

Japanスタイル2

新しい和のスタンダード

全国の伝統工芸産地や地方自治体などで、ブランド化による産地活性化の動きが活発になっています。デザイン・工芸センターでは、昨年に引き続き、「方がつくるJapanスタイル2」展を2007年9月29日から10月8日まで開催しました。今回は、13の取り組みから生まれたさまざまな産地ブランド商品を紹介しました。

量的需要減、構造変化に直面している日本の産業のなかで、今世界に向かって、新しい競争力を強めて行くことが求められている。

中小企業庁では、「JAPANブランド育成支援事業」を推進しており、各地で培われてきた技術や素材などの地域資源をブランド化する取り組みを支援している。全国でこれまでに100件以上のプロジェクトが参加しているが、それ以外にも、さまざまな産地で、ブランド化の取り組みは行われている。

では、産地ブランドづくりには、どのような手法があるのだろうか。

福井県は、織維、メガネ、化学、機械工業などの地域産業が有名である。しかし、中小企業は、技術力を持ちながら、デザイン・情報発信・販売が弱いという問題があった。

「おいしいキッチン」プロジェクトは、そんな福井の中企業回生プログラムである。地元の企業とデザイナーがコラボレーションして商品開発を行った。参加企業は、家具、インテリア、刀物、織布、レース、金属加工など、実に多様。この多様性をひとつにまとめるキーワードが「キッチン」である。



方がつくる

① 札幌スタイル[北海道・札幌市]

「北国の自然と都市が共生する次の時代の生活像を追求する活動」として、札幌市経済局が取り組んでいる。大きく「認証事業」と「デザインコンペティション」からなり、認証事業は、北海道や札幌にゆかりのある商品を公募して認証する。コンペでは、全国からデザインを公募し商品化を行う。市内に、「札幌スタイル・デザインギャラリー +8111」を持ち、認証商品を一堂に集めて展示・販売している。

●札幌スタイル
景観にやさしいレジャーシート『さくらシート』



② 静岡発!ランデヴープロジェクト[静岡県]

ワコールアートセンターと静岡市産学交流センターがプロデュースし、静岡市内の地場産業とクリエーターがコラボレーションした。2004年から始まり、2005年は「For KIDS」、2006年は「旅館のスタイル」のテーマで商品を開発した。参加する地場メーカーが多彩で、商品は衣食住すべての分野にわたる。コンセプトワークから製品化、価格設定、販路の開拓まで協働を行う。2007年、プロジェクトの新しさが評価され、「新日本様式」100選に選定されている。

●静岡発!ランデヴープロジェクト
「ひのきのはきもの」
(デザイナー/ひびのこづえ)



ブランドとして、特にデザインに統一感を持たせているわけでもない。ポイントは、すぐにでも自分のキッチンに置きたくなるような親しみのあるデザイン、雑貨感覚の楽しさにあるようだ。

起用されたデザイナーは、生活のプロダクトを手がける「flask」、女性に人気の料理ユニット「Goma」など、生活感覚を大切にする若手クリエイターが中心である。美しすぎて日常的にはないデザインに陥らず、どこか職人の手を感じるようなクラフト的な温もり、

それでいて、洗練されてかわいい。それが、雑貨好きの女性の心を捉えている。「おいしいキッチン」は、2002年度、地域産業の振興を目的に、福井市長の呼びかけで「地域産業創造会議」を設立したことに始まる。協働連携によるものづくりをめざし、複数の企業が集まってひとつの中をつくる「コンソーシアムブランド」の成功例である。

これまで最終商品までつくることがなかった地場の企業が、完成品を市場に投入した。このプロジェクトの目的は、「メーカーとして最終商品をつくりて、自立すること」にあるという。第一回の反響を受けて、さらに新しいデザイナーとの組み合わせにより第二弾も発表している。

洗練と楽しさのキッチン用品

開発されたものは、ターナー、水きりラック、まな板、フルーツボウル、野菜を収納するベジネットなど多様である。

知名度の低さを課題とする産地が多い中、札幌市経済局が取り組む「札幌スタイル」は、札幌という都市イメージの高さを活用して、地域産業を活性化している。

市のブランドイメージを向上させるため、札幌スタイルが取る手法は、優れたものを探し出し、つくり出すというものである。そのため、認証制度を採用し、毎年道内商品を対象に公募を行い、札幌スタイルにふさわしい商品を選定している。同時に、隔年でコンペティションを行い、全国から作品を募集し、商品化につなげている。

北国の次代の生活スタイルをブランドに

③ おいしいキッチン[福井県]

