

デザイン・ブームをどう思う？

- ① デザイン・ブームといわれるくらいデザインが世の関心事になってきましたが、こういう現象をどう思われますか？ 特に、生活の実際とデザインの必要性や、あるいは、電車、バス、自動車等の乗物や、広告塔、ネオン等のデザインをどうお考えになりますか？
- ② デザインを振興するにはどんな方法がよいでしょうか？ 海外では国策としてデザイン運動をとりあげているところもあるようですが。
- ③ デザインがよくて買ってしまったといったもの、あるいは買いたい意欲のおきたものがあるでしょうか？ 内外製品を問いません。
- ④ デザイナーへの希望、御意見がありましたら。

“一つの感想”

新井 静一郎

デザイン・ブームというのは、いやな言葉である。私もこの流行語を文章の中に何度か使ってはきたが、その度に、何とかこの言葉をなくせないものかと、考えずにはいられなかった。

デザインというものがジャーナリズムの話題となり、世間から多少とも、もてはやされるようになったのは、この三、四年のことである。その短い期間にデザインへの関心度がこれだけ高まり、デザイナーの地位や待遇が一部の人達にとっては見違えるばかりに高くなってきた事実を、表面的にだけ見るならば、デザイン・ブームという言葉は誠に適切だと思えるかも知れない。

しかし言うまでもなく、デザインの重要性がここまで認められてきたのには、長い期間にわたる関係者の営々たる努力が裏付けられている。ブームなどという一時的現象として片付けられてしまうのは忍び難いことだし、やっと辿りついた当然の立場が、すぐにもひっくり返るのを待たれているような、いやな気持ちがしないでもない。

短期間の急激な上昇であるだけに、当然の報酬とは考えられない、まぐれ当りといえる面も確かにあるだろう。夢ではないかと頬べたをつねってみるような無邪気なデザイナーはないだろうか、果してこれでよいのかと反省をしている人もいるに相違ない。また実質以上に自分を買いかぶって、いよいよそっくり返っている人もないことはないだろう。

ともかく私の知るデザイナー諸氏の中には、この急激な変化に対処してよく腰を据えているとはいいがたい人も多いのである。ブームとは思っていないにしても、情勢の中に唯浮かれていて、うたかたの終末を自分で促進しているとしか考えられない人達も、一部には確かにいるのではあるまいか。

私の割合によく知っている商業デザイナーの中にも、漸次仕事の幅を広げてきて、従来の平面デザインから例えばネオン広告塔のような立体的総合的なデザインへと進出を志し、すでにいくつかのよい仕事を手がけてきている人もある。中には謙虚に努力して、今までになかった発見と驚きとを素直に表現して、新しい成功を収めたものもあるが、未知の材質や機能に手もなく組み伏せられてみじめな敗北を喫した例もないではない。

デザイナーが今まで手がけなかった仕事に進出した、その中から新しい美を発見しようと野心をもつことは大いに奨励しなければならないが、それがブーム的な気運に簡単に乗せられた、極めて表面的なものであったとしたら、その結果の及ぼす悪影響はその人だけに止まらないのである。

デザイン・ブームという言葉を払拭することが、これからのデザインの立場を着実に高める方法であることを私は確信するようになってきている。——日本電報通信社宣伝技術部長

“二つの啓蒙運動”

伊原 宇三郎

工芸デザインや商業デザインが新しい運動を展開し始めたのはここ数年のこととみるが、社会の関心も高まり、優秀な作家は各々その地位を固めて活躍し、今後進むべき方向も一応定まったかに見える。——が、驟って一たび今の日本、この醜と陋とに満ち充ち、それに情ないぐらい慣れ切ってしまった日本人を思うとき、世界性とは言い難、日本とは全く異ったフランスあたりで生れた新運動や流行を多分に参考にした活動の始まったことだけで簡単に楽観していいものかどうか。一部の少数者だけでなく、これが多数の日本人の滋養になるまで、これを考えると、これはなかなか大変なことである。

つまり、今の日本という悪条件そのままの下では、いたずらに騒音を増し、混乱を加えるのみであるから、まずもって思いきった清掃と整理とが一方で強く行われねばならぬと私は思うのである。

