

11月8日は「いい刃の日」！グローバル刃物メーカーの貝印が 「アートは問、デザインは解。」PRイベントを銀座・観世能楽堂で開催 Hat&Head-piece designerの日爪ノブキさんと共同開発の「縫製ハサミ」 俳優の板垣李光人さん考案〈マルチユーズブラシ〉のお披露目と発売を発表 さらにタレントの藤本美貴さん、板垣さんとともにトークセッションも実施

グローバル刃物メーカーの貝印株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長兼COO：遠藤浩彰）は、11月8日（火）「いい刃の日」に、Hat&Head-piece designerの日爪ノブキさん、俳優の板垣李光人さん、タレントの藤本美貴さんをお迎えし、『貝印 いい刃の日 「アートは問、デザインは解。」PRイベント』を観世能楽堂（東京都中央区銀座）およびオンライン配信にて開催いたしました。



本イベントは能の700年の歴史を守りながら常識を打ち破る新しい挑戦、海外への発信も積極的に行う姿勢に貝印が共感し、11月1日に公式スポンサーとして協賛を発表した東京・銀座に拠点を置く観世能楽堂にて開催しました。

イベントでは今年の「いい刃の日」のテーマである「アートは問、デザインは解。」におけるコンセプトと展示のご紹介、そして貝印の人気高級包丁ブランド「旬」の1,000万丁突破、ならびに関孫六 最高峰シリーズ「要」の発売を発表。さらに、今年初開催となった帽子デザインコンテスト「KAI Hat&Head-piece Competition」の最優秀賞発表に加え、日爪さんと共同開発を行った「縫製ハサミ」、そして板垣さん考案「板垣李光人コラボ〈マルチユーズブラシ〉」のお披露目と発売発表を行いました。

さらに、板垣さんと藤本さんによるトークセッションでは、今年の「いい刃の日」テーマに含まれる“アート”、“デザイン”というワードから、お二人が普段の生活の中でアートやデザインに触れる機会や感じることについて、また、貝印が来年2023年に創業115周年という節目を迎えることから、今年デビュー20周年を迎えられた藤本さん、今年20歳を迎えられた板垣さんと、“節目の20年”を迎えたお2人に“これからの20年におけるテーマ”をお話いただきました。

貝印は今後も、日常をより良いものにするための無数のアイデアと、デザインへのこだわりが詰まった刃物・製品を通じて、常に「問い」に向き合い暮らしのお困りごとを解決し、日常を豊かにするための取り組みを続けてまいります。

『貝印 いい刃の日 「アートは問、デザインは解。」PRイベント』概要

- 日時 : 2022年11月8日（火） 11:00～
- 形式 : 観世能楽堂（東京都中央区銀座6-10-1 GINZA SIX地下3階）およびZoomウェビナー
- 登壇者 : 日爪ノブキさん（Hat&Head-piece designer）・板垣李光人さん（俳優）
藤本美貴さん（タレント）・遠藤浩彰（貝印株式会社 代表取締役社長兼COO）
- 内容 : 主催挨拶／新製品発表／帽子コンテスト最優秀賞発表／日爪ノブキ氏共同開発 縫製ハサミ発表
板垣李光人コラボ〈マルチユーズブラシ〉発表／トークセッション／フォトセッション／代表者質問・個別取材

イベントの様様

「アートは問、デザインは解。」／「美しきKAI Design展」について

今回のPRイベント、また11月9日（水）より銀座 蔦屋書店 FOAM CONTEMPORARY（東京都中央区銀座）にて開催する「美しきKAI Design展」のテーマである「アートは問、デザインは解。」について、そのコンセプトと展示内容を発表しました。

美しき KAI Design展とは

多岐にわたる日用品を生み出しているグローバル刃物メーカー「貝印」が描く未来のプロダクトデザイン展。貝印のプロダクトには、日常をより良いものにするための無数のアイデアと、デザインへのこだわりが詰まっています。本展示では、「アートは問、デザインは解。」というテーマのもとに、世の中に問いかけるアートと、お客様のありたい姿を叶えるための解答となるデザイン。お客様のニーズをアーティストックな感性で問いとして汲み取り、時には世に問いかけながら、未来に向けて貝印が提案する解答を展示しています。

