

富山県
Toyama and Design Exhibition

富山県
Toyama

富山県

第63回

目次

02 富山・シラノデザイン交流倶楽部Bデザイン

02 ささいな デザインセミナー

04 世界を魅了するHIROSHIMA

06 デザインの活用で繋がる産地・企業

08 MOMAへ行った日

10 審査総評

11 受賞者一覧

12 受賞作品

27 トロフィー

28 招待審査員

30 学生の音界内審査員

30 募集内容

31 作品講評

34 協賛広告

ささいな

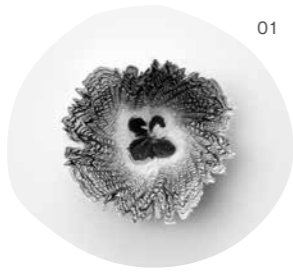
デザイナー
三澤 遥



2022年12月～2023年3月に富山県美術館で開催された「デザインスコープーのぞく ふしぎ きづく ふしぎ」での「動紙」の展示も記憶に残るデザイナーの三澤遥氏。実験的なアプローチやものづくりのプロセスを大切にしながら、未来への種まきになるような発表・制作を続けている。手を動かした先にあるものを同った。

ものづくりのプロセスに、自分の掴みたいものがある

2009年より日本デザインセンター原デザイン研究所に所属し、20代のころは同研究所などディレクターの下でプロジェクトを実現させることに集中していた。初出展は29歳のとき。竹尾ペーパーショウのために「紙の花」という作品の制作にとりかかる。「ちょうど鉛筆の削り屑の美しさに魅せられ、小さなケースに1個ずつ屑を入れて集めていた時期でした。紙も木もパルプという共通性に気づき、紙を丸めたら綺麗な削り屑の花を作れるのではないかと考えました」と思考の原点を振り返る。仮説を立て、一人で実験をしているうちに気づいたことがある。「紙の花」が生まれる瞬間、紙が人の手を介して、自然界の花と同じ物性に変化することだ。小さく儂い表現の実現から、ものづくりのプロセスにこそ自分が掴みたいものがあると実感し、それを掴んだ瞬間に立ち会えた三澤氏の原点となる仕事だった。



TAKEO PAPER SHOW
2014 SUBTLE 出品作品「紙の花」

気持ちを大切に、未来への種まきを続ける

2014年に三澤デザイン研究室の室長になり、翌年に「waterscape」という作品で初個展に挑む。「水槽の中で泳ぐ魚が楽しめるよう、一方的ではあるがコミュニケーションを取りながら作りました」と話す作品だ。小さな水槽の中に生態系を構築して水草が育ちやすいようにした水槽、亀が息継ぎや甲羅干ししやすいように島を設けた水槽、魚が泳ぎやすいように曲線ばかりにした水槽、魚が水平線よりも高い場所を泳げる水槽も作った。すべて曲線だけの水槽は、地下道を作って砂の中に潜ることができたり、ドーム状になっているので魚が5倍くらい大きさに見えたり、観賞用というよりは視点的な観察や発見ができるものにし、気づきがいづく作れるかを自分の裏テーマにした。水中景観の楽しさに、どれだけ気づいてもらえるだろうかという気持ちが、三澤

氏を高揚させた。「waterscape」は、16年に台湾でも展示があった。クライアントワークだけでなく、展示会をきっかけに作り続けることを大事にしている。自分の作ってみたい気持ちを基準に、そこから仕事へつなげていくのが三澤氏のやり方で「種まきしているようなプロジェクトがいくつかある」と話す。循環する水の動きが繰り返される「Form of Gravity」もそのひとつ。液体の中を水が落ちてくる瞬間、透明の針に水が刺さって、弾けて消える様子を観察できる。

「引き出し」が、能動的な行動と意識を促す

国立科学博物館と大分県立美術館で開かれた「WHO ARE WE 観察と発見の生物学」は、コンペで決まった仕事だった。おそらくデザイン会社でコンペに参加したのは三澤デザイン研究室だけだったが、2019年の「虫展ーデザインのお手本ー」でゾウムシをさまざまな視点から観察する展示を見てくれた国立科学博物館のスタッフが、参加を促してくれた。コンペを通過し、哺乳類剥製をキット化し、全国を巡回できる仕組みを作る仕事ができることになった。展示の企画も考え「WHO ARE WE(わたしたちは誰なのか)」というタイトルをコピーライターと一緒に作った。哺乳類の展示というと、どうしても動物の面白さを伝えるものになりがちだが、人も哺乳類であることを意識させ、万物へも視点を広げることにした。ロストテクノロジーとも言われている国立科学博物館が収蔵するヨシモトコレクションを展示したいという要望を受け、茨城県つくば市にある収蔵庫にも何度も足を運んだ。もともと剥製のクオリティーの違いすら知らなかったが、実際に目にすることでヨシモトコレクションの技術の高さを知った。一方で国立科学博物館の剥製の収集数の多さにも驚き、科学的知見を持つ先生に尋ねると「無目的・無制限・無計画」の3つの無が収蔵理由だと教えられた。「今は役に立たないかもしれないけれど、100年後や1万年後に役立つかもしれないし、数千、数万匹という数でないと見えない遺伝子レベルの発見もあります。今、大量発生している生き物が、例えば10年後に1匹もない可能性だってあります」と話してくれた。三澤氏は命をフラットに見つめて収蔵する仕組み、そこから未来を創って

いることに感動し、展示でもこのことを紹介した。展示会やコンペのプロでもなく、先生から聞く情報がすべて新鮮で、何も知らない立場だからこそ浮かんでくるものを展示にも生かした。

展示会場には、それぞれにテーマを持った46台の木の引き出しがしつらえられた。来館者が自分で開き、中を覗く仕組みだ。「見えないから見たい、見てはいけないものを見ている感覚」を、引き出しに託した。文字情報はわずかで、開けることで、共通性や比較を見つけ、観察と発見を促し、好奇心が増幅する展示になっている。展示台の設計やイラストも三澤デザイン研究室で行い、動画のクリエイションも担当した。



「WHO ARE WE 観察と発見の生物学」

木の枝のように展示アイデアを広げる

富山県美術館で開催された「デザインスコープーのぞく ふしぎ きづく ふしぎ」で展示した「動紙(どうし)」は、2018年から発表を続けるプロジェクトで、シリーズで制作しているものだ。「紙が動く。まるで意志があるかのように」という大きなテーマで、展示の内容を考えている。

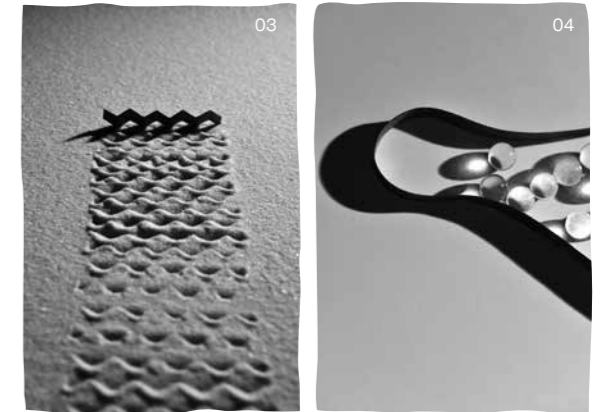
もともと機能紙の制作依頼があり、静物的なイメージを持つ紙に動きを与えようと、三澤デザイン研究室で実験を始めた。マグネットや砂鉄を入れて錆びたこともあったが「これなら上手くいきそう」というところまで実験し、和紙職人に紙を漉いてもらった。研究室での実験のプロセスを経るのは、作ることで何ができないかを理解するためで、自分で小さな発明を重ねることを大切にしているからだ。金属が中に留まって錆びない紙、真茶色ではない紙、カットしても粉を出さない紙。目的の通りに動ける、まさに動詞の機能を持った「動紙」が誕生した。

富山県美術館での展示は、紙や金属、ガラスなど、異素材と組み合わせたときに「動紙」がどのような振る舞いをし、どう機能するかを伝えるものだ。「ひとつ作って終わりではなく、しつこく作るのが好きで、誰のためでもなく自分のためにやっていると言えばそうなのですが、実験し続けることで、新たな自分の仕事やプロジェクトを作っていくことを大切にしています。まずは自分が動いて道を作り、共感する人が現れたらいいなと思っています」と話す。

そういった部分においては、2023年の2～3月にかけて東京・銀座で「IKKO TANAKA ISSEY MIYAKE No.6 Special Installation [The Plant Series]」は、「動紙」が富山の展示とは別の分かれ道を進んで生まれた展示だ。田中一光氏の切り絵で作られたポスターに

ある椿の花の色を、同氏の開発したTANTという紙から選び、ISSEY MIYAKEの服から造形や機能性、動きの美しさを抽出し、それらを直径10ミリの無数の紙の粒子にして表現した。会場では粒子たちが一部で動きながら、椿の色を発している。インクの粒子がとろけた中にあるような、ポスターの中に入り込むような空間体験ができる。ISSEY MIYAKEでの展示は、2019年の「POSIT展」で使った、穴あけパンチの副産物である直径5ミリほどの丸い紙の展示も大きく影響している。紙を積んだり並べたり重ねたりする方法を考える中で「手を動かしたことでしか見えてこない視点が、些細だが絶対にある」と話す。それを追い求めて作っていて、普段の仕事のクリエイティブアイデアに直結させていく。

「動紙」は富山と銀座で同時期に展示が行われていたが「一つひとつのプロジェクトは、すぐに結果を出すというよりも、いつか新しい形になったらいいと思って進めています。今回の富山やISSEY MIYAKEの展示で気づかせてもらったものを、また次に違う形で作りたいというのが頭に浮かんでいますし、続編はこんなふうにしたいと思いつながら、富山でも設営していました」と語った。



富山県美術館開館5周年記念 デザインスコープーのぞく ふしぎ きづく ふしぎ 出品作品「紙が動く」

三澤 遥(みさわ・はるか)
1982年生まれ。日本デザインセンター三澤デザイン研究室室長。武蔵野美術大学准教授。同大学工芸工業デザイン学科卒業後、デザインオフィスnendoを経て、2009年より日本デザインセンター原デザイン研究所に所属。2014年より三澤デザイン研究室として活動開始。ものごとの奥に潜む原理を観察し、そこから引き出した未知の可能性を視覚化する試みを、実験的なアプローチによって続けている。主な仕事に、水中環境をあらたな風景に再構築した「waterscape」、かつてない紙の可能性を追求した「動紙」、国立科学博物館の移動展示キット「WHO ARE WE」、隠岐ユネスコジオパークに泊まれる拠点「Entô」のアートディレクション、上野動物園の知られざる魅力をビジュアル化した「UENO PLANET」、ロゴの自在な可能性を追求したKITTEやTOKYO BIG SIGHTのVIがある。2019年、毎日デザイン賞受賞。「著書に「waterscape」(出版:X-Knowledge)。 <http://misawa.ndc.co.jp/>

開催日時:2023年2月10日(金)18:00～19:30

会場:ウイング・ウイング高岡501研修室

文:高井友紀子

写真:01 関口尚志/02 岡庭璃子/03-04 本山真帆

世界を魅了する HIROSHIMA

マルニ木工代表取締役社長

山中洋



2008年、広島県にある「マルニ木工」から「HIROSHIMA」アームチェアが発表された。同年よりミラノサローネへの出展を続け、海外での販路も拡大し続けている。名作チェアの誕生、大躍進の裏側では何が起きていたのか。山中洋氏に伺った。

創業時から「工芸の工業化」をモットーにする

「マルニ木工」の本社兼工場は、広島県湯来町にある。1990年代前後までは国内外7カ所に生産拠点を持っていたが、今はこの1カ所ですべての家具を製造している。もともと広島県は、宮島にある厳島神社の造営のために、平清盛によって全国から腕利きの大工が集められた。宮島出身の山中洋氏の祖父は、伝統的な木工芸が根付いている土地で同社を創業した。

