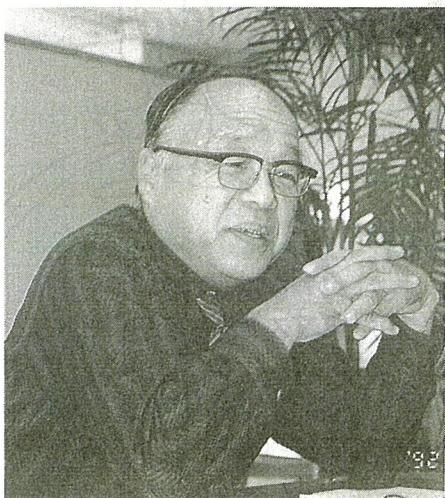


この人と30分



ぶらり訪問⑩



■プロフィール

昭和8年東京生まれ。静岡大学教育学部卒業後、英国王立美術大学家具デザイン学科修了。静岡県工業試験場デザイン研究室勤務を経て、昭和57年(当時)土屋デザイン事務所設立、現在に至る。「旅に出て自然にふれ、地域文化にふれること」が趣味。血液型B。

経営をデザインする

有限会社 土屋デザイン事務所

所長 つちやこういち 氏

訪問インタビュー第10回は、土屋デザイン事務所・土屋所長。去る十一月中旬ご多忙の事務所をぶらり訪問。家具を中心としたインダストリアルデザインの今、デザイナーからみた木材など幅広い話題でお話し願った。

底流には本物指向

Q、昨今の家具業界での変化は?

昭和三五(四五)年の量産化を機に機械化が進み、物づくりがガラツと変わった。当然材料面でも、

合板、チップボード、繊維板等の均質材料が供給され、工業生産に

対応している。しかし、いざ工業化され、科学技術を使って良いものを作りながら、一方では逆に質感を求めるユーザーの「本物指向」がある。これは工業化=量産の中で付加価値がつけにくく、メーカーにとって、特注家具への傾斜となつて現われている。

国内他産地との競合激化はもと

より、住まい方の提案をセットし

た建材、弱電メーカーのユニット

収納も今後伸長するだろうし、廉

価なDIY商品としてのノックダ

ウン家具との相互補完、輸入家具

の増加等今後収納を含む住空間産

業の競合は激化しよう。

ポストバブルとモノづくり

Q、モノづくり体質の

弱化傾向はないか?

バブル崩壊以後、物が売れず、企画の段階から弱腰になつていてある。現在の物作りの根底には量産がある。これはコストを絞り込み、数を売るのが基本。従前は、一ロット二百~三百だつたが、最近では三〇~五〇本に下がり、

多品種少量生産的な経営へとシフトせざるを得ず、協力工場生産等の生産体制を活かしつつ、多品種の物作りに努力している企業が多い。かかる状況下での付加価値化ゆえデザインの重要性が言われる

のは当然かもしれない。だが全くまでもモノづくりあつてのデザインだ。

もつと情報を発信して

Q、木材業界に向けてひとこと?

最近では発泡樹脂の芯材も普及しており、家具イコール木質需要との安易な考えは禁物。特に公共性の強い建物の場合、メタリック、プラスチックなどの均質材が前面に出でてくる。従つて、個々の企業としては自

デザインは万能じやない

Q、デザインの経済的効果は?

これまで静岡の产地は首都圏と

中京圏の中間に位置し、市場情報の入手が容易で、他の家具产地に

くらべ、いちはよく売れ筋デザイ

ンをしてきた。昨今はいくら情報

を入手し、デザインしてもなかなか

か売れず、経費がかさみ、デザイン効果も問題視されがち。しかし、デザイナーは金の卵を生むニワトリビジネス。事業主とデザイナーとが協力して相応の経費をかける以上、まず企画、そして作る努力、売る努力。これには協力店を作り、それをつなげる流通再編努力も。つまり、トータルとしての経営をデザインすることが大切。目先の生産・販売促進のためだけにデザインを追及するのではなく、経済効果は生まれにくい。

（文責 編集室）