今の日本の弱点と欠点、例えば、無残に亡びゆく伝統、明治以降未だ解決のついてない和洋の折衷、敗戦による美への音痴と不感症、審美的には下級なアメリカ趣味の模倣の氾濫、民族的クリマの喪失等、もし一部の健気な明るい新運動でもなければ、これでは完全な絶望である。

私は、私のある程度広い見聞から見て、日本の都市位うす汚い都会は世界中にないと思う。東洋の大陸や南方でも、貧富の差こそあれ、何処でも民族や伝統を見失っておらず、それぞれ何か一つの統一をもっていることに思い当る。東京では一歩家を出ると、俗悪なポスターと看板の氾濫、電車やバスや広告塔やネオンの色、選りに選って何とも情ない色と形ばかりで、これが美術園をもって任じ、夥しい現代作家を擁している日本であっているのであらうか。また、私達美術家はそういう点で社会的にお役にたつところがなくていいのであろうかと考えずにはおられない。

個々の作家の個人的活動というものは存外微弱なものであるから、社会を良くする運動としては是非とも大きな力が集結したものにやらねばならない。——それについて私は二つの私案をもっている。その一つは、単なる批評でなく、背後に強力な制裁力をもった、丁度バリの都市美委員会のような権威の集団機関を設けて、見るに堪えないものを片端からピンピンやつつける。今一つはその反対に、美術家やデザイナーが集まって、社会的にお役にたつ機関を設立することで、例えば、企画に対する意見、できたデザインや品物の批評、新しい考案や助言など、美術家の頭脳を必要とするとき、喜んで広くからの相談に応じる機関、この場合個人的な制作注文は別とする。実は美術家連盟では数年前からこれを実施しているが、宣伝をあまりしないので利用者が割に少ない。——この剛と柔両様の組織ができると存外面白いのではないかと思う。とに角、今のこの救い難い混乱と、不愉快なドギツイ色の氾濫と、必然性のない形の過剰、これだけは早く何とか整理しなければ、どんないい運動にも日本はその機土になり得ない。

私はことごとくにフランスを思い出す。絵画と彫刻と工芸と、建築も文学も音楽も一つものにスクラムを組んで渾然たるフランスの現代文化を押し出しており、どんな安物の日常用具にもつまらぬレーベルにも一元的な香気が溢れている。私は同じ美術家仲間であって、デザインの良さに惚れて、若い工芸家の集団プリマヴェラの同人の作品を無理して幾つも買って来た。が、そんな経験を私は日本ではまだもっていないし、ネクタイ一本の物色に

も草臥れさせられる。何と言っても一般的には根の浅い必然性の貧困は蔽い難いが、しかし、今の優秀な作家群の年齢層を考えると、十分明るい将来が約束できると思うので、ここ暫くは温い眼で見護ることが必要であろう。——画家

“design boom”

宇留河 泰 昌

• design boom

近頃とかく design boom という声をききます。design とは、すなわち designer、そしてデザイナアといえは、婦人流行服製作家のジノムとしか受けとらないわが国では、その意味ではあるいはブームというに値しているかもしれません。

それがもし industrial または commercial art に関係あるデザイナアの活動を称して、そのように呼ぶものとすれば、残念ながらまことにそそっかしい話です。

デザインの考慮なしには物の形を考えることはできないという分りきった観点からすれば、もともと何かしらデザインする人はいたわけですが、今日には今日の design があり、したがって今日われわれの生活に必要ないろいろな製品は、果してよく近代デザインあるいは good design の成果であるか、どうかそこに問題があるのだと思います。そうしてその中の優れたデザイナア達の活動がようやく活発になろうとする時、すでにしてブーム呼ばわり——世評もいじけると、こういうこわいことになってきます。デザイナアが盛大に歓迎されるときは、それはブームというような俄景気ではない筈です。

• 生活の実際とデザイン

現代世界の生活様式は、好むと好まざるとにかかわらず、一律に相当の速力で、世界共通の様式に向ってゆくようです。したがって世界中の民衆が好ましいと思ひ美しいと感じ一緒に暮しいいと考えるデザインのものを迎えるようになってゆきます。その中で民族的ノスタルジアが香りを放ち、エキゾチズムが花開いて、何かと話の種になっています。

