

「モノ」を媒体としたコミュニケーションにいつも興味があったとする御手洗照子氏。「モノ」好きが高じて、マーチャンダイザーとして堤清二氏が率いる1980年代の西武グループ黄金時代を経験した。「モノ」に宿された思いを紡ぐ氏の哲学をなぞる。

「モノ」を巡る
モラトリアムの時代

文学やアートが好きで、大学は1970年代、5月革命の後、ヌーポールマン、ヌーベルクリティックなど新しい潮流を生み出していたフランス文学を専攻しました。授業を受ける傍ら、銀座・京橋などの画廊回りに明け暮れる毎日でもありました。

卒業後、インテリアやイラストレーションの専門学校に通ったり、画廊で働いたりするモラトリアムな時間を過ごしていましたが、その頃、偶然、マーチャンダイジングディレクターとしての仕事と出会います。ある中堅商社が銀座でビルをまるごと1棟雑貨の店舗としてオープンさせるという企画で、海外買い付けのバイヤーを求めていたのです。

もちろん、初めての経験でしたが、されたことは自信となり、今思えば、宝物のような体験でした。
そして数年が経ち、新しい提案のために欧米を回った後、帰国後のレポートに、これからは日本の技術・伝統を大切に、新しい日本のライフスタイルの売り場を作りたいと提案しました。和のモノづくりに焦点を当てた「西武クラフト」そして「ジャパンクリエイティブ」という日本の技や伝統を現在の暮らしに生かした売り場のスタートです。

ジャパンクリエイティブという売り場は当時、日本に焦点を当てるライフスタイルの面白さだけではなく、百貨店が問屋経由で仕入れるのではなく、メーカーと組んで商品開発をし、逆にそれを他の小売店に卸すという、いわば「流通革命」の側面も持つてい



大使館回りやサーキュレーションレターなどで苦労して情報を集め、ヨーロッパ各国に買い付けに出掛け、新しいショップのオープンにこぎ着けることができました。そのショップは、成功を収め、後に東急ハンズのモデルになったと言われています。

西武で経験した「流通革命」

そんな中、当時、時代の先頭を走っていた西武百貨店の商品部から誘われ、1980年代、西武百貨店最盛期の頃、商品開発室、インテリア担当として働くこととなります。当時の商品開発室は、完全な専門家集団で徒弟制度のような雰囲気、仕事は先輩の背中を見て覚え、指示は一切ありません。ほとんど毎日やることなかったのですが、ファッション、建築、インテリア、アートなどの膨大な情報が

ました。この売り場は、その後も長く流通関係者の間で語り継がれる売り場となることができました。

T・P・O Tの設立
暮らしと直結するモノづくりへ

その後、一時期、子育てのために家庭に入りますが、子育てが落ち着いて仕事を再開しようとした時、百貨店は以前の姿ではなく、自らT・P・O Tという企画会社を立ち上げます。のんびりとしたスタートでしたが、ゆったりとしていられたのは、百貨店時代の多くの成功体験のおかげだったと思います。

再開した最初の仕事は、地場産業との取り組みでした。信楽焼工業組合と組んで、今のライフスタイルに合うアウトドアアイテムの提案をしま



集積されている環境で、一日中これらの資料を読みふけり、数カ月が過ぎ

た頃、日本ではインテリアをライフスタイルシーンとして販売しているところがないという思いに至り、ライフスタイルシーンを中心とするインテリアの売り場を提案することになります。「フレンチプロヴァンス」というタイトルの下、フランスの田舎暮らしを思わせるコーディネートでした。

提案が認められると、家具・ファブリック・食器など各分野のバイヤーが協力してくれ、新しい大きな売り場が完成。会社の勢いや、時代にも恵まれたと思います。それからは、ニューヨークのロフトスタイル、業務用品を家庭用使用するハイテックスタイルなど、様々なライフスタイルの売り場の提案を行うこととなります。自分の企画提案が多くのお客様から支持

した。その仕事を皮切りに石川、京都、長崎、佐賀、岩手など全国各地の地場のメーカーさん、組合と一緒に仕事をさせて頂きました。同時に伝統的工芸品産業振興協会とのお付き合いも深くなり、T・P・O Tでは、今でも懇意にしています。

