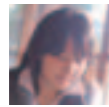


特集：

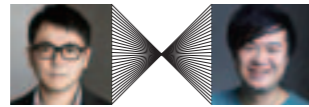
# DESIGN



フードプランナー  
山倉あゆみ



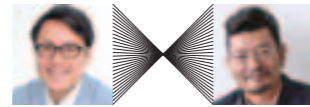
プロダクトデザイナー  
堅田佳一



ディレクター  
丸山健太



デザイナー  
イナムラシinya



アートディレクター／デザイナー  
石川竜太



アートディレクター  
関谷隆

私たちの身の回りに溢れる「デザイン」。

目に飛び込んでくる広告やイラストだけでなく、

毎日使う机やイス、料理やお酒に至るまで

すべては誰かが生み出した「デザイン」からできている。

今回は、様々なジャンルでデザインに関わるキーパーソン達にフォーカス。

新潟を舞台にデザインを繰り出すクリエイターたちの言葉には、

業種の壁を越え、働く私たちの意欲と想像力を掻き立てるメッセージがあった。

そのメッセージを受け取ったとき、

ビジネスライフはもっとおもしろくなっていく。

Photographer : cozi(studio roop)  
Editor : Haruka Matsunaga , Jun Igarashi

広告枠

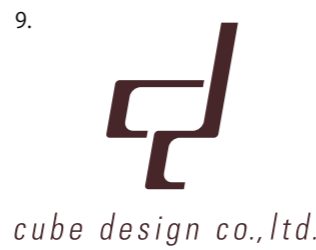
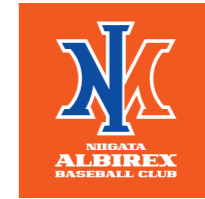


Fr@me  
アートディレクター / デザイナー  
**石川 竜太**  
Ryuta Ishikawa

1976年、新潟県三条市生まれ。2006年 Frame:株式会社フレイム設立。既成概念にとらわれることなく、常に新しい仕組みや仕掛けを考え、新しい価値観を生み出すコミュニケーションを創り出すべく商品・ブランド開発、広告制作、C.I.V.I.計画、SPなど、デザイン全般にあたる。麒麟山酒造ブランディング及びパッケージデザイン、ギフトラインプロジェクト「cotomoto」アートディレクション、キリンビバレッジ「生茶」のパッケージデザインなどを手がける。主な賞歴に新潟広告賞 優秀賞制作社賞(2012)、新潟広告賞 奨励賞(2006・2008・2010)新潟ADC グランプリ(2007・2012・2013)、新潟ADC 準グランプリ(2011・2013)2014年 Graphic Design in Japan 2014「JAGDA賞(2部門)」受賞。

新潟県長岡市生まれ。1992年 有限会社インテグレート・グラフィックスを設立。「インテグレートされた企業コミュニケーションの創造」を念頭に、C.I.、広告計画、セールスプロモーション、イベント等のプロデュース・制作業務にあたる。1989年 フジテレビジョン「F-1」テレビタイトル制作。以降、テレビタイトル多数制作／1995年 サッカークラブ「ALBIREX新潟」V.I.計画監修／1997年 株式会社テレビ新潟 「TeNY」V.I.計画／2002年 株式会社新潟総合テレビ 「NST」V.I.計画／2005年 フジテレビジョン 「SPORT」シンボルマーク・タイトルロゴタイプ・ブロードキャストデザイン／2012年 鼓童「アースセレブレーション2012」クリエイティブディレクション／2013年「北陸ガス株式会社」 V.I.計画。JAGDA会員、新潟ADC会員。

Integrate Graphics  
アートディレクター  
**関谷 隆**  
Takashi Sekiya



1. まいどや酒ロゴ 2. 越後亀紺屋藤岡染工場ロゴ&パッケージデザイン 3. 麒麟生茶パッケージデザイン (2014.3.11 発売)  
4. しろくまのお米パッケージデザイン 5. 麒麟山紅葉パッケージデザイン 6. 麒麟山大吟醸梅酒パッケージデザイン  
7. 共栄堂薬局グループロゴ 8. リビングギャラリーロゴ 9. キューブデザインロゴ 10. 灯りの食邸 KOKAJIYA ロゴ



