

第Ⅱ部 [パネルディスカッション]

2月1日 遠藤記念館大ホール(F館)



[パネリストのご紹介]



中村 勇吾氏

〈インターフェースデザイナー、プログラマー〉



藤本 壮介氏

〈藤本壮介建築設計事務所〉



堀畑 裕之氏 関口 真希子氏

〈matohu デザイナー〉



松井 龍哉氏

〈フラワー・ロボティクス株式会社・代表取締役〉

※50 音順



司会進行：榎下町 伸一氏

〈文化ファッション大学院大学 教授〉

総合司会

第2部パネルディスカッションを始めさせていただきます。それでは、パネリストの方々にご入場いただきましょう。お一人目は、インターフェースデザイナー、プログラマー中村勇吾様。続きまして、藤本壮介建築設計事務所 藤本壮介様。続きまして、matohuデザイナー 堀畑裕之様、関口真希子様。続きまして、フラワー・ロボティクス株式会社代表取締役 松井龍哉様。文化ファッション大学院大学教授 櫛下町伸一。以上、6名のクリエイターの方々でお送りいたします。

櫛下町教授にはディスカッションの司会進行もお願いいたします。

それでは、櫛下町教授、よろしくお願いいたします。



櫛下町教授

はい、皆様こんにちは。第1部の鷲田先生の基調講演に続きまして、第2部のパネルディスカッションを始めさせていただきます。

ただ今紹介いただきました櫛下町でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

今回、このシンポジウムは3回目を迎えます。

1回目はジャパン・クリエイション、2回目がアジア・ネットワークという、いずれもファッションビジネスをテーマに日本の優れたクリエイションをビジネスとして成立させて如何に世界に発信するかを、クリエイションとの共生関係を探ったものでした。3回目となります今回のテーマは『ファッションとフィロソフィー』です。クリエイションという立場から、逆にファッションビジネスに提案できるものはないか。デザイン力は問題解決法となり得るのかとい

うのを考えていきたいと思います。ここでいうファッションは、単なる衣服の分野だけではなくて広義に捉えていただきたいと思います。

今日おいでいただいています、建築、インターネット、ロボットデザインのプロダクトなどの各分野も包括すると思いますので、その領域の中で考えていただきたいと思います。

もうひとつはクリエイターの思考の断面を垣間見ることで、鷺田先生の言葉にありましたように、言葉としてフィロソフィーを出していく、そういう狙いもあります。なかなか難しいことだと思いますが、会場に入らしている方々お一人お一人で何かを感じ取って帰っていただきたいという試みでもあります。

ここにお招きしました、5人のクリエイターの方々も日本を代表するトップランナーでございます。まず、藤本さんに今までのお仕事の内容、それとデザインに対するフィロソフィーをお話しいただきたいと思います。では、よろしくお願いいたします。



藤本氏

はい、よろしくお願いいたします。

今たまたまロンドンでやっているジャパンファッションの展覧会の会場構成をやらせていただいております。3月にはミュンヘンにも巡回する予定です。本業は建築設計ですので、今日は僕が手掛けたプロジェクトをお持ちしました。建築の設計というのは、いってみれば我々人間の身体とか、その活動、それと場所の関係性を考えながら、その中から新しい快適さとか豊かさを生み出していくような作業だと思います。まずはタイトルですが、『primitive future (プリミティブフューチャー)』です。プリミティブとは、原始的意味で、フューチャーはもちろん未来という意味です。人間の身体というすごくプリミティブな

所に立ち返って、そこからもう一回未来を照らし出したいという思いがあって、最近ずっとこの言葉を使っています。

まず最初にお話ししたいのが、「nest or cave (ネスト or ケーブ)」というキーワードです。

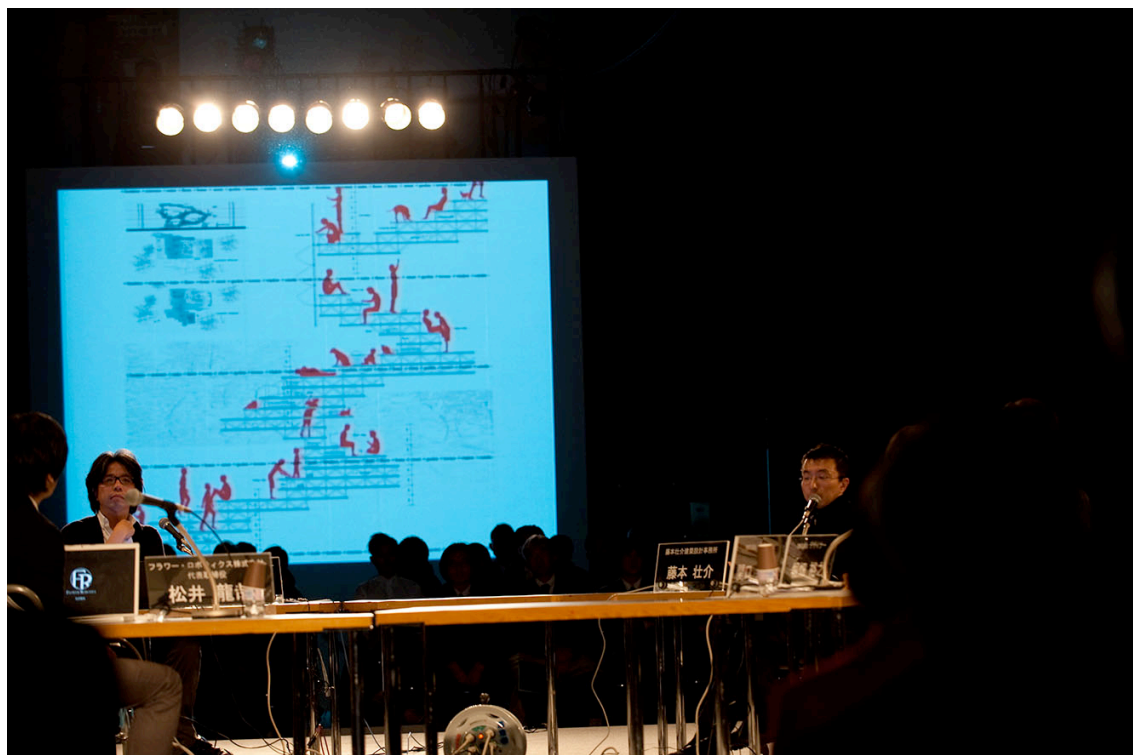
ネストというのは“巣”です。鳥とか動物とか、人間にとっての巣、でもある。ケーブというのは、“洞窟”です。これは、両方とも建築の始まりの姿だといえると思うんですけど、実はこの二つは、対極のものなのです。

