

金箔屋で生まれた美肌づくりのレシピが 自然由来の和コスメブランドとなって成長

事業内容

和コスメブランド「まかないこすめ」・金箔商品ブランド「吉鷹金箔本舗」のショップ展開、金箔及び金箔関連商品・化粧品雑貨の企画販売など。金箔屋のまかない（作業場や台所）で働く女性たちの知恵から生まれた「まかないこすめ」は、高品質と「和」を印象的に打ち出したブランディングで急成長。東京・神楽坂を本店に、ランドマーク商業施設などに直営店8店舗を展開中。

特許登録番号と内容

商標登録第 5319698 号	まかないこすめ
商標登録第 5426724 号	まかない∞こすめ∞makanai
商標登録第 5459097 号	手美人コンシェルジュ
商標登録第 5232222 号	お風呂ソムリエ
商標登録第 4622461 号	元祖金箔屋さん
意匠登録第 1361393 号	古布のバッグ

(2012年11月現在)



代表取締役 立川真由美さん

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA

百年余りの試行錯誤から生まれた 絶妙レシピの「まかないこすめ」

東京・神楽坂を拠点に和コスメブランド「まかないこすめ」を展開する株式会社ディーフィット。その発祥は、創業1899年の「吉鷹金箔本舗」（石川県金沢市）が起源となっている。「金箔製造の現場で働く母や祖母たちが、高熱や乾燥から肌を守るために、身のまわりの材料で天然の化粧品を作っていました。それが、まかないこすめの原点です」と語るのは、金箔屋に生まれ、同社を立ち上げた代表取締役の立川真由美さん。

事業としては、金箔製造過程で不要になる和紙を再利用した「あぶらとり紙」の販売からスタート。バラエティショップなどに卸し、品質の良さから好評だったが、「商品の良さを、直接お客さまに伝えていきたい」と直販への想いを強くする。また、パッケージやネーミングなどが与える視覚的な印象が、商品の売り上げを左右することもこの時に学んだと言う。

その後、金箔屋のまかないから生まれた美肌づくりのノウハウを「まかないレシピ」として集約。柿渋、鶏卵、小豆などの和の素材を使った、肌に優しい自然コスメ「まかないこすめ」を誕生させる。まずは百貨店などの催事場で販売を開始。お客さまの意見も取り入れながら改良を重ね、リピーターも増えたところで、東京・神

楽坂に一号店（本店）をオープンさせた。

商品の開発にあたっては、「後々のことも考慮しながら、それまでの活動が無駄にならないように」（立川社長）と、あらかじめ商標や意匠の登録申請をするのが同社の方針。「まかないこすめ」は、当初から海外展開も視野に入れ、日本的な月のうさぎをモチーフに、日の丸を彷彿とさせる赤と白の色を用いたロゴマークを作成した。これらも合わせて商標登録している。

ランドマークを中心に 限定商品などで稀少価値を高める

金沢と同じ風情のある花街・神楽坂に本店を構えてから6年。「たくさんの方の目に止まる場所に出店していきたい。どこでも買えるものではなく、稀少性を持



まかないこすめの名前もロゴも、「この先、世に広まっていく様を思い浮かべて」考えぬかれたもの。知財権によって大切に守られている

COMPANY DATA

所在地：東京都新宿区神楽坂 2-16-1 田中ビル
 電話番号：03-3235-7661 URL：http://makanaicosmetics.co.jp
 創業：1999年12月3日 資本金：2000万円 売上高：非公開
 従業員数：65名（2012年11月現在）



“絶妙レシピのハンドクリーム”金箔の製造過程で灰汁（あく）の中に手を浸して作業をしていた女性たちの手がひととき美しくなった事実から生まれたハンドクリーム。「まかないこすめ」の看板商品であり一番人気の商品

って広めていきたい」とのブランド戦略のもと、羽田空港や成田空港、東京・丸ビル、東京スカイツリータウン・ソラマチなど、注目度の高いランドマーク商業施設を中心に店舗を増やしている。ソラマチ店では出店者に優位な東京スカイツリータウンのライセンスを取って、限定商品も発売。このように観光と日常の要素を兼ね備えたスポットに出店し、土産品としても買ってもらうことで、日本各地へ、そして海外へと、さらなるブランドの認知と浸透につなげている。

空港に出店するにあたっては、海外みやげに喜ばれそうな着物の古布を使った手提げバッグも羽田空港限定で発売。同社のオリジナル商品だが、「簡単に作れるデザインだけに真似をされないように」と意匠登録をしている。また「まかないこすめ」が海外に広まっていくことは望ましいが、模倣品が出ることを危惧し、台湾、香港、韓国などの海外でも商標登録をした。

ただ、国内外に関わらず、万が一、模倣品が出たとしても、百年を超える金箔屋のまかないから生まれたというストーリーは真似ができない。レシピ自体もその絶妙な配合率や作り方は公開しておらず、これらの知的

ファンを育てることがブランドの力に 「がんばる手」の公式コミュニティ開設

「自信作であるハンドクリームをもっと知ってもらいたい」と、2012年11月、フェイスブックに、まかないこすめ「がんばる手」の公式コミュニティ“はたらく手美人”3000万人応援委員会を開設した。まかないこすめが、金箔屋の裏方



お風呂ソムリエ®

社内資格「お風呂ソムリエ」も登録商標で、様々なノウハウをマスターしたスタッフが取得できる。新たな試みがメディアに取り上げられることも多く、「お金をかけないプロモーション」は同社の戦略のひとつ



「まかないこすめ」は、まかないで働く女性たちの知恵から生まれた和コスメブランド。こんにやく、ぬかなどの自然由来の和素材がふんだんに使われた、乾燥に強く、お肌に優しいものばかり。愛らしいパッケージも人気

財産が同社を支えている。今後はまず、欧米圏の市場に進出し、確固たるブランドイメージを築いてから、東アジア圏にも展開したいと考えている。

“手の美しさ”を核にしたブランド戦略 「手美人コンシェルジュ」も登録商標に

「まかないこすめ」では、ブランディングの一貫として、商品とサービスに直結する社内資格を作り、それも商標登録している。店舗で入浴剤選びのアドバイスをしたり、内風呂の楽しみ方を伝える「お風呂ソムリエ」。そして、和の作法をベースに美しい手の所作からマナー、美容、つばなどの知識に基づいたケア方法までをマスターした「手美人コンシェルジュ」。この手美人コンシェルジュのデビューを記念し、ハンドケアサービスを行うイベントも実施。こうした活動によって、まかないこすめの看板商品“絶妙レシピのハンドクリーム”がさらに認知されていくことが狙いだ。

「“手のことについては、まかないこすめ”というくらいになりたいです」と立川社長。これからは日本の伝統工芸を受け継ぎながら、さらに自由な発想によって、新たな価値ある商品を創造していく。

知的財産活用のポイント

で仕事をする女性の「はたらく手」によって生まれたことから、仕事や家事に忙しい女性の「はたらく手」を応援していることをアピール。さらに連動して、「働く女性の手の年間公式スポンサー」となり、ハンドクリームの提供や活動の支援を通じて応援するというキャンペーンも実施。こうした活動でファンを増やすこともブランドの力になっている。