

「「足りなさ」を基準とする
美術表現のあり方についての考察」

松井 沙都子

目次

4 はじめに

8 1 ドナルド・ジャッドと竹岡雄二

1-1. 造形的な「足りなさ」とはどのようなものか

1-2. ドナルド・ジャッドと竹岡雄二の
壁にかけられた作品を比較する

1-2-1. ドナルド・ジャッド《無題》(1977)

1-2-2. 竹岡雄二《ショーケース B》(1996/2000)

1-3. 竹岡の作品に見られる造形的「足りなさ」の特徴

1-4. 造形的「足りなさ」の要因となるもの

16 2 造形的な「足りなさ」について

2-1. 竹岡の作品に含まれているもの

2-1. 文脈の提示と不在の空間

2-3. 不在である理由について

2-4. 竹岡の作品の「足りなさ」が見せるもの

2-5. 竹岡の作品にみる造形的「足りなさ」

24 3 無印良品

3-1. どこか「足りない」感じがする無印良品

3-2. シンプルな商品

3-3. 編集可能性

3-4. 「「空っぽの器」のようなもの」というコンセプト

3-5. 無印良品の中にある感覚的「足りなさ」

38	4	感覚的「足りなさ」とその意味について
		4-1. 「空っぽの器」が生み出す関係可能性
		4-2. 感覚的な「足りなさ」のありか
		4-3. 1990年代的なものの足りなさとの近接
		4-4. 感覚的「足りなさ」の意味
46	5	「足りなさ」の美術表現についての考察
		5-1. 造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」の交点
		5-2. 自作品の中の造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」
		5-2-1. 自作品における造形的「足りなさ」
		5-2-2. 自作品における感覚的「足りなさ」
		5-3. 「足りなさ」の状況を作り出す インスタレーション作品のあり方について
		5-4. 「足りなさ」の美術作品の発展的な展開
		5-4-1. 「足りなさ」の発展的な展開による美術作品
		5-4-2. 偽物の環境を作り出すインスタレーション作品
		5-4-3. モデルハウスを撮影した写真作品
		5-5. 独自の「足りなさ」のあり方と今後の展開可能性について
66		おわりに

本書は、平成28年度 京都市立芸術大学 大学院美術研究科 博士(後期)課程 油画専攻 博士論文
「「足りなさ」を基準とする美術表現のあり方についての考察」を元に作成しました。

はじめに

筆者の主要な作品は、立体的な造形物によって住宅の中のような空間を作り出し、鑑賞者によって体験的に鑑賞されることを意図したインスタレーションである。造形物の内側の壁面には既製の壁紙を、底面にはフロア材を張っている。こうした内装材は、日本の住宅の中でしばしば用いられているものである。そのためこの造形物は住宅の一部のようであり、慣れ親しんだ住環境をそのまま切り取ったようでもある。しかし、その空間を満たすはずの住人や家具、調度品は不在であり、生活の息吹を感じることはできない。こうした簡素な造形物に立ち現れるのは、まるで本体が抜け去ったあとに取り残された抜け殻のような、空虚なものなのである。

筆者は、こうした空間とそこから感得される感覚的な質を「足りなさ」と言い表したい。一般的に「足りなさ」とは、満足に至らない状態をさす言葉であるため、否定的なニュアンスが強い。しかし、筆者はこの「足りなさ」こそが自分の作品の根幹をなすと考えるのであり、それゆえに「足りなさ」を積極的に論じたいのである。本論の目的は、自身の作品に見出しうるこうした「足りなさ」の正体が何であり、そして「足りなさ」を備えた筆者の作品が、今の時代に制作される美術作品としていかなる意義があるのかを明らかにすることである。この解答を得るために本論では、まず自身の作品以外の先行例について考察する。この中で、筆者の作品に関する「足りなさ」を二つの観点から捉えてそれぞれ詳しく考察を行う。

まず1と続く2では、造形的な要因から「足りない」といえるものがどういった作品のどのような点に見出されるのか明らかにする。1では、ミニマルな造形が特徴的な美術作品の例として、ドナルド・ジャッド(Donald Judd, 1928-1994)の《無題》(1977)と、竹岡雄二(1946-)の《ショークースB》(1996/2000)を挙げ、両者の比較を行うことで、これらのうち竹岡の作品だけが「足りない」状態にあることを明らかにする。

2では、このことを踏まえ、竹岡の作品の造形的「足りなさ」がどのような条件のもとで生じるのか検証する。ここでは竹岡の作品がひとまとまりの構造物の中に、何かが置かれる可能性のある空間を作り出しており、そのことによって造形的「足りなさ」が生じていることを明らかにする。

次に3と続く4では、感覚的な「足りなさ」について考察する。3では、筆者が感覚的「足りなさ」の得られる対象と考える無印良品を挙げる。無印良品の商品と広告、そしてデザイナーによって語られた言葉などを分析し、無印良品が「空っぽの器」のようなもの」という明確なコンセプトに基づき、利用者によって様々な活用することが可能な商品や、多様な解釈が可能な広告を作り出していると同時に、そのことが漠然と何かが欠けたような印象を生んでいることを明らかにする。

4では、3で述べたことを受けて、感覚的「足りなさ」の根拠を探る。まず、4-1と4-2では、無印良品とその利用者との間にある、物理的な関係性を排除して捉えた時に生じることを明らかにする。このような視点は、無印良品に対する限定的な解釈であるが、続く4-3と4-4で、あえてこのことに筆者が着目する理由を、1990年代の日本の社会に蔓延していた物足りなさの感覚と関連づける。この物足りなさは、大澤真幸によって紹介された、オウム真理教の元信者たちの感性に強く表れており、またその1990年代という時代は、筆者自身が10代の時代を経験した期間と

重なる。こうしたことから、無印良品に見出された感覚的「足りなさ」は、1990年代の日本を生きた当事者として関心を抱く必然性があることを明らかにする。

ここまで述べてきたことに基づき、5では、筆者の作品における造形的「足りなさ」と、感覚的「足りなさ」について考察する。筆者の作品は、竹岡の作品のように、展示空間の中に一定の枠組みを提示することで、そこに何かが置かれる可能性を生じるとともに、その中にあるべき対象を含まないものであるため、造形的「足りなさ」を備えた作品である。また筆者の作品は、無印良品のように、他者との関係可能性に開かれていながら、それが成立しない状態に置かれているという点で、感覚的「足りなさ」を備えた作品である。その意味で、筆者の作品はモデルハウスに近い。モデルハウスは、日本国内の住宅展示場などに多数設置され一般公開されている、住宅販売を目的とした原寸大の住宅のサンプルである。このモデルハウスもまた、住人の不在の空間を備えていること、居住可能性が果たされないという意味において、造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」を備えている。筆者の作品は、造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」を備えていることによって、モデルハウスとの関係性が見出される。

おわりにでは筆者の作品が、造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」を併せ持つことによって、どういった意義を生じるのか明らかにする。造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」の交点にある筆者の作品は、モデルハウスとの関わりにおいて、より鮮明な輪郭を得る。人の住まないモデルハウスの常に新しく清潔な状態は、現代に生きる人にとって美しく感じられる住宅のあり方の一つといえる。居住可能性に開かれた住宅であるモデルハウスが、こうした美しさを保てるのは、展示物として展示されている

るときだけである。筆者の作品の造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」の性質は、筆者の作品をモデルハウスのように、実際の住空間ではなく展示物であることを可能にする。そしてモデルハウスとしての用途すらない筆者の作品は、そこに「足りない」ものが何であるのかを、鑑賞者に想像させるはずである。筆者の作品は、造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」によって、このような状況を作り出す点において意義があるといえる。

ドナルド・ジャッドと竹岡雄二

1-1. 造形的な「足りなさ」とはどのようなものか

筆者の作品は、常に何か「足りない」ように感じられる。それは言葉の意味通り、過不足の無い状態よりも、何か欠落していることをさす。筆者の作品制作の「足りなさ」とは何であるのかを考えるにあたって、まずは「足りなさ」がどのような状態を示すものであるのかを、客観的な視点から記述していきたい。そのためにいったん筆者の作品を離れ、先行する作品における造形的「足りなさ」について考察を行う。

造形的な「足りなさ」とは、美術作品の造形的な特徴から視覚的に判断することのできる「足りなさ」である。そのため造形的「足りなさ」を備えた作品は、物理的に何らかの要因が欠落していると考えられる。では、具体的にはどのような作品が、造形的「足りなさ」を示すといえるだろうか。ここで想像される造形的に「足りない」作品の特徴としては、何らかの要因が、当初の状態よりも、比較的「少なく」作られていることが考えられる。そしてそのような作品には、本来あるはずのものが備わっていない、あるいは、あるはずの要素が削減されているというべき状態が、造形的な特徴から見出すことができるはずである。ここで言うような「少ない」美術作品として思い出されるのは、ドナルド・ジャッドの彫刻作品である。ジャッドの作品には、均質な鉄板やステンレスのような工業用素材を用いて作られた、幾何学的で単純な形態が多く見られる。『[カラー版] 西洋美術

史』の中でも「多様な試みのなかで、表現を極度に単純化し、ほんのわずかな微妙な変化の意味を問いかける「ミニマル・アート」のひとつに位置づけられているように、ジャッドの作品は複雑であるよりも「単純」であることを選択的に採用した作品であるといえる¹。このようなジャッドの作品は、造形的に「足りない」といえるのではないかと想像することができる。

また、ジャッドの作品と同様に、構成要素の「少ない」美術作品の例に、竹岡雄二の彫刻作品が挙げられる。竹岡の主要な作品である「台座彫刻」は、彫刻作品のための台座を題材とした彫刻作品である。これらはいずれも基本的に直方体や円筒といった幾何学的で単純な形態を持つ。またそれらは、素材に人工大理石を用いられているものや、メッキ加工や均質な塗装が施されているものなど、均質な質感が特徴的である。そしてそれらはいずれも、天面が平らに整えられており、彫刻を載せるための台らしい特徴が見られる。しかし実際にはその上に、何かが載せられるようなことはない。この竹岡の作品について、2016年に国立国際美術館、埼玉県立近代美術館で開催された回顧展『台座から彫刻へ』展覧会図録の中で、中西博之は、竹岡の作品の「還元された形態」を、ドナルド・ジャッドら「ミニマリスト」の作品の影響下にあるものと説明しており、マルセル・デュシャン、マイケル・アッシャーとともに、ジャッドを含めた「ミニマル・アート」作品との強い関連性を認めている²。

