

スコッチウイスキー「シーバスリーガル」が
優秀な若き起業家やプロフェッショナルを発掘・支援する
『シーバスブラザーズ・ヤングアントレプレナー基金 2014』
2014年10月1日(水)～12月1日(月)の期間で募集！
総額1,000万円を助成し、起業や既存ビジネスの発展をサポートします！

ペルノ・リカール・ジャパン株式会社(本社:東京都文京区、代表取締役社長:ティム・ベック)が展開するスコッチウイスキー「シーバスリーガル」では、株式会社幻冬舎発行の雑誌「GOETHE(ゲーテ)」の協力のもと、『シーバスブラザーズ・ヤングアントレプレナー基金 2014』の募集を2014年10月1日(水)～12月1日(月)の期間で実施します。

本基金は、現在150以上の国と地域で愛飲される「シーバスリーガル」の生みの親であり、スコットランドにブレンド・ウイスキービジネスの礎を築いた、ジョンとジェームスのシーバス兄弟のパイオニアスピリッツにインスパイアされています。彼らの社会貢献の精神を受け継ぎ、有望かつ若いビジネスパーソンをサポートすることを目的に2012年に設立しました。



昨年の受賞者は、アート・コミュニケーション・プロダクト・建築など、幅広い分野のデザインを通じてより良い社会を創るための活動を行う、NOSIGNER株式会社の代表取締役 太刀川英輔氏が選ばれ、1,000万円の助成金が交付されました。この受賞によって太刀川氏は、非営利のソーシャルデザインプロジェクトを勢力的に拡大し、内閣官房主催・第二期CJ(クールジャパン)ムーブメント推進会議のコンセプトディレクターとしての活動や、東北の事業者との防災キットの共同開発など、幅広く活躍されています。



2013年度授賞式の模様

第3回目となる2014年度も、日本全国のイノベティブなビジネスアイデアを持つ20歳～49歳(2014年12月1日時点)のビジネスパーソンを対象に、総額1,000万円の助成金を交付し、起業や既存ビジネスの発展をサポートします。ビジネスにおける成功を社会へと還元していくことのできる、革新的なビジネスアイデアを大募集します。

本基金募集概要の詳細は次頁をご参照ください。

【基金に関する一般の方からのお問い合わせ先】

CBYEF審査委員会 Eメール・アドレス cbyef@chivas-regal.jp

ウェブサイト <http://chivas-regal.jp/gsc/fund/2014/notice.html>



【募集概要】

名称: **Chivas Brothers Young Entrepreneur Fund 2014 supported by GOETHE**
(シーバスブラザーズ・ヤングアントレプレナー基金 2014) ※以下「CBYEF」

設立背景: 「シーバスリーガル」では、優秀な若き起業家やプロフェッショナルを発掘・支援することを目的に、『シーバスブラザーズ・ヤングアントレプレナー基金』を雑誌「GOETHE(ゲーテ)」の協力のもと、2012年に設立。基金設立のきっかけは、「シーバスリーガル」の生みの親であり、スコットランドにブレンドド・ウイスキービジネスの礎を築いた、ジョンとジェームスのシーバス兄弟によるパイオニアスピリッツからインスパイアされています。ブランドコンセプトである“Live with Chivalry(騎士道と共に)”の精神を实践すべく、起業や既存ビジネスのさらなる発展を目指す、有望かつ若いビジネスマン等をサポートします。

助成内容: 1,000万円の助成金を交付します。

募集期間: 2014年10月1日(水)～12月1日(月)

募集対象: イノベティブなビジネスアイデアを持ち、かつそのプランを実現することにより、社会的にも貢献できる全国の経営者、またはこれから起業を目指すビジネスパーソン若しくは学生であって、2014年12月1日時点で20歳から49歳の方を募集対象とします。

