

MOVIN'

VOL.2

【特集】

黒川雅之

黒川雅之のモノづくりの世界

【デザイン戦略】

NEWS

伝統工芸に新風を吹き込む

クレア・グループ

21世紀への新たな出発

【街・デザイン探訪】

山町の土蔵造り

高岡デザイン情報誌ムーヴン

MOVIN'

VOL.2 (1993年3月31日発行)

写真提供・取材協力

株式会社 アキデザイン

株式会社 クレア・コーポレーション

黒川雅之建築設計事務所

有限会社 クロス

菅野家

高岡クラフトデザインネットワーク

高岡市観光物産課

高岡市建築指導課

高岡市工芸デザイン指導所

高岡市万葉歴史館

財団法人市民文化振興事業団

高岡商工会議所

富山インダストリアルデザインセンター

富山県デザイン協会

NEWS Creative Group

(50音順)

STAFF

Published by 高岡市中小企業課

〒933 富山県高岡市広小路7-50

TEL (0766) 20-1285

Executive Editor TATSUYA HATANAKA

Editor in Chief MASAYOSHI KIMURA

Art Director HIDEAKI SOUMA

Designer YUKIKO AZUMA

SAKIKO TAKAHASHI

TAKAKO NISHIKAWA

Writer SEIZOU MITSUI

RIE MORINAGA

SACHI GOSHAYA

Photocomposer Operator MEGUMI KOMAZAWA

Photographer EIJI HONBO

Printed by 相互企画印刷株

Cover Model MASAYUKI KUROKAWA

MOVIN' <ムーヴン> は、MOVINGの略形で、「動く」・「進展する」・「感動させる」という意味を持ちます。

デザイン情報誌(MOVIN')は、高岡の街や人、企業そして行政の動きを“デザイン”というアンテナでキャッチ、ユニークな切り口でご紹介します。

また、MOVIN'は高岡独自のデザインパワーを市内外に発信していくとともに、高岡の未来に向けて「新しいデザインの動き」を生み出していく情報誌を目指しています。



KITA HOTEL「北ホテル」/札幌市(1991年)

黒川雅之のモノづくりの世界

建築からプロダクトデザインまで多彩な活動をしておられる黒川雅之さん。ジャンルを超えた幅広い活躍と独自のクリエイティブワークで知られています。そして高岡市とも深い関係にあります。

一九八九年から高岡クラフトコンペの審査員をなされ、昨年と一昨年は審査委員長を務められました。

また、銅器に魅せられてこちらでも創作活動をなさっています。

今回はこの黒川雅之さんならではのモノづくりの世界取材しました。



黒川雅之(くろかわまさゆき)

建築家・プロダクトデザイナー
1937年名古屋生まれ。名古屋工業大学建築学科卒業、早稲田大学大学院理工学研究科建築工学博士課程修了。
1967年黒川雅之建築設計事務所創立。
建築/大金ゴルフ倶楽部クラブハウス、美和ロック工業株玉城工場、KITA HOTELほか。
プロダクト/照明器具「コブダ」、水栓金具「Kシリーズ」、衛生陶器「ZAZAシリーズ」、ドアノブ「GIGA」、INTER-FACEほか。
「GOMシリーズ」はニューヨーク近代美術館、腕時計「ラバト」、照明器具「ドマーニ」、家具「インゴットパッド」はメトロポリタンミュージアムの永久コレクションに選定される。
他、IF賞(旧西ドイツ)、毎日デザイン賞など受賞。

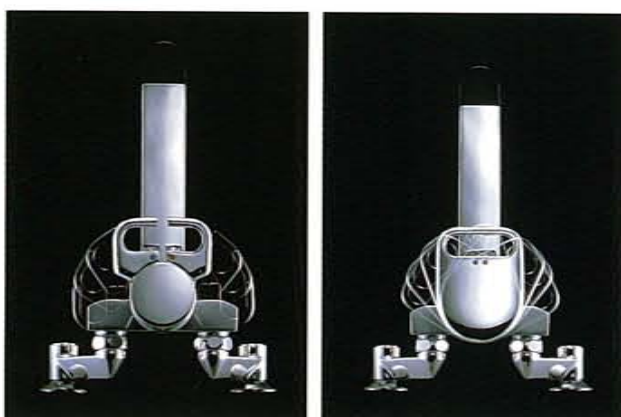
建築はデザインの母だと思う

「なぜ、ジャンルを超えて仕事をされるようになったのでしょうか。」

黒川 最近ではジュエリーも手掛けています。それでいて建築とか工場のシステム開発もやっています。また、工業デザイン、インテリアデザイン、高岡の銅器といった伝統的なテーマにも取り組んでいます。およそ立体に関することはあらゆるものに手を出しています。

このような行為を僕は「建築の原点に戻ろうとしている」と言っています。ミケランジェロ、レオナルドダビンチの時代の建築は、現在と違って絵画、彫刻、解剖学から武器の開発まで含んだ包括的なものでした。アーキテクトという意味は本来そのような大きなものです。

僕にとって建築とは、ダビンチの時代のよ



東陶機器/水栓金具「Kシリーズ」(1987年)

うにすべてのデザインの母でありたいと思うわけです。建築家というときは、彫刻も工業デザインもあらゆるものをほらんだ原点の建築、人間としか意味しないような建築家であろうと思ったわけです。そのことが僕をこのような立場にしてくれたのだと思います。

家を造るのも建築ならコップのデザインもまた小さな建築です。

これからの建築は、都市としての建築とプロダクト製品としての建築だと思った

黒川 では、なぜこうなったのか。そのキーワードは一九六〇年にあります。この時代に東京で世界デザイン会議があり、デザインのジャンルを超えて世界中から沢山の人が集まって討議をしました。世界の視野でものを見ようというグローバルイズムと、それともう

素材の本質を深いところで理解したい

「クリエイターとして、モノづくりの上でこだわっていらっしゃることは何でしょうか。」

黒川 僕が手で触った感覚、触覚にこだわったモノづくりをしているのは、たぶん愛情に飢えているからでしょう。人類全体が愛情に飢えているともいえますから、きっと個人的感覚は即人類的だともいえます。触覚、立ち居振る舞い、肌の温もりなどエロスのレベルで理解することが、深いところで物事を理解することだと思っています。理解する行為は淋しさを癒すことでもあります。また理解とは安心することと置き換えてもいいかも知れません。

