

第2回メロンパンセミナー —サントリーのデザインよもやま話—



大門 敏彦氏



会場風景

■開催日 04年12月14日 ■会場 大阪化繊会館

■講師 サントリー株式会社 デザイン部
シニアクリエイティブディレクター 大門 敏彦 氏

大門氏は30余年にわたりサントリーでデザインを担当。ピュアモルトウイスキー「山崎」のデザイン開発で有名。多数の受賞歴が物語るように、氏の仕事は商品の品質とデザインの価値についての鋭い考察を含みグラフィックやパッケージ界に大きな影響を与えている。限られた時間ではあったが百余年の歴史を持ち、いつの時代も常に最先端を走るサントリー（1899年創業）のデザイン活動の源泉を垣間見た思いのするセミナーであった。

洋酒の寿屋から向獅子マークの似合う会社へ、そして今日の食品事業が酒類事業を上回る企業へ変貌をとげたサントリーの変遷に、デザインが大きくかかわっている。



SUNTORY

長らくなじんできた重厚な洋酒の世界を感じさせるロゴマークから、食品事業の拡張を象徴する新ロゴマークに移り行く過程に、企業の生命力を感じさせられる。故佐治敬三社長直筆のロゴを用い、日本発のウイスキーとして初めて日本語のデザインが用いられた「山崎」の誕生秘話、開高 健、山口瞳、柳原良平など多彩な人材を輩出した企業風土、次々と話題の商品を生み出す源泉となる佐治社長の「やってみなはれ」精神が脈々と引き継がれている現状などを知ることができた。

デザイン開発については、独特のデザイン開発のシステムやデザイン決定に至るプロセス、ある意味でゆとりを感じさせる社内の開発コンペ意味について語られ、参加者の質問が続いた。また知的所有権を重んじる企業らしく、印刷物をはじめ著作権があると考えられるビジュアルな資料のコピーが、個人の研究資料以外は禁止されている話に一同感心した。日ごろ著作権に疎く、安易にデザイン資料やマップ制作にビジュアル資料を使うことに慣れた身には耳が痛い。デザイン部長という要職にありながら、多くの公職を務められた経験から、今日のように様々な市場に出される膨大な数の商品とともに、商品の品質や価値を見逃し、ゆっくり育成されるまもなく、使い捨てられる「消費されるデザイン」の横行に辛口の批評が加えられたのが印象深かった。（鈴木 洋行）