

富山のデザイン情報誌

# offer

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



vol. 44

04 特集

## デザインをめぐる言葉たち

TOYAMA words around design

10 富山のデザイン発進力強化事業

## 「越中富山 技のこわけ」プロジェクト

12 デザイン人材確保ネットワーク形成事業

## デザイン人材確保のための大学連携事業始まる

14 デザインセミナー

## 石巻工房

DIYの可能性を拡げるデザイン

講師：芦沢 啓治

16 デザイン講習会

## 海外展開のビジネスポイント

イタリア市場の場合

講師：水 ともこ

18 商品開発研究会

## ミラノサローネ2016にみるデザイントレンド

## アンビエンテ2017にみるデザイントレンド

20 富山プロダクツ選定事業

## 優れた富山ブランドとして今年度20点を選定

23 国際デザイン交流事業

## 富山・台湾デザイン交流事業

トヤマモデル ー富山県総合デザインセンターの商品化メソッド展ー

24 ナイトフォーラム

## 「富山」を伝えるショップの視点

講師：ナガオカケンメイ/山下 章子

25 商品開発事例

## 「富山もよう」

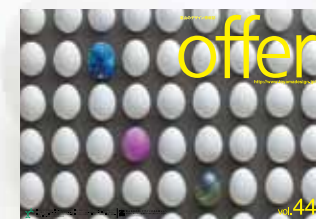
26 2016年度(平成28年度)事業報告

※敬称略

### COVER

デザイナー

水巻 さゆり Sayuri Mizumaki



表紙コンセプト/生み出されたアイデアのたまごは、それに関わるたくさんの人たちの手によって温められ、孵化し、やがて自立し、社会へと旅立っていきます。いろいろな場所で新しいデザインは生み出されます。その可能性は無限で、宇宙のように神秘的で美しい世界です。

撮影/道林 伸一

# デザインをめぐる言葉たち

# TOYAMA WORDS AROUND DESIGN

デザインのカ、デザインの可能性を、プロフェッショナルたちはどのように考えているのでしょうか。こちらから投げかけた質問(あなたにとってデザインとは?ものづくりへのこだわりは?)に対していただいたコメントや、デザインセミナーなどで寄せられた、「デザイン観」「デザインの流儀」「作品づくり・ものづくりへのこだわり」についての発言を集めてみました。これからのものづくりや商品開発、デザインに求められるものや進むべき方向が、言葉と言葉の間から浮かび上がってくるようです。

安積 伸	プロダクトデザイナー・法政大学教授	2
有田 行男	富山大学芸術文化学部准教授	11
石井 唯	D&DEPARTMENT TOYAMA 店長	17
稲塚 展子	富山県近代美術館	37
遠藤 良太郎	長岡造形大学美術・工芸学科教授	25
大矢 寿雄	富山県総合デザインセンター 所長	44
折井 宏司	有限会社モメンタムファクトリー・Orii 代表取締役	33
金森 正晃	富山映像大(兄)弟 映画監督	43
川上 典孝子	デザインジャーナリスト	7
川上 元美	川上デザインルーム 代表	12
河崎 圭吾	金沢美術工芸大学教授	13
黒木 靖夫	前富山県総合デザインセンター 所長	1
黒田 健一	KRK COMPANY INC. 代表取締役 デザイナー	19
近藤 康夫	デザイナー・東京造形大学特任教授	30
齋藤 秀峰	有限会社アクセル 代表	21
酒井 正明	(一財)伝統的工芸品産業振興協会 専務理事	4
清水 康隆	NINESENSE Inc. 代表取締役	39
下尾 さおり	SHIMOO DESIGN 作家	6
鈴木 マサル	テキスタイルデザイナー・東京造形大学教授	3
澄川 伸一	プロダクトデザイナー	20
田中 一雄	株式会社GKデザイン機構 代表取締役社長	27
鄭 國鉉	Chung Kook Hyun designing network	40
東澤 光明	とうざわ印刷工業株式会社 会長・カメラマン	23
中嶋 和也	スクラムアートワークス 代表取締役	24
中山 真由美	有限会社FINE PROJECT アートディレクター	26
長澤 忠徳	武蔵野美術大学学長	16
名見 秀美	アッシュコンセプト 代表取締役	32
新田 翔	株式会社二上 製造職人	36
温井 邦彦	国際ビジネスコンサルタント	18
能作 克治	株式会社能作 代表取締役社長	10
林 崇美子	エminentデザイン デザイナー	35
林 久美	ハヤシデザイン 代表	8
林 轟保	台湾デザインセンター 執行長代理	22
廣田 尚子	ヒロタデザインスタジオ	14
深山 雅晃	有限会社ビジョンデザイン&プランニング	5
二上 利博	株式会社二上 代表取締役社長	41
松井 紀子	株式会社松井機業 六代目見習い	42
松山 祥樹	デザイナー	29
真野 知子	ギフトコンシェルジュ	28
宮田 裕美詠	STRIDE デザイナー	34
山崎 泰	JDNブランドディレクター	9
山崎 義樹	Design/yamazaki yoshiki デザイナー	15
山田 遊	method バイヤー	31
渡辺 佑介	WD デザイナー	38

※敬称略、五十音順

1

デザインは一種の文化であり、現代はまさに、日本が近代文明を吸収し、新しい文化を生み出そうとしている時期ではないだろうか。

黒木 靖夫/前富山県総合デザインセンター所長 (offer vol.02より)

2

成功の3倍は、挑戦している。

安積伸/プロダクトデザイナー・法政大学教授

3

近年は、リサーチしすぎている。市場ニーズを見るのも大事だが、デザイナーはまず、新しい価値を創造し提案しなくてはならない。

鈴木 マサル/テキスタイルデザイナー・東京造形大学教授

4

デザインは、モノと人との快適な関係づくりと認識してきたが、優れた伝産品に接すると、扱い方も教えられる。

酒井 正明/(一財)伝統的工芸品産業振興協会 専務理事

6

伝統を咀嚼し、「潔く美しい日本の道具」として現代生活に再提案する。

下尾 さおり/SHIMOO DESIGN 作家

7

素材と技術とデザイン。これらを融合させることで何が描けるのか、いま何を描いていくべきかを考えている。工業製品のつくり方そのものに対する提案を含め、素材から始まる考察が必要であることも強く実感している。自分の足元や身近な世界と、時間的、距離的に遠い世界。その双方を同時にとらえる視点が、デザインの現場には求められると思う。目の前にひろがるこの風景は、私たちがすでに参加している世界。デザインと関わりのないものではなく、デザインと社会の関係性はますます広がっている。だからこそ、その関係にきちんと向き合い、傍観者ではなく主体的な行動家として、ものづくりがもたらす影響や変容する世界におけるデザインのあり方を問い続けることが重要。課題の渦にデザイナー自らダイビングしていく勇気が必要。

川上 典孝子/デザインジャーナリスト

5

大衆が気づいていない  
一步先の感性を読み取り  
カタチとする事。

深山雅晃/有限会社ビジョンデザイン&プランニング

8

受け取った人が  
明る気持ちになれるものを  
作りたいと願っています。

林久美/ハヤシデザイン代表

9

デザインは表層の手直しではなく本質の表現だが、魅力的な表層の訴求力は、本質の定義にさえ影響を与える。

山崎 泰/JDNブランドディレクター



10

人を知る事、仕事を知る事、時代を読む事、それがデザイン。

能作克治 / 株式会社能作代表取締役社長

## デザインや商品開発には、生活経験が必要だ。

有田 行男 / 富山大学芸術文化学部准教授

生活者として重ねた経験から醸し出される美意識や良識の深まりを信じ、自然体で、ヒューマンなものづくり、環境づくりを心がけたい。好きな仕事には力が入る、情熱がわく。出会った仕事にたとえ始めは気が向かなくても、真摯に向き合うことで対面している仕事が好きになって行くものだ。私自身のデザイン活動において、エстетイカ(審美性)は必須条件です。そして自身のエティカ(倫理性)の規範の上での美を良しとします。

川上 元美 / 川上デザインルーム 代表

11

13

価値ある体験のシナリオを妄想し、その体験を可能にするシステムや技術を考え、そのシステムや技術と人を繋げるインターフェイスを考え、カタチに落とし込む時代。

河崎 圭吾 / 金沢美術工芸大学教授

12

使う人の心を豊かに。作る人の心を豊かに。どちらも描けたら成功。

廣田 尚子 / ヒロタデザインスタジオ

15

信頼できる人と出会えたことで、今までやってきた事、やりたいと思うことが、全部つながっている。今はそれがおもしろい。

山崎 義樹 / Design / yamazaki yoshiki デザイナー

16

アートやデザインは、社会を変えるエンジンになる。

長澤 忠徳 / 武蔵野美術大学学長

17

富山が他の地域と違うのは、ものづくりの層があついで、情報がどんどん入ってくるところです。

石井 唯 / D&DEPARTMENT TOYAMA 店長

18

てっとり早く売れる商品をつくるには、手をかけたアートでせめるか、あっと言わせるようなものをつくるか。

温井 邦彦 / 国際ビジネスコンサルタント

19

富山の山、海、空。

すべての五感を使いお客様に喜んで頂くデザインをここ富山から発信する。

黒田 健一 / KRK COMPANY INC. 代表取締役 デザイナー

20

## デザインは「美しい解」。

澁川 伸一 / プロダクトデザイナー

感動の果実の樹を、誇りを持って育てる。それがブランド作り。

齋藤 秀峰 / 有限会社アクセル代表

21

22

デザインとは、消費者が「ワオ!」と感心し、その商品またはサービスをリピートしたくなるようなものづくりの考え方。

林 森保 / 台湾デザインセンター 執行長代理

23

デジカメ全盛の感がある昨今、プロに限らず素晴らしい写真を撮っている方が多い、そんな作品を各分野で活用し、富山をアピールする機会を拡げたい。

東澤 光明 / とうざわ印刷工芸株式会社 会長・カメラマン

24

先日、母校の子供たち前にデザインのコツ的な話をきて、デザインの仕事を始めてまあまの年数になるというのに、子供たちの想像もつかないトリッキーな質問を投げられると、テクニックや知識なんてただの道具だよなあと感じます。そして自分を通して表現されたがっている存在たちに対して、いつでも身軽で開いていることが大切のように思いました。デザインの長旅には荷物になるべく少ない方がきっと楽しい。