せん。

よく僕は「都市も抱きしめるようにつくりたい」と言っています。手で触るような感じでデザインをしたいと思うからで、私が平面的なグラフィックに手を出さないのは、触って確かめることができないからです。

近代の都市設計では、バードアイビューつまり鳥の目と人間の知性でプランニングをしてきました。しかし人間は決して鳥ではありません。本来、普通の人が町を歩いて見た感じがたりする感覚でプランニングをしなければならぬと思います。例えばそのような視点でボルシェというクルマを見ると、これはもう触ってみると微妙な曲線や肌合いなど、ほれぼれするほどの美しさです。これに対して日本車は遠くから眺めているにはいいのですが、近付いて見るとよくありません。この辺が僕にとってデザインの重要なポイントで、ボルシェはエロチックなクルマだと思っています。

恋をするようにデザインをしたい

黒川 モノをつくる場合、最初に何かわかってきたコンセプトがあつて、そこからつくり始めるといふのは間違いだと思っています。女性を好きになるように、最初はとにかくゾクッと惚れるわけです。僕は高岡銅器の煮色にゾクッときたわけです。それでこれをなんとかものにしたいということで商品展開をしているわけです。高岡の人間と、煮色の背後にある深い歴史と文化が僕をつかまえて離さない感じなんです。とにかく恋をするようにデザインをしたい。あとは真つ白なスケッチペーパーに向かって一本一本線を引きながら形を探し求めていく。それが僕のデザインスタイルです。



東京 黒川雅之建築設計事務所にて

和紙(1991年)
写真右・発光ダイオードを置き込んだもの
写真左・原色の繊維を混入したもの



デザインとクラフトの新しい共同作業を試みている

—— 最近の新しい仕事についてお話しください。

黒川 いま、鳥根県で陶芸と和紙を使った新しい試みをしています。デザインは大きな意味でマーケティングも含んでいます。そのようなデザインを取り込んでクラフトを考えています。それは、手の温もり、手仕事の喜びを残しながら、デザインと同じ近代的な生産方法へ脱却する試みと言ってもいいかも知れません。

これまでクラフトが手作りの良さを求めていくと高価な美術工芸に行くか、さもなければ土産物としての民芸品になってしまうかのどちらかでした。そこで現在、デザインとクラフトの両方の良さを取り入れた第三の道を模索しているというわけです。僕は口クロを回すことができませんから図面を引くだけです。そして、口クロを回す人の横に付いて、あれこれ形をつくり上げていきます。僕が口を出すことでニューヨークで売れるものができる。彼だけだったらできません。しかし、彼が口を出すことによって品質など製品としてのいいものができるわけです。そしてこの共同作業でプロトタイプができた後はリピーター、つまり量産が可能になるわけです。現在はまだ実験段階で実際にうまくいくかどうかは分かりません。ただ、このような新しい試みを今後もやっていきたいと思っています。

それと個人的なことですが、一昨年、僕の親友でインテリアデザイナーの倉俣史朗が突然亡くなり大きなショックを受けました。これまで僕は出版の話は断っていました。しかし、彼の死に触発されて、僕もこれから自分の作品や考えを出版物を通して発表していきたいと思っています。



ヤマギワ・林原生物化学研究所／デスクスタンド「バイオライトプロ」(1990年)
林原生物化学研究所／デスクスタンド「エコラ」(1990年)

高岡も東京も大差ない時代にきていると思う

—— デザインの企業間格差、地域間格差についてはどうにお考えですか。

黒川 僕はグッドデザイン・シンポジウムで「大企業の解体」ということを言いました。この意図は、中小企業の連合体のような組織、事業部制にしてマネージャーがまとめていく産業システムの構築です。これはまた、現在の地方の中小企業にそのまま当てはまるものです。クリエイティブというのは、基本的に個人的なもので組織のものではない。ここに来てそれがますます明確になってきているようです。ここ二三年のグッドデザイン最高賞はすべて外国の、しかも小さな会社を受賞していることがそれを暗示していると思います。企業は社内にデザ

インマネージャーだけを置き、外部のピビットなデザイナーを企業ニーズに取り込んでマネージメントしていくべきです。

背景としては、これまでの大量生産大量消費のパターンが壁にぶつかっていることです。商品つまりデザインがメディアとしてメッセージを持つようになってくる現在、大量消費の時代には必要でなかった個性的なデザイン、面白いデザインが真剣に求められています。こうなると東京も高岡もあまり大差はありません。企業スケールも大量消費の時はそれなりにメリットがありました。クリエーティブの勝負では果たしてどうでしょうか。僕は少なくともデザインにおいて、地方も東京もそれほど差のない時代に入っていると思っています。

(聞きて／末坂幸子・高岡市工芸デザイン指導所)



富双ゴム工業／デスクウェア・テーブルウェア「GOMシリーズ1992」(1992年)



饒舌なデザインは素材の魅力をダメにする

—— 素材とデザインの関係はどうあるべきとお考えですか。

黒川 GOMシリーズをデザインしたのは今から三十年ほど前です。はじめに素材を生かして柔らかいデザインをしたのですが、どうもフィニッシュして不潔な感じになりました。ゴムそのものが柔らかくて、見る人にとっては不愉快な感じを与えたりする素材ですから、そこで、むしろ形をストイックに決めてみたら感動的なものになりました。

僕は、素材の触覚にこだわるといって、思い込みが激しいわけです。そこで素材の魅力をつかまえるには、フォルムが饒舌だとかえって素材を殺してしまいます。極力シンプルに、まるで神がつくった形のようにします。あまり人間の手をかけないというふうにしていかないと素材が生きてきません。それでGOMの場合も、すごく幾何学的になったわけです。高岡でのENシリーズも同様で、球の一部を使っています。球は光の加減で結構ヌメリのある艶っぽい光沢を見せますから、素材の魅力を引き出すことができます。