ネスト…人間にとっての巣というのは、ごく簡単にいうと、住みやすいようにちゃんと設えられている場所。機能的な建物とかいう言い方をしますが、そこは人間が住めるように作ってあるという意味で、よくできた巣なのです。一方、洞窟というのは人間のために作られていない場所。元々人間よりもずっと昔からありますから、特に人間とか関係なくある訳です。では、その巣と洞窟では、巣のほうが圧倒的に住みやすいと思われるかもしれませんが、洞窟の中に入って行った時のことを想像してみてください。最初は何もわからないけれど、地形や妙な出っ張り、引っ込み、広い場所、狭い場所いろいろあって、場所と自分の身体感覚の関係の中で、使い方をを見つけ出していくことになると思うのです。先程の鷺田先生の話にもすごく通じると思うのですが、ちゃんと用意されている…チェアのことですね。ピシッと椅子のように用意されているのではなくて、どう使えばいいのかよくわからない…つまり座布団みたいなものが、洞窟ではないかと思います。

今までの建築というのは、機能的にちゃんと作り、その通りに使ってもらおうというものだった。けれども、人間というのは、そんな機械のように動かない。もっといい加減で、柔軟で、豊かなのではないかな。ですので、使い方や場所の用途を発見的に見つけ出していく、そういう建築のほうが、より豊かで楽しいのではないだろうかと考えているのです。それを建築家としては、人工的に作らなくちゃならないので、どう作ろうかというようなことを考えたものが、この「Primitive Future House」です。

もう10年くらい前になりますけれども、一応“家”のつもりです。妙な形をしていますけど。特長的なのは、段々がいっぱいあること。35cmくらいのサイズになっているのですが、段に人が座ったり、二段の重なりを机に使ったり。いろいろ勝手に使うことができる。用途はハッキリしていないけれど、座ろうかなと思うと意外と座れたり、物でも書こうかなと思うと机になったり、と。人

間の身体が、場所と関係を持った瞬間、そこに固有の機能みたいなものが現れてくる。そういうものを考えていました。もちろんこれは架空のプロジェクトです。誰もこういう家に住みたいと思う方が、今の所いないもので（笑）。空想の中で模型を作ったりしていたのですけれども、これからの住まいというのは、もしかしたら、こんな風になっていくほうが豊かな暮らしができるのではないか、と考えていました。



同じような考え方で、木の大きな角材を積み上げて実際にこのアイディアを小さいコテージで造り上げる機会がありました。

4m×4m×4mくらいの非常に小さな建物ですけれども、寝てもいい場所や何をしてもいいスペースが、いろいろある訳です。35cmの段差がたくさんあって、自由にそこに挑んでいくという、そういう作りになっています。今、熊本に建っているものです。

中に入ると、普通に見るととても使いづらそうだけど、何かに見えそうな場所がいろいろある訳です。そこで、その場所と戯れながら、自分の生活を再発見していく、そういう場所になっています。

次のプロジェクト「House N」は普通の住宅です。ちょっと変わった家で、箱が3つ、箱の中に箱があって、またその中に箱がある...そういう妙な住宅です。一

番外側の箱、穴がいっぱい空いていますけれども、ここにはガラスとかが入っていないので、大きい箱の中は、いわゆる“外”です。庭が大きい箱で囲まれている、家があったと思って入っていくと、また家があって、その中に入るとまた家が建っているというような状態。

普通の家というのは、中と外というのは非常にはっきり分かれています。これは建築の基本です。ところが、そうでもないのではないだろうか、と考えてみたのです。

いわゆる白黒はっきり付けるのではなくて、中と外の間にグラデーションのように、いろんな場所を用意してあげる。そうすると、間の場所での過ごし方や使い方を自分たちでいろいろ選べる訳です。その日の気分とか、人数とか、状況によって、選びながら住んでいく...そういうイメージの家です。