1925年の創業のころから「工芸の工業化」を掲げ、時代や消費者意識が変わろうとも、一貫してこの考え方を大切にしてきた。現在も社内でのこの言葉が発せられない日はない。山中氏は言葉の意味を「職人の手仕事のよさを、機械を使うことによって工業化し、安定した生産へ繋げること」と述べる。天然素材の工業化と聞くと、矛盾がありそうだが、だからこそ面白い。「機械の加工に頼りすぎると味気ないものになり、手仕事ばかりにすれば量産ができません。匠の技や工芸品の美しさを残しながら、消費者が手の届く価格で、量産し続けられるようにしないと」。製品作りには、このバランスがとても重要だと話す。そしてこの考え方こそが、「マルニ木工」の高い技術力の礎なのだ。どの製品においても工業生産化によってコストを抑え、品質を安定させ、量産する仕組みづくりを徹底している。

もうすぐ百年企業の仲間入りするだけあり、幾多の試練もあった。戦時中は戦闘機の尾翼や零戦の落下増槽を木材で試作したこともある。気密性や密閉性といった精度が要求されるものづくりは、皮肉なことに同社の技術を飛躍的に向上させるきっかけになった。戦後は日本人の生活スタイルの洋風化と高度経済成長の波に乗り、トータインテリアによって売上を伸ばして上場する目前まで躍進した。だがバブル経済の崩壊によって、売上は右肩下がりに転じる。2000年に山中氏が同社に入ってから状況は改善せず、もがき苦しむ数年を過ごすことになった。

深澤直人氏との出会い、「HIROSHIMA」の誕生

転機は2007年に訪れた。プロダクトデザイナー深澤直人氏との出会い

である。当時の山中氏は、デザインのことも深澤氏のことも深く理解していたわけではなく、デザイン=外形的なものという短絡的な考えしか持っていなかった。会社が大きな変革を迫られていた時代、何とか状況を打開しようとするなか、「人間が無意識に考えることや行動することを、顕在化、可視化することもデザインの大事な仕事です」という深澤さんの言葉を聞き、雷に打たれたようでした。それから、その言葉がずっと頭から離れませんでした」と出会いを振り返る。この言葉をきっかけに、深澤氏と一緒に仕事がしたいと強烈に思うようになった。いざデザインを依頼すると、深澤氏から「ずっと世界の定番として愛されるチェアをデザインしたいと思っていました」と返事があった。世界中の人に愛される木製チェアを造りたいと考えていた山中氏にとって、この言葉は深澤氏との心の距離を縮めるものになった。

アームチェア「HIROSHIMA」の誕生である。ネーミングは深澤氏によるものだ。当初、広島生まれの山中氏にとって、この名は平和の象徴のイメージがあれば、原爆が投下された悲しい記憶でもあり、非常に重く響いた。名前に抵抗があることを正直に深澤氏に告げると「この名前以外は、考えられません。東京や大阪のような大都市から世界へ発信する時代ではない。ローカルがダイレクトに世界と繋がれる時代になっています。良くも悪くも広島は誰もが知る地名。メッセージも込められます」と深澤氏は言い、山中氏も腑に落ちた。



2008年から、ミラノサローネへの出展を続ける

本格的な輸出に乗り出したのも「HIROSHIMA」のアームチェアの誕生がきっかけだ。今でも日本製の良質な家具を輸出しようと考えている国内企業は10社に満たない。業界にノウハウがないことや言葉の壁があり、未知の世界で勝負する会社が少ないのだ。一方、イタリアや北欧などのブランドは日本のマーケットを獲得している。国内の木製家具や木工芸の技術力、品質は、ヨーロッパと比べても劣っておらず、圧倒的にクオリティの高いものもある。山中氏は、この構図が悔しかった。

足掛かりにしたのは、ミラノサローネ国際家具見本市である。「家具の本場であるヨーロッパで、ブランドを構築すると決意し、年に1度のミラノサローネしかチャンスがないと思って、2008年から出展し続けてきました」と話す。ミラノサローネの会場はイタリアのトップブランドが1軍であるメインホールに集められ、当初「マルニ木工」は3軍あたりのホールにしか入れなかった。会期は1週間ほどあるものの、ここには会場のどこかに必ず来ている目当てのバイヤーが訪れてくれない。メインホールに進むには、世界で納品や取扱実績を重ねるしかなく、見本市以外の期間も地道な営業を続けた。「苦しい状況の中でもディーラーはどこでも良い訳ではなく、その国のトップのディーラーとしか商売をしないと自分たちで最初にルールを決めました」と、高い志を持った海外進出だったと明かす。

2019年、10年以上かかって、ようやくメインホールにブースを構えることを許された。どうしても会いたいバイヤーと話すことも、新作に触れ、座ってもらうこともすぐにできた。1番人気のホールに上がるだけで、好循環が生まれた。だがポジションを守るには、ずっと実績を重ね続けなくてはならない。



100年愛され続ける家具を造る

2023年5月に広島で開催されたG7サミットでも、会合や晩餐会で各国首脳が「HIROSHIMA」のアームチェアに腰掛けた。アメリカ・カリフォルニア州にある「Apple Park」には、6,000脚も納品されており、国内外への納入実績は拡大し続けている。「Apple Park」で「HIROSHIMA」が使われている写真を見せたときも、G7のことが話題になったときも、現場で作業している社員が喜んでくれたことが一番うれしかったです」と山中氏。

生産当初は背もたれを削るのに約40分かかり、月産はわずか30脚だったが、現在は月産700~800脚まで数が増えた。背もたれを削る時間は15分に短縮され、精度も格段に向上している。「1日や1回の改善や改修では1秒の短縮にも満たないかもしれませんが、それを積み重ねることで数値が大きくなります。これが会社独自のノウハウやオリジナリティに繋がるので、終わりなき戦いです」と言う。会社では職人技の数値化を徹底し、プログラムの担当者がNCルーターを使って木を削る刃の軌道、順番をどこまで効率よく美しくできるか、さらに後工程にいかスムーズに進めるかを考え続けている。一方で磨きは、職人の手作業にこだわる。

家具は工場を出れば終わりはない。そこからお客様と家具との人生が始まる。最近では修理やメンテナンスの依頼も増えており、古いものでは70年程前に製造した家具が工場に戻ってくることもある。それほど「マルニ木工」の家具が愛着を持って使われているということだ。「天然素材である木を削ったり切ったりして造っているの、それが10年ほどで壊れたり捨てられたりするようなものでは駄目なのです。一度、世に出した製品は、50年、100年使ってもらうためのデザインや機能がなくてはならず、そういうものをどう生み出すかを、とても意識しています」と話す。

「マルニ木工」の家具は、今、30カ国、約70店舗で扱われている。目前に迫る創業100周年に向けて、さらに邁進することを誓った。



山中 洋(やまなか・ひろし)

1971年生まれ。1994年明治大学商学部を卒業後に渡米。1998年米国オールドドミニオン大学経営大学院を卒業後に帰国し、1999年株式会社マルニ(現 株式会社マルニ木工)に入社。入社後まもなく英国の提携工場にて家具製造の基礎を学ぶ。帰国後は営業職を経て社内の様々な機能改革に従事し、「MARUNI COLLECTION」、「MARUNI60」等、外部デザイナーとの企画を積極的に推進。ブランド戦略や商品企画、セールスプロモーションの構築に携わり現在に至る。2021年株式会社マルニ木工代表取締役社長に就任。2015年家具の修理を専門とするグループ会社のマルニファニング代表取締役社長に就任。
<https://www.maruni.com/>

開催日時:2023年6月30日(金) 18:00~19:30

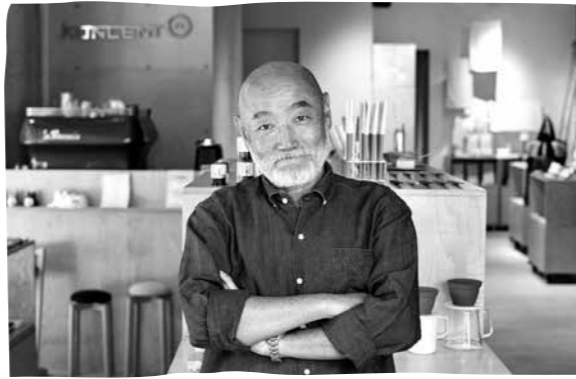
場所:ウイング・ウイング高岡 5階503研修室

文:高井友紀子

写真:マルニ木工

デザインの活用で 繋がる産地・企業

日本人のデザインのチカラとものづくりの技術を融合させ、いくつもの企業や産地とのデザインプロジェクトを成功させてきた「アッシュコンセプト」。名児耶秀美さんに、新規ブランドや商品誕生のプロセス、「デザイン」とは何であるか伺った。



アッシュコンセプト代表取締役 デザインプロデューサー

名児耶秀美

ような接客をしている。「日本のものづくりが元気になって欲しいという気持ちでプロジェクトを動かしています。「デザインで社会を元気にする」。みんなを笑顔にするデザインカンパニーというのが、「アッシュコンセプト」のフィロソフィ」と話す。



みんなが楽しさを共有できるプロジェクトを作る

デザイナーのメッセージを世界に届けることを目的にした「+d」で最初に手掛けたのは、使っても元の形状に戻る動物型のカラフルな輪ゴム「Animal Rubber Band」である。デザインした「バスキーデザイン」は、この作品で大手企業のデザインコンペで入賞していたにもかかわらず、企業側が製造しない判断をしていた。知人から紹介を受け、名児耶氏は一目見て製造を決意した。「手に取る人を笑顔にするデザイン、使い捨てにしないデザインを見て、これを世界で売りたいと思いました」。ニューヨークの展示会に知人が出展していた縁で「バスキーデザイン」が希望した「MoMA」での取り扱いも叶い、販売は最大35カ国に及んだ。「信越化学」が切れにくさを考えて特別な材料を製造してくれたため、シリコンの品質は販売を始めた後も進化した。シリーズも増え、20年にわたり販売を続けている。デザインには終わりが無い。

仕事ぶりを知った、メーカーや産地、行政からも声が掛かる



ようになり、デザインのコンサルティング業務を行うようになった。企業や産地を応援するデザインプロジェクトは、金沢の「Soil」、山中漆器の「tak.」、清掃用品の「tidy」、岩谷マテリアルの「I'mD」、四国で革小物を作る「hmny」など多岐にわたり、さまざまな企業と組んでブランドを起ち上げ、商品を発売している。

デザイナーを応援し、クリエイションを活性化したいと動き出したときに気付いたことがあった。「デザイナーが元気になっても、それを活用する田畑が栄養を持ち、デザインを活用しないと、やっぱりデザイナーの活躍の場がありません。だから土地も耕すことにしました」。企業のやりたいこと、得意なことを見極め、ユーザーにとっての価値やメリットを考え、ブランドのイメージや名前を決めたり、商標を確認して登録したりしながら商品開発を進めている。またどのような場所で発表するかも一緒に考える。「ブランドは継続しないと意味がありません。作ったら終わりではなく、作ってからがスタート。ブランドのプロジェクトはいつも答えがなく、それを企業の人たちと皆で一緒に考えています」と名児耶氏は語る。デザイナーの役割は具現化や可視化で、経営者や開発者、技術者、営業など、すべての人たちが同じ場所で視線を合わせながら考え、話し合いができるよう手助けすることだ。企業内のたくさんの人を巻き込みながら、楽しさを共有できるプロジェクトを作り、ユーザーが喜んでくれることをやるのが「アッシュコンセプト」の仕事の進め方。スタートすれば終わりが無い。名児耶氏は、購買決定には値段や品質を確認する「理性」、デザインやカラーリングなどの意匠を判断する「感性」、それに加えて近年は環境問題解決につながるかバックストーリーに共感するような「知性」がついてくる時代が来ていると考えを述べる。