それと、もう一つ気を付けていることがあります。例えば球は完全を意味しています。だからこそスパッと切ろうとします。完全というホキヤブラリーを持った球を切断して未完成という事件の面をつくることで美を引き出すわけです。事件の面は人の技と神の技のつなぎ目ともいえ、その破綻が生命を蘇らせるのです。球なら球の連続性に一瞬破綻を生じさせることで、見る人の心を蘇らせます。例えば円錐形の場合でも、横から見るとんがってシャープなフォルムですが、真上からだと対照的に円であまりやかです。この二面性

高岡のコンペは、いろんなものを取り込む作業をしていると考えるべきだ

—— クラフトと工芸は違うとお考えですか。

また、高岡のクラフトコンペのポジションニングについて何か意見がございいますか。

黒川 いろんなジャンルの領域を明確にすることは賢明ではないと思います。僕はあなたと、ここが違うあそこが違うとあげつらうことよりも、あなたと僕はここが同じだと思ふことの方が、クリエイティブでいいものが生まれると思います。たまたま社会の仕組みで領域ができていくだけです。

クラフトと工芸、クラフトとアートの関係でも、みんな同じものと考えている方がいいのではないのでしょうか。表から見れば工芸で裏から見ればクラフトといった感じで、むしろ高



竹中製作所／銅製小物「ENシリーズ」(1989年)



第7回高岡クラフトコンペ招待作品「ARC」(1992年)
P: 清水 昭

岡のクラフトコンペは、そのようなものを全部取り込む作業をしていると考えるべきです。そうすればクラフトというものが随分豊かになります。あと十年もやれば高岡が決めたクラフトというものが出来上がってくると思います。昨年のコンペの会議では、インターナショナルな貢献ということで、外国人の審査員に参加してもらうことなどを検討しました。

もう一つ高岡のコンペに必要なことは、コンペに参加した人のリストを作ることだと思います。例えば、コンピュータに登録して、それを広く役立てる方法を考えたらどうでしょう。事務局でデザイナーを全国のメーカーへ紹介したり、デザイナーに情報を発信していくのも一つの案だと思います。また、過去の優秀作品に選ばれた人たちを招待するとか、とにかく高岡市とデザイナーたちの関係を持続させることが大切ではないでしょうか。

山町の土蔵造り

商都高岡のモニュメント

日本のいくつかの土蔵造りの建築が、
火の洗礼を受けて出現したように、
高岡の土蔵造りもまたそうである。
5月に御車山の通る山町筋の土蔵造りは、
記録的な大火があった明治33年以降に
生まれたものである。
建築にあたっては「建物制限規制」、
いわゆる防火構造が義務づけられている。
この災禍による規制が、商業の中心、
山町のアイデンティティの土壌となっている。
点在する土蔵造りを見ると、
商家の建築が看板や暖簾と同様に
重要なステイタスシンボルであったかが伺え、
商都高岡の繁栄や歴史の一コマを
垣間見ることができる。
おそらく、建築主も棟梁も建築制限という
枠のなかで、独自の意匠やディテールを求め、

素材や部材などモノにこだわりながら
時間と財を傾けたに違いない。
そうして先人たちが造り上げ、
歳月を重ね風格を増してきた土蔵造り。
街並みはその集積であろう。
これからの建物が、どのようなこだわりを
持ちながら造られるか。
そして数十年の時を刻み、
次代へ、どのような景観を残していけるのか。
土蔵造りの建築は、
私たちにそう語りかけているようだ。



6

1. 5月1日の桃山時代の絢爛豪華な御車山祭(重要有形無形民俗文化財)は山町筋がメインストリートになる
2. 2階の窓には、防火構造の象徴といえる観音開きの土戸が多く見られる
3. 庇を支える高岡鍔物の鉄柱とその上部の鍔絵
4. 屋根の箱棟や雪割、鬼瓦には意匠に凝ったものが多い
5. 両妻側は煉瓦造りとなり防火壁の役割を担う
6. 威容を誇る石柱も防火対策の設備である



4



5



2



3



1

伝統工芸に新風を吹き込むニューズ

デザイナーとネットワークをつくり、新しいマーケットを目指す。



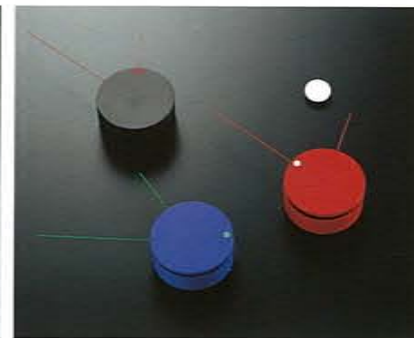
'93ディスプレイデザイン展(渋谷バルコギャラリー) 志村雄逸



「LIGHT DROPS」 趙慶姫・NEWS



「NEWSデスククロックSD-100」オリジナル商品



「NEWSデスククロックNS55」オリジナル商品

三百八十年蓄積した技術で新しい形を創造

高岡銅器は、全国の約九〇%のシェアを誇り、製造から販売にいたるチャネルは長い歴史によって確立されている。技術的にも製造、彫金、仕上げ、着色などの分業体制が進み、産地全体では三百八十年の伝統が育んだ膨大な技術を蓄積している。

この高岡銅器の伝統技術を使って銅器産業に新風を吹き込もう。若い感性で高岡銅器の可能性を探ってみよう。この熱い思いを一つのカタチにしたのが「ニューズ」という若手経営者グループである。

製品の開発からマーケットの開拓までを目指す制作集団で、平成元年に代表の駒澤義則さんを中心に、伝統工芸の魅力に心引かれる五人で旗揚げをした。

高度に分業化された高岡銅器の生産システムのなかで、一人の力で製品を生み出してマーケットに乗せていくことはなかなか容易ではない。しかし、お互いに得意としている技術を持ち寄れば灰皿から大仏まで、どんな仕事だって可能になるはずだ。