ジャッドの作品と竹岡の作品は、単純な幾何形態の彫刻作品である点で共通する。そして両者の作品の単純な形態は、多くの美術作品の中で比較的構成要素が「少ない」ように感じられる。このような構成要素の「少なさ」は、どちらの作品においても造形的「足りなさ」を生じているのだろうか。このことについて、ジャッドの作品と竹岡の作品を、それぞれ検証してみたい。

1. 『[カラー版]西洋美術史』|美術出版社|1990年|184頁

2. 中西博之「竹岡雄二の芸術」『台座から彫刻へ(展覧会図録)』
国立国際美術館、埼玉県立近代美術館、公益財団法人遠山記念館|2016年|68頁

1-2. ドナルド・ジャッドと竹岡雄二の壁にかけられた作品を比較する

ジャッドと竹岡の作品には、ともに壁にかけられて展示される、直方体の形状の立体作品がある。これらの作品を、それぞれ「足りなさ」という観点から分析する。

1-2-1. ドナルド・ジャッド《無題》(1977)

まずドナルド・ジャッドの作品《無題》(1977)を見てみたい。この作品は、金属製の四つの直方体が、壁面に設置されているというものである。四つの直方体は全て同じ大きさ、同じ形状に、同じ無垢のステンレス板を溶接して組み立てられている。作品に近づいてよく見てみると、それぞれに溶接と研磨の痕跡がわずかに異なっており、多少の個体差があることがわかる。ただその個体差は、作品全体に大きな対比関係を生じるほどの差異ではない。このようにほとんど同じ直方体が等間隔に複数並べられているため、固体ごとの優劣は見られない。

この四つの直方体は、六面のうち全ての面が閉じられているわけではない。鑑賞者に面した一面だけは開放されているため、作品の正面に立つと、直方体の内側が見えるようになっている。直方体の内側には、一枚の仕切り板のようなものがある。この仕切り板のようなものは、鑑賞者に面した手前側の中央から、壁に接する一番奥の左角に向かって、斜めに取り付けられている。この四つの直方体は、遠目から見ると、何かを収納するための棚のようにも見える。しかし箱の中が仕切り板によって斜めに仕切られることによってそれらの空間は奥に行くほど狭くなっている。向かって右側の空間は比較的広くなっているものの、奥の方は

仕切り板に隠れてほとんど見えない。したがってこの空間は、まっすぐにものを収めることができそうになく、さらに中の空間の視認性も良いとはいえないため、棚としての機能は見出しにくい。

また棚ではないにせよ、ステンレス板の質感や幾何学的な四角い形状は、いかにも何らかの機能を備えた工業製品を思わせる。しかし作品の形態から、いかなる機能も、具体的に喩えることのできそうな対象は見当たらない。ゆえにこの作品は、作品に見られる造形的特徴を備えた造形物であるとしか言いようのないものである。



図1

ドナルド・ジャッド《無題》|1977年|ステンレス|4点組 各25.0×50.0×25.0

1-2-2. 竹岡雄二《ショーケース B》(1996/2000)

次に竹岡雄二の作品を見ていきたい。竹岡の作品の中で、ジャッドの《無題》と近い構造を持つ作品として、《ショーケース B》が挙げられる。この作品は、ジャッドの《無題》の直方体と同じく、壁にかけられる形で展示される直方体である。ジャッドの作品のように複数並べられてはならず、単体で展示されるものであるという点で異なるものの、前面が解放された直方体である点で共通する。ここではこの作品が「ショーケース」を模したものであるという観点を排し、作品の造形的な特徴を詳しく見ていきたい。

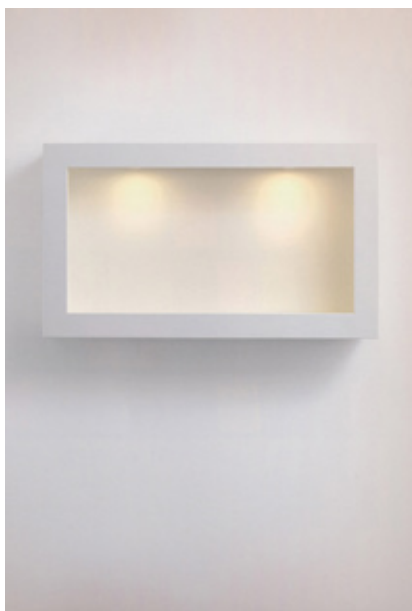


図2

竹岡雄二《ショーケース B》
1996 / 2000年
MDF (ポリウレタン塗装)、ガラス、
人工大理石、ハロゲンランプ
70 × 120 × 55.5cm | 個人蔵
撮影: Achim Kukulies

《ショーケース B》は、ジャッドの《無題》と同様に、直方体の六面のうち、鑑賞者に向けられた一面だけが開放されている。解放されているといっても、その面には透明のガラス板がはめ込まれており、視覚的には開かれているものの、空間としては閉じられている。またその中には、一切仕切りなどはつけられておらず、作品の正面に立つと、内側のすべての面が一望できる。この内側の面は、前面を除いた五面が、白い人工大理石の板材で覆われている。ここで用いられている人工大理石は、もともとは建築用の内装材である。その表面は非常に滑らかで、わずかに透過性が感じられるという特徴がある。そのためこの人工大理石の貼られた面には、視覚的な質感がほとんど感じられない。また人工大理石の面のうち上面は、二箇所丸くり抜かれ、そこに二つの照明器具がはめ込まれている。そしてそれらは作品の展示中、常に点灯されている。また《ショーケース B》の外側の面には、白く均一に塗装された MDF 材が用いられている。そしてその側面には、周囲を一周するかたちで浅い溝が彫り込まれている。この溝によって、作品の外側には、内側には見られなかった陰影が生じ、溝よりも分厚いはずの MDF 材の厚みも感じられる。

《ショーケース B》の内外の色彩はいずれも白であるが、その質感は明らかに異なる。内側と外側とで質感の異なる素材が貼られている上に、内側の上面に照明器具が取り付けられているため内側には周囲とは異なった光の環境が作られている。さらに正面からガラス越しに覗き込むことができるために、光の投じられる先に、自然と視線が誘導される。しかしそうして見たときに、視線をひきつけられる先には、特に何も置かれていないように感じられる。もちろんそこには一切、何もないわけではない。内側の空間に張り込まれた人工大理石の面が確かに存在している。しかしこの人工大理石の面は、外側の MDF の面と比べて表面の

視覚的な質感が極めて希薄である上に、照明器具が組み込まれた構造の一部であるように見えるため、特別に見るための対象であるようにも感じられない。したがって《ショーケース B》には、作品を見たとき目を引きつけられる場所に、何もないと感じさせる性質があるといえる。

1-3. 竹岡の作品に見られる造形的「足りなさ」の特徴

ジャッドの《無題》と竹岡の《ショーケース B》は、いずれも均質な工業素材が用いられており、直方体であるという点でも共通する。しかしこのうち《無題》だけが、何かを付け加えたり、差し引いたりすることもできない過不足のない状態である。仮に《無題》の仕切り板を取り除いたとすれば、箱や棚のように機能が見出されてしまうだろう。また、仕切り板以外の板が取り除かれれば、直方体の一部が欠損したのに見え、その自体に意味が生じてしまうと考えられる。そしてもしこれ以上何かの要素が付け加えられれば、直方体ではない何か意味を持った別の形になってしまいかねない。したがって、ジャッドの《無題》は確かに数量的に削減された状態にあるが、極めて単純な、そして必要最小限の造形物であるといえる。ゆえにこの作品には、なんら欠落といえるものはなく、これ以上手を加える余地なく完結したものである。こうしたジャッドの作品は、「足りない」というよりもむしろ、十全な状態にあるといえる。

一方で《ショーケース B》は、あるはずのものが無いということのできる特徴が見られる。1-2-2で述べた通り、作品の構造によって視線が引きつけられる先には、見るべき対象が無いように感じられる。そのため《ショーケース B》には、見るべき対象が欠落しているといえる状況にある。したがって《ショーケース B》は何らかの要因が「足りない」といえる状況に

あるといえる。そしてこの状況は、作品の造形的な要因から見出される。このように造形的な要因から「足りない」ということのできる状況が生じる《ショーケース B》は、造形的に「足りない」作品であると考えられる。

1-4. 造形的「足りなさ」の要因となるもの

ジャッドの《無題》と、竹岡の《ショーケース B》は、いずれもシンプルな直方体の形状であり、様々な造形の可能性のある中において、数量的に削減された作品には見える。しかしこのうち、造形的「足りなさ」が見られるのは《ショーケース B》だけである。では《ショーケース B》が最も数量的に「少ない」作品かといえば、そうではない。《無題》の素材は数枚のステンレス板だけであり、二つの作品の中では、明らかに構成要素の「少ない」作品である。《無題》と比べると、MDF 材や人工大理石など多くの素材で構成される《ショーケース B》は、最も数量的に削減された作品であるとはいえない。構成要素が「少ない」と考えられる二つの作品について分析してきたが、造形的「足りなさ」は、単に構成要素が数量的に少ないかどうかによって決定されるものではないことがわかる。

では、造形的「足りなさ」は、どのように生じると考えられるだろうか。この答えを得るためには、造形的な特徴だけでなく、造形的「足りなさ」を生じる要因となるものの質について、より詳しく考察を深める必要がある。《ショーケース B》において、視線が引きつけられる先に、何も無いと感じられたことは、単に感覚的なものではないはずである。では具体的に何がどういった条件にあることで、造形的「足りなさ」が生じるのだろうか。このことについて、2で詳しく分析する。

