



情報化社会における  
アノニマスの新局面  
アノニマス2.0と呼ばれる現象

そもそも「作家性の商品化」の背景には、「これは、世の中で初めて独自に、この人が考え出したものです!」というイメージが横たわっています。しかし、その「作家」も本当はいろんな情報を入手して、その網の目の中で生活しているわけです。密室の中で単独に全く新しい発想をひねり出したり発明したりしているわけではないはずです。

だから本当は、「作家性の商品化」と「情報化社会」は裏では繋がっているのです。なのに、その繋がりを隠そうとする。それで、いかにも独自に作家の発明があったように演出して、世界は「作家性の商品化」を成り立たせてきたのです。しかし、これほど情報化が進み、ユーザー自身も情報発信する時代になると、当然のことながら「密室の作家のオリジナリティー」は陳腐化していきます。誰もが関係性のネットワークの中で発想する時代だからです。作家のオリジナリティーは確定しづらくなり、無意味化していくのが時代の変化の実像であるかもしれません。逆に言えば、誰もがすでに情報発信者/作家なのです。

むしろ非常に発達した情報コミュニケーションのなかで、最大多数の最適解としての「集合知」が、

あぶり出しのように浮かび上がってくる。これが21世紀、ポストモダンの特長です。

今では、万人にとって「一番快適な形?」が、インターネットコミュニケーションの上で「集合知」として画一化していきます。それが証拠に、世界中のショッピングセンターは、皆とても似通っているし、クルマのフォルムも皆同じに見えます。従来型の「作家性」の出番があるとすれば、むしろタレントやキャラクターとして、その特異性が持ち上げられるという傾向になっていくでしょう。

そんな中で、これからのデザイナーの仕事は、発達した情報の網の目の中で浮かびあがってくる「集合知」を、独自の基準で抽出する、キュリエーターのような仕事になっていくだろうと思われまます。作家/デザイナー個人の情念や自意識と無縁になっていく。これがアノニマス2.0と呼ばれる現象です。

作家性の乱用という商業主義を排撃する以前に、時代の変化がそれを追い越して行ってしまった。従来型の作家性がネットワーク社会の進展によって空洞化していきます。そして、もちろん建築家という作家性も、その在り様は大きく変化せざるを得ないのです。LGSシステムは、実は10年前からこの時代の変化をうすうす感じて発想されたシステムでした。それも、最後の砦として。

CAR&HOME 10年の  
コンセプトとLGSシステム

本誌CAR&HOMEは、10年前の創刊当時から、アノニマスデザインとしてのLGSシステムを紹介し続けてきました。高度に工業デザインされた輸入車と、合理的で秀逸な骨格としての軽量鉄骨のシステム構造。いずれも「詠み人知らず/アノニマス」です。その両者をかけあわせながら、新しい住宅の可能性を探るということを、常にテーマに掲げてきたわけです。

例えば、いかに大出力の優秀なエンジンを積んでいたとしても、ボディの剛性や骨組みのバランスがしっかりしていなければ、エンジン本来の性能は発揮できません。クルマの真価は、表面のラッピングであるフォルムだけに目を奪われていては理解できないのです。同じように、住宅/建築も、表層の色や、形の凹凸以上に、骨格のバランスが大切なのだということが、本誌CAR&HOMEの考え方です。すなわち最初に二種類の「骨格」ありき。「構造の骨格」と「考え方の骨格」/コンセプトです。

その意味で、本誌は表層のラッピングからデザインを考え始めるという姿勢と極力距離を置きました。しかし、クルマと家が、それぞれそのトータルバランスが優れているとき、言葉では説明できない相乗効果のカッコよさや、美しさを、

全体イメージとして感じさせてくれます。それがまさに「CAR&HOME」。「愛するクルマと建てる家」の境地です。そして、この「境地」とも呼べる絶妙なバランスは、時代の変化に関わらず、ある普遍性を持っていると確信しています。アノニマス2.0の画一性とも、「作家性の商品化」とも一線を画した世界。本誌CAR&HOMEが追及してきたのは、そのような世界です。

いろいろなLGS  
/Car MAGAZINE 誌連載でのケーススタディー

本誌CAR&HOMEの記念すべき第一号が発刊される前から、雑誌Car MAGAZINEのロングラン連載「クルマ居住学」において、LGSシステムは数々のケーススタディーを掲載していました。住宅、2世帯住宅、別荘などなど、いずれも秀逸なデザインのクルマとの相乗効果を1/43の模型で表現しています。(下の写真を参照)レゴ建築、単一のシステム、単一の部材で様々なライフスタイルを表現する、ローテクの秀逸性。LGSシステムの最大特長は、すでに10年前から、表現されていました。

しかし、実はこの「ケーススタディー」という言葉自体、先例があるのです。先ほど柳宗理の「アノニマスの着想」の部分で触れた、イームズハウスは、1950年代にアメリカ西海岸で湧き上がった建築ムーブメント「ケーススタディーハウス」

という一連の実験住宅群の代表作なのです。

「ケーススタディーハウス」は、アメリカの当時の雑誌「ARTS&ARCHITECTURE」の連載特集として企画されました。「ポスト&ビーム」柱と梁の軸組構造を基調にした、軽快かつ優しさのある住宅というテーマで、当時の若手建築家たちが、それぞれ住宅を企画し、実際に十数件が建築され、現在でも現役の住宅として実在しています。

