

色と質感にこだわった  
瀬戸焼のオリジナルブランド  
「m.m.d.」を展開する  
株式会社make my day。  
「ほんの少しの非日常」を  
企業コンセプトに、  
新しさと奥ゆかしさを感じる  
アイテムの提案を続ける  
代表取締役の岡上慎司さん  
お話を伺いました。

Company Data | 会社概要

株式会社make my day

【創業】2013年  
【所在地】名古屋市中区錦3-6-5 コインズビル1F  
【TEL】052-684-6682  
【URL】https://www.makemyday-shop.jp  
【事業内容】瀬戸焼オリジナルブランド「m.m.d.」の  
小売・卸売、ノベルティグッズ製作



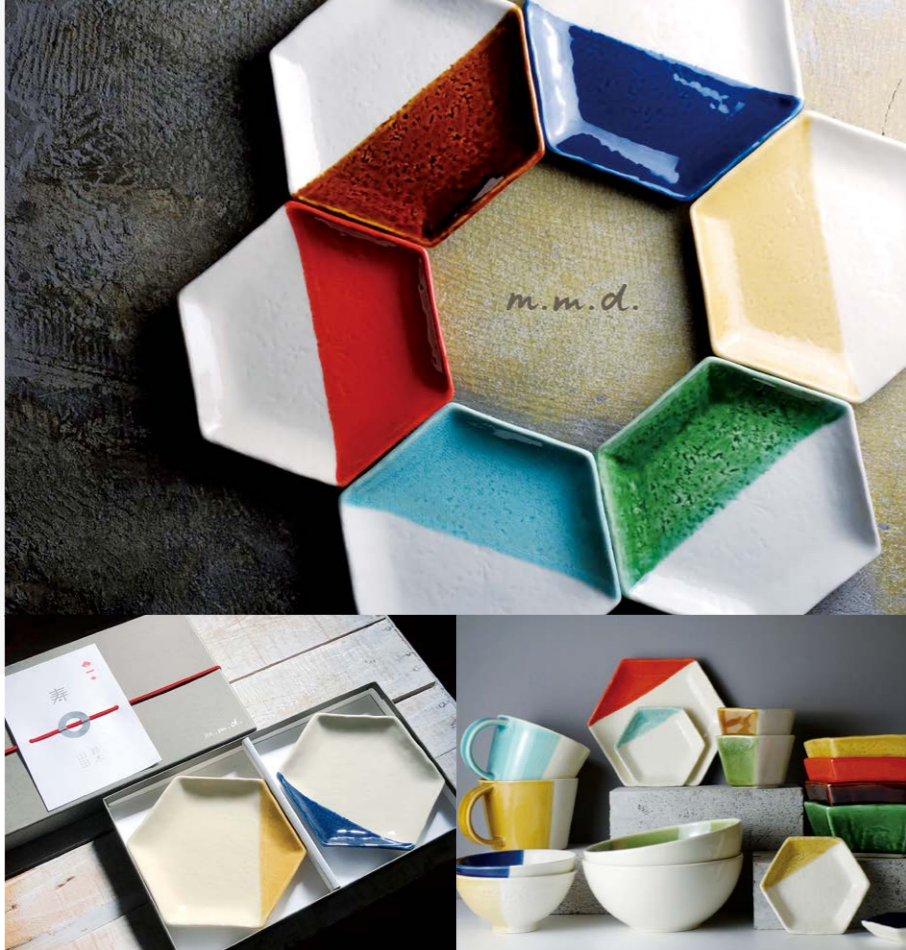
株式会社make my day

代表取締役・OKAUE SHINJI

岡上 慎司さん



# 徹底したブランディング戦略で、 瀬戸焼の魅力を次世代に伝える



正六角形の形状が特徴的な「m.m.d. 取皿」は、オリジナルブランドとして当社が最初に手掛けた商品です。  
創業当初は月に10~20枚程度の販売数でしたが、今では累計販売数10万枚以上を誇る人気商品となっています。