このような考えからニューズでは、独自の

ブランド開発と、金属工芸で創作活動を志す中央のデザイナーと銅器の製作現場とを結ぶコーディネートの本柱で活動を開始している。ニューズ独自のブランド開発では、高岡銅器見本市に出展して好評を得た「日時計」をはじめ、高岡クラフトコンペで入賞を果たした作品などがある。

また、デザイナーの斬新な発想を形にしていくコーディネート活動では、高岡クラフトコンペの招待デザイナーの作品製作を引き受けたりしながらデザイナーとの友好を深めるなど、今では共同で独自の創作活動を開始するまでにいたっている。

ちなみにニューズ(NEWS)とは、欧文の東西南北の頭文字を取って付けたもので、新しいモノたちと意味付けされている。そのため「伝統技術を生かしながらも、伝統の枠にしばられることなく、みんなに愛される完成度の高いモノづくり」という思想で、高岡銅器の新しいスタイルを目指している。

デザイナーとのネットワークづくり

中央のデザイナーと高岡の伝統技術をジョイントさせる仕事としては、九〇年にはプロ

として藤田正英さんは最新のマーケット情報の収集を受け持っている。

今後は高岡の技術(職人)と中央のデザイナーをジョイントさせるだけではなく、さらに一歩踏み込んで共同による新商品の開発にも積極的に取り組んでいく方針である。そしてマーケットを分析しながら、従来の流通にとらわれない新しいチャネルを模索していくという大きな野心を抱いている。この場合でも自分たちが構築してきたネットワークを核に展開していく予定である。

現在のところはまだまだ小さなグループにすぎないが、ニューズは決して閉鎖的な集団ではない。これからの将来を展望し、グループを単なる身内の活動に終わらせるのではなく、社会的にも認められる組織体、スバイラルに上昇していく運動体になって高めていきたいと考えている。そのためにいろいろな分野の人々、ニューズの考えに共鳴する人々の参画を期待している。

今年度中には法人組織にして体制の強化を図る。その一方、現在イタリアのベネチアで創作活動を続けている鈴木昌氏の作品を手掛けるなど、本格的な海外活動も計画されている。今後の活動が大いに楽しみなグループである。



「時空のみちるべ」 志村雄逸・NEWS



駒澤義則(こまざわ・よしのり) 1947年11月22日生まれ

株美芸こまざわ代表
伝統的な美術銅器からアート作品まで幅広く扱い、産地のアートディレクターを自認する産地同業。特にギャラリー関連の取引が多い。
高岡伝統産業青年会 昭和62年度会長



高田 博(たかた・ひろし) 1951年4月28日生まれ

株タカタレムノス代表
全国のクリエイターと幅広いネットワークを結び、主に時計・デスクウェアのデザイナーグッズの企画から製作を行う。



藤田正英(ふじた・まさひで) 1955年5月7日生まれ

有藤忠 専務取締役
明治創業の老舗問屋だが、銅器・漆器などの工芸品に限らず、様々なギフト商品を扱う。異業種、他産地との交流も活発に行っている。
高岡伝統産業青年会 平成5年度会長



水巻利則(みずまき・としのり) 1955年6月25日生まれ

水巻銅器製作所
プラス(真鍮)鑄造全般を手掛ける。デスクウェア・置物など小物の製作を得意とし、多品種少ロットにも柔軟に対応している。
高岡銅会 平成4年度会長



梶原敏治(かいはら・としはる) 1951年6月24日生まれ

株梶原製作所代表
モニュメント・銅像など大型ブロンズの鑄造を得意とし、原型から仕上げまでの一貫生産を誇る。高岡でも数少ないメーカーのひとつ。
高岡伝統産業青年会 平成元年度会長

「浮遊する光...V」 志村雄逸・NEWS

二十一世紀への新たな出発

たび だち

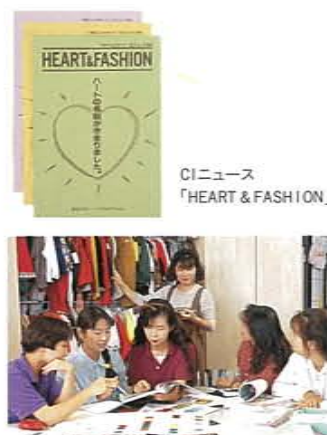
高岡市の地場産業の一つでもあるニット産業は歴史も古く、明治以来の伝統がある。もともとは家庭の内職として、手編み生産から始まったものだ。現在では、ベビーウェアの生産量で全国シェアの七〇%を占めるほどの産地にまで成長した。しかし、近年における出生率の低下傾向により市場縮小を余儀なくされるなど、業界を取り巻く環境は厳しさを増している。

今、まさに転機の時を迎えている中、「クレア・グループ（旧中村ニット・グループ）」がCIを導入した。

伝統ある「老舗」の中に、CIの基本を見ることが出来る。代々受け継がれてきた家訓や商品、看板、暖簾などは、CIにおける「企業のアイデンティティ確立の重要なコミュニケーションアイテム」といえる。このように「老舗」が生きてきた背景には、商品の質や厳しく教育された従業員の対応が優れており、それを維持し続けてきた不断の努力がある。近年、CIは経営戦略の一つとして重要視され、果内においても多くの事例を見ることが出来る。CIブームといわれる中、導入した多くの企業は、果たして今も「老舗」に

見るような努力がなされているのだろうか。

高岡市に本社を構える企業でまた一つCIが実施された。創業から半世紀という節目に導入されたCIは、(株)クレア・コーポレーション（旧中村ニット）、(株)クレア・アネックス（旧立山ニット）、(株)クレア・アパレル（旧立山アパレル）、(株)クレア・ファッション（旧立山メリヤス）のグループ各社をクレア・グループ（旧中村ニット・グループ）という一つのブランドとして統一しようとする戦略だ。いわゆるGI（グループ・アイデンティティ）の意味合いを含めた展開である。



二ツトメーカーから、企画提案型の総合アパレルメーカーへ

CI導入の背景には、「ニット業界の低迷」があった。高岡のニット業界は、昭和四十年以降、ベビーウェアの波に乗り急成長を遂げたが、近年の出生率の低下傾向で市場は大幅に縮小している。同業者の倒産が増加する中、同グループは業界のリーダー的存在として