中嶋 和也 / スクラムアートワークス 代表取締役

25

私たちが必ず死ぬ。ならば、いかに良き生を生きるか。そのために活動することが投企であり、私の中では、それがアートでありデザインである。デザインやアートは、人間にとっての根幹をなすものである。

遠藤 良太郎 / 長岡造形大学美術・工芸学科教授

## Designing for Essential Values.

本質的価値の創造こそデザインの使命だ。

田中 一雄 / 株式会社GKデザイン機構 代表取締役社長

27

富山の街のいろいろなところにデザインにこだわりを持つ方がいらっしゃる。技のこわけの一品以外にもたくさんの職人・作家がいるのだらうと思う。富山の工芸品は、「すずがみ」「能作」などは東京でもよく見かける。東京に住んでも富山の商品を身近に感じている。技のこわけに参加していると、まだこれから商品になる新しいものを見ることができて、とてもわくわくする。富山と東京ではライフスタイルが違っているけれども、ライフスタイルに関係なく、違和感なく使えるものが作られているところが素晴らしい。

真野 知子 / ギフトコンシェルジュ

28

29

様々な価値のバランスを整え、背景にある文脈へと調和させていく中に、美しさを見出せたらと思います。

松山 祥樹 / デザイナー

26

お客様とその向かう側のお客様を笑顔にするデザイン。

中山 真由美 / 有限会社FINE PROJECT アートディレクター



30 若い人はどうしても自分の世界観を強調しようとする。  
それは誰もが通る道。しかしそこから変わらねばプロにはなれない。  
現実や他者と出会うことが、そのきっかけとなる。

近藤 康夫 / デザイナー・東京造形大学特任教授

31 僕の役割は、デザインを言語に翻訳し、人々や社会に向けて  
代弁することで、共に歩いていく立場だと認識している。

山田 遼 / method バイヤー

33 伝統の継承だけに固執していると  
新しいデザインの可能性を掴むことができない。  
常に時代とニーズに即した考え方を持つことが必要だ。

折井 宏司 / 有限会社モメントラムファクトリー 代表取締役

# 34 配慮と整理と創意です。

宮田 裕美 誠 / STRIDE デザイナー

35 ヒラメキと個性が  
すでにデザイン。

林 栄美子 / エミネントデザイン デザイナー

『作りたいものを創る』  
製造業をやっているとどうしても効率や経験、技術的  
限界によって無理や無駄のない作りやすいものを作ろ  
うとしてしまいます。それは本来作りたかったものなの  
か？今ある技術に当てはめて考えるのではなく、技術  
の枠を超えて発想し、作りたいものの理想を追求して  
いきたい。技術があるから作るという消極的な考えでは  
なく、作るための技術を積極的に開発していきたい。

新田 翔 / 株式会社二上 鋳造職人

37 この時代の手とまなざしから生まれたモノが、  
人々の日常を少しずつ変える。  
そのつながりは未来に続いている。

稲塚 展子 / 富山県近代美術館

38 富山県企業の技術者の方々は、よくしようという姿勢が気持ちいいんです。  
いつもこちらの要望に「1回試してみます！」と答えてくれます。

渡辺 佑介 / WD デザイナー

アイデア、システムそしてデザインのでグローバル・スタンダードになる。  
そんな富山発ローカルメディアサービスを創りたい。

清水 康隆 / NINESENSE Inc. 代表取締役

32 資源の無いと言われる日本。  
世界中トップクラスの「デザイン」という資源がある。

名見 耶 秀美 / アッシュユニコンセプト代表

40 企業は未来型産業を新たにつくって、  
地域はLocal固有の魅力をつくって、  
国家は文化的想像力を提供しなければならない。

鄭 國 鉉 / Chung Kook Hyun designing network

41 今は、大量生産大量消費の時代ではない。  
かといって私たちは作家ものや多品種少量生産を目指してもいない。  
長く使ってもらえるもの、ロングセラーになるもの、自分たちの作りたいものを  
「中量生産」する、そのようなものづくりを目指している。  
ものづくりを志す人が、幸せに暮らしていける、そんな会社を目指している。

二上 利博 / 株式会社二上 代表取締役社長

42 東京から帰ってきて、地元の人とか、土地の力はすごいな、と。  
「海外や東京の展示会に出て一発当てるんや！」と思っていたけど、  
今の私の目標は、城端で展示会をやること。

松井 紀子 / (株)松井機業 六代目見習い

44 デザインは人に感動を与え、  
感動の連続がブランドを創り、  
ブランドの継続が文化を創る。

大矢 寿雄 / 富山県総合デザインセンター 所長

## 『デザインをめぐる言葉たち』をふりかえって

『offer vol.44』の特集企画として、デザインに関わる44名の「言葉たち」が集まりました。それぞれ想いのこもった言葉  
を寄せていただいた方々に、この場を借りてお礼申し上げます。

集まった言葉に目を通すと、今日のデザインが直面する様々な課題や可能性が見えてきます。そして同時に、言葉を発し  
たそれぞれの人—たとえば職人、工業デザイナー、あるいは企業家、コーディネーター…その道のプロたちがそれぞれの  
現場でどのように「デザイン」と向き合っているのか、その姿勢や問題意識も、そこから読み取れるのではないでしょ  
うか。読者の皆さんが、自分と響きあう言葉を見つけ出し、新しいデザインへのヒントや創造へのきっかけにしていだけば、  
望外の喜びとするとこです。

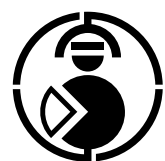
今日、ものづくりには、機能性やコストに加え、生活に潤いやぬくもり、そして感動や共感を訴えていくデザインが求めら  
れています。創り手の意思(製品)と、使い手(人)とが共鳴し合う世界、いわば(共鳴するデザイン)がますます求められて  
いるように思います。

日本の伝統的技術やデザインは、その感じる世界を繊細に表現する力を持っており、世界でのプレゼンスも急速に高ま  
りつつあります。富山県総合デザインセンターでは、常にチャレンジ精神と情熱をもって(産業をデザインで元気にする)  
をモットーに、富山県のビジネスに貢献するとともに、そのブランド価値の向上に努めていきたいと思ひます。

機能的であればいい。  
あとは使う人がいて完成する。  
物語の行間を読むような想像力と  
こどもを見守るようなやさしさが必要だ。

金森 正晃 / 富山映像大仏兄弟映画監督

43



越中富山  
技のこわけ

# 「越中富山 技のこわけ」 プロジェクト

## お土産ブランド「幸のこわけ」に続くブランド誕生。

すでに展開している「富山の食」をテーマとした「幸のこわけ」の兄弟ブランドとして、富山県総合デザインセンターが主体となりスタートした「越中富山 技のこわけ」プロジェクト。富山の「匠の技」と「富山の素材」が結集することで、12cmの小さな器たちが誕生しました。

### プロジェクトの経緯

県内外で活躍中のメンバーで委員会を結成。ブランドの在り方を議論し、テーマの設定、商品の選定とブラッシュアップが行われました。「12cmの小さな器」のテーマのもと、県内の作家・企業が参加して作品を製作。ブランディングにあたっては、かつて日本の工芸品の梱包材として使われた浮世絵が世界の美術に影響を与えたという逸話をヒントに、キーグラフィックを作成。パッケージにも工夫を凝らしました。2017年度以降は、新商品の開発と販売・PR活動に取り組んでいく予定です。

### プロジェクトメンバー

山田 遊 / method 代表・バイヤー  
石井 唯 / D&DEPARTMENT TOYAMA 店長  
下尾 さおり / 木工作家  
能作 幾代 / nousaku 店主・一級建築士  
真野 知子 / ギフトコンシェルジュ

### 発表会

【期日】2017年3月27日(月)