造形的な「足りなさ」について

2-1. 竹岡の作品に含まれているもの

ここからは、竹岡の作品に見られた造形的「足りなさ」がどういった条件において生じるのか、竹岡の作品以外の例も参照しながら、具体的に考察する。そこでまず、《ショーケース B》には何が欠落し、そして逆に、何が含まれているのか、よく考えてみたい。

竹岡の《ショーケース B》の内側には、見るべき対象が欠落していると感じられた。これはつまり、その場に存在しない何かの存在の可能性が生じるとともに、その何かがないと感じられる状況にあるということである。それはいわば、何かの不在というべき状況である。この不在の状況は、直方体の造形物の内側に生じる。ガラス越しの造形物の内側に見えるのは、全ての面に貼られた人工大理石の面と、そこに投じられる照明器具の光だけである。これらの面と接するのは、いわばどこにでもある空気といえる。しかしその空気は、人工大理石とガラスの面に囲まれる形で作品の中に封じ込められており、作品の外に無限に広がる空気からは切り分けられている。さらに上面から照明器具で照らされ特別な演出がなされている。そのため、作品に封じ込められた空気の層は、作品の外とは質の異なる、特別な空間へと変質されている。

《ショーケース B》の造形は、木材や人工大理石などのいくつかの物質によって作られているが、その中に生じる空間は、目に見えず触れること

もできない。しかしこの空間の境界は、作品の正面から一望できるため、ネガティブな直方体のボリュームとして把握することは可能である。このネガティブな直方体は、箱の内側のようなもので、その中にポジティブなボリュームのあるものを収めるための容器を思わせる。そのため、《ショーケース B》の内側の空間もまた、箱のように、何かしらの内容物を収めるためのものに見えてくるのである。

《ショーケース B》を内容物が不在の箱と捉えたと、その内容物となるものは、《ショーケース B》に備えつけられた照明器具によって照らされ、ガラス越しに鑑賞者に見つめられる対象となるはずである。そのため、ここで想定される内容物は、展示物というべきものであると考えられる。そしてこの空間は、展示物を受け入れ、鑑賞者に見せるための空間である点において、展示空間といえることができる。しかし実際には、展示物と言えるようなものは不在である。

したがって、《ショーケース B》に含まれているのは、直方体の造形物と、その中に囲い込まれた、何らかの展示物が存在する可能性のある展示空間であるといえる。そしてその展示空間には、展示物が欠落しているのである。

2-2. 文脈の提示と不在の空間

物質的な作品によって何かの不在が生じるとは、言葉にするといかにも矛盾しているようである。しかし全く何のきっかけもない状態で、客観的に展示物が不在といえることのできる状況を作ることはできない。竹岡の作品以外に、展示物の不在が見られる先行例として、イヴ・クラインの「Le Vide」展と呼ばれる展覧会を挙げることができる。この展覧会は、

ギャラリー空間に絵画作品や彫刻作品らしきものは何も置かれておらず、ギャラリー外の窓は青く塗装され、内装はクラインがそれまでの作品で用いていた塗料によって真っ白に塗られた状態であったとされる³。この展覧会では、クラインによって手が加えられた壁面が提示されていたにも関わらず、多くの人に展示物が何も無いという認識がなされた。それは美術の展覧会における、展示物の不在というべき状況であり、この点で竹岡の《ショーケース B》と共通する。

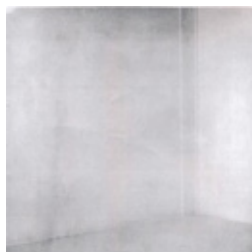
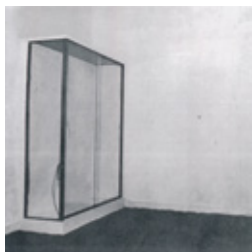


図3(左)、図4(右)、
Yves Klein "Le Vide",
Gallery Iris Clert,
April 1958

「Le Vide」展で鑑賞者に広く展示物が不在の状況という認識がなされたのは、既存のギャラリーという制度が共有されている状況において、美術の展覧会が開催されるという前提で見られたことによる。既存のギャラリーにおいて、鑑賞者は通常、そこに収められているはずの展示物を見るべき対象とするはずである。しかし展覧会の開催されているギャラリーに、展示物が見られなければ、そこには展示物がないと言わざるを得ない状況となる。この「Le Vide」展の場合、《ショーケース B》の造形物に対応するものとして、ギャラリーという建築物が提示されていたといえる。クラインの用いたギャラリーもまた、《ショーケース B》の造形物がそうであったように、作品を見せるための空間を生じる物質的な要因といえ

3. Pierre Restany; translated from the French by John Shepley, *Yves Klein*
New York: H.N. Abrams, 1982, 48-50

る。「Le Vide」展においては、《ショーケース B》の造形物と同様に、建築物という物質的な要因が、不在の空間を囲い込む構造となっている。

「Le Vide」展のような不在の状況を得るためには、物質的なものに囲まれることによって、一定の空間が明確に規定されていることが不可欠である。それは境界のない曖昧な空間を、誰の目から見ても不在の状況であると捉えることはできないためである。そして、その空間を規定する物質的な構造によって、そこで生じる空間に、ギャラリーや展示空間といった文脈が与えられる。そこでその空間は、与えられた文脈に沿う何かが欠落した不在の状況となる。このことから、不在の状況は、物質的な要因に基づき、何らかの対象が不在であるということのできる状況が共有された上で初めて成立するものであるといえる。

2-3. 不在である理由について

それでは、《ショーケース B》や「Le Vide」展に見られた不在において、何が、なぜ、不在なのかという理由を探ることはできるだろうか。あるはずのものが無ければ、そこから無くなったものが何であるのか、そしてどうしてそこから無くなってしまったのかということに、理由があっても良さそうである。

不在の根拠について思い出される先行例に、ロバート・ラウシェンバーグ(Robert Rauschenberg, 1925-2008)の《消されたデ・クーニングのドローイング》(1953)が挙げられる。この作品は、一見何も描かれていない紙が額装されて展示されているというものである。しかしそこには、もともとデ・クーニングによる鉛筆デッサンが描かれていて、ラウシェンバーグがそのデッサンを消しゴムで消したために何も描かれていない状態になっ

ているとされる⁴。この作品では、確かに描かれているべきイメージが不在である。しかし、この作品で重要なのは、それが既存のドローイング作品が消去されたことによって不在の状態に至っているということである。タイトルにも、それが「デ・クーニングのドローイング」が消されたものであることが明示されているように、かつて描かれていたものの価値と、それが消去された現状との差異は明らかである。《消されたデ・クーニングのドローイング》に不在なのは、明らかにかつて描かれていた「デ・クーニングのドローイング」である。そしてこの不在は、かつて描かれていた「デ・クーニングのドローイング」以外の何ものの不在にもなり得ない。このような作品において、確かに「デ・クーニングのドローイング」は不在ではある。しかしそこでは同時に、その黒い汚れのような痕跡が、かつて存在していた、高い価値のある「デ・クーニングのドローイング」の痕跡を留めていることを意識せざるを得ない。このような《消されたデ・クーニングのドローイング》に見出されるのは、竹岡の《ショーケース B》に見られたような不在の状況ではない。それはむしろ、かつて存在していた「デ・クーニングのドローイング」の痕跡なのである。

一方、《ショーケース B》や「Le Vide」展には、ラウシェンバークの作品のように、そこにあった何かの痕跡らしきものは無い。ただし「Le Vide」展は、それまでにそのギャラリーで様々な作品が展示されてきていることを考えれば、過去の作品の展示の痕跡が、クラインによる壁面の塗装の下に塗り込められていると考えられないこともない。しかし《ショーケース B》の場合は、一度もそこにあったことのない何かが存在しない。《ショーケース B》の内側の空間は、未だ何も置かれた痕跡がなく、何の記憶もとどめていない。したがって《ショーケース B》は、新しく作られたばかりの展示空間そのものであり、これから様々な展示物が展示される可能性に

4. Sarah Roberts, Erased de Kooning Drawing, SFMOMA, *Rauschenberg Reserch Project*, <https://www.sfmoma.org/artwork/98.298/essay/erased-de-kooning-drawing/> (2016年10月5日閲覧)



図5
ロバート・ラウシェンバーグ
《消されたデューニングのドローイング》
1953年
紙、マット、インク、クレヨン、手製ラベル、金箔フレーム
64.1×55.2cm
San Francisco Museum of Modern Art 蔵

開かれているといえる。しかし《ショーケース B》においてその可能性は果たされることはない。その可能性は、ただ開かれ続けるだけである。このような《ショーケース B》の不在の状況は、過去の展示物の損失によって生じるものではない。むしろあらかじめ何も存在しない空間に生じた、将来的な存在の可能性によって、生み出されていると考えられる。

2-4. 竹岡の作品の「足りなさ」が見せるもの

それでは《ショーケース B》は、造形的に「足りない」といえるものであることによって、何を鑑賞者に提供しているのだろうか。《ショーケース B》の造形からは、それが新しい展示空間であり、そこに何も無いということだけが読み取られる。この展示空間は、クラインの「Le Vide」展で用いられたギャラリーと同様の展示機能を備えていると考えられるが、《ショーケース B》の展示空間は自律した作品そのものに内包されているため、同じ展示空間でも、実際の建築物としての展示空間とは異なる。《ショーケース B》の展示空間とギャラリーとの最も大きな違いは、《ショーケース B》の展示空間が、運搬可能な最小限の展示空間であるというこ

とである。したがって《ショーケース B》は、それ自体が展示空間としての機能を持ちながら、自律した造形物として、美術館やギャラリーといった既存の展示空間に展示されることが可能である。

実際のギャラリーに展示される際、《ショーケース B》は既存の展示空間における自律した展示作品であるにも関わらず、作品の中に展示物が不在の展示空間が含まれるという、奇妙な状況を作り出す。展示された《ショーケース B》の佇まいは、確かな存在感を持った彫刻作品であるが、同時に展示用の什器のような存在でもある。そしてその中に、展示物が不在であるために、展示空間だけがその場に浮かび上がる。つまりここでは、《ショーケース B》は、既存の展示空間との関係において、展示空間を反復されることとなる。そこで《ショーケース B》は、自律した彫刻作品であるにも関わらず、既存の展示空間と単なる図と地の関係に落ち着くことがない。このとき《ショーケース B》の造形物は、作品が展示されるギャラリー空間と、《ショーケース B》の中の展示空間との間に存在する境界として機能する。ギャラリーと《ショーケース B》の二つの展示空間の関係性が鮮明になるのに伴い、造形物としての《ショーケース B》の存在の意味は曖昧なものとなる。

