

2010年度第3回物学研究会レポート

「和のデザイン、和のもてなし」

緒方慎一郎 氏

(クリエイティブディレクター、代表)

2010年6月21日



BUTSU GAKU
物学研究会
SOCIETY OF RESEARCH & DESIGN

第3回 物学研究会レポート

2010年6月21日

昨今のグローバル化の潮流は、日本製品のデザインやアイデンティティに大きく影響を与えており、特に「日本らしさ」「日本の美意識」の再考が重要テーマとなっています。

6月の講師、緒方慎一郎さんは「現代の和」をテーマに、さまざまなデザインプロジェクトをプロデュースすると同時に、自ら和をモチーフとするレストラン、和菓子店、文化サロンなどを企画、経営されています。今回は、「和のデザイン、和のもてなし」と題し、緒方さんの活動を通して、日本の美意識やかたち、和の魅力やデザインにおける可能性についてお話いただきます。以下サマリーです。

「和のデザイン、和のもてなし」

緒方慎一郎 氏

(クリエイティブディレクター、代表)



01 ; 緒方慎一郎 氏

●S I M P L I C I T Yの活動

こんばんは。緒方です。僕は、物学研究会と同じ12年前にS I M P L I C I T Yという会社を立ち上げ、和菓子屋や和食屋の経営、プロダクトやインテリア、グラフィックデザインなど、いろいろなことをしています。ですから、僕の仕事は「建築家」とかひとつの肩書きでは語り切れません。残念なのは、日本はそういう人間につれないので、経営的にはいつも崖っぷちにたっています。(笑)

そもそも専門はインテリアデザインでした。僕は長崎生まれで、いつかは東京で店を持ちたいという単純な想いからインテリアを勉強しました。ところが、それだけでは店がもてないことがはつきりして、20代半ばに自分の将来を真剣に考えました。悩んだ挙句、「日本」というモノづくりをしていこう、日本人だからできる日本の感性やモノを、世界レベルにしていけることが自分の使命だろうと決めたのです。じゃあ「日本って何？」そんなファジーで形のないものを表現する上では「食」がもっとも表現しやすいと思い、和食レストランからスタートしました。

「H I G A S H I - Y A M A T o k y o」は、12年前に中目黒で開業した和食屋です。当然借金をしてのスタートでした。レストランから出発したのは、人が集まって文化ができて、何かの形になっていってほしいという想いもありました。この店は、空間から食器、食材まで、すべてを僕自身がリスクを負って提供しています。自分をギリギリの状態に追い込むことで、はじめて生まれるクリエイティビティがあります。だからこそ、共鳴してくれる様々な人々が集ってきて、コミュニティが形成されるのだと考えています。

その後、2年ほどして「H I G A S H I Y A」という和菓子屋を始めました。きっかけは、和菓子ほど日本の食文化で伝統的なものはないと考えたからです。また老舗和菓子屋という典型的な日本的縦型社会に対する疑問もありました。最近、洋菓子の世界では、ケーキやチョコレートなどで従来の殻を打ち破った魅力的なモノが開発され、有名パティシエブームが登場している。和菓子だってすばらしい食文化なのに、残念だけど現代の生活と少し乖離しています。例えば、友人宅に遊びに行くとき、老舗の羊羹とかを持っていきづらい。日本人として、これではまずいだろうと思うのです。そこで、僕自身が欲しい和菓子のイメージをデザインしてみました。例えば、菓子のサイズやパッケージや販売方法を変える、普通の和菓子よりも少々値段を上げるといった変革です。和菓子って、手間や材料費が掛かる割に、本当に安い。地方に行くと大福が60円くらいで売られています。一方、一口で食べてしまうチョコレートは1個300円。なんだか矛盾を感じます。

