

| DOCUMENT |

Material Learning Farm

2023-2024



MLF (Material Learning Farm)は、物的資源に限られる日本において、岐阜県西部の石・アクリル・木をあつかう3社と人的資源や技術のネットワークをつくり、持続的に学び育て展開するプロジェクトです。このドキュメントは、3社と掲げたフィロソフィーをもとにし、ともに作りながら学ぶMLFの初年度を記録することを目的として作成したものです。

人類はその起源より、なにかをつくるというプロジェクトを営みながら生きてきたのではないのでしょうか。その連続と続くつくる営みのなかで、現在の効率化した自社の技術や分業・外注主義による発注/受注者間の矮小化した制作関係に対し問題意識を共有していた私たちは、焦らず段階的に相互理解を深め、つくることのあり方をともに探りました。

3社に限らず持続的に応答し合い、外に向けていかに展開していくか？技術・制作のナレッジを活かし寄与するビジョンを立て、一歩ずつプロジェクトを進めてきました。たとえば、寸法や納まりに関してマテリアルごとに特性や適切な加工方法の違い、制約を理解することで、それらを組み合わせるための表現の幅が広がり自由になります。一方で、表現ひとつとっても素材同士のアSEMBルは難しいものです。どれだけ準備しても、たいてい加工・組立後のワークショップではさまざまな発見があり、その経験を共有しフィードバックを繰り返しながらの進行になりました。

ここに記録されたものたちは、どれも失敗の連続の先につくり手とともに試行錯誤した途上の現れです。まだ荒々しくも学び合う場所をつくり開いていく試みを、少しでも感じてもらえれば幸いです。

桂川大・富田太基
[Material Learning Farm デイレクター]

目次

- 04 本ドキュメントについて
- 06 [3社代表座談会] MLFが描く、人・資源・技術が循環するものづくりの未来

I章 | Summary

- 10 MLFとはなにか？
- 12 MLFのプロセス
- 14 MLF 2023-2024 スケジュール
- 16 プロトタイプ写真

II章 | Review

- 26 MLF参加メンバーの声
- 29 MLF参加メンバー一覧
- 30 ワークショップツール

III章 | Future

- 34 MLFのこれから
- 36 [展望]ものづくり企業における市場価値とはなにか

ものづくりの未来 循環する 人・資源・技術が MLFが描く、

3社代表座談会

藤工藝株式会社
[代表取締役] 安藤英希
株式会社 安藤大理石
[本部長] 伊藤信
株式会社 プロスパー
[代表取締役] 武山誠

安藤英希



MLFは、なぜ発足し、なにを目指すのか——。
参加する3社の各代表に、MLFの意義を聞きました。

主体的ものづくりの可能性

このプロジェクトが発足したきっかけを教えてください。

安藤 私たちのようなものづくりの会社は、基本的にはオーダーをいただいたものを製造するので、どうしても受け身になりがちで、こちらから主体的につくる、ということはなかなかありません。でもそういった主体的なものづくりに興味をもっていたので、そんな活動をしたいねと、3社で話をしていたんです。

武山 弊社(プロスパー)があつかっているプラスチックはいろんな業種に参入できるきっかけがあるのですが、自社だけで商品開発をすると、どうしてもつくれる商品も限られてくるし、つまらなかつたり、ダサかつたり……。こうした状況を好転させるには、他社とのコラボレーションは必須だろうと思っていたところで、お声がけいただきました。

伊藤 この3社に共通していることは、やはり受注生産業であることと、かつ量産ではないこと。つまり、つくり手のモチベーションがダイレクトに品質として現れる一方で、主体的につくるような状況ではないので、ものづくりに対する高い意識を会社として維持することがむずかしいわけです。若い世代の社員たちと一緒に、ものづくりへのモチベーションを高められる機会としても、このプロジェクトは機能していると思っています。

武山誠



考えながらつくり、失敗から学ぶ

各社の本業以外のプロジェクトとしてMLFに取り組むことは、会社や社員のみなさんにとってどのような効果があるのでしょうか。

武山 MLFに参加している社員はもちろん、そうでない間接的に見ている社員の

あいだにも、こんなことやっていいんだというような主体性が育まれてきていると感じています。

安藤 プロジェクトをとおして、いまどうすべきかを自分で判断する力を学んでいると思います。ウェブミーティングを繰り返すなかで、なにも教えていないのに議事録を作成する社員が出てきて、それを毎回ちがう社員が担当を回しながら進めている姿を見て、すごうれしかったですね。

MLFでは、活動中にさまざまな失敗があったと思います。

ふだんの業務では基本的に失敗は許されないことですが、プロジェクトでは失敗をどのように位置づけていたのでしょうか。

武山 私はよく、失敗ととらえるのではなく、よくなるための課題と考えなさいと伝えています。MLFはその練習の場にもなっているかもしれません。

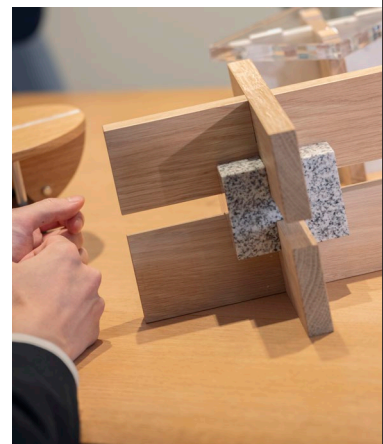
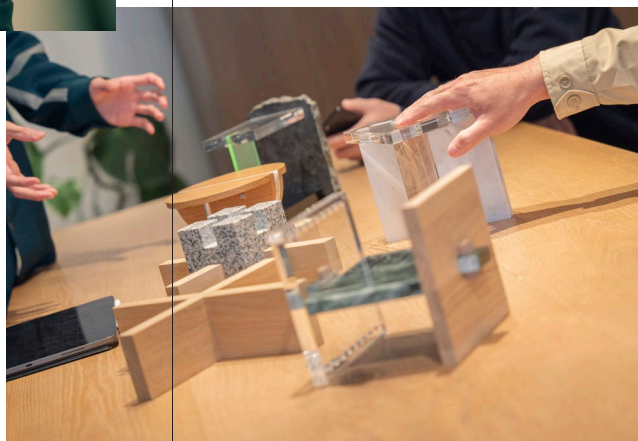
安藤 本業においては、どうやってコストを落とすか、どうやって納期を短縮するかがよく課題になるのですが、ものづくりにとってそれは容易な方向に進む傾向があるんです。でもそれは、ものづくりのいちばん大切なところを自ら削ぎ落とすことにつながっているかもしれない。MLFは、よりむずかしい課題を見つけて挑戦できる、とても貴重な機会なんですよ。

