

してそのセンスを身につければよいのでしょうか。

都市ではデザイン学校は数多くありますが、デザイン教育を受けたとしても、自らが感じ取る感受性は、自分が鍛えなければ自分の中に育ちません。デザインの学校に行ったからといって、必ずしも造形美が身につくわけではないのです。

山村クラフトには学校はありませんが、山村にいてもデザインの学習は可能です。何よりも学べる自然が足もとにありますし、また農林業にその生涯をかけ、森を育ててきた経験豊富な人々が、生きた事典として身近にいてくれます。豊かな自然環境の下での四季や旬、そして祭りや慣習といった伝統が、長い時間の積み重ねによって豊かな人生を形づくっていることを感じられるでしょう。山村空間は、造形美のセンスを学ぶ宝庫のようなものです。

デザインのセンスを磨く

設備・技術よりも大事な美的センス

素材や設備・技術があっても、総合的にまとめる美的センスによって、商品の品格が左右されてしまいます。

造形美は、山村クラフトが追求する最も大事な

- ② 描いて知るかたち——線のデザイン
- ③ 比べて知るかたち——基準をもってかたちを創る、ということです。

見て知るかたち、自然の中に学校はある

春の樹々の芽吹き力強さ、花の華やかさ、はかなさ、夏の緑の生命力、秋の豊穡、冬の休息。これらのどれを見ても、時々のかたちがあることを感じ取れる、そんな観察力を高めましょう。

雑草「ハナムグラ」の茎に4枚から6枚ずつ輪生している葉をよく見ると、葉は茎を中心として放射状に、みんな違う方向を向いて生えています。それぞれの葉は、360度全方位から精一杯に太陽のエネルギーを受け取り、炭酸ガスと水からデンプンをつくる光合成をみんな力で合わせて行ない、一株のハナムグラの全体に必要な栄養素をつくっているのです。そこには、必然的な自然の造形美が生まれています。

ここで大切なことは、360度違う方向を向いているかたちを発見する観察力あるいは注意力が、目配り、気配りのできる自分を育てる修業であるという意識を持つことです。それが全体のかたちのハイモニーを、美しいと感じ取れる美意識の訓練にもつ

「良質」の要素となります。「道具があればつくれる」ではなく、自分が求める「良品」を生み出すために「必要な道具をつくる」ようになってほしい。

トータルな感性を自分自身の中に育むには、自然の草花や木の葉のかたち、芽吹き力強さなど、自然の造形を意識する訓練を日常生活の中に習慣的に取り入れることです。訓練の中で、自然を観察する気配りを身につけようとする心の状態(意識)をつくるのが大切です。

デザインセンスを磨く3つのポイント

かつては国や県の行政機構の中に産業工芸試験所(産工試)や工芸の研究機関があり、地域産業の指導にあたったものですが、平成の行政改革で、各県とも産工試は大幅に統廃合されてしまいました。大分県も竹と木、それぞれの産工試があったのですが、いずれも廃止され、地場産業は学ぶ場を失ったわけです。とても残念なことですが、今はなくなつたことを嘆くより、自然から学び取る手法を身につけたほうが賢明でしょう。

ここでは、自分で楽しくデザインセンスを学ぶための、3つのポイントをご紹介します。それは、

- ① 見て知るかたち——自然の中に学校はある
- ながります。山村クラフトの学校は山村の自然の中にあるといえます。

描いて知るかたち、線のデザイン

つくりたいけれど、何をどうつくってどこで売なのか、どこで学べばよいのかわからない場合も多いでしょう。指導者に基本を学ぶことは大切なことではありますが、指導者がいつも自分の近くにいないわけではありません。

そんなときにはセンスを磨く時松流の4つの方法に取り組む訓練をおすすめします。それは、以下の4つです。

- ① 図面を描く
- ② 鉛筆2本で描く
- ③ デッサン
- ④ 模写

①の「図面を描く」方法は、自分のつくつたものの断面図を、正確に紙に写し取ってみることで、その図面で、不自然さはないかを自然界で見る造形美に照らして確認し、そこを修正することによって次の改良点が明確になります。3度繰り返し返すことにはかなり完成度が高くなり、品格が備わってくることでしよう。描いて知るといことはとても大切に、