展示内容

貝印創業の地である“清流の国” 岐阜の歴史、文化、経済、生活の礎であり、刃物づくりに欠かすことができない良質な水をもたらす、「木曾川」、「長良川」、「揖斐川」の木曾三川の悠久で雄大な流れと、貝印が大切にしている「先人・先達への感謝」、「パートナーへの感謝」、「社員相互の感謝」という、三つの感謝の心をテーマとした展示空間です。「未来の刃物アイデア」や、彫刻家「洞山 舞」氏による廃材で作るアート作品の展示や、動画クリエイター「わんこそばOne-Co Soba Noodles」によるサウンドコンテンツ等で、貝印の過去から未来へ向けた解の提案を展示します。



貝印 人気高級包丁ブランド「旬」1,000万丁突破／関孫六 最高峰シリーズ「要」の発売発表

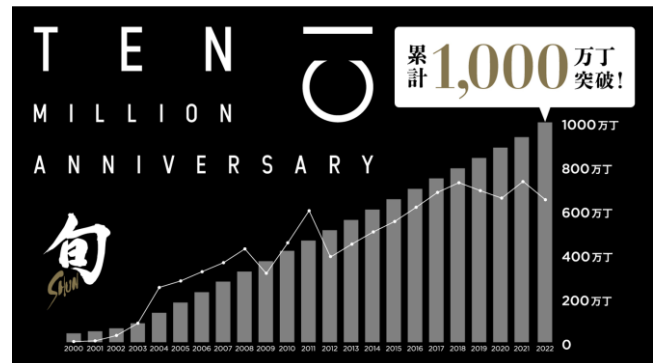
本日、本イベントにて、貝印の包丁技術を結集した世界に誇れる包丁ブランド「旬」が2022年10月に累計出荷本数1,000万丁を突破したことを発表いたしました。

「旬」は2000年に欧米で発売を開始して以来、その機能性や美しさに対して世界中のお客様から好評をいただけてまいりました。人気のシェフ・料理研究家から一般のお客様まで、幅広い層から厚い支持を受けています。また今回1,000万丁突破を記念し、来年秋には、1,000万丁突破記念モデルの発売も予定しております。

さらに、国内家庭用包丁シェアNo.1ブランド※「関孫六」から、最高峰シリーズとなる「関孫六 要」を、2022年11月8日（火）より全国のkaishop、百貨店、貝印公式オンラインストアなどで新発売することも発表いたしました。「関孫六」は、発売開始から40年以上、切れ味にこだわった包丁や調理道具を多数ラインナップしており、現在では1,200種類を超える商品を展開しています。

今回発売される関孫六ブランドの最高峰シリーズ「関孫六 要」は、日本が誇る刃物産地「関」で培われた刀鍛冶の業と、グローバル刃物メーカーである貝印の革新的な技術力が合わさり生まれた、機能美と造形美の高いレベルでの融合を追求した逸品です。刃の先端部分は和包丁をルーツとする切付形状を採用。剣型の刃先は、肉の筋切りや人参の飾り切りなどの細かい作業がしやすくなっており、持ち手は職人が1本ずつ手作業で削って作られた八角柄となっており、大きな男性の手にも馴染みやすい形状です。

※自社調べ 調査期間：2021年1月-2021年12月まで
国内家庭用包丁売上金額において



イベントの様様

「KAI Hat&Head-piece Competition」最優秀賞作品発表

続いて、縫製ハサミの開発・製造においても長年の歴史を誇るグローバル刃物メーカーの貝印が主催し、110周年を記念して作られた貝印のコーポレートカラーでもある「Ocean Blue（オーシャンブルー）」をテーマにした、今年初開催の帽子デザインコンテスト「KAI Hat&Head-piece Competition」の最優秀賞作品が発表されました。

