

多治見の生産者を回り、 理想のタイルづくりを探求

ステーションリーメーカー「DELPHONICS」をはじめ、文房具セレクトショップ「DELPHONICS」「Smith」の代表、デザインディレクターを務める佐藤達郎さん。2020年、出版流通の商社・トーハン新社屋エントランスホールのデザインディレクションを依頼され、その壁面にタイルを用いたアートを展開しようと構想した。

「以前からタイルをモチーフに何かをやりたいという思いがありました。僕は広島県呉市の生まれで、子どもの頃から街なかには佇む坂倉準三が設計した旧市庁舎のデザインが大好きで、その隣に建つ2棟の円形旧市庁舎ホールにブルーのタイルが張られていて、都会を感じたものです。今は3棟とも新しく建て替えられてしまいましたが、その頃の記憶もあり、ずっとタイルには興味がありました」

しかし当初、施工会社にこだわりのあるタイルを使ったプランを提案すると、予算的に厳しいのではないかという意見が出た。

「でも、やってみなきゃ分からないじゃないですか。NOが出ると、逆に燃えてくるんですよ」と佐藤さん。まずは、タイル生産量全国一を誇る岐阜県多治見市に足を運んだ。

「湿式タイルを生産する会社を中心に8軒ほど回り、工場も見学させてもらいました。初めは製造方法について知らないことが多く、回っているうちに勉強となり技術的なことが理解できるようになりました」

タイルの製法には、均一ですっきりした風合いの「乾式」と、焼き物特有の個性や質感を生み出す「湿式」があり、佐藤さんが求めたのは湿式だった。

「湿式をやっている会社が限られていて、その中で対応が早かった窯元があり、こちらの要望に真摯に向き合い、自分のこだわりを面白がってくれて、とてもありがたかったですね。数社の中でも質感や絵柄をきれいにしてくれましたのでお願いしました」

表情が異なる1500枚のタイルが織りなすインパクト

佐藤さんがオーダーしたのは、一つとして同じ色柄がない1500枚のタイルの作成。今回採用したのは、流動性のある泥を石膏型に流し込んで作る「鑄込み成形」という製法で、デザインの自由度は高いが、非常に手間がかかる。若い職人が丁寧に釉薬を塗り分け、形や大きさが異なる5パターンのタイルを焼き上げていった。

「乾式だと、どうしても同じ表情になり、どこかのショールームで見かけたことがあるようなものになるのは避けたかったですね。今回はトーハンさんの新社屋ということで、社員1人1人個性が違うように、1枚1枚の表情が違うという考え方で、均一ではないタイルアートを目指しました」

タイルは作るだけではなく、張り方によって印象も変わる。施工を担当したのは、東京駅の赤レンガを手掛けたベテランの職人だった。

「職人さんが張る前に、壁面の前の床にタイルを全部並べてくれて、張り方はこちらで指示しました。同じ色合いのものが重ならないように、何度も並べ替えたりして。初めは目地の深さが浅く、陰影を出すために深める指示を出すと、細やかに対応してくれる。今回は職人さんたちのおかげで、本当にいい仕事

ができたと思っています」

壁面のタイルアートに加え、吹き抜けの壁を彩るグラフィックデザイナーのマックス・フーバーによるグラフィカルなアートと、その妻のアーティスト葵・フーバー・河野によるタペストリーアートなど、トーハンの新社屋エン

トランスホール全体のデザインディレクションを担当した佐藤さん。デザインについて、どのようなこだわりがあるのだろうか？

「視点を一つのものに固執したくないと思っています。たとえばファッションブランドなら洋服も、バッグも、靴も、雑貨も、デザインの一つひとつに一貫されたものがバランスよくある状態がベターですね。私の考えるデザインは、音楽や映画、アートほかさまざまなカルチャーが自分の中で影響し合っアアウトプットされていることが多いのです。そういう背景も大切にしたいと思っています」

今回施されたタイルアートは、一見バラバラな1500枚のタイルが連動し、秩序立ったり、リズムのあるインパクトを空間に放っている。佐藤さんは、自分が好きなタイルについてこう語る。

「やはりタイルは趣がありますよね。心地よい佇まいを感じさせてくれる。僕は素材感や味わいを感じさせてくれるタイルが大好きなんです。ザラつき感や風合い、肌触りを感じるタイル。色も、絵柄も、もっとクリエイティブに打ち出せる可能性があると思います」

※佐藤さんがデザイン・ディレクションされた株式会社トーハン新社屋エントランスは、24ページでご覧いただけます。