2-5. 竹岡の作品にみる造形的「足りなさ」

造形的「足りなさ」を備えた作品には、造形物によって不在の状況が生じるが、その作品が展示される際、鑑賞者が見ることのできるのは、造形物だけである。造形物だけが見られるものである限り、その造形物に含まれる空間の文脈が、鑑賞者に共有されている必要がある。《ショーケース B》は、確かに見た目には単純な造形ではあるが、それは「Le

Vide]展におけるギャラリーのような既存の空間を利用する形でなく、展示空間を見せる構造とするために、不必要な要素を排除していった結果と考えられる。もし《ショーケース B》に装飾的な表面が見られたとすれば、装飾の内容という焦点を与え、作品の中に見るべき対象が与えられることになってしまう。《ショーケース B》では、作品の内側の空間だけに視線が誘導されるように設計されている。そのために不必要な要素がほとんど全て排除されているのである。

さらに《ショーケース B》では、不在の状況が保たれている。もし《ショーケース B》の展示空間が誰かに触れられるものであったとすれば、不在の状況は損なわれてしまうだろう。《ショーケース B》の不在の状況は、人工大理石の面と透明のガラス板によって封じられ、誰の手にも触れられない状態で展示されることによって、変化のない状態が維持されるのである。

こうした《ショーケース B》に例をみる造形的「足りなさ」とは、ひとままとまりの造形物が、一定の空間を生じる枠組みとしての構造を持ち、そこに生じた空間の質により、どういったものが置かれる空間であるのかという文脈が読み取られる上で、その空間に置かれることが想定される何らかのものが、あらかじめ存在しない場合に、備わる性質であるといえる。そのような作品から鑑賞者がうかがい知ることができるのは、その中にどういったものが含まれる可能性があるのかということだけである。そして具体的にそこに何が含まれるのかはわからない。そしてその不在の状況は、変化されることなくあり続ける。造形的「足りなさ」は、こうした性質を備えた造形物において生じるといえる。

無印良品について

3-1. どこか「足りない」感じがする無印良品

筆者の作品に関して、造形的「足りなさ」とは別に、もう一つ考察しておきたい「足りなさ」がある。それは、感覚的「足りなさ」である。この感覚的「足りなさ」は、筆者が日常生活の中で接する対象から得ている感覚と深く関係する。つまりここで論じようとする感覚的「足りなさ」とは、筆者独自の観点と必然性に基づき、自らの作品に込められる質である。こういった性質の「足りなさ」は、造形的「足りなさ」とは異なり、客観的な視点で論じることは難しいように思われる。しかしこの感覚的「足りなさ」は、筆者の作品の「足りなさ」を論じるにあたり、欠かすことのできない重要な質であり、本論において感覚的「足りなさ」がどういったものであるのかを明らかにすることは、積極的に試みる価値があると考えられる。そのためここから感覚的「足りなさ」にまつわる考察として、筆者の作品における感覚的「足りなさ」と最も近い感覚が得られる具体的な対象を例に挙げ、その対象が感覚的「足りなさ」を生じる要因を分析することで、客観的な視点から論じたい。

筆者が最も作品における感覚的「足りなさ」と近いものとするのは、無印良品である。無印良品とは日用品や家具、衣類、食料品などを販売する日本のブランドの名称である。現在、無印良品の店舗は、日本国内の主要都市にはほとんど必ずと言っていいほど見られる。イオンモー

ルなどの郊外のショッピングモール内にも店舗があることも多く、全国的に大規模な展開を行なっている。このような無印良品は、日本の都市部と郊外の生活においては非常に身近な存在であるといえる。

無印良品は、もともと1980年に西友のプライベートブランドとしてグラフィックデザイナーの田中一光らによって設立された⁵。現在は株式会社良品計画によって運営され、原研哉らを中心としたアドバイザーボードとともに、シンプルで無駄の無い作りが特徴的な、様々な商品を展開し続けている。設立当初の無印良品は、消費社会に対するアンチテーゼとして生まれ、「素材の選択」「工程の点検」「包装の簡略化」という三つの観点から従来の商品価値の見直しが行われた⁶。そして不要な工程や無駄を省いた、新しい商品の開発と製造が行われた。田中一光はこのことについて、「わけあって安い」というコピーに集約されたものであったと述べる⁷。当時の商品のひとつに「マッシュルーム(ランダムスライス)」がある。これは従来のマッシュルームの缶詰では、原材料のマッシュルームのカサの端の部分が捨てられていたことに着目し、見た目の問題にこだわることなく、端の部分を含めたマッシュルーム缶として製品化されたものである⁸。このように必ずしも必要ではない無駄な工程を省くことは、不要な付加価値を排除するとともに、コストの削減を可能にする。その結果、商品価格も抑えられるため、無印良品とその利用者の双方にとって、理にかなった手法であったといえる。

そして無印良品は、2000年に田中一光がアドバイザーボードから退任し、原研哉と深澤直人が就任した後、新しいあり方を見せるようになる。以後、現在に至るまで一貫する、2000年以降の無印良品のあり方は、良品計画代表取締役社長である金井政明の述べた言葉に端的にあらわれている。金井は現在の無印良品の姿勢について、「「これがいい」とい

う奔放な欲望を抑制し、慎ましさを誇りとする「これでいい」という価値観」を携えたものと述べる⁹。この言葉から、現在の無印良品が、設立当初の消費社会へのアンチテーゼという強い主張よりも、あえて消極的であろうとする姿勢へと大きく変化したことがわかる。この変化は、特に広告を見比べてみるとよくわかる。1980年の新聞広告を見ると、新しい商品のあり方を提示するという積極的で、非常に強いメッセージが見られる。田中一光が手がけたこの広告は、シンプルなイラストと文字の構成に西友のロゴが添えられたものである。新聞紙面であるため色彩はもちろん、写真や装飾的な要素は一切見られず、質素とも言える印象である。まず目に付くイラストには、「無印良品」と書かれた札のようなものを掴みこちらに見せつけているような手が描かれている。そしてこのイラストの上部に「わけあって、安い。」と記載されている。これらの周囲には、上下にテキストが配置されている。上方のテキストでは、「わけ」の内容となる無印良品のコンセプトが紹介されている。まず冒頭で概要を説明した後、「素材の点検」「工程の点検」「包装の簡略」の三つに分けて、そ

-
5. 小池一子「無印良品の誕生とその背景」
日本デザインセンター原デザイン研究所編『MUJI 無印良品』
株式会社良品計画 | 2010年 | 28-30頁
 6. 金井政明「「これがいい」ではなく「これでいい」」
日本デザインセンター原デザイン研究所編『MUJI 無印良品』
良品計画 | 2010年 | 14頁
 7. 田中一光『デザインの仕事机から』 | 白水社 | 1990年 | 82頁
 8. 小池 | 前掲書 | 30頁
 9. 金井 | 前掲書 | 16頁

れぞれ詳しい説明が述べられる。また下方のテキストは、コンセプトに基づいて作られた30品目の商品名と、それぞれの価格、そしてそれぞれの商品の成り立ちや使い方を示す短い説明文が配されている。この広告では、無印良品というブランドとその商品の新奇性や高級感、他よりも秀でた点を強調するような表現はみられず、言葉もあくまで淡々と述べられる。そこで唯一強調されるのは「安さ」である。ただし「バーゲンセール」のように一時的なものではなく、合理的に、かつ安定的に作り出された「安さ」なのである。広告はこうした無印良品の商品を「選ぶとる」視点を、「たくましい生き方」という言葉を用いて、消費者に推奨する。この広告は、質素な印象とは裏腹に、「無印良品」という4文字に含まれる「良品」、つまり「良い品」とは何かという問いを、イラストの手がそうするように、広告を見る消費者に対して突きつけているかのようである。一方で2000年以降の広告では、はっきりとした意志表明のようなものは見られず、全体にぼんやりとした印象である。2004年の無印良品の「家」の雑誌広告では、無印良品の「家」の一つである「木の家」の内観を撮影した写真が大きく配置されている。写真の周囲四辺に余白があり、写真と余白の部分にまたがる形で、「無印良品 家」という5文字が記載されている。写真に写るのは、「木の家」の中央に位置する吹き抜けを囲む、2階の手すり越しの室内風景である。手前には2階の壁面の柵に整然と並べられたファイル、手すり越しに見える奥の空間は、1階のキッチンカウンターや、2階のベッドが置かれたフロア、そして1階と2階を結ぶ階段などが見える。そしてその全体に、自然光が差し込んでいる。これは「木の家」の特徴である、間仕切りのない大空間と、大きな窓からたつぷりと彩光が得られる環境を捉えた写真であるといえる。しかし被写体の誇張や脚色は見られず、一見シンプルな竣工写真のような印象である。この広告ではこ

うした写真に、「無印良品」「家」という名詞だけが連ねられている。「無印良品」は「家」とどう関係にあるのかということすら、説明されない。写真と名詞の関係性は宙吊りの状態であり、その解釈は見る側に委ねられる。この時期以降の無印良品の広告には、商品のイメージとともに長いテキストが掲載されている場合もある。しかし、この広告と同様に、そのいずれにも、はっきりした主張らしきものは見当たらないのである。

しかしこのような、どこかはっきりしない印象とは裏腹に、無印良品の姿勢は極めて一貫している。強い主張こそないものの、シンプルで無駄のない無印良品の商品の印象は、商品や広告が広く展開されても変わることはない。無印良品では、深澤直人や原研哉だけでなく、ジャスパー・モリソンがデザインした家具や、トーネット社と連携したプロジェクトなど、多様な展開が試みられているが、その全てにおいて、無印良品らしきは一貫している^{10,11}。こうしたことから、金井の述べた「これでいい」という言葉は、一見消極的なようであるが、実は明確な意志に基づくものであることがわかる。