伊藤 とはいえ今回のプロジェクトでは、3社とも経験のまだ浅い若いメンバーが中心となって取り組んでいることもあって、失敗から課題を見つけて次のステップに進むのに時間がかかりました。それがなぜか考えていたのですが、いま製造現場にいる若い人たちは、指示を受けたことに関しては真面目かつ的確に対応できて非常に助かる一方で、なぜそのような作業をするのかを理論的に説明できる人がとても少ないんです。これは、課題から次へ進むことをむずかしくしているだけでなく、より広い視野から見れば、次の世代に教えることができない事態を招くかもしれない。こうした事態を避けるためには、つくることを理論的に言語化して考えるための時間が必要なのだろうと思います。

安藤 ものづくりって、やっぱり時間がかかるんですね。いまはネットで検索すればなんでも方法を手順として知ることができて、すぐ実行することができますが、手順だけが先行してしまって、最終的に実現しなければいけない状態をおろそかにしてしまう可能性がある。その状態は、手順だけでなく、目で見て、手で触って、五感を使って覚えなければいけない。それには時間がかかるかもしれないけれど、ものが実際にあるといういちばん有利な環境がものづくりにはあるはずなんです。MLFをそんな環境にしたいですね。

3社による連携・協働の意味

武山 ほんとうにいいものをつくりたいと思うと、図面だけでは表現きれいな部分まで仕上げる必要がありますよね。MLFは、ふだんは交流のない3社のメンバー



が、3つの異なる素材をあつかうことが前提なので、なかなかそこまで至っていません。クオリティの面ではまだまだです。

伊藤 それぞれの工場での常識が三者三様なんですよね。各々の常識のなかだけで考えていると噛み合わない。この会社はこんなことまでできるんだと感じることもあるし、逆にここまでしかできないのかと思うこともあります。でもそれはできないのではなく、その業界では追求する必要のない技術なのかもしれない。ただ、MLFはそれを許さないと思うんです。各業界の常識を押し付け合うのではなく、新しい常識に置き換えなければいけない。そうした意味では、私たちも試されているわけで、MLFが今後どのような展開になるか、まだわかりませんね。

安藤 1社だけの活動だったら、ここまで私たちも考えられなかったでしょうね。3社でスタートしているからこそ見えてきた課題がありますし、そのなかで責任をもって最後までやりとげる意思が、参加メンバー全員に備わっていると思います。

日本のものづくりの未来を担う実践

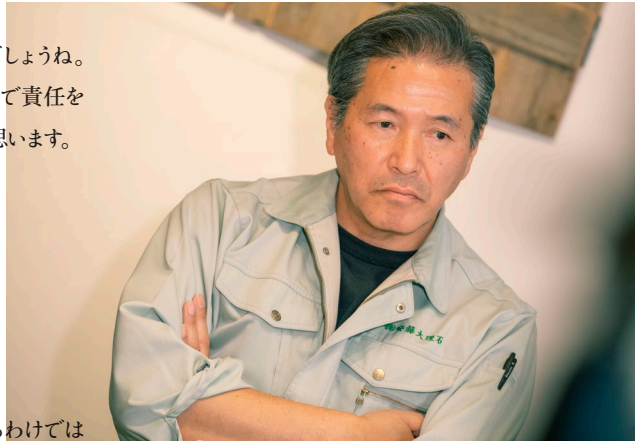
MLFの今後の目標はありますか？

安藤 いまはお互いがわかってきたような状況で、まだ理解合っているわけではないと思うので、試行錯誤の反復を繰り返しながらプロダクトの精度を上げていくしかないでしょうね。

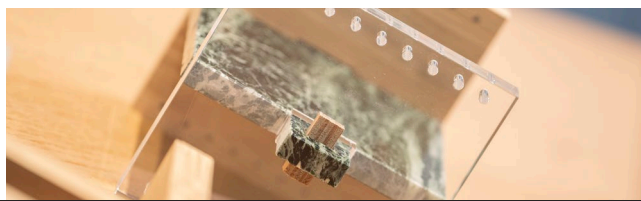
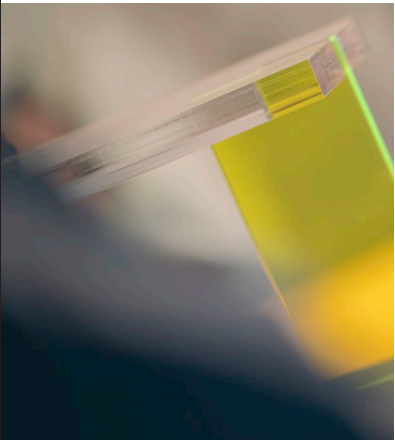
武山 当初から、各社の自社商品のフラッグシップモデルをつくるのが目標です。そんな製品をつくれるようになるまで、技術を上げていきたいですね。

安藤 ものづくりのクオリティという意味で、いまメイドインジャパンの重みみたいなものがどんどん薄れてきているように思うんです。MLFは、若い世代がメイドインジャパンの意味について考える機会にもなってほしいですね。

伊藤 たしかに、メイドインジャパンの意味はいま変わってきているように思います。かつての日本のものづくりの品質は、壊れないといった、クオリティの安定的な部分にありました。それがいま、グローバル化のなかで日本の欠点にもなっているように思うんです。つまり、安定を求めて石橋をたたいて渡りつづけた結果、開発スピードが極端に遅くなっていますよね。よく中国のものづくりが引き合いに出されますが、彼らは6-7割のクオリティでも世に出してサンプル数を増やし、市場でトライアンドエラーを繰り返すことで開発スピードを上げています。そうした意味では、MLFにはまだ社会的責任がないので(笑)、思い切ったことをやりながら開発を進めることで、日本でものづくりをすることの意味を再確認することができるかもしれませんね。



伊藤信



第I章



Summary

異なる素材をあつかう3つの企業が合同で実施するMLF。石・アクリル・木を組み合わせたプロダクトを新規開発しながら、協働制作のためのプラットフォームとしても機能するこのプロジェクトは、どのような目的で進められているのでしょうか。活動内容やキーワード、プロセスを追い、プロジェクトの概要を紹介します。

Summary

MLFとはなにか？

MLF (Material Learning Farm)は、岐阜県西部にある石・アクリル・木をあつかう3社のものづくり企業が協働し、人的資源や技術のネットワークをつくりながら、持続的に学び制作をつづけるプロジェクトであり、協働制作のためのプラットフォームでもあります。