応募方法: ウェブサイト<http://chivas-regal.jp/gsc/fund/2014/notice.html>から応募申込書をダウンロードし、必要事項をご記入の上、必要添付書類と共に、CBYEF審査委員会まで郵送でご応募ください。

審査方法: CBYEF審査委員会(当社内)にて、応募者のビジネスの新規性・革新性、成長性・将来性、経営者・代表者の資質、財務の健全性、社会性、助成金の用途等を踏まえて審査します。
○第一次審査: 応募書類による審査(12月中旬予定)
○第二次審査: プレゼンテーション審査(第一次審査通過者のみ。12月下旬予定)

助成対象者発表: 2015年1月20日に都内会場で開催を予定する、「シーバスリーガル18年ゴールドシグネチャー・アワード2015 Presented by GOETHE」授賞式にて発表予定。

主催: ペルノ・リカール・ジャパン株式会社

* 募集要項の詳細は、ウェブサイト <http://chivas-regal.jp/gsc/fund/2014/notice.html> をご参照ください。

【「シーバスリーガル」について】

ペルノ・リカール・ジャパンが展開するスコッチウイスキー「シーバスリーガル」は、1801年にスコットランドで設立されたシーバスブラザーズ社のフラッグシップ・ブランドです。日本では、「シーバスリーガル12年」「シーバスリーガル18年」「シーバスリーガル25年」、日本限定商品「シーバスリーガル ミズナラ スペシャル・エディション」の4アイテムを展開しています。

「シーバスリーガル」のキーモルトとなる豊かでまろやかなシングルモルトは、シーバスの魂の故郷、ストラスアイラ蒸溜所で作られています。この蒸溜所で生まれるモルトは、スペイン産特有のフルーティでフローラルな香りと、樽熟成由来のナッティーでドライな味わいが特徴で、「シーバスリーガル」のリッチでまろやかな味わいに貢献しています。





【過去の受賞者について】

■ 2013年度 ^{たちかわ えいすけ} 太刀川 英輔 氏 (NOSIGNER株式会社 代表取締役、デザインストラテジスト)

1981年生まれ。慶應義塾大学大学院理工学研究科修了。同大学院在学中の2006年にデザインファーム NOSIGNERを創業。ソーシャルデザインイノベーション(社会に良い変化をもたらすためのデザイン)を生み出すことを理念に活動中。建築・グラフィック・プロダクト等のデザインへの深い見識を活かし、複数の技術を相乗的に使った総合的なデザイン戦略を手がけるデザインストラテジスト。Design for Asia Award大賞、PENTAWARDS PLATINUM、SDA 最優秀賞、DSA 空間デザイン優秀賞など多数受賞。災害時に役立つデザインを共有する「OLIVE PROJECT」代表。

WEB <http://nosigner.com>



【メッセージ】

幼少の頃、自宅にロイヤルサルートの青いボトルが1本ありました。その美しい存在感から、ただのお酒ではないことを実感していました。そんな自分が幼少の頃から憧れていたシーバズリーガルより、光栄な賞とご支援をいただき、新たな翼を得たような気持ちです。環境問題・急増する災害・失われゆく伝統文化など、世界が抱える無数の課題の中、デザイナーを志す自分がデザインと社会の大義をどう結びつけていくことができるのか。自己を超えて成すべきことを成すために、僕はいったい何をデザインしたらいいのか。理想論のようであり、青臭くはありますが、NOSIGNERとしての活動で常に心に問いかけながら、これからも邁進したいと思います。

【活動報告】

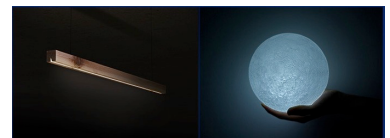
○ クールジャパンを世界に届ける

2020年東京五輪に向けて日本文化を発信するための「内閣官房主催・第二期CJ(クールジャパン)ムーブメント推進会議」のコンセプトディレクターに任命され、クールジャパン自体の概念を再構築することを目標にし、太刀川氏が会議を先導。“世界の課題をクリエイティブに解決する日本”という指針を導き出し、本会議での議論を集約した「クールジャパン提言」を提出した。提言書の編集・デザインはNOSIGNERが担当。