【会場】日本橋とやま館  
和食レストラン 富山はま作

※発表会終了後、日本橋とやま館ショップで販売会を開催。

金  
属



pinhole  
120×120mm 株式会社能作

金  
属



すずがみ-たまゆき-  
110×110mm syouryu

漆  
芸



流し彫-朱-  
110×110mm アルベキ社

漆  
芸



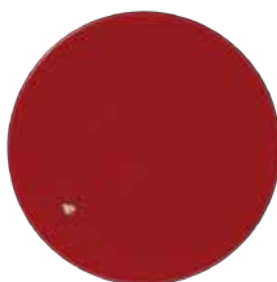
流し彫-黒-  
110×110mm アルベキ社

漆  
芸



流し彫-白-  
110×110mm アルベキ社

漆  
芸



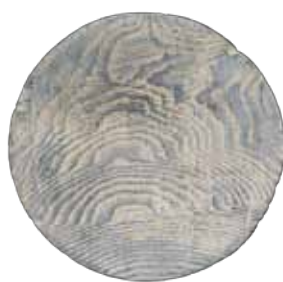
ひとひら-朱-  
120×120mm 天野漆器株式会社

漆  
芸



ひとひら-黒-  
120×120mm 天野漆器株式会社

木  
工



浮様  
120×120mm shimoo design

和  
紙



唐草  
110×110mm 有限会社桂樹舎

和  
紙



まゆ  
110×110mm 有限会社桂樹舎

和  
紙



万華鏡  
110×110mm 有限会社桂樹舎

和  
紙



ライチョウ  
110×110mm 有限会社桂樹舎

和  
紙



ガラス  
110×110mm 有限会社桂樹舎

硝  
子



HOOP-オリーブ-  
120×120mm 木下宝

硝  
子



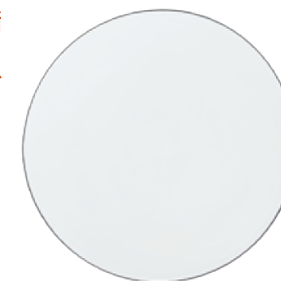
HOOP-チェリー-  
120×120mm 木下宝

硝  
子



HOOP-オレンジ-  
120×120mm 木下宝

硝  
子



HOOP-アッシュ-  
120×120mm 木下宝

硝  
子



ゆらぎ  
120×120mm 鷲塚 貴紀

陶  
芸



アージュ  
120×120mm 積永 岳

陶  
芸



シャーレ  
120×120mm 積永 岳

陶  
芸



木瓜  
110×120mm 前川 わと

陶  
芸



海  
120×120mm 前川 わと

陶  
芸



雲  
110×110mm 前川 わと

※写真はサンプルの為、実際の商品と仕様やサイズが異なる場合があります。



## デザイン人材確保のための大学連携事業始まる

「デザイン人材確保ネットワーク形成事業」は、デザイン振興のための施策として実施しました。デザイン系大学の教員とのネットワーク形成と、デザイン系学生と企業とのマッチングによって、県内企業のデザイン人材確保をサポートすることを目的に、2016年度からスタートしました。東京でのスキームづくりの会議(7月)を皮切りに、9月には首都圏などの大学教員9名による県内企業訪問と企業関係者との意見交換会、10月から1月にかけて県内企業と大学による産学官連携のデザインワークショップが開催されました。2017年度以降は、県内企業とデザイン系大学学生とのマッチングを支援していく予定です。

## 意見交換会 [期日] 2016年9月3日(土) [会場] 富山国際会議場 2階205会議室

9名のデザイン系大学教員と県内企業8社(9名)との意見交換会が開催されました。参加各社の現状説明が行われ、知名度不足による人材の採用難や、ブランド開発を東京などのデザイナーにアウトソーシングしている現状、デザイン系人材活用の将来展望などが語られました。

次いで大学教員から、前日に行われた企業訪問の感想、自校のデザイン教育と就職の現状などが報告されました。

会議を通じて、地方企業と学生との交流の必要性、企業情報や求める人材情報、さらには豊かな生活環境の情報などを発信していくことの重要性などを確認しました。



## 第1回ネットワーク形成会議(東京会議)

[期日] 2016年7月30日(土) 14:00~16:00

[場所] G.Itoya 10階 Handshake Lounge(東京都中央区銀座)

4分野のデザイン系大学(工業デザイン、システムデザイン、建築/インテリア、クラフト/アート)の教員12名を招き、今後のスキームづくりのためのキックオフ会議を開催しました。県内企業のデザイン系人材への期待を伝えるとともに、昨今の学生の働き方や就職活動、企業のリクルート活動へのアドバイスなどをお聞きました。



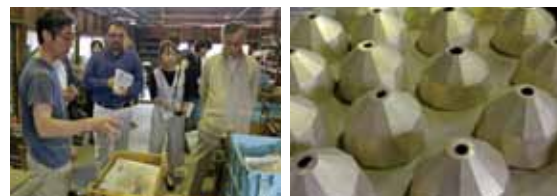
## 第2回ネットワーク形成会議(富山会議)

### 企業訪問 [期日] 2016年9月2日(金)

県内のデザインと関わりの深い企業・財団4社を訪問。ものづくり現場を見学し、経営者や従業員の方々との交流を通して、デザインにかける思いやデザイン人材への期待などについて語り合いました。

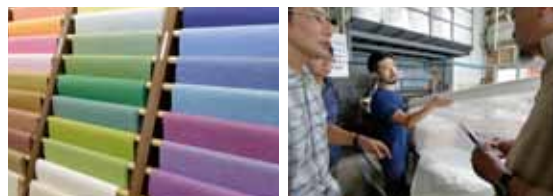
#### 株式会社 二上

最初に訪れたのは、高岡市の真鍮鋳物メーカー(株)二上。社長・二上利博氏の案内で工場を見学。同社のブランドである「FUTAGAMI」[MATUREWARE]の開発経緯やコンセプト、経営方針などについて説明を受ける。



#### 一般財団法人 五箇山和紙の里

次いで、南砺市五箇山の(一財)五箇山和紙の里を訪問。和紙原料の「こぞ」栽培畑や和紙工場、経産省認定の「The Wonder500」にも選定された和紙ブランド「FIVE GOKAYAMA」などを見学。



#### 富山ガラス工房

富山ガラス工房・富山ガラス造形研究所に立ち寄り、ガラス作家育成のための教育および卒業後の自立のためのフォロー体制などを視察。



#### 株式会社 山田写真製版所

最後に訪れたのは印刷の(株)山田写真製版所。工場見学の後、同社社長や技術者などと懇談。日本を代表するクリエイターたちが指名し仕事を発注してくる同社の製版・印刷技術と、それを支える「人材力」について説明を受ける。



## 産学官連携デザインワークショップ

[期日] 2016年10月3日~2017年1月30日(15週間)

月曜日 13:00~14:30

[場所] 富山大学芸術文化学部

1F コミュニケーションルーム(高岡市二上町)等

企業と学生が具体的な商品開発に取り組むことで互いの理解を深め合う一そんな目的で開催されたデザインワークショップ。第1回目となる今回のテーマは、靴下・レグウェア製造販売の助野(株)(高岡市)と富山大学芸術文化学部の学生のコラボレーションによる「ギフト用靴下」の開発。12グループ23名の学生が助野(株)の協力を得て、コンセプト開発から試作品づくり、売り場イメージづくり、商品紹介ムービーづくりまでを行いました。







Design Seminar デザインセミナー デザイン分野のスペシャリストを招いた講習会

# 石巻工房

## DIYの可能性を拡げるデザイン

[期日] 2017年2月15日(水)

[会場] 富山県産業高度化センター2F 会議室

2011年、震災復興のための公共工房として始まった石巻工房。震災の年の夏祭りでは、屋外での映画上映会のためのベンチを高校生と協働し、約40脚製作しました。同年秋には、世界的な家具メーカーのハーマン・ミラーが被災地支援プログラムを通じて協力。地域の被災者とともに家具づくりのワークショップを開催し、製作した家具を無償で提供しました。その後、メンバーはDIYにデザインで付加価値を与え、地域内外で販売するための「石巻工房ブランド」を設立。実力ある若手デザイナーらがデザインを提供し、屋外でも人が集い楽しめる家具のラインナップを増やしています。石巻工房代表、芦沢啓治さんを講師に迎え、短期間で地域ブランドを立ち上げたその手法をお聞きしました。



芦沢 啓治  
(あしざわ・けいじ)  
石巻工房代表・建築家

1996 横浜国立大学建築学科卒業  
1996~2002 architecture WORKSHOP  
2002~2004 super robot  
2005 芦沢啓治建築設計事務所  
2006 株式会社芦沢啓治建築設計事務所  
2011 石巻工房設立  
建築・リノベーションから照明、家具のデザインまで幅広く活動を展開。

## スタートは「DIYで街の復興」

石巻工房はボランティアの公共工房としてスタートしました。お店をやっけて被災した人たちがそこに来て、再び開店するために必要な家具などを自分たちで作る。誰かが作り方を教える、そんな工房です。私たちはまず政府の助成金に応募し、そのお金で材料や工具を買い揃えることから始めました。何人もの人が、この工房を活用して潰れた店を再興の一助となりました。(工房は再興のお手伝いです。)浸水した商店街の店舗をDIYで修復・改装しオープンした「復興バー」も、この工房の活動から生まれたものです。銀座店にも別の人たちがOPENさせています。石巻工業高校の生徒たちとコラボレーションし約40脚のベンチを作り、街なかに設置する活動も行いました。これが「ISHINOMAKI BENCH」で、石巻工房が生み出した最初のプロダクトです。



