

富山のデザイン情報誌

offer

<http://www.toyamadesign.jp/>

vol. 42

03 商品開発事例紹介

kisen (喜泉) / JOHANAS (ヨハナス) / MASU

04 特集

とやまデザイン会議2014

ローカルからグローバルへ。富山から新時代のデザインスキームを考える!

10 デザイン講習会

アルミ建築の可能性と、近代のグッドデザイン建築

講師 難波和彦

12 富山県商品開発研究会

富山ブランドの開発と高度な産業デザインの発展に向けて

講演「ミラノサローネのカラートレンドと流行色が生み出される仕組み」

講師 大澤かほる

講演「海外市場へ冒険するとき」

講師 青木昭夫

デザイントレンド速報「アンビエンテ2015にみるデザイントレンド情報」

講師 桐山登士樹

16 富山プロダクツ選定事業

優れた富山ブランドとして21点を選定

20 富山デザインブランド販路開拓事業

富山ブランドを支援するための
販路開拓への試み

23 ナイトフォーラム

クリエイティブ産業の潤滑油
～MIRU DESIGNの仕事～

講師 青木昭夫

24 子供デザイン体験教室

26 2014年度(平成26年度)事業報告

※敬称略

COVER

デザイナー

酒井里江 Rie Sakai

(株) D-net勤務、第10回 ポスタートリエンナーレトヤマ2012入選、
TOYAMA ADC/ミネート(2012) 入選(2011、13、14)



表紙コンセプト/デザインが生み出すエネルギーは、人の心へと届き、感動を起こし、行動に繋げ、また次の人に伝えられる。このデザインの連鎖の広がりが大きなものに生まれ変わる、そんな世界観を表現しました。

商品開発事例紹介

総合デザインセンターでは、デザイナーと企業のマッチングやセンターとの共同研究・開発などを通して、富山県内の企業による商品開発を積極的に支援しています。最新の商品開発事例を紹介します。

「木」と「金属」を組み合わせたユニークなぐい呑み

kisen (喜泉) Guinomi Sake Cup

高岡鑄物の発祥の地、金屋町で代々続く銅器メーカー四津川製作所が、2014年に新設したライフスタイルブランド「kisen (喜泉)」。「暮らしに喜びと潤いを」と創業時の屋号に込められた思いをブランドテーマに、第一弾商品として、木と金属を組み合わせたぐい呑み「Guinomi Sake Cup」を発表しました。山中漆器(石川県)の薄挽き技術を用いた木製の軽やかな杯を、ずっしりとした真鍮で支え、金属の重みを安定感として活かした商品。相反する特性を持つ異素材の組み合わせにともなう技術的な困難も、それぞれの精度の高い熟練の職人技で克服し、スタイリッシュでユニークなぐい呑みが完成しました。

異素材を組み合わせた意外性と繊細な造形が評価され、グッドデザイン賞(2014)を受賞。同年、国際消費財見本市「テンデンス」(ドイツ・フランクフルト)の若手作家やデザイナーを特集し紹介す



るエリア「タレント」に招待出展し、2015年に世界最大級の国際消費財見本市「アンビエンテ」(ドイツ・フランクフルト)に出品。ヨーロッパ2カ国のインテリア雑誌で特集記事が組まれるなど、海外からも注目されています。

有限会社四津川製作所
富山県高岡市金屋町6-5
TEL.0766-30-8108
http://www.kisen.jp.net/

女性クリエイターたちによる「しけ絹」の新ブランド

JOHANAS (ヨハナス) ストール

富山県南砺市城端に伝わる「しけ絹」。通常の生糸が一頭の蚕の繭からつくられるのに対し、二頭の蚕からつくられる生糸(玉糸)は、二頭の蚕の生糸が複雑に絡み合うことで太さが不均一となり人工ではつくりえない微妙な節が現れます。「しけ絹」はこの玉糸をよこ糸に、節のない生糸をたて糸に使って織り上げたもの。絹の光沢と独特なムラのある表情をあわせ持った希少な絹素材「しけ絹」の新たな楽しみ方を提案するために生まれたブランドが「JOHANAS (ヨハナス)」です。城端で絹織物業を営む松井機業の6代目とデザイナー、建築家、コンセプトプランナー、富山県総合デザインセンター研究員の女性クリエイター5人によって2014年に立ち上げました。蚕の愛の結晶としてできた玉糸はまるで結婚する2人を象徴する



かのよう。織りなす生地に現れるのは世界にまたとない唯一無二の美。祝儀袋やハレの日に使えるストール等を提案しています。

株式会社松井機業
富山県南砺市城端3393
TEL.0763-62-1230
http://www.shikesilk.com/

日本酒を引き立てる祝いの酒器

MASU

ガラスの透明感と内側でカーブを描く形状が器に注いだ液体を柔らかく包み、日本酒自体が持つ清廉さを引き立てる酒器「MASU」は、デザインウエーブ開催委員会主催の「富山プロダクトデザインコンペティション2013」の「とやまデザイン賞」受賞作品を商品化したものです。古来より神聖なものとして、社寺の行事やお祝いの席での杯に使用されてきた一合升は、体積を計る測定器や酒器として日本人の暮らしに欠かせない道具の一つ。この日本固有の器「升」を、世界で祝いの場を彩る酒器へと発展させました。

酒器として片手でも持ちやすいよう器を軽量化し、1/3合(60ml)が入るサイズに。底面に色を加える加工を施すことで器の輪郭を際立たせています。底面加工には金箔や漆など、日本の伝



統的な手法を取り込むことを現在、計画中。500個限定で2015年4月以降の販売を予定しています。

デザイン:中村洋介 製造協力:木本硝子(株)

特集

とやまデザイン会議 2014

ローカルからグローバルへ。富山から新時代のデザインスキームを考える!

日本のものづくりの新たな構築に向けて、
デザイン有識者と県内企業の代表が一堂に会し、
「経営」「製造」「流通」における各課題を話し合いました。
新時代のデザインスキームを考える
「とやまデザイン会議2014」の全容を紹介します。

Schedule

12月8日(月)

13:00 ~ 15:30 分科会(事前討議)

場所: ANAクラウンプラザホテル富山

第一線で活躍するデザイナー・有識者等とデザイン作品の商品化に取り組む県内企業の代表が3つの部会に分かれ、「経営」「製造」「流通」における各課題について討議を行いました。

16:00 ~ 17:45 全体会議

場所: ANAクラウンプラザホテル富山

分科会での討議内容をまとめ、各部会の座長が報告を行い、討議によって挙がったキーワードを軸に、出席者全員が意見を交わしました。

19:00 ~ 21:00 企業交流会

場所: カーヴ・ユノキ

「とやまデザイン会議2014」出席者と県内企業との交流会を開催。さまざまな分野でデザインに関わる人々が出会い、親交を深めました。

12月9日(火)

企業視察

場所: 県内各所

デザイン有識者がさまざまな素材の加工や製造を行う県内の企業を訪問。富山の技術を知り、ものづくりへの理解を深め、互いの今後の活動につなげました。

出席者
(順不同)



田中 一雄
(株)GKインダストリアル 代表取締役社長
(公社)日本インダストリアルデザイナー協会 理事長



岡本 慶一
経験経済研究所
代表



酒井 正明
(一財)伝統的工芸品産業振興協会
専務理事



島村 卓実
(有)クルツ 代表取締役・プロダクトデザイナー
デザインコンサルタント



高田 博
(株)タカテムノス 代表取締役社長
(株)高田製作所 取締役副社長



高松 桂子
(株)リッチェル商品開発本部デザイン室
室長



廣田 尚子
女子美術大学 教授
プロダクトデザイナー



廣村 正彰
廣村デザイン事務所 代表取締役
(一社)ジャンククリエイティブ 代表理事



本川 透
三協立山(株)三協アルミ社
技術開発統括部商品企画部 部長



萩原 修
デザインディレクター
明星大学デザイン学部 教授



折井 宏司
(有)モメンタムファクトリー-Orii 代表取締役



角谷 茂
五割一分 代表



河崎 圭吾
金沢美術工芸大学デザイン科
製品デザイン専攻 教授



熊木 信雄
(株)ナガエ 代表取締役社長



下川 一哉
(株)意と匠研究所 代表取締役



立川 裕大
(株)t.c.k.w 代表取締役
伝統技術ディレクター・プランナー



萩野 光宣
(有)エフディー 代表取締役



山田 明良
福永紙工(株)かみの工作所 代表



林口 砂里
(有)エビファニーワークス 代表



高橋 俊宏
(株)樫出版社
DiscoverJapan 統括編集長



鶴本 晶子
SUSgallery クリエイティブディレクター



寺井 剛敏
金沢美術工芸大学デザイン科
視覚デザイン専攻 教授



名見耶秀美
アッシュコンセプト(株) 代表取締役



能作 克治
(株)能作 代表取締役社長



山田 遊
(株)メソッド 代表
バイヤー



大矢 寿雄
富山県総合デザインセンター 所長



桐山登士樹
富山県総合デザインセンター
デザインディレクター

分科会 (事前討議)

「マネージメント」「ものづくり」「コミュニケーション」の3つのテーマにおける各課題について、3つの部会に分かれて討議を行いました。各部会で話し合った内容を紹介します。

マネージメント部会 Branding

〈テーマ〉ブランディングや今後の経営のためのデザイン戦略における課題とは？

〈メンバー〉田中 一雄 (座長)、岡本 慶一、酒井 正明、島村 卓実、高田 博、高松 桂子、廣田 尚子、廣村 正彰、本川 透

企業のブランディングをマネージメントの視点で考え、その「メソッド」「プロセス」「ビジョン」を話し合いました。ブランドの認知度を上げるための「メソッド」としては、情報発信力のあるSNSなどで“人の力”を利用すること。「プロセス」としては、顧客と企業をつなぐマネージメント力を養い、企業経営者の理解と共感を深めること。そして、それらの根幹となる「ビジョン」として、“ものの本質”を伝える理論的ビジョンを描くことを提言します。



ものづくり部会 Material

〈テーマ〉地域の技術や素材をプロデュースに繋げていくための課題とは？

〈メンバー〉萩原 修 (座長)、折井 宏司、角谷 茂、河崎 圭吾、熊木 信雄、下川 一哉、立川 裕大、萩野 光宣、山田 明良

地域の技術や素材を生かすための6つのキーワードを考えました。まずは「根本は人づくり」。他にないものをつくるために「地域を見直す」、そして現在「あるものを使う」視点を持つこと。産地にこだわらず「地域を越えてつながる」ことで可能性を広げる。本当に共感してもらうために「なんのために作るのかを考える」。思わず騙されたいくなるような夢のある「美しい嘘をつこう!」、この6つです。ものづくりの新しいビジネス構築のための提言とします。