MLFでは、以下を主な活動内容とし、3社による3つの異素材を組み合わせたプロダクトの新規開発をおこないながら、各社から参加するメンバーが相互に学び考え、連携のための場を形成します。

企業	素材
藤工芸 株式会社	木材
株式会社 安藤大理石	石材
株式会社 プロスパー	樹脂材

技術開発

加工方法・材料特性・製品開発手法の学習

クオリティアップ・独自技術の開発

隔週、ワークスペースに参加メンバーが集まり、ディスカッションや制作、報告や交流会をおこないながら、実験的な創造・共創の場を形成する。

ブランディング

プロトタイプ・製品制作

デザインコンセプト・ブランドアイデンティティの設定

3社の素材から独自の技術・意匠を開発・展開し、他社との差別化や価値化を図るための戦略を練る。

企画・広報

プロモーション・PR

販売・商品へのフィードバック

MLFの実践について成果を発表し、一般ユーザー・クライアントの方々に向けて広報しながら、技術開発やブランディングへフィードバックする。

MLF 3つのキーワード

MLFは、3社による3つの異素材を異なる視点や角度から探求することで、新たな創造を生みだしつつ、参加メンバーらがともに学びながら考え、協働制作のためのプラットフォームとなることを目指します。そのための3つのキーワードを掲げ、これらを起点とした活動をととして、人・資源・技術が循環するものづくりの未来を開拓します。

LABORATORY

ラボラトリー

実験的な創造・開発

LEARNING

ラーニング

ともに学び考える

CULTIVATION

カルティベーション

連携・協働の創出

Process

MLFのプロセス

MLFは「並べる|つくる|考える|表現する|実装・展開する」の5つをプロセスとし、協働のための場を形成します。ワークショップやワークスペースをはじめ、ともに学び・考え・つくるメソッドを計画し、新たなマテリアルの可能性を開発します。

1 並べる

各社の業務で扱う材料や発生する端材・廃材を含め種類・サイズなどを整理し、ワークショップ参加者間で共有できるストックリストを作成。
ワークショップ参加者は、主に共有されたストックリストの素材を使い、試作品の制作をおこなう。

2 つくる

作成したストックリストから石・木・アクリル等を用いた複数のテストピースを作成のうえ、異素材の組み合わせやジョイント方法について検討する
実験的なディテールピースを制作する。

3 考える

ワークスペースに参加者が集まり、テーブルや椅子、棚など、そのスペースに必要な什器の制作をおこなう。
制作する什器は、テストピース・ディテールピース制作をとおして開発したジョイント方法などを活用し、実験的な制作をおこなう。

4 表現する

制作したディテールピースをもとに、プロトタイプ(プロダクト化に向けた試作品)を制作する。
制作した試作品の改良点を反映し、このブラッシュアップを繰り返しながら精度を上げ、成果物として制作し展覧会を開催する。

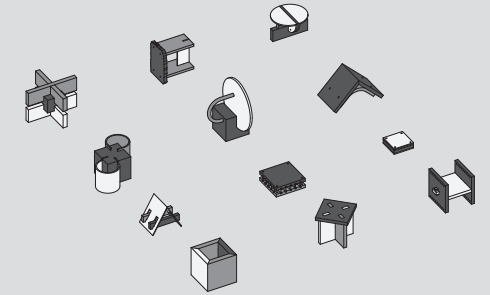
5 実装・展開する

制作物をもとにマテリアルの学びや技術を社会に実装し展開していく。

「つくりながら考える」ワークフロー

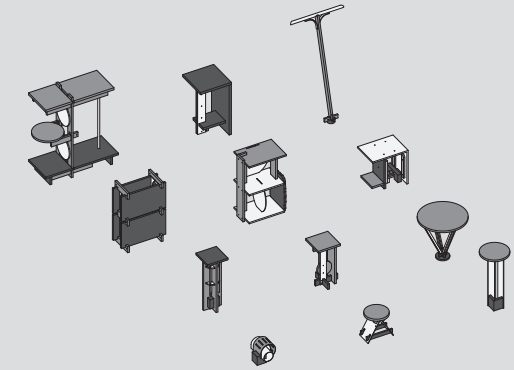
Test Piece

各素材同士を組み合わせた小さいテストピースを複数制作し、異なる素材のジョイント方法や加工方法を実験的に検討する。



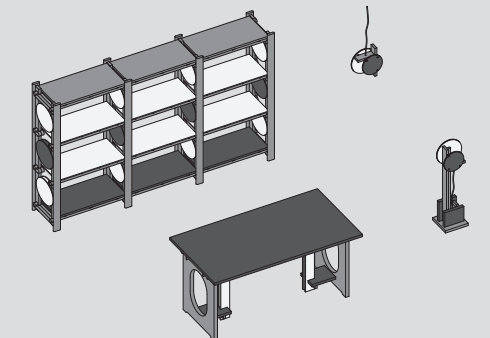
Detail Piece

テストピースでの検討をもとに、サイズのスケールを大きくし、実際に使用可能な構造や強度面を検討するディテールピースを制作する。



Prototype

ディテールピースでの検討をもとに、実寸の家具/プロダクトを制作する。
制作したプロトタイプを使用し、課題や検討点についてフィードバックし、ディテールの再検討・再制作をおこなう。



Timeline

MLF 2023-2024 スケジュール

2023

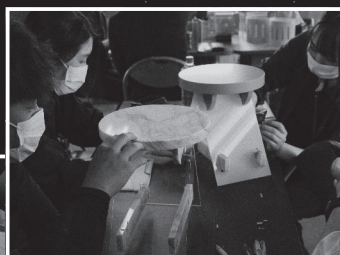
キックオフミーティング

各社工場ツアー

テストピース制作WS

ディテールピース制作WS

プロトタイプ制作WS-1



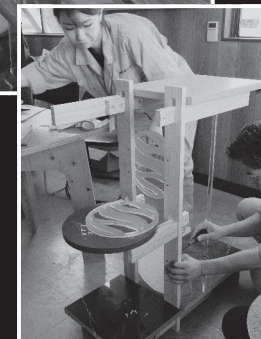
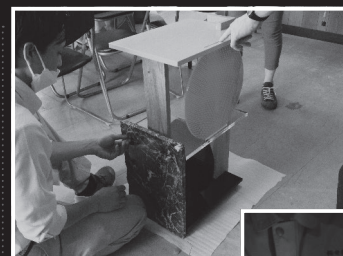
2024