本日のイベントには本コンテストの審査員であるフランス国家最優秀職人章の称号を持つ、Hat&Head-piece designer日爪ノキさんも登壇され、8月10日に開催した「ハットの日」のイベントで発表した優秀賞15作品より、最優秀賞、スペシャルサポーター・モデルの富永愛さんが選ぶ「富永愛賞」、の2作品が発表されました。今回の審査を振り返り、日爪さんは「帽子に携わる人間として、今回のデザインコンテストの開催にはとても興奮しました。その中で数多くの素晴らしい帽子デザインに触れ、僕自身も刺激を受け、とてもいい経験になりました。」とコメントされました。

そして、最優秀賞作品には軍司隼輔さんの作品『spacescape（スペーススケープ）』、「富永愛賞」には竹村舞子さんの作品『bel bul（ベルブルー）』が選ばれました。最優秀賞作品の評価として日爪さんは「今回、軍司隼輔さんの作品、spacescapeを最優秀賞に選ばせて頂いた決め手として、まず、彼のデザイン画はとても独自性があり、個性がありました。なのでこのデザインが実際の作品になった時にどのように表現されるのか、非常に楽しみでした。そして実際の作品を見た際、デザイン画を超える作品であったことに、彼のクリエイションのポテンシャルを高く感じ、最優秀賞に選びました。」とお話をされました。

最優秀賞を受賞した軍司さんは、授賞式にて「このような賞をいただけたこと、大変ありがたく思います。これまでの努力が報われたようで大変嬉しいです。ありがとうございます。」と笑顔で受賞の喜びをお話いただきました。



貝印×日爪ノキ氏共同開発「縫製ハサミ」発表

さらにこの日、貝印と日爪さんによる共同開発が行われた「縫製ハサミ」についても発表、当日お披露目がされました。「日爪さんとの共同開発で、世界最高峰の切れ味をもつ縫製ハサミのフラッグシップモデルを、完全受注生産で2023年より販売いたします。貝印がこれまで40年以上培ってきた縫製ハサミの技能と、日爪さんの知見、そして5年以上の製作期間を経て、“世界最高峰の縫製ハサミ”を目指して、圧倒的な切れ味を追求した結果、縫製用ハサミと理美容ハサミの機能融合に挑戦し、切る機能だけではなく、切れ味や味感にまでこだわりました。定期的なメンテナンスにより、長くご利用いただける品質の縫製ハサミとなっています。」と遠藤より紹介後、日爪さんからは製品の注目ポイントや製作過程での課題などを次のようにお話いただきました。

「今回、究極の機能性、そしてフォルムの美しさを追求しました。縫製用のハサミに理美容ハサミの要素をブレイクスルーし、圧倒的な切れ味を実現しました。このハサミの唯一無二の切れ味と操作性に注目してほしいです。」そしてこのプロジェクトが開始した際に、貝印に対し、「ハサミという概念はすでに世の中に存在し、その形状や機能などを疑うことなくこれまで生きてきました。ただ、このプロジェクトにおいては、既存のハサミの概念を覆し、0からハサミの概念を再構築しよう。このプロジェクトがハサミの歴史を変える、そんな機会にしましょう。」という問いかけと想いをお伝えいただいたこともお話いただきました。



イベントの様様

貝印×日爪ノブキ氏共同開発「縫製ハサミ」発表

日爪さんのコメントを聞いて、遠藤からも「刃物メーカーとして、私たちの持っていたハサミへの固定観念がありました。これまでのハサミの概念・形状・機能に関しても先人の知恵が詰まったものと理解しつつ、あえてそのイメージを壊しながら、刃物メーカーだからこそできる、本質を見つめなおす新たなきっかけとなりました。」と本プロジェクトにおいて得た新しい気づきが述べられました。



板垣李光人さん考案〈マルチユーズブラシ〉発売発表

続いて俳優の板垣李光人さんにご登壇いただき、2021年の「いい刃の日」PRイベントで板垣さんが発表した「あったらいいなと思うビューティーツール」のアイデアが実際に商品化となり、2023年春より、貝印からカードリッジ式のメイクブラシ〈マルチユーズブラシ〉として発売されることが発表されました。

