

「平成15年度高岡短期大学特別公開講演会 講演録」

演 題：和風ものづくりの21世紀展望
講 師：山 口 昌 伴
講演日：平成15年10月24日



講演要旨

20世紀後半、伝統産業・和風のものづくり達は苦戦を強いられてきたが、21世紀には伝統和風の新しいかたちでの蘇生、和風産業の活性化、本当のものづくり体制の起死回生が、いま兆していると私は見る。その、和風ものづくり21世紀展望を開くキィ・コンセプトは吾風である。

和風ものづくりのマーケット形成の主導権をもっているのは、ものづくりにかかわる職人、商人、デザイナー^{あきんど}、プロデューサー達である。

プロフィール

やまぐち・まさとも

1937年大阪八尾生、京都伏見・下鴨、岡山、彦根を経て、小学4年より東京在住。早大建築卒・1級建築士。専攻は生活学、住居学、道具学。GK道具学研究所長、日本生活学会編集担当理事、日本産業技術史学会副会長、道具学会事務局担当理事。

著書

- 『和風探索 ニッポン道具考』筑摩書房
 - 『和風の設計術』建築資料研究社
 - 『地球・道具・考』住まいの図書館
 - 『世界一周「台所」の旅』角川Oneテーマ21
 - 『図面を引かない住まいの設計術』王国社
 - 『日本人の住まい方を愛しなさい』王国社 など
-

本日の講演題目は「和風ものづくり」の「21世紀展望」です。

「和風」とは何か、和風のものづくりとはどういうことか、という問いを問い糺^{ただ}していくことによって、おそらく「21世紀の展望」は開けてくるだろうと、私はいろいろの理由から確信をしております。

「21世紀展望」とわざわざ題したのは理由があります。20世紀は、伝統和風産業が苦戦に陥り、多くの伝統工芸が衰退し、危機に瀕している地場産業も多く、絶滅したものも少なくない。しかし、起死回生の兆しはある。本当の和風とは何かを問い糺^{ただ}していくことによって、「和風ものづくりの21世紀展望」は開けてくると私は考えています。いや考えている、というより、そう感じさせる事実が八方から起こっているのです。

どうしたら起死回生がはかれるか、については、私はお答えできる立場にありません。それぞれの場所で、皆さんが地場産業起こしから町おこしまで、さんざん考えておられる。そうした皆さんに、私は「和風の見かた、私の和風論」をお話して、そこから何かを引き出しただければ幸いである、と思っています。

学問は問い学ぶと書かれています。私はむしろ問いの中に学ぶべきことが入っている、と考えています。そういう私は、プロフィール(略歴)を見ていただければお分かりのように、根っからの学者ではありません。学問畑の人間ではなく、建築設計という実業の立場から、設計をしていくうえで必要から問いを起こし、問いを詰めていく、そういうことで一見学者風の存在と見做されているけれども、「職業としての学者」ではありません。学問をする者には、ふた通りある、と思うのです。学問の二文字のうち学の方を頭に冠したのが「学者」です。学問の問の方を頭に冠すれば「問者」になりますね。私は「学者」ではなく「問者」なのです。ひたすら問う者として、問いの中に学ぶべきものを探している。そういう問う者の方法、問いをつめていくやり方を、本日は、お話ししたいと思います。

その問いのひとつは、伝統和風に根ざしたものづくり技術の体系が、20世紀になぜ不振だったのか、という問いです。そして私は、21世紀に、その起死回生は兆している、と見ています。理由を申し上げます。

20世紀にテクノロジーは飛躍的に進展しました。殆ど、人間生活を支援するテクノロジーとして、不可能なことはない、というぐらいに技術は進展しました。

電話は、目の前にいない人と話すことを可能にしました。今はケイタイの時代ですから、道を歩きながらでも、アイツと今話したい、と思えば話せる。

航空機がはじめて何十mが飛んだ。それが百年もたたないうちに、今日パリへ行こうとすれば、今日中に着くことまで可能にした。20世紀に拓いたテクノロジーは、宇宙へ行けるまでに進展しているから、先ほど云いましたように現代の技術にとって、「人間生活を支援することに殆ど不可能はない」のです。しかし、2つだけ、出来なかったことがあります。人間を幸せにすること、美しいもの(全き意味において)良いものをつくること、この2つができなかった。むしろモノ存在を醜い浅はかなものに墮落させた。その一連として、伝統工芸の素晴らしいホンマモンがつくれなくなってきたのが、20世紀の幕切れの状況でした。そして、生活は便利になったけれど、モノはあふれるほど手に入れられるけれど、生活の豊かさ、幸福が遠のいていった。20世紀の幕切れは人間の精神の貧困と不幸が充満している状況でした。21世紀もこのまま進んでよいのか、が問いなおされている矢先に、9/11テロと、それへの報復という事が起こる。9/11テロのハイテクなやり方は、21世紀型ともいえるべき新しい戦争の方法であったけれど、報復の方法は20世紀的であった。米国は2本のビル、ツインタワーの崩落に非戦闘員を犠牲にした、と怒り狂ったけれど、半世紀ほど前に米国は非戦闘員が住む2つの都市を崩壊させている。その米国が、20世紀の不幸を、21世紀初頭に再現しているのです。

21世紀のスタートは、やはり暗い出発になりました。けれども、21世紀にこれまでの不幸から逃れる新しい展開を多くの人々が望んでいることは確かです。さきに述べた2つの不幸によって、20世紀は人間性喪失の時代におわった。21世紀は人間復興の世紀となることを、すべての人が期

待しているといつてよいでしょう。

人間性復興（ヒューメイン・ルネッサンス）とは、具体的にいえば生活の豊かさと幸福の実現であり、全的な意味での良いものをつくり出していける社会の実現です。人間性復興のキィとなるのは感性の復興です。

20世紀・資本主義の社会構造は、経済成長が産業メカニズムを動かす動因となっていたため、人間性、感性の一面しかとらえられなかったのです。しかし、人間性・感性を全面的に大事にしようとする時代の意志が働くとき、産業メカニズムは20世紀型とはちがう構造をもってくる、と私には思われます。

感性と人間性をもって物、商品のあり方を問える者は広義のデザイナー、クリエイターでありアーティストである、といえましょう。なぜなら、デザイナー、クリエイター、アーティストは自分自身の人間性と感性をものの形やあり方につなぐことのできる人達だからです。

20世紀の商業資本主義メカニズムのなかでのマーケティングは、買い手の歡心を買うことに汲々としてきたけれど、本当に良いものを見失わせられた人々への問診ですから、さもしいマーケティングの結果の産物はコストをさげることを第一義とし、あわよくば高価に見せる方向をめざします。そこで、品質が低い方へ、本物からまやかしのものへ、豊かな内容から浅薄なものへと競合しあうほど、さがっていくメカニズムが働くのですね。

私の実感では、芸術作品扱いの超高額なプレミアム価格の物以外は、みんなコストダウンに窮々とした安ピカ物しかナイ 買うべきものがナイ、のが今日の商品の状況です。勿論昨日、本日と高岡の町のものづくりの現場を見てあるいて、真摯な努力の成果を沢山見てきました。いま申しあげたことは、ごく一般の状況の総括的表現であることをお断りしておきます。

これに対してアーティスト、ないしアルチザンは反資本主義ではなく非資本主義者で貧しいマーケットによせるユーザーの歡心などは問わず、ひたすら自らの内なる評価をたよりにものづくりをしていく。これは和風ものづくりというより吾風ものづくりです。

20世紀末は資本主義メカニズムによって、本当に良いものがつくれなくなり、良いものがないモノ世界になりきっていました。そして本物さがし、良いものさがしが始まっていました。これは和風ものさがし、ではなく、自分自身の本当に欲しいものさがし、自身の感性に合うものさがし、つまり「吾風のもの」さがしなのです。そういうことになってくると、アーティストやアルチザン、いわば芸術家や工芸職人、そして彼等の創出力を活かすデザイナー、プロデューサーなどのクリエイターが、産業の意志決定をしていくことになる。そういうメカニズムのもとに、人間性復興、感性復興は成立すると思うのです。

時代の流れはそういう仕組みをうみ出す方向 成立させる方向に動いていこうとしている。これが私のいう吾風ものづくりの世界の展望なのです。

< 西欧事大主義の崩壊 和風・吾風への回帰 >

私の云わんとすることをご理解いただくためには、少々私自身の問題意識の展開と、現在私が事業としてやっております仕事についてお話しをしておいたほうがよいかと存じます。