1950年代当時、のアメリカの作家たちがお手本にしたのは、意外にも自分たちがコテンパンにやっつけた日本の、在来木造軸組み工法でした。開放的な大開口、ふすまを外せば大きな間取りになるフレキシビリティ、障子や庇のようなフィルター機能の美しさなど、日本の住宅システム/住宅文化が、なぜか当時のアメリカのアバンギャルドを刺激して止まらなかったのです。アートとデザインの境界線も、今にして思えば、はっきり意識されていました。ケーススタディーハウスは、情念の発露ではなく、生活の方法論/デザインの系譜の上で発表されていたのです。そこに柳宗理が感染し、日本に逆輸入したのが、アノニマスデザインなのです。

鉄とガラスの軸組構造、その底流に流れる  
インターナショナルスタイル。

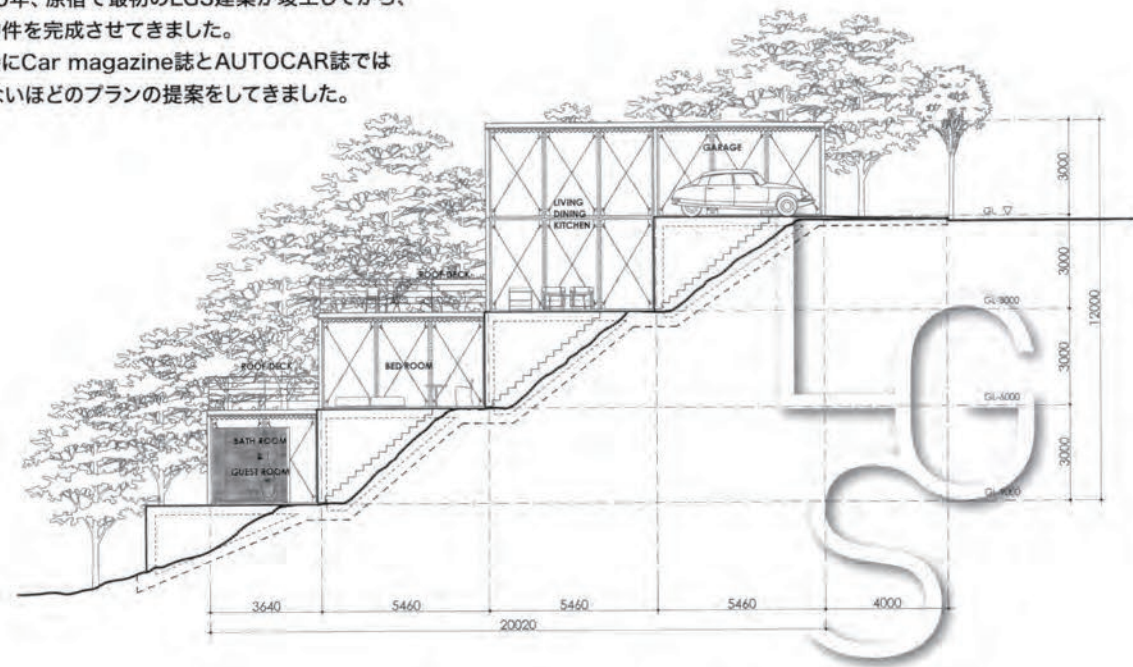
LGSシステムは、それを超克する。しかし、一方でケーススタディーハウスは、それに先行する

ムーブメント、「インターナショナルスタイル」の洗礼も受けています。鉄とガラス、この工業製品のプレファブ리케이션で世界中、同様の建築が実行できる、したがって世界中等しく豊かになる。という当時特有の発想です。個人の問題である住宅が、いきなりインターナショナルな問題に変身する。当時を席卷していた左翼的な社会運動も含めて、同じ傾向を表していました。個人と世界の間にあるもの、それは身近な環境、あるいは風土性です。ケーススタディーハウスは、風土性を無視した企画であったために、夏場の暑さ、冬場の寒さに耐えられない家としての烙印を同時に押されていました。

LGSシステムは、その教訓を生かし、あらかじめ風土性についてのアプローチを大切に考えています。外壁材の断熱性能は、毎号登場するGRC外断熱パネルがおなじみですが、フォルムの問題としても、大きな庇、三角屋根、開口の日射遮蔽、ふすまや障子などの上手なフィルターなど、日本の気候風土に即した形態の選択を、共通のシステムを通じて行うことを旨としています。これを我々は、「パナキュラーモダン」と呼んでいます。いろいろなLGS。まさにこれは、世界中の風土性(パナキュラー)を加味して、千差万別の顔を見せる、ローテクシステムであり、ケーススタディーハウスを止揚した発展形なのです。

いろいろなLGS

これまで10年、原宿で最初のLGS建築が竣工してから、多くの実物件を完成させてきました。そして同時にCar magazine誌とAUTOCAR誌では数えきれないほどのプランの提案をしてきました。



①我々がヴァイザハ研究開発センターのデストトラックに到着すると、ニコニコとした笑顔で4人の紳士が出迎えてくれた。どこかで覚えのある顔……そう、彼らこそ911の50年におよぶ歴史を語るうえで欠かせないレジェン②だ。まずご紹介するのは、最強を誇ったボルシェ956/962Cを擁してワークスグループCの監督も務めた③ベーター・ファルク。1959年に車輻テストのエンジニアとしてボルシェに入社した彼は、906から917に至る一連