

和のデザイン考

——「老舗」和菓子店設計を通して——

佐々木 琇 二

はじめに

一人の日本人であるインテリア・プロダクトデザイナーとして、何を寄りどころとして、何を根拠に、一つの表情と意味を持ったデザインを生み出すのか。自分のデザインの本質はどこにあるのか。どこからオリジナルな自分なりの形態であるとか、色彩は生まれてくるのだろうか。このような事をいつの頃からか、気になりながら作品を創りつづけてきた。特に「和」の系列に属する作品をデザインする時がそうであった。この「和」の世界に関して、主に和菓子店の設計を行ないながら考えていたことをまとめてみた。

◆ 和菓子の文化

和菓子というのは、日本の美しい四季折々の彩りを、その内部に刻み込んで、素材の持つ特性を生かしたその形は非常に美しく、日本人の繊細な感性の結晶であると言える。日本に古来からある豆類、餅米、葛といった自然素材を見事に生かして、独自の和菓子文化を完成させた。日本の食文化の中では、「生活に潤をもたらす。」という部分で大きな貢献をはたしてきた。

「老舗」の一つである御菓子司「鶴屋八幡」の創業者は江戸時代の末に勤めていた店が、今でいう饅頭の引換券乱発が原因で倒産した際、多勢の茶人達の間から、銘菓がなくなるのは惜しいとの声があがり、復興に向けた

支援をいただき、今日ある御菓子司「鶴屋八幡」が誕生したという経緯があったそうである。

この時代、茶道、特に「茶の湯」は秀吉から徳川家を頂点とする武士の支配する社会の中で、必要な教養の一つであり、重要な文化的社交手段の一つであった⁽¹⁾。このことが「茶の湯」の作法にまで組み込まれていた和菓子の文化度を高め、成熟させていったに違いない。

「老舗」というのはご存知のように家業、秘伝を守りつづけると共に、同時に文化の伝承者としての役割もなっている。先程の和菓子店は和菓子販売の他に「茶房」、いわゆる「和の喫茶店」を経営している。この茶房を設計する際に、その経営者がデザイナーである私におっしゃった言葉に非常に驚かされた。それは次のような内容であったと記憶している。「私はこの茶房で利益を上げようとは考えていません。和菓子とお茶がおいしくいただける店を設計して下さい。そして若い方々でも気軽に入れる雰囲気して下さい。この茶房は和菓子のすばらしさを知ってもらうための場を提供するのが目的です。」この言葉は「和菓子の文化」に対する深い愛情と「老舗」として伝承してゆくことに対する情熱があって始めて出てくるものだと思います、少なからず感銘を受けました。従って和菓子店、特に「老舗」のインテリアデザインに於いても、まず最初に大切にしなければならないのは、この和菓子文化の豊かな精神をデザインの中に如何に表現するかということである。すなわちデザイナーも和菓子文化の伝承の一翼をになっているのである。しかしながらこれは「老舗」のデザインをする場合に最も大切なこ



和菓子店 A-1



和菓子店 A-2



和菓子店 B-1

とであって、たとえば伝統的な和菓子の世界から少し離れて、洋菓子の世界に近づいたような新しい商品を販売する店舗の場合などは、その商品コンセプトと合致したインテリアデザインのコンセプトを考慮しなければならないのは当然である。現在は生活する上での価値観がどんどん変化していると同時に、多様な価値観をもった商品情報等が無数に我々の目前に提供されるが、それらの情報に流されることなく確かな目でできるだけたくさんの価値基準に照らして、店舗の「位置づけ」ポジショニングの細かい調整を行ない、デザインコンセプトに結びつけ、最終的にデザイナーはそれらを「カタチ」、「素材」、「色彩」で表現するのである。では写真を参照しながら、これらの店舗をデザインする時に考えた事項を記述してゆきたい。

