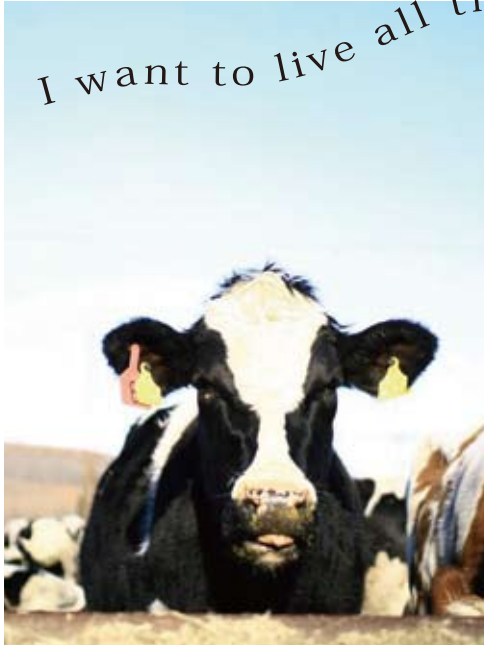


I want to live all the way in the Tokachi



Tokachi, and yet it's hot

十勝。なのにかっこいい。

が、コンセプト

moritoki とは。

「十勝」にまつわるデザインや素材で商品を展開する、エムデザイン 真浦綾子が立ち上げたブランド。
「木を見て森を見ず」ということわざから、「木も森も見る事ができる広い視野を持つ」という気持ちを込めて命名。シンボルカラーは「空・木・土」の3色。

十勝で生まれて育って39年近く。
ごく当たり前に「十勝」は全国の人が知っているものだと最近まで思い込んでいました。
でも、ほんのちょっと外(十勝以外)に出てみると、「十勝」の印象は「チーズ」以外に無い、という事を知りました。

食べ物はなんでもだいたい美味しくて、車を数分走らせると「ザ★北海道」な景色があって、そこそこの人口とお祭りが大好きな人たち。便は少なくとも一応電車や飛行機も乗る場所があります。

こんなに恵まれすぎている土地であるにも関わらず、その魅力がほとんど外側に伝わっていません。
それは、恵まれすぎているために、十勝の人たち自身の危機感がないからだと感じています。
十勝の主要産業は「農業」です。
農家さんががんばっているから、十勝は生活ができています。
それはとてもありがたい事ですが、ワタシは自分自身が、がんばっている農家さんに「おんぶにだっこ」で寄りかかって足をひっぱっていると思えてなりませんでした。

そこで、グラフィックデザイナーであるワタシができる、「十勝の発信方法」を考えた結果、「十勝にまるわるデザインや素材」で商品を展開する事にいきました。

十勝=農業、なので地元民にしても「十勝は田舎」と思っている人は多いです。
しかし、牛や鹿、豆、十勝の地形などなど、十勝が持っているアイテムは、デザインに起こしてみると非常にかっこいいのです。

この気づきが、「十勝。なのにかっこいい。」というコンセプトになりました。

今後は十勝商品ブランド「moritoki(森と木)」を全道、全国、全世界に発信し、「十勝に行ってみよう」と思われるような仕組みを作るのが、デザイナーであるワタシが十勝にいてできる事だと思っています。

～I want to live all the way in the Tokachi～
十勝で暮らし続けたい。

これが、ワタシが仕事をがんばるポリシーとなっています。



真浦 綾子

[プロフィール]
エムデザイン(個人事務所)
たまたま面接を受けグラフィックデザイナーとなり、今となってはデザイナー歴17年というキャリアに。
2009年には個人事務所(エムデザイン)開設。
広告デザイン、パンフレットデザイン、webデザインなど通常業務のかたわら、「ジョシノカンズメ」という、自分の感性のみで作られたフリーペーパーを一年に数回、不定期で発行。
2013年、「世界一大きなトーストアート」でギネスワールドレコーズTMの世界記録保持者となる。
今年「世界一大きな顔ハメ」と「世界一大きな豆アート」でギネスワールドレコーズTM世界記録を狙う(十勝世界一プロジェクト)。