

日本吉を紡ぐ



技術とデザインを結びつけ、 新たなプロダクトを生み出す試み

優れた職人の技術を建築家やデザイナーに紹介し、プロジェクトの全体像の構築や商品企画の立案など技術が商品になるまでをマネジメントするubushina(うぶしな)。これを運営するデザインディレクターの立川裕大さんは、「日本の職人さんには技術という大きな資産はあるが、運用がうまくできていない」と語る。立川さんの指摘は、「日本の美意識」をテーマに掲げる「日本吉」にとっても気になるポイントだ。では、立川さんはubushinaを通じて何を試みているのか。その言葉に耳を傾けると、ubushinaが創造しようとしている新たな地平線が見えてきた。



立川裕大さん

たちかわ ゆうだい

1965年、長崎県生まれ。株式会社t.c.k.w 代表。デザインディレクター。企業の外部ブレンとしてデザイン戦略を全般的にサポートする。家具、照明、家電などのインテリア関連プロダクトの企画・商品開発ディレクションを軸に、デザイナー選定、販路開拓、販売促進、アタッシュドプレスまで、デザインが世の中に入って行くまでに必要な環境整備を全プロセスにわたり手掛けている。漆や竹細工など、日本の伝統的手仕事と現代のデザインを結びつけながら、新たなプロダクトを生み出すプロジェクト「ubushina」と、デザイナーのセルフプロダクトなどを中心に扱うバイヤー向け会員制見本市サイト「MD salon」を自社でプロデュースしている。

日本の職人が 直面している問題

「日本の素材は美しく、職人さんの技術はとても高いと思います。あされるくらいきれいにつくります。仕上げの技術、素材の使い方は、海外でもまったく遜色はありません」

そう評価するデザインディレクターの立川裕大さんは、「資産と運用」というキーワードを引いて、職人が直面している問題をあぶりだす。

「技術という資産は本当に多い。世界でも有数でしょう。工場見学に向くと、職人さんの技術に感心するばかり。でも、技術はすごいんだけど、これが製品になると、あまり芳しくない。自分の生活とは関係ないようにも思える」

つまり、資産はあるが、運用がうまくできていないということだ。

「商品が売られているのは、百貨店の美術工芸品売り場や空港のお土産物屋さんなどです。



職人さん本人も売れなくなるのはわかっているから、何とかしなくちゃいけないと思っている。しかし問題はその技術を使って何をつかって、どういうところに伝えていくのかという運用の部分なんです」

問題の本質はどこにあるのだろうか。時間をさかのぼって分析してもらった。

「かつて職人さんの目は、社会に開かれていました。でも、高度経済成長期やバブルの時期のように、放っておいてもものが売れるような時代が到来し、職人さんがいちばん大切にしなければいけない“考える力”が弱くなり、問屋さんの言う

ことを守ってあげれば大丈夫、何かをする際には問屋さんにお伺いを立てるようになっていったのでしょう。それがルールになっていきました」

立川さんは日常的に職人たちと接していることから、彼らを取り巻く状況をリアルにつかんでいる。

「特に伝統的な産地の職人さんは、『これは慣習にはない』といった、つまらないルールにからめとられているケースが多いようです。こうして手だけ動かすような状況になり、職人さんの開かれた目が、だんだん閉じていったのではないのでしょうか」

立川さんは、職人さんは危機感を抱いていると指摘する。しかし、どうやって打開すればいいのかわからないのだ、と。

風通しをよく、 情報を健全に発信する

ubushinaは、職人の技術を情報として建築家やデザイナーに届けている。

「建築家やデザイナーは、自分たちが生まれ育った場所に敬意を払い、職人さんの技術を使って何をするかを考えていますが、情報が出てこない

からキャッチできないのです」

インターネットが普及し、行政や地場産業の振興団体、職人本人などにアクセスしやすくなったと思いがちだが、障害は少なくないようだ。

「行政は基本的に誰に対してでも平等であるという建前があるので、たとえば地場の技術を使ってブッキングしたいと提案しても、的確な人材をうまくコーディネートできないことがあります。つまり、情報が健全に発信されていないんです。

また建築家やデザイナーには、直接職人さんに問い合わせをしても相手にしてくれないんじゃないかという不安があるわけです。『職人さんは気難しい』というようにステレオタイプに見ている人が多く、風通しがよくないわけです」

立川さんのオフィスには素材の展示スペースが設けられている。建築家やデザイナーが訪れ、その場に釘づけにされるという。

「建築家やデザイナーは、職人さんがこれだけのことができるという事実を知り、目を丸くします。情報を発信したい人と情報を欲している人の間には壁があるようです。その壁に風を通し、両者を紹介するだけでなく、商品になるまでマネジメントするのが僕らの仕事なのです」

ubushinaの役割は多面的だ。職人と建築家、デザイナーとの間で同時通訳を担っているかのようにも見える。

「職人さんとデザイナーとでは言語や常識、時間とコストの管理も異なります。プロジェクトは納期に遅れてはいけないし、予算も決まっています。それを僕たちが管理し、カバーしているということです」

