

富山のデザイン情報誌

# offer

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

vol. 43

## 03 富山県総合デザインセンター デザイン工房 リニューアルオープン

新設備紹介  
3Dプリンター活用セミナー

## 05 特集

### 富山を変えるデザインのカ

デザイン有識者に聞く「いま富山とデザインに求められるもの」

鶴本晶子 / 温井邦彦 / 藤森泰司 / 山田 遊

## 10 TOYAMA DESIGN展

伝統工芸・ヘルスケア・ロボット分野における今と未来のものづくり

【シンポジウム】 次世代の伝統工芸産業・伝統と革新・現代に合った新しい取り組み

富山の水を活用したヘルスケアとビジネスチャンスの創出

ロボット産業の未来を見据えて：サービスロボット、移動ロボット、産業ロボットのいまとこれから

講師：能作克治 / 指田京子

講師：藤井 侃 / 渡辺和博

講師：柴田崇徳 / 古田貴之

## 14 富山・韓国・台湾デザイン交流事業

### とやまデザイン&ビジネスフォーラム

地域特性とデザインを活かしたビジネス展開の在り方

【基調講演】 拡張するローカリズム - 伝統を活かしたデザイナー - 講師：橋本夕紀夫

【パネルディスカッション】 デザインを通じて、アジアから世界市場に向けてどのような価値を届けるか

パネリスト：鄭 國鉉 / 李 英惠 / 陳 文龍 / 李 政宜 / 橋本夕紀夫 / 大矢寿雄

## 17 The Wonder 500

### 日本が誇るべき優れた地方産品

## 18 デザイン講習会

蓮池楨郎のイタリア52年間 時代を、デザインを読む

講師：蓮池楨郎

## 19 ナイトフォーラム

東京在住のデザインディレクターが富山に通う理由

ナガオカケンメイ × 桐山登士樹

## 20 商品開発研究会

ミラノサローネ2015デザイントレンド

講師：桐山登士樹

## 21 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

## 24 第32回伝統的工芸品月間

国民会議全国大会[富山大会]

TOYAMA DESIGN WEEK 2015 巡回展  
全国食空間コーディネーターテーブル展

## 25 展示会

## 26 2015年度(平成27年度)事業報告

### COVER

デザイナー

橋本 麻理子 Mariko Hashimoto

富山県生まれ (有)スクラムアートワークス勤務  
2015年北陸新幹線開業に向けた新しいお土産「富のおもち  
かえり」(とやまの農林水産品ブラッシュアップ事業)に、指名デ  
ザイナーとして参加。2012年グループ展参加(富山市)、2007  
年二人展参加(砺波市)等。



表紙コンセプト/そのものを深く見つめて分析し、  
いろんな情報を集めて取捨選択しながら、目指  
す方向へと作り上げる。その作る過程もデザイン  
の一部であり、私にとって大事な作業だと思っ  
ていることを表現しました。

※敬称略

Renewal  
Open

デザイン工房リニューアル

# デザイン工房 リニューアルオープン

【期日】 2016年3月8日(火)

【会場】 富山県総合デザインセンター



2016年3月8日、富山県総合デザインセンター「デザイン工房」は、最先端の3Dプリンター2台などを新たに導入し、リニューアルオープンしました。当日にはセレモニーが行われ、関係者約40人が工房を見学。設備説明会・見学会にも約40人が参加しました。また2月24日には、リニューアルオープンを記念した「3Dプリンター活用セミナー」が開催されました。



今回のリニューアルでは、県内企業から要望が高まっていた3Dプリンターなどの最新設備を導入。高精細な樹脂モデルやロストワックス鋳造型の製作など、これまでできなかった試作が可能となりました。

オープニングセレモニーでは石井隆一富山県知事が「ものづくりにおいてデザインの果す役割はますます重要なものとなりつつある。県内の伝統産業や先端産業にもデザイン重視の流れがある。今回導入した最新鋭の機器を活用することで、飛躍の足がかりにしてほしい」と挨拶。富山県総合デザインセンター大矢寿雄所長による整備概要の説明に続き、高橋正樹高岡市長、山下清胤県アルミ産業協会会長が祝辞を述べました。



### 【オープニングセレモニー】

10:00~11:00

### 【設備説明会・見学会】

11:00~11:40

3Dプリンター解説「ProJet3500 HD MAX」

11:50~12:30

3次元測定機解説「COMET L3D 8M」

12:30~13:00

デザイン工房設備見学会

スケジュー  
ル

## 最新設備が加わり“試作”機能がさらに充実。

今回新たに導入したのは、3Dプリンター2台(UV硬化樹脂造形用、精密鋳造原型用)をはじめとする4設備。従来からのCADシステムやモデリングマシン、マシニングセンタなどとともに充実した試作設備で、商品開発を支援します。



### 高精細3Dプリンター(UV硬化樹脂)

樹脂素材を最小0.016mmの積層ピッチで造形する高精細3Dプリンター。造形品は塗装、接着等の後加工ができ、色合いの表現や他種材料との組み合わせが可能です。

### 高精細3Dプリンター(ワックス)

ワックス素材を最小0.016mmの積層ピッチで造形する高精細3Dプリンター。造形品は精密鋳造の原型として利用でき、開発段階の作業工程を大幅に削減できます。

- 造形範囲:W298×D185×H203mm
- 積層ピッチ:UV硬化樹脂 0.016、0.029、0.032mm/ワックス 0.016、0.020、0.033mm
- 機種名:UV硬化樹脂 ProJet 3500HD MAX/ワックス ProJet3500CPX MAX

### 3次元テクスチャー加工システム



物体の形状をスキャンし、3Dデータ化する設備です。「木目」や「布目」等の微細なテクスチャーをスキャンし、3Dデータ化して製品に反映できるなど、従来設計が難しかった手触り感を表現できます。また切削加工、3Dプリンター用のデータも作成できます。

- 測定範囲:W140×D105×H80mm(小レンズ)  
W325×D240×H200mm(大レンズ)
- 最小点間距離:0.042mm(小レンズ)/0.100mm(大レンズ)
- メーカー:Steinbichler
- 機種名:COMET L3D 8M

### デジタル撮影システム(更新)



高画質デジタルカメラ、照明機材、画像編集用パソコンを備えた撮影スタジオ設備。大判ポスターの印刷用写真等、従来できなかった高画質撮影が可能です。

- 有効画素数:5060万画素
- 画像素子:35mmフルサイズセンサー
- メーカー:キャノン
- 機種名:EOS-5Ds

### リニューアルオープン記念

## 3Dプリンター活用セミナー

【期日】2016年2月24日(水)

【会場】富山県産業高度化センター 2F会議室

コンセプトカーデザインに見る  
未来社会と  
3Dプリンターの可能性

【講師】

松岡 智仁 (まつおか・ともひと)  
トヨタ自動車株式会社グローバルデザイン企画部  
デザイン戦略室主幹



水素で走るコンセプトカー「TOYOTA FCV-PLUS」と「LEXUS LF-FC」を事例に、デザインコンセプトや開発における3Dプリンターの活用についてお話いただきました。

2030年を想定した「TOYOTA FCV-PLUS」では室内全体が3Dプリンターによる生産を前提にしているなど、近未来のものづくりがリアルなものとして実感できる報告がなされました。

プロダクトデザインの  
フォーム検討における  
3Dプリンター活用の有用性

【講師】

澄川 伸一 (すみかわ・しんいち)  
プロダクトデザイナー



リオデジャネイロ五輪の公式卓球台をデザインした澄川氏は、比較的早期からデザイン作業に3Dプリンターを導入。

お酒のグラスのデザインでは3Dプリンターで何度も試作し実際に飲んで最適条件を探り出すなど、初期試作への活用方法を紹介。その有用性を唱える一方で、「鉛筆と紙によるスケッチが何よりも大事」とデザインの基本にも言及されました。

# 富山を変えるデザインの力

デザイン有識者に聞く

「いま富山とデザインに求められるもの」

富山のデザインが、なんだか少し変わってきた。

例えば街を歩くと、ガラス美術館の斬新な外観に思わず魅入られ、遠くの国を思わせる路面電車のデザインに、心がときめく。

郊外に足を伸ばせば、山あいの緑の中に端正なレストランが佇み、

ふらりと入った店頭では、伝統の技で造られたモダンでスタイリッシュな工芸品に出会う。

「デザイン立県」を目指し取り組まれてきた数々の施策が実を結び、今日ではデザイン行政先進県と注目を集める富山県。

富山を変えるデザインの力。

その「いま」と「これから」について、富山と関係の深いデザイン有識者4人に聞きました。



「価値を伝える」働きかけ、  
「選んでもらう」  
仕組みづくりの大切さ

現代アート出身の私が工業製品の世界に関わるきっかけとなったのは、新潟・燕三条にある魔法瓶メーカーとの商品開発でした。商品化した真空チタンカップは、「APEC JAPAN 2010」において参加各国首脳への贈答品に選ばれ、大きな話題となりました。この時は、その会社がもともと持っていたものづくり技術をいかに「世界のバイヤーたちに伝えるか」「選んでもらう仕組みをつくるか」に力を注ぎました。その結果、2012年からのミラノサロー

ネではギャラリー・ロッサーナ・オルランディへの3年連続出展を達成。世界の有名雑誌への掲載が引き金となって、海外とのビジネスへと発展していきました。

この活動の延長で出会ったのが、鍛造技術で美術工芸品や工業製品を製作している(株)ナガエ(高岡市)でした。高岡市は、加賀藩前田家により奨励された銅器や漆器などの「ものづくり」の技と、京都や金沢の流れをくむ雅やかな「美」が受け継がれる街。燕三条のケースが金属加工という工業技術を深めて行くものであったとすれば、今度は金属や漆、螺鈿…など高岡伝統の多様な技術を取り入れながら、「美」をテーマとするブランドを目指す

背景にある“物語”を伝えることで、  
モノはもっと輝きを増す。

——— 鶴本 晶子

つるもと・しょうこ NAGAE+(ナガエプリウス)ブランドマネジャー

NYと東京を拠点に現代美術家コラボレーターとして、作品制作、マネージメント企画に携わり、ヴェネチアビエンナーレをはじめ、欧米、日本の美術館、ギャラリーの展覧会に数多く参加。APEC JAPAN 2010で参加国首脳への贈答品に選定されたチタン製のハイエンド・テーブルウェアの商品開発、製造管理、流通開発をトータルに手がけるなど、ブランディングにおいても数々の実績を残す。2015年より(株)ナガエ(高岡市)が展開するデザインブランド(株)NAGAE+(東京)のブランドマネジャーに就任。

こととしました。すぐに「(美)」という光を、日本の伝統技術でカタチにする」というコンセプトが固まり、NAGAE+(ナガエプリウス)という新ブランドを立ち上げることになったのです。

モノづくりから  
売るところまで、  
そのすべてが“デザイン”

私が最初に目をつけたのは、ナガエがすでに商品化し販売していたアルミニウム製のツボ押し「collinette(コリネット)」でした。これは2011年の富山プロダクトデザインコンペティションでグラン

プリを受賞した作品。そのデザインと機能性に魅せられた私は、さっそくこのデザイナーとコンタクトを取り、この商品の新バージョン制作に着手しました。同時に並行して、「高岡素材」として定着しつつある錫(スズ)を素材としたプレスレットや酒器、漆と螺鈿の技法を使った箸などにも商品を展開。「ライフスタイル」「美容」「ファッション」の3分野で商品アイテムを拡充中です。

