

TOYAMA

# TOYAMA PRODUCT DESIGN COMPETITION 2011

今回で18回目を迎えた「富山プロダクトデザインコンペティション」は、今や若手デザイナーの登竜門となり、デザイナーと県内企業の貴重な出会いの場となっています。入賞作品については、企業、デザイナー、富山県総合デザインセンターが協同して商品化に取り組み、応募作品のなかから、これまでに30点以上を商品化。多くのヒット商品が誕生しています。

「賞を取ったら、商品化されたら終わり」ではなく、企業とデザイナーが共に歩き出す「ロングライフ」な関係を生み出すことが、当センターが目指すコンペのあり方です。長年コンペを継続してきた実績により、多くの企業とデザイナー間に良好な関係が生まれています。コンペ出品作品以外にも、企業独自でデザイナーとコラボした商品が数多く販売されるようになりました。そして、国内のみならず、海外へ進出する県内企業も増えています。

今年度の開催にあたって、いくつかの変更を試みました。1つ目は、より多くの若手デザイナーに参加してもらえよう、受賞者を優先

的に候補として招く、招待デザイナー制度を廃止したこと。2つ目は、審査回数を3回から2回としたこと。そして、3つ目は、テーマを設定せず、自由としたこと。4つ目は、応募登録料を無料にしたことです。これらの取り組みによって、門戸が広がり、応募総数は前年の約3倍、過去最高の470点となりました。また、テーマが自由ということもあり、提案作品は品目、素材とも多岐にわたり、提案作品の幅が大きく広がるという効果を上げることができました。

パネルによる第1次審査では9点が通過。最終審査となる第2次審査では、その9作品について模型とデザイナーによるプレゼンテーションでの審査が実施され、上位3名の入賞者が決定しました。当センターでは現在、入賞した3作品と最終審査に残った作品について、デザイナーや企業と商品化を検討中です。コストの算出や安全性の確保、流通経路の開拓などを進め、富山のデザインを日本から世界へ発信し、新しい「とやまブランド」の創出に努めたいと考えています。

## 審査員

- 秋田 道夫 プロダクトデザイナー
- 廣田 尚子 プロダクトデザイナー
- 山田 遊 株式会社method代表取締役/バイヤー
- 大矢 寿雄 富山県総合デザインセンター所長



アッシュコンセプト株式会社(東京都)にて商品化  
2009年とやまデザイン賞 PITACORO



アイオーティカーボン株式会社(富山県富山市)にて商品化  
2008年準とやまデザイン賞 スミバコ



天野漆器株式会社(富山県高岡市)にて商品化  
2009年準とやまデザイン賞  
TEA SET・TUMBLER SET



## SCHEDULE

5月27日～7月29日  
応募登録・作品シート受付

ウェブサイトの登録フォーム受付と、A3サイズの用紙1枚に、作品タイトル、コンセプト、全体図(レンダリング)をレイアウトした作品シートを受付。今年度は470組のエントリーがありました。

8月4日  
第1次審査  
作品シートによる審査

応募された作品シートの中から第1次審査通過作品9点を決定。審査結果は、8月8日にウェブサイトにて通過者の氏名および作品タイトルを発表。第1次審査通過者には第2次審査で提出してもらった模型の製作支援として3万円を補助しました。

9月28日  
第2次審査  
模型とプレゼンテーションによる公開審査

第1次審査通過者9組によるプレゼンテーションを公開形式で行い、審査員のディスカッションによって「とやまデザイン賞」(副賞50万円)、「準とやまデザイン賞」(副賞30万円)、「黒木靖夫特別賞」(副賞10万円)を各1点ずつ決定。審査後には、企業と参加デザイナーによる意見交換会を実施しました。

9月29日  
表彰式

審査の翌日、ウイング・ウイング高岡1階交流スペースでの、デザインウエーブ2011イン富山のオープニングセレモニーにて表彰式を行いました。併せて、デザインウエーブ開催期間中、第1次審査通過作品の展示を行いました。

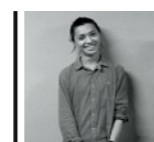
9月30日～  
商品化検討・報告書発行

デザインセンターとデザイナー、そして県内企業が商品化に向けて具体的な検討をスタート。審査員の意見をもとに作品のブラッシュアップやコスト算出、価格設定、流通経路の開拓などを進めていきます。パートナー探しの際として、最終審査当日に意見交換会を実施。またデザインウエーブ報告書を作成し、応募デザイナーやデザイナー関係者、県内外のメーカーなどに送付します。

## とやまデザイン賞

**Collinette**

毎日歩き疲れた足裏に、ツボ押しマッサージはとても心地良い。ただ、売り場に並ぶ「足ツボ押し」はマット型にしる青竹にしろどれも大げさで、置いておくだけでも部屋の雰囲気台無しに。毎日使いたいから、リラックスできるソファや、多くの時間を過ごすワーキングチェアの足もとに置かれて、いつも人のそばにある。そんな在り方のできる足ツボ押しです。鏡面に磨かれた表面にある、有機的なラインの突起が、アルミニウムの豊かな表情を作り出し、ゆるやかにラウンドした底面と、ひんやりとした金属の質感は、疲れた足裏を心地よく、そしてしっかりと刺激します。マッサージオイルを垂らして使えるように、オイルが床に垂れないかたちにしました。人の肌と直に触れ、その質感の良さを感じながら、毎日使い込まれていく。そんな関係が何十年も自然と続いていくようなもの愛されかたが、富山から生まれる製品の在り方にはぴったりだと思えます。

**松山 祥樹** Yoshiaki MATSUYAMA

1987年神奈川県生まれ。法政大学大学院デザイン工学研究科在籍。研究活動と並行して、プロダクトデザイン領域を中心に活動を行う。LG Mobile Design Competition 2010 ゴールド賞受賞。

【受賞のコメント】この度は、このような栄誉ある賞に選んで頂いたことを、とても嬉しく光栄に感じております。制作に協力頂いた県内企業、デザインセンター、そして審査員の皆様へ感謝すると共に、与えて頂いた言葉や経験を大切にして、これからの力へと繋げていきたいと思えます。

## 準とやまデザイン賞

**MIYABI みやび**

小粋なしゃもじ。日本では昔から使われてきた「しゃもじ」という道具があります。女性に使われる事が多いこの道具に、華やかさと日本らしさをアクセントとして加えました。扇子のような形状とエンボス加工による模様が、使うだけでなくインテリアとしての楽しみを持たせてくれます。世界の人々が道具から日本食に興味を持ち、新しい繋がりができるきっかけになれば、人との交流だけでなく、これからの産業やデザインに大きな楽しみが増えてくる事だと思えます。

**岩田 賢二** Kenji IWATA

1983年愛知県生まれ。2010年より愛知を中心に、全国にかけてデザイン活動を展開。プロダクトから家具や雑貨など幅広く携わる。デザインフェスティバル2011出展、新ものづくり創造コンペティション2011企業賞、エコ・プロダクトデザインコンペ2010優秀賞、LIFE DESIGN信州2010選考委員特別賞、富山プロダクトデザインコンペティション2010第1次審査通過など受賞多数。

【受賞のコメント】この度は、栄えある賞を頂きありがとうございます。生活用品にどのような意味合いを持たせてデザインをするのかを深く考えて形にした作品に、評価を頂いたことを嬉しく思います。作品提案から公開審査まで、コンペを通じて多くの事を学びとる事ができた貴重な時間でした。心より感謝いたします。



## 黒木靖夫特別賞

**3way-organizer**

3way-organizerは背の高いもの、中くらいのもの、低いものを、サイズごとに収納することのできるデスクオーガナイザー。果実のような柔らかなかたちをベースとして、機能性とフォルムを調和させたデザインです。毎日の仕事で使用する様々なものを、1つの容器の中に納めることができ、デスクの上をいつもすっきりと整理することができます。