ISHINOMAKI BENCH



復興バー



街なかに設置されたベンチ

## デザインで短所を長所に

2011年秋に行ったアメリカの家具会社ハーマン・ミラーとのワークショップでは、仮設住宅で必要と思われる家具を提供しました。同時に「家具を作る技術も提供しよう」との考えで、家具デザイナーに2×4などの規格材を用いて、簡単な加工で作れるようなプロダクトのデザインを依頼。そこで生まれたのが、仮設住宅の暮らしで必要とされている「縁台」をテーマとする「ENDAI(エンダイ)」「ENSTOOL」といったプロダクトです。その後も実力ある若手デザイナーらが石巻工房にデザインを提供し、工房で製作。これらを地域内外で販売していくという事業モデルへと発展していったのです。

その後も、デザイナーの協力によって、シンプルで素朴、頑丈、機能的なプロダクトが誕生しています。いずれも「材料や工具の不足」というデメリットを、デザインで「素人でも作れる・拙い技術でも作れる」というメリットに変えたプロダクトです。また、トートバッグなどの手芸製品もラインナップに加わりました。



ISHINOMAKI STOOL

## ブランディングのための4つのポイント

石巻工房の経験から、ブランドを作っていく上で必要なこととして次の4つは特に重要ではないかと思っています。

- ①グッドデザイン: プロダクトそのもののデザイン。最も重要で、最も難しいことです。どうすればグッドデザインは生まれるのか?単純に言えば、いいデザイナーを雇うしかない。しかし作っているときは、誰もそれがグッドデザインかどうか分からない。売れてきてはじめてその良さが分かってくる。だからトライしていくしかないのです。
  - ②いい写真: コストをかけても、いいカメラマンを使い、いい写真を撮ること。商品を自分の生活の中に置けばどうなるかのイメージを喚起させるのがいい写真です。想像できて初めて人は商品を購入します。
  - ③いいグラフィック: いい写真を用いてブランドのコンセプトを過不足なく伝えられるグラフィックデザインです。ロゴやマークにもブランドの思想を貫くこと。
  - ④テキスト: 商品の特長や物語性を的確に伝えるコピー。海外への対応も考える必要があります。
- 以上はパッケージで考えるべき4つのポイントです。これらひとつひとつが、ブランドへの評価となってきます。これらに注意を払い、絶えず「気配り」を欠かさないと、それがブランドを立ち上げ維持していく上で、大事なことだと思っています。



AA LOW STOOL



# 海外展開のビジネスポイント イタリア市場の場合



DENSANミラノサローネ、展示品70点をキュレーション

【期日】2016年11月29日(火)  
【会場】富山県産業高度化センター2F 会議室

イタリア在住30年、デザイナー/コーディネーターとして活躍する水ともこさん。2015年には、ミラノ国際博覧会の一環として同市ブレラ地区で6ヶ月間にわたって開設された日本の伝統的工芸品のポップアップショップ「DENSAN Milano Square」で、キュレーターと店長の役を担いました。海外経験も長く、日本でものづくりをしている身ではなかなか分からない海外のお客様のニーズや好み、購入動機等々の実態を、リアルに体験し把握しておられます。その知見をもとに、海外販路開拓を成功へと導くポイントを語っていただきました。



水ともこ (みずともこ) デザイナー・コーディネーター

日本企業で10年間の時計メーカーのインナーデザイナー、建築事務所のインテリアデザイナーを経験後、1986年に渡伊、88年ドムスアカデミーを修了する。その後、5年間建築事務所インテリアデザイナー経験後、94年にフリーランスとして活動を開始、デザインを軸としてイタリアと日本の橋渡し役をしながら現在に至る。2005年からイタリアの伝統工芸とのコラボレーションを軸とした多数の展覧会に参加し、13年には、フリッツ・ハンセンとイタリアの伝統工芸である、金箔職人と木象嵌職人のコラボレーションの展覧会を企画、デザインした。この展覧会は14年に東京青山のショールームでも開催された。09年からは、イタリアデザイン業界での経験を生かし、展示会へ出展する日本企業のPRコンサルティングも始める。15年ミラノエキスポ期間中、伝産協会((一財)伝統的工芸品産業振興協会)のポップアップショップ「DENSAN Milano Square」の店長の役を務める。代表的な作品として、カッペリーニ社「PO-119,120,121」、ボナチーナ・デザイン社「Orbita」、TAIKOアルカーテ社「Mitzu」が挙げられる。

## バイカルチャーの立場から

1986年にミラノに渡ってから今年で30年を迎えました。無我夢中で過ごしたあつという間の時間でした。この間、イタリアの市場は大きく変化し、アジアの文化に対する関心が以前では考えられないほどに高まってきています。イタリアは、ヨーロッパの中では日本文化への関心は比較的低い国でしたが、2015年のミラノ万博を契機に日本への注目度は一気に上昇してきました。これは一過性のブームで終わるのではなく、今後もコンスタントに長く続いていくものと多くの人が予測しています。

私は日本の社会経験を経て、イタリアに住み、日本の文化を外から眺めてきたのですが、それは私にとって、とても意義あるものでした。日本とイタリア双方の文化やライフスタイルを経験してきたわけですが、その「バイカルチャー」としての経験を皆さんの役に立てていただける時期が来たのではないかと考えています。

## デザインの街 ミラノ

ミラノはローマに次ぐ大都市で、商業の中心地です。2013年には東京と姉妹都市

提携を結びました。イタリアで「デザイン」というと、なぜミラノが上げられるのかというと、ミラノサローネをはじめとする重要なデザイン関係の見本市が数多く開かれるからです。2015年のミラノサローネには37万人が来場し、そのほとんどが外国人で世界中から人が集まってきています。その数はここ数年で急増しています。

家具業界にとってサローネは非常に重要なイベントで、1年間のビジネスがサローネ期間中に決まってしまうといっても過言ではなく、自ずと展示にも力が入ります。またサローネ期間中は、市内それぞれの地区で自主的な展示会(フォーリサローネ、サローネの外の意)も数多く行われ、街全体がデザイン一色に染まります。

## DENSAN Milano Square を経験して

伝統的工芸品産業振興協会は2015年と2016年にフォーリ・サローネ出展をしました。さらに2015年には、街の中心にある大聖堂に近いブレラ地区に「DENSAN Milano Square(略:DMS)」を出店し、私がDMSの店長を担当いたしました。ショップ開設中は日本各地から職人さんや呼んでデモンストレーションや来場者に飽かきや木版画の刷り、竹細工づくりなど体験してもらおうワークショップも開催しました。期間中には31カ国9地域から多くの人々が訪れ、「細部にまで神経が行き届いており、美しい商品が多い」との声をいただきました。

このように商品についていろいろと説明し体験も交え、ある程度の理解はしてもらえたと思うのですが、では日本の商品を



DENSAN Milano Square

その国の人々の生活に取り入れてもらうにはどうすればいいか、そこが大きな課題となりました。そこで、日本とその国(この場合はイタリア)双方の生活や文化の背景を理解しているバイカルチャーの存在が必要とされるのではないかと感じています。

## イタリア市場へのアプローチ

イタリアあるいは欧州市場にアプローチしていくためには、展示会や見本市で興味を示してくれたバイヤー達がどのようなくところと取り引きしているのかを知ることも重要です。欧州は家柄や所得によるヒエラルキーが非常にはっきりとした階級社会が残っています。特にイタリアの場合、貴族制度が廃止されてから百年以上経つにも関わらず、地方では伯爵や公爵という呼び方が残っており、つまり「ステータス」というものが生きている社会です。

そうしたステータス階層の人々や、流行やデザインに敏感な「トレンドセッター」と呼ばれる人々が出入りする代表的なお店として、コンセプト・ストア「ロッサーナ・オルランディ」や、世界展開をしている「10 corso como(ティエチ・コルソ・コモ)」を上げることができます。

こうしたショップに来店する人々をターゲットに据え、先ずトレンドセッターを引き込み、そしてそれ以外の人々(フォロワー)を引っばっていくという戦略が必要です。イベント企画においても、トレンドセッターをいかに引き込むかが重要なポイントです。

## 「売り」に結びつく プレゼンテーション

ではどのようにすれば来店客に日本の伝産品を理解し受け入れてもらえるのかを考えねばなりません。二つの事例をご紹介します。

一つは山梨県に伝わる鹿革に漆で模様付けした「甲州印伝」です。この商品は、DMSでも売れ筋上位の商品となりました。最初はただ「緻密な模様の製品だ」程度の理解にとどまり買ってもらえるまでには至り

ませんでした。その後「この商品は、実は侍の兜や鎧に使われていた技で作られています」と説明していったところ、一気に購買に結びついていきました。

もうひとつの事例として、秋田県の杉桶があります。そこそこの値の張るこの商品をお客様にプレゼンテーションしたところ、順調な売上に繋がっていききました。その土地のライフスタイルを理解し、日本と同じ使い方ではない新しい「文脈」や「使い方」を提案していくことが購買に結びついたのだと思います。

## ライフスタイルを理解し 文化を物語る

日本の文化をそのまま押し付けるのではなく、「日本ではこのように使われているが、こちらではこのように使ってはどうか」との提案が大切です。またサイズ、色はその地の生活や文化に応じて変える。さらに形についても、機能を変えない程度に柔軟に対応する必要があるでしょう。広報の面では、ハイエンドの雑誌やメディアを通してのアピールはとても重要になってきます。