ブランディングにあたって何よりも大切なのは「世界観」と「物語」。どのような歴史や風土、材料や技術の中からそのモノは生まれたのか。モノの背景にある価値を、その商品を販売するにふさわしい流

通チャンネルに、的確に伝えていくこと。モノづくりに加えて、流通チャンネルの開発からPRまで全てのプロセスをデザインしていく必要があると思います。NAGAE+のいくつかの商品は、世界屈指のラグジュアリーホテルチェーンにも採用されるようになりましたが、それも商品の機能、それをカタチにできるものづくり技術のレベルの高さを伝えることに成功したからでした。

富山をはじめ日本には伝統工芸から先進工業まで優れたものづくりの土壌がある。これらを縦横にコラボレートさせながらメイドインジャパンの「美」を世界に発信していきたいと考えています。

求められているのは  
「イタリアでは  
作れないようなもの」

私は長年、JETROの一員として日本の産業の国際化支援に取り組んできました。イタリアの駐在経験も長く、富山とイタリアとのデザイン交流事業や、イタリアでの富山産品の貿易振興支援などにも携わってきました。そうした立場で、イタリアのデザイン事情から学べること、あるいはマーケットとしてのイタリアへのアプローチについて思うところを語っていききたいと思います。

JETROではイタリアのバイヤーを日本に招待して、日本のデザイン性のある商品やアパレル製品などを輸入してもらうための商談会を開催しています。日本での商談を終えイタリアに帰った彼らが、口を揃えて言うのは「いいものはあります。けれども値段的に合わない。高い。」ということ。身も蓋も無い現実ですが、ここがイタリア市場あるいは成熟した欧州市場へのスタート地点でもあるわけです。

しかし、その一方で、欧州には「その価値を認めれば買ってくれる」人たちの存在とニーズが確かにある。イタリアではいま「made in Italy」への需要が着実に伸びており、高くても安心できるものへのトレンドが生まれています。その中で、では日本製に何が求められているのかと言うと、

それは「イタリアでは作れないようなもの」であって、そのポイントを見つけ出す、あるいは創造していくことが求められていると思います。

完成品でのアプローチ、  
素材でのアプローチ

参考になる一つの事例があります。イタリアでは今、空前の日本食ブームが起きており、昨年開催されたミラノ万博では日本料理PRのための試食イベントも行われました。30ほどの各県の料理が紹介されたのですが、その中で最も好評を博したひとつは加賀料理でした。他府県が多かれ少なかれ「イタリア人に合うように」とモデファイしたレシピで提供中、石川県の正統な伝統に則った料理をそのまま提供することに重きをおきました。同時に、料理の素材や調理方法、それぞれの歴史的・文化的背景などについて丁寧な説明を加えることも忘れませんでした。これが高い評価を受けた。目の肥えた人たちに「なるほど!」と思わせることに成功したのです。

もちろんモデファイで成功したところもあります。例えば新潟県は地元産の新種米「新之助」を運び込み、現地で活躍する日本人シェフに4種類のリゾットを作ってもらって供しました。これもまた「こんな

リゾットは食べたことがない」と好評を博していました。

両極端の例ですが、これらからイタリア/欧州市場へのアプローチのヒントを読み取れはしないでしょうか。まったくの異文化も、適切な情報とともに供されれば、そこから学び、取り入れる。また、一方で、自分たちの伝統と新しい材料との組み合わせの中から、価値を読み取り評価する。そのような風土があるのです。

私見ですが、イタリア市場へのアプローチを考えると、完成品だけではなく「素材」「部品」レベルでの提供もまた可能性があるように思えます。例えば、フランスの高級ブランドのバッグがフィレンツェの近郊で作られているように、イタリアは「ものづくり」の国。見る目を備えた職人(アルティジャーナート artigianato)の魂に訴える高品質な「素材」「部品」を提供していくアプローチもあるのではないかと考えています。これについてはまた機会を改めお話ししたいと思います。

イタリアから学ぶ  
成熟市場へのアプローチ。

——— 温井 邦彦

ぬくい・くにひこ コンサルタント

1954年11月生まれ。80年大阪外国語大学卒業。同年より日本貿易振興機構(JETRO)に入職。87年~91年イタリア・ミラノ事務所勤務。98年~01年アメリカ・サンフランシスコ事務所勤務。01年より富山貿易情報センター所長、11年より15年までジェトロ・ミラノ事務所長に就任。退職後は国際ビジネスコンサルタントとして、日本企業の海外事業展開の支援を行っている。

Kunihiko  
Nukui

## 閉じる考え方、 開く考え方

現在、富山の三協アルミのSACLAB (Sankyo Alumi Creative LABoratory サクラボ)に参画して、製品開発に携わっています。SACLABというのは、三協アルミが建築家、デザイナーなど様々なクリエイターと一緒に環境や生活、コミュニケーションを考える目的で、2013年に創設したラボラトリーです。

SACLABでは2013年4月から「敷地と外部の境界」というテーマのもと、5組のクリエイターたちと第一弾のプロジェクトをスタート。その成果はフェンス「S.ボーダーシリーズ」として製品化されました。

次いで第二段としてスタートしたのが、私とテキスタイルコーディネーター/デザイナーの安東陽子さんが参加する「インテリア空間における境界」プロジェクトです。先行して行われた安東さんのプロジェ

クトからはインテリア建具「AMiS(アミス)」が製品化されています。S.ボーダーシリーズとAMiSは、ともに、性能、品質、デザイン性に優れた県内産の工業製品に与えられる「富山プロダクト」に選定されました。

私とSACLABのプロジェクトがスタートしたのは2015年の春。「なにをやろうか」というところからスタートして、三協アルミの方々と意見を交わしながら決めていったのがインテリア、住設機器としての「手すり」でした。手すりを扱うのは初めてでしたから「そもそも手すりってなんだろう?」というところから考え始めました。手すりを「手すり」として捉えると考え方が閉じていってしまっ、従来のモノの延長でデザインしてしまうことになる。けれど空間と空間を「仕切るもの」として置き換えると、もう少し開けたところに出られるのではないか。そんなところからスタートしていきました。

## 従来のものづくりに 「斜めからの視線」を 提供する

まず三協アルミの工場を見学させていただきました。アルミのピレットを製造する工場から材の押出成形、製品の組立ラインなどを見学しながら、素材そのもの

や商品づくりに当たっての技術的な制約などについて理解を深めました。

その後、私のほうからイメージを提案し、それをもとに三協アルミの開発担当者と細部を詰めていきます。強度や耐久性など機能的に厳しい制約がある製品なので、それをかいくぐるように「もう少しこうならないか」と、それこそミリメートル単位の攻防を重ねていきました。開発担当の方は製品の機能性や生産の量産性などについての深い知識と、それにもとづいた設計スキルをお持ちになっています。その方々が考える「こうでしかありえない」世界に、「もう少しこうあれば」とか「普通の生活者の眼から見たらちょっとおかしい」といった少し斜めからの視線を加えながら、従来の常識から越境するための発想を提供することが、私の役割だと認識しています。

デザイナーは、かつてはモノのデザインだけをしていれば良かったのですが、プロダクト単体からそれらが並べ置かれた空間や人との関係にもデザインの視線を広げてきたように、これからは、「何をつくろう」「そもそもソレは何なのか」という段階から始まって、出来上がったものをユーザーに「どのように伝えていくか」、そういう領域にまで関わっていくことが、今のデザインに求められている役割のように思っています。

## 「つくる」から「伝える」まで デザインは関わらねばならない。

————— 藤森 泰司

ふじもり・たいじ 家具デザイナー

1967年生まれ。91年東京造形大学卒業後、家具デザイナー大橋晃朗に師事。92年長谷川逸子・建築計画工房入社、インテリアや家具デザインを担当。99年に藤森泰司アトリエ設立。家具デザインを中心に建築家とのコラボレーション、プロダクト・空間デザインを手がける。近年は図書館などの公共施設への特注家具をはじめ、アルフレックス等のハイブランドの製品から、オフィス、小中学校の学童家具まで幅広く手がけ、スケールや領域を超えた家具デザインの新しい在り方を目指して活動している。桑沢デザイン研究所、武蔵野美術大学、多摩美術大学、日本工業大学非常勤講師。

## 震災がもたらした価値観の転換と 日本のものづくり。

————— 山田 遊

やまだ・ゆう バイヤー

1976年生まれ。南青山のIDEE SHOPのバイヤーを経て、2007年、method(メソッド)を立ち上げ、フリーランスのバイヤーとして活動を始める。現在、株式会社メソッド代表取締役。デザイン、ファッション、アート、工芸、食などジャンルを問わず、店づくりを中心とした活動を展開。主な仕事に、国立新美術館ミュージアムショップ「スーベニアフロムトーキョー」、羽田空港第二ターミナル、東急プラザ表参道原宿「Tokyo's Tokyo」、リサイクルショップ「PASS THE BATON」などのプロデュース、「APEC JAPAN 2010」参加首脳への贈呈品の選定協力、「国際通貨基金(IMF)・世界銀行年次総会」記念品等の選定協力などがある。

## 定着してきた「富山＝ デザイン、クラフト、 ものづくり」というイメージ

私はフリーランスのバイヤーとして、モノのつくり手と小売店を結びつける仕事をしています。通常バイヤーは、特定のお店や小売業を営む会社に属し、その店の方針に基づいた買い付けをしますが、私の場合はいろいろなお店のバイイングをさせていただいているので、Aという店に合わなくても他のB、Cの店には合うかもしれない…そういう多様な基準でモノを見ることができているのが、私の持ち味ではないかと思っています。

バイヤーとして能作さんの商品などはずいぶん前から扱っていましたが、富山との本格的なお付き合いは、2011年に富山プロダクトデザインコンペティションの審査員に呼んでいただいてからです。以来、2ヶ月に1回程度の頻度で定期的に訪問しながら産地を訪問したり、デザイン関連のプロジェクトへのアドバイスなどをさせていただいています。

仕事で全国各地を訪れますが、富山県は長年にわたり「デザイン」に取り組んできた歴史を持つ自治体です。全ての自治体のデザインセンターを見たわけではありませんが、富山県の熱心さは他の自治体に例を見ないもの。デザインコンペティションや富山ブランド認証事業などの活

動を継続することによって、我々プロの間では「富山＝デザイン、クラフト、ものづくり」というイメージが定着してきているように思います。

仕事から全国のいろんな産地を訪問する機会があるのですが、多くの産地は高齢化しています。ところが富山県の場合は、若い人も多い。これにはおそらく、デザインやものづくりを扱う大学など教育機関の存在が大きな影響を与えているのではないのでしょうか。単純にものづくりの現場を活性化させるだけでなく、若い人を教育し育成していく「学」の存在が富山の強みになっているのではないかと思います。

## 震災がもたらした 価値観の転換

かつてバブルの頃は、海外ブランドなら何でもかんでもありがたがるような風潮があって、日本国内のものはその陰に隠れてしまうような時期もありました。近年になって「日本のものっていいよね」と認識してもらえるようになったことは良いことだと思っています。かつては、例えば高岡でつくられたものが海外ブランドと比べてもいいと評価される日が来るとは考えられなかった。それはつくり手の努力の賜物なのですが、消費者の間でも「いいものはいい」とする目は、市場全体からすれば未だ少数派ですが、確かに育ってきているよう

