

ジュエリーやオーダーメイドに関する広報通信 Vol.10 を 11 月 28 日（火）発行**180 人の職人を率いる製造部長の高木学にインタビュー****「日本における職人の地位は高いとは言えない、
ものづくり業界全体を底上げするため、先陣を切って進みたい」**

全国に 38 店舗展開するジュエリーのオーダーメイド企業である株式会社ケイ・ウノ（本社：愛知県名古屋市、代表取締役：久野雅彦、以下「ケイ・ウノ」）は、ジュエリーやオーダーメイドに関する、さまざまなヒト・モノ・コトの最新情報を紹介するニュースレター「ケイウノオーダーメイド広報通信 Vol.10」を 11 月 28 日（火）に発行します。

今回は、2001 年に入社し、各工房の製作と管理を経験し、現在は 180 人の職人を率いる。ジュエリー専門学校や名古屋造形大学の講師も務める製造部長・高木学に聞きました。

<ケイウノオーダーメイド広報通信 Vol.10 について>

- 発行社：株式会社ケイ・ウノ
- 発行日：第 10 号／2017 年 11 月 28 日（火）
- 配布対象：報道機関、業界関係者、従業員、取引先など
- 内 容：製造部長・高木学インタビュー
 - ・ 幼い頃から手づくり派、独学でアクセサリー製作の道へ
 - ・ クラフトマンとしてマネージャーとして精進の日々
 - ・ 自身の経験を活かし新人育成プランを作成
 - ・ 製造業界全体を底上げするために先陣を切って進む
 - ・ 11 月の誕生石「シトリン」の紹介

<ケイウノオーダーメイド広報通信について>

「ジュエリー」は、一般的には「高級」や「特別」なイメージが強く、その価値や違い、製作過程など実態についてはよく知られていません。ケイ・ウノでは、ジュエリーやオーダーメイドを通じて「ものづくり日本」といわれる技術力をはじめ、人にとってどのような価値（社会的 & 歴史なども含めて）を提供できるか、時事や季節要因と連動した旬な情報として、事例を交えながら情報発信します。そして広く一般に認知される環境作りを目指したいと考えています。

■ 株式会社ケイ・ウノ <http://www.k-uno.co.jp/>

- ・会社名：株式会社ケイ・ウノ
- ・本社所在地：愛知県名古屋市千種区猫洞通 3-9 TEL：052-763-6159 FAX：052-763-6169
- ・オフィス：東京都目黒区自由が丘 2-15-22 TEL：03-5731-7847 FAX：03-5731-7852
- ・代表取締役：久野 雅彦
- ・資本金：1 億 1240 万円
- ・設立日：1991 年 3 月 29 日（創業 1981 年）
- ・従業員：561 名（2017 年 4 月現在）
- ・事業内容：オーダーメイドジュエリーの製造販売・リフォーム・修理、時計・革小物・スーツ・シャツ・靴などのオーダーメイド全国 38 店舗展開

<本件に関する報道機関からのお問い合わせ先>

株式会社ケイ・ウノ自由が丘オフィス 宣伝課広報／TEL.03-5731-7847 FAX.03-5731-7852

担当：川村 press@k-uno.co.jp 田端 090-4189-5378



K.UNO NEWS LETTER

Vol. 10

ケイウノは全国に38店舗展開するジュエリーのオーダーメイドブランドです。
この広報通信では、毎月1回、ケイウノのジュエリーやオーダーメイドに関する
さまざまなヒト・コト・モノの情報をお届けします。



総勢180名のクラフトマンを率いて、 ものづくり業界全体の底上げを目指す！

今回登場するのは、ケイ・ウノで製造部長を務める高木学さん。アクセサリ好きが高じて、趣味としてジュエリー製作を開始。独学で数々の試行錯誤を繰り返した後、大学卒業後ケイ・ウノに入社。クラフトマンとして、

マネージャとして、オリジナル製品の開発者としてマルチに活躍する高木さんに「ケイ・ウノのものづくり」について、お話を伺いました。



高木 学 製造部長

栃木県生まれで関東育ち。2001年ケイ・ウノ入社後、各工房にて製作とマネジメントの経験を重ね、入社6年目にして新入社員加工研修プログラムの体系化を実現。16年を経た現在は180名を超えるクラフトマンと共に日々お客様に向き合う。

幼い頃から手づくり派 独学でアクセサリ製作の道へ

幼い頃より、徹底した手づくり主義だったという高木さん。アニメのヒーローが装着する防具をダンボールでつくったり、ギターのに形に板をカットして彩色したり、ほしいものは買うのではなく自らつくっていたのだとか。アクセサリは高校生からつくり始めたそうですが、大学3年の時、有名な彫金師の作品に出会い、デザイン性やクオリティの高さに衝撃を受けます。

「初めてジュエリーには精度がある」ということに気付かされ、そういう作品を自分でも本格的につくりたいと。1998年くらいだったので、まだインターネットも一般的ではない時代でしたから、すぐに図書館にいつてジュエリーのつくり方を調べました」

「最初はキッチンのガス台や電子レンジを使って鑄造にトライしては失敗してのくり返し。長時間ガスを使い続けてガス漏れと間違われたり、電子レンジが爆発しないか心配しながらあれこれ試していたのですがどうにもうまくいなくて…。ついには人生初めてのローンで電気炉と遠心鑄造機を購入。溶けた銀が飛び散って、キッチンの床にボツボツと穴が空いたりして大変なこともありましたが、めげずにつくり続けていましたね(笑)」