実際にできたものが、大分県大分市に建っています。街の中に建っていると、一見異様なほど大きく見えるんですけども、実はその大きな殻というのはスカスカの殻で、その中が庭になっていて、その中に家が建っているという不思議な風景になります。中に入ると部屋のような、庭のような...街中のちょっとした広場のような。自分のプライベート空間のような...そういう、間の感覚を持った建築にしています。

ある意味、廃墟に近いですね。廃墟というのは場所だけがあって、そこにどう人間が関わっていくのか、という意味ではクリエイティブな場所だと思うんです。それを住宅にしようという試みになっています。

中から見ると、3つの箱が重なっているので守られているという感覚と、空がいろんな方向で抜けていて開放的な感じが同居しています。家というのは、守るという機能と同時に、開放的な広がりというのが基本的な要素としてあると思うのですが、その両方が混ざりあっている場所になっています。

最後のプロジェクトは、武蔵野美術大学の図書館です。

図書館というと“本がある場所”。ですから、本棚からスタートしました。本棚が少しずつ成長してきて人間のための場所を作り始めるイメージです。

それがお化けのように巨大になってきて、最終的に図書館になる、というイメージ。本の壁というのは、すごく大きいのですが、いっぱい穴が空いています。ですから、向こうのほうまで、本の世界がずっと広がっているのが見える構成になっています。

俯瞰から見ると渦巻き型をしているのですが、単純な仕掛けながら良く出来て

います（笑）。図書館というのは、すごく機能的な意味では、本を見つけるという機能があります。一方で、本を見つけるとか見つけないとかというよりも、うろうろ森の中を彷徨うように歩いているうちに、インスピレーションが湧いてきたり、知らない本に出会ったり...そういう機能的とはいえない楽しみ方がある。その2つ、正反対の性質ですけれども、上手くひとつ形の中に入れられないかと思ったのです。図書館の真ん中に立つと、時計の針みたいに、1、2、3、4、5、6という風に、分類がちゃんと自分の周りに巡っていて、すごく明快にどっちに行けば自分の探したい本があるのかということがわかる仕組みになっています。一方で、この渦巻き型に穴がいっぱい空いていると、迷路みたいなものになる。気を抜くとすぐ迷ってしまう。面白そうな本が見えたからとか、明るい方へとふらふら行ってしまうと、そのまま迷ってしまう。気持ちよく迷い続けられる。まったく正反対の、しっかり迷わず見つけることと、迷い続けるという、両方をあわせた構造になっています。

本が好きな人にとっては天国のような場所。ですけど、本が嫌いな人にとっては地獄のような場所になっています。ぐるぐる巻きなので、必然的に本棚が外側にも出てきていて、図書館の建物が見えているというよりは、木の向こうにちょっと本棚が立ち上がっているように見えて。ふらふらっと近づいていくと、そこが図書館になっています。

中に入ると外が見えるのですが、少し引いていくとその壁が本棚になっています。もうちょっと引くとさらに次の渦巻きが見えてきます。

天窓も開いていて、光が入ってくるようになっています。2階に上がっていくとブリッジがあったり。まさにクルクルと迷っていくイメージが感じ取れると思います。

渦巻きというのは、先が見えない構造です。そこに穴がいっぱい空いています。こうすると、見えている状態だけではなくて、何か見えないけど向こう側に何かがありそうだという予感が、つねにいっぱい創られているような感じになる。建築というのは、モノを造る仕事。造られるのはモノそのものですが、そこに人が感じる“予感”みたいなものをどんどん取り込んでいくことが出来るのです。すると人はその予感に誘われて見て歩いてしまう。全部を歩き回った人でも、まだ行ってない場所があるような錯覚に誘い込まれる。現実と想像がないまぜになって、この図書館の中を歩き回って新しい発見をしていく...そういう不思議な図書館になっています。以上が、僕のプレゼンテーションになります。

櫛下町教授

私は、杉並の“東京アパートメント”という建物を拝見してきました。いわゆる内と外の境目がないと言うのがよくわかりました。都会の空間と室内とを同一の状況にしながら、あの階段はなかなか面白い考え方だと思いました。

藤本氏

今の図書館ですとか、途中に紹介した白い家もそうなのですが、壁の向こうはどうなっているのだろうか？と言う場合、僕は向こう側が半分わかって半分わからない状態にしておきたいのです。建物の中に入ったらそれで終わりではなくて、中も外も含めた全部が自分の住处だと感じてほしい。あわよくば、町の一部も含んで生活しているというような、住むエリアの感覚を少しでも豊かにしていきたいと思っています。

櫛下町教授

はい、ありがとうございました。

それでは続きまして、衣の分野からファッションデザイナーの代表で、堀畑さん、関口さん、お願い致します。

堀畑氏・関口氏

こんにちは。matohuの堀畑です、関口です、よろしくお願いいたします。



堀畑氏

母校の文化服装学院で、こうやってお話しできるのはとても光栄なことです。私たちは95年にこちらに入学して3年間勉強しました。その後、98年から5年

間、ちょうど先程鷺田先生のお話に出ました、私（堀畑）がコムデギャルソンで、5年間パターンの仕事をし、関口がヨウジヤマモトで5年間仕事をしていました。先程の鷺田先生のお話で興味深かったのは、自分たちがどういう時間の立ち位置にいたのかということ。鷺田先生のお話で改めて結晶化させてもらったと思います。その後、しばらくロンドンにいて（日本に）戻ってきてから matohu（まとふ）というブランドを起こしました。matohu というのは日本語で服を纏うという意味ですが、面白い言葉だと思っています。他の言語に翻訳するのがちょっと難しい言葉で、着るよりも身体を包み込むイメージ、あるいは単に着るだけじゃなくて、その人の雰囲気や人柄までにも纏うという表現が使えます。同時に「待ちましょう」という意味も込められています。ファッションはどんどん流れ去っていく、次の欲望に向かって進んでいくというシステムの中、むしろ自分自身が能動的に美意識を積み重ねていくことで成熟していくということが必要な時代になっている。そのために時間をかけて“待つ”ということが、今の時代には求められていると思っています。

