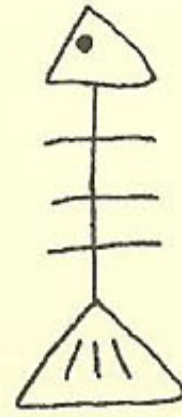




かがわ地場産業デザイン・リネサンス事業の指導デザイナー 喜多俊之氏の作品 (SANJUN series) Chair MUREI 写真撮影 (株) 稲製作所

Old & New



デザインフェスタ2000のポスター-図案です。

## 香川デザインフェスタ2000

いよいよ作品展まであと約80日と迫ってまいりましたが、先日送付いたしました申込書のご返送はもうお済みでしょうか。普及啓発委員会ではこれより、作品展示計画を行ってまいります。まだの方は、大至急事務局までFAXしてください。

**開催期間** 2000年3月24日(金)～31日(金) 27日休館  
 ●搬入:22日～23日午前中  
 ●オープニングセレモニー:23日午後  
 ●搬出:31日午後  
 ※搬入搬出の詳細は3月にお知らせいたします。

**会場** 香川県文化会館1～3階  
**テーマ** Old & New [調和・対峙・誕生]  
**特別企画** 和田邦坊デザインの世界



ネクスト香川紹介パンフレットが完成しました。デザイン制作はDesign Space VOXの大西洋三氏です。

### 香川県デザイン協会入会状況

(平成11年12月15日現在)  
 正会員 法人53 個人76  
 賛助会員82 準会員3 合計214

正会員内訳				賛助会員内訳	
分野	法人	個人	計	分野	会員数
A グラフィック	21	22	43	A 製造業	27
B 建築・環境	13	11	24	B その他企業	20
C インテリア	4	10	14	C 個人	9
D イングストリアル	0	0	0	D 地場組合	8
E テキスタイル	3	3	6	E 商工団体	8
F その他	12	30	42	F 行政	10
計	53	76	129	計	82

情報をお寄せください。  
 香川県デザイン協会会報は、会員と協会の最新情報について活動しています。より充実した協会会報にしたいと考えておりますので、みなさまのご意見をお待ちしております。

デザイナーだけでなく、クリエイターのみならずの  
 入会をお待ちしています。  
**香川県デザイン協会**  
 1999年12月発行 (第3回発行)  
 事務局 ●〒761-0301 高松市林町2217番地15  
 香川産業振興センター内  
 Tel 087-869-3700・Fax 087-869-3703

### かがわ地場産業デザイン・リネサンス事業

## 石、植木鉢、陶管、瓦の新製品開発、進行中。 パッケージ開発は、オリーブオイルが決定され、ギフト用うどんは、デザイン案を提出。

前回の会報にて、かがわ地場産業デザイン・リネサンス事業\*1)の概要と指導デザイナーに喜多俊之氏を迎えたデザイン開発の第1回目の打ち合わせ会(6月24日)について、その一部をお知らせいたしました。ここでは、第2回目・第3回目の打ち合わせを中心にお知らせします。

#### ■商品デザインのプロセスについて

プロダクトデザインには、いろいろな分野があります。たとえば、焼物などの食器の開発と、カメラや電子機器などの機械的な製品とは違ったデザイン方法となります。

次に、製品を開発する目的ですが、きっかけは、いままでの製品が古くなったか、いまある設備を活かして作るという場合や、マーケットから何か面白いものをと望まれる場合などがあります。

今回のテーマである瓦、植木鉢などは、アイデアが出尽くしている分野です。そこに新しい発想を吹き込んで、まったく新しいものを作り出すのが今回の狙いです。これは難しくもあり、面白いものです。