私は早稲田大学の建築学科に入り、建築家の道を歩みはじめます。ひとくちに建築設計といっても、もっとも奥が深いのは住宅設計の道です。魚釣りの世界でこんなことをいいますね。「釣りはヘラに始まってヘラにおわる」と。ヘラというのは鮎あなの一種ですが、子どもでも鮎は釣れる。それで釣道に入門するとヘラ釣りから始めるのですが、途中ではいろいろ釣って、岩魚釣りに山奥へ入ったり、あゆ釣りに凝って長大な竿を振りまわしたり、なかにはもっとも小さい目高釣りに入れこんで鉤を自分で磨いたり。でも最後にはヘラ鮎あなに戻ってくる。それほどヘラ釣りは奥が深い、というのです。そうした意味で、建築では「住宅にはじまって住宅におわる」といえると思います。住宅設計なら建築科の学生にもできる。けれども奥が深くて、老練な建築家になるほど、住宅設計では満足のいくものができなくなる。私はそういうことがよくわかっておりま

して、早くから住宅設計に挑んできました。それこそ夢中で、かけ出しの10年間ほどは住宅設計へ熱中していました。

ところが10年選手ともなると、いろいろの疑問が湧いてきます。

私は第二次大戦後に、建築家たちがモダン住宅の作品群をぶちあげた第一世代 林雅子、増沢洵、清家清、丹下健三も住宅を発表しています に次ぐ第二世代でした。その住宅設計の理念と方法は西欧をモデルとする合理主義であり、核家族を中心として夫婦寝室と子どもの数だけの個室を設け、家庭内パブリックスペースとしてリビングダイニングを設け、キッチンとセットキッチンの配置を主軸とする 純洋風ではないけれど西欧モデルを規範としたものでした。和風住宅なんて「おくれてる」とハナもひっかけない勢いだったのです。

また、西欧モデルをススタンデイルものとし、無批判に貴しとする教条主義にどっぷり染まって、自らを進んだ建築家だと自認していたのです。しかし、住宅とは何か、玄関とは何か、キッチンとは何か、を本当に考えはじめると、西欧をモデル・規範とする教条主義、ないし事大主義に疑問を抱くようになります。

そこで、日本生活学会を中心に、日本人は本当はどう暮らしたらよいのかをあらためて考えなおす生活研究の道に入りました。その当時は家庭電化製品の主要20品目がほとんどすべての家庭に入ったところで、住まいの中の道具のあり方も大きな変貌を遂げたところでした。

そこで住居学研究は、空間学研究と生活学研究と道具学研究所のトライアングルによって本当の設計のあり方が問える、ということで肩書きはどうしましょう、と専攻を問われると、生活学・住居学・道具学と3つ並べることになってしまいました。

その住居学研究の中で最大のテーマは、和風とは何か、ということになるのです。日本の、進んだ建築家たるもの、西欧合理主義のモダン住宅をモデル・規範とすべきである、という教条主義、事大主義への疑問です。なぜ西欧モデルなのか 日本の自然環境と、そこからうみ出されてきた文化環境を前提に、日本型といえるタイプを創出していくべきではないのか、という「和風建築論」の立場に立つての研究をはじめます。その成果には『和風の設計術』（建築資料研究社刊）などがあります。

教条主義とはドグマ主義ともいいます。一定の理論や教説を絶対的なものと考えて、具体的な諸条件を吟味せず、機械的に適用することをいいます。

事大主義とは、自主性をもたずに勢力の大きい方につき従って、自分の存立を保とうとする姿勢。日本の場合、古くから大陸中国事大主義がつづき、近代になると西欧事大主義に転向しました。日本の近代建築家もまた西欧事大主義にとらわれてきたといってよい、と私自身のかけだしの頃を反省しているのです。

そこで私の現在の仕事の方からこの問題についてお話ししますと、私は住宅メーカーや住宅設備・装備メーカーのコンサルタントをしています。設計コンセプトのコンサルタントです。その主旨は、和風の見なおしによる住宅産業やキッチンメーカーなどの企業の起死回生のすすめを説く仕事なのです。

日本の現代住宅は、いろいろのタイプがつくられているように見えるけれども、私にいわせれば、全部ひとつのタイプのヴァリエーションにすぎない。そのタイプとは西欧型です。西欧事大主義にならうのをやめて、本当の日本の暮らしに合った住まいの型（タイプ）を創出することが、御社の売り悩みを解消する起死回生の道なのだ、と詰めよるのです。

< 自然環境は、西欧は二季、日本は四季 >

なぜ西欧モデルの住宅が日本では間違いなのか。自然環境がちがうところで形成された住まいの型を、移植しようとするところに無理があるのです。

私たちがイメージしている西欧とは、パリ、ロンドン、ミュンヘン、ニューヨークあたりですね。これらはみな北国なのです。ちなみに日本列島で、北国の都市といえば青森県の弘前や青森

市、そして函館や札幌などを思い浮かべます。

その北国の町・札幌は北緯42°です。ところがパリ、ミュンヘン、ニューヨークは北緯48°、ロンドン52°、私たちのいう西欧が札幌以北の、かなりの北国であることは、あらためてお分かりいただけたと思います。

本格的北国では、冬とそれ以外の季節、の二季しかありません。住まいの型も食生活の型も二季をもとに成り立っているのです。これに対して日本は温暖多湿で冬は北国などではないにしても充分寒く、夏は南洋ほどではないにしても充分暑い四季の自然環境にあります。だから住まいも食生活も四季型のタイプであるべきなのです。

伝統和風の住居は不充分ではあるけれど、四季型の住居モデルとして、形成されていたのです。そこで、あらためて西欧の北国型と日本型の住居のちがいについて見なおしてみましょう。

西欧・北国型の気候では季節は大きく冬とそれ以外の二季に分かれますが、暑くてしのぎ難い期間はあってもごく短期なので、バカンスをとって逃げ出せば、やり過ごせる。そこで西欧は「冬を旨とすべし」の耐寒型住居を構えているのです。北国の住居は外部環境遮断型です。壁は厚く窓は小さい閉じこもり型です。屋内空間は暖房の都合で小部屋に分かれます。

日本の気候は四季がはっきりしており、夏は暑く冬は寒いので、住まいは「夏を旨とすべし」の耐暑型住居です。住まいは親自然的で、壁は少なく、開口部は大きく開かれています。屋内空間は風通しをよくするため、極端に言えば柱だけが林立し、必要に応じて空間を仕切る建具や衝立て、屏風などの舗設具が用いられます。夏を旨とすべし、ではあったけれど四季の変化を一定の仕様の空間では耐え難いので、衣更えの頃に冬座敷から夏座敷に仕替え（京ことばで建替え）を行います。紙障子を簾戸に替え、襖を御簾に替え、畳の上には竹皮や藤を編んだ足ざわりの涼しい網代を敷き込みます。

縁側は暖かい季節には、季節の変化を呼びこむ外界との縁づけの空間として機能し、寒い冬には空気層をはさむクッション空間として、魔法瓶の真空層に近い働きをします。

また起居様式も西欧北国型ではベッド以外の空間は土足の椅子座式起居様式であり、日本は土間は立働きの場所で、高床の上では床座式起居様式でした。茶道、華道、書道の諸芸道から歌舞音曲に到るまで、床坐式のうえで深められてきたものです。

昔どおりの和式住宅に戻せ、というのではありません。和式が築きあげてきた四季との対応策と床坐式の起居様式のよいところをよく知った上で新しい設計方法を樹立していくべきだと思のです。少なくとも西欧事大主義や教条主義からは脱皮して、21世紀日本型住居のタイプを創出していかなければ、住宅を設計する意味はありません。

<たとえば21世紀日本型台所のすすめ>

食生活のあり方、そしてそのためのキッチンのあるあり方、日本の台所改善のモデルとされたのは、やはり西欧北国型だったのです。

西欧・北国・二季型の食生活の基本は、暗くて寒くて長い冬を生きのびるために、その他の季節を活用する食生活でした。冬期に入る直前に家畜を屠殺して、塩漬肉やハム、ソーセージ、などの保存食加工を行います。西欧のキッチンはこうした加工食品を用いるので調理といっても簡単で、オープンの中や鍋の中でほとんどすべてが処理されるので、キッチンは至極簡単でよく、流しや調理台もほとんどいらないんです。

一方、日本の食文化は四季の変化を追い、旬の味を楽しむのが基本です。勿論食品はすべて生命体の屍体ですから、生命体は種によって収穫時期が異なるとはいえ一時期に一齐に獲れます。これを保存食加工して、味噌、漬物、梅干しなどにする自家製コンビニエンスフードづくりも大切な仕事です。西欧の食文化は牧畜を主とし麦を補助的に用いる食の体系であり、保存食加工はパンも含めて早くから外部化 社会化されており、大規模処理されるので、家庭の調理場はその日その日のその都度の食事のための能率を考えればよいのに対し、日本では米の飯を炊くこと

