

2007年度第7回物学研究会レポート

「物を極める／ものづくりの仕掛けをつくる」

黒川 雅之 氏

(建築家・プロダクトデザイナー、物学研究会代表)

2007年10月23日



BUTSU GAKU
物学研究会
SOCIETY OF RESEARCH & DESIGN

10月の物学研究会は、同会の代表、黒川雅之さんが「物を極める／ものづくりの仕掛けをつくる」について語りました。黒川さんは最近、新会社、株式会社Kを設立しました。

それは「デザインを原点から考え直すことから自分自身が<つくる人>になろうと決めました」という、黒川さんの意思表示でもあります。今回はご本人が人生最後の挑戦的実験であり総括という株式会社Kを中心にした、ものづくりの構想についてお話いただきます。以下、そのサマリーです。

「物を極める／ものづくりの仕掛けをつくる」

黒川 雅之 氏

(建築家・プロダクトデザイナー、物学研究会代表)



01 ; 黒川 雅之 氏

●デザインからものづくりへ

近頃「デザインって何か?」「ものづくりって何だろう?」について真剣に考えています。僕自身は「デザントープ」というインターネット会社をつくったり、「物学研究会」を主宰したり、建築やプロダクトデザインを手掛けてきましたが、その集大成として最近「株式会社K」を設立しました。これはものづくりの会社で、職人を志向しています。職人は自らの手で、土や木、焼き物やウルシを感じながら、身体感覚でものづくりをしていく人たちです。世の中の動向やマーケティングを基点とするデザインとは異なり、「物」に集中し、ある意味では地球と対話している人たちです。そういう姿勢が今のデザインにとって重要ではないかと考えています。そこで、本日は「デザインともものづくりの原点へ」というテーマで、お話ししていきたいと思えます。

最初に「デザインからものづくりへ」を提言させていただきます。

1) 「デザインとはつくり方の提案である」

デザインとはものづくりであり、形や形態の提案ではないと思います。例えば、コップですが、原始人が水を飲むために自分の手で掬ったところ、指の隙間から水が漏れていく。そこで近くに転がっていたヤシの実を半分に割って使ってみた。これがコップの原点だろうと思います。こう考えると器というのは手の延長線上、手が進化したものということもできます。三宅一生さんの服づくりも、布を直裁に切断して素のまま使おうとする日本の着物から発想した一枚の布、縫製後にプリーツをかけるプリーツ・プリーズ、糸から直接、服をつくりあげるA-POCに至っています。日本文化に根ざした新しい服の「つくり方の提案」だったわけです。僕がつくった照明器具は、ポリプロピレンのシートをただ楕円形にカットして周りにジッパーをつけて、それをつなぐという単純な造りです。このように、デザインは「つくり方」の提案だと考えることによって、デザインの意味が見えてくると思うのです。

2) 「デザインとは発見の方法である」

例えば、海面上に見える冰山は、全体の一角に過ぎず、大部分は海面下にあります。これを人間の意識に譬えるならば、自分たちが自覚している意識はごく一部で、大分は無意識の領域、暗黙知、あるいは人類に受け継がれてきたDNAの奥に潜んでいるのです。こう考えると、意識の表装に頼るトレンド分析やマーケティングなどの現実に縛られた現代のデザインのあり方はちょっとまずいのではないかと。

僕はデザイナーには3つの立場があると考えています。1つは金を稼ぐこと。2つ目は問題解決。3つ目はデザイナー自身の生存をかけた叫びのようなものです。商品のデザインは問題を解決することだけれど、その方法の発見は人間の意味を問うところから見つかるのです。解決方法はデザインをとことん深く突き詰めていくと、ある瞬間、突然に現実から飛躍したビジョンが見えてくる。ところがそれは夢みたいなものなので、もう一度現実化しなければならない。そこで改めて、「車って何だろう?」「テレビって何だろう?」という原点に立ち返る。そんな中から、ある種の「祖型—原型」が見えてくるのだと思います。このような発見の環境を整えるために、「理論⇔創作」、「競争⇔協同」、「求心⇔遠心」という3つの方法による研究・創作活動があると考えています。つまり、デザインとは手を動かしながら思想を発見していくものであって、コンセプトはその後から付いてくるものではないのでしょうか。