◆ 「場」の認識

店舗デザインを進めるにあたって、最初にその店舗区画がある「場」の周辺状況を適格に把握しなければならない。すなわち地域特性、立地条件を明確に認識すれば、店舗の存在意義、地域の中での位置づけを適格につかむことができる。その結果デザインの骨格をより絞り込むことが可能になる。どのような年齢層の人が、何を目的として、どの程度の人数の方々が、どちらの方角から流れてくるのか、その時、この店舗区画はどのように見えてくるのかを、利用者側の目線で考えることが大切である。ややもすると店舗側、経営者側にとって効率の良い店舗を意識するあまり、このお客様側からの見え方、目線をおろそかにしがちである。

写真Aの和菓子は大阪市内にある有名ホテルの高級な雰囲気をもった地下レストラン街にあり、「場」の持っている特性から言えば、ホテルへ来られたお客様がショッピング、食事等を普段と異なった高級な雰囲気の中で、楽しむことができる魅力にあふれた非日常的空間である。この高級な店舗街に於いて、和菓子店の位置づけは、幕末に創業したという伝統をあまり前面に出さず、奥に秘めながら、和菓子、おうす、の良い意味での「軽さ」を若い年齢層の方々にも「気やすく」味わっていただくた

めに、インテリアデザインは伝統的な真壁造りを避けて、シンプルで現代的な新しい「和」でまとめ、通路面には壁面を設けず、開放的なファサードとしている。

写真Bの和菓子店は大都市の郊外に位置する駅の高架下ショッピングモールの中にあり、そこには日用雑貨から惣菜、医薬品、衣料品、書籍等の物販店、そしてハンバーガーショップから喫茶店、寿司店等の料飲関連の施設も多数出店している。その中でこの和菓子店は江戸時代文化文政年間創業の伝統を誇り、本店を別の場所に構えた「老舗」である。従って、地域の人々からも一目置かれる存在で、ショッピングモールの中でも、一つのキーになる存在のテナントであり、これらの期待にこたえる内容を持ったインテリアデザインでなければならない。

◆ 区画の特性

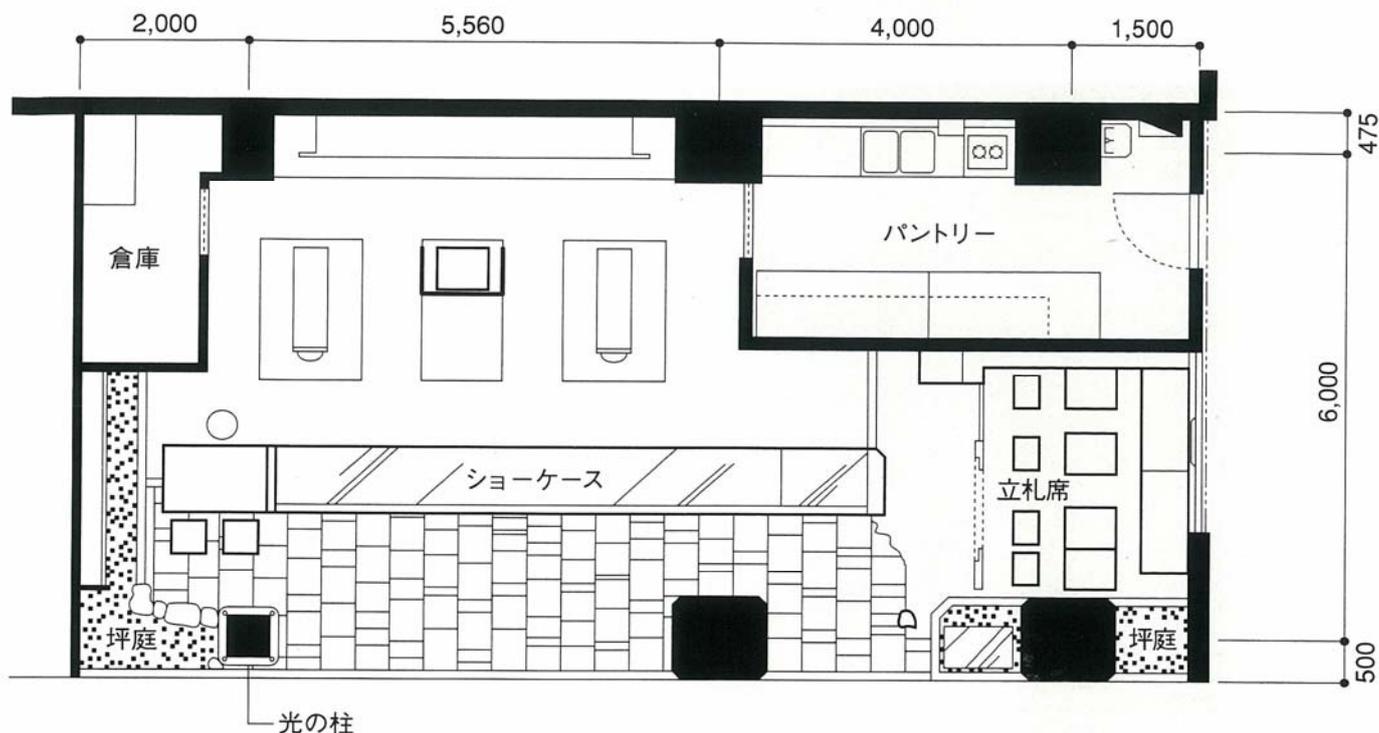
店舗の区画はそれぞれの特性を持っている。一つは基本的に守らなければならない建築法規上の項目と電気容量、空調システム、給排水衛生設備といったような物理的規制から発生する性格。もう一つは区画形状自体が持っている形態的性格である。