こうした無印良品は、1980年から2000年の田中一光が携わった初期の無印良品と、2000年以降、原研哉と深澤直人に手がけられるようになった新しい無印良品という、大きく二つに分けることができる。本論ではこのうち、2000年以降の、新しい無印良品の方に着目する。2000年以降の無印良品は、同時代の日本に暮らしてきた筆者自身の日常生活に馴染み深い存在である。こうした無印良品の中でも特に商品に対して、感覚的な「足りなさ」が感じられるのである。無印良品の商品は、利用者にとって豊かな暮らしを得るためのものであり、「足りない」というネガティブな言葉の印象とは重ならない。筆者にとって無印良品の何が感覚的「足りなさ」を引き起こすのだろうか。このことを明らかにするために

10. 日本デザインセンター原デザイン研究所編『MUJI 無印良品』|良品計画|2010年|249頁

11. 深澤直人「無印良品のプロダクトデザイン」

日本デザインセンター原デザイン研究所編『MUJI 無印良品』|良品計画|2010年|110-117頁

は、商品の客観的な分析とともに、筆者独自の視点の設定を明確に行う必要がある。まずは次節から、無印良品の商品を詳しく見ていきたい。

3-2. シンプルな商品

現在販売されている無印良品の商品は、見た目に非常にシンプルな印象である。例えば家具を見てみると、鮮やかな色味の塗装が施されているようなものはなく、素材の生成りの色味がほとんどである。そしてそれらには装飾的な要素は加えられていない。彩色されているものがあったとしても、その色彩は無彩色か、椅子の座面などの生地の色味によるものがほとんどであるし、それらもすべて彩度が低く抑えられている。そのため、商品全体を通じて、無印良品に過剰な装飾が施されているような印象はない。

またそのような特徴は、安価な消耗品である文房具のようなものにまで一貫している。文房具も、家具と同様に、目立つ色彩や装飾が施されているものは見当たらない。またブランドのロゴが商品に直接印字され



図6 「無垢材ベンチ」(筆者撮影)



図7 「成形合板チェア」(筆者撮影)

ているものもなければ、特徴的な柄がプリントされているようなものもない。このように無印良品の商品には、余計な装飾が一切見られない。そのため、プレーンさや、無個性な印象を抱かせる。この点で無印良品は、ジャッドの作品や、竹岡の作品のような「ミニマル」な造形物を思わせる。

一方でこれらの商品には全て、生成りの色味が特徴的な紙製の商品タグまたはシールが付けられている。この商品タグには、サイズ、価格などの情報に加え、ほとんどの場合、商品の見た目と一致する商品名が記載されている。またその商品がどのように作られたのか、どのように使うものなのか、説明する言葉が、ひとこと添えられている場合もある。このような商品タグは、説明が無くても明らかに用途が分かりそうなもの今まで明確に名称が記載されている。それは大型の家具から「けしごむ」にいたるまで、無印良品のどのような商品にも一貫している。商品が無個



図8
「衣類用クリーナー」パッケージ
(筆者撮影)



図9
「衣類用クリーナー」開梱した状態
(筆者撮影)

性な印象である一方で、一貫性のある明瞭な商品タグだけは、無印良品の商品を特徴付ける要因となっている。無印良品の商品は、単独で見ると、本当に無印良品の商品であるのかさえも分からないほどシンプルであるが、その中でこの商品タグが唯一、無印良品の商品であることを示す存在となっている。特徴らしい特徴が全て削ぎ落とされた商品であっても、この特徴的な商品タグが付けられていることによって、それらがすべて、無印良品の取扱う商品の一つであるということが理解されるのである。

3-3. 編集可能性

無印良品には、組み合わせ可能な商品が多いことも特徴的である。例えば「ユニットシェルフ」という商品は、ステンレス製の柱とステンレス製または木製の棚板、引き出しなどのパーツを組み合わせて、利用者が好きな形の収納棚を作ることができるという商品である。ただし、高さに上限があり、構造的に隣り合わせることができないパーツがあるなど、組み合わせの可能性には限界がある。しかし様々な見た目と機能を備えたパーツが豊富に用意されているため、かなり多くのバリエーションを作ることができるようになってきている。そしてこの商品を掲載するカタログには、この商品を使用したモデルケースの写真がいくつも掲載されている。この写真を見れば、この「ユニットシェルフ」という商品が、利用者ごとに異なる様々な用途に合わせて形を変えるものであることがよく理解できる。

また無印良品の編集可能性は、この「ユニットシェルフ」のような単一の商品の中だけに限られない。この他にも、モジュールの統一された、異なる商品同士を組合せることが可能な場合もある。例えば、「ポリプロピレン収納ケース」などのポリプロピレン製の収納用品は、いくつかのケー

スを積み重ねる形で組合せて使用することができるように作られている。さらに「ユニットシェルフ」などの比較的大きな収納家具は、このような収納用品が中に収まるように作られているものが多い。そのため、「ポリプロピレン収納ケース」をさらに大きな無印良品の家具の中に収納していくことも可能である。このように、無印良品の商品をいくつも組み合わせることによって、利用者それぞれが自身に必要な容積と、必要なだけ仕切られた、好みの収納空間を用意することができる。さらに利用者は、モジュールとともに視覚的にも統一された無印良品の商品を利用することによって、自らの生活空間に統一感を得ることができるのである。

このような編集可能性について、無印良品のアドバイザーボードの一人である原研哉は、次のように述べる¹²。

7000アイテムを数える無印良品の商品はバラバラな製品ではない。すべての製品の背景には共通する明快なデザインがある。したがって、それらは商品の寄せ集めではなく、自由に選べる7000アイテムとして編集できる「暮らし」の要素なのだ。

ここからわかることは、全ての無印良品の商品は、無印良品の考える無印良品的な「暮らし」の構成要素の一つとなるべくして作られているということである。無印良品の商品は、どれも単体で使うことも可能であるが、同時にそれらの商品は、それぞれまた別の商品と組み合わせられる可能性が想定された上で作られたものなのである。さらに原は、シンプルな商品同士が組み合わせられることによってもたらされるものを、「暮らしの背景にある目に見えない秩序」と述べている¹³。ここで原は、視覚的な統一感よりも機能的な相関関係に着目していることは明らかである。その

12.原研哉『デザインのデザイン Special Edition』|岩波書店|2007年|258頁

13.同 259頁

「秩序」は、利用者を主役とする「暮らし」の「背景」にもたらされる。全ての無印良品の商品は、「暮らし」の「背景」という、あくまで控えめに位置付けられた「秩序」の一要素となるものなのであって、そのことを前提に作られていると考えられる。この点に、無印良品全体に一貫するシンプルさと商品の編集可能性の、根拠を見出すことができる。

さらに無印良品では、家の販売も行われている。この家もまた、収納家具などに用いられるモジュールが反映された構造であり、無印良品の商品の編集可能性を踏まえた商品の一つであるといえる。とはいえ、もちろん誰もが完全に無印良品的な「暮らし」を望んでいるわけではなく、利用者によって、無印良品の商品を利用したい範囲は異なるはずである。しかし一方で、無印良品の商品には、旅行に用いるような小さなケース類から、このような家族の生活を包み込む大きな家に至るまで、利用者ごとに異なる多様な選択を行うために、十分な要素が取り揃えられている。このように無印良品の商品には、極めて多様な選択肢と、無限の結果を生み出すことを可能にする、編集可能性が備わっている。

3-4. 「「空っぽの器」のようなもの」というコンセプト

原研哉は、無印良品を「「空っぽの器」のようなもの」と呼ぶ¹⁴。これは、もともと原の著書『デザインのデザイン』の中で述べられた言葉で、当初は原自身が手がける広告のコンセプトである「EMPTINESS」とともに、その広告の果たす役割を喩えたものであった¹⁵。この言葉によって原は、無印良品の広告が生み出す利用者との関係性を明確に描き出している。「空っぽの器」という言葉からは、無印良品の提示するものが利用者に対して果たす役割とは、好きなものを盛りつけることのできる「空っ

14. 原研哉「無印良品のアイデンティティとコミュニケーション」前掲書 | 2010年 | 118頁

15. 原研哉、前掲書 | 2007年 | 241

ぼの器」のように、利用者の様々な解釈や要望を受け入れるものであることが読み取られる。またこの「空っぽの器」のようなもの」という言葉は、2010年に良品計画によって発行された『MUJI 無印良品』の中の原のテキストの中で無印良品全体のあり方を比喩的に表現する意味で用いられており、さらに2016年春夏号、同秋冬号の無印良品の商品カタログでは、巻頭のコピーにも用いられている^{16,17}。このようにこの言葉は、原がアドバイザーボードに加わって以来、現在に至るまでの無印良品に一貫する姿勢を端的に示すものである。そして現在の無印良品の方針を明確に示し、広く共有可能にもしているのである。

「空っぽの器」のようなもの」という言葉によって、無印良品の商品に見られる漠然とした印象に根拠が得られる。無印良品の商品の、無個性な印象や、編集可能性に開かれた性質は、利用者それぞれに異なる暮らしの個性によって、その意味が方向付けられるものとして作られた結果である。無印良品の商品に備わる、自らが主張することなく、利用者の主観を受け入れることのできる性質は、まさに「空っぽの器」のように、何かが盛り付けられるための空白と重なり合う。

このことから、無印良品とその商品、そして利用者との関係のモデルが理解される。まず商品の提供者である無印良品は、受け手となる利用者に対して、無印良品の商品を提供する。そしてその無印良品の商品は、利用者に対して「空っぽの器」のようなもの」として機能する。無印良品は、利用者と「空っぽの器」のようなもの」としての商品の関係性をデザインし、この関係性を踏まえた商品を提供する立場にある。そして利用者は、無印良品によってデザインされた関係性の中で、商品を利用するのである。

このことから、無印良品の商品は、色や形によって無印良品らしさが

16. 無印良品『2016 春夏(商品カタログ)』|良品計画|2016年|2頁

17. 無印良品『2016 秋冬(商品カタログ)』|良品計画|2016年|2頁

制約されているわけではないことがわかる。そして「空っぽの器」のようなもの」としての性質を備えたものであれば、色や形に関わらず、多様な展開が可能であると考えられる。

