

特集 **Special Focus**

× デザイン ものづくり

未来をひらく

METI

Journal 経済産業ジャーナル

JANUARY / FEBRUARY 2009

1・2

「METI Journal」はEブックコンテンツです。
下記URLにアクセスしてご覧ください。

http://www.meti.go.jp/publication/data/2009_01.html

和傘+デザインで世界に挑む



古都里 - KOTORI -
(株)日吉屋

京都市内のホテル用にデザインした「古都里-KOTORI-」のシャンデリア。
日本のグッドデザイン賞のほか、ドイツのデザイン賞も受賞した。

昨年、欧州のインテリア雑貨の日本市場で注目を集めた日本の商品がある。和傘の技術とその美しさを活かして作られた照明「古都里-KOTORI-」だ。

竹と和紙という日本風の素材を使いながら、シンプルでモダンなデザインは欧州のインテリアにも違和感がない。しかも、傘のように折りたたむことができ、照明の模様替えをするという新しいライフスタイルの提案は、現地のバイヤーたちの興味を引いた。

「竹骨が作り出す幾何学模様と和紙を通すやさしい光が、和傘の美しさだと思っんです。それを多くの人に知ってもらいたかった」と、江戸時代から京和傘を作り続ける「日吉屋」の五代目当主・西堀耕太郎さんは話す。照明「古都里」の開発者だ。かつて和傘は、どの家にもある日用品だった。和傘屋は明治時代には京都に二百軒あったが、今は「日吉



「日吉屋」の五代目当主・西堀耕太郎さん。「古都里-KOTORI-」には和傘の技術が応用されている。

屋」一軒のみ。洋傘に押され、踊りやお茶の野点傘など特別な場面ですが使われなくなった。経営状態は厳しく、店を閉める話も出ていた。

千年も前から続く和傘の技術をここで終わらせたくない。周囲の反対を押し切って、この道に入ることを決めた。実は西堀さん、もともと「日吉屋」の人間ではない。以前は公務員だった。和傘に出会ったのは、奥さんの実家が日吉屋だったからだ。和傘の美しさを表現するのに、和傘にこだわる必要はない。それより日用品にしたかった。それには照明がふさわしいと、和傘に電球をつけ

てインテリアショーに出品すると、多くの人が興味は持ってくれたが、「使える場所がない」と去っていった。和傘はそもそも和服に合うようにデザインされている。現代の生活には民芸色が強すぎた。生活シーンを考え、生活者が欲しいものを作らないうと通用しないことを実感した。そこでデザイナーと組み、新しい照明の開発に着手した。

和傘は和紙の貼ってある大きな円錐形と、内側の小さな円錐形が二つ組み合わさることで開閉が可能になる。発想を変えて一方の円錐形の先端を開いてみると、シンブルな筒状の形が現れた。円筒形になったことで、慣れた職人なら1時間半で作ることができ、しかも開閉可能なまま。ためは保管場所もとらず、輸送「ストム抑えられる」。

これなら海外でも通用する。小鳥のように古都京都から飛び立ち、世界中の人々に使われ続けて欲しいと、「古都里-KOTORI-」と名付けた。だが、海外の見本市に参入するのは簡単なことではない。

そんなとき、京都の10社の伝統産業をベースに、輸出産業育成のために立ち上げられたブランド「京都ブ

レミアム」の1社として、中小企業庁の「JAPANブランド育成支援事業」に採択されるとともに、「生活関連産業(日用品)ブランド育成事業」に選定された。2008年1月には、パリの世界的なインテリア見本市「ヌゾン・エ・オブジェ」に参加。2月には、世界最大の見本市「アンピエンエ」(ドイツ)にも参加した。7月の「アンテンヌス」(ドイツ)には、次に期待されるデザイナーの一人として招待された。さらに12月には、感性価値創造イニシアティブの一環として、パリで開催されたエキシビジョンに参加した。

「手応えは感じました。バイヤーは日本の「感性」と「技術」を持った、他とは決定的に違うものとして評価してくれたと思います」。

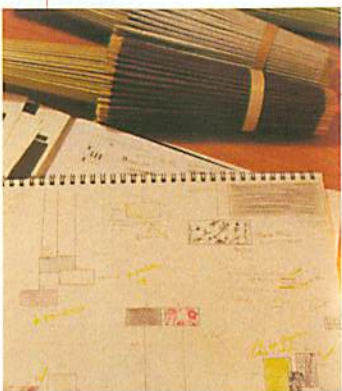
それでも、実際に契約にまで結びつけるのは難しいという。3回以上見本市で出会って、ようやくサンプルオーダーにこぎつけるという状態だ。現在は欧州出身のデザイナーと、欧州向けの商品開発を進めている。

「従業員の平均年齢は

20代、日吉屋は、老舗ベンチャーです。伝統も革新を続けなければ生き残れない。本当に成功するかどうかはこれからです」。



新製品の開発にも忙しい。レストランのテーブル等で使う海外向けのティールイト用シェードの試作品製作に取り組む。



海外出身のデザイナーを起用することで、新たな発想の商品が生まれている。