から保存食加工までが台所仕事に含まれるので、一日の計としての能率より、一ヶ月の計、三ヶ月の計、一年の計での能率が要求されるのです。

この、四季型自家製造型台所は、装備が一直線に間がなく置かれるその日その都度型では、よく機能しません。

それでも西欧事大主義は台所、キッチンに及んでその日その都度型の能率を追究する西欧キッチンを取り入れることを強要してきたのです。

四季の味を大事にし、本当の能率を考え、保存食加工された味のふくらみをも加味した「美味しい健康」の台所を実現するには、西欧モデルから脱却して、21世紀日本型台所を創出していくべきでしょう。これが台所の和風化です。以上の住居の型と台所の型への問題提起は、詳しくは私のプロフィールの著作物欄に挙げている「図面を引かない住まいの設計術」『日本人の住まい方を愛しなさい』（ともに王国社刊）をご参照いただければ幸いです。

日本人として、自分たちなりの暮らしをする住まいを求め、豊かで健康で美味しい日本の自然環境ならではの食べる暮らしを求めるには、西欧北国型を追従するなどという無意味な、あるいは環境のちがう日本にとって無茶なことにこだわることから「吾にかえって」、日本型の創出を追究していくべきでしょう。

もはや西欧事大主義でもないでしょう。「吾」にかえって吾風を求める気に、皆がなりつつあるように思われます。

ただし、吾風 自分自身の求める感性にもとづく吾風ものづくりも、住宅や台所のように複雑なシステムをもつものについては「かたちを変える理由」の説明がいります。ものづくりをする人たちはあまりに寡黙にすぎたと思います。

吾風に徹する人たちは、「かたちの理由」を自ら発信すべきです。住宅のタイプ、台所のタイプのような大きなシステムをもつものについては世論に訴えて、納得と賛同を得ていくべきだと思います。代理店に知恵を借りる広告ではなく、つくり手がみずから思うところを発信していくべきだと思うのです。

本日この場面は住宅論や食文化論をお話する場面とはちがいますので、少々^まずれの説明に深入りしたかとも思いますが、和風とは何か、洋風とどうちがうのか、の例題としては必ずしも本題に無関係ではないし、地場産業においてもその基本姿勢と発信の必要については、あい通ずるところがあると思います。

<工業化機械化に対する産業の工芸化>

「地場産業における和風ものづくりの展望」というテーマにとってのキポイントは、これもたいへん私流ですが、「産業の工芸化」という視点を強調したいと思います。

従来、産業の振興発展とは、機械化、工業化がキーワードでした。そこで起こったことは、工芸に対していうなら機械化は、絶対に品質・精度・クオリティーの低下につながるのが宿命だ、ということがあります。もちろん機械の精度はひじょうに高められてきている。しかしそれは機械の精度であって人間の感性への精度アップではないのです。もうひとつ、機械の技両は人の手技を、究極的には超えられない、という宿命を負っているのです。

このことは、ちょっと概念的にしか申し上げられませんが、ふたつのポイントを申し添えておきます。ひとつは、機械づくりは機械の論理にしたがわねばならず、機械の論理は手技の論理より低い、ということです。手づくりでなら出来るものが、機械づくりでは出来ない。となると、機械にやらせるために、手づくりの論理の大きな部分を切り捨ててしまう、ということが大幅に行われてきた、ということです。もうひとつ、究極の精度はまだ手わざの方に軍配が上がる、という状況です。たとえば工作機械の精度は、その工作機械をつくるために用いる工作機械の精度よりもオチるのです。そしてその、工作機械をつくる工作機械をつくる工作機械をつくる工作機械の最初の工作機械をマザーマシンというのですが、このマザーマシンのもっとも精度を決

めるところは、手わざの職人 - きさげ工の手で削ってつくられます。マザーマシンによってつくられる子マシンはマザーマシンより精度がおちる。だから一国の工作機械の精度レベルは、その国が作り出せるマザーマシンの精度にすべてがかかっている。そして、マザーマシンの精度の決め手は職人の手なのです。

日本では手工芸品をつくる職人の手わざも落ちてきているけれど、工作機械の世界に働く手わざの職人のレベルダウンが起きている。

この事態への対策は二つしかありません。ひとつは職工の地位の社会的認知のレベルを高めていくことです。製造会社では、会社運営陣より、職工陣の方が地位が高い（給料が高い）のが「当然」でなければならない。それを決行した企業は、起死回生を遂げて「当然」です。商品（製品）の完成度の高さが、これからは圧倒的な競争力を持ちうるからです。

もうひとつは、大量生産によるコストダウンのジレンマから外れることです。中量、少量生産に工芸職人の手を加えていくこと、全的な意味での良いモノがうまれてくる可能性がここにあるのです。

品質低下は大量生産におけるコストダウンの宿命です。論理的には必ずしもコストダウンは品質低下に直結しないこともありうるけれども、現実には宿命といってよいほど、コストダウンが品質低下に効いている。「コスト」重視ではなく「品質重視」に切り替えることがものづくり企業の起死回生の決め手になる、と私は思うのです。これが、私が「産業の工芸化」というキーワードにこめている意味です。

< 和風の「和」の語彙史からのアプローチ >

「和風ものづくり」における「和風」とはどういうことか。このことを^{たづね}ていけば和風ものづくりの展望が開ける、それが私の学問、というより問うことから学ぶ、問者の問学の方法論だと申しました。

そこで「和」の語彙史、語彙 = 単語の歴史から和の意味について探索を試みてみたいと思います。

和なり和風なりの和のつく言葉は、もともと私たちが持ってきた独自の文化の特性、もち味、テーストを云おうとしている言葉のように思いこんでいるけれど、じつはもともとは漢、唐、韓の文化との対比概念としての和であり、近代には西欧文化との対比概念だったのです。そして漢、唐、韓、洋に対して、和はもともと倭と書いて、劣った文化という見方がついてまわっているのです。和風とは、倭風であり、品質の劣ったものの意だったから、昔は「和風をとりもどそう」なんてことは云わなかったんです。

< 漢唐韓と倭の位置関係 >

まず倭についてですが、平安時代前期・承平年間（931～938年）に『倭名類聚抄』（略称『和名抄』）という日本最初の辞書が編まれています。源順著、19巻本、20巻本。漢文で和の名辞の音と意義を挙げ、万葉仮名で和名・和訓（やまとことば読み）を挙げている分類体の漢和辞書ですが、自国の国語辞書ではなく倭の名辞の漢字を知る漢和辞典であるところに、当時の倭（大和）の地位が如実にあらわれています。

漢が上位文化、倭が下位文化、だったのです。その位取りが具体的にあらわされているのが平安前期・延喜年間（901.7.15～923.閏4.11）に編修が着手された律令（法律）の施行細則（967年施行）『延喜式』です。これに先立つ弘仁式、貞観式の後を承けて編修されたもので、平安前期の年中儀式や制度の具体的な方法を挙げており、大膳式は当時の宮廷料理の内容を知る料理事典として食文化史家に重宝されています。また宮中の室礼道具を製作する官営工房の式（施行細則）では材工（材料と工程日数による費用の支給規定）が示されており、工芸技術史家の宝典ともいえる文献となっています。

これが全50巻、すべて漢文でした。法律の施行細則が漢文で記されている。今日でいえば建築

基準法やその施行細則が英文のものしかナイ、というわけです。それほど漢文が上位で、これが読めなければやっていけなかった。そういう状況にあるのが倭の国の国際的地位の低さだったのです。

宮廷に用いる室礼の道具類を材工支給で、官営工房で製作されなければならなかったのは、漢（じつは中国唐代）の宮廷で用いているものがモデルとされていたため、倭の国の宮廷で用いる道具は材料工法から寸法までが、勝手に変えることができなかったのです。

そして、当時の国際間での唐、韓（新羅）、日本（倭国）の文化度の位階（ヒエラルキー）は、次の官人の衣装規程の表現に見事に表明されています。

衣装にともなう組紐の品等についての規定にこうあるのです。組紐は従三位以上の身分の者は唐組の紐を用いよ。従六位以上は新羅紐、それ以下はただの紐 唐の製になるものが極上品、新羅のものは上品、ただの紐とは国産品のことです。唐組、韓組の紐は国産の紐より上品だったのです。

だから平安時代に「和風のものづくりをしよう」なんて運動は成り立たなかったのです。

「和」「倭」はじつは奈良時代、平安時代の昔から、大陸文化のみならず半島文化に対しても、文化的インフェリオリティ・コンプレックスを自認する自己差別語であったのです。

