

プレスリリース**資生堂、象印マホービン、富士フィルムほか日本を代表する企業7社がデザイナーの清水久和とともに「次のデザイン」を発信**

ー「愛のコンティニュアスデザイン」展、六本木のアクシスギャラリーで今秋開催



日本を代表する企業7社（資生堂、象印マホービン、富士フィルム、天童木工、コトブキ、ノリタケ、コクヨ）とデザイナーの清水久和による展覧会「愛のコンティニュアスデザイン」を開催いたします。

「オリーブのリーゼント」（瀬戸内国際芸術祭2013）など数々のデザインワークで注目を集める清水が、デジタル化時代のデザイン手法「コンティニュアスデザイン」を用いて各社とコラボレーション。完成したコンセプトモデルを一堂に展示するとともに、各企業の取り組みも紹介いたします。

日本のものづくりを最新のデジタルデザインで刷新する意欲的な試みにご注目ください。

展覧会概要

名称：愛のコンティニュアスデザイン展

会期：2015年10月31日（土）～11月8日（日）

会場：アクシスギャラリー（東京都港区 六本木5-17-1）

主催：アクシスギャラリー、S&O DESIGN株式会社

参加企業：株式会社資生堂、象印マホービン株式会社、富士フィルム株式会社、株式会社天童木工、株式会社コトブキ、株式会社ノリタケカンパニーリミテド、コクヨ株式会社（掲載順）

プロダクトデザイン：清水久和（S&O DESIGN）

会場デザイン：山口誠

写真：宮原夢画

企画：岡田栄造（S&O DESIGN）

■本件に関するお問い合わせ：アクシス佐野恵子

Tel.:03-5575-8391、Fax:03-3583-0199 E-mail:sano@axisinc.co.jp

※ビジュアルデータをご用意しています。ご請求お待ちしております。

「コンティニュアスデザイン」について

変化する社会で企業が製品の魅力を確実に訴求し、その価値を持続的に高めることはますます難しくなっています。今日の製品には従来にも増した強い独自性と、成長を続けるための柔軟性が必要です。

S&O DESIGNの清水久和が開発した「Continuous Design」（コンティニュアスデザイン）は、成長する製品のためのデザイン手法です。デザイナー自らがラフスケッチを描く感覚で行う新しい3Dデザインプロセスで、以下の4つの連続性を可能にしています。

