

# 横浜歌人会 105\*報

横浜歌人会報第105号

特集◎第18回研究会

短歌表現と服飾・グラフィック・建築

—「いま・ここ」で／を表現すること

〔日時〕：2012年7月27日（金） 18:00～20:40

〔会場〕：かながわ県民センター

〔主催〕：横浜歌人会

〔シンポジスト〕：

手嶋尚人（建築／東京家政大学准教授、谷中学校運営人）

伊東純子（服飾／un:ten 主宰）

樋口賢太郎（グラフィックデザイン／すいせい主宰）

〔コーディネーター〕：

吉野裕之（短歌／横浜歌人会副代表委員）

## ●主催者挨拶+趣旨説明

横浜歌人会代表委員 千々和久幸  
横浜歌人会副代表委員 吉野裕之

千々和 皆さん、こんばんは。本日はお忙しいところをよくりつしゃいました、ありがとうございます。それから、シンポジストの先生、お忙しい中をきょうは横浜歌人会へお越しくださりありがとうございます。す、御礼を申し上げます。

もう第十八回になりますけれども、ここ数回は表現という問題にこだわらして、短歌だけではなくて、前回は短詩型文学ということで、少し間口を広げまして、詩や俳句、あるいは川柳の皆さんと表現について勉強をしてみました。

きょうは少しまたさらに間口を広げまして、文芸以外のジャンルでございます。服飾、グラフィックデザイン、建築、それぞれのデザイナーの先生方をお招きしまして、今何が表現したいのか、今何を表現しなければいけないのか、いや、そういうこととかかわりなく表現とは何かという基本的な問題について「いま・ここ」という視点からお話を伺わせていただこうと思っています。

歌人というのはご覧のとおりで、だいたい年寄りが多いです。で、歌人は平均年齢が七十五歳といわれています。ですから、きょうのシンポジストの先生方は大変にお若いんで、その若いエネルギーと、それから、それぞれの専門のジャンルでお持ちの手法とか理念とか、そんなものを吸収できればありがたいとい

うふうに思っております。どうぞ、よろしく願い申し上げます。

この後の進行は、当横浜歌人会の副代表委員であります吉野裕之さんにお任せをしたいと思います。よろしく願います。

吉野 去年はそれぞれベテランの方にお集まりいただきました。去年もパネリストで参加しましたが、私が一番若かったんですね。今年は私と同年齢以下、つまり昭和三十六年生まれ以下の方々に集まっていたかったです。三十代、四十代、そして手嶋さんが私と同じ年です。

テーマは、「いま・ここ」で、「いま・ここ」を表現すること。スラッシュは、orでありandであり、という意味です。「いま・ここ」というのは何か。いまは時間、ここは空間に関わることですが、ひとことという、リアルということかもしれません。表現において、リアルであるということはとても大事ではないか。そんな思いから「いま・ここ」という言葉が出てきたのかもしれない。かもしれないという言い方は無責任な印象を持たれるかもしれませんが、断定しない、できないところから、何かを引き出していきたいと思いつながら、あえてそんな言い方をしました。

スケジュールですが、これからお一方、二十分から二十五分程度、ご自身の活動についてご紹介いただきます。パソコンでそれぞれ資料を用意してください。表現に対する考え方やそのジャンルの意味などについてもお話を伺えると思います。

その後十分ほどの休憩を挟まして、パネルディスカッションです。詳しい内容につきましては、休憩の後またお話ししますが、日常との関係、作品の受け手との関係、そして社会との関係、そういったことを話し合えればと思っております。

## ●第一部 活動紹介「1」ーグラフィックデザイン

すいせい 樋口賢太郎

まずは仕事内容を見ていただく前に、おおまかにグラフィックデザインとグラフィックデザイナーについてご説明したいと思います。と申しますのは、仕事関係で名刺交換して、グラフィックデザイナーとは何ですか？と聞かれることはまずないのですが、親戚関係とか親族などには、それでグラフィックデザイナーって何やってるの？と聞かれることが多いからです。一般的に何をやっているのか認知されにくいので、ざっくりとそのあたりをご説明させていただきます。

グラフィックデザインはもちろんデザインの中のひとつの分野で、グラフィックデザインの上にはデザインという上位概念があります。デザインとは何かという話までいくとも長くなるので端折りますが、簡単にいえば「機能するもの」がデザインだと思います。デザインをおおまかに分けると、だいたい五つに分けることができると思われます（\*）。

それぞれが何をしているかといいますと、グラフィックの場合だと、ポスターやロゴマークなどの紙に印刷された平面のものを指します。純粋にグラフィックデザインといいますと一番左の項目です。

次はパッケージデザインです。これはモノをくるむ分野のデザインです。コンビニにいけばたくさんの種類のパッケージを目にするとと思います。飲料からお菓子から様々です。

次はエディトリアルです。これは本のデザインです。本の装丁、雑誌のレイアウトなど書籍に関係するデザインです。

次がウェブデザイン。この分野は他に比べて最近出てきました。インターネット上にホームページをつくる分野です。企業のサイトであったり、投稿型サイト、例えばYou Tubeなどをつくるデザインです。

次がプロダクトデザイン。これは製品のデザインです。小さいものだと鉛筆一本から大きいものは飛行機まで。ステイプ・ジョブスがつくりあげたAppleは、スタイリッシュなプロダクトデザインで知られてますね。

最後がファッションデザイン。これは服飾のデザイン

ンです。

それでこれらの分野を大まかに分けると平面と立体の二つに分けることができます。僕は立体は苦手なので、仕事の領域としているのは左から四つまでで、基本的に平面的な分野を自分の職能としています。

グラフィックデザインの本質とは何かと考えますと、図と地にあるのではと思います。地という背景に浮かび上がってくるオブジェクト／図がグラフィックデザインだと思っています。地というのは物理的な白地の背景でもいいですし、例えば「駅に貼られているこのポスター目立つなあ」という意味の地でもいいです。その場合は日常という地に浮かび上がるポスター／図になるわけです。つまり、どういうことかといいますと、混沌というノイズに浮かび上がる何かの意思をもった図がグラフィックデザインだと思います。それでそのことを司る人のことをグラフィックデザイナーと呼ぶのです。グラフィックデザインについてご説明したところで、次はグラフィックデザイナーの誕生です。

さて、いつくらいに誕生したのでしょうか。僕は近代化以降だと思っています。それまではデザイナー、コピーライター、建築家、プロデューサーなどの職業はなかったと思います。近代以降に職業が細分化されることでそのような職業が生まれた。例えば家を建てる際にも大工さんが一括して設計と施工を行っていた。つまりこれは民藝という状態です。

民藝とはデザイナーがデザインするのではなく、普通の人々、職人も含めた一般の人々がデザインすることを指します。デザイナーがそういう人々の手を離れていない状態。例えば器をつくるのでも職人が大きさ、形、色などを考えていた。そしてひと世代ではなくて何世代にも渡って少しずつ改良され、洗練されていく。

### デザイン

| グラフィック               | パッケージ            | エディトリアル          | ウェブ       | プロダクト           | ファッション  |
|----------------------|------------------|------------------|-----------|-----------------|---------|
| ポスター、ロゴマーク、新聞広告 etc. | 飲料、化粧品、電気機器 etc. | 書籍、雑誌、レイアウト etc. | ウェブサイト、動画 | テレビ、パソコン、車 etc. | 服飾 etc. |
| 平面                   | 立体               | 平面               | 立体        | 平面              | 立体      |
| おおまかな自分の仕事の領域        |                  |                  |           |                 |         |

↓グラフィックデザインの本質

### 図と地

僕はこの民藝という状態がデザインにおけるひとつの理想だと思っています。

機能的な面からいいますと、普通の人がデザインしようと思うと純粹に使いやすさを追求しようとしません。そこでかつこよくしようと、何か表現しようとはあんまり思わないからです。いわゆる機能美の固まりみたいなものができあがるわけです。もちろん一個人がつくるのでクオリティの限界がある場合もあるかもしれないけれど、何百年にも渡って多くの人々の手を経ることで完成度がとても高まる。際立つて派手なものではなくて、一見すると普通なものができる。しかしそれは究極の普通なのです。デザイナーがひと世代でデザインするものよりも遙かに完成度が高いものができあがるのです。いわば人間の叡智みたいなものだと思います。

実はデザイナーをやっておきながらデザイナーの存在には懐疑なのです。本当はデザイナーがいない世界の方が僕は望ましいと考えているのです。というのは、デザイナーがデザインすることでエゴイスティックなものや完成度が低いものを消費者に押し付ける可能性があるからです。しかし現代では後戻りできませんので、デザイナーが良質のデザインをきちんと提供していく必要があります。その際に「民藝」の精神が示唆するものはとても大きいと思います。

この民藝を提唱したのはみなさんもよくご存知だと思いますが、柳宗悦という人物です。僕は日本文化にとって重要なエポックは二回あったと思っています。

時系列でいいますと一回目は千利休が提唱した「侘び茶」、二回目は柳宗悦の「民藝」です。侘び茶は高価な唐物を珍重し、華美に走っていた当時の茶の湯に異議を唱えました。舶来ものの非日常な器に価値をおくのではなく、ありふれた日常の国産の粗末な器に美を