matohu のブランドコンセプトは、和でも洋でもない新しい服が作りたいということ。そこに日本の美意識が流れているような新しいものを作りたいという想いでブランドをスタートしました。

今年1月に文化服装学院様の協賛とともに、資生堂様他、大勢の方のご協力を得て、この5年間に積み重ねてきたコレクションの展覧会ができました。『慶長の美』というタイトルで、普通、あまり同じテーマではやらないのですが、あえて5年間10シーズンを統一テーマで丁寧に追いかけていくコレクションを続けました。茶碗、本、時には昔の風俗などをテーマにして、ただ単にそれを服に転換するのではなく、新しい形で“着られるもの”として提案することに挑戦しました。

知っている人もいるかもしれませんが、桃山時代の焼き物で“織部（おりべ）”という焼き物があります。黒をベースに所々に抽象的な絵が書いてあり、形もわざと歪めてある、桃山時代のかなりアバンギャルドな陶器です。これをイメージして、最初のコレクションを創りました。この織部を服にしたらどうなるだろう？ということからスタートしました。



matohu の織部のコレクション写真ですが、白い部分には、実は和紙が貼付けてあります。着ている服も“長着（ながぎ）”という名前のアイテムを自分たちで新しく創りました。これは着物でも洋服でもない、新しいものとして提案し、形を毎シーズン変えないことをコンセプトにしています。定番という意味ではなくて、変えないことがデザインというものです。パターンは同じですが、そのコレクションによって、コンセプトにあわせた織りや染め、柄が全部違ってくことで、同じ形でもまったく違う服に見えるような取り組みをしています。これがブランドのひとつの骨格になっているアイテムです。

関口氏

これが嵯峨本といいます。日本で最初に出版という形でできた、木の活字で作られている本です。文字は本阿弥光悦が自分で書いたものを活字として作りまして、それに俵屋宗達の絵などが描かれています。平安時代の貴族の間にあった料紙というすごくきれいな装飾された紙に、筆で書かれたかな文字を印刷物にして、慶長の時代に出版されたものです。プリントは綺羅刷りといわれているもので、雲母という鉱石を使用してパールのように輝いて見えるように印刷されています。

堀畑氏

とても美しい本です。

関口氏

この作品が、嵯峨本というテーマでやったコレクションです。長着では図柄自体を全部自分たちで彫った木版で刷ったものを柄の元にしました。

堀畑氏

この作品は黒づくめのちょっと怖い感じですが“かぶき者”というテーマでやったときのものです。かぶき者というのも、ちょうど慶長期、急に現れた人と違う格好をするド派手なファッションの人たちを呼んだのですが、いわゆる芸能の歌舞伎の原点みたいな所です。自分たちがかぶき者をテーマにした時には、あえて無彩色でやりました。ただし、黒だけれども“輝く黒”を作ろうと、黒の中から光が生まれるテキスタイルを、いろいろ研究して作りました。普通、黒は光を吸収するものですが、黒が輝いたらどうなるんだろうとイメージしたコレクションです。このように『慶長の美』というタイトルでコレクションを5年間してきて、展覧会でプロセスもあわせてお見せしました。

新しいコレクションタイトルは『日本の眼』。これは元々民藝の指導者であった柳宗悦が晩年に書いた本のタイトルでもあります。

眼というのは、美意識のことです。どういうものに美を見出すか、日本人らしい物の見方ってなんだろうということを、一つ一つ丁寧にコレクションしてこうとスタートしました。

最初の秋冬は「かさね一秋冬」。重ね色目という考え方が平安時代にありまして、着物の袖からいろんな形で色がグラデーションに見える。それに名前をつけたのです。例えば、赤の上に白を重ねたりすることで、うっすら見えるピンク色から“さくら”という名前にしたり。その季節に纏うという美意識があったのです。そういうものを今の東京の中から自分たちが感じ表現したらどうなるのだろうと考えて作りました。着る人がその服を通して自分の中に、街の風景や時間の流れ、季節の移り変わりを取り込んでいくという提案です。

表参道のイルミネーション…冬、そこを歩いている時に感じた色を、衣服の重ねだけではなく、染めのグラデーションや裏地の色の重ねで表現してみました。

関口氏

「かさねー春夏」では、秋冬で取り上げた考え方と同じテーマで表現しました。手法を変えていこうかと思ったのですが、春夏と秋冬で見える色は、東京でもまったく違うということに気づいて、あえて同じ手法で景色を服の中に表現しました。色だけではなくて、素材感もまったく違う表現の仕方があり、自分たちでも自然に出来たなと思います。その一つ“花冷え”では、コーディネートもあわせて新しい色が生まれるので、それに対して名前をつけてみました。