古代には聖徳太子が、こっちは日出ずる国の天子だぞ、などと云って物議をかもしたり、近代には日本文化の卓越性を和魂洋才、大和魂、などと云ってみたりするけれども、そう云うこと自体が和の文化インフェリオリティ・コンプレックスの反動的表現であったりするのです。

和の伝統とは、異文化コンプレックスの伝統であった。それが19世紀には西欧文化事大主義へ、上位文化宗主国を中国から西欧に乗りかえる。

その流れに、先進的建築家を志した私も乗せられていたのは、先にお話ししたとおりです。

だから、21世紀に和の文化の復権をはかろうとする、和文化振興をはかろうとする運動は、日本文化ルネッサンスをはかろうという、日本文化コンプレックスの伝統ある日本にとっては革命的意思表示だといえます。

< 西欧事大主義からアジアルネッサンスへ >

西欧事大主義の桎梏から脱却しなければならん、というのが私の建築設計という実業の中で立ち至った目標でした。そこから住生活の場所の西欧モデル追従への自己批判のための生活学的研究、住居学的研究、道具学的研究が始まる。そこから私の、21世紀日本型住居の構想が生まれてくるのです。

住生活の中味として、もっとも肝要である食生活に視点を当てた私の論理構築がおこなわれます。日本の近代における台所改善運動は台所からキッチンへ、西欧モデル追従であったけれど、日本の自然環境とそれに基づいて形成されてきた筈の文化環境を無視することだから大間違いだ、と私は断ずるのです。そして私の提唱するキッチンから台所へ、21世紀日本型台所の創出を目指そう、という構想になっていくのです。

その可能性が、時代の流れとして、おおきく兆している、と私が感じる背景には、もっと広い視野での、西欧事大主義否定の大きな潮流が起こっているのです。それを社会経済学のもっとも先鋭的な学者、川勝平太と角山栄のアジアルネッサンス論が言い当てています。その主旨の大概をちょっとご紹介しておきましょう。これはたいへん重要な、そして壮大な規模での地球文化革命論です。

西欧に大航海時代の始まる15世紀から植民政策を拡げる16世紀までの地球文明の中心はアジアであった。インド文明を中心として西にイスラム文明、東に中国文明があって高度な文化が展開されていた。中国の茶の文化、陶磁の文化、インドの織物文化、アラビアのアラベスク文化。これら先進的文化が西欧の劣った文化地域にとっては羨望的であった。

西欧はアジア文化センターから、さまざまなものをとり込んでいく。そして、機械工業のかたちで、アジア文化の文物の機械的生産を始め、これをアジアを含む植民地に売りこんでいく。西

欧に後発した西欧地域文明が、産業革命以後の「近代」を現出していく。そして西欧発の近代化がアジアを、地球を席捲していく、という現代までの異常な歴史。西欧のアジアインフォリオリティー・コンプレックスを原動力とした西欧地域文明の世界化という近代が始まるのです。

17世紀の中国の茶の文化は西欧に移入されて紅茶の文化として開花する。のちに西欧の力による支配によって、ダージリンティー、セイロンティーなどが西欧支配のもとに現地生産されていく。中国陶磁は強烈な憧憬をもって西欧に移入され、やがてドイツのマイセンでイミテーションの製造法が開発され、英国のローゼンタールなど西洋食器の銘柄が続々と生まれていく。織物ではアラビアのカーペットが移入され、インドの織物が南インドのマドラスや西インドのボンベイから積出されていった。のちに西欧で機械紡績が始まり、織物工業から産業革命は勃発し、英国はインドを植民地化していく。インドはもともとはインド更紗などのすぐれた織物産地であったのを原料産出国に変えられ、英国織物工業の製品消費地に変えられていく。機械工業による品位の下がったものが世界を制覇していく。

産業工芸は世界各地で制圧され、品位のおちる機械工業の製品に席捲されていくのです。

19世紀、産業革命の世紀に、地球文明はたいへん大きな誤りを犯すのです。産業革命とそれを支えた科学技術は、西欧という、16世紀には劣っていた文明地域に興った新しい地域文明にすぎないのです。それが西欧の重商主義と植民地政策のもとに世界制覇に乗り出していくにつれて、西欧地域文明が世界文明と取り違えられていく。それはどういうことかということ、西欧の地域文明以外の地域文明は劣った文明、遅れた文明とされていくのです。西欧発の地域文明が絶対性を標榜し、その結果世界文明として誤解されることによって、西欧以外の地域文明は自己崩壊していく。

日本でも、江戸時代末までに築きあげられた三千万の人口を維持して高い文化をうみ出しつつ自律しつづけた日本文明を持っていた。ところが黒船以来、一世紀半にわたる時間をかけた西欧化・近代化への努力によって、日本文明は自己崩壊し、西欧文明が席捲することになったのです。すべての価値、方法、成果が製品から制度まで西欧文明の尺度で測られ、遅れていると測られた日本文明と日本文化は否定されていく。

しかし、一地域文明として、ことにアジア文明へのインフェリオリティー・コンプレックスという歪みから生まれた西欧文明の思想と方法までの一地域システムが世界中のどこにも適用できるものではない筈です。そこで、世界の各地で西欧文明受容にともなう部分的破綻が起こってくる。20世紀になって幾度となく起こった戦争は、西欧の地域文明と他の文明との不協和の結果と見るべきでしょう。

アジアルネッサンス論者は、この西欧地域文明による世界制覇には無理がある、と唱えます。16世紀以来400年にわたる一地域文明による世界制覇の実験は、失敗に終わる。これからは精神的にも高度にして柔軟性のあるシステムをつくりあげた、そして品質の高い内容の豊かさを保っていたアジアの産品をうみ出していた、物心両面が一如となって広い普遍性をもっていたアジア文明を見なおす秋が来ている、と唱えているのです。

<アジア文明が、いかにすぐれていたか>

それを私流に、簡単に説明させていただきましょう。西欧文明を世界文明として受けとめて展開してきた日本の近代、20世紀が成し得なかったことがふたつあったと、冒頭で申し上げました。ひとつは幸福という人間精神の側面が満たされず、精神の空白時代をもたらしたことです。20世紀末と、その続きの21世紀初頭。幸福の喪失と人間精神の喪失という事態の怖ろしさを想わせる暗澹たる^{あんたんたる}悲惨な事件が多発しています。その不安のあがきのなかからオウム真理教事件のような、歪んだ宗教が起こす事件も多発しているのです。もうひとつは全的な意味での良いものづくり、という意味での美しいものが製造出来なくなったことでした。16~17世紀のアジア文化センター

では、このふたつの、20世紀に出来なかったことをふたつながらに実現させていました。アジアの周辺を探検してみると、その片方、物質的な「モノ」の豊かさを欠いているけれど、精神的な豊かさ、幸福の追求できる精神的な環境をつかんでいる地域があります。いちばん天国に近いといわれるチベット高原の人たちは身を投げうってしまえる宗教的悦楽にひたって暮らしています。また、ミャンマー（ビルマ）では、現世よりも、よりよい来世にむけて功德を積むために仏道の修道に励む精神力をもって人々は暮らしています。懸命に働いてお金を貯めるのも、よりよい来世への保障をとりつけるのに効果が高いとされる仏舎利塔の建造に喜捨をするための金儲けである。そういう精神世界が確立している。物質的には貧しいけれども物心両面の一面は豊かさに充足されている。そういう世界も存在しているのです。日本では西欧化、近代化のゆきついた果てで、物心の両面の貧しさにとりつかれてしまっている。そこで物質的豊かさをとりもどす運動の方向として「和風のものづくり」に期待がよせられている。一方で、心の和、和みという心の世界を、ものづくりのあり方に求めようともしている、という状況です。

私はアジア文明復興、アジアルネッサンスの一環として、日本という場所の、一地域文明としての日本文明ルネッサンスがあるべきだ、と理解しているのです。本日のテーマ、「和風ものづくりの21世紀展望」は、このように世界史的視野での文明システムの再編成の一環としてとらえるべきであると考えています。

<和のかたちのことば やまとことばの復権を>

私は、「和風ものづくり」というときの「和」のかたちは、文化の音声的表現である和の「ことば」に潜んでいる、と見ています。本来のことば、言語は意味の音声記号ないし表象体系であるから、具体的な形象、シェープは表出しえないけれど、フォーム（型、あり方）は示しているのです。