椀 1 個の価格算出参考例（上代価格 4,600 円、下代価格 2,300 円の椀の場合）

費目	内訳	算出例 (円)	最終小売価格に 対する占有率
原材料*	木材、接着剤	200	4.3%
加工費	1次加工、2次加工、仕上げ加工	780	17%
塗料費	塗料、シンナー	90	2%
塗装費	塗装加工費	310	6.7%
諸経費	機械償却費、電気代など	345	7.5%
梱包・発送費	運賃、箱、紙	115	2.5%
営業利益		460	10%
納品原価		2,300	50%
店舗家賃		100	2%
営業費	電話、パソコン、ネット、カーペット	345	7.5%
梱包・発送費	運賃、箱、紙、文房具など	460	10%
諸経費	電気、水、文具、花、茶など諸経費	345	7.5%
人件費		590	13%
営業利益		460	10%
町内小売価格 (最終小売価格)	消費税別	4,600	100%
町外小売価格	消費税別	4,830	105%
県外小売価格	東京デパート、税別	5,060	110%

注 *原材料について

木材の価格参考例（ケヤキの場合）

費目	価格
ケヤキ 1m ³	50,000
製材費	50,000
乾燥料	50,000
販売営業費	50,000
利益	25,000
合計	225,000…… (A)

(A) の結果から、乾燥材 1m³ の販売単価（税別）は 225,000 円となる

椀 1 個の材積 $0.12\text{m} \times 0.12\text{m} \times 0.065\text{m} = 0.000936\text{m}^3$
 $0.000936 \times 225,000 = 210\text{…… (B)}$

(B) の結果から、椀 1 個の原料代を 210 円とした

店指定の消費地問屋を経由しなければなりませんから、消費地問屋が成り立ち、百貨店という小売業者が成り立ち、何よりも消費者を納得させる価値と魅力がその作品になければなりません。一枚の皿をつくるときに、製作者自身、産地問屋、消費地問屋、小売店、消費者の5者を納得させられるかを真剣に考えないといけないわけです。

農山村という地域性を考えれば、山村クラフトの場合、ユーザーまで過程をもっと短くすることはできません。たとえば、庭先で地域の人に販売するとき、小売店に直接売り込みに行くとか、努力次第で何とかなるものです。しかし、手段ばかりを考えていては作品に普遍性が生まれてきません。基本的に流通の5つの過程を満足させられるシステムをつくっておけば、どこに持っていかなくても売れるものになります。

自分の作品の売り方を地域内流通（町内）、地域外流通（県内）、県外流通（東京など遠隔地）に分けて整理しておくことが大切です。自分ができない部分をだれかにカバールしてもらうことが、流通経費であることを理解しておくことです。

これらの合計が小売価格となり、これに消費税をプラスしてもユーザーが買いやすい「値頃感」のあ

るものになっていけば、合理的な価格であり、それは信頼される条件のひとつともなります。

販売者はものを並べるだけでなく、使い手が製品を楽しく選ぶ舞台である店や会場で、使い手に必要な情報や、その場を美しく飾る草花などを準備しておくことが必要です。接客経験が豊かな要員とその交代要員の確保、家賃や包装材料、電話代や光熱費などの経費も必要で、売る経費はつくる経費と同じように重要であることを理解する必要があります。

価格の設定

商品に値段をつけることは最も関心が高く、最も大切な仕事です。それだけに難しい仕事で、適正な価格とは何か？「値頃感」とは何か？それはどうやって決められるのか？など、最初はクラフトマンにはわからないことばかりだと思われま

一般的に商品の値段とは生産に要した経費と、開発に要した経費などを合計したものに、「値頃感」が考慮されて決められています。「値頃感」とは、開発された商品と同等の分野、または同等の似通った商品がすでに売られている場合に、その値段について比較・検討し、買いやすいと判断する幅のことです。つまり、価格とは、生産から販売までのす

すべての作業の結果なのです。すべての作業を抽出すると、133頁の表のような費目になります。日常の行動はそれをさらに細分化したものになります。

通常、生産に携わる側からは、生産に要する経費は理解されやすいですが、流通にかかる経費は見えにくいものです。その流通にかかる経費は、生産にかかる経費と同等とみるのが妥当で、ものによっては流通経費が生産経費を上回ることも多いものです。したがって、木の食器の最終小売価格は生産原価の2倍を目安にすることになります。

流通の仕事では、生産者は通常、製品を特定の取引のある卸商、または小売店へ出荷します。自ら行なう販売方法には、いくつかのケースがあり、それぞれに必要な経費が伴います。

自分でショールームやアンテナショップを持つている生産者の場合はショールームを維持していくための経費がかかります。ショールームは小売業であり、一つひとつの商品を販売します。展示会や通信による販売も行ないますし、さらに例外として訪問販売を行なうこともあります。

