

万国津梁の鐘



今から16年以上も前、沖鐘デザイン・織物・縫製・販売事業なるものが
津浦間にあって存在した。

呉の製造業におけるデザインへの戦略的注目を促すため、
3年をかけて東照宮、創作「現代デモストレーション」モデル商品開発、
プロモーション情報誌「ネットワーク」の製本・多岐にわたる取組が実現された。
基本的なコンセプト「新おきなむスタイル」を指し、
「レクレー・コーディネーター・デザイナー」を指し、
一つの方向を持つ「デザイン」と技術の両方に向ける間を共にした。
事業はなほ事業の「レクレー」を担うことになった。

沖鐘の色材

沖鐘の染料・織機・木土

伝えるべく、あるべく、活かすべく。

地域活性化プロジェクトに関わるクラフトデザイナーが
「チーフデザイナー」として、呉から活躍するプロダクトデザイナーと
出版の日報「デザイン」編集者「アドバイザー」としてを担い、
オロオロするデザイナーを刺激的にサポートしてくれた。
作り手として加わった若く元気な仲間たちは、皆立派に成長し、
今なお沖鐘スタイル発信のリーダーとして、バリバリ活躍している。

呉が推進した次の転機事業に於いてWEMBSサイト
「FLAGSHIP OKINAWA」が誕生した。

デザイン・縫製事業は、後も事業推進の「レクレー」として、
多くの作業デザイナー、生産者と消費者の皆さまを想い役割を担い、
同業のリアルショップの運営を独り努めました。

足るに足らぬ沖鐘の「いも」を継ぎ、伝へる継ぎは、
海から海へ泳ぎを任せることと同じ様に海を渡り、誇りを感じました。

だからこそ、沖鐘の「アンテナ・デザイナー」はより価値を育み、
物作りに対する意識も目を引く存在へと成長していき。

しかしながら商標権や流通の変化は著しく、需要と供給のアンバランスが生じ
店舗としての品揃えや、役割を再考する時間を迫っていた。

現業から少しずつ離れ、次の展開を始める。

心算して船作正を始める。

波が立つよう、波が打ち分けられ、

沖鐘原の穂玉・黒林水菓・観光分野が一体となり

おきなむブランド戦略推進会議を立ち上げた。

数社としての「デザイン」は、もろもろに存在し、

経営の「デザイン」事業「デザイン」、船鐘の「デザイン」を「デザイン」を「デザイン」で
おきなむブランド戦略の中心となる場所を築き上げる。

想とスタイルを学ぶ機会を創出する。

成功例として紹介された呉の事業所「生産者」
「シロ」で自ら会社や自働機を見学。

「シロ」で「おきなむ」世界の「デザイン」を学ぶ方法、
自由な出入りの信頼を深く構築する「シロ」で「デザイン」を得る場「道」

そんな「道」を教える力を「道」に注ぎ、

オキナワの人

オキナワの間風

オキナワの地産・精進

感じること、生かすべく、繋ぐべく。

万国津梁、鐘の音が響く、
美しい年の瀬となりますように。