

サイコロ

ISHIKAWA MERIYASU MAGAZINE

Special Feature

“ ラブヒールシリーズの
パッケージを新しくしました ”



Interview

ラブヒール パッケージリニューアル

Column

ラブヒールのできるまで



1.



2.



4.

ラブヒールパッケージ リニューアル

「社長交代の際、父からは『ラブヒールは死んだものだと思って新しいことに取り組み』と言われました」

三代目社長の大宮裕美は 2016 年の就任当時のことを振り返ります。父親である二代目社長の石川君夫が 1993 年に開発し、最盛期には年間 100 万足も生産していたラブヒール。生産量が減ったとはいえ、現在でも年間 20 万足は売れ続けています。そして、お客様からの直接お問い合わせが多いのも特徴です。

「確かに新商品の開発もしていかなければなりません。ただし、お客様から支持されている限り、ラブヒールにはまだまだ可能性があります」

今後も長く愛される商品にするためには何をどうするべきか。ラブヒー

ル自体はシンプルなデザインで、族群の温かさと履きやすさを誇ります。その魅力をパッケージなどで若い世代にもわかりやすく伝えていく努力、すなわちブランディングが欠かせません。

「将来的には全商品のリ・ブランディングを予定しています。そのためには石川メリヤスらしさという横串を通して、統一感を出していくことが大切です。まずは看板商品であるラブヒールのパッケージ刷新から取り組むことに決めました」

石川メリヤスらしさとは、シンプルに見える商品の中にも機能や使い心地へのこだわりが詰まっていること。原料である糸選びから編み方、包装の仕方に至るまで、「毎日身につけても飽きが来ない」商品作りを全社員で追求しています。

リ・ブランディングの第一歩とな

る新パッケージに求めたのは、「10 年後も使えるような色あせないデザイン」と「伝えるべき情報が目に飛び込んでくること」の 2 点。石川メリヤスがデザイナーに選んだ相田貴子さんはどのように実現したのでしょうか。

「色あせないデザインとは、既存のお客様を維持しつつ新規も獲得できるものだと考えます。今までのパッケージで使用されていた色の印象を継承し、書体は作成済みの新しい商品カタログとの統一感を保ちました。パッケージをたくさん並べたときにきれいに見えるように意識しながら、小売店の機能性靴下売り場をリサーチ。その中で目立つ存在になれるようにオリジナリティを出したつもりです。キャッチコピーはパツと目に入るように大きな文字で上部に施しました」



3.

1. 三代目社長 大宮裕美

1977年愛知県生まれ。一橋大学商学部卒。商社および中国の検品工場勤務を経て、2005年弊社入社。主に企画営業を担当したのち、2016年代表取締役役に就任。好きな言葉は「一針入魂」(造語です)。

2. 小窓から商品に触れられる。

3. 横から見ると種類が一目瞭然。

4. パッケージカラーは全6色

パッケージの色はレディースとメンズ合わせて全6色。これに薄型(ラブヒール同様のオレンジ)が加わり種類としては全7種類。

パッケージには物流や販売現場への配慮も欠かせません。相田さんは「なるべくコンパクトでムダのない形」と利便性を同時に目指したと振り返ります。その結果、積み重ねると小さなBOX ティッシュのように見えるパッケージが生まれました。

「お客様だけでなく、内職スタッフや販売員なども瞬時に種類が判別できるようにしたいと考えました。積んだときに見える側面に色を配置したのはそのためです」

パッケージをよく見ると靴下シルエットの小窓が開いています。身につける商品には触れて確認したいというお客様の要望に応えたものです。

発売から25年の歴史を重ねてきたラブヒール。今、新しいパッケージを身にまとい、第二のスタートを切ろうとしています。

【 ラブヒール の できるまで 】

空気をたっぷり含んで断熱効果のあるアウター。セラムミックを練り込んだ特殊糸で遠赤外線の温熱効果を得られるインナー。かかと部分には保湿シートが縫い込まれています。それらを重ねて縫い合わせてあるのがラブヒールです。つま先付近に縫い目が残らない横編み機で作っているため靴を履いても違和感がなく、石川メリヤスの大ヒット商品になりました。

しかし、この靴下を買いやすい価格で大量に作るのは容易ではありません。開発者である二代目社長の石川君夫は、編み立て以上に縫製工程に苦労したと語ります。

「インナーとアウターはつま先と履き口(裾)の2ヶ所で縫い合わせています。真っ直ぐに縫わないと、インナーとアウターが一致せず、1つの靴下になってくれません。優秀な内職さんに慣れてもらうことが必須でした」

さらに大変だったのがインナーの外側に保湿シートを縫い込む工程。かかと部分なので丸みがあり、普通のミシンでびったり縫ったものを無理に履くと伸縮素材ではない保湿シートが突っ張ってしまいます。履きづらだけでなく破けかねません。

そこで石川メリヤスはラブヒールの保湿シート専用のミシンをメーカーに依頼。試行錯誤の末に生まれたミシンを自社で試し、内職スタッフにも覚えてもらうことで大量生産を実現しました。現在に至るまで、類似品のない商品であり続けています。



専用ミシンを操作する前社長の石川君夫

News

2019年 LOVE HEEL A/W 注目は「グリーン」と「カラシ」

ラブヒールの 2019 年秋冬の色を決定しました。2019 年は特に人気の 12 色に絞り込みました。売れ筋は定番のブラック、グレー、エンジの 3 色ですが、注目の色はグリーンとカラシです。ともに原色ではなく、渋みのある落ち着いた色なので、幅広い世代に楽しんでいただけます。

昨年まで扱っていた 5 色（サックス、ピンク、ダークブラウン、パーシアンレッド、ワインレッド）は廃番になりましたのでご注意ください。



Voice of Staff

ラブヒールの魅力と洗濯のコツ

by ラブヒールお客様担当：芦原尚美

これがないと冬を越せない！熱烈なファンが全国にたくさんいるのがラブヒールです。とにかく温かくて、かかともツルツルになります。私の娘たちは高校生時代にも愛用していました。学校指定のスリッパなので足元が冷えるらしいのです。毛玉がつきやすいので、洗濯するときはネットに入れるといいでしょう。干している途中で裏返すと、他の洗濯物と同じタイミングで乾きます。



Editorial Note

3 年前に社長に就任した際、挨拶に伺った取引先の社長さんからこんな言葉をかけていただきました。

「女性の経営者は珍しい。だけど、女性らしさではなくあなたらしさを出していけばいい」

その頃は目の前の仕事に必死すぎて、自分らしさなどを省みる余裕はありませんでした。丸 2 年が過ぎたあたりから、弊社の現状や強み、問題点が見えてきて、「こうしたい、ああしたい」と少しずつ考えています。

弊社は技術と品質には自信と定評があります。一方で、お客様とのコミュニケーションは足りていません。今あるものを生かしつつ、その良さを知っていただく工夫と努力をすること。私たちが持っている技術、商品、人材をもっと活用して社会に貢献すること。それが三代目社長の私の役割です。このマガジンをお客様や取引先の方々とのコミュニケーション・ツールにしたいと思っています。ご意見、ご感想をお待ちしています。(大宮裕美)

Credit

編集・文章・発行 石川メリヤス有限会社

アートディレクション&デザイン 相田貴子 (Consulting Design Tokyo)

撮影 渡邊 修 ほか

2019年5月発行

商品問い合わせ&注文先

石川メリヤス有限会社

〒444-0515 愛知県西尾市吉良町富好新田紺屋堀 27-2

TEL 0563-32-0420 FAX 0563-32-3066

E-mail info@ishimeri.com URL http://ishimeri.com