見出したのです。非日常ではなく、身の回りのモノ／日常の中にこそ美があるという考えはとても大きな価値転換です。ちよつと首をかしげてみるだけでいままでの日常が変化するわけですから。民藝も同じく日常の中に美を見出しました。権力者や貴族などがお金をかけて特別につくらせたものではなく、普通の人々がつくるものこそ美しい、それまで下手物と呼ばれていた雑器こそ最高の器であるというのが民藝の考え方です。

これらの先達に共通しているのは、特別なもの、特別なことではないありふれた日常に価値を見出したことです。僕もデザインする際にありふれたもので最高のデザインができないかよく考えます。

では、実際の仕事を見ていただきます。まずは加茂錦というお酒の仕事です。これは新潟県に加茂市という街があるのですが、その日本酒蔵元の仕事になります。数年前に社長さんにお会いしてプロジェクトをスタートしたのですが、まずはロゴマークをきちんとつくることから始めました。それまでもロゴマークはあったのですが、いわゆるコテコテのロゴでそのままだと他のブランドと差別化が図れないと思ったからです。

それでロゴマークをつくるにあたって、加茂市に何日か滞在しました。やはりどういう街か肌で感じないと、自分の中にリアリティがなくてデザインしにくいんですね。実際に滞在してみますと、加茂市は小京都と呼ばれるだけあってとてもよい街でした。名峰粟ヶ岳を仰ぎ、そこから加茂川という川が流れます。冬にはこのように真つ白な粟ヶ岳を見ることができま（\*2）。加茂錦の仕込み水はこの加茂川の湧き水を使っています。それでどういうマークにしようかと考えていたときに「加」という字を字書でひいてみました。



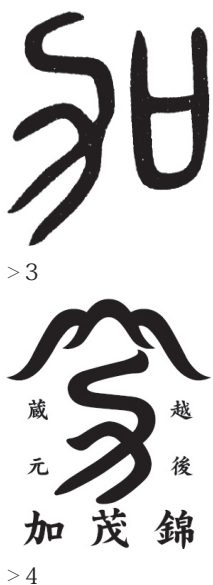
>2

そこに加の古い字形がありました。この図です（\*3）。これを眺めていた時に左側の部首が山から流れてくる川に見えるなあと気付きました。そして加茂錦の仕込み水は加茂川の湧き水ということも思い出しました。それでストーリーをロゴマークに込めようと思い次の

ようなマークをつくりました（\*4）。上が粟ヶ岳、下が加茂川です。日本の古い山の図像と中国の古い漢字を組み合わせてロゴマークを完成させました。

次はポスターです（\*5）。一見ただのポートレート写真のように人々が写真におさまっています。モニターではちよつと分かりにくかもしれませんが、みんなお酒を飲んで赤ら顔なんです。一番かしこまらないといけない写真にそれでも赤い顔をした自分をもつてくる酔っぱらいのこだわり・美学のようなギャップを狙いました。

次は黄酒というお酒です（\*6）。これは液の色が黄







>5

新潟のお酒はもちろんお米からつくられるので、そうであれば米どころのイメージを商品に生かしてもいいのではと考えてつくったのがこの商品です。縦長の米袋をつくってその中に酒瓶を入れしました。商品が棚に並んだ時に効果的に差別化ができて、これは

みがかった無濾過という種類の酒なのですが、通常はこのように液の色を見せることはありません。昔ある学者が淡麗辛口で水のような酒がいいといったことが始まりなのですが、黄色はあまりポジティブにとらえられていないようです。ただ僕はこの色を見た時にキレイだなと思いました。なのでこの黄色を商品の核にしようと思って、日本の古い切り文字、着物を染める型などに使われるのですが、その文字でラベルを抜いてそこから液の色が見えるようにしました。中にお酒が入っていないと成立しないし、無色透明だと決まらないわけです。液の色を核とした商品ができあがったと確信しました。黄酒のポスターです（\*7）。日本酒の原料のお米と液色の黄色をかけているわけです。

次は米袋のお酒です（写真略・後掲㉔）。今度は無濾

過の色を隠したバージョンです。新潟県は日本酒でも知られています。米どころとして有名です。新潟のお酒はもちろんお米からつくられるので、そうであれば米どころのイメージを商品に生かしてもいいのではと考えてつくったのがこの商品です。縦長の米袋をつくってその中に酒瓶を入れしました。商品が棚に並んだ時に効果的に差別化ができて、これは



>6&7



次は今年の三月にオープンしたばかりのウェブサイトです（\*8）。こちらでは日本酒がちょっと分かるお話という切り口で日本酒の動画コンテンツの配信、商品説明、購入ができるようになっています。トップページでは写真を大きく扱っています。ここでは生活の中にある日本酒というイメージを目指しました。プロのモデルを立てるわけではなくて、素人の普通の人にお酒を飲んでもらいました。写っているのは加茂錦周り

>8



のご家族とか親戚です。これは日常の中に価値をみつけるといふコンセプトに近いと思っています。

次は100万人のキャンドルナイトです。ここに何人くらいご存知の方いらっしゃいますか？ 100万人のキャンドルナイトは電気を消して、スローな夜をというキャッチコピーのもとに十年間くらい活動してきました。この活動はよくエコ運動と誤解されるのですが、本当は電気を消すことで見えてくるものを探す活動です。文明社会ではなかなか体験しない暗闇に身を置いてみると、いままでと違った景色が見えてきます。キャンドルを灯すと暗闇がロマンチックになるかもしれません。個人個人が夏至と冬至の二回、二時間だけ電気を消してその暗闇を楽しもうというのがこの運動の本質です。

その運動の二〇〇九年のアートディレクションとデザインを担当しました。デザインをするにあたってまずはポスターやウェブサイトに使われるメインビジュ

アルのコンセプトを考えました。

誰でも子供の頃に、ロウソクや花火を動かして目のこる残像を楽しんだ経験があるのではないでしょう  
か。ロウソクを手にする喜びをどう表現するか考え、  
ロウソクの灯で Candle night と文字を描きました。カ  
メラのシャッターを一分ほど開けた状態でロウソクを  
動かすとその軌跡が天体写真のようにフィルムに残り  
ます。一筆書きならフィルムをキャンバスに文字を描  
くことができるのです。頭の片隅に眠っている子ども  
の頃の記憶を一枚の写真で表現してみました。

この写真をもとにポスター（\*9）やウェブサイ  
トをつくりました。ウェブサイトの方では背景が空の色  
に同期する仕掛けを入れました。空が暗くなるのに合  
わせて背景の色も暗くなるのです。現代社会でモニタ  
ーなどにばかり向かっているとなかなか空の色など  
の自然を感じることができません。少しでも暗闇を感  
じてもらうために、そのようなアイデアを考えまし  
た。同じコンセプトでスクリーンセーバーもつくりま



>9



>10

した（写真略）。こちらは日本の伝統色を用いています。

次はプロモーションツールです（\*10）。キャンドル  
ナイトの関係者がキャンドルナイトの認知向上のため  
に何か配りたいという話があり、このツールを製作し  
ました。ただのカードでは面白くないし、すぐに捨て  
られてしまう。デザイナーの使命って捨てられないも  
のをつくるってことにあるのかもしれない。それで  
思いついたのは、カードをキャンドルシェードとして  
活用できないかということです。熱を加えると透明に  
なる紙というのが自分の引き出しの中にありまして、  
それを今回は利用しました。三角に折って真ん中にロ  
ウソクを入れればシェードの完成です。熱を加えたキ  
ャンドルナイトのコンセプト文からロウソクの光がち  
らちらと見えます。

次は長野県にある葬儀会社のブランディング。鳳凰  
を用いて人が最後に迎える時に相応しい「厳かさ」と  
「安らかさ」を表現しました（\*11）。中国の古い書物では、  
鳳凰は平安を象徴する動物であり、日本でも極楽浄土  
を表す平等院鳳凰堂の象徴的なモチーフです。キトラ  
古墳内の壁画にも描かれていることから古来よりお墓  
の文化の傍にあつたことが伺えます。日本の伝統文化  
や生活に昔から寄り添ってきたモチーフを用いて、伊  
藤典礼の「い」という頭文字をシンボライズしました（\*  
12）。

ポスターです（\*13）。ありがちな悲壮感ただようア  
プローチではなく人生を充実して生きるポジティブな



伊藤典礼

>11



>12

>13



姿勢をコンセプトとしました。実際に飯田市にお住ま  
いのご家族にモデルになっていただき、家族にとって  
思い出深かったり、意味がある風景の中で撮影しまし  
た。

最後は飛騨高山にある茶の湯美術館のテレビCMで  
す（写真略）。国宝の樂茶碗が展示され、いくつかの茶  
碗では実際にお茶を飲める美術館です。僕は茶の湯の  
精神とは、日常から非日常の美を見つけ出すことだと  
考えています。このCMでは美術館の庭にある石塔や  
樹木の背景に白い布を垂らして撮影しました。

見慣れた樹木などでも背景を白くするだけで、いま  
までは違った見方を提案できると考えたからです。白  
い布があるだけで日常から非日常へとスイッチを切り  
替えられるという実験でもあります。



●第一部 活動紹介「2」―服飾

unten 伊東純子

はじめまして、伊東純子と申します、よろしく願います。

黄金町は、皆さんご存じでしょうか。京急・日ノ出町駅から黄金町駅間が、ほんの少し前まで、実は風俗街でした。今そこがだいぶ変わってきています、アートによるまちづくりということで、黄金町エリアマネジメントセンターというNPOが中心になって、アーティストが滞在型の制作をしていたり、黄金町バザールというイベントを夏から秋にかけて行ったりという活動をしています。私はその中にスタジオを賃貸契約していきまして、そこで活動をしていきます。



