

デザインのチカラで未来をつくる

先日受賞が発表された「ジャパン・ツバメ・インダストリアルデザインコンクール2021」。今回初めて、「若monoデザインコンペティション燕2021」で評価されたデザインを製品化したものが準グランプリを受賞しました。今号では、受賞までの道のりや、グランプリを受賞した新型コロナウイルスワクチン運搬庫などについてご紹介いたします。

出会い、そして失敗

平成28年度に初めて開催された「若monoアイデアコンペティション燕2017」。デザイナーの岸さんは、硯で墨をする動きに着想を得たおろし器「野菜のすずり」で、準大賞に選ばれました。

「野菜のすずり」をカタチにするにあたり、市内で金属製刃物を製造している(株)ツボ



▲「野菜のすずり」

エの代表取締役社長の笠原伸司さんの協力で、製品化にチャレンジすることになりました。二人で約1年かけてデザインをブラッシュアップし、試作品を完成させます。しかし、でき上がった試作品を販売店に持ち込んでも反応はいまひとつで、結局、量産して売り出すことはできませんでした。

リベンジ

商品化を断念した後、笠原さんのもとに岸さんから電話が入ります。「第3回のデザインコンペで大賞をとりました！リベンジしましょう！」笠原さんは、前回の雪辱を

晴らすべく、再び岸さんの作品の製品化に協力することを決めました。今度こそ絶対に売れるものを作りたい。二人の奮闘が始まります。

製作

岸さんが平成30年度に大賞をとった作品の名は「Leaf」。薬味やチーズなどを、まるで手のひらで直接すりおろしているかのような感覚で気軽に楽しむことができることをコンセプトにした、手のひらサイズの「野菜のすずり」では、ターゲットを掴めていなかった反省を踏まえ、今回は「日ごろおろし金を使わない若い人

若 mono デザインコンペティション燕って？

市内企業と若手デザイナーのマッチングを図り、付加価値の高い新製品の開発を行うことを目的としたコンペティション。若手デザイナーとの共同開発に取り組む意欲のある企業ごとに設定したテーマに沿ったデザインを募集し、大賞を決定。テーマを出していた企業と試作開発し、製品化を目指します。

ジャパン・ツバメ・インダストリアルデザインコンクールって？

金属洋食器、金属ハウスウェアをはじめとする燕産地が生み出すさまざまな製品について、「革新性」「審美性」「機能性」「市場性」「社会・環境性」の専門的視点から評価・発信することで、産地としての競争力を高め、持続的発展を目指します。今回で44回を数え、グランプリには経済産業大臣賞が授与される名誉あるコンクールです。

今回のポイントは？

若 mono デザインコンペの受賞作品が実際に製品化し、デザインコンクールで表彰されたのは今回が初めて。若者らしいデザインと燕の技術の融合で、キッチンを明るくする製品ができました。

現在、オランダで生活していらっしやるそうですね。

世界的に有名なダッチデザイナーを勉強しています。今はロックダウン中で自由に動かせませんが、将来的にはフリーランスビザの獲得を目指しています。

嬉しく思っています。若monoデザインコンペで得たことは？ ツボエさんとマッチングできたこと、また、コンペを通じ、他の受賞者と繋がれたことです。今度、他の受賞者と一緒に、商品化した3作品をイタリアのミラノデザインウィークで展示する予定です。

他のコンペと違いはありますか？

「手のひらで野菜をおろす」を核となるコンセプトとしていた中で、路上の掲示板に貼られたポスターが風に吹かれて角がめくれている様子を目にしました。紙の角をめくるといふ動作は馴染み深いですし、金属プレートに着色した見た目はポストイットのようにポップになるのではと思っ

たのが始まりです。「Leaf」は「野菜のすずり」の制作過程で生まれたアイデアを基にして制作しました。あのときの試行錯誤が別の形で結果に結び付き、

色々なデザインコンペに参加しましたが、賞金を出して終わりではなく、商品化を見据えて企業の方々と橋渡しまでしていただけのコンペはとて貴重です。デザイナーを志している若者が日の目を見るには、デザインが実際に商品として世の中に広まっていくことが必要です。若monoデザインコンペには多くのチャンスを与えていただき、本当に感謝しています。



岸 玄昌 さん
●フリーランスデザイナー



笠原 伸司 さん
●株式会社 ツボエ 代表取締役社長

初めて「Leaf」のデザインを見たとき、どう思いましたか？

なるほど、そうきたかと。自分では絶対に思いつけないデザインでした。コンペという場で結果を出し、商品化に再挑戦したいという気概にも胸を打たれました。

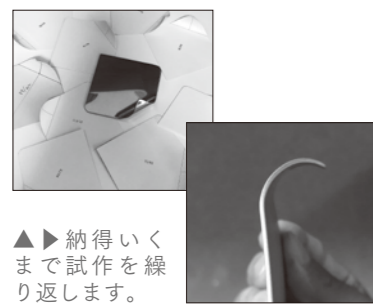
そういえば、高校生の娘に先日これが欲しいと言われました。可愛いので友達にあげるのだそうです。いままでおろし金には見向きもしなかったのに(笑)でも、こんな身近でマーケティングの成功を感じられたのはすごく嬉しかったですね。

コロナ禍が影響を与えたことはありましたか？

やはりステイホームですね。普段料理をしない人たちも、巣籠もりで良い調理器具を求めたことが追い風になりました。チューブの調味料も便利ですが、おろしたてはやっぱり香りや風味が違います。

日ごろ、おろし金を使わない層をターゲットにしたのが当たりましたね。

コロナ禍の前から始動していたのですが、結果的に多くの人たちへ届いてよかったです。



▲▶納得いくまで試作を繰り返します。

笠原さんと岸さんが約1年かけて作った「Leaf」改め「Irogami」ひとひらのおろし金」は、若者のユニークな視点と燕に息づく高い技術による、これまでになかったおろし金です。



▲「Leaf」