

空間のコーディネーター とよだ みき氏は 昔から培われてきた日本人の感性で 現代の生活をデザインする



永田

ていらっやることは何でしょう。

とよだ氏 まず考えているのは、そこに住む家族が“主語”になるような空間をつくることです。その家族が庭でどう過ごしたいか、庭に何を求めているか、ですね。その次に、その希望を全面に出した場合に隣り近所との関係はどうかを検証します。そこで“不協和音”が出そうな時はなるべく周囲に“聞こえないように”つくる努力をします。

先日、京都でこの人たちはすごいなと感心したことがあるんです。それは自分たちが何を守っていかなければいけないかを熟知していることなんですよね。ある老舗のお菓子屋さんがあって、その隣に別のお菓子屋さんがコンクリート打ちっばなしのお店を建てたんです。ところが不協和音どころか、見事にマッチしているんです。どんな手法を使っているかといいますと、まずコンクリートの壁に老舗の壁と同じ素材の板をはめ込み、境界には老舗と同じデザインの格子を入れているんです。

そして極めつけはコンクリートの壁から隣と同じ軒を出していることです。この軒は機能的には全く必要のない軒なんです、こうし

た工夫によって二つの建物の間には同質の“空気が”流れているわけです。これはデザイナーの力だと思いました。

永田 そうですね。今、どこの街でも開発が盛んに行われていますが、街並みの調和のために、やはり高さとか色だけでも制限すればいいのと思うような場所がありますね。ところで、先生は空間づくりにおいて「ネガティブスペース」という言葉をよく使っています。このネガティブスペースについて伺いたしたいと思います。

とよだ氏 日本語で言うと“間”ということになるでしょうか。空間をつくる時につくりたい空間だけを考えていくと、後のスペースは置き去りになり、全体として見た場合に、生きたスペースと死んだスペースに分けられてしまうんです。

そうではなくて、物事は全て周囲との関係・バランスでできあがっているんですよ、ですから最初からそのことを意識してつくらないといけないですよ…ということを行っているわけです。

永田 なるほど。ではもうひとつ、先生のデザインのテーマとして、身近なリゾートというのがありますが、これもユニークな発想ですね。

とよだ氏 一般的にリゾートというと“特別な場所と時間”というイメージがありますが、実は特別どこか遠くへ出かけなくて

も、家のドアを出たらそこには必ず自然があるんですね。アスファルトの上だって雨が降れば雨の匂いがある…それをもっと楽しもうという発想なんです。

永田 おっしゃるように人間ってすごい感性があると思うんです。ただ、そういう感性を持っているにも関わらず、それを意識するの難しいかと、すごく生活の潤いが違ってきますよね。

で、先生のデザインされた空間というのは、季節や自然をスーッと感じられるようになってきていて、ふっと日常から解放されて、とてもリラックスした気分になる、そういったことが身近なリゾートなんじゃないかな。

販工店さんはもっと自信を持ってユーザーにコンタクトしていくべきです

永田 先程から、空間づくりにおいてはデザインがいかに大切かということをお話されているのですが、残念なことに我々の業界はまだまだデザイン重視という考え方が希薄なんです。

ですからなかなか設計で予算が頂けないのが現状なんです、販工店さんはどうすればデザインをお金に代えていけるかについてアドバイスをいただけますか。

とよだ氏 本当にむずかしい問題ですね。でも、私がある地方で一緒に仕事をした販工店さんは、すでにその努力をしていらっ