**門田 慎太郎** Shintaro MONDEN

東京造形大学芸術学部彫刻学科卒業後渡米。Parsons the new school for design プロダクトデザイン学科卒業。デザインオフィスnendo勤務を経て、現在はフリーランスとしてデザイン活動を展開中。

【受賞のコメント】黒木靖夫特別賞という名譽ある賞を頂きまして、大変光栄に思います。今回の受賞を励みにしまして、プロダクトデザイナーとしてさらなる成長を遂げることができるよう、日々努力していきたいと思えます。ありがとうございました。



第2次審査  
通過作品



**Book-ear ブックイア**

本のお気に入りのページに付ける、ブックマークの提案です。どのような本でも、お気に入りの部分にはしるしを付けたいと思います。しおりを挟む、付箋紙を貼る、ページの角を折ってドッグイアを付けるなど、さまざまな方法が考えられます。しかし、しおりや付箋紙は、本から落ちてしまったり、飛び出た部分がボロボロになったりと問題を抱えています。また、ドッグイアは本自体を傷つけてしまいます。そこで、私達は、本の行まいや価値を損ねることなく、お気に入りのページにしるしを残すことができるプロダクトデザインを考えました。このBook-ear (ブックイア) は、正方形の紙を対角線で折り曲げただけのシンプルなもの、ページの角に貼って使用します。折れ曲がった紙の反発力が本に隙間をつくり、ページを開く手助けをしてくれます。多くの方々に、そして、幅広い本に使われることが期待できるプロダクト製品です。



**池田 庄平**  
Shohei IKEDA  
**大下 良美**  
Yoshimi OSHITA

池田庄平:1987年愛知県生まれ。大下良美:1987年若手県生まれ。共に前橋工科大学大学院工学研究科建築学専攻在学。SAPPROI コデザインアワード2010 UHB賞受賞。KONICA MINOLTA エコ&アートアワード2011入選。



**系**

系(けい)。この言葉には「一つづきにつながったもの」、「相互連関を持つものの集合」などの意味があります。太陽に対する惑星や原子核に対する電子は、常に法則により一定の距離を保ち、軌道を描きます。私たちの日常においても複数のひとやもの同士が一定の間隔を保ちつつ、いろいろなかたちでつながっています。それは家族との距離であるかもしれないし、愛着のあるものの重要度であってもいい。昔、時期や場所によって誰かや何かが「核」(=光源)とその取り巻き(=複数に分かれたシェード)となって集まりをつくります。その核と軌道たちがつくるかたちは、一枚の円盤のように整った時もあれば、へびがとぐるを巻くように乱雑であったりもする。求められる灯りの質や使う人の気分によって「不変」である一つの照明が「可変」な姿を現し、そのかたちだけが光を与えてくれます。「不変」であり、また「可変」なひとやものたちのつながりのあり方を現した、そんなペンダントライトです。



**田中 おと吉**  
Otokichi TANAKA

1968年大阪府生まれ。88年京都に移住。4年間滞在。93年修成建設専門学校卒業。AAスクール入学。2年間在籍。97年帰国。99年o.t.o.形研究所設立。2004年形'STUDIOに改名。



**花器 -ne-**

植物は根から水分を吸収する。花が咲く場所に相応しいかたちとして、根のかたちを抽象化した花器をデザインした。複数置き、花を生けることで単体とは表情が異なるデザインになっている。ひとつ購入してユーザーとその商品の関係が終わってしまうのではなく、二つ三つと集めたいくなるものにする。より長く関係が続くのではないだろうか。



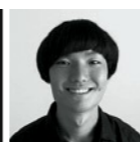
**玉置 潤平**  
Junpei TAMAKI

1986年埼玉県生まれ。2010年多摩美術大学環境デザイン学科卒業。国際家具デザインコンペティション旭川2011入選。



**tsuki**

植物がタッチセンサーのスイッチとなった照明。植物に触れることであたりをとることができます。植物は挿し替えることができるので、道端で気になった草花を摘んで使うこともできます。暮らしの中に小さな習慣をつくってみたいかがでしようか。



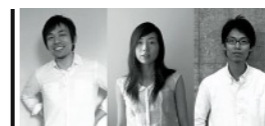
**今井 快**  
Kai IMAI

1989年神奈川県生まれ。高校をカナダで過ごす。多摩美術大学情報デザイン学科メディア芸術コース在学中。



**ディレクトリ手帳**

ウリ科のキュウリ、ヘチマ、スイカ。デスクトップのフォルダの中のファイル。小さなカテゴリーを大きなカテゴリーでまとめる「階層」は私たちの生活をより明確に整理してくれます。コンピューター内でのいうところの、このディレクトリというグループを、手帳の中で実現させるために週カレンダーを月カレンダーの間にサンドイッチしました。電気やインターネット状況、バックアップの心配なくいつでも開けるコンパクトな手帳です。サイズはA7でA4を3回折った大きさ。iPhoneよりすこし横長の新たなスタンダードとも言えるこのサイズは時刻表やカード類との相性もびつたり。身軽な生活への第一歩です。



**TENT**  
橋口 貴志 Takashi HASHIGUCHI  
井崎 亜美 Ami IZAKI  
河合 康太郎 Kotaro KAWAI

東京、愛知、ストックホルム3都市から活動しているプロダクトデザインユニット。それぞれの都市での日常生活と仕事からインスピレーションを得てアイデアを形にする。2010年8月結成。



**ROTATE**

ものの溢れる世の中において、新たにものを生み出すということ考えたとき、ただ新しい「なにか」を生み出すだけでは異なったアプローチはできないだろうかと考えました。環境や状況の変化によってその都度生まれ変わるような存在。「なに」と言い定められないような存在を。そんな想いから「flexibility」をテーマに、可変的で永く愛されるプロダクト「ROTATE」が生まれました。



**北川 大輔**  
Daisuke KITAGAWA

1982年滋賀県生まれ。2005年金沢美術工芸大学デザイン科製品デザイン専攻卒業。05年NECデザイン(現NECデザイン&プロモーション)に入社。

## ■ 審査結果報告

公開形式で行われた審査員4名による最終審査会では、第1次審査を通過した9組によるプレゼンテーションを実施。デザイナー自らが模型を手に、作品コンセプトや素材の選定理由、具体的な使用方法、生産方法などを発表しました。また、審査員との質疑応答の時間を設け、コンセプトやデザイン・技術面、販売方法、プレゼンテーションの仕方など、様々な観点から、商品化に向けた今後の可能性について質疑とアドバイスが行われました。

選考は審査員4名のディスカッションと投票によって進行。グランプリにふさわしいベスト作品を各審査員が1点ずつ選出しました。その結果、アルミを素材にした柔らかな形状の足ツボ押しマッサージ器〈Collinette〉が3票、日本伝統の模様を加工した扇子のような形状のしゃもじ〈MIYABI〉が1票を獲得し、とやまデザイン賞は〈Collinette〉に決定しました。

同作品について各審査員からは、「バランスと品格に加えて値ごろ感もあり、売れるデザイン」(秋田)。「機能性とともに飽きない造形の魅力がある。心でいいデザインだと素直に感じる事ができた」(廣田)。「いいものが見つからなかったジャンルの盲点を的確に突いていて、商品化されたら売れると思う。素直に共感でき、部屋の中でもオブジェとして成立する」(山田)などの意見が出されました。続いて、準とやまデザイン賞は〈MIYABI〉と、デスク上の文具をすっきり整理する〈3way-organizer〉の2作品で検討され、当初は票が

分されました。しかし、その後、「あたらしい売り場を創造できる製品となる可能性がある」(山田)などの意見が出され、討議の結果、全員一致で〈MIYABI〉が準とやまデザイン賞に決まりました。そして、黒木靖夫特別賞は、〈3way-organizer〉に決定しました。

