

METAPHYS

METAPHYS メタフィクスを意味する形而上学とは、「実在する物事の存在を決定する根本的な原理を解明しようとする研究」のことである。アリストテレスの没後、350年経った西暦 30 年頃、未刊行の論文や手記をアンドロニコスが編纂し、全 14 巻からなる METAPHYSICS が完成した。冒頭に、「人はその本性として知ることを好む」という言葉がある。そこには探究に終わりのない 2000 年前の姿があった。実体を探る上で、簡素化は必須となる。そのミニマリズムという言葉には、削ぎ落として最後に残るエッセンスを際立たせ、その実体をクローズアップするという意味がある。複雑に絡み合った日常の一コマも簡素化しながら観察することで、慣習や作法や思いなどカタチにならないメッセージが因数分解されて見えてくる。

そこには、時代の流れと共に形骸化した習慣が見つかり、逆に伝えていきたい知恵や思いや発見もある。このカタチにならないメッセージをミニマルなカタチで包む再構成こそが、最も大切であると。「サムシング・インサイド」、そこに何かがあるという実感が、ひとつひとつのカタチに込められるように。

METAPHYS メタフィス～異業種連携ブランド共有型製版構築事業（コンソーシアムブランド）

METAPHYS の試みは、「デザイン」がどこまでもつくりを支えることができるのかという挑戦に他ならない。そしてここで言う「デザイン」とは、敢えて色やカタチを超えた意志であると言及しておく。さまざまな分野の企業が、ひとつのブランド、ひとつのコンセプトに集まり、それぞれの企業ごとの課題に対して、実体の探究とメッセージの再構築を図っている。それぞれの企業が置かれている状況や、マーケットが異なっても、METAPHYS パートナーとして異口同音のメッセージを発信できる相乗効果は、CSR や啓蒙を喚起し、1 社ではできない多くの共鳴を得ることができる。

METAPHYS は、コアコンビタンスのヒアリングから始まり、その企業にしかできない答えをそこに残そうとしている。ミニマルなカタチの中に見え隠れする「サムシング・インサイド」、この知の表現こそが METAPHYS なのである。

小さな水滴は、ベクトルを揃えることでやがて川となり、小さな声はやがて共通の意志となる。川幅が人知を得てティッピングポイントを超えた時、METAPHYS の試みはあしたの日常の見慣れた光景となる。



TOTT

Tottori Products Consortium

TOTT トット～鳥取コンソーシアムブランド

鳥取三洋電機の崩壊は、それを支えてきた産業構造自体に影響を及ぼし、中小の企業に対して自活への変革を迫る結果となった。鳥取県戦略産業雇用創造プロジェクト（CMX）では、参加企業の事業基盤を強化し、コアコンビタンスを生かしながら世界に発信できる企業力を創りだすために講座別での専門家派遣を行い、人材教育事業を行った。基礎的な能力が高まった企業に対し、その集大成として目に見える成果を創りだそうと、プロジェクト後半からスタートしたのがRVP(ラビットバレープロジェクト)で、BtoBの企業をBtoCの企業へ変革させていくために、マーケティング、企画、デザイン、設計、試作までの未経験プロセスを企業担当者と専門家が並走していくことで体験学習を図った。そして、2016年3月、成果物である試作品が完成し、これからこの試作品を実際に販売し、BtoCへの仮説を実際のモノに仕上げるステージに移った。この鳥取の参加企業12社は、3つに分かれ。1つは、自社で企画から販路開拓まで行うグループ3社、そしてもう一つが METAPHYS のパートナー企業として参加し、METAPHYS のしくみを利用するグループ。この後のグループ7社を総称して TOTT 鳥取プロダクトコンソーシアムとした。残る2社は、現在量産化検討を継続している。