わが国の現状もその通りだと思います。そこに近代のデザインが歓迎される所以があります。従来のものの欠くべからざる必然の適性はこれを尊重し、今日のエスプリを適確につかみ、次々に現われる新しい材料と進歩する技術に通暁したデザイナアのデザインは、事実わが国の人々に実に素直に歓迎されているはずで

はるかな遠い将来には“ニッポン的”というものはなくなり、これをエキゾチックには受けとってくれない時代がくるような予感しますが、まだまだ少くとも1世紀位はこの世界共通と地域の特異とがいろんな具合に混りあう時代が続くでしょう。こういう現代はしかし面白

い時代です。デザイナーがようやく思いきって活動できる時代だと思います。

- ・デザイン振興の方法いくつか
 - * 国策も大いによいと思います。ただ、政府は財政面の援助をするだけで、政府としての容喙は一切これをしないという条件ならば、このプランはたてられます。
 - * 優れたデザイナーが、常に細いものにまで目を光らせて新聞には写真入りで、その他テレビ、ラジオを通じて毎日克明な批評をする、これは一面デザイナーの勉強になり一面生産者の勉強にもなるものです。
 - * 海外との交流を盛んにして、海外の優良製品の紹介は全国的に拡く絶えまなくゆきわたるようにするのも必要です。これは模倣盗用を一掃し what is good design の直接教育になるからです。
 - * つまるところは、政治・経済・科学・文化の影響によるのですから、世界中がもっと仲よくなってくれることです。これをいってはお終いかも知れませんが……。
- 商業デザイナー、日宣美会員

“デザインの振興ということ” 斎藤豊人

私はデザインそのものについては全くの素人です。特に工業デザインについては、なおさらです。ただ私どもの毎日新聞社で“新日本工業デザイン振興運動”を提唱することになり、その運動に第1回目(1953年)から営業の面でタッチしていますので、その関係で工業デザイン界の権威者の方々のお世話になり、また課題スポンサーの勧誘という仕事を通していろいろの勉強をさせていただいた、いわゆる門前の小僧式の、何といいますが、まあデザインのシンパといったらいでしょうか。そういう私にとって、デザインに関して物を、それも工業デザインの専門中の専門誌である“工芸ニュース”に書くということは笑はとんでもないお門違いであり、かつ迷惑千万なことではありますが、それでは、この運動に3年間もたずさわっておりながら、何も感想がないのかといわれれば、それは大いにあるのであります。

まず第一に、この運動の成否を左右するところの課題スポンサーの勧誘ですが、これが一番むずかしく骨が折れるのであります。正直に言って第1回目はチンプンカンプンのうちに東京で4社、大阪で8社(大阪広告部・宮本副部長担当)の12社。第2回目は少し上手になって東京6社の大阪6社。終始、産業工業試験所の全面的な指示ならびに応援を受けましたが、特に1回目のときは剣持技術部長(現・意匠部長)に御足労ねがって一緒に歩いたこともあります。2回目は明石意匠課長と意気投合、すっかり仲良くなって二人でずいぶんアチコチ歩きました。東京で、私がこのように産業工業試験所の方々

のお世話になったように、大阪では宮本君が現在は廃止になっている当時の産業指導所大阪支所の八井所長に大変御足労をかけております。

今年は JIDA 理事長としての豊口克平氏にお世話になりましたが、デフレの影響はなほだしく、かつ諸設の事情もあって東京3社、大阪3社の6社と決定、近日紙上発表の運びになっております。その間いわゆる工芸品と間違えて話を進めたり、かと思うとデコレートすることだと思われたり、銀座を速く離れた三鷹の通研というむずかしい所へ音響博士を訪問してだんだん浮世離れがしたりなどなど、いろいろの裏話がありますが、それは別の機会に別の方法で述べるとして、今日、工業デザインの重要性については、どこの会社どこの商社でも、よく知っています。しかし協賛費30万円の出費という段になると、目の前の利益ということにスグに考える日本人の島国根性にわざわざいわれて、輸出の面から現在の日本にとって必要かくべからざる国家政策の最も重要なものの一つであるということが判っておりながら、もう一つ大きな企業家的将来への活眼が見開かれないのです。