コミュニケーション部会 Communication

〈テーマ〉日本のものづくりの販路開拓と、海外進出の進め方に向けての課題とは？

〈メンバー〉林口 砂里 (座長)、高橋 俊宏、鶴本 晶子、寺井 剛敏、名見 耶秀美、能作 克治、山田 遊、桐山 登士樹

ものの魅力に気づいてもらうには産地に来て、知ってもらうことが必要です。地元の人がその魅力を理解し、シビックプライドを持つこと、そして地域間や産地間のネットワークづくりが大切。海外展開では海外向けにラインナップを変えますが、それも産地を知ってもらうための広報の一つ。ブランディングから商品化、PR、販売までを一貫して学べる養成塾で、デザイナーと企業、市場の繋ぎ役となるクリエイティブファシリテーターを育てることを提言します。



全体会議

分科会での議論をもとに、全参加者による公開会議を実施。

大矢寿雄議長の「富山の未来のために、新しいデザインスケールリングを考察したい」という言葉を受けて、意見を出し合いました。

〔議長〕 大矢寿雄 富山県総合デザインセンター 所長

〔ファシリテーター〕 桐山登士樹 富山県総合デザインセンター デザインディレクター



田中 一雄 マネージメント部会は議論の幅が広いのですが、本質的なところは、「ブランドなくして、マネージメントなし」ということ。量より質のトータルマネージメントが求められ、その根本として企業には倫理的ビジョンが求められます。

萩原 修 ものづくり部会では、まず現場での課題をあげ、その解決法を「美しいウソをつく」など6つのキーワードに集約しました。それを踏まえて、単にものを作るだけでなく、ビジネスとして成立させることが大事だという意見が出ました。

林口 砂里 コミュニケーション部会では、ものづくりの魅力をどう伝えるかを話し合いました。一番いい方法は、産地に来てもらうこと。そのために、橋渡し役となるクリエイティブファシリテーターを育成するといった案が出ました。

桐山登士樹 ブランドについて岡本さんの意見をお願いします。

岡本 慶一 ブランド・マネージメントは、従来のブランドイメージの管理から共感的関係の創造へと変化してきており、デザインの重要性への認識はますます高まっています。情緒的な絆をつくる、あるいは文化的な価値のシンボルとしてのブランドを作る広い意味でのデザイン力が経営者にも求められてきています。

廣村 正彰 「成長しない社会」でのものづくりやデザインのあり方も考えるべきでしょうね。無理やり東京や世界に広げるより、地方にいて、その場所で体験してもらうほうがブランドにとっていいこともあります。地域で生産して消費していくことが、成熟した社会の一つのキーワードになると思います。

名見耶秀美 私は、先代とは違う方法をとる次世代の経営者を行政が支援すべきだと思います。デザインやものづくりと並行し

て、経営的なノウハウや素養を指導し、新しい経営者を育てていかなないと産地は強くなりません。

山田 明良 人づくりについて言えば、当社も苦勞しています。でも、印刷・加工の会社から、「かみの工作所」というプロジェクトを立ち上げて、働く人の意識は変わりました。デザインから生産まで社内ですべてを、細やかなことをするには今の規模が適正。そういう意味で、「成長しない」という概念に共感します。

能作 克治 直営店を運営して感じるのは内需の少なさです。逆にいえば可能性も大きい。海外展開が内需に良い影響を及ぼすこともあります。「美しいウソ」の話がありましたが、メディアは小さなことでも大きく書くので、反響が大きく、ウソに向かって邁進すれば成功することもあります。また、産業観光に力を入れることで、地域の成長につながればとも考えています。

島村 卓実 私は、地域のもののブランド化で苦勞しました。そう簡単には売れない。でも、海外でファンが付き始めると、国内でも売れ始めました。成功までに5年かかりましたが、面白いものが集まる日本は、国そのものが展示会場。富山に来て、現地で買ってほしいという思いを展示会で発信するべきです。

鶴本 晶子 ブランドは確固たるビジョンを持ち、それを軸にブランディングすることで海外でも伝わりやすくなります。そのためにはしっかりと準備が必要。ビジョンをもとに徹底的にリサーチし、展示会でアクションを起こす。壁にぶつかったらビジョンに立ち返る。そこまでしないと成功しません。

熊木 信雄 ナガエは美術工芸品と並行して工業製品を手掛けており、特に建築金物にデザインをしていくのが得意です。今年9月

にシンガポール建材展に出展しました。エクステリア製品は現地にはデザインされたものではなく、市場性があるか手探りでしたが受注できました。ASEANでも、日本の文化、デザインが受け入れられる可能性を感じています。

萩野 光宣 新潟県の燕市、三条市など、産地でものづくりをしています。産地には既存の流通があり、時にはそれが軋轢を生む場合もありますが、デザイナーという立場で新しい産地の流通開拓に取り組んでいます。富山県は仏具としての京都を中心にした流通と、工芸品としての流通が住み分けし存在していて羨ましく感じている部分もあります。

桐山登士樹 マインドや人材育成についてはどう思われますか。
高田 博 既にあるもの、これから可能性があるものに好奇心を持ってもらい、企画や行動にあまり制約を与えないことです。方向性によって、ガイドラインを変えていくことも必要です。会社として、多様化する価値観に合ったものづくりをするためには少数派、個性派の意見は大切。そこから生まれる企画があり、ヒットしたアイスクリームスプーンもその一つです。

折井 宏司 私のものづくりは人づくり。「美しいウソ」という発想は、私のものづくりに通じていて、社員にはかっこいい伝統工芸士、職人になろうと伝えています。メディアに露出して、私たちの世界に興味をなかった人に目を向けてもらいたい。その本體には、伝統産業を重んじる心があります。

廣田 尚子 これからのマネージメントには、経営者がデザインできる環境を整えることが必要ですが、それをどこかで啓蒙しなければならぬ。その役割を県やデザインセンターが担い、実践する方法を考え出す場になればいいと思います。また、経営でクリエイティビティを発揮するためには自分の中に美意識を発見し、磨かなくてはなりません。

河崎 圭吾 美意識についてお話すると、教育の現場では学生には美意識を高める手段として、色々な分野の美しいといわれているものをできるだけ多く見て、感じることを薦めています。美しいものには共通する要素があり、それを沢山観ることで美に関する共通の要素が見つかります。また、美意識に繋がる最近の面白い活動事例として、民芸特有の身体を使った造形美を現代のハイテク素材と組み合わせたものづくりや、造形物をデジタルで完全にスキャンし、それを少しアナログで緩めた造形を楽しむ活動があります。

酒井 正明 昔、普遍の美と技術で可能となる造形美について語ったことがある。美しいものを多く見て語り合うのも理解の道ではないでしょうか。どこの産地も受け継がれる技があり、その一部に美的感性があるから長く残っていける。工業製品に寄る必要はなく、自信を持って勝負して欲しいと思います。

下川 一哉 美しいとキレイは違って、美しさの背景には正しさがあり、それが表面ににじみ出ています。作り手として、正しさを持つことが美しいものを作ります。これからは、経営者がものづくりの哲学を持ち、それをデザイナーがサポートする必要があると思います。

角谷 茂 私は、氷見でワイナリー作りのお手伝いをさせていただきましたが、正直にお話すれば、私はワインに関しての知識などありません。ただ、デザイン屋としてワインと共にオーナー達

の夢に酔い続けて行けたら嬉しく思います。何が「本質」「正しさ」か?こちらはまだはっきりした答えも見つかりませんが、造形屋として「真っ当」と思える仕事を手掛けて行きたいと思っています。

桐山登士樹 産地に来てもらうことについてはいかがですか。
立川 裕大 いか産地に来てもらうかを考えると、今はものではなく、ことや人の時代。地方には予測できない面白さがあるので、準備を整えて人に来てもらい、次は泊まり、長期滞在してもらう。最後には移住してくれる人がいれば成功です。

林口 砂里 私たちの地域は、まだおもてなしの意識が低いと思います。地域に増える空き家を宿や移住者の家に活用するなど、準備を整えていく必要があります。

山田 遊 私は新潟県燕三条地域で工場の祭典をやっていて、2014年は4日間で動員が1万3千人。イベントにすることで動員が飛躍的に増えました。参加客の中で、ものを買った方は50%。通常の店舗では10%なので、5倍以上です。人を多く呼べば、多く売れる時代ではないので、ものを丁寧に売る、いい人を呼んでくるといった質が重要になってきます。「美しいウソ」について、一人ひとりのお客様に地道にものを買っていただく。そういう基本に立ち返る必要があるでしょうね。

本川 透 弊社の商品は一般消費者に直接販売しておりませんので、流通の方々に当社のファンになってもらうことが大事です。流通の方々に弊社の生産工程や技術を現地でしっかり見ていただくと、「工場見学が良かった。」という反応が口コミで広がります。これが、一般消費者に伝わり、弊社の商品の良さを理解していただくことにつながっています。また、商品に高岡らしさ、富山らしさを出していきたいと思っています。これを使えばこんな快適な生活が送れますといった“コト”の部分で富山らしさを出した商品企画を考えていきたいと思っています。

高橋 俊宏 雑誌の役割は再発見。地域の背景にある本質や価値、美意識などを伝えるべきです。無料の情報ではなく、お金を払って情報を知りたいという読者に向けて、いかに質の高い情報を届けるかを考えています。また、パリにオフィスを作り、地場の良いものを伝えるということも起こしています。地域もメディアを巻き込み、ことを起こす段階に入っていると思います。

高松 桂子 弊社は創業が1956年で、1987年に新ブランドを発表し、四半世紀が過ぎました。その間に、会社の文化に停滞感が漂い始め、それを払拭するために生きたブランディングを目指しています。今回参加してみて、デザインは本質を見ることが感じました。企業としてのオリジナリティや美学を再認識し、もう一度ビジョンを描いていこうと思っています。

寺井 剛敏 金沢市内には24の中学校があり、希望した中学校へデザインの出前授業をしています。デザインの現場を経験した先生による授業を行うことで、若い人材の育成につながれると思います。

桐山登士樹 やはり根本は人づくり。それぞれに時代への対応力をつけていかなければなりません。また、「美しいウソ」という面白いキーワードも出ました。産地に来てもらうために夢のあるウソをつき、魅力が高まれば内需が高まる可能性もあります。新しいデザインスキームのためにご協力をお願いします。

関連プログラム

企業交流会

「とやまデザイン会議2014」終了後、富山湾に面した東岩瀬にある北前船回船問屋の土蔵を改装したレストラン「カーヴ・ユノキ」で交流会を開催。石井隆一富山県知事の挨拶の後、デザインに関連するさまざまな立場の関係者が親交を深めました。