企業や産地とかかわる中で、受注生産を行うOEMメーカーはもちろん大切だが、デザインを意識すると、企業が変わることを知った。「ブランドを持つことで、会社の顔ができ、コミュニケーションが生まれます。商品の裏を見れば製造社の名前もあります。家族に作っていることを伝えたりプライドになったりもするでしょう。値段も自分たちで決められるのです」。ブランドを持つことは、会社を変えることにも繋がっている。

デザインは「愛」。喜んでくれる人がいるから作る

商品の発表や展示会をととても重視している。ギフトショーの有象無象に嫌気が差していたとき、インテリアライフスタイルショーへの声がかかった。環境負荷軽減を意識した展示スタイルは年々シンプルになってきており、2018年にはライティングと台だけ、19年にはダンボール業者と組んでダンボールで台を作り、終了後に引き取って再生してもらおうという方法をとった。コロナ禍が開けてからも、リサイクルやリユースの考えを持ち続けている。

ずっと「デザイン」の意味を考え続けてきた。もともとは形と表現だと思っていたが、今は、すべての事柄にデザイン的な思考方法を取り入れるのが大事であり、社会全体のよりよい明日を築く行為だと考え

ている。「これから先の時代、あらゆる場面で必要なものと考え、今後もデザインを活用していきたい」と言い、企業の経営スタイルも「技術型」だった時代から、デザインやクリエイションを生かした「創造型」に移行すると予想する。「『能作』のように、会社を素敵にしてファンを作るような経営スタイルが大事なんじゃないかな」と名児耶氏。

また「デザイン」を一言の日本語で表現しようと、ずっと思ってきた。「アートは自己表現や個性を引き出して表現すること。デザインは自分以外の人に対する形づくりであり、大切な人、エンドユーザーに喜びを与えて計画や行動することです。これが今、一緒に表現される時代になりました。デザインで相手のことを考えて大切にしながら行動していくことは、一言で言うと、『愛』じゃないかな。売れるから作るのではなく、やっぱり作る意味があり、喜んでくれる人がいるから作る。だから売れているものをコピーするのは、絶対にやってはいけないことです」。自分自身がその産地、会社、製品を愛して行動することが必要だと熱を込める。「誰かがやるではなく、自分がやる。デザインを上手く活かし、自信を持って、楽しんでほしいと思うのです。自分の軸がしっかりしていれば、苦しいことも楽しい。人生は一回しかないのです」



名児耶秀美(なごや・ひでよし)

1958年東京都生まれ。1981年武蔵野美術大学造形学部卒業。ヘア・シュメルシュア(デザイナー)のもとでデザインアシスタントを経て、㈱高島屋宣伝部、㈱マーナ専務取締役企画室長として、経営・商品開発・プロデュース・マーケティング・デザイン戦略に携わる。2002年アッシュコンセプトを設立、代表取締役。生活者とデザイナーが楽しめるモノづくりをめざし、デザイナーとのコラボレートブランド「+d」を世界に向けて発信。海外では、35カ国以上と繋がり、MoMA、グッゲンハイム、スミソニアン美術館、コンランショップ、ロンドンデザインオブミュージアム、フローズンファウンテン、国内ではインテリアショップ、セレクトショップ、ミュージアムショップ等で展開。その他、デザインコンサルティング・ジャパンブランド・地場産業振興コンサルティング等を手掛ける。IF product design award、red dot design、Gマークなど受賞多数。2012年には地元の東京・蔵前に直営店「KONCENT(コンセント)」をオープンし、現在国内外に店舗を展開している。関連書籍に「hello! design アッシュコンセプトの仕事名児耶秀美と36人のデザイナー」「2000万個売れる雑貨のつくり方」など。武蔵野美術大学 客員教授 2012-2017

開催日時:2023年10月6日(金)18:00~19:30

場所:ウイング・ウイング高岡5階503研修室

文:高井友紀子

写真:アッシュコンセプト

海外デザイン視察研修「ニューヨーク」
日程 2023年10月14日(土)～21日(土)



8日間のニューヨークデザイン研修は楽しいことの連続で、メトロポリタンミュージアムやソロモン・グッゲンハイム美術館を訪れたこと、ブルックリン橋やハイラインを歩いたことなど、数え切れない思い出ができた。すべてをここに残したいけれど、とうてい書き切れないので、ある1日のことを振り返ることにしたい。

ホテルからMoMAへ向かう道すがら、隣を歩く西川さんがお目当てにしている作品を教えてくださいました。Instagramに頻繁に上がってくると言い、iPhoneを取り出して画面を見せてくれる。インスタレーションだ。現代アート。この瞬間、ちゃんと下調べしたら良かったという思いが浮かぶ。MoMA=近代、MoMA=美術の教科書に載っている作品がある場所という私のイメージはもう古い。最近の私は、今週の締切とか来週の仕事のことしか考える余裕がなく、ニューヨークは過去にも訪れたことがあるからと、さも得意げに飛行機に乗った。これでは学生時代に試験前に勉強をしなかったのと同じではないか。成長しない自分に呆れる。しかし反省したところで、MoMAはすぐそこ。持ち前の切り替えの速さで、展示への期待に胸を膨らませた。

西川さんが教えてくれた作品は、すぐに見つかった。入場ゲートの先、スカルプチャーガーデンの手前でアイキャッチの役目を果たしている。もう少しで天井に届きそうなほどの大作からは、ダイナミックな波しぶきのような物体が飛び出しているように見える。色や形が刻々と変化し、ずっと観ても飽きないどころか目を離せなくなる引力があった。



復習だけでもしようと思ひホテルに帰って調べてみると、レフィーク・アナドールのチームが制作した作品だとネット記事で紹介されていた。MoMAの膨大なコレクションの中から約18万点を撮影し、

それをAIが解釈して、来場者の動きや気象といったリアルタイムの情報も取り込みながら再構築するプログラムが設定されているそうだ。私たちが目にした一瞬の表情は、偶然であり必然の光景だった。現代アートの表現方法として、今後、AIの活用機会はますます増えるのだろう。

MoMAは最上階から低層階に下りるように鑑賞するのが定番らしい。エスカレーターで6階に行くと特別展示室がある。エド・ルシェ「NOW THEN」。素敵なタイトルだ。展示室に入った瞬間、ポップアートであることに浮かれる。富山県美術館にもアンディ・ウォーホルの作品があるので、子どものころからポップアートには馴染みがあった。エド・ルシェの作品は、缶詰の「SPAM」や映画会社「20世紀スタジオ」のロゴ、STANDARD(おそろくレギュラーガソリンのこと)の文字が入ったガソリンスタンドが描かれた絵画などで、どれも単色を組み合わせてシンプルで軽やかに描かれていた。彼以外が描くポップアートのように大量生産・大量消費社会を揶揄しているのだろうか。それとも時代の流れを俯瞰して見ているのか。何を感じるかを私たちに委ねたような作品だった。特にそう感じたのは、ある町の数十年後の姿をbefore/afterで紹介している写真を見たときだ。進化なのか退化なのか分からないけれど、変化した街の姿がひと目で分かった。街を知らない人も、2つの写真を比べると新旧の違いを理解できる。自分の暮らす街のことを少しだけ思い出した。さらに進むとZINEまであって、エド・ルシェの溢れ出す創造意欲を感じる。横で作品を観ていた山田さんが、自分にも描けそうな気がすると言う。エド・ルシェの狙いやポップアートの魅力や存在意義は、そこにあるのかもしれない私は思っている。絵画や写真を通して、メッセージを伝えたり揶揄したりするポップアートというジャンルが生まれ、それ以前は高尚だった芸術が大衆にとって身近になった。私はエド・ルシェの大ファンになり、帰国後すぐにAmazonで本展示の図録を買った。



そしてMoMAで最も高揚したのが、ウィリアム・エグルストンの写真だ。2011年に金沢21世紀美術館でホンマタカシさんの企画展が開かれたとき、私は関連行事のワークショップに参加し、カラー写真の普及とともにニューカラーという写真の流れができたことを知る。代表的な写真家として紹介されたのが、ウィリアム・エグルストンだ。その後、富山からワークショップに参加した人たちと「ニューカラー研究会」を結成し、ニューカラーへの理解を深めつつ、写真旅行に何度も出かけた。その人たちは、私の一生の友だちだと思っている。

写真集で繰り返し見た写真が1枚だけ飾ってあった。想像していたよりも随分小さい。裸電球が取り付けられた天井は、眼にしみるほど赤い。眼力で穴が開いてもいいと思うほど、じつくりと隅々まで眺めた。そして本物を見なくては分からないとあると思い知らされる。色合いやサイズ以上に、実物の写真は、血走するような迫力を放っていたのだ。



その後、お目当てにしていたアンリ・マティスのダンスを見るころには、名作オンパレードに完全に酔っていた。一気に情報を入れすぎて、思考がバグを起こしてしまった。ミュージアムショップで藤田さんからお孫さんへのお土産を何にしようか悩んでいるという話を聞いたり、中島さんがグループLINEで教えてくれた能作のKAGOを見たりしていたころには、頭から湯気を上げていたと思う。

スタテンアイランドフェリーに乗ったのは、この日の自由時間、夕暮れどきのことだ。自由の女神も近くから拝めたしホテルに戻ってもよかったのだけれど、水辺にいるのが心地よくて、近くにある桟橋まで散歩してNYCフェリーでイースト川を渡った。水上から望むマンハッタンは、街そのものが発光しているように見える。

舞い上がってしまったせいか、ブルックリンの中心部にあるフライドチキンのお店のそばまでフェリーに乗ろうと思っていたのに、手前にある暗い倉庫街で降りてしまった。次の便を待ってもよかったのに、なぜかGoogle Mapがあるから大丈夫だという根拠のない自信から、知らない街を歩くことにする。コンテナが積み上がった倉庫街は人通りもまばらで、早歩きして抜けたかったのに、一緒にいる京角さんが少し進んで止まってを繰り返し、写真を撮りまくっていた。少し街になったかと思えば、厳格なユダヤ教徒の黒服と黒い山高帽姿の男性たちが、辻ごとに歩いてくるエリアに来たようで、目にしたことのない光景の連続に驚いたり戸惑ったり。感情が忙しい。



歩き始めて40分ほどしたころにフライドチキンのお店「Pies'n'Thigs」に到着。「夢にまで見た」とはこのお店のチキンのために使う言葉だ。2019年6月以来の再訪。再び食べたいと願いつけてきたフライドチキンは、クリスピーとはあなた様のことですよ!!と思うほどカリッカリの食感。チキンのしっとり感と旨みが舌の上から消えないように、味覚だけに心を集中させていたら、自然とまぶたを閉じていた。一緒に盛り付けてあるワッフルには、クランベリーソース、シナモンとレーズン入りのバターを塗って、さらに卓上調味料として置かれたハチミツもかけていただく。ソースやジャムを重ね合わせて、皿の上で味を作り上げるアメリカ料理のスタイルが好きだ。りんごの収穫シーズンでマーケットでも山のように売っているのを見ていたから、アップルパイも注文。パイ生地の中のりんごには、信玄餅のきな粉かと思うくらいシナモンがかかっていた。なんと幸せなことでしょう。お店から順調にホテルに戻ったかと言えば、この日に限ってはそんなことがある訳もなく、案の定、逆方向の地下鉄に乗った。



年代も職場も違う知らない人たちとの旅は、正直に言うとな不安もあった。添乗員さんがおられる旅は修学旅行でしか経験したことがなかったし、旅は友だちや家族など親しい人と行くものだと思ひ込んでいた。しかし海外デザイン視察研修「ニューヨーク」は、ツアーに参加された皆さんが素敵な方ばかりで、どの瞬間を思い出しても笑っていることばかりだった。

私はエッセイストでもなければ、デザインに造詣が深いわけでもない。旅とアートが好きなのライターだ。それなのに皆さんに読んでもらう旅行記を書く機会を与えていただいたことを感謝している。一緒に旅した方々が、この文章を読んでニューヨークの刺激的で楽しいことばかりが大渋滞していた日々を思い出し、笑顔になってくれることを願っている。