>1

服飾デザイナーとしてご紹介していただいていたんですが、どちらかというと、アーティスト活動に近いような服づくりをしています。その辺を含めて、何と変なことをやっているんだという感じで見ていただければなと思っています。

今やっているブランドを「unten」といいます。「un」はフランス語の1、「ten」は英語の10で、それを組み合わせて、イトウなんで、1と10です（笑）、すみません。誕生日が1月10日とか、1から10まで全部ありますという意味も含まれていまして、ひとりですべてをつくっています。

もともとパターンナーという洋服の型紙をつくる仕事を長くやっていました。まずデザイン画を描き、そこからパターンを起こしていきます。紙のパターンにそって生地を裁断し、縫い上げて服にしていくなという作業になります。全部一人でやっていますので「unten」と名乗っています。

ここが私のいる日ノ出スタジオです（\*1）。ここは京急の高架下ですので、部屋の真ん中に柱が立っているという変な建物ですが、飯田善彦さんの設計されたおもしろい構造で、ほぼガラス張りです。

昔はこの高架下に特殊飲食店という一階はカウンターバーで、二階が風俗店という間口の小さな建物がぎっしり建っていたそうです。そこを全部撤去し、今こうした新しい建物がだいぶ建ってきましたが、まだ鋼板で仕切られて全く入れない空間もたくさんあります。黄金町エリアマネジメントセンターは、高架下の新施設と周辺のちゃんとの間といわれた元特殊飲食店を改装して管理し、アーティストが入居したり、展示やイベント活動を行ったりしています。

ほぼ大岡川沿いで、今、京急側はこういった整備が行われていますが、実は反対側、川向こうに以前そう

いう仕事をしてきた人が移ってしまっていて、向こう側のほうが今はそういう状況になっています。組事務所などもありますし、明らかに普通の町ではないんですね。ただ、そこが実は黄金町の魅力でして、私もここに入居したのには、そんな状況がおもしろいというところがありました。アーティストは周りの状況を見ながらものをつくっていきますので、特にこのガラス張りの中で仕事をしていると、本当にそんな状況が丸見えだったりします。

普段の仕事はオーダー服がメインです。お客さまに来ていただいて、採寸し、どんな洋服をつくるかご相談して、途中で仮縫いに着ていただいて、最後に納品という形ですので、三回ぐらいスタジオにお越しいただくことになります。その中で、その方がどんなものを求めているのかとか、ライフスタイルなどをインタビュしながら、洋服をつくっていきます。これがオーダーの参考サンプルです（\*2）。

普通ファッションデザインといいますと、先取りで



>2



>3

半年以上前にブランドのターゲットに合わせて企画しますが、私の場合、着る方の顔が見えないとイメージできませんので、まずお会いしてから洋服づくりが始まります。毎日が一期一会で楽しんで仕事をしています。

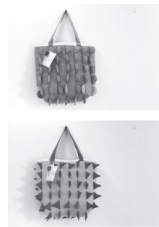
衣装のオーダーも多いです。これはくるくるシルクデラックスという大道芸人さんの衣装です（\*3）。青と黄色と赤の3人でくるくるシルク、左端のピンクの方が入るとデラックスになります。火を吹いたり、アクロバティックなすごい芸をされるので、ぜひ横浜の町で見たければ応援してあげてください。

それから、ピアニストの大島まり子さんです（\*4）。リサイタルのたびにドレスをオーダーしていただいています。ロングドレスから、短い丈のものなど、演奏する曲に合わせて服をつくるというのも初めてさせて



>4

>5

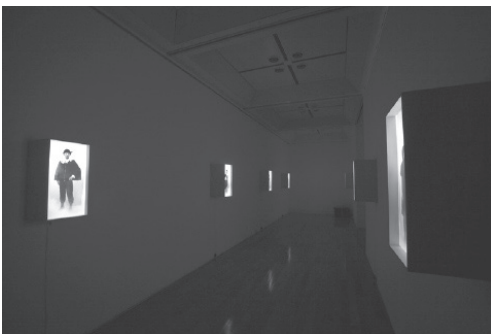


>6



いただいてももしろい経験です。特にこれなどはスパンコールで、舞台上では演奏する動きに合わせてミラーボールのようにきらきらしていました。すごく素敵な方なのでいつも楽しく仕事をさせていただいています。

グッズなどもつくっています。これは二〇一一年の横浜トリエンナーレで、ライセンスグッズの公募がありまして、認可がおりて、横浜美術館などで販売させてもらいました（\*5）。トートバックです。裏表がありまして、こっちを表にすれば表に突起物がでるんですが、引つ繰り返すと中に入ってしまうので、中になかなか物が入られないことになっています（笑）。これは一体誰が買うんだろうと思いつつ、勇気を持って



>7

つくったのですが、意外と見た印象が強いらしく、わざわざスタジオまで求めにきてくださったりまして、つくりたいものをつくっても欲しいといってくださる人はいるのだなと思い、感激しました。こちらのバッグは、アーティストの友人に絵を描いてもらい、それを生地加工してつくりました。

こちらが一番最近の活動になります（\*6）。黄金町には様々なアーティストがいますので、集まって何かできないかということで、ガーデニングをテーマにした、コガーデンというお店活動を行いました。有志が集まって、陶芸の人は植木鉢だったり、木工が得意な人には棚をつくってもらったり、私はエプロンやマットなどつくって、みんなで売ったりしています。黄金



町以外にも、横浜市民ギャラリーあざみ野などに出張したり、この秋にも黄金町でやると思っています。

アーティストってみんな勝手なんですよ。この店をやるといっても、なかなか集まらない、ところが集まるとそれぞれ勝手に何か始めるので、放っておいても何となくこういう形になります。ビジュアル的にどうバランスをとるかというのを考えて行動します。こっちで何かしているのがいて、本当にばらばらにやっても、結局最後はまとまるというおもしろい体験でした。

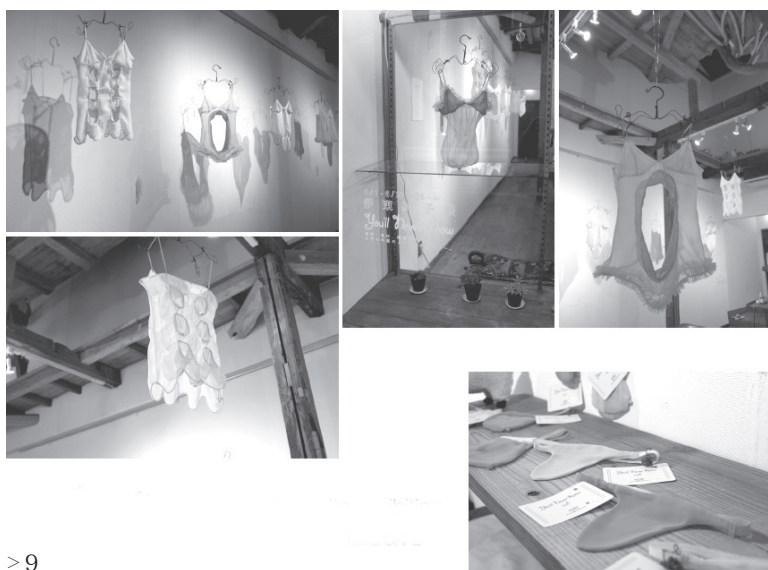


> 8

これはあざみ野での展覧会ですが、「黄金町のアーティストたち展」に参加したときの作品です（\*7）。コレクションと称しまして、いわゆるアパレル業界でのファッションショーのような発表形式です。モデルさんに洋服を着てもらい、撮影して、写真をライトボックスの形で展示しています。これは実は大きな箱をつくりまして、前面をガラスにして、モデルさんと、ドライアイスの霧をじゃんじゃん入れて撮影した作品です。モデルは皆さん、あざみ野と黄金町にゆかりのあるアーティストや住民の方をお願いしています。

あざみ野は、計画的につくられた閑静な住宅地なんです。一方、黄金町というのは、町も人もいかにも訳ありそうという、町の対比がおもしろいなと思ったんです。あざみ野で歩いている方はそれぞれ学校や仕事や買物など目的がはっきりしていますし、どんな背景の人は大体分かるんですが、黄金町には、この人は一体何をしているのかなという人ばかりが歩いているんですよ。本当に窓からの人間観察はおもしろいんですが、その黄金町のもやもやとした感じを、私は霧の感じで出したかったというのがあります。

これは二〇〇九年の黄金町バザールでファッションショーの形で発表した作品です（\*8）。黄金町の普段の風景に大道芸の足長の人が歩いてもらったりして、映像を撮って、そのイメージ映像上映とファッションショーを日ノ出スタジオで行いました。地元商店主の方達にも、皆さん格好よかったので登場してもらいました。モデルは黄金町のアーティストや友人たちです。このときのテーマは「片耳のユニコーン」で、黄金町の持つ微妙なアンバランス感みたいなものを洋服の中に取り入れています。レディースにはメンズの要素があったり、メンズにはレディースの要素があったりしています。



