。このため極力排泄することを避けようと水分を取らず脱水症状を起こす方や、体調を崩す方がいました。こういった現状に直面しても当社にできることは、すぐ汚れると知っていながらトイレを修理することだけでした。

その時、こうしたモラルに欠けた状態でもトイレを綺麗に使いたくなる空間にできないかと考えました。そこで、以前構想にあったデザイントイレを製作することで、コーヒーをこぼしたら拭くように、トイレを綺麗に使うのは当たり前という感覚が生まれるようにしたいと思いました。そこから本格的に開発を行い、完成したのがアートレットです。



浮世絵をデザインしたアートレット

——名前の由来について教えてください。

最初は“Idea of Toilet（アイデアから生まれたトイレ）”と呼んでいましたが、この名前では商標登録ができませんでした。そこで新しい名称を付

けることになり、英語で芸術を表すアートと、イタリア語でトイレを指すトイレットの二つの単語を合わせてアートレットという造語を作りました。他にも候補はありましたが、なるべく短くわかりやすい名前を目指して命名しました。

独自のアルゴリズムと職人の技術

——製作技術について教えてください。

トイレ自体は単純な丸や四角ではなく、微妙な湾曲や、緩やかなカーブと急なカーブを組み合わせた多面球体の形状をしています。このような物体に長期安定するようにフィルムを張り付けるのは非常に困難とされてきました。また、絵を長方形のフィルムに印刷し貼り付けると、絵の歪みやしわが生まれ、元の絵を再現することはできません。トイレの展開図を作成しようとしても、一枚のフィルムが同じ向きに伸縮するものであればコンピューターで計算可能ですが、よれてS字にゆがむ箇所や膨張と縮小が交互に発生する箇所は不可能でした。

しかし当社は数年の開発期間を経て、蓋を閉めた状態で絵が完成されて見えるデザインを施すアルゴリズムを独自に導きました。パソコンでのグラフィックの技術を基本にして、歪みが生まれないように独自のアルゴリズムで補完を行うことでトイレの展開図のようなものを作り上げました。そのように計算して作成した展開図に絵をあてはめたものをフィルムに印刷し、それを元通りの絵になるように貼り付けていきます。皺などができないよう、職人の手で1台ずつ丁寧に貼り付けており、1台にフィルムを貼るのに1日もかかります。



フィルムを張り付ける職人技術

トイレのデザインは完成された絵に見えますが、

実は原画そのままではありません。横長の長方形の絵をトイレに貼った場合、右上と左上の部分がトイレの構造上欠けてしまうのです。その状態でフィルムを貼り付けると絵の繋がらない箇所ができてしまい、見る角度によって不完全な絵になってしまいます。しかし当社独自のアルゴリズムによって、絵のどの部分がトイレのどこにあたるかを全て数センチ単位で把握できているため、どの角度から見ても完成された絵に見えるようにデザインをうまく繋げる等の工夫を行うことができます。これがアートレッタの美しいデザインの秘訣です。

このような当社独自のアルゴリズムと職人の技術が融合し、無限のデザインが可能になりました。これが当社ならではの技術です。



横から見ても完成された絵に見えるアートレッタ

——デザインの種類について教えてください。

デザインの種類は多く、既存のものはエレガンス、モダン、アラバスク、カモフラージュ、ブライトカラー、グリッターカラー、アニマル、ゴールド、イタリアーノ、和柄にジャンル分けをしてカタログに掲載しています。数々の展示会で高い評価をいただいているものは浮世絵をデザインしたものが多く、中でも葛飾北斎のデザインは分かりやすく人目を惹きますが、雰囲気との兼ね合いから設置できる場所は日本料理店や旅館などに限られます。そのため、カタログ内からデザインを選んでいただく場合もありますが、オーダーメイドでデザインすることの方が多いです。お客さんの広報に使っていただける商品でもあるので、イメージアップにつながるよう会社のロゴ等を使用してデザインすることもあります。独自のアルゴリズムを使用するため期間と費用

はかかってしまいますが、ほぼどんなものでも製作が可能です。アーティストやイラストレーターの方とコラボレーションしてトイレを製作することも可能です。

世界への挑戦

——販売状況について教えてください。

まだ大量生産できる商品ではなく1台の生産に時間がかかるので、テレビ等のメディア露出が増えたことでお問い合わせをたくさんいただいています。個人の方への販売はしていません。販売するためのマーケットの準備を進めることを第一にしているので、当社の事業のPRにもなるよう、少ない設置数で多くの人にアートレッタを体験してもらえるところへ優先的に納品しています。現時点で県内に設置してある場所は、仙台空港アクセス線の仙台空港駅、宮城県図書館、荒井のライブハウスSENDAI GIGS、ユアテックスタジアム、仙台空港カントリークラブです。それぞれの雰囲気に合わせたオリジナルデザインのトイレを設置しており、仙台空港駅には仙台・宮城観光PRキャラクターであるむすび丸がデザインされたもの、ユアテックスタジアム仙台には、ベガルタ仙台のロゴとフラッグをデザインしたものを設置しています。仙台空港カントリークラブには、和洋それぞれのデザインの製品をルームごと納品させていただきました。トイレ空間全体の商品の選定、デザイン、設計、建築まですべて当社で行っているため、例えば仙台空港カントリークラブに納品した洋風のトイレはカウンターを白基調にしたり、照明をシャンデリアにしたり、壁を貝殻のモザイクタイルにしたりと細かい部分までこだわって製作しました。

