

○ 第五回サステナブルデザイン国際会議

分科会これからのものづくり キーノートスピーチ原稿（草稿）
青木史郎 日本産業デザイン振興会

「サステナブルデザイン」と聞くと、目新しい概念のように受けとめてしまう。しかしほんの150年前までは、ごくあたり前の思考であったし、戦後のやや異常な経済成長期にあっても、サステナブルな社会を求めようとするデザイン概念は、様々に提唱され実践されてきた。分科会のテーマは「これからのものづくり」であるが、あえて「これから」ではなく、「かつて」提唱され実践された活動を取り上げてみたい。具体的には「サステナブルデザイン」の先駆者の一人である秋岡芳夫さんの活動を振り返ることで、「これからの10年」へ向けての手掛かりを提示してみたい。

* 秋岡芳夫さん（1920-1997）

・・・「工業デザイナーでありながら大量生産・大量消費社会に疑問を投げかけ、『暮らしのためのデザイン』という持論の実践のため、日本各地で手仕事やクラフト産業の育成のために尽力。手仕事や手道具の楽しさ、おもしろさを伝える多数の著述や、さわれる工芸展、市の立つ工芸館やワークショップを仕掛けるなど、活動領域の広さや手法の独自性は他に類例がない。」・・・

* <http://ja.wikipedia.org/wiki/秋岡芳夫> より引用。

・・・青木的には、秋岡さんとは仕事の関係だけで、特段親しくしていただいた訳ではない。当時は、デザイナーというより極めて優れた「オルガナイザー」と認識していた。「サステナブルデザインの先駆者」であったと理解したのは、ごく最近のこと。

○ 地域産業とデザイン

秋岡芳夫さんは、日本のデザイン事業所の草分けでもある「KAK」（1953）の創設者の一人。終戦直後から工業デザイナーとして活躍するが、創意工夫大好きな模型少年であつたらしく、学研の「科学と学習」の付録など、ユニークで楽しい仕事も開拓されていた。

青木が秋岡さんにお目にかかったのは、1970年代の前半、秋岡さんの工業デザイナーとしての仕事が一段落した時期である。当時のデザイン振興会は、昭和20年代から展開されてきたデザイナーを産地に派遣して商品改良指導を行う事業（日本優秀デザイン商品開発指導事業）を展開していた。秋岡さんは、産地が「一番来て欲しい」と願うデザイナーだった。秋岡さんの指導は、こうしなさいと指導するのではなく、ものづくりに携わるクラフトマンや職人的経営者の話を、うなずきながらひたすら受けとめていたように記憶している。青木はその鞆持ちとして、プロモーションの仕事を学んでいった。

・・・青木的には、この種の地場産業を対象とした事業に内在する致命的な欠陥を指摘しておきたい。それは「デザイン=ものづくりの特効薬=製造業へのデザイン導入」と短絡的に考え、産地のクラフトマンや職人的企業へのデザイン導入を図ったことである。当時の産地は、いわゆる「産地問屋」と呼

ばれる経営者達が、モノの流通だけでなく、金融、情報、人材ネットワークなどあらゆる側面を支配していた。彼等は保守的というより何ら困っていなかった。国や県が主導するデザイン振興策は、彼等の支配下にある職人さん達に、むやみに革命を起こせといっているようなもの。よって実現されない「絵に描いただけのデザイン」が展開されることとなった。秋岡さんにしても、この様な事業フレームでは、「聴いてあげること」「勇気づけること」しかできなかったであろう。しかし行政は懲りずに、このタイプの事業を今日までも継続していく。流石に流通を重視する方策が捉られていくが、それも「作ってしまったものを、何とか売ろう」という、「プロダクト・アウト」的な発想でしかない。このことがと思わず憤るが、青木の場合は天に唾である。

○ 作り手と使い手のネットワーク

秋岡さんは1971年、「消費者をやめて愛用者になろう」（スローガンづくりが常に巧み）を合い言葉に、モノモノという運動体を結成する。秋岡さんの事務所に、クラフトマン、デザイナー、マーチャンダイザー、ジャーナリスト、行政関係者、さらにはごく普通の主婦までもが集まり、潤いのある暮らしを如何に創りだして行けばよいかを討論していった。そこから得られた方針の一つが「作り手100人・使い手1000人」という、ものづくりと暮らしづくりを直接的に結びつけようという提案である。