テスト・ディテールピース再検討 制作WS

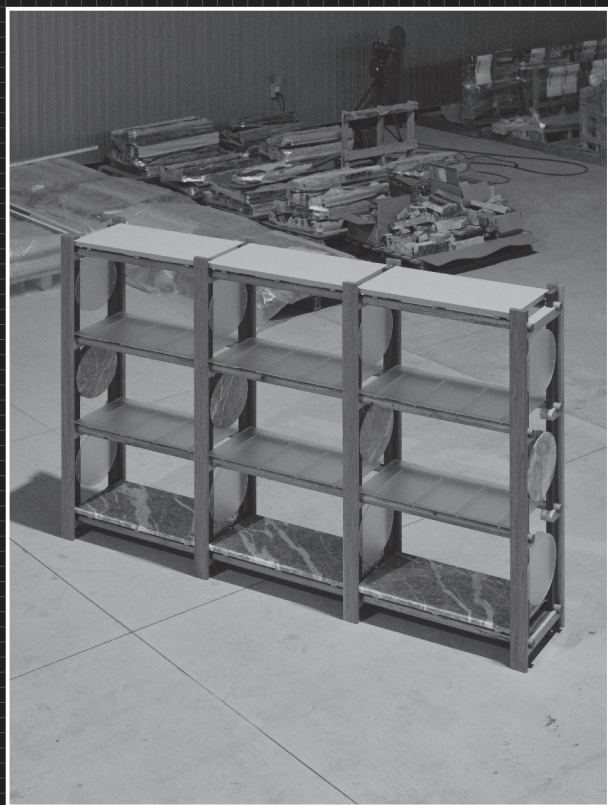
プロトタイプ再検討・制作WS-2

報告会に向けた制作

報告会



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 1 2 3 4 5



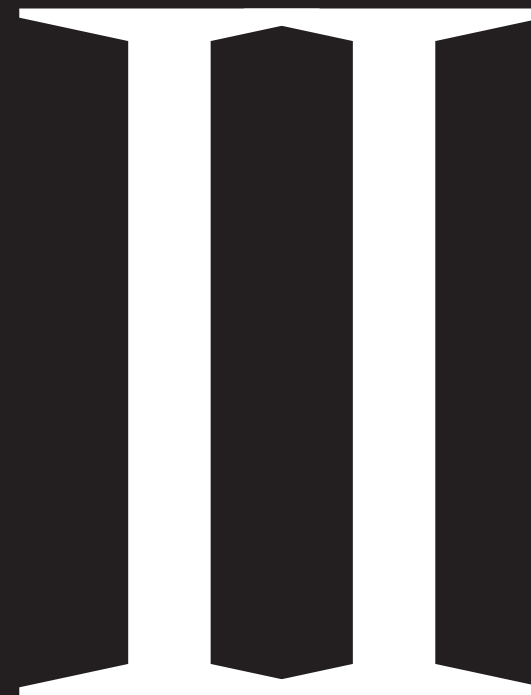








第Ⅱ章



Review

ふだんなら顔を合わせることも少ない他社のメンバーと協働し、
各々の専門技能を持ち寄ってひとつのプロジェクトを制作するMLFは、
通常業務では得られない発見の連続です。
参加メンバーがなにを考えプロジェクトに参加しているのかをつまびらかにしながら、
MLFならではの苦勞／成果を振り返ります。

Voices

MLF参加メンバーの声

社長からプロジェクトに参加しないかと話があり、3社合同で協力しながら作品をつくってみたいと思い参加を決めました。それぞれ異なる素材をあつかう会社なので、どういふかたちで進めていくのか、最初はわからないでいましたね。

いざはじまってみると、あつかう素材が違いすぎて、加工方法や常識から異なっていたので、共通認識をもつのがたいへんでした。誤差の範疇とする範囲も会社によって違うので、各工場で加工した素材を持ち寄るとまったく組み上がらなかつたり……。はじめのころはその場で削ったりしてむりやり寸法をあわせていましたが、いまでは共通認識をもてきたので、すこしずつ合うようになりました。

社長からは、失敗してでもいいものつくろうと言われていました。その言葉どおり、プロジェクトは失敗の積み重ねでしたが、失敗したからこそ各社の弱点や改善の余地を見つけたことは、成果だったと思います。

これまでのMLFは、リサーチを兼ねてさまざまな種類のプロトタイプを制作してきましたが、今後は制作点数を絞って、より精度の高いものづくりに取り組みたいです。

福盛百香 [藤工芸株式会社 営業部]



2社の素材（石材と樹脂材）のことをまったく知らない状態からのスタートでした。同じような製造業界での協働ですが、誤差ととらえる寸法だったり、素材が違えば考え方が違うのだと知ることができました。

MLFのプロダクトは通常業務ではあつかわないような特殊なデザインになっているので、ふだんだと逃げをつくったりごまかせる部分も、MLFだとどの部分も加工が見えるので、粗が出るようなつくりにはできません。自分たち自身を追いこむような制作過程でしたが、一方であらかじめ失敗していいという状況だったので、気負うことなく挑戦することができました。

今年度はいろんな形状のプロトタイプをつくることで、できること/できないことがわかるようになってきました。今後はできることをより明確にしつつ、できないことも他社の技術を学びながら、できることの範囲を広げていきたいです。

石森遥香 [藤工芸株式会社 営業部]



株式会社プロスパー

3社合同で異素材を組み合わせながら商品開発をすると聞いて、おもしろそうだと思ったのと、自社で新商品の開発に取り組んでいたため、経験を活かすことができればと思い参加しました。ふだんは触れる機会のない素材をあつかうことができ、参加してよかったです。

MLFに参加するまで設計をしたことがなかったため、当初は付いて行くので精一杯。いまでは知識もついてきたので、できることが増えてきてうれしいです。プロジェクトは失敗の連続でしたが、失敗によってなにかがめだつたのがわかり、次につなげることができたので、自分でも成長を感じることができました。

樹脂をあつかう会社として参加していますが、3社が合同で取り組むプロジェクトらしく、他社の素材の性質を知って、よりよいものをつくるための知識を身につけていきたいです。

辻紗弥香 [株式会社プロスパー 製造部]



学生時代にプロダクトデザインを学んでいたため、ノウハウを活かせるといいなと思って参加しました。ふだんは樹脂材の加工しかしていませんが、MLFに参加して木材や石材の知識を得られ、よかったです。

とはいえ、異素材を組み合わせることはやはりむずかしく、たとえば樹脂同士を接着することはかんたんなのですが、アクリルと木材・石材の接着は一筋縄ではいきません。とくに樹脂は温度で伸びたり縮んだりするので、精度を出すのがたいへんで……。他社のみなさんに迷惑をかけてしまったこともあります。すこしずつステップアップしていった感覚があります。