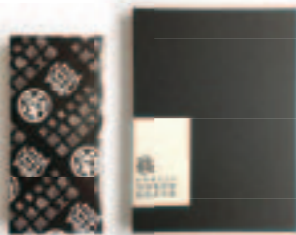
From 石川 竜太 Integrate Graphics 関谷 隆

アートディレクター / デザイナー

アートディレクター



(※1) 北陸ガスロゴ 関谷氏が手がけた作品。北陸ガス創立100周年を記念して制作された。



(※2) 越後亀紺屋 藤岡染工場 パッケージデザイン 石川氏制作。『Graphic Design in Japan 2014』掲載作品選考会にて、JAGDA賞パッケージ部門を受賞。



スポーツロゴ 石川氏がIGにいた当時、関谷氏との共同制作でデザインしたロゴ作品。

新潟が誇るデザイン界の巨匠・関谷隆氏と石川竜太氏。師弟関係にある2人は、デザインシーンをどのように見ているのか? 関係者ならずとも、この2人の対談は見逃せない。

石川さんは、18年前に関谷さんの会社で働いていたそうです。

石川(以下:石) 印刷会社での仕事をを経て、20歳の時から働いていました。当時から雲の上の人のような存在で、同じ社内にもいってなかなか話すことはありませんでした。その頃はアシスタントだったので、ひたすら写真のスクリーンなど、地道な作業をしまくっていたのを覚えています。

関谷(以下:関) 当時はデータじゃなくてフィルムだったから、面倒だってブーブー言ってたよね(笑)。

石: あ、それは冗談じゃなかったんですけどね(笑)。

デザインを仕事にしたきっかけは?

石: きっかけは、関谷さんにデザインの楽しさを教えてもらったから。これ、お世辞じゃなくて本当ですよ。デザイン方面に進んだこと自体に明確な理由はなかったけど、インテグレート・グラフィックス(IG)で働くようになって、たくさんの方のことを学びましたから。

関: 昔、本当は画家になりたかったんだ。でも、稼げないのが現実だから、専攻をデザイン科に

変更したんだ。たか。デザインを学んでいた頃はちょうど広告デザインの輝かしい時代で、西武デパートの広告とか、糸井重里とか、スターの出た時代だった。マスコミ志望の人間もたくさんいたような気がするな。

石: クライアントの数だけ違うフィールドの仕事ができるこの仕事は、すごくおもしろいと思う。いろんなことを知れて、いろんな人と出逢える。クライアントとの関わりが浅かったら、大したものできなかったり、深い関わりを作れたからこそ、

深いモノができると思う。 関: 企業の根幹を知らなければ、良い仕事はできないね。社長の悩みを僕はデザインで解決していく。デザインが商品になって、それが売れるか、売れないかはデザイナーの腕に掛かっている。デザインって言うと今、座っているこのイスのような、形あるものばかりが目立ってしまっているけど、実際は完成に至るまでのストーリーに核があるんだよね。

考えを引き出し、その言葉を実現化できるかが求められているのではないだろうか。 新潟アートディレクターズクラブ(NADC)を立ち上げた目的は? 関: NADCは若い人たちに向けて立ち上げたもの。立ち上げ当初はすごく辛かったですよ。デザイナーなんてあくまで黒子ですから。裏方としての仕事ばかりだったんで、こんな取材を受けるような注目を集めることはなかった。企業の間には代理



「深い関わりを作ることで 深いモノができる」 Ryuta Ishikawa

「デザインは、完成するまでのストーリーに核がある」 Takashi Sekiya

石: 関谷さんが作った「北陸ガス(※1)」のデザインはさすがだと思って、冗談抜きで思った。TVや新聞で見たとき、頭一つ出ているなって。「この差は何なんだろう」とよく思いますが、それが未だに分らないから自分はまだまだなんですよ。ロゴのデザインは、一生懸命やっている部分でもあるから、すごく目に止まるんです。

関: うーん。やっぱりセンスですよ(笑)。俺は広告ベスでやってきたから、石川のように小さな仕事からコツコツとやってきた奴は偉いなって思う。どちらかと言うとメジャー志向があった、できるだけ露出していった

目怖くて話し辛いのに、指導も優しくないんだから(笑)。 関: まあ、人に教えるっていうのは難しいよね。特にデザインというものは。 今後の活動について

関: 俺はもう新潟をどうしようとか考えていないから、あとは好きなことをやるだけかな。これからのことは、石川に任せたい。石: そうなんです(笑)。最近では小さな仕事をコツコツやっている訳ですが、そこでもデザインの魅力を最大限に伝えられるような仕事がいい。関谷さんが言っていたような「デザインは完成するまでのストーリーに核がある」ということ、本来のプロセスやデザインの可能性が伝わる作品づくりを進めていきたいと思う。

関: そういえば、JAGDA賞を取った「越後亀紺屋藤岡染工場」のパッケージ(※2)は友達からの依頼なんだった? 人脈を作ることは仕事をする上で一番大切になってくるけど、人付き合いの上手い石川はすごいと思うよ。

新潟アートディレクターズクラブ(NADC)とは?