上述したように、当時の流通体制では、作り手がいくら努力しても「生活を支える道具」は提供できない。良い道具がないから、生活が豊かにならない。豊かな暮らしができないから、モノを視る目や暮らしの技術も衰えていく。いわば暮らしを巡るデフレスパイラルを止める為には、作り手と使い手を直接結ぶしかない、その様な発想であったと記憶している。ただ当時は、インターネットもなければ、宅急便という便利なシステムもなかった。両者が直接出会うか、あとは郵便だけである。従ってモノモノの運動も、デパート等の展示会を通じて「愛用者」と出会っていくしかなかった。こうした物理的制約もあって、運動としての広がりはいまより得られなかったようである。その後モノモノはショップを開設。これは現在も継承されている。

* <http://www.monomono.jp/>

ホームページには、「消費ではない愛用を！ 身体にあったいい椅子と、皆で囲めるテーブルと、気に入った道具だけで、根っこのしっかりした、そしてシンプルな暮らし、これ、究極の贅沢です」と記載されている。

・・・青木的には、モノモノの会議に参加はしてみたものの、議論が白熱するにつれ次第に党派的なニュアンスが色濃くなり、自然と足が遠のいてしまった。運動の難しさを感じた場面でもあったが、仮にこの時代にインターネットと宅急便があれば、この運動は多くの人達の素直な支持を受けて、大きく発展していったものと思われる。「産地直送」といった概念すらなかった時期に、作り手と使い手を連結させたものづくり（暮らしづくりでもある）を提起した意義は極めて大きい。ごく簡単にいえば、そのコンセプトは時代を超えていたが、実現手段が未成熟であったということであろうか。

○ 商品の寿命を延ばす

「愛用者になる」前提として、「愛用に足る」機器や道具が提供されていなくてはならない。モノモノの運動もその趣旨だが、秋岡さんの提案をもとに、「グッドデザイン賞（当時は通商産業省の「グッドデザイン商品選定制」）」は、「ロングライフデザイン賞」を1980年に創設している。

ロングライフ賞は、「選定以降15年（後に10年）を経てもなお販売され続けている商品」を、改めて表彰するというユニークな賞で、生活に必要な機器道具は、出来るだけ長く使われるべきとの趣旨のもとに、表彰を通じて「モノの寿命をできるだけ長くするデザイン」を少しでも増やそうとした試みである。

大衆消費社会においては、商品はその性能的寿命ではなく社会的寿命によって廃棄されてきた。商品のデザインは、その意図的廃棄を促進する為に使われてきたわけだが、それをデザインしていくデザイナーは、そうした商業主義的意図とは裏腹に、使い手の生活を少しでも豊かにしようと努力してきた。モノの物理的寿命と社会的寿命を一致させるよう勤めてきた訳である。ロングライフ賞は、そうしたデザイナーの意志、言葉を換えればデザインの倫理性の明らかにするものとして歓迎され、グッドデザイン賞制度の根幹を物語る賞へと育っていった。

ただし、現実選ばれたロングライフデザイン賞をみると、かろうじて販売カタログの片隅に残っていたという商品が大半であった。技術的な進化に裏付けられる機器や設備の領域では、商品寿命も自ずと短くなる。それ以上に、商品の寿命を延ばすためには、デザイナーの意志を越えて、企業の姿勢、使用者の支持、さらには社会全体のコンセンサスが求められる。ロングライフ賞が歩み始めてた80年代は、残念ながら社会が未だ成熟していなかったと考えるべきなのだろう。

* <http://www.g-mark.org/archive/index.html>
<http://www.g-mark.org/award/search.html?result=true&page=1>

2010年度までのロングライフデザイン賞受賞総数は、1,142件にも及んでいる。

・・・青木的には、ここは当事者能力を発揮しなければならない場面である。ただし気持ちはあったものの、ロングライフ賞を設立意図にそってリニューアルできたのは、賞発足以降30年近くも経た2008年のことである。

この年グッドデザイン賞は、その立ち位置を、サプライサイドではなく、ダイヤモンドサイドに立つと明確に宣言した。この制度は元々生活社会の側からデザインの是非を評価するものであったし、その様な視点から審査をおこなってきた。ただし「生産者提供者の論理のみに基づくデザインは評価しない」と明言できるまでには、50年の年月を要したのである。