今日、植木鉢工場を見学しましたが、植木鉢は1個50円くらいで出荷しているとのこと。価格が非常に厳しいですね。この状況で利益の上がる製品を作るためには、発想の転換が必要です。1つの方向としては、植木鉢で面白い新製品、もうひとつは全く違う分野のものを考えることが考えられます。いまの植木鉢の流通とは違う流通に新製品を流せば、たとえば80円で売れることもあります。そうすることで、利益が上がります。商品開発は、「利益を上げる」ことも忘れてはいけません。たとえば、植木鉢の技術で素焼きの壁掛け時計板を作り、300円くらいで売っている時計の要素をくっつけばどうでしょう。こうなると可能性があります。いまの植木鉢の6万個ロットよりも少なく、300個くらいのロットで採算がとれる価格にします。

素焼きのビールジョッキを作ってみてはどうでしょう。素焼きは、水が浸透し、蒸発する時の気化熱で温度が下がって冷たくなる特性があります。このビールジョッキを、ライフスタイルショップなど、いままでは違う流通で販売すれば、違った展開になります。

デザイン開発上、自分が使ってみたいか、自分の家で使えるかどうかは実は大切なことです。自分が欲しくないものは、多分他の人も



喜多俊之氏を迎えた打ち合わせ会

折ってポケットに入れておいて、アイデアを書き留めています。それをコピーで拡大して、さらにその紙面にアイデアを書き込むようにしています。「よそ行き」ではなく、普段着でアイデアを考えているのです。

アイデアは、大切です。そのためにも、ものをよく見ること。市場に出て、コップはどういうものが手回っているのか、一度、そのテーマから離れて、いろんなものを見ましょう。思い込みから開放されて、また最初から考え直すのも大切なことです。アイデアというのは、必死に考えていると出ません。一度忘れると、パッと思い出したようにアイデアが出てくるものです。ですから、アイデアには時間をかけます。

次にアイデアを原寸で考えます。しばらく眺めて、案を練ります。これを繰り返します。そして、図面へ。斜めの線、円もしっかり決めます。試作は紙とか紙粘土、発泡材でつくります。

今回のテーマでも、11月までにアイデアスケッチを100案くらいは出してください。(以上、喜多氏のコメント)

#### ■商品デザインの現状について

9月早々に、イタリアの銀の会社と日本の地場産業である漆(輪島塗)の商品発表会をイタリアのミラノで行いました。漆製品も、伝統の技法で制作したもので、安い漆器は、中国などになかない。高度な日本の伝統工芸でない、海外では高級品として、受け入れられません。高級であること。本物のわかるマーケットに漆を持っていっていただけです。今回、私がデザインした銀製品と漆製品は、現在、イタリアから全ヨーロッパに向けて販売され始めようとしています。

いま、日本の地場産業は、ひん死の状態です。それは日本では売れなくなったからです。なぜ、売れないのかというと、使われな

#### これまでの動き

- 第1回のデザイン開発では、メンバー17人からの自己紹介のあと、指導デザイナーの喜多俊之氏から、ご自身のイタリアでの作品展示会、香港での学生によるプロダクトデザイン発表会の様子などをビデオで紹介いただきながら、プロダクトデザインの現状を勉強。喜多氏より、今後のデザイン開発の進め方などをお話しいただき、続いてメンバーとの質疑応答が行われました。
- 第1回打ち合わせ会の後、7月26日・27日、8月26日・30日に開発メンバーは、商品開発の対象となっている石製品、瓦、レンガ、植木鉢、陶管、うどん、醤油、オリーブオイルの工場見学会ならびに担当者からオリエンテーションが行われました。
- 続く、9月に新商品開発またはパッケージ開発ごとのグループ分けを行いました。◆商品グループ/藤本 誠(リーダー)、三宅剛、澤田光生、高木一郎、山本セイ子、吉村良太、柴 秀樹、寒川俊二、高石 寛、谷川和之、村岡 寛 ◆パッケージグループ/猪子 進(リーダー)、濱田恵子、植田達一郎、出淵光一、上出崇治、増田力也

からです。正月でも、親戚が一堂に集まるのが少なくなりました。欧米人は、何かと家に集まって、わいわいやりやります。日本は、暮らしが忙しすぎて家に集まらない。これは、ものが売れなくなってきたからです。