生産者は通常販売しませんが、最近では消費者の工房巡りなどがあるため、生産現場での販売も増えて

自分の使うものを自分でつくる段階では、つくる楽しみと喜びがあり、満足感にも浸れますが、社会に提案するとなると、ハードルが一気に高くなります。著名なデザイナーであっても5〜6回の改良は普通に行なわれています。その結果「長く愛用してもらえらる」ロングラン商品として信頼が高まるわけです。改良を惜しまない姿勢はクラフトマン自身の喜びとなり、クラフトマンシップが育まれていくことにもなります。

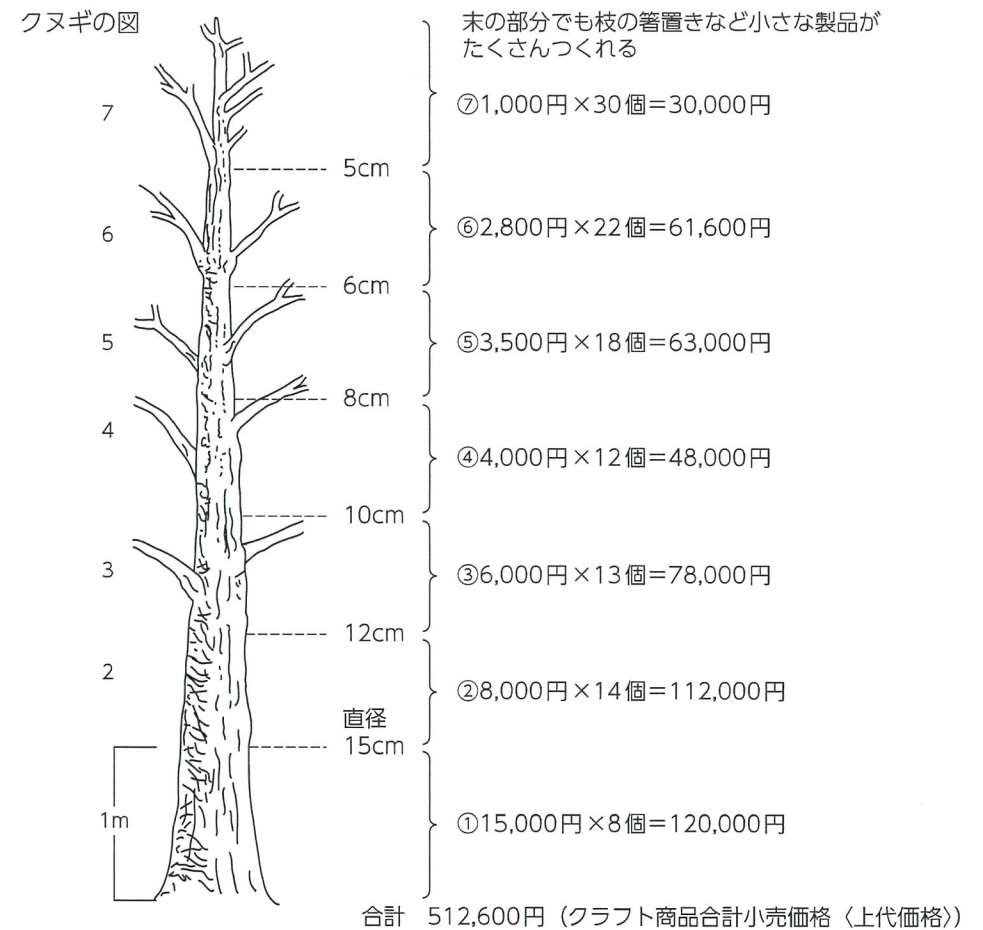
自分が思うものをつくりたいとき、必ずしも便利な道具がそろっているわけではありません。道具に頼ると道具がないからつくれないということになります。これでは新しいものをつくれません。世の中に必要なものをつくるには、それをつくるのに必要

原価の簡易算出方法

費目	内容、計算方法
① 原材料代 (木材)	製品歩留りを50%とみる
② 人件費	1次加工 (乾燥作業など)
	2次加工 (製品加工)
	仕上げ加工 (単価×作業日数)
③ 諸経費	機械使用料、電気代、生産設備償却費、デザイン料
④ 製造原価	(①原材料代 + ②人件費 + ③諸経費) / 生産量
⑤ 一般管理費、利益	④製造原価 × ●% * ●は数値
⑥ 梱包、運搬費 (製品1個あたり)	
⑦ 総原価 (製品1個あたり)	④ + ⑤ + ⑥

「林業では価値が低い材」に高い価値を生む6次産業化の効果

(林業では価値が低いとされる15年生のクヌギ1本を6次化により加工商品にした場合)



生産経費は上代価格512,600円の1/2となり、256,300円。15年生のクヌギ2本を加工すると、生産者の手取り経費は512,600円となり、この内約40% (205,040円) が生活費に活用できる