MLFは、当初は端材や廃材を利活用することが目的のひとつにありましたが、現状まだまだだと思います。今後はそこにもこだわりながら、売れるプロダクトをつくりたいです。

五藤大輔 [株式会社プロスパー 生産管理部]



ふだんは工場で石の形状加工をしているので、これまで業務のなかで他業種の方と関わる機会がありませんでした。通常業務とは異なる経験ができるといいなと思い、MLFに参加しました。木材やアクリルはホームセンターでも売っていますが、大理石のような石材はなかなか売っていないと他社メンバーから言われて、石ってめずらしい素材なんだとあらためて感じました。

石材は基本的に建築素材なので、プロダクトに使用することが少なく、寸法精度がほかと比べて緩いことがわかりました。一般的に円形の刃を回転させて石材を切るのですが、石材は硬い素材なので切っている段階で刃がすり減ってしまい、微妙にずれてしまうんです。切ったあとは研磨するのですが、その際にフラットな面を出すのにも苦勞します。石材は、力のかけ具合で精度が左右される、意外と繊細な素材なのだを再認識しました。

MLFとして集まった以上、最終的には利益をあげることが目標。お客様にいいものをお渡しして、自分たちにも還元できるような、もっと精度を上げていきたいですね。そのためには、メンバーと話し合いながら連携を深めていきたいです。

井上隆彰 [株式会社安藤大理石 生産事業部]



他業種の人たちが協力することでどんなことができるのか、単純に興味があったので、参加することにしました。参加してみると、ふだんあつかっている石材は身近な素材だと思っていましたが、他社のメンバーから意見をもらうことで、重量感や光沢による高級感など、石独自の魅力を再発見することができました。

一方で、石材は繊細な加工がむずかしいので、3つの素材を組み合わせる際にすこし足を引っ張っていたようにも思います。3社で話し合いながら、どこから寸法を追いかけるかを決めて、公差（加工において避けることができない誤差に対し、許容される数値の上限と下限との差を示したものを事前に定めて取り組むことで、すこずつですが精度を出せるようになりました。ほかにも、アクリルと石材を並べて同時に磨く作業が必要になり、ふだんはあまり使わない砥石を使ったりしていて、今後の通常業務でも活かせるノウハウが溜まってきているようにも思います。

MLFでは実践とフィードバックのサイクルがうまくまわっていると思うので、いま取り組んでいる小さいプロトタイプから、今後はよりスケールの大きいものにも挑戦してみたいですね。

甲方豊悟 [株式会社安藤大理石 生産事業部]



Members

MLF参加メンバー 一覧

株式会社安藤大理石

伊藤信 [本部長]

岩崎篤憲

中村圭佑

井上隆彰

甲方豊悟

藤工芸株式会社

安藤英希 [代表取締役]

福盛百香

石森遥香

池戸寛人

安藤生馬

株式会社プロスパー

武山誠 [代表取締役]

糸魚川友宏

増井基明

高田愛奈

五藤大輔

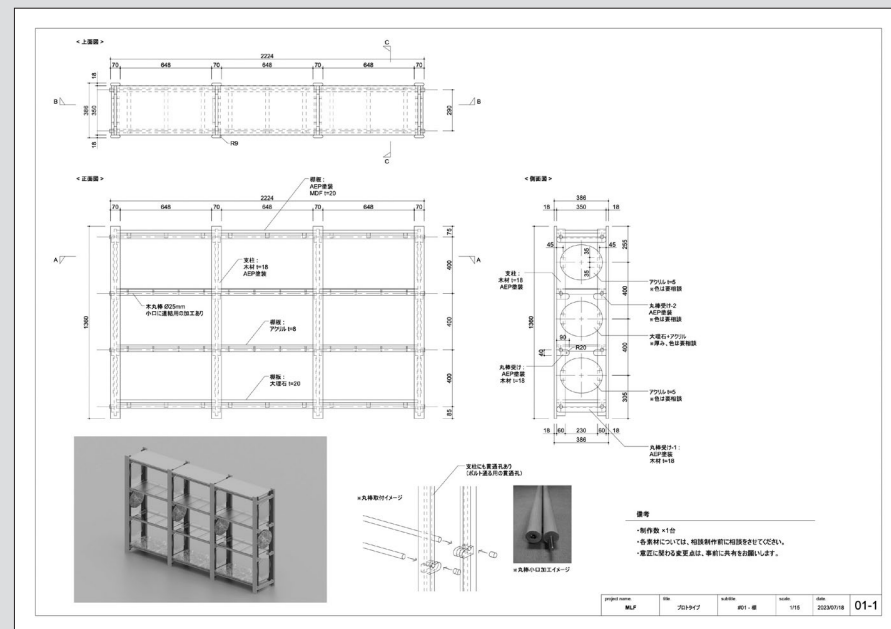
辻紗弥香

Workshop Tools

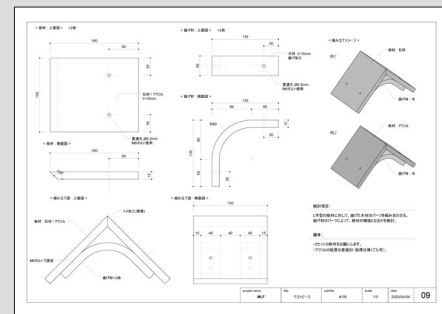
ワークショップツール

異なる素材をあつかう3社の社員が合同で作業をおこなうMLFでは、コミュニケーションを円滑におこなうため、さまざまなツールを開発・使用し、共有しながらの進行となりました。ツールの種類ごとにその一部を紹介します。

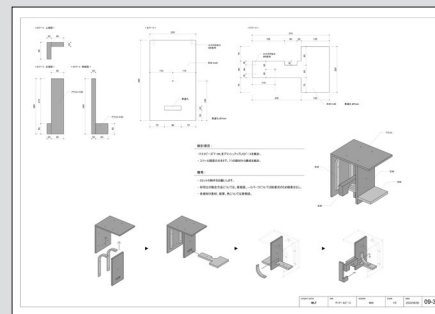
制作内容の確認、検討事項のすり合わせをディレクターが作成した設計図面をもとにおこないます。設計図面は、基本的なデザインや寸法、納まりが示されており、これらの加工を実現するために各社がディスカッションするための図面です。



