

Web Composers' BiBLE Special Interview

特別対談

「平野友康がきくモノづくり」



これからは空中（エア）で売る時代になっているんだよ（川崎）

ゲスト：川崎和男（デザインディレクター）

ホスト：平野友康（デジタルステージ代表）

21世紀型のモノづくりとは何か、どんな姿勢で取り組んでいくのか、ソフトウェア・アーキテクト平野友康が尊敬するモノづくりの達人、川崎和男先生に、直撃してきました。

いま、本をつくっているんですよ

川崎（以下K）_デジタルステージで本をつくってるって聞いて期待しているんだけどね。

平野（以下H）_はい。BINDのウェブをつくっているユーザさんという一緒に考えてみたいなあと思って、目下制作中です。

K_いいなあ。僕も、自分で本を出すのが夢なんだよね。ところでBINDはいまバージョンが2だけ？

H_この春、SYNCがいよいよ始まって2.5にアップデートされます。

K_LiFE*で絶賛しておきながら、こう言うのも何だけど、BINDは製品パッケージが凝りすぎじゃないかって心配だよ。素晴らしいけれど、こんな豪華な商品で続けているのかって（笑）。

H_あはは（笑）。僕らモノが大好きなのでついつい目いっぱい力が入ってしまうんですが、気をつけないといけない（笑）。

K_日本でソフトをちゃんとつくれるベンダーがなくなってきているからね。きちんと継続できるものであってほしいです。

H_両面性のある話ですが、ソフトをつくっていて、ユーザー層がここ10年で多様

化したので、モノづくりやコミュニケーションの取り方も多様化しているし、そのために以前より難しくなった。それをどう克服するか自分としてはやりがいがあるんですけど……。先生はどう思われます？

日本社会が性悪説になっている

K_それはね、日本の社会が性悪説になっちゃったんですよ。日本人はもともと性善説だったけど、そういう美しい部分がなくなってきた。企業コンプライアンスって重要視されますが、いまの日本はただのクレーム処理。モンスター・カスタマーが出てきて「お客さまは神様です」が変わってしまった。お客さまに「対応する」じゃなくて、モンスター・カスタマーには「対処する」でしょう。

H_うーん、なんだか悲しいですね……。

K_顧客との関係を考えると、僕は仕事で八戸へ行ったときのことを思い出します。ある店で土産に津軽塗とか、久慈焼きとかをクレジットカードで買ったんです。そしたら計算違いだったと追いかけてきて、現金で返そうとする。カードは手数料もかかって、そんなことをしたらお店が損するでしょう。でも「こちらの落ち度ですから」ときかないんです。そのとき、東北にはまだ日本人がいる！とあってうれしかった。

H_日本人のもともともっての礼儀だったり、おもてなしの気持ちだったりですね。

K_平野くん、いまは二極化が進んでいるんです。良い商売をしているところは良いお客さんを持っている。良いお客さんは見る目やお客としての質が高く、またあまりひどい文句は言わない。一方でその真逆のこともある。

H_なるほど！ デジタルステージのお客さんは、基本的に良いお客さんが多いと思いますが（笑）。



ソフトをつくっているとお客さんとの関係性が10年前とは違うのを肌で感じます（平野）

2009年4月20日発行 WEB COMPOSERS' BiBLE

Kazuo Kawasaki Ph.D.

Kazuo Kawasaki

数少ない日本のソフトベンダーとして、継続することこそ考えて（川崎）

お客さまと良い関係を築く

K モノをつくっていく人は、良いお客さんとつきあうこともとても大切です。僕はうるさい悪い客だけれど（笑）。購買体験についてもうひとつ言えば、僕は事故に遭って29歳で退院してから、東京プリンスホテルに2カ月くらい滞在していたことがあります。その地下に「西武ビサ」という高級ブランドのショッピング街があります。あれは島津貴子さん（昭和天皇の五女）が日本に持ってきたもので、エルメスは地上にしか店を持たないんだけど、世界中で唯一、地下にあるようなところなの。その頃は若くて、そんなことは知らず、夏だったから肌触りのいいTシャツを見つけて、3000円払った。そしたら、「お客さま。申しわけありませんが、3万円なんです」パッと見たらほんとに3万円。びっくりですよ（笑）。

