

6月22日発売！経済界 8月号に掲載！

TREND INTERVIEWのコーナーで谷川会長のインタビュー記事が掲載されました！



創業90周年の節目を迎えて、神仏事業部・キャンドルハウス事業部の取り組みと、来る100周年に向けて、改めて、キャンドル・ローソクを使用する意義、後世へ伝統を伝えていく大切さについてお話をいただきました。

TREND INTERVIEW |



谷川花子
カメヤマ会長兼CEO

先を急ぐなかで2015年に、明湖でのギフトショーで初めて、また日本には存在していなかったアロマキャンドルを企画しました。当時興味を引かれていたのは、今ではほとんど手に入らない、今では手に入らないほどアロマキャンドルは遠くヨーロッパで、

スイスが数百年の歴史を誇る伝統的なアロマキャンドルです。谷川 O.E.M.での生産もめんどくさいので、アロマキャンドルを8割近くをカメヤマの自社工場で行っています。石御系原料のパウダーだけではなく、植物性原料も使用して土壌に優しいローソクも販売しています。

「お言葉を使おう」というのは今までは考えられなかったのですが、現代ではその意識が薄れてしまっています。時代の流に流されていくのは、われわれが責任を持っていかなくてはならないと思っています。

TREND INTERVIEW
儀礼的なものへの原点回帰
伝統を次世代につなげる

ローソクの国内トップシェアを誇るカメヤマは、今年2月に創業90周年を迎えた。日本にアロマキャンドルを浸透させたキャンドルハウス事業部の取り組みと、来る100周年を前に、あらためてローソクをとす意義、そして後世へ伝統を伝えていく役割を担う姿勢について聞いた。

聞き手=金本景介

日本でのキャンドル利用の習慣にする。
「ずっと、いついかに、生きている」という意識を掲げられて、



生火の持つ(9時)はLEDでは代用できない

と、新しいキャンドルに火を灯すのが、欧米でもでなしです。
日本と海外ではキャンドルの消費に差があるのか。
谷川 日本ではローソクの消費量をイオンやインデックスなどの百貨店のキャンドル売り場を見れば、欧米は欧米、日本は日本、それぞれで消費していることがよく見えます。以前、世界一キャンドルの消費量が多かったフィリピンのパイオニアから、キャンドル消費は文化圏によって言われ、悔しい思いをしました。

媒体名:経済界 8月号
出版社:経済界
発売日:6月22日



k-design.kameyama.co.jp