

# デザインの力 売り込め!

## 九州のクリエイター団体が事例集

デザインは“ものづくりの仕上げに施すお化粧”ではない。グラフィックデザイナーや写真家などデザインに携わる人々の団体「九州アートディレクターズクラブ」(K-ADC)が、デザインを身近に捉え、仕事や暮らしに役立てるきっかけにと「CREF(クリフ)九州クリエイターズファイル」を刊行した。話題になった広告や、企業とデザイナーが手を組んだ商品などの事例集、九州沖縄でデ

ザインに取り組む約200人の紹介を掲載している。

巻頭で熊本県合志市の家具工房の事例を紹介。当初は個展の案内状のみの相談だったが、打ち合わせるうちに依頼者が「必要なものを全て提案してほしい」とアートディレクターに持

ちかけた。議論を重ね、ロゴ、ブランドコンセプト、ポスターなど工房全体のイメージを刷新するデザインがまとまり、その後販路拡大にもつながった。

他にもデザイナーが、地域おこし協力隊として移住して地元の情報媒体をつくったり、伝統

しての年鑑ではなく、企業や自治体とクリエイターがつながれる本を届けよう」と一新。クリエイターズの頭3文字「CRE」と、ファイルの「F」を合わせ、CREFとした。

編集を担ったデザイナー中村友香さんは「地方になるほど、

## 商品開発や問題解決も 企業や自治体へ橋渡し

工芸の博多曲物(まげもの)の商品開発に携わったりした事例など、デザインが“お化粧”にとどまらず、プロジェクト自体に深く関わった仕事を中心に紹介している。

「CREF」の前身に当たるのはK-ADCが年1回発行してきた「K-ADCアワード年鑑」。年鑑ではCM、ウェブサイト、パッケージなど11部門の優れた仕事を表彰するアワードの入賞作を紹介してきたが、K-ADC事務局を務める福岡市のグラフィックデザイナー小山智子さんは「デザインには、仕組みづくりや問題解決にも役立つ力がある。アワードの記録と

つながる『きっかけ』を見つけにくい。でも地方ほど、デザインのニーズも高いのでは」と発行の背景を語る。

〈魅力づくりにも、話題づくりにも、問題の本質に沿った仕組みが必要だ。そのプロフェッショナルがここにいる〉とCREF表紙の帯に掲げる。「中央だけでなく地元にも、パートナーとして悩みに寄り添うクリエイターがいると知ってほしい」

(小山さん)。3024円。ネット通販「アマゾン」や、福岡市のジュンク堂書店福岡店、熊本市の長崎書店などで販売している。CREF制作委員会=092(516)2817。(大矢和世)



依頼主とクリエイターの対談ではデザインの過程を振り返っている「CREF」の誌面より

「CREF」を手にするK-ADCの小山智子さん(左)と中村友香さん