写真Aの和菓子店の区画特性は、入口部分に建物のエキスパンションジョイントがあり、床面のレベル差が35cm程もある。更に悪いことに天井高が低く、高い所で約h2,300mm、入口付近の最も低い部分ではh2,060mm程度しか確保できない。この原因は天井内を大きな空調ダクト及び配管類が殆ど占拠している為であるが、いづれにしても、この天井の低さをあまり感じさせないデザイン上の解決策が必要であった。そして施主の要望の一つであった若年層でも入り易い雰囲気の店づくり、そしてテイクアウト（店頭販売）も出来るように等の諸条件を総合的にまとめ上げたのが、御覧のような「新しい「和」」のデザインである。

写真Bの和菓子の場合、店舗として顔になる部分に巨大な2本の柱と、それよりは少しだけ細い柱が1本の合計3本の大きな柱が店舗とお客様側を分断するように立ちだかっている。この大きな欠点をうまくデザイン的

に解決することが、この店舗のデザイン成功への第一ステップであった。解決策として考えたのは、左側にある3本目の少し細い柱を、光の柱（看板）にすることであった。このデザインにより、重い柱が明るく輝き、非常に軽快な表情になり、結果として柱の存在が消滅し、お客様にとって雑多なショッピングモールの中で、この店の存在を適切に認識できるようになった。

図-1 和菓子店 B 平面図



◆ 和の構成要素とデザイン分析

「和」をデザインコンセプトの主要部分にすえて、写真の店舗以外にも、企業関係の特別室等これまで数多くのデザインをしてきた。そこで諸先輩がデザインされた作品も参考にしながら、それらの作品のデザイン手法を分析してみた。

まず基本的に目に見える物体というものは、「カタチ」と「素材」と「色彩」によって表現され、我々の目によって感知される。そこで普遍的に認められている「伝統的な「和」」を同様に小さな構成要素に分解してみると、伝統的な「カタチ」と伝統的な「素材」と伝統的な「色彩」、そして伝統的な「技法」に分類できる。そして「伝