2005年、おいしくごはんが食べられるキッチン用品を共通の開発テーマに、福井県のものづくり企業(マイスター・カンパニー)と、デザイナーがチームを組んで商品を開発。金属加工、樹脂、レースなどの企業が参加し、第1回は5組のコラボレーションから128アイテムを誕生させた。

表参道ヒルズをはじめ全国約100店舗におかれ、また通信販売カタログにも掲載。複数の企業でブランドを開発する「コンソーシアムブランド」の代表的事例として注目を集めている。



●おいしいキッチン
「Butterflies fly」

ブランドイメージの根本となる札幌スタイルらしさは、「ゆったり/札幌スタイル」「もてなし/札幌ホスピタリティ」「遊びごころ/札幌エスプリ」。札幌スタイルとして認定された「桜シート」は、お花見などの時に使用するレジャーシートである。デザイナーの佐藤裕子氏は、あらゆる花が一齊に咲く北海道の春の色彩を分析し、それに合う色のシートを作成。これは、2007年度のグッドデザイン賞を受賞した。



●おいしいキッチン
「自立まな板」「ポットウォーマー」「箸置き」



●ぽれぼれ屋
「甘露(かんじょ)焼鍋」

三重は、土鍋などの陶磁器の産地。三重県科学技術振興センター窯業研究室が、陶磁器新商品開発推進事業として、県内企業と共同開発した。「ぽれぼれ」は、スワヒリ語で「ゆっくり」の意味。2002年から現在まで、のべ27社と34アイテムの商品を開発し、新しい陶磁器ブランド「ぽれぼれ屋」として、通信販売や首都圏の百貨店、小売店を中心に販売されている。





⑩ Tsugaru Japan [青森県]

何層も塗り重ね、堅牢さ、耐久性で全国トップクラスといわれる「津軽塗」。その特性を活かし、世界へ発信するプロジェクトを行っている。テーブル、文具、盛器、めがねケースなどを製作。また、手板(塗り見本)200点を発表した。フランクフルトの世界最大の消費財見本市アンビエンテでは、ブースに約1,300人が訪れ、約100件の商談を行うほどの盛況だった。大量生産ではないワン・ツー・ワンのオーダーメイドシステムの構築をめざしている。



⑨ HIDA 飛騨家具 [岐阜県]

高山市の大手家具メーカー飛騨産業が、杉を材料に家具を開発。杉は柔らかく、家具には不向きとされていたが、独自の曲げ木の技術により、圧縮成型し強度を高めた。世界的に著名なイタリア人デザイナー、エンツォ・マリ氏にプロジェクトへの参加を依頼。これまで不良品とされてきた節の入った材料を使用した家具を開発。2005年、ミラノで発表。表参道ヒルズに、専門ショップを開設している。

伐材を活かせないと模索し、当初お盆などをつくりっていたのだが、デザイナーの発想で鞄として再生した好例である。

一方、木製家具の产地として高級家具を生産してきた高山にあって、飛騨産業株式会社の「HIDA」は、それまで不良品として処分されてきた節のある木材を、そのままの美という視点で商品化した。

また、地元に植林され活用されている杉を、家具として商品化するプロジェクトを行った。世界的なデザイナー、イタリアのエンツォ・マリ氏にデザインを、自然のままの美という視点で商品化した。

「リボンプロジェクト」は、デザイナーとのコラボレーション型で、これもリボンかと疑うほど、意外性のある美しい商品ラインナップを実現している。「JoBu」もコラボレーションにより、なべつかみ、ランチョンマットなどの生活道具を生み出している。親しみやすい、あたたかな商品が人気を呼んでいる。

リボンは、贈答品を飾るためのもの。帆布はトラックの帆や醤油などのこし袋に。従来の用途だけでは、需要が頭打ちしていた2つの素材。今ある素材の可能性を広げて、新しい商品を作れないかという挑戦が、福井の「リボンプロジェクト」と、倉敷帆布の「JoBu」である。



⑪ UDケトル・UD漆器 [岩手県]

岩手県の工業技術センターが、2001年から取り組むユニバーサルデザイン推進事業から生まれた商品。南部鉄器協同組合との協働で鉄器厨房用品、陶磁器工房や漆器生産者との協働で食器を、それぞれ開発した。社会福祉に対して意識の高いフィンランドのプロダクトデザイナーを招聘し、ワークショップを行い、具体的な新製品の提案につなげた。また、ノウハウをまとめたハンドブックも作成している。

⑫ オケクラフト [北海道・置戸町]

町の86%が森林という置戸(おけと)町が、1980年から木による町づくりに取り組み、工業デザイナー秋岡芳夫氏のプロデュースにより生まれたブランド。工芸品に適さないとされていた針葉樹。さらにその偏芯材が持つ美しい木目を活かして白い器を作る。利用しているのは、自生するエゾマツ、トドマツ。木工芸の普及と技能者の育成を行うオケクラフトセンター、ブランドによる地域発信など、「人づくり、物づくり、町づくり」が一体となった活動である。



