Magazine for Industrial Design

# Design News

Japan Industrial Design Promotion Organization

特集：オーストラリアン・デザインの精神




221

# 越境するデザイナーたち

## オーストラリアのデザイン・ポテンシャル

酒井俊彦
インダストリアル・デザイナー

### 越境するデザイナー

デザイン後進国。おそらくはオーストラリアに対して多くの日本人デザイナーが漠然と持つイメージ。しかし、具体的にどのデザインを見てそう思ったのか聞くと、まず返事は返ってこない。日本のデザイン誌の海外紹介は、ほとんどが欧州とアメリカに限定されていて、アジアやオーストラリアに関する情報は驚くほど少ない。これが南米、アフリカ、ロシアとなると皆無に近い状態に陥ってしまう。これらの国に優れたデザインが存在していないかと言えばそうではなく、デザイン後進国という感覚の半分くらいは日本に届く情報量の少なさがもたらすイメージに過ぎない。それぞれの国内市場で成果を上げているグッドデザイン商品はどこの国にもあるのであって、「うにょうにょ3次曲面デザイン」だけが先進のデザインではない。オーストラリアに限って言えば、教育機関の質の向上とデザイナー達自身の努力によって、デザイン・ポテンシャルはここのところ急速に高まりつつある。現在、Royal Melbourne Institute of Technology (RMIT)をはじめとする工科大学系のデザイン学部を筆頭に、多くの美大、専門学校が充実したカリキュラムを誇るオーストラリアのデザイン教育。各大学の卒業制作を見るかぎりでは、学生レベルにおいて日本の美大と比べて劣っているという印象を受けることはない。INDPG賞等、学生に与えられるデザイン賞の入選作(ちなみに昨年の大賞はビーチに持っていく小道具セット。)は世界のトップクラスに遜色のないクオリティを見せているし、BHPのデザインアワードのように、一般の現役デザイナーを対象とするコンペも、その応募作品の質は高い。そして、これらのコンペはデザイナーに対するサポートおよび教育的側面で非常に貢献している。多額の賞金を売りにするコンペは少なく、デザイナーに対するサポートや産業界とのジョイントのあり方を提案する形の、質の高いシステムを持ったデザインコンペが目につく。また、専門のデザイン教育という括り以外でも駅の売店でデザイン誌が売られているような状況もあり、一般の人のデザインに対する関心は非常に高いように思われる。家庭のなかにある普通のもの、栓抜きとか、鍋とかのスタンダードのクオリティとデザインが日本のものより数段いい環境で育ってきているということも関係しているだろう。

現役のデザイナー達にいわせると、オーストラリアのデザイン教育はまだまだ(特にシドニーではその声が強かったのだが、これはRMITを抱えるメルボルンへの対抗意識からかも知れない。)だそうだが、彼ら自身も自分達の時代から比べるとデザイン教育に格段の進歩があったことは感じているようだ。そして、近年急速に充実してきた教育制度の中で育った新しい世代のデザイナー達が少しずつ実務に携わりつつある。しかし、彼らの将来はいきなりの前途多難。いまのところ卒業してからの受け皿がほとんど存在していない。日本のように、インハウスで何十、何百の単位でデザイナーを抱える企業はオーストラリアにはない。地元の家電メーカー等は規模が小さく、ほとんどのメーカーはデザイナーを雇用していないのが現状である。就職先として最も一般的なデザイン事務所は、長引く不景気でそう簡単に人員を増やせる状況ではない。オーストラリアのデザイン市場は、デザイナーが関与することのできる商品は市場に存在しているもののほとんどすべてという日本の状況とは大きく異なり、非常に限られたものとなっている。そのうえ、技術力の低さが優れたデザインの実現をより一層困難なものにしており、日本の家電メーカーが販売しているようなハイテク消費財のデザインを志向する学生達は、デザインしたい製品その物が自国に存在していないという状況に直面する。ないないづくしである。その結果、移民の国で育った彼らは国境なんかを気にすることなく、世界に散らばってゆくことになる。国単位のデザイン振興という観点で考えると、これは大きな問題であるのだが国内に受け皿が存在しない以上容易く解決できる問題ではない。そして、デザイナー達自身もインハウス、事務所のどちらに入社したとしても、異国での勤め人である以上、彼らのデザインがいかに優れていても、"オーストラリアのデザイン" として我々の目に触れることはない。デザイナーの流出という問題とともに、オーストラリアのデザインが世界に発信される機会までもが減少してしまっているのである。