これまで話してきたことをまとめますと、次の3点になるかと思います。①何を売りたいのかを明確にし、その国の文化を理解しライフスタイルに合った提案をすること。

②しかし、迎合するのではなく、自分たちの伝統や文化を物語る努力をすること。その伝統文化の上に、この製品が成り立っていることを伝える。

③オビニオンリーダーであるハイエンドショップや雑誌、ジャーナリストへのコンタクトを大切にすること。

どれも大切な事項ですが、今後の大きな課題は、③ではないかと考えます。



# ミラノサローネ2016にみる デザイントレンド

【期日】 2016年5月10日(火)

【会場】 富山県産業高度化センター 2F研修室

イタリア・ミラノで開催される世界最大規模の国際家具見本市「ミラノサローネ」。2016年は4月12日～17日の6日間にわたって開催されました。今回は55周年目にあたり、また20年ぶりとなるミラノ・トリエンナーレ国際展が同時開催されていたこともあり、例年以上の盛り上がりを見せていました。期間中は、2,407社による展示と37万2千人にのぼる過去最高の来場者数を記録。多くの来場者、バイヤーたちで賑わいました。



## 自信を取り戻しつつある イタリア

今年のミラノサローネは、5大陸160カ国から、過去最高となる34万人以上の業界関係者と3万人以上の一般来場者を迎えて開催されました。私は今年で31回目のサローネとなります。かつてのイタリアの家具業界は年率およそ前年度比3～5%の成長を遂げていたのですが、この十年間は売れ行きも悪く低成長が続いていました。自分たちでやってきた加工業を中国など他国に依存したということと、ものづくりに資本力が必要になってきたからです。しかし去年(2015年)のミラノ万博前後から国もてこ入れを始め、産業界も次第に元気になり自信を取り戻しつつある。そうした中で開かれた今年のサローネです。

## アートとのコラボレーション

20万平方メートルの会場に、2,407社が出展しました。国際インテリア小物見本市というのもあって、こちらには1,382社が出展していました。

今年の展示物を見ていて感じたのは、これからの時代、デザイナーはどこに創造力を動かしてくるのかということ、それは形だけではなく色やテクスチャー、パターン…などであろうと思います。色や形についてはデザイナーの領域ですけれども、パターンとなるとアーティスト的なものとなる。だからアートやアーティストとの付き合い方も含めて考えていこうかと思っています。もちろんデザイナーがパターンを作る場合もあるでしょうが、これまでのフレームで収まらない要素をアーティストや新しい人とのコラボレーションで創造していくことになるかと思っています。

## 「日本」を戦略的に打ち出す

今回のサローネには、日本からも数多くのデザイナーや建築家、大企業から地域産地の企業、佐賀県・富山県・岐阜県といった自治体、伝統的工艺品産業振興協

会など、様々なセクターから数多くの出展がなされました。それらの展示物を見ると、やはり日本のものづくりは世界のトップランナーの中に入っているなど感じます。かつてサローネに出展するのは大企業だけ、家具関係の会社だけだったのですが、徐々に裾野が広がってきています。デザイナーもかつては限られた人だけだったのが、今日では数も増え様々なジャンルから層をなしてきています。

それはそれで素晴らしいことなのですが、これからの時代を考えると「日本」というものをもう一度きちんと捉える必要があります。「日本」というものをコンセプトに際立たせるような表現ができないものかと思っています。

日本からの出展に対しては「仕上げの丁寧さ」や「品質」について高い評価を得られてはいるものの、そこにどまっていたり駄目だと思います。世界の中で「私たちはこういうことをやっていくのだ」という新しい価値の提案がもっと必要です。個々の作品という「点」あるいは「線」では、それぞれ皆さん頑張っていますが、それを「面」として、日本の総合力として戦略的に構築し、サローネで打ち出していく必要があるだろうし、それをすべき段階にきているかと思っています。(桐山)

# アンビエンテ2017にみる デザイントレンド

【期日】 2017年2月15日(火)

【会場】 富山県産業高度化センター 2F研修室

「アンビエンテ」はドイツ・フランクフルトで開催されるLiving(インテリア)、Giving(ギフト)、Dining(テーブルウェア)の3つのエリアから成る世界最大級の消費財見本市です。キッチンまわりの家庭用品、テーブルウェアから、リビング、バスルームのインテリアまで様々な製品が出展されます。「ミラノサローネ」が家具の比率が高いのに比べ、生活に密着したデザイングッズが多いのが特徴。2017年は2月10日～14日の5日間にわたって開催されました。



## 新しい発想で 事業を転換する必要性

アンビエンテの幾つかの展示物から、これからの時代を予見するような共通点を見出すことができるように思えます。それは一見ローテクだったりするのですが、20世紀型のゴージャスで派手な世界ではなく、もう少し自然と寄り添うような世界で、そこに新しい時代の兆候があるように思えます。こうした世界に新しいものを加えることによって、これまでにないデザインが生まれる。

だから地場産業や伝統工芸などでこれまでやられてきた「手づくり感」を大事に保ちながらも、そこに新しい何かをプラスするという柔軟な発想が求められています。例えば「災害に遭った時に、自分たちのやってきたことはどう生かせるか」といった、これまで思いも付かなかったような、まったく違った発想を加えてみる。いろいろなものを見て、自分たちの事業を転換できないかを考えるヒントにしていきたいと思っています。

## Trends(トレンド)エリアを 分析する

アンビエンテ会場の中にTrends(トレンド)と呼ばれる展示エリアがあります。そこ

は今後の消費財トレンドを予測するショーケースで、幾つかのコンセプトが提示されます。私も毎回このコーナーをチェックしています。まだ詳細に分析できていませんが、今回提示されたコンセプトを順番に紹介していきます。

まずは「Delicate Structure(デリケートなストラクチャー)」。ストラクチャーとは有機的なものを指しており、自然が作り出す造形を活かしてデザインし商品化したものです。例えば高岡銅器などはピカピカになるまで磨いたり、衣服だったらキチンと縫製したりしますが、その手前で止めることによって質感を出す—それをDelicate Structureと呼んでいるのだらうと思います。

次いで「Honest Materials(正直なマテリアルズ)」。今ヨーロッパでも「工芸」は注目されています。ハンドクラフトとか工芸がキーワードになっていて、それは「行き過ぎたインダストリー」に対するアンチテー



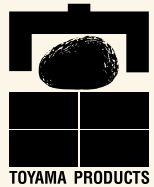
ゼであり、もともとあったものづくりへの「回帰」でもあります。工業的に完成されたものが過剰に溢れる世界の中で、工芸など何か温もりを感じさせるものへの憧憬が生まれているのでしょう。機能性や利便さ、スピードのみを追求するのではなく、質感とか堅牢さといった確かさがにじみ出るようなモノ、使い込んでいくことによって経年変化し、それが愛着になっていくようなモノ—そんな世界です。

続いて「Jumbled Pattern(混乱したパターン)」です。人間の心理的な側面に対して、心地よいメッセージを送ってくれるものがパターンです。パターンには規則正しいものだけではなく、不規則なものも含まれます。素材感から生まれるパターンもあります。これまで製品の品質は均一でなければならぬとされてきましたが、多少ムラがあろうがそれをよしとし、「味」として愛でる価値観です。

最後に「Notable Shapes(注目のシェイプ)」。これは「様々なリミックス」と言ってもいいかもしれません。シャープであるけど味がある、ランダムだけれど秩序がある、そんなデザインということでしょうか。

これらのコンセプトについては改めて分析し、また別の機会にご紹介したいと思います。(桐山)





# 優れた富山ブランドとして 今年度20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。



富山プロダクト選定商品は、富山デザインウエーブ2016展で展示。

## 平成28年度 富山プロダクト選定商品 (順不同)

★は再申請応募により、選定された商品

### 尾羽 OHA

[靴べら]  
(株)タカタレムノス



小鳥をモチーフにした彫刻的なフォルムは、卓越した鍛造技術を用いて製作している。鳥のやさしいフォルムに合わせて、ひとつひとつ丁寧に磨きあげられ、美しく、繊細な印象を与える。穴に指をかけて使い、靴から引き抜きやすい。使い勝手の良さにも配慮されたデザイン。アルミニウムと真鍮の異なる素材を使用。

講評/商品のデザインがかわいく、パッケージも良く、ギフト用品に適している。

### 芯 SHIN

[靴べら]  
(株)タカタレムノス



靴べらとスタンドの芯が通った、垂直に自立する靴べら。小振りなスタンドは玄関の場所を取る事がなく空間に馴染む行まい。靴べらの先端部はかかとと靴に馴染む優しいフォルムになっている。

講評/スタイリッシュなデザインである。

### 筆皿、多様皿、雀箱

[鑄鉄製ステーショナリー]  
(株)織田幸銅器



筆皿、多様皿:机上の文房具を整理整頓するためのペントレイ。鉄鑄物のどっしりとした重量感が特徴で、大きな穴は、ペンのつかみやすさを格段に向上させた。  
雀箱:印鑑、時計など小物等を美しく快適に収納。蓋はトレイとして使用できる。柔らかくて優しい曲線で、美しさと便利さを両立させた箱。