> 9

こちらが一番最近の私のアーティストとしての発表です（\*9）。東京の鵜の木にあります「Hasu no hana CAFE」というカフェギャラリーで、ランジェリーをテーマに発表しました。実際は着ることのできないランジェリーのようなものをつくりました。ちよつと小さかったり穴が空いていたりしています。タイトル「You'll Never Know」というのは、英語の詳しい人に聞きますと、「分かるわけないよね」という感じで使ってもらいそうですね。本当は分かっているけれど、たぶん分からないだろうなということを込めています。女性のランジェリーの形はしているが着ることができないとか、透けて中身を出しているように出し

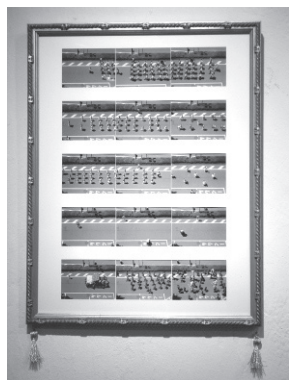




> 10



> 11



> 12

ていないとか、私が女性だからということもあると思います。ですが、そういう説明しきれない気持ち、ソフトスカルプチャーという形で表現したつもりです。

これは「エロい」という人もいれば、「全くエロくない」という人もいて、反応がまちまちでもおもしろかったのですが、捉え方は人それぞれだと思います。私は単純に、この透けている生地ですとか、布のたるみ感や、こういうカーブというのが、とてもセクシーだなと思って、その感じも利用しています。黄金町にいたからこういう作品をつくるようになったのかなという気もしますが、やはり女性の視点でこういう表現を試みたかったなという感じです。

ここからは古い作品をご紹介しますと思います。二〇〇六年頃、横浜の馬車道にある大津ギャラリーで、よくグループ展をやっていました。そのときに実験的

な小さい作品がたくさんできました。これは自分の髪の毛を使って、ハンカチにひげを生やしました(\*10)。

「I'm Washing My Hair」という言い訳らしいです。デートに誘われたときに、「今、髪を洗っているから出られないわよ」と、要はお断りらしいです。

性別とか性差というのは私の中で常に興味があり、表現のきっかけになりますので、要素としていつも気にしています。フェミニズムをうたうつもりはないですが、どうしても自分の立場で何かを表現するときに、そこを考えることがとても多いです。

これも「Superstition」迷信がテーマです(\*11)。女性が身につけるアイテムの要素を、つくってみました。この辺から最近のランジェリーにもつながっていると思います。ファッションという表層は迷信でもあるわけです。見た目で判断されることも多いんですが、そこを逆に利用しているということもよくありますので、そのあたりを表現しています。

これは写真の作品です(\*12)。横浜国際仮装行列で、マーチングバンドのパレードを上から撮りました。マーチングバンドの衣装やきれいに並んでいる様子がおもしろくて、四つの額もマーチをさせています。

これは「握手」の形で人と人の距離感をバスケットボールのゴールのように表現しました(\*13)。手を入れてどちらかが引っ張ると、手をつなげるようで全くつなげないわけです。

これはモンゴルに旅行した時の風景をビデオ作品にしたものです(写真略)。モンゴルの宗教で五体倒地というお祈りの方法があるんですね。お寺に行きますと、五体倒地のベッドみたいなものがありまして、それがおもしろかったので、五体倒地をしながらビデオを見る装置をつくってみました。モンゴルは三月ぐらいでも、鼻毛が凍るくらい寒くて、その中で見る色



> 13

が本当にきれいだったんですね。空の色もきれいで、建物や、物の色が鮮やかでした。

これもついぶん前ですけど、街頭藝術よこはまというイベントがありまして、そのときの参加作品です(写真略・後掲)。人力車の車夫の衣装をつくって街を人力車で走ってもらいました。会場の伊勢佐木町七丁目から馬車道を通って万国橋までという真つすぐの道がおもしろいなと思ったので、ここを風のような半被を着て走ってもらいました。

これは最初に海の家で行ったショーです(\*14)。水着のモデルが出てきて、洋服を着てシャワーを浴び、海に飛び込むという、一回しかできないショーでした。今回このお話を聞いて、自分の作品を改めて振り返ってみますと、自分の存在自体が表現の基になっているのだと思います。今私がここにいるとか、何をしているというのが、実はほとんどの表現の基になっています。自己表現とはそういうことなのかなと思います。私は自分がつくるということがテーマなので、つくっていないと表現しているという気にならないということも考えました。

今回はとてもいいきっかけになりました。

> 14



●第一部 活動紹介「3」―建築

東京家政大学・谷中学校 手嶋尚人

今ご紹介いただきました手嶋と申します、よろしくお願ひします。今は東京家政大学というところで、空間デザイン系を教えています。今日は表現についてというお話を頂いて、どうしようかなと悩むところはあるんですけども、自分がどうだったかということや少しお話ししながら、それこそ大学時代からの話になりますが、ちよつとお聞きください。

東京芸藝術大学の建築科に入りまして、それでそれが表現活動の出發ということになったのだと思います。藝大の建築だと、「ガウディみたいなをつくるんですか」とか、よくいわれたりするのですが、実はかなり地味な学校でして、奇を衒つたものというよりも、本當、普通のものをつくれという方が強い教育を受けてきています。

今はちよつと変わつてきているようですが、僕たち



> 1

の時代だと、吉村順三先生という直接教わつたことのない上の先生ですけれども、その先生の影響が、まだ強く残つていまして、心地よい空間とか、空間に品格があるものをつくるというようなことがベースにあつたと思います。建築の設計の基本は住宅の設計であつて、その基本は椅子であるというような教えがありました。人間の一番身近なところから發展していく、人間と接し支える椅子を考えなさいということでした。一年に入るとまず椅子をつくらされるんですね（\*1）。原寸図を描き、材料を買い付けにいき半年かけて自身で制作します。その過程でやはり自分の基本的な主観というか、そういうものが見えてきたのかなという気がします。

吉村順三先生の有名な建築として「軽井沢の山荘」があります（\*2）。一九六二年なので、僕がちやうど一歳のときにできたものです。特にすごく派手な建築ではないのですが、建築の世界では、非常に有名というか、名建築といわれている作品です。

實際、僕が建築を、どんなものをつくつてきたかという、吉村先生時代の学生だった片山和俊先生が僕の先生になりま

す。大学に助手で残りながら先生のDIK設計室という事務所設計を教わりました。

DIKで担当したのが上野毛の区民館だったりします。これはお屋敷



> 2

の跡地に、その庭を残しながら区民館をつくりました（\*3・4）。

これ（\*5）は僕自身の独立してから設計した住宅です。後でもお話しますが、あんまり派手な、派手かな（笑）、三階建てですけども、総三階建てだと町並みの中では、ヒューマンスケールに感じられない。それで、二階に見えるような三階をつくるのを一つのテーマで設計しています。これは目黒なので、都市型住宅の手法として設計したものです。こちら（\*6）は宇都宮でかなり敷地がゆつたりしているとこ



> 3

> 4



> 5





>6

人との関係性が豊かなこと。これもある意味では日本の昔の家屋はそうであった。みんながつながっているし、みんないろいろな、助け合っているのかな、教え合っているのか、住まい

た。しかし、車三台は止めてくれという要望だったので、ガレージの上にもテラスを造って、盆栽をやっているお父さんだったので、そこで盆栽をやろうということになりました。それから門扉は知り合いの鍛金家につくって貰いました。建築は、他の領域のアーティストとも共同してやれるところは楽しいことです。僕が建築・住まいを設計する上で大切にしたいこととして、五つあげたいと思います。

一つ目は、「心地よい」ということ。これは吉村先生以来の伝統というかしみ込んだ部分なんでしょう。二つ目は、「自然を取り込む 自然を楽しむ」ということ。作品を見てもらって感じ取っていただけられるでしょうか？ 窓を大きく取りたいということ、単純ですけども、内に居ても外を自然を感じ取れる住まいにしたいというのがあります。

三つ目は、「日常としての住まい あたり前」ということ。あたり前のよさが今、日本の中では失われてきているなという感じがしていて、日本の縁側であったりとか、昔の家族の風景などが、何でつくらないのか、つくれないのかなというのは、非常に思うところ

です。

四つ目は、「人と

というのが育ての場になっていた。そこで子どもたちが育つのはもちろん、親も、親を育てるとはいわないですが、面倒を見る場として住まいがあった。そういう関係が豊かであった。住まいだけで解決できる問題ではないですが、それがうまくいくのが住まいの良さだと思います。

最後は、「ヒューマンスケールである」ということ。これは住まいの中では、当たり前なのかなと思います。最近特に住環境として捉えたとオーバースケールなちよつと怖いような空間にも出会います。次にまちのことについてお話しします。

藝大で学生時代を過ごして、藝大の大学院のときに谷中という町に出会いました。所属していた前野研究室で、町の人たちと一緒に、谷中の町をのび残していかうというようなことを始めました。地域雑誌「谷中・根津・千駄木」(略称「谷根千」)をつくらっている人たちや寛永寺の住職さん、地元のおすし屋さんといった町の人たちとの共同プロジェクトです。その時に長屋とか路地の調査もしたんですね。