プロトタイプ#01の設計図面。全体寸法の指示や丸棒パーツと支柱の取り付けイメージなどを記載。



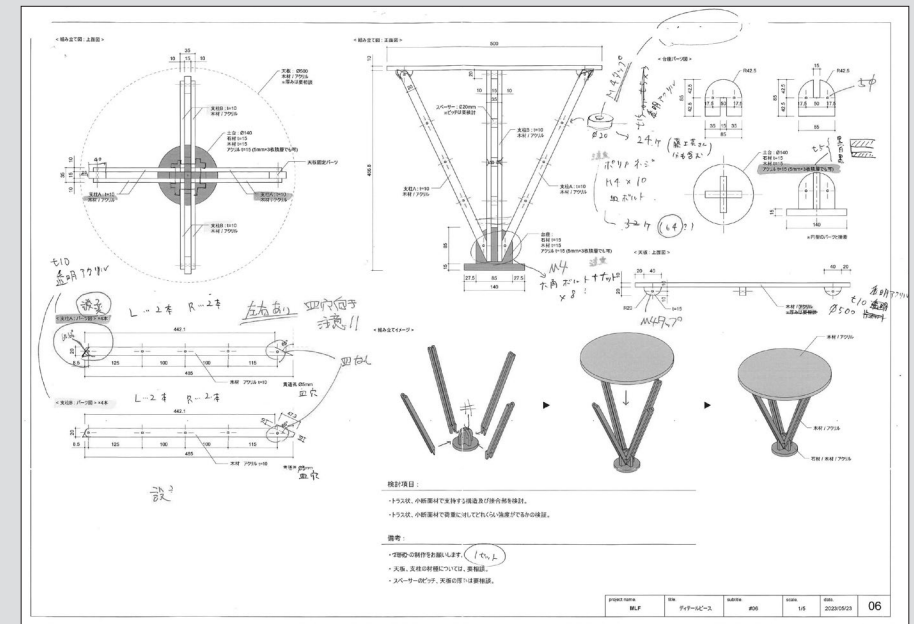
テストピース#09の設計図面。同じ形状で素材違いのピースの制作を意図している。



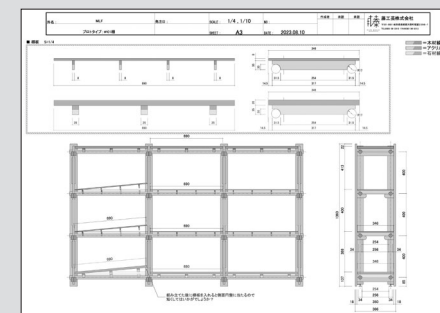
ディテールピース#09の設計図面。サイズも大きくなり、組み合わさるパーツ数も増えるため、組み立て手順等を記載。

制作図面

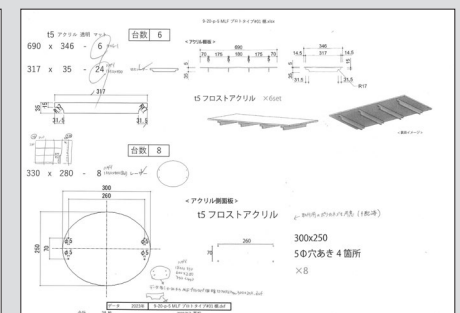
設計図面をもとに各社が制作する上で、各素材の課題や知見を共有しながら、各社の可能な加工方法や加工機材での変動、寸法の逃げなど素材のアセンブルに対して配慮を重ねた図面です。この検討をもとに実際の工場内での加工図面が作成され、加工・アセンブルされていきます。



ディテールピース#11の制作図面にいたる過程で、手書きで加工機材等による逃げ寸法や加工方法が書き込まれている。

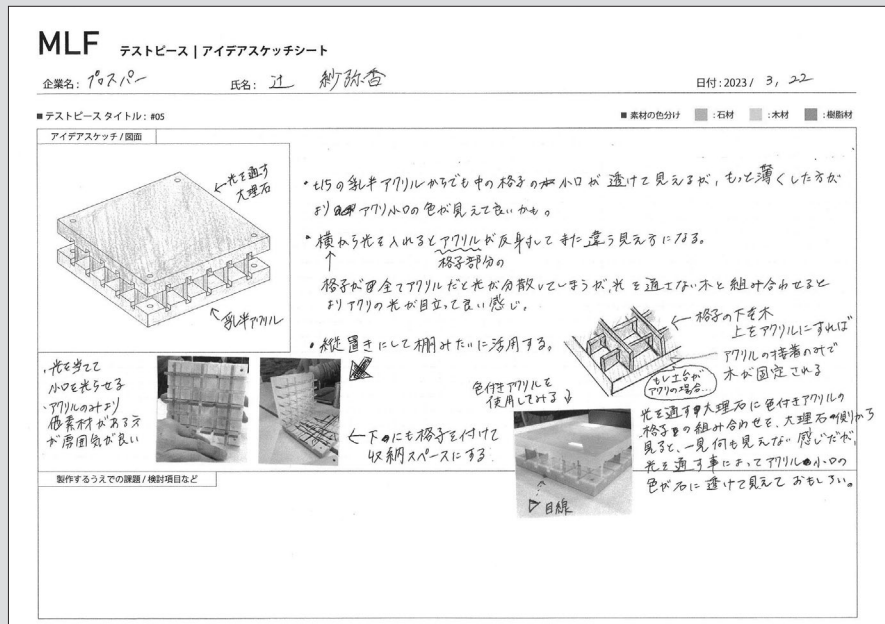


プロトタイプ#01の制作図面。



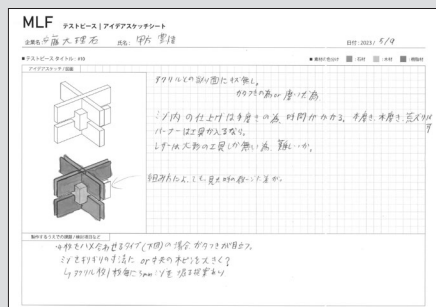
プロトタイプ#02の制作図面。

制作したテストピース・ディテールピースをメンバー同士で確認しながら、どのようなプロダクトに展開できるかのアイデアや、制作時の課題や検討項目などを共有するためのシートです。素材ごとにできること/できないことを整理し、プロダクト制作に活かします。

