

モノとモノとの関係のデザインを 夜の脱グループプロジェクトで

秋岡 芳夫



モノ・モノのマーク

●あきらめ暮し

都会の家々のたてこんだ露地を、“ご家庭でご不要になりました古雑誌古新聞がございましたら”と拡声機を積んだうるさいチリ紙交換の車が走りまわる。“毎度おさわがせしております”と敬語を使って断りながら走っているところを見ると、彼らもスピーカーの騒音が近所迷惑であることは承知しているらしい。

都心の高層ビルのオフィスに勤めているOLが、はるか下の方を通りかかる石焼いも屋を窓越しに見張っていて、来たなと見るや10数階をエレベーターで駆け下り、“おじさん、もっと大きい声でどなって歩いてよ。そしてさ、もっとゆっくり歩いてよ”と頼んだという笑い話があるが、マンションの上の階の住人でチリ紙交換の車を心待ちしている主婦にしてみれば、石焼いも屋のOLのように、チリ紙交換の車にはゆっくり走ってうんとスピーカーでどなってもらいたいところだろうが、同じマンションの住人でも道路ぞいの1階の住人は4階や6階ずまいの人間とは逆に、スピーカーの音は小さくしてなるべく早く走ってほしいと思うにきまっている。

コンクリートの壁にかこまれて暮らすマンション族は、もし、チリ紙交換なんかに用はないと思えばアルミサッシの窓をピンヤリとしめる。そうすればちっともうるさくない。が、道路ぞいの昔ながらの木造の平屋に住む人間はどうにも打つ手が無い。赤ん坊を寝かせているときだろうとテレビのメロドラマを見ているときだろうとチリ紙交換の騒音はガンガンと部屋の中にとびこんでくる。大いに迷惑である。

迷惑なら近所の者同志みんなで相談してチリ紙交換屋とかけあったらよさそうなのだが、そこはそれ、今の都会という所はお互いに隣同志が知らぬことを建前に暮らすところだからいざというときの話し合いがどうもうまくいかぬ。どうせ話があるはずないと、やって見ない前から決めてかかるのが都会人の分別らしく、はなっから話し合うことをあきらめているらしい。

チリ紙交換の騒音で一番利害が食い違うのは、マンションの高い所に住んでる人間と、道路っ端の木造平屋にすんでいる人間だが、昔からこの土地に木造の家をたてて住んでいた先住民のグループは、あとから住みついた大孫降臨族のマンション

族にたいして敵意に似た対立感情をもって、これまた話し合うことを考えようともしない。

だれも文句をいわぬからチリ紙交換屋はますますスピーカーのボリュームをあげて街中を走りまわる。みんな騒音で困っているくせに、だれも文句をいわぬ。みんなだまって、ただあきらめて暮す。都会の暮し方はほんとおかしな暮し方だ。

自分さえ我慢すればいいんだと考えてるならそれは一種のエゴイズムだ。はなはだ悪い考え方である。一人で文句をいうのがいやなら、みんなて文句をいったらいいじゃないか。

ただがまんして暮すのは悪い暮しだ。一事が万事という。露地の奥まで危険な車が走っても、カルキ臭い水をのまされても、上げ底の土産物を買わされても、だれ一人文句もいわず対策も考えず、ただひたすらにあきらめて暮す。近頃の都会の暮しはあきらめの日々ではある。

●あきらめ買い、あきらめ使い。

あきらめ暮しの日々が毎日つづくくと、買物はあきらめ買いになり、物の使い方はあきらめ使いになるようだ。

みんながまだいくら世の中に希望や期待を持って暮らしていた数年前だったら、カメラ好きの面々があつまれば“N社のボディは実にいいがレンズはどうも今一つ気に入らぬ”“K社の方はレンズがすごくいい”などと、各社の製品に注文をつけたりほれこんだりしながら、“N社のボディにK社のレンズがつけられたらスゴいんだなあ”と次にメーカーから発売される新製品を首を長くして待ったりなどしていたのに、近頃はカメラ通が集っても不平や文句ばかりしかいわない。“システムカメラとか何んとかメーカーは宣伝するけれど、あれは自社製品だけを売りつけるためのニセシステムだよ……”、“K社、M社、A社、N社の一眼レフがみんなレンズマウント径と絞り連動方式を共通にしてくれたら……”、“それがほんとのシステムカメラなのに……”、“そんなこと今のメーカーさんやるわけないじゃない”と、出てくる話はメーカーの悪口やぼやきばかり。

