

Adesso

2018

December

12

特集：海を渡る日本の伝統工芸

〈世界遺産シリーズ：エディンバラの旧市街と新市街〉





特集

京表具の「弘誠堂」の田中善茂氏(下)とパリのインテリアデザイナー「Studio Saint Antoine」がコラボレーションした屏風。

海を渡る日本の伝統工芸

「クールジャパン戦略」のもと、日本の伝統工芸を世界に発信する動きが活発化するなか、海外のデザイナーと日本の職人やメーカーとのコラボレーションが増えている。日本独特の美意識や伝統的な技術を生かした、斬新な意匠や機能美を備えたプロダクトの数々。そのムーブメントの本質とは……。

文／澁川祐子

写真提供・取材協力／株式会社TCI 研究所

**表具の技術が
和モダンのインテリアに**

和紙に本金箔ほんきんぱくと金砂子きんすなごをあしらった、濃淡が華やかでありながら荘厳な佇まいの屏風(写真上)。裏側は一転、布に杉のフレームを組み合わせた大胆な造り。光を受けると、フレームの模様が幻想的に浮かび上がる。

リバーシブルで使える斬新な屏風は、京都市とパリ市との共同事業「Kyoto Contemporary」から誕生した。Kyoto Contemporaryは、京都の職人とパリの若手デザイナーが組んで、海外のニーズに合った商品を開発し、販路を開拓するために2012年にスタート。パリの若手クリエイターを育成するインキユーベーションセンター「アトリエ・ド・パリ」に所属するデザイナーと、京都の職人をマッチングさせ、1年かけて開発に取り組む。発表の場は、パリで開かれる欧州最大級のデザイン国際見本市「メゾン・エ・オブジ

エ」。毎年8〜10作品を発表し、好評を博してきた。

この屏風は2016年に発表されたもの。制作にあたったのは、京表具の「弘誠堂」とパリの気鋭のインテリアデザイナー2人による「Studio Saint Antoine」だ。表具とは、絵画や書などに紙や布を貼り合わせ、掛け軸や巻物、襖などに仕立てること。弘誠堂二代目の田中善茂は、和紙を何重にも貼り合わせる熟練の技を生かし、古美術絵画や寺院の仏画など貴重な作品の修復を数多く手がけてきた。その伝統技術が、パリのデザインセン

スと出会い、現代の居住空間を彩るインテリアとしての屏風へと変貌を遂げたのだ。

織物から木工まで 進む海外との協業

近年、こうした日本の伝統工芸と海外デザイナーとのコラボレーションは全国各地で盛んだ。

たとえば、岩手県「Art and Textile Workshop」の舞良雅子は、ホームスパン(家庭home)で紡がれた(spun)を意味する英国発祥の毛織物)の技術を継承しつつ独自のテキスタイル作りをする作家で、デンマークのデザイナー、セシリエ・マンツと協働した。日本では明治時代からつくられてきたホームスパン。通常は厚みがあり、服地やマフラーなどのファッションを中心に使われるが、職人の高い染めと織の技術によって薄くふんわりとした大判に仕立て、インテリア製品へとフィールドを広げた。また、福井県鯖江市の越前漆器の老舗「関坂漆器」は、ロンド



上/岩手県の「Art and Textile Workshop」と、デンマークのセシリエ・マンツが協働したホームスパン。

下/福井県の「関坂漆器」と、ロンドンのデザインスタジオ「Industrial Facility」による多目的容器「Store」。ABS樹脂の素地にウレタン塗装。

(写真上下とも:大谷宗平・ナカサアンドパートナーズ)

ンのデザインスタジオ「Industrial Facility」と共に、伝統的なお椀の形状から着想した多目的容器「Store」をリリース。漆を彷彿とさせる朱や黒に加えてスモークキーな色展開で現代のライフスタイルに合うプロダクトが誕生した。

