

世界のソーシャル・ビジネス

アジア編
日本

カラフルな商品がずらりと並び、「これ面白い」「可愛い」と楽しんで買い物する客の姿が印象的だった

障がい者の手仕事品
セレクトショップに

東京・吉祥寺駅から徒歩5分。カフェや雑貨店が立ち並ぶ中道通りに、福祉施設で作られた商品のセレクトショップ「マジエルカ」(東京都武蔵野市)がある。個性的なイラストのマグカップや「さをり織」のペンケース、陶器のピアスなど魅力的な商品約300点が並ぶ。

(オルタナ副編集長=吉田 広子)

「ずっと昔から福祉施設でのモノづくりはあった。ただ、そこにどんな価値があるのか、どんな価値を生み出せるのか。作り手や売り手、買い手も気付けていないことが多い」
こう語るのは、マジエルカを立ち上げた藤本光浩代表だ。2011年9月に東京・西荻窪でマジエルカをオープンし、2014年7月に吉祥寺に移転した。
前職でバイヤーや企画営業をしてきた藤本代表は、常に「新しい価値」を探していた。とはいえ、当時から障がいを持つ人たちや福祉施設の商品に関心が高いわけではなかった。福祉バザーで商品を見ても、あまり興味を持てなかったという。

「商品にお金を払うというより、寄付に近い感覚。市場経済とは切り離されていた」
ところが、6年ほど前、ある木製のおもちゃに出合った。東京産の間伐材を使ったおもちゃで、福祉施設で作られていたことを知った。
「こんなに良いものがあったのかと驚いた。雑貨の『+a』の価値を感じた。宝物を見つけたような気持ちで、いってもたつてもいられなくなった」と振り返る。

雑貨の力で接点づくり

マジエルカでは、全国約50施設から約300点の商品を仕入れている。食器や文房具、バッグ、アクセサリなど厳選したこだわりの商品が並ぶ。どうしても取り扱いたかった吹きガラスは、探し回ってやっと岡山で見つけた商品だ。
藤本代表は、より魅力ある商品づくりのために、施設や生産者と一緒に商品開発にかかわることもある。「並べれば売れるわけではない。売るための工夫や仕組みが必要だ」と言う。
内閣府の調査によると、社会貢献意識は6割に上る一方で、実際に行動している割合は2割に留まる。藤本代表は、
「商品を購入者に、背景について説明をする」と、「良い買物をした」「大切に使いたい」という声が多い。障がい者に対する意識が変わるきっかけになっている。特別なボランティアをしなくても、こうした形で支援できることを知ってもらえれば」
店舗や展示会に商品が並ぶことは、生産者のモチベーションにもつながる。マジエルカに来店する生産者も多い。
最近では、店舗やウェブショップでの販売だけではなく、企業コラボ、ノベルティや結婚式の引き出物としての相談も増えているという。



マジエルカの藤本光浩代表