講評/形・デザイン・仕上げとも良好、重厚感もあって表面加工も良い。

### 箸置き、カトラリーレスト、ナッツプレート

[鑄鉄製テーブルウェア]  
(株)織田幸銅器



箸置き、カトラリーレスト:鉄鑄物の鑄肌の趣のある質感をそのまま残しつつ、カトラリーが直接接触する一面のみを職人がひとつひとつ手作業で滑らかに磨き上げている。  
ナッツプレート:食器ではめずらしい細長い形状で、見慣れた食材をセンス良く盛り付けできる。

講評/買いやすい価格帯であり、ギフト向けになりえる商品である。

### potterin ポタリン

[仏具]  
瀬尾製作所(株)



火たて、香炉、花たての仏具の三具足に、おりんと、りん棒を加えたオールインワン仏具。日常的には一輪挿しとして使用し、特別なときには三具足を取り出し、そっと故人に手を合わせる事ができる小さな仏具。

講評/コンパクトな仏具セットで、スペースがない都会の住居に合う商品である。

### コリネットリンプ

[ツボ押し]  
(株)ナガエ



高度な鑄物技術と熟練職人によるひとつひとつ手磨きによって仕上げられた、アルミ製マッサージツール。

講評/デザインや使い勝手が良い。

### ミエルノPlusシリーズ

[園芸用品]  
(株)リッチェル



底面給水機能付きのインテリア用ミニポットとプランター。ポリポットからそのまま植え替えが可能。上容器をおいたまま給水口から楽に水やりができる。水をためておくことができ、水やりの回数を削減できる。貯水量が見える窓付き。  
※第55回富山県デザイン展「奨励賞」受賞

講評/ありそうでなかった商品であり、新規性を評価した。

### DESUS CONO シリーズ★

[調味料入れ]  
(株)リッチェル



「CONO-円錐」。原材料を削りだしたようなシャープなフォルムが特徴的なモダンなデザイン。透明度の高いメタクリル樹脂を使用し、テーブルの和洋を問わない。

講評/販売から10年以上経つが、古さを感じさせないデザインが良い。

### 造作材屋の手作り時計キット

[手作りキット]  
(株)元尾商店



造作材加工時に出る、5種類の形状の端材を用いた手作りキット。楽しみながら様々な特徴のある木材に触れることができる。

講評/「県内素材」、「手作りキット」、「リサイクル」と今の時代にフィットする商品である。

### のりものそっくす

E7系かがやき、923形ドクターイエロー、E5系はやぶさ、0系ひかり、E6系こまち、N700Aのぞみ、超電導リニア、H5系はやぶさ等  
[靴下]  
助野(株)



見て楽しい、履いて楽しい、子供が喜ぶ新感覚靴下。踵部分はベージュ柄でファッションに合わせやすい。フリーサイズ。(目安15~18cm)

講評/寿司そっくす同様に楽しいデザインがとても魅力的である。

### karaliシリーズ

[バスウエア]  
(株)リッチェル



いつも清潔に使える入浴用品。浴槽のへりやフックなどに掛けて乾かすことができ、通気性も良い設計。透明素材の美しさを損なわないシンプルでスタイリッシュなデザイン。

講評/クリアな質感に色をのせたスタイリッシュなデザインを評価した。

### S.ボーダー UCHI-MIZU

[フェンス]  
三協立山(株)



保水性の高い素材と、配置の工夫によって涼感効果を高め、ラジエーターとして機能する現代の生け垣スクリーン。ルーバーに染色廃棄物をリサイクル利用した保水材料を使用。保水したルーバーが気化熱の効果を生み、スリットに流れる風を冷やすことで外気の熱を和らげる。

講評/プロダクトとして洗練されたデザインと機能美を兼ね備えた逸品である。

### above the ordinary sol-mittens

[ミトン]  
tufe



アクリル樹脂の中にカーボンを入れた発熱・静電気防止機能のある繊維「ソルファイバー※」を編みこんだミトン。指先を覆っていないので自動車の運転や買い物時に便利。  
※日本エレクトックス㈱と大手紡績メーカーが共同で開発した繊維。

講評/機能性にすぐれている。素材が良い。

### イキソルメッシュ

[電磁波シールドボックス]  
日本エレテックス(株)



電気抵抗の低い超繊維細錫メッキ箔を巻き付けた特殊極細金属糸を使用し、強度アップのため強化ポリエステル糸を心材にしている特殊な糸を開発し、金属なのに柔らかくて普通の生地のように加工・縫製できるように開発した素材「イキソルメッシュ」を使用したシールドボックス。

講評/専門性が高い分野の商品だが、生地の縫製など仕上げが良好でプロダクトとして優れている。



**フェザーコットン®  
ブランケット**

[ブランケット]  
(有)セルダム

肌の敏感な赤ちゃんの為に超長綿を原料にしたブランケット。夏は涼しく、冬は暖かい。

講評/プロダクト、パッケージデザインが良くギフトに向いている。



**フェザーコットン®  
バスタオル、  
フェイスタオル**

[バスタオル、フェイスタオル]  
(有)セルダム

吸水性に優れ、もっちりとした弾力が心地良いタオル。通常の糸よりも細いので、肌触りが繊細。

講評/デザインや使い勝手が良い。



**マスクI、  
マスクIハーフ、  
マスクII、  
マスクIIハーフ★**

[スポーツ用顔面保護マスク]  
(有)ナンワ

スポーツ(特に球技)をする際の顔面保護用マスク。

講評/専門性が高い製品で、使い手のニーズに合致した商品である。



**ミツオカ ビュート**

[自動車]  
(株)光岡自動車

豊かな曲線美とクラシカルなフォルム。日常が華やぐ遊び心がそこにある。

講評/室内装飾に富山の伝統工芸を活用するなどオンリーワン商品としての挑戦がすばらしい。



**はりねずみ★**

[苔盆栽]  
(株)能作

器は青銅鑄物(ロストワックス)により製作、苔ははりねずみの背中に見立ててある。器の中の小さな景色を楽しんでほしい。

講評/能作の定番商品として、改めて見てかわいデザインである。



**Obil oblong**

[カッティングボード]  
アルベキ社

高岡の彫刻塗にみられる乱れ彫りのテクスチャーを施したカッティングボード。通常、川や雲の流れなどの表現に使われる彫り跡が微妙な陰影を生み、食卓にアクセントを付ける。

講評/表面加工、形ともに美しいデザインである。



**TOYAMAデザインセレクト展**

[期間] 2016年10月3日(月)~11月6日(日)  
[会場] D&DEPARTMENT TOYAMA

これまで認定された270点余の「富山プロダクト」の中から、「ファッション」「ステーションナリー」「テーブルウエア」「生活用品」の4分野で製品を選び、展示・紹介する催しがD&DEPARTMENT TOYAMA内のギャラリーで開催されました。プロダクトが生まれる背景や作り手の思いなどを紹介するパネル展示も行われました。



International Design Interchange 国際デザイン交流事業

**富山・台湾デザイン交流事業**

富山県は、2014年に開催された「台湾デザインエキスポ」に初出展して以来、台湾デザインセンターを窓口として継続的にデザイン交流事業を行ってきました。2016年度も、台湾デザインミュージアムでの「トヤマモデル—富山県総合デザインセンターの商品化メソッド展—」をはじめ様々な交流事業が開催されました。また富山県総合デザインセンターと財団法人台湾デザインセンターとの間で「連携に関する覚書」の調印がなされ、互いのデザイン力を活用した商品開発や市場開拓、さらなる人的交流の活性化を図っていくこととなりました。

**トヤマモデル**

**—富山県総合デザインセンターの商品化メソッド展—**

[期間] 2016年8月4日~13日  
[会場] 台湾デザインミュージアム(台北市)

富山県総合デザインセンターの商品化のプロセスを展示紹介しました。17点の商品開発事例を含め、県内企業20社約160点の商品の展示とともに、「商品化プロセス」、「販路開拓」などのテーマでモックアップや図面、デザイン画などの展示が行われました。



**国際フォーラム**

[期間] 2016年8月10日(水)  
[会場] 台湾デザインセンター(台北市)

富山県と台湾それぞれの企業が、デザイナーとのコラボレーションでヒット商品を生み出す開発手法を(株)能作の能作克治氏が紹介。台湾のデザイナーや企業など約150名が参加し、富山企業のものづくり技術に高い関心が集まりました。

**ゴールデン・ピン・アワード**

台湾の優良デザイン認証制度「ゴールデン・ピン・アワード」に県内から6社15商品が選定されました。また台湾デザインセンターで開催される「ゴールデン・ピン・アワード認証商品展示会(2016年11月25日~2017年4月23日)」に県内企業5社9商品が出品。12月16日~25日には、台北そごうで同アワード選定企業をテーマとする催事が開かれ、県内企業3社((株)能作、(株)山口久乗、(有)四津川製作所)による展示・販売会が行われました。

**台湾デザイナーの富山企業視察**

[期間] 2016年10月24日(月)、25日(火)  
[視察先] (株)小泉製作所、(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、(有)四津川製作所

台湾から5組のデザイナーが来県し、県内企業を視察。また富山県総合デザインセンターが開催する商品開発研究会の会員企業とのマッチングも行われました。





# 「富山」を伝える ショップの視点

【期日】2016年12月7日(水)