企業視察

「とやまデザイン会議2014」参加者のうち6名のデザイン有識者が、県内企業11社を視察されました。カーデザインなどに携わるプロダクトデザイナー島村卓実氏の視察先を紹介します。

●三協立山株式会社

アルミニウムおよびその他金属における建材の開発・製造・販売を行う三協立山株式会社。富山県射水市にあるアルミ材の押出し・被膜加工を行う射水工場・第5棟を見学しました。



島村氏がかつて手がけたほとバス車両にこの材料が使用されています

●株式会社ナガエ

ダイカスト技術を中心とした、金属製品の製造・販売を行う株式会社ナガエ。インテリア製品やモニュメント、銅像・胸像など幅広い商品の製造工程を見学しました。



廃材からアイデアが生まれることも



現場には商材のヒントがいたるところに落ちています

アルミ建築の可能性と、近代のグッドデザイン建築

「箱の家」シリーズやアルミのエコハウスなど、ローコストで高性能な家を手掛ける難波和彦氏。セミナーではアルミニウム建築の課題と可能性、グッドデザイン賞の意義についてお話いただきました。

[日時] 2014年5月12日(月) [会場] 富山県産業高度化センター 2F会議室
[モデレーター] 桐山登士樹 富山県総合デザインセンター デザインディレクター



難波 和彦 難波和彦+界工作舎代表、東京大学名誉教授

東京大学建築学科卒業、同校大学院工学系研究科博士課程修了。1977年一級建築士事務所界工作舎設立。2003年東京大学教授、10年東京大学名誉教授。放送大学客員教授。主な作品に「箱の家」シリーズ1~150(1994~2014年)、なおび幼稚園(2004年)など。

建築の4層構造と「箱の家」シリーズ

建築は4層構造でとらえることができます。第1層は物理性。材料、部品、構造、構法のことです。第2層はエネルギー性。光、熱、湿度、空気の制御です。第3層は機能性。建物を社会的な機能を果たす存在ととらえ、ビルディングタイプやプランニングなどが含まれます。第4層は記号性。建築の美しい町並みをつくり、歴史の記憶を残す側面を指し、形態や様式、空間などです。デザインをする時、4層そ

れぞれに解決すべき問題があり、それを解決する技術があります。また、そこに時間性や歴史を取り入れることで、リサイクルやリノベーションといったサステナブル(持続可能)・デザインができます。

実例として、「箱の家」シリーズをご紹介します。この建築を4層構造にもとづいて説明すると、第1層の物理性では、可能な限り工業化部品を使います。80年代以降、住宅部品はほぼ工業品化されているので、普通のもののように思われますが、性能を比較してパフォーマンスを最適化するとところまでやります。第2層

のエネルギー性では、都市でも可能な限り太陽や風のエネルギーを取り入れ、それをコントロールできるように設計します。第3層の機能性では、間仕切りをなくして1室空間にします。つまり箱ですね。第4層は、単純な箱型デザインによって、サステナブルな住宅を実現します。最初に完成した「箱の家001」は道路に面し、塀がないので外から中が見えます。構造体を標準化し、構造部材は3種類のみ。テラスには奥行きが深い庇があり、夏の日射を遮断し、冬の日射を室内へ取り込みます。室内には間仕切りがないのですが、住んでいるうちに人は適応していきます。この家を見に来たほとんどの建築家に「ここには住めない」と言われましたが、二人の建築家が「難波さん、これは閉じすぎだよ。ここも見せるべきだよ」と言いました。妹島和世さんと高橋晶子さんです。以来、私はこの二人を尊敬しています。

アルミエコハウスの課題と可能性

1999年に、アルミの実験住宅「アルミエコハウス」をつくりました。アルミの特性は熱伝導率の高さです。実験住宅は構造体、サッシ、家具もすべてアルミ。外気に触れる部分が室内の温度に影響を



アルミエコハウス (株)難波和彦+界工作舎:提供

及ぼすヒートブリッジがあると空調の効きが悪くなってしまうため、その解決策を徹底して考えました。その際、建物に中庭を設けて外壁の面積を広くし、課題のハードルを自らあげました。それをクリアして、鉄骨や木造よりも性能を良くしないと、アルミ建築の普及はないと考えたからです。対策としてまず、外壁、開口部、屋根に断熱性の高いパネルを採用し、構造体を完全に包みこむように取り付けてヒートブリッジを防ぎました。さらにダブルスキン(二重被膜)の屋根やルーバーによって日差しや通風をコントロール。水の蓄熱性や自然対流性を生かした床暖房が室内を均一に暖めます。6年間、居住実験をして、翌年に解体。もう一度組み立て直しても何の変化もありませんでした。建築は朽ちていくというのも価値なので、変化がないのは課題の一つだとも感じました。また、2004年には「箱の家083」として、アルミ建築の普及版を完成させました。実験住宅の検証をもとに問題点を改良し、例えば2階床スラブをハニカムパネルからアルミ押出材に変更したり、屋根と外壁の断熱材の周りに通気層を設け、ダブルスキンの原理を実現しています。アルミの可能性としては、複雑な形状が実現できるアルミ押出材を利用した部材の多機能化、アルミの軽さと精度を生かし、住む人自ら

内装をつくるDIYへの展開。課題は軽さゆえの遮音性の低さがあげられます。

建築業界の動向とグッドデザイン賞

1990年代以降のデフレ、2007年のサブプライムローン破綻とリーマンショックで世界的な不況に陥り、建築業界から職人がいなくなりました。アベノミクスによる公共事業の増大や東京オリンピックの決定で、需要が増えても建築業にはそれを受け入れるパワーがなく、建材費と人件費が高騰している状況です。戦後の住宅政策を振り返ると、昭和25年に住宅金融公庫ができて戸建住宅を作りはじめ、昭和30年代以降は目覚ましい復興を遂げます。昭和40年代に入ると住戸数が総世帯数を上回り、その後、公共の住宅政策はすべて民営化されました。今は住宅難の時代ではないため、数から質で勝負しなくてははいけません。材料は工業化し、流通は統合されるようになってきました。これはリノベーションが盛んになったことも関係しています。また、家族形態の変化、人口の都市への集中、住宅ローンの証券化も住宅にどう影響があるかを考えるべきでしょう。それらの動きをふまえて、グッドデザイン賞の最近の優良作品を見てみると、ハウスメーカー

では、地域に開かれた住宅や環境を考えたエコタウンなどが提案されています。アトリエ建築家は地域固有の標準化住宅が受賞しています。問題は大手デベロッパーの高層マンションです。人が集まって住むという点では省エネですが、人間関係や社会性が見えてこないものがあります。私は、グッドデザイン賞の評価に時間のデザインを入れるべきだと思います。新品がベストとされ、時間のデザインをデザインと見る尺度がないのは問題だと思います。建築家は時間のデザインをするのだから、グッドデザイン賞も変わっていくべきです。

住宅供給の傾向をまとめますと、戸建はハウスメーカーが多様化して高品質なものを提供し、アトリエ建築家は地域の工務店と協同するという流れが出てきています。また、リノベーションとコンバージョンは新しいジャンルとして確立していくと思います。技術面では構法、構造で、環境が大きなテーマとなるでしょう。最初に述べた4層構造にあてはめると、1層は材料・構法の開発やリノベーション、2層はスマートハウスや環境共生住宅の開発、3層はコミュニティの形成や多様化するライフスタイルへの対応、4層は町並みづくりに向けて時間のデザインが今後のテーマになると思います。

富山ブランドの開発と 高度な産業デザインの発展に向けて

地元企業25社で構成する富山県商品開発研究会は、産業デザインの進行と富山ブランドの開発に取り組み、デザインコンペティションの開催やセミナー、交流会などの活動を行っています。

平成26年度実施内容

富山プロダクトデザインコンペティション2014への参加やコンペ作品の優先的商品化をはじめ、最新デザイン情報の共有やデザイン商品開発のための検討会や意見交換会などの活動を行っています。今年度は特に、海外展開に関心がある企業に対して海外の最新トレンド情報の提供のほか、海外市場への販路拡大の実践的な手法を学びました。

開催日	内容
第1回 2014年6月12日(木)	デザイントレンド速報「ミラノサローネ2014デザイントレンド」 講演「ミラノサローネのカラートレンドと流行色が生み出される仕組み」 講師：桐山登士樹、大澤かほる
第2回 2014年8月7日(木)	富山プロダクトデザインコンペティション2014 1次審査
第3回 2014年10月1日(水)	富山プロダクトデザインコンペティション2014 2次審査、交流会
第4回 2014年12月16日(火)	商品開発ミーティング
第5回 2015年1月16日(金)	実践セミナー 「2013年度富山プロダクツ商品販路開拓調査結果」 講師：林口砂里 講演「海外市場へ冒険するとき」 講師：青木昭夫 グループディスカッション
第6回 2015年2月23日(月)	デザイントレンド速報 「アンビエンテ2015にみるデザイントレンド情報」 講師：桐山登士樹



富山国際会議場で行われた「富山プロダクトデザインコンペティション2014」2次審査の様子



研究会にあわせてデザイナーによる企業訪問が行われました



研究会ではグループディスカッションや交流会などで意見を交わす機会も



研究会の数日前に行われた「アンビエンテ2015」のデザイントレンドが速報で

第1回富山県商品開発研究会

ミラノサローネのカラートレンドと 流行色が生み出される仕組み

【講師】大澤かほる (一社)日本流行色協会クリエイティブディレクター
【日時】2014年6月12日(木)
【会場】富山県産業高度化センター 2F 会議室

第1回では、富山県総合デザインセンター桐山登士樹デザインディレクターによるミラノサローネのトレンド速報とともに、大澤かほる氏からミラノサローネの展示例の紹介と流行色の意義について講演が行われました。



金属の質感を表現する「カッパー(銅色)」が注目を集めている

なぜ流行色が生まれるのか その理由と背景を探る

私たちは「流行色」は時代の気分であると考えています。社会も生活環境も、私たち自身も常に変化しています。その変化が「流行」を生み出します。「流行」とはまさしく「流れて、変化する様」と言えるでしょう。「流行」は時代を映し出します。ファッションやデザイン、食に流行があるように、色や形、素材感にも流行があります。「流行色」にはその時代と、人の気分を代弁しています。

「流行色」は、ある日突然、その色が人気になる訳ではありません。必ず、きっかけがあります。変化するポイントとなる出来事があるのです。それは、これまでになかった、新しい技術によって生まれた目新しい色である場合もあるし、なぜか世界各地で同時に、ある特定の色域が



ミラノサローネの展示を交えながら色や素材がもたらす効果についての講演がされた

多用されることがあります。変化のポイントを湖に投げる石に例えると、屈いた湖に落ちた石は波紋を作ります。波紋が広がる速度はさまざまですが、その波紋は段々と広がり、やがて見えなくなります。これが「流行色」の終焉です。