だから私は、私たちのもちまへの言葉、吾々のことば、和語、倭語、やまとことばを大事にすべきだと思うのです。和のかたちの発見は、やまとことばに潜んでいる。やまとことばに潜むかたちの和風を、とり出していきたい。そう思っています。ところが私たち自身がやまとことばをずいぶんないがしろにしてきて、これが絶滅に瀕している。ということは日本文化にとって、和の復権にとって、重大な損失になります。

<「ゆ」と「ま」「けがれ、きよめ、はらい」の和風の喪失>

やまとことばが和風のかたちに現出する。その具体例の代表的なところを挙げてみましょう。やまとことばに「ゆ」「ま」「けがれ（これに対するはらい、きよめ）」があります。

「ゆ」は温泉などの「ゆ」です。漢語では「湯」にあてられますが、湯はむしろ英語にいうホット・ウォーターです。英語には湯とは水を温めたるもの、という表現はあっても「ゆ」にあたる語はありません。

しかし「ゆ」は「ホットウォーター」と誤認されてしまうことが多い。たとえば「ゆ」をつかう風呂とホットウォーターをつかうバスタブないしバスルームが同じものと見なされて、日本でもホットウォーターをテイクするバスルームに変わっていく。そこでは「ゆ」は失われてしまうのです。「ゆ」の語源は、齋であって、きよめを強める液体です。冷水も熱湯も齋であって、これをかぶることで心身が潔齋されます。「きよめ」られるのです。

「熱い水」をテイクするのは衛生のため、ですが齋め潔める力のある液体「ゆ」をテイクする（浴びる）ことは、洗滌による衛生効果ではなく「けがれ」を祓う清浄化 「きよめ」に効果するのです。

近代日本では「ゆ」と「ホットウォーター」を一緒くたにして、西欧事大主義で洋式のバスル

ーム化がすすんでいるのですが、それでは「ゆ」殿（ゆどの、心身きよめの装置空間）が失われ、浴室がたんなる衛生的な洗滌の場になってしまう。「ゆ」にこめられていた和風の喪失です。

「ま」というやまとことばはあいだのあり方です。あいだがらをいうのです。

「ま」「まあい」はものどもの、こととこと、とのあいだの関係性をいうことばです。ものどものあいだ（vs空間）の関係性は「ま」にあらわされているのです。時と時のあいだ（vs時間）、人と人のあいだから（vs人間）であって、英語にも漢語にも訳せません。ものどものあいだの関係性を「ま」という。これは空間という概念とはちがいます。西欧の空間（Room）は固定的な壁で仕切られ、ノックして許可が得られないと入れない扉がつけられる。日本の屋内空間は「ま」のとり方で自在に変化します。衝立を立てたり屏風を外したり、障子、襖を開けたり閉じたりして、必要に応じて「ま」をとる。そういう「ま」どりの自在性という和風が、住まいの「空間どり（部屋どり）」方式にとって替わられることによって、失われてきたのです。縁側も外部環境と屋内環境との「ま」あいを調節するクッション空間であったけれど、縁側という和風のかたちが失われていった。

時と時の「ま」は時と時の関係性であり、時と場合によって時間の長さがちがいます。時の「ま」は「時間」とはちがうのです。同じ長さの「時」をあけても「ま」がぬけることがあります。時における「ま」のかたちは歌舞音曲、諸芸道におけるたいへん大切な「造型要素」でした。

「ま」のとり方に集中されたもの、こととの関係性の表現の和風が、「ま」ではなく時間に置きかえられると「ま」の和風のかたちが失われてしまう。人と人との「ま」「まあい」「あいだがら」と人間とはちがいます。人間は人に「ま」の字をつけているので、もともとは人と人との「ま」を云ったのでしょうか、今は人間といえば独立した個人であって、人と人との関係性において存立する人の姿が見えなくなってきました。

「けがれ」と汚れはちがいます。汚れは洗えばおちるけれど、「けがれ」はいくら洗っても落ちないんです。でも「けがれ」は「きよめ、祓い」によってたちまち浄化されます。

これは和風の感性としてたいへん重要な設計要素ですので、和風のかたちを考えるうえでは重視しなければなりません。やまとことばの「けがれ、きよめ、はらい」が衛生、洗滌と混同されて、和風のかたちが失われていった例をお話ししてみようと思います。

私は大学出たての新進気鋭の建築家の卵として住宅を設計する場合、「ゆ」殿をバスルームに変えたのは勿論ですが、洗面所には迷わずに衛生陶器の洗面台を取りつけました。これからはモダンライフをしていくべき日本人は、広い流しに金盥で顔を洗う設計にするなどは建築家の沽券（建築家としての値うち）にかかわる、とっていたからです。西欧事大主義者だったんですね。お客さまも結構「新しがり」のせい、やっぱりこれからは洋風に生活していかなば、という覚悟があったのか、陶製ビルトイン洗面台に抵抗される方はありませんでした。

ところがあるとき、自分が陶製洗面台のシンクボウルに水や湯を溜めないで、蛇口から湯水を掌にとって直接顔を洗っている、という仕草をやっているのに気づきました。シンクボウルに湯水を溜めて洗うのがなんとなく気色わるいのでした。そしてすぐ、これが日本人のけがれ観なのだ、と気づきました。このシンクボウルは、前の人が使っている。歯をみがけば唾を吐いた器である。鼻汁もちらかしただろう、顔の汚れを洗って汚れた水になって溜まっていた時間もある。それを無意識のなかにも承知していて、そこへ溜めた湯水が口に入るのを嫌っているのです。

日本人にはけがれ観がどっこい生きていて、それが据え付け洗面器の共用を拒否しているのです。そこで沢山の人にその使い方を聞いてまわりました。西欧人は、当然湯水を溜めて使っている、と答えましたが、日本人で、それに湯水を溜めて使っているという人にはまだ出逢いません。

では、広い流し台の中で金盥を使っていたときはどうだったのか。たしかに金盥に水を溜めて顔を洗っていました。朝の混雑時になると、前の人が顔を洗っているのを待って、空いたらすぐ、前の人の使った金盥に水を溜めて使い出した。固定の洗面器では溜めて使えないのに、どうして金盥なら水を溜めて使えるのか。その答えに「和風のかたち」はひそんでいるのです。

私は流しで金盥を使ったことのある世代ですから、答えはすぐにわかりました。前の人が顔を

洗いおわると、私が次に進み出ます。そして金盥に少し水を入れて手のひらでグルッと水を廻して、金盥をさっと裏に返して、金盥のへりを、流しの底を叩くほどにポンとぶつけて水を飛ばす。この動作が、きよめであり被りだったのです。衛生上はまだ汚れていても、お被りは済んでいるので、精神的には浄化されている。だから新しく溜めた水は清浄であり、唇から入っても平気、だったのです。

このけがれ観、きよめ、はらい観は高さ方向にも働いていて、少しでも高い方が低い方より清浄であり聖性が高いのです。建前に供物をささげるのに三方さんぽうの上に載せる、のがそのことを象徴的に現しています。食器の糸底や高台もこの浄不浄観から聖性までを表現する「和風のもの」の造形言語、なのです。

やまとことばがいかにないがしろにされてきたか　さきに日本最初の辞典が「和名抄」という漢和事典であったことをお話ししました。漢語の字と意味を挙げて、やまとことばでは何というのかを万葉仮名で表記した。その頃に出された律令の施行細則は全50巻の全文が漢文であった。それほど日本語、和語、倭語、やまとことばは低い位置にあった、と申しました。これを日本における中国事大主義の初期の現れである、と位置づけました。

ではその1100年の後、やまとことばは吾々のことばとしての正当な地位をとり直し得たか。じつはそうではなかった。いまだにやまとことばは漢語より下位のことばとして扱われているのです。

それに加えて、西欧事大主義の波が押しよせて、日本語の文脈のなかにカタカナ外来語として割り込んできている。ファッション雑誌などは「て、に、を、は」以外はみんなカタカナ外来語の連続だったりする。

文明開化の頃の明治人にとっては事大主義の宗主国として、中国の地位はまだ揺らいでいなかったもので、西欧語を漢語に翻訳して日本で使う、という方法をとりました。哲学、物理、会社などおびたしい外国語が漢語に音訳、意識されました。身近なところでは工業意匠、室内設計ですね。デザインを意匠と訳したのは名訳といっている。意匠の意は、心を音にあらわす、という意味です。音という現象は形にあらわさなければ心のありかたが伝わらない。匠は斤+匚で、斧をもって匚はしを造る、という意味です。

西欧語の漢語への置き替え表現には紐育（ニューヨーク）独逸（ドイツ）などの音訳もあって、これは中国音なので私たちにとっては始末がわるいだけですが、意識は先ほどのデザイン＝意匠のように深長な意味が込められていて、それなりの意義がありました。またそれだけに誤った意味にとらえられるという難もありました。