### 注目される動き

しかし、一方で国内にとどまったデザイナー達はビジネスとしてのデザインを自ら守って行くための行動を起こしはじめている。ハイテクの権化のような日本製品と直接競合しないもの、たとえば、ファンヒーターや芝刈り器などの分野では、メーカーとデザイン事務所の協力で、優れた製品が生まれている。KWA DESIGNはAUTOHOT(オートホット)の古くさい電気ヒーターをスタイリッシュにまとめあげるにあたり、デザインのみならず、機構設計までもこなし、最終的に自社の工場ラインで製造を行っている。この製品はオーストラリア国内を始め、ヨーロッパでも販売されている。社長のストゥボーマンは「この国でデザインをするということは、スケッチをするということとは違う。試作をし、金型図面を引き、機構を考え、そして製品を作ることだ。そうしなければ、デザイナーの望む商品は生まれてこない。」と語ってくれた。メーカーの技術力の低さを嘆くばかりでなく、高価なCADシステムを導入し、小さいながら自社の生産ラインを持つこのデザイン事務所の試みは始まっ



## ●オーストラリアのデザインショップ

### ビブロ(BIBELOT)

シドニーきってのお洒落な町パディントンショップ。パディントンマーケットの開かれる教会のすぐ横、こじんまりとした店内には、スタルク、ロッシ、内田といったメジャーデザイナーものが並ぶ。あまり大きな商品はなく、卓上時計や、ステーショナリーが中心。紙のシェードをもった照明スタンドのシリーズが目を引く。この店には地元のデザイナーの作品が多い。R-Kive のシステム手帳や、Corban & Blair のステーショナリー、Alex Poloのアルミボウルなどが、他の国外デザイナーの作品と肩を並べて展示されている。オープンな雰囲気が嬉しい。





### R. G. マダン(R. G. MADDEN)

メルボルンは、英国の伝統的な空気を色濃く残す街である。その中央を流れるヤラ川の南、ファッション・ブティックの集まるサウスヤラ地区にあるデザインショップが「R. G. マダン」である。モダンな雰囲気の店内には、アレッシーのやかんをはじめ、ファイロファクスの手帳、アレックス・ポロのアルミボウルなど国内外のデザイン名品が並ぶ。メルボルン中心部の再開発地区、メルボルンセントラルの一角大丸デパートの中にも2号店(写真)がオープンしている。

### レモ(REMO)

'89年の10月にオープンした「レモ」。当初2年の期限付き店舗だったはずが現在でも盛況のままに、オックスフォードストリートに陣取っている。一階は、どこの都市にでもあるデザインショップ。ら旋階段を下って地下に降りると、小物+輸入雑誌(デザインとアート)+カフェとなる。オーストラリアのねずみ取りなんかもおいてあった。この地区には、インテリア、建築事務所が沢山あって、「レモ」のカフェは彼らの昼御飯スポット兼情報交換所となる。そして、売っている雑誌が1部ずつカフェの方に置いてあって読むことができる。






### アエロ(AERO)

オーストラリア人は、アートを愛し、雑誌をよく読む国民だと自負する。メルボルンのアートのメッカ、ビクトリア・アート・センターの近くリバーサイド地区に新しく店をかまえたのが「アエロ」である。本店は、カッシーナなどの家具が並ぶインテリアショップ。一方、この2号店「アエロ」は、店内は狭いが、家具から時計、照明器具などのデザイン・オブジェまできれいなレイアウトが気持ちよい。アートセンター帰りの若者たちが気軽に立ち寄れるデザインショップである。