ロングライフ賞の見直しも、ダイヤモンドサイトを主役に据え、「生活者使用者の推薦を受けること」を応募の前提条件とした。まずデザイナーが提案する、その提案を生活者が支持することによってデザインが生き始める。そのデザインが「愛用」に足るものならば、そこに新しい生活様式が生まれてくる。生活者と共に新しい生活と社会を築いていくデザインの役割を、この賞を通じて明らかにしたいという意図を込めてリニューアルした。

ただし現在までのところ、生活者からの反応は今ひとつ足りない。仕組みの改善が必要であることは言うまでもないが、デザインが生活者の支持を完全に得るまでには、まだ成熟していないのかもしれない。「そのデザインは、

生活者の為といえるのですか？本当に？」。無言の問いかけが今尚続いているように感じる。

○ものづくりを通じてのコミュニティ再生

秋岡さんは1977年、東北工業大学の教授に招かれ、岩手県大野村（洋野町）や北海道置戸町などで、ものづくりを通じてのコミュニティ再生をプロデュースしていく。

この活動も、秋岡さんらしく、まずは「暮らし」からスタートする。その地域の生活に根ざした生産技術を見出す。それを高度化していくことで、交換価値の高い商品を生み出す。新しい収入が得られると同時に都市とのネットワークも生まれていく。その循環によって地域が活性化されていく。暮らしをデザインしていくことで、地域もデザインされていく方法とあって良いのかもしれない。

その発想に至る経緯を、旧大野村のものづくりを担ってきた大野木工生産グループのホームページは次の様に語る。

* <http://www.sukaheru.net/~minor/index.html>

・・・夏のヤマセ（太平洋からの冷たい濃霧）の影響を受けるため、脆弱な農業生産力しか持たない岩手の寒村・大野村。かつて村人の生活は、主に出稼ぎに頼らざるをえませんでした。昭和30年から40年代の村の出稼ぎ者数は、1,000～1,500人とも云われ、村の男たちは一年を通して北海道や関東地方に仕事を求めて出かけていきました。

結婚しても妻や子供と一緒に暮らせない・・・。村の中で家族一緒に生活を送りたい、そんな村の若者たちの切実な思いを受けて、工業デザイナーの秋岡芳夫氏（当時・東北工業大学教授）から、地域の資源（人・技・もの・自然・風土等）を生かしたモノづくり「一人一芸の村づくり」の提唱がなされました。1980年（昭和55年）、村人を挙げての学習の場として、春夏秋冬のシーズンを通した「キャンパス80」を開催し、豊かな山村文化の復興とモノづくり産業の構築による生活の活路を夢見て「一人一芸の村づくり」のスタートを切りました。・・・

大野村の展開にあたっては、「裏作工芸」という言葉が使われている。厳しい冬の間に、生活に必要な道具を自ら産みだしてきた。そこにはモノを産みだしていく確かな技術があった。その技術を復活させることで出稼ぎを少なくし、さらにそれを住民一人一人の個性に応じて磨いていくことで、「一人一芸」という豊かさをもたらそうというシナリオである。生活に根ざした技術を引き出し高度化していく人材として、クラフトマンの時松辰夫さん（引き物の名人）が九州から招かれ、彼の指導のもとに優れた木工技術が地域に根付いていく。1981年から手がけた木製の給食用食器で一気にブレイク。

1991年には「おおのキャンパス・大野村産業デザインセンター」がオープンし、活動の拠点が整えられた。

* <http://www.ohnocampus.jp/>

ホームページによると、産業デザインセンターは「研修、研究、生産。流通開発、都市交流（都市生活者との相互交流）機能を有する」という。

「おおのキャンパス」が開設された90年代初めには、木工産業（工房が8つ

あったという)の生産額は3億円。ゼロからのスタートであっただけに、新しい産業を地域に根付かせることに成功したといえよう。地域問題の専門家である遠州尋美さん(大阪経済大学教授)は、「裏作工芸における村おこし 岩手件大野村の経験から」と題する調査報告を公開しているが、この中で大野村の成功要因を次の様に整理している。

* <http://www.osaka-ue.ac.jp/zemi/enshu/Papers/oono.pdf>

その要因とは、1) みんなが使うものを手がけた。2) 優れた指導者と集中的な技術教育。3) 素材と生産技術・プロセスの開発。4) 学校給食器への採用。5) 商品開発と流通実験(の相互連携)。6) 参加のインセンティブ。

