

ピザとバスタ最強激突
マルゲリータ
VS
カルボナーラ

MONTHLY

November 2008

11

[マンスリー・エム
定価530円]

第1特集 世界を席巻する

日本人クリエイターの 発想と仕事力

いまや日本人のクリエイティブ力とクラフト力は世界中で認められている。
プロダクト・藤森泰司、ファッション・阿部潤一、建築・重松象平など
グローバルに活躍する若きサムライ37人！
彼らのユニークな発想とビジネスパワーの源泉を探った。

special interview
福山雅治



brand recommended by m
ポール・スミス コレクション

第2特集 m流スタイル提案

ファッションは感動だ！

1. 「鞆ありき」で世界は広がる
2. 掟破りの「鮮烈レイヤード」

PRODUCT



P.28
藤森泰司



P.29
NATSU



P.27
五十嵐久枝



P.25
藤原敬介



P.26
サトウヒサオ



P.24
安積朋子

質の高い仕事をしていれば
国外のクライアントからも
確かな評価を得られる時代

酒井俊彦 プロダクトデザイナー
TOSHIHIKO SAKAI

若手の作品を見ている限り、近年の日本人デザイナーのセンスは、世界的に見てもかなり高い水準に達していると思います。さらに、アイデアの感性は抜群ですね。プロダクトを作る上で重要となる発想力やセンスを磨く方法を、日本の学校などがしっかり教えているのでしょうね。

私自身も、若い頃はミラノ・サローネに出展したりしていました。世界のデザイン業界における自分の立ち位置や実力を知りたいためです。ところが、今やメールなどのコミュニケーション環境が整っているので、海外のクライアントとやり取りをする際、同じ国に居なくても仕事のオファーがあるし、ビジネス面のやり取りも容易です。日本人による仕事ウェブなどを介して簡単に見られるわけですから、中国や韓国、そして欧米へと、良い仕事をしていれば、どんどん広まっています。もちろん、海外のデザインファームに入れば、そこで学ぶものは非常に多いのですが。

ただし、デザインはアイデアとセンスだけでは製品になりません。そこから、絞り込んでいくこと、すなわち言葉にすると“我慢再考”が必要になってきます。アイデアだけを優先していると商品化まで辿り着けない。やはり、コンセプトや実用性に準じて必要の無い要素はそぎ落としていかなければならない。海外、日本を問わず、どこで仕事をしていても、こうしたはっきりとした考えと姿勢は必要不可欠なものとなります。

● さかいとしひこ 1964年高知県生まれ。89年コーソーデザインスタジオ入社。92年サカイデザインアソシエイツ設立。空間から家電など幅広く活躍。94年のグッドデザイン賞を始め数多くの賞を受賞。海外からのオファーも多い。



プロダクト&インテリア

日本人デザイナーがミラノ・サローネを始めとする国際見本市の常連になった昨今。海外に留学し現地でデビューするデザイナーも増えてきた。国際経験豊かな若手の実力とは？



P.34
熊谷有記



P.33
石黒猛



P.30
清水慶太



P.32
平社直樹



P.34
沖恵美子



P.31
橋本潤



P.34
坪井浩尚