やがて文化宗主国の地位が中国から西欧にとってかわられるにつれ、漢語への当てはめが省かれ、直接の音訳　カタカナによる外来語表現が主流になってきました。それとともに、外国語のもととの意味を確かめる努力が省かれるようになり、デザインとかプレタポルテとかが意味不明のまま横行することにもなってきます。さらにはその意味不明でも通用する、というカタカナ外来語のありさまに便乗して、カタカナ外来語のふりをした和製外来語が横行するという珍現象が起こるわけです。ひとつはホンダのベンリイ号、またたとえば雑貨の売場にかかげられた看板にあったのですが「アルトベンリー」ドイツ語かと思ってとまどっていると「有ると便利」だったり。そしてもっともらしいイメージ表現というのもある。その代表が「システムキッチン」です。これは英語としては意味を成していない英語風和製語です。その意味をあえて表現するなら、システムタイズド・キッチンとすべきでしょう。

こうして『和名抄』以来千年にわたって、日本では外来語が上位文化の地位を保ってきたのです。

ここで、事大主義日本にとっての中国という文化宗主国の言葉、漢語の地位がいまも、いかに根強く保てられているかをお話しします。

私は建築学科の実務から出発しているので、建築界に特に通用している用語を用いることが多いのですが、その専門用語の中には、今は差別用語とされている言葉が案外多いのです。

たとえば「馬鹿」は差別用語なので、痴呆者といえ、といわれます。建築現場では馬鹿野郎、というのはほとんど接頭辞か主語の代用でバアヤロ、バアロ、バァと略されて「そのバアロ、ちょっと来い」などを使っています。「めくら」は盲人、視覚障害者と言え、というのですが、建築用語では材と材をぴったりくっつけるのを「めくらにする」といっています。「そこんとこ、めくらにしとけ」を「視覚障害者にしとけ」とはいえませんが、めくら縞なんかも表現に窮する。おし、つんぼはいけなくて聾啞者ならいい。大工はいけなくて木工技術者、人夫はいけなくて労務者、小使いさんがいけなくて用務員。銭髷、台湾髷はいけなくて円形脱毛症といえればいい

差別用語でない云い方、の方をザッと眺めてみると、「漢語に置きかえればいい」といっているわけなのです。「めくら」は「目の不自由な人」でも、いいという。不自由が漢語的表現だから差別用語にならないようなのです。和語、やまとことばがいけなくて、漢語ならいい、といっているのです。ひとつ、これは冗談ですが、親しい友人に若くして頭が禿げあがっているご仁がいて、私が禿げ茶瓶といったら差別用語らしいから、「頭の不自由な人と云おう」と皆に提案したら、友人「頭は不自由しとらん、髪はげの毛の不自由な人と云え」。

冗談はさておき、やまとことばはこうして組織的に撲滅されつつあるのです。確かにやまとことばは無遠慮に近い表現もあり、思いやりに欠ける表現もあることは否めないけれど、お上(かみ)のその手下たち(これも差別用語か、協力者たち、御用学者たち)が、上から「漢語に云い替えなさい」などと干渉はしてほしくないものです。やまとことばには、飾り気のない本音の心が(よくもあしくも)結晶しているのです。

やまとことばには、和のかたちが潜まれている。そして、和のかたちをいう造形言語とやまとことばに潜む和のかたちとは通底する。だから「和風ものづくり」をすすめるには、やまとことばで話しあわなければいかん。やまとことばを失っては、元も子もなくしてしまうぞ、と思っ

<かたちのことばで構文するということ>

いま、「造形言語」という言葉を思わず使いましたが、造形のあり方そのものが一種の言語のように機能して、形を和風にかたちづけていく、というのが美の文法であろう、と思います。それは形態の全体性としても形成されます。私はこのことを文章になぞらえて「かたちの構文」と呼んでいます。全体の形態は部分の形態の集積として、その全体性において感受される。かたちは文章になぞらえれば、かたちが「読みとられる」。その、部分の造形のあり方は、言語でいえば、語彙、個々の単語ということになります。文章は、語彙の配置によって、構築され、ひとつの構文となって意味の実体を形成します。その語彙に漢語を用いようとカタカナ外来語を用いようと、和文が漢文や英文になるわけではない。

このことを音声・文字言語ではなく、三次元、四次元の立体を形成する「造形言語による構文」に置き替えても、表現の原理は変わらない。だからやまとことばのとらえている世界と和風の造形言語の世界とは、別物ではなく、重なりあうのです。

<やまとことば式空間の構文研究>

1984年当時、米国では日本食に人気が高まり、日本食レストランやスシバーが林立している、というニュースがどんどん入ってきました。日本の食文化輸出が始まったのです。そして、その日本食堂の店構えや料理の献立、寿司の形などが日本とそっくりではない、たとえば寿司の場合アボカドをはじめとするいろんな具が載るのが面白く、その変わり寿司に対してカリフォルニアロールという呼び名が生まれたりしていました。そこで私たちは元国立民族学博物館長の石毛直道さんを座長とし、民族学者、社会学者などでチームを組み、調査に出かけました。「文化

輸出における文化変容の研究」というのが研究テーマでした。文化は異文化圏へ輸出されるとき、少なからず変容したかたちで受け入れられる。その変容のかたちがどんなものであるかを、探ってみよう、ということでした。テーマは日本食文化の輸出であり、アメリカという異文化社会の中でどう変形されるかを見てみようということです。

つまり、和風の食のかたちの、どこがどう変容することによって異文化のなかに受け入れられるか、という文化伝播の実態の事例研究です。この共同研究は財団法人味の素の文化センターとトヨタ財団の研究助成を受けて行われました。

その調査研究における私の担当は、「アメリカにおける日本食堂の店がまえと道具だての変容」でした。毎日できるだけ沢山の日本食堂に入って「食べながら観察」するのですが、当地の日本食堂の料理はえてして不出来で、不味いので閉口しました。

私の担当する店構えと道具だても、日本と似たりよったりで、しかもデザインが下手なだけ、といった感じで、たいして面白くもなく閉口するだけでした。しかし、私はだんだん不安になってきました。店がまえも道具だても、日本と似たりよったりで、デザインないしとり合わせが下手なだけである、というのでは、まったく論文になりません。そこで何十項目かのチェックリストのデータだけをとって、途方にくれていました。

全体的にいうと、アメリカの日本料理店には、日本ないし日本食という異文化を表象する、日本的と思われる造型要素が、かなりランダムにちりばめてあるのです。たとえば格子や連子をやたら使っています。窓に小庇をつけて、瓦をのせていたりする。提灯も暖簾も同様にして、ちりばめてある。訪問した各店について、提灯はある、ない、格子はある、ない……とことこまかにデータをとっていくのです。その結果についての意味が私には少しも分からないまま、調査データだけを持って帰国します。

そして日本に帰ったところで、日本の和風食堂について、何十軒かをランダムにとりあげて、同じ調査シートで機械的にデータをとって比較してみたのです。そうしたら、幾つかの大きな相違が見つかりました。

店のありかを示す看板の数は、アメリカでは一軒に一つ。きわめて少ない。それも高いポールの上に看板を上げている。日本では一軒の店に看板が沢山ある。ま正面のおでこのところにひとつ、袖看板がある。出入口近くにもある。さらに路上に行灯看板、これで四つになります。

それと出入口のかたちがちがう。アメリカでは内開きの扉で、中の覗けないものがほとんど。日本では引違い戸がほとんどで、下方はスリガラスでも上方は素通しになっていて中が覗ける。そして暖簾は、日本では出入口の引違い戸の外に掛けてある。アメリカではどの店にも暖簾はあるが出入口のドアの外側ではなく内側の壁にピンで留めたりして、インテリア要素として飾りつけているだけ、でした。

このことから、私は日本とアメリカでは、空間の構文がちがうのだ、ということに気づきました。空間を意味づける造形言語は、似たようなものをちりばめているけれど、空間の組み立て方がちがっているのだ、と気づいたのです。

このことは、お客さんの行動のしかたで比較してみると、よくわかると思います。米国は自動車社会です。車で食事に行くには、どこの店に行くかを先に決めて、ルートを決めて、行く。一方通行の所も多いので、行きあたりばったり気に合った店を訪ねまわる、というわけにはいきません。行く店を決めて行くので、看板は、そこが目指す店だということがわかればよいので一つで充分なのです。目ざす店に到着したら、中の様子を覗いてみる必要はない。ここと決めているのだから押し入るほかはない。混んでいたら、とにかく中に入って入口付近で席が空くまで待つのです。そのために一寸したバーがあったりする。