それで、谷中の町というのは非常にコミュニケーションが豊かな町なんだなというのを感じました。例えば、この写真(\*7・8)でいうと、両方とも同じエリアで道幅も両側に建っている住まいの大きさもだいたい同じなのですが、7と8では全然イメージが違いますよね。それで、放っておくと7みたいになってしまいう可能性ががあります。8は、汚いといえば汚いんですけども、真ん中辺に日の丸が立ってあったりで、鯉幟があると、あそこに男の子がいるんだとか、そういういろんな楽しいイメージを膨らませてくれるような風景になっている。とてもコミュニケーションが豊かな場になっていて、それが魅力だということが分かります。



>7



>8

これは、桐箱屋さんです(\*9)。仕事をやっていて、ちよつと軒先があることで人が集まって立ち話をしたりとか、お祭りのポスターが張ってあればそこで見る人がいたりとか、非常に何か楽しくなるような、そういう場がいっぱいあります。

それとか引き戸なんかでも、僕は横浜出身ですが、新興住宅地だと、玄関はドアが当たり前だと思ってい

たんです。けれども、当時は谷中へ行くと引き戸が当たり前だったんですよ。引き戸だから、ガラガラ「ごめんください」というふうに入っていくという形だった。引き戸が三〇センチぐらい開いていると、中にいるおばあちゃんが、「きようは遊びに来てよ」というサインになっているとか、そういう話があったりとか、引き戸というのが、ドアと全然違う働きをしているんだなと思いました。

ドアって閉じている形が当たり前になっている、人



>10



>9



>11

を妨げる。だから、家を建替えてドアにしてみましたら、インターフォンを鳴らすことになる。以前は、ガラガラ「ごめんください」だったのが、ドアになりインターフォンが付いてしまうと、インターフォンで話が済み、それで顔を合わせないで済むようになってしまった。

昔だと引き戸で、引き戸が開いていれば、そこにすだれやのれんがかかっていたりとか、うちと外をあいまいにつないでくれていたのが、ドアでバシッと閉めてしまうような状況が起こってきている。

谷中にとっては、日頃の付き合いがしやすい住まいが非常に重要なんだということに気づきました。この

町らしさを生かした住まいというものをみんなで考えて、それをPRする冊子をつくったりとかして活動をしたとかもしていました（写真略・後掲p.9）。

これ（\*10）は、谷中らしい住まいということで実際に設計したものです。中間的な空間を設けることで、中の人が外との交流ができるような場所をつくったりするということをやっています。

この長屋（\*11）は内と外をつなぐ中間的な空間がよくできている例です。玄関ですが、障子が二段構えになっていて、今は障子を全部左側に寄せていますね。真ん中の障子を右側へ持つてくると風は通るけれども視線は通らなくなる。またお客さんが来たときに、まずは玄関先で応対する。それで、もうちょっと話さなければいけない人は、手前の一畳のところまで開けておいて、ゆっくり話せるようにする。もっと話さなければいけない人は、右に二畳の部屋があり、そちらへ入れ話をするという、そういう段階的な接客の考え方になっている。一番手前の障子の部分というのが、パブリックとプライベートの結界になってくるんです。そこからこっちはもう家族のものというような感じになっていて、すごく前さばきがきつちりしている。

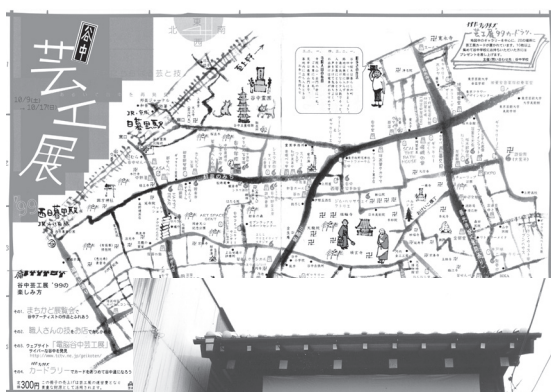
ある意味では、それだけ人がいっぱい訪れてもいいよという場所になっているというのが非常に面白いです。こういう文化がだんだん見えなくなることはとても残念です。

次に「芸工展」の話をしたいと思います。谷中のホッとする環境を育てたいとまちづくりを始め、町の人々が何を大切にしたい、何に関心があるのだろうと考えたとき、行き着いたのがものづくり、手づくりといった「創造」ということでした。これは、質屋さんの蔵と町家を再生したギャラリーがオープンする時に一ヶ月間町の人の作品を展示したのがきっかけで思い当た

ったことです。翌年から町中を展覧会場にして地図片手に町を再発見しようという「芸工展」というアートプロジェクトを始めました（\*12）。いろんなものが、作品があるという表現をしています。芸の「芸」は芸能とか芸術の芸なんですけれども、「工」というのは手の技という意味で付けていて、だから、佃煮屋さんなんかも、これは作品でしょう、和菓子屋さんも作品だよねというようなことで、それをもっと楽しもうと、意識しようということをやったものです。

また、地元の工芸作家の人も参加してくれます。普段は工房として閉じているのですが、「芸工展」の時には、こうやってオープンしてくれ、体験制作をさせてくれたりします（写真略）。日常では隠れている文化が垣間みられる感じがします。

現代アートといえるのかどうなのか「どこでも犬のアプリケ」というタイトルが付いている作品です（\*



>12



>13



13)。ショッキングピンクの、町の人ではちよつと発想しないものを伝統的な古い家にボンと付けてしまふ。けれど、それによって何か受けるものがあるというのかな、普段とは違う風景が生まれてくる。すごいと思うのは、アーティストの人が何かやると、それなりのエネルギーを持っているから、何かが変わっていく風景が見られる。谷中は古い町なので、まちづくりとかはお役所に任せておこうという人たちが多いんですね。だけど、アーティストが何かやると変わる。自分たちだって変えられるんだというイメージを与えるというのには、すごくいいかなと思う。自分たちで未来をつくれるという発想になれる。そう考えると植木棚なんかも実はアートだよねという、植木棚を置くことによって風景は変わっていく。もつと増やして、自分たちの町を自分たちで何かいじっていく、楽しくしていったらいいなということを、何となく分かりやすくいつてくれるのはアーティストの一つの役割なのかなと思います。

谷中の町に出会い、関わり、感じていることは、日本の伝統的なもの、文化には魅力が多いということ。谷中ではそれをどう継承していったらよいかということに悩んでいます。谷中は東京のど真ん中であり生きている町です。過去を全部継承することではないとも思っています。継承することとは、それが、文化となっていくことかなと思います。しかし、文化が育つためには自由ということも必要で、町並みでいうと保存することだけでなく継承しつつ新しいものが付加していく自由、創造も必要だと思っています。それが、生きている町としての谷中らしさかなと考えます。

もう一つ谷中の町と関わって気になっていることがあります。それは町の中にある「晴れ」と「藝」のことです。「晴れ」は非日常であり、「藝」は日常のこと

をですが、「晴れ」がないと「藝」は息苦しくなります。と考えた時、町にとって大切な「晴れ」とは何だろうなと思います。「晴れ」の代表格としてお祭りは谷中では今でも盛んで大きな一年の区切り、晴れ舞台です。でもよく見ていると晴れ舞台の二日間だけでなく一年中その準備をしていることが分かります。祭りは「晴れ」ですが、実は「藝」の中でも重要な役割を担っています。しかし、その大変さ故に段々と担い手が減ってきているという問題も抱えています。若い人はなかなか関われない、特に谷中が好きで新しく暮らし出した人はなおさら難しい状況があります。そうした伝統的な「晴れ」が変わって、新しい「晴れ」が生まれている気がしています。最近谷中で増えているギャラリとかカフェ、そして手づくりのお店です。ギャラリとかカフェでのコミュニティは日常とはちよつと違った「プチ晴れ」になっています。お祭りとは違いますが、それが谷中の町の新しいエネルギーになっている気がします。

最後に、現在、造形表現学科という美術の学科で、空間デザイン、インテリアデザイン系を教えています。が、学生と接していて、最近思っていることをすこしお伝えします。

表現というのが表現者を育てるだけでなく、人を育てるなという思いがすごくあります。表現というのは、当たり前ですが、主体性がないとだめということですから、自分の視点、軸がきちんとしていないと表現はできないということがある。それと、自分から発信しないと自発性がないと表現はできないということがあるのだと思います。それともう一つ表現に必要なものとして、社会性というか社会を見ていく目というのがあります。そういう目がないとやはり表現というのはできない。独りよがりじゃだめという、相手、他者

があつてこそその表現であるというような意味合いでの社会性です。この主体性、自発性、社会性というのが、大学で教えていると、今一番学生に欠けているところだと思っています。社会に出せない状況になっています。表現というのは、本当はこれを育てるのに格好の教育、手だてというような気がしています。表現による教育は、もつと社会の中で認知され、幼児教育から継続して実践されていくことで、一人前の社会人を育てることができると思います。

また、造形表現学科の学生によくいつているんですけども、「もう造形表現学科という表現者の側に入つたのだから鑑賞者じゃないんだ。だから、絵を見に行つて、「素敵」といつていちゃだめ」と。その絵がどういう気持ちで描かれたとか、表現の側に立つ。そこには自分の視点という主体とそれに触発されどう表現しようかという自発性が生まれてくるのだと思います。

建築でも、吉村先生の言葉ですが、「よい空間に出会つたら、それが何でよい空間なのか分かるまでそこから立ち去るな。」と教わりました。それが光なのか、空間の大きさなのか、素材なのか、いろんな要因がトータルしていい空間なんでしょうけれども、その原因が分かるまで立ち去るなといわれたのと同じで、何かを見たときに、表現者であれば、それが何であるかというのを感じ取ることをきちんと考えないとだめということなんだと思います。