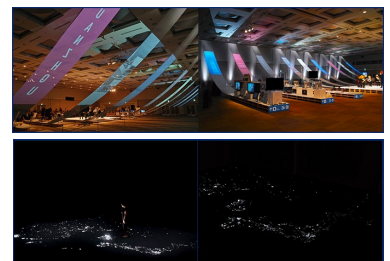
○ 日本デザインを世界へ発信

2014年3月、シンガポールで行われた国際展示会「IFFS 2014」で、NOSIGNERが企画編集した「DESIGN AS IT IS.」展を開催。本展は、モノの形を変えず、関係性だけを変化させたプロダクトを集めて展示し、日本国内で活躍するデザイナーのプロダクトを紹介。日本発の新たなデザインの潮流として発信した。



○ デザインを通じた国際交流の実現

2014年2月25日に横浜で行われた「東アジア文化都市2014 横浜」のオープニングイベントにおいて、会場の空間構成を担当。「東アジア文化都市2014 横浜」は、日本・中国・韓国の3か国によるアジア文化交流のために行われた事業で、“1日だけの空港”をコンセプトに会場をデザインし、音に反応して映像と照明が変化するインタラクティブな演出を施し、都市と文化交流について考えるための空間づくりを行った。また、同事業の一環として8月1日から開催中のイベント「Find ASIA」では、ヨコハマ創造都市センター(YCC)内に空間インスタレーション「SPACE SPACE」を設計。自由に時間を過ごせるラウンジを兼ねた空間に、宇宙から見たアジアの夜景を独自のLEDシステムで再現している。



○ 災害や人命救助のためのデザイン

NOSIGNERが東日本大震災発生から40時間後に立ち上げた、災害時に有効な知識を集めて共有するwikiサイト「OLIVE」の取り組みを継続・発展している。

山梨県で記録的な大雪となった2014年2月、「OLIVE」にて雪害対策のノウハウをまとめた“大雪にも備える - もしも雪害に遭ってしまったとき、知っておくと助かること”を誰でもダウンロードが可能なPDFで配布。

「OLIVE」の取り組みを反映し、仙台市の高進商事と共同開発した防災セット「THE SECOND AID」が2014年7月から発売。パッケージは救急箱をイメージした白地に赤文字のデザイン。災害時に必要な情報をまとめたA4サイズの冊子入りで、もしもの時に役立つモノと情報が詰まった一箱に仕上げた。



○ 日本美を世界に届けるために

日本の文化遺産や周辺のサイン計画をリデザインすることにより、伝統的な景観を美しく修繕し、日本の美の最大のコンセプトである調和を取り戻すプロジェクト『Signage for Heritage』を提案。日本らしさをデザインして世界へと発信し、伝統産業・文化遺産を未来へと繋げるだけでなく、観光誘致を促進し、地域活性化や文化交流へと広げることを目指している。

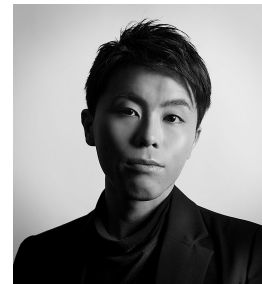


【過去の受賞者について】

■ 2012年度 ^{しがりょうた}志賀 亮太 氏 (ファッションデザイナー)

1985年福島県いわき市生まれ。杉野服飾大学在学中、ベルギーのアントワープにて一年間インターンシップ。大学卒業後、イタリアに渡り「ANTONIO BERARIDI」で師事。アメリカ、ドイツ、ニュージーランド、シンガポール、中国にてコレクションを発表し、数々の賞を受賞。2011年、「RYOTA SHIGA」を設立し、2014年、「SHIGA」に改名。untamed elegance (野生のエレガンス)というスタイルを創る。ファッションを通じ世界で未来永続的に継続する一人、一人の幸福の為の行動を指針に、日々活動している。