堀畑氏

ちょっと春先の肌寒い、けれども少しずつ桜が咲いてきている...そんな感じです。こういう形で、着る方がファッションとして、服として買うだけではなく、そこに含まれている物語やメッセージと一緒に纏うということ。それが今求められていることではないかと私たちは思っています。

見ている世界は同じ。ですが、モノの見方ひとつで全然違う見え方が出来るということを自分たちでも感じて、今いちばん日本人らしいあり方是何か、いうことにチャレンジしています。

どうしてもファッションというと西洋中心になりがちな所があるのですが、あえて私たちは別の文脈で毎回挑戦しています。

櫛下町教授

お2人は、この10シーズンの『慶長の美』をそれぞれ日本の伝統の工芸的技術を実際に体現し検証しながら表現しているのですが、最初からすべてを考えておられたのか...それをお伺いしたいのですが。

堀畑氏

決めたことは、先に10シーズンのテーマを公表してやろうということだけです。その個々の内容については、自分たちも学びながらやっていた所もあります。むしろ、真っ白の状態でそれに向かい学ぶことからクリエイションすることやってきたのです。知らないことを知るということは楽しい。楽しいからこそ、人が楽しめるものが生まれると思っています。

櫛下町教授

その辺が醍醐味だと思います。

それでは続きまして、松井さんにお伺いします。ロボットデザインだけでなく、航空機のデザイン、店舗設計に至るまで幅広く才能を発揮している、日本のロボットデザインの第一人者でございます。工業デザインの分野の松井さんから、お話をお伺いします。



松井氏

こんにちは、フラワー・ロボティクスの松井と申します。よろしくお願い致します。僕たちは、ロボットのデザインと設計、それだけではなく、ロボットは新しい概念のプロダクトだという考えのもと、自分たちで開発したロボットを、自分たちで販売をする所まで含めて、デザイン活動しております。

今日は簡単に二つだけお話ししたいと思います。まずはロボットのデザインについてです。もうひとつは、ロボットデザインと社会をつなげていくという活動です。この二つについてお話をします。

ロボットという概念自体はまだまだチグハグとした概念です。僕たちがロボットの概念をどのように捉えているか...少し古典的な部分から最初にお話ししたいと思います。

ロボットの語源、これはチェコ言葉で“労働”という意味です。カレル・チャペックという戯曲家が作ったお話で、ロボット...人造人間がモデルになったといわれています。

1921 年に上演した演劇です。人造人間が人間の生活に入り、掃除や洗濯をしてくれる。ところがある日、この人造人間たちは自分たちが人間の代わりに労働しているということを認識してしまう。そして人間に反乱を起こす...SF 映画では

古典的なパターンです。が、この頃から、実はロボットは悪者の役割を演じてきた訳です。



もう一つ、ロボットのルーツに“オートマタ”という機械人形があります。18世紀に時計の技術が発達し、経済が発展すると人間は遊びに向かい、自動人形、機械人形を作りました。古い機械人形の映像を見ていただきたいと思います。フランスの自動人形博物館にあった映像です。日本にもからくり人形というのがありますけれど、ちょうど同じ時期に作ったものです。

他に、産業用ロボットもあります。人間の代わりに効率的に仕事をこなすという面で、これをロボットと認識をしているのだと思います。では、ロボットというのは、人間の代わりに作業をする機械装置かということ、そればかりではない。しかし、かに道楽のかにのオブジェ…これはロボットかということ違和感がある訳です。去年お台場に立った実物大のガンダム。これもロボットというにはいささか違和感があります。そこで、ロボットの定義が必要になる。経済産業省で、我々も加わってまとめたロボットの定義があります。「センサー、知能・制御系、駆動系…この3つをひとつのシステムとして知能化した機械がロボットである」というもの。簡単にいうと、センサーと、脳、脳の部分はコンピューターです。駆動系…駆動というのはモーターです。この3つを持っているのがロ

ボット。環境の状況によって自らが変化する、変動するということです。大体この辺からロボットというものが、少し普通の機械から、知的なものに変わってきた印象があると思います。

僕たちがやっているロボットのデザインは、この辺のロボットの概念で行っているといえると思います。これでようやく自分たちの製品の説明が出来る訳です。

環境の変化を学習しながら、ロボットが少しずつ変わっていくという様子。これは10年ほど前の僕の研究です。二足歩行のロボットの研究です。1年かけて歩き方を自分で覚えていくというロボットの映像です。最初、バランスが悪くて何度も倒れて全然歩くことが出来ない。これは制御の仕組みです。ここから半年かけて徐々に学習を繰り返すと、少しずつ歩けるようになってくる。さらに半年、学習を繰り返すと本格的に歩けるようになっていきます。ここまで歩けると一つの性格みたいなものも見えてきます。

つまり、僕らがやっているデザインの対象というのは、この自律する機械です。環境の中から、自らいろんな情報を学びとり、自分の行動基準を作っていく...こういった自律型の思想を持った製品です。これまでのプロダクトのデザインは、自律性というものはない、オブジェクトのデザインでした。この自律性という考え方が入った途端に、オブジェがダイナミズムになる。このダイナミズムのデザインが、僕はロボットのデザインの非常に大事なポイントになると考えています。こういった考え方を伝えていくために、会社を作りロボットを製品化していくということを考えたのです。

