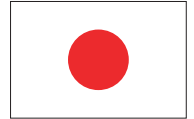


## 世界のソーシャル・ビジネス

アジア編  
日本

「あけくれに さそな愛でみむ鹽竈の桜の本  
に海人のかくれや」は平安時代に堀河天皇が  
詠んだ歌だ。鹽竈桜を繭で繊細に表現したブ  
ローチ  
(提供：ハレノヒ)

手づくりにこだわり  
塩釜の桜で地域活性化

しおがまざくら  
鹽竈桜ストラップ  
(提供：ハレノヒ)

宮城県塩釜市には「鹽竈桜」というめ  
しべが薄緑色した八重咲の桜がある。国  
の天然記念物であり、千年以上前に歌に  
詠まれた桜は市民の誇りだ。「ハレノヒ」  
はこの鹽竈桜を純国産の天然繭で再現。  
ブローチやストラップなどのグッズを製  
造・販売し、地域活性や歴史・文化保護  
に取り組んでいる。  
(松島 香織)

ハレノヒ(宮城県塩釜市)の鈴木つゑ子社長と、太田真さん、菊池千尋さんは、2012年に塩釜市と塩釜商工会議所が主催する起業家支援の講座「塩竈商人塾」で出会った。たまたまワークショップで同じグループになり、塩釜市を発展・活性化させる企画を出し合った。

鈴木社長は既に繭を使った化粧品などを扱う「繭工房華美」を運営していたが、その時、街を元気にするグッズはたくさんあるが、工芸品がなかったことに気付いた。

「鹽竈桜には奥深い歴史や文化があり、商品の価値を上げることができると思いました。グッズにすることで、多くの人に塩釜の桜を知ってもらえることができます」と話す。

国内の繭生産量は、2012年の1244トから5年後の2017年では626トと半減している。それでも鈴木社長は純国産の繭にこだわり、宮城県で初めて純国産繭マ

クを取得した。

ブローチやストラップにする鹽竈桜の製作は、職人の山内道子さんに依頼している。

山内さんは、2016年に一般財団法人大日本蚕糸会が、蚕糸絹の振興発展に貢献した個人・団体を表彰する「蚕糸有功賞」を受賞。現在80歳と高齢だが、繭の選定から染色成形まで一人でこなしている。

「私、好きなの」と細かい作業を丁寧に仕上げてください。そのセンスが素晴らしい」と鈴木社長は絶賛する。

**塩釜の魅力の世界に**

ブローチは市の市政功労者表彰式や、卒園式でも使われている。販売はウェブサイトの他、仙台空港や街の駅、市内の老舗みそ・しょうゆ醸造の太田與八郎商店などに納品している。

5年間でストラップは約2千個、ブローチは約800個を売り上げた。だが、現時点では積極的に販路を拡大す

る予定はないという。

「販売目的になると、人手が必要になり在庫を持つようになる。そうなるとう価格を上げなくてははいけません。地道に長く続けていくには、今のスタイルが良いと思っていま

す」(鈴木社長)

鹽竈桜は国指定の重要文化財である鹽竈神社にあり、5月初旬ごろに見頃になるという。「コッコツきれいなものを作っていると認められ、街の活性化につながりたい。塩釜の魅力の世界に発信して、インバウンドにもつなげていきたいです」とハレノヒの目標は大きい。



京友禱の工房が彩色した風呂敷。工夫してバッグにもなる  
(提供：ハレノヒ)