貧乏な狭い国土に人口みちあふれて、人の物でも揃っ払わなければ生存してゆけないという国情であって見れば、これは無理なことかも知れませんが、大所高所から見て、利益を度外視しても賛助して下さるといふ奇妙なスポンサーの1社や2社くらいないものでしょうか。宣伝部門と技術乃至企画部門との摩擦、原料メーカーと施工メーカーのくいちがい、あるいはデザインを更新すべくあまりにも企業としての経済的循環といいますか、商品消化の面からみて現在の日本経済の基盤は弱いのです。しかし私は思う、弱みからこそデザインを採りあげて輸出の振興、貿易の興隆を図らねばならぬのではないのでしょうか。そのために、たとえば、スイスの観光政策、フランスの美術政策、イギリスの貿易政策というように、デザイン立国をもって一本筋金の通った国策とし、この国家的大命題を遂行するために官民の権威を網羅した一大“工業デザイン審議会”といったものを設立、強力にわが国のデザイン・ポリシーを打ち出す必要が大いにあるのではないのでしょうか。——毎日新聞(東京)広告部企画委員・工業デザイン係

“design”とは何か? まずそれから決めて下さい”

斎藤寅郎

今日ではそんな心配ももうなくなってしまったが、戦争前には腕達者なブリキ職に金を張り込んで仕事をさせると、よく飛んでもなく立派な(?)手のこんだ雨樋などを作ってくれたものである。その形は雨を流すために特に好都合であるわけでもなく、周囲との調和がなるほど

よくなった……と納得できる筋のものでもない。ただ矢鱈に腕を見せて呉れるので建築家は却って迷惑をした場合が少なかったようだ。

今日の designer にはこれと同じ例がいくらかもある。もともと、designer という言葉はなかなか生やさしいものではないと心得る。建築家が design をするときでも、またより精密な機械類を技術者が design するときでも、もしその物を形造る理論がはっきりと判っていて、designer の頭脳が一樣であり、要求が同一である場合には、答は決して飛び離れた形のものにはならない。勝れた頭脳をもった人が、問題を最もうまく処理して理論と要求との調和点に一番よい形を見出すのは当然のことだが、これとて甚だ突飛なものではありよう筈がない。

突飛な答えが出るのは、designer がものを弁えていない場合と、design されるものが何等の法則や要求にしばられていない場合に限るのであって、法則にしばられることの少ないものほど、また要求の範囲が狭いものほど形の決定は気楽であり、したがって意表に出る design も可能となるのだ……と私は心得ている。

この意味で建築の design は機械類の design よりも答の範囲が広がる。法則と要求との解釈の幅が広いので、その解釈如何で随分異った形も生れてくるわけだと思ふ。しかし、それとて出鱈目が通るわけのものではない。

またこんな場合もある。飛行機のようにできてからまだ半世紀を経たばかりというのに恐ろしく進歩をとげた種類の機械では、いつも鋭い要求ときわどい法則の間を縫って design するので、理論的に未解決の問題が次々と出てくる。この未解決点が非凡な designer の手にかかる一種のカンで、理論に先行する合理的な形となって実現され、これが逆に理論を発見する端緒となる場合がある。もちろん、これは出鱈目ではなくて、深い経験による鋭い洞察力の現われなのである。

近頃のように法則も知らず、要求そのものさえよく吟味しないで、ただよりどころのない視覚的 imagination だけで仕事をする人々を厳密な意味で designer といえるかどうか。とにかく designer が多すぎることは確かだと思ふ。

自動車はどうして動くか、どうすれば燃料消費量が少なくなるかも知らないで、自動車の図面を描く人、冷蔵庫に日本人は何を入れるのか、どうして冷えるのかも知らないで箱を造る人、ラジオの音がどうすればよくなるか、電着がどうすれば原音を再生するかも知らないでキャビネットを作る人、これらは決して designer とはいはない筈である。

要するに往年のブリキ職がハッピをアロハに着替えて現われた怪物にすぎないと私は解釈している。

椅子を作るのは家具屋、図案を描くのは図案家と決っていた昔の方がはっきりしていてわかりがよしい。もっとも宣伝業も新 designer の商売の内とあれば、聞く方でも手加減して聞くまでのことだ。——朝日新聞社英文日本編集長