3-5. 無印良品の中にある感覚的「足りなさ」

無印良品の商品の漠然とした印象は、「空っぽの器」のようなもの」というコンセプトに基づくと考えられる。「空っぽの器」のようなもの」として作られる無印良品の商品は、非常にシンプルであるために、一見地味に映りかねない。しかしこの「空っぽの器」のようなものであることこそが、他にない価値を生んでいる。無印良品の商品のシンプルさは、多様な利用者による多様な用途に適合することを可能にするために必然的な性質である。一見控えめなようでありながら、利用者がそれぞれの主体的な判断に基づいてどのような視点からでも編集を行なうことができるように、明確な意図に基づき、あらかじめ仕組まれたものである。そして無印良品の利用者が主体的に編集を行うための環境は、ブランド全体に整えられているといえる。

このような無印良品の商品が、本当の意味で価値あるものとなるためには、利用者の存在が不可欠である。無印良品の提示する「空っぽの器」のようなものは、これから利用者によって様々に彩られることになる場の背景であって、それ単独では主役を欠いた、未完の存在であるといえる。そのような無印良品の商品の価値は、利用者との補完関係の結果、得られるものと考えられる。したがって、無印良品の商品には、利用者によって補填されるべき何らかの欠落というべきものが、あらかじめ備わっていると考えることができる。その欠落は、無印良品の提供

する「「空っぽの器」のようなもの」の「空っぽ」の部分にあるはずである。この点において、無印良品の商品が、筆者にとって感覚的「足りなさ」を生じるものとなっていることの根拠を探ることができると考えられる。では、無印良品の「空っぽ」の部分になぜ感覚的「足りなさ」が得られるのだろうか。このことを明らかにするためには、利用者と「「空っぽの器」のようなもの」との関係性を詳しく考察する必要がある。

感覚的「足りなさ」とその意味について

4-1. 「空っぽの器」が生み出す関係可能性

無印良品の提供する「「空っぽの器」のようなもの」「空っぽ」の部分が、無印良品の商品を利用する利用者によって満たされるとすれば、利用者はその「空っぽ」の部分を、何によって、どのように満たすのだろうか。

3で述べたように、無印良品の商品は極めてシンプルであり、一見何の主張もないようである。そのため、無印良品の商品の利用者は、自らその用途や編集方法を決定し、商品を利用する。しかしこの時、利用者は無印良品の商品に対して、何を想像しているのだろうか。つまりそれは、無印良品の商品を得ることによって、自らの暮らしがどのように変化すると、利用者が考えているかということである。そこでは常に今よりも便利で幸福な暮らしが想像されるべきなのであって、今よりも不便で不幸な暮らしが想像されることはほとんどないだろう。無印良品の商品を利用することによって得られるであろう、想像上の今よりも整えられた美しい暮らしの姿は、無印良品の広告に何気なく描かれている、穏やかに整えられた「暮らし」の場面に似ているといえるのではないだろうか。無印良品の広告の中には強く訴えかけてくるメッセージは見られない一方で、すっきりとした感じのいい「暮らし」が淡々と描かれている。それは利用者が、無印良品の商品によって得ることのできる、将来の「暮らし」と重なり合うように作られているはずである。無印良品の広告によっ

て利用者が想像するのは、いわば物語におけるハッピーエンドのような、自らの幸福な結末に他ならない。利用者が主体的に無印良品の商品を選択する役割を買って出るのは、こうしたハッピーエンドを期待するためであると考えられる。

そしてこのハッピーエンドの到来は、無印良品によって整えられた環境の中で保障されているといえる。利用者は自ら主体的な判断を行なうが、それは無印良品によって整えられた環境の中でのことである。この環境の中で、ハッピーエンドは全く予想もできないはるか遠くにあるわけではない。無印良品の商品を背景とする「秩序」ある「暮らし」は、無印良品の商品の組み合わせによって誰にでも手に入れることができるのである。

ここで考えられる「「空っぽの器」のようなもの」の意義とは、最終的にそれが利用者によって満たされ、ハッピーエンドへと移行するプロセスを生じさせる点にあるといえる。利用者が無印良品の商品を購入し、主体的な編集を行うことで、無印良品と利用者との間に金銭の授受を介した、物理的な関係が生じることにもなる。このように「「空っぽの器」のようなもの」は、結果として利用者との、物理的な関係にも通じている。しかしそのことは、無印良品だけに利益をもたらすのではなく、利用者にとってはハッピーエンドへと通じる幸福なプロセスである。そのため、このような無印良品と利用者との関係は、双方にとって満足な結果をもたらすといえる。

4-2. 感覚的な「足りなさ」のありか

では感覚的「足りなさ」は、どういった質のものなのだろうか。感覚的に満たされているといえる状態を「満足」と言い換えるとすれば、感覚的

「足りなさ」の得られる状態とは不満足である。そしてそれは、感覚的に満たされるまでの余白が残されていて物足りないことである。このように考えると、無印良品の「空っぽの器」のようなものは、利用者にとって感覚的「足りなさ」が見出されるようなものでない。むしろ利用者は、「空っぽの器」のようなものを満たす立場であり、それを満たすことによって「満足」へと至るはずである。

しかしここでは、このような「満足」に至る前の時点に注目してみたい。無印良品の商品は、「空っぽの器」のようなものとして利用者との幸福な関係を得る可能性に開かれているが、その意味では、その商品自体は未完の存在でしかないといえる。このとき「空っぽの器」のようなものとしての商品には、ハッピーエンドに必要な不可欠な要因が、絶対的に不足した状態にある。利用者によって利用されることのない無印良品の商品は、利用者によって利用されることでハッピーエンドへと至る可能性に開かれながら、そこへ至ることがない未完の存在となる。そしてそれぞれの商品は、未完成の「暮らし」のパーツそのものとなる。このような無印良品の商品は、利用者の手によって編集されるべくして作られているが、その一方で、利用者の手によって役割が与えられなかったとすれば、その存在の意義はどこか曖昧なものに留まってしまうのである。このような時点の無印良品の商品は、利用者との関係性において未完成であり、想定される最も幸福な結末と比べて不十分な状態にある。そのため、感覚的「足りなさ」が感じられるものとなる。

このように、感覚的「足りなさ」は、無印良品の商品に欠かせない利用者の存在を切り離し、得られるべきハッピーエンドが得られない時点だけを注視した時に初めて生じる。この感覚的「足りなさ」は、無印良品の商品を通常と異なる側面から捉えたときに見出される性質であるため、

無印良品の商品にあらかじめ備わる性質と関係しているといえる。しかしそれは無印良品の商品に備わることさやかな性質であり、通常無印良品の商品を利用する中で気に留められるようなものではない。それはあえて捉えようとする視点によって初めて見出されるものである。このように、筆者は独自の理由から注目せざるを得ないのである。

4-3. 1990年代的なものの足りなさとの近接

筆者が無印良品の商品から得られる感覚的「足りなさ」にこだわる理由は、感覚的「足りなさ」の生じる状況に、筆者の作品制作に不可欠な関心事が重なり合っているためである。その関心事とは、筆者が現代の日本で社会生活を営む人間の一人であることに由来する。

筆者は美術作品の制作者であるとともに、日常的に物品を購入し消費することによって生活する、現代の日本における一般的な消費者である。消費者としての筆者にとって、自身が生まれ育った1980年代から1990年代の日本の郊外という場所において、生きることはすなわち消費であった。そこではほとんど生産活動を行なう必要がないため、自ら生産して使っているものはほとんど無い。食品や衣服から住んでいる家にいたるまで、生きる上で必要なものは、すべて選んで買い、消費する対象であった。視野を広げれば、学歴や職歴、知識教養なども、選んで消費してきたともいえる。このような日本の郊外という場所で目にするものは、全て既製品であるともいえる。全ての既製品は消費者の立場から選択、購入し、身にまとう対象である。そしてそのように消費すること以外の選択肢は非常に少なく、逃れようのない環境である。しかしそこでは無限に存在する選択肢を主体的に選び取る自由があるため、一見、

豊かであるように思われる。

しかし現代における「消費」は、あらゆる選択の自由があるにも関わらず、苦痛にもなりえる。社会学者バウマンによれば、近代的な消費者にとって「挫折に決定的挫折はなく、災難に致命的災難はないが、勝利に決定的勝利もありえない」¹⁸。近代的な消費者は普段の消費の中で大きなリスクを負う必要がない代わりに、大きな成功を得ることもできないのである。何を選んでも「決定的勝利」が得られないとすれば、何を選んでも良いという自由のある消費者にとって、何を選ぶべきなのかということは、根本的に解決できない問題となるのである。バウマンの述べる消費者の「勝利」とは、大澤真幸の述べる「理想」が実現される瞬間のひとつのあり方であるように思われる。大澤によれば、「理想」とは現在の自身を「欠如」したものとした上でのみ成り立つ〈超越〉的なものであるが、近代的な時間意識の下で生きる人間にとってその〈超越性〉を「神」のように絶対的に担うことのできる対象はなく、その意味は消耗されていく¹⁹。大澤は「〈超越性〉の喪失は、同時に何が本来の(あるべき)現実であるかを決定する準拠の喪失でもある」と述べる²⁰。それは消費によって自らを構成しているともいえる消費者にとって、何を消費し、どのようになれば良いのかという基準もが損なわれているということでもあると考えられる。

大澤は、この「理想」状態の不在による「欠如」のなさを、オウム真理教元出家信者の「空しさ」という形で論じる中で、「理想」状態に対する「欠如」の不在を、「生の意味の空虚化」と述べる²¹。生きること自体の「空しさ」は、そこからどこか別の場所へと逃げ出してしまうようになるような、生きづらさを感じさせる。しかし、生きている世界自体がそのようなものであるとすれば、そこで生きる者にとって逃げ場のない問題としてつきまとい続けるものなのである。そして大澤の論では、オウム出家信者はさらに