先行市場の羅針盤

消費社会では、商品提供者側は、先々の市場に向けて商品開発を行います。近年は企画から製品作成までの時間がかかり短縮されましたが、例えば自動車は企画から販売するまでおよそ5年の月日を要します。カラー開発も車体デザインのコンセプトとともに行われますから、今流行している色は5年先にも有効かと言えば、必ずしもそうではありません。5年先の市場に投入する商品を開発するということは、5年先の消費者の気分を予測しなければならないのです。そのため活用できる、先行市場に求められる方向性を示したカラー情報があります。そのひとつに設立51年を迎えるインターカラー(国際流行色会議)から発信されるカラー情報があります。インターカラーは世界14か国が加盟する組織で、私が所属する日本流行色協会(JAFCA)は発起国で、設立以来、日本代表として参加しています。インターカラーから発

信されるカラー情報は、先行市場の羅針盤の役割を果たしています。

ジャンルを超えて 流行する色

商品のジャンルを超えて、ほぼ同時期に流行する色があります。これらの色は時代が求める色と言っていいでしょう。変化が激しい時代、流行色とその質感を示す大きなキーワードは「光る」「透ける」「変わる(動く)」です。どのような色と素材を用いるとしても、この3つのキーワードのうちの一つは抑えた方がいいでしょう。加えて、時代が求める色として、2つの方向の色があります。ひとつはIT、ロボット、バイオテクノロジーなど、未来を感じさせる色表現です。もうひとつは「木、石、ガラス、麻」など、確かな手触りと重量を持つ天然素材が持つ、素材そのものの色です。これらは言わば私たちの皮膚で感じ取る色で、逆説的ですが、「流行に左右されない色」として流行します。



「若い人や元気な高齢者、それに流行の最先端が集まる富裕層などに流行の兆しのヒントを見る」と大澤さん

第5回富山県商品開発研究会

海外市場へ 冒険するとき

【講師】青木昭夫 MIRU DESIGN代表
【日時】2015年1月16日(金)
【会場】富山県総合デザインセンター 2F プレゼンルーム

林口砂里氏による2013年度
富山プロダクツ商品販路開拓調査の結果報告に続き、
青木氏による海外展開の事例を紹介する講演が行われました。
講演後のグループディスカッションでは
両氏から具体的なアドバイスがありました。



「アンビエンテ2014」(フランクフルト)での
BY KAMAWANU出展ブース (photo Takumi Ota)

第6回富山県商品開発研究会

アンビエンテ2015にみる デザイントレンド情報

【講師】桐山登士樹 富山県総合デザインセンターデザインディレクター
【日時】2015年2月23日(月)
【会場】富山県総合デザインセンター 2F プレゼンルーム

ドイツ・フランクフルトで2015年2月13~17日に
開催された世界最大の消費財見本市「アンビエンテ」。
テーブルウェアやキッチンウェア、ギフト雑貨などが紹介され、
世界各国からのバイヤーたちが集いました。
講演では、今年の会場の様子やトレンドが報告されました。



出展製品から選択してトレンドを発表するTrendsは、
デザインスタジオbora.herke.palmisanoが監修

マーケットに合わせた 編集を行う

海外市場へ出ていこうという時、まずは現地の人または現地の情報を持っている人にリサーチを行います。当たり前のように、実はとても重要なことです。次に考えるのが、販売価格設定です。やはり手頃感。かつ高付加価値な価格であることが大事です。海外の販売価格は日本の約2~3倍ですから、現地販売価格は卸値の2.8倍と考えます。利益を出していくためには、原価を抑えつつ、価値観が変容するアイデアが必要となります。たとえば、手ぬぐいがスカーフになったり、平面の紙がオブジェになったり。ありそうでないものが望ましい。そうすると、比べるものがないので、商品の優位性が



市場に合わせて商品を「どう見せるか」を考えたポップアップ
ブース(伊勢丹新宿店1F)の様子 (photo Takumi Ota)

高くなります。また、輸送費が安い商品も海外進出にはチャンスです。

どんな方法で プロモーションを展開するか

海外の展示会の事前準備としては、取引に関する書類の用意、それとオーダーシート(現地価格)の設定。バイリンガルの通訳も必要です。商品を理解してプレゼンできる人材と考えてください。また、実際に商品を販売する時に必要となるディストリビューターは、ブランドの良き理解者であり、良きビジネスパートナーです。対応が早く、現地取引が容易になるだけでなく、顧客に安心感を与えられます。展示会や現地、SNS等で、とにかく情報収集して、探してください。ブランドや商品に愛情を持ち続けてくれる語学力の高い人材が理想です。そして、自由に相談できる関係が築ける相手が望ましい。どんなに日本のモノが良くても、距離と言葉の壁は大きいのです。良きディストリビューターがいれば、現地語もしくは英語での取引ができ、また展示会での反応も良くなります。

展示会のほかに、プロモーションとして有効な方法にメディアがあります。それには、影響力のある媒体を選びましょう。プレスリリースはネイティブチェック

を行ったものを用意してください。製品の美しい写真や見たいと思わせる動画なども準備しておけば、心強いはずです。また、SNSはパーソナルよりの発信です。コマーシャルになりすぎず、共感を持ってもらうことが第一です。

トップのレベルアップで 確実なブランディング形成を

ブランディングには、まずビジョンとターゲットを明確にすることから始めます。次にトップのレベルを上げること。ミドルやボトムといった各フェーズでの判断はさせず、トップを引き上げることで、彼らへの効果を俯瞰した目線で判断できます。しっかりとブランドを形成していくためには、3~5年はかかります。ブランディング形成には、何より経営者が先行投資期間の覚悟を持つことが必要だと思えます。



BY KAMAWANUでは、マーケットに合わせて
デンマークのデザイナー、トーマス・リッケ
にデザインを依頼

Trendsの 巧みなプレゼンテーション

昨年の「アンビエンテ」の来場者数は143,789名でしたが、今年は世界経済の混乱も影響して、やや減少しているように感じました。この数年勢力を振るっていたロシア、アラブ、中国からの来場者が少なかった印象を受けました。「アンビエンテ」では、デザインスタジオbora.herke.palmisanoが監修するTrendsが注目されています。その傾向を4つのキーワードで紹介したいと思います。

まず「クリアリー+ライトネス」。軽やかなもの、洗練されたものが挙げられます。その中には日本の繊細でデザイン性も高い、谷口・青谷和紙の製品などがトレンドの一つとして、紹介されていました。2つ目は「クラフト+カルチャー」。緑茶を飲むという食・健康ブームがパリを中心に広まっていて、湯のみや急須のデザインにも関心が高まっています。クラフ



5回目の出展となる(株)タカタレノスの展示ブース
では、若手デザイナーとコラボレートした新商品などさまざまなデザインクロックを紹介

トでも、最近和紙の人气が高く商談が成立しています。伝統の技とデザインとの融合、そこから生まれる「緩さ」、情緒感のある製品は欧州では好まれています。

富裕層ターゲットと モダンなアクセント使い

3つ目は「ヒストリー+エレガンス」です。中国やアラブ諸国、ロシアの富裕層というのは、高級でエレガントな製品を好んで買います。ブランドに対しても強い関心を持っていますが、見栄えもあるようです。例えば、黒にゴールドという組み合わせを、彼らは好みます。富山のものづくりにも、富裕層にターゲットを絞った商品開発があってもいいと思います。最後のキーワードは「ユーモア+好奇心」です。たとえば、スカーフ等でエルメスのオレンジはよく知られています。フランスでよく使われる色ですが、ガラスや焼き物にもモダンなアクセントとして使われ始めています。ちょっとした親しみや楽しみ、軽快感を感じさせる商品となっています。

アンビエンテトレンドの アーキタイプとは

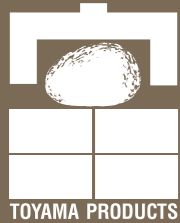
「アンビエンテ」では日本のものづくりが非常に注目されています。例えば、伝統

的工芸品産業振興協会(伝産協会)の展示ブースでは、山形鑄物や熊野筆、江戸切子、因州和紙などの人气が高かったです。県内からも3社が選ばれ出展しました。

「アンビエンテ」では、先に説明したTrendsのキュレーターたちのセレクトリスト品に選ばれることが第一です。次に、自分たちのブースも魅力的に演出すること。伝産協に加盟している産地組合や会社、さらにはジェトロの審査を通れば、テーブルサイズ程度の専用コーナーが与えられ、渡航費だけで出展する機会が得られます。出展者に気を付けてほしいのは、明確に商品特性を伝えること。そして、現代のライフスタイルにも適合すること。また、海外の展示会への出展は3年間は頑張っ計画して欲しい。いま、日本の商品は注目されています。敏感な方の選択アイテムとなっています。この追い風を受けて積極的に産地や自社をアピールして欲しいと思います。

講演では県内企業が「アンビエンテ」に出展する際に、下記の4つの方法があることが紹介されました。詳細は富山県総合デザインセンターまでご相談ください。

- ・JAPAN STYLE
- ・ジェトロブース
- ・伝統的工芸品産業振興協会
- ・単独出店ブース



富山プロダクツ選定事業

優れた富山ブランドとして21点を選定

県内で企画・製造したプロダクト製品を対象に、性能や品質、デザイン性に優れた商品を富山県が認定し、その販路拡大の支援を行っています。



富山ブランドを全国に発信!