文:高井友紀子
写真:京角真裕



審査総評

本展はグラフィック・空間・プロダクツというジャンルの幅広さを持つ(それらと同じ土俵で比較し審査するのは容易ではない)。全体では、民間のプロジェクトだけでなく、自治体や公共・福祉に関するものが一定数見られた。また環境や人権への配慮が鍵になるものも複数あった。デザインの力が富山の生活全般を下支えしているという事実は、この幅こそが物語っているように思う。

あらゆる作品を見つめ、審査員同士で意見を交わすプロセスが、結果的に富山という地やそこでの生活・文化に思いを馳せる、吸収と学習の豊かな時間にもなっていた。

コロナ禍以降、社会が大都市一極集中から自律分散型に緩やかに移行するなか、今後も富山というローカリティがなせる文化的・産業的な力は計り知れない。長い歴史のなかで工芸やデザインが暮らしに浸透している富山のクリエイティビティの一端をここに目撃できたことを、ありがたく思う。

審査員 渡邊康太郎

受賞者一覧

[一般の部]

富山県知事賞	とやまふおんと	山口久美子 (アイアンオー株式会社)・門嶋隆祐
優秀賞	富山湾おさかな学校、おさかなセット	林久美 (ハヤシデザイン)
優秀賞	D&DEPARTMENT TOYAMA GALLERY	宮田裕美詠 (ストライド)
優秀賞	I'm Your Home. 富山県	株式会社バランス
優秀賞	SHINTATE BAKE STORE	高森崇史 (T&K)
優秀賞	ROLE YOURS	羽田 純 (株式会社ROLE)
優秀賞	高岡市 ヤレ紙名刺・封筒	羽田 純 (株式会社ROLE)
奨励賞	第69回全日本チンドンコンクール	寺越寛史・石井陽一・成田有希 (アイアンオー株式会社)
奨励賞	YPP 熊倉桂三のプリンティングディレクション	宮田裕美詠 (ストライド)
奨励賞	BOOK DAY とやま駅	高森崇史 (T&K)
奨励賞	YURI IWAMOTO GLASS EXHIBITION "MISTERY CIRCLE"	高森崇史 (T&K)
奨励賞	富山県成長戦略カンファレンス しあわせる。富山2022	羽田 純 (株式会社ROLE)
奨励賞	工芸都市高岡2023 クラフトコンペティション	羽田 純 (株式会社ROLE)
U-30賞	福祉くろべ	森 瑠風 (株式会社MITAI)

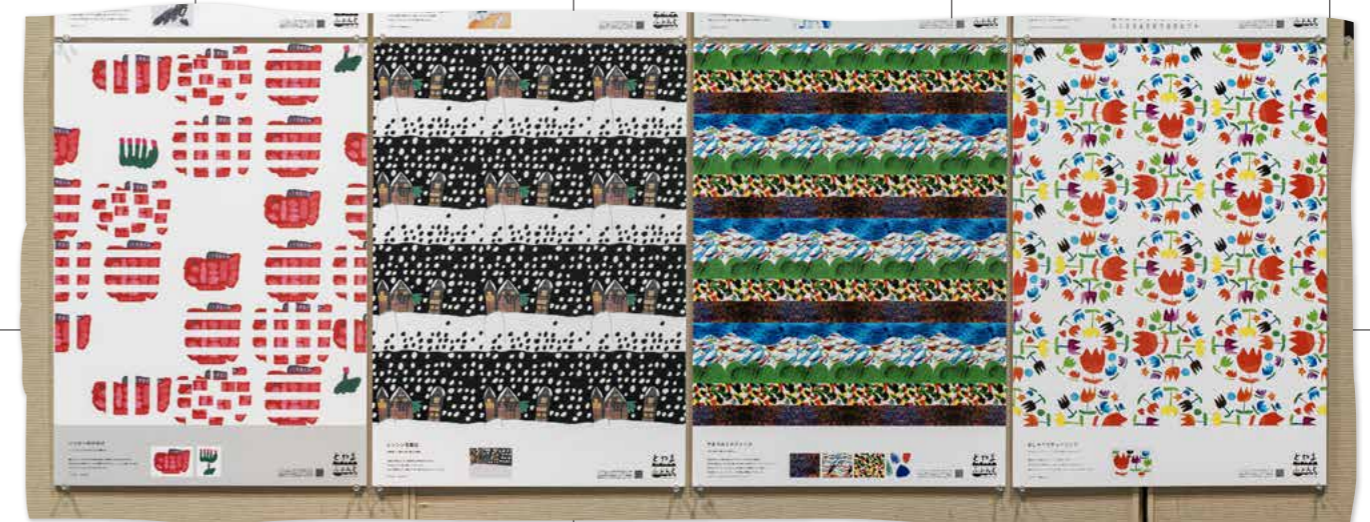
[学生の部]

学生大賞	時	奥田芹奈 (富山クリエイティブ専門学校)
優秀賞	日常	針木泰響 (富山クリエイティブ専門学校)
奨励賞	message	坂田悠生 (富山県立富山北部高等学校)
奨励賞	モアナ×鉛筆画展	菅田萌愛奈 (富山県立富山北部高等学校)
奨励賞	白玉ルーム	宮崎藤子 (富山県立高岡工芸高等学校)
奨励賞	まめくり	川縁菜々夏 (富山県立高岡工芸高等学校)
奨励賞	Dust flesh	河内紫音 (富山県立高岡工芸高等学校)
奨励賞	まるくるる	関野心葉 (富山県立高岡工芸高等学校)
U-18賞	竹のトング	荒木 遼 (富山県立高岡工芸高等学校)

[学生建築デザインコンペ]

最優秀賞	あとリエ+++	岩崎愛葉・森岡千晴・清水千夏子・富田勇樹人・金子 柚・大河内詩歩 (長岡造形大学 丸型ポストの会)
優秀賞	緑ハ茂ル、軀ト民繋ギ	橘 郁哉 (新潟大学大学院)
奨励賞	風の子、舞う	栗山拓也 (長岡造形大学)
奨励賞	フラットラボ	坪井茉奈美・浅岡寛菜・藤巻美優 (富山県立富山工業高等学校)
塩谷賞 (U-18賞)	にぎわいの工場	清水楓太・西尾大翔 (富山県立富山工業高等学校)

一般の部 富山県知事賞

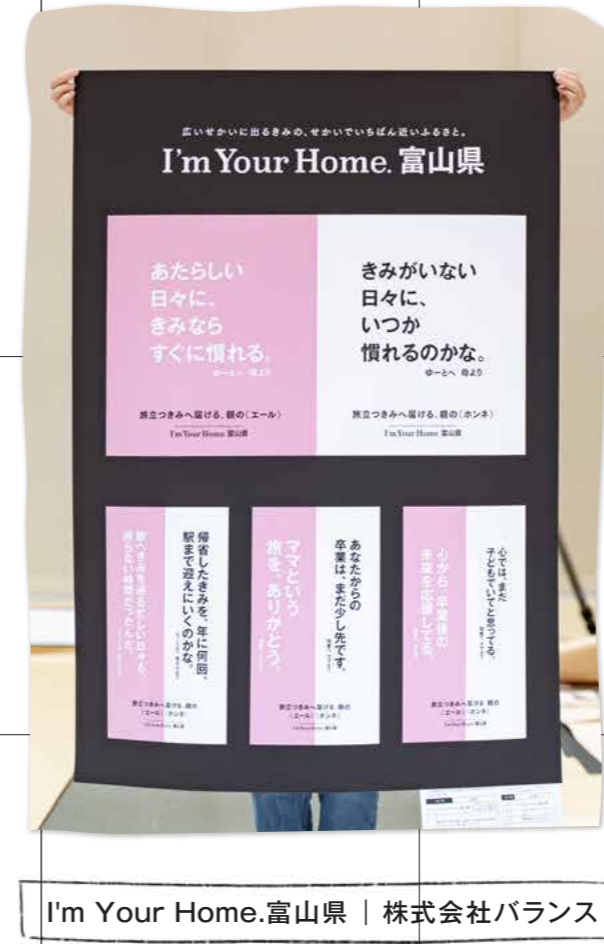


とやまふおんと | 山口久美子・門嶋隆祐

優秀賞



富山湾おさかな学校、おさかなセット | 林久美



I'm Your Home.富山県 | 株式会社バランス



SHINTATE BAKE STORE | 高森崇史



D&DEPARTMENT TOYAMA GALLERY | 宮田裕美詠



優秀賞



ROLE YOURS | 羽田純



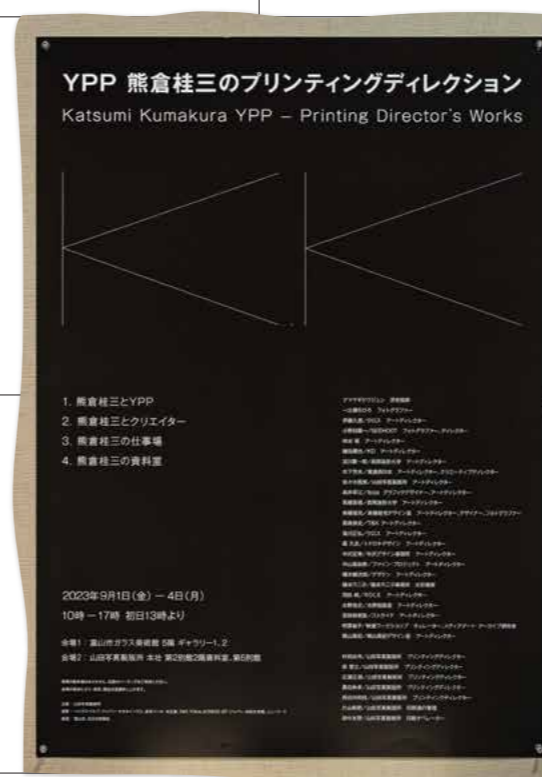
奨励賞



第69回全日本チンドンコンクール | 寺越寛史・石井陽一・成田有希



高岡市 ヤレ紙名刺・封筒 | 羽田純



YPP 熊倉桂三のプリンティングディレクション | 宮田裕美詠



奨励賞



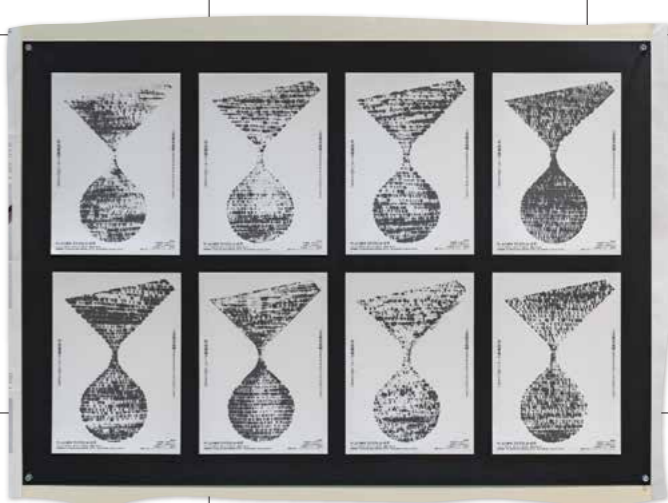
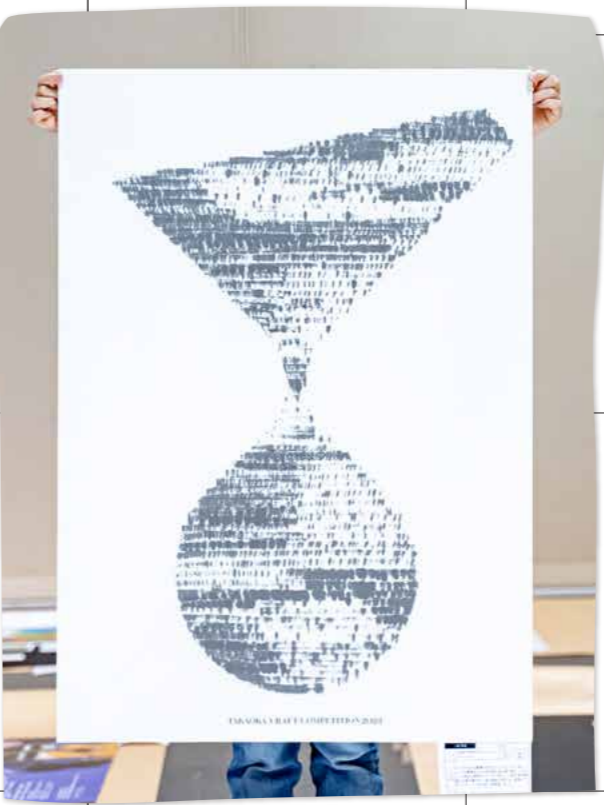
BOOK DAY とやま駅 | 高森崇史



