



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」ジャパンイヤー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
が、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ある豊饒性の中に、新しいデザインへの可能性があるように思えます。

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くことができる。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

れるグローバリゼーションによって、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、すなわちグローカリゼーションだと考えます。

日本の無印良品は、グローカリゼーション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、グローカリゼーション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カリゼーション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、製薬や電子・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くのは本当に難しい。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ると思っています。

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なという気づきをいただきました。本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。

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)

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り組みや富山プロダクツを紹介しました。

【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