意志のある作品で考えるのはやさしいのですけれども、それが日常からよく見えるということは非常に難しいなと思つていて、日常の風景とか、日常の自然とか、そういうところから、すばらしいものを見つけて、それが何なのかというのを見つけられるようになれば、感性は磨かれるのだらうと思います。

## ●第二部 パネルディスカッション

### 短歌表現と服飾・グラフィック・建築

—「いま・ここ」で／を表現すること

手嶋尚人+伊東純子+樋口賢太郎+吉野裕之

吉野 第二部のパネルディスカッションを始めたいと思います。

第一部では、お三方の活動について聞かせていただきました。私も非常に楽しくお聞きしました。実はお三方は私の信頼する友人です。ですから、一緒に仕事をしたり、活動をしたりしているのですが、今回のお話で知ったことも多くありました。

パネルディスカッションでは、四つの話題を考えております。一つ目は日常との関係。作品の制作にあたって、素材やテーマをどのように拾っているか、そのとき自身の日常や人々の日常をどのように意識しているか、といったことをお聞きしたいと考えています。

二つ目は、受け手との関係をどのように考えているか。注文を受けての制作はクライアントがいるわけですが、真の受け手はその向こうにいる不特定多数の人々ではないか、こうした受け手＝不特定多数の人々に何を届けようとしているのか、また、そのためにはクライアントとの協働も含め、何が必要なのか、といったことです。短歌の世界では、クライアントという言葉はまったく使われていないといってもいいと思います。出版社などから原稿依頼があつて、作品を寄稿し、原稿料をいただく。短歌の世界での一般的な仕事の流れです。ほとんどの場合、寄稿する作品の内容に条件などは付きません。そして、出版社の向こうにい

る不特定多数の読者を、どれだけ、どのように意識しているか。日ごろ聞きなれないクライアントという言葉をあえて使ったのは、こうした作品制作のあり方を考え直してみたいと思うからです。

三つ目は、社会との関係。二つ目とも関連しますが、表現は社会に対して何ができるのか、何をするべきなのか、あるいは社会との関係を直接考えないことが表現なのか、といったことです。四つ目は、時間があるかどうか心配ですが、表現とは何かということについて伺いたいと思います。

#### ■日常は表現のベース

吉野 まず、一つ目の日常との関係。活動紹介でも、日常というのはキーワードとして随分出てきました。短歌では、日常というのはとても大きなものだと思います。極端な言い方をすれば、日常の中にどっぷり漬かりながらつくっていくのが短歌であり、虚構も含め、その日常を写し取る、自分のフィルターを通して日常を写し取り、言葉に置き換える、そういう作業が一般に理解されている短歌なのではないでしょうか。

服飾でもグラフィックでも建築でも、日常生活そのものを、例えば言葉や絵で写し取る、あるいは写真に撮ってみるということとは違うと思うんです。ですから、短歌にかかわっている人たちとお三方とでは日常の捉え方は違うのかもしれないのですが、活動紹介を伺っていると日常というものは強く意識されている。

改めて整理していただいた上で、作品の制作に当たって、日常というものをどのように意識しているか、あるいは逆に意識していないか——日常をあえて意識しないというのも意識する一つの方法だと思うのですが、あるいは、仕事、作品の中にどう組み込むかといったことについて、まず樋口さんからお願いします。

樋口 先ほど見せていただいた中にもあったと思うのですが、けれども、すごく珍しくて、奇を衒ったものというのを自分のモチーフとして扱うことというのはあんまりないのです。どっちかといえば、ありふれたものを違う文脈に持っていくことで珍しく見せたり、非日常に変化させたい。なぜなら、珍しいものを非日常に変化させるのは簡単だと思うのですが、日常の中の非日常を見つけて、価値を見出すのは難しい。そちらの方が高度だと思っています。できれば難しいことをやりたい。

吉野 ありがとうございます。伊東さんはいかがでしょう。

伊東 日常の生活の中で、私は、服はその人の表現みたいなものかと思つていますので、まず意識して見えてしまします。ああ、あの人は何を着ている、テレビを見ていても、誰が何を着ているか、どんな顔をしているかということがすごく気になるのです。やはり、私たちが目で見て判断する要素はかなり多いですし、そこに影響されることも多いですね。何を表現するかということといえば、やはり生活の中で何を見た、ど



「人力車 Rolling Project」(p9 参照)。



んな感じを受けた、あるいは、何に感情の揺さぶりを受けたか、どんな音楽を聴いていたかということは、表現の中では大きな要因となっていたりします。あと言葉にも影響を受けることがあります。

吉野 日常生活と切り離された作品はないと…。

伊東 そうですね。まず、自分が日常で何をしているかというのが、基本になりますね。

吉野 音楽なら音楽とか、言葉なら言葉というものから触発される、影響を受けるといった場合、それは具体的にどんな感じのですか。伊東さんの作品に、どう変換される、転換されるのでしょうか。

伊東 表現をする手法とか手段みたいなものは、自分の中でもう決まっているんですね。服をつくるとか、布で表現することなので。その何かきつかけみたいなのが、やはり音楽だったり、言葉だったり、ビジュアルだったりというのはあると思います。これが、お答えになるか分からないのですけれども、震災のときに、私はスタジオにいたんですね。京急の高架下は実は地盤が硬くて、あんまり影響がなく、ガラス張りでもびくともしなかったのです。ただものすごく揺れていますし、川向こうも揺れていて。でもあまり影響がないので、その後もずっと同じ作業をしていた



伊東純子さん

んです。たまたま納期が近い仕事をしていたので、ずっとミシンを踏んでいたのですが、私にとっては本当に何も変わらない。ただ、ものすごくショックは受けていました。ビートルズの歌詞で「Nothing's gonna change my world」といいますが、何も私の世界を変えるところはない、たとえば大きなことがあったとしても、自分の中の表現をするものとか、向かう気持ちみたいなものは変えられないじゃないかなというの、すごく感じたのです。

吉野 なんだか余計に…。

伊東 分らない(笑)。

吉野 でも、そういうものなのだという感じはします。手嶋さんはいかがですか。

手嶋 僕が建築をやっている一番の関心事というと、住まいなので、住まいは本当、日常ですよ。非日常の住まいなんて居られたものじゃないよなという気がします。中には最近そういう建築もありますが、ちょっとどうなのと思ってしまう。住まいは、日常の素顔なんで、吉村先生の言葉をそのままに信じて、個々よい空間をつくりたいと思ってやっています。その中で考えることとしては、日本人であるということ。日本に暮らして、文化という中にあるから、日本の古い家であつたりとか、そういうよさをちゃんと知っていききたいと、自分でも体験したいところがあります。今、学生に聞くとそういう日本の家の体験が、驚くほどないのです。だから、そういうことが分からない日本人が、どんどん増えていくのは悲しいなという思いがあり、何か少し、そういう日本の空間というものを、僕もただ体験して知っているか、浅いと思いますが、そういうものを再現していきたいという思いがあります。ある程度、日常をつくっていき

たいという思いにつながっています。

吉野 ありがとうございます。今日のシンポジウムのタイトルには、服飾、グラフィック、建築といったキーワードが入っています。それぞれにあるイメージがあると思うのですが、なんだか短歌とすごく遠いな、と思われた方も多いと思います。遠いからこそおもしろいと思って足を運ばれた、そういう方も少なくないと思いますが、逆に遠いがゆえに参加しなかった方も多いのではないのでしょうか。

でも、お三方のお話を聞いていると、短歌と共通する、すごくオーソドックスなところでおっしゃっていますね。人として、生活者としてといったほうがいいかもしれません、基本的なところを押さえておられる、大切になさっている。しかし一方で、何かぐうーっと広がっていくようなものがある。でも、けつして奇を衒っているのではなくて、素直なお仕事をしている中で広がっていく。繰り返しになりますが、その根本にあるのは日本の文化であつたり、生活であつたり。こうしたものをとても大切にしているし、日常というものをも大切にしている。失礼な言い方かもしれないけれども、とても意外な感じもするし、ああ、やっぱりそうなんだ、という、安心感のようなものを持つたりもしました。

それはジャンルという点からいえると思います。シンポジウムの企画者として、とりあえず、服飾、グラフィック、建築という言い方をしていますが、実際はそんな単純ではなくて、それぞれにそこからはみだしていくような、あいまいに滲み出ていくようなお仕事をなさっているように思います。こうした動きというのは不安を喚起したりするのですが、そうではなくて魅力になっている。やはりぶれない核があるということだと思えます。

## ■専門家として提案

吉野 二つ目の話題にいきたいと思います。受け手はどう考えていくか。一口に受け手といっても、先ほどもちよつといいましたが、注文を受けて制作したら、注文主の方、クライアントさんですね、それが個人の方であればたった一人なわけです。でも、たとえばその洋服を着て人と会ったり、町を歩いたりすれば、それを見る人は不特定多数のたくさんの人。受け手をどういう水準で捉えるかということはありますが、受け手をどう設定していくか、あるいは受け手に何を届けようとしているかといったことについてお話しただければと思います。