懸命な企業努力をしたものの、やはり大きな成長が困難な環境にあった。それは、約十年ほどの低迷が続いてきた売上高にも現れている。そのため、社内には消沈した空気が漂っていたという。

また、商品ニーズの変化もCI導入の引き金となっている。昭和十四年に創業以来、ベビーウェアのニット製品を中心に業績を伸ばしてきたが、現在ではニットに固執することなく、ベビー・子供分野の九五%がカットソー（縫製）、紳士・婦人物の比率も全アイテムの三〇%を占めるようになった。それに伴い「単なる二ツトメーカーから、企画提案型の総合アパレルメーカーへ」変身してきた。こうした事業の変化は、従来の「中村ニット」という名称から連想される商品寄りのイメージでは、新しい企業の姿勢を表現しきれなくなってきた。社員の意識改革を行うことで現状を払拭し、生き生きとした職場づくりを実現するとともに、イメージアップへの期待をCIに託したのだ。

CIによる自己発見



中村公一社長

クレア・グループは、(株)クレア・コーポレーションの中村公一副社長を委員長にCI推進委員会を結成。さらに果内の企画会社をオプザバーとして迎え、一九九〇年九月からCI計画をスタートした。まず、現状把握のためのヒヤリング調査から開始。社員の代表並びにグループ幹部・役員全員に、自社の問題点やイメージ、夢などを率直に語ってもらっている。その結果を戦略策定の基盤とし、同年十一月「二十一世紀に向けてこそ豊かな暮らしを提案する創造的なファッションアパレルグループ」という理念の基、夢のある、感性豊かな、心の通い合う、ヒューマンな、クリエイティブな、地域に愛される、いつもホットなグループのコンセプト、そして「HEART & FASHION」というスローガンを打ち出した。

CIによる自己発見

グループ四社を統一するGIであるこの計画は、社員ヒヤリング時の「グループやセクシオンの領域を越えたコミュニケーションを大切に考えてほしい。グループとしての誇りを表現してほしい」との意見からも分かるように、グループ間のコミュニケーションが成功の鍵を握っているといえる。そのため、全社員参加による意識の統一に向けてさまざまな工夫を凝らしたという。まず、活動の経過報告として、同年十一月よりCIニュースを発行。CIの意義から新グループ名、マーク発表までを分かりやすく伝えている。さらに、新グループ名募集の際には、参加賞や賞金を出すなど、CIの中で最もセンセーショナルなイベントの一つとなっている。その甲斐もあって、ほぼ全員から五百点を超える名前が集まった。最終的に「クレア（仏語で「創造する」という意味をもつCREAを原語に作られた造語。新しいファッションの創造を実現するエネルギーに満ちた仲間たちを表す）」という新グループ名及びマークは、



'93秋冬新作展示発表会

企画会社の提案の中から選出され、CI推進委員会によって決定が下されている。中村副社長は「CIは、全員の手で行ってこそ意義がある。結果はもちろんだが、最も大切なのはプロセス。全体を掻き回して、皆の参画を促す努力をしないとシラけてしまう」と、CIの難しさを語る。

新しいイメージの効力



柳瀬喜一氏

一九九一年五月、CI導入から約八カ月後、クレア・グループという顔で新しくデビューした。シンボルマークは、看板・カーサイン・バッジ・名刺・封筒・伝票といったあらゆるアイテムに展開され、新しく生まれ変わっていくクレア・グループのイメージを発信し始めている。九二年七月からは、グループ社員間のコミュニケーションの促進を図る方策として、グループ報季刊も刊行されている。CI推進委員会のメンバーである(株)クレア・コーポレーションの柳瀬喜一氏（商品企画室室長）は「まだまだ、期待した通りには実現していない。だが、社名・マークは、社内・外ともに大好評。社員からは『個人レベルでの意識改革を進めるためにも、挨拶・電話の応対・接客態度などの社員教育を早急に進めてほしい』という意欲的な意見も出てきた。一人一人がCI活動の源です」と語る。会社は意識改革へ向かって動き始めたようだ。

継続するコミュニケーション

クレア・グループのCIの最終目標は、企業基盤の確立による収益力の拡大と社員の幸福である。同グループは、「一九九六年度売上高一〇〇億円達成」という中期ビジョンを掲げた。年三回、定期的に展示会を開催し、大手アパレルメーカーからの受注生産とともに、オリジナルブランドの生産も年々増加。今後も企画提案型の総合アパレルメーカーとして、販売及び生産体制を充実させていくという。海外生産にも意欲的に取り組む、中国での合併事業の推進が大きな課題となっている。社員一人一人の意識改革と組織の活性化が、この大きな目標を実現する原動力となっていくだろう。

CIは、目標とする将来の姿を先取りしてイメージ化した、いわゆる未来戦略であり、あくまでも目的に向かうための方法論である。クレア・グループは、今、二十一世紀へ向けて具体的なビジョンを示したばかり。本来のコミュニケーションはこれからだ。果たして未来では、どんな企業の姿を形成しているだろうか。



C...CREATE 創造する
R...REALIZE 実現する
E...ENERGY エネルギー
A...ASSOCIATION 仲間・連合



●名刺



●封筒



●新聞広告
(モノクロ)



●リーフレット



●車両サイン(ライトバン)

国際クラフトフェスティバル'92富山のワークショップ漆会場

写真右・奨励賞「小判船 石目ぼかし塗」柳丸彦
上・奨励賞「剪(セン)」相川繁隆
※2点とも地元作家の受賞作品

クラフトを通じて、
新しい文化交流の拠点を目指す
——国際クラフトフェスティバル'92富山——

九二年九月、世界十七カ国からクラフトマンやデザイナーが参加して、『国際クラフトフェスティバル'92富山』が開催された。オープニング二日間のシンポジウムは、各界の著名パネラー陣による軽快なディスカッションが好評で、約七百人の聴衆を集めた。

