

この透明なPET製の筒と、モールドのポットをセットした不思議なフォルムの商品は、「tu-tu r. t. d.」(ツツアール・ティー・ディー)という謎めいた名前である。花は、プリザーブドフラワーや造花ではなく、本物の生花。再生紙のモールドには、水分を含むゼリー状の給水剤が入っており、直射日光を避け、涼しい場所に飾ると、そのまま、長く楽しめるという。

「tu-tu r. t. d.」は、サントリーフラワーズ(株)と、広告制作会社サン・アドのデザインレーベル「ROCK, PAPER, SCISSORS」のコラボレーションによって開発された、人と花の関係性を問い直す、ライフスタイル戦略商品である。

2002年、サントリー(株)の花事業部が分社し設立されたサントリーフラワーズ(株)(山本亨社長)は、先頃、豪州・フロリジン社と共同で、世界初の「青いバラ」開発に成功、2009年の販売開始をメドに生産・販売体制の整備を急いでいるところ。

また、「青いバラ」の開発過程で誕生した、初の青色系カーネーション「ムーンダスト」は、切り花として既に全国の生花店に流通している。

「tu-tu r. t. d.」は、“花は花屋で買うもの”という常識を疑うことから生まれた。これまで、日本で花を贈る、花を飾る習慣が欧米ほど浸透しなかった一端には、シャイな日本人男性にとって、花屋の店先で、花束が出来上がるのを、花に囲まれて待つ時間が、癒しどころか逆にストレスになるという心理的な要因もあるようだ。その一方で、昨今、エキナカやショッピングモールなど新しい流通形態が台頭し、人の流れが大きく変化している。

そこで同社では、これまでと違った動線の中で、もっと気軽に花に触れてもらって、購買に結びつけることが出来ないかという難問をテーマに、あえて生花の素人であるサン・アドのクリエイターたちと共同で「チームr. t. d.」を立ち上げ、1年かけて議論して来たという。



人と花の関係性をデザインした、未知の美を感じる花とパッケージ「tu-tu r. t. d.」が母の日商戦を機に本格販売へ

サントリーフラワーズ

ネーミングにもなっている、この「r. t. d.」という言葉は、飲料業界では缶入りのチューハイやカクテルなど、“ready to drink”(買って帰って、すぐ飲める)というカテゴリーから着想した。生花に置き換えると、買って帰ってから花瓶などに生ける必要がなく、すぐに飾れる“ready to display”となり、新しい市場創造型商品の方向性を示している。

ところで「tu-tu r. t. d.」の未来的・宇宙的イメージのフォルムは、家電デザインの経験が豊富なプロダクトデザイナーが創造したものだ。

コンセプトは、“遠い宙で咲いている花を土壌ごと掬い取り、カプセルに閉じ込め、地球に持ち帰った”というSF的なストーリー。ネーミングの「tu-tu」は、花が透明の“筒”に入っていることや、フランス語で「あなた」を意味する“tu”にかけた造語で、未知の世界と交信する、“ツーツー”という電波信号もイメージしている。透明な筒パッケージの表面に刻まれた幾何学的な模様は、遠い星のキラメキを表わしているという。

ちなみに、生花のプロであるサントリーフラワーズでは当初、新しいスタイルの商品について、最近人気

のある「ボックスアレンジメント」のようなものを想像していた。だからプレゼンテーションで、いままで誰も見たことがない「tu-tu r. t. d.」の姿を示された時には、驚きでしばらく言葉を失ったとのことだが、華やかさやデコラティブな演出を求め、洋花のフラワーアレンジメントではなく、むしろ日本の伝統的な“侘び寂び”の精神に通じている点がユニークだと言えるだろう。

「tu-tu r. t. d.」のデビューも鮮烈だった。昨年秋、東京・国立競技場を中心に開催された「デザインタイド」では、様々なインスタレーションやプロトタイプ展示がメインの会場内に、真っ白な什器と床で出来た空間を設え、約10種類・200本の「tu-tu r. t. d.」が照明の中、整然と浮かび上がる、何とも未来的なブースを展開。一輪挿しで見た時と違うインパクトに、アパレルやカフェ、百貨店等々、幅広い来場者から大きな反響があったという。

自信を深めた同社では、テスト販売で使い勝手をさらに検証。有楽町マルイ6階イベントスペース、大阪・梅田阪急メンズ館の雑貨&BOOKショップ「ザ・ロビー」など、生花と



縁がなかった業種・業態で、コラボレーションを模索して来た。

中でも、2月27日～3月4日、松屋銀座店1階 スペース オブ ギンザで開催された「ワールドジュエリーフォーラム」では、国内外のクリエイタージュエリーや旬なアクセサリーアイテムを松屋独自の視点で編集した会場のメインディスプレイとして、「tu-tu r. t. d.」で壁一面を展示。注目のアクセサリ、ジュエリーが集まるデザイン性が高いイベントに文字通り花を添えるとともに、フェアの期間中、連動して松屋銀座1階のフラワーショップ・日比谷花壇で「tu-tu r. t. d.」を好評裡に販売した。

サントリーフラワーズでは、生花業界最大の需要期である「母の日」(5月11日)を前に、いよいよ「tu-tu r. t. d.」の本格販売に乗り出すとしており、既に、あるライフスタイルショップでは、「母の日」に向けたキャンペーンで、店頭ディスプレイと小売を兼ねて、「tu-tu r. t. d.」のカーネーションをズラリと並べて消費者にアピールする計画が進んでいる。今後は、生花店ルートはもとより、インテリアショップや雑貨店、カフェなどの異業種で、“花の入った雑貨”として、自家需・パーソナルギフト向けに小売展開していくとともに、ブライダルの引き出物、ホテルの客室サービス、店舗やイベントの空間ディスプレイ素材など、多彩な需要を見込んでいるという。

価格は、オープンプライス(店頭価格は、概ね1500～1800円)。花の品揃えは、季節に合わせて提案し、販売店のリクエストにも応えていくとのことだ。

住宅用タテ型ブラインド ラインドレープ

ラインドレープは、次のステージへ

NEW LINE UP

- ▶ **14柄 44アイテムの増柄**
光と遊ぶデザインカットやスエードタッチの「エクセース®」など、新しいスタイルのスラットが仲間入り。カラーのラインナップも増強して、全39柄 174アイテムに大幅ボリュームアップ
- ▶ **カラーコーディネート・スラットコンビネーション**
スラットのアレンジでラインドレープの魅力がさらに拡大
- ▶ **高さ4mまで製作可能に**
流行のガラスウォールや吹き抜けの窓にも対応

立川ブラインド工業株式会社

<http://www.blind.co.jp/>

本社	〒108-8334 東京都港区三田3-1-12	Tel. 03-5484-6100
銀座ショールーム	〒104-0061 東京都中央区銀座8-8-15 青柳ビル	Tel. 03-3571-1373
仙台ショールーム	〒980-0004 宮城県仙台市青葉区宮町5-1-12	Tel. 022-275-1311
金沢ショールーム	〒921-8015 石川県金沢市東力4-181	Tel. 076-291-1146
名古屋ショールーム	〒451-0066 愛知県名古屋市中区西区児玉3-4-4	Tel. 052-532-5085
大阪ショールーム	〒542-0081 大阪府大阪市中央区南船場4-6-17	Tel. 06-6881-1781
高松ショールーム	〒760-0080 香川県高松市木太町六区2662-1	Tel. 087-837-2720