一般のカメラ購入者も、カメラをただ面倒なしに写ればいい、安い方が得、どんどん新型が出るからそのときまた買換えりゃいいさといった程度の気軽な商品と、はなっから決めてい

●モノをすてないくらしのすずめ展——提案モノ・モノ
'71・11・7~13 於丸善画廊



るらしく、一昔前、自分のほれこんだカメラを買う金がなくて毎日それを飾ってあるショーウィンドウの前に立ってながめた奴がいたことなどを考えると、随分カメラのユーザーも変わったものである。

カメラの愛好者がいなくなって、カメラの消費者ばかりが増えたのにはチャンスと理由がある。メーカーがそう目論んでそうしたのだ。

カメラメーカーはここ十数年の間に開発したカメラの新技術や考案を自社だけの生産性の向上、他社との市場での競争のために浪費して、カメラ好きが期待しているようには利用しなかった。他社のものとレンズを自由に交換できる方式すら採用しなかった。ユーザーはそれを一番のぞんでいたというのに……。

こうしたメーカーの生産者主権的、愛用者無視的なカメラづくりが、かつてのカメラ愛好者を失望させ、衝動買いの消費者ばかりをつくってしまったのだ。買う人間を買わされる人間に変えてしまったのだ。

買わされる人間は衝動で買うかあきらめて物を買う。あきらめて買ったものはあきらめて使う。用がすんだらそれをホイと捨ててかえり見ない。

●失礼な商品が見逃されている

車にのった人間が平らな道をスイスイと走り、歩行者が曲りくねった横断歩道橋をヨイショヨイショとあきらめ顔で渡って行くあの悪名高い横断歩道橋をはじめ、ルームクーラーとか、飲めるんだか飲めないんだか一向わからぬ湯の出る瞬間湯沸器とか、随分失礼な商品が平気で売られ、そして平気で使われている。

窓のすぐ前に隣の奴がクーラーをとりつけたらどうなるか。夏の暑い日に四六時中つづくあの騒音と、なまあったかい汚れた排気。考えただけでも不愉快だ。クーラーぐらい失礼な商品も珍しい。窓をしめたらむし暑い。買わなきゃ暑くてやり切れぬ。デザインがまた失礼千万だ。部屋の中に向いてる方は金銀木目で金をかけておきながら、隣や通行人に向いてる方はただの鉄板一枚の手ぬぎデザインなんだから……。

クーラーはエゴイズム商品だ。ドレインパイプからきたない水をたれ流しておきながら、部屋の中の奴は冷たい顔をして暮らしている。

買ってくれた客には静かな音と高原の涼しさとインテリアモードのデザインでサービスしておきながら、隣人や通行人には、排気音、モーターの回転音、ドレインのたれ流しで失礼をして平気な顔をしているメーカーや設計者やデザイナーのエゴ

イズムが見逃されている。

ビルのクーラー、車のクーラーと一緒に、ルームクーラーが夏の暖房装置でもあることが見逃されている。基本的欠陥が見逃されている。

それと知っていながらそれを改めない奴のエゴイズム、それと知って平気で使う奴のエゴイズム、失礼をされながら文句一ついわぬあきらめ野郎のエゴイズム。困ったことだ。本当に失礼しちゃろう。

皮肉をこめて、この失礼商品の法規制原案を書いておく。

騒音規制・内側と外側の騒音の質量が等しいこと。○○ホーン以下とする。

取付位置規制・隣接家屋の窓から○米以上離して取りつけること。

排水規制・蒸発方式としドレイン方式は禁止

排気規制・温度 ○°C 以下の純度の高い空気であること。

皮肉をこめて今一つ、建築家と ID デザイナーとがチームを組んでプロジェクトしたクーラーを紹介しておく。

外観（屋外側）と室内側のデザインが同じウエイトでなされている。

ついでに、歩行者が設計した横断歩道橋のデザイン。一歩道橋に階段がない。水平エスカレーター式。車はその下の路面を掘り下げて走る式。自動車工業会が建設した。

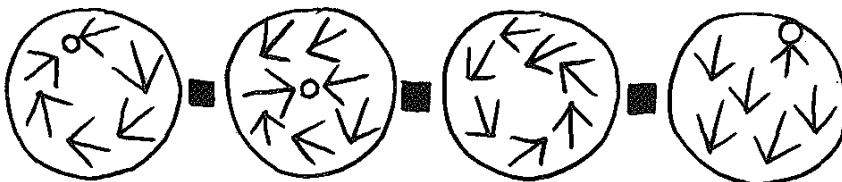
失礼な装置、失礼な商品を見つけたら、どうしたら失礼でなくなるか、みんなで考えよう。考えるだけでも実に愉快なゲームだ。