百四十人の定員に申し込みが殺到したため、二百二十人と枠を広げるなど人気を集めたワークショップ。参加者は「体験交流工房」と「実験工房」のいずれかを選択し、八日間にわたって仲間同士デザインや技巧、アイデアや考え方を交流しながら制作を行った。

新たな方向性を模索する
——工芸都市高岡クラフトコンペ——

応募作品数は前回をさらに上回り、第七回も大成功といえる高岡クラフトコンペ。今回の開催ポスターと作品集(表紙)は、松永真さんのデザインによるもので、コンペのステイタスも一段とアップしたようだ。

当コンペの審査陣が、クラフトの世界に偏らず様々な分野の専門家で構成されていること。また応募作品においても、従来のクラフトの概念を超えているものが多いことから、審査にあたっては、現代のクラフトの在り方やクラフトとデザインの問題、そのプロセス・スルーを求め、白熱した議論が交わされた。

開催委員会ではこの論議を踏まえ、今後十分な検討を重ねながら、高岡クラフトコンペの思想、方向性を具体的に打ち出していく方針だ。



展示会場

松永真・デザインの世界展
——富山県デザイン協会 三十周年記念事業——

九三年一月三十日から一週間、富山県デザイン協会の記念事業として「松永真・デザインの世界展」が、高岡文化ホールで開催された。松永真さんは日本を代表するグラフィックデザイナーとして活躍されている。その仕事ぶりは海外でも高く評価され、世界各国の美術館には多くの作品がパーマネントコレクションに収められている。

会場には松永氏が二十年以上にわたって制作されてきた作品三百点余りが展示された。ポスター、ロゴタイプ、シンボルマークをはじめ、缶やボトル、ティッシュペーパーのパッケージデザインなど、お馴染みの商品がズラリと並んだ。各方面から注目を集めた、高岡市のイメージポスターも氏の代表作のひとつとして展示された。

開会日の記念講演で、松永氏はこれまで携わった仕事について解説しながら、ご自身のデザインに対する考え方や姿勢を話された。また、高岡市イメージポスター制作時のいきさつなど、富山県との関わりについてのエピソードが披露され、氏の豊かな知性と温かい人柄を映し出す和やかな講演となった。

CDNETのメンバーは市内のデザイナーなど、集まった聴衆は引き込まれるように聞き入っていた。

セミナーで学んだことをどのように具体化し実践するのか。キャッチした情報をどう活かすことができるのか。高岡伝統産業の発想の転換を図る、ひとつの刺激であったことは確かであった。



<優秀賞>宮越工業株式会社工場



<優秀賞>越野浩二邸



<優秀賞>北銀片原町ポケットパーク



<優秀賞>ステーキのあさくま



<優秀賞>すえひろーとアーケード



<最優秀賞>高岡テクノドーム

優秀賞は、五つの物件が受賞したが、その中で高岡市民にお手本としてもらいたいの、小馬出町の「越野邸」だ。小馬出町といえば、いま土蔵造りの街並み保存がしきりに叫ばれている。そんな中で「越野邸」は土蔵造りの家屋をやむをえず取り壊して新築した。しかし貴重な街並みのイメージを極力壊さないように、土蔵造りのエッセンスを利かせた外観デザインを採用し、前庭を工夫して街の緑化にも寄与している。ただ、ビルに挟まれているのが残念だ。

審査委員長の池田満寿夫氏はこうコメントしている。「街というものはこれから生きていくものです。賞をとったからこれで終りだというのはなく、今後ますます良きようにという動きが重要だと思います」。

確かに、「高岡都市美観賞」の目的は、建造物を表彰することではない。この表彰がこれからの街づくりに反映するところに意味があるといえよう。「この表彰を契機に、個人住宅なども、街を単位に考えた建て方や造り方をするという風潮が広がることを願っています。例えば、潤いのある街並みを考慮して、玄関回りのブロック塀を生垣にするというように、市民の心遣いが広まることを狙っています」と担当者の長井氏は語る。

『高岡都市美観賞』は私たち高岡市民にとってわが街をじっくりと見つめ直すチャンスだ。「あのオフィスは素敵だ」とか「あのモニュメントはカッコイイ」と思う建造物があれば応募しよう。ちなみに、昨年の応募の中には、いかにも費用がかかっているという豪華な住宅の推薦が目立ちました。大切なのは街並みに貢献しているかどうかということ。是非とも公平な目と洗練されたセンスで選んで欲しい。



人間国宝・金森映井智氏の指導

人間国宝の手ほどきを受ける
稀少なチャンス

伝承者養成研修会

優れた伝統工芸である銅器や漆器の産地高岡市にとって、それらの技術を伝承する後継者不足が悩みの種だ。優秀な人材確保の問題は「デザイン工芸都市たかおか」を目指す産地にとっては緊急の課題となっている。

高岡市工芸デザイン指導所では、九二年九月、「重要無形文化財(彫金)伝承者養成研修会」を始めた。全国の日本芸術院会員や人間国宝クラスの講師を招き、受講生も全国から募って技術研修を行うというもので、将来的にはネームバリューのある工芸作家の養成を目指している。

第一回の講師には地元高岡市が誇る人間国宝(重要無形文化財「彫金」保持認定者)金森映井智氏を迎え、線・布目象嵌技術を中心に講義と実習が行われた。プロを対象とする専門課程には、地元高岡市はもとより、京都や足利、金沢からも参加。人間国宝の素晴らしい技を目の当たりにしながら、より高い技術の習得を目指して全員が真剣な眼差しで取り組んでいた。

この「伝承者養成研修会」は二万年の継続事業として開催の予定で、今年も金森映井智氏を講師に迎える。

これからの伝統工芸の在り方を求めて
——デザインセミナー——
——高岡クラフトデザインネットワーク——

九二年十一月、高岡クラフトデザインネットワーク(略称CDNET)が発足した。高岡における地場産業のデザイン開発能力の向上を図り、高岡地域の産業全体の振興・発展に寄与するため、デザインセミナーの開催やタイムリーな情報の提供を定期的に行う方針だ。また、メンバーによる専門研究会を開き、高岡が抱える後継者問題や、職人育成の今後などについて研究を重ねていく。