ものづくりに対する  
情熱と行動力が、  
瀬戸焼に再び光を灯す

当社を創業するまでは、ペーパー用品の  
商社に15年ほど勤めていました。総務・  
経理を除くあらゆる仕事をさせてもら  
いましたが、中でもバイヤーとして世界  
中の展示会や生産工場を飛び回り、もの  
づくりの基礎を学ばせてもらった経験で  
得たものは大きく、今の仕事でも活かさ  
れています。また、マーケティング部署の  
立ち上げにも携わりました。消費者の  
ニーズを探りながら商品開発と売れる  
仕組みを構築していく中で、「自分でゼ  
ロからブランドを立ち上げて世の中に広  
げてみたい」と思ったことは、会社設立  
を決定するきっかけにもなりました。

そんな折に、東京で開催されたギフト  
ショーに参加して出会ったのが「瀬戸焼」  
です。以前から海外の展示会で国ごとの  
特徴がデザインや形に現れる焼き物に  
興味を持っていたこともあり、魅力的な

食器を陳列したブースに目を奪われた  
私は、気付いた時にはその会社の営業担  
当者とこれから立ち上げる自分の会社  
で取り扱えないかと交渉をしていまし  
た。同じ愛知県の陶器販売会社であっ  
たことも手伝って、とんとん拍子で話が  
進み、その会社の食器を中心に取り扱う  
セレクトショップとして当社はスタート  
しました。

創業して1年が経過した頃には、もの  
づくり好きの血が騒ぎ出し、自ら描いた  
イラストを手に瀬戸の窯元を訪ねてオ  
リジナル商品の開発協力を打診していま  
した。熱意のみで飛び込んでいったにも  
関わらず、訪問先の窯元の社長は私の  
イラストを見ながら、長年使わずに積  
み上げられた器の型の中からイメージ  
に近い型を探し出し、サンプル作りに着  
手してくださいました。その出会いがな  
ければ、今日の当社はなかったと思いま  
す。そして誕生したのが、特徴的な正六  
角形の取皿をメインプロダクトとする  
オリジナルブランド「m.m.d.」です。

社名の由来 /

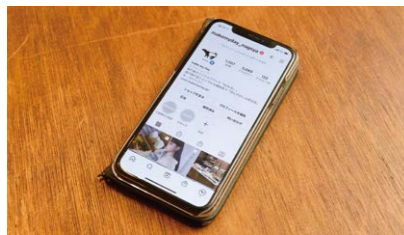
## make my day

feel a little bit of extraordinary

「あなたが私の1日をもたらししてくれた」というニュアンスの英語で、「とても嬉しい」気持ちを表現するときに使うフレーズです。ギフト用を中心とする品揃えで創業したこともあり、もらった人が「とても嬉しい」気持ちになるお手伝いができればとの願いが込められています。

愛用のアイテム紹介 /

### スマートフォン



様々なアプリやツールを活用して、従業員からの業務報告や各店舗の売上動向をリアルタイムで共有できるようにしています。分単位でデータを確認し、店舗経営の次なる一手を素早く講じていくのに欠かせないアイテムです。

仕事で大切にしていることは /

# 借屍還魂

中国の兵法書「兵法三十六計」の第十四計にあたる戦術で、「すでに死んでいるもの」を持ち出して大義名分とする計略のひとつ。使われなくなった器の型を見つけ出し、新たなデザインを施すことで、再びその器に魂を宿らせていく当社の商品開発の根幹となっています。



### ノベルティ・OEM製品

ノベルティおよびOEM製品の製作も請け負っています。依頼主様の企業名やロゴと「m.m.d.」のダブルネームで製作させていただくため、既存のものづくりでは得られない付加価値のある製品を提供することができます。



### メゾン エムエムディ maison m.m.d. オリジナルアクセサリ

当社のコンセプト「ほんの少しの非日常」を、日常の装いへと落とし込んで形にしたアクセサリ。精密機器の製造で使われる高度な技術によって製作される瀬戸焼の小さなチューブを使用し、手作業で編み上げています。