たばかりである。しかし、この試みは小規模メーカーとのジョイントにおいて、大きな可能性をもっているといえる。デザイン事務所の新しい形態として注目される動きである。

また、一向にレスポンスの悪さが改善されないメーカーとの不毛な交渉を諦め、家具デザインに転身したデザイナーや、メカの入らない小さなプロダクトを独力で作る道を選んだデザイナー達も多く存在する。就職口が見つからなかったという理由ももちろんあるが、大学での教育と、実際のデザイン現場との思想レベルのギャップに失望したデザイナー達も多い。彼らの基本的なスタイルは、CDケースや靴べら、灰皿など、比較的安価に製作できるプロダクトを独力で制作し流通業者に売り込んだり、いっしょに組んだりして販売するというもの。最近の日本の第3世代のデザイナー達の活動ともダブるが、オーストラリアの場合、デザイナーが地場よりも流通業者の方を向いているのが特徴的である。彼らのほとんどは20代、しかも自ら金型代を負担し、営業も自力で行う逞しさをもっている。

不景気もあり、デザインショップに並ぶような商品に対する需要は少なく彼らの試みは必ずしも成功しているとはいえないが、自分のためのデザインを貫く姿勢を評価したい。少数ではあるが、再生紙のステイショナリーの企画デザイン、販売で成功したコーバン&プレアーや、家具デザインとともに、アルミの灰皿や塩胡椒入れを当てたバングデザインなど、企画がよければ成功することを示したデザイナーも存在している。彼らの成功は、同じ方法論を取る若手にとって大きな励みになるだろう。

### オーストラリアン・デザインの可能性

世界中の雑誌に取り上げられ、優れた作品を多く残しているあるインテリアデザイナーが町でレストランの壁のペンキ塗をやっているのを見たことがある。けっこう楽しそうにやっていたので、趣味かと思って尋ねてみると、仕事だという返事。しかし、この時彼は5万ドルのオフィスチェアのデザインの仕事を断っていたのである。彼にいわせると「興味がないから。」の一言で終わってしまうのだが、このへんの潔さをもったデザイナーが多いことは印象に残った。

仕事は楽しいものであり、5時過ぎれば自分の時間という彼らの姿勢はデザイン論以前の問題で羨ましくもあり、またそれが本当にいいデザインを産み出す原動力になっているのではないかとも思われた。人種の坩堝(るつぼ)であるオーストラリアという国がそこに住む人達の感覚をワールドワイドにし、お互いの民族の習慣や考え方の違いを理解し、伝統を学ぼうという動きが最近ではごく一般的に行われるようになってきている。ひとつの民族の常識がすべてではないということを教えてくれる環境がデザイナー達にも思想の柔軟性を与えているのではないだろうか。形態的には全くまとまりのないオーストラリアのデザインも、「誰にでも簡単に理解できる形態と表現」という点では、その多くが共通点をもっている。今後、情報化がますます進み世界が小さくなるにつれ、デザインはそのローカルなアイデンティティとともに、形態と表現におけるデザイン言語の汎用性を今以上に求められるようになってくる。国内で同様の需要が当然のこととして存在していたオーストラリアは、この点から見ると一歩先んじているといえる。

イギリスがデザイン振興で産業の活性化を図り一時的であったにせよ成功を収め、アメリカがシリコンバレーから多くの優れたデザインを発信し、そして、日本がありとあらゆる3次曲面を製品にしていった時期に、彼らは沈黙を強いられていた。世界で最も豊かな国から、長期のリセッションに突入し、最も長い不景気を体験してきたオーストラリア。しかし、この国は今回、世界の先頭を切って景気回復に向かうことになる。遠からずデザイン業界も長い眠りから覚めるであろう。





長い不景気を耐え抜いてきたデザイナー達はすでに淘汰され、選ばれたデザイナー達であるといえるかも知れない。彼らが不況の間に蓄積したもの、作りたくても動き出せなかったプロジェクトは山のように存在している。それらが世界市場で通用するデザインをまとって一気に現実のものとなって現われ始める日はそう遠い将来ではなさそうだ。