審査後には審査員座談会が開かれ、審査の講評が公開で行われました。「デザイナーの作りたい気持ちと、買う側の買いたい気持ちのギャップを埋める必要がある。コンペをきっかけに富山から大ヒット商品を生み出し、5年後、10年後に日本を背負っていくデザイナーになって欲しい」(秋田)。「賞に入らなかった作品もみんな面白かったが、まだやり切っていないところがある。デザインの進化とは、より人のことを考えること。もっと客観性を身につけることが大事」(廣田)。「小さくまとまらず、スケールが大きいデザイナーを見たい。空振りしてもいいからフルスイングして、ホームランを打とうという気持ちでやって欲しい」(山田)。「競争モードではなく、ロングレンジで、メッセージ性、将来性のある新しい切り口が見たい。そのなかで、いかにオリジナルなものをつくるか。デザイナーのメッセージと受け手側の共感をマッチさせ、相手に伝わる所まで組み込んでものを作っていくことが大事。コンペでは、もっとスケール感のあるものが見たかった。完成度は70%でもいいが、120%の将来性があるものを期待したい」(大矢)など、参加デザイナーたちに熱いエールが送られました。



MIYABI



Collinette



3way-organizer

## ■ コンペをふりかえって [審査員編]

### 作品から製品へ

秋田 道夫

**デ**ザインウエーブ富山で開催されるプロダクトデザインコンペティションの果たす役割と意義はプロダクトデザイン界にとってますます大きくなっています。コンペを通して自分のデザイン力を見いだされ活躍しているデザイナーが近年とみに増えていることがその証左に他なりません。タイトルに書いたようにこのコンペの最大の特長であり参加者にとってのメリットは「商品化」にあります。それ故、参加された作品の選定要因にはすぐれた造形的センスとともに製品化への配慮と意図と意識が高いものが選ばれるのは当然の選定基準だと思います。

とやまデザイン賞を受賞した松山祥樹さんの〈Collinette〉はコンペの意図と目的を端的に表現し優れた「製品」になりうるものだと思います。審査するものに「欲しい」と思わせるだけの説得力がありました。松山さんが、作品を作るだけでなくパッケージにも優れた手腕を発揮されていてプロダクトにまつわる「企画すること」「作ること」「売ること」をバランスよく視野に入れてものを考える方である事を示しているこの作品以降に生まれるものへの期待すら感じさせてくれます。惜しくも準とやまデザイン賞になった岩田賢二さんの〈MIYABI〉は長年家庭で親しまれている日本特有の道具であるしゃもじというテーマに果敢に挑んでくれました。誠に地味な存在である「しゃ

もじ」に雅な感覚を導入された事と、その伝統的な模様が実はごはながしゃもじに付着しない機能をもっているという発想が秀逸です。カラーバリエーション・パターンバリエーションも豊かで日常使いも楽しそうですがプレゼントに最適な「華やかさ」がここにはあります。

黒木靖夫特別賞に選ばれた門田慎太郎さんの〈3way-organizer〉は煩雑になりやすいデスクを知的にかつチャームにまとめる事のできる収納ケースの提案でしたが、上位三点の中で参加する側としてももっとも困難にチャレンジしたのが門田さんなのかもしれません。あえてこれまでも多くあった卓上整理用品というジャンルに飛び込み、かつ、あまたある応募作品の中で結果を出した事はすばらしいポテンシャルの持ち主である事を示していると思います。最後になりますが、今回のコンペを通して事務局の方々が参加者のこれまでの作品をも仔細に記憶されていて一回の入賞のいかんにかかわらず長い目で参加者を見ているという事を知りました。それゆえ一時の評価だけではなく「問い続ける」という努力はきっと次につながるという印象を持ちました。コンペの最終目標はこの国、いや世界の新しいデザイン界をリードしてくれる人材の発掘にあると思います。「継続可能なコンペとデザイン」その可能性がこの富山プロダクトデザインコンペティションにあります。



**あきた・みちお** / 1953年大阪府生まれ。77年愛知県立芸術大学美術学部卒業。ケンウッド、ソニーを経て88年よりフリーランスプロダクトデザイナー。おもな仕事に、「一本用ワインセラー」デバイススタイル、「文具trystams」コクヨ、「冷蔵庫・洗濯機」ハイアール、「do-nabe(土鍋)」セラミック・ジャパン、「真空魔法瓶 tsutsu」SUSgallery、「チャージ機」JR東日本/西日本、「セキュリティーゲート」六本木ヒルズ、「LED式薄型歩行者信号機」信号電材など。第26回毎日ID賞特選一席、ドイツIFデザイン賞、グッドデザイン賞、日本デザインコミッティー選定、日本インダストリアルデザイナー協会デザインミュージアムセレクション選定、第9回国際陶磁器コンペ「国際陶磁器展美濃」銀賞などを受賞。

### 質の高い偏りを求めて

廣田 尚子

**今**年は応募者の方々に深い思い入れがあるデザインが多い、実りの大きい年になったと感じています。コンセプトと造形のバランスが良く、しっかり練られた完成度の高い作品が出た年でもありました。自由テーマであったことが、のびのびとアイデアを育てる原動力になったのかもかもしれません。デザインは本来クライアントが抱えるビジョンを達成するために求められているので、テーマが先にあることは普通ですが、ビジョンをデザイナーが発見して牽引していく進め方の場合には、デザイナーらしい夢のある着眼点や、とても個人的なこだわりだけれど共感する人が大勢いるといった「偏り」が、ずば抜けたおもしろさを生む結果に繋がります。この「偏り」がデザインを高めていくためには大事な要素だと常々考えます。デザインにおける新しさとは、この偏りがポジティブに作用している現れですから、質の高い偏りを求めてコンセプトの視点と造形の両方で模索するという意識が、コンペの中で上位に残る、人

の心に残るデザインを生むことになるのだと思います。一方でマジョリティが指し示す方向を見失わない絶妙なバランス感覚があれば、例年のテーマに沿った提案スタイルにも迷うことなく本来の力が発揮できるのだと考えます。

今年の作品を振り返ると、松山祥樹さんの〈Collinette〉は多くの方が抱える身体のコリを「踏むだけで使える足裏で解決しよう」という着眼点(マジョリティな視点)に、アロマオイルというリラクセスと楽しさを付加することで他にはない偏りを設定し、それに合った穏やかで優美な造形を的確に合わせたことで、完成度の高い、欲しい人がたくさん見えるデザインに仕上がったのだと考えて高く評価しました。審査していて心に残った作品は、今井快さんの〈tsuki〉です。商品化には難しいタイプのデザインですが、プロダクトデザインだからできる、人の心に警告や考えることやメッセージを送る力がある作品だと感じました。



**ひろた・なおこ** / ヒロタデザインスタジオ代表。東京都生まれ。1990年東京芸術大学卒業。GKプランニング&デザインを経て、96年ヒロタデザインスタジオ設立。97年ミラノサローネ出展。ミラノにて個展。1998年-2000年 Premiere Class ParisにてNAOCAコレクションを発表。01年 Tokyo Designers Block 出展。03年よりグッドデザイン賞審査員。コンセプトワークからプロダクトデザインを手掛ける。

## ■コンペをふりかえって [県内企業編]

コンペ最終審査会に参加された企業の方々にご意見を伺いました。

### もっと、突き抜けたデザインを

山田 遊

デザインの世界と密接に関わりながら、バイヤーという仕事をしている者として、毎年、富山プロダクトデザインコンペティションの模様や結果に関しては、一つの情報としてウェブサイト等でチェックはしていたものの、今回、初めて審査員として招待頂いたことで、富山という土地や、改めてデザインというものに対し、深くコミットする機会を頂戴することができ、個人的に新鮮で濃密な体験となりましたこと、まずは深く御礼申し上げます。

もちろん、富山という土地が持つ技術や産業に対してデザイナーが考慮すべきは当然としても、今年度のコンペのテーマは全くの自由演技であったことから、審査員として、私は事前にこのようなメッセージを寄せさせて頂きました。「このコンペから、日本のデザインの、次の十年を象徴する新しい指針となるようなデザイン、小さくまとまったデザインよりも、スケールの大きい、突き抜けたデザインが出てくることを期待しています」と。コンペ後の講評の際にも申し上げましたが、上記のような想いから、過度な程の期待感を持ちなが