WEB <http://www.ryotashiga.com>



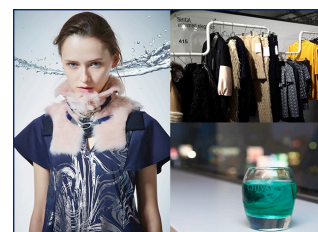
【メッセージ】

荣誉ある賞をいただいたことで、会社設立をはじめ国際的な活動に向けた大きな一歩を踏み出すことができました。想定していたビジネスプランでは難しい局面にも遭遇し、別の視点から攻めることを決意するなど、早くもさまざまな出来事がありましたが、おかげで「常にクリエイティブであり、イノベティブでいられるか?」、「どのような局面でも、自分の叶えたい夢に向けて情熱を燃やし続けられるか?」ということの大切さを改めて実感しました。今後も、シーバス兄弟が大切にしたい寛容の精神を胸に、自身の飛躍と福島のために、今できる小さなことを積み重ねていきたいと思っています。

【活動報告】

○ 2014-2015 秋冬コレクション「aqua」発表し、パリで展示会を初開催

2014年2月～3月、「aqua」をコレクションテーマに、天然生地素材開発と福島の毛皮工場の手作業による職人技術で製造した製品を発表。パリで初めて展示会を開催。また東京の展示会では、ベルノ・リカール・ジャパンとコラボレーションし、「aqua」をイメージし、シーバスリーガル18年をベースにしたグリーンのオリジナルカクテルを提供した。



○ パリ・ファッションウィーク視察

会社設立後まもなく、志賀氏は「ファッションウィーク」開催中のパリへと渡り、現地視察を行った。さまざまなショーや展示会、ショールームを精力的に訪問し、フランスのプレスエージェンシーへのインタビューも実施し、厳しい現実を目の当たりにすると共に、新たな戦略を立てる。

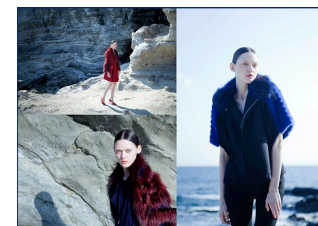
○ 「世界」への第一歩はシンガポールでの会社設立

人、物、マネー、情報など、グローバルビジネスで求められる迅速な対応を考慮し、アジアをはじめ世界各国へのネットワークを持つシンガポールに注目し、2013年3月7日、現地に「SHIGA PLE LTD」を設立。2012年12月に本基金の受賞が決まってからわずか数ヶ月で海外法人を設立し、国際的なブランド展開に向けて早くも大きな一歩を踏み出した。



○ 2013-2014 秋冬コレクション「landscape」発表

2013年4月、新作コレクションを発表。春夏コレクションに引き続き、テーマは「landscape」。コレクションの中でも、特に志賀氏らしさが際立っていたのは毛皮を用いた作品。毛皮を1センチ幅のテープ状にカットした後、レザーと縫い合わせてブロック状にするという新技術を開発し、立体的で独特のフォルムを生み出すことに成功。常に創造と革新を追い求める志賀氏の創作スタイルを印象付けた。



○ 福島の工場との協力体制を強化し、復興支援を継続

あらたなイメージの具現化、そして復興支援という観点から、志賀氏は福島の企業とのコラボを強化。以前から取引のあった福島の毛皮工場との協働により、毛皮を用いた新しい表現方法を開発し、コレクション用の作品として発表するなど、その活動はまさに「福島から世界へ」を体現している。また、これまでと同じく地元・福島の工場に縫製やサンプル制作を依頼するといったカタチで復興支援も継続。高校生や母校に向けたメッセージの発信など、ボランティア活動も積極的に行っている。

