



BRING
TALK SESSION 2NORITO
SHINMURAX
BRING™

新村則人

1960年山口県生まれ。松永真デザイン事務所、I&SBDDOを経て、新村デザイン事務所(現garden)設立。主な仕事に資生堂、無印良品、サッポロビールなど。JAGDA新人賞、ニューヨークADC銀賞、プルノ国際デザインビエンナーレ金賞、東京ADC賞など受賞。

BRINGディレクターの中村が、多彩なゲストとともに、BRINGにまつわるアレコレを語る対談企画。今号では、資生堂、良品計画等、数々の広告デザインを担当し、BRINGハチマークの生みの親でもあるグラフィックデザイナー 新村則人さんをお迎えし、ハチマーク誕生秘話やエコロジーなデザインに多く携わる理由を伺いました。

ハチが蜜を集めるように、
みんな服を集めよう

中村 BRINGハチマークの誕生は、2009年、国の「繊維製品リサイクル調査事業」として行った「FUKU-FUKUプロジェクト」(繊維製品を回収し、バイオエタノール等にリサイクルする企業連携プロジェクト。現在のBRING回収の前身)に遡ると聞いています。その頃ははまだ入社していなかったのですが、ハチのアイデアは誰が発案したのでしょうか。
新村 ハチマークを最初に提案したのは新村デザイン事務所(現garden)です。「FUKU-FUKUプロジェクト」は、主に良品計画と日本環境設計(現JEPLAN)の協働企画でした。そこで、「無印良品キャンプ場」のグラフィックデザインをしていた僕

に、プロジェクトポスターの話が回ってきたんです。プレゼンでいくつか提案をして、その中にハチマークを使用したものを入れていました。コンセプトは「集める」。「ハチが蜜を集めるように、みんな服を集めよう」という意味を込めています。

中村 その時採用されたデザインが、現在もBRING回収のシンボルマークとして使われているんですね。この13年間で服だけでなく、ペットボトルや布団まで運ぶハチさんが登場しましたが、ハチさんの大きさが一体どれくらいなんですか。