3) 「デザインとは素材との会話である」

デザイナーは人間と社会を、職人はマテリアルを考えます。最近の僕は、現代的、都会的、デザインの的というものには深く心を揺さぶられることがなくなっています。一方で素材と語り合っている無名の職人の仕事に心が揺り動かされる。デザイナーが素材と語り合うことを忘れてしまったことが、問題なのではないかと思うようになったわけです。僕は今後、外からではなく内側から物をつくるという考え方を実践していきたいと思います。

4) 「デザインとは物による論文である」

2)の話ともつながりますが、デザインとは理論と創作の等価性であり、同時性であると思うのです。

5) 「デザインとは告白と問いである」

以前、アートって何だろうという議論をしていたときに、僕が「アートとは告白であり問いだ」と発言して会場が盛り上がったことがあります。デザインだって同じです。告白も問いも実は同じ意味をもっているのですが、それは自分の深層をさらけ出して、他者に問うことです。問うことで自己の深層に向けての回答を得ながら創造活動を続けることです。

6) 「デザインとは美の表現である」

「グッドデザインって何？」と聞かれたら、正しいデザインではなく美しいデザインではないかと答えます。僕は「正しさ」という概念は信じていません。「正しさ」という概念は、多分ヨーロッパのキリスト教主義が生み出したものなのではないかと思うのです。だから、「グッドデザインは美しいデザイン」と考えれば、途端に「美」はたくさんあって、100人いたら100のグッドデザインがあることになります。深いところへ到達した美は、多くの人の共感を勝ち得ると思うのです。

7) 「デザインとは気の創造である」

これはインハウスデザイナーに主張したいことですが、たとえ単体の「物」のデザインであっても、それは「環境」に対して大きな影響力を持ちます。「物」と「環境」は表裏の関係にあるのです。自動車でも、テレビでも、それを取り巻いている空気や気配のようなものを意識してデザインすることです。形でも色彩や素材でもない、デザインは人のもつ「気迫や色気」がそうであるように、ものがその発する気であり気配をつくることです。人を感動させるためにはこの気を生み出すことです。

「環境と物」。物学研究会の根本にある「物」についてですが、物が集まって人を取り囲むと環境になります。環境と物は表裏の関係にありながら、物自体も複数集まると環境になるのです。これは物自体がその周辺に「気」という空間、環境性を持っているからです。この「気」が「間」を生み出す。人間はこの「間」に生息しているのです。デザインとは「物」だけのためではないのです。

8) 「デザインとは外界の身体化である」

建築もプロダクトも身体の一部を拡張するものであり、身体の一部であり、身体と一体化できれば、これ以上のことはないと思います。つまり、「身体性」は建築やプロダクトの必須条件です。

9) 「デザインとは文化の編集である」

デザインは一個人の個性の発露ではあり得ません。インハウスであれば、さまざまな立場の人の意見を総合し、多くの条件を取り込みながら作業を進めていきます。そこには、無意識のうちに「編集」という作業が入っていますし、過去の記憶と現代の思想の融合といった編集の思想が欠かせません。例えば、ある空間にネクストマルニに参加した12組のデザイナーの椅子を配することによって、個性と個性とをぶつかり合う面白い空間を創造するという実験を行いました。これも編集という作業です。最近では、金沢市の依頼で、小紋、桐工芸、九谷焼など、金沢の美術工芸の再考を託されました。ここでは僕がデザインをするのではなく、職人の作品を見ながら口頭でさまざまな注文をつけました。これは、デザインではなく編集に近い行為だろうと思います。

●つくる仕掛けを再構築する

ものづくりの三角形（＝設計するデザイナー、つくる製造企業、売る販売企業）があります。製造業が中心となった物づくりから、最近では、販売企業がイニシアチブをとる時代にシフトしています。ところがこの構造は価格を最優先に商品を製造し、つくり手の魂までに届こうとしていない。僕はこうした傾向にある種の危機感を持っています。だから、職人や製造企業の復権を真剣に考えています。

そこでデザイナーを真ん中に置いた「K」というプロダクション会社をつくることにしました。プロダクションとは即ち、企画、戦略、デザイン・マネジメント、プロダクション・マネジメント、広報、配給、オンラインショップ運営を指しています。先ほどの「ものづくりの三角形」の中心にプロダクションという機能を位置づけることによって、デザイナー、製造企業、販売企業の機能を融合していきたいと考えています。

