

Made in Japan
日本の傑作

日本製の

同じアイテムでも、いともあっさり単機能に徹するヨーロッパの製品に比べ、なることもあれば、そうでないこともある。いずれにしろ、そこにはユーザ

傑作と自負してやまないのが、某メーカーでデザインした液晶テレビ。このとき、川崎氏は他社がほとんど顧みることのないテレビの後ろ姿に徹底してこだわった。実際、放熱口がひとつもないアルミ製のバックパネルはどこまでも美しく、電源コードの取り回しひとつにもスッキリ見えるような工夫が凝らされていた。家具の配置の事情で、どうしてもテレビの裏側を常に人目にさらさなければならぬという状況になっても、川崎デザインのテレビならユーザーは露ほども気後れを感じないだろう。後ろ姿が美しく見えるよう電源コードの取り回しに知恵を絞っていたとき、川崎氏の頭には「ユーザーをなんとしてでも快適にしてあげたい」という、おもてなしの気持ちがあったにちがいない。「日本製品でもおもてなしを感じるには美容家電やキッチン家電。たとえば炊飯器です。鉄釜にこだわったり、かまど炊きを再現したりと徹底しているでしょう。今やアジア人観光客の定番のお土産。ああいうモノは日本人でなければ作れないだろうと思います。」川崎氏も最近、ブルーライトをカットするだけでなく、瞬きを促進するという斬新な機能を搭載した、いわゆるPC眼鏡を発表した。眼鏡を通してユーザーに何とか快適さを届けたい。ここにもまた川崎氏のおもてなしの気持ちが込められているのである。



ディスプレイを見つめることの多い現代。どうしても瞬きが減りがちだ。この眼鏡はレンズに組み込まれた液晶シートが瞬時に曇ることによって瞬きを促す。「10秒に1回、0.2秒間曇る」「10秒に1回、0.1秒間曇る」「透明な状態をキープ」と、3通りの動作モードが設定できる。

おもてなし。

と、ときにいささか“やり過ぎ感”を抱かないでもない日本製品。もちろん、大ヒットと一をなんとか快適にしてあげたいという「おもてなし」の精神が溢れている。

写真/北原薫、熊谷義久(WPP) 文/飯島秀明

2013年の流行語大賞にも輝いた「おもてなし」。かみ砕いていえば「快適さ(コンフォート)」を提供すること。ほどの意味だろうか。もともと、ひとくちに快適さを提供することといっても、そこには2つの側面がある。ひとつはサービスであり、ひとつはホスピタリティである。レストランで言えば、サービスは価格を割り引いたり、無料で一皿提供したりすることにあたる。これに対して、ホスピタリティは、グラスの水がなくなりそうになるたびに呼ばずともさりげなく水を注ぎ足しに来てくれるような振る舞いだといえる。レストランで一皿無料ですと言われれば「得した」と思うだろう。だが、絶妙なタイミングで空のグラスに水を注いでくれたら「得した」より「心地良い」と感じるのではないか。おもてなしとは、すなわちホスピタリティ＝気配りや思いやりのある振る舞いのなかにあるのかもしれない。プロダクトデザインの世界でも同じことがいえる。指摘するのは、名古屋市立大学、大阪大学・名誉教授の肩書きを持つデザインディレクター川崎和男氏である。「デザインも単なる思いつきではつまらない。かといって、思い込みでも良いものは生まれない。おもしろいモノは、やはり思いやりのある発想から生まれるものなのです。」川崎氏が今でも自身の最高

Comfort is **OMOTENASHI**

Kazuo Kawasaki
Wink Glasses 2013

人に瞬きを促す画期的な眼鏡。 templesに設けられたボタンで簡単にモードの切り替えができる。重量約33g、空気圧鉛電池2個付属、専用ケース付属。価格1万5750円。@MASUNAGA1905☎03-3403-1905



Profile

デザインディレクター
川崎和男さん

1949年福井市生まれ。MoMAなど海外の主要美術館に永久展示多数。大阪大学・名誉教授。名古屋市立大学・名誉教授。医学博士。