さまざまなメディアやフィールドが加速度的にクロスオーバーしていく時代、新潟のクリエイターがデザインと自らの可能性を広げていくために個人の資格で参加・運営する「クリエイターの課外活動」。年1回の作品公開審査と受賞イベントを開催。また、年鑑の発行も行う。

らデザインの存在感が高められるんじゃないかなって思ってた。石川のように純粋にデザインを楽しむでもいいじゃない。 石: 若手デザイナー達にも、自分の殻を破って挑戦して欲しいですね。世間は意外と若手のアプローチを待っていることに気が付いて欲しい。 デザインを指導する時、まず知って欲しいことは? 関: 実は俺、年に2回くらい職

業訓練校でデザインを教える。石: えー! そうなんです。初耳です。 関: いつも言ってるんだよね。「何でもいから趣味や自分のこだわりを持ってほしいんじゃないかな」って。 石: 僕と関谷さんが同じテーマを出されても、絶対に同じデザインはできあがらないでしょう。それは、相手が誰であろうと同じこと。自分の見聞きしてきたものが創り出すものに大きく影響するから、経験値の高い人の

方が有利になるに決まっている。だけど、ただ年を重ねても先人達に追いつける訳がない。その人たちと同じくらしいの努力と経験が必要だから。 僕が関谷さんの元で働いていた頃は「お前は世の中にアンテナを張って生きろ」としか教えてもらえなかったんですけどね(笑)。 IGを辞める直前に関谷さんへ「もっと分かりやすく新人へ説明をしてあげないと、分かってくれませんか」と言ったことがあるの、覚えていますか? 見た





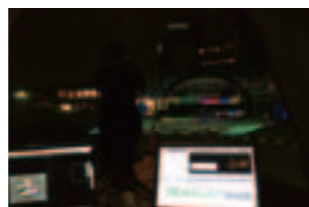
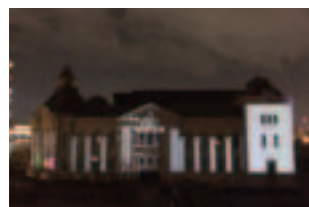
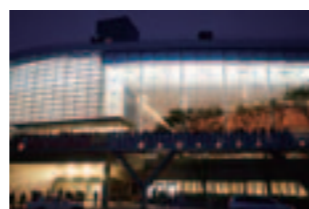
SOLU MEDIAGE inc.  
代表取締役・ディレクター  
**丸山 健太**  
Kenta Maruyama

映像、グラフィック、Web、デジタルサイネージ、アプリケーション開発などあらゆる媒体をフィールドとするスペシャリスト集団SOLU MEDIAGE代表。様々な最新技術を融合させ様々なソリューション、アートワークスを新潟から全国、世界で展開。地方都市ではいち早く着手したプロジェクションマッピング。各地で手掛けた演出はメディアでも大きく取り上げられている。

新潟大学に在学中、グラフィックデザインやウェブデザイン、プログラミングなどを独学で学び、東京を中心に企業や広告代理店よりデザイナーとしてのオファーを受けるようになる。現在はフリーランスのクリエイターとして、ロゴデザイン、グラフィックデザイン、ウェブデザイン、プログラミング、イラストレーション、プロダクトなど、多岐にわたりクリエイティブワークを展開している。



デザイナー  
**イナムラシンヤ**  
Shinya Inamura



「新潟市歴史博物館みなとびあ」  
プロジェクションマッピング

二代目新潟市庁舎の外観をモチーフにした、新潟市歴史博物館みなとびあの壁面を使ったプロジェクションマッピング。いつもとは異なるイメージ、非日常的空間を生み出すのもプロジェクションマッピングの力。

「第65回十日町雪まつり」  
プロジェクションマッピング

雪像にプロジェクションマッピングを投影するのは初めての挑戦。多くの方が十日町ならではの歴史・文化を取り入れた映像を制作。マスコミに取り上げられたこともあり大きな話題を呼んだ。

沖縄県「南城市ハーブフェスティバル」  
プロジェクションマッピング

ユインチホテル南城で開催された、沖縄県内の大規模イベントでは初の建物に映像を投射させるプロジェクションマッピングを実施。色鮮やかな映像美で幻想的な空間を演出した。

「ラ・フォル・ジュルネ新潟2013」  
プロジェクションマッピング

2013年4/26~4/28の3日間、リューとびあ新潟市民芸術文化会館での「ラ・フォル・ジュルネ新潟2013」本公演開催に合わせプロジェクションマッピングによる連動企画で光のアートを実施。



VERY Rice!  
ブランドデザイン(2014年)  
©2014 VERY RICE.