板垣さんにはアイデアのきっかけについて「普段メイクブラシを使っている中で、持ち手の部分はまだ使えるのに、ブラシの先の部分は使用を重ねていくことで広がってしまったり、洗っても汚れが落ちなかったりと、すぐ使い捨てになってしまうのがすごくもったいないなと思っていました。後、旅行等でも気軽に持ち運べるメイクブラシがほしいなと思っていたことも、アイデア考案のきっかけでした。昨年の自身のアイデアが、まさかこんな形で貝印さんに実際の商品として実現していただけたとは思っていなかったの、とても嬉しいです。」と笑顔でお話いただきました。

そして実際に製品となったアイテムが壇上に登場し、板垣さんの手に。ご自身のアイデアが形になった製品を見た板垣さんにその感想と、アイテムのポイントをお話いただきました。「自分が思い描いたものを、こうして本格的に商品化していただくって嬉しいです…！僕が描いていたイメージそのものです。デザインもこういうマットな感じが欲しかったので。デザインのポイントは僕自身、貝印さんのグルーミングツールブランドの「AUGER®」を愛用していて、AUGER®のインテリアとしても映えるデザインが好きなんです。今回のマルチユーズブラシも実はAUGER®からインスピレーションを得ています。ブラックでマットなデザインなので、置いておくだけでもおしゃれなところがアピールポイントですね。あとはブラシの種類にもこだわっています。今回3種類の用意があるのですが、種類が多すぎても使いづらいので、使い勝手の良いブラシを考え抜いて厳選した3種類です。」

板垣さんのコメントを聞いた遠藤は「貝印は“野鍛冶の精神”として、お客様の声を聞いてまずは形にしてみる、そしてそこからさらにより良いものを追求し、作りあげていくことを大切にしています。今回も板垣さんのアイデアがとても素晴らしかったので、すぐに社内で製品化へのチャレンジをスタートしました。今年のこの「いい刃の日」の機会に、こうして発表できて良かったです。」と、常に問いを立て、解を出していくことへの想いを話しました。



イベントの様様

藤本美貴さん・板垣李光人さんトークセッション

続いて、タレントの藤本美貴さんにご登壇いただき、板垣さんとトークセッションを行っていただきました。

まず、今年の「いい刃の日」テーマに含まれる“アート”、“デザイン”というワードから板垣さんと藤本さんには普段の生活の中で、アートやデザインに触れる機会や感じることをお伺いしました。

今年6月にご自身のデジタルアートをNFTアートとして、販売をするなど、まさにアーティストとしても活動されている板垣さんからは「アート・表現というものはインプットしてアウトプットしていかないと老廃物のように腐ってしまう気がしていて、芝居もそうですが、僕にとってアートや表現は、呼吸をするように当たり前のこと、存在ですね」とお話をいただきました。

続いて、藤本さんには「長男が絵が上手で、小学校で浮世絵の写楽をモチーフに自画像を描いていて、とても上手だったんです！私も誕生日に絵を描いてもらいました。子供たちの自由な発想を日々感じていますね。」と、ご家族とのほっこりする日常のエピソードをお話をいただきました。

次に、俳優活動や先ほどのアーティストの活動の他にメイクやファッションなど様々な方法でご自身を表現されている板垣さんに表現をしていく中で心がけていることを伺うと、「役者として表現することはもちろん、アート、メイク、ファッションいろんな分野を通して、常に変わり続けていきたいと思っています。」とその想いをお伝えいただきました。そして、先日歌手デビュー20周年を記念して、5年ぶりのソロライブを開催された藤本さんには、活動の中でご自身を表現される中で心がけていることとして、「今はライブをする機会も少ないですが『昔に比べて下手になったな』と思われるのは嫌なので、歌もダンスも頑張っています。またライブはファンの方と一緒に作りあげていくものなので、ファンの皆さんが楽しんでくれるものになるように心がけています」とお話をいただきました。

さらに、ママとして日々家族を支えている藤本さんに、キッチン用品へのこだわりもお伺いしたところ、「私もキッチン用品は本当に貝印さんにお世話になっているんです！我が家の包丁とかピーラーとか…。毎日食事を作るって本当に大変なので、切れ味のいい包丁にするだけで作業がスムーズに進んで気分も上がります！」と貝印のアイテムを愛用いただいていることをお話をいただきました。