この空間の構文は、英語の文章の構文とよく似ています。最初に主語があって、Yes、Noを断言してしまう。そのあとに補語や修飾語がついても、主語とYes、Noは変えられません。「私は、この店に、入る」のです。

これに対して、日本での食事行動　店えらびの行動様式はどうかといえますと、まず、繁華

街へ繰り出す。店は、まだハッキリは決まっていない場合が多い。皆で歩いているうちにだんだん「魚料理のうまい店」に見当がきまってきたりする。Aさんが心覚えのある店の方へ、いざなう。

主導格の人の気分によって、皆が何を食うかが決まる、という主体性の無さも日本的なのですが、お客の心が不安定なので目を引き、心をとめるための看板というメッセージがちりばめてある。で、主導格の人が暖簾をちょっと分けて、中の雰囲気を観察する。ガラス戸の上の方が素通しになっているのは、ためらい行動へのヒントを与える「覗き」を許しているのです。暖簾を分けて覗く。そして後手の手を振ると、この店は今日はダメ、の合図で、皆ぞろぞろ歩き出す。魚料理をやめて肉料理の方へ転向したりする。暖簾を分けて様子を伺ったかぎり、そう悪くない、と思えば引き戸を少しあけて中の様子を見る。まだためらいは許されているのです。アメリカでは内開きのドアで、そのフックを外して少しでも開けたら、ひきずり込まれます。ドアはYes、Noの表示装置なのです。ドアは開けるか、開けないかのデジタルな出入口です。それにくらべて引き戸は、Yes、Noを保留できる「ちょっと見るだけ」が許される、アナログな出入口なのです。

誰が何を食べるのか、もはっきりしない主語ぬきのまま、ぞろぞろと中へ入ってしまう。店に入ってもまだ、今日はここで食べるんだ、という判断は保留されている、というのが本当のところなのです。飲み屋系の場合、ハシゴ酒というかたちで判断が保留であったことが証明されるのです。

主語ぬきで、最後までYes、Noの判断を保留しながら補語、修飾語を並べておいて、最後にYesと思いきやNo、のどんでん返しができるのが日本語の構文であり、日本の小料理屋や飲み屋の空間の構文でもあるのです。

私のこの論文での結論は、文化が異文化の中へ移入されるときにはまず単語なり造型言語なりの語彙にあたる要素が移入される。それが異文化の文章なり空間なりにちりばめられる。文章や構文までが移入されたら、それは移入ではなく、移入先の文化が変わってしまうことを意味する、ということでした。

日本では、日本文の中に漢語がちりばめられたりカタカナ外来語がちりばめられたりしているけれど、日本文の構文は頑として変わらなかった。空間の構文、ないし物質文化の構文においても、和の構文までは異文化のそれに替わってはいない。吾が文化の構文から単語レベルの、造型語彙レベル的外来的要素を丹念に抜きとっていったら、和の構文が浮上してくるのではないか。それが「和風のものづくり」復権のための最初の作業であるべきだ、と私は考えています。

かたちのやまとことばの再発掘、文化のやまとことば的構文の再発見が、「和風ものづくり」のための基礎作業として必要だと、私は思っています。

<和のかたちを知りなす 和風探索>

私の著作のひとつに『和風探索 ニッポン道具考』（筑摩書房刊）があります。「和風とは、実質的に何なのか」を具体的に描き出そうという試みでした。そのために、まず「和風の暮らしを成り立たせる住まいの構成要素と道具だて」を挙げてみました。住居の構成要素では屋根瓦、畳、障子、襖（すだれ）、簾（簀垂れ）、垣根、和式便器。家具什器では座蒲団、火鉢、炬燵、和筆筒、鏡台、照明具（和風のあかり）などなど、が挙がりました。これを24品目にしばって、ひとつひとつ「どこが和風なのか、なぜ和風なのか」を見定めてみよう、というのです。

たとえば座蒲団はどこが和風なのか、洋風のクッションとどうちがうのか。座蒲団は何を守り、どう作っているのか。正しい座蒲団とはどれか。

そういうことを私は、じつは知らない。皆さんもほとんどご存知ないだろう。ならば皆さんになりかわって、この私が調べて進ぜよう。「和風のかたち」の正体 どこがどうだから和風なのか、を知ることが、伝統和風なり21世紀の和風ものづくりをしていくための基本理解だろう。

ではどうしたら、和風の正体がわかるだろうか。それは、先に挙げた和のものについて、それぞれを実際に作っている人がいちばんよく知っているだろう、というわけで、和モノを作ってい

る人、売っている人を訪ねる「和風探索」の旅をはじめたのです。

たとえば、座蒲団は、京都の岩田屋蒲団店の親爺に聞きにいきました。岩田屋は裏千家の茶室に用いる座蒲団を一手に納めている老舗です。

まず、座蒲団は、ただの四角かどうかを聞きます。前後の方が少し長い長方形なのです。その方が坐りよいといえます。

次に、座蒲団に前と後ろがあるのか、あればどう見分けるのか 裏と表がひとつつながりの、一枚の布であれば三辺を縫い合わせて一辺が「まる」（縫い目がない）になる。まるの方が前になる。ナルホド。四辺を縫い合わせたものでは、前後ろをどう見分けるんです？ 柄・模様で見る。花なら根本の方がうしろ。大きさによる使い分けもある。大きいのはお坊様のいらっしゃったとき。夏冬の使いわけもある。夏ざぶは麻をかわにした綿の薄めのおざぶ。座蒲団に裏と表はあるのか。あればどう見分けるか というふうに問うていきます。そういうことがわかっていてはじめて、お客さまにおざぶをすすめるのに裏おもて、前うしろを間違えないでおすすめる。おざぶをおすすめするしぐさが作法に叶ってくる。そこからおざぶの用意のしかた、位置の定め方、遠慮の演技、すわりこむときの動作 立居振舞の和風が成立していくのです。

こういうことを24品目にわたって調べあげた一書『和風探索』、一品々々のどこが和風か、何が和風か、を記述した本を、誰が買ったのでしょうか。

著作物を誰が買ったかは、著者にはなかなかわからないのですが、たまたま私の耳に入った情報では、夫婦で海外 ヨーロッパに赴任した商社マンなどのご婦人が、一時帰国した際に、目の色かえて本屋に入り『和風探索』をひつつかんで、ヨーロッパへ戻っていった、ということです。

商社マンも海外赴任すれば外交官です。パーティーには夫婦で参加するのが仕来たりです。男共は仕事の話のやりとりをしますが、婦人の方は、日本人と見ると日本の文化が話題の種(たね)になります。そこで商社マン夫人は、どこが日本文化なのか、なにが和風なのかがまったくわかっていない自分に気づくのです。あまりにも和の文化を知らないことに慌てるのです。本書を著作していくにつれて、判然としてきたことは、和風のものとの和のありかたについて、私もふくめて、ほとんどの人が何も分かっていない、ということでした。「やまとことば」というような意味での「やまとかたち」がある。それが和風ということだと思うんですが、その本質を私たちはほとんどわかっていないんです。

和語を漢語起源でないオリジナル日本語、という意味で「やまとことば」というのだとすれば、「やまとかたち、やまと形」というものがある。それが和風のもの、なのです。

その「やまとなり」を本当に知っていて、それを守っているのは、日本の現状では和風のものを使って暮らす人々にはほとんど居なくて、和風のものを作ってきた人たちだけだといってよい。だからこれから立ち上るのは「和風ものづくり」をする人たちが主導権をとって、これが和風のものなのだ、このかたちのありかたが、やまとなりなのだ、この列島での住み暮らしかたが磨きあげてきた日本オリジナルなのだ、ということを手導していかなければ、和風はずたれていってしまうのです。

私はこの『和風探索』を著作していくことによって、和風についてずいぶん沢山のことを知ることができました。和のかたちのあり方、和形、和なり、ということのあり方も具体的に知ることができました。しかし、それよりもっと大事なことは、和風ものづくりを守ってきた伝統和風の職人さんと商人が、和風文化の実質的な支配権を握っている、と知ったことがたいへん大事でした。職人さんは、自分の納得のいかないものはつくりません。注文主をよく知っていて、この人にはあのやり方の、あの形のものを提供すべきだ、費用はこれくらいだ、と自主的に判断しています。自分自身でマーケティングをして、品物を製して供給しているのです。

たとえば障子をつくる建具屋さんと話していて、私は鬘まげが小味が好きだ、といいました。組子が縦に沢山入っていて、ひと枱が短冊状に細長いものです。すると建具さんは、あれは町家でも小意気な商売をしている家に建て込むもので、普通の役職の人のお宅には入れないものと諭されるんですね。私たち建築家の一世代上の住宅作家たちのあいだで大格子や、棧が斜めに