浅葉克己デザイン室  
ウェブサイト(2010年)  
©2010 KATSUMI ASABA DESIGN STUDIO.



LISMO!  
ウェブサイト(2007年)  
©2007 KDDI CORPORATION.



キリンビール大学 芸術学部  
ウェブサイト(2007年)  
©2007 KIRIN COMPANY, LIMITED.



トリビュート・トゥ・シェリル・クロウ  
ジャケットデザイン(2006年)  
©2006 GET OVER THE RECORDS.



SPACE SHOWER SWEET LOVE SHOWER 2013  
メインビジュアル(2013年)  
©2013 SPACE SHOWER NETWORKS INC.



SOLU MEDIAGE inc. 代表取締役・ディレクター

# 丸山 健太

# イナムラシンヤ デザイナー



「人の感情を揺さぶるツール」

「作品の中のストーリーを感じて欲しい」

撮影協力: Italian Bar t-tee

繋ぐ大切な役割も兼ねている。丸山・デザインを通じて人と人が繋がりが合うって素晴らしい事だと思う。そんな力を持つているのもデザインだね。現代はコミュニケーション不足と言われる人間関係が希薄な社会と言われてるけど凄く使命感を感じるよね。伝えるデザインから人と人をつなぐデザインと、関係や環境を考ええた背景を作り上げるのも僕たちの仕事だと思ってる。

## イナムラさんが現在取り組んでいる話題の「VERY Rice」には?

毎年約20万トンが賞味期限切れのため焼却処分されている。その捨てたお米を使って衣食住がまかなえたらすごくいい事だね。だから「VERY Rice」プロジェクトを立ち上げたんだ。丸山・元々、iPhone Caseを作ろうと思っただけで、やってみたら、試行錯誤しながら作り上げていったの? イナムラさんは、お米のプラスチックで何を作ったら喜んでもらえるだろうという所からだね。ターゲットとニーズ、ブランドの方向性を検討して、まずはiPhone Case(※2)で行こうという事になった。東区の金型工場の坂井精機さんに協力をお願いしながら、プラスチックペレットの仕入れや、3Dモデリングの制作、金型の製作、プラスチックの成型まで、全て一から始めた

## 今までの話を聞いて振り返ると、楽しみながデザインに携わってきたように感じます。お二人にとってデザインとは?

丸山さん: 大好きなもの。デザインに出会った18歳の頃から今まで、デザインの事を考えない日はないくらい(笑)。だから仕事をしている時は、ワクワクしながらパズルを解いているような感覚

互いに認め合う「似たり者同士」。人間味があり好奇心の塊、それでいてクリエイティブでエッジー。二人の間で交わされたデザイン、そして仕事に対する想いに迫る。

## お二人は、何故「デザイン」に携わることになった?

貯まっていたので、当時まだ知らない人も多かったウェブサイトというもので、世界中の人に作品を見てもらう。本屋でプログラミングの本を買って読んで勉強をしようというウェブサイトを立ち上げたんだ。それが1998年で20歳の頃。丸山健太(以下・丸山)インターネットを始めたのも早い方だし、お互い時代の流れには敏感だね。手が早い(笑)。イナムラさんは小さい時から好奇心が旺盛で、新しいものが好きなんだよね。新しいものってドキドキ、ワクワクするし、すごい発見や発明に触れると、やっぱり人間ってすごいなって実感するんだ。クリエイターだからこそ「今」を知らないや。お互い好奇心で生きてるから、出会ったんだろね。あの頃、健太は映像にの

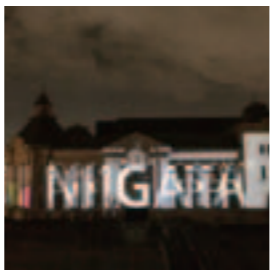
めり込んでたよね。丸山: どっぶりだったね。大学生時代、お金貯めてMACを買ってアルバイト先のイベントポスターやフライヤーなんか作ってたんだけど、最初は作り方なんて全然分からなかった。印刷所の人に怒られたり失敗しながら、独学で勉強していった。そのうち「このデザインが音に合わせて動いたりしたらもっと面白い」と思うようになってVJから映像に傾倒していったんだよね。本当に好奇心で動いてた。イナムラさんは昔から機械とかガジェット好きなイメージ。常に新しいアイデアを考えていて、それを様々なテクノロジーで実現してきたよね。丸山: テクノロジーは、沢山の可能性を実現化させる力があるから。

