

A person wearing a white bathrobe is holding a large, colorful fabric flower. The flower is made of various patterned fabrics, including yellow, blue, and orange. The person's hands are visible, holding the base of the flower. The background is a soft, out-of-focus indoor setting.

風呂敷ラッピングで
商品の付加価値アップを



課題

商品原価価格が上がるなか、
人手不足や海外との賃金格差、日本の将来などを考えると
人件費も上げていかないといけないこれからの時代
コスト削減に取り組み、他社より少しでも安くして顧客を勝ち取る
ことに多くの労力を注ぐ。
そんなやり方ではどんどん疲弊して行きます。

そこで、これまでの商売の仕方も考えなければなりません。

それには、原価から商品価格を算出するのではなく、商品価値を
上げて利益を確保することです。

多くの企業が付加価値を上げるべく努力をされていると思います。
その付加価値を上げる方法を、今一度検討してみてもいいかがで
しょうか。

その一つが社会価値を付加するという方法です。
今までの経済価値に社会価値を付加することで、顧客に自社の
商品を選択していただけるようになるかもしれません。

世界的にサステナブルな社会を目指す時代、消費者のマインド
も変化しています。



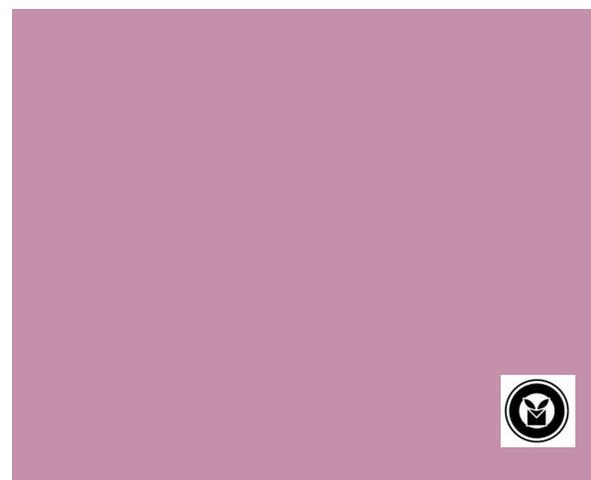
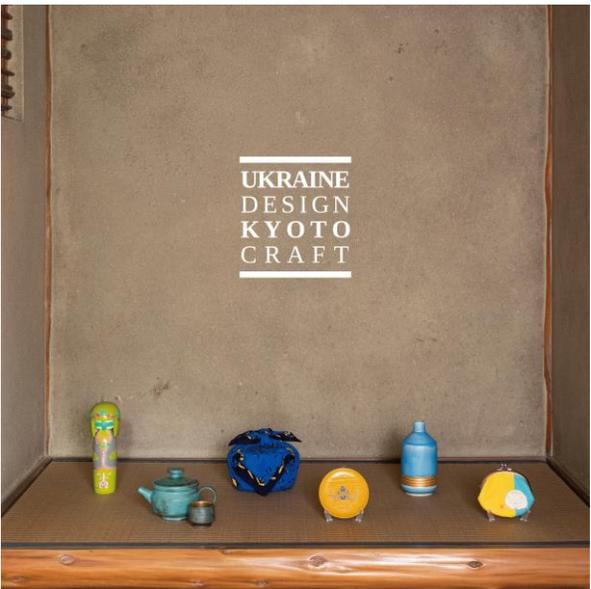
消費者の意識が変わる



SDGsの目標12「つくる責任 つかう責任」は持続可能な生産消費形態を確保することを目的としています。

日本では作り手側の話題が多く、個々の消費者がSDGsを意識して購買活動に繋がっていることは、まだまだ少ないように思います。しかし英語では “Responsible consumption and production” と、消費の方が前に来ています。つまり消費者側の意識変革も強く求められています。世界的に消費行動の変革が求められる中、日本の消費者にも意識改革が求められています。今後日本においても社会価値や環境価値を意識した消費行動をとる消費者が増えてくることは想像に難くありません。商品やサービスの提供側も、今後のそうした消費者の意識の変化に対応したモノづくりが必要です。





顧客は社会と環境に良い方を選ぶように

熱波や洪水など、記録的な異常気象が多発している昨今、いつ自分が被災者になるかわかりません。他人事と思っていた人も、明日は我が身と多くの人が危機感を感じています。

生活や仕事の中で使っているものも、製造や流通の過程で環境に負荷を与えています。そのことに気づき、商品を購入する時の判断材料にする人達が今後一層増えてゆくと考えられます。