らの審査となり、その点ではコンペ参加者のデザインに対して少々辛口であったかと反省する反面、正直なところ、そのような個人的で、ある種、一方的な期待に応えるべきデザインは、残念ながら今年度のコンペにおいては見受けられませんでした。

ただし一方で、今年度のコンペの受賞作がスムーズに決まったことから、バイヤーとして見ると、商品化が叶った際には販路がすぐに見えてくる、しかも正しい戦略を採れば市場でのヒットも大いに期待できるようなデザインが順当に受賞したとも言えるでしょう。また、最終審査に残ったデザインを全体として見ても、粒ぞろいのレベルであったことは間違いありません。

この時代、物事は一足飛びにはなかなか進まず、むしろ継続によって積み重ねていくことがどれほど重要であるかを思い知らされる日々です。もちろん日本のデザインにおいても理想を抱きながら、一方で地道な積み重ねによる底上げも同時に行っていたいかなばなりません。その一翼を、今後も富山デザインコンペティションが担っていくことを期待しております。



やまだ・ゆう / 2000年㈱イデー入社。01年よりIDEE SHOP青山本店のバイヤーを務める。03年㈱イデー退社後、東京、恵比寿のコンテンポラリー・ジュエリーのギャラリー gallery deux poissons (ギャラリー・ドゥ・ポワソン) の立ち上げに参加。07年㈱ドッポワソン退社後、NOOKA JAPAN 最高執行役員に就任。また、フリーランスのクリエイティブ・ディレクション組織、method を立ち上げる。09年デザインイベント「DESIGN TIDE TOKYO」の運営組織である㈱イレブン取締役役に就任。同年、㈱メソッド (method Inc.) 代表取締役役に就任。現在に至る。

### 従来の枠を超えた発想を

大矢 寿雄

今回のコンペのテーマは「自由」としており、従来の枠を超えた幅広い領域からの発想を期待したが、あまりそれを意識することもなく、多くの応募者は今までのコンペの状況を知っているようであり、富山の地域産業の実態を意識した作品が多く、「自由」という枠を超えた作品が少ないように思えた。

その中で、今回、目についたのがとやまデザイン賞に輝いた「Collinette」である。基本的には富山の素材を活かしながらも、人へのいたわり／癒しを切り口に足をマッサージする「アルミの足ツボ押し」だ。今回の提案ではアルミ形状素材としての「ハード」と、緩衝材としてのアロマオイルという「ソフト」をパッケージ化した組み合わせにより、従来の領域を超えた完成度の高い作品で、即商品化可能な魅力ある提案となっていた。

一方、準とやまデザイン賞に輝いた「MIYABI」は、扇子の様な形状とエンボス加工の模様により、昔

から使われてきた「しゃもじ」に、置いたときや立たせた状態の「たたずまい」も美しいインテリアとしての楽しみを持たせている。今後、海外展開においても、伝統的な日本文化と新しいライフスタイルを融合したメッセージ性を持った作品である。強いて問題点をあげるなら、実際使う場合におけるコーナー形状にもう工夫欲しかった。

あと目についたのは、植物がタッチセンサーのスイッチとなった照明器具の「tsuki」。植物に触れることで明かりを灯すという行為、すなわち人間と道具の媒体を植物がするという、日常生活においてまったく新しい関係性を持ったハートフルな作品になっている。

その他、「Book-ear」は日常のちょっとしたアイデア・工夫により、従来にない新しい「しおり」が新鮮に感じられた。「ディレクトリ手帳」は年間／月間／週間／が一目で判るという発想は良かったが、もう少しグラフィックデザインに力を入れて欲しかった。



おおや・としお / 埼玉県生まれ。1968年東京芸術大学美術学部工芸科ID専攻卒業。同年ソニー入社 デザイン室配属。70年ソニーアメリカ(ニューヨーク)赴任。74年ソニー本社デザイン室へ帰任。主にテレビ・ビデオ・開発デザインを担当。86年宣伝制作部長として宣伝を担当。90年デザイン部門に戻る。91年コーポレートデザインセンター長就任。ソニー全商品のデザインマネージメントを統括。97年3月ソニー㈱退社。同年10月NEC㈱入社 コーポレートデザイン部長就任。2000年㈱NECデザイン代表取締役社長就任。07年より顧問。03年より東京芸術大学非常勤講師。08年より富山県総合デザインセンター所長。

### 使う人への優しさを感じて

アイオーティカーボン(株) 越後 厚志

弊社がお世話になっているデザイン会社の方が言っていました。デザインとは、飾り立てて見栄えを良くするだけでなく、機能性など使う人のことまでを全て考えたものだ。

黒いまな板が視力の弱い人に好評であると、少し前のテレビ番組で見たことがあります。白のまな板は清潔感はあるが、視力の弱い人には白っぽい食材が見え難く、包丁を持った危険なカット作業になってしまうようです。確かにいろんな食材がありますが、黒い食材は少ないので、黒いまな板の方が食材との見分けがつかずやすいです。

意見交換会前に作品を見ただけですが、準とやまデザイン賞の「MIYABI」は、日本人の食生活から離せないご飯のしゃもじという昔からの地味な生活必需品。使いやすいように自立式、米粒が見やすい赤色タイプも、デザイナーの本当の気持ちはわかりませんが、少し前のテレビ番組の黒いまな板と同じ、使う人への優しさを感じました。

### 受賞作を商品化に向けて調整中

㈱ナガエ 久末 佳生

2011年度の応募作品を見ると、今まで以上に実生活にあてはめやすく、商品の背景に興味を持てるものが多かったように思いました。私は、公開審査で審査結果が出る前から、今回とやまデザイン賞を受賞した松山氏のツボ押し「Collinette」にとっても関心を抱きました。

弊社は約3年前からブランド展開を行い、多数商品を開発し、これまでに国内外を問わず多くの展示会や催事等に参加してきました。ですが、今まで弊社が作り上げてきた商品はどちらかと言えばエッジの効いたモダンな商品が多く、偏った評価が多かったと感じていました。

それに比べ「Collinette」は、単品としてのデザイン性もさることながら、柔らかいフォルムの金属とアロマオイルといった、新しい組み合わせの可能性と商品力に、高い評価を得る商品になっていくと感じています。

量販・量産に向き、コストパフォーマンスが出せる商品なので、弊社は現在デザイナーも交え商品化に向けて調整を開始しているところです。

### もっと主体的に関わること

㈱能作 梅田 泰輔

能作ではデザイナーとのコラボレーションによって毎年新商品を開発し、商品化している。過去の富山プロダクトデザインコンペティションをきっかけに出会ったデザイナーも少なくない。近年ではコンペの入選作であった金・銀・銅のUSBメモリ「memories」をMILEとのコラボレーションによって展開している。

今回コンペの募集テーマはあえて設けていないということだったが、富山で行われるコンペであることをどう意識するか、それがこのコンペの大きなテーマだと思っている。とやまデザイン賞に選ばれた松山氏のツボ押し「Collinette」は富山の産業であるアルミ鋳物を活かしたもので、出品に際し入念に産地の情報収集や素材のリサーチをしたのではないだろうか。他の出品作は「富山」をどう考えたかが明快でないように感じられた。

またデザインを取り入れ新しい業態開発に取り組もうとするメーカーとしても、ただ待ち構えているのではなく、コンペに向けた情報の開示や発信などをしていく仕組みができないだろうか。参加デザイナーにとっても目標が明快になると思う。デザイナー、地元メーカー双方が主体的に関わることで、デザインウエーブ全体を盛り上げ、成果につながるのではないと思う。

