Design Report
Toyama Design Center
2024
02

本年度4回目の商品開発研究会が、8月21日に金沢市のsecca（（株）雪花）で開催されました。seccaは創業12年目を迎えるクリエイター集団。デザインと伝統工芸、アートの分野を自在に行き来するものづくりで注目を集めています。この日はseccaの来歴や事業領域、作品などを代表の上町達也さんにご紹介いただき、工房を見学。その後、石川樹脂工業（株）（石川県加賀市）専務取締役の石川勤さんに、seccaとともに開発してきた自社食器ブランド「ARAS（エイラス）」についてお話しいただきました。

デザイン、工芸、アートを融合 新しいものづくりに挑むアルチザン集団

富山県総合デザインセンター統括研究員　堂本 拓哉

【第1部】上町 達也 氏

secca の Concept & Works

01 seccaの設立について

seccaは設立から12年目を迎え、そのミッションは「新しい価値の造形」。自らの工房でものを作っているのだが、「求められる新しい価値をどう形づくっていくか」をいつも念頭に置いている。

私は金沢美大卒業後、（株）ニコンに就職し、プロダクトデザイナーとしてカメラや顕微鏡など光学機器のデザイン開発に従事してきた。secca創業メンバーのひとりである、柳井友一も金沢美大卒業後に（株）日本ビクターでプロダクトデザイナーとして働いてきた。私も柳井も新規開発のチームに在籍していた。そこでは小さな製品でも5年ほどの時間をかけて開発をしていた。その間、何百ものモックアップを作り、社長にプレゼンし、ようやく市場に出される。しかし、そういう製品であっても、わずか1年後にはワゴンセールに出されてしまう。自分が報われない、というよりもその価値の消費の速さに驚かざるを得なかった。もっと丁寧な価値創造、価値交換の在り方はないのだろうか。そんな疑問が、創業のきっかけとなっている。

seccaでは、あくまでも「数」を目的とせず「価値」を中心に置き、数が求められれば量産にも移行するし、価値を最大化するため一点ものの制作も行っている。

02 デザインとは「問いを立てる」こと

デザイナーとして生きてきた経歴もあって、「デザインする力」がこの会社のベースである。ただ、「デザイン」というのは単にきれいな形や色をつくることではなく、「どういう問いを立てるか」ということだ。

しかし、デザインの素養のある人間が会社を立ち上げると、往々にしてデザイン事務所ということになるのだが、私たちは「自分たちの手で作ったものを直接手渡していきたい」という思いがあったので、メーカーを志向した。無謀だと言われながらも、少しずつものを作る環境を作り上げていき、今日に至っている。その過程で、工芸家を育成する卯辰山工芸工房を卒業した工芸技術を持った人に加わってもらうなどしてきた。「課題を見つけ問いを立てるデザインの力」と「形にできる工芸の力」、これらを併せ持った組織がseccaである。

03 「巧藝（KOGEI）」というコンセプト

私たちは、自分たちが作り出しているものを「巧藝」と定義している。過去の日本においてものづくりを磨き上げてくれた先人たちの営みの、その延長線上に点を打っていきたいという思いもあり「工芸」に着目してきた。しかし、工芸の「工」は工業の「工」でもあり、明治以前は「工業」の意味として工芸という言葉は使われていたし、手工業が中心だった時代では産業との結びつきが強かった。海外の博覧会への出品などをきっかけに徐々にその言葉が指す意味が変容し、芸術的な工芸を「純粋工芸」や「美術工芸」と分類したり、後に「民藝」や「生活工芸」といった概念が生まれたりするなど時代毎に多様に派生した背景がある。

では、seccaが考える工芸とは何かを考え、最新のテクノロジーも含めた巧みな技術で藝術に値するモノと体験を創り出し、誂え（あつらえ）文化を軸足として一つひとつ丁寧に手渡していきたいという想いを込め、「巧藝」という指針に辿り着いた。

04 seccaの事業

「カタチづくる」ことを目的としながら、最終的なアウトプットは大きく次の2つに分かれる。ひとつは唯一無二を極めることを目的に、自社のアトリエで制作する一点ものから数点までの作品の制作である。もう一つはデザインの受託事業である。seccaは数を作れる組織ではないので、多くの人に届けることはできない。多くの人に届けるに値するものがあった場合には、日本の優れた技術を持つ量産メーカーと手を組んで、様々な社会課題を解決できるものづくりにデザイナーとして関わっている。

05 石川～金沢へのこだわり

私は岐阜県、柳井は島根県の出身。seccaのメンバー8人中7人が石川県以外の出身者。なぜ私たちがこの場所で起業しようとしたのかというと、「ものづくり」と「食」、この双方がある街を探していたからだ。土地の力に背中を押してもらいながら自分たちの事業を進めたかったのでこの街を選んだ。