●失礼な売場

竹製品の売場ですごく長いフランスパンを抱えた若い主婦が、“このパンを入れる長い竹のパン籠ごさいませんか？”と店員に聞いていた。もちろんあろうはずが無い。“お願いしても作ってはいいただけないわね”と遠慮がちに聞く客に、店の者はただ“ハイ”と答えるばかり。どうせのこ店の者、産地に注文を取次ぐ気などあるまいと見て私は、後日竹の産地に行った折、東京向けに長いパンを入れる長い籠をやって見ないかと編み手と問屋にいったみたが、案の定編み手も問屋も気が乗らぬ様子。ついにやろうとは言わなかった。

産地にたまにやって来るデザインの先生のデザイン情報で、かつて一度でも商売がうまくいった経験がないから、地方の産地の人たちははしりごむのであろう。

産地の人になまの情報を流しても無駄である。情報は煮たり焼いたりしないと商売の糧にはならぬ。長いパンが東京で今うれているから長いパン籠が必要ははずだ、というのは単なる情



企業の各セクションのグループエゴイズムのふ厚い殻にはばまれて、問題意識のある個人（○マーク）の活動は制限されたり禁止されたりすることが多い。その結果として、グループとグループの間に、第三者によって極めて重要な問題（■マーク）が発生する。

報にすぎない。これを処理して、“こんな寸法の竹のパン籠を100コ至急仕入れたし”というように、情報を注文にまで料理して産地に流すのが流通屋の仕事なのだ。だのにあの様子ではこの竹製品売場の店員は、長いパン籠を産地に注文したとは思えない。だとすれば、この売場は産地にも客にも失礼な売場だと思ふ。

クラフトものの売場で白磁のティーセットを買った客、“今のセットに合うティースプーンはございませんの？”と聞く。店員、“ナイフ・スプーンはお2階の方になっております”。店員が2階へと客にいったのは、この売場なりの理由があるからなのである。

それは、ここはクラフトコーナーである。が、スプーンは工業製品であってクラフトものではないから並べておくわけにはゆかぬ、というのが第一の理由。そして、IDものとクラフトものは扱いの間屋も違えば仕入れのフロアも違う。係の違うものを一緒に売ると大変伝票操作が厄介になる！というのが第二の理由。だから一緒に売りたいくないというのが本音。

冗談じゃない。ティーカップもティースプーンもともに紅茶を呑むとき一緒に使う道具じゃないか。なぜ一緒にならべて売らないんだ。本当に失礼な売場だ。IDものとクラフトものとかいう商品区分がそもそもおかしい。デザイナーもこの際そうと解ったらIDとかクラフトとかいわないで、いっそテーブルウェア・デザイナーなんてのが出てきてもいいんじゃないだろうか。その方が客に親切的なデザインができると思う。

デパートの瀬戸物売場と漆器売場でも似たような間違いとサボリをやっているのを見た。瀬戸物の売場で、変った湯呑を買った客が店の者に、これに合う茶托が無いかと聞けば、あっちの漆器売場に行けといい、漆器売場でこの茶托はあっちの売場のあの湯呑と寸法が合うかと客が聞けば、さあ、と答えるばかり。客は二つの売場を右往左往した揚句買わずに立去る。

失礼を通りこして馬鹿げた売場である。もとより湯呑と茶托は組みのもの、ショーケースに組んで並べるのが当たり前。せめて同じ売場で売ったらどうだ。客にあっちこっち歩かせてまことに失礼千万だ。漆器と焼物は材料も産地も違うから、したがって係が違い、したがって伝票がうるさくなるんだろうが、組みで使うものを組まずに仕入れ、そしてそれを別々の売場で売る、せっかく客がほしいというものを、産地にとりつごうともしない。伝票が厄介だからと一緒に使う物を別々のフロアで売る。みなこれ客を客とも思わぬ失礼な商法だ。

●失礼な商品計画

ポットメーカーで電子ジャーの新製品を見せられた。わざわざ

悪くデザインしましたという新製品を見せられた。わざわざ悪いデザインするなんて客が聞いたら馬鹿にするなどさぞおこるだろうが、泥棒にも三分の理、ちゃんと理由があつてのことなのである。理由はこうだ。