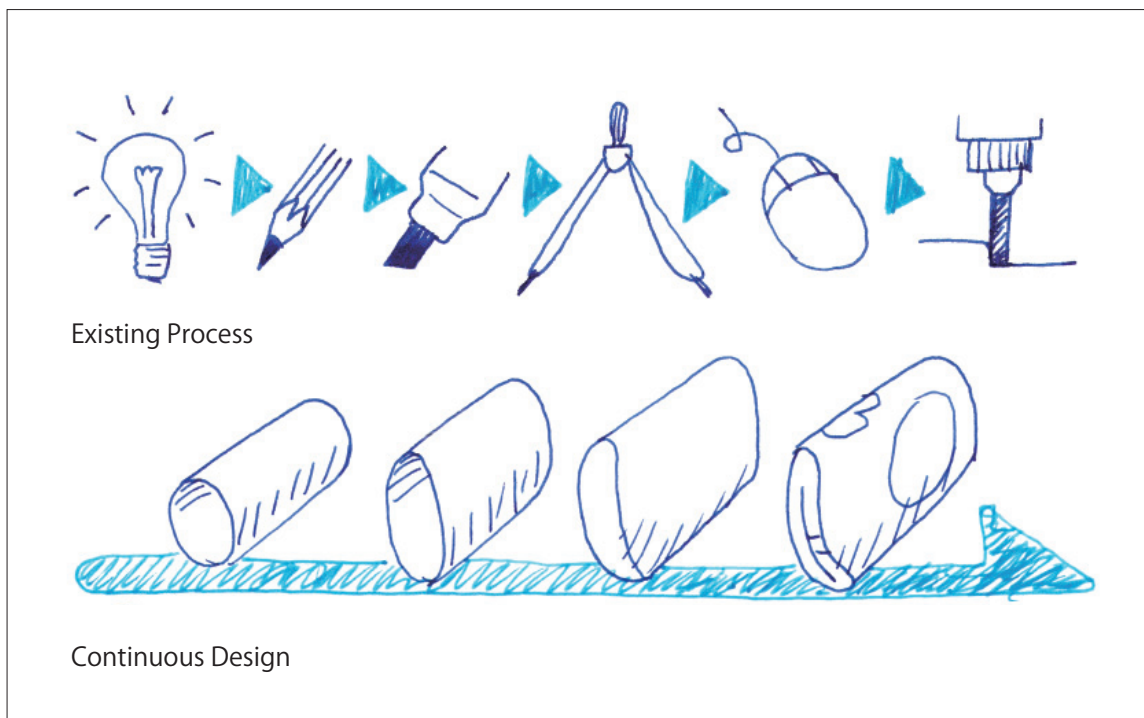
Continuous Improvement（使いやすさの継続的な改善）

Continuous Beauty（機能から導かれる自然な美しさ）

Continuous Process（デザインプロセスの統合）

Continuous Identity（ブランドを「育てる」ための手法）

「Continuous Design」では製品のモデリングや図面化に際して、従来の規則的な寸法概念を必要としません。様々な要件を柔軟に盛り込み、製品の特徴を自然に反映させた美しい造形を導くことが可能です。



コンティニュアスデザインのプロセス



コンティニュアスデザインの3Dモデルと実製品

【展示内容】

資生堂 — 香水瓶

象印マホービン — 魔法瓶

富士フィルム — インスタントカメラ

天童木工 — 椅子

コトブキ — 水飲み

ノリタケカンパニーリミテド — コンポート

コクヨ — ハサミ



資生堂

ホワイトローズナチュラル

発売から60周年を迎えた香水「ホワイトローズナチュラル」のボトルをリデザイン。商品名でもある白薔薇を表現する要素として、従来の花ではなく棘に着目。若い薔薇の柔らかく透明感のある棘をモチーフとすることで、ホワイトローズの清々しく幻想的なイメージを踏襲しつつ、そこに芯の通った性格を与えた。ボトルのデザインに合わせて新たな香りを試作することとなり、資生堂のチーフパフューマー、堀田龍志の手により、棘のイメージが加わったフレッシュで生命感のある香りが生み出された。



富士フィルム

チェキ

インスタントカメラの楽しみ方を再定義し、新たな写真文化を創出したチェキのコンセプトデザイン。世界中の若者たちのファッションアイテムとなっている状況に触発され、ファッションにおける定番のアイコンと言えるスタッズを取り入れることとした。一見すると手に持つことを戸惑わせる外観でありながら、どこを持ってもしっかりとつかめ、同時にスタッズが本体を守るクッションになり、シャッターボタンなども兼ねる、必然性を伴ったデザインとなっている。製品化を仮定し、富士フィルムデザインセンターがパッケージをデザインした。



象印マホービン

魔法瓶

高い品質で世界的な定番となっている象印の魔法瓶。その品質を生かす新しい使い勝手と、生活空間における存在感の刷新を目指したデザインである。注ぐ際の手首への負担を減らすためにあらかじめ傾いた形状にしつつ、必要な要件をハンドルのない一体の造形にまとめることで、抽象彫刻のような存在感を与えた。モデル（ゴールドおよびシルバー）の完成後、象印が誇るガラス製の中瓶をボトルシップのように見せる透明バージョンの企画が立ち上がり、本展にあわせ新たなコンセプトモデルを制作した。



清水久和（しみずひさかず）

S&O DESIGN 株式会社代表。桑沢デザイン研究所非常勤講師。キャノンのデジタルカメラ「IXY Digital」のチーフデザイナーとして同シリーズを世界シェアNo.1に導き、ドイツiF賞やグッドデザイン賞（Gマーク）を多数受賞。近年は限定生産の作品も手がけており、代表作の「鏡の髪型」シリーズがパリのギャラリー「Galerie DOWNTOWN」を通し販売されているほか、瀬戸内国際芸術祭2013に出品した「オリーブのリーゼント」が人気を集めるなど、多彩な活動が注目されている。



「Canon IXY DIGITAL 600」(2005年)



「オリーブのリーゼント」(2013年)



「フルーツ・テーブル・ランプ」(2011年)



「雲の上のライター」(2013年)



「スイカの時計」(2011年)



「FUMI」(2015年)



本展ポスター
デザイン：井上広一（ORYEL）
写真：青木倫紀