18. ジークムント・バウマン『リキッドモダニティ』| 森田典正訳 | 大月書店 | 2001年 | 80頁

19. 大澤真幸『増補 虚構の時代の果て』| 筑摩書房 | 2009年 | 171-176頁

20. 同 175頁、同 177-181頁

大きな〈超越性〉を求め、「世界の否定」を目的とした不可能な「理想」へと向けて、虚構と現実を混交させていくことになるのである。

一方で筆者もまた、このように大澤によって語られたものと同じ時代を生きた人間の一人である。その中で、筆者が無印良品の商品に見出した感覚的「足りなさ」は、大澤の述べた「理想」状態の不在に関連していると思われる。筆者の感覚的「足りなさ」は、「空っぽの器」のようなものとして作られた無印良品の商品から、それを満たす利用者との関係性を排除して捉えたときに得られるものであった。このことを、「理想」状態の不在に則して述べるならば、無印良品の商品を利用することによって得られることが期待されるハッピーエンドとは、無印良品の示唆する「本来の(あるべき)現実」であり、そして筆者が感覚的「足りなさ」を見出したのは、そこに至ることができない時点の無印良品の商品であるといえる。そのような無印良品は、未完であり、不安定な宙ぶりの状況にあると言わざるを得ないが、むしろ筆者は、積極的にこうした感覚的「足りなさ」を見出そうとする視点で捉えている。その理由は、筆者にとって結局「理想」状態が不足しており、それに対して「欠如」していること自体が論者にとって求めるべき状況そのものだと考えられるためである。それゆえに筆者は、感覚的「足りなさ」の得られる無印良品の商品にあえて着目しているといえる。

無印良品に対してこのような感覚を得ることは、筆者の個人的な出来事であるかもしれない。しかし本節で述べたことから、それが近代的な時間意識の中で生きている人間に備わるべくして備わっている感性に裏付けられていると考えることができる。そのため、筆者が無印良品に見出した感覚的「足りなさ」は、現在を生きる人間としての感性の一つのあらわれと位置付けることができる。そしてこの感覚的「足りなさ」を見出さ

せる感性は、筆者自身の人格形成が行なわれ、そしてオウム心理教の一連のテロ事件が行なわれた、日本の1990年代という時代に最も研ぎ澄まされていた感覚のように思われる。そして筆者にとって、そこで得られた多くの経験は、現在に至るまで筆者の価値観を支え続けている。このような理由から、筆者にとって、感覚的「足りなさ」は、特別な関心事になり得るのである。

4-4. 感覚的「足りなさ」の意味

無印良品に見出された感覚的「足りなさ」は、無印良品を利用する中で自然と得られるものではない。「空っぽの器」のようなものとしての無印良品は、「空っぽ」の部分が利用者によって満たされることにより、利用者はハッピーエンドを得ることができるはずである。このような無印良品の商品と利用者との関係性の中で、筆者はハッピーエンドに至る手前の無印良品の商品に着目し、感覚的「足りなさ」を見出している。それは「理想」状態に対する「欠如」を求める筆者にとって、魅力的な対象となり得るためなのである。

では感覚的「足りなさ」が、特に無印良品に得られるのはなぜなのだろうか。無印良品の「空っぽの器」らしさは、無印良品に限らず、他のどのような商品にも備わっている性質とはいえないだろうか。店頭に並べられている段階では利用者との関係可能性に開かれたものであり、その意味ではどのような商品であってもこれから利用者によって満たされるべき空白を備えた「空っぽの器」のようなものであるといえる。これは美術作品が「開かれた」存在であるように、あらゆる商品の「空っぽの器」としての性質は、商品と利用者との所与の関係であるということである。その

ため、無印良品以外の消費の対象にも、感覚的「足りなさ」が得られてもよいはずである。しかし特に無印良品にいえるのは、主要なコンセプトにおいて「空っぽの器」のようなものという、あえて作られた欠落部分とその充填というべき性質に着目しているという点である。無印良品の商品では、特徴的な色や形に「空っぽの器」のようなものらしさが付随するのではなく、色や形に先立って「空っぽの器」のようなものとして機能することが目指されていると考えられる。そこでは他のブランドでは様々な価値に紛れて見えにくかった、利用者と商品との関係性が際立って見える。この点で無印良品の商品は、様々な消費の対象の中でも、特に利用者と商品との関係性に着目しやすい例であるといえることができる。

そして筆者は、美術作品の制作者として、無印良品の商品に特に感じられたような、感覚的「足りなさ」が得られる状況そのものを生み出すことに強い関心を抱く。この関心は、筆者が制作する美術作品のあり方を決定づける要因となっている。そして筆者が作品において、感覚的「足りなさ」に形を与えようとするとき、無印良品の商品のあり方は多くの参照すべき性質を備えたものといえる。

このように無印良品の商品に感じられた感覚的「足りなさ」は、1990年代の日本の暮らしを経験した美術作家である筆者が、美術作品を制作することの意義と深く関係しているといえる。

「足りなさ」の美術表現についての考察

5-1. 造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」の交点

1と2で明らかにした通り、竹岡雄二の作品に代表される造形的「足りなさ」とは、ある物質的な枠組みの提示と、その枠組みによって何らかの内容物が想定される状況にある上で、その内容物が不在であるときに生じるものであった。そして3と4で明らかとなった、無印良品に顕著に感じられる感覚的「足りなさ」は、利用者によって満たされるべき「空っぽの器」のようなものとしての無印良品の商品が、満たされないままであるときに得られるものであった。この二つの「足りなさ」は、同じ「足りない」という言葉を用いているが、一方の造形的「足りなさ」が物質的な要因から判断することが可能であるのに対して、もう一方の感覚的「足りなさ」は筆者自身の感覚のうちに生じるものであり、その性質は大きく異なる。またそれぞれの例に挙げたものも、一方は彫刻作品で、もう一方はブランドというように、異なった文脈のものである。この二つの「足りなさ」がどのように交わるのか、単純に見比べただけで答えを得ることはできない。

しかしこの二つの「足りなさ」は、いずれも筆者の作品と深く関係する性質である。そのため筆者の作品において、異なる性質を持った二つの「足りなさ」の交点が見られるはずである。では、造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」は、筆者の作品において、具体的にどのように交わるの

だろうか。次節から、筆者自身の作品の具体例を挙げながら、自身の作品に含まれる造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」の性質についてそれぞれ詳しく検証する。そしてその中で、造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」の交点を探りたい。

5-2. 自作品の中の造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」

筆者の主要な作品は、立体的な造形物を用いたインスタレーションである。この作品は2005年頃から断続的に最も長期間にわたって制作し続けている。その一つに、《ホーム》という作品がある。本節ではこの作品とそのシリーズ作品を、造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」のそれぞれの側面から考察する。

5-2-1. 自作品における造形的「足りなさ」

竹岡の作品《ショーケース B》に見られた造形的「足りなさ」は、筆者の作品にどのように備わっているのだろうか。2014年に制作した作品《ホーム》(2014)を例に検証してみたい。《ホーム》は、立体的な造形物を用いたインスタレーション作品である。作品の形状は、大きくて平たい正方形の立体物が、床面からやや浮いた高さに持ち上げられ、水平に置かれているというものである。周囲は179cm×179cmの白い箱状のフレームで取り囲まれ、中央には150×150cmという広さのフロア材の面が収まっている。周囲を囲むフレームの中には蛍光灯が埋め込まれており、その蛍光灯は半透明の亚克力板を通して内側の空間に光を投じている。また、中央のフロア材の上には何も置かれておらず、隅々まで均質

な化粧材の質感だけが見られる。

ここで1に挙げた竹岡の《ショーケース B》の造形的な特徴を思い出したい。《ショーケース B》は直方体の造形物であり、作品に内蔵された照明器具によって、何も置かれていない内側の空間を照らし出すものであった。筆者の《ホーム》もまた、四角く浅い箱のような形状であり、竹岡の《ショーケース B》と同様に、光の投じられる中央の空間に視線が引きつけられる構造である。しかしそこには、特に何も見るべき対象がない。中央に張り込まれたフロア材は、隅々で均質な質感であるために、見るべき対象というよりはむしろ作品の構造の一部であるように見える。この点で《ホーム》には、竹岡の作品と同様に、見るべき対象が不在の状況があるといえ、造形的「足りなさ」が備わっているといえる。

造形的「足りなさ」は筆者の他の作品にも見られる。《dummy wall》(2013)は壁面に設置される作品であり、中には壁紙が貼られているという違いがあるが、《ホーム》と同様に、照明器具を埋め込んだ白いフレームが外周を囲む形状の作品である。それ以外の作品も全てが一様にフレームに囲まれた形状というわけではなく、筆者の作品には、《ダイニング》(2015)のように、フレームのないものもある。しかしこの作品もまた、内装材の貼られた面を照明器具で照らして見せるという構造において、他の作品と同様の構造であるといえる。このように《ホーム》をはじめとする筆者の主要な作品は、内装材の貼られた面を照らすものである点で一貫している。



図10
 松井沙都子《ホーム》
 2014年 | フロア材、照明器具、木材 | 53 × 179 × 179cm

図11
 松井沙都子《dummy wall》
 2013年
 壁紙、照明器具、木材
 180 × 180 × 15cm

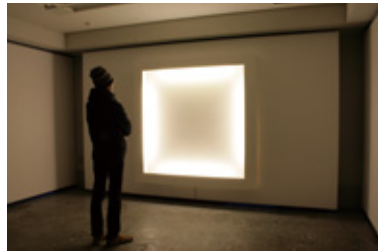
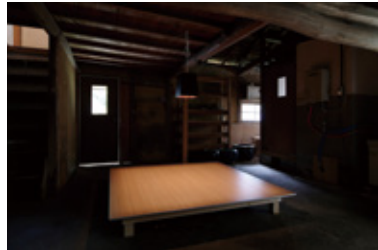


