

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

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、デザイナーは先ず、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

3

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

4

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

6

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

7

5

大衆が気づいていない一歩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た願っています。

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やる。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 / 有株式会社モメントラムファクトリー 〇三 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、言葉が発した
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