こうした、今の時代にマッチした和菓子の形を提示したいと、「H I G A S H I Y A」というショップを開きました。店舗はお化け屋敷みたいなツタの絡まる建物を改装して、一見、和菓子屋ふうではないシンプルモダンな空間にしました。2階が茶房、1階がショップです。顧客も付いてくれたのですが、賃貸契約が定期借家契約だったために今は壊してしまいました。ここでやりたかったことは、日本のお茶と和菓子をもっと身近に味わい楽しんでもほしいということ。日本茶もコーヒーや紅茶のようにきちんとお金が取れる飲料として扱いたいと、お酒とお茶とお菓子とあわせた茶房を始めたんですね。

次は西麻布で「ori H I G A S H I Y A」です。和菓子屋ではありますが、「日本のギフト」というコンセプトに特化させました。水引や和紙、のしといった日本独特の包みや贈答に対する感覚を紐解いて、現代風なデザインを試みています。

続いてつくったのが「H I G A S H I Y A man」で、「Man」とは、まんじゅうのmanです。青山のI S S E Y M I Y A K Eのブティックの隣にある4坪の小さい店です。道路から見えるように、まんじゅうを蒸して売っていますが、店の中ではお菓子など一通りのものを扱っています。



(写真02)

そして去年10月にオープンしたのが、銀座中央通りのポーラビルの2階につくった「HIGASHIYA GINZA」です。エレベーターを降りると最初に菓子売り場があり、左側に行くとティーサロンがあります。（写真02）ここも世界で通用する日本の喫茶文化をつくりたいと、ネーミングは「ティーサロン」としました。メニューも、もっと日本茶を幅広く楽しめるように、フルーツやハーブと組み合わせていろいろな工夫をしています。



（写真03）

HIGASHIYAの菓子は、チョコレートが1個300円するのだから、一粒200円のあんこ玉があってもいいだろう、食べやすい棒のような形をした最中があってもいいだろうと、今までにない提案を行っています。そして実感したのは、日本にはどんなアイデアも表現できる、素晴らしい技術や職人氣質がきちんと残っていることでした。（写真03）

HIGASHIYAではお菓子以外にも、和紙や陶器など、モダンだけれども懐かしく思えるようなグッズも開発しました。例えば、このブリキ缶の容器。最近随分売れるようになったのですが、職人がいなくなって大量につくることができません。でも少量だから、手づくりだからこそ出せる風合があり、今後も大切にしたいと思っています。これ以外にもプリンやブラマンジェの入れ物として、しおりやしふくの形を紙でつくってみたり、昔の米や穀物類の紐の結び方などを応用したりもしています。

「S>>」は、磁器やお茶道具、染め付けなどの独自開発したプロダクトブランドです。マークはS、S、Sと3つ繰り返した家紋的な形です。日本全国に素晴らしい工芸がありますが、職人たちは作り方を知っているけれども売り方が分からない。それを僕が代弁者となり、デザインをし、職人さんと一緒につくり、それをすべて買い上げて販売するという事業を、12年前、HIGASHIYAと同時に始めました。

今、伝統工芸とデザイナーのコラボレーションで各地であります、多くは国や県のお金を使ってイベントとしてやっているだけで、継続されない。僕は、最終的には、つくっている職人の生活が豊かにならないと意味がないことだと思うんです。技術も残っていかない。デザイナーのように「作品発表して終わり」では意味がないので、僕はつくって売るところまで責任を持とうという発想です。

タートしました。商品にはガラス、鉄、陶器、磁器、いろんなものがあります。他に漆とガラスを組み合わせて、ガラスに漆をかけて焼きつけてコーティングするような新しい技法も開発しています。こんな実験の結果として日本の工芸が残り、生活文化として取り込まれ、世界に通用する商品が巣立って行けば嬉しいです。

最後に、最近オープンした「榎心果」という目黒区八雲にある店をご紹介します。場所はすばらしい庭がある大きなお屋敷です。中でお菓子だけではなくて、工芸や道具を扱うギャラリーを併設し、今後は作家紹介などもやっていきたいと考えています。もちろん茶房もあり、自分なりの楽しめるお茶というスタイルを提案しています。ここは夜になると暖簾を代えて、12年前始めた「H I G A S H I - Y A M A T o k y o」をいろんな面で進化させた料理を提供しています。人が集まるサロンになればなあと思い、こういった料理の空間をつくっています。