に感じます。

あと私が思うのは、2011年の震災以降の価値観の転換です。それ以前のいろんなものが信じられなくなった。それゆえひとつのモノを前にしたとき、それは「誰が」「どういうふうにつくって」「どうしてここにあるのか」という本質的な問いが生まれているのだと思います。それは消費者の成熟でもあるのですが、自分が買うもの、手にし、口に入れるモノの背景はどうなのか—これらに消費者の関心が向かうようになってきた。日本のものづくりへの評価が高まってきた背景には、こうした意識の流れがあるように思います。震災がもたらした大きな社会の動きは、私が取り扱う小さなモノの中にも、確実に影響を及ぼしています。





# TOYAMA DESIGN

伝統工芸・ヘルスケア・ロボット分野における今と未来のものづくり

【期間】 2015年11月10日(火)~15日(日)

【会場】 AXIS SYMPOSIA (アクシスシンポジア/AXIS地下1階)

富山県は、国内有数の産業集積地として長い歴史を持ち、その実績が高く評価されています。その富山県で、次世代を担う産業として期待されているのが、「伝統工芸産業」「ヘルスケア産業」「ロボット産業」の3分野。この3分野で革新的なビジネスモデルを展開している県内企業の取り組みを広く紹介するイベントが東京で開催されました。

イベントは展示会、交流会、シンポジウムの3本立てで行われ、上記3分野における県内のリーディングカンパニーによる展示や、各界の第一人者、企業関係者によるトークが行われました。

【シンポジウムモデレーター】

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



富山プロダクツ選定商品の中から「建材」「エコ」「福祉・健康」「日用品」関連の商品も展示。



交流会には富山県知事石井隆一も出席し、参加者との交流を深めました。



3分野において革新的なビジネスモデルを展開している富山の企業の取り組みを紹介。

## 次世代の伝統工芸産業： 伝統と革新・現代に合った新しい取り組み

富山県には、先人から受け継いだ技と心をいかにしながら、新しい技術や素材を取り入れ、現代のライフスタイルにあったブランド開発や製品づくりを積極的に行っている多くの企業があります。高岡の地で仏具製造に携わってきた株式会社能作は、仏具製造で培ってきた伝統の鑄造技法を継承しながら、インテリア雑貨など現代的な製品づくりにも着手。近年ではシリコン鑄造など新たな技法開発や、医療分野のものづくりにもチャレンジしています。

### 新分野へのチャレンジが、 未来の伝統工芸を創る

能作 克治 (のうさく・かつじ)

株式会社能作 代表取締役社長



伝統産業は90年代をピークに衰退の一途を辿っています。なぜ衰退していったのか。その理由は、例えば日本の家屋から畳の部屋が減ってきているにもかかわらず畳の部屋向けの製品しか作ってこなかったように、市場の動きと乖離してしまったから。つまり「伝統」産業は、市場も「伝統」的だったのです。

また伝統産業は生産工程が細かく分業化されており、自分が手がけたモノが製品となったとき、どんなユーザーにどのように使われているのかが見え難い。だから何をつくればいいのか分からない。こうした要因が重なり合って、衰退していったのだと思います。

能作も伝統の鑄造技術で仏具、茶道具、花器などを製作してきたのですが、その転機は10数年前にやってきました。私たちの製品を見た店員さんが「これを使って風鈴を作っては？」とアドバイスしてくれたのです。その風鈴は、今日も売れ続けるロングセラー商品となっています。商品開発には、実際に店頭で売っている店員さんの声、素材の持ち味、時代を取り入れたデザイン、そして的確にユーザーのもとに届けるための流通が必要となってきます。私たちが国内外に直営店を出したり、積極的に展示会に出展するのもそのためです。

その後、私たちはバイヤー・店員さんの意見をヒントに錫の食器の開発に挑みました。錫は抗菌機能に優れた素材。展示会でアピールしたところ、「これで手術道具を作れないか」との問い合わせがあり、それをきっかけに医療分野や介護などヘルスケア分野での商品開発にも乗り出しています。

市場やユーザーの声を聞き取り、つねに自らを変えていく。伝統とは守るものではなく攻めるもの。新しいモノやコトへのチャレンジが、未来の伝統産業を作るのだと思います。

### 次世代の伝統工芸産業 — 未来を担う若い職人たち

指田 京子 (さしだ・きょうこ)

一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会



日本各地には今、日本だけでなく世界の人からも愛される伝統工芸品を作っている若くして若い職人たちがたくさん活動しています。雪晒(ゆきさらし)という伝統技法が特徴の越後上布を伝承しているのが、中島律子さんです。お父様が四代目の機屋さんで、組合の後継者育成の事業によって伝統の技を身につけられました。一年に一反ほどの織物を作っていたら、徐々に世に知られるようになって来ました。

伊万里有田焼の窯元の家に生まれた川副隆彦さんは、イタリアのパティシエとコラボレーションして作品を発表したり、伝産アカデミーで学んだりしながら、新たな道を拓いていらっしゃいます。鎌倉彫の若手の木内史子さんも、老舗に生まれお母様の技を受け継いでおられます。作品づくりと並行して茶の湯をずっと勉強してこられ、その成果を新しい作品づくりに活かしていらっしゃいます。女性では珍しい、山中漆器で轆轤(ろくろ)を挽いている木地作家の山田真子さん。輪島の漆器研修所で学ばれたのですが、漆器のもととなる木地に興味を持ち轆轤師の道を歩み始めました。車のホイール状に加工した木地をカットし再構成する独自の技法を生み出しています。刃物鍛冶の森田直樹さんは大学時代に彫刻を学んでいたのですが、金属加工に魅せられ、全国の刃物産地を訪ね歩きました。播州三木の産地で、かつて名工と言われた千代鶴貞秀の名を継ぐ鉋鍛冶がいることを耳にし、弟子入りしたのです。以来10年間、一歩も外に出ずに技を習得されたということです。

このように未来を担う若い職人たちが様々なジャンルで育てられており、「伝統工芸青山スクエア」を通じて、彼らの活動に接することができるのは、私にとっての大きな喜びでもあります。



## 富山の水を活用したヘルスケアと ビジネスチャンスの創出

「くすりの富山」と言われるように、300余年に及ぶ薬の伝統がある富山県。また北アルプス立山連峰からの雪解け水や、水深1,000メートルの深海が広がる富山湾など、良質で豊富な水に恵まれています。これら製薬の伝統と水資源を活かし「美と健康」をテーマに多彩な商品を世に出している五洲薬品株式会社の取り組みを紹介しながら、「水」を活かした「美と健康」マーケットへのアプローチを、お二人に語り合っていました。

### “高度差4,000メートルの水資源”を 活かした商品開発

藤井 侃 (ふじい すなお)  
五洲薬品株式会社 代表取締役社長



今日のようにペットボトル入りの水などなかった1977年、当社は「アルプス精水」という商品名で富山県の水を売り出した経験があります。飲料水業界の中でも特に早い取り組みでした。

きっかけは、薬は水で飲みますが、その時の水の品質にもこだわらなければならないと考えたからです。水質悪化が言われていた首都圏などで売り出しました。あまり売れませんでした(笑)。「アルプス精水」は今日3,000億円とも言われている水マーケットへの先駆的な商品となりました。

富山は、標高3,000メートル近い北アルプスから、深さ1,000メートルの富山湾という自然に恵まれており、当社ではこの「高度差4,000メートルの水資源」を活かした様々な商品開発を進めています。

例えば硬度50の軟水から硬度1,500の超硬水まで5種類のシリーズ商品とした「ミネラルヘルシー」もそのひとつ。これは富山湾の海洋深層水から独自の技術で抽出したミネラル分を、雪解け水が伏流水となったまろやかな軟水に加え、硬度を調整した硬度別ミネラルウォーターです。コーヒーや料理向け、スポーツやダイエット中にと、ライフスタイルに応じて選んでいただける商品としました。

他にも、富山湾海洋深層水塩とにがりだけでつくった入浴剤、海洋保湿成分を配合したソープ、化粧水、介護や育児などでお使いいただける清拭用洗浄水なども製品化しています。海洋深層水は健康や美肌に有用な成分を多く含んでおり、今後様々な活用方法が考えられるでしょう。

「富山の資源をいかに美容と健康に結びつけるか」をテーマに、これからも人々のお役に立てる商品を世に出していきたいと考えています。

### 富山は“水の王国”。 水をテーマとした 産業デザインに期待

渡辺 和博 (わたなべ かずひろ)  
日経BP社日経BPヒット総合研究所上席研究員



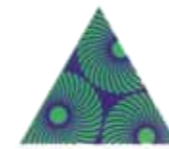
富山県を旅すると、まさに「水の王国」だなと実感できる。水が良いためか、美肌の人も多いような気がします。

五洲薬品さんが素材として活用している「海洋深層水」とは水深200メートルよりも深い海水のことで、それより上の表層水と交じり合うことなく清浄性に優れミネラル分が豊富、水質も安定しています。日本で海洋深層水を取水できる場所は、本州では岩手、神奈川、静岡、兵庫など6~7ヶ所。そのうちの2ヶ所(入善町、滑川市)が富山県にある。太平洋の深層水は大きく循環していますが、溜池のようになっている日本海は循環しないのが特徴。中でも「藍甕(あいがめ)」と呼ばれている富山湾の深層水は、太平洋の平均水温8℃に比べ2℃と低く、高い清浄性を保っています。

この深層水の「海の水」と、立山連峰の「山の水」、その伏流水が湧き出る「陸の水」—五洲薬品さんの「ミネラルヘルシー」は、これらを有効に活用し上手に商品化した一つの事例だと思います。

『日経トレンド』のヒット商品ランキングを見ていると、ここ数年のトレンドとして次の2つがあります。ひとつは「30~40歳代の働く女性に売れないものはヒットしない」ということ。もうひとつは「60代半ばに差しかかった団塊の世代のニーズにいかに応えるか」ということ。前者のニーズは「美容」、後者は「健康」と言えるでしょう。

富山県は、藤井社長も委員を務めておられる「とやま21世紀水ビジョン推進会議」などを中心に官民上げて水資源の活用と保全に取り組んでいます。水を通して、ものづくりだけでなく観光なども含めたこれからの産業振興に期待したいと思っています。



## ロボット産業の未来を見据えて： サービスロボット、移動ロボット、 産業ロボットのいまとこれから

富山県には、金属加工、機械製造、電子部品・半導体製造など、ものづくりの歴史が蓄積されています。その経験と知識を活かし、次世代の成長産業の柱として期待されているのがロボット産業です。富山県でも産業ロボットや福祉ロボットの製造が既に始まっています。

### ハイテクと人の手がつくり出す クオリティ

柴田 崇徳 (しばた たかのり)  
産業技術総合研究所人間情報研究部門上級主任研究員  
MIT高年齢研究所客員フェロー  
パロの開発者



ロボットと言いますと、工場などで生産に使われる「産業用ロボット」が一般的だと思いますが、今、「サービスロボット」が新しいロボットの分野として少しずつ生活の中に取り入れられようとしています。皆さんもご存知のお掃除用ロボットは、もう既に普及期に入ってきていますね。アメリカなどでは手術用ロボットが病院などで多く使われています。

サービスロボットは、人の力や仕事を支援する物理的なサービスを提供するものと、人の心に働きかけ心理的なサービスを提供するものという2つに分けることができます。

「パロ」は心理的サービスを提供するアザラシ型のロボットで、「ペット」と医療福祉での「セラビー」の役割を持つものとして開発されました。研究開発を開始したのは1993年で、現在のパロは第9世代になります。2002年にはギネスブックから「世界一の癒しロボット」として認定を受けました。

