

CONFORT

建築にリラックスをプラスする
知っておきたい癒しの発想

眠り 癒 空間

特集

癒しの室礼「箱根吟遊」

同窓に包み込まれるような眠りの場 榎本弘之

寝室をめぐる眠りの空間考 内海智行×睡眠文化研究所

寝具の基本を知る

就寝環境と快適感の科学 吉田倫幸インタビュー

休息のための家具カタログ

リラックスを極める! メーカー最前線

スリープカプセル/蚊帳/カーシート/デスクビロー

第2特集

バスルーム最新8実例+バス関連製品カタログ

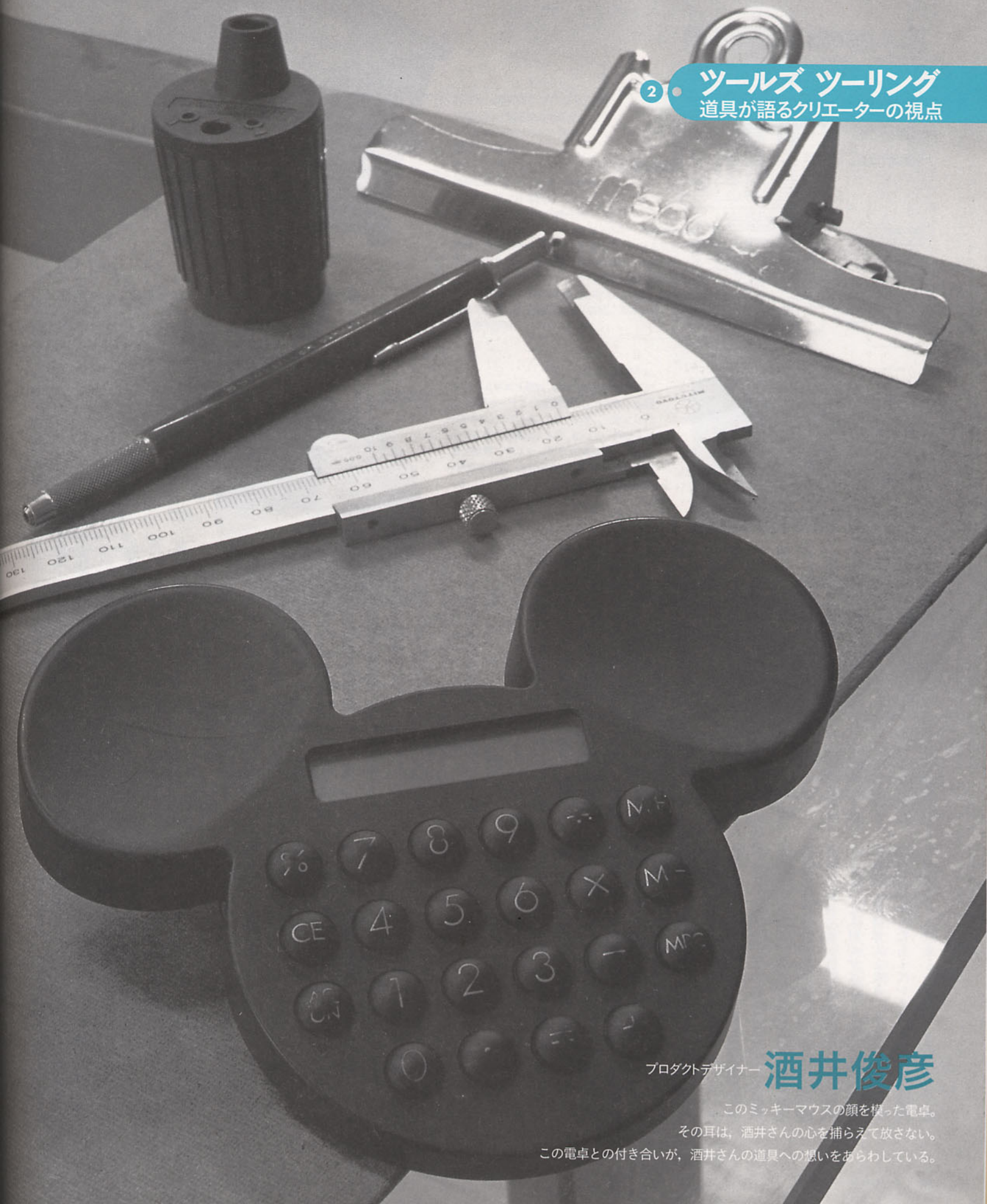
海外取材

ミラノサローネ・レポート

2

ツールズ ツーリング

道具が語るクリエイターの視点



プロダクトデザイナー **酒井俊彦**

このミッキーマウスの顔を模った電卓。
その耳は、酒井さんの心を捕らえて放さない。
この電卓との付き合いが、酒井さんの道具への想いをあらわしている。



3組のクリエイターでシェアするオフィス内のミーティングスペース。パンチングメタル越しに柔らかな外光が射し込む。中央は酒井さんがデザインした椅子「YOKO」とテーブル「glass_table」。右はファスナーをあしらった照明「Stereotype」。

右ページ手前からミッキーマウスの電卓。酒井さんが約10年前東京のディズニーストアで購入したもので、現在は販売されていない。電卓の機能には一切無関係の2つの耳こそが、このプロダクト最大の魅力。/MITUTOYO社のノギス。家電などのプロダクトデザインには0.1mm単位の精度が要求されるため、ノギスは欠かせない道具の1つ。/ドイツ・STAEDTLER社のホルダーとその芯削り。下に敷かれているのはアメリカ・mead社のクリップボード。大ぶりのクリップに施されたちょっとした装飾が、デスクの上で存在感を醸し出していた。