METAPHYS 代表・RVP / TOTT プロジェクトマーシャル 村田 智明



TOTT 参加企業

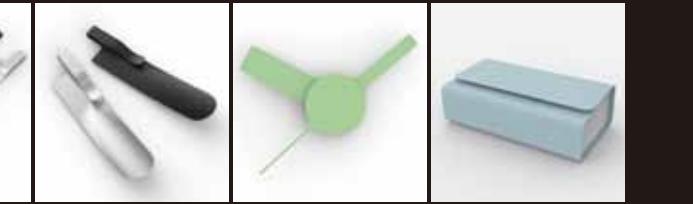
松田安鐵工所

キューポラを持つ老舗の鋳鉄製造会社。かつては、たくさんあった鋳鉄所も今はここだけ。様々な工程を分業化せずに内製化したことから生き残れたのだという。重たさや鋳鉄の質感が活きた民生アイテムを開発。既存のプラモデルの安い鉢も2つ割れて挟むだけで、植え替えることなく禅スタイルになるアイデアも世界初。



株式会社 田中製作所

高強度ステンレスのプレス加工技術によって、スプリングバックを起こさないクリップが実現。それによって、スーツの胸の内ポケットにペンのように差して持ち運べる携帯靴べらが完成した。靴を履くスマートな行為が紳士の美学となるように考案した。



有限会社 堀鍛金工業所

堀鍛金が得意とするリン酸マンガン処理はドリルチャック部など、工業製品の摩耗の激しい部位にのみ使われてきたが、これをインテリア製品の表面処理に生かすと、深いマットな質感がモダンなデザインティストの中で映えることから、新たな民生品技術転用の可能性が見えてきた。



有限会社 山本精機

精度の高い金属切削加工を得意とする山本精機が、新たに難易度の高いβチタンの切削に挑戦。しなりが無効力を與えない世界初の最高級耳かきが誕生した。また、自分の好みの七味や山椒、胡椒、塩など、2つの薫味をバッグに入れて持ち歩くためのエコパッケージをアルミ切削で実現。テーブル上では箸置きになる。



株式会社 トミサワ

LED 照明器具メーカーとして蛍光管 FPL を作っていたトミサワは、外装にバスを使わずに自在に角度が保持できる世界初の新機構のスタンド照明に挑戦。可動する2種の灯具では、前例のない極めて難しい課題となつたが、成功すれば空前のヒットとなる可能性に賭けた。



あおやサイエンス株式会社

電子部品などのアッセンブリーで定評のあるあおやサイエンス。この地域は因州和紙の産地として名高いため、地場の底上げを図り、伝統工芸、中原商店の立体手漉き和紙で動くアート作品に挑んだ。時計のムーブメントを使い、1日2回だけ同じ形と取る対の作品は、風紋のようにしたいに陰影が変化していく。



太洋住研ホールディングス株式会社

金属のホールド加工では、群を抜いて品質の高い太洋住研ホールド。金属をレーザーで抜いたスリット形状を曲げて、ホールド加工を施したペンドーム照明を試作した。今までのへらしひのシェードにホールド加工を施したものは、飽和しているため、端面処理の難しいスリット型デザインに敢えて挑戦した。



株式会社 鳥取スター電機

電子機器の企画、設計、製造を一貫して OEM で受注する鳥取スター電機は、多くのエンジニアの潜在的アイデアをワークショップという形で引き出し、この企画にたどり着いた。社会問題でもある玄関先での高齢者狙いの詐欺に対し、一見、照明器具に見えるが実は顔を照らし、自動記録・再生をするカラーライト、万一路面被害にあってマイクロ SD を警察に届けるしくみとなっている。



