

北海道産広葉樹と向き合うデザイン経営

—地域資源を価値へと転換する取り組み—

株式会社カンディハウス 代表取締役社長 染谷哲義

北海道・旭川に根差す木製家具メーカーとして、私たちは1968年の創業以来一貫して「デザイン」を企業活動の中核に据えてきました。近年では「地球環境と調和するデザイン経営」を実践しており、材料調達から開発、製造、販売、アフターサービスに至るまで、すべてのプロセスにおいて、同じトーン&マナーでブレのない仕組みを作っていく——それを、カンディハウスにおける「デザイン経営」の姿だと位置づけています。

本稿では、創業理念に始まり、国内外デザイナーとの協業、リブランディング、そして北海道産広葉樹の活用を通じた地域産業との連携まで、当社のデザイン経営の歩みを振り返ります。

I. 創業時から受け継がれる デザインへの理念

当社のデザインへの取り組みは、創業者・長原實の原体験に端を発しています。1963年、長原は旭川市の海外派遣技術研修制度により渡欧し、当時デザイン大国であったドイツの家具工場ですら約3年半にわたり修行を積みました。生産現場での実務を通じて、設計、加工、品質管理が一体となった家具づくりに触れると同時に、オランダのハーグという港町で、強い衝撃を受ける出来事に会います。

それは、日本から一次産品として輸出された北海道産の良質なミズナラが、高級家具として価値を高め、欧州各国、さらには世界中に輸出されている現実でした。当時の日本では、こうした価値が十分に認識されていなかった中で、自国の素材が海外で高く評価されている姿を目の当たりにしたことは、長原にとって決定的な転機となりました。

帰国後、長原はインテリアセンター（現・カンディハウス）を設立します。「北海道の良質な木材で、伝承された産地・旭川の技術で、美しいデザインの家具を世界に届ける」。この理念は、58年にわたり、事業環境や市場が大きく変化する中でも、当社の判断軸として脈々と受け継がれてきました。

II. 国内外デザイナーとの協業と デザイン文化の形成

当社の製品は社内デザインによる開発も行っていますが、創業当初より外部の国内外プロダクトデザイナーと協業した製品開発に取り組み、現在は、38名のデザイナーと開発した製品をラインアップしています。外部デザイナーの登用は“デザインに限りはない（創造無限）”を当社の精神として大事にしていること、また当社の強みのひとつである“優れたデザインをかたちにする技術の追求”につながるかと考えているからです。外部デザイナーによるデザイン案を製品化する過程において、社内デザイン担当者の材料活用への工夫や技術、研究開発力を高めてきました。その担当者のフィルターを通すことでカンディハウスらしい表現が滲み出る設計を行い、外部デザイナーと「共創」する開発に取り組んでいます。

家具産地・旭川で1990年より3年に1度開催されている「国際家具デザインコンペティション旭川（IFDA）」は、その象徴的な取り組みです。IFDAは、優れたデザインの発掘を目的とするだけでなく、地域産業に新たな刺激を与え、設計思想と生産技術を結び付ける「知的インフラ」として機能してきました。当社はこれまで25の作品を製品化しており、