コンペから商品化された作品 2011

2011年6月  
㈱小泉製作所から発売

### 錫花

作品経緯	富山プロダクトデザインコンペ2010 第2次審査通過作品
デザイナー	黒田 達朗
製造・販売	㈱小泉製作所(高岡市)
価格	10,500円

錫は柔らかく、手で容易に曲げることができます。また、不純物を吸収し水を浄化すると言われ、古くから器として使われてきました。その錫の特性である自由に曲がる柔軟性と花が長持ちするイオン効果を活かした花瓶です。一輪挿しでも花束を生けるときでも、あなたの思うように自由に花をアレンジできます。



# 変わる消費者、 変わるデザイン

【日時】2011年9月29日木 【会場】ウイング・ウイング高岡 5階研修室503号室

発見型の売り場づくりをプロデュースしている山田遊さんは、

探す楽しさ、知る楽しさを感じるマーチャンドライジングを心がけています。

一方で、調理器具から信号機まで、人に優しいデザインを実践している秋田道夫さんは、

手にしたとたん何故か馴染むデザインを実践しています。

ものと売り場を通した、デザインと人との関係について、

それぞれの領域から熱く語っていただきました。



秋田 道夫

山田 遊

## ■秋田 道夫

プロフィールはP.10にて紹介

[www.michioakita.jp](http://www.michioakita.jp)

### 20年後も飽きないデザイン

私は「消えるデザイン」という言葉を使うのですが、LED式信号機のデザインでは、目的とするもの以外は風景に溶け込むようにしたいと考えました。なるべく薄く見えるように背中を丸くして、風景の邪魔をしないように。それによって設置場所が広がり、軽量化で省エネ、省コストに。台風などの風にも強くなりました。

diviceSTYLEの製品は、私にとって象徴的なプロダクトです。1本用のワインセラーは、例えば自分の子供が生まれた年のいいワインを買って中に入れていただき、20年後の成人式にそのワインを開けてお祝いする、言わばタイムカプセルです。20年経っても古くならない普遍性のあるデザイン。飽きないかたちとは何か。ギリシャ神殿やエジプトの遺跡など、数千年を経ても古く見えないものはプロポーションがいいですね。そこで、新しい素材などに寄りかかることなく、すでに安定したかたちをプロポーションよく配置しようと考えました。すでに9年経つのですが、いま見ても新製品のようなフレッシュさがあると自負しています。

コクヨの高級文具シリーズ「trystrams」でも、象徴性、飽きのこないデザインということを大切にしています。「嫉のあるデザイン」と言っているのですが、そのものがあることによって背筋が伸びるような、室内の温度が2度くらい下がるようなデザインを提供したいと思っています。

### 円筒を極めていく

「80mm」は湯飲みで円筒の極地。実は2重構造になっていて、内側が柔らかいかたちで、外側がすっきりとした円筒です。中を丸くしたのは茶渋を取り易くするため。高さ、直径ともに80mmで、それによってパッケージを直方体にするのができ、商品を横に入れても底から入れても大丈夫です。人に恥をかかせない、失敗を減らすということもデザインの重要なポイントだと思っています。

「do-nabe」は、IH対応土鍋です。熱源のIHがフラットなので鍋も底が平らで広い方が、熱効率が高いのです。これまでの土鍋はフタが高く持ち手が大きい事が収納のネックだったのでフタを平にし、持ち手をへこめたのです。結果としては料理の和洋を問わず、オールシーズン使うことができ収納もコンパクトなかたちになりました。

「tutsu」という名前で、唯一国内で作られているステンレスの水筒は、容量の異なる3種類が用意されていますが、同じ直径なので高さの違いがそのまま容量の違いとなっています。今までありそうでなかったシンプルな形状なので取り扱うデパートやセレクトショップがどんどん広がっている製品です。

「96」と書いて「黒酢(クロズ)」と読みます。熊本にある、現在は業務用のガラス容器を作る技術の高さで世界的なメーカーなのですが、自社の濃縮技術を活用して最初に商品化したのがこのサプリメントです。よくある健康食品のパッケージだとデスクに置いてても、持っても人に見られるのはちょっと恥ずかしい。一見健康食品に思われない「持ちたくなる」スタイリッシュなものにしたいと考えました。印刷もステッカーに黒一色。アルミ製のプリスターに貼っています。パッケージそのものがシンプルで「健康」です。



1本用ワインセラー／diviceSTYLE



96'／旬旭製作所



土鍋「do-nabe240」／セラミック・ジャパン

## ■山田 遊

プロフィールはP.11にて紹介

wearemethod.com

### 多彩なショップのバイヤーとして

私はメソッドという会社でバイヤーをしています。従来のバイヤーは会社やお店に属して買い付けをするのが仕事。しかし、私はいま、様々な小売店のバイヤーとしてメーカーと小売店のお見合いを仲人するようなかたちで仕事をしています。商品の流通そのものにはかわらず、手掛けているのは情報の流通だけです。その報酬として小売店から代金を頂戴し、メーカーとさまざまな交渉をすすめていきます。バイヤーは会社の中ではいろんな仕事がありますから、いいもの、売れるものを見つけて商品を陳列して、より売れる状況をつくるというバイヤーの本分が、なかなか果たせないことが多いのですが、その手助けをするのが仕事だと思っています。

最初の仕事は、国立新美術館の「スーベニアフロムトーキョー」というミュージアムショップのバイイングのお手伝いでした。多様性をキーワードにした新しいかたちのお店として思いのほか非常に評判がよく、現在も企画のお手伝いをさせていただいています。

羽田空港第2ターミナルの3階のショップ「Tokyo's Tokyo」のグッズセレクトでは、私自身、空港が好きなお店もあり、空港に行ったときに何か買いたくなるような店をつくりたいと考えました。

丸の内のブリックスクエアと表参道ヒルズにある「PASS THE BATON」は、ニューリサイクルをテーマにしたお店で、コンセプトメイキングから参加。おしゃれなリサイクルショップというご要望でしたので、アンティークやヴィンテージもリサイクルであると考え、売り方でどういった新しさをつくるかということがポイントでした。



PASS THE BATON



once A month

### APEC首脳への贈答品をセレクト

百貨店ともお仕事をさせていただき「be my Gift」というお店が、西武池袋本店と渋谷店にオープンしました。百貨店のギフト売り場を面白くするために何かリズムをつくろうと、商品3つを1セットにしてテーマを語るというルールをつくりました。いつも、もののポテンシャルをどう生かすかを考えるのですが、じつは、ものの美しさを語る商品は本当に限られていて、世の中にはそれ以上に、いろんなものが満ちあふれています。日本人は五七五が好きですが、3文節のリズムで何か生まれるような状況をつくりました。

商業施設では福岡パルコさんの「once A month」というお店のコンセプトや品揃えなどを考えました。月1回、毎月20日にお店がすべて変わるということを宣言しているお店です。パルコさんはディベロッパーですから、普段は自分たちで店をやることはありません。パルコさんの最終的な目標はこのお店で売上げを上げるのではなく、定期的にお客さまを呼ぶこと。そこを一番に推し量って出した答えが「once A month」というお店のかたちでした。

東京タワーさんとお土産を作って一番のヒット商品になったのが東京タワー型のミネラルウォーターのペットボトルです。少し意匠をほかしながら東京タワーらしさを出そうと行き着いたのが、オレンジと白という、かつての航空法で定められていた色でした。

また、一昨年はAPECの首脳への贈答品として、燕三条のSUSギャラリーさんのチタンカップを選ばせていただきました。真空二重構造で、朝、氷水を入れると夕方まで氷が溶けないというわかりやすさや、軽さ、クラフトのような質感などから、いくつか提案した中から贈答品に決まりました。以来、非常に売れる商品になっていったということが、すごくよかったなと純粹に思っています。

国立新美術館「スーベニアフロムトーキョー」



## ■TALK SESSION

モデレーター・桐山 登士樹

### 売り方をデザインすること

**秋田**■山田さんは熱くて聡明で、ビジネスとして成立させながら、その根底に日本社会を活性化しようという正義感を感じます。手付けられたお店はまさに「いま」が切り取られていて、これを見ておかないとだめというような、スリリングなかつよさがありますね。