また、この街には前田藩の影響で様々な工芸職人がいらっしゃることも理由のひとつ。私としては、そうした職人に仕事を依頼するということではなく、「一緒に作る＝co-creation」ことをしていきたいという思いがあった。多くの職人と共創していくことを楽しんでいきたいと思っている。

06 seccaのものづくりのジャンル

私たちのものづくりには、大きく3つのジャンルがある。

①shingi（シンギ）　ホテルやレストランのエントランス・オブジェに代表されるような、「用」があるものではない、コンセプトを共有するような彫刻作品などの象徴物。後醍醐天皇の言葉とされる「朕が新儀は未来の先例たるべし」から引用して命名した。

Real Fake「A-UN」は、明治神宮宝物殿で開催された神宮の杜芸術祝祭への出展作品。狛犬をモチーフとした立体作品で、約35,000もの人工擬木のピースを立体パズルのように組み上げて制作。

②Landscape Ware　食体験のデザインをテーマに、プロの料理人やバーテンダーなど食にかかわるプロを相手にテーブルウェアを提案している。

③Singular　楽器のシリーズ。ギターメーカーで長年にわたり技術を学んできた北出斎太郎氏が加わり、それをきっかけに自分たちのブランドを立ち上げた。プロの音楽家の「音楽表現を最大化するための音源装置をつくる」をコンセプトに、一つひとつ手作りでプロダクトを生み出している。

【第2部】石川樹脂工業(株) 専務取締役 石川勤氏(リモート登壇)

開発事例：石川樹脂工業のARAS

07 石川樹脂工業(株)について

私は東京大学工学部システム創成学科を卒業後、消費財メーカー Procter & Gambleに入社し、約10年間勤務。その後、父親が経営する石川樹脂工業に入社した。中小企業で新しい価値づくりをしたいと考えての転職だった。

石川樹脂工業は石川県加賀市に本社を置く企業で、新幹線の枕木、水道の点検口の蓋といった強度を要求されるインフラ関係の樹脂製品を製造している。ほかにも、レストラン「サイゼリヤ」のコップやスターバックスの店内用グラスなども当社で生産している。

私が入社したころの当社は、多くの中小企業の例にもれず低賃金、少休日、外国人実習生頼みの労働力、デジタル化の遅れ…などによる低生産性に悩まされるという負の循環に落ち込んでいた。また、扱っているのが環境問題などによりマイナスイメージがついているプラスチックという素材。さらに加賀市の生産年齢人口は今後20年で約半分になることが予想されるなど、厳しい状況の中にあった。

しかし、その一方で当社には「何でもやろう」というチャレンジ精神、匠の技術があり、またプラスチックは今日でも技術的に様々な進化を繰り返している素材。これらが逆境の中にありながらも信じられる明るい材料であった。

08 「ARAS(エイラス)」プロジェクト

このように課題が山積する中で私が取り組んだのは①ARAS、②ロボティクス、③AI／デジタルツールの導入という三つの改革だった。②③は生産性改革に関することなので今回は触れず、①ARAS－ガラスと樹脂を掛け合わせた新素材を使った、環境に優しく、永く使える圧倒的な強さを実現した食器について紹介していきたいと思う。

まず樹脂(プラスチック)について話したい。プラスチックの特徴は3点ある。①プラスチックは石油からガソリンなどを作るときに生成する副産物であること。②技術的に進化を続けており新しい樹脂が毎年生まれていること。③成形においても再生利用においても要する熱エネルギーが少なくて済む、低エネルギーで循環できる素材であること。使い方次第では、イノベーティブでサステナブルな素材でもある。ARASはこうした樹脂の可能性を生かすためのプロジェクトとしてスタートした。

ARASはseccaの工房で石膏の原型を作り、手加工で凹凸をつけ、それを3Dスキャンしデジタルデータ化、3Dモックを作りそれを評価しながら制作していった。ARASは落としても割れず、大人から子供まで安心して使える食器となっている。

09 脱「プラスチッキー」

ARASはプラスチッキー(偽物・安物)ではない樹脂の魅力とは何かを、2年間にわたりseccaとともに議論と試作を重ねて2020年に誕生した。重量感、高級感、重厚感…といった、ハイエンドレストランでも使える佇まいがあり、「割れない食器」としての長所を発揮できる製品として作り上げていった。

2020年2月に「テーブルウェアフェスティバル」でデビューを果たしたが、その直後、日本は新型コロナウイルス感染症の渦中に陥った。そのためデジタルマーケティングの手法を取らざるを得ず、クラウドファンディングでローンチしたのだが、多くの消費者から熱い支持を得ることができた。また消費者からの支持のみならず星野リゾートにも採用されるなど、ホテルやレストランなどにも需要は拡大している。