新村 痛いところを突きますね(笑)。ハチさんの大きさはいつも同じですよ。物が伸び縮みしています。身長15cmくらいで、両手のひらに収まるくらいのイメージです。

中村 趣味は「おしゃれ」ですよ。だから服を集めている…。

新村 でも人間の服は(サイズの的に)着られないですよ。

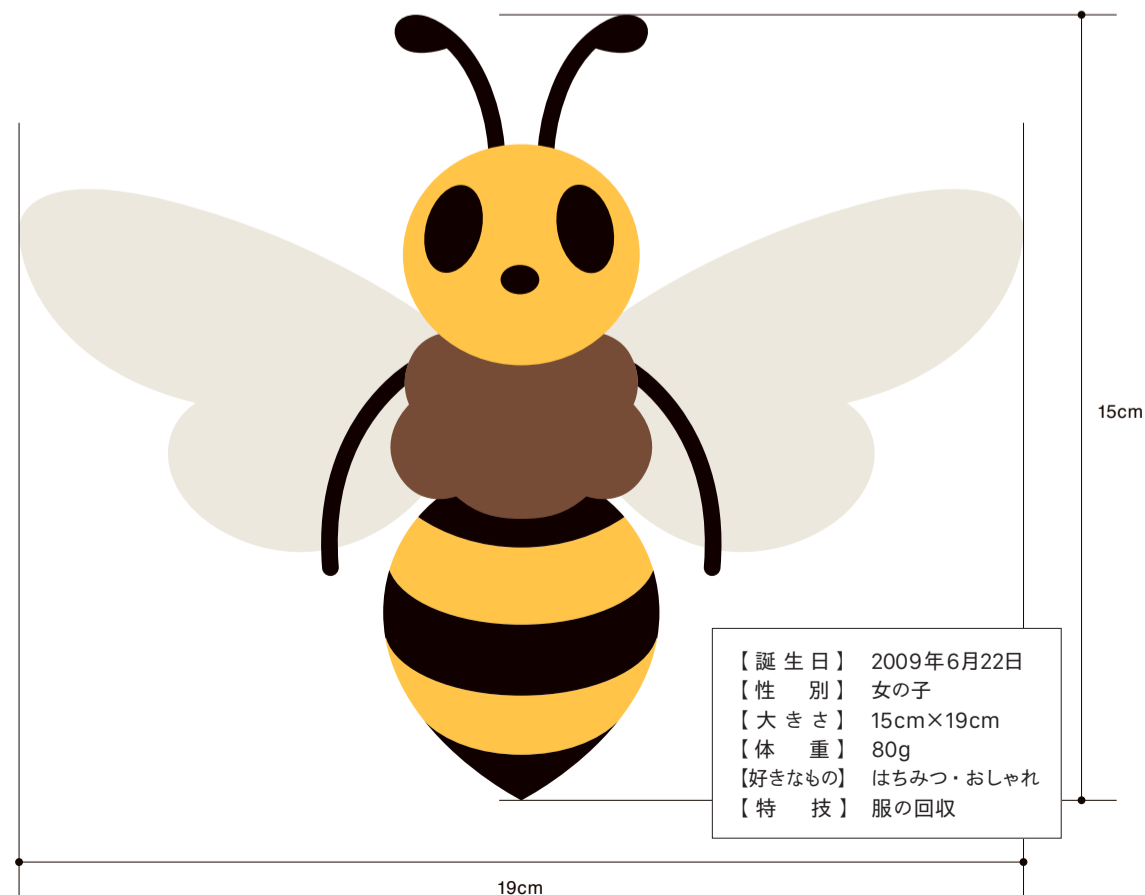
中村 着られないから、みんなの服を集めてリサイクルしよ



▲その他の候補案



▲「FUKU-FUKUプロジェクト」ポスター 採用案



うとしているんです。原料のポリエステルにまでリサイクルすれば、いつか自分に合ったサイズの服を作れるんじゃないかと。

新村 ハチさんのぬいぐるみを作る時は、一緒に着せ替えてくれる洋服も作りましょう(笑)。

島育ちを
アイデンティティに、
自然を愛するデザイナー

中村 新村先生は、無印良品キャンプ場ポスターや、山口県漁連の環境広告など、自然をテーマにしたデザインをされることが多いですね。そのきっかけは何だったのでしょうか。

新村 僕は山口県の小さな島の出身で、ド田舎育ち。小学4年生の時に赴任してきた先生が美術科の先生で、美術の時間は特に熱心に教えてくださったんです。その一つに、ポスター作りがありました。初めての経験だったけど、僕はすぐに夢中になりました。アイデアを考えるのが好きだったんです。

中村 元々、絵を描くことは好きだったんですか。

新村 オリジナルの漫画は描いていました。小さい頃に好きだったのは、マジンガーZ、ウルトラマン、仮面ライダー。先生の影響でポスターデザインの面白さを知り、小学5、6年生の時にはデザイナーの仕事を目指し始めました。

中村 新村先生のお仕事を拝見していると、やはり「ポスターの人」だなあと感じますね。見た人の印象に残るような、デザインの強さがあります。

新村 単調にならないようにディティールには凝りながら、極力余計なものはいれなくて、シンプルでシンボリックなデザインを心がけているので、そこで「強さ」を感じてもらえているんだと思います。

中村 かつてのポスターデザインには、一瞬で人を引き付けるような力がありましたよね。今のデザインはスマホなどの光るディスプレイ上で完結することが多いから、色の使い方や見せ方が変わってきているように思います。