パロの内部には最先端のAI(人工知能)や、聴覚、視覚、触覚など様々なセンサーが採用されており、いわばハイテクの塊です。しかし一方で毛皮などはハンドメイドで作っており、表情も一体一体異なっています。

製造している富山県南砺市は、伝統工芸の長い歴史がある一方で今日では機械や電子産業が盛んな地域。パロを作っている工場には、ハイテクの組立ラインと、人が手作業をするラインが同居しています。仕上げの顔の毛のトリミングは、2時間も時間をかけて、心を込めて丁寧に作り込んでいます。無駄な作業と思われるかもしれませんが、そこにクオリティが生まれるのだと思っています。そのクオリティが受け入れられて、人に喜びをもたらすのだと思います。

### 「モノづくり」よりも「モノゴトづくり」で 未来を創る

古田 貴之 (ふるた たかゆき)  
千葉工業大学 常任理事  
未来ロボット技術研究センター所長



私のテーマは、新たなロボット技術と産業の創造。これまでもヒューマノイドロボット「morph3」や、自動車技術とロボット技術を融合させた「ハルキゲニア01」、原発災害対応ロボット「櫻式號(サクラニコウ)」など、産学連携で様々な開発に携わってきました。しかし私にとっては、ロボットやロボット技術あるいはモノそれ自体よりも、それらを通じて「何をやるのか」、それが一番重要なことなのです。良く言うのですが「モノづくり」よりも「モノゴトづくり」だ、と。モノはツール(道具)です。それを使ってどう世の中を変えるのか、未来を創るのか。

例えばアイシン精機がデザインし、我々が開発した「ILY-A(アイリーエー)」があります。これは利用シーンに応じて形態を変えるモビリティで、ロボットのトランスフォーム技術を活用し、知能化安全技術を搭載した未来の乗り物です。ILY-Aは電動で動く3輪形状で、最高速度は10km/h。利用シーンによって4つの異なるモードに変形させられます。このトランスフォームによって、電車やバス、自動車や自転車など既存の交通機関と組み合わせることもできる、いわば「次世代の足」とも言えます。

このILY-Aプロジェクトで私が目指したのは、モノを作ることではなくて「新しいライフスタイルの創造」でした。人とモビリティの新しい付き合い方を提案することで、若者から老人まであらゆる世代の人々の行動の範囲を広げたい。そして結果として、世の中の活性化に寄与するということでした。したがってプロジェクトの範囲はILY-Aという製品にとどまらず、交通法規など社会システムにまで及びます。

世の中を変える新しい価値は、モノにとどまらずモノゴトづくりへの志向の中から生まれてくるものではないでしょうか。



# とやまデザイン&ビジネスフォーラム

地域特性とデザインを活かしたビジネス展開の在り方

【日時】2015年12月15日(火)

【会場】富山国際会議場 3Fメインホール

## 基調講演

### 拡張するローカリズム

ー伝統を活かしたデザイナーー

#### 伝統技法で 新しいデザインを創る

富山県は、伝統工芸やデザインに力を入れている県として全国的にも知られており、私自身も仕事で富山の工芸作家の方々とコラボレーションすることがこれまで何度かありました。伝統技法を受け継いでいる職人さんたちと一緒に仕事しながら現代と未来に繋ぐ、そのようなデザインを目指しています。

日本にはいろいろな技術が伝承されていますが、最近私が注目しているのは「土」です。神戸の北、三田市にあるチョコレートショップでは、店内の床、天井、壁、家具、什器…すべてを土で仕上げました。土を厚く塗り掻き落とすなど、「左官」職人に伝えられているさまざまな技術を駆使し造形したものです。テーブルやカウンターは、泥団子を根気よく磨いていくとピカピカになる、あの手法で造りました。水もしみません。



#### 日本のスタイルを掘り起こす

昔ながらの子供の遊び道具には、デザインへのいろんなヒントが隠されています。例えば「折り紙」がヒントになって生まれた「ミウラ折り」は宇宙工学の分野の技術開発にも活かされています。

東京ビッグサイトで行われた「インテリア・ライフスタイル・リビング」展では、「あやとり」をモチーフに会場をデザイン。このコンセプトは翌年開催されたドイツのデザイン見本市「アンビエンテ」ジャパンの会場でも展開しました。それまでの「日本＝侘び寂び、ミニマル、禅的シンプルさ」というイメージを打ち破り、歌舞伎や浮世絵、お祭りに見られる華やかな「もうひとつの日本」のイメージを伝えました。



#### 伝統技法とハイテクの融合

例えば国の伝統的工芸品に指定されている秋田の「曲げわっぱ」と、LEDによるライティングオブジェは、そんな融合の一つの事例です。通常曲げわっぱは箱状や筒状

【基調講演者】  
橋本 夕紀夫 (はしもと・ゆきお)  
インテリアデザイナー／東京工芸大学教授



になります。この製品は一枚の板が繋がることなく「の」の字を描く。この形状をつくり出すために、職人の高度な技術が用いられました。長年受け継がれてきた伝統的な技術と、ハイテクLED照明とのコラボレーションから生まれたデザインです。



#### 見つけ出し、組み合わせ、 発展させる

出店する国や地域の伝統文化を取り入れた運営を行いたいという外資系ラグジュアリーホテルのオーダーに応えるため、日本の「おもてなし」を表現。日本伝統の千本格子や左官による版築の壁、他にも木工、漆、石工、和紙などの伝統技術を受け継ぐ職人たちとのコラボレーションとなりました。

以上、いくつかの事例で紹介してきたように、私たちがやっていることは何も無いところから新しいものを創るのではなく、伝統や地域性を見直し、そこからモチーフを見つけて出し、組み合わせながら発展させていくという方法です。私たちの身の周りにはある豊饒性の中に、新しいデザインへの可能性があると見えます。

## パネルディスカッション

### デザインを通じて、アジアから世界市場に向けてどのような価値を届けるか

【パネリスト】



鄭 國鉉 (GHUNG KOOK HYUN)  
ソウルデザイン財団 前経営団長



陳 文龍 (CHEN WEN LONG)  
台湾デザインセンター 執行長



橋本 夕紀夫 (はしもと・ゆきお)  
インテリアデザイナー／東京工芸大学教授



李 英恵 (LEE YOUNG HYE)  
デザインハウス 社長



李 政宜 (ALAIN LEE)  
Pegatron Corporation デザインディレクター



大矢 寿雄 (おおや・としお)  
富山県総合デザインセンター 所長



【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

#### 各地域からの報告

鄭 かつてサムスン電子の会長は「21世紀は文化の時代である」と宣言し、知的財産が企業の価値を決める時代になると語りました。「企業が単に製品を売る時代は終わり哲学と文化を売る時代となる」と。そしてその後、新たなブランド価値創出のためのデザイン投資に力を注ぎ、その結果として現在のサムスン電子が生まれました。

デザインは企業経営にとっても地域づくりにとっても重要なキーワード。アジアの時代を迎える今、富山・韓国・台湾それぞれの文化の違いを可視化し、それぞれの価値を世界に伝えていきたい。2018年には韓国で冬季オリンピック、20年には東京オリンピック、22年には北京で冬季オリンピックが開かれるが、アジアの文化を発信する絶好の機会となるだろう。富山がその先頭をきって行く役割を担うことを期待したいと思います。

李英恵 私は韓国でデザイン、文化、アートを中心に多様なテーマで多数の雑誌を発行しています。これらの出版を通じて消費者のレベルを高めていくことが私たちの役割だと思っています。また「ソウルリビングデザインフェア」や、若手デザイナーのための「ソウルデザインフェスティバル」などイベントも開催。富山県もブースを出展され(P16で紹介)、それを契機にお付き合いが始まりました。

アジアの私たちには「箸」や「漢字」と

いった共通の文化があります。これと一緒に世界に発信していきたい。孔子が唱えた「文質彬彬(ぶんしつひんびん)」という言葉があります。外面の美しさと内面の本質がバランスをとり調和しているというこの言葉のもとに私たちが結束し、世界に向けて声を合わせて発信していくことを提案したいと思います。

陳 私がCEOを務める財団法人台湾デザインセンターでは、デザインによって良い質の製品を作り、良質のライフスタイルを提案し、産業振興を図るという目的のもと、デザイナーの育成だけでなくマーケティングやブランディング、国際的な視野を持つキュレーター育成などに取り組んでいます。またデザイナーと伝統工芸家のコラボレーションによる製品づくりや、先進のテクノロジーを活用しての伝統工芸作品の量産化などにも力を注いでいます。

先ほど李さんが「箸」の文化の共通性に言及されました。その発言に深く同意するとともに、同じ箸でもそれぞれの地域や文化によって太さや長さが違うことに気付かされました。同じ物の中に違うものがあり、違うものの中に同じものを見つけていることができる。こうした文化をベースとした地域間の連携を、これからはもっと推進する必要があると思っています。

李政宜 いま世界ではeコマースなどの登場に象徴さ

れるグローバル化によって、デザインや製造のシステムも急速に様変わりしています。伝統や価値観、文化も同じです。こうした現在におけるソリューションのひとつが、TGAL(Think Globally Act Locally=地球規模で考え、地域に根ざし行動する)というキーワード、すなわちグローバル化だと考えます。

日本の無印良品は、グローバル化の優れた事例のひとつです。木製品加工など日本の伝統技術を活かしながら世界的なデザインのレベルを製品として実現している。私たちも、例えば台湾の地場産業である「竹」を素材にモダンなデスクライトを開発したり、炭素繊維という先端素材を手作業を交えた鍛造技術で加工するなど、グローバル化をキーワードとした取り組みを始めています。富山・韓国・台湾の未来に向けて、三地域間でのグローバル化の知識の共有と協力を促していきたいと思っています。

大矢 富山県の産業特性とデザインへの取り組みをご紹介します。富山県は歴史あ





る数々の伝統工芸、製菓や電子・電気・機械をはじめとする先端産業、そして立山から富山湾に至る豊かな自然資源に恵まれた地域です。これらの資源を地域振興に活かすため、デザインセンターでは①伝統工芸産業、②ヘルスケア産業、③ロボット(先端技術)産業という三つの切り口で、デザイン支援を行っています。こうした活動を通じて、国内外7,000人以上に上るデザイナーとのネットワークが生まれ、海外市場からも評価される製品づくりや、伝統産業の技術による医療器具の開発といった新しい試みもなされるようになってきました。いまテーマとしているのは「デザイン領域の拡大」。モノだけでなく背景にあるコトやストーリーもふくめてデザインしていく必要がある。すなわち「ブランド開発→企画開発→技術開発→デザイン開発→プロモーション開発→販路開拓」という一連のプロセスに関わり支援していきたいと考えています。

### 【今後の連携の可能性について】

**桐山** それぞれの国と地域で、次の扉を開けようとして取り組んでいる熱意がひ



しひしと伝わってきました。富山県は中小企業が多い県。そういう環境の中でブランドというものをどう考えるべきか、またどんなビジョンを持って臨むべきかを、鄭さんと陳さんにお聞きしたい。

**鄭** 先ず必要なのは人材育成だと考えます。人材育成のプログラムがないと、地に足がついた活動とはならない。外部デザイナーを利用することには限界があるので、地元から人材を発掘して育てることが必要だと思います。

**陳** 台湾の自転車メーカーはユニークなやり方をしています。もともとは部品の会社でしたが、自社部品を中心に他の部品メーカーなどとチームを組むことで「ジャイアント」という世界的なブランドを作り上げました。部品メーカーが産業チェーンを組むことでひとつのブランドをつくっているのです。他社との連携、統合によって価値をつくることも重要だと思います。

