

真壁 タニタハウジングウェア（以下、タニタ）の創業はいつですか。

谷田 1947年に祖父が創業しました。最初は、銅のインゴットを仕入れ、溶解・圧延し、建築用銅板をつくらせていました。その後、伸銅業では大企業に敵わないと判断し、1970年に加工品である銅雨といの製造・販売を始めました。

真壁 当時のお客さんは板金屋さんですか。

谷田 銅雨といのお客様は主に板金屋さんでした。その後、銅雨といで市場がある程度獲得できるようになってきたので、父の代になるとそれまでの住宅用だけではなく非住宅用の製品をつくるようになります。その時に建築家の方に意見を聞いてできたのがステンレス素材の雨とい。ステンレス素材を扱うのは初めてだったので製品化に2年かかりました。

真壁 谷田さんは3代目となるのですか。

谷田 私はすぐ家業を継ぎませんでした。1987年、大学卒業後、住友林業に入社。家を守る営業をしていました。トータルで約100軒ほどを担当しましたが、銅雨といが採用になったのは2棟しかなかったんです。住友林業といえば、高級和風住宅のイメージが強かったので、タニタの銅雨といは誰が採用しているのかわかりませんでした。そして、1996年にタニタに入社、2003年に3代目として長の職に就きました。早速、新社長として取引先を回ってみると何かが違う。「タニタはこれからの住宅業界に対してこうしていかなくてはいけない」と自分ももっと未来を語るような楽しい場を想像していたのに、行く先々で言われるのは、昔は良かったという話ばかりなのです。流通の中では過去の会社になり始めていると痛感し、改

めて「タニタの仕事とは何なのか」という根本を見つめ直し始めました。

タニタは業界からすると金属雨とい屋と言われますが、雨とい自体を売ることが仕事ではない。雨といをつけてもらうことで雨といが本来の役割を果たし、その中でわれわれはお客様にどんな価値を提供しているのが重要。そういうことを考える中で、デザインをすることがタニタの仕事だと思うようになりました。そして、「雨のみちをデザインする」というコンセプトに行きついたので。

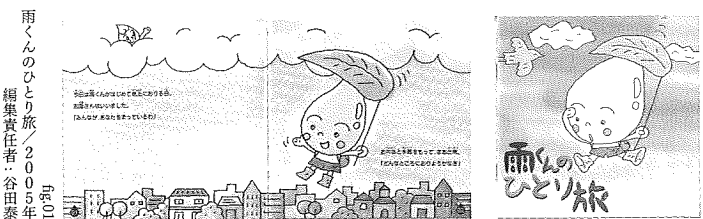
真壁 銅雨とい、ステンレス雨といと事業基盤製品を生んできて、「雨のみちをデザインする」という企業戦略に至った。工務店や建築家への営業も新たな展開・開拓が求められ、同時にその戦略を象徴する製品も必要になってきたわけですね。

谷田 「雨のみち」の「みち」には二つ意味があります。ひとつは「道」。雨水を流すための道に関わる製品を提供する。建物に降った雨をどのようなルートで流すかを設計することも大切です。もうひとつは「未知」なる可能性という意味です。雨といのルーツを辿ると奈良時代までさかのぼります。当時は材料としては竹や木が使われていて、その用途は屋根に降った雨を集め、生活用水として利用することだったのです。雨を活かすことや雨の新たな可能性を現代において考えなくてはいけない。そういうことを訴えていく意味もあって「雨のみち」というコンセプトを掲げました。今では雨といだけではなく雨水利用商品もあります。

真壁 二つの意味があったのですか。そこから建築家と共同開発、デザインされた「半丸」シリーズの雨といがつけられることになったわけですか。

谷田 半丸というものは、実は雨といの原点のような形です。しかし、ものづくりに携わっていると、シンプルなデザインで、加工工数が少なく、金型投資が抑えられる製品は、お客様からお金がいただけないのではなか、という抵抗があるんです。

半丸の雨といができたきっかけのひとつは「雨のみちをデザインする」というコンセプトを持つのもっと外部の人たちと未来を語るために、いま考えていることを絵本（fig. 01）にしようとして試みたことでした。ちょうどその時に建築家の伊礼智^{いれちか}さんが描かれた絵本『オキナワの家』（インデックス・コミュニケーション



ンズ/2004年)に出会ったんです。建築家のつくった絵本がこんなに面白いのかと驚きました。それから2ヶ月ほど経ったある土曜日、たまたま休日出勤していた私は一本の電話を取ります。それが偶然、伊礼さんの事務所からの資料請求だったのです!

