

## 臺灣工藝・東京發光——臺灣工藝研究所赴日參加熟年生活設計展

Taiwan Craft in Tokyo Show: Interior Lifestyle Tokyo 2009

文／李若彤・圖版提供／國立臺灣工藝研究所

國立臺灣工藝研究所這兩年積極結合設計與工藝兩者，打造出兼顧時尚與創意的工藝品，為了進一步讓臺灣的工藝精品在國際舞台被看見，2009年以「美麗人生——熟年生活工藝設計」為主題，於6月3日至5日赴日參加「2009東京國際家居設計生活展」（Interior Lifestyle Tokyo 2009），此行目的在於尋找合作商机，同時也為行政院日前推出的「文化創意產業發展方案」正式踏出第一步。

全球社會邁向老年化，根據日本《高齡社會白皮書》指出，日本在2006年時，65歲以上的銀髮族群已占全國人口比例的21%，達到該國前所未有的高點；而臺灣老年化的狀況也急起直追，預計在2030年老年人口比例將達到25%。有鑑於龐大的銀髮族商機，工藝所將此次赴日參展的主題鎖定在「熟年生活」，以便利老人家生活為目的發想一系列工藝精品。

### 結合工藝與設計的創造力

國立臺灣工藝研究所所長林正儀這兩年積極媒合工藝家與設計師，期望透過兩者的專長激發出符合市場需

求的現代工藝品。這次捨棄「日本東京國際禮品展」轉而參加「東京國際家居設計生活展」，是因為所長林正儀鼓勵工藝家提升作品設計感，不再受限於之前的代工模式。而此次以「熟年生活」為主題，則是源於所長林正儀2008年參加禮品展時，發現日本熟年族群消費力驚人所給予的靈感。

此次赴日參展，工藝所為了強調作品的設計感，向主辦單位爭取將攤位規畫在展出日本新穎商品的「COOL」區。此區對於攤位的設計水準特別要求，而來自各國的攤位也競相表現創意，例如日本「紙和SIWA」攤位，其背包、鞋子等作品全部皆由不怕水、耐用的紙所製成，其攤位設計僅用到紙片與釘書機兩種素材，就創造出令人驚歎的視覺效果。

### 熟年工藝美學

臺灣工藝形象館則分為四大展區，分別是保健養生區、居家生活區、戶外休閒區及建立關係區。「保健養生區」主要是運用天然材質的用品，像是竹製時尚老花眼鏡、植物染保暖圈與隨身精美藥盒；「居家生活區」



日本「紙和SIWA」攤位，其背包、鞋子等作品全部皆由不怕水、耐用的紙所製成。（左圖）  
「2009東京國際家居設計生活展」中，臺灣工藝形象館一隅。（右圖）



臺灣工藝形象館展出的設計花器



臺灣工藝形象館展出現場。

則呈現熟年者在有錢有閒後，怡情養性的生活模式，例如燭台、搖椅、竹屐等。熟年者在退休生活中的戶外活動，則在「戶外休閒區」以竹杖、隨身如意杯、棉麻織帽等產品表現；「建立關係區」強調人際間互相依存的關係，與心靈層面的需求，茶具組、圍棋桌組等產品就能兼顧實用與生活美學。

工藝所指出，這次熟年生活工藝設計在東京展出時頗獲好評，其中唐草設計、悅山工坊創作的隨身藥盒〈保健便當〉、肆意設計與藝村精品創作的〈放大鏡筆〉與肆意設計、悅山工坊創作的創意金魚缸〈悠遊〉三個作品的詢問度最高，已經有買方表示有下訂單的意願，前提是要做一些細節上的調整，讓作品更符合市場



〈放大鏡筆〉是希望熟年族群在書寫及閱讀時都能隨手快速取得，將筆與放大鏡的功能結合，以竹片彎曲成筆的流線形狀，再搭配金屬材質的筆身。（左圖）



〈祖孫情〉是一個可以完整標記身高與成長影像記憶的產品，量身高的同時也可以將孫子當時的照片夾在刻度記號旁。（右圖）





以竹片、鋁金屬製成的〈悅讀〉讓熟年族群閱讀時可抓握產品竹的部分取代堅硬不合手的書背，而不再有手指痠麻的困擾。（左圖）  
〈悅〉融合了不求人與刮痧板的造型與功能，各自發揮碳化竹片材、鋁金屬、五金件、檫木等材質的特性，成了異於傳統的保健組合創意。（右圖）

需求。像是〈保健便當〉的轉蓋要有關閉的蓋子，〈放大鏡筆〉建議應可更換筆心，〈悠遊〉的金屬蓋可更為密合。整體而言，對環保議題的重視，也讓臺灣的竹製品受到日本人的稱許，顯示「綠工藝」將是未來的工藝趨勢。

### 趨向精緻化的另類商機

工藝所表示，任何商品都要經過市場的洗鍊才能創造產值，這次在東京展得到不少專業人士的建議，從使用者的角度提出可以被改進的部分，工藝所也將這些寶貴意見帶回來，與設計師和工藝家溝通，預期完成修改後，將得到實質的訂單，有助於臺灣工藝的發展。

維持作品水準並找到更精準的買家，是此次工藝所參加「2009東京國際家居設計生活展」的目的。2008年工藝所首度參加「日本東京國際禮品展」，發現禮品展

整體商品價格較低，參觀者雖然高達二十萬人次，但多屬一般民眾，且要與大陸的廉價商品削價競爭，更重要的是，禮品展一次下單商品數量就是以萬計，對於手工製作的工藝品來說並不適合。相較之下，工藝展的訂單可以下三百至五百件的小訂單，顯然更適合無法大量生產的工藝品。

工藝所指出，日本人相當注重細節，無法接受大陸粗製濫造的商品，臺灣對日本文化的熟悉度，提高日本人對臺灣商品的好感，這是臺灣設計商品的契機。

文建會主委黃碧端亦強調，設定熟年生活工藝為主題，代表臺灣在發展文化創意產業時，不僅有人文關懷為創意產業的底蘊，更能為創意產業設定具有前瞻性的目標，相較於大陸以低價傾銷的方式，臺灣文化創意產業在未來更具有優勢。



由悅山工坊創作、唐草設計有限公司所設計的〈保健便當〉可供人方便攜帶，守護個人健康。側邊繽紛的顏色對應一星期的需求，而封蓋的竹編彰顯了工藝文化的內涵與獨到的品味。（左圖）  
〈悠遊〉使用斜角的切割處理手法，帶出傳統與現代結合的新風貌。（右圖）