プロジェクトの全体像を 戦略的に描く

イタリアのデザイナーと対比すると、立川さんが目指す方向がさらに明確に見えてくる。

「イタリアでは、特定の職能のあるデザイナーのことをプロジェクトスタ (progettista) と呼びます。彼らはプロジェクト全体をつくり、そのデザインは根本的なものにふれています。日本でも戦後すぐに活躍したデザイナーはそうでした。社会的なことを見据えながら、全体のプロジェクトをつくっていきました。土を掘る人から消費者までをつないでいくような、あるいはものの歴史に寄与していくようなことをやろうとしてきました。現在、日本にはこのプロジェクトスタが非常に少ないんです」

立川さんは戦略の必要性を説く。

「僕はデザイナーではないので、全体像を描いてから『デザインは彼に依頼したい』と展開していきますが、多くのプロジェクトではデザインと技術が先に来ってしまう。『ものはできた。で、どうしよう?』といって僕のところへ来られる。企業ならマーケティングを経て、仮説を立てて

【漆】 テーブル天板 (彫刻塗り)

世界最大規模のインテリア・家具見本市「ミラノ・サローネ」での展示目的で開発されたテーブル。彫刻をほどこした天板に漆を塗って完成した逸品は、機械ではできない職人の手仕事の結晶。デザインはインテンシオナリーズ。

【ブナコ】 照明器具

赤い光の筋を境に上下対称の大きなラッパ形のブナコを2つ作り、それをブナコのテーブルで繋ぎ合わせて完成したスタンドライトのケース。中央の繋ぎ部分から赤い光が透き通る。デザインはインテンシオナリーズ。





t.c.k.w社内に設けられた素材の展示スペース。素材を見るだけで職人の技術の確かさ、仕上げの美しさがわかる。

【金箔】アクセサリー(純銀箔 マット仕上げ)



日本の職人の箔をつくる技術は卓越している。薄い箔とアクリルの透けた質感が重なり、透明感のある表情を放つアクセサリー。箔の仕上げをマットにすることで、より銀箔の素材感が伝わる作品。デザインは坂雅子(アクリリック)。

検証し、戦略を立案し、コンセプトメイクをして実行します。だけど技術の場では、まずつくる。その次に世の中のことを見始める。それでは無理なんです。たまに当たるときもありますが、大中小の「小」から入っていくと、戦略的に破綻します。だからプロジェクトの全体像を戦略的に描いて、最終的に技術やデザインが機能する環境を整えることが必要なんです]

ubushinaは、全体像を描くと同時に、職人の技術とデザインを融合し、現在に通じる新しい価値を宿したプロダクトを創造しようとしているのである。

海外にubushinaを 移植できれば成功

自分が生を受けた土地のことを、古語で産土(うぶすな)と呼ぶ。「うぶしな」はその同意語だ。日本文化に深く根ざしたネーミングかと思えば、立川さんはその先を読んでいた。

「ubushinaは、日本だけを意識したものではないんです。このプロジェクトに未来があるとすれば、それは海外での展開。たとえばアフリカ。第三世界が抱えている問題のほうが、日本のそれよりもよほど大きいわけです」

立川さんが描いているのは、ものづくりが地元の生産者の生活と直結し、社会が健全で豊かになることだ。

「どの国にも素材や技術はある。その土地に宿る技術や素材を

コーディネートする機能がubushinaです。これが海外に移植できるようにすると成功でしょう。アフリカで展開するなら、木彫りの技術を持った人たちにデザインを移植し、生産様式を考え、そこで生まれたものが、搾取でなく本当の付加価値がついて堂々と先進国で販売でき、それによって適正な利益が得られ、出稼ぎに行かなくても子供たちを学校に通わせられるようになったほうがいいに決まっています。これなら問題解決の方法にリアリティがあり、将来性があります。でも、日本でできないことは、海外でもできません」

一方、日本の伝統工芸の世界では、「伝統」という言葉が重要視されている。しかし、ubushinaの役割は伝統を守ることではない。

「伝統を守るのであればもっと売上げを上げなければいけないし、伝統を復興するのであればもっと大きい仕掛けが必要です。僕の意識の中にあるのは、新たな伝統をつくること。言葉に置き換えると、伝統と革新です。革新とは伝統の横に寄り添い、未来の伝統をつくっていく可能性を持っています。

商いとしての規模は小さい。手間はかかる。頭も使わなくてはいけない。売上げもたいして上がらない。だけど、未来の伝統をつくるヒントが見え隠れしている。それを探し続けている。僕たちはクリエイティブを結集して、未来の伝統をつくっていくという役回りを果たしているのだと思います」

Text by : 綾瀬良太



【鋳物】HOTEL CLASKA(クラスカ) 真鍮ランプ(生型鋳造)

鋳物の素材には、真鍮、鉄、銅、アルミなどがあるが、これはヘアライン仕上げをほどこした真鍮のスタンダライト。着色をせずに生地そのまま商品化できたのは、高度な鋳造技術力の賜物。デザインはインテンシヨナリーズ。



【竹細工】個人邸キャビネット(小入れ麻の葉編み 炭化着色)

竹細工の編み方は数百種類もあるという。写真の作品は、竹編みの平面素材を扉の面材として使用したキャビネット。本体を布着せの漆で仕上げ、漆の色と炭化着色の竹の色味がアンティーク家具のような風合いを醸し出している。