そこに居たお店の人が僕に声をかけてくれたの。高いよな、なんて言いながらも話したら、その人は僕と同年齢であることがわかった。それからは行くたびに「こんなが入ったわよ」って見せてもらう関係になりました。良質なモノ、良いデザインに触れる勉強にももちろんなりました。「川崎さん、頑張んなさい。これが買えるようになりなさい」って、ずっと応援してくれていた。その人に、「これだけは借金をしても買いなさい、こんなモノはもうつくれなくなるから」と言われて、無理して買ったものもあります。売る側と買う側というのは、そういうカタチもある、ということです。

H たしかに、ユーザーと良い関係が築けないと、スタッフにもつくるといふパワーがなくなっちゃう。やはり僕たちはモノ

をつくって、それを楽しんで使ってほしい！というのがまずベースにあるから、5年後も、自分たちがもっと楽しくモノやソフトをつくってられるようにしていきたいと思っています。

K いまはちょっとしたことでクレームがつきやすく、モノづくりは本当に難しい。でもそこをがんばってほしいな。

H そうですね。モノへのこだわり方も今は少し変わっていくかもしれません。

空中（エア）で買う時代

K 平野くん、これからは「空中」で売っちゃうのがいちばんいい。「空気を使ってものを売る」という方法です。

H 意味深長ですね。今、話題のクラウドコンピューティングも実体データを持ち歩かない、という意味では僕たちは最近とても、空中を重要視しています。

K まず、お店を持たない。持つのならショールームだけ。モノではなく、雰囲気や空気感を共有するんです。

H 世界観というか気分というか。こういう機能があったらいいなというより、こういう暮らし方をしたい、ということにお金をかけるようになっていきますね。

K モノについては歴史が逆行しているんです。デパートは150年ほど前にできたものですが、それまでのヨーロッパの商店は、買いたい人がまず手紙を書き、日時を取り決めて、商品を取りにいくところだった。客に向けて扉は開いてないんです。それをすべてオープンに陳列して、自由に出入りできるようにしたのがデパートで、それは近代社会において、革命的なできごとでした。

ところがいま、たとえば六本木のザ・リッツ・カールトン東京にあるエルメスは、予

5年後も、楽しくモノをつくっていられる環境のことを考えています。（平野）

Tomoyasu Hiran

川崎和男：デザインディレクター。医学博士。大阪大学大学院教授。伝統工芸品からメガネ、機械実装設計やコンピュータ開発まで幅広くデザイン活動を行う。国内外デザイン賞を多数受賞。海外の主要美術館に永久収蔵・永久展示多数。

平野友康：1998年、劇団第三舞台から独立する形でデジタルステージを設立。オールナイトニッポン（ニッポン放送）のメインパーソナリティーを経て、映像系・ウェブ系のソフトウェアの企画開発を自ら手がける。グッドデザイン賞を6度受賞。独自の開発手法を綴った著書「旅する会社」（発行：アスキー）がある。

Kazuo Kawasaki



僕はね、もう還暦なんで遠慮せず自由に行くよ(笑) (川崎)

予約店舗があるんですよ。予約して、1時間だけ開けてくれる。あらかじめ、敷居を上げていますね。

H_ インターネットが全開放だから、逆行しているということもあるのでしょうか。

K_ インターネット分野でも同じ二極化はあるんじゃないかな。

H_ なるほど、では良い方を指します(笑)

がんばりってやっぱり必要だよ

K_ 僕はね、今年還暦なんだ。だから遠慮せずに自由に生きようと思うんだよ。平野くんは、まだダメだよ、ガマンしてがんばってください(笑)。

H_ そんな敷から棒に(笑)。

K_ 人間、60歳くらいになると、やっと本当のしたたかさが身につくんだって。その気持

ちは僕はわかります。若い時には、ずいぶん苦い思いをいっぱいしましたよ。会社のロゴを変えた方がいいとアドバイスして「そんなお金払えませぬ」なんて言われても引き受けちゃう。また、案だけ渡したままになっていたものが勝手に商品化されている。そんな目に何度も遭った。だから「喧嘩師」になっちゃったんだけど(笑)。そんなふうに、相当警戒して仕事していかないと、食べていけないという感覚があったんです。

H_ 僕らにはまだそこが必要ということですね(笑)。

K_ やっぱ精進するって大切じゃないですか。日本人の価値感というか。平野くんいま、いくつ?