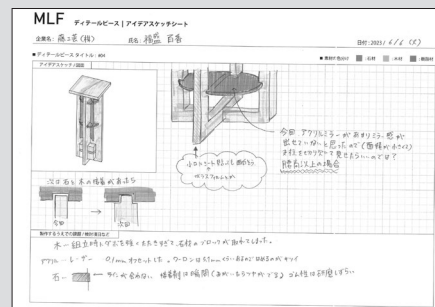


テストピース#05のアイデアスケッチ。

写真やイラストを使って細かくレビューをしてあり、暗黙知になりがちな個人的な感覚なども共有されている。

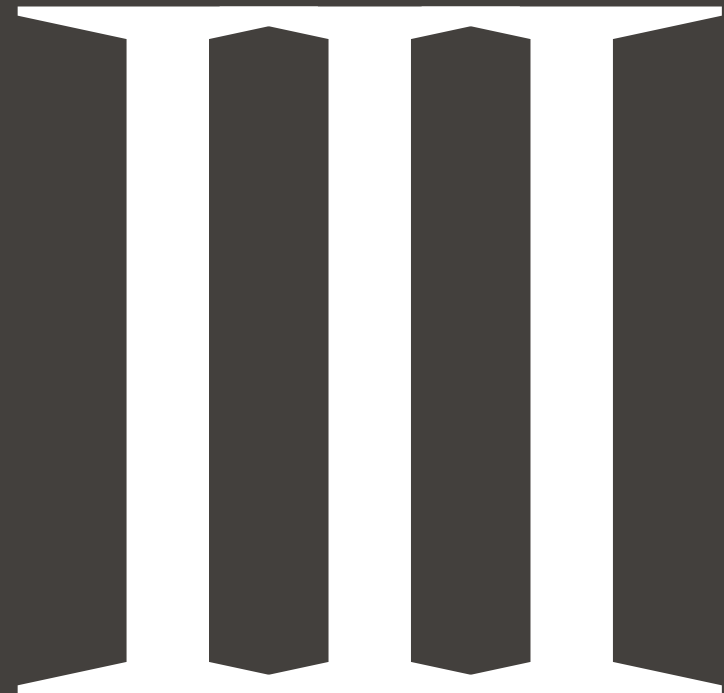


テストピース#10のアイデアスケッチ。



ディテールピース#04のアイデアスケッチ。

第III章



Future

初年度を終えたMLFが明らかにしたのは、ただ与えられた作業をこなすだけでなく、「考えながらつくる」というものづくりの根幹に関わるフィロソフィであり、それを可能にするのは、失敗をとおして学び試行錯誤するための時間であるという現実でした。3社協働による主体的なものづくりプロジェクトであるMLFは、今後どのような道を歩んでゆくのか——取り組むべき課題を探ります。

Future

MLFのこれから

MLFは、今後数年をかけてプロジェクトをすこしずつ展開していく予定です。

これまで約1年間をかけて各素材についての学習と実験を繰り返してきましたが、今後は新素材や各社のフラッグシップモデルとなる製品の開発を進め、あらためてMLFブランドとして立ち上げを目指します。ブランドのリリース後は、製品のバリエーションを拡大させながら、MLFとして取り組むべき課題に向けて、業界をリードする取り組みを展開します。

		2023 学習と実験	2024 開発	2025 発表	2026- 展開
[活動]	[スキーム]				
技術開発	加工方法・材料特性・製品開発 手法の学習 クオリティアップ・独自技術の開発	テストピース、ディテールピースの作成 各素材の可能性を追求	試作品に関わる ディテールピースの作成 マテリアル開発 3素材以外との協業	試作品のクオリティアップ、完成	
ブランディング	プロトタイプ・製品制作 デザインコンセプト・ ブランドアイデンティティの設定	ワークスペース用の家具の制作 デザインコンセプトのリサーチ	製品化を見越した試作品の制作 デザイン&ブランドコンセプトの 設計	製品化 ブランドのリリース	製品のバリエーション展開
企画・広報	プロモーション・PR 販売・商品へのフィードバック	広報物の作成、展示会の実施	ウェブサイト等の運用	製品リリース	ブランド化した製品の展開 製品へのフィードバック、 モデルチェンジ

ものづくり企業における 市場価値とはなにか

企業において市場価値を最大化することは、経済的利益を拡大することと同義であるとして認識・実行されているとあっていいだろう。企業とは営利目的に経済行為をおこなう組織体であることから、それは自明である。では企業は、どのように経済的利益を拡大させることができるか——あらゆる企業が事業をおこなううえですべからず計画することだが、MLFという特殊なプロジェクトを考えるにあたって、まずはこの基本的な問いからはじめてみよう。

とりわけ日本のものづくり企業においては、利益をあげることは、ものをつくることである。ものをつくり、それが売買され、利益が発生する。とても単純なことのようにもとらえられるが、そうもいかない。ものが売れるには、そのものに対する人びとからの需要が必要となる。求められてはじめて、ものは売れる。一般的にもものづくり企業は、そのような需要を他社/他者からの「受注」というかたちで受け入れ、求めに応じてものをつくる。

このとき、ものをつくる動機と需要が反転していることに注意しよう。発注/受注という関係は、ものをつくる以前に需要を提示し、その求めに応じるかたちでもものづくり企業はものをつくる——発注/受注関係によってものをつくる動機が後退しているこの事実は、経済的利益を拡大させるという目的においては正義だ。至極当たりまえのことを書いているように思われるかもしれないが、他方で「ものづくり企業」における「ものをつくる」という別種の、あるいは根源的な目的を忘れないためには、ものをつくる動機と発注/受注関係の相関についての再評価が必要だろう。

ここでいま問題にしようとしているのは、企業において市場価値を最大化することは、経済的利益を拡大することとかならずしも同義ではない、という可能性についてだ。仮にそうだとするなら、手段と目的を取り違えないよう、さきほど利益拡大とものづくりを結びつけた定義を次のように訂正してみよう——日本のものづくり企業において、市場価値を最大化することとは、ものをつくることである。

MLFは、市場価値=経済的利益をどのように拡大させることができるかという問いから離れ、市場価値と経済的利益を結びつけないしかたで、新しい市場価値の模索という問いを深めようとしている。しかも「ものをつくる」ことによって、である。この新たな問いは、的はずれなものでは決してなく、世界の潮流からすればまさに最先端とあっていい。欧米においてはESG (Environmental・Social・Governance)が念頭になければビジネスが成り立たなくなりつつある。企業の市場価値は、すでに経済的利益の外側に擁立されようとしている。

こうした考えを日本のものづくり企業で推進することは、現在においてはとくに困難を極める。先述したとおり、市場自体が発注/受注関係において成立

して、「ものをつくる」ことの本来的な意義や社会における影響への配慮は後まわしにされがちだ。こうした状況において、巻頭の3社代表座談会で藤工藝株式会社の安藤氏はMLFを「主体的ものづくり」と呼んだ。この発言には、ものをつくる動機を、ものづくり企業の側に主体的に取り戻そうとする意思が宿っている。