豊かな自然の恵み、受け継がれる手仕事、実直な職人気質、高いデザイン性。質の高いプロダクトを生み出す富山県の背景にあるこれらの要素を紹介し、時代に応える富山の「ものづくり」を伝えるパンフレットができました。

選定委員

- 委員長 大矢 寿雄 富山県総合デザインセンター所長
- 委員 高川 昭良 高岡市デザイン・工芸センター所長
- 高木 喜義 (財) 富山県新世紀産業機構中小企業支援センター部長
- 林口 砂里 (有) エピファニーワークス代表
- 茂木新之助 (株) 専通クリエート商品本部商品企画室バイヤー
- 矢口 忠憲 富山大学芸術文化学部准教授
- 桐山登士樹 富山県総合デザインセンターデザインディレクター

2014年 9月2日 選定委員会
2014年10月1日 選定証交付式・展示会



13回目となる富山プロダクツ選定委員会では、申請のあった52点(26社)の商品の中から21点(15社)の富山プロダクツ商品が選ばれました。委員会では、デザインの独自性や富山らしさを検討すると同時に、価格や使い勝手にも言及し、市場での評価が話し合われました。また、富山国際会議場で行われた選定証交付式では、大矢所長より選定証を交付し、同会場にて富山プロダクツ2014展を開催しました。



「コンセプト」「デザイン性・独自性」「市場性・継続性」の評価項目に沿って審査が行われました。



富山プロダクツ選定商品は選定証交付式の後、富山プロダクツ2014展で展示。さらに、富山県総合デザインセンターでの常設展示や県内外での展示出品が予定されています。

平成26年度 富山プロダクツ選定商品

(順不同)

★は再申請応募により、選定された商品

セレクトワンツードア(手動/自閉) [オレットセーフティセレクトドアシリーズ] ★
オレットドア販売(株)
アルミ板ポール丁番部分にパネルやアクリル等好みのデザインをセレクトできる2枚折戸ドア。両方向から開閉できる省スペースのドア。



[講評] 再申請で、バージョンアップに努めているところも評価。

優凜シリーズ りんごりん [おりん]
(株)山口久乗 デザイナー:磯野梨影

ころんとしたりんごの形はみずみずしく甘く心にやさしい音。毎日に潤いを与えてくれそうな幸せのおりん。



[講評] 見た目のデザインとなんとも音が良いのが魅力。

クルポ [外構用門まわり機能ポール]
三協立山(株)
ねじり技術を駆使し、ポール上部だけを違う角度に設定。来訪者の動線に合わせて機能部分の取り付けができ、敷地に柔軟に対応できる。



[講評] ねじりを可能にした高い技術と省スペース機能を評価。



Kisen Guinomi Sake Cup
TALLシリーズ、SHORTシリーズ [酒器]
(有) 四津川製作所

「木」と「金属」を組み合わせたスタイリッシュでユニークなぐい呑み。高岡銅器の職人と山中漆器のろくろ職人の高度な職人技の共演で製作。木の優しさと金属の重厚感、柔らかな口当たりと心地良い重量感がある。



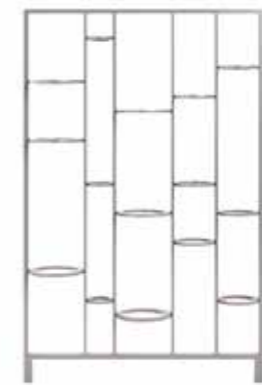
[講評] 産地コラボの拡大展開に期待。異素材ならではの質感が魅力的。

S.ボーダー RINGRIING、momi・kaede、mermaid [フェンス]
三協立山(株)
デザイナー:RING RIING 千葉学(千葉学建築計画事務所)
momi-kaede 納谷学、納谷新(納谷建築設計事務所)
mermaid 永山裕子(永山裕子建築設計)

単に場所と場所を線引きするだけの機能ではなく、そこにコミュニケーションが生まれる。そんな思いを形にしたフェンス。



[講評] デザイン、コンセプト、技術性に優れた商品。



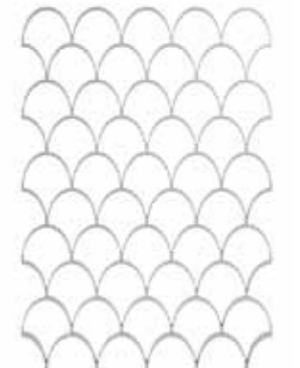
RINGRIING



momi



kaede



mermaid

MIKI URUSHI NY14-03 [掛け置き時計]
(株)タカタレムノス

ケヤキの太い幹をそのまま時計にしたMIKI。その木目の美しさを生かしながら、目はじきという技法を使って仕上げた漆塗りの時計。艶やかでしっとりとした触り心地の漆は石川県の漆塗りの産地、山中で塗られている。専用スタンドで置時計としても使用可能。



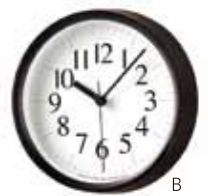
[講評] 手触りや奥行きの深さなど触覚にこだわったところが良い。

ClockA YK14-05、ClockB YK14-06 [掛け時計]
(株)タカタレムノス デザイナー:角田陽太

時間を能動的に読むことはもちろんのこと、それを自発的に感じることを機能として追及した時計。空間の中で過剰に主張しない大きさの時計でありながら、時間の認識をより容易にするための大きな数字を配する。



A



B

[講評] 勾配のあるシンプルなフォルムと、黒色のテクスチャーが美しい。

優れた富山ブランド として21点を選定

ICE COFFEE CUP 鋳目、マット [カップ] (株) 織田幸銅器 デザイナー: 鈴木啓太

本体だけでなく、ハンドルまでも純銅製にこだわったこのカップは、熱伝導が高く、すぐにカップが冷え、その冷たさが持続する。



[講評] 用途を限定している点が良い。

SWEET CANDLE、MINT CANDLE [キャンドル] (株) 織田幸銅器 デザイナー: 鈴木啓太

100%植物由来の原料を使用したキャンドル。天然木の芯は、煙や煤が出にくく部屋を汚さない。香りとともに銅に移りこむオレンジの輝きを楽しむことができる。



[講評] 柔らかくカーブしたフォルムの銅色器と炎の関係が美しい

ユキオトス [雪落とし棒] (株) カシイ

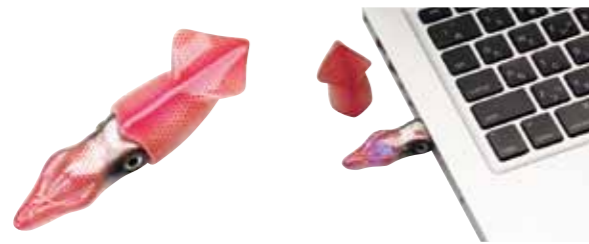
製品重量1.5kgと軽量。楕円断面のフレームの採用により力が入りやすい。30°に曲がったフレーム形状により高所の雪を狙いやすい。スライド機構により長さを5段階調節可能。



[講評] サイズ、見た目の割には軽量なのが非常に魅力的。

ホタルイカUSBメモリー [USBメモリー] (株) TAPP

ホタルイカを忠実に再現したUSBメモリー。ホタルイカの発光する青も再現。



[講評] 細部にこだわっている。デザイン、色調がリアル。

丸、三角、四角 [小鉢]★ (株) 能作

錫100%の小鉢。小さな植木鉢としても使用できる。



[講評] シンプルでフォルムで、定番的な安心感、存在感がある。

MK+01 [コートスタンド] (株) KANAYA デザイナー: 小林幹也

アルミ鋳物と木材との一体感のあるコートスタンドは、最低限の要素で構成され、空間に圧迫感を与えないデザイン。三本の脚を固定しているプレートは、鍵や携帯電話などの置き場所として使用できる。



MK+02 [傘立て] (株) KANAYA デザイナー: 小林幹也

伝統色を施したアルミ鋳物と木材を組み合わせた美しい傘立ては、エントランス周りでボリュームを感じさせないことを意識し最低限の要素で構成されている。上部のリングとベースをつなぐ支柱を中央に配置したことにより、傘を収納した時に支柱の存在感が薄れ、傘立ては傘と空間に溶け込む。



MK+04 [トイレトイレットペーパーホルダー] (株) KANAYA デザイナー: 小林幹也

トイレトイレットペーパーを二つの先端部に掛けられるだけでなく、上部のパーツを外すと心棒にストック用のトイレトイレットペーパーを保管できる。またトイレトイレットペーパーだけでなく、タオルをかけることもできる。



[講評] シリーズ全体としてもクオリティが高い。デザインや異素材組み合わせは非常に良い。なにかに特化するとお良い。

富士山 白 [くい呑、タンブラー] (株) 四津井

逆さにすると縁起物の富士山が現れる。



[講評] 色が無いものがシンプルで美しい。立山連邦という表現も。

楽・楽アーム NKE-50J [物干し金物]★ (株) ナガエ

集合住宅のバルコニースペースに取り付けられる物干し金物。バルコニーが広く使えるよう収納時の出幅を抑えるスイング収納や、アーム角度が3段階調整機能など、使い勝手のよいデザイン。写真のタイプのほか出幅350mmタイプ、マンションベランダ取り付け時に足掛かりにならないNKE-50Mタイプを品揃え。



[講評] トータルでバランスの良い製品。

tone_mirror [ミラー] (有) モメンタムファクトリー・Orii デザイナー: 暮らすひと暮らすところ

テーブルに置いた時、自然な姿勢で顔が見られる。手に持っても使いやすく、使わないときは鏡を伏せておくことができる。



[講評] 取っ手がさりげなく転がりを防ぎ、置いて使えるのが良い。

kazaridai [飾台]★ SHIMOO DESIGN

タモ材の木目を生かしたシンプルな形の飾台。



[講評] 使用シーンも多様にある。裏側の仕上げなども素晴らしい。

マグネ筆 MG-101 [毛筆同等筆記用具] (株) アシストラボ

メモや絵などを専用細ペンで書ける市販品の磁気ボードの毛筆版。毛筆と同等の筆圧の変化と、線の太さや細さの表現が可能のため書字学習に活用できる。筆の構造や機能に近いシンプルな作りで今までになかった筆を開発。



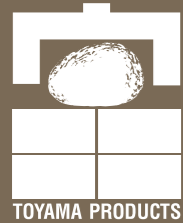
[講評] 面白い試み。発想力と技術力に期待。

tone_pendant light-spot [ペンダントライト] (有) モメンタムファクトリー・Orii デザイナー: 暮らすひと暮らすところ

へら絞りという技法で製作された形状に、銅の腐食性を利用した高岡銅器の伝統的着色技法を施したランプシェード。内側の銅の色とのコントラストも美しい。



[講評] 内側の仕上げなど非常に優れている。



富山デザインブランド販路開拓事業

富山ブランドを支援するための 販路開拓への試み

2015年3月、首都圏で行われた「とやまWeek in 東京2015」での出展や
富山市内にオープンした「D&DEPARTMENT TOYAMA」での常設ブース設置など、
富山県で生まれたデザイン商品をより多くの人に知ってもらうため、
さまざまな事業に参加しました。

とやま Week in 東京 2015

[期間] 2015年3月2日(月)～8日(日)
[会場] 東京丸の内JPタワー KITTE

「とやまWeek in 東京2015」では、県内の多彩な
“食”と“技”を紹介する販売ブース「とやま満開マ
ルシェ」に参加し、越中富山お土産プロジェクトとし
て誕生した「幸のこわけ」と富山プロダクツ選定商
品の展示・販売を行いました。



富山デザインセレクト in KITTE

3月6日(金)～8日(日) KITTE 1Fアトリウム

高い技術を受け継ぎながら、時代に応えたデザイン性を兼ね備
える富山県選定のプロダクト50点を展示・販売。実際に手に
取って、触れてもらうことで富山ブランドの質の高さを実感して
もらいました。



