



「形式知」

「あれは当初、ウチに持ち込まれたマークや」。今は亡き中内功氏の遺徳を改めて想起しました。1975年秋、上弦の月を模したオレンジ色のシンボルマークを

間、「よい品をどんどん安くより豊かな社会を」の意図と共に、ダイエーのCIIコーポレート・アイデンティティとなりました。

「最初の提案では、愛おしい母胎を描いたと言っや。胎児を護る羊膜と臍の緒。『主婦の店』の原点を忘れん為にと。でも、今ひとつピンと来ん。Dの字をデザインせいと駄目出した」

その遣り取りから10年後の1985年、日本電信電話会社が誕生します。中内氏は驚愕しました。愛おしい母胎と酷似したシンボルマークだったからです。而も請け負ったのは同一の「CII戦略コンサルタン」でした。

「皆と繋がる優しい耳元を描いたとでも説明したんかな」。中内氏は微笑しました。周囲の同席者も、阿諛追従とは異なる、事情を熟知した面持ちで頷きました。

その警咳に接したのは80年代後半。全店舗にPOSシステムを導入。「南海ホークス」の経営権を獲得し、「福岡ダイエーホークス」へと衣替えしたダイエーは、破竹の勢いでした。

そうそう、併せて思い出しました。件の「CII戦略コンサル

ント」と、奇しくも何故か同じ名前の女性が『サンデー毎日』で「交際の金額を「三本指」で示された」と首相就任直後の宇野宗佑氏を告発したのも同時期だったと。

星霜を経て、2020年に開催が予定されている東京オリンピック・パラリンピック競技大会のエンブレムを「デザイン」した佐野研二郎氏の「創作活動」が、耳目を集めています。言わずもがなの復習をすると、ベルギー国王が1918年に創立したりエージュ劇場のロゴタイプと酷似していると

して、同劇場と担当デザイナーが国際オリンピック委員会（IOC）を相手取って著作権侵害並びにエンブレム使用差止を地元裁判所に提訴し、受理された一件。

ノンアルコール炭酸飲料サントリオールフリーのキャンペーンで、「佐野研二郎デザイン」と銘打った複数のトートバッグが「盗用」では、と消費者からの照会を受けて配布中止となった一件。更には彼が手掛けた名古屋市立東山動物園のシンボルマークがコストリカ国立博物館のマークと類似しているとして、同市が調査を開始した一件。「3・11」後にバルセ

ロナのデザイン事務所が震災支援の一環で無償提供した、スマートフォン壁紙アプリケーションの作品とも激似だと指摘された一件。何れもネット社会に於ける検索機能の「成果」を象徴しています。

が、惜しむらくは、「形式知」としての「真贋」認定論争で留まっていると僕には思えます。即ち、トートバッグはアウト、東山動物園はセーフ、東京五輪はグレーといった類いの。

獨創性・簡明性・意義性。オリジナリティ・インパクト・シグニフィカンス。その何れに於いても今回の佐野作品は「不合格」です。桜を連想する五輪招致段階のエンブレムを少なからぬ人々が評価するのも、日本らしき・東京らしきが佐野作品には希薄で、北欧の何処かの都市で開催する五輪かと思紛う凡庸で技巧的な代物だから。「デザイナー」とは嘗て、自らの頭脳と手先を駆使して作品を生み出す「暗黙知」の「職人」でした。比するに、誰もが「デザイナー」として作品を仕上げる事を可能としたのが、ここ20年余りの「デジタル化」。マイスター国家ニッポンの劣化を暗喩する今回の騒動です。