統」と対極にあるものとして、現在から未来を象徴する、理想とすべき「新しい「和」」を同じように小さな構成要素に分解してみると、新しい「カタチ」、新しい「素材」、新しい「色彩」、新しい「技法」に分けることができる。それらの伝統的な構成要素を左側に置き、新しい構成要素を右側に整理して並べ、それぞれの構成要素を組み合わせると、次々頁の図-2「和のデザイン手法図」ができあがる。

この「図-2」の読み方について、これまでに私のデザインした和菓子店を主に例にとって解説いたしますと、次のようになります。

1. 伝統的な「カタチ」と新しい「素材」を合成する。

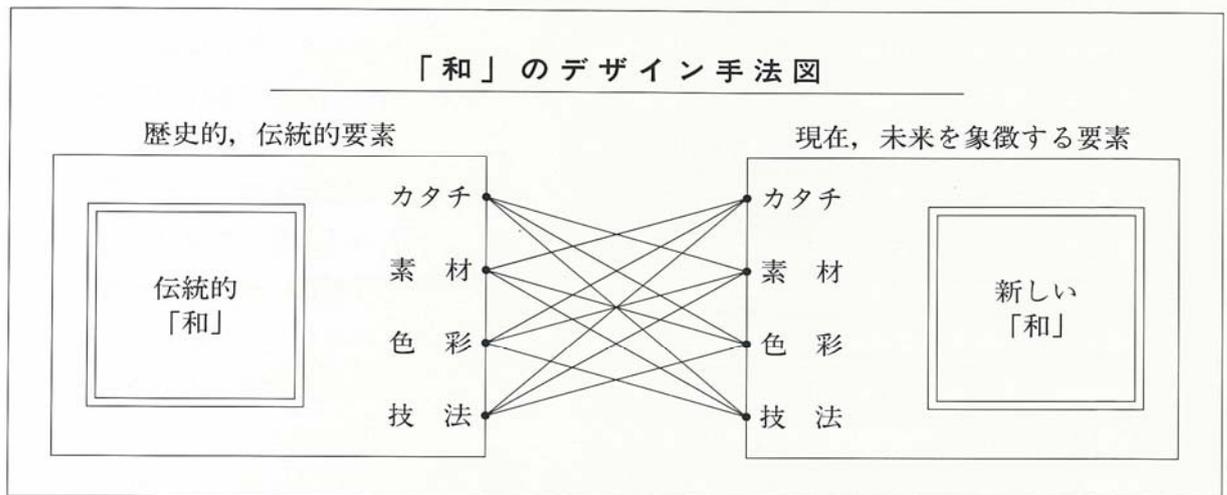
和菓子店 B-2
ファサード



和菓子店 B-3
喫茶コーナー入口



図-2



〔写真 A-2〕

客席上部の下がり天井のデザインは、伝統的な「カタチ」である「目透かし天井」の様式を使って、目地部分にアルミニウム12φ程度の管を竿縁風に入れ、伝統的には柰目化粧板を使う部分を新しいシンプルなクロス貼り仕上げとしている。さらに先端部分は伝統的な「カタチ」で考えれば「直線」になるが、逆に、ゆったりとした「曲線」を使うことで新しい表情に生まれかわらせている。

2. 伝統的な「素材」と新しい「カタチ」を合成する。

〔写真 B-1〕

天井部の長い照明器具を御覧いただきたい。これは伝統的な「和」の「素材」である「和紙」を新しい「カタチ」に加工し、結果として新しい「和」を表情しようと試みた。
※防災上の観点から、実際には不燃性の沙のような裂地を使用している。

3. 伝統的な「色彩」と新しい「カタチ」を合成する。

〔写真 A-1、A-2〕

この和菓子店は、基本色として伝統的な「和」の色である白と黒を使いながら、インテリア

に表われる「カタチ」の上では伝統的なものは極力使用しないで、新しい「和」を表現しようとした。アクセントカラーとして漆の朱色を配することにより、「和」の要素が強調された。黒色についてであるが、漆のにごりのない真黒は店舗に使用するには強すぎるので、少し灰色に近づけている。