お土産プロジェクト in KITTE

3月2日(月)～5日(木) 東京シティアイ地下1F、3月6日(金)～8日(日) KITTE 1Fアトリウム

富山に伝わる「おすそわけ」の風習から2011年に生まれたお土
産ブランド「越中富山 幸のこわけ」は、おいしい産品(幸)を小分
けで選べる、富山らしさが詰まった商品群です。商品14点を一堂
に取り揃えて販売しました。



かがやきとやま逸品フェスタ

[期間] 2015年3月21日(土)～22日(日)
[会場] 富山県民会館2Fギャラリー

北陸新幹線開業にあわせて、富山県内の味と技の選りすぐりの逸品を展示販売し、
パネル展示などにより富山の魅力を発信するイベントを富山県商工会連合会が主
催。県内のものづくりをPRする「キラリ匠の技・デザインゾーン」で富山プロダクツ
選定商品展を開催しました。

日々の暮らしをおしゃれに丁寧 とやまのいいもの展

[期間] 2014年5月10日(土)～25日(日)
[会場] SHOEIの家ショールームARCH(富山市二口町5-10-6)

「母の日のプレゼント」をコンセプトに、真鍮、木片などの富山に
昔から伝わる技術を使った商品を展示・販売するとともに、植栽の
ワークショップを開催。現代のインテリアやライフスタイルに合わ
せた商品は、日々の生活に取り入れやすいものばかり。富山の“い
いもの”に囲まれた丁寧な暮らしを提案しました。

出品ブランド: chii(家具)、能作(風鈴、器等)、松井機業(網織物)、FUTAGAMI(カトラリー
等)、RED&WHITE(器)



(上) 会場で行った
ワークショップの様子



TOYAMA PRODUCTS SELECTION 秋の日のテーブルコーディネート

[期間] 2014年10月4日(土)～5日(日)
[会場] 富山国際会議場2F(富山市大手町1-2)
[スタイリング] Flower Design Luna's work
フラワーデコレーター 大久保桂子

富山プロダクツ選定商品の花器や食器などを使った、秋の日の
集いのシーンにぴったりのテーブルコーディネートを紹介。花器
や食器は日常生活に取り入れ、使うことで新たな魅力を見せてく
れます。富山生まれの商品が見せる新しい表情を来場者を楽し
んでもらいました。



TOYAMA DESIGN FAIR

[期間] 2014年10月16日(木)～29日(水)
[会場] DDP (THE DONGDAEMUN DESIGN PARK)
Design Lab・ソウル市(韓国)

富山県とソウル市(韓国)のデザイン交流を目的に、富山県のデ
ザインでの取り組みやデザインブランドを紹介・展示する
「TOYAMA DESIGN FAIR」を開催。来場者にはアンケートに答
えてもらい、富山のデザインに対する感想等を調査しました。





「ロングライフデザイン」の揃う店、11店舗目が富山に。 D&DEPARTMENT TOYAMA

2015年3月14日(土) グランドオープン
[場所] 富山県民会館1F

D&DEPARTMENTはデザイナーのナガオカケンメイ氏が主宰するプロジェクトで、「ロングライフデザイン」をテーマに、物販・飲食・出版・観光を通して、その地域の「らしさ」を見直す活動を行っています。富山店は約77坪のスペースにカフェとショップを展開。富山県総合デザインセンターの事業から生まれた商品も常設で展示・販売します。

富山セレクト

地域に昔から伝わる伝統工芸品や地場産業から、現代の生活に取り入れることができるものを富山県のロングライフデザインとして紹介。デザインセンターが支援した商品を展示・販売するスペースもあります。

ロングライフデザインセレクト

日本および世界で、流行に左右されることなく使い続けられているロングライフ商品から厳選した生活用品や食品などを販売。

そのほか、所属作家の作品や活動を紹介する「富山ガラス工房」コーナーや生活道具やテーブルウェアのユーズドアイテムを販売する「デザインリサイクル」コーナー、デザイントラベルスポットの紹介や書籍などを販売する「観光情報／富山県刊行物センター／本」コーナー、富山県酒造組合による「酒」コーナーなどがあります。

D&DEPARTMENT DINING TOYAMA

地元周辺の食材を使った洋食メニューを提供するほか、利き酒会などのイベント開催による交流スペースとしての活動を行います。

D&DEPARTMENT TOYAMA GALLERY

富山のデザインやものづくりを発信し、勉強会などの開催でロングライフデザインを学べるギャラリー。オープニングは、富山県を拠点に活動するグラフィックデザイナー宮田裕美詠氏の展示会を開催します。

■宮田裕美詠グラフィックデザイン展 3月14日(土)～5月10日(日)
宮田裕美詠がライフワークとしているグラフィック表現の新作と、それを素材として使ったグラフィックアート、さらに近作のクライアントワークを紹介します。



ロングライフデザインとしてセレクトされた商品の一例。富山生まれのデザインとも出会えます

富山店では、週末に富山で生まれたもののルーツを探る勉強会や「富山ガラス工房」や「富山県酒造組合」による立ち飲み会をするなど、多くの有形無形の「富山らしさ」に関心を持つみなさんが集まる新しい時代の「新公民館」となることをイメージしています。デザインの目線と感覚を持った新しい「観光」の新概念とともに、富山のものづくり思想を新たにデザインに乗せて、全国に発信する拠点となることを目指します。

D&DEPARTMENT PROJECT
ディレクター ナガオカケンメイ

県内の工房や工場を訪ね、リサーチから選定まで行い、改めて自分の身の回りの愛用品には富山生まれのものが多くことに気がつきました。作り手と生活者、作り手同士など、人と人との交流の場となり、広がりのある展開ができるようにしていきたいです。

富山店 ショップ店長 石井 唯



Night Forum

ナイトフォーラム

クリエイティブ産業の潤滑油 ～MIRU DESIGNの仕事～

各分野で活躍する講師をゲストに招き、参加者とともにデザインを考え、交流を図る「ナイトフォーラム」。独自のPR手法によって大きな話題をつくり出してきた青木昭夫氏に、これまでの事例を通して「伝える」ためのヒントをお話いただきました。

[講師] 青木昭夫(クリエイティブディレクター) [日時] 2014年12月16日(火) [会場] ウイング・ウイング高岡 503号室

青木 昭夫 MIRU DESIGN 代表

1978年東京生まれ。2005年～09年デザインイベント「DESIGNTIDE TOKYO」のディレクターを経て、09年MIRU DESIGNを始動。プロダクト、インテリア、建築、グラフィックなど、さまざまなデザイナーのネットワークを生かし、展覧会や商品開発の企画、プロデュースを行う。また、音楽家坂本龍一が代表を務めるmore treesのプロダクトディレクション、インテリアライフスタイル展のクリエイティブディレクション、Coca-Cola Bottlewareのプロデュース、Any Tokyoのコーディネーションなど大きな話題をつくり出すプロジェクトを数多く手がけている。



「伝える」「届ける」ための ヒントとアイデア

私が代表を務めるMIRU DESIGNは、デザインを取り巻く問題を診断し魅力のあるものに変えるために、メーカーやデザイナーなど、いろんな人をつなげる役割を担っています。これまでに全国各地を歩き、多くの人と出会ってきました。その経験から、高岡のブランディングに対する意識が日本でもずば抜けて高いことを感じています。それは、世界一の美食の街と称えられるサン・セバスチャン(スペイン)に似ています。レストランがレシビをオープンソース化し、街全体の食のレベルを引き上げたことで世界で注目される存在となりました。いずれ、高岡も日本をリードする存在になるのではと思っています。

そこで今回は、「伝える(広報)」と「届ける(営業、販売)」について話したいと思います。日本では予算を組むときに軽視されがちな項目です。"ものづくり"に長けているところほど、おざなりにしているように思います。しかし、オートク

チュールのメゾンでの広報費が全体経費の10～15%であることを考えると「伝える」「届ける」を柱に考えてもいいはず。私がこれまでに携わってきたケースが、デザインを「伝え、届ける」ためのヒントになればと思います。

2005年の立ち上げから09年まで関わった「DESIGNTIDE TOKYO」では、世界的デザイナーが26のアルファベットをそれぞれをデザインし、コミュニケーションを生み出す仕組みが企画されました。デザインが人の行動を引き出す企画は世界的企業からの協賛を得たことで、大きな集客につながり大成功を収めました。「more trees」は、デパートでのインスタレーション展示を販売につなげた初めての事例です。作品を見て感動するだけでなく、森林保全への寄付という要素に多くの人々が共感しました。「Any Tokyo」では、建築家ザハ・ハディッドの右腕ダニエル・ウイドリッグがデザインする作品を3Dプリンターで再現するなど、これまでにない実験的な企画を行いました。これらの事例で人々から共感を得られたのは、ただの商業的な場ではなく、夢を見て楽しめる場だったことがあると思います。

独自の「空気」をつくり 一歩踏み出す冒険心を

このような経験から、「空気」は読むのではなくつくるものと考えます。時代が求めていることを追いつけると、誰もが考える、どこにでもある、さらに言うたら



既存の概念を超えた3Dプリント技術による作品が注目を集めた「Any Tokyo」

イパルの多い領域に踏み入ることになります。独自の領域を開拓することが大事です。世界的に売れているかみの工作所の「空気の器」や12年から販売を開始したナガエの「コリネット」は、新しい領域をつくり出した事例といえます。そして、せっかくなので「空気」はぜひ広げてほしい。どれだけ多くの人に伝えることができるかにも重点に置き、メディアが取り上げやすいコンテンツを提供してください。それは、発信力のあるパートナーの協力を得ることで、SNSなどを利用することで構いません。工夫次第で、海外メディアが取り上げてくれる場合もあるからです。

最後に、「使命と冒険心」を持ってください。自分の仕事の「使命」を社会貢献という広い意味で捉え、これまでの枠から一歩踏み出す「冒険心」を持つことで、自分が想像する以上に大きく可能性が広がることを感じてもらえるとうれしいです。



個性的なデザインが人々の行動を引き出した「アルファベットプロジェクト」

“ものづくり”の面白さを体験

子供デザイン体験教室では、小学生に“ものづくり”の面白さを知ってもらい、子供たちの創造力を育むためのさまざまな取り組みを行いました。

第1回 2014年4月29日(火・祝) レーザーカッターでしおりをつくろう

[会場] 富山県産業高度化センター 1F展示室
[参加者] 約85人

「高岡といで菜の花フェスティバル2014」にあわせて開催。レーザーカッターで飛行機や傘、リンゴや花の形に切り抜いた色とりどりの色紙パーツを短冊に貼り付けて、オリジナルのしおりを作りました。