富山県成長戦略カンファレンス しあわせる。富山2022 | 羽田純



YURI IWAMOTO GLASS EXHIBITION "MISTERY CIRCLE" | 高森崇史



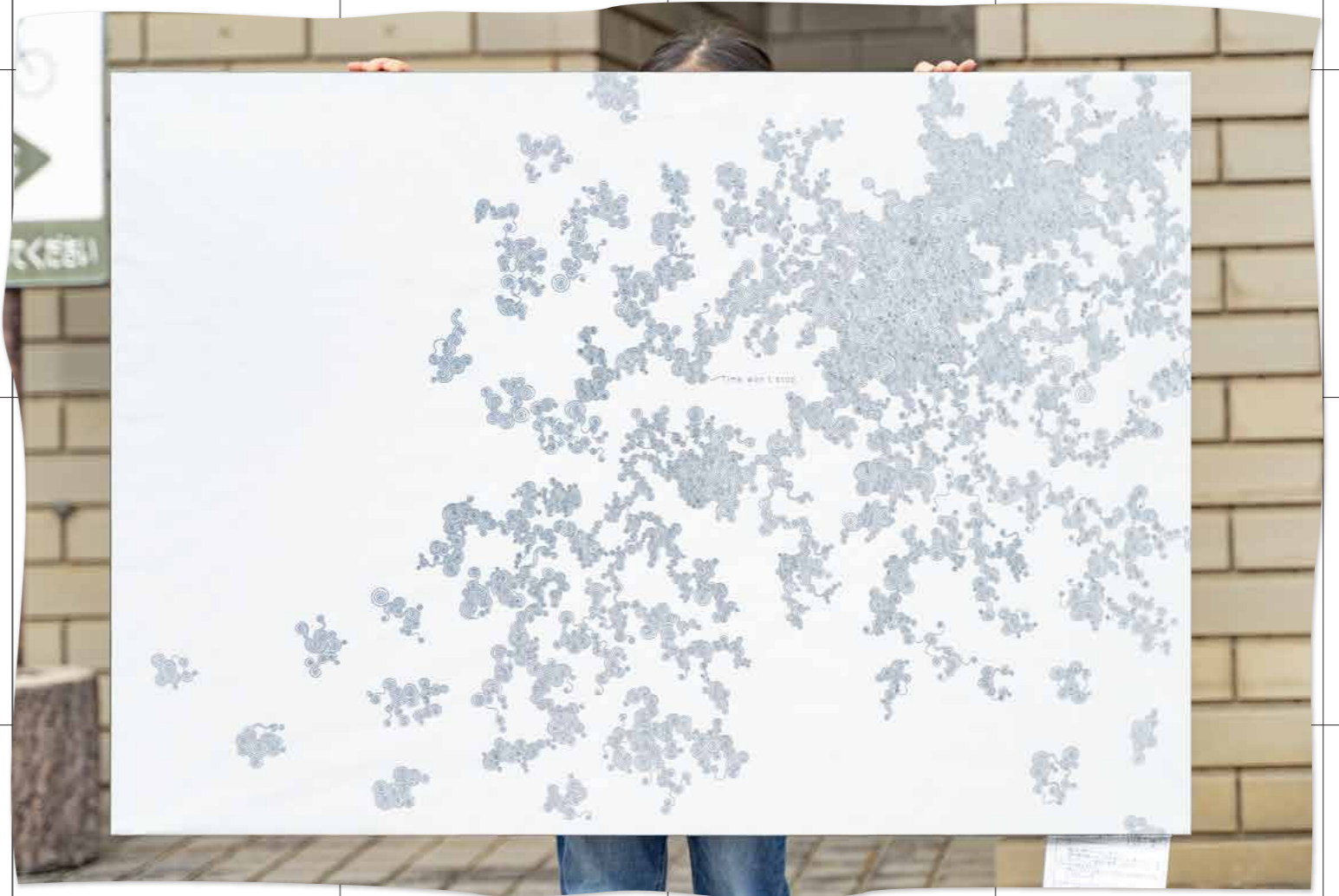
工芸都市高岡2023 クラフトコンペティション | 羽田純

U-30 賞



学生の部
学生大賞

時 | 奥田芹奈



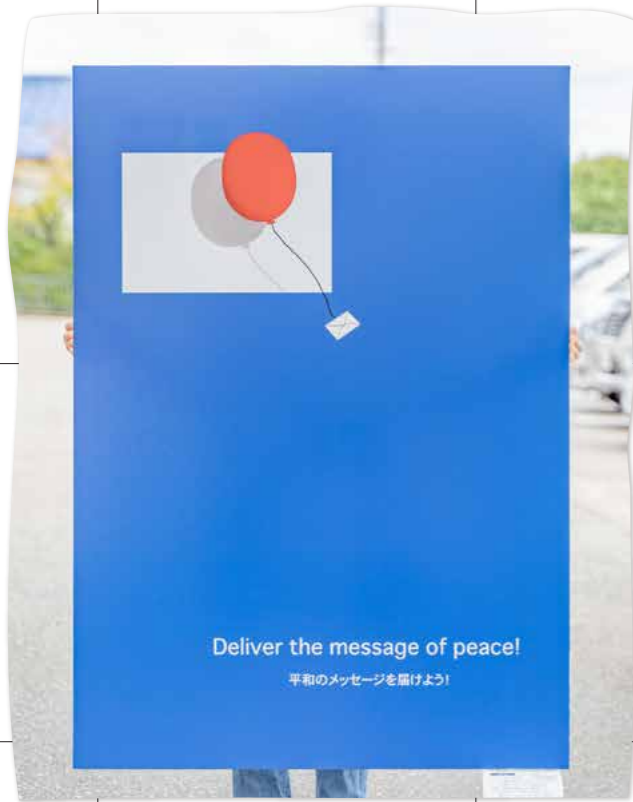
福祉くろべ | 森瑠風

優秀賞



日常 | 針木泰響

奨励賞



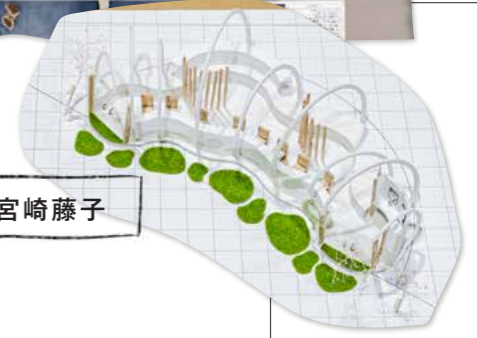
message | 坂田悠生



モアナ×鉛筆画展 | 菅田萌愛奈



Dust flesh | 河内紫音



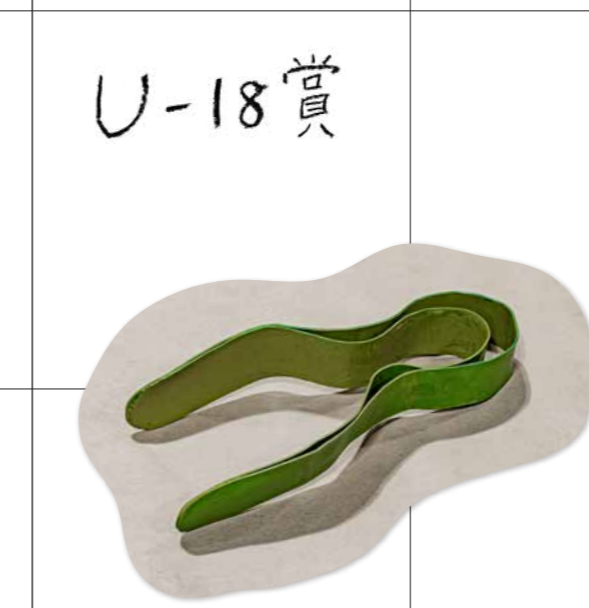
白玉ルーム | 宮崎藤子



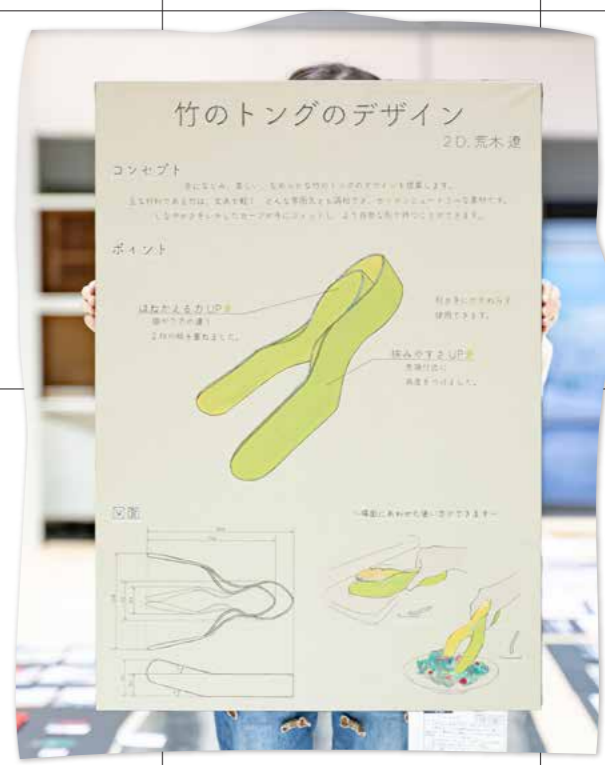
まめくり | 川縁菜々夏

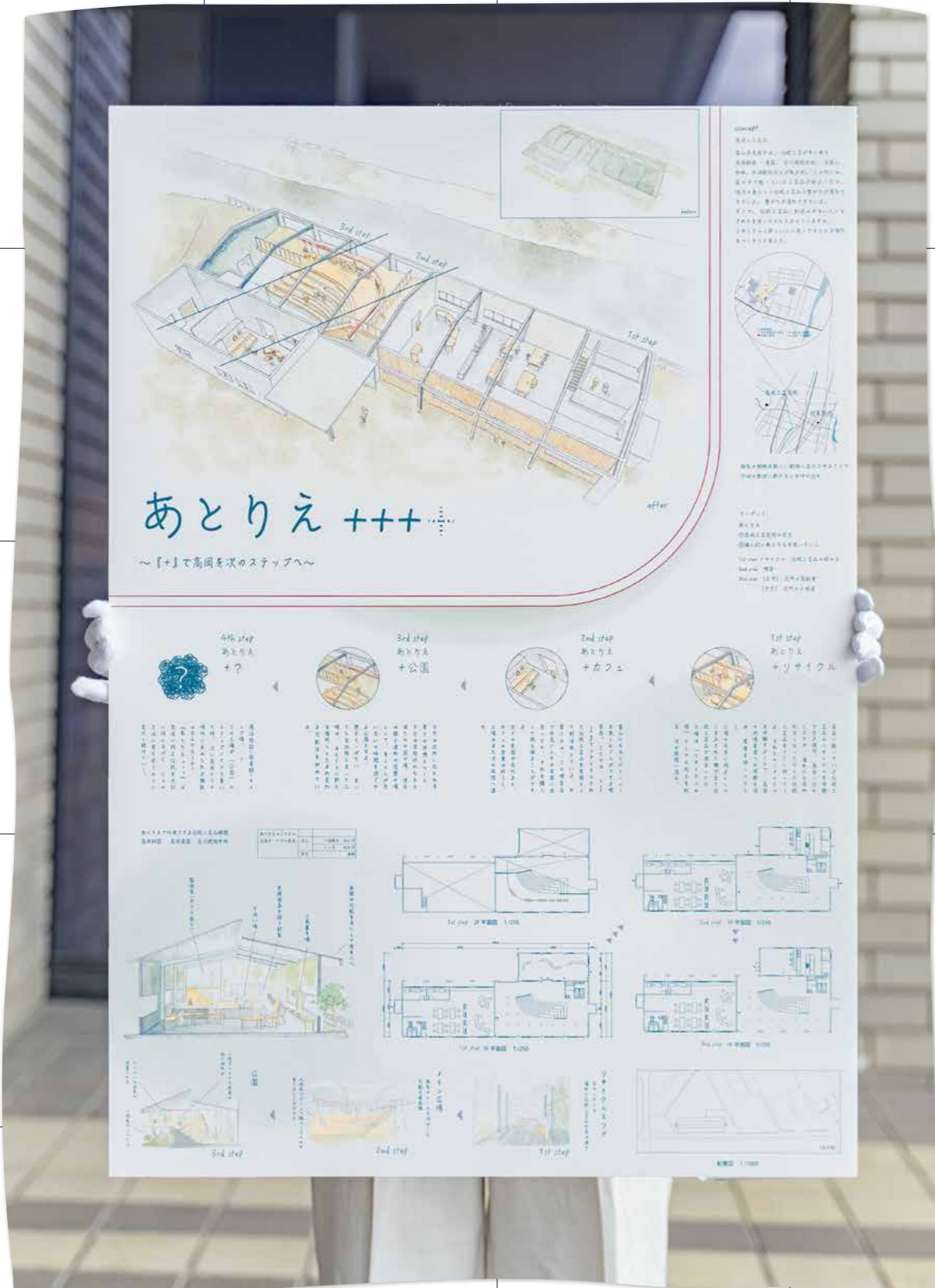


まるくるる | 関野心葉

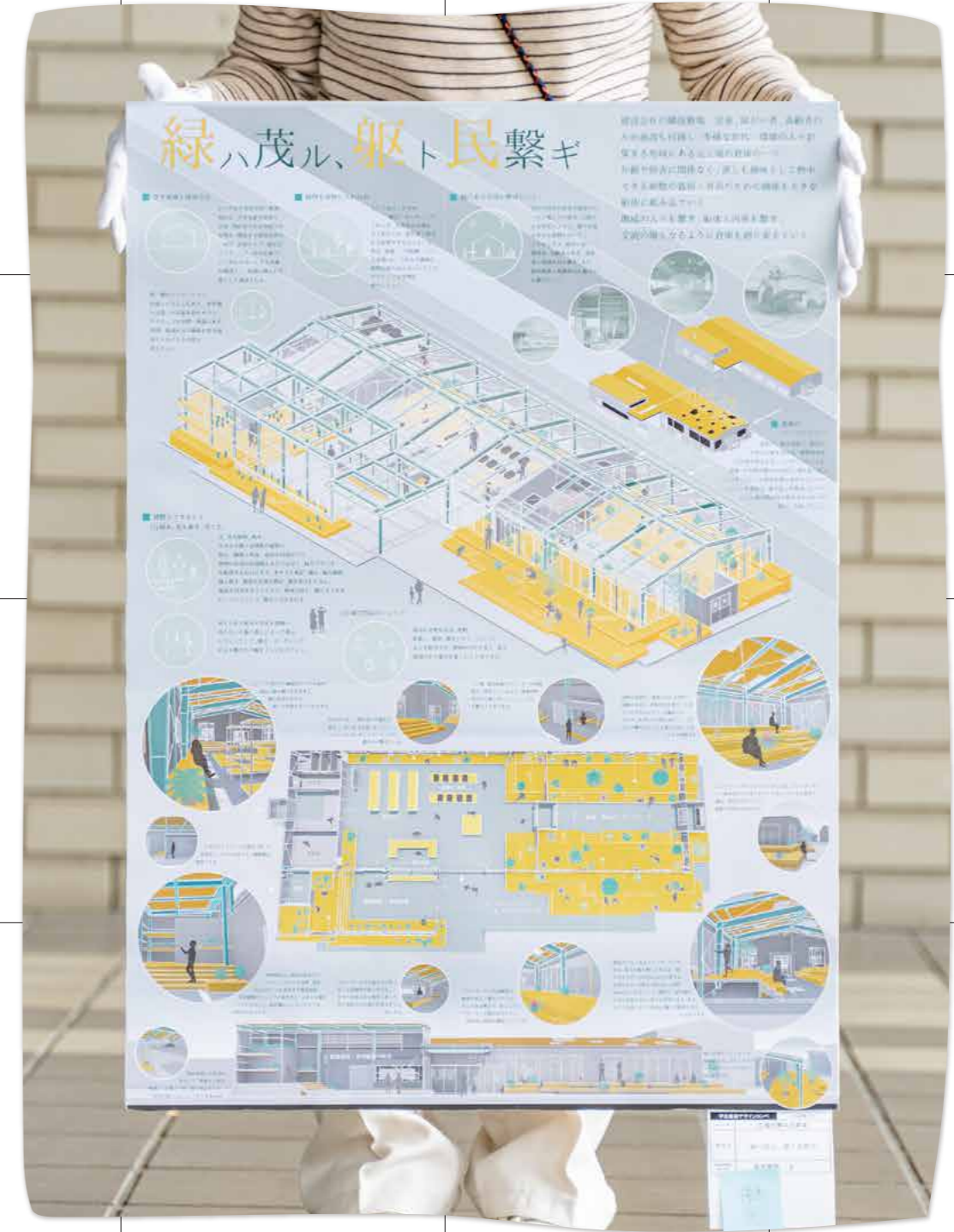


竹のトング | 荒木遼





あとりえ+++ | 岩崎愛葉・森岡千晴・清水千夏子・富田勇樹人・金子柚・大河内詩歩



緑ハ茂ル、軀ト民繋ギ | 橘郁哉

奨励賞



風の子、舞う | 栗山拓也



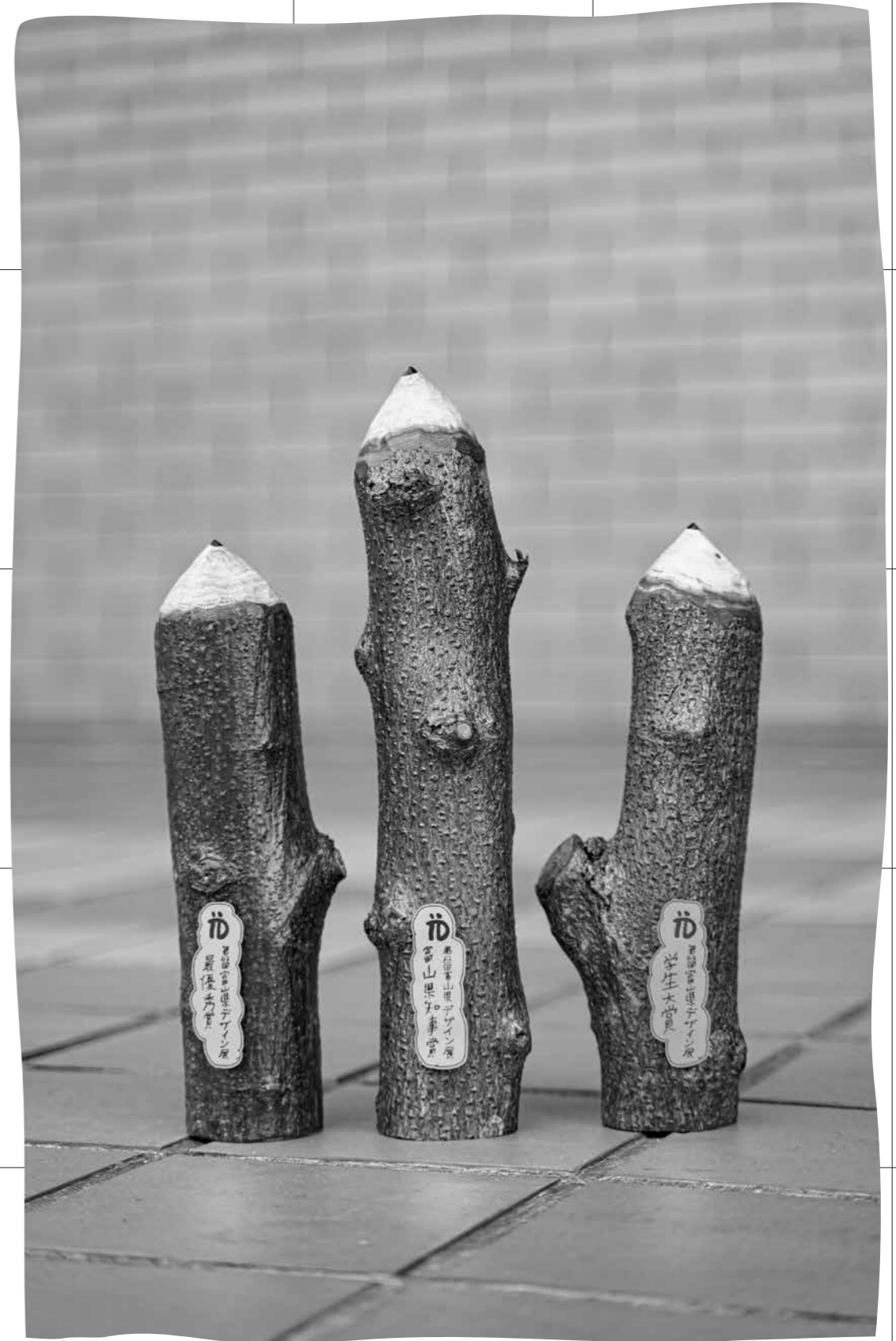
フラットラボ | 坪井茉奈美・浅岡寛菜・藤巻美優

塩谷賞



にぎわいの工場 | 清水楓太・西尾大翔

トロフィー



第63回富山県デザイン展 トロフィー デザイン: 羽田 純
作成: 林 篤宏 (simple classic101)・株式会社富山プレート