最後は本日11月8日は「いい刃の日」ということで、刃物を見直し、自身の生活をより良いものにするきっかけにしてほしいという想いを発信している貝印が、来年2023年に創業115周年という節目を迎えることから、板垣さん・藤本さんも今年2022年が節目の年だというトークに。今年デビュー20周年を迎えられた藤本さん、今年20歳を迎えられ、新成人となられた板垣さんと、“節目の20年”を迎えるお2人にこれからの20年のテーマ、これからの20年をどう切り開いていきたいかを発表いただきました。

まず、板垣さんは「流るる」という文字と、そのまわりを囲む雲を描いたフリップボードを発表。そのテーマについて、「場所や形をかえる雲のように、流動的にいろんな経験を吸収して流るるように生きていきたい」とお話をいただきました。板垣さんのフリップボードを見た藤本さんから「板垣さんにぴったりに！絵がめっちゃくちゃ上手…！書くのにどれくらい時間があったの？上手な人はすらすらと書いちゃいますよね」とコメントが飛び出しました。





イベントの様様

藤本美貴さん・板垣李光人さんトークセッション

そして藤本さんのパネルには「私と庄司と子供達！」という言葉が。「デビュー20周年を迎えることができ本当にありがたいです。ただこれからは、より家族をメインに、家族の笑顔を大切にして、自分を素直に出していきたいですね。」と笑顔でこれからの20年のテーマをお話していただきました。

最後の質問タイムでは板垣さんに「メイクブラシに続いて、今後貝印とチャレンジしたい商品開発は？」という質問が投げかけられると、板垣さんからは『カッサ』ですね！カッサって石でできているものが多いのですが、刃物メーカーである貝印さんは優れた金属加工の技術をお持ちなので、男女問わず持ち歩けるスタイリッシュなカッサが欲しいです！という新たなアイデアが飛び出し、藤本さんからも「たしかに石のカッサだと女性らしいデザインが多いかもしれないですね！金属のカッサだったら、丈夫だし欲しいかも！」とアイデアに賛同する声が上がりました。

そして藤本さんへは「これからクリスマスやお正月を迎えますが、貝印の製品を使ってつくりたいお料理はありますか？」という質問がなされ、「お正月は『煮しめ』とか、とにかくたくさんの食材を食べやすい大きさ・形に切らないといけないので、貝印さんのピーラーや包丁を使ってとにかく切りまわります！どんな料理でも貝印さんの商品が大活躍します」と笑顔でお答えいただきました。



GINZA SIXでの限定コラボレーション

Ground Yでグルーミングツールブランド「AUGER®」展示、CIBONE CASEで「関孫六 要」展示・受注販売

2022年9月、貝印は黒の世界をテーマにグルーミングツールを展開する「AUGER®」において、男性ファッション誌『smart』（宝島社）とともに、同じく黒をコンセプトカラーとするヨウジヤマモト社のジェンダーレスブランド「Ground Y」とのコラボレーションを発表しました。

本コラボレーションでは「AUGER®」と「Ground Y」それぞれのブランドのキーカラーとなっている黒色を基調とした「Ground Y」ロゴ入りヘアバンド（※非売品）を制作。シンプルかつ使いやすいデザインで在宅時のリラックスタイムや、洗顔などのグルーミング時に、「AUGER®」商品とともに使っていただくことで、身だしなみを“整える”時間がより心地よく豊かに過ごせるアイテムが誕生しました。今回、美しきKAI Design展「アートは問、デザインは解。」開催期間中、「Ground Y」GINZA SIXでは本展の告知ならびに「AUGER®」商品を展示いたします。

また、11月9日（水）から同会場で実施するSNS投稿キャンペーンの景品として、コラボレーションアイテムの「「Ground Y」ロゴ入りヘアバンド」と貝印製品を数量限定でプレゼントします。