“デザインとは？”

玉川喜代次

デザインという言葉は何を指すか。普通に使われる場合にはさ程気にもならないし、特別論議立てをする必要もないように見える。多くの場合こういった字句は、そのときどきに都合よく解釈されているようである。一般にデザインといえば、単なる紙上演画であるいわゆる図案の意味に使われる場合が多いが、意匠の考案、企画、工夫といった精神活動に属する idea として取扱われる場合も多いようである。またこれと別にその考案によって表現されたもの、すなわち実際の物の外観に表わされた有形物として取扱われる場合が非常に多い。こういった立場の相違については、平常はあまり問題とならないようであるが、デザインの保護の問題、特に侵害問題がおこったときは、そのいずれの立場をとるかによって、相当の喰い違いが現われるように思う。デザインが考案によってでき上ることは、誰も異論はあるまいが、われわれがこれを取扱う場合、視覚を通じて認識することのできる物の外観に、デザインが存すると考えることは、一番手近であり、一般的な考え方と思われる。工業所有権法においては、英米共にデザイン法が存在しており、今試みに米国デザイン法におけるデザインの解釈として、その手続便覧に述べているところを見ると、“*The design of an object consists of the visual characteristics or aspects displayed by the object. It is the appearance presented by the object which creates an impression, through the eye upon the mind of the observer...*”とあり、また英国デザイン法において、デザインの解釈としてあげられているところを見ると、“*‘Design’ means features of shape, configuration, pattern or ornament applied to an article by any industrial process or means, being features which in the finished article appeal to and are judged solely by the eye, but does not include a method or principle of construction or features of shape or configuration which are dictated solely by the function which the article to be made in that shape or configuration has to perform.*”とあって、デザインは物に即して考えられているようである。理窟張ったことはこの位にして、少し実際問題に入ろう。近頃デザイナーまたはその関係者は、口を開けばデザインの保護の問題、侵害の問題を述べられるので、私

共は恐縮している。怠慢をせめられているような気がするのである。ところで、その侵害が、実際に不当な場合は、全く御同情にたえないが、その程度の模倣は致し方がないのではあるまいかと思われるものもある。つまり独占欲が強過ぎて一寸戸まどいするわけである。あまりに広い権利が生ずるとすれば、かえって同業者がお互いかな縛りにあって動きがとれなくなり、産業が萎縮する場合も考えられるのである。話は少しそれるが、外国品のデザインの模倣は、明治時代から大正にかけて、日本のお家芸となっていた。わが国の輸出貿易の隆盛は、この辺に原因がひそんでいたようだ。昭和の始めにローマに開かれた著作権改訂会議において提案された“工業に應用される美術工芸品の保護に関する国際条約の加入”を日本が蹴ったのも、模倣を中止すれば、日本の貿易が成り立たなくなるというにあったようだ。現在から見れば全く笑止千万といわなければならない。しかし大戦後現在においても、英米からしばしばデザインの模倣盗用について、警告を受けている日本の現状については、新聞紙上で世人周知のことであり、遺憾にたえない。今後は是非とも日本独特のデザイン・オリジナリティーの発現こそ期待して止まないものである。最後に一例として米国のある方面から、われわれが受けた警告の一節を引用しよう。“パーカー・ジェハー万年筆会社が、その独特のデザインとマークで、広く世界的な認識と、消費者の好みをかち取るに至った努力は偉大なもので、数十年の年月と莫大な投資をかえりみることなく頑張ってきたからである”。——特許庁意匠課長

“デザイナーへの希望”

田中芳郎

デザインということがいわれ出すと、猫も杓子もデザインを振廻さなければ近代人の面子がたたないという勢いである。ピカソ展が開催されると東京中はピカソでもちぎり、真知子巻、ヘアパーン型また然り。銀座の昨今は、將に植民地風景である。これを日本の風格とってすましては、余程の度胸を必要とする。“何が彼等をそうさせたか”の議論はさて置くとして、街頭、交通機関等で見聞させられるおびただしい数の広告や、外国商品そっくりの生活器具のデザインに当面して、われわれは実際の生活からの遊離をつくづく考えさせられる。