ヨーロッパでも、漆のプラスチック製品が出回っています。日本と同じ状況です。でも、今回イタリアの会社が、あえて金額の高い漆を販売しようとしているのです。

また、10月14日にイタリアのペローナという都市で、和紙を使った照明器具の発表会を行いました。美濃と越前、島根の紙の新作です。日本の地場産業は、国内では売れませんが、海外で人気があります。世界に通用する技術なのです。

(以上は、喜多氏のコメントです。また当日はビデオ映像とともに紹介されました。)

#### ■プロダクトデザイン開発チーム

各メンバーより、開発テーマの発表と検討が行われ、喜多氏より指示を受けながら、各開発テーマが絞り込まれました。各自、テーマを絞って、次回1月までに紙粘土や発泡剤などでミニチュアサイズの模型を作成し、喜多氏に指導を仰ぐこととなりました。

#### ■パッケージデザイン開発チーム

##### ①オリーブオイル(現状の缶に貼るシール)

オリーブオイルは、クライアントの要望により、パッケージそのものの開発は必要ではなく、シール対応という、文字どおり表面的なデザイン開発となりました。10月20日に、開発メンバーから出された案をクライアントにプレゼンテーション。以下の2案に決定され製品化されています。



オリーブ缶のデザインは左:(有)チャージの植木氏と右:猪子氏のデザイン案が採用になりました。

#### ②さぬきうどん(ギフト用パッケージ)

さぬきうどんのパッケージ提案も、すでにクライアントに提出され、現在、検討段階に入っています。また、パッケージは、企業ブランドを具体化するものであることから、開発メンバーの上出氏よりパッケージデザインにあたっての企画提案がありました。

企画の方向としては、2004年に創業100周年を迎えるこの企業の、今後のパッケージ展開を見据え、企業ブランドの確立の必要性と、店舗を持たない製麺会社が、どのようにして自社製品を評価いただくかなど、企業活動全体から見たコミュニケーション展開、ブランド確立を提案しました。

#### ■デザイン全般について

「料理の鉄人」というテレビ番組がありましたが、その最終回に出演したフランスの三ツ星レストランのシェフが、日本で、いいものを発見して帰ったと言います。それは何と、小豆島のオリーブオイルなのです。小豆島のオリーブオイルは、値段が高いのですが、たくさん買って帰ったそうです。彼は、高くてもあたりまえだと言います。フランスでも数人しかいない三ツ星レストランのシェフが、小豆島のオリーブオイルは世界一だと言いました。

漆もそうですが、製品の良さというのは、案外、地元が知らないものです。

デザインをする前に、もっとその製品のアイデンティティに切り込む必要があります。今回のテーマの乾麺うどんも、タイムスリップして、時間をさかのぼってその良さを考える必要があります。

たとえば、世界で食べられているバスタも乾麺です。さぬきうどんも、世界に出て行く可能性があります。グローバルな視点で考えるのです。スケールを大きくして、乾麺うどんが、アジアの、世界の食品になることは夢物語ではありません。経営者と一緒に夢を見るということも、デザイナーの仕事です。もう少し、デザイナーがデザインだけでなく、その周辺の発言をすることが大切です。そのためには、信頼関係が必要となります。(以上、喜多氏のコメント)

このように、「かがわ地場産業デザイン・リネサンス事業」は、指導デザイナーの喜多俊之氏を中心に、香川県デザイン協会のメンバーが各テーマに沿って、実際に売れる新製品を開発することを目標に行っています。次回の本紙会報でも紹介する予定ですので、今後の本事業の活動に、どうぞご期待ください。

\*1) かがわ地場産業デザイン・リネサンス事業:香川県内各地場産業の活性化を図るため、県が香川県デザイン協会に委託して、新商品の開発やパッケージなどのデザイン開発を行い、関係業界(会社など)に提案するものです。平成11年度の新規事業として開始されました。