### オンラインショップ

瀬戸焼の陶磁器や食器を展開するオリジナルブランド「m.m.d.」のアイテムを中心に販売。引き出物や結婚祝い、内祝いなどの贈り物に最適なペアギフトも多数取り揃えています。有料でギフトラッピングも対応可能です。



### メゾン エムエムディ maison m.m.d.

豊田市の商業施設T-FACE 6Fに展開する「make my day T-FACE店」階下の2Fに、3店舗目となる初のコンセプトショップ「maison m.m.d.」を、今年の2月26日にオープンしました。新しい取り組みとしてアクセサリや洋服を取り扱っています。

## 伝統的な焼き物に 新たな風を吹き込み 地域活性化につなげる



時代の潮流を見極めた  
最適な販売手法とPRで  
産地とともに成長する

オリジナルブランドを立ち上げたのは、自らデザインした商品を販売したかったことが一番の理由ですが、瀬戸焼の良さをもっと全国の人に知ってもらいたいという思いがあったことも大きな要因となっています。「せともの」の愛称で親しまれてきた瀬戸焼ですが、若い人たちの中には瀬戸内海の近くで作られているものだと勘違いしている人も少なくありません。そもそも、瀬戸が焼き物の産地として栄えていたのは50〜60年前のこと。ピーク時には窯業関連の会社数が1,000社ほどありましたが、今では300社弱にまで減少し、生産額もピーク時と比較して10〜20%程度となっています。そのため当社では、つながりを大切に「m.m.d.」のブランドコンセプトとして掲げ、食卓で気軽に使える割れにくく、他の食器とも馴染む実用性とシンプルなデザインを掛け合わせた商品を展開しています。先人の残した「掛け分け」という2色の釉薬を塗り分ける伝統的な技法と六角形の器を組み合わせた、若い世代に向けて販売する過程はブランドコンセプトを体現していると思っています。

事業を展開するにあたっては、窯元や工房と連携を図り、産地協業ブランドとして生産者に誇りを持ってもらえるようなブランディングを心掛けています。

商品の機能的価値を訴求するのではなく、一つひとつの商品が丁寧な手作業による工程を経て作られている事実をお客様に伝え、付加価値を感じてもらえる売り方をしています。そこで重要になってくるのが、ブランドに対する熱量を全従業員が共有していることです。そのため、商品の背景にあるストーリーを記したテンプレートを作成して配布したり、窯元見学を実施して製造工程を理解してもらったりするなど、アルバイトも含めたすべてのスタッフが同じ知識や価値観を共有できるように努めています。誰が接客しても同じ熱量で商品紹介ができるのは、当社の強みとなっています。

お客様の約7割が、「引き出物」「結婚祝い」「内祝い」などのプライダルギフトとしてのご購入です。これまで、全国のプライダル事業者とも提携して卸売にも注力してきました。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、ここ1年の売上は4分の1程度にまで下がってしまいました。それに伴い、昨年の10月からオンライン販売を強化し、SNSを活用した商品訴求にも取り組んでいます。特にInstagramへの広告出稿と運用で顕著な効果が出ており、店舗とオンラインショップの集客と購買につながっています。顧客層やエリアを絞って少額からでも広告出稿ができるので、小売店にとって非常に使い勝手が良いです。リアルタイムで閲覧回数や反応も分かるので、活用次第では大きな費用対効果も期待できます。

販売機会の創出と  
計画的な事業展開により、  
瀬戸焼の魅力为全国に伝える

昨今の社会情勢から店舗を閉店・縮小する企業が増えているため、全国の商業施設から当社に出店の依頼をいただく機会が増えています。オンラインショップがあるとはいえ、陶器は実際に手で持った時の感触を確かめてから購入を検討されるお客様が多い商品です。将来的には東京、大阪、福岡など、10店舗を目標に情報感度の高い地域への出店を計画しています。また、どんなに小さくても構わないので、遠方にも店舗を置けたらと思っています。さらに今後は、百貨店などの催事やイベント開催に合わせた期間限定のポップアップ・ストアの出店も積極的に検討していきたいですね。