

ベビー・子ども関連企業のファミリア
企業理念「子どもの可能性をクリエイトする」をカタチにする仕組み
「ファミリアメソッド」にて「2022年度グッドデザイン賞」を受賞



詳細URL: https://www.familiar.co.jp/news/good_design_award.html

株式会社ファミリア(所在地:神戸市中央区、代表取締役社長 岡崎 忠彦)は、企業理念「子どもの可能性をクリエイトする」をカタチにする仕組み「ファミリアメソッド」にて、公益財団法人日本デザイン振興会主催の「2022年度グッドデザイン賞」を受賞しました。

ファミリアは2015年に「子どもの可能性をクリエイトする」を新たな企業理念として制定しました。本理念のもと、ベビー・子どもの服作りだけでなく、「モノ」「コト」「マナビ」の体感を通して、子どもの可能性を豊かにするライフスタイルの提案に取り組んでおり、出産育児に関する情報発信やイベント開催をはじめ、プリスクール運営やレストランでの食育など、様々な分野から子どもに関わる環境にアプローチしています。

「ファミリアメソッド」は、このような多様なコンテンツを提供する上で、それぞれを点で捉えるのではなく、全てに統一性を持たせ体系化することが、顧客体験を最大にし、ひいては企業理念の実現につながると考え誕生した、企業理念をカタチにした仕組みです。

今回の受賞では、「ファミリアメソッド」において、すべてのコンテンツを一元化する仕組みとして、また、社会インフラとしての機能を備えた新たな企業像を見出そうとするブランド姿勢を高く評価いただきました。今後も、「子どもの可能性をクリエイトする」ために、様々な分野からのアプローチを強化してまいります。

株式会社ファミリア 【子どもの可能性をクリエイトする】

わたしたちは、すべての子どもたちがもっている可能性という未来を、一緒にクリエイトしていきます。うまれて最初に触れる「もの」「こと」、最初に目にするもの、身に付けるもの。そのすべてに、本物とやさしさを。ファミリアは、世界で最も愛されるベビー・子ども関連企業になるために、子どもたちの可能性に触れる「本物」を発信していきます。

URL: <https://www.familiar.co.jp>



子どもの可能性をクリエイトする

ファミリアメソッド

企業理念である「子どもの可能性をクリエイトする」をカタチにするための仕組み。商品だけでなく、サービス・イベント・食・教育・アート・UI等、提供する全てのコンテンツを一元化するために確立されました。

ビジュアルプラットフォーム



半期毎のテーマに沿って各コンテンツを可視化した「ビジュアルプラットフォーム」を作成し、社内での共通理解を図ることで、統一感のあるコンテンツ提案を実現しています。縦横のグリッドをベースに、横軸には月別のテーマを、縦軸には「art」「eat」といったコンテンツを10項目配置し、写真等のイメージを用いてビジュアル化しています。

10項目のコンテンツ

EAT

子どもたちが旬の食材を五感で体感できる場として、神戸本店にレストラン「color of time」を併設。ファミリアプリスクールでは、自家菜園で旬の野菜を栽培し、自分たちで献立を考え、実際に食べるといったフードエデュケーションを実施。

ART

本物のアートに触れることを大切にしており、テキスタイルデザイナー 鈴木マサル氏をはじめ、様々なアーティストとのコラボレーションアイテムの企画や、子どもと一緒に作品を作り上げるイベントも開催。子どもが描いたアートを製品化するような、アウトプットまで取り組んでいる。

MUSIC

音楽からインスピレーションを受けてお洋服がデザインされることも。店舗ではアーティストによるコンサートの実施や、リトミック、音楽ワークショップを開催し、本物の音楽に触れる場を提供。

ECO

モノを大切にするという観点から、残反やデッドストックに新たな付加価値を与えるアップサイクル企画を多数行う。商品やワークショップの材料として残反を使用したり、サイズアウトしたお洋服をバッグにリメイクするイベントを開催している。

PLAY

シーズンテーマから落とし込まれた、プリスクールの教育カリキュラムや店舗でのワークショップは唯一無二なもの。お洋服を作るデザイナーが一貫してワークショップ等の立案も行うことで、独自性の高さと統一感が両立された企画が創出される。

DIGITAL

店舗とデジタルの相互コンテンツとして、シーズンテーマに合わせたワークショップ「空想図鑑」を開催。店頭だけでなくオンライン上でダウンロード・参加が可能で、Instagram上に子どもたちのアートピースが集まり、図鑑のように閲覧ができる。

COMMUNICATION

すべてのコンテンツイメージをビジュアルプラットフォームへ可視化することによって、社内での意思統一はもちろん、ディスプレイやUI、ワークショップを通して、子どもたちに対してもビジュアルコミュニケーションが可能に。

MATERIAL

すべてのコンテンツにおいて最も大切な「素材」。お洋服の生地やモチーフは時代に合わせて常にアップデートを行う。子どもたちがワークショップで描いたアートも、生地や商品など様々な場所でデザインソースとして活用されている。

STYLE

お洋服を生み出す仕組みは、実際に生地をモチーフの形にカットして置いていく、という創業当時から変わらないアナログな手法。過去のデザインもアーカイブとして大切に保管している。そこにトレンドやシーズンテーマを掛け合わせ、今のライフスタイルにフィットしたファミリアならではのスタンダードを表現している。

SEASON

季節の食べ物や身の周りの風景、色、あそび、行事、動物、植物。自然のインスピレーションから生まれるお洋服を着ることやワークショップを楽しみ、学ぶことで、子どもたちに季節の移り変わりを伝えている。

コンテンツ事例

ファミリアの2022年秋のシーズンテーマ「Art & Joy」。シーズンテーマに合わせ、ファミリアメソッドをベースに生み出されたコンテンツをいくつかご紹介します。

空想図鑑



シーズンテーマにあわせたモチーフをベースに、色鉛筆やお洋服に使用している生地などを使って、空想のアート作りをお楽しみいただけるワークショップ「空想図鑑」。

9月のお洋服は旬のリンゴをモチーフにしたコレクションが登場し、連動したテーマで空想図鑑「りんごをつくろう」を開催しています。

KIDS FES



子どもの描く夢をカタチにする「KIDS FES」。3歳から6歳の未就学児のお子様を対象に、クリエイティブな発想と可能性を発揮する場として定期開催しています。

10月のKIDS FESでは、みんなに楽しい(Joy)ツアー気分を味わってもらえるようなイベントが盛りだくさんです。

審査委員の評価コメント

子ども向け衣料メーカーが「子どもの可能性をクリエイトする」という企業理念に立ち戻り、その実現のため社員全員が理解し考え自走できる仕組みづくり。その結果、レストラン・カフェ・リラクゼーションサロン・小児科等を配備する本店機能の実現や、各店でのワークショップの開催などから、社会インフラとしての機能を備えた新たな企業像を見出そうとする姿勢を高く評価した。

受賞内容の詳細はこちら：<https://www.g-mark.org/award/describe/54315>

株式会社ファミリア

■会社概要

会社名：株式会社ファミリア
代表者：代表取締役社長 岡崎忠彦
所在地：兵庫県神戸市中央区磯上通4-3-10
URL：<https://www.familiar.co.jp>

■公式SNSアカウント

Facebook：<https://www.facebook.com/familiar1950>
Instagram：@familiar_official

【読者、一般のお客様からのお問い合わせ】

株式会社ファミリア カスタマーサービスセンター customercenter@familiar-ltd.com