

歯磨きの本質を知る
特集

株式会社夢職人

MISOKA

水だけで気持ちよく磨けると話題を呼ぶ箕面生まれの歯ブラシ、「MISOKA」のコンセプトは「一日の始まりと終わりに、歯を清める」。そこにはどこまでもストイックなものづくりの精神が込められていた。

細部へのこだわり



歯を磨くと次の汚れが付きにくくなるナノミネラルコーティングを施した繊細な毛先（「大阪大学」歯学部で検証済）



ハンドルのロゴは同社の職人気質を物語るトレードマーク



指にフィットする微妙な曲線がほどよい力加減を生む

箱にまで凍とした雰囲気が宿るよう、職人の手折りにこだわっている



地道な実演販売から 口コミでブレイク

創業時に開発され、今もシリーズのスタンダードである「MISOKA」は1本1080円。歯ブラシとしては高級品だ。その魅力を市場に伝えるには大変な苦労があった。サラリーマン時代、洗車中にふとミネラルを使った環境にやさしい自動車用ワックスを思いついた辻さんは、独学でミネラルコーティングを研究。ついに完成させたが、個人の発明品を置いてくれるお店は見つからなかったという。ならばと試行錯誤し、たどり着いたのが歯ブラシへの応用だ。

中途半端な商品では市販の安価な歯



手折りに
こだわりの
商品の顔となる外箱を丁寧に折り、組み立てていく



歯ブラシは衛生商品。清潔な環境で高い品質を保っているか1本1本厳しくチェック

ブラシと比較されて不利になると読んだ辻さん。中庸を目指すのではなく、一流を追求するものづくりを決意した。機能やデザイン、パッケージまで隅々にこだわり、技術改良でミネラルコーティングの耐用期間を1週間から30日間まで伸ばすことに成功。「MISOKA」の名称はその日数にちなんでいる。実演販売を始めた当初は価格で尻込みする人も多く1日数本売るのがやっとの状態。「30日間喜んでもらえるものを作っているのに……」と肩を落として帰宅する日が続いた。

「6本おくれ。家族3人、2カ月や」。半信半疑で1本だけ買っていったお客様が、そう言ってくれた時は嬉しかったです。と辻さん。徐々にリピーターが現れるようになったのだ。来月の分も、家族や友達の間でも、はたまた贈り物に、とまとめ買いをするお客さんも増えていった。こうして口コミを中心に人気広がりが、売上が伸び始めた。現在「MISOKA」シリーズは累計400万本を売り上げている。

取材協力
今年4月にオープンしたばかりの「MISOKAブティック箕面店」では通常ラインアップのほか、店舗限定商品も販売中。
MISOKAブティック箕面店(株式会社夢職人 本社)
箕面市半町3-14-13
営/9:00~17:30 休/日・祝 駐車場/有(4台)
TEL/072-720-7703
「MISOKA」を抽選でプレゼント!詳しくはP23へ

シリーズ注目商品

MISOKA・ISM
毛先を微細に加工し、ハンドルの機能性を高めつつ複雑なデザインで水が流れる様子を表現。ブランド哲学をさらに凝縮した。1,836円

MISOKA for Kids
機能性とかわいらしさを兼ね備えた。今春新発売の子ども用歯ブラシ。「子どもを持つスタッフとともに1年かけて作り上げた」と辻さん。3,240円

ものづくりへの真摯な姿勢で世界からの期待に応える
同社の社名に込められているのは、「夢をもった職人集団になれるように」という思いだ。クオリティを80点に安定させる代わりに、少しでも安い商品を提供するのが大量生産品だとすれば、常に自分の100点満点を目指し続けるのが職人だと辻さんは考えている。同社で働くスタッフたち全員が品質を担う職人だ。新たな商品づくりの際にはコンセプトを突き詰め、デザインや樹脂成形の調整に1年以上かかることもある。できあがってから、検品では毛先の加工を1つ1つチェック。外箱は機械折りより精度の高い手折りで組み立て、高い合格基準をクリアした物だけが出荷される。

パリコレと呼ばれる「メゾン・エ・オブジェ」で、同社のブースは5日間の会期で約8000人の来場者を迎えた。評判は箕面から日本を飛び出し、中国やヨーロッパ、中東など海外15カ国にも広がっている。何十億人もの人々が今日も歯を磨く。水で磨く歯磨き粉が世界に広がれば、人々の健康や環境におよぼす影響は決して小さくないだろう。「これからも日本でのものづくりにこだわり続け、世界中に「MISOKA」ファンを広げていきたい」と辻さんは語った。



代表取締役 辻 陽平さん

職人気質が生んだ
歯磨きを変える歯ブラシ

毎日何気なく使う日用品にこそ、生活を豊かにするヒントがある。箕面市で誕生した「株式会社夢職人」(以下、同社)の「MISOKA」はまさにそんな歯ブラシだ。最大の特長は水だけで磨けるということ。汚れを落とした後、ミネラルの働きで歯の表面に水の膜を張って次の汚れを付きにくくする。この状態を舌でなぞるとツルツルとした独特の磨き心地を感じられる。毛の形状やハンドルのデザインなど、細部にまで工夫を凝らしたラインアップを展開し、その磨き心地のファンになる人が後を絶たない。普段使いやトラベル用、また水が貴重になる災害時の備えとしても人気だ。

「これは歯磨きの本質に向き合える歯ブラシです」と話すのは同社の代表取締役、辻陽平さん。2007年に「MISOKA」を世に送り出したその人だ。毎日歯磨きをしていたのに、虫歯になった経験はないだろうか。歯磨き粉の爽快感に満足して不完全な磨き方を続けていると、虫歯や歯周病のリスクは高まる。水で磨く「MISOKA」にミントのような爽快感はないが、きちんと磨けた歯は舌で触ればわかる。磨き残しに気づきやすくなり、自然と歯磨きが上達するのだ。そこには道具が人に教えるような不思議な感覚がある。爽快感がほしい人には別売のマウスタブレットがあるほか、いつもの歯磨きのあとに仕上げブラシとして使うのもおすすめだという。