ここまでが、自分がオーナーとしてやっている事業でもあり、自分にとってはデザイン活動、表現です。経営は決して楽ではありませんが、この緊張感は大切にしたい。まずはこの12年間でここまできたので、今後は変えるべきは変えながら、継続させていきたいと考えています。

他に、依頼を受けて、旅館やホテル、レストランの設計デザインの仕事もしていますので、以下紹介します。

九州、湯布院にある無量塔（むらた）という旅館です。一棟で2部屋だけという贅沢な空間で、建築から設え、道具選定まで手掛けました。オーナーから、緒方さん自身が泊まりたい旅館をつくってくださいと頼まれたものです。

「ブノワ」というフレンチ・シェフであるアラン・デュカスの店が大阪にあります。彼とは、日本とフランスという互いの文化を世界に紹介したいという気持ちが共通していて、意気投合しました。ここでは、大阪文化をいかにフレンチのビストロに反映させるかがテーマになっています。例えば、格子の使い方、素材、実は織物は全部京都といったふうに、日本の素材や手法をふんだんに取り入れながら、フレンチのエスプリも利かせています。

●和の感性とは

本日は、和というテーマをいただいているので、僕なりの和についてお話したいと思います。日本のデザイン・和の感性は、自然との共存によって成り立っていると考えています。今はエコだと、自然との共生だといっていますけれども、日本の文化・生活はそれが当たり前だった。その背景には、島国であることや四季があるという自然条件もありますが、私たちの身体の中でDNAとして受け継がれているのだと思います。五感で感じる、自然を取り入れて何かをつくるなど、日本のデザインでは欠かすことのできない「和の感性」があります。以下、写真を使ってお話したいと思います。

「光と影」。光が強かったら影も暗い。障子越しに透けるもの、明暗、陰陽という世界観をすごく感じます。

「はかなさ」。死んでしまったものを美しいと思う感覚が日本人にはある。散った桜が、散ったツバキが美しいと。線香花火のはかなさ。

「湿感」。水を打ったことに心安らぐ。コケむしたものに安らぎを感じる。湿度や濡れた風情に惹かれる感性。水を打つという行為もそのひとつでしょう。

「五感で感じる」。夏の風鈴の音、透けている麻の藍色など、涼を誘う工夫の数々。自分の感性をちょっと涼しいモードに麻痺させて涼をとる。日本独特の感性ではないのかと思います。

「四季、季節を感じる」。季節感を枯れた花で表現する。わびなのかもしれませんが、そこで、夏が終わったなと感じさせるというようなこと。

「借景」。景色を借りることを意識的に行う。大自然、本物の自然を切り取ってインテリアにしてしまう。

「自然を見立てる」。大自然じゃないのに大自然に見せる、いわゆる盆栽の世界。日本独特ではないのかなと思います。

「連なり」。ただ単に連なっている様が実に日本っぽい。

「間」。平面構成にしても何にしても、必ず間を持ってくる。このバランス感覚が自然に身についている。

「無形を有形に」。水や波、磯といった自然の形ないものを菓子にする。この研ぎ澄まされた知覚と感性。

「無垢」。紙の折り目から何かを感じる。しわひとつなくぴしっと敷かれた布団。そういう緊張感であったり、汚れていませんよというメッセージ。そういったところに非常に安らぎや癒しを感じる感覚。

「食」。自然のうまみ活かすかという自然に対する気遣いは「食」にも反映されています。ただ単純にシンプルに盛っただけの美、はしを使って繊細に物を食べるという行為など、日本を感じる部分だと思っています。