【会場】D&DEPARTMENT TOYAMA

首都圏における富山県の新しいアンテナショップ「日本橋とやま館」(中央区日本橋室町)が6月4日、開店しました。コンセプトは「富山の日常の上質なライフスタイルの発信」。立山杉をふんだんに使った店内には、県産の食品や工芸品が並ぶほか、地酒を提供するバーラウンジ「トヤマバー」や和食レストラン「富山はま作」などが入ります。今回のナイトフォーラムは、「日本橋とやま館」館長の山下章子さんと、全国の地域の魅力を掘り起こすD&DEPARTMENT PROJECTの創設者であるナガオカケンメイさんに、日に日に注目を集めるとやま館の現状と展望について語り合っていました。



ショップ店内

食文化をたのしむ、ものづくりの文化に触れる、交流する…3つのコンセプトで富山の魅力を発信。

山下 富山県民にとっての「あたりまえ」の価値を伝えていきたい。



富山県産材をふんだんに使った店内(写真は「富山はま作」)

県内17蔵の日本酒をラインナップしたバーラウンジ。700円で3種類のお酒を飲み比べできる。



日本橋三越本店と道路一本へだてた好立地。  
ナガオカ 日本橋は江戸の「粋」が残る、「本物」の価値を分かる人たちが集う街。



## 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

すでに世の中に生まれたロングライフデザインから、これからのデザインの在り方を探る活動のベースとして、47都道府県にデザインの道の駅「D&DEPARTMENT」を作り、地域と対話し、「らしさ」の整理、提案、運用をおこなっている。



## 山下 章子

日本橋とやま館 館長

宇奈月町生まれ(現黒部市)、富山市八尾町在住。文化振興課、建築住宅課(景観)、観光課を経て富山県首都圏本部。観光課で北陸新幹線開業を迎えた後、昨年10月から日本橋とやま館の開店準備に携わり、6月開業から同館館長。現在は東京に単身赴任。「子どもたちが戻りたくなる富山に！」がモットー。



交流スペースでは、「工芸の富山フェア」「高岡銅器組合フェア」などのイベントを、1~2週間ごとに開催。



城端の絹織物を使ったワークショップ。

# 富山もよう 新商品

富山を象徴するものたちをテキスタイルデザインにしようと、デザイナー・鈴木マサルさんとのコラボで始まった「富山もよう」プロジェクト。そのスタートは2014年、新聞本紙を「富山もよう」でラッピングするという、北日本新聞社の130周年記念企画でした。それから今日まで、合計10種のもよう柄が生み出されてきました。

富山県総合デザインセンターでは、2016年1月から商品開発研究会を開催し、県内のものづくり企業とともに「富山もよう」を使った新商品開発に着手。7月には「真鍮(しんちゆう)風鈴」、「紙ふうせん cusuri」、うちわ「solano(ソラノ)」を商品化し、D&DEPARTMENT TOYAMAで開催された「富山もよう展」で披露しました。続けて12月には、八尾和紙による「和紙アイテム」を商品化。「富山もよう」と「富山のものづくり」が出会うことで、ユニークな商品が次々に誕生しています。



富山もよう  
テキスタイルデザイナー

## 鈴木 マサル

テキスタイルデザイナー  
東京造形大学教授

2005年からファブリックブランドOTTAIPNUを主宰。色鮮やかなハンドプリントによるファブリックを中心に、ハンカチ、傘などを展開。国内外の多くのブランドとのコラボレーションで世界的に活躍している。

富山の売薬さんのお土産  
「紙ふうせん cusuri」

昔なつかしい四角い紙ふうせんがモダンなデザインに生まれ変わりました。一つ一つ手作業でつくられた一品です。

製造元:富山スガキ株式会社(富山市)

自立するうちわ  
「solano(ソラノ)」

持ち手に程よい重さがあるので、扇ぎやすく手になじみます。バッグなどに入れて携帯にも便利、デスクまわりに置いてもおしゃれです。

製造元:機ナガエ(高岡市)

モダンな風鈴  
「真鍮 風鈴」

高岡の伝統産業である鋳物の技術でつくりました。夏の暑い一日を涼しく演出してくれる、真鍮ならではの澄みきった音色が特徴です。

製造元:機能作(高岡市)

越中八尾の和紙を使った  
「和紙アイテム」

温もりのある和紙の手ざわりと富山もようがマッチ。富山の魅力を暮らしの中を感じる実用的な商品たちです。

製造元:桂樹社(富山市)

歴史と文化に根付いた暮らしの道具  
「富山もよう手ぬぐい」

拭く、巻く、飾る、包むなど使い方はさまざま。「注染」という伝統技法で染め、職人による手仕事のため1枚ずつ表情が異なります。

製造元:機ハミングバード(富山市)



	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 2016/5/10	ゴールデン・ピン・アワード(台湾)応募説明会 デザイントレンド速報「アンビエンテ・ミラノサローネ2016にあるデザイントレンド」 グッドデザイン賞応募説明会	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) 説明者:公益財団法人日本デザイン振興会	県産業高度化センター 研修室
	2016/6/8	デザインセンター海外展示会出展報告 富山もようプロジェクト試作品検討会	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) 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)、 小柴尊昭(㈱電通 ビジネス・クリエーション・センター 未来創造グループ)、 高橋理(㈱電通 ビジネス・クリエーション・センター 未来創造第2グループ)	高岡マンテンホテル駅前BON
	2016/7/28	富山デザインコンペティション2016 応募作品内覧会(1次審査)		国際文化会館(東京都港区)
	2016/10/1	富山デザインコンペティション2016 2次審査・授賞式・意見交換会		富山第一ホテル
	2016/10/25	富山デザインコンペティション2016 審査結果報告 台湾デザインマッチング	招へいデザイナー:Woo Collective, Yenchun Yawen Design Studio, Pili Wu Design, DOT Design, Wonderfuldesign studio	ウイング・ウイング高岡 研修室502
	2017/2/15	デザイントレンド速報「アンビエンテ2017にあるデザイントレンド」 富山県美術館ミュージアムショップオリジナル商品開発について	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) 講師:村上正(㈱マイブックスサービス 代表取締役)	県産業高度化センター 研修室
	2017/3/8	富山県美術館概要説明	講師:湯浅良介(内藤廣建築設計事務所)、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)	富山県美術館
	2017/3/14	長岡企業視察		長岡造形大学、マコー棟、 梅渡辺金造所
	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	県東津総庁舎 4F 405会議室 県総合情報センタービル 会議室
	デザインプロジェクト推進事業 2016/8~2017/2	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とともに、国内外の販路開拓までをプロデュースする。	派遣先企業①:富山県商品開発研究会 派遣デザイナー:鈴木マサル(テキスタイルデザイナー/東京造形大学教授)、小柴尊昭、高橋理(㈱電通 未来創造グループ) 派遣先企業②:KANAMORISYSTEM, INC(高岡市) 派遣デザイナー:渡辺佑介(WD デザイナー) 派遣先企業③:GRNホールディングス㈱ 派遣デザイナー:中山真由美(㈱FINE PROJECT アートディレクター)、 宮部真(コピーライター)、能作幾代(nousaku 店主/チーズソムリエ) 販路開拓支援先企業 ④「キテ・ミテ・フレテ KOGEI TOYAMA」富山プロダクツ選定企業3社4点 ⑤台湾・ゴールデン・ピン・アワード申請支援 富山プロダクツ選定企業6社60点 ⑥台湾・ゴールデン・ピン・アワード展示会出品支援 3社31点	
2 国際 デザイン 交流事業	展示会 2016/8/4~13	「トヤマモデル 富山県総合デザインセンターの商品化メソッド展」		(財)台湾デザインセンター 台湾設計館(台湾台北市)
	デザイン連携覚書締結 2016/8/10	富山県総合デザインセンターと台湾デザインセンターとの連携に関する覚書締結		(財)台湾デザインセンター 台湾設計館(台湾台北市)
	国際フォーラム 2016/8/10	「マテリアルにみるイノベーションと応用 富山デザイン×金属工芸」	講師:大矢寿雄(県総合デザインセンター 所長) 能作克治(㈱能作 代表取締役社長) 小野里奈(デザイナー) 曾彦文(NakNak design ディレクター)	(財)台湾デザインセンター 創意劇場(台湾台北市)
	県内企業と台湾デザイナーマッチング会 2016/10/24~25	台湾デザイナー5組7名と台湾デザインセンター関係者が来県、高岡の金属メーカー6社を視察したほか、県内企業とのマッチング会(商品開発研究会)を開催。	招へいデザイナー:Woo Collective, Yenchun Yawen Design Studio, Pili Wu Design, DOT Design, Wonderfuldesign studio	視察先:㈱小泉製作所、㈱ナガエ、 ㈱能作、㈱モンスターファクトリー→Ori ㈱山口久東、㈱四津川製作所
ゴールデン・ピン・アワード 2016/12/16~25	中環圏をターゲットとするアワードの認証手続き及び、台湾のSOGO百貨店の催事に認証商品の出展を支援し、富山県のものづくりの技術等をアピール。	出展企業:㈱能作、㈱山口久東、㈱四津川製作所	太平洋SOGO百貨台北店復興館 (台湾台北市)	
3 富山の デザイン 推進力 強化事業	技のこわけプロジェクト委員会 2016/4/27	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(㈱method 代表取締役/バイヤー) 委員:石井唯(D&DEPARTMENT TOYAMA 店長) 下尾さおり(shimoo design/木工作家) 能作幾代(nousaku 店主/チーズソムリエ) 眞野知子(ギフトコンシェルジュ)	県産業高度化センター 研修室 県総合デザインセンター プレゼンテーションルーム
	発表会 2017/3/27	ゲストトーク「富山の魅力(自然+食+技)とデザインを活用した発信について」	ゲスト:富山県知事 石井隆一 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)	日本橋とやま館 和食レストラン 富山はま作
	2016/12/21 2017/2/14	第2回技のこわけプロジェクト委員会 第3回技のこわけプロジェクト委員会		
4 ネット ワーク 形成 事業	ネットワーク形成会議 2016/7/28	第1回ネットワーク形成会議(東京会議) 県内企業のデザイン人材採用状況を説明し、教員から学生の就職状況、就職への課題、企業等への要望を聞き出すグループディスカッションを開催。	参加者:デザイン系大学教員(愛知県立大学、金沢美術工芸大学、滋賀県立大学、多摩美術大学、東京芸術大学、東京工芸大学、東京造形大学、富山大学、長岡造形大学、法政大学、武蔵野美術大学)	G.Itoya Handshake Lounge (東京都中央区)
	2016/9/2~3	第2回ネットワーク形成会議(富山会議) 企業訪問 意見交換会	参加者:デザイン系大学教員(金沢美術工芸大学、滋賀県立大学、東京芸術大学、東京工業大学、富山大学、長岡造形大学、法政大学、武蔵野美術大学) 企業:㈱小野沢家具店、㈱小泉製作所、三協立山㈱、瀬尾製作所㈱、 ㈱タカタレノス、㈱ナガエ、㈱能作、㈱松井機業	訪問先:(一財)五箇山和紙の里、 富山ガラス工房、㈱二上、 ㈱山田写真製版所 富山国際会議場 205会議室
	産学官連携デザインワークショップ 2016/10~2017/2	県内企業が解決したい課題等をプレゼンし、学生が課題解決の方策を検討・提案。	企業:助野㈱ 大学:富山大学芸術文化学部	助野㈱、富山大学芸術文化学部 コミュニケーションルーム
	デザイン講習会 2016/11/29	「海外展開のビジネスポイント ~イタリア市場の場合~」	講師:水ともこ(デザイナー・コーディネーター)	県産業高度化センター 会議室
5 デザイン 交流 事業	ナイトフォーラム 2016/12/7	「富山」を伝えるショップの視点」	講師: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)、山下章子(日本橋とやま館館長)	D&DEPARTMENT TOYAMA