これらは、ともに2011年設立の「ジャパנקリエイティブ」のプロジェクト。日本の美意識を支えるものづくりの価値を見据え、様々な活動を通じて国内外に発信している。

一方、一人のデザイナーが横断的に一つの産地のデザインに取り組んだプロジェクトもある。

「Blue2@Tokushima(ブルーブル・徳島)」だ。

徳島県が誇る阿波藍とLEDという「青」にまつわる新旧の技術と、地元の木工、金属加工の技術を合わせた製品を開発。デザインを担ったのは、ドイツのプロダクトデザイナー、ウォルフ・ワグナーだ。地元ヒノキを藍で染め、パーツに用いた木製ツールボックスなど、藍色をアクセントにした統一感のあるラインアップが魅力だ。

ではなぜ今、伝統工芸の世界では海外との協業が進んでいるのだろうか。

昨年のデザイン国際見本市「メゾン・エ・オブジェ」の様子。「Kyoto contemporary」のブース。



「ブルーブルー徳島」のブースの展示風景。

現地の声を聞いて 変化を恐れない

背景には、伝統工芸の衰退に対する危機感がある。人口減少社会に突入するなか、もはや国内だけで明るい未来を描くことは難しい。そこで日本の伝統工芸の魅力の世界に広めようと、海外市場に挑戦する職人や企業が増えているのだ。

幸い「日本の職人技はリスベクトされており、日本の職人と仕事をしたいというデザイナーは多いです」とKyoto Contemporaryのデザイナーの西堀耕にしほりこう



徳島県の阿波藍と地元の木工、金属加工の技術をかけ合わせた木製ツールボックス。ドイツのデザイナー、ウォルフ・ワーグナーが監修した。

Kyoto Contemporary の 商品ができあがるまで

デザイナー、職人とも公募で決定。日本でワークショップを開催し、デザイナーたちは職人たちのプレゼンテーションを聞き、提案書を作成する。それを精査してマッチングした後は、デザイナーが工房を訪ね、具体的な案を検討。半年ほどで試作品を作り、プロデューサーやバイヤーなどの意見を聞きながら、完成品へとブラッシュアップしていく。

職人は3回まで応募可能で、屏風を制作した弘誠堂は2018年、家具デザイナーとして注目を集めるフランス人女性のエリス・フウィンと組み照明器具を制作。落ち着いた雰囲気、落ち着いた霧囲気の屏風とは打って変わって、和紙とシルク生地を貼り合わせたカラフルでモダンな照明器具をつくりあげた。

2018年で職人支援のフェーズを終え、以降は京都とパリの個人の工芸作家を引き合わせて支援していく予定だ。



弘誠堂は2018年、エリス・フウィン(右)と組み照明器具を制作。

太郎氏は語る。自身も160年続く京和傘店「日吉屋」5代目として、2006年に和傘の技術を応用したランプシェードを発売。現在15ヶ国に展開する経験をもとに、TCI研究所を設立し、伝統工芸の海外展開の支援を行っている。

成功には「現地のニーズを汲み取ることが重要」と西堀氏。「そのまま海外に持つていって『日本の伝統技術はこんなに優れているんです』とアピールしてもあまり理解されません。また、単に海外のデザイナーと組めばいいわけでもありません。

大切なのは、現地のバイヤーの声やマーケット情報を取り入れること。そのうえでコストなども考慮しながら、日本の素材、技術を生かした商品を考える。グローバルに展開しつつ現地のライフスタイルに合わせてアレンジする『グローバルローカルイズ』の視点が欠かせません」

今、欧米では消費の動向に変化が起きている。かつてのよう大量生産・大量消費ではなく、「ナチュラル」「アップサイクリング」「クラフトマンシップ」に則のつとったものを求める傾向にある。アップサイクリングとは、

リサイクルとは異なり、より高価値の製品を生み出す持続可能なものづくりのことを指す。現地のニーズに合ったチューニングさえできれば、日本の伝統工芸はまさに求められているものになり得るのだ。

「伝統は革新の連続」と西堀氏は言う。海外と協業することで、自分たちでは気づかなかったよさに気づき、ものづくりにフィードバックされる。そうして時代や地域に合わせて変化することが、実は伝統技術を守る未来につながるっているのだ。