

空間にウィットのエッセンス 人の営みをデザインするインテグレートデザイナー



寺田 尚樹

Naoki TERADA

建築家 / デザイナー

www.interoffice.co.jp/
www.teradadesign.com/
www.teradamokei.jp/
www.15percent.jp/
www.iplus-furniture.jp/

ウィットに富んだ空間デザインを一気通貫で手がける寺田尚樹氏。建築家としての枠組みを超えたそのデザインセンスは、プロダクトへと落とし込まれ、再び空間全体へと広がっていく。人に笑顔をもたらす氏のデザイン哲学に迫る。

「一気通貫」するという
デザイン哲学の芽生え

グラフィックデザイナーをしていた父は、休日も働き詰めだったので週末はよく事務所に家族で遊びに行っていました。子供ながらゴム糊を調査したり、写植をカッターで切ったりしていた記憶を今でも鮮明に覚えています。そういう環境で育ったせいか、当時からクリエイティブな仕事をしたいとはぼんやりと思っていたような気がします。父はグラフィックデザ

インを生業としていましたが、私は平面よりも立体に興味があつて、小さい頃から模型作りに熱中していました。小学校高学年の頃には、すでに立体のデザインに携わりたいという気持ちがありました。

だから、大学受験は本当に悩みました。立体のデザインに携わるにしても、建築、プロダクトデザインやインテリアデザイン、インダストリアルデザイン、もしくは工芸など多岐に渡ります。それを高校の3年間では、正直、絞り込むことができませんでした。その中で、ヨーロッパの建築家は、アーキテクトという肩書きを持ちながら、車のデザインをしたり、インテリアのデザインをしたり、展覧会の会場構成も行っています。それらすべてを建築家という肩書きでやっています。空間全体をデザインする建築を

なつてしまいます。空間の先には、やはり家族がご飯を食べたり、誰かの手をつないでいたり、人の営みがあるのです。

初めて自身の作品として手がけた建築物は、2006年竣工の「所沢ストマック」です。このクライアントの要望として、「家族のみんながいつも一緒にいるようなうちに住みたい」という声がありました。そこで一つの空間でありながら、屈曲させることで機能を分離し、クライアントのニーズに応えています。そこに住まう人の営みが見えてくる工夫を心がけています。その人の営みを端的に表すツールが、建築模型です。その模型に着目し、2011年に福永紙工株式会社と一緒に「テラダモケイ」を設立しました。たかが模型かもしれませんが、

学べば、ジャンルに囚われず、さまざまなデザインができるのではないかと思います。建築学科を選択しました。そして大学4年間で何を専門にすべきか考えようと、分野を狭めることなく、あらゆるデザインについて学んでいきました。

しかし、大学を卒業してもなお、まだ絞りきれませんでした。むしろ、日本の場合、インテリアデザイナーと建築家は違う職能として見られます。しかし、空間を考えると家があつて、その家の内装があつて、内装の中に家具が置かれています。ダイニングテーブルとチェアがあり、テーブルウェアやカトラリーがあります。それはすべて一気通貫して把握される空間です。やはり空間は、全体を統合してコーディネートされるべきだと、改めて思いを強くしました。大学を卒業した段階では、すべてやりたいと思うようになり、職能が分けられていない海外で仕事をしたいと決意し、卒業後、すぐに海外に渡りました。

2年間、オーストラリアの設計事務所です。仕事をした後、もう一度、学び直そうとイギリスのロンドンにあるAAスクールに入りました。ここでは建築に限らず、いろいろな立体のデザインを学び、日本の大学院にあたる

ディプロマコースを修了し帰国しました。帰国後は、海外に7年ほどいたので日本の状況がつかめず、個人で仕事をしたり、先輩のお手伝いをしていました。2003年にテラダデザイン一級建築士事務所という屋号で会社を立ち上げました。

空間を捉えて、
人の営みをデザインする

建築家は、そこに住まう人やライフスタイルや価値観をガイドするものだという認識を強く持つようになりました。人の営みをデザインすることが建築家の仕事だとすれば、時計や椅子などプロダクトをデザインするのも同じデザインです。しかし、建築をただ単に構造や空間のデザインと捉えていると、その先が見えにくく

されど模型です。模型が示すキャラクター性によって、人の営みやライフスタイルまで見えてきます。それは建築が果たすべき使命をより具現化するものだと思います。

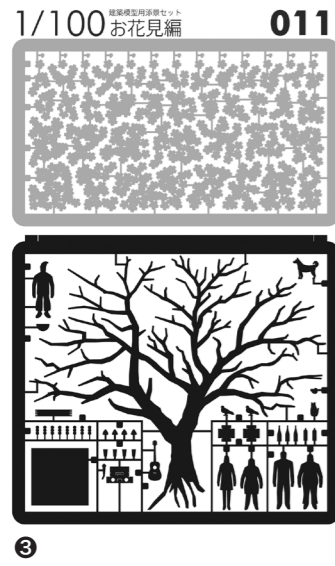
こうした人の営みにフォーカスしたブランドは「テラダモケイ」のほか、高岡にある株式会社タカタレムノスと一緒に立ち上げたアイスクリームに特化したスプーンやカップを展開する「15・0%」があります。また金管楽器のようなフォルムのファニチャーブランド「i+(アイプラス)」を株式会社イトーキと株式会社インタールオの協業により2015年にローンチしました。「15・0%」、「i+」ともにグッドデザイン賞をいただき、「i+」は、ベスト100にも選出されました。