僕は専門的に日本の勉強をしたわけではありません。けれども、日本人であればだれもがこういう感性をDNAの中に持っていて、これをどういう方法で使うかが日本のデザインだと思います。僕は、いろいろなことをやっていますが、コンセプトと手法はいつもおなじ。つまり僕は道筋を立てて、それが今の現代生活に合っているよということを示すところまで。最後はその道のプロがつくることによって本物にする。これが、自分なりの「和の手法」はあるように感じています。

例えば、アラン・デュカスの店ですが、僕なりの和の手法を用いています。それは具体的な様式とか味とか、形あるものではなく、ある種「見立て」というべきものかもしれません。感性をもって物を見立てるという手法であり、デザインであるといえます。対象がフランスであれ、イギリスであれ、日本人にしかできない見立てがあって、それが和につながると僕はそう思います。

●原点を探るプロジェクト



(写真04)

では、最後に、最近の2つの仕事をご紹介します、終わりたいと思います。

ひとつは「WASARA」です。まさに和皿、和の皿です。これは、使い捨ての紙の器で、3年ほどかけて開発をしました。(写真04)「心を潤す紙の器」とありますが、環境に優しいバガスというサトウキビの搾りかすからとったパルプを使っており、土に埋めたら、そのまま土に戻ります。形に関しては、手に器を持って御飯を食べる日本の文化や形を表現しています。日本の食文化は素晴らしい

い。季節で器もかえますし、だれもがMY茶わんを持っている。ゴハンはゴハン茶碗、味噌汁には椀といったように、料理ごとに器を替えます。食に対してこんなにこだわる民族はいないのではないか。その背景には、「食」を単に栄養をとるためだけではなく、楽しみや遊びといった文化としてとらえる日本人の感性があると思います。WASARAは、そんな日本人だからこそ、パーティなどの場で紙皿や紙コップで食事をするのは相応しくないだろうと考えました。

ただ、その製造は金型成型なので、ひとつの金型をつくるのに何百万もかかってしまい、僕がすべてのリスクをとることは実質不可能でした。そんなときに、プラスチック容器を扱う問屋さんが理解を示してくれて、事業に乗ってくれたのです。製造工程は基本的に和紙と同じで、とうもろこしの繊維を網で漉いてから、金型でプレスして熱で乾燥させます。最もこだわったのが和紙のテクスチャーの表現です。手に持ったとき風合い、和紙がもつ繊細な陰影を表現するために、金型にCGで一個一個の凹凸感をつけました。

今、ちょうどヨーロッパ、アメリカ、韓国とオーストラリアと香港などの代理店が決まって、販売がスタートしました。これこそ世界で使える日本であると、僕自身が期待している商品です。ロゴマークは、皿が輪になってWASARAと言う発想から、皿をくるくると回転して輪になっているという洒落でつくっています。

もうひとつは、今年の春開催された「竹尾のペーパーショウ」です。山中俊治さん、折形研究所の山口信博さんと僕の3人が指名されて、「proto-」をテーマに構成しました。去年は原研哉さんが、「言葉のペーパーショウ」でやって、今年は「感じるペーパーショウ」、つまり、紙と人間の関係性、紙の原始、原点帰帰を探究しました。全体の会場構成と企画を僕が担当し、山中さんが紙をつくる抄紙機と紙と触れ合うインスタレーションの装置を、山口さんは紙の折形ワークショップを、とそれぞれの持ち味を活かしながら参加しました。

僕は、「紙って何？」を問う空間表現を担当して、紙を真剣に考える機会を持つことができてよかったと思っています。紙は私たちにとって水のような存在です。生活や仕事のあらゆる場面に紙がある。一方で、IT技術の発展でメディアが変わってきて、「印刷物は今後どうなっていくのか？」「果たして紙は用無しになってしまうのか？」という疑問もある。僕はなくならないと思う。紙とはそういう存在です。いかにiPadが普及しても、紙に印刷をしたものとパソコンで読むのでは、頭への入り方が違う。ちゃんと研究結果が出ているらしいです。紙問屋である竹尾さんにとっては、今後紙の商売も変わっていくでしょうから、どこか危機感を抱いていると思います。その上で紙を考えたいということでしたので、今回は徹底して紙の原点、人間と紙の関係を問うたわけです。