また環境問題のみならず、ジェンダーや格差など社会の在り方についても他人事ではいられなくなってきました。

伝える事が大事

今後私たちは社会価値や環境価値を考えて、商品を作ったり、買ったりして行く機会が増えて行きます。つまりそうしたことに配慮した商品やサービスが選ばれるわけです。

では提供側はどのようにしてそれを伝えればよいのでしょうか。

ウェブサイトやSNSでの発信。商品に説明書添付。いろいろと方法があります。

いずれにしても積極的に伝えていかないと、選択してもらえません。



風呂敷のラッピングで伝わる 3つのメッセージ

結ぶ

ご縁を結ぶコミュニケーション



伝える

心を伝える日本の伝統文化



結ぶ

守る

環境・ブランドを守る想い



そして未来へ

持続可能な社会に向けて





コミュニケーションツール としての風呂敷

温故知新

- 風呂敷は、袋やカバンと違って包んで結ばないといけません。人前で広げる時やしまう時、昔の商人には、その時間はちょっとした話が出来る大切なコミュニケーションの間でした。
- 唐草は子孫繁栄を、六つの瓢箪は無病息災を。いろいろの願いを込められた文様の風呂敷を使うことで、その思いが伝わります。
- 先生の書や詩の文句、お経などなど、文字をそのまま風呂敷に染めこんで思いを伝えることも、
- 防災や使い方のイラスト、オリジナルの絵でも伝えたい情報を伝えることが出来ます。
- 風呂敷は、多くの人に環境に優しいものであることは認識されています。ただ風呂敷を使うだけでも使う人の気持ちは伝わります。



風呂敷でアピールする利点

少しの手間で丁寧な暮らし

風呂敷は、かつて日常の中では無くてはならない生活雑貨でした。記念品や引き出物など、様々な機会にやり取りされていました。なんとすれば、風呂敷一枚あればいろいろな用途に使い、誰がもらっても困らないからです。

戦後生活が豊かになり、様々なそれ専用の便利グッズが登場し、風呂敷の活躍する場所は少なくなって行きました。

しかし今後持続可能な社会形成をしていく上で、大量生産大量消費を改める必要に迫られています。多くの物を持つ事が幸せだった時代から、必要なものにはお金をかけても、それ以外は出来るだけ持たない時代に変化しつつあります。

多くの生活シーンに対応できる風呂敷を使うことで、環境に配慮した丁寧な暮らしを送ることをアピールできます。



想いが伝わる

季節の柄や吉祥柄、文字や様々なデザインの風呂敷で、使う人・贈る人の気持ちを表現することができます。



風呂敷エコバッグでレジ袋等のゴミ削減

かさばらずに持ち運べて、入れるものの大きさや重量も紙袋やカバンより融通が利きます。旅行時に衣服の仕分けにも。



インテリアクロスとして七変化

テーブルクロス、ランチョンマット、クッションカバー、タペストリー、ティッシュボックスカバー、植木鉢カバー、アラ隠し



四角い布です

風呂敷はカット、縫製してもお使いいただくこともできます。ワンピースなどの衣類、あずま袋などの袋物



A craftsman wearing glasses and a dark t-shirt is shown in profile, working on a large-scale woodblock print. He is using a long, thin wooden block to apply ink to a large sheet of paper that is laid out on a wooden frame. The print depicts a detailed landscape scene with mountains, trees, and a body of water. The lighting is dramatic, highlighting the texture of the paper and the wood.

**風呂敷の
名入れやオリジナル作成も賜ります**



お気軽にお問い合わせください。

お問合せ先

丸和商業株式会社 担当 澤田

TEL (075) 801-0536

FAX (075) 811-7247

Mail info@furoshiki-kyoto.com

■ 対応時間

10 : 30 ~ 12 : 00 / 13 : 00 ~ 17 : 00

(土日祝祭日・その他弊社指定の休日はお休みを頂いております)



丸和商業株式会社

結ぶ 守る 伝える そして未来へ

丸和商業は、「風呂敷は心を包む道具」と考え、風呂敷製造卸業の会社として、全国のお客様に卸販売しております。

資本金	1千万円
創業	1949年（法人設立 1957年）
業務内容	風呂敷・ふくさ、暖簾・手拭・染め物 製造卸
所在地	〒604-8811京都市中京区壬生賀陽御所町18-3 TEL (075) 801-0536 FAX (075) 811-7247 Mail info@furoshiki-Kyoto.com
URL	https://www.furoshiki-kyoto.com/