第2回 2014年7月29日(火) レーザーカッターで桐材を使った工作を楽しもう

[会場] 富山県総合デザインセンター 2Fプレゼンテーションルーム
[参加者] 12人

小学4～6年生を対象に、桐材を使ったペンスタンドの製作体験を行いました。小野沢家具店の小野澤維有創氏から桐について学んだ後、レーザーカッターで彫刻する図柄を各々がスケッチし、部品を組み立てペンスタンドを完成させました。



平成26年度 富山県政バス教室 2014年8月25日(月) ものづくり体験

[会場] 富山県総合デザインセンター
[参加者] 約18人

小学4年生以上を対象に、最先端の科学技術機器を備えた施設の見学や、ものづくりを体験し、ものづくりに関する理解を深めます。県の仕事を知っていただくために、関連する施設や場所などをバスでめぐる「県政バス教室」の一環として開催しました。



第3回 2014年10月4日(土)、5日(日) おきあがりこぼしをつくろう

[会場] 富山国際会議場 2F205号室
[参加者] 11人

「デザインウエーブ2014」にあわせて開催。小学4～6年生を対象に、プロダクトデザイナーの大畑友則氏が講師となり、3Dプリンターを使った起き上がりこぼし製作に取り組みました。パーツに色を付け、バランスを取りながら部品を取り付け、草木をかたどった起き上がりこぼしを作っていました。



第4回 2014年12月23日(火・祝) お正月かざりをつくろう

[会場] 富山県総合デザインセンター 2Fプレゼンテーションルーム
[参加者] 20人

小学1～6年生を対象に、お正月飾りの干支の置物づくりを開催しました。3Dプリンターを使い干支のヒツジを石膏で再現。ポスターカラーで色を付け、カラフルなヒツジの置物を完成させました。また、レーザーカッターで作ったヒツジのスタンプでお年玉袋も製作しました。



第5回 2015年3月28日(土) フォトフレームをつくろう

[会場] 富山県総合デザインセンター 2Fプレゼンテーションルーム
[参加者] 12人



参加者の感想

- 今話題の3Dプリンターを体験できて大変楽しかったです。
- 先端技術を見る機会をありがとうございました。また参加したいと思います。
- 3Dプリンター、レーザーカッター、なかなか見られないものを見られたことも、家にはない画材がたくさんあり楽しく取り組めたことも良かったです! “汚してもいいよ” “失敗してもいいよ” と声をかけてくださり、安心して製作できました。
- 桐が熱を伝えにくく、軽いという説明に子供も興味を示していました。レーザーのお話とペンスタンド作りもとても楽しかったようです。
- デザイナーの方の作品がとても面白かったです。小さいうちから子供がいろんな作品に触れられることは、親も嬉しいですし、親自身の刺激にもなります。
- 未知との遭遇にキラキラする子供たちの顔をまた見たいと思います。ありがとうございました。
- デザインセンターに入ったのも初めてで素晴らしい施設に驚きました。

商品開発に欠かせない各種機器の利用も可能です CNCドリリングマシンを新たに導入

「3D設計ソフトや切削加工機を使いたいが、受注頻度から設備導入はできない。」とお考えのみなさまに、3Dデザイン機器や3Dプリンター、切削加工機、デジタル撮影スタジオなどの設備を低料金でご利用いただけるよう、開放しています。

またデザインセンターでは、商品開発のプロセスで欠かせない、試作模型を使った形状検討を推奨しており、平成26年度にアルミや樹脂などの軽素材を切削できる試作模型や簡易金型の制作が可能なCNCドリリングマシンを新たに導入しました。