走ったりする、前衛的な、アヴァンギャルドな障子を用いるのが流行したことがあります。私は出おけていたので、そういう奔放な障子（ほんぼう）を使えるまでには至ってなかったのですが、ひとつああいう障子を入れる住宅作品をやってみたい、と憧れていました。ところが「正しい建具屋」さんに話すと、私はああいうものはやりません、とききました。あれは遊郭にしか入れんもんです。そういう所を専門にする建具屋がつくります。正しい和風障子しか、私はつくりたくない、というのです。正しい座蒲団について伺ったお店では、「近頃の金持ちは貧乏人の座蒲団に座ってよこんでいやはる。だから金をかけた、いい座蒲団（勿論何倍もの高値になる）をつくっていけなくなるんです。」と嘆じていました。「和の正体、和風ものの価値はつくり手に聞け、売り手に聞け」という私の和風勉強方針は当たっていたのですね。

< 自分自身の感性をマーケットとする >

伝統和風の職人や、その製品を商っている商人は、自分自身が親の代からうけつぎ、守ってきた感性で自分のマーケットをつくりあげていっています。障子なり座蒲団なりの市場を職人が、老舗の主人が主導していた。その強みが効いていた時代には、正しい風が通用し、和風ものづくりが成立していたのです。

これからは、ほんとうによいものをつくり出していくには、自分自身の感性をマーケットとしていく強さがあると思います。まず私のほしいものをつくる。私の感性が許すもの、私の知性が納得するもの。事大主義に対して「私」絶対主義が、ほんとうによいものをつくり出していける、これからのものづくりの方向ではないでしょうか。

話がここにくると和風とは吾風だということが納得されてくるでしょう。伝統和風にこだわることも、和風事大主義に陥る怖れは充分にあります。和風復権の時代に一番怖いのはこの、和風事大主義です。昔の人の感性が産んだものにむやみにこだわってエラソウにしている、現代人、近未来人の感性には合いません。各地の伝統的工芸品の売り悩みのネックはこの和風時代主義なんです。技は本格でもセンスが古くてはダメなんですね。この土地、列島の中の自然環境という場所にうまれた現代の文化環境。そこに生きる吾の感性と知性がつくり出すものが、吾風なのです。

日本に来て、住みついている外国人のなかには、なみの日本人よりよっぽど和を知り、実践している人がいますね。古民家を買って改修して、和でも洋でもない、けれども広々として楽ちんな住まいに改造していたり。その広々とした空間に私の持っているものよりよっぽどいい古民家を集めていたり、そして漆を塗ったり織物を織ったりして、個展を開いたりして、食っていける。

これなんかも吾風に徹して新しい和風の暮らしを拓いているのだ、と行ってよいでしょう。

日本に定住するような外人は、やはり「私」絶対主義者、だから何ものにもとられない目で、よいもの、豊かなもの、身に合ったもの、自分の感性に合ったものを選んでいけるのでしょうか。そうした「私の感性に合ったものづくり」への共感者がマーケットになる。これが和風ものづくりのスタートラインになるのではないのでしょうか。

< 和風ものづくりの発信 >

自分たちが作り出しているものの良さを、多くの人に知ってもらわないことには、良いものづくりは続けられません。そこでちゃんとした発信ができないと、「価値を不問にした値段の競争」に負けてしまいます。では、どう発信したらいいか。ちなみに、私がコンサルタントをした「漆器産業振興」の例をお話ししましょう。

ある漆器産地で民宿旅館をやっている人が、私のところへ訪ねてこられました。その人は入り婿で、嫁さんの両親が民宿旅館を細々と経営していたのですが、漆器産業が落ち目になるにつれてお客も減り、ギリ貧状態になっていました。そこで、両親から経営権を受けとって、若夫婦で再建をはかろうということになったのだそうです。どうしたらこの民宿旅館を再建できるだろう

か、というご相談です。

私はこんなふうに答えました。

- ・まず、そこの地場産業としての漆器産業振興の一環として、その民宿旅館を位置づけなさい。
これから21世紀にかけて、漆器は必ず見直されていきます。いま汁椀は千円で買えます。本漆の本木地椀が5万円。いまは5万円の方に手を出さない人が圧倒的だが、すでに、「本当によいもの」さがしが始まっています。漆の木椀は日本人の感性と食事様式にぴったりの「本当によいもの」です。それを見つけてくれるようにする運動の一環として、あなたの民宿旅館は協力するのです。
- ・漆器を探しにくる人の常宿になることを目指しなさい。
やがて漆器さがしがブームになります。すでにこれまでの食器に飽き足らない人たちが動きはじめています。やがて来る漆器ブームの先駆けの人たちです。
- ・宿の食事は、本物の漆器でもてなしなさい。
漆器のよさは、言葉では説明できません。折角食事を供されるのだから、これが体験のチャンスです。漆器を味わっていただければ、その持ち味がわかります。
- ・毎晩食後に30分でも、宿の広間で「漆器のはなし」の講座をもちなさい。
このひなびた町では、夜ともなれば行くところもありません。漆器講座から漆器談義へと発展して、漆器のことなぞなにも知らない人の目を開かせることができますでしょう。

この店は、経営を建て直すことができました。漆器さがしの人たちの常宿になりきっていて、町の大祭のときには、私はここぞとばかりに集まる常連さんに遠慮して、別の民宿に泊まることにしています。そこも、若夫婦が後をついだのを契機に本物の漆器で食事を出す民宿になったからです。

私は町（町役場と漆器組合）にも働きかけて、地場産業としての漆器振興策を提言しています。

- ・まず、この町の子どもに漆器をプレゼントしなさい。
 - a) お食いぞめの飯椀、汁椀を、組合からプレゼントする。
 - b) 町が補助して学校給食に本物の漆器を使わせる。
幼い頃から漆器の味を体験したら、長じて漆器ファンになります。この町に生まれたからには漆器の知識も得やすいので、よい宣伝者になります。この町に育つ子どもを、本物の漆器でないと許さない感性と見識をもった大人になるように育てるのです。
- ・漆器を製造している工房をオープンにして、見学できるようにしなさい。
展示用につくった工房ではなく、町家の奥で下地をこしらえたり、中塗りをしたり、沈金や蒔絵をしたりしている、職人の働いている実際の工房を見せるのです。いかに手がかかっているかが身にしみてわかります。手をぬいたら品質がオチる。手をぬかないで欲しい、と思うようになります。5万円なんて、とてつもなく高いと、ハナから拒否反応をしていた人が、あれだけ手がかかっては、生活していくのが大変だなァと思いを合わせて、5万でも安いかな、と驚かなくなります。
- ・漆器づくりについて、きちんと説明したブックレットをつくりなさい。
工程の説明から手間ひまかかる実情から職人たちの仕事ぶり、くらしぶりまでいねいに説明する小冊子をつくるのです。一冊500円くらいかかりますが、一万円ぐらいから上の漆器の買い物をした人に差し上げるのです。帰りのバスの中で、その冊子を読んだ人は「自分がどんなに価値ある リーズナブルな買い物をしたのか」がわかります。こうして、この町で漆器を買った人はリピーター（繰り返し訪問者）になります。

その冊子は、私がこの町の職人を訪ねながらまとめたものですが、帰り道に読み終えたお客様が、自分の買ったものが何だったのかがよく分かった、とお礼の手紙をくれることが多いそうです。私はそれをきいて、発信網ができればじめたナ、と嬉しく思ったことでした。

以上、「和風ものづくりの21世紀展望」について、私の研究と実践のうちから、かいつまんでお話しをしました。最後に申し添えておきたいのは、「そのもの」は何なのか、生活の本質、道具の本質を問いなおすことからものづくりは始まる、ということです。「座蒲団とは何か」から和風の立居振舞、和のくらしが見えてくる。そういう順序で、吾の信ずるところをものづくりしていけば生命力のある、発信力のあるものが生まれてくるだろう、ということです。もうひとつ、もののありようを定めていく主導権は、使い手よりも作り手の方にあるのだ、という確信をおもち下さい。ここ、高岡短期大学は、ものづくりにかかわる技術者からプロデューサーまでを育てるところです。ものづくりする人が文化を考え、そして支えていく、新しいマーケットづくりの主導権をもつのだ、という確信のうえに技なり術なりを磨くよう、学生さんに指導されるべきと私は期待しています。本校とその出身者の、和風ものづくりの発信源としての、ご発展を祈ります。ご静聴ありがとうございました。