これがきっかけとなり、事務所遊びに行かせていただきました。徐々に伊礼さんとコミュニケーションを取らせていただく中で、さまざまなモノの見方や感性に触発されながら、やがて一緒に何かやりましょうということになりました。半丸シリーズが誕生した理由はまさに偶然の連続なのです。

真壁 半丸シリーズは「雨のみちをデザインする」という戦略性のデザイン開発の第一弾になるわけですが、最もこだわったのは、どういう部分になりますか。



谷田 伊礼さんは、集水器の形状にすごくこだわりを持ってくださいました。事務所周辺にあるあらゆる雨といを写真に撮り、分析されて、半丸雨といのプロトタイプが完成しました。

また、もうひとつの特徴は吊り金具です。それまで半丸形の雨といはあっても、金具は全て下から受けるタイプでした。吊るタイプにすることで軒の金具ラインが目立たなくなり、そこにさりげなさをづくり出すことが出来ます。

真壁 最初からある程度の売り上げは想定されていきましたか。大抵、こうした戦略性をきちんと持ったデザイン開発は浸透するのに一定の時間がかかると思いますが。

谷田 当時、社内は私以上にこんな昔ながらの雨といは考えられないという意見がほとんどでした。しかし、伊礼さんはこれが商品化されたら自分の手がける建築には必ず採用するし、知り合いの建築家たちも使うようになるだろうから、年間100棟くらいは確保できると言っていました。通常、年間100棟では商品化しづらいのですが(笑)。最後は私が決断しました。やってみたらビックリ。2年目の実績で1000棟ほど受注があったのです。

中でも全国を回る営業マンが一番ビックリしています。色んなところでこれは伊礼さんと開発されたものですよ、と言われる。昔ながらのデザインである半丸シリーズを喜んでいただける建築家やこだわりの持



ガルバリウム雨とい スタンダード施工例
「那珂深の家」
(2007年竣工)
設計:伊礼智設計室
施工:自然と住まい研究所



った工務店があるということをも身をもって感じ、営業の視点も少しずつ変わってきています。こういう変化は新しい力になっていくと思っています。

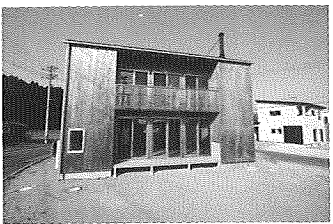
真壁 偶然の連続とはいえ、私には極めて必然的な帰結だと強く感じます。モノづくりは今、このような人とのほかの共感・共有からマーケティングリサーチでは生み出せないものを生み出すことができる時だと思えます。全ては「雨のみちをデザインする」という基本的なコンセプトを打ち立てたことで、それまでのモノ売りの体制をシフトさせたことがポイントだったでしょう。また、半丸シリーズの商品を良質な建築素材として提供しようとしたところが重要でした。

谷田 伊礼さんの言葉でいうところの「半製品」。建築家は雨といひとつにしても素材を選ぶ目で見ている。だから、極端なことを言うと半分は素材であり半分が製品の「半製品」だと。それまで社内でも工場が製品をつくっているという理解でしたが、最近ではようやく「半製品」の意味が理解され始めています。

家をつくるひとつの構成部材として、生かすも殺すも建築家、工務店次第。だから、その部材だけが主張するのはよくないのだと感じているところです。付けてみてどう見えるかということが大事。現代の住宅には装飾的な銅雨といよりも半丸のようなシンプルなデザインが合うのです。

真壁 つまり、といそのものをカワイクする必要はない。家そのものの佇まいが優しげで、軽やかにというカワイイ方向へ向かうべきで、その上でそれぞれの建築部材がどのように参入していくか、どのようなあり方を

するのか、ということが重要なのです。
その中でもこの半丸シリーズは、とてもカワイク家を彩るメンタリテイの高い「モダンカワイイ」の画期的な製品だと思うのです。



ガルバリウム雨とい HACO
設計:設計局建築事務所