**李英恵** プロジェクトごとにチームを編成し、その中でブランドをつくっていく方法もあるでしょう。私たちも200名の母親が集まって製品をつくるプロジェクトを韓国で行っています。

**橋本** 李政宣の作品を見て、そのクオリティの高さに驚きました。伝統的な素材を使って洗練されたものに仕上げているのは本当に難しい。特に竹は難しい。我々も見習いたい仕事だと思います。

**李政宣** 私の作品を富山の美術館に入れていただければ、至上の喜びです(笑)。私たちは日本の職人の精神というものを、

私たちのブランドの中に尊敬の念をもって反映しようとしています。妥協の無いものづくりを求めていきたいと思っています。

**陳** デザインはターゲットを考え、需要を見込み、消費者を感動させるに足る品格を持たせることを考えねばなりません。またターゲットがそれぞれ求めるものを満足させることが重要です。

**桐山** プロモーションやイベントについてのご意見をお聞きかせ下さい。

**李政宣** 今後は富山・韓国・台湾一緒になって世界にPRしたい。三地域で、例えば「プレミアム」といったコンセプトでブランドを語り合えるような機会を持てれば。ひとつの哲学をつくり、世界にアピールしていければと思います。

**大矢** 富山ではものづくりの現場を見てもらう「産業観光」への取り組みが各企業レベルで進んでいる。これもひとつのプロモーションだと思います。

**橋本** 以前、高岡市のクラフトのイベントに参加したことがあります。イベントをイベントで終わらせるのではなく、それが日常になるように定着していくことが大事だと考えます。

**桐山** 今日は皆さんのお話から、コ・クリエーション\*の大切さ、三地域が一緒になって新しい価値を模索し世界に発信していく時代が来ているのではないかと思います。今日はありがとうございました。

\*コ・クリエーション(Co-Creation): 多様な立場の人たちが情報を交換しながら新しい価値を生み出していくこと。「共創」とも言う。



## 日本が誇るべき優れた地方産品

【期間】2015年11月5日(木)~8日(日)  
【会場】高岡山瑞龍寺

優れた地方産品を発掘・選定し、世界へ発信する経済産業省の事業「The Wonder 500」が、高岡山瑞龍寺で開催されました。事業は「ものづくり」「食」「観光」の3分野で世界に知られていない魅力ある品を合計500点を選定し「未知なる驚き」という意味を込めた共通ブランド「The Wonder 500」として世界に発信していこうというもの。会場となる瑞龍寺には342点が展示紹介されました。6日には、作り手とバイヤー約100人が参加する交流会があり、発掘プロデューサーとしてプロジェクトに参加した桐山登士樹による基調講演が行われました。

### 基調講演

## 海外進出成功に向けて—モノとコト

**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

### 【モノからコトの時代へ】

日本にはモノが溢れています。これからモノをたくさんつくることよりも、それをどう使うか、モノとモノとの関係性をどのように育んでいくのかという「コトの時代」になったと思います。茶の湯には道具を選定する「見立て」があります。いわばキュレーションということですが、この時代のどこにスポットを当てどのように展開していけば、新しい機会や価値が生まれるのかを考えていかねばなりません。

和食などをそのまま海外に持って行ってもすぐには売れない。10年20年という長い時間をかけ啓蒙しながら世界に伝える必要があります。日本への理解を深めていく地道な活動が必要とされる分野です。③最後は「New」というカテゴリー。世界のライフスタイルはこの10年で大きく変わりました。ネット社会がもたらした変化です。世界中でリアルタイムに情報を共有することで新しいライフスタイルが生まれており、そのスタイルに適合したものをつくっていかねばなりません。伝統を活かしつつも、先進技術などとの融合を図り、組み替えながら新しい価値を創造して行くのです。

ミス・ファン・デル・ローエは「神は細部に宿るGods in the details」と言いましたが、日本の秀逸なプロダクツはまさにこのミスの言葉どおりです。こうした展示会への出展がきっかけとなって、富山県の能作さんをはじめ幾つもの企業が海外でのビジネスを始められています。

### 【3つのカテゴリーで伝統産業振興を考える】

私は伝統産業の振興を考えると、3つのカテゴリーがあるのではないかと考えています。  
①作家による作品や、巨匠の手による美術品、美術工芸品など「Top of Brand」あるいは「Top of 伝統産業」の世界。これまで百貨店やギャラリーなどが担ってきた世界ですが、これを現代という時代の中でもう一度捉え直す必要があると思っています。  
②日本の歴史や生活文化に根ざした「Traditional」のカテゴリー。例えば箸や

### 【海外進出へのきっかけとなる展示会】

私は2007年から3年間、パリで日本の職人芸・伝統技術を知らしめていく展示会をプロデュースしたことがあります。初年度は「JAPAN STYLE」というタイトルのもと、「伝統・技術とデザインのコラボレーション」をテーマに展示を実施。次年度のテーマは「In the Details」。日本のものづくりは「細部へのこだわり」「仕上がりへの執着」「磨き抜かれた技」です。建築家

### 【海外展開への3つのポイント】

こうした展示会での経験から、海外展開には3つのポイントがあると考えます。先ずは「デザイン性(美的、驚き)」。モノづくりを極めた果てに到達する「洗練」です。次いで「インターナショナルスタイル」。つまり世界の人びとに理解してもらえるモノであるかどうか。最後に「モノとの関係性」。それは使われるモノであるか。使われることで喜びをもたらすコミュニケーションを生むことができるか。日本プロダクツ振興のためには、モノ自体の力に加え、その価値を編集しPRし啓蒙する、バイヤーとのコミュニケーションも含めた流通を開発する…などの「コト」の力も必要とされています。

## ソウルデザインフェスティバル 2015 TOYAMA STYLE

【期間】2015年12月2日(金)~6日(日)  
【会場】COEX内 HALL B (大韓民国ソウル特別市江南区三成洞)

【出展協力企業】  
天野漆器(株)、(株)織田幸銅器、(株)タカタレムノス、(株)竹中銅器、(株)能作、(株)二上、(株)山口久乗、(株)リッチェル、usuiworks(株)、(株)KANAYA

富山県では、海外デザイン交流の一環として、韓国ソウルで開催されるデザイン展「ソウルデザインフェスティバル 2015」へ初出展し、「県内企業とデザイナーのコラボレーションから生まれる富山生まれのデザイン」を韓国デザイン関係者にアピール。また、韓国の大邱慶北デザインセンターと協力し、富山県のデザインの取組みや富山プロダクツを紹介しました。



## 蓮池 楨郎のイタリア52年間 時代を、デザインを読む



【期日】 2015年11月17日(火)  
【会場】 富山県産業高度化センター 2F会議室

ミラノ在住52年になる蓮池楨郎氏は、これまでチョコレートからエンジンまで、2000点もの商品をデザインした世界のトップデザイナーとして知られています。また、自らバッグの専門会社「MHWAY」を立ち上げた起業家の顔も併せ持っています。今回、黒部にルーツを持つことから、人一倍富山県に愛着を持つ同氏に、お話を伺う機会をいただきました。

### 私のデザイン活動

私は幼少期と少年期に、合計2年間ほど黒部市に住んでいたことがあります。その時ふれあった富山の自然は、その後の私に大きな影響を与えたように思います。その後世界一周のつもりで外遊し、最初に着いた国がイタリアで、そこで働きはじめ今日に至ります。

私にとってデザインの仕事は、依頼主や生産現場などいろんな条件、制約のもとでやるもの。現実の複雑さに巻き込まれながらも、狙ったところから外れていかないようにコントロールしていくのがデザイナーの仕事ではないかと思っています。ところが今、そうしたデザインの概念が変わりつつあるように思います。

### Individualなデザイン

サローネには毎年約30万人の人が海外から訪れるなど、ミラノはデザインの中心地と言われるようになってきました。家具や照明器具などが有名ですが、その実情は次のようなものです。ミラノ郊外には4~5人程度で家具を作る何百という工場が集積している地域がある。家具は比較的簡単に手作りのできるため、デザイナーは案を持って行きプロトタイプを作ってもらってサローネに出展する。その中から雑誌に取

り上げられるような作品が現れる一つまりデザインというものは一人で作り、個人のブランドとして世に出る。そんなindividualなデザイン環境となっています。サローネにはこうした若いデザイナーのためにサテリテ(Sattelite=衛星)というブースがあって、自分でデザインし作って持って来る。そんなデザイン・製作スタイルが若者たちの仕事の主流となっています。1980年代にポストモダンのムーブメントが起きた時、デザイナーたちは「大量生産には興味ない」「プラスチックは使いたくない」と唱えました。そして今、手づくりや小規模な製造業者を使って最後まで自分の意を通そうとするデザイナーたちが現れてきました。

### デザイナーの過剰—カオスの力

もうひとつの現状として、デザインおよびデザイナーの概念はインダストリアルやファッション、グラフィック分野だけではなく、ヘアやフード、ケーキ、タトゥーなど多様な分野に広がりつつあります。

その背景にあるのは、イタリアにおけるデザイナーの過剰という状況です。例えばミラノのポリテクニコ(理工科大学)だけで1,500人がデザイン部門に入学するなど、ミラノだけでも毎年2万人を超える大量のデザイナーが輩出され「イタリア人総デザイ

### 蓮池 楨郎 (はすいけ・まきお) デザイナー

1962年東京芸術大学卒業。セイコーにてデザイナーとしての第一歩を踏み出し、64年開催の東京オリンピックのための時計(20種)のデザインを手掛ける。63年よりイタリアにて様々な分野のデザインに携わり、68年イタリア国内でも初期のインダストリアルデザイン事務所の1つとして数えられるMakio Hasuike Designを開設。82年バッグとアクセサリーの製造会社であるMHWAY創設。インダストリアルのみならず、グラフィック、パッケージ、ショップ、展覧会といった幅広い領域のデザインを手掛け、以降30年以上にわたってイタリア国内外を問わず様々なプロジェクトを成功に導いてきた。これまでに数多くの作品がコンパッソ・ドーロ賞、デザイン・プラス、BIO賞等を受賞しており、いくつかの作品が、ニューヨーク近代美術館、エッセン工業美術館、ミラノデザインミュージアムの永久収蔵品となっている。

ナー」の様相を呈しています。一種のカオス的な状況が生まれ、前衛やトレンド、理論よりも現実のほうがはるか先を走っているような状況が生まれています。多様な価値観や方法が混在し、しかしそれらは大きなエネルギーとなって「次」を生み出しています。

### 完成というものがない、それがデザイン

このような状況が良いか悪いかは問題ではありません。混沌の中からは、確かに「次」は生みだされており、そのエネルギーこそ一番大事なものだと思っています。

デザイナーの仕事とは「次への刺激」の創出であり、その意味で「完成というものがない」のがデザイナーの仕事ではないかと思っています。

今ヨーロッパは、パリの銃撃事件、シリアなどからの難民、若者の失業など様々な大きな問題に直面しています。その中でデザインが美や享乐的なこと、繊細な事柄だけを追究するようなもので果たしていいのだろうかと考えざるを得ない現実もあります。

以上、イタリアとミラノの状況をお話ししました。今日はそのまま尻切れトンボの状態で終わりたいと思います。というのはデザインというのはそういうものであると思うからです。