有限会社 米村木工 / トータルテクノ株式会社

木材の NC 加工技術で定評のある米村木工が、LED 専門技術を有するトータルテクノとペッドサイドライトに挑んだ。角柱のシンプルな木材のヘッドを動かすと、2段階で調光ができる LED ライト。想像できない円弧を描くアーティスティックな動きが見れる点が歎かせる。



produced by

METAPHYS <http://www.metaphys.jp>

TOTT、METAPHYS に関するお問い合わせ

株式会社ハース実験デザイン研究所 メタフィス事業部

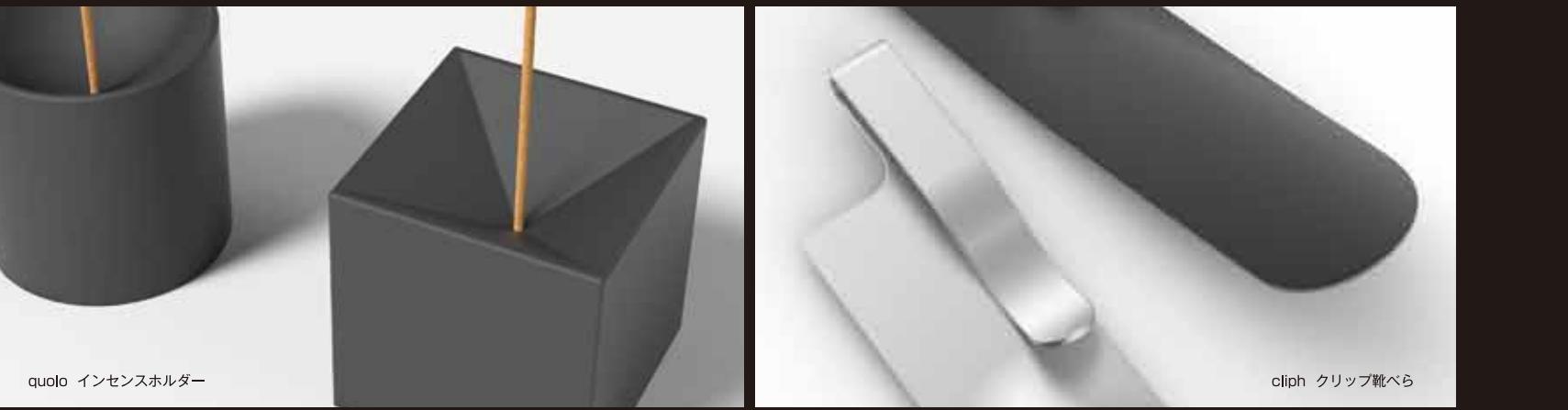
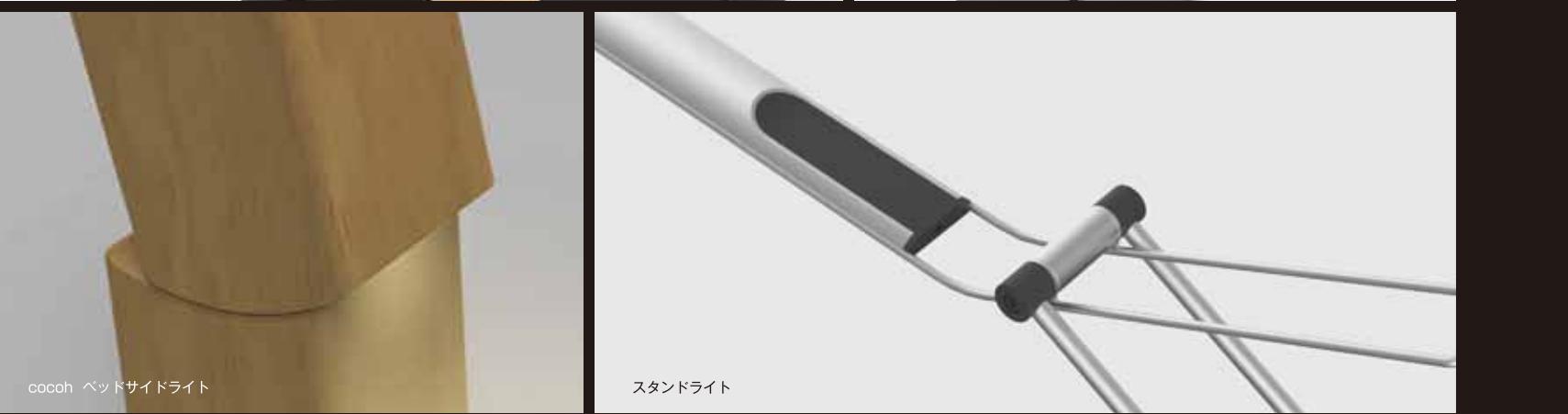
〒560-0053 大阪府豊中市向丘 1-5-22 TEL:06-6854-3387 FAX:06-6854-3386 MAIL : info@metaphys.jp