それからはインテリア家庭用品関係の商社やメーカーさんとの商品企画開発の仕事を数多く手掛けることとなります。その多くは陶磁器、木製品、金属製品の器が主で、百貨店時代の売り場づくりの経験と伝統工芸の知識を生かすことができました。

今は、モノをつくるだけでなく売り場までトータルにコーディネートしていくことが求められています。ここでは世界の展示会を見て回った経験が生きていると思います。

<span>◆</span> みたらいてるこ　プロフィール
<p>有限会社T-POT 代表取締役</p> 株式会社t.gallery 代表取締役
<p><b>物は心を繋ぐ</b></p> 物を媒体としたコミュニケーションに興味があります。アートも商品も、手のひらにのる茶碗から建築まで、物は語り、時代と空間を超えて、心と心を繋ぐことができと思っています。川上から川下まで、産地の製造元から、流通の只中、そして、専門店、百貨店の売り場まで、流れにすべて関わって、今に受け継がれる、技、智慧、心を生かし、多くの人の共感を得られるものを目指しています。作り手の手から、使い手の手に確実にわたる、売れるものこそ、良い媒体でしょう。ポプティランの角の八百屋も詩人になれるという言葉を信じて。

<b>略歴</b>	
財団法人 伝統的工芸品産業振興協会デザイン委員会・販売促進委員会 委員	
経済産業省 21世紀の伝統工芸を考える会 委員	
JICA ベトナム現地調査団参加	
SOZO.COM 審査員	
村田昭治マーケティング研究会 W21 委員	
社団法人 デザインコンサルティング協会 (JDCA) 理事	
NPO法人 食空間コーディネート協会 (TALK-TCS) 監事	
ジャパンブランド育成支援事業 委員	
富山大学産学連携部門	
<伝統工芸品の現代化プロジェクト> 研究員	
東洋陶磁学会 会員	
1975 (株)銀座ゲンズ 輸入雑貨海外買付、国内雑貨仕入担当 勤務	
1978 (株)西武百貨店 商品部商品開発室 インテリア家庭用品担当 勤務	
1992 (株)西武百貨店 商品部商品開発室 インテリア家庭用品担当 退職	
1993 (有)T -POT 設立 代表取締役社長 就任	
2011 T.gallery 設立	

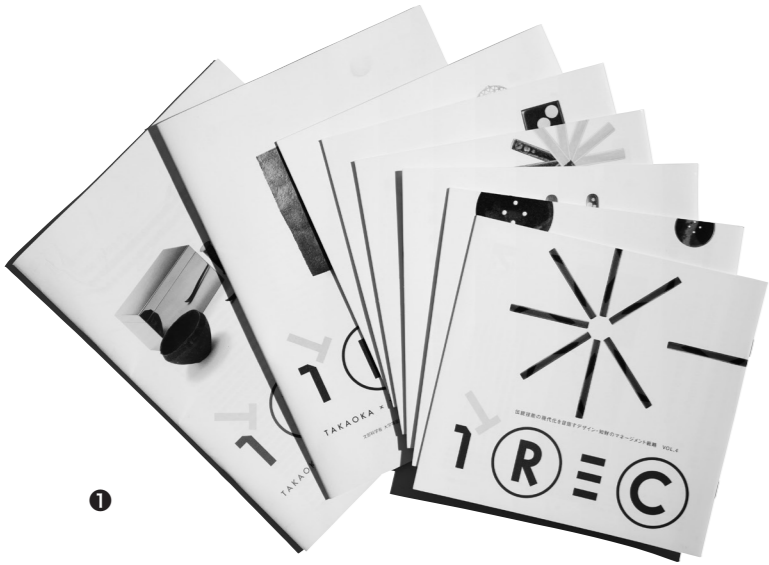
<b>著述</b>	
「伝統工芸のまわりから。」 TREC：連載	
「新・用と美」 日経 BP 社家庭雑誌：連載	
「アート&クラフト」 東京三菱銀行家庭雑誌：連載	
「伝統の華」 伝統的工芸品産業振興協会 執筆	
「伝統的工芸品のグランドデザイン100ヶ条」 伝統的工芸品産業振興協会：執筆	
「陰翳の美学」 三田評論 慶應義塾大学広報課：執筆	