私の憂鬱は、それらのデザインよりもむしろあまりにも商業主義に追従するデザイナーのあわれさに向けられているかも知れない。過日グロピウス教授が、東京の建築についての意見を求められたとき、同じような答をしていたことを想い出す。フォルムを創り出し、社会を美しくする筈の指導者は、もう少し反省とプライドをもっ

てよいのではないかと思う。古来日本人の外国崇拜感情は強いものがあるが、戦後のそれは多少常規を逸している。経済事情の窒息に苦しむ企業者が、この傾向を利用して購買心理をかきたてることに不思議はないが、ここで問題にしているのは、これに関与するデザイナーの良識とプライドについてのことである。言い換えれば、購買者、使用者に対しては、外国模倣デザインをこの辺で卒業して、われわれの生活の実際を考えた良識あるデザインを、また企業者に対しては、デザイナーのプライドをもって厳然と対して欲しいということである。デザイナーが社会に受け持つ責任は大きい。

ヒステリックな過渡期的症状から脱して、美しい日本の土にこそ、美しいデザインの花を咲かせる時期が、もうそろそろやって来てよい頃と思うのである。——東京芸術大学工芸計画科講師

“地ならしの必要”

中島健蔵

デザインがよくて買ってしまったもの、あるいは買いたい意欲のおきたものがあるでしょうか、という質問に対して、わたくしは、むしろ逆に、デザインが悪かったために買わなかったものという方がビントくと答えたい。

わたくしにとっては、無用なかざりがなによりも気にさわるのである。たとえば、革製品などで、わけのわからない図案が、カラオシにしてあると、とたんに買う気がなくなってしまふ。よほどいいデザインでなければ、むしろ、じゃまになるのである。

日本では、デザインのことを論じるためには、よほどの度胸がいると思う。すぐれたデザイナーがいることはよく知っているが、全体として、社会的には、言語道断なものが多いからである。いくらよいものができるといっても、たとえば町の中にある交通関係の塔など、がまんがならないものが、平然とたっているのだから、どうにもならないではないか。もっと困るのは、イミテーションである。少しいいと思うと、ほとんど同じものが外国にある。気はずかしくて、外国ではもって歩けないというニセモノぞろいでも閉口である。

日本人のデザインは、けっして悪くない。しかしそれは、あくまで少数であって、社会全体としては、全く絶望的である。

わたくしは、デザインの振興をいうよりも前に、悪いデザインの追放の方が大せつだと思ふ。何も外国を気にしないでいい。われわれの感覚でいいと思ふものは、やはりいいのである。外国人相手の安物のオミヤゲ屋など、実は日本人が使わないようなへんなデザインでみちている。それをよるこんで買うというかもしれないが、そういうのを相手にしていたのでは、いつまでも評判が

よくなるであろう。われわれの感覚で、現在横行している悪いデザインを追いはらうようにならないかぎり、先に望みはないと思う。

一ばん大せつなのは、やはり子どものうちからの教育である。それも、美術教育どころか、もっと着実な感覚の育成が必要だろうと思う。それにはまず、用途に即した合理的な美の感覚を、思いきって強調したいものである。

ラジオの受信機などでも、へんな金ピカが多いが、メーカーの説では、やはり光っていないと売れが悪いという。ばかげた話である。日本では、材質が悪く、生地や透明な塗料の使えないものを、ごまかすために、金ピカが使われる。このやり方を排除して、安いものは安いなりに、用途に即した美を示すようにできるはずである。ゲテモノと呼ばれるものの中には、それが多いのである。

一々具体的な例はあげないが、東京の中心あたりにあるネオン・サインのデザインの中には、大きいだけにやりきれないものが、大いぼりでのさばっている。金がかかっているだけに、しゃくにさわるのである。デザインの悪さに対しては、一体どこで批判するのであるのか。統制は困るが、規格は必要である。パチンコの騒音と、看板の醜悪さと、一々数え上げればかぎりがないが、これで感覚がマヒしなければ、どうかしている。やむを得ず見て見ぬふりをしつつけているが、今に、かえってそれをじっと見ることが、一種の快感になりはしないかと思うと心配である。全くデザインどころの話ではない。地ならしの方が先である。——評論家

“デザイン・ブーム”