クラフトマンとして マネージャとして精進の日々

その後、専門学校に行こうか迷った時期もあったものの、そこらには進まず独学で技術を習得。やがて求人誌に掲載されていたケイ・ウノに出会い、入社します。配属された自由が丘の工房では、工具の名前を言われても、え？どれ？ という状態でしたが、当時は先輩の背中を見て学ぶのがあたりまえという時代。高木さんはコツコツ自分で調べてジュエリー製作に関する知識を増やし、経験を重ねていきます。

そんな高木さんに大きな影響をもたらした、ターニングポイントとなったのが、山梨の工房での2年間。

「自由が丘店から銀座本店の工房に移り、その翌年、入社3年目に山梨の工房が立ち上がるということで向かいました。新たに募集した地元職人さんや新人など合わせると30人に近い大所帯。全体を統括するマネージャとして行つたんですが、職人さんの多くが僕の親ほどの年齢。製作の手法から製品に対する考え方、年齢も経験もバラバラの中、検品と指導とマネジメントをこなしつつ、自分でも製作してと、もう本当に大変でした」

山梨はジュエリーの生産量が日本一と言われるほど、ジュエリー製作が盛んな土地。そんな場所でそれぞれ



さまざまな工具と技術でケイ・ウノのジュエリーが生み出される

に腕を磨いてきた職人さんを束ねて気持ちひとつにし、ケイ・ウノとして新たに仕事を始めることは年齢も経験もまだまだ日浅の高木さんにとって容易なことではありませんでした。

とめるために、毎日ヒアリングして話し合つて……。言葉でいつてもなかなか伝わらないことは図説にすると、いろいろなコミュニケーションの手法を編み出しました」

「僕と職人さんという関係だけでなく、職人さん同士でも言い合いになこともあって、とにかく全体をま

「実はそれまで大人数の人と関わるのは苦手だったんですが、そんなこと言ってる場合じゃなくて。山梨での経験が僕を変えましたね(笑)」

自身の経験を活かし 新人育成プランを作成

山梨での怒涛の日々を過ごし、再び銀座本店の工房に戻った高木さんに、「新人教育をやってみないか」との声がかかります。

「その時、頭に浮かんだのは自分のこれまでの経験でした。独学でトライ&エラーをくり返していた大学時代、自由が丘店や銀座本店の工房でのクラフトマン修業、そして山梨での貴重なマネジメント経験……。自分が現場で身を持って試行錯誤してきたことが、全部活かせるかもしれないと思いました」

新しく入ってきた人たちに、技術的なことをきちんと体系立てて理解して習得してもらうことはもちろん、働くことの楽しさやお互いの信頼関係の構築、コミュニケーションの大切さを伝えたい。

こうして高木さんがつくり上げたのが「新入社員加工研修プログラム」。ジュエリー製作に関する理論や理屈を明確にした指導法と基本的なマニュアル。1ヶ月間のカリキュラムによる育成プランをすべて独りで完成させました。高木さんケイ・ウノ入社6年目のことです。



製造業界全体を底上げするために 先陣を切って進む



専門学校で指導中の高木さん。厳しくも優しいまなざしで生徒を見守る

現在、ケイ・ウノ社内はもちろんのこと、専門学校などでも教壇に立ち多くの生徒に向かっている高木さん。今後実現したいことを何うと返ってきたのは2つの答えでした。

「ジュエリーや時計、革製品などものづくりの専門学校をつくりたいと思っています。そこで得た知識がすぐに現場で活用できる学校。技術だけではなく、製造という仕事の現実

もちゃんと知ってもらうことも大切だと思っています。卒業者はケイ・ウノに來なければいけないことはなくて別の会社に行ってもいいと思うんです。実社会で通用する基礎的な技術をもった人であれば、入社してからのミスマッチは起きにくいですしね」

「正直言つて、今の日本におけるクラフトマンの地位は、給与の面等も含めて決して高いとはいえません。クラフトマンとしての職業寿命も限

られていますから、一人ひとりがモノをつくる技術以外に、マネージメントスキルを身につけて自らの人生設計を考えることも必要だと思っています。日本のものづくりをきちんと継承し、さらに発展させていくためにはそういうことも教えていきたいですね」

高木さんの熱い言葉が続きます。

「もう1つはケイ・ウノが掲げているコンセプト“お客さまに特別な感動と喜びを贈り続ける”“オーダーメイドの文化をつくる”ことを継続・発展させていきたいですね。今の傾向として単なる受注生産をオーダーメイドと呼ぶ風潮のようなものがあるんですが、ケイ・ウノが手がけている“これまでにないデザインをつくる”オーダーメイドとは大きな違

いがあります。お客さま一人ひとりの宝物をつくることのできるケイ・ウノのオーダーメイドの技術力は他に類を見ないものです。

オーダーメイドという一点ものをつくる文化があるからこそ、初めてものづくりの価値があると。このケイ・ウノスタイルを大切にしながら、ものづくり業界全体を底上げすることを、先陣を切って進みたいと思っています」



オーダーメイドジュエリー。左はパレットをイメージした色鮮やかなペンダント。右のピアスはチェーンを通してネックレスにも

11月の誕生石 「シトリン」

立体的なデザインが個性的なオーダーメイドリング。散りばめられたダイヤモンドに包まれて、透明感のあるきらめきを放つのは11月の誕生石シトリンです。「黄水晶」という和名の通り、レモンのような黄色から茶色がかったオレンジ色まで色の度合いも実にさまざま。繁栄と富をもたらす幸運の石とされ、持つ人に前向きなパワーと希望を与えるといわれています。