●アライアンスという現代の職人的生産組織

この組織は「アライアンス」をキーワードにして、ある種の職人組織をつくっています。「ものづくり」とは「情報→企画→デザイン→技術設計→試作→製造→在庫→広報→営業→卸し→修理」というサークルによって回っています。アンダーラインはソフトウェア、他はハードウェアの領域で、従来はこの流れを製造企業が販売企業のどちらかが首尾一貫行っていました。この新しい組織では、僕はこの2つのやり方とは違う「プロダクション」を中心にすえた「第三の方法」をとることにしました。いわゆるプロダクションというソフトウェア部分を分離して、僕が設立したKが担当する。Kの周辺にアライアンス企業があって、それぞれハードウェアの開発を担当する。プロダクション機能を負うものづくりの実験的な組織であるKは、いわば「工場を持たないメーカー」であるといえます。

こうした新しいものづくりの仕組みをつくることによって、どんなことがおこるのか。アライアンス企業にとっては、1) その企業が持つ市場の競争原理に支配されない技術を発揮するものづくりが実現でき、2) その技術が持つ美学を徹底的に追求することができ、3) 経営参加することによって市場との距離がグッと近くなる、というメリットが生れます。一方プロダクションである「K」にとっては、1) 使いたい技術を自由に選ぶことができるので製造装置に支配されない、2) 市場の動向を受け入れやすい、3) トータルなメッセージを市場に伝達しやすい、4) アライアンスという仕掛けによって少数精鋭主義を実践できる、などのメリットがあります。

このものづくりの仕組みをつくることによって、僕は、「コスト削減より性能向上を目指す」→「参加企業に正統な利益をもたらす」→「原価が上がる」→「高価格でも売れる、優れた物語性をもつ商品の開発」→「究極の逸品」→「ブランドができる」→「営業でなく広報による販売」などの新しい物の流れができると考えています。

現在、僕はKスタジオ、プロダクションK、デザイントープから成る「K-SYSTEM」を運営しています。Kスタジオとは黒川雅之建築設計事務所のことで創作や研究を、デザイントープは情報と教育を、そこに新たにプロダクションKをつくることによって生産と販売という機能が加わりました。そのKシステムの「ものづくりの三角形」に、さらにアライアンス企業が加わります。Kでは来年か

らばちぼちSANAの妹島和世さんやジャスパー・モリソンにデザインを依頼しようと思っています。僕がデザインしたいものをつくるだけでなく、外部の僕好みのデザイナーにも依頼し、ものづくりのネットワークがどんどん広がっていく構造です。

●株式会社Kのものづくり

Kでは、現時点で15ブランドあります。それぞれのブランドの製造に携わってくれているアライアンス企業が、製造から技術協力、在庫管理まで、それぞれ数百万円の投資をしてくれていますので、僕の責任はすごく重大です。現在は卸しとK-SHOP.netというオンラインショップ、それに世界中のミュージアムショップを通じての販売です。以下、それぞれのブランドをご紹介します。



02

JDZは中国景德鎮の千年の記憶を再編集して、現代に蘇らせるというテーマです。実際には景德鎮で育った職人が今上海でつくっていますが、技術は中国でも思想は日本です。皿は料理が主役だから表は真っ白でいいよ、その代わり日本の羽織のように裏が見事な絵が描いてある…そんな物を目指しています。

PLPLは「プレイン・プレート」の略で、皿の祖型を探る商品です。「皿って何？」と原点を突き詰めていくと、おそらく「木の葉」とか「板切れ」だったのではないかと思います。それが皿の原型だなと考えてペラペラの板をつくりました。それを基本に、お汁の場合はちょっと深くしよう、スタッキングできるようにとか、工夫を凝らしてどんどん発展していきました。

METAPHは「メタファ」と「メタル」という英語からとったネーミングですが、鋳造アルミニウムによるテーブルの祖型を探っています。20世紀最大の建築家コルビュジエのドミノシステムに似た鋳造アルミニウムのプレーンなテーブルです。テーブルとは空中に浮かんだ板があればいい、と。だけどそれを支えるために、脚が4本いるね…と。3本で安定しますが、これが引っ繰り返す危険があるので1本足してあります。脚はネジ式になっていてロックダウンできます。

T-FRAMEは30年前に特許をとったアイデアに基づいたT型の標準部材による祖型的構造体です。この構造を使った1種類のアリミ押し出し成型の部材による柵類のバリエーションを発表しました。