CDNETに集まったのは、高岡地場産業の既存の六団体で、業界の若手経営者を中心に二百五十人で構成されている。事務局は高岡市工芸デザイン指導所内に開設された。

発足後、間もなく「ジャパンエキスポとマ博」総合プロデューサーの北本正孟氏を講師に迎え「イベントデザインと伝統産業」と題してセミナーを開催。北本氏は、イベントの必要性和効果について専門的に述べられ、続いてブランドづくりのヒント、アイデア抽出の方法など、興味深い話題を次々と話された。また、現在の「情報化社会」の次に「情報社会」が到来し、伝統工芸はその時代の先端を行く可能性を秘めている産業であることなど、高岡伝統産業の今後の方向性や在り方などを示唆された。

CDNETのメンバーは市内のデザイナーなど、集まった聴衆は引き込まれるように聞き入っていた。

セミナーで学んだことをどのように具体化し実践するのか。キャッチした情報をどう活かすことができるのか。高岡伝統産業の発想の転換を図る、ひとつの刺激であったことは確かであった。

パワー息づく、高岡PR大作戦

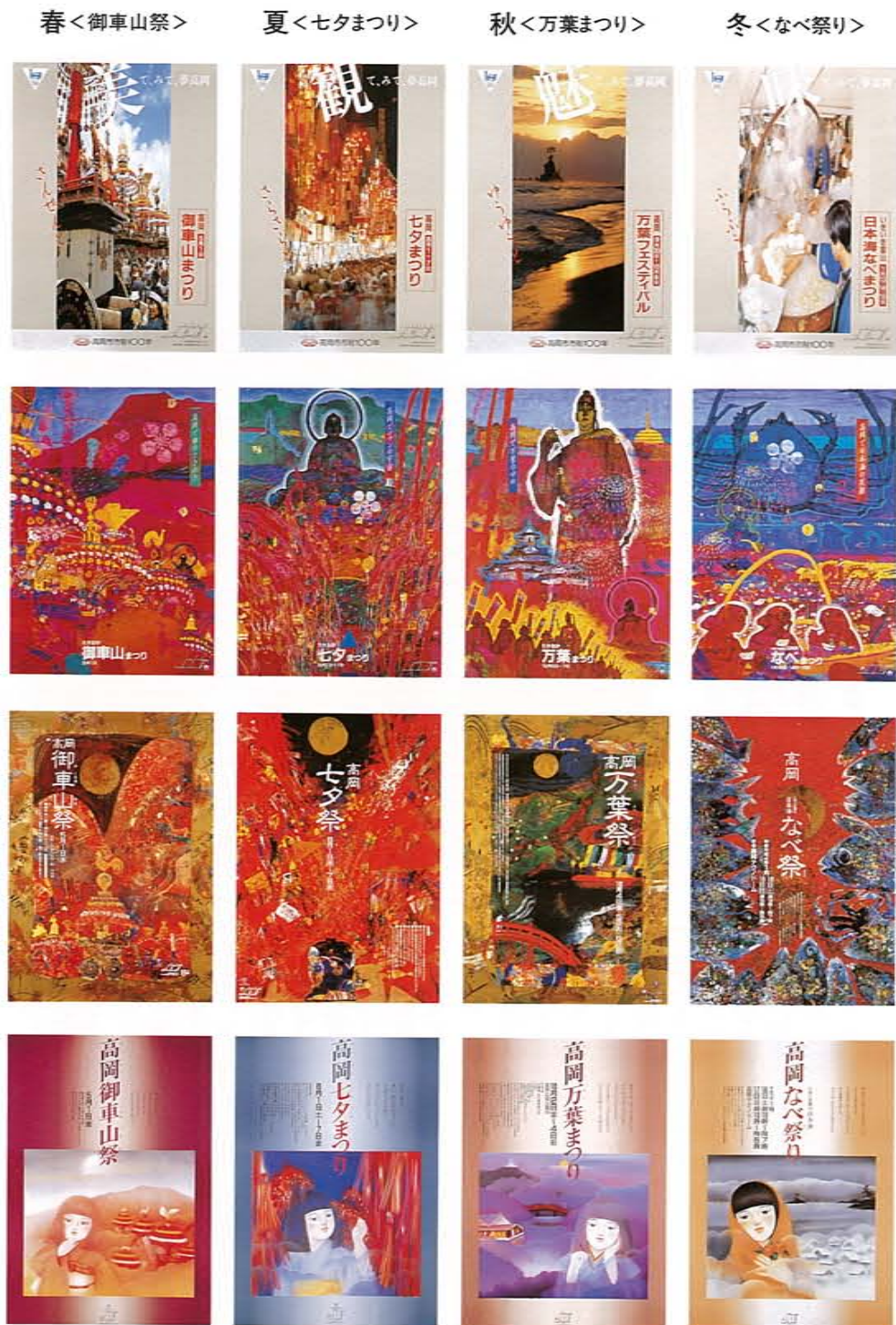
高岡市四大祭りシリーズポスターの変遷

1989
金子敦子

1990
林 清納

1991
古川通泰

1992
荒木ゆみ



金子 敦子
Atsuko Kaneko
グラフィックデザイナー
富山県高岡市に生まれ、金沢美術工芸大学を卒業。安井賞展初入選後、十四回入選。富山県十五回展で北日本美術賞を受賞するほか、インドの女性展など数々の展覧会を開催。富山県文化功労者にも選ばれている。

林 清納
Kiyono Hayashi
洋画家
富山県高岡市に生まれ、金沢美術工芸大学を卒業。安井賞展初入選後、十四回入選。富山県十五回展で北日本美術賞を受賞するほか、インドの女性展など数々の展覧会を開催。富山県文化功労者にも選ばれている。

古川 通泰
Michiyasu Furukawa
洋画家
富山県高岡市に生まれ、金沢美術工芸大学を卒業。安井賞展初入選後、十四回入選。富山県十五回展で北日本美術賞を受賞するほか、インドの女性展など数々の展覧会を開催。富山県文化功労者にも選ばれている。