その時、僕はとてもいい言葉に出会いました。「アイディアの良い人は世の中にたくさんいるが、良いと思ったアイディアを実行する人は少ない」と。ここから僕らはいつも勇気をいただくのです。これはSONYの創業者の盛田昭夫さんがおっしゃった言葉です。

ロボットを製品化しようと考えて作った自律型ロボット製品の中からご紹介するのは、わかりやすいマネキン型のロボットです。いろんなロボットを作っておりますが、今日はこれを説明させていただきたいと思います。

まず、このロボットにいろんなポーズを覚えさせてシミュレーションします。次にお店のショーウィンドーという環境にロボットを置いて、そこから見えるお客さんの視線を学習していく訳です。どのポーズにお客さんの視線が集まったかということをロボットは学習していく訳です。かに道楽のかにと違って、

ただプログラム通り動いている訳ではなく、外界の環境から得た情報をもとに、自分の行動基準を作るというシステムを作ったのです。

これは宝石を見せるための装置としてのロボットです。銀座の和光のショーウィンドーにしばらく飾ってありました。宝石は…洋服でもそうだと思いますが、少し角度を変えただけで、その見え方、石の光り方が変わるのです。ただ決まりきったポーズで見せていくのではなく、環境の情報やお客さんからの視線などを見ながら、より効果的な動きをしていく。ひと昔前ですとロボットはとても珍しかったのですが、今後は、30年前のパーソナルコンピュータのように、人類が得た、新しくて面白い製品になっていくと思い新しい製品を送り出しています。

人がロボットということに関心を待たないで歩いている…ロボットもこういった街の中の1つの風景になってきたということは良かったと思います。

ロボットのデザインは、ただロボットを作ることではなくて、人間とテクノロジー、情報、空間…これをひとつの環境と捉えた考え方…こういったデザインではないかと考えています。

櫛下町教授

松井さんの作っていらっしゃるロボット、最初はピノという名でした。それからポージー、パレットと、Pで始まりますがなぜいつもPなのでしょう。

松井氏

僕は、プロダクトデザインを作っていく時、一つの美意識があります。フィロソフィーから始まり、プランニングして、プロトタイプを作り、プロダクトにして、プレゼントする、それでパーフェクト。すべてP…そういう美意識を持っています。

櫛下町教授

単純にピノという名は、ピノキオのPかと思っていたのですが？

松井氏

ピノは、ピノキオからもらいました。

櫛下町教授

あ、やはりピノキオからピノというのを発想なされた訳ですね。

松井氏

ピノキオのストーリーというのが、まさにヒューマノイド・ロボットを研究する人たちとまったく一緒に、人間とは何かということをつねに考えながら、成長していくという話ですので。ロボットの研究も実は人間の研究をしているということになるのです。

櫛下町教授

もうひとつ質問します。たとえばリモコンにだって質感というものがありますよね。あと適度な重量…ロボットの大きさは、どのように設定しているんですか？

松井氏

我々が人間の形を見る時、そこにいろんな情報を見てしまう。ハードウェアをガッチリ作ると、どうしても大きなものになってしまう。ところが、見た時に重たいもので出来ているので倒れたら大変、怖いと感じる。逆に、人間の成人のプロポーションをしているのに小さなものになると、それはオモチャという認識になる。ポージーは、3歳の女の子の設定です。その年齢範囲のことしか出来ないのです。3歳の女の子の90センチという大きさを採用しました。ピノの場合は、よちよち歩く1歳の男の子、だから70センチ。印象を考えて大きさの設定をしています。

櫛下町教授

はい、ありがとうございます。

それでは商業デザインの分野から、インターフェースデザイナー、プログラマー中村さんです。『コンピューターを使って、肌感覚に訴えかけることができる、稀有な才能の持ち主』である中村さん、お願いいたします。



中村氏

どうも、中村です。今日はお招きいただきありがとうございます。

自分のやっていることをいろいろ見ていただければと思います。

例えば、いろんなものが物理的な法則にすごく忠実に動きながらも、ピタッと合うという奇跡のような現象が起こる...そういうコンピューターのプログラム。こういうものを作るのが僕です（笑）。

スクリーンセイバーで、水の中に現在の時刻を示す文字がバシッと突入していく所を淡々と表示する映像です。こういういろんなものを、かなり無目的に10年くらい作っていたのですが、いわゆる広告の分野とかグラフィックデザインの分野と、ヒョんな所で接点を持ち始めました。時代的にインターネットとかウェブとかがもてはやされた時期です。いわゆるウェブデザインであるとか、コンピューターのインターフェースデザインがすごく需要が高くなってきて、なぜか僕みたいな人も動員され始めて仕事をしているという状況です。

日本企業の中で最初に面白がってくれた人が、ユニクロの柳井社長です。3年前くらいにユニクロのロゴをリニューアルしたのですが、そのロゴ...いわゆるコーポレートアイデンティティーには、大体ガイドラインというのがあります。ロゴの使用ルールです。大きいサイズで入れる時には文字は下に、とか。ロゴ同士はこれ以上近づいてはいけないとか、CIのガイドラインみたいなものです。この映像はそのコーポレートアイデンティティーのガイドラインをひたすら守りながら、いろんな配置を試していくというプログラムです。ニューヨークのSOHOに大きな店を出すという時に、アメリカに向けて“自分たちはこういうブランドだ...ZARAやH&M、GAPなどと同列に見られないように、まったく違うシステムや行動原理を持った日本のプロダクトメーカーがやってきた...そういう見