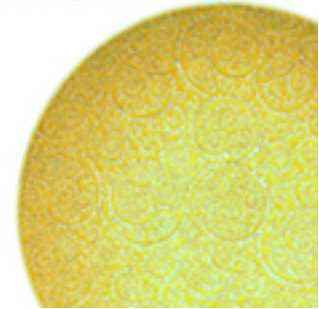
02

SUKI+はネクストマルニの再編集作品で、例えば座と背の部分だけ塗装することによって、祖型とは異なるさまざまな表情を見せてくれます。

gomは38年前のデザインですが、今だに売れ続けていて、Gマークのロングデザイン賞ももらいました。黒いゴムを使ったインテリア小物と家具用のハードウェアです。



KANAZAWA



02

P+Gはシリコン（悪魔の漆黒）とプラチナ（神の輝き）が手を繋いだジュエリーです。製造元が倒産してしまい、権利が三井物産に移ったのです。しかしプラチナだけを溶かしてしまうという話を聞きつけて、すべてを買い取り、それを新ブランドとして売切れるまで販売することにしました。

IRONYは伝統工芸の編集的デザインを目指した、2種類の鉄瓶です。開発のきっかけは、哲雪（故人）という職人がつくった素晴らしい蓋と摘みが地金として売られようとしていると聞いたことです。僕はそれを全部買い上げました。本体は僕がデザインをして山形の職人さんにつくらせたき、その蓋と組み合わせて販売します。ひとつは背が低く四角い形のもの、もうひとつは背が高く円柱タイプのもので、底にゴムが貼ってあります。好きな蓋を選んでいただくこともできます。

KANAZAWAというブランドです。先述しましたが、金沢市から依頼されてやったプロジェクト「金沢ごのみ」が出発点になっています。小紋、九谷焼、金箔、漆器、桐工芸、組子という伝統工芸です。職人たちと現地問屋さんが手伝ってくれています。例えば、小紋は型紙で刷るので、浮世絵と同じように量産できます。日本には昔から量産システムが整っていたのですね。そこで現在も保存されている型紙を生かして、現代的に再編集して作品をつくり、女優の萬田久子さんがイメージキャラクターになってくれました。他には桐工芸の技術を使って皿をつくりましたが今ひとつ物足りない。そこで蒔絵師に参加してもらって蒔絵を施すことによって素晴らしい作品になりました。



02

EGONは、エゴン・シーレの名にちなんで、つくった歪んだ鉛製の時計のブランドです。鉛なので柔らかく、歪みの具合を自分で調整することが出来ます。

SILICONEはシリコン製の精緻でかつ生体的な家具用フックなどのパーツです。シリコン製なので感触がすごくいいんですよ。まさに触覚時代の触覚。だけどそれだけではなく、中に入っているネジが骨のように透けて見えます。軟体動物の骨みたいです。

IN-EIは、過去の日本の伝統的な技や素材を使ったデザインの数々を括って、ひとつのブランドとしてまとめました。殆どが注文生産です。



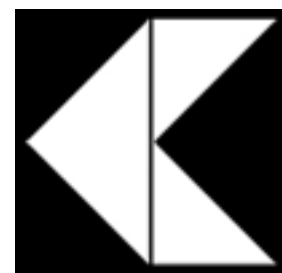
02

K-COLLECTIONは、黒川デザインの軌跡を集めてブランドとしました。中には時計、ベネチアでつくったガラスのコップ、ナプキンリングなどアイテムが含まれています。

O-Jewelでは大地さんのディレクションによるヨーロッパアンジュエリーを販売します。ユニークなジュエリーがたくさんあります。

nextmaruniは、マルニ木工さんと黒川雅之プロデュースによる、世界の著名デザイナーによる木製椅子とテーブルです。

さて、今紹介したブランドですが、ロゴタイプは、八木保さん、松永真さん、小島良平さんといった僕の友人であるデザイナーたちがデザインしてくれました。本当にありがたく思っています。



02

●Kの思想と指針

一通りのブランド見ていただきましたので、ここでKの思想についてお話したいと思います。幾つかの言葉に集約させていますので、それにそってお話します。

1) 「つくりたいものをつくる」

近代になって商業主義が育ってくることによって、デザイナーの社会的立場がどんどん変質してきました。デザイナーは「欲しいもの」ではなく「売れるもの」をつくる人になってしまった。使用者に媚びないで、原点に立ち返って、つくりたいものをつくるというところに戻りたい。