## 東京在住のデザインディレクターが 富山に通う理由



【期日】 2015年6月12日(金)  
【会場】 D&DEPARTMENT TOYAMA

北陸新幹線と共にオープンした、ロングライフデザインショップ「D&DEPARTMENT TOYAMA」。同ショップのギャラリーで開催された富山のデザインの軌跡を紹介する展覧会に合わせて、D&DEPARTMENT 代表ナガオカケンメイ氏と、富山県総合デザインセンター・デザインディレクター桐山登士樹の対談が行われました。デザインセンター開設の背景、富山の持つポテンシャルやこれからの可能性について語り合いました。



### ナガオカケンメイ

デザイン活動家  
京都造形芸術大学教授  
武蔵野美術大学客員教授



### 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

### なぜデザインディレクターになったのか?

**ナガオカ** 最初はデザイン誌の編集をなさっていた桐山さんが、デザインディレクターへの道を歩みだしたのはどうしてですか?

**桐山** かつて「FP」(学研)というデザイン誌の編集をしていました。国内外の名だたるデザイナーが登場する雑誌でしたが1万冊も売れない。どんなに素晴らしい人を取材し一流の作品を載せても、一般の人には関心を持ってもらえないと思い知った。

**ナガオカ** 桐山さんは10万部売れなければ社会的な影響を与えるものにはならないと言っておられますね。

**桐山** 何かコトを起こすためには10万がひとつの単位になると思います。そのための方法として始めたのが、展覧会だったんです。いろいろな展覧会を企画し、ある時パオラ・アントネッリというMoMAのキュレーターと一緒に「ミュタント・マテリアルズ展」を開催しました。そこにはデザイナーだけでなく工業技術や素材に関係している人たちも来てくれて、展覧会が1~2万人の人たちを動かせる、雑誌よりも確実なメディアであることが分かりました。

### 富山県総合デザインセンターとの関わり

**ナガオカ** 富山県との関わりは?

**桐山** 1992年の12月からです。当時はバ

ブルがはじけた直後。「47都道府県デザインセンター構想」というものが提唱され、その中で唯一実現に向かって動き出していたのが富山県でした。ソニー企業の社長も務められた工業デザイナーの黒木靖夫さんが、富山県総合デザインセンターの前身となる富山インダストリアルデザインセンターの所長に就任され、私に声をかけて下さったのです。

**ナガオカ** 当時の富山県はどんな状況だったのですか?

**桐山** フリーランスのデザイナーが数人しかいず、そのことに驚きました。「デザイン立県」と言いながら、県内デザイナーがほとんどいない。これを何とかするためには、東京をはじめ全国から活躍しているデザイナーをここに連れてこなくてはいけないと思ったのです。

**ナガオカ** 先ずクリエイティブな環境を作ろう、と考えられたんですね。どうやって彼らを富山に連れてきたのですか?

**桐山** 工業製品やファッション、グラフィックなど、日本の70年代以降四半世紀にわたるデザインを一堂に展示する展覧会を企画し、その作者であるデザイナーも招いて「デザイン会議」を開催しました。そして彼らを審査委員に今日まで続けている「デザインコンペ」を開いていき

ました。  
**ナガオカ** そうして1999年、富山県総合デザインセンターが誕生するんですね。このようなデザインセンターは他にもあるのでしょうか?

**桐山** 世界を見渡しても珍しいと思います。このセンターの特徴は、試作ができるということ。CAD/CAM、マシニングセンターや最新の3Dプリンターなどの装置も完備している。ものづくりからブランド化、販路の開拓まで支援できるのが大きな特長。商品化事例も多く、国内外の市場で販売実績も積み重ねています。

### デザインの中で、富山の素地を磨いていきたい

**ナガオカ** 東京在住の桐山さんの目に、富山県はどのように映っていますか?

**桐山** 富山県には、先端産業から伝統産業まで、ものづくりのあらゆる技術と人材が揃っている。長期にわたってものづくりに関するノウハウとネットワークを蓄積してきた世界でも稀な土地。その意味でミラノに似ている。ミラノにあればたいいのことができると言われるが、富山県もまさにそう。とてもいい素地があるので、デザインとの接点をつくることで、それを磨き上げていきたいと思っています。

# ミラノサローネ2015にみる デザイントレンド



【期日】2015年5月27日(水)

【会場】富山県産業高度化センター 2F会議室

イタリア・ミラノで、2015年4月14日～19日までの6日間にわたって開催された世界最大規模の国際家具見本市ミラノサローネ。インテリア、キッチン、オフィス、バス・トイレタリー、照明機器などの新作紹介の他に、若手デザイナーのための「サテリテ」などが開かれ、世界各国からのバイヤーたちで賑わいました。今年の会場の様子やトレンドを、桐山登士樹が報告します。

## 展示会の役割が変わってきつつある

私は今回で30回目のサローネとなります。30年前と比べるとサローネの知名度も上がってきました。今年は31万人余が来場。昨年は28万人余。ヨーロッパ各国の経済状況や中東情勢などの影響を考えるとずいぶん伸びていると言えるでしょう。サローネだけでなくドイツのアンピアンテ、パリのメゾンなど、国際的なB to Bの展示会は大いに盛り上がっていますが、世界中の商材に関する情報が瞬時に得られるインターネット社会の中で、展示会のあり方も商材の確認の場であったり、人とのつながりを構築するサロン的なもの変わりつつある。出展者は、何を見せるか、ブランディングをどうするか、バイヤーやメディアなどへのコミュニケーションや囲い込みはどうか…なども視野に入れ展示会に臨むべきでしょう。見本市に出てオーケーという図式ではなくなってきたことを、改めて実感しました。

## 6つのトレンドで見る デザインのこれから

今回のサローネを振り返り、そのトレンドを6つのポイントにまとめたいと思います。

1つ目は「調和と洗練」です。かつてはシンプルモダン、ミニマリズムがひとつの潮流としてありましたが、現在は様々な色や形、

民族的な多様性などが同時に存在し、そのうちひとつを「これがトレンドです」と取り上げることはできない。そこで大事なのは多様なものの調和と、それぞれの洗練です。人間は進化してくるとより洗練されたものを求める。特に目利きと呼ばれる人々たちをならせる新しい価値や魅力を創出するには何かの研究が大事になってきます。それぞれの作り手がそれぞれの多様性の中で、素晴らしいと自信をもって打ち出せる洗練を追い求めていかねばならないでしょう。

2つ目は「ファッションメーカーの台頭」です。ブルガリアやアルマーニなどもホームファニチャーに進出してきており、その力の入れ方は半端ではない。彼らとのコラボレーションや、彼らから指名されることを目指していく方途もあるのではないかと思います。

3つ目は「アートとの境界線」です。アーティスティックな要素が強く出てきているように思いました。いい意味で形を壊す。アーティストも含めたものづくりなど、これまでのスキームを一段飛躍させることで新たな可能性が開けるのではないのでしょうか。アート表現は重要な要素になってくると思います。

4つ目は「職人技」。これは日本の強さでもあります。日本人が最も得意とする分野で、持っている技を十分に表現するのが。自動車やファッションでは、アドバンス

モデルと実際に売り出すモデルの二刀流でものづくりを展開していますが、売れるものだけに力を集約するのではなく、技の「粋」を結晶し既成の概念を外したダイナミックなモノづくりにチャレンジすることも必要ではないかと考えます。

5つ目は「レトロデザイン」ということ。成熟社会を迎えているがゆえに、原点への回帰が生まれてくる。今回はルイ・ヴィトンが80年前の建築家ペリアンの家を再現していましたが、自分たちが回帰できる場所、原点が必要とされているように思いますが、単にレトロデザインがいいというわけではなく、自分たちのルーツがどこにあるのかを考えるべきでしょう。

最後は「和モダン」。これから日本のデザインはもっと世界に出て行けるし出て行くべきです。日本のディテールにおける精妙さ精巧さは世界でトップクラス。そこに国際的な要素、モダンな要素を組み込むことができれば、世界でも高い評価を得ることができると思っています。



【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



# 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選定し、その販路拡大の支援を行っています。

## 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)エビファニーワークス代表
	茂木新之助	(株)専通クリエイティブ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



2015年 9月 2日 選定委員会  
2015年10月 1日 選定証交付  
2015年11月6日～30日 展示会

「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、富山プロダクツ2015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。

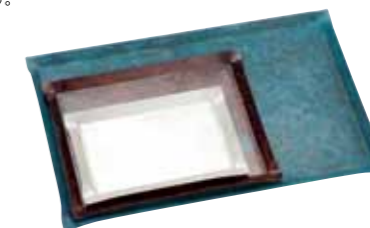
## 平成27年度 富山プロダクツ選定商品 (順不同)

★は再申請応募により、選定された商品

### tone tray square [トレイ]

(有)モメンタムファクトリー・Orii

薄い銅板製で高岡銅器の着色技法を応用した着色加工が施されている。マネートレイやお茶受け皿、ペントレイなど日常の幅広いシーンで活用できる。



【講評】着色技術からくるテクスチャーは、説得力がある。

### いちりん [一輪挿し]

(有)モメンタムファクトリー・Orii

アントニオガウディの構想した放物線状の筒型鐘(カテナリーベル)をモチーフにした一輪挿し。高岡銅器の着色技法を応用した着色加工が施されている。



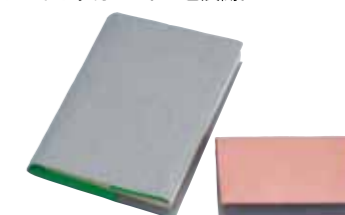
【講評】形がシンプルで、特徴的な着色がよく映える。

### FIVE CARD CASE [カードケース]

### BOOK COVER [ブックカバー]

(一財)五箇山和紙の里

顔料で染めて、こんにやく糊で揉みこんだ和紙を使った色鮮やかなカードケースとブックカバー。12色展開。



【講評】カラフルな色が新鮮で、色の組み合わせがきれい。

### テーブルクロス

(株)松井機業

2頭の蚕がつくり出す玉糸を使って織り上げた絨絹(しげぎぬ)を敷くことで、その上にのせたものが映え、料理や器をより美しく、見せてくれる。富山の柿渋で染めたキビソと交互に織り上げた。



【講評】地域性に必然も感じ、風合いのある商品になっている。

### かたり箱 [仏壇]★

(株)笠原昇雲堂

鋳物と漆器の伝統工芸技術を駆使して製作した現代の住空間に調和する仏壇。



【講評】技術の粋を結晶した商品と評価。

## キャンピングキャリー [ペット用キャリー]

(株)リッチェル

外出時にはキャリー、お家ではハウスとして使える。シートベルト固定機能付き。左右どちらからでも扉の開閉可能。ワンタッチで扉の取り外しが可能。使わないときはコンパクトに収納可能。別売りでショルダーベルトがある。



[講評] 細かな所にも色々な工夫がされ、使い易い。

## RADEN JEWELRY [ジュエリー]

(有)胡麻嶋商会

薄い虹色光沢の真珠層の色鮮やかな色彩をジュエリーに取り入れ、洗練された現代的感覚でデザインした、新しい形の螺鈿ジュエリー。



[講評] 両面に施された手技の妙に品があり、所有の喜びになりそう。

## すずがみ

(有)シマタニ昇龍工房

熟練の鍛金職人がリズムカルに「金槌で叩く」ことにより、曲げ延ばしによる劣化が少ない。折り紙のように折ったり曲げたり出来るアイテム。「金槌で叩く」技術により生まれた「自分で形づくる楽しみ」が、「すずがみ」の楽しみ。