無駄を楽しむ

酒井俊彦さんは、家具や家電はもろろんのこと携帯電話やおもちゃのデザインまでをこなすプロダクトデザイナーであり、いわば道具づくりのプロ。道具づくりのプロは、果たして道具に何を求めたし、何を求めるのか……。

トにはファスナーが多く見られた。「ファスナーは好きです！ 最近少し熱が冷めたんですけどね（笑）。ファスナーって、しまるときの感触が気持ちいいでしょ。そういえば、先日買った手帳にも付いている。開閉するときには不便なんですけどね。ファスナー自体はすごく便利で使いやすいもの。だからこそ、遊び心から意味のないところにも使われるようになった。そんなファスナーに魅力を感じるんです」

「仕事で使う道具は、シンプルで使いやすいカタチのものばかり。でも、これだけはキャラクターというか、形状のきれいに負けて買ってしまった」

「無駄なものに目を向けることが道具選びの1つの方法なのかもしれない。確かに人は、不必要に丸かったり、尖っているもの、意味なく発光するものに惹かれることが多々ある。生活を豊かにするものだからこそ、道具そのものにも遊び心が大切なのだろう。」

「美しい」からの引き算

千の位を表示できないのだが……。「キャラクター商品はあまり好きじゃないんです。でも、これはミッキーマウスでありながら可愛いすぎない。僕は機能と無関係な要素を排除することがデザインだ、と教育された世代です。その考えでは、ミッキーの耳は無駄なんです。これには耳があってもいいんじゃないかって思えた。いま見ても全然古くないし、すごいプロダクトですよ。もちろん買ったときはそこまで考えなかったですけどね（笑）。壊れていないものを持っている方がいたらぜひ譲っていただきたいですね」

酒井さんは、家電のデザインを数多く手がけている。家電の開発には、価値観の異なる多くの人が関わるため、デザイナーの考えどおりに商品ができることは、ほとんどないそう。

「携帯電話では、よくもめますね。メーカーは業界最少、最薄を目指すことが多い。その方が売りやすいからですが、最薄ということは必然的にまっ平になってしまい、デザインの入り込む余地がなくなるし、小さすぎたり、薄すぎたりで使いづらくなってしまう。そもそも使う側の理屈と売側の理屈は、馴染みにくい。そのギャップを埋めるのが僕の仕事です」

また、プロダクトデザインを「美しい」からの引き算だという。つまり、はじめに考えた美しいデザインから、マーケティング結果やクライアントの趣味を考慮して、何をどれだけ差

し引くのかを決めることだと。そして、その妥協点を高いところに置くのが自分たちデザイナーの務めだともいう。「いくら美しくても100万円の電話機なんてありえない。ただ、消費者がうーん、少し高価だけれどもどうしよう。……あーあ、買っちゃったよ」と言うような、魅力的な商品をつくれたら最高ですね。そういうものなら大切にしてみたいです」

撫でたくなる道具

さて、さまざまな分野で多くの道具を生み出す酒井さんだが、自分ではほとんどものを買わないという。

「取材の話をいただいたので、妻と一緒に家でも道具を探したんです。そうしたら2人して、ものがないねー、って（笑）。昔は炊飯器も電子レンジもなかったし、今でもファックスと留守番電話機はない。嫌いなものはあまり買いたくないからなんです」

確かにオフィスにも、ものが少ない。「嫌いなものは買いたくない」という酒井さんの言葉には、美しいものの選択肢があまりにも少ない日本の現状への憂いが込められている。そして、この強い憂いは、クリエイターとしての原動力にもなっているようだ。

「人を不愉快にさせる道具は許せない。例えば、危険な構造のナイフや、さあこれからというときに勝手に降りてきてしまう便座。あるいは、きちんとした運行システムを導入していない待ち時間の長いエレベーターなど。そういうものはつくって欲しくない。不愉快なものは結局捨てられてしまうし」

道具とは本来便利なものだが、ときとして不都合が、人に豊かな時間の流れをもたらすこともある。しかし不愉快

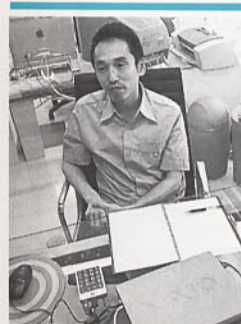
快は不便さとは似て非なるもの、百害あって一利なしのようだ。

「ぼくは、汚い空間が嫌いだから、きれいなものをつくらうと思うのかもしれない。頑張ってきたきれいな住空間をつくったとしても、キッチンに汚い三角コーナーがあつたらそれで終わりじゃないですか。それってすごく悲しい。たった一つのが空間全体を台無しにしてしまう。言い換えると、小さなものでもそれだけの力があるということ。ものをつくる人や売る人はよく考えて欲しいですね」

では、酒井さんが考える道具に欠かせない要素とは……。

「撫でたくなることかな」

なるほど、このミッキーの電卓も思わず「撫でたくなる」。なんと的を射た言葉だろうか。この一言に酒井さんの道具観が集約されているように思った。



さかい・としひこ★1964年高知県生まれ。東京造形大学卒業後、コーゾーデザインスタジオ勤務。91年に取材という名目でオーストラリアで遊び尽くした後、サカイ デザイン アソシエイツを設立。コンピュータ周辺機器群、マッサージチェア、プラズマディスプレイ、デジタルカメラ、掃除機、おもちゃなどのデザインほか、「BBAコンピュータスクール」のインテリアデザインや、「ラコンヌ銀座」の商品ディレクションも手がける。受賞、展示会も多数ある。[サカイ デザイン アソシエイツ]
http://www.sakaidesign.com