電子ジャーはまだ世に出て日の浅い商品だ。今のところポットメーカーの独占商品である。よく売れている。もっぱら地方でよく売れるようだ。でも欲を出して都会でも売ったらと思うのは素人の考え。その道の専門家は心得ていて都会では絶対に売れないようにデザインをするのださうである。

田舎むきに、あくどい柄をつけ、都会の客が見たらむなくそが悪くなるような色彩に、わざと悪くデザインするのださうである。こうしておけば一応安心。

ではもしいいデザインをしたらどうなるのかと聞いたら、そうしたら都会でうれるでしょう。そうすると大手弱電メーカーが待ってましたと乗り出してくる。そうになったら万事休す。やられてしまう。だから田舎っぺへの悪いデザインにしてあるんです、と……。

この話を聞いたとき世の中には随分面白い製品企画があるもんだと感心したが、さて、これは客には随分失礼な商品づくりなんだと、感心することはとり止めた。

同じくポットメーカーのポットの新品の失礼な色彩決定会議のこと。

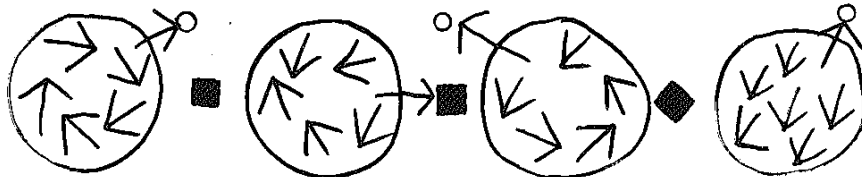
営業、“今年の型、なかなかいいじゃない。ところで色は何色づつ作ってもらえるの？”“工場側としては、去年よく出た赤と吉の二色のつもりなんです……”“たった二色？二色じゃ商売にならんですよ。せめて四色揃えなくっちゃ、売場のディスプレイもたないよ。”“去年は五色作ったでしょう。でも売れたのはほとんど赤ばかり。それに青が少し……”“緑や黄もぼつぼつだけ出たよ”、“そのぼつぼつが困るんだなあ工場は、倉庫の管理は厄介だし……工場はね、赤一本で行きたいんですよ。赤一本ならうんと生産性がよくなるんだ。”

この色決定会議、結局のところ営業部の注文をいやいやのんで、工場側は五色揃えて作ることに同意。

同じくポットメーカーの開発デザイン会議でのやりとり。

若いデザイナー提案説明——D₁“ポットを卓上で茶を楽しく飲む道具として発想しました。”D₂“ポットと一緒に使うティーポットやティーカップも組んでデザインして見ました。”D₁“白いマット地の陶器に合うように白無地にしました。容量は卓上向きに小ぶりに800ccにしました。”

工場“800cc？、それじゃ自動瓶が使えないじゃない。高いもんにつくよ。”営業“君たちね、今売れてるの知ってる？1.9ℓと1.6ℓだけだよ。1,000ccなんて一本も売れないよ、



グループとグループの間隔に発生した問題は往々として社会問題として第三者にグループエゴイズム雷ともいっていろいろな害をあたえる。

間隔の問題の一つが関係のデザインの欠除である。グループエゴイズム害をとりのぞく方法はただ一つ、脆グループ行動しかない。

国内じゃ!” D1 “今まではそうかもしれませんが、これから
は……それにこれはこんな風に瀬戸物と組んでデザインしてあ
るんです。売るときも組んでならべたら、この小さいポットの
よさが解ってもらえると思うんですが?” 工場と営業 “うちは
陶器のメーカーじゃないんだよ。” “知ってるだろう。ね、君た
ち。うちのものは全国の金物屋で売ってるんだよ。金物屋じゃ
瀬戸物は扱わんよ。” D1 “じゃお茶屋さんで売ったら……あす
こではお茶屋だけけど急須も湯呑も売ってます。だからマホー瓶
もあつかってくれるんじゃないか……” 営業 “お茶屋で売るにしま
が、1,000 cc 以下じゃ売れないね。今まで売れたためしがない
んだよ!”