会場はまず紙のトンネルです。この通路は、先半分が手漉き和紙で、後半分機械漉きの紙で構成されています。僕は入口で紙の質感を全身で感じ取ってほしかった。実際、奥の機械漉きコピー紙は青白く、手前の和紙は温かみのある色合いに仕上がりと、これだけ色の表情が変わってくるのには驚きでした。

これを通るといよいよ「proto-」の本題にはいります。ここには、「紙は汚れる、壊れる、ぬれる、燃える。それでも清い、やわらかい」というコピーをつけて、紙と出合いを演出しました。さらに進むと、幾つもの紙の展示があり、「紙って何でしょう、紙の定義って知っていますか？」というコーナーとなります。パルプの語源を調べたら、「自然の繊維を薄く平らにしたようなもの」とありました。それなら「海苔」も紙ということになります。そこで、オブラート、コーヒー、菊の花びらなど、さまざまな繊維を固めてシートにして、展示しました。

次が、紙は水に溶けるということで、紙でつくった蹲の上から水がポタポタポタ垂れて、その蹲が解けて、そのまま山中さんが考案した抄紙機に入っていきます。この抄紙機では水が紙の原料が上からだらだら垂れて、それがベルトコンベヤーのように紙を形成します。ところができたかなあとと思うとまた水の中にまた消えてします…。紙が生まれようとしてまた水に戻っていくという、輪廻転生を表現をしています。その先には、「風をはらんで、命を宿す」というコピーで、紙と触れるインスタレーションとなっています。ダイソンの扇風機をうまく使って、紙が何回も浮く仕掛けになっています。要は花びらのような紙が風をはらむことによって紙が生きてくるというようなことを表現したものです。

次の部屋に入ると新聞紙が束になって置かれています。が実際は、無地の新聞紙の束にプロジェク

ターで新聞を投影したものです。新聞は、誰もが知るリアルな印刷物ですが、これが全く無地になったときに何を考えますか？という疑問を發したかった。無地の新聞紙があると、もっともっと紙の発想が変わるのではないかと考えました。そして、山口さんがやったワークショップコーナーを超えると、最後の部屋になります。

最後の部屋は、トイレットペーパーの原反が6本、柱のように林立する空間です。僕は、最初に工場に行って本物の原反を見たときに感動しました。毎日自分たちが使っているものだからこそ、その巨大さとか強さとか弱さとかに圧倒されたのです。会場ではティッシュペーパーとトイレットペーパーと2種類を展示し、毎日使う生活紙の原反の巨大さなどで力強さ、同時に紙に包まれるような、本当に紙の強さというか、安心するような、ここに抱きつくとか何か母性を感じるような、紙の生命感というか、そういうものを体感して欲しいと思いました。トイレットペーパーを布団状に折って積み上げるコーナーもつくったのですが、まるで枯山水のような無垢で神聖な風景ができました。この仕事で紙の奥深さ、日本人と紙の関係を考えることができました。

さて、ちょうど時間になりました。最後に、日本のもの、和のデザインとは、具体的な形ではないと思います。自然から来る、感性から来る方法である。その方法を持てれば、自然と日本＝和につながるのではないかと。僕はいろいろなことをしていますが、プロを目指すよりも、うるさい素人になりたいと望んでいます。それはやっぱり使う側の目線で物をつくっていきたくし、デザインしたいと思っているからです。ありがとうございました。（拍手）

（了）

2010年度第3回物学研究会レポート

「和のデザイン、和のもてなし」

緒方慎一郎 氏

(クリエイティブディレクター、代表)

写真・図版提供

01 ; 物学研究会

02 ; SIMPLICITY

03 ; SIMPLICITY

04 ; SIMPLICITY

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。

(C)Copyright 1998~2010 BUTSUGAKU Research Institute.