	名称・日時	内容	備考	場所
6 デザイン 普及 指導 事業	富山デザインブランド販路開拓事業 2016/10/3~11/6	「TOYAMAデザインセレクト展」		D&DEPARTMENT TOYAMA
	2017/3/27~31	「越中富山 技のこわけ」展示物販売		日本橋とやま館
7 デザイン 発信 事業	デザインセミナー 2017/2/15	「石巻工房 ~DIYの可能性を拡げるデザイン~」	講師:声沢啓治(石巻工房 代表/建築家)	県産業高度化センター 会議室
	機関誌の発行 2017/3/29	offer44号 平成28年度事業報告		
8 越中 富山 お土産 プロジェクト	デザイン雑誌情報	日経デザイン、AXIS、confort、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。		
	富山お土産プロジェクト委員会 2016/6/21	第1回お土産プロジェクト委員会	委員:中山真由美(㈱FINE PROJECT 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(㈱生活ネット研究所 代表取締役所長) 平島重由美(北日本放送㈱ アナウンス部 部長) 大矢寿雄(県総合デザインセンター 所長) 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)	県総合デザインセンター プレゼンテーションルーム
9 富山 デザイン ワークショップ 2016	2016/12/8	第2回お土産プロジェクト委員会		
	デザインウェブ開催委員会 2016/4/26	2015年度報告と2016年度事業計画案の承認		富山県民会館 706会議室
10 富山 プロダ クツ 選定 事業	富山デザインウイーク 2016/9/22~11/23	富山デザインウェブ2016、高岡クラフト市場街(いちばまち)、工芸都市高岡2016クラフト展、金屋町楽市inさまのこ、富山デザインフェア2016、第55回富山県デザイン展		高岡市中心市街地 富山市中心市街地
	富山マテリアルワークショップ2016 2016/7/2	コンセプトワーク ものづくり現場の見学	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) 参加者:5名	県総合デザインセンター、富山 ガラス工房、富山市ガラス美術 館、とうざわ印刷工芸㈱
	2016/9/2~4	デザインワーク・プレゼンテーション・講評 「富山の食を彩る」		富山ガラス工房
	富山デザインコンペティション2016 2016/5/16~7/2	作品募集(欲しい!共感するプロダクト)応募登録・作品提出		
11 その 他	2016/7/28	1次審査 252作品から12作品を選考	審査員:安橋伸(プロダクトデザイナー/法政大学教授) 川上典孝子(デザインジャーナリスト) 鈴木マサル(テキスタイルデザイナー/東京造形大学教授)	(公財)国際文化会館(東京都港区)
	2016/10/1	2次審査・授賞式・交流会 模型を使ったデザイナー12組によるプレゼンテーション・公開審査・授賞式・交流会	審査員:安橋伸(プロダクトデザイナー/法政大学教授) 川上典孝子(デザインジャーナリスト) 鈴木マサル(テキスタイルデザイナー/東京造形大学教授)	富山第一ホテル
10 富山 プロダ クツ 選定 事業	セミナー 2016/10/2	「世界に響くデザイン共感力」	講師:安橋伸(プロダクトデザイナー/法政大学教授) 川上典孝子(デザインジャーナリスト)	富山県民会館 611号室
	デザイン展 2016/10/3~10	企画展「インテリアデザインにおける布と紙の新しい挑戦」 富山デザインコンペティション2016作品展 富山マテリアルワークショップ2016作品展 富山プロダクツ2016展		富山県民会館 ロビー
10 富山 プロダ クツ 選定 事業	報告書発行 2017/2/1			
	商品流通支援活動 2016/12~2017/3	富山デザインコンペティション2016入賞作品、富山マテリアルワークショップ提案作品試作及び商品化検討		
10 富山 プロダ クツ 選定 事業	2016/6/15~8/25 (集中募集期間)	県内で企画または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 2016/9/6	応募(52点(26社)された商品の中から20点(15社)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(県総合デザインセンター 所長) 選定委員:内田和美(富山大学芸術文化学部教授)、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 部長)、林口砂里(㈱エビファニーワークス 代表)、茂木新之助(㈱専連クリエート商品本部商品企画室 バイヤー)、 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)	県産業高度化センター 展示室
10 富山 プロダ クツ 選定 事業	選定証交付 2016/10/1		選定企業名:アルベキ社、㈱織田幸銅器、三協立山㈱、助野㈱、瀬尾製作所㈱、㈱セルダム、㈱タカタレノス、tufe、㈱ナガエ、㈱ナフ、日本工レテックス㈱、㈱能作、㈱光岡自動車、㈱元尾商店、㈱リッチェル	
	展示会 2016/4/2~9/12	「TOYAMA JAPAN~Design of ripples and resonance a sound landscape from Toyama~」		トリエンナーレ美術館 (イタリア・ミラノ)
10 富山 プロダ クツ 選定 事業	2016/4/20~24	CREATIVE EXPO TAIWAN 日本プレゼンブース出品		台湾市内華山
	2016/6/2	東京富山県人会連合会「懇親のつどい」富山プロダクツPRブース出展		ホテルニューオタニ東京(東京都千代田区)
10 富山 プロダ クツ 選定 事業	2016/6/24~26	第3回「C'est bon le Japon」		エス・ナ・プラザマンロー(リヨン近郊地区)
	2016/6/15~7/3	「富山プロダクツin福岡展」		学校法人双葉学園福岡デザイン専門学校 ギャラリー
10 富山 プロダ クツ 選定 事業	2016/7/16~17	JR長野駅構内イベント出品		
	2016/10/3~10	「富山プロダクツ2016展」 今年度選定された20点を展示		富山県民会館 ロビー
10 富山 プロダ クツ 選定 事業	2016/10/18~12/中旬	ビュウブラザ川崎駅店頭ディスプレイ展示		びゅうブラザ川崎駅
	常設展	富山プロダクツ常設展		県産業高度化センター 展示室
11 その 他	子供デザイン体験教室 2016/7/26	夏休み子供科学研究室「オリジナルミニクロックを作ろう」	講師:後藤史明(㈱タカタレノス デザイナー)	県産業高度化センター 会議室
	2016/8/4	KNBジョブキッズ「工業デザインのしごと」		県総合デザインセンター プレゼンテーションルーム
11 その 他	インターンシップ 2016/7/6~8 2016/8/29~9/8	県立高岡工業高等学校 学生2名 受入 富山県立大学 学生1名、富山大学芸術文化学部 学生1名 受入		県総合デザインセンター 県総合デザインセンター



■発行日/2017年3月29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/加藤真一郎 ■デザイナー/水巻さゆり ■ライター/中谷裕也 ■撮影/道林伸一  
■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)