大野村の場合、時松さんをはじめとする一流の技術者が親身の指導をおこなったこと、また初期の段階で学校給食器という、競合がなくしかも情報発信力にすぐれたアイテムを手がけたことが成功の鍵となったようだ。ただそれ以上に、上述の6つの成功要因のいずれもが、営利を目的とした企業活動の場合でも「成功の必要条件」となることに注目したい。みんなが使うものでありながら、競合しないポイントを突いた戦略も見事である。つまり地域だから裏作だからという言い訳をせず、最良の知識と知恵をつぎ込んだことが最大の成功要因なのだろう。

・・・さて青木的には、秋岡さんが大野村などで展開されていた活動を、当時こんな風に理解していた。

近代社会は生活者を消費者と生産者に区分すること、つまり一人の人間を、与えられたモノを呑み込む人間と工場で労働する人間とに区分することによって急速に発達してきた。無論それなりの必然性はある、暮らしも社会もある程度は発達した。しかしこのことが、人間と社会にまつわる様々な矛盾を拡大することではなかったことも事実。この産業化社会の矛盾を克服していくためには、その根源である消費者と生産者との区分を解消させていかななくてはならない。

大野村での取り組みは、自然人に近い生活者を取り戻そうとする試みであり、人を再生させることでコミュニティを再生させる試みである。その様な意味で、今日的な課題に極めてラジカルに答えようとする実験と理解してはしていた。だが時代はバブルに向かう。青木個人もまた振興会としても、手を拱いているばかりだった。

・・・また青木は、この大野村等の活動について、その趣旨は極めて正当であり支持できるとしながらも、以下の様な懸念を懐いていた。

まず、生活技術の復権によって生産されるモノに、交換価値を見出せるかという懸念である。

言うまでもなく、農業をベースとした生活技術は里山文化を背景としている。従ってその技術を取り出してみると、日本全国ほぼ同様になってしまう。一村一品運動で、各地が同じような漬物生産に取り組んでしまったのと同じ道をだどらないかという疑念である。大野村では、名人を投入しての技術の高度化を図り、給食食器という特化できる分野に取り組むことでこれを突破していく。しかしこれも、いち早く取り組んだ方が勝ちという、商品施策的な勝利に過ぎないのではなかろうか。

もう一つは、生産される木製品の価格である。ここで生産されるモノは日常使いの器である。それが一客一万円近くで良いのだろうか、という素朴な疑問である。この価格では趣味の器になってしまう。素朴で飾らない生活技術が、趣味の生活に転嫁してしてしまう恐れはないだろうか。その後青木は、アジア各国と連携しながらデザイン振興活動に取り組んでいくことになるが、そこで眼にした木製品の価格はゼロが二桁すくない。天然素材を用い手仕事

によって作られた器である。日本という壁に守られたままでの生活技術の復権と暮らしの再構築は、やはり歪んでる様にも思う。
無論これらの疑念は、当事者でない青木の岡目八目的な意見にすぎない。大野村での取り組みが、時代を超えた大きな意義をもつことは間違いないし、果敢に挑戦し一定の成果を挙げ得たことを無条件に賞賛すべきである。

秋岡さんは「暮らしのデザイン」という著作がある。この「暮らしのデザイン」こそ、秋岡さんの思想の全てが込められた言葉なのだろう。暮らしを見直すこと、暮らしに内在する生活技術を取り出すこと、その技術を使ってモノをつくりだすこと。それは、ものづくりのあり方を見直すことであり、産みだす人と使う人が素朴に連携していけば、そこに新しいコミュニティが生まれる。産業のあり方も社会のあり方も再構築されていく。そうすれば、地に足を着けた暮らしが少しは実現できるはず。「暮らしをデザインする」とは「産業をデザインする」こと、そして「社会をデザインする」こと。秋岡さんの思想と実践をこの様に解釈してみると、青木自身の課題も浮かびあがる。それは、暮らしと産業と社会を結ぶ回路こそがデザインであり、それを見出し、少しでも実践していくことが課題ということになるだろう。さて分科会にご参加の皆様は、どのように受けとめられたらうか。
秋岡さんの足跡は、30年以上も経た今日でも、10年後もさらに20年後でも、辿る価値が充分にあると思う。

* * *