手嶋 僕の場合、発表でも三つに分けてしまっていますけれども、直接的な受け手として、あんまり不特定多数の人を相手になんかというよりは、たしかに思っています。受け手としては、その人が喜んでいて顔が見たいなという思いが非常にあります。ただ、谷中でやっている、町並みとか、谷中のホッとするような環境を育てていきたいなという、その対象者は谷中の人だったりとか、谷中を訪れる人たちであったりと広がりを持つので、そこで、自分でどういうふうに伝えていかうかというのは、ちよつと違ってくと感



手嶋尚人さん

じています。

そのときに、谷中での自由と文化みたいな話をちよつとしましたが、谷中で育ってきたガイドラインみたいなことをつくっていく、デザインを制御するのが、建築や都市計画の世界では当然のようにいわれています。ただ、それをやってしまえば全部同じというのか、それに則ってつくってほしいというの、何かちよつと違うかな。自分もつと自由につくってほしいという気持ちもあつて、そこら辺がすごい悩みです。

吉野 そこは難しいところなんですね。住宅をつくって喜んでくれる顔を見たい、それはよく分かります。ただ、ドアにするか引き戸にするかによってコミュニケーションの仕掛けづくりなんかができるので、そうするとその注文主の方だけではなくて、地域の人たちとのコミュニケーションのありようを仕掛けることもできる。このあたりについてはどうでしょう。

手嶋 施主のひと話を聞いて、きちんと長く聞いていると、最初は気がついていないのですが、だんだんその意味を分かってくる。引き戸の話でも、谷中という土地柄だと、「やっぱりそれは引き戸のほうがいいんじゃないですか」というようなことを、施主としてはすぐ思いつかないことを、そこら辺は専門家としての役割として…。

吉野 提案していく。

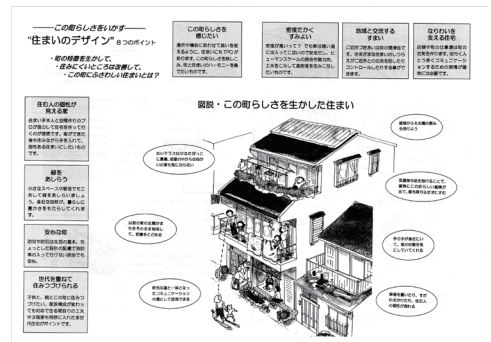
手嶋 提案をしていくところ、もちろん納得してもらわないとやれるわけじゃないのですけれども。その土地の文化ということや日本の生活スタイルという話をしていくことはもちろんあつて、それが世の中にも、特に谷中では、その文化という意味が広がってほしいなというふうに思いますね。

吉野 注文主の方に提案していく場合、提案を受け入れてもらわないと実践できない。その場合、もし受け

入れられなかったらとか、受け入れてもらうためにこういう戦略で提案しよう、プレゼンしようとか、その辺はかなり考えるのですか。

手嶋 そういう話を受け入れられなかったことはない、施主として比較的そういう人が来てくれるというところもあるのだと思うのですけれどもね。まあ、そんな仕事も多くないし(笑)。施主には、まず来たときに自分がつくったものを見てもらうことにしています。こちらのつくる方向性というのを理解した上じゃないと、施主にはなつてもらえないというのがあります。それで一旦なればそこで、施主がデザイン的な思い込みといった失礼かもしれないけれども、こうしたいというものがあつても、あなたにとつて本当にいいのですかという問いかけをすることによって、変わってもらえることが多いです。

吉野 伊東さんや樋口さんもそうだと思いますが、まず注文をいただくときに向こうから選んでもらっているというのがあつた。この人だからこの仕事を頼もうというのがある。つまり、そこで信頼関係ができています。



この町らしさを生かした住まいについての冊子 (p12 参照)。



だから、その後いろいろと提案をしたとしても、それは割とすんなり受け入れられることが多いということなのかもしれませんね。

#### ■添わせる作業

吉野 伊東さんはどうですか、受け手との関係について。

伊東 オーダーというところと誤解されるところが多いです、オーダーをしたいお客さまは基本わがままなので。体が大きくなってしまつて昔の服は一つも着られないけれど、私に合う服が欲しい。世の中には売っていない。でも、こういうデザインで、こういう形にしてほしい。昔あるとき、私はきれいだつたはずだから、あのとときの服をもう一度つくつてほしい」という、かなりむちゃなオーダーとかがあるんです(笑)。オーダーというのは、もちろん注文者の体形、ライフスタイル、どこに着ていくかということなどを伺つてからつくりますので、かなりそちらの意向に合わせるといふか、こちらが合わせていく作業でもあります。その方がどういう方をプライベートまで含めて想像したり、あるいは理解していかないと、ちよつと難しかったりします。いろいろ失敗もありました。あまりにお客さまの意向が変わるので、何度つくつても納得してもらえないとか。あとは、どういうものを欲しいのか実は分かつていらつしやらないというようなこともあります。マッチングがいいと長くリピートをしていただけるのですが、難しいお客さまの中にはいらつしやいました。

吉野 伊東さんのようなお仕事をしている人がいるということを知っている人って、それほど多くないのではないかと思うんですよ。例えば建築家とかグラフィックデザイナーというと、おそらく世の中の人は全員

知っている。普通の人という大変ですが、どうやって伊東さんのところにたどり着くのですか。

伊東 あまりないですよ、実はやっている人も。縫製だけしてくれるところはあつても、デザインからするというの実は世の中にあまりなくて、セミオーダーやイーजीオーダーだったり、ドレスだけシャツだけの専門店とかありますが、何でもつくりますというのはあんまりなくて、衣装はつくりますというのはありますが。その辺が理解されていないところも多いので、こちらのプレゼンというか、その特徴を活かす努力をしなければいけない思っています。

吉野 では、実際にはどうやって…。

伊東 黄金町のスタジオにいと、雑誌や新聞などの取材が多いので、それを見ていらつしやる方が多いです。そうして載ると、分かつて来てくださる方が多いです。後は通りすがりに、ああ、オーダーをやっているんだと思つて来る方もいらつしやいます。ただ、黄金町は場所柄、あんまりこういうことに興味ある人が少ないので、「そこで損している」というのはよくわれます。

#### ■人の役に立つ作品

吉野 では、樋口さん、お願いします。

樋口 やつぱり一番のモチベーションが上がるのは、きれいな事に思われるかもしれないですが、人の役に立つデザインでしょうか。格好いいデザインができるよりは、デザインしたもので人が幸せになる方が嬉しい。デザインという仕事は、デザイナー側と、クライアント側と、あと消費者側という三つの側面で成り立っています。人の役に立つというのは、平等にみんなが幸せになることだと思うのです。デザイナーだけが幸せじゃだめだし、企業だけが幸せでもだめだし、消費者

だけが幸せでもだめで、それぞれが幸せになれる方法が大事なのではないかと。

吉野 でもそれは、きれいな事とか正論ではなくて、表現していく上での一番の基本だし、何をやるとしても忘れてはいけないことなのではないかなあ。役に立つというのはいろんな面があるとは思いますが…。

樋口 ええ。芸術家とか、デザイナーという人たちが奇抜だったり、世の中で浮いているというイメージがあると思うのですが、本当は一番人の痛みとか、シンパシーを感じる人がいいデザイナーなんじゃないのかなと思つています。表現者も同じです。そうじゃないと、やつぱり人に伝わるデザインというのはできないですよ。

吉野 関連して少し私の考えをいうと、まあいろいろな機会にいつているのですが、短歌というのは人の痛



横浜歌人会では3回目のシンポジウム。  
会員以外の方のご参加も多くありました。

みや悲しみを掬う／救う器である、短歌をそう考えないと短歌をつくってはいけないのではないかと思うんです。痛みや悲しみというと、情緒的、表層的と思われるかもしれませんが、人としての、なんといふかな、なかなかうまくいえないのですが、深くにある、そういうところへ響いていくような作品でないといけない意味がないのではないか。五七五七七、短歌は非常に小さいものだけど、その一首で人の痛みや悲しみが救われていく、そもそもそういう何かがあると思っています。

樋口 加茂錦のお酒の仕事についていえば、僕がもし、



加茂錦酒造の米袋のお酒と祝酒（p4 参照）。



デザインを受ける場合は、お酒がおいしくなかったらやらないんですよ。消費者が買っておいしいと思ってもらうものじゃないとデザインした目的がないと思うので。お金だけもらえるから、デザインするという選択肢は僕の中にはないですね。

吉野 先ほどのお話の中で、グラフィックデザイナーが近代以降登場して、それまでは云々というお話がありました。樋口さんは近代以前のデザイン、そのころはデザインという概念はなかったのかもしれないけれど、そういうものを大切にしている。一方で、グラフィックデザイナーを名乗ることも引き受けている。このあたりについて、もう少しお考えをお話しいただけますか。

樋口 もし、いまデザイナーがいなかったら、またあるいは建築家とかファッションデザイナーがいなかったら、もつと悲惨な状況になると思っています。近代化してしまつたら、誰かがそういう役割を担わなければいけない。その際にデザイナーのエゴを押し付けるのではなくて、巨視的に何が大事かということをきちんと判断していかなければならない。民藝的に良質の伝統を受け継いでいくこともデザイナーの仕事です。デザイナーがもしデザインするのであれば、前提条件として、そういうことを考えて、デザインするべきだと思います。

