

合同会社RANAOS 代表 岡本直子さんに聞く

新しい価値観・選択肢を提案する 新時代のランドセル「NuLAND®」



▲2023年リリースのランドセルは7色。多様性を表す、虹をイメージした階段を子どもたちが上っていく。

▶人気のカラー“グレープ”。フラップというかぶせ部分はずすとリュックにもなる設計。



現在、多様な商品がある中で、理想的なランドセルをいち早く手に入れようとする「ラン活」がヒートアップしています。ランドセルの2023年の平均価格は58,524円(税込)ですが、65,000円以上のものを購入した家庭が33.3%と最多でした(ランドセル工業会「ランドセル購入に関する調査 2023年」)。高額化する一方で、「39,600円(Mサイズ 税込・送料別途)」という平均より低価格な選択肢が登場し、SNSで評判となりました。しかも、これまでの常識をくつがえす布製です。開発したのは、2021年に起業した岡本直子さん。そこには、単なるランドセル屋でなく、選択肢のある社会を創りたいという熱情がありました。

2021年3月に発売した「NuLAND®」^{ニューランド}は、ランドセルの常識とは異なった布製のランドセルとして、SNSで拡散され、あっという間に完売しました。起業して3回目のリリースとなった2023年モデルは、デパートのランドセル展示会や試着会への出店依頼が殺到し、引く手あまただったと言います。

「展示会を沖縄県で開催したとき、『これ

まで10人の孫それぞれに、10万円ほどする革製の高級ランドセルをプレゼントしてきたけど、このランドセルを見て、これがいいと思った』と言ってくれたおばあさんがいました。高級ランドセルといえば、一昔前からずっしりと重厚感のある革製品でした。NuLAND®は柔らかくて軽く背負いやすい。背中はメッシュ素材なので熱を逃しやすい造りです。高温多湿な沖縄の小



地球環境にも優しい素材にこだわり、古着やアパレル工場から出る残反の循環型リサイクル生地「RENU®」を採用



はユーザーの声です。SNSで延べ8,000人以上の保護者と小学生にアンケートを取りました。調査結果では、荷物が多い日は、ランドセルの重さが5kg以上という答えが8割を超え、肩こりや身体の痛みを訴えている子どもたちが6割以上もいることがわかりました。小学校1年生の平均体重は、男の子が21.8kgで女の子が21.3kg（令和4年度学校保健統計）で、ランドセル本体の重さはメーカーによって多少異なりますが、天然皮革のもので1,400g前後、人工皮革のもので1,200g前後が一般的です。「革のランドセルを買ったが、こんなに重くて辛そうだとは思わなかった」「とにかく負担を減らしてあげたい」という保護者の意見が圧倒的でした。

軽量化を目指すだけでなく軽い素材を採用するだけでよいのですが、地球環境にも優しい素材にこだわり、循環型リサイクル生地の「RENU®」を採用します。

「RENU®の原料は古着やアパレル工場から出る残反です。今は、学校でSDGsのことを学ぶ機会が増えましたが、毎日使う身近な製品を通して環境を考えてほしいと思っています。そして自分たちの未来のためにできることを考えるきっかけになればいいなと思います」

また、細部までユーザーの意見に耳を傾けました。例えば、ランドセルの中はプリ

ントや消しゴムのカスやゴミが溜まりやすい、まさに“ブラックホール”だという保護者の困りごとがありました。それならばと、フルオープンできて中のものを取り出しやすく、掃除しやすいようにしました。そして、多くの保護者が「壊さないかヒヤヒヤする」というタブレットを入れる、クッション付きの専用ポケットを作りました。

ただ、いくら頑張っても軽いランドセルを作っても、中に入れる荷物が多ければランドセルは重いままです。タブレット端末の配布が進む一方で教材が減らない、教材を学校に置いておく「置き勉」が禁止というところもあります。そこで、岡本さんは、子どもの荷物を減らす署名運動の「ラン軽プロジェクト」を開始し、署名1万人を目標に集め、文部科学省や各地の教育委員会に伝えたいと思っています。

コロナ禍での起業・発売

「本格的に準備をスタートしたのは、2020年の秋ごろでしたので、そこから半年の間で、商品開発、起業をすべて同時に進行しており、よくやったなと自分でも思います」と当時を振り返る岡本さん。

思うような色や形にならず発売直前まで試作品を作ってはやり直して……を繰り返しました。

こうして、目標の2021年3月、4色のランドセルを発売しました。未来を担う子どもたちに向けて、これまでの常識に縛られない、新しい価値観を提供したいという岡本さんの思いから、ブランド名は、「新しい価値観=新しい世界（ニュー・

情報誌『月刊マネジメント倶楽部』についてはこちら→ <https://www.zeiken.co.jp/mgzn/management/>
無断転載を禁じます ©税務研究会

文／平井明日菜、写真／提供RANAOS・P.2人物のみ上垣喜寛

ランド)」という意味の「NuLAND®」と名付けられました。重さは、たった896g（※2021年モデル）で業界最軽量レベルの軽さを実現しました。にもかかわらず、マチが拡張できる機能付きで、大容量です。見た目も、従来のコロんとした丸みのあるランドセルの形を引き継いだ可愛らしいものになりました。硬いランドセルを背負うことが困難なお子様たちが「一日も早く買い替えたい」というニーズがあり、2学期に間に合うよう最初の納品を設定し販売していました。しかし、コロナ禍の影響で生産国が長期ロックダウンしてしまったので、購入されたお客様にアンケートをとって、急ぐ理由のある方から少しずつ出荷して対処しました。「納期がずれてしまったのが本当に申し訳なかったです」と岡本さんはいいますが、そこには子どもたちのことを考えて、要望にできるかぎり応えたいという姿勢があります。

世の中から求められることをビジネスに

少しでも社会を変えたいという活動は、2023年春のモデルにも見られます。それは、一番要望が多かったカラーバリエーションの増加です。アンケート結果で一番多かった、グレープ（紫）、オリーブ（緑）を追加し、7色の展開で販売しました。また、キービジュアルでは「多様性を象徴する虹の階段」を希望に満ちた子どもたちが上っていく様を表現しました。

「新色のグレープ（P.2に掲載）は男の子に人気でした。『他にない』と言ってくれるんです。レースや刺繍はなく、シンプル

なデザインなので、性別に縛られずに自分が好きなものを選べるようです。選択肢を増やすのがいかに大事で、世の中から求められているかを実感しています。これはランドセルに限らず、あらゆる業界で通じる話で、そこにビジネスチャンスがあるのではないのでしょうか」と、岡本さん。

そのうえで、子どもたちに新しい社会のデザインを伝えたいと話します。

「私たちは単なるランドセル屋ではありません。NuLAND®を通して、新しい選択肢や価値観を受容し認められる社会の大切さ、個性を大事にすることの大切さを伝えていきたいです。そのためにこれからも新しいものを生み出していきますので、楽しみにしててください」



荷物を軽くしようと、ラン活ならぬ、「ラン軽」プロジェクトを行っている。



ユーザーのニーズで、ファスナーでフルオープンになるデザインに。取り出しやすいし、掃除もしやすい。