え方をつくり出すために考えました。最初にアメリカに行く時、服は一切見せないで、ロゴがシステムを守りながらずっと行進しているビジュアルで展開したのです。



その後に割と本格的に作ったユニクロ USA のウェブサイトです。風景写真全体がユニクロのカタログになっています。風景がモザイク状になると、すべてがユニクロの服になります。一つをクリックすると、その写真が表示される。これがまた、モザイクになる。またクリックした。まだある...みたいな感じで、あらゆる色、あらゆる種類の服を全部置いているという、ユニクロの規模感やプロダクトメーカーとしての手触り感を、ビジュアルのトーンで示すのではなく、システム的に見せていったということです。これは実際、ユニクロ内部の商品データベースと直結していて、ユニクロで売っている服がそのまま出てくる、データの的にも鮮度の高いカタログになっています。

いわゆるポートフォリオのウェブサイトも作っています。ワンダーウォールの片山正通さんの事務所のサイトです。いわゆる作品集みたいな面をしていますが、何かちょっとおかしい...いう感じになっているのです。マウスを乗せてみると...乗せた所がクローズアップされて、その写真が大きく見られる。うねうねと動く、壁のイメージです。半分ダジャレなのですが、ワンダーウォールという

会社名なので（笑）。

もうひとつワンダーウォールから展覧会用のインターネット上の看板映像です。ワンダーウォールという事務所のロゴをずっと描画し続けるプログラムです。一個一個の作品の色を拾いながら、その色でロゴをずっと塗り絵している。ロゴの細かいニュアンスは、ワンダーウォールの作品から生まれている。作品自体の色合いがロゴの色を作る、そういう仕組みです。

これはフォントを作っているメーカー、モリサワのサイトです。文字で誰でも遊べるというサイトです。引っぱったり回したり、でっかくしたり複製して小さくしたり。いろいろ組み合わせて…自分で作った作品をインターネット越しに投稿できます。作った過程が録画され採点も出来る。みんなの投稿した作品とそれを作る過程みたいなものを見て楽しめるということで、モリサワのフォントが持つ微妙な美しさとか、アンジュレーションみたいなものを感じてもらおうとしました。

この作品では、実際の空間の中に置かれるインスタレーションみたいなものも作ってみました。西武池袋店にある柱時計です。すべて LED の中で時計が動いています。そして1時間に1回時報が流れます。

もの凄く駆け足でいろんなものをお見せしましたが、結局いろんなことをしているぞとしかいいようがないのです（笑）。基本的な興味というのは、ビジュアルのデザインというよりは、みんなが知っているけど、よく形には出来ないもの…たとえば、重力とか。世の中のルール、モノを投げると落ちるとか。あるいはみんなが共通に持っている認識のこととか。当たり前だけど奥にしているものは小さく見えるとか。あるいは物質的なこと。水は表面を触るとポチョンとするとか。いわゆるハイコンテクストなコミュニケーションではなくて、あまり話題にしなかったような秩序観やルール観に興味を抱いています。アルゴリズムとか、ルールというんですが、そういう次元での造形を様々なメディアでやっていければと思っています。

櫛下町教授

インターフェースという領域は、誰でも参加できます。デザイナー中村有吾さんにとって、素人との区別には何が必要かということ。それから、自分のウェブを楽しんでくれるような仕組みや工夫についてお聞きしたいのですが。

中村氏

素人との違い...それは難しいです。クライアントには違いますといたい。しかし本質的には、僕は打率の高い素人。それぐらいの感じで捉えています。いろんな人がいろんな渾身の作品を作っていて、確実に面白い訳です。僕らのように、ずっと作り続けているような職業デザイナーでは、ある一瞬のひらめきでは勝てない面がある。基本的には、プロという制度を使い分けている。プロだから責任を持ってやりますよという当然の話をクリアしていることと。しかしクリエイションでいうと、要求に対する打率が高い素人というのが、割と正確な所かなと思います。

櫛下町教授

いわゆる、紙一重の所でやっているのですね。
それでは最後に今回のテーマでありますデザイン哲学...フィロソフィーというのは集約するとデザイン力やパワーにもつながってくると思います。果たして、今、低迷している日本のビジネスというものを、デザインのパワーで復活させることが出来るのかということ。それは何なのかということをお答えをいただければと思います。

藤本氏

僕はフィロソフィーというと、ちょっと大袈裟かもしれないですけども、つねに問い直すということを心がけているんですよね。人間はどういう生活をしていたかなとか、家ってどんなもの...ということ問い直す。捉え直す。中と外というけれど、そんな事を本当に分けるべきなのとか。問い直すことで、新しい発想が出てくると思うのです。

問題解決できるかという、僕は、解決しなきゃいけなかったはずの問題が何かすり替えられて、別の新しいフェイズに向かうほうが面白いと思います。もちろん、解決しなければいけないことはあると思いますが、解決しようとしてそこに向かっていくうちに価値観が変わってしまうようなものが作れたらいいと思います。

人間の一番根っこの所を問い直す作業をすると、万人がどこかで共有している部分に触れて、共感の波が広がるようなことが起こるかもしれない。だから正しいことを説得するよりは、新しい概念に形を与えることで生まれる共感で世