また現在は海外への進出に尽力しています。海外進出のためおよそ10か国を視察したところ、世界的な観光都市であるドバイが情報の発信地としてふさわしく、世界中に商品を広めていくために最適だと感じ、2015年にJETROからの支援を受け海外への挑戦を始めました。そのためにはまず商品を周知し、関心を持ってもらう必要があったため、箔をつけ実績を作るために様々な展示会やコンテストに参加しました。また、アートレッタのデザインが高い評価をいただいたため、デザインのパリコレと呼ば

れるMAISON & OBJET 2017 Parisという世界最高峰のインテリアデザイン展示会や、多くの来場者を見込める大規模な展示会であるFOIRE DE PARIS 2018などに出展することができました。これらの実績は、パリのトイレ販売の第一人者やスイスの大手トイレメーカーと販売プロジェクトを起ち上げるきっかけになっています。2つのプロジェクトは現在、打ち合わせを行いながら商品のカタログ等を製作しており、販売に向けた準備が着々と進行しているところです。



MAISON & OBJET 2017 Paris



ドバイでの展示会

——アートレッタの受賞歴について教えてください。

今まで多くの賞を頂いてきましたが、2017年8月、受け手のことを思いやる心から生まれたこだわりの

業や伝統を継承しながらも現代に向けて改良を重ねる創意工夫の活動など、日本の魅力である“おもてなし”心あふれる商品を選定し、国内外に発信するプログラムであるOMOTENASHI Selectionでは宮城県唯一の金賞を受賞しました。2018年2月に行われた日本ものづくり大賞では東北経済産業局長賞を受賞しました。

海外ではまず初めに、ドバイで行われたINDEX 2015 DESIGN AWARDに挑戦し2位になり、海外のメーカーと取引を開始するきっかけになりました。その後イタリアで行われた世界で一番大きなデザインのコンテストであるA'DESIGN AWARD & COMPETITION 2017でブロンズ賞を受賞し、ヨーロッパで周知してもらうことができました。



ブロンズ賞を受賞した“写楽”のアートレッタ

——現在まで事業を行ってきて苦労したことについて教えてください。

前例のない新たな事業を始めることが最も大変でした。当初はトイレにデザインを施す理由を理解してもらうことができず、相手にされませんでした。厳しい意見が多く、この事業はうまく行かないだろうと言われたこともあります。さらに当社は小さな会社なので、大手企業ほどの生産性もなく開発にも限界がありました。

しかし私は、誰にも理解してもらえなくてもいつか必ず売れるという確信を持って今までやってきました。厳しい意見がある一方で、この事業を知って応援してくれる方もおり、その方たちに応えるつもり

で時間とお金をかけて事業を進めてきた結果、ようやく目に見える結果を出すことができました。当社だけでは完成させられない事業だったと思います。

東京オリンピックに向けて

——今後の事業展開について教えてください。

現在はPRやプロジェクトの一貫としてのみアートレットを販売していますが、2020年に東京オリンピックが開催された後、一般にも販売し始めようと考えています。東京オリンピックでアートレットを活用することができれば、製品を世界に大きく広めることができます。首都圏だけでなく、宮城県内、仙台市内でもオリンピックに関連することがあれば積極的に参入していきたいと思っています。現在は1つのデザインについて製品を完成させるのに、デザイン2カ月、制作1カ月を要しています。オリンピックでアートレットを活用するためには、高い品質を維持しながら今以上の生産量を実現しなければなりません。そこで生産体制の整備のため、人材の確保を積極的に行う予定です。インターン生の受入れも行っており、来年は今年のインターン生が1人入社する予定です。

ドバイでは来年、人材確保ができ次第現地法人を設立する予定です。2020年に万博が開催されるので、ここでも何らかの形で採用される商品を作りたいと考えています。

フランスでの事業も軌道に乗り始めています。現地の企業と進めているいくつかのプロジェクトを成功させ話題を作り、今後2年での市場開拓を目標にしています。

また、企画の段階ですがプロジェクションマッピングを装飾に加えたトイレという構想があります。これはトイレのみに装飾を施しておき、便座に座ると真っ白な壁やドアに映像が投影されるものです。壁や床に直接装飾を施す場合よりも低コストで、かつ短期間で設置することが可能なため、一時的なイベント等にも活用できます。また、映像の差し替えを行うことで様々なパターンを楽しむことができます。この商品はトイレを綺麗に使ってもらうだけでなく、広告や広報の新しい形としても利用できると考えています。近年SNSが普及し口コミが大きな影響力を持っているため、利用者にインパクトを与

えられるこの商品は紙の広告よりも大きな効果を期待できます。



ドバイでの展示会

思いに応える

——事業を行う上で大切だと思うことについて教えてください。

自分のやりたいことはどんなことがあっても続けるという意味を持つことと、支えてくれる周りの方からの言葉に応える努力をすることです。言葉に耳を貸すだけでなく、その気持ちに応えられるよう、やりたいことに取り組むことが次の一步に繋がります。結果を出すことが一番の恩返しになると考えているので、思いや気持ちに応える事業となることを大切にしています。事業は一人ではできないものなので、支えてくれた方たちと必ず結果を出すことにこだわりながら、事業を進めていきたいと思っています。



赤間社長

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後ますますの御発展をお祈り申し上げます。

(2018. 8. 21取材)