真野善一

デザイン・ブームといわれるくらいデザインが世の関心事になってきたことは大いに結構です。これでデザインの大勢を正しい方向に進ませることができれば、それを使用したり、見たり、触れたりする人達の生活は、より明るく楽しいものになってゆくはずだからです。

世の中の品物は大きく三つの分野に分けることができる。第一は商品として売られる品物、第二は個人が自分ひとりの意志でつくるもの——例えば住宅、個人商店、同看板、服装関係の一部など、第三は政府や公共団体または公共的な仕事をする営業者などがつくるもの——公共建築物、交通機関、通信機関、娯楽機関、教育機関、道などがあります。第一の商品は売るための競争がはげしく、デザインにメーカーや販売業者が意を注ぐことと、優れたデザイナーが仕事することによってデザインはよくなってゆくでしょう。第二の個人が自分だけの考えでどうにでもつくってしまうものは厄介だ。あなたのお家は街の調子に合わず、日本の文化的水準に非常にはずれ

ていますから何とか変えて下さいなどとはいえない。住宅はまだよいとしても広告、看板類が街の雰囲気や左右すること、人々がそれに気分を左右せられることの影響は相当なものである。どこかの国では商店の新築のときなど、その街の気分と同調するように努めると聞いたことがあるが、ここまで一般のセンスのレベルを上げなければならない。少くとも大都市では都市美委員会のような機構の発展をやる必要があるのではないのでしょうか。これよりは幾分簡単に進めることのできるようなのが第三の公共的なもののデザインである。官公立の建築物類は優れたデザイナーにデザインを頼むようになってきてから、だんだんよくなってきたし、乗物類もスマートなものも多くなってきたが、まだまだ軽快感、颯爽感をあたえてくれないで、鈍重感や混乱感をまきちらしているものも少なくない。こういうものは一寸デザイナーの手を借りればすぐよくなるものであるが、このことを企画者にサゼストする方法を強化すればいい。悪いものは新聞、雑誌などでどんだんたたくとともに、優秀なものはどんだん賞めることをデザイン評論家の方々にお願ひしましょう。またこの分野にも都市美委員などの動くことも考えられます。

デザイン振興の本道は、子供のころからデザインということ国民全体の身につけさせることから出発すべきでしょう。そのためには小学校中学校の先生たちにデザインを理解してもらわねばならず、結局政治にデザイン問題を織りこまねばならないので早急にはのぞめないようです。近道は、デザインの輸出振興に目標をおいて全力をあげることに。このために優秀なデザイナーを養成し、有能なアート・ディレクターがメーカーとデザイナーを結ぶことです。これについては国家的なまとめ役としての機関が存在することが有効でしょう。この一目標を拠点にして、その挙げた効果を一般国内デザインにまで拡大してゆけば自然に加速度的にデザイン振興ができるというのが最も考えやすい方法ではないでしょうか。

デザインがよくてつい買ってしまったという経験はありません。どうもデザインのよいものは高価である現状だし、われわれのふところが淋しすぎて、いいものでもつい買ってしまいうことでもできない状態です。

デザイナーは日本のローコストの品物のデザインをもっと機会をとらえて意を注ぐことをしなければいけないと思います。——工業デザイナー、松下電気KK勤務

“デザイン・ブームについて” 向井寛三郎

戦後わが国の事情が躍進して、本当になった結果、あらゆる物の姿が、新しく問題となり出したことを、裏返しに見るとデザインが喧しく要求されていると考えられる

のだと思う。今一つの理由として、デザイナーの減少、すなわち、デザインの技術と理論に通じ、新しい要求を満足させるに足る——信頼し得る専門家が養成されず、したがって、デザインの貧困を来した結果、そう見えるのではないかも考えられる。

生活の実際がデザインを要求することは、これにまた種々の原因があると思う。戦後の新しい世界が、あらゆるものの産出に、新しさの必要が気付かれ出したこと。これは当然で、特に工業製品中、従来デザインを問題にしなかった種類に、その要求が強くなりつつある点、——しかして寧ろこうした方面がデザインを真剣に考えていること、したがって、図案意匠を尊重する傾向が強いこと、それは近頃見逃がせない現象で、電車バス等から広告宣伝の方面まで新しくなりつつあることは別に考えるまでもないことである。