の中が活性化していく...そんなことが起こせるのではと感じています。

櫛下町教授

いま価値観が変わっていくというお話がありましたが、これからの建築というのはどういう分野に進んでいくと思われますか？

藤本氏

僕もよくわからないことは確かです。ただ、モノに人間がインタラクティブに関わりながら暮らすほうが、僕は豊かなんじゃないか思います。あんまり決めつけない、制御しない、むしろ楽しむような状況...そういう風になっていくという気はします。

櫛下町教授

楽しむという部分では、中村さんは十分に楽しんでお仕事をなさっている気がします。同じ質問でどうでしょうか。

中村氏

そうですね。僕も藤本さんがいったようなことはすごく感じています。自分の作業プロセスの中でも、明確に意識しているのですが、目的があって、そこに真っ当なプロセスで近づいて、真っ当なクリエイティビティを発揮してできたものは、素晴らしいけれど、まあ、どこかで見たような、よくあるものになる。そこから少し抜け出たいという気持ちに従って、難しく考えるというよりは、いかに自分のプロセスの中に偶発的に起こったことに反応できるか...プログラムのバグや、誰かの言葉で変わったとか。偶発的なことをもっと積極的に評価していきたいと思っています。たまたま起こる偶然的なことに対して目を向けて、こう伸ばすと何かになるかもしれないという目を持って、いろんな偶然性をずっと見つめることを普段意識しています。それが未来につながるかどうかはわかりませんが。

櫛下町教授

偶発的という言葉が出ましたけれども、matohu のデザイン・ポリシーとして計算し尽くされたつくり方をなさってこられた訳で、あなた方のクリエイション

力をプロダクトとは違う部分にも感じるのですが、その辺りをお話しいただけませんか。

関口氏

『慶長の美』というプロジェクト自体は計画性のあるものであったのですが、具体的に服を作っていくという段階になった時は、かなり偶然的な要素...その時のタイミングで感じる自分たちのコンテンポラリーな空気感などを入れていく形で作ってきました。枠を完全に決めて計算してやっていくというよりは、日本のモノづくりの伝統にある偶然性の美...たとえば焼き物のように、やれる所までは手を尽すけれども竈に入れてしまったら、そこで起こる偶然に期待する...そういう感性は日本独特のものではないか思います。

服そのものも偶然性の美が嗜好されていると思います。決められた通りにならないことで、着る人自体が持っているクリエイティビティも含めて新しいデザインにつながる。それが面白いと思います。

西洋で身体を包むという考え方では、包んでしまうと、その形に合わなければその人は着られなくなる。でも日本の着物は違います。同じように私たちが提案していくものは、それを着る人それぞれに広がっていくデザインであればいいと思っています。

櫛下町教授

それではラストは松井さんをお願いしたいと思います。ロボット産業は次世代産業であると明確にわかっているのですが、果たしてロボットは人間に何をしてくれるのでしょうか。日本の技術力というのは世界最高のものだと思いますが、それだけでは、日本は世界を相手にできない面もあると思います。“外観の環境から得る情報を人工知能として入れる”という考え方を含めて『デザインとフィロソフィー』というテーマでまとめていただきたいと思います。

松井氏

ロボットは基幹産業です。一社だけ、デザイナーだけではできません。携帯電話を開けてもわかると思いますが、いろんな産業がそこに集積しています。特に日本というのはいろんなパーツが重なって、高度成長になってきた。それが過剰なのです。フランスに住んでいる時、キオスクでガムを買って一度開ける

とすぐガムが食べられるけれど、日本では、ラミネートを取って…4行程くらいあってからガムに行き着く。つまり単純には4社以上が関わり支えている。車の産業はまさにそれです。車産業自体が倒れちゃうと、日本のいろんな中小企業から町工場、全部が倒れていく。ロボット産業も、まさにそういう運命を背負っています。必然的に日本の新しい外貨を稼ぐ一つの産業になっていかざるをえない。日本の産業構造上、これは当然です。とても重要な責任ある仕事だと思います。

もう一点、日本の技術力について。「ソリューション」という言葉は概念的にわかりにくいので、僕は“アプリケーション”という言い方をしています。デザインで、ハードウェアとソフトウェアで、それをアプリケーションのレベルで提案しているということがすごく大事だと思います。

先程のマネキンのロボットが、それを端的に表現しています。使い道をユーザーに示しているデザイン。ある程度使い道がハッキリしているアプリケーションの一つとして“ロボティクス”を使っているのです。技術を積み上げていくことに違いはないのですが、そこにデザイナーが入り、ユーザーが使ってすごくハッピーになっている所をイメージして作ることができるかということが重要なのです。それができれば、日本の技術力は優位です。ユーザーは世界中にいますので、欲しい人にしっかりと届くようにすれば、そんなに悲観することもないと思っています。

櫛下町教授

はい、ありがとうございます。このパネルディスカッションをお聞きになって、何らかのフィロソフィーをそれぞれが感じていただければと思います。ここで結論を出すようなことでもございません。2011 年は変化の時代。それぞれの去来する哲学を、それぞれの心の中で感じ受け止めていただき、よき選択をしてファッションの明日をつくっていく第一歩になることを信じて、この会を締めさせていただきます。どうもありがとうございました。