TOTT

Tottori Products Consortium

METAPHYS



RVP プロジェクトから TOTT プロジェクトへ

鳥取県商工労働部が主導し、全国でも稀に見る雇用促進のしきみがスタートした。鳥取県戦略産業雇用創造プロジェクト（CMX）だ。補助金が出ては雇い入れ、その1年後には解雇するといった一過性の雇用に終わるケースを地方の様々な地域で見えてきた。しかし、鳥取の施策は決してそうなってはならない。継続雇用であるべきと考え、企業が人材雇用に必要な体力や体制を整えることこそ、企業や地域を救う施策だと考え、企画・開発力のスキルアップと新規雇用を生み出すコアコンビタンスを生かした開発体制を目指してきた。そしてさらに、基盤強化型プロジェクトや標準高度化教育講座で得たスキルを集大成として、可視化した成果物にできないか、またその実践過程自体が企画・開発力の講座になり得ないかという試みが、このラビットバレー プロジェクトだ。実際にマーケティングから試作までを企業と並走した。その勢いで各社のその後の製造、販売行動を促そうというものがTOTT プロジェクト。BtoB の企業が大半を占める中、OEM で最も読みない、受注の闇、忙の変化を吸収し、ラインを止めないための自社製品の開発、そして、最終的には自社サイトで自社のコアコンビタンスを発信、TOTT の成果物がその企業の看板になり、その発信力で新たな受注を得るという構想だ。

CMX PROJECT

鳥取県戦略産業雇用創造プロジェクト推進協議会 会長 岡村 整路
イノベーション・テクノロジー・センター長 中村 昌弘



課題解決の手法～METAPHYS×TOTT という デザインブランド戦略

デザインブランド戦略

このプロジェクトでは、強力なメッセージが必要だった。各社が1、2品のアイテムをバラバラに開発、販売しても、昨今では全く話題性は無く、その投資と苦労は報われないことは通説。そこで、企画、デザインができない、営業がない、という課題が山積みの状況を逆手に取り、企業連携のコンソーシアムブランド TOTT を創ることで、企業が苦手な部分を共通に処理するしきみを創った。ブランド名、デザインイメージ、販路、宣伝広告は、METAPHYS コンソーシアムのパートナー企業の参加によって、バラバラに開発する企業リスクの軽減を目指した。2004年のミラノサローネで発表した METAPHYS は現在パートナー企業 19 社、開発商品 105 点、受賞歴 50 点以上、デザインブランドとして知名度も高く、国内外ショップへのインショウップと WEB 販売を行っている。

そこで、METAPHYS×TOTT が共通表現しているのは、流行を追いかけない用の美。素材感を大切にした、いつまでも持ち続けたい道具。洗練された無駄の無いミニマリズム思想のデザインに、日本の文化的背景、精神性を込めたデザインを感じられる「Something Inside」を始めた。商品は、インテリア雑貨、文房具、照明器具などが中心で、全20点。これらは、村田が提唱している「行為のデザイン」を実践している。（問題解決に効く行為のデザイン思考法 [CCC メディアハウス]）そして具体的には TOTT では、メディアツール作成、WEB アップ、記者会見、量産設計、製造、先行予約販売開始、2016年ライフスタイル展販売、海外販売開始の運営を、公益財団法人鳥取県産業振興機構のとっとり次世代・地域資源産業育成事業として予定している。

METAPHYS

異業種連携ブランド共有型製版構築事業
(コンソーシアム・ブランド)