## 丸山さんが最近プロジェクトにマッピングを、手掛けるようになったキッカケは?

丸山: 空間に何かを仕掛けることが元々好きで。平面的な長方形のスクリーンに映像を映し出すより、凹凸のある建物に映した方が面白いと思って。当時から、プロジェクトにマッピング(※1)に近いような表現は実験的にやっていたんだよ。映像というよりは仕掛けや手法の一つとして認識している。プロジェクトにマッピングは、普段見慣れているイメージを変える力があると思うんだよね。特に街中のプロジェクトにマッピングは、それを多くの人と共有出来る点に面白さがある。最近新潟でも携わる機会が増えまさか新潟県内で観れると思って

### (※1) プロジェクションマッピング

建物や物体、あるいは空間をスクリーンとして、映像を投影するプロジェクションマッピング。見慣れた普段の風景を変える力を持ち、街中での開催になると多くの観覧者を集客する。



### (※2) VERY Rice!

“お米でつくる、衣・食・住”をコンセプトに、お米を使ったプロダクトや食品をデザイン、製造、販売するブランド『VERY Rice!』を設立。第1弾のプロダクトとして、お米由来のバイオマスプラスチックを使用したiPhoneケースをリリースした。VERY Rice! STOREより購入可能。http://veryrice.stores.jp/ ©2014 VERY RICE.



指して言われているけど、実はコミュニケーションやシステムなど、目に見えないデザインもたくさんある。本来デザインという言葉はとても広い意味合いを持つ言葉だね。丸山: そう。大きさに言うと「生き方」もデザインだと思ってる。結局、人が何かを感じて進む方向を導くのもデザインだね。イナムラさん: これからの時代に大切なのは「ストーリー」なんだと思う。作品にメッセージを吹き込み、キッカケをつくる事で、見た人が自分の経験と重ね合わせて、それぞれに自分のストーリーをつくっていく。作品というものは、作り手と受け手の両方で完成するものなんだと思う。



和佐美 代表取締役 佐藤 輝  堅田 佳一 Tojiro Japan  
プロダクトデザイナー



佐藤 輝

Akira Sato

1971年生まれ、新潟市出身。輸入菓子バイイングマネージャーから燕市庖丁メーカーで商品企画・海外貿易部の経験を経て(株)和佐美を設立。現在は職人さんが作る高級和風木製インテリア、雑貨の企画販売を国内外に向けて行っており、自社製品はデザインコンペにも積極的に出品。

堅:物によって、両者のバランスは異なってきます。製造方法や素材、背景などを考慮し、コンセプトを設定した段階でプロダクトのカチはある程度自然に導き出されると思うんです。だから、見た目の姿、カタチというよりも、コンセプトをしっかり練って進めることが大事だと思います。プロダクトを開発するにあたって、今まで抱えていた問題を何かしら解決することも、デザイナーの仕事。僕は美大とか芸大出身じゃなく、大学の理工学部で物理を学んでいたんで、使いやすさやコンセプトにこだわらないといけないと思って。それに見た目の美しさも加えて、バランスをとるんです。例えば「Tojiro ORIGAMI」シリーズだと、「元々「藤次郎」シリーズは業務用包丁としては有名でしたが、家庭用としては認知されていなくて。包丁の品質には自信があったから、見た目でもインパクトのあるデザインを考えて、機能性とデザインのバランスをとったんです。

佐:実績のあるメーカーが、突っ込んだデザインの「Tojiro ORIGAMI」シリーズを作ったことに意味があるから、

佐:「自分の生活に取り入れたらいい」とか「ワクワク」を感じるものが出来れば、カタチの無いサービスなどを生み出すこともデザイナーの定義に当てはまりますよね。堅:はい、僕はプロダクトだけでなく、展示会や店舗での販売戦略も考えていますよ。

佐:そういうえば、ドイツで開催された世界最大級の国際消費財

「プロダクトを使用するイメージが出来るかどうか。」



Akira Sato

見本市・アンビエンテで新しい和の表現を施したデザインブースを手掛けていましたよね?