かくて、若いデザイナーたちのく使う人に親切なデザイン
・<お茶を楽しむ計画>・<組み合わせて作り、組み合わ
せて売る提案>・<お茶屋でポットを売る名案>はことごとく
拒否されてしまった。

今までに売れたためしのない 800 cc 案がいけなかったら
しい。デザイナーたちはさすがごと、また去年と同じ花柄のマ
ホー瓶の把手の部分だけの人間工学的デザインをするために、
デザイン室に引上げて行った。

以上、多少のフィクションを交えてスケッチしてみた商品計
画のいきさつは、あるものは発想の段階で大きくあきないの都
合の方に傾きすぎていたり、あるものは決定の段階ですっかり
あきないサイドの強力な発言でチェックされてしまったりして
いる。売る側の都合だけで発想した商品、売る側だけの意見で
押し切られてできた商品が、どうして使う人間に親切な道具で
あり得よう。失礼な商品計画といわなければならない。

●物好き集合!

‘物好き’とは、あきらめ買いなど、どうしてもやれぬ奴のこ
とである。あきらめ暮しを強いられるとムカムカしてくる
性質のあいである。失礼商品を買わされたら改造しようと試
みる奴もそうである。失礼な売場で失礼な応接をされても、精
こりもなく気に入ったものが見つかるまで、デパートを何軒で
も歩きまわる奴のことである。それがデパートには無いんだと
解ってもなお日本中を歩いてても、それを探し出してくる奴の
ことである。

物好きな奴とは、企業エゴイズムというベトンで身をかため
た生産機構の中に自分で飛込んで行って、なんとかして自分の
気に入った物をこしらえてやろうと、デザイン提案などを繰返
す奴のことである。大会社に勤めて25年、節をまげずにいい物
づくりの提案づくりを続けたが、大企業のやる物づくりの物差
しはおれの物差しには合わぬと知って、停年間際に恩給を棒に

振ってフリーデザイナーを志さず野郎のことである。

昔、絵かきやエンジニアや彫刻家からデザイナーに転向した
てあいにはこんなタイプの奴が多かったけれど、近頃のインス
タントデザイン学校出にはこんな物好き野郎はまれになった。

物好きデザイナーは減ったが、世でいう消費者の中にはこう
いうてあいが今でもゴマンといて、彼らは、近頃の工業製品に
買いたい物など一つもありやしない。‘買わされ買い’はご免だ
よと、物好き特有の物買い欲、物所有欲の方はもっぱら古道具
買いや古民具買いで充足させ、そこら辺のデパートの‘失礼売
場’などには金輪際近寄らず、民芸協会旅行かなんかで覚えた
手の仕事の産地へ、一人で出掛けて行って、塗師や竹の編手か
ら直接腕や竹籠をわけてもらって、いい旅でござんした、いい
買物で楽しかったぜと友人をうらやましがらせて結構楽しく暮
らしている。

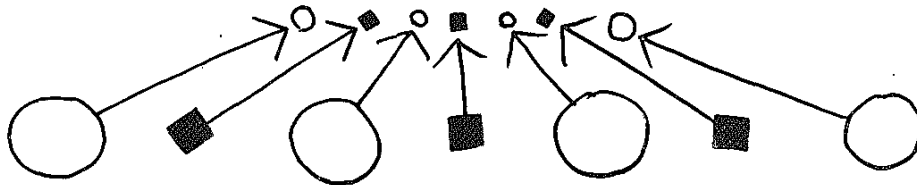
無理と承知して工業製品メーカーのクライアントに“心をこ
めた物づくりを!” などというもんだから、あんまりはやらない
フリーの ID デザインの親方も相当な物好きだ。

なんぼメーカーに提案しても、デザイン料はくれてもなかなか
か案を実施してくれぬ相手に業をにやし、ほなら一丁自分でや
ったろかと、なれぬメーカー転業でやりそこね、それでもこり
ずにまたまた名案珍案をひねくってる物好きデザイナー。

このままじゃ体が参っちゃいそうだといながらの薄利多売
屋のセールスマンづとめの男、どうせ‘あきらめ買い’の客を
相手のしがねえ商売。安い物探し、安い物の数売り、買い気の
ない客の説得などでぐったりする程つかれ果てていながらも、
仕事のあい間の寸刻を見つけて、‘物好き’相手に売る‘本も
の’探しをやってる物好き野郎。この男自分の‘ほれた物’だ
け売って暮らしたい。ほれた物探しなら体を張っても張り甲斐
があるさと、東北に物好きな親爺のやってる町工場があると聞
けば飛んで行き、裏木陰の、昔袖が住んでたよな山奥に、へ
んな木工屋がいるとの話を小耳にはさめば、そこまで出掛けて
行く物すごく物好きな営業マン。