**山田**■バイヤーとして、作り手のために何ができるかということをもっとに仕事をしています。例えば、デザインクオリティが高い商品でも、それだけでは市場で十分ではない。ものをつくり終わるまでがデザインではなく、その先の売り方をデザインすることが大事です。メーカーやデザイナーさんがもっとしたたかに考え、冷静に計算してヒットを飛ばして欲しい。作り手は作る事が本分ですが、まずは売るための方法論は絶対に必要だということ、強く意識してほしいなと思います。

**桐山**■目利きとして、どういう選択眼でものを選んでいますか。

**山田**■自分が好きなものと、お店で売れるものという2軸があり、お店ではなるべく、多様性や選択肢を大事にしたい。その2軸の許容ラインを、ときにはトリッキーに、売上げを上げるために使います。いろいろなお店のバイイングをさせていただくなかで、Aのお店には合わなくても、B、Cのお店のどこかに合うかもしれないという多様な基準を持てるようになりました。それぞれに一番売れるための必勝法を考えて成功例をつくり続け、自分の好きな基準の方へと、徐々に階段を上がっていきたくて考えています。

**桐山**■時代の気分を掴むにはどうすればいいのでしょうか。

**山田**■東京生まれですが、いずれも理由があってやったお店で、時代の気分を掴んだわけではないです。お店をつくる時には、まずその場所の由縁を調べ、その場所、そのお店でなくてはいけない理由に基づき、丁寧につくっていきます。そういう意味でのローカルイズムと言えますね。画一的な商業施設に対しては、オリジナルな一店舗をつくることで、NOを突きつけたいと思います。スーベニアフロムトーキョー、Tokyo's Tokyo、シンガポールのTOKYO POP UP STOREで、東京3部作と呼んでいます。[おしゃれなもの]から「おしゃれじゃないもの」まで含めて、どうおしゃれに商品を生かすかを提示したかった。キーワードは多様性で、そこに可能性があると思っていますし、人と同じことはしたくないということがありますね。

**秋田**■面白いのは、山田さんの活動は、尖っていても広い影響力があること。一方で何百貨店もあるようなマスのお店からは、私たちはあまり影響を受けないということですね。

**桐山**■多くのものがネットで買えるように流通形態が変わり、個としてのお店の立ち方が大事です。そのことと地域のものづくりがどうリンクしていくかが、今日的な課題です。山田さんが取り組んでいるような、シナリオの重層化や完成度を上げていくことは大事で、メイド・イン・ジャパンをいかにしっかりやっていくか。カル

チャーや新素材、テクノロジーなど、日本のリソースをきちんと再編集しないといけないですね。

**秋田**■ネットを通してフラットにものが見られるようになり、マイナーなものがメジャーなものと同等の価値観で見られている。少量だったものが売れるようになり多様性が生まれています。山田さんの考えはネットの状況と通じるものがあり、面白いですね。

**山田**■売上高だけが絶対的な幸福条件ではないことは確かです。時には非効率きわまりないお店を成立させているのは、意義やピュアさ、熱さだと思います。金額の世界で言えば弱者だということやうまく生かしながら、逆に刺激的なお店をつくるという、ストーリーとしての強さが大切だと思うのです。

日本の消費者は成熟の過渡期にあり、ものが売れなくなったのではなく、成熟して賢くなり買わなくなったのです。当然ながらお店も、作り手も、変わらなければいけない。作り手側も、もっと具体的な目標を設定して、このお店に置きたくて作り出したというような、ものづくりをしてもいいのではないかと考えています。

**桐山**■展示会の今後のポテンシャルは、どう読んでいますか。

**山田**■バイヤーは、展示会ではなく、ネットで調べることができます。展示会ビジネスは、セグメントすればするほど、多様性や可能性はなくなっていくと思います。ただし、BtoBは大事で、プロダクトであれば、例えばギフトショーのような多様性があればすごく可能性がある。また、ミラノサローネのような、多様性や圧倒的な物量がある展示会には世界中からバイヤーが来ていますね。

**秋田**■いまは宣伝とか広告の時代ではなく、広報や口コミの時代。信頼する人が選ぶものは信じます。あちこちに情報を載せるのではなく、上品に広報することが、これからのあり方だと思います。

**桐山**■その通りですね。広報もお金をかけるのではなく、知恵を絞って、したたかにやっていかないといいですね。

**参加者**■市民が成熟するにはどんなことが必要でしょうか。

**山田**■私は祖父がドイツの雑貨をたくさん持っていたことがいまにつながっています。子供たちの教育の中で、デザインの成熟に必要な要素を入れていくことも大事だと思っています。

**秋田**■私は成熟したデザイナーが誕生するには3代がかりだと思っています。初代が城石を組み、2代目が城廓をつくり、3代目がその天守閣で遊ぶ。その遊ぶ余裕の中からいいデザインが生まれてくると思っています。私は信号機や券売機をデザインしていますが、やはり公共機器が美しくならないと情操教育にはならない。羨という話をしましたが、落書きしたくなる油断のあるプロダクトは世の中に送り出してはいけない。そういうところから背筋の伸びた子供が生まれるのではないかと。そんなまちづくり、ベースの美しさが必要だと思っています。

Work Shop

# ガラスとメタルの プロダクト

【期間】メタル：2011年8月19日(金)～21日(日)、ガラス：9月2日(金)～4日(日)  
【会場】富山ガラス工房、高岡市デザイン・工芸センター、富山県総合デザインセンター

県内外のデザイナーが集まり、8月と9月の延べ6日間にわたって開催されたプロダクトデザインのワークショップ。デザイン分野で多様されるガラスと、富山県の主要産業である真鍮、錫、アルミを素材に8組のデザイナーがものづくりの可能性に挑戦しました。ガラス部門では近藤康夫氏、メタル部門では大矢寿雄所長をアドバイザーに迎え、富山ガラス工房、高岡市デザイン・工芸センターの協力のもと、あらたなプロダクトづくりに感性を発揮しました。



## Metal メタル造形

デザインスケッチをもとに石膏や発泡スチロールで模型を作り、砂で包んで炭酸ガスで固め鑄型を作ります。鑄型から模型を取り出し、そこに溶かした液体の金属を流し込み、冷やし固めたのち仕上げ加工をして完成させます。

## Glass ガラス造形

「宙吹き」とも呼ばれる吹きガラスの技法を中心に、瞬時に変化するガラスを巧みに操ります。高温で溶けたやわらかいガラスを吹き竿に巻き取り、デザインスケッチに忠実に、あるいは偶然から生まれる美しさを活かしてプロダクトを作ります。

## Glass

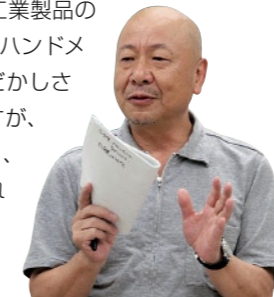


●参加者：Studio.OO (川島 優+藤尾和哉) / 瀧田 聡士 / 谷村 秀 / 羽田 純

### ガラス部門 アドバイザー講評

**近藤 康夫** Yasuo KONDO  
デザイナー / 近藤康夫デザイン事務所

例年メタルとガラスという異素材のコラボレーションが面白かったのですが、今年はガラスのワークショップだけだったため、それが見られなかったのが少し残念です。今年の特徴は、はじめてのチャレンジの方が多かったことです。工業製品のように図面通りにきっちりできるものとハンドメイドの吹きガラスとのギャップに、もどかしさを感じた方もいたかもしれません。ですが、精度の高いものを追求するだけでなく、ハンドメイドならではの良さを取り入れることは、よりよいプロダクトデザインにつながると思います。



