

企業価値をデザインに

大切なのはデザインまでのプロセス

INTERVIEW

ディー・スタイル 代表

岡 義英氏

企業イメージや業務効率化、職場の一体感向上など、企業の制服・ユニフォームには、さまざまな役割が求められる。デザイナーは企業ごとに異なる印象や課題をどう解決し、デザインに落とし込んでいるのか。大手ホテルや化粧品メーカーなどのユニフォームデザインを手掛ける岡義英氏に聞いた。〔文中敬称略〕



おか・よしひで

文化服装学院卒業後、ユニフォーム会社に入社しデザイナーとしてのキャリアをスタート。後に独立し、現在まで約25年以上、ユニフォームデザインの仕事に携わっている。ANAやコカ・コーラ、SoftBankなど、これまでに手がけた企業制服の数は300以上。賞歴／1990年Weデザインコンテスト・リクルートUFコンテスト入選、ビルメンテナンス協会グリーンクルーファッションコンテスト大賞受賞など。

値を大切にしてくれる若手の方々にバトンタッチできるようなベースを作りたかったんです。

——ディースタイルのコンセプト「ユニフォームデザインで、企業をブランディングする」には、どのような想いが込められていますか。

岡 自身、ユニフォームについて考え始めたのが30歳を過ぎてからだったんです。何のためにあるのかということとを深く考えてみると、企業価値につながっていくかなければいけない。企業様の歴史や信念など、それを価値につなげるユニフォームこそが理想です。

——企業によってイメージは異なりますが、どのようなこだわりを持ってデザインしていますか。

岡 企業イメージを表すブランド価値、快適さや安全性といった機能的価値、この二つを整理して融合させていくプロセスを一番大事にしています。そこから企業様にとって何が優先事項なのかを解決していきます。ご担当者の方と打ち合わせを重ねながら、それをすり合わせていく。この世にはさまざまなブランドのデザイナーがいますが、流通している商品だと、流行を取り入れた世間に売れる商品を目指すじゃないですか。でもユニフォームはもう着る方が決まっています、企業の魅力

がそのまま表れます。企業によって異なるコンセプトを考えながらデザインできるのが、ユニフォームデザインの魅力でもあります。

——企業の課題もさまざまだと思いますが、どのように解決しているのでしょうか。

岡 私の場合は、とにかくお客様と直接お話をさせていただく。デザインのイメージやお困りごとを聞いて、逆に私からアドバイスできることはさせていただき、りしています。あとは実際にユニフォームを着用する現場を拝見させていただいたり、スタッフの方の声を直接聞かせていただいています。私の知見でカバーできるところがあれば、すぐに解決できないところもありますが、そこはチームとして専門性のある方を呼んで課題解決しながら、機能性を含むデザインを決めています。

——実際にユニフォームをデザインされた企業では、どのような変化が起きますか。

ユニフォームで企業をブランディング

岡 新ユニフォーム導入後にお話を伺いすると、「動きやすくなった」という機能性はもちろん、「制服を着るのが楽しみになった」、「スタッフ間の一体感が生まれた」などの声をいただきます。

また「会社の理念やビジョンというものを再認識するようになった」という声も多いです。長く勤めていればいるほど、その意識が薄れていきがちですが、ユニフォームには企業の想いも込められているので、デザインの意図を言葉と実物で改めて従業員の方々に伝えることが非常に大切になってくると思います。

——マルハン東日本カンパニーの新制服をデザインしました。どのようにデザインを考えたのですか。

岡 パーパスを軸にしたデザインになっています。マルハン様の実現したいという強い意志が、この新しいユニフォームには込められていて、スタッフ一人ひとりに対する想いだったり、社会課題に向けての発信など、どういうアプローチをすればマルハン様の実現したいこと

——これまでの経歴を教えてください。

岡 文化服装学院を卒業し、ユニフォームのアパレルメーカーに就職しました。その後はフリーでイラストを描いたりしていたのですが、三越伊勢丹さんとの縁があって、勉強させていただきながら、契約デザイナーとして関わらせていただきました。その後もフリーでさまざまな企業様に携わらせていただき、40代でディー・スタイルを立ち上げました。

——なぜユニフォームメーカーを選んだのでしょうか。

岡 学生時代に「Weデザインコンテスト・リクルートUFコンテスト」というコンテストで、入賞したことがきっかけで企業様と契約させていただくことになり、卒業後もユニフォームメーカーの道を進もうと決意しました。

——ディー・スタイルを立ち上げた経緯について教えてください。

岡 ユニフォームデザインは日本の文化だと思っていて、この世界のことをもっと広く知っていただきたい。そしてこのままフリーでやり続けていても、後に続くユニフォームデザイナーに何も残せないのではないかと思いました。デザイナー岡というよりも、企画会社にするのでユニフォームの価

につながるかをデザインに落とし込みました。今回は多様性につながる個性を輝かせるというのがポイントの一つでもあり、不必要な要素を究極まで削ぎ落としたシンプルさではないと、表現できないと考えました。でもそれだけでは完成しない。なにか強いメッセージ性をデザインで可視化して、マルハン様の価値につながるなければならない。そこで、コンセプトティールにしたものが「WAVE LINE」。「自由という個性」とそれによる「多様なつながり」です。またスマートな印象を与えるフォルムや機能性に優れた素材にもこだわりました。

——今後の展望を教えてください。

岡 私はユニフォームをデザインしているのではなく、企業をデザインさせていただいていると思って仕事に向き合っています。企業様の魅力や実現したいことをユニフォームで表現できなくてはいけません。自分たちの存在意義がより深まるよう、デザインできたいです。そしてユニフォームという価値というものを企業様に知ってもらい、お客様とデザインを切にしたユニフォームだと思っています。

続きはデジタルブックで
ご覧いただけます。

詳細はこちら▶