新村 僕らの世代が影響を受けたのは、田中一光さんや松永真さん。高校卒業後、大阪の専門学校への進学を機に島を出て、その後、憧れだった松永真さんの事務所に採用していただいたんです。それで東京に来ました。一番の下っ端だった僕は主に雑誌のエディトリアルの仕事しながら、ポスター



やロゴのデザインをする先輩を横目で見て学んでいました。「デザインしないことがデザインだ」と、よく松永さんが話していたのを覚えています。真っ黄色で何も描いていないポスターでも、デザインになりうるのだと。ごちゃごちゃ入れなくても、メッセージが伝わればポスターになるんです。それが今でも、僕のデザインに対する考え方の基本になっています。

中村 その時の経験が今でも生きているんですね。

新村 松永さんが先輩に話しているのを、横から聞いていただけなんですけど。松永さんの事務所で数年働いた後、もっと広告の仕事がやりたくって、30歳で広告代理店に転職しました。そして、35歳の時に自分の事務所を作って独立したんです。

中村 かなりスピーディな動き方ですね。新村先生が作られる広告は「自然」をテーマにしたものが多いように感じのですが、それはいつ頃からのことでしょうか。

新村 独立して、色々なコンペに応募していた時期があったんです。その一つが、自分の好きな会社をテーマにしたレターヘッドのコンテストでした。僕は実家の家業である「新村水産」を選んで、島の地図とその周りの魚の分布図を描いたデザインを作りました。自分の好きなものを詰め込んだ作品です。そうしたら、審査員の糸井重里さんに「海が好きなのが伝わってくる作品だ」と評価していただいて、それがターニングポイントになりました。

中村 都会に憧れた島出身の青年が、時代の先端を行く仕事をするようになったけれど、自分のルーツである自然を振り返って、そこに回帰していく…。まるで映画のようなストーリーですね。

新村 30歳までは、そんなこと考えてもいませんでした。都会のお洒落なファッションや自動車の広告をしていて、もちろんそれに不満があったわけじゃない。でもコンテストで結果を残すことができて、自分らしさはそこにあるのではないか、自然をテーマにしたデザインをしようかと決めました。僕はいつもクライアントと議論して、より良いデザインを作りたいと思っているのですが、その中で残っているのは、やはり自然や環境系のお仕事が多いです。

中村 それは大事なことですよ。自分の根元の部分と繋がった仕事ができている。BRINGには、今の地球環境に危機感を持って入社した社員が多いです。僕らにとって「豊かな自然」は当たり前でしたが、若い世代からは「このままでは自然がなくなってしまう」、「自分たちが何とかしなければ」という強い気持ちを感じています。

ハチのマークは、
どんな製品に
付いているの？

- BRINGのサプライチェーンの中で作られている。
- BRINGの再生ポリエステルでできた糸、生地(BRING Material™)を10%以上含んでいる。
- 北九州響灘工場(BRINGのリサイクル工場)で再びリサイクル可能である。

BRING™
とハチ

花の蜜を集めてくるミツバチと、消費者の衣類回収を重ねています。消費者自身が回収拠点に足を運ぶという能動的なアクションを大事に考え、2017年、不要衣類を集める「FUKU-FUKUプロジェクト」と不要プラスチックを集める「PLA-PLUSプロジェクト」統合の際に、ブランド名「BRING」を採用。「BRING」の中にも、「Bee」(ハチ)、「RING」(循環)の文字が隠れています。