3社が合同で、3つの異なる素材をあつかい、プロダクト開発をおこないながら、同時に共同制作のためのプラットフォームとしても機能する——こうしたMLFの特徴は、発注/受注関係による経済的利益拡大のドグマから抜けだし、ものをつくる主体性を市場から自分たちの手元に取り戻そうとするための高度な戦略なのだ。

ここで私は、発注/受注関係や経済的利益が悪だと言っているのではない。発注/受注によるクリエイティビティの増大は考えうるし、もちろん経済性がなければ企業の持続可能性は維持できない。おそらくMLFは、ものをつくる主体性を取り戻した先に、MLFが生みだす「もの」を再度市場へと送り出すことで、市場や消費行動自体を改変しようような可能性について考慮することになるだろう。

そのときあらためて重要になるのが「デザイン」であるはずだ。ここでいうデザインが意匠を整えるだけの行為でなく、デザイナーあるいはディレクターの役割が既存のそれと異なることもまた言うまでもない。MLFは、その実践によって得られるさまざまな知見や経験、定式化されにくい身体知や暗黙知などのナレッジを蓄積、公開、共有しながら、生みだされるプロダクトを介して社会に新たな知を創出してゆく、いわばリサーチ・スルー・デザイン (RtD) を実践するという希望を一身に背負った壮大なプロジェクトだといえるだろうし、その牽引役を担う桂川大・富田太基両氏のディレクターとしての役割はとて大きい。

これは私の妄言だろうか。MLFの今後に期待しよう。

春口滉平

はるぐち・こうへい

1991年生まれ。編集者。エディトリアル・コレクティブ山をおりるメンバー。デザイン・クリエイティブセンター 神戸 (KIITO) 企画スタッフ、京都工芸繊維大学 KYOTO Design Lab エディトリアル・アシスタントを経て、2021年より独立。建築、都市、デザインを中心に、企画、執筆、リサーチなど編集を軸にした活動を脱領域的に展開している。主な編集媒体に、ロームシアター京都「ASSEMBLY」、NTTアーバンソリューションズ総合研究所「地域想合研究室.note」、秋吉浩気「建築家の解体」(2022、VUILD BOOKS) などがある。

株式会社安藤大理石

株式会社安藤大理石は、建築用石材の素材の提案、設計、加工、施工までをおこなう会社です。施工会社としては国内で原石から製品に加工できる工場を持つ数少ない会社のひとつであり、品質管理、製品精度に注力し、仕上業者としての誇りをもって仕事をしております。

明治26年の創業以来、130年にわたって積み上げてきた経歴と実績で、全国の有名なオフィスビル、商業ビル、ホテルや高層マンションなど、日本が誇る建築物の石工事をおこなってきました。

また、近年ではAI機能を持つ最新設備を導入するなどDX化を進めており、匠の技と融合させることで、お客様のこだわりに応え満足度の高い製品の提供に努めています。

藤工芸株式会社

藤工芸株式会社は、店舗・オフィスなどの内装仕器を木工にて製造している会社です。目まぐるしくスタイルが変化していく現代において、木にしか出せない良さを木工のプロとして日々追求しています。

しかし、お客様それぞれの想い一つひとつを実現させるためには、木工のプロとしてだけでなく、ものづくりのプロとしてさまざまな知識や技術が求められます。そうしたお客様からのさまざまなご要望に対応するため、弊社では20年ほど前より木工仕器に付随する、金物・アクリル・電気工事・ガラス工事などのアッセンブルを請け負う環境を整えてまいりました。

弊社の強みのひとつである広い工場空間を利用した、実際の現場状況に合わせた仕器をお客様にご覧いただく事で、より高いクオリティをお客様に提供できるよう努めています。

株式会社プロスパー

株式会社プロスパーは、1962年に創業した、人の心を豊かにする空間と体験を創造していくものづくり企業です。

時代の流れを敏感に捉え、店舗のイメージづくりに欠かせない屋外看板から案内表示板、プレートなどのサインを、施設全体のイメージに合わせたサインデザインの提案から施設管理まで、一貫したサポート体制で提供しています。ロゴタイプやマーク、文字などを、レベルの高い加工技術と最新機器の導入によって、ファッション性の高いサインに仕上げています。また、店舗内のアクリルディスプレイ仕器も受注生産しています。

「商業空間をデザイナーのイメージ通りに表現し、求められる機能を満たすこと」それがプロスパーの考える役割です。各種ショーケースや展示台、プライスカードなど、あらゆるアクリル製ディスプレイ仕器を受注生産しています。納期やコストなどの厳しいニーズに応えつつ、美しい仕上がりで確かな品質をもった優れた製品を提供しています。

桂川大

STUDIO大 主宰/建築家

1990年生まれ。2016年 名古屋工業大学大学院博士前期課程修了。2016–2018年 一級建築士事務所Eureka勤務を経て2019年よりSTUDIO大を主宰。

岐阜、愛知を拠点に建築設計をはじめ、都市や風景の観察・採集・再現から資源を紡いでいくワークショップ、鑑賞と観察から考える共同制作・展覧会の場づくりに関わる。

現在、名古屋工業大学院博士後期課程在籍。名古屋造形大学 非常勤講師。

富田太基

FOLT 主宰/デザイナー

1990年 埼玉県さいたま市生まれ。

2015年 情報科学芸術大学院大学 [IAMAS] メディア表現専攻修了。2015–2024年 建築設計事務所 株式会社TAB勤務。2024年4月– FOLT設立。

岐阜を拠点に店舗や住宅・会場構成などの空間設計や、デジタルファブリケーション機器を活用した家具や仕器などの設計・製作をおこなっている。設計業務のほか、企業や行政に対して、製作までのデザインプロセスや製品開発を含めたワークショップ開発をおこなっている。

Material Learning Farm
2023-2024

-

主催企業

株式会社安藤大理石

藤工藝株式会社

株式会社プロスパー

ディレクター

桂川大[STUDIO大]

富田太基[FOLT]

-

編集

春口滉平[山をおる]

デザイン

網島卓也[山をおる]

写真

shogo folk sakai (表紙, p.02-03, 16-24)

網島卓也 (p.06-08)

-

発行日

2024年5月31日

発行

Material Learning Farm

印刷・製本

株式会社イニユニック

-

本書の一部または全部を、無断で複写(コピー)、複製することを禁じます。
特記のない限り、掲載した図版の著作権はMaterial Learning Farmに帰属します。

© Material Learning Farm
2024, Printed in Japan