その営業マンが訪ねた先の木工場のリーダー株の男がこれま
た相当な物好きで、塗装はふき漆しかやらぬようそぶく。高
くなって売りにくかろうに、手間がかかって大変だろうにと聞
くと、ほかの塗料はみんな嫌いなんだという。

産地を見に行ったらデザイナー。ここは昔、日本刀の名品の数
々を鍛えていた所だから、さぞいいナイフやフォークを作りつ
づけているだろうと思っていたのに、何だこのさまは! コロリ
ドルショック型の安物ばかりじゃないか。これじゃご祖先様の
孫六に申しわけが立つまいと、柄にもなく産地メーカーに説教
すること数年。やっとうやら少し気に入った物ができるよう



脱グループ活動の手はじめに、脱
グループメンバーは問題意識と具
体的な問題事実をもち寄ってプロ
ジェクトチームをつくりはじめ
る。

になりましたと、この間は喜んでいたと思ったら、やっぱりまだまだ駄目だ。東京に近頃輸入されてるショーセッションとかいうケトウの方が孫六よりいい物をつくってる。口惜しいことだ。一体あいつらはどんな物づくりをやってるのだろう。でき上がった物だけ見たんじゃよく解らんが、どうやら生活から違うんじゃないかろうか？ ‘あきらめ暮しのあけくれ’ じゃこうはゆかぬ。どれちょっとこの目でたしかめて見るべしと、デザイン事務所をたたくので北欧勉強旅行。

この物好き男の帰国一番のセリフがこうなのだ。

“負けた！行って見たら、すごくいい人たちが、すごくいい環境で楽しみに物をつくっていやがった！”

世の中まだまだ捨てたもんじゃいな。こんな仰山物好きがいるとは知らなかった。類は類をもってなんとやら、だれも“物好き集合！”と号令したわけでもないのに、近頃の104会議は夜ともなれば物好きどもの“全員集合！”なのである。

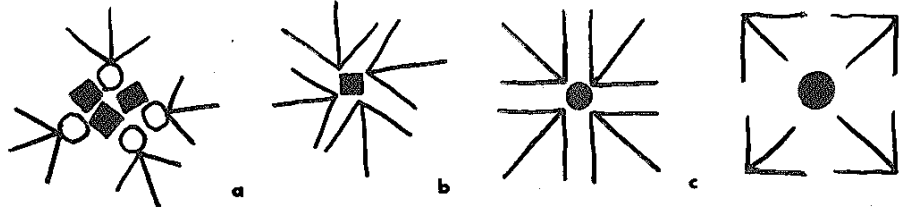
●いいモノのいい案は夜つくられる

よなよな物好きの集りは、もうかれこれ2年ほども続いたろうか。なにをやらしたか、確かな記録ものこっていないからしかとは解らぬが、よなよな昼間と反対のことばかりやったことはたしかだ。

集まれといわないのに集まって来たり、集まると、集まったときぐらいうまい物食べようやと、自前でピフテキを喰っては財布の底をはたき、店屋モンの出前の器が気に入らぬといっはわざわざ好みの器に盛りかえて喰って見たり。こりゃうまいと一同舌つづみを打つところを見ると、ふだんはピフテキも食わず、店屋モンの盛りかえなどもやったらんに相違なく、どうせのむならいい湯呑といひ急須で、どうせ飲むなら本もののクリスタルのタンブラーでなどと、買いあつめたり持ち寄ったりのいい器ばかりでの飲み食い。

調子づいて少しやりすぎたらしく、気がついたらい器の買いすぎに集めすぎ。そんなら家にもち帰って昼間も使おうやと衆議一決。昼間、家で使っていたら近所のおばさんや事務所の若いモンが、お宅だけずるいわ、ポストだけいい器使ってズルイよ。私にも、おれたちにもと、あっちこっちから注文が殺到。

そんならまとめて産地に注文しやしようと、流通系の男がい、どうせたのむなら、ここんところをこう直してから注文しようよとクラフト系の男が欲を出し、竹、ガラス、鉄、焼物、漆の物などを次から次へと注文。ついでに販売までやっちゃまえと、昼間は、近頃の流通屋はなっちゃん、まじめな生産者の敵だなどといっているながら、夜はマジメな顔をして物を売る1人話。



プロジェクトのチームは、a—みんなで持ち寄った問題を討議し、b—話し合いと提案を繰り返しながら問題点をつめ、c—“参加と合意”の結論と具体的な提案をまとめ、d—次の行動にうつるためにプロジェクトのチームを解散する。