招待審査員

渡邊康太郎 (わたなべこうたろう) コンテキストデザイナー/慶應義塾大学SFC特別招聘教授

1985年東京都出身。使い手が作り手に、消費者が表現者に変化することを促す「コンテキストデザイン」を提唱。サービス企画立案、企業ブランディング、大学や企業向けの教育プログラムなど幅広いプロジェクトを牽引。主な仕事にISSEYMIYAKEの花と手紙のギフト「FLORIOGRAPHY」シリーズ、一冊だけの本屋「森岡書店」の立ち上げ、日本経済新聞社のブランディングなど。J-WAVEのブランディングプロジェクトでは、新ステートメントの言語化とロゴデザインを行い、2020年度グッドデザイン賞を受賞。ほか、国内外での受賞や講演多数。独iF Design Award、日本空間デザイン賞などの審査員を務める。著書「コンテキストデザイン」は青山ブックセンター2022年総合ランキング1位を記録。趣味は茶道、茶名は仙康宗達。三徳庵茶道正教授。

渡邊 康太郎

岡崎智弘 (おかざきともひろ) グラフィックデザイナー/デザイナー/SWIMMING代表

1981年神奈川県出身。2003年東京造形大学デザイン学科卒業。アイルクリエイティブ勤務を経て、2011年デザインスタジオSWIMMINGを設立。グラフィックデザインを軸に、印刷物/映像/展覧会など視覚伝達を中心とした領域にて、デザインの仕事に取り組んでいる。代表作として「Eテレ デザインあ 解散!」の企画制作、「虫展—デザインのお手本—(21_21 DESIGN SIGHT)」 「デザインあ展」展示構成、「HOMME PLISSÉ ISSEY MIYAKE インビテーションムービー」「紙工視点」のグラフィックデザイン等、柔軟に活動を続ける。著書「デザインあ 解散!の解」「デザインあ 解散!の散」(ポプラ社)。多摩美術大学情報デザイン学科非常勤講師。TDC賞、JAGDA賞、第25回亀倉雄策賞受賞。 <http://swimmingdesign.com>