[講評] 「伝統と革新」「分解と再構成」の代表例となる商品だと思う。

## ストール

(株)松井機業

くせのある玉糸や絹紡糸を薄く織り上げ、お肌に吸い付くようなとてもやわらかい素材に仕上げた。使えば使うほどもっとやわらかくなり、肌になじんでいく。



[講評] 手触り、薄さ、ボリューム、全て良い。

## 桐のカッティングボード、コースター

(有)小野沢家具店

桐の特徴である、軽い、乾きやすい、抗菌性に優れている等の点を生かしたデザイン性のあるカッティングボード。端面にはミルクが主成分のバターミルクペイントを塗布している。



[講評] 形状、端の塗りなど工夫を重ね機能を高めている。

## AQUARIUM#003 [靴べら]★

(株)竹中銅器

オブジェとして玄関に置けるようデザインされたアルミ光沢仕上げの靴べら。



[講評] 自立して大きすぎずちょうど良いサイズ。

## toew [トーマレーター]

(株)能作

足の指を広げるための錫100%の健康器具。曲げを使い様々な足の形にフィットさせる事が出来る。



[講評] 錫の特性を活かし、非常に良いアイデアで商品化されている。

## パロ [メンタルコミットロボ]★

(株)知能システム

人との相互作用によって、楽しみや安らぎなどの精神的な働きかけを行う事を目的としたロボット。

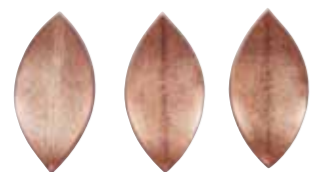


[講評] 非常にかわいく、癒しが求められるあらゆる場面に適している。

## RED&WHITE COPPER LEAF [フラワーキーパー]

(株)織田幸銅器

銅の抗菌・殺菌作用を活かしたフラワーキーパー。花瓶に入れると花が長持ちする。



[講評] 機能美があり、ちょっとしたギフトにも最適。

## S.Border Series airblock [フェンス]

三協立山(株)

ブロック塀のパターンモチーフに見通しを確保。適度な解放感と透明感を与えてくれる街に溶け込む境界フェンス。



[講評] 「ザ・ブロック」の「素」を現代にスマートに取込んだ商品。

## 虹シリーズ [おりん]

(株)山口久乗

おりんの音色のよさ、価値を見つめ直し、おりんを中心に心をゆだねる場を生み出すシリーズ。



[講評] 組合せ商品として評価できる。更なるブラッシュアップを期待する。

## 寿司そっくす [靴下]

助野(株)

見ても履いても楽しい、お寿司の形の靴下。ネタの柄は編みで表現。家族やカップルで楽しめるフリーサイズ。



[講評] 巻き方も簡単でいつでもお寿司に還元できるのがいい。

## RED&WHITE FLOWER VASE [フラワーベース]

(株)織田幸銅器

銅の抗菌・殺菌作用を活かした一輪挿し。上部に開けられた穴へ銅線を通せば壁掛けの一輪挿しとしても使用できる。



[講評] とてもシンプルな形状で、壁掛け用にもなるのがスマートで良い。

## 御祝儀袋

(有)松井機業

絨絹(しげぎぬ)の風合いを生かし、新たな楽しみ方と一つとして作った御祝儀袋。2頭のカイコの愛で包まれた御祝儀袋は贈る人もらう人の心と心をつないでくれる。



[講評] ご祝儀袋自体にも特別感が出て、もらった人の喜びが増すデザイン。

## AMiS -アミュー-

[アルミインテリア建具]

三協立山(株)

アルミの特性を活かし、スリムで大開口に対応。表面のローレットとカラーで多様なテイストに対応。布地の様なオリジナル柄パネルも設定。



[講評] 表裏の印刷を駆使したテクスチャー、透過演出が面白い。

## 心づけ袋(大)

(株)松井機業

絨絹(しげぎぬ)の風合いを生かしたお札を折らずに入れられる大きさの心づけ袋。ちょっとしたお返し、お小遣い、お世話になった方への手紙、月謝袋の代わりにも使用できる。



[講評] 記念に取っておきたいし、また繰り返し使いたいと思わせるのがよい。



# 富山ブランドを支援するための 販路開拓への試み

全国の伝統工芸品と職人たちが富山に集結する一大イベント「全国伝統的工芸品フェスタin富山」。イベントの開催にあわせて、「全国食空間コーディネートテーブル展」や「TOYAMA DESIGN WEEK 2015 巡回展」を開催し、富山プロダクツやデザイン・クラフトコンペの優秀作品を紹介しました。



## 富山県伝統工芸品展示会

～富山の食とプロダクツのある風景～

【期間】2015年7月31日(金)～8月2日(日)

【会場】トリエンナーレ美術館 1F展示室  
(イタリア・ミラノ)



### トリエンナーレ美術館で 展示会

富山県は2015年7月31日から8月2日まで、イタリア北部ミラノ市にある「トリエンナーレ美術館」を会場に『富山県伝統工芸品展示会～富山の食とプロダクツのある風景』を開催しました。同展示会は、同じくミラノ市で開催されている『ミラノ国際博覧会(ミラノ万博 期間:5月1日～10月31日)』の「富山県の日(TOYAMA STYLE)」に合わせて企画されたもの。

トリエンナーレ美術館は、「実用の美学」をテーマとする世界的な美術館で、デザイン都市・ミラノを象徴する施設。同美術館と、2017年に開館予定の富岩運河環水公園(富山市)に移転新築される県立近代美術館との連携を目指す富山県はこの機会を活用し、富山県の工芸品や富山プロダクツ商品をアピールしました。

富山県伝統工芸品展示会には、デザイン性の高い金属、布、ガラス、木製品などの工芸品を中心に50点の作品(右表)の他、陶芸家・釋永由紀夫氏(立山町)や和紙職人・川原隆邦氏(同)の作品も展示されました。会場にはミラノのデザイナーやイラストレーター、メディア関係者や観光客らが数多く訪れ、展示作品の繊細な技術に見入っていました。

最終日の2日には現地バイヤーらとの交流会が開催されたほか、ミラノ万博のため訪伊していた石井隆一知事が会場を

訪れ、同美術館アンドレア・カンチェラート館長と懇談。石井知事は移転新築する県立近代美術館について「デザイン振興を柱の一つにしたい。伝統工芸品も取り上げ人材育成の場にもしたい」と述べ、これに対しカンチェラート館長は「コラボレーション企画とかイベントの申し入れがあれば歓迎したい」と語り、両館の「美術・デザイン・伝統工芸」をテーマとした今後の親善・交流に意欲を示していました。

### 2016年の国際展へ出展 県産の伝統工芸品をPR

富山県はカンチェラート館長の勧めを受け、トリエンナーレ美術館で2016年4月2日～9月12日に開かれる国際展「21世紀、デザイン・アフター・デザイン」への出展を決定。伝統工芸品や富山プロダクツ選定商品の展示のほか、おりんや梵鐘など音によるインスタレーションも行う予定です。

## 第32回伝統的工芸品月間国民会議全国大会(富山大会) 全国伝統的工芸品フェスタ in 富山

【期間】2015年11月6日(金)～8日(日)

【会場】高岡テクノドーム、国宝瑞龍寺、イオンモール高岡、富山県総合デザインセンター

富山県の伝統的工芸品の展示販売、製作体験(有料)を開催。

### 全国食空間コーディネートテーブル展

【期間】2015年11月6日(金)～8日(日)

【会場】高岡テクノドーム

日本各地の伝統的工芸品や次世代の工芸品「富山プロダクツ」を使ったテーブルコーディネート展。



### TOYAMA DESIGN WEEK 2015 巡回展

【期間】2015年11月6日(金)～30日(月)

【会場】富山県総合デザインセンター

県内で開催されたデザイン・クラフトコンペの優秀作品を一堂に紹介。



出展品と製作企業	金属の工芸品・製品	(株)二上、北陸アルミニウム(株)、(株)KANAYA、(株)小泉製作所、(有)モメンタムファクトリー・Orii、(株)ナガエ、(株)能作、(株)織田幸銅器、(株)小泉製作所、(有)シマタ二昇龍工房、(株)タカタレムノス、(株)高田製作所、(株)竹中銅器、(株)山口久乗、(有)四津川製作所、高岡銅器(有)(以上高岡市)
布製品	富山もようプロジェクト、(株)松井機業(南砺市)	
和紙製品	FIVE GOKAYAMA(南砺市)、(有)桂樹舎(富山市)	
ガラス製品	天野漆器(株)、高岡漆器(株)(以上高岡市)、富山ガラス工房(富山市)	
木製品	挽物師 肇工房、嶋田工芸(以上砺波市)、SHIMOO DESIGN(富山市)、黒田昌吾、高岡漆器(株)(以上高岡市)	
その他	(株)リッチェル、とやま土人形工房(以上富山市)、(株)タカタレムノス、越中福岡の菅笠製作所技術保存会(以上高岡市)	