この物好きグループの面々、世でいうIDが多いのに、夜になると世でいうクラフトものをデザインしたりなどして、IDとクラフトデザインの壁をぶち破ったぞとか、グループエコイズムからの脱出たなどと怪気炎をあげる。夜と昼とは昔から逆である。ゆえに夜は昼と逆のことを考え昼間やらぬことをやらねばならぬ。ヒルはかせぎ夜は遊ぶ。また楽しからずやと同心よくくらい、よく飲み、よくしゃべる。

ある日のある晩、茶のみ話の勢いで、この茶碗この茶托この茶瓶この茶盆、まこと結構な揃いのもの、よくぞ合わせたよくぞ揃えたとちょっとおだてておいてから、ところで湯をつぐこのマホー瓶、なんじゃこの形この色そしてこのでっかさ！この揃いの茶器に合わぬことおびたしい。IDさん、なにしゅるとクラフト系からイチャモンがついた。

なるほどなるほど、じゃー丁みんなでやっか、と例によって例のごとく黒板デザイン。案だけはものの30分ほどでまあまあのものでき上る。この辺の案でメーカーに交渉してみるか？2,000本まとまれば大阪のメーカーで引受けるところがあるよとID系から情報があると、2,000本つくって、ティーセットを2,000セットこしらえて高級贈答品がいけるかもと、流通系の男から案が飛び出す。

●組み合わせでデザインしよう！

日をあらため、夜をあらため、あつまってまたあつまって、小さなマホー瓶のプロジェクトがつづく。小さなマホー瓶と可愛いティーカップとティーポットとティースプーンづくりのプロジェクトがつづく。“組み合わせでみよう”、“組み合わせでデザインしよう”、“物と物との関係をデザインしよう”、“湯わかしとポットの関係のデザインから始めよう”、“関係のデザインを、いろんな人間があつまってつくったチームでやろう”、“関係のデザインは関係者全部でやろう”、“IDとクラフトとでIDものとクラフトものを一緒に組んだデザインをやろう”、“流通マンと設計屋とデザイナーのチームで仲よくいいものづくりをやろう”などと、いろんなティーポットやティーカップや急須や湯呑をならべて見ながらガヤガヤガヤガヤ。

モデルをつくり、写真をとり、いろいろと組んでみてはそれをスライドにつくり、焼物屋にもそれを見せ、マホー瓶の業者にもそれを見せ、洋食器のメーカーの親爺にも、こんなわけだからぜひいいスプーンを試作してくれとたのみ、このスライドを贈答品屋に見せて、どうだいい案だろう、やらないかと持ちかけようと一人がいえば、そんならおれは雑誌に記事をかこう。今のマホー瓶は狂っちゃう。マホー瓶はかくかくしかじかであるべきだと紙面でみんなに訴えようという奴もできて

て、こりゃいい案だからクラフトコーナーの連中に見せて、ほらこんな風にいいものばかりでセットされたクラフトコーナーにしませんかと提案してみようと思えたらいいな。

でもティースプーンとマホー瓶はクラフトものじゃない、工業製品だからクラフトコーナーにおくのは駄目だと断られるかも、と一人が心配していうと、昼間みたいな、かたいこといっちゃいかんよ。クラフトコーナーの偉いのがそんなこといったら、“あなた方はマホー瓶もティースプーンもなして、どうやって紅茶をのんでるのですか？”って言ってやりゃいいんだ。”

みんなの口が悪いのは、夜だからである。みんなで一杯のみながらきわめて気楽にやっているからである。でも、夜中になってもまだマジメなのがいてこういった。

クラフトとは人間が心をこめてつくった物なのだ。クラフトの売場はつくった者の心を売るべき場所なのだ。材料や工法にこだわっていたら心をこめたものなんか……と、あんまり勢いこんで演説がかって行きついたら、もう一人のマジメなのが、これからのクラフト売場の売物は生活ですよ。いい生活ですよ。いい道具で組立てるいいくらしを売らなくっちゃ。茶も楽しくのむいい生活を売るべきですよ。

まあいいじゃない、理屈もいいが、いい茶器に合ういいポットを早くつくろよ。メーカーサイドじゃ絶対思いつかないような素敵なポットを作ろよ。気楽に行こうぜ！脱グループプロジェクトがオカだと、ちょっと飲みすぎたのがつぶやいた。