■てらだ なおき プロフィール

テラダデザイン一級建築士事務所 顧問
テラダモケイ プロデューサー
15.0% プロデューサー
i+ プロデューサー
株式会社インターオフィス 取締役本部長
武蔵野美術大学造形学部 非常勤講師

略歴

1989 明治大学工学部建築学科 卒業
1992~1994 Architectural Association School of Architecture (AAスクール/イギリス・ロンドン)ディプロマコース 修了
1994~1999 個人で設計活動
1999~2003 明治大学理工学部 非常勤講師
2003 テラダデザイン一級建築士事務所 設立
2006~2007 日本大学芸術学部 非常勤講師
2009 関東学院大学工学部 非常勤講師
2009~2010 東京電機大学未来科学部 非常勤講師
2009~2012 昭和女子大学生活科学部 非常勤講師
2011~2012 明治大学理工学部 兼任講師
2011 武蔵野美術大学造形学部 非常勤講師
2011 テラダモケイ、15.0%設立
2014 株式会社インターオフィス取締役
2014 グッドデザイン賞審査員
2015 i+ 設立



①2006年竣工「所沢ストマック」の内観
部屋を曲線によって分けることで、人の営みが感じられる空間を創出。

②「15.0%」vanillaスプーン
熱伝導を利用したアイスクリーム専用スプーン。ウィットに富んだプロダクトを通してコミュニケーションのきっかけに。

③「テラダモケイ」1/100建築模型用添景セットNo.11お花見編パッケージ
ディテールを省略したシンプルな造形により、ライフスタイル感を引き立たせる。

④「i+」001:whiteboard
金管楽器を模したフォルムにより、オフィス空間をより洗練されたものに。

人の営みをデザインするという観点から、私手がけるプロダクトは、その場にあるとちよつと嬉しくなるような工夫を施しています。例えば、「15・0%」では、アイスクリームを食べる時、すぐに食べたいのに冷凍庫から出したばかりだと硬くて、すぐには食べられないというジレンマを解消しました。熱伝導率の高いアルミのスプーンを使うことで、手の熱でアイスを溶かしながらすぐにアイスを食べることができるようです。このように、私のデザインは、その場にあるとつい微笑んでしまうようなウィットをポリシーとしています。

「ウィット」というコミュニケーション

今ある3ブランドを展開する際、いずれも私はマーケットリサーチを行っていません。マーケットに依存し過ぎると、どうしても平準化した商品になってしまう傾向があります。むしろ、私はそのデザインの価値観や面白さに共感してくださった方が、商品を手にとっていただければと思つています。

例えば、「テラダモケイ」の商品は1枚1500円、「15・0%」アイスクリーム」のスプーンは3000円し

ます。「i+」のホワイトボードは、通常の倍の価格です。加工技術などのコストを考えると、そのくらいの価格になつてしましますが、価格による競争ではなく、ウィットを利かせた価値を共有してもらえ人に伝えていきたいです。

ウィットの共有とは、「笑い」に現れるものだと思つています。その笑いとは高度な感情で、互いの文化的背景を共有していないと生まれません。その笑いを共有できるか否かが共感をもたらすきっかけと思つています。

例えば、「テラダモケイ」では今、第3フェーズを迎えています。第1フェーズは、自分を含めて建築家が建築の模型にストーリーを加えるものでした。いわば、専門家のツールです。

第2フェーズは、模型そのものにあるウィットに共感していただき、手にとつていただける状況です。そして、現在の第3フェーズでは、三越伊勢丹がセルルのCMに起用するなど、「テラダモケイ」そのものがキャラクターとして独り立ちしています。このキャラクターがテレビ番組のあるワンコーナーを再現していくようになると、「テラダモケイ」が持つウィットが大きな広がりを持つようになっていきます。この3つのフェーズが同時並

行して展開していく中で、次の第4フェーズでは、アートとしての自己表現のツールにまで高めていければと考えています。

もちろん、本業は建築家です。建築の仕事はクライアントの依頼があつて初めて成立する受動的な仕事です。しかし、自らプロデュースするブランドは能動的にアプローチしていくことができます。ここでは、クライアントを「待つ」ではなく、自ら積極的に動いて、パートナーになつていただき、企画、デザインしていくことが求められます。

世界を見ると、アンビルト・アーキテクトという職能があるように、私が商社であるインタリオフィスに籍をおいて商品開発をするのも、建築家としてあるべき姿だと思つています。そこには、やはり人の営みの中で実際に共有できるウィットを体験することが重要だと思つています。そういう意味では、プロダクトに込めたウィットは万国共通のコミュニケーションを可能にしているともいえます。今後も建築家として、空間を通して人の営みに微笑をもたらすことに取り組みしていきたいと思つています。