## Metal

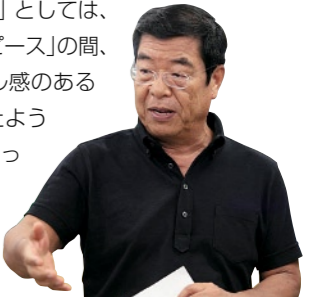


●参加者：梅野 聡 / 神山 将人 / 後藤 史明 / 吉田 智哉

### メタル部門 アドバイザー講評

**大矢 寿雄** Toshio OHYA  
富山県総合デザインセンター所長

近年このワークショップから商品化の事例が出ていることもあり、今回は参加者の皆さんに、より商品力を問う高いハードルを設けたにも関わらず、意欲的な作品が出揃ったと思われる。ただ、「デザイナーが商品をつくるワークショップ」としては、もう少し「シンプルな道具」と「アートピース」の間、着眼点の面白さに留まらないスケール感のあるデザインへの挑戦があってもよかったように思われる。このワークショップをきっかけに、さらなるブラッシュアップを期待したい。



## ガラスとメタルの ワークショップ作品展

ワークショップは、デザイナーと企業の連携により、これまで数多くの商品化を実現させてきた注目のイベント。ものづくりの新たな可能性に挑戦した作品展を、デザインウエーブ開催期間中、ウイング・ウイング高岡1階で開催。今回は初めての試みとしてそれらの作品が展示販売されました。デザイナーの感性あふれる作品がその場で買えるとあって、多くの来場者やものづくりに携わる関係者に好評で、デザインウエーブの取り組みを、より多くの方に身近なものとして感じていただける機会となりました。



ワークショップ作品展

TOYAMAデザインセレクトショップにて、作品を販売

## ワークショップ【作品紹介】

■作品下にアドバイザーからひとこと。



チューリップがうまく表現されている美しい作品です。今回はじめて吹きガラスに挑戦されたのですが、次回、更なる挑戦に期待します。

### Tulip glass

富山の県花である「チューリップ」をモチーフにしたグラスです。富山で感じた自然の豊かさを日常でも感じて頂けるよう、その美しさを毎日使うグラスに込めました。花卉のようにふくよかな胴部分のラインと先端部分の薄くて繊細なラインには、吹きガラスならではの自然な魅力が表現され、愛着を持って使うことができます。下部が膨れた形状はワインやウイスキーにも相応しいかたちであり、花のように香りも楽しむことができるグラスとなっています。また、ドリンクを注ぐことで様々な色の花が咲いたかのように豊かな表情を生み出し、味をよりいっそう引き立てます。

### Trim vase

富山の名所「雪の大谷」をイメージしてつくった花器です。降り積もった雪からそのまま切り出したような景色をガラスのテクスチャーをかえて表現しています。切り替わる部分の稜線は宙吹きガラスのゆがみから切り出すことで生まれる自然なラインです。



この作品は、私が富山の有名なお祭りにちなんで「風の盆」と名付けました。一輪挿しに花をいけ、風がそよとかなかな音を奏するという非常に詩的な作品です。

### 音を奏でる一輪挿し 華鈴

風の揺らぎや、花のほのかな動きでガラス音を奏でる一輪挿しをデザインしました。静的なイメージの一輪挿しが、ほんの少しだけ存在をアピールすると面白いのではないかなと思ったのが発想のきっかけです。水を与えることを忘れず、しなだれた花が音を奏でて知らせてくれます。季節の風が吹けば、ガラスの音で変わり目を知らせてくれます。ほんの少し指で触れてみると、心地よい音を奏でます。家路の途中で、花を買いたくなるような一輪挿しになればうれしいです。



**Studio.00**  
(川島 優+斎尾和哉)

2009年設立のデザイン事務所。川島 優 (1983年茨城県生まれ) と 斎尾和哉 (1982年兵庫県生まれ) の2名でプロダクトデザインを中心に活動中。ともに京都工芸繊維大学大学院デザイン工学科を修了。国際家具デザインコンペティション 旭川 2011入賞、2011年ケルン国際家具見本市市出展。



**瀧田 聡士**  
Soushi TAKITA

1994年武蔵野美術大学卒業。96年東京藝術大学大学院修了。2004年くらしモノ棚マーケット。05年Bulb Cup 06年はさまくら 08年もつてくてん



普段はグラフィックデザインをされているだけあって、バナナやリンゴなど立体に対する平面的な表現が非常にユニークで秀逸です。

### FRUIT

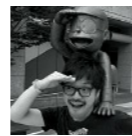
【apple】 【banana】 水の中にフレッシュなフルーツをドボンと落としたようなビジュアルのグラス。フルーツの大きさやかたちに合わせて用途を分け、林檎のワイングラスとバナナのカクテルグラスを制作した。

### APPLE

FRUITシリーズにあえて色を付けないことで、注ぐ飲み物によって実の色が変わるグラス。お茶を入れることで青林檎に。フルーツオレで、皮むき林檎に！「作って終わり」ではなく、「使って初めて完成する」プロダクトを目指した。

### SKY

【PM 0:03の夜空】 【PM 6:11の夕焼】 【PM 7:45の黄昏】 【AM 0:00の夜空】 様々な時間の「空」から色を抽出した、スタンダードなかたちのグラス。たまに出会うと嬉しくなる、真っ赤な夕焼けや、澄み渡った夜空のグラデーションなど、手作業ならではの優しい表情を目指した。



**羽田 純**  
Jun HANEDA

大阪府生まれ。秋田公立美術工芸短期大学・富山大学高岡短期大学専攻科修了。現在、富山大学芸術文化学部コーディネーターとして、富山県高岡市「芸文ギャラリー」のキュレーションを担当。また、アートディレクターとして地場の様々なものづくり事業にも携わる。2009年よりTOYAMA ADC、高岡伝統産業青年会会員。TOYAMA ADC審査会2011準グランプリ・会員審査受賞。



とても完成度の高い作品です。その行まいに、日頃の仕事の精度の高さを感じられる作品に仕上がっています。

### Covered Case

越翡翠が持つ神秘的な風合いを「凜」としたかたちに置き換え、和モダンを意識させたケースです。



**谷村 秀**  
Shigeru TANIMURA

国内外におけるテーブルトップ全般のプロダクトデザイン設計・開発に従事。1998年より5年に渡りニューヨーク/米國にてデザインワークを行う。プロフェッショナル仕様でも航空機内食器、ホテルレストランなど数多くの設計を行う。



前回コンペ受賞作の展開として、かたちを研ぎ澄ます点での完成度は高い。

### 錫の玉

グラスや花器へ入れる新しい小物の提案です。錫の浄化作用\*によって、飲み物をまろやかにし花器の水を清潔に保ちます。また、錫の熱伝導率の高さから、冷凍庫で冷やし代用氷として使うことができます。富山の清流に流れる水をイメージした造形で、ものとしての力強さを持ち、お酒の注がれたグラス、パーティーのピッチャー、花器のアレンジメントなど生活の様々なシーンの中へやさしく寄り添い、彩を加えます。

\*錫の器に入れた水は腐らない、お酒の雑味が抜けて美味しくなると言われ、古くから酒器や茶器などに使われていました。



**吉田 智哉**  
Tomoya YOSHIDA

インハウスデザイナーとして家電メーカーに勤務。他に個人、グループで様々な領域で活動している。国内外の展示会出展のほか、デザインコンペ受賞多数。



電球のかたちでキャンドルの光という交錯が面白い。

### bulb candle stand

電球のかたちをしたろうソク立てです。最近では電力不足が話題になっています。そこで電気の明かりのかわりに、優しいろうソクの明かりを楽しんでもらおうと思いデザインしました。金属の曲面に炎の明かりが反射して、明るく優しい光を放ちます。



**神山 将人**  
Masato KOUYAMA

1980年生まれ。電機メーカーのデザイン部を経て2011年に独立。主にユーザーインターフェイスデザインとプロダクトデザインを手がける。富山プロダクトデザインコンペティション2010準とやまデザイン賞、アイリス生活用品コンクール優秀賞などを受賞。