●使いすてないくらしのすすめ展

雑誌にかいた文章がアビールしたのか、それとも100枚もつくった“組み合わせで考えよう、組み合わせでデザインしよう、組み合わせでつくり、組み合わせで売ろう！”というスライドをもってあっちこっちをまわって歩いた電気紙芝居の介人がうまかったのかそれはわからないが、いや、運が良かったのだという説、夜の発想がうけたのさ、などと諸説ふんぶんとして、わけのほどはわからないが、とにかく、ある畑違いのメーカーでわれわれの夜のグループの提案したポット計画を生産に移すことに話がまとまった。

思えば、物好きどもの夜の茶会の席で、IDさんしっかりしてよこのマホー瓶何さ！のイチャモンに端を発し、2,000本自主生産、自分たちと仲間の使い料をのこして、あとは贈答品なんかで処理しまえとなり、ポットメーカーや陶器のメーカーやスプーンのメーカーなどに見せたり、贈答品メーカーが客から注文をとるときにも使えるようにと、いささか大金を投じて作ったスライドが縁でたらう、数万本作って市販することに相成った。

この話にはオマケがついている。くたんのスライドを見せたクラフトコーナーで、こんな風にクラフトものやIDものをならべて見せて組んで売る展示会もせびとということになり、IDのやるクラフト展も一興だろうと、それに応じて物好きどもが会を開き客を招じて見たら結構な入り。評判もなかなか、売れ行きは上々。会場のパネルや案内文に、

一言でいえば物を捨てないくらしのすすめ　いい物を長く使うことのすすめ　買わされる人間から買う人間になることのすすめ　道具の使い方をあれこれ工夫してくらす知恵のあるくらしのすすめ　昔のように、作り手にあれこれ注文をつけて、気に入ったものをもとめる欲を、もう一度とりもどしましょうということのすすめ　いいものはいいと納得してくらす、ほんとうのくらしのすすめ　消費者をやめて愛用者にもどろろ！　モノ・モノ

モノ・モノとは、モノ好きなモノ同志がよなよな集まっては、いろんなモノを持寄って、組み合わせせて見ては、モノとモノの関係のデザインを論じ合い、今出来のモノだけじゃなく、古いモノでも民芸モノでも、いいモノはいいんだといいながら、モノを考える立場のモノと、モノを作る側のモノと、売る仕事をしているモノたちが、よりより相談してほんモノをつくらう！いいモノをつくらう！といっているうちに、いつとはなしに決った名前。自主プロジェクトのチームの名前。プロジェクトチームだから仕事が終わったら解散するのが建前だ。

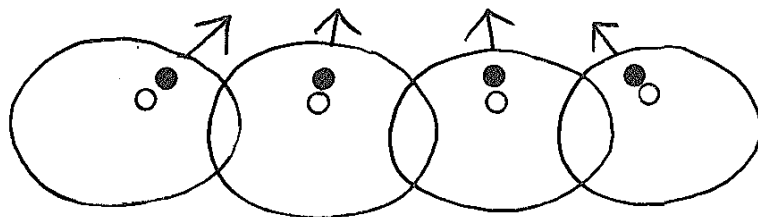
解散しても、名前とマークはのこしたい。また別のテーマでプロジェクトをするとき、違ったメンバーでプロジェクトするときも、同じ名前、同じマークでやろう。

この名前に托されたわれわれ夜のプロジェクトの願い、<モノとモノの関係を、脱グループのモノたちのエゴイズムなしの発想やデザインや製作でやろう！>というこの考え方は、マークとともにずっとのこしたい。

あきらめくらしをやめてみんなで力をあわせて、ほんとうの暮しを建て直そう。買わされる人間から買う人間になろう！物を大事にするくらしにもどらなと、もうじきわれわれの地球は駄目になる！などなどと、パネルをつくり、文字に書き、スライドを映し口で唱えすぎたから、われわれのプロジェクトは次から次へとふえるばかり、当分解散どころではないらしい。

そんなことやっていてお前ら食えるのかと、心配してくれるむきも多いが、食えるか食えないかは心配ご無用に願いたい。なんせ昼間かせいでの夜のプロジェクトなのだから、よなよな結構うまいものを食いながらやっていますと、申し上げておく。

(あきおか　よしお：104会議室)



プロジェクトした提案を実施するために、解散したチームの面々はそれぞれもとの部位にもどって同じ問題意識と同じ具体案をかけた行動に入る。あるいは、まったく新しい実施の機構をつくってプロダクトに入る。