堅:和の表現って型にハマりやすく、どこの会社も同じようなアプローチをしていたんです。僕が表現したかったのは控え目だけど、重厚で品があるデザインブース。佐藤さんと一緒に仕事をしている中で、木や布を使った色々な引き出しが増えていって、あのような表現が出来たと思っています。現地の方の評価が高くて、嬉しかったですね。

佐:元々、「和風インテリアを通して消費者の生活を豊かにしたい」という想いがあったんですけど、今後は海外にも提案していきたいですね。だからもっと、堅田さんと製品を開発しないと(笑)。

堅:ありがとございます。僕は今の環境に不満は無いのですが、もっと幅広い分野のデザインに携わりたくて独立を決めました。新潟県、そして燕三条って魅力的な物を発信出来る素晴らしい土地だと思っています。それらを世界に発信していくため、これからも佐藤さんはもちろん、色々な方と一緒に物作りをしていきたいですね。

元々は同じ会社のデザイナーと営業。今は異なる会社のデザイナーと経営者。二人を結びつけているのは、「プロダクトデザイナーへの想い」だ。それぞれが考えるデザイナーの在り方、そして軌跡に迫る。

最近手掛けたデザインの中で、印象的だったものは?

堅田(以下:堅)佐藤さんと制作した、家庭でも使える組子を使った壁時計。それと重要文化財にも指定されている小千谷の

染織物・小千谷縮を使ったパーテーションのデザインですね。木を組み合わせて模様を作る伝統木工技術・組子って一般の方にとって、高級なイメージがあって、程遠い存在だと思ってる。誰が見てもステキなものなのに。だからもっと身近な存在にしたい。デザインにはそういう役割もあると思うんです。

佐藤(以下:佐)私もそう思っています。あと、何より大事なのは想いですよね。「日本の伝統美を現代生活に合う形で」と普及させたい」という想いで取り組み

ましたから。

堅:小千谷縮のパーテーションもそうですよね。素晴らしい技術だからこそ、後世に残して欲しいです。

佐:想いをコンセプトに込めて、開発していく行程は楽しいです。堅田さんに数案出してもらって、最終的に二人で詰めていくじゃないですか?いつも抽象的なイメージしか伝えないので、案が出てきた時に「コレ良い!」って驚くことも多いです。

堅:佐藤さんからの依頼は僕にとって挑戦だと思っています

(笑)。自分なりに噛み砕いて、大事な要素だけピックアップして、再構築してデザインに落とし込んでいきます。いつも佐藤さんに「こういうのやりましょうよ」と提案すると、しっかりリアクションをしてくれるので僕も進めやすいですね。

プロダクトは使用するもの」という事が大前提ですが、堅田さんの中で再構築した後に機能性とデザインのバランスをどのようにつけていますか?



Yoshihito Katata

撮影協力:LUXUOSO

「美しさや機能性などのバランスがとれた頂点を目指すこと。それがデザイン。」

堅田 佳一

Yoshihito Katata

1984年生まれ、大阪府出身。プロダクトを中心に、グラフィック、空間デザインなどを手掛ける。手掛けたオールステンレス包丁シリーズ「Tojiro ORIGAMI」でiF design awardをはじめ、グッドデザイン賞を受賞。現在は燕市の藤實工業(株)でプロダクトデザイナーとして在籍しているが、今年7月からはフリーのプロダクトデザイナーとして、新潟県内で活動予定。



Works



2月にドイツ・フランクフルトで開催された世界最大級の国際消費財見本市・アンビエンテでは、日本の伝統工芸を取り入れた新しい和の表現で、世界各国から賞賛を受けた。



建具の技術を用いた組子の時計は、シンプルでデザイン性が高く、一般家庭での使用を視野に入れたプロダクトだ。

小千谷市の伝統工芸・小千谷縮を用いたパーテーション。見た目が美しく、パーテーションを隔てた先に人の雰囲気を感ぜられる。



堅田氏が藤實工業(株)に入社してから最初に手掛けたという包丁の簡易シャープナー。細部までこだわったシャープなデザインが印象的だ。

料理研究者・有元葉子氏がプロデューサーを務めるLABASEブランドの製品シリーズ。ナイフは8種あり、発売された今も生産が追いつかない状態。現在は、ナイフ以外の製品を開発中。



「Tojiro ORIGAMI」は、一枚の金属板を使用する事で、溶接をせず、柄の部分まで全てを一枚の金属板で製造。日本の伝統である折り紙をイメージさせるデザインは、海外からも評価が高い。