4. 伝統的な「技法」と新しい「カタチ」を合成する。

〔写真 B-3〕

和菓子店の隅にある、実に小さな喫茶コーナー（立礼席）であるが、その小ささゆえに貧しい雰囲気にならないよう、非常に気を使って設計した。図-1の右下部分を見ていただければ、おわかりのように、満席になって8名、一人ずつのお客様であれば3人でいっぱいになる。このコーナーを落ち着いた席とし、さらにショーケースの販売部分と分離させるために、写真のような「枠」を考えた。堂々としてシンプルな力強い美しさを持っている新しい「カタチ」の中に、対称形を破るようにより一部分だけに伝統的な金蒔絵の「技法」を組み込んでいる。余談であるが、このコーナーの名前は「一庵」と名付けさせていただいた。

〔写真 C-1〕

滋賀県に昭和天皇が来られた折に、某企業が陛下をお迎えし、御挨拶を申し上げる為の小室をデザインした。滋賀県の県花は紅葉、楓であり、造作材、家具材はすべて上質の楓材を使用している。また壁面の最終仕上材である裂地も紅葉の葉を散らしたデザインにし、絹のような風合の縹子織で、上品な伝統的「和」の系統でまとめている。小さな部屋なので、付柱もなくし、天井廻縁も設けていないが、伝統的な「納り技法」で言う「長押」の持っている「厳格さ」を現代の「カタチ」に置きかえて表現する為に、写真に撮っているような、細く鋭い現代の「長押」と、それをより強調するように目地を上下に2本設けて横棧のみの横繫障子と共に、横方向への線の拡がりを強め、小室の狭い印象をなくしている。また正面飾棚部の三方見切縁は伝統的な「納り技法」である「刀刃」ハッカケの「カタチ」に少し丸みを持たせて柔らかな印象を与え、横方向への妨げにならないようにしている。

このように様々な「組み合わせ」で、感覚的に使っていた手法が、図-2のように整理されることで、より明解になり、「和」をデザインする上で有効な良い方法であ

ると思う。しかし、ここで一言だけ付け加えなければならないことがある。それは図-2の左側に置いた伝統的な「和」についての情報は知識の宝庫である図書館の中で見つけ出せるが、右側の新しい「和」の部分で、デザインとして本当にふさわしい、新しい「カタチ」を生み出し、新しい「素材」を発見し、新しい「色彩」を創り出せるかどうかは、デザイナー努力と能力にかかっている。また「カタチ」、「素材」、「色彩」というものは実に微妙で繊細な表情を持っている。デザイナーは同じように繊細な感性を持って、言葉、映像等で適切なコンセプトをまとめ上げると共に、それを人々に感知させる「カタチ」、「素材」、「色彩」を細く微妙に、そして適格に表現できなければ、その資格はない。

◆ まとめ

この「和のデザイン手法」はある意味でいえば、伝統的な文化と現在、未来を象徴する文化の比較的無理のない融合手段であると思う。長い時間を経て、それでもなお生き残っている文化というものは、現在に於いても通用する価値を持ち続けているから、我々にとって魅力があるのであって、それらをもう一度磨きなおし、再生する手法として、有効なのではないだろうか。

また伝統的な「和」は、そのままの形態で踏襲すべきであるという御意見もあると思いますが、私は「現在を生きるデザイナーの証し」として、やはり、今の時代に合ったデザインの「カタチ」、「素材」、「色彩」、「技法」等を探し求めてゆきたい。

- (1) 「煎茶への招待」 小川後楽著、NHK出版
- (2) 「和菓子の文化」 部分については鶴屋八幡 今中社長の御指導をいただき感謝申し上げます。
- (3) 写真は柄松稔氏、右衛門佐博氏の撮影。

特別室 C-1