#### ■誠実さと責任

吉野 では続けて三つ目の話題にいきたいと思います。社会との関係は、今のお話だと社会そのものが近代になつていくわけですから、その中でデザイナーはデザイナーとして役割を果たしていかなければいけないわけです。デザイナーが、あるいは表現というものが、今あるいはこれからの社会に対して何をしていく

べきなのか、あるいは何ができるのか。

樋口 デザイナーは誠実であるというのが、一番僕は大事だと思っています。誠実で、社会に対してどういう影響力を持つか考えることが重要です。僕としてはなるべく世の中がよくなつていくことを心がけてやっています。自分の仕事は広告をあまりやらないですよ。なぜなら広告ってメディアとしてちょっと無責任な部分があるので。例えば、多国籍企業の広告の場合エリアが巨大なので、それがどこまで影響力があつて、人に何を伝えるかということとは分かります。このことです。多国籍企業が発展途上国の人々を搾取したり、虐げたりするという面があるかもしれない。そういう広告をやるとしたら、よくない部分に活動することになります。責任を持てる範囲内で誠実に活動していくということが大事なのではないでしょうか。

吉野 姿勢とか態度としては誠実であること、あるいは責任の持てる範囲で仕事をしていくということ。では、こうした姿勢や態度で、社会に対して何が実現できるのか。

樋口 ケース・バイ・ケースなので一言ではいいづらいですが、いまやっている日本酒の仕事だったら、歴史的背景があることはたぶん伝えないといけない



樋口賢太郎さん



ですね。良質な伝統的な文化を、商品を通して伝えていかないといけない。現代の人だけでなく未来へも伝えていく役目があると思います。それが例えば歴史的背景が必要ないIT企業のロゴマークをつくるということであれば、別のことを伝えることが大事になってきます。何をするのかというのは、案件によって変わってくると思います。

吉野 なるほど、確かにそうですね。ありがとうございます。では、伊東さん。

伊東 全く私、逆だと思っていました、世の中に対して、私自身は本当に無駄なことをしているんじゃないかと。今、世の中にファッションは溢れていまして、ファストファッションといわれるユニクロやギャップなど、ものすごく安くて手軽に買えて、毎日取り換えられる服というのはたくさんあります。なので、私がやっていることは、むしろ無駄ではないかと思えます。ただ、アーティストとして誰もやらないことをやりたいたいというのはあります。その無駄をすることが人間には必要なのかも知れません。ただ、つくることに對して責任は取らなくてはいけないと思います。黄金町でよくアーティストたちと「アートでまちづくりはできるのか」と議論になったりするのですが、そうすると「そんなことは絶対、無駄だ。アートをまちづくりに利用するな」という人もいれば、逆に「アーティストというのは何かを表現できる以上、そこには絶対的な社会的責任があつて意味がある」という人もいるんですね。私はどっちかという、後者のほうがおもしろいなと思います。何かを表現するというのは、しかも、それを大きな声でいうのなら、大きな責任を取らなければいけないことであつて、その覚悟がないなら表現してはいけないんじゃないかなと。

吉野 無駄というのは、伊東さん自身の人生で無駄な

のか、社会にとって無駄なのか。誰にとって、あるいは何にとつて無駄なのでしょう。

伊東 自分にとつては無駄とは思わないのですが、何か無駄じゃないかなということが、結構、判断基準になっていたりしますね。

吉野 社会で。

伊東 これをつくったときに、欲しいという人がいるかいないかと思つたときに、これを私がつくりたいと思つたということは、どこかの誰かがそれをおもしろいと思ってくれるかもしれないというような気持ちもあります。

吉野 例えば、さきほどのあいう…。

伊東 ちょっとやりすぎてしまつたということのほうがかえつて面白かったり、結果を生んだりします。現代美術は本当に幅が広くて、いろんな表現をする若い作家がいっぱいいるのですが、本当にとんでもないことを考えている作家もいて、中には反社会的なことを考える若い人もいます。ただ、アーティストの責任というのはそういうことじゃないと思うし、だとしたら、「ビン・ラーディンは偉大なアーティストだ」とかいかねないですから。そういうことも含めて、何を表現の基準にするかというのは大事なことだと思います。

#### ■人を育てる表現

手嶋 建築の場合は、かなり影響力がある世界だとは思つのですが、建築においては文化の面と技術の面の両方あると思いますが、最近は技術の面が、耐震偽装問題以降、特に安全への信頼が失われ耐震の問題だとかがメインになり語られることが多くなつてきて、建築の文化という面が社会の中になくなつてきている。やっぱりまずいなというふうに思つていて、そ

れまでの日常の当たり前の家、日本の文化の中で生まれて来た家がつくられていくというのができなくなつていくというのが非常に問題で、そこら辺を発信していかねばいけない。それは建築をつくることでやれるのか、違う方向なのかはいろいろあるかと思うのですが、重要なことのひとつだと思っています。

あと一つは、アートプロジェクトやまちづくりに関わつたり、大学にいて感じていることですが、表現、アートというのは、人も育てているな、育てるものだなと考えています。それはさっきいった主体性だったりとか、自主性だったりとかという問題とも関連するのですが、今の学生を見ていても何というか、情けなくなつてきているのですけれども、自分で動かない連中が多くて。もうこれで日本は大丈夫なのかと思います。それを動かすようになるのが、小さいときからの、幼児教育、小学校教育の中で、表現教育だと思います。それは必ずしもアート系の表現じゃなくてもいいのだと思うのですが、体験的であり主体的や自発的なことが重要です。表現ということが、やはり人間を育てるのに必要なものではないかなと、それをもつと文科省は考えてほしいな(笑)、という思いがあります。

吉野 手嶋さんは表現をする学生を教えておられます



吉野裕之さん



文芸以外の分野の方々をお招きしてのシンポジウム。  
短歌と共通するお話もあり、また新鮮なお話もあり、  
とても楽しいひとときでした。

が、私はある大学でコミュニティアートという科目を受け持っていて、伊東さんや今の手嶋さんのお話にもありましたが、表現活動をコミュニティでどのように活かすかということを考えていく科目です。しかし、大学生になっても、アートとか表現というものを分かっていない学生がほとんどなんです。小学校や中学校で図工とか美術とかの時間があるのに、アートとか表現というものを理解しないまま大学に来る。それはとても驚きです。日本はどうなってしまうのだろう、という思いは私も持ちます。やはり学校という制度の中では限界があつて、皆さんもぜひ、家でお子さんやお孫さんにいろんなものに触れさせてあげてほしいなあ、と思います。手嶋さんがいわれる人を育てるということも、こうしたところからやっていかないと…。このままだと、日本は文化という面で壊滅的な方向に

行くのではないかと、思うんです。

手嶋 この間聞いて驚いたのですが、絵を教えるのに、何か人の顔の描き方などが何とか式とか、あるらしいのですよね。要は小学校の先生が、図工の専門家ではないので。

吉野 ああ、そうなんですか。

手嶋 美術がよく分からない先生でも、図工を教えて絵も教えるんです。そのときに教え方が分からないというので、マニュアルを先生がもらつて、その通りに教えるという。もう表現じゃないよという世界ですね、それは。そういう状態になってしまっているのが学校教育の現状です。それに、小学校の先生になるために、そうした大学では図工、美術教育をやるのですが、小学校で教えられる方法を教えているのですね。表現を教えているのではなくて。どうしたら美術の授業が成り立つようにやるかの方法を教える、教育法を教えるということになってしまっているから。そういう先生が小学校で教えているなら、僕自身は子どもはいないのですが、いたら絶対、ほかに通わせるだろうなと思います。

吉野 学校を批判することが目的ではありませんが、表現というものの本質を考える上で重要な話題だと思います。表現というものはわれわれの日常の中にあつて、日常からいろんなものを得て表現していく。つまり、というより、そして、かもしれないが、表現というものとは日常の中に普通になければいけないのではないかと。漠然としています、そんなことを思います。

時間になってしまいました。私の進行の不幸で四つ目の話題については十分なお話をお聞きできませんでしたが、参加された皆さんがお家や仕事場に持ち帰って、それぞれにお考えいただけましたら幸いです。どうもありがとうございました。

#### ●シンポジウムのあとに

謙虚さと傲慢さ。シンポジストの三人は、この二つを同時に持っている、そんな魅力的な人たちだ。謙虚さ。それは、生の現場に寄り添うことだろう。傲慢さ。それは、信念に由来するものだろう。つまり、自然体ということ。

三人の表現は、とても平明だ。当たり前のことを当たり前に。オーソドックスであることはとてもカッコいい、と確信する。

とはいえ、三人は分かりにくくもある。服飾。グラフィック。建築。タイトルにこんなキーワードを並べてみたが、それは、分かりやすいと錯覚させるための方便に過ぎない。

私たちは、ジャンルを信じている。大切なのは、おそらく分けることではない。越境したり架橋したりすること。あるいは帰っていくこと。そして、問い続けていくこと。

とても有意義な時間だった。三人に心から感謝したい。(Y)

#### 横浜歌人会会報第一〇五号

発行日 二〇一三年四月三十日

編集人 長野 義和

発行人 千々和久幸

発行所 横浜歌人会

URL <http://yokohama-kk.art.coccan.jp/>

振替口座 00200-5-77630

制作 アトリエ云／印刷 野崎印刷紙器株式会社

このファイルはホームページ配布版のため、奥付の内容が印刷版のものとは異なります。