・デザイン振興の方策

国策としての運動もさることながら、むしろ世の中にその萌芽ができてつある点を重視すべきであり、これを更に強調すべきではあるまいか。毎日新聞社が率先して新日本工業デザインを提唱し、年々新しい意匠家を世に送ろうとしていることなど、こうした専門外の先覚的発展の力を認め、それに少なからず期待してよいと思う。

産業振興の上に有力なるデザインに対し、実は一般の人達、特に有力者間に安易な考方のありすぎる点を、何とかして是正したいものである。

・優れたデザインの障り

われわれは物を買うとき、いつもデザインを買う。例えば、ネクタイでも、万年筆でも、時計でも、靴でも何でも、案外なところに、よいものがある。

・デザイナーへの希望

デザイナーにとって、何よりも大切なことは自信だと思ふ。本気にデザインに立ち向う気構えが欲しい。——すなわち、ごまかしと、責任回避とを悪む考が何より大切である。デザインは量産の計画であるから、どこまでも、その考え方を徹底させねばならない。ただセンスを売物にして“あとに野となれ山となれ”といった無責任を誡めたい。どこまでも、デザインを徹底させること。すなわち、デザインが、どういう現物になるかを見とどけねば措かぬ、真のデザイナー精神に徹底することである。そこに自信もできるのではあるまいか。

今日、デザインは到底、デザイナーの単独でできる仕事ではない。製造方法、売れゆき、その他、種々の専門的部門を無視するわけには行かない。これ等の諸専門と協力しつつ、どこまでも、実際にでき上る場合の姿や色や、あるいは全体としての有様を、よく呑み込んで、そこに真のデザインを完成する意気込みがなくてはならない。デザインはこういう意味で、どこまでも“絵でない”点

に徹底したい。

・工芸ニュースに望む

工芸ニュース最近の御発表何よりも慶賀に堪えない。いわゆる工芸界のみでなく、一般工業特に機械、電気等の業界にもよびかけて、ますます産業デザイン関係の認識を深められるように、百尺竿頭更に一步を御進め願いたい。——京都繊維工芸大学教授

“デザイン—私の念願—”

柳悦孝

デザインといっても、私の場合は繊維関係が主で、それもこのところ“ビエロン”に仕事を集中しています。

ビエロンのように、新しく生み出された、未知の素材、現在、日々めざましい程に研究改良が続けられているものには、先ずその素材の性格を、正確につかむことが第一の問題です。他所の研究データを求めることはもちろん必要ですが、私の場合、回り道でも一応自分でテストしてみることにしています。何でも一度は自分の目でたしかめること。いらない手間もかかるのですが、その為に素材の特長をはっきりつかみ、思いがけないデザインの飛躍をさせることができるからです。

第一には、他の素材との比較をします。それは、取組む材料の特長を生かす為にも、欠点を補う為にも、是非必要なことでしょう。

性質が判ると、それに適した加工法、染織デザインの場合は、染料の選択、染色法、紡糸法、撚糸、組織の研究、また化繊のときは準備工程中に忘れることのできない、帯電防止、仕上加工—防縮—整理、防水等、気にしただしたら一つ一つ専門的な研究として取上なければならぬ複雑な問題ですが、どれもこれを抜きにしては完全なデザインはできないと思っています。こうして考えてくると、一人ですべて手をひろげることは不可能な業ですが、できることなら助手の協力を求め、不完全でも一々試作してゆくこと、紙上の設計ばかりでなく、現物を作ってみることに、あくまで実験主義です。外国の優れたデザインをみていると、基礎的な素材や、技術が、その背後でよく働いているのに感心させられると共に、日本の人たちが、その外面ばかりをみて、姿ばかり模倣しているのが悲しくなります。内側のものを如何にしてつかむか、それを背後にして、美しい肉づけをしてゆくの私達デザイナーの仕事といえましょう。外面的な感覚や姿の模倣に力を入れる前に、自分自身の能力の充実に努めているところです。幸染色、紡糸、撚糸、織機等の試験用機械設備を与えられ、私の念願に一步ずつ近づく道がひらけ、このところ私の頭は仕事で多忙をきわめています。(倉敷ビエロン織染研究所にて)——工芸家