<b>セミナー・その他</b>	
◆バリ手工芸品デザインセミナー／JICA-Net	
「日本における陶磁器製品マーケット動向」	
◆石川産業大学講座／財団法人石川県産業創出支援機構	
「欧州国際見本市の動向について」	
◆ジャパンブランド海外進出について／東京デザインセンター	
◆富山大学芸術文化学部	

**産地との取り組み**
滋賀県信楽町／岐阜県美濃市／愛知県瀬戸市／愛知県常滑市／新潟県新潟市／佐賀県有田町／愛媛県／石川県／京都市など

## 心と心をつなぐモノ

## 価値を紡ぐコーディネーター



①



②



③

- ①富山大学芸術文化学部プロジェクト。<伝統工芸のまわりから。>を連載
- ②売り場企画、商品企画いろいろ。
- ③西武百貨店時代の企画 <ジャンククリエイティヴ>
- ④アートフェア東京に参加。
- ⑤志村ふくみさんをお迎えして。
- ⑥パリ・グランパレでの展覧会に参加して。
- ⑦t.gallery 内観



4



5



6



7

実際に今は、世界から日本の伝統工芸品は注目されています。しかし、例えば、お椀や湯飲みなど日本独自のアイテムを海外の人たちに販売しても、受け入れられるのは困難です。これらの生活用品は、実際の暮らしに深く結びついているモノだからです。塗りや陶磁器など日本の伝統的な素材あるいは技術をそのまま海外に提案して、海外のデザイナーに自由にもノづくりを行ってもらうなど新しい展開が誕生しつつあります。

### t.galleryのオープン

モノと直接、かかわる場の創出  
商品開発から流通までの一連の流れにかかわってきた経験から、徐々にブランディング、コンサルティングの仕事が多くなり、会場との仕事も、モノの開発から講演会や審査員としての仕事が多くなっていきました。モノが好きだった私は、もう一度、モノそのものに触れていたいという思いで、2011年T・P・O・Tのオフィスを構える傍ら、t.galleryという路面のギャラリーをオープンすることにしました。そもそもモノを媒体としたコミュニケーションに興味があったのですが、T・P・O・Tでは暮らしに密接した商品を扱い、t.galleryではアート

作品を手掛けることになりました。

t.galleryで自分自身が実際にモノを扱い、お客様とやりとりするということは、商売の原初的な喜びがあり、また、T・P・O・Tの仕事にも良い経験になっていると思います。何よりも日本のアートや工芸作品が世界的に評価されようとしているダイナミックな流れがある今、ギャラリーリストという仕事を持てたことは、幸運だと思っています。

現在、T・P・O・Tでは、ディレクションブックを作るというような総合的な仕事メインですが、そこでは、学生時代に経験した文学や哲学の素養、インテリアデザイン、商品企画、そして日本の様々な地場を回ったこと、多くのメーカーと仕事をしたこと、そして今、t.galleryでアートの世界的なトレンドと対峙していることなど、様々な経験が生かされていると実感しています。

若い頃、モラトリアムの時代に自分の仕事をどうフォーカスしていけばいいのかわからず、悩んだ時期もありましたが、どんな経験も必ず生きてくるということが今になってわかります。

今後は、様々な分野で次世代を担う才能のある若い人々と世の中の橋渡しをしてあげられればと思っ

います。

アートフェア東京に出展するタイミングで、WEBサイトに英語で詳細な翻訳をつけたり、インスタグラムで配信したりするようにした結果、海外からも多くのレスポンスが届くようになりました。eコマース革命が叫ばれる中、アートですら世界と直接、取引を行う時代となっていることを実感しています。

海外の方は、有名無名にかかわらず、アート作品そのものに価値を見出します。そういう意味でも今、日本の若い作家にとっては大いなるチャンスの時といえると思います。面白がりながら、楽しみながら、時代に沿って自分を磨き続けていきたいと思っています。