両作品とも震災以降の電源から解放されたもののあり方を表現するメッセージ性が高い。

### 炭のアイロン

プラグを差し、何気なく使っているアイロン。50年前は電気を使わず、火熨斗という銅製の柄杓に炭を入れて皺を伸ばすものでした。今では火鉢や囲炉裏のある家も少なくなり使われなくなりましたが、炭に火を入れ重みのある器で皺を伸ばすという一連の動作は、ダイヤルを回すだけの今のものよりも趣深さがあります。この「炭のアイロン」は、今は無き昔の道具にスポットライトを当て、雑用と呼ばれている家事をより面白くできればと思っています。寒い日には、ポータブル火鉢としても使うことができます。

### 焼切印

鋏、カッターナイフなどものを切り取る道具はたくさんあります。この「焼切印」は、先端部を加熱し、焼印の要領で紙を先端部のかたちに焼き切る道具です。切り取られた紙は、焦茶色に線取られ、鋭いもので切られた線とは異なった柔らかな印象を与えます。先端部は交換可能なので、葉のかたちやアルファベットなどとシリーズ展開できます。



**後藤 史明**  
Fumiaki GOTO

1980年生まれ。建築設計事務所勤務後、渡欧。2009年Design Academy Eindhovenを修了。Studio Suppanenを経て2010年帰国。現在、フリーランスデザイナーとしてプロダクトの設計に携わる。



UFO : 外の風景にUFOが浮かぶ楽しい窓辺をイメージできる。HOOP : 宙に浮く輪と植物の行まいが美しい。

### UFO(風鈴)

窓越しに見える風景をコンセプトに空に浮かぶUFOを風鈴にしました。首だけでなく視覚的にも楽しめるオブジェ。

### HOOP(花器)

水をきれいに保つのはもちろん錫の柔らかさを利用する事で高さ調節ができた、360度から花を挿す事ができる花器。



**梅野 聡**  
Satoshi UMENO

2003年UMENODESIGN設立。企業やメーカーの商品デザイン、プロデュース、ブランディングなど数々のプロジェクトを手掛け、東京、ヨーロッパで新作を発表し、幅広い領域で活動を続けている。MAISON & OBJET 'NOW!' [JAPAN DESIGN +] 出展。ambiente[talents]招待出展。Interior Lifestyle Young Designer Award受賞。

ワークショップから商品化された作品・2011

(BOOK)STAND



発売日 2011年2月  
 作品経緯 2010年ワークショップ作品  
 デザイナー 羽田 純  
 製造 末広開発(株) 芸文ギャラリー(富山県高岡市)  
 販売 末広開発(株) 芸文ギャラリー(富山県高岡市)  
 価格 19,950円



雑然と並んだ本やCDの間に挟むだけで、目に見えなかった関係性をビジュアル化できるブックスタンド。小、中、大カッコのタイプがあるのでまるで本が数式のようになります。グラフィックデザイナーがプロダクトの領域でものを考えるとどうなるかを意識しながら制作しました。

Pencil Dice



Photo:Yuji Shiraki

発売日 2011年11月  
 作品経緯 2010年ワークショップ作品  
 デザイナー MicroWorks  
 製造 (株)小泉製作所(富山県高岡市)  
 販売 MicroWorks Label  
 価格 ブラック 3,570円  
 プラستゴールド 3,150円  
 ポリッシュゴールド 3,360円

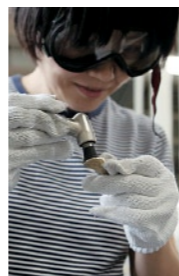


Pencil Dixelはエンピツの形をしたペーパーウェイト。紙の上へえんぴつ。ごく自然な光景です。端にはサイコロの目が刻印されているので、仕事や勉強が行き詰まってしまったり運に頼ってみても良いかもしれません。机からすっきり姿を消してしまった文房具の定番アイテムを再びあなたのデスクトップに置いてみてはいかがでしょうか？

アシ



発売日 未定  
 作品経緯 2010年ワークショップ作品  
 デザイナー switch design  
 製造 (株)道具(富山県高岡市)  
 販売 未定  
 価格 未定



ワークショップ時はお盆に飾る「精霊馬」の足として考えました。足の形のピンを食材に刺すだけで、食材が生き物の様に見えて面白いと感じた事から、仏具としてだけでなく、食卓を楽しくするカトラリーとしても商品開発を進めています。

■ TOKYO DESIGNERS WEEK 2011 Food Container Competition Award 受賞



E X H I B I T I O N  
 きみをまもりたい

— 体を「守る」デザインから「拡張する」デザインまで —

期間:2011年9月29日(木)~10月3日(月)  
 会場:ウイング・ウイング高岡 1階交流スペース  
 主催:デザインウエーブ開催委員会(富山県、富山市、高岡市)

スポーツ用顔面保護マスク・透明防護盾/南ナンフ(富山県高岡市)

# きみをまもりたい

— 体を「守る」デザインから「拡張する」デザインまで —

成熟化した社会環境の中でこれから期待される産業は、もの・ひとのリソースとネットワークを活かしながら、新たな知恵と技術とデザインから生み出される製品です。

本展は、産業集積地である富山で考えるソーシャルデザイン製品とは何かを考察する展覧会です。今回、焦点をあてるテーマは「体を守るデザイン、体の機能を拡張するデザイン」。2011年3月に発生した東日本大震災で、私たちは体を「もの」で守ることの大切さを痛感し、デザインが体を守るために果たしている大きな役割を再認識しました。一方で、世の中には「守る」機能から一歩進んで、私たちがより能動的に活動するために、体の機能を「拡張する」デザインも多く存在し、次世代のプロダクツとして様々な研究が進められています。本展では、ひとの体を中心に、「守る(ディフェンス)」と「拡張する(オフense)」の二つの機能のいずれかを備えたプロダクツやデザインを中心に紹介し、ものづくりを念頭においた、今後のソーシャルデザインの可能性を考察します。

運営・企画制作：富山県総合デザインセンター、株式会社TRUNK  
 アートディレクション：アトリエタイク株式会社  
 イラストレーション：中村 知華

## 協力

- 社団法人富山県繊維協会
- アキレス(株)
- 株式会社イーエス
- エフアイニット(株)
- グロープライド(株)
- KDDI(株)
- 株式会社香彩堂
- 株式会社ゴールドウイン
- 眞田岳彦氏
- 株式会社湘南ワイバーサプライ
- スターシステムズ(株)
- トリニティ(株)
- 中村ブレイス(株)
- 日本光電工業(株)
- 株式会社ハッチ
- 株式会社ビエント
- 株式会社日立製作所
- フットマーク(株)
- 株式会社ホウトク
- 増永眼鏡(株)
- ミントデザインズ
- 株式会社モチツキ



**FOR DEFENCE**  
 to be someone / ミントデザインズ  
 理想的なバランスの美人顔とチンパンジー顔の立体マスク  
 素材は旭化成とのコラボレーションで、高機能不織布を使用

**FOR DEFENCE**  
 左: Hex Armor HERCULESシリーズ ヘラクレス400R6E  
 有利鉄線の取扱いや、動物の噛み付きの防御を想定して作られた手袋  
 右: Hex Armor THE CHROMEシリーズ 4025 CUTS IMPACT 360°  
 一般的なメカニック用手袋の約25倍以上の耐切削性を持つ手袋  
 / 貸出協力: 湘南ワイバーサプライ

**FOR DEFENCE**  
 WATERSHED DUFFLEシリーズ oc0ee  
 / 貸出協力: 株式会社ハッチ  
 完全な密封状態になる防水バック

**FOR OFFENCE**  
 ニット長袖シャツ / エフアイニット(富山県高岡市)  
 快適温度に調整できる素材のため、山崎直子宇宙飛行士が、  
 宇宙滞在時に着用する船内被服として採用

**FOR DEFENCE**  
 Bobble make water better. / Bobble Japan  
 水道水をおいしく飲むためのフィルター付きボトル