岡崎 智弘



萬代基介

萬代基介 (まんだいもとすけ) 建築家/萬代基介建築設計事務所代表

1980年神奈川県出身。2005年東京大学大学院建築学専攻修了。2005~11年石上純也建築設計事務所勤務。2012年萬代基介建築設計事務所設立。受賞歴/2023年建築コンクール最優秀賞(椎葉邸)、グッドデザイン賞 BEST100賞(椎葉邸) Taipei Design Award Silver Award(石山公園の屋根)、2014年 DSA 空間デザイン大賞、JCD デザインアワード金賞など。建築の設計をはじめ、インテリア、展覧会の会場構成、インスタレーション、まちづくり、ランドスケープなどスケールを横断する活動を行なっている。

学生の部審査 県内審査員 (各ジャンル代表)

建築・環境

尾久彩子 (株式会社景観デザインLeaf's 取締役)

水野行偉 (水野行偉建築設計事務所 代表)

インテリア・ディスプレイ

木村嘉秀 (株式会社トミソー 代表取締役社長)

廣野幸恵 (Casa Vita住まいデザイン設計 代表)

グラフィック

茂井秀樹 (株式会社アキデザイン 代表取締役社長)

襟 昭治 (相互企画株式会社 アートディレクター)

金森健司 (T&K アートディレクター)

林 久美 (ハヤシデザイン 代表)

インダストリアル

高辻宏 (三協立山株式会社 技術統括室技術企画部 デザイン課 課長)

松田陽一 (株式会社リッチェル デザイン部プロダクトデザイン課)

学生の部審査会補助作業

(富山大原簿記公務員医療専門学校 デザイン学科 3名)



募集内容

[一般の部・学生の部]

グラフィック作品 (ブランディング、デジタルコンテンツ、パッケージ等)

空間デザイン作品 (建築、インテリア、店舗デザイン、サイン、ディスプレイ等)

プロダクト作品 (クラフト、インダストリアル、テキスタイル、ファッション等)

[学生建築デザインコンペ]

スポンサーが提供するテーマに基づいたオリジナル作品

テーマ:「工場が夢みる未来」

テーマ提供:塩谷建設株式会社



作品言書評

[一般の部]

とやまふぉんと 山口久美子・門嶋隆祐

自由さと躍動感を湛え、圧倒的な存在感を持つビジュアルに眼と心を惹かれて背景説明を読むと、しかしそこには社会的な意義も記されている(障がい者が関わっているという情報から出会い、事後的に魅力を発見するのでは決してない)。描いたり糸を縫ったり重ねたりと、フォントやグラフィックの共創方法に色々な実験があり、それぞれ工夫が面白い。社会的意義を一人歩きさせずに、レベルの高い表現を成した本作は、全審査員一致で大賞となった。／渡邊康太郎

富山湾おさかな学校、おさかなセット 林 久美

富山の子供達に魚を描いてもらい、マスキングテープでカラフルに塗りつぶすワークショップを行い、それが富山県のお土産のパッケージとなる作品。まず一連の仕組みのデザインが良い。テープを使うだけでデザインすることのハードルがぐっと下がるということに気づく。そして、出来上がったものも幼稚過ぎずそれでいて力の抜けたパッケージになっていてバランスが非常に秀逸であると感じた。／萬代基介

D&DEPARTMENT TOYAMA GALLERY 宮田裕美詠

この一連の仕事は、一定のクオリティと期間でグラフィックデザインを展開する営み自体が魅力だと思った。打ち上げ花火のように一瞬を強く目立たせる目的ではなく、適度な熱量と淡々とした展開、そしてディテールの丁寧な仕事。それらのあえて強くしすぎない佇まいとシンプルさの総体を、時間軸の蓄積から見ると、このデザインの質が浮かび上がってくると思う。／岡崎智弘

I'm Your Home.富山県 株式会社バランス

富山県外へと巣立っていく我が子へ向けた、「応援」と「寂しさ」という二つの思いをシンプルなグラフィックで分かりやすく、並置させたデザインである。コピーを読んで泣きそうになった。県がこの企画をやっているということは、当然その背景には、街の宝である若者がいなくなってしまう危機感と、その若者が成長しこの街にまた戻ってきてほしいという切実な思いが感じられる作品である。／萬代基介

SHINTATE BAKE STORE 高森崇史

店名よりも「バンバンバン」という文字と丸にビジュアルイメージを託したアイデアが印象的。普段から聞き/見慣れているはずのバンという言葉は、このように連続して書かれるともはや破裂音のオノマトペにも見え、狭い字間と相まって意外な個性を持ち始める。

子供から大人まで気軽に立ち寄れるお店にしたいとの思いがあるそうだが、もしほくが近所の子供だったならば、店先を通るたびにきつとバンバンバンと叫んで親の顔を見つめるだろう。たのしい!／渡邊康太郎

ROLE YOURS 羽田 純

廃品になった衣服を回収し抗菌加工を施した、原材料が古着100%のTシャツとのこと。「古」という漢字を90度回転させることで「+0」——“足さない”というコンセプト——に見立て、捨てられかねなかった古着をアップサイクルする取り組みの思想のコアを、ロゴに反映させている。裏返しているためもとのTシャツのプリント柄の裏面が痕跡として見え隠れするのも、物語性を感じさせる魅力を成している。／渡邊康太郎

高岡市 ヤレ紙名刺・封筒 羽田 純

市と人との関係性が豊かであることが現れているように感じた。グラフィックデザイナーが印刷所と協働するときに、印刷所の中で起こっていることは新鮮で心躍る。捨てられてしまう資源を利用することはアップサイクルなどの環境課題を意識する価値がもちろんあるが、単純に地域の印刷物のヤレ紙にすられた市の名刺・封筒がもたらすイメージの伝播・共有のされかたは、そこにある文化的営みをより豊かに循環させる創造的なサーキュラー機能を持つだろう。そのトライアルを具体的に続け発展させてほしい。／岡崎智弘

第69回全日本チンドンコンクール 寺越寛史・石井陽一・成田有希

チンドンコンクールというものが富山で行われているということにまず驚きがあったが、デザインもまた面白いものであった。強烈なインパクトのあるピンクと壁ドンをモチーフにした漫画風デザイン。秀逸なコピーと下品にならないギリギリを狙ったデザインを読み込むと、思わずクスッと笑ってしまった。このデザインを採用したクライアントの度量も感じることもできる、不思議な魅力のあるデザイン。／萬代基介

YPP 熊倉桂三のプリンティングディレクション 宮田裕美詠

プリンティングディレクターの追悼展にまつわるグラフィックである。数々の名作グラフィックポスターを手がけてきた経歴を前提としながら、印刷要素の最小基本要素とも言える黒色のみで設計された各種のグラフィックのディレクションに感銘を受けた。シンプルながらもその人物背景の深さへと誘う入口として、特に玄人に届くデザインだと思った。／岡崎智弘

BOOK DAY とやま駅 高森崇史

実際に駅やさまざまな空間に掲出されている風景が目には浮かぶデザインである。要素としてはシンプルであるが、その選択と効果的な配置によって、きっと街の中できちんと機能したであろうと想像する。やわらかく人間のスケールから逸脱しないようなコミュニケーションの範囲をしっかりとまもっているデザインだと思った。色の組み合わせもとても気持ち良い。／岡崎智弘

YURI IWAMOTO GLASS EXHIBITION

"MISTERY CIRCLE" 高森崇史

これらの一連の展覧会告知グラフィックは、かなり変わっている。まずはその大きさだ。ガラス作家の作風や佇まいともおそらく呼応したものなのだと思える。告知グラフィックとしては非常に小さなサイズかつカード状で展開されるデザインからは、作品の愛らしさや不思議さパリエーションを想起させる。作家作品の写真ビジュアル背景が色ベタになっているのも一層ここにある雰囲気を出している。／岡崎智弘

富山県成長戦略カンファレンス しあわせ。富山2022 羽田 純

目と耳に強く残るコピーワークがまずは素晴らしいと感じた。そしてその軸を強く自然にイメージを広げながらも適正に機能するアートディレクションが優れた仕事をしている。平面の中でのアートディレクションにとどまらずに、具体的な空間のなかでのイメージの在り方を適正に捉えている点も素晴らしいと思った。さらには多くの人々へとこの考えが伝わるようにデザインが行き届いた冊子も素晴らしい。／岡崎智弘

工芸都市高岡2023 クラフトコンペティション 羽田 純

告知グラフィックとして明快に脳裏に残り、アナログな手触り感も合わせて印象がデザインされた優れた仕事だと感じた。シンプルな構成要素であるが、グラフィックの質感や細部まで手の行き届いている気持ち良さがある。抽象性を持った図案をフラッグとしていることで、クラフトが持つ既知のイメージをまさにとびこえる余白が生まれている。／岡崎智弘

福祉くろべ 森 瑠風

グラフィックデザインはその時期ごとにトレンドがゆるく横たわっている文化特性があると思う。特に若い世代のグラフィックデザイナーはその空気からの刺激を強く受けるように見受けられる。そんななかでこの仕事は、確かで、きちんとデザインが立つ地面と役割に向き合った良い仕事だと思った。よくみると本文の文字の大きさやレイアウト、挿絵のグラフィックの設計計画や些細な部分から全体の機能と役割がきちんと生まれている様子を確認できる。表紙は記号性がありながらも自然で無理のない展開が可能な柔らかさも持ち合わせる。特に

コピーの入り方が人間らしくてちょうど良いと感じた。丁寧にやさしく素晴らしい仕事であると背中を押ししたい。／岡崎智弘



[学生の部]

時 奥田芹奈

オリジナリティがあること、自分だけのものを作ろうと試行錯誤している様子が伝わります。それが、このポスターを評価した点です。どこにもないものを作り、さらに空間の構成を練る力を感じました。色を使用せずに黒だけにした潔さ、「時」というテーマの選択には文学のかわいらしさが感じられます。ここで完成とせず、繊細さを大切にしつつも大胆さも味方にして、どんどん創作を続けてほしいです。／林 久美

日常 針木泰響

自分の頭の中をデザインした、というグラフィックポスター。マトリクスと放射線など規則的なラインをバックにサンセリフ体の文字が水平方向に不規則に重なり、グレーのベタ塗りが「DESIGN」を立たせている。タイポグラフィの美しさと平面と立体の融合を上手に取り入れた作品で、感性豊かな空間の遊びと色味、構成が美しい。アナログを意識した見せ方は、レタリング世代の私には親近感と懐かしさが伝わる心地よいポスターである。／筏井秀樹

message 坂田悠生

日本から世界に向けてポジティブなメッセージを届けたいとのコンセプト。重くなりそうなテーマを明るく、できるだけシンプルにした構成に好感が持てました。日の丸から変化した赤い風船にメッセージを託し、風まかせなのは世界中が争いだらけと風刺しているようで表現にユーモアを感じました。色使いもメリハリがあり綺麗に仕上がっていますが、文字の大きさや配置を工夫するともっと良くなったと思います。／樫昭治

モアナ×鉛筆画展 菅田萌愛奈

まず印刷ではなく実際にB1サイズに描かれた鉛筆画の迫力に圧倒されました。さらに、その上に切り抜かれた紙が重ねられた構造でトリミングの面白さが相まって会場でもとても目立っていた作品です。潔い大胆さが光るデザインと、そこから見え隠れする緻密で繊細な鉛筆画とのコントラストがポスターとしてのインパクトを最大に引き出している作品でした。／金森健司