荒木 ゆみ
Yumi Araki
パステル画家、イラストレーター
富山県高岡市に生まれ、金沢美術工芸大学を卒業。安井賞展初入選後、十四回入選。富山県十五回展で北日本美術賞を受賞するほか、インドの女性展など数々の展覧会を開催。富山県文化功労者にも選ばれている。

絵に関しては、見る人の判断におまかせしたい。なにより、このポスターの制作は高岡を離れてしまった私にとって、高岡をもっと一度じっくり見直す機会となりました。

依頼された時、パステルのタッチがこのシリーズポスターに合うのかと大変悩みました。一番苦労したのは、なべ祭りです。鍋・魚といった従来のイメージを一新させ、季節感と子供らしさを出すために、試行錯誤の末、案を決定しました。

アートとデザインを融合

一枚のポスターが、地方都市のイメージを雄弁に語ることがある。高岡市の四大祭りシリーズポスターも「デザイン工芸都市たかおか」のイメージを担うメディアの一つである。現在のようないくつかの祭りのシリーズポスターは、デザイナー数名による指名コンペ形式で、高岡市制一〇〇年（一九八九年）を機にスタートした。高岡市の観光ポスターは、市観光物産課のスタッフを中心に、一九六〇年代から制作され始めており、シリーズ化に踏み切った最大の要因は、高岡市を広く日本全国にPRしていくため斬新さと迫力が重要だったからという。

シリーズ化二年目以降は、路線を変更し、高岡市に縁のある作家の方々に原画を依頼している。ポスターというメディアがもつ本来のビジュアルパワーを発揮するためである。絵画の持つ力をデザインに融合することで、観光ポスターとして強いシンボル効果をもたらしている。絵画を用いるようになってから、カレンダーやテレホンカードへの活用も可能になった。あらゆる形に展開していることから、効果は大きい。

作家まかせにしないイメージづくり

この企画は、「御車山祭」「七夕まつり」「万葉まつり」「高岡なべ祭り」と高岡の一年を彩る四つの祭りを一人の作家がシリーズ化するということで、表現イメージの統一を図り、高岡をより魅力的に打ち出そうというものだ。興味深いのは、制作にあたっては作家に対し決しておまかせ的ではなく、作家のイメージを膨らませるため、祭りに関する各方面の人々との入念な打ち合わせが繰り返されることだ。企画側が抱くイメージやメッセージについては、作家との話し合いを重ねていく中で構築されるのだという。その後は、自分なりのモチーフや技術、そして豊かな表現力を持つ作家に、全てを委ねている。このシリーズポスターの制作は、こうした関係を保ちながら進められているのだ。

日本観光ポスターコンクール「銀賞」

優れた原画と趣向を凝らした企画によって展開される高岡市の四大祭りシリーズポスターは、県内外を問わず多方面にわたって反響を

ポスターに託す新しい夢

今後の方向性については検討中とのことだが、ポスターに一つの夢を託しているという。ポスター制作に直接関わっているスタッフは、「今後は、絵画や彫刻をはじめ幅広いジャンルの作家にもポスターづくりに関わっていただきたいと思っています。そして、ポスターの掲載場所についても従来以上に、市外へ県外へと積極的に露出していきたいですね。いずれにしても、これまでの実績を基盤として常に魅力あふれるポスターを作っていくたいです」と熱っぽく語る。

高岡市の四大祭りシリーズポスターは、スタッフの情熱を反映するかのよう、市民へ確かに定着、ますます発展の方向にあるといえる。

原画からのメッセージ 高岡ポスター原画展を開催

高岡四大祭りシリーズポスターや原画を集めた「高岡ポスター原画展（高岡市観光協会、アキデザイン主催）」が今年一月、ギャラリー「アルファ」にて開催された。会場では、四大祭りを始め、高岡市外音楽劇『越中万葉夢幻譚』のポスターや原画約三十点と、原画を活用した高岡市観光カレンダーなど多数を展示。こうした原画展は、県内でも初の試みで、作家やデザイナーの微妙なタッチや色使い、そして祭りに込めた思いなどを直接感じることのできる、充実した内容となっていた。



たかおか PROFILE

Culture <文化>

高岡は全国の「万葉集」の研究者やマニアの間では、万葉ゆかりの地としてかなり知られた土地である。

今から約1250年前の奈良時代、万葉歌人の大伴家持が746年（天平18年）に越中国守として現在の高岡市（越中国府は市内の伏木にあった）に赴任。家持は5年間の在任中に220余首の歌を詠んでいる。

ご存知のとおり、「万葉集」はわが国に現存する最古の和歌集。その編纂についての詳細は不明ながら、大伴家持が携わっていたことだけは確かとされている。

大伴家持の詠んだ歌の中には高岡の美しい自然を詠ったものが多い。二上山などは、四季それぞれに美しい姿を見せる山であるが、これと同じ名称の山が奈良の都にもあったことから、家持は折りに触れ、また望郷の念が募ると歌に綴っていたと思われる。



大伴家持像 二上山

1989年には市制100周年を記念して、「高岡市万葉歴史館」が完成した。万葉集を専門に研究する施設としては日本で唯一のもので、全国の研究家や愛好家から注目を集めている。また、ハイテク人形劇が上演されるなど、専門知識がなくても楽しく万葉が学べる気軽なカルチャースポットとなっている。



企画展示室 図書閲覧室

近年、高岡市では万葉がテーマの文化イベントを数々開催（下記の案内参照）。現在では「万葉まつり」として高岡市の四大祭りの一つに数えられている。市民はもちろん、全国の万葉ファンも多数参加して、く万葉のふるさとづくりを盛り上げている。



夢幻譚 朗唱の会

<万葉関連のイベント案内>

- 高岡野外音楽劇「越中万葉夢幻譚」
開催日／8月29日(日)・30日(月)
問合せ先／高岡市民文化振興事業団 Tel 0766-20-1450
- 高岡万葉まつり
開催日／10月1日(金)～3日(日)
問合せ先／高岡市観光物産課 Tel 0766-20-1301
- ラジオウォーク万葉
開催日／10月3日(日)
問合せ先／高岡市教育委員会社会教育課 Tel 0766-20-1454