店舗情報：Ground Y GINZA SIX（GINZA SIX4F）
<https://www.yohjiyamamoto.co.jp/groundy/>



「CIBONE CASE」にて、11月8日（火）より発売開始となる「関孫六 要」の展示・受注販売を期間限定で実施します。

「CIBONE CASE」は、New Antiques, New Classicsをコンセプトに、長い時間軸に寄り添って「物とつきあう」ことを提案するライフスタイルショップ「CIBONE」からスピナウトした、国内外のクリエイターのプロダクトや現代の日本のものづくりなど、ジャンルにとらわれず、自由な切り口で集められた独自の魅力を放つものたちが揃うショップです。

「関孫六 要」は、切れ味にこだわった高品質な包丁や調理道具のラインナップで多くのお客様に好評いただいている貝印の人気ブランド「関孫六」の最高峰シリーズです。日本が誇る刃物産地「関」で培われた伝統の職人技と、グローバル刃物メーカーである貝印の革新的な技術力が合わさり生まれた、機能美と造形美の高いレベルでの融合を追求した逸品です。

展示・受注販売期間：11月8日（火）～ 11月13日（日）

対象商品：関孫六 要 切付6寸半（195mm）
関孫六 要 切付5寸（150mm）
関孫六 要 切付4寸（120mm）

店舗情報：CIBONE CASE（GINZA SIX4F）
<https://www.cibone.com/>





登壇者プロフィール

日爪ノブキさん（ひづめ のぶき）

2004年に文化服装学院アパレルデザイン科を首席で卒業後、渡伊。イタリアメーカーよりアンダーウェアのデザイナーとしてコレクションを発表する。帰国後、国内外の舞台やミュージシャンの帽子・ヘッドピースを手がけ、同時にアーティスト活動として「NOBUKI HIZUME」を展開。2009年よりフランスに拠点を移し、数々のグランメゾンのパリコレクション用の帽子なども手掛けている。2019年、フランス国家最優秀職人章※に認定。

同年、帽子ブランド「HIZUME」をスタートさせる。

※フランス国家最優秀職人章（Meilleur Ouvrier de France：MOF）は、フランス文化の継承者にふさわしい高度な技術を持つ職人に授与される称号で、日本の重要無形文化財（通称、人間国宝）認定制度に相当すると言われている。

板垣李光人さん（いたがき りひと）

2002年生まれ。2013年に俳優デビューし、ドラマ『仮面ライダージオウ』『ここは今から倫理です。』『カラフル〜ジェンダーレス男子に愛されています。〜』『青天を衝け』『シジュウカラ』『インビジブル』、映画『約束のネバーランド』などに出演。声優初挑戦となった劇場アニメ『かがみの孤城』が12月に公開するほか、2023年には3度目の大河ドラマとなる『どうする家康』に出演。映画『なのに、千輝くんが甘すぎる。』が3月に公開予定。俳優業のほか、情報番組のプレゼンター出演や、女性誌でメイク連載を担当したり、趣味のイラストでデジタルアート作品をNFTでリリースするなど幅広い分野で活躍中。

藤本美貴さん（ふじもと みき）

1985年2月26日生まれ、北海道出身。

2002年1stシングル「会えない長い日曜日」でソロデビュー。

2012年に第一子となる長男、2015年に長女、2020年に次女を出産し、現在3児のママタレントとしても活躍。

第9回ベストマザー賞2016「芸能部門」受賞、パートナーオブザイヤー2018 受賞。

自身のことについて赤裸々に語るYouTubeチャンネル「ハロー！ミキティ」は登録者34万人を超える。

【貝印株式会社】

1908年、刃物の町として有名な岐阜県関市に創業。現在、生活に密着した刃物を中心とするカミソリ、メンズグルーミング、ツメキリなどの身だしなみやビューティーケア、包丁をはじめとする調理・製菓、医療用など1万アイテムにもおよぶ商品を展開し、商品の企画開発から生産、販売、物流までの一連を行っているグローバル刃物メーカー。

本社：東京都千代田区岩本町3-9-5 代表取締役社長兼COO：遠藤浩彰 <https://www.kai-group.com/>