## 2015年度(平成27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	高山県商品開発研究会 2015/5/27	平成26年度事業報告及び平成27年度事業計画について 「ミラノサローネ2015デザイントレンド」 「ミラノ万博について」 グループディスカッション	講師: 桐山登士樹(県総合デザインセンター デザインディレクター・ミラノ万博日本館広報・行催事プロデューサー)	県産業高度化センター 会議室
	2015/7/27	高山デザインコンペティション2015 応募作品内覧会(1次審査)		東京国際文化会館(東京都港区)
	2015/9/2	高山デザインコンペティション2015 1次審査報告会 実践セミナー「カタログギフトの仕組み～商品の見せ方、伝え方～」 「カタログギフトの仕組み、流通の仕組み」 「グループディスカッション」	講師: 茂木新之助((株)専通クリエイエト 商品本部 商品企画 バイヤー) 講師: 林口砂里((有)エビファニーワークス 代表)	県総合デザインセンター プレゼンテーションルーム
	2015/9/30 ～10/2	高山デザインコンペティション2015 2次審査・授賞式・交流会 高山デザインウエーブ2015デザイン展オープニングセレモニー 建築デザインツアー	解説者: 角谷茂(五割一分 代表)	ホテルニューオータニ高岡 万葉、雨晴 ウイング・ウイング高岡 交流スペース SAYS FARM、富山市ガラス美術館
	2016/1/28	「高山もよのの今後の発展と商品化について」 パネルディスカッション・意見交換	講師: 鈴木マサル(テキスタイルデザイナー/東京造形大学教授) 講師: 小柴尊昭・高橋理((株)電通 未来創造グループ)	県産業高度化センター 会議室
	2016/3/23	「高山もよのの今後について」	講師: 鈴木マサル(テキスタイルデザイナー/東京造形大学教授) 講師: 小柴尊昭・高橋理((株)電通 未来創造グループ)	ウイング・ウイング高岡 研修室503
	デザインアドバイザー事業	新川・高山相談窓口の開設 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 【高山地区】 相談日時: 毎月第2・4金曜日 13:30～16:30	県魚津総合庁舎 405会議室 県総合情報センタービル 第5会議室
プロジェクト推進事業	高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発起させ、県内のデザイン開発を推進する。	派遣先企業①:(株)能作(高岡市) 派遣デザイナー: SOL style 派遣先企業②:(株)織田幸銅器(高岡市) 派遣デザイナー: PRODUCT DESIGN CENTER 派遣先企業③:(株)廣貴堂(富山市) 派遣デザイナー: 嶋津有香 派遣先企業④:(有)桂樹舎(富山市) 派遣プロデューサー: 長山智美 派遣先企業⑤: 技のこわけプロジェクト(高岡市) 派遣デザイナー: 羽田純 派遣先企業⑥: 八尾製鞋(有)(富山市) 派遣デザイナー: 橋本利久デザイン事務所		
2 TOYAMA デザイン 展開事業	展示会 2015/11/10～15	TOYAMA DESIGN 伝統工芸・ヘルスケア・ロボット分野における今と未来のものづくり	紹介企業 伝統工芸産業:(株)能作、天野漆器(株)、(一財)五箇山和紙の里 ヘルスケア産業:五洲薬品(株)、(株)広貴堂 ロボット産業:(株)知能システム その他:高山プロダクツ選定商品 協力:三協立山(株) 三協アルミ社	AXIS 地下1F AXISシンポジア
	交流会 2015/11/10			AXIS 地下1F AXISシンポジア
	シンポジウム 2015/11/13	第1部「高山の水を活用したヘルスケアとビジネスチャンスの創出」 第2部「次世代の伝統工芸産業:伝統と革新・現代に合った新しい取り組み」 第3部「ロボット産業の未来を見据えて:サービスロボット、移動ロボット、産業ロボットのいまとこれから」	講師: 藤井侃(五洲薬品(株) 代表取締役社長) 渡辺和博(日経BP ヒット総合研究所 上席研究員) 講師: 能作克治((株)能作 代表取締役社長) 指田京子((一財)伝統的工芸品産業振興協会) 講師: 柴田崇徳(産業技術総合研究所 人間情報研究部門 上級主任研究員、MIT高齢化研究所 客員フェロー、ハロの開発者) 古田貴之(千葉工業大学 常任理事・未来ロボット技術研究センター 所長)	AXIS 地下1F AXISシンポジア
	展示会 2015/12/2～6	ソウルデザインフェスティバル 2015 「TOYAMA STYLE」	出展協力企業: 天野漆器(株)、(株)織田幸銅器、(株)タカタレノス、(株)竹中銅器、(株)能作(株)二上、(株)山口久業、(株)リッachel、usuiworks(株)、(株)KANAYA 出展協力企業:(株)織田幸銅器、(株)能作、(株)二上、(株)山口久業、(株)リッachel、	韓国COEX 大邱慶北デザインセンター
3 デザイン 交流事業	フォーラム 2015/12/15	とやまデザイン&ビジネスフォーラム 基調講演「拡張するローカルizmー伝統を活かしたデザイナー」	講師: 橋本夕紀夫(インテリアデザイナー/東京工芸大学教授)	高山国際会議場 メインホール
	パネルディスカッション 「デザインを通して、アジアから世界市場に向けてどのような価値を届けるか」	パネリスト: 鄭國鉉(ソウルデザイン財団 前経営団長)、李英惠(デザインハウス 社長)、陳文龍(台湾デザインセンター 執行長)、李政宜(Pegatron Corporation デザインディレクター)、橋本夕紀夫(インテリアデザイナー/東京工芸大学教授)、大矢寿雄(県総合デザインセンター 所長) モデレーター: 桐山登士樹(県総合デザインセンター デザインディレクター)		
4 デザイン 普及指導 事業	デザインセミナー 2015/10/3	「ジャンルの境界を意識させないデザイン」	講師: 鈴木マサル(テキスタイルデザイナー/東京造形大学教授) 鈴野浩一(建築家/(株)トラフ建築設計事務所共同主宰) 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)	D&DEPARTMENT TOYAMA
	第32回全国伝統的工芸品フェスタin高山 2015/11/6～8	全国食空間コーディネーター展		高岡テクノドーム
	2015/11/6～30	「TOYAMA DESIGN WEEK 2015 巡回展」		県産業高度化センター 展示室
5 人材育成 事業 デザイン 活用推進 事業	2016/2/24	3Dプリンター活用セミナー テーマ①:「コンセプトカーデザインに見る未来社会と3Dプリンターの可能性」 テーマ②:「プロダクトデザインのフォルム検討における3Dプリンター活用の有用性」	講師: 松岡智仁(トヨタ自動車(株)グローバルデザイン企画部デザイン戦略室 主幹) 講師: 澄川伸一(プロダクトデザイナー)	県産業高度化センター 会議室
	2016/3/8	リニューアルオープンセミナー		県総合デザインセンター
	2016/3/8	設備説明会・見学会 3Dプリンター解説「Projet 3500 HD-MAX」 3次元測定機解説「COMET L3D 8M」 設備見学会	解説者: 武藤工業(株) 解説者: 東京貿易テクノシステム(株)	県産業高度化センター 会議室 県総合デザインセンター デザイン工房
6 デザイン 交流事業	ナイトフォーラム 第165回ナイトフォーラム 2015/6/12	「東京在住のデザインディレクターが高山に通う理由」	講師: ナガオカケンメイ(D&DEPARTMENT 代表) 桐山登士樹(県総合デザインセンター デザインディレクター)	D&DEPARTMENT TOYAMA
	デザイン講習会 2015/11/17	「蓮池橋郎のイタリア52年間 時代を、デザインを読む」	講師: 蓮池橋郎(デザイナー)	県産業高度化センター 会議室

	名称・日時	内容	備考	場所
7 情報発信 事業	機関誌の発行 2016/3/28	offer43号 平成27年度事業報告		
	デザイン雑誌情報	日経デザイン、AXIS、comfort、ELLE DÉCOR、Casa BRUTUS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。		
8 越中 高山 お土産 プロジェクト	高山お土産プロジェクト委員会 2015/7/2	第1回お土産プロジェクト委員会	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)	県総合デザインセンター プレゼンテーションルーム
	2015/12/8	第2回お土産プロジェクト委員会	羽根由美((株)PCO 代表取締役社長) 平島重由美(北日本放送(株)) 大矢寿雄(県総合デザインセンター 所長)	
	2016/3/22	第3回お土産プロジェクト委員会	桐山登士樹(県総合デザインセンター デザインディレクター)	
9 技のこ わけ プロジェクト 事業	技のこわけプロジェクト委員会 2015/7/23	第1回技のこわけプロジェクト委員会	コーディネーター: 山田遊((株)method 代表取締役/バイヤー) 委員: 真野知子(ギフトコンシェルジュ)	県総合デザインセンター プレゼンテーションルーム
	2015/10/16	第2回技のこわけプロジェクト委員会	能作幾代(nousaku 店主/チーズソムリエ) 下尾さおり(shimoo design/木工作家)	
	2016/1/15	第3回技のこわけプロジェクト委員会	石井唯(D&DEPARTMENT TOAYAMA 店長)	
	2016/3/24	第4回技のこわけプロジェクト意見交換会		
10 高山 デザイン ウエーブ 2015	デザインウエーブ開催委員会 2015/4/23	2014年度報告と2015年度事業計画案の承認		高山県民会館研修室706
	2015/9/30～6	高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。 ・高山デザインウエーブ2015 ・高岡クラフト市場街2015 ・工芸都市高岡2015クラフト展 ・高山デザインフェア2015展 ・第55回高山県デザイン展		高岡市中心市街地、 富山市中心市街地
	高山デザインコンペティション2015 2015/6/1～7/23	作品募集 応募登録・作品提出		
	2015/7/27	1次審査 応募作品226点を作品パネルで審査	審査員: 鈴木マサル(テキスタイルデザイナー/東京造形大学教授) 鈴野浩一(建築家/(株)トラフ建築設計事務所共同主宰) 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)	東京国際文化会館 (東京都港区)
	2015/9/30	2次審査・授賞式・交流会 12組のデザイナーによる模型を使ったプレゼンテーション・公開審査・授賞式・交流会		ホテルニューオータニ高岡
ワークショップ 2015/9/4～6	高山マテリアルワークショップ「直径60mmの道具」	アドバイザー: 近藤康夫(近藤康夫デザイン事務所/デザイナー) デザイナー7組8名参加	高山ガラス工房、高岡市デザイン・工芸センター、県総合デザインセンター	
展示会 2015/10/1～6	企画展「クロスオーバー～地域が幸せになるデザイン・人が喜ぶスーパーニア展～」 「高山デザインコンペティション2015作品展」 「高山マテリアルワークショップ作品展」		ウイング・ウイング高岡 交流スペース	
デザインウエーブ報告書発行 2016/2/1				
商品化検討 2015/10～2016/3	高山デザインコンペティション2015入賞作品、ワークショップ提案作品 試作及び商品化検討			
11 高山 プロダク ツ選定 事業	2015/6/1～8/25 (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 「高山プロダクツ選定商品」の公募		
	選定委員会 2015/9/1	応募35点(21社)された商品の中から21点(15社)を「高山プロダクツ選定商品」として選定。	選定委員長: 大矢寿雄(県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)高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)エビファニーワークス 代表)、茂木新之助((株)専通クリエイエト 商品本部商品企画 バイヤー)、矢口忠恵(富山大学芸術文化学部 准教授)、桐山登士樹(県総合デザインセンター デザインディレクター)	
	選定証交付 2015/10/1	高山プロダクツ選定証交付	選定企業名:(株)織田幸銅器、(有)小野沢家具店、(株)笠原昇雲堂、(一財)五箇山和紙の里、(有)胡麻嶋商会、三協立山(株)、(有)シマタニ昇龍工房、助野(株)、(株)能作、(株)竹中銅器、(株)知能システム、(株)松井機業、(有)モンタムファクトリー・Orii、(株)山口久業、(株)リッachel	
	展示会 2015/6/2	東京高山県人会連合会 高山プロダクツ展示		ホテルニューオータニ東京(東京都千代田区)
	2015/7/10～8/6	特別区協議会都市交流展示「北陸新幹線がやってきた」		東京区政会館(東京都千代田区)
2015/6/10～7/26	「桐山登士樹と高山のデザイン～高山県総合デザインセンターとの22年間」		D&DEPARTMENT TOYAMA	
2015/7/31～8/2	高山県伝統工芸品展示会「高山の食とプロダクツのある風景」		トリエンナーレ美術館 1F 展示室(イタリア・ミラノ)	
2015/11/6～8	「COOL TOYAMA」		高岡テクノドーム	
2015/11/6～30	「高山プロダクツ2015展」		県産業高度化センター 展示室	
12 その他	子供デザイン体験教室 2015/4/29	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」		県産業高度化センター 展示室
	2015/7/29	「オリジナルeco(エコ)のノートをつくろう」	講師: 西村治(中越バルブ工業(株))	県総合デザインセンター プレゼンテーションルーム
	2015/11/28～29	「3Dプリンターでマイミニ四駆をつくろう！」	共催: (一社)3Dデータを活用する会・3D-GAN	県産業高度化センター 展示室
	2015/12/23	「お正月かざりをつくろう！」		県総合デザインセンター プレゼンテーションルーム
	インターンシップ 2015/8/26～9/6	高山県立大学 学生1名 受入		



■発行日/2016年3月28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](http://www.toyamadesign.jp) ■編集長/桐山登士樹  
■編集/玄千賀子 ■クリエイティブディレクター/加藤嘉一郎 ■デザイナー/水巻さゆり ■ライター/中谷裕也 ■撮影/本田万里  
■印刷・製本/とうざわ印刷工業(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](http://products.toyamadesign.jp)