H_ 35歳です。

K_ じゃあもう会って10年くらい経つか。

H_ そうですね。「motion dive」を出して、同時に会社設立をした頃でした。

K_ あおときは、「なんだこのソフトは!? つくった連中に会いたいぞ!」というのでグッドデザイン賞に呼んだんだ。こういう連中がGマークに来てくれることが夢だったんだ。

H_ 審査会場で川崎先生から「どの賞が欲しい?」って聞かれて(笑)。

K_ 僕は、価値ある賞の出し方をしないといけないと思っていたから、「中小企業庁長官特別賞」になった。とにかく若い人が世に出る助けになる賞を出したいと。そんな時に、平野くんとかナイキの久保田くんとか

が出てきたんだ。いまは、25歳くらいの世代でも面白い奴らが出て、彼らも応援していきたくて思ってます。

H_ インターネットネイティブの世代ですね。

K_ そんな若い奴らがシャネルやカルチエのウェブサイトをつくっている。若手グループの代表の奴に会ったんだけど、カルチエのいい時計をしている。「僕、この仕事をしているんです」と。そうしたら「先生、悔しいと思いませんか?」と言うんだよ。銀座の街はみんなあいつらですよ。「だから僕は中に飛び込んでいって、考えを全部聞き出して、その上を行きます」。それを聞いて、僕と一緒にじゃんって思っ

てね(笑)。俄然応援したくなりました。

H_ おーすごいですね。

編集部(以下編)_10年経って、平野は変わりました?

K_ あんまり変わってないね(笑)。

H_ それはまあいいなあ(笑)。

編_川崎先生のメガネでイメチェンしたほうがいいのかも?

H_ 僕はコンタクトなんですけど、今度先生の眼鏡を買おうかと思っていたんです。(眼鏡をかけてみて)やっぱりいいですね。

K_ すごい大人っぽくなる。銀行と話すときはそれがいいよ(笑)。

編_Kawasakiデザインのメガネ、共和党副大統領候補のサラ・ペイリンがかけていて、ずいぶんまた、話題になりました。

K_ 僕のメガネを愛用者はパウエル、ラムズフェルド、ヒラリー、シュワルツェネッガー……

たくさん居るんです。あれは704というタイプで、次に

出るのが705、これはもう商品として完成かな。



K_ 僕はね、精進している若者が世の中に出るためのルートをつくりたい。僕は駆け出しの頃、ショックを受けた経験が

二つあるんです。一つはニューヨークで個展を開いたとき、言葉少なくインタビューに答えていたらギャラリーのオーナーに怒られたこと。「あなたは売名行為にきたのにしっかりしなさい!」と。売名というのがグサッときてその夜は寝られなかった。でも世界に出て行くためには売名が必要なんです。

もう一つは、雑誌『室内』の副編集長の岡田さん。彼は会うなり「川崎君、有名にならないと駄目だよ!」と。どうするのかと思

ったら、「できた作品を持ってきなさい、全部載せてあげる」と。そう言われたんです。僕が今度はそういう立場になってあげられるように思います。

H_ とはいえ、がんばりも必要で(笑)。

K_ 人生って、20、30代は、やっぱり無きがごとしじゃないかな。30代にがんばると、その利子で40代の行動が決まる。40代にがんばるとそれが資本金になって50代が過ごせる。そこで終わるか、あるいは50代まで精進して社会的に認められれば、何かしらの肩書きがつく。すると今度は社会に対して責任を負うようになるんだ。そこまで行けば、若い頃にやっていたものまでやっ

と評価されてきたりする。ちゃんとやればね。

H_ なるほど! うーん今日は、人生訓も、元気もいただいた深いお話になりました。

K_ また一緒にイベントでしゃべろうよ!

H_ ぜひ、ぜひ。よろしくお願いします。

僕の場合はあと20年は、「精進」が必要ってことですね(笑) (平野)



Tomoyasu Hirano