2) 「愛せるものをつくる」

つまり人と物の関係を再考する。もしもみんなが物に愛情を持てるようになると、ゴミ問題は起こらない。だれも捨てないから……。みんな修理して直して長く使う。ちょっと夢みたいですけど、僕はとても大事なところなのではないかと思います。

3) 「祖型を探す」

ものづくり、デザインをとことん突き詰めていくと、その物の祖型を探すことにつながる。詳細は先述しましたので、省きます。

4) 「職人主義」

素材と会話をするのが職人です。素材とは土であり木であり・・・そして地球であり、宇宙です。デザイナーは人や社会やマーケットを向いている、職人のように地球という存在を極めている人にならなくてはならない。

5) 「極微」

今を大事にしよう、目の前にいるこの人を大事にしよう、ここのディテールの大事にしようというような、こことかあそこか今とかさっきとかの「点」を大事にしようということ。日本人は正義ではなく美のために生きてると僕は思っています。ですからKでも美で判断する。微細なるものを日本の思想と同じように大切にしようと思っています。

6) 「編集という創造」

雑誌の編集長は雑誌のすべての文章を書きはしない。いろいろな人のたくさんの個性や才能をとりまとめていきます。他者の個性を選択してまとめてそこに編集長の個性が出るというものです。「編集という創造」をやっていると思います。

7) 「気配のデザイン」

先述の「気のデザイン」を思い出してください。

8) 「国際商品」

僕がつくりたい物をつくるということは、必ずしも誰もが欲しがらる物をつくることではありません

ん。僕はたくさんの人と共通の感覚をもっている普通の人間ですが、それでも好きな物をつくると非常に狭い個性的な商品が生まれます。だから、僕と同じ意見をもった人々を求めて、世界を舞台に売ることで量産ができる。個性的なものを広く世界にうるというのが一番の解決策だと思うのです。

9) 「プロダクション」

自分の手で「つくる」ことも含み、「紙のうえに企画すること」、そして「販売の企画を立てる」、あるいは「広報すること」も含んで「つくる」ことなのです。プロダクションとは単なる物づくりのメーカーではなく、ことづくりも含んだ「つくる意味」を実現する組織をいいます。

10) 「アライアンス」

アライアンスとは「助け合う」「協同する」ことですが、これからの社会はすべてを内包する巨大な組織ではなくて、小さい組織がアライアンスでネットワークを組む時代なのではないか。編集という概念それ自体がアライアンスという意味を持っていますが、そんな夢を具体的に職人たちや製造企業と共有しながら、ものづくり、販売していきたいと考えています。

11) 「雑貨という概念を大事にしよう」

例えば、家具という製品を扱うとなると、照明だ、絨毯だと、どんどん空間の話に広がっていき、僕の規模ではとても収拾できません。そこで僕はある時から、家具(=テーブルや椅子)を雑貨という発想でつくれないかと考えるようになりました。そうすることによって、家具でさえも身近なテーマになる。このようなことから、ここ数年「雑」という概念に興味を持っているのです。

12) 「デザイナーズブランド」

イッセイ・ミヤケなどファッションデザイナーたちはとくに、デザイナー自らがデザインし製造し販売することをやっています。なぜかプロダクトはそれができていない。ファッションはサイクルが速いから商品が常に入れ替わっていきます。ところが、プロダクトはいつまでもあり続けるために、客のリピートを期待するのが難しい。でもそれに挑戦しようというのがこのKという会社です。

デザインとは何かということを主張するために僕自身が今夢中になっていることのご紹介をさせていただきます。どうぞこれからも応援をしてください。

以上

講師プロフィール

黒川雅之(くろかわ・まさゆき)氏

1937年4月4日、愛知県名古屋市生まれ

(株)黒川雅之建築設計事務所・主宰。

(株)デザイントープ・主宰 (<http://www.designtope.net/>)

物学研究会・代表 (<http://www.k-system.net/butsugaku/index.html>)

詳細は、下記HPをご覧ください。

<http://www.k-system.net/> <http://www.k-shop.net/>

2007年度第7回物学研究会レポート
「物を極める／ものづくりの仕掛けをつくる」

黒川 雅之 氏

(建築家・プロダクトデザイナー、物学研究会代表)

写真・図版提供

01；物学研究会事務局

02；株式会社 K

編集=物学研究会事務局

文責=関 康子

- [物学研究会レポート] に記載の全てのブランド名および商品名、会社名は、各社・各所有者の登録商標または商標です。
- [物学研究会レポート] に収録されている全てのコンテンツの無断転載を禁じます。