白玉ルーム 宮崎藤子

かわいい白玉が4つ並んだ、明るく優しい感じのこんな待合所が本当にあの場所にあったら良いと思いました。内部はどうなっているんだろうと思って入ると、4つの空間が中でウェーブ状の椅子やカウンターによりつながっており、水平な横長連続窓によって外を眺められるのも気持ちよさそうです。こういった球体を用いたときの入口のドアのあり方は難しいと思いますが、どこから入るかも含めて、もう少し工夫してもよかったように思います。模型を見ると、丸いアーチが空間にそって配置されていて、建築的な構造のことを考えた痕跡があり、ほほえましく思う。／水野行偉

まめくり 川縁菜々夏

サッシレールや敷居の汚れには審査員の共感も多く、また、ごみを取り出す独特の操作感には新しさも感じて評価させて頂きました。えだまめモチーフの必然性に違和感もありましたが、握りやすさや、未使用時の安定性などから、具象モチーフをデフォルメしてスタディしていけば、さらに魅力的な形態が見つかるのではないかと思います。また、モチーフの特性から、少し柔らかな表面素材を検討してみるのも魅力アップに繋がるのではないかと思います。／高辻宏

Dust flesh 河内紫音

“自分の欲しいあったらいいな”からテーマ選定されており、ターゲットユーザーも自分目線で進めやすいテーマだと感じました。日常的に使用しているメイク道具であるためディテールにも説得力があります。デザインポイントも分かりやすくパネルにまとまっており、今回の評価に至りました。インテリアでの使用シーンがあれば、さらに魅力が伝わったのではないかと思います。ハンディークリーナー課題は、粒ぞろいで選定に悩むものが多くありました。例年と異なり、日常の困りごとを深掘りしていく課題設定が奏功したのではないのでしょうか。／林 久美

まるくるる 関野心葉

使う人のニーズと携帯用クリーナーを使うときの不満、問題点を解決したい意図がパネルで分かりやすく説明、提案されている点を評価

しました。猫の毛クリーナーということで、猫と対比してネズミ、マウスのような形態がユーモラスです。猫は毛を撫でられるのは好きでも、多分吸い取られるのはすごく嫌がるはず。毛を吸い取られても猫が嫌がらなくするにはどうしたらいいか?そんなアプローチからのデザイン提案もあれば面白いなと感じました。／松田陽一

竹のトング 荒木 遼

竹は成長も早く、3年ほどで資材として使用でき、材料としての原価も比較的安く、強靭さと柔軟性を兼ね備えた材料として、古くから竹かごや定規などとして利用されてきました。この作品はトングとしての使いやすい形の提案と、トングの用途としても適した竹を素材とし、脱炭素化社会への提案としてまとめ上げられており、デザインで社会貢献したいという意欲を評価しました。ただ、モデルが樹脂製板で作られていた点が惜しいところです。竹でモデル制作することで、素材と対話しながら生まれてきた形を見てみたかったです。／松田陽一



[学生建築デザインコンペ]

あとりえ+++

岩崎愛葉・森岡千晴・清水千夏子・富田勇樹人・金子 柚・大河内詩歩 工場のリノベーションというお題に対してフェイズデザインの手法を取り入れているのが秀逸である。背景には資本の投下がそれほど行われなかったのではないかと現実的な話と同時に、少しずつ変えていくことで、変わりゆく街に建物自体もチューニングされながら存在するべきだという主張が見える。建物もプログラムもしなやかに変化していく、これからの時代に合った現実性もあるデザインだと感じた。／萬代基介

緑ハ茂ル、軀ト民繫ギ 橋 郁哉

元々工場という人間なスケールではない既存建物に対して、それを人間の居場所にするのではなく、植物の居場所にするという発想の転換が良い。そして緑を空間の中に満たしていくことで、そこが人の居場所になっていくのではないかと提案である。硬い建築だけでつくろうとせず、樹木に注目したことに好感が持てた。

／萬代基介

能作

N O U S A K U

工場見学・鋳物製作体験 受付中 ※要事前予約
 〈ご予約/お問い合わせ〉見学・体験受付窓口9:00~17:00
 Tel: 0766-63-0001 E-mail: kanko@nousaku.co.jp

富山県高岡市オフィスパーク 8-1
 www.nousaku.co.jp
 @ nousaku_official f nousaku1916



いばしょ
 ようこそ、職人の鋳場所へ。

伝統工芸高岡銅器 銅像・胸像



http://www.takenakadouki.co.jp
 〒933-0954 富山県高岡市美幸町2-1-16
 TEL.(0766)22-0707 FAX.(0766)25-6080

「七極」は、
 釜師 三代島春齋
 高岡市美術館館長 村上隆
 株式会社竹中銅器
 三者のコラボレーションにより誕生した、
 鉄鋳物の酒器シリーズです。



七極
 ななきわみ

企画・デザインから印刷・加工まで
TOYAMA SUGAKI

富山スガキ株式会社
 本社・本社工場 / 〒939-8585 富山県富山市塚原23番地1
 TEL.076-429-3553(代)
 立山工場 / 〒930-0272 富山県中新川郡立山町塚越234番2
 北陸・東京・大阪・東海・滋賀

キモチを、カタチに。

www.sugaki.co.jp

—美しい、ガラスの仕事。—
SANSHIBA
 https://www.sanshiba-g.co.jp

本 社 | 〒933-0974 富山県高岡市岩坪23-2
 TEL:(0766)24-6811/FAX:(0766)27-1222

東 京 | 〒103-0002 東京都中央区日本橋馬喰町一丁目
 1番2号にほんばしゼットビル8階
 TEL:03-5645-7505/FAX:03-3667-8563



HPは
 コチラ
 から



SNS・動画も更新してます!



2050
 Life with Green Technology
 ~「環境技術でひらく、持続可能で豊かな暮らしを実現する企業グループへ」~
 三協立山株式会社 https://www.st-grp.co.jp/

TOYAMA-MILANO DESIGN EXCHANGE CLUB

デザインで、富山とミラノがコラボレーション!
 新しい魅力をつくります。

富山・ミラノデザイン交流倶楽部 会員募集中!
 随時ご入会いただけます。 法人会費:2万円/年 個人会費:1万円/年
 公益社団法人富山県デザイン協会事務局内 〒939-1119 富山県高岡市オフィスパーク5
 tel:0766-63-7140 fax:0766-63-7141 info@toyama-da.jp

建設会社は街の未来をつくるんだ。

未来へのベース。
SHIOTANI



塩谷建設株式会社

〒933-8545 富山県高岡市石瀬 6-1
 TEL 0766-23-4636 http://www.shiotani.co.jp
 支店 / 富山・新潟・長野・東京 営業所 / 金沢・となみ・いみず

株式会社 平和合金

939-1118 富山県高岡市戸出栄町56-1
 TEL.0766-63-5551 FAX.0766-63-5131
 http://www.heiwagokin.co.jp

お店のPRを お手伝いします!

ノベルティ・販促物 (のぼり・チラシなど)
 広告 (TV・ラジオ・新聞) WEB広告・HP制作

宣伝広告についてのお困り事は何でもお気軽にご相談ください!

三協アド・サービス株式会社

〒933-8610 富山県高岡市早川70 ☎0766-20-2822



Natalie.
ナタリー デスクこもわたしらしく



Petit Box 【プチボックス】
大切なもの一つだけ入れるガラス製のボックス



Feather Broom 【フェザーブルーム】
風にゆめく羽はたき。
机のほこりや化粧の粉を さざっと払えます。

F-ROAD
株式会社 織田幸銅器
高岡市金屋本町3-34 TEL 0766-24-6154(代)
FAX 0766-22-6152

学生大賞、優秀賞、
ありがとうございました

Time won't stop



富山クリエイティブ専門学校
〒930-0856 富山市牛島新町2-3
TEL 076-441-0208 MAIL info@creative.ac.jp

Richell

暮らしと心を、
もっと「豊か」に



株式会社 リッチェル
富山市水橋桜木 136 〒939-0592
TEL(076)478-2155 FAX(076)478-8335
www.richell.co.jp

保険のことなら、お任せください！
自動車保険、火災保険、傷害保険、旅行保険
ガン保険、医療保険、ゴルフ保険 等

SIS
SANKYO INSURANCE SERVICE

三協インシュアランスサービス株式会社
〒933-8610 富山県高岡市早川70
TEL:0766(28)2828 FAX:0766(28)1128

KASHII

景観を企て、
生み出し、
育てていく。

SIGN & EXTERIOR
株式会社カシイ



であい あした
今日の縁が未来を結ぶ



株式会社 山田写真製版所
〒930-0063 富山県富山市太田口通り2-1-22
TEL.076-421-1136(代) www.yppnet.co.jp/

instagram▶



宝来社

https://horaisha.com

(株)宝来社 / 富山市南央町3-28 TEL/076-429-1900(代)
東京営業所・関東事業部・(株)宝来社石川・(株)宝来社福井・HORAISHA Vietnam

miyoi architects & associates
1961 2022

三四五建築研究所
代表 稲葉 伸一



つながりを大切に。

グラフィックデザイン/マルチメディアデザイン/プロダクトデザイン
相互企画印刷株式会社
〒933-0848 高岡市西町3-31 http://www.so-u-go.co.jp/
TEL 0766-24-8543 FAX 0766-24-5665



ほくほくフィナンシャルグループ
Hokuhoku Financial Group

北陸銀行




AKI DESIGN CO.,LTD. 株式会社アキデザイン

本社/高岡市問屋町270-1 AIC/高岡市問屋町257
TEL.0766-24-0479 FAX.0766-24-0477
http://www.akidesign.co.jp



挑戦し続けて150年 夢と容器をその先へ



アルミアソール缶・アルミチューブ・ラミネートチューブ
樹脂チューブ・各種飲料缶・マーキングペンボディ

容器の総合メーカー
武内プレス工業株式会社
本社：〒930-0816 富山市上赤江町一丁目10番1号
TEL：076-441-1856(代)

久保おりん

りん鐘
海に山に
想いと届ける
音のかけはし

株式会社 山口久乗
高岡市内免2-8-50 TEL:0766-22-0993(代)
http://www.kyujo.co.jp



道の駅「雨晴」

いつもこの街と
これからもこの街と

重要伝統的建造物群保存地区 高岡信用金庫 本店

高岡信用金庫



富山県洋紙会

紙ぶらす株式会社
代表取締役社長 若林 啓介

共和紙業株式会社
代表取締役社長 牧野健之助

展示会・各種イベント・サイン

ディスプレイ&インテリア
株式会社 キタカド

本社 富山県高岡市中川1-3-19
TEL/0766-22-3737
FAX/0766-25-7682



TGS
TOYAMA GLASS STUDIO

富山ガラス工房
富山市古沢152 TEL 076-436-2600
富山ガラス工房 第2工房
富山市西金屋85 TEL 076-436-3322
http://www.toyama-garasukobo.jp



第63回富山県デザイン展
2023年11月10日(金)~12日(日)
富山県高岡文化ホール1階(多目的小ホール・ホワイエ)
主催：公益社団法人 富山県デザイン協会
共催：富山県、富山市、高岡市、富山・ミラノデザイン交流倶楽部
協賛：高岡商工会議所
後援：北日本新聞社、富山新聞社、読売新聞北陸支社、日本経済新聞社富山支局、
日刊工業新聞社、朝日新聞富山総局、毎日新聞富山支局、
中日新聞富山支局、NHK富山放送局、北日本放送、富山テレビ放送、
チューリップテレビ、富山エフエム放送、ラジオたかおか、シー・エー・ビー

第63回富山県デザイン展入賞作品図録
2024年2月発行
アートディレクション・記録撮影：羽田 純 (ROLE)
デザイン：羽田 純・牛丸かれん (ROLE)
イラスト・タイトル他作字：羽田 稟 (小学2年生)
印刷・製本：株式会社山田写真製版所
発行者：公益社団法人富山県デザイン協会
〒939-1119 高岡市オフィスパーク5番地
TEL 0766-63-7140
http://toyama-da.jp