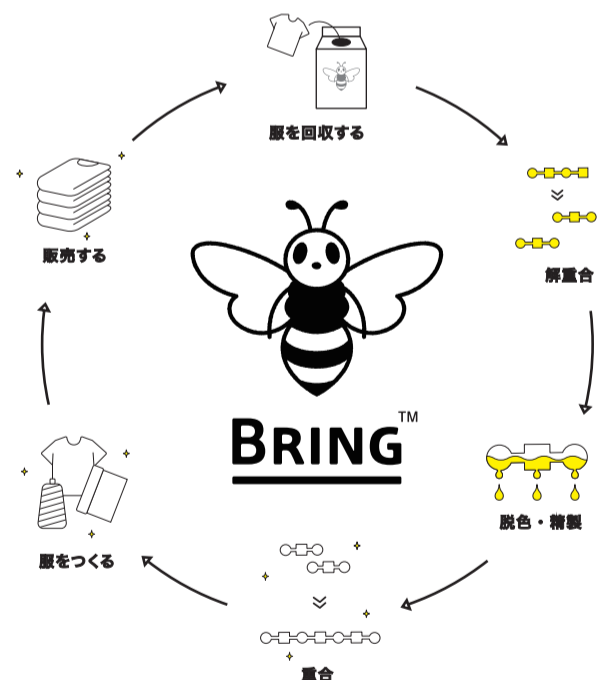
ハチさんの名前
募集中!

ご応募はこちら▶

Recycled &
RecyclableBRING™は、
地球を着まわす服を
服からつくる
ブランドです。

BRING™は、毎日の生活と自然の中で生き延びるための服をつくります。そして、その生活を続けていくために、様々なブランドと一緒に使わなくなった服の回収を行い、自社工場での原料に再生し、再び服にまでもなんども循環させるサーキュラーエコノミーを実現しているブランドです。

そして、サーキュラーエコノミープラットフォームとして、循環した服の原料をBRING Material™と呼び、多様なブランドへの原料供給を行っています。また、ポリエステルをモノマーに分解し再度ポリマーにまで循環させるBRING Technology™(pat.)を様々なステークホルダーにライセンスしています。

いつまでも、
なんども続けられる
BRING Technology™

わたしたちが大事にしているのはいつまでも、なんでもリサイクルすること。これまではPET(=ポリエステル)ボトルを繊維にリサイクルする方法はありました。でも、その繊維をリサイクルする方法はほとんど無く、一度しかリサイクルできていなかったのです。いつまでも、なんども続けられるケミカルリサイクルによる、BRING Technology™(pat.)を開発しました。



ベルトも無縫製で本体と一体化。
よりソフトフィットに。

WUNDERWEAR "ONE" 50/50 , 70/30

S, M / 50/50 ¥4,620, 70/30 ¥4,980



極寒の寝袋での睡眠時に、
目まですっぽり覆う安心感を貴方に。

WUNDERWEAR HOODIE

S, M, L / ¥15,400 (近日発売予定)

バラクラバは頭から首まですっぽり覆ってくれるので、昔からハードな冬登山に使用されていました。近年はスノーボードやスキー、サイクリングなどアクティブなウィンターレジャーにも使えると注目を集めています。指抜き付きで、手のひらを保護しながらトレッキングポールも握れます。



ジャストでベースレイヤー、
ルーズフィットでタウンユース。

WUNDERWEAR CREWNECK

S, M, L / ¥13,200 (近日発売予定)

BRINGの再生ポリエステルにウールを混紡し、保温性を高めました。冬場の登山でも身体の熱を逃がさず、体温をキープします。肌触りが良いのでベースレイヤーとしても、1サイズ上げればミドルレイヤーとしても活躍。大きめのサイズを緩く着こなせば、タウンユースでも様になるシルエツです。



製品化されなかった編み柄を再利用。
山でもスマホを使える指抜き付き。

WUNDERWEAR HANDWARMER

Free / ¥1,980

ニットを試作した際のテストピース(20cmくらいの筒状のニット)から着想を得たアイテム。指先を自由に使えるので、振り回したくない瞬間にすぐスマホを操作でき、キャンプ中、面倒な付け外し無しで、SNSへの投稿やネットで調べ物もできます。街で付けても可愛い編み柄。手袋の上からもはめられます。

SHOP

150-0021
東京都渋谷区恵比寿西2-9-8 大澤ビル1F
open Wed, Thu, Fri, Sat 12:00-19:00