それぞれのJAPANスタイル

大正時代より作られてきた「倉敷帆布」を使ったブランド。帆布とは、頑丈なキャンバス地のこと。国内の約7割が倉敷で作られている。倉敷のメーカーが、帆布の需要生産をめざし、プロダクトデザイナーとのコラボレーションにより開発した。帆布の特性を活かし、生活のための使いやすいアイテムとなっている。JAPANブランド育成支援事業「サンさん晴れのめぐみ」から出展した。



●HIDA 飛騨家具



●Tsugaru Japan

⑤ Monacca [高知県]

馬路村が持つ森林資源の中から、ヤナセ杉の間伐材を利用して誕生したバッグのブランド。高知県出身のデザイナー島村卓実氏が提案した。薄くスライスした杉を、複数層に重ね合わせる技術が使われている。ミラノサローネ(イタリア)、メゾン・エ・オブジェ(フランス)、アンビエンテ(ドイツ)など各国の展示会に出品。エコロジーで美しいバッグとして高い評価を受けている。2006年度グッドデザイン賞受賞。ニューヨーク近代美術館のショップにも置かれている。



●Monacca



⑥ リボンプロジェクト [福井県・京都府]

福井県の井上リボン工業株式会社が、2002年に始めた商品開発プロジェクト。デザイントレーナーは、京都工芸織維大学准教授の岡田栄造氏。異分野のクリエーターとコラボレートし、リボンから発想されたさまざまなアイディアを商品化した。椅子、照明、カトラリー、花器など、リボンで作られているとは思えない夢のある商品が生まれた。2003年に、ロンドンの「100%デザイン展」に出品。欧米のメディアから評価を受ける。

ストとのコラボレーション活動「ランデヴープロジェクト」に、静岡の地場産業が名乗りをあげた。参加企業も、老舗の下駄屋、和菓子屋、木工、和紙などさまざまだが、どこかモダンで日本文化を感じさせるデザインとなっている。

2006年は、日豪交流年の一環で、オーストラリアのデザイナーも参加。旅館のスタンダードをテーマに、折り紙のように畳めるスリッパや、光の柱のような照明器具が開発された。

クリエーターの新しい発想を地場産業に取り入れたいとの思いからである。このプロジェクトの特長は、アーティストと企業が「一人三脚のよう」に進めるところにある。

参加企業も、老舗の下駄屋、和菓子屋、木工、和紙などさまざまだが、どこかモダンで日本文化を感じさせるデザインとなっている。

県の窯業研究室が提案するスローライフ

「コンセプトワークから製品化、価格設定、販路の開拓までを協働で行う点が新しい」として、2007年「新日本様式」100選に選ばれた「静岡発! ランデヴープロジェクト」。ワコールアーテンターが行っている企業とアーティ

「コンセプトワークから製品化、価格設定、販路の開拓までを協働で行う点が新しい」として、2007年「新日本様式」100選に選ばれた「静岡発! ランデヴープロジェクト」。ワコールアーテンターが行っている企業とアーティ

「ぽればね屋」は、三重県の科学技術振興センター窯業研究室が取り組む焼き物のブランドである。公的機関が開発するブランド名とは思えないかわいい名前であるが、スワヒリ語で「ゆっくり」という意味である。

三重は陶磁器特に土鍋の産地であり、科学技術振興センターでは、2002年度から陶磁器新商品開発推進事業を行っている。クラフトバイヤーの日野明子など4名のアドバイザーが参加し、新商品を開発している。

「陶製飯びつ」「あたためなべ」「カリーガー」「甘藷焼鍋」など、のべ27社と34アイ

土鍋ならではの温もりに加え、どこか愛らしいフォルムが人気だ。カリーガーは、蓋を返せば、香辛料のすり鉢になるという「工夫もある。スローライフを楽しむアイテムとして、ファンも拡大している。

テムをつくり、東京ギフトショーなどで発表した。

土鍋ならではの温もりに加え、どこか愛らしいフォルムが人気だ。カリーガーは、蓋を返せば、香辛料のすり鉢になるという「工夫もある。スローライフを楽しむアイテムとして、ファンも拡大している。

産地ブランド育成のひとつ的手法として、地元にあった素材を別の視点から見ることで商品化するという方法がある。

「Monacca」は、地元のヤナセ杉の間



●欲しかったモノ
「フルティガーステッキ 2, M, S」



●TOYOOKA KABAN
「キューブボックス」

●TOYOOKA KABAN
「モバイルデスク」