※設備によって混み合う場合がありますので、設備利用をご希望の方はデザインセンターまで利用状況をご確認ください。



CNCドリリングマシン

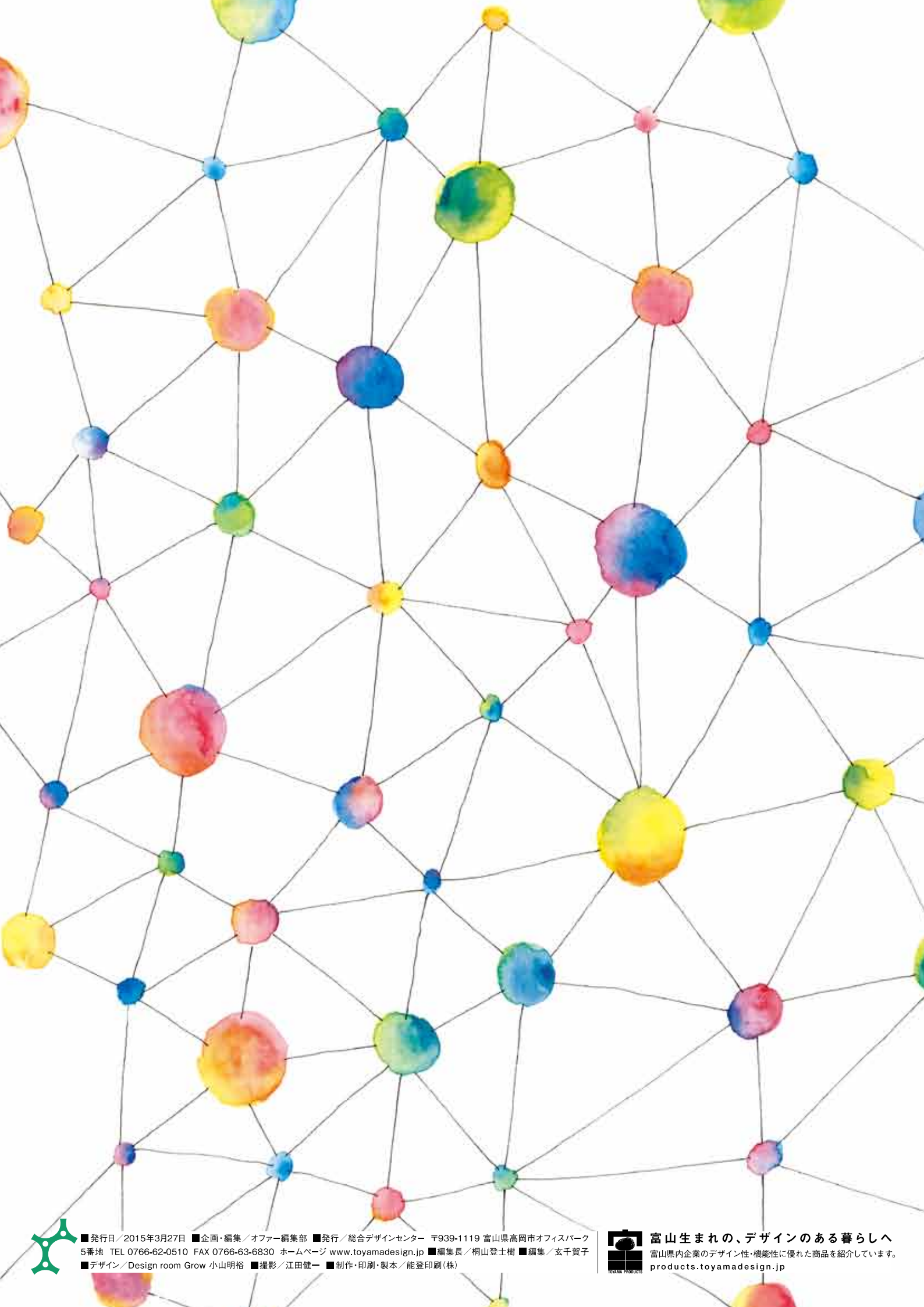
石膏モデル造型機

デジタルカメラ撮影スタジオ

2014年度(平成26年度)事業報告

	名称・日時	内容	備考	場所
1 デザイン 開発支援事業	富山県商品開発研究会 2014/6/12	第一部 平成25年度事業報告及び平成26年度事業計画について 第二部 ・デザイントレンド速報 「ミラノサローネ2014デザイントレンド」 ・講演会 「ミラノサローネのカラートレンドと流行色が生み出される仕組み」	講師:桐山登士樹 (総合デザインセンターデザインディレクター) 講師:大澤かほる (一社)日本流行色協会カラートレンドストラテジークリエイティブディレクター)	総合デザインセンター 2Fプレゼンテーションルーム 富山県産業高度化センター 2F会議室
	2014/8/7	富山プロダクトデザインコンペティション1次審査		東京国際文化会館(東京都港区)
	2014/10/1	富山プロダクトデザインコンペティション2次審査・交流会		富山国際会議場 2F特別会議室 ANAクラウンプラザホテル富山 19F天空
	2014/12/16	商品開発ミーティング	招へいデザイナー:STUDIO SURUME 菊池光義・増田佑佳 STUDIO BYCOLOR秋山かおり、SOL style 伊東裕・齋持良美、yonanp	ウイング・ウイング高岡
	2015/1/16	実践セミナー、「2013年度富山プロダクツ商品販路開拓調査結果」 「海外市場へ冒險するとき、グループディスカッション」	講師:林口砂里((有)エビファニーワークス代表) 青木昭夫(MIRU DESIGN代表)	総合デザインセンター 2Fプレゼンテーションルーム
	2015/2/23	デザイントレンド速報 「アンビエント2015にみるデザイントレンド情報」	講師:桐山登士樹 (総合デザインセンターデザインディレクター)	総合デザインセンター 2Fプレゼンテーションルーム
	デザイン アドバイザー事業 新川・富山 相談窓口の開設	企業の商品開発や、PR、各種情報にいたるまで、幅広くサポート、 「商品開発についてアドバイスしてほしい」「企業の魅力や商品を効果的に PRしたい」「商品開発の補助事業を知りたい」といった様々な要望をもつ県 内企業、個人事業者の方を対象に個別相談に応じるデザイン相談会を開催。	【新川地区】 相談日時:毎月第1金曜日 13:30~16:30 【富山地区】 相談日時:毎月第2・4金曜日 13:30~16:30	富山県魚津総合庁舎 4F405会議室 富山県総合情報センタービル 2F第5会議室
	プロジェクト推進事業 デザインコーディネーター事業	富山県内のデザイン開発支援策として、企業にデザイナーを派遣し、デザ インを軸に魅力ある商品開発プロジェクトを發起させ、県内のデザイン開 発を推進する。	派遣先企業①:(株)ナガエ(高岡市) 派遣デザイナー:島村卓実((有)クルツ代表取締役) 派遣先企業②:(有)寝装の大郷(富山市) 派遣デザイナー:石崎悠子(TOYアートディレクター) 派遣先企業③:高岡漆器(株)(高岡市) 派遣デザイナー:西村嘉哲/西村幸希(西村幸希建築設計)	
	共同開発研究 2014/7/1~9/30	「しけ綿等を用いた生活雑貨のデザイン開発」	(株)松井機業	
	2014/7/16~2015/2/16	「喜泉(Kisen)ブランドにおけるダイニング関連アイテムの開発」	(有)四津川製作所	
2 支援事業 首都圏 デザイン マッチング	とやまデザイン会議 2014/12/8	分科会 3部会(マネージメント部会/ものづくり部会/コミュニケーション部会)に出 席者が分かれ、富山県や日本のものづくりが抱える各課題について事前討議。 全体会議 企業交流会	出席者:岡本慶一、折井宏司、角谷茂、河崎圭吾、熊本信雄、酒井正明、 島村卓実、下川一哉、高田博、高橋俊宏、高松桂子、立川裕大、 田中一雄、鶴本晶子、寺井剛敏、名児耶秀美、能作亮治、萩野光宣、 萩原修、林口砂里、廣田尚子、廣村正彰、本川透、山田明良、山田遊 議長:大矢寿雄 ファシリテーター:桐山登士樹	ANAクラウンプラザホテル富山 カーヴ・ユノキ
	2014/12/9	企業視察	参加者:酒井正明、島村卓実、田中一雄、鶴本晶子、萩野光宣、 山田明良	視察先:(株)織田幸銅器、(株)小泉 製作所、五割一分、三協立山(株)、 (株)高田製作所、(株)タカタレムノス、 (株)ナガエ、(株)能作、(株)平和合 金、(株)松井機業、(有)モメンタムファ クトリー-Orii、(株)山田写真製版所
3 支援事業 販路開拓	富山デザインセレクト inKITTE 2015/3/6~8	「富山プロダクツ選定商品」を中心とした富山生まれの商品を展示・販売		東京丸の内JPタワー KITTE
4 指導事業 デザイン普及	2014/8/22	ソリッドワークス操作体験セミナー 「はじめてみよう3次元設計、使ってみようSOLIDWORKS」	講師:富田忠義・白神岳(ソリッドワークス・ジャパン(株))	総合デザインセンター 2Fプレゼンテーションルーム
	デザインフォーラム 2014/10/2	基調講演「地域デザイン 富山らしさを再発見する!」 対談:「富山県と旅とデザイン」水戸岡鋭治×ナガオカケンメイ	講師:ナガオカケンメイ(D&DEPARTMENT代表) 水戸岡鋭治(デザイナー) モデレーター:桐山登士樹(総合デザインセンターデザインディレクター)	富山国際会議場3Fメインホール
5 交流事業 デザイン	デザイン講習会 2014/5/12	「アルミ建築の可能性と、近代のグッドデザイン建築」 第一部 講演会、第二部 グッドデザイン賞応募説明会	講師:難波和彦(難波和彦+界工作舎代表・東京大学名誉教授) 説明者:グッドデザイン賞事務局	富山県産業高度化センター 2F会議室
	ナイトフォーラム 第164回ナイトフォーラム 2014/12/16	「クリエイティブ産業の潤滑油~MIRU DESIGNの仕事~」	講師:青木昭夫(MIRU DESIGN代表)	ウイング・ウイング高岡 5F503号室、2FBON
6 事業 情報発信	機関誌の発行 2015/3/27	offer42号 平成26年度事業報告		
	デザイン雑誌情報	日経デザイン、AXIS、confort、ELLE DECOR、Casa BRUTUS、+DESIGNINGなどの デザイン誌を整備し、デザインセンターライブラリーなどで閲覧するなどの情報提供を行う。		
7 越中富山お土産 プロジェクト	富山お土産 プロジェクト委員会 2014/7/29	委員: 中山真由美((有)ファインプロジェクト アートディレクター) 能作幾代(nousaku店主、チーズソムリエ) 羽根由((株)生活ネット研究所 代表取締役所長)	委員: 中山真由美((有)ファインプロジェクト アートディレクター) 能作幾代(nousaku店主、チーズソムリエ) 羽根由((株)生活ネット研究所 代表取締役所長)	総合デザインセンター 2Fプレゼンテーションルーム
	2014/9/25	第2回お土産プロジェクト委員会	平島亜由美(北日本放送(株)アナウンス部部长) 大矢寿雄(総合デザインセンター 所長)	
	2015/3/24	第3回お土産プロジェクト委員会	桐山登士樹(総合デザインセンターデザインディレクター)	
	展示会 2015/3/2~8	お土産プロジェクト in KITTE		東京丸の内JPタワー KITTE

	名称・日時	内容	備考	場所
8 富山 デザイン ウエーブ 2014	デザインウエーブ 開催委員会 2014/4/23	2013年度報告と2014年度事業計画案の承認		富山県総合福祉会館 サンシップとやま研修室704
	展示会 2014/5/31~6/15	デザイナーの登竜門「富山デザインコンペティション展」		芸文ギャラリー(高岡市御旅屋町)
	2014/10/1~6	富山デザインウエーブ 県内のデザイン・クラフト関連のイベントを10月の第1週の土日を中心に 同時開催。 ・富山デザインウエーブ2014(10/1~6) ・高岡クラフト市場街~いちばまち~2014(10/2~6) ・工芸都市高岡2014クラフト展(10/2~6) ・富山デザインフェア2014(10/3~5) ・第54回富山県デザイン展(10/4~5)		富山市中心市街地 富山ガラス工房 高岡市中心市街地
	富山プロダクトデザイン コンペティション2014 2014/5/28~ 7/31	募集 応募登録・作品パネル受付		
	2014/8/7	1次審査 応募作品174点を作品パネルで審査	審査員:澁川伸一(プロダクトデザイナー) 橋田規子(芝浦工業大学教授・プロダクトデザイナー) 廣田尚子(女子美術大学教授・プロダクトデザイナー) 大矢寿雄(総合デザインセンター所長)	東京国際文化会館(東京都港区)
	2014/10/1	2次審査 模型を使ったデザイナー11組による公開審査 パネルディスカッション 授賞式・交流会		富山国際会議場2F特別会議室 ANAクラウンプラザホテル富山19F天空
	ワークショップ 2014/9/5~7	富山マテリアルワークショップ 「富山素材+(プラス)」とテーマを設け、ガラスと金属の新たな魅力を探る	アドバイザー:近藤康夫(デザイナー・近藤康夫デザイン事務所) ガラス部門:天野芳美、SOL style(伊東裕・齋持良美) 福嶋賢二、松山美歌 メタル部門:浅野雅晴、STUDIO SURUME(菊池光義・増田佑佳) 中村洋介、林康之	富山ガラス工房 高岡市デザイン・工芸センター 総合デザインセンター
	展示会 2014/10/2~6	企画展「北陸新幹線がつなぐ地域の未来」 富山プロダクトデザインコンペティション2014作品展 富山マテリアルワークショップ作品展 富山プロダクツ2014展		富山国際会議場1F交流ギャラリー
	2015/2/28	デザインウエーブ報告書発行		
	商品化検討 2014/10~ 2015/3	富山プロダクトデザインコンペティション2014入賞作品、ワークショップ 提案作品試作及び商品化検討		
9 富山 プロダクツ 選定事業	2014/6/2~8/29 (集中募集期間)	県内で企画、製造される品質やデザイン性に優れた工業製品の認定制度 「富山プロダクツ選定商品」の公募		
	選定委員会 2014/9/2	応募52点された商品(26社、うち再申請5点)の中から21点(15社、うち 再選定4点)を「富山プロダクツ選定商品」として選定。	選定委員長:大矢寿雄(総合デザインセンター所長) 選定委員:高川昭良(高岡市デザイン・工芸センター所長) 高木喜義(公財)富山県新世紀産業機構中小企業支援センター所長 林口砂里((有)エビファニーワークス代表) 茂木新之助((株)専達クリエート商品本部商品企画室/バイヤー) 矢口忠憲(富山大学芸術文化学部准教授) 桐山登士樹(総合デザインセンターデザインディレクター)	県産業高度化センター 1F展示室
	選定証交付式 2014/10/2	富山プロダクツ選定証交付式(12社、16名出席)	選定企業名:(株)アシストラボ、(株)織田幸銅器、オレットドア 販売(株)、(株)カシイ、三協立山(株)、(株)タカタレムノス、 (株)ナガエ、(株)能作、(有)モメンタムファクトリー-Orii、(株) 山口久乗、(株)四津井、(有)四津川製作所、(株)KANAYA、 SHIMOO DESIGN、(株)TAPP	富山国際会議場 1F交流ギャラリー
	展示会 2014/3/5	東京富山県人会連合会 富山プロダクツ展示		ホテルニューオータニ東京(東京都千代田区)
	2014/5/10~25	日々の暮らしをおしゃれに丁寧にと。「とやまのいいもの展」		SHOEIの家ショールームARCH(富山市)
	2014/10/2~7	「富山プロダクツ2014展」今年度選定された21点を展示		富山国際会議場1F交流ギャラリー
	2014/10/4~5	TOYAMA PRODUCTS SELECTION「秋の日のテーブルコーディネート」	装飾:Flower Design luna's work フラワーデコレーター大久保桂子	富山国際会議場2F
	2014/10/16~29	TOYAMA DESIGN FAIR		DDP Design Lab(韓国・ソウル)
	2015/3/21~22	かがやきとやま逸品フェスタ		富山県民会館
	10 その他	子供デザイン体験教室 2014/4/29	菜の花フェスティバル「レーザーカッターでしおりをつくろう」	
2014/7/29		「レーザーカッターで桐材を使った工作を楽しもう」	講師:小野澤維有創((有)小野沢家具店代表取締役)	総合デザインセンター2Fプレゼンテーションルーム
2014/8/25		平成26年度県政バス教室「ものづくり体験」		総合デザインセンター
2014/10/4~5		「おきあがりこぼしをつくろう」	講師:switch design 大畑友則	富山国際会議場2F205号室
2014/12/23		「お正月かざりをつくろう」		総合デザインセンター2Fプレゼンテーションルーム
2015/3/28		「フォトフレームをつくろう」		総合デザインセンター2Fプレゼンテーションルーム
インターンシップ 2014/8/27~9/7		インターンシップ学生受入		富山大学芸術文化学部2名、富山国際大学1名



■発行日 / 2015年3月27日 ■企画・編集 / オファー編集部 ■発行 / 総合デザインセンター 〒939-1119 富山県高岡市オフィスパーク
5番地 TEL 0766-62-0510 FAX 0766-63-6830 ホームページ www.toyamadesign.jp ■編集長 / 桐山登士樹 ■編集 / 玄千賀子
■デザイン / Design room Grow 小山明裕 ■撮影 / 江田健一 ■制作・印刷・製本 / 能登印刷(株)



富山生まれの、デザインのある暮らしへ
富山県内企業のデザイン性・機能性に優れた商品を紹介しています。
products.toyamadesign.jp