図12
 松井沙都子《ダイニング》
 2015年
 フロア材、木材、照明、インスタレーション
 21 × 180 × 180cm
 撮影：草木貴照



竹岡の《ショーケース B》に用いられていた人工大理石もまた内装材であったが、筆者の作品における内装材は、《ショーケース B》とは異なった特徴を見せる。1で述べたように、《ショーケース B》に貼られた人工大理石は、視覚的な質感が感じられないという視覚的な効果をもたらしていた。そのため、《ショーケース B》において、人工大理石が本来内装材であるということは大きな意味をなしていないといえる。一方で筆者の作品は、内装材の中でも、木目や布らしさといった視覚的な質感が特徴的なものを用いる。一定の面積にそれらが貼られることによって、いかにも家の内装らしさが感じられる空間が作り出される。筆者の作品は、竹岡の作品に見られたような視覚的な効果よりも、内装材を貼ることによって、その場所が住宅の中の空間であるかのように見せるものなのである。内装材によって筆者の作品の中の空間は、住宅の中の空間のようなものとなる。そしてその場は、実際の住空間のように家具や調度品が置かれ、そして住人が住むことのできる空間らしいものとなる。しかし筆者の作品に、そういったものは不在なのである。

内装材の効果が特徴的な作品として、《ホーム・インテリア》(2015)が挙げられる。この作品は、内装材を貼った三つの面を内向きに組み合わせることによって作られている。この三面は、二面の壁面と、一面の床面で構成されている。上から吊るされた照明器具によって、三面が組み合わせられた内側の空間が照らし出されている。そこでは、ここまで挙げた筆者の作品には見られなかった、住宅の中にある部屋の片隅を思わせる空間が作られている。このような《ホーム・インテリア》は、壁紙の貼られた立面と、床材の貼られた水平面という組み合わせが、一面だけで構成された他の作品よりも、実際の住宅の壁と床の特徴と重なり合うため、より住宅らしい空間であるように感じられる。

このように、筆者の作品は面的な要素によって、住宅らしい空間を作り出す。そしてそこへ照明器具が当てられることにより、視線が引きつけられる。しかし竹岡の作品と同様に、筆者の作品もまた、その中にあることが期待されるものは、不在なのである。このように、筆者の主要な作品は、造形的「足りなさ」を生じることが出来る。



図13

松井沙都子《ホーム・インテリア》

2015年 | 内装材、木材、照明器具 | 170 × 128 × 128cm

5-2-2. 自作品における感覚的「足りなさ」

無印良品の中に見出される感覚的「足りなさ」は、無印良品のある側面に対して、筆者自身の関心を反映させる形で見出されるものであった。この無印良品的なものに感じられる感覚的「足りなさ」は、どのように筆者の作品と関わっているのだろうか。

まず筆者の作品と無印良品との間に、共通する性質を探ってみたい。無印良品の商品は日常生活に直接関わりのある品物ばかりであったが、筆者の作品でもまた床や壁といった、一般的な日本の住宅に用いられている内装材という、見慣れた質感の素材を用いている。そうして作られる作品には、馴染み深い日本の住宅の一部分を切り取ってきたような空間が見られる。この点で、筆者の作品は、無印良品のように、日々の暮らしに関係の深い題材を扱っているといえることができる。しかし筆者の作品は、無印良品の商品のような日用品ではなく、床材や壁紙の貼られた面である。筆者の作品における床材や壁紙の面は、無印良品の商品のように具体的な用途に開かれているわけではない。この床材や壁紙の面は人の身体を包み込むことのできる大きさに作られている。具体的にはそれは、人が一人入って座り込むことのできる最低限の面積である。そしてその面は《ショーケース B》のようにガラス板で封じられることなく解放されているため、作品と対峙する人は、物理的にはその面の上に入ることが可能である。この点で、筆者の作品は、無印良品の商品と利用者との関係可能性のように、鑑賞者との物理的な関係可能性に開かれているといえる。しかし筆者の作品は、実際にはその可能性を果たすことができない。

このことについて、《ホーム》を例に考えてみたい。《ホーム》の内側に

張り込まれているフロア材の面は、すでに述べた通り150cm×150cmというサイズである。これは、人間がちょうど一人の入ることのできる程度の大きさである。このフロア材の面は開放されているため、フレームを乗り越えさえすれば、人が中に侵入することは可能である。しかし乗り越えられる程度ではあっても、厚みのあるフレームが切れ目なくフロア材を囲い、乗り越えにくい形で作品の内外を仕切っているため、その境界は心理的に乗り越えにくいものとなる。さらにフロア材の面には照明器具が当てられることで、作品の周囲とフロア材の面の環境が切り離され、いっそう境界の内外の差は大きくなり、心理的な距離もより遠くなる。他の床材や壁材を用いた作品も同様に、作品の中の空間は物理的に乗り越えられる境界の内にあっても、心理的には侵入することのできないものとなっている。このように筆者の作品は、作品と対峙する人の身体を受け入れるという、物理的な関係可能性を示しながら、それを果たすことができない状態にある。この点において、筆者の作品は、利用者との関係可能性を排除して捉えた無印良品の商品の、感覚的「足りなさ」が得られる状況と重なり合う。無印良品の場合、あえて感覚的「足りなさ」の得られる側面に着目することによって感覚的「足りなさ」が得られたが、筆者の作品では、作品自体に感覚的「足りなさ」の得られる状況があらかじめ備わっているといえる。

5-3. 「足りなさ」の状況を作り出す

インスタレーション作品のあり方について

筆者の作品は、前節で述べたように竹岡の作品のような造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」の両方が備わっている。それでは両方の性質

が重なる筆者の作品とは、どういったものなのだろうか。

造形的「足りなさ」は、竹岡の作品と同様の造形的特徴を備えた様々な例に当てはめることができる。竹岡の作品に見られた、不在の状況を作り出すものであれば、2-2で紹介したイヴ・クラインの「Le Vide」展や、それ以外にも時代背景を問わず、様々な造形物の中に見いだすことのできる特徴であるといえる。そして筆者の作品もまた、こうした造形的「足りなさ」が見出される造形物の一つに位置付けられる。一方で感覚的「足りなさ」は、筆者自身の背景に基づいている。感覚的「足りなさ」の側面を持つ筆者の作品は、作品を提示することによって作り出される状況を決定づける要因となっている。それは作品と鑑賞者との物理的な関係可能性の提示とともに、それが不成立となる状況である。この状況は、4-3で述べた通り、1990年代の日本で消費者という立場で暮らした筆者にとって、必然性のあるものである。

そして筆者の作品における二つの「足りなさ」の関係は、過去の様々な造形的「足りなさ」の見られる美術作品の流れを縦軸と捉えたとすると、そこに1990年代的な感性という横軸を、感覚的「足りなさ」が刻む。この二つの「足りなさ」の流れの交点に、筆者の作品は位置付けられるといえる。

そしてこのような筆者の作品は、鑑賞者に対して、現代の日本の住宅というなじみ深い対象を、見た目に空っぽで、かつ中にも入ることができない、よそよそしいものへと変換して見せる。このことによって筆者の作品には、現実の家と似ていながら、現実とは異なった風景が描き出される。これが造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」の交点にある筆者の美術作品によって提示されるものである。そして《ホーム》とそれに準ずる作品は、ここに述べたような、造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」の性質と、その結果得られる状況を、十分に認めることができる。この

点で《ホーム》とそれに準ずる作品は、造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」の両方を備えた美術作品の特徴を最もよくあらわしている。

5-4. 「足りなさ」の美術作品の発展的な展開

5-4-1. 「足りなさ」の発展的な展開による美術作品

筆者の作品には《ホーム》によって最もよく示されていたといえる造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」を、さらに発展させ展開する作品がある。これらは造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」の関係性を固定させることなく、今後、筆者の作品を、継続的に柔軟に展開していく可能性を開く作品である。現在進行させているのは、二つの方向性の展開である。その一つは、造形的「足りなさ」を生じるための、空間の内外を仕切る境界を取り去った作品である。この作品では、作品の空間が仕切られることなく、展示空間と連続した状態にある。そしてもう一つは、写真作品である。これは、実在するモデルハウスを被写体とし、その内観を撮影した作品である。

これらの作品は、《ホーム》のシリーズに見られた造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」の交点としての特徴に、必ずしも一致しない。次項からこれらの展開をそれぞれ詳しく見ていきたい。

5-4-2. 偽物の環境を作り出すインスタレーション作品

一つ目は、壁や床といった面的な要因を排し、作品の存在が展示空間に及ぼす影響と、それらが鑑賞者によってどのように知覚されるかと

いうことに重点を置いた作品の展開である。その作品の例に、《冬の風景》(2016)が挙げられる。《冬の風景》は、新品の既製品の電気ストーブの電熱線を、冷陰極管という直径数ミリの非常に細い蛍光灯に置き換え、熱を発しない偽物のストーブに作り替えたものである。電熱線と置き換えられた冷陰極管と、その周囲を覆うガラス管との間には、カラーフィルターが取り付けられている。そのためガラス管からは電熱線と良く似た色調の光が発せられている。そしてこの作品は、通常のストーブと同じように床に置く形で設置される。そして通常のストーブのように、壁面の電源にコンセントを差し込まれた状態で、連続して点灯し続ける。《冬の風景》は一見、本物のストーブが置かれているだけのように見える。作品に近づいたとしても、点灯する光も本物のストーブと何ら変わらないように見える。しかしストーブで暖を取ろうとすると、熱源が取り去られているために暖かく感じられないことに気づく。つまりこの作品では、ストーブが置かれているにも関わらず、暖かくないという、期待に反する環境が作り出されているのである。

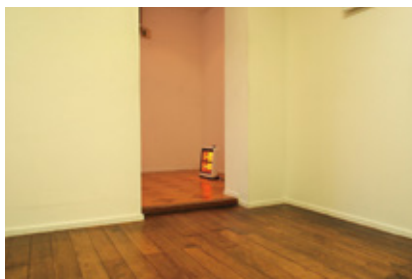
《冬の風景》では、《ホーム》のように、明確な境界の内側に空間が作り出されているわけではない。この作品では通常ストーブが置かれることによって、暖かさが得られることが予想される程度が作品の影響の及ぶ範囲であり、その境界は曖昧である。そのため、《ホーム》のような造形的「足りなさ」の性質は認めることができない。しかしそのために、作品から鑑賞者の身体が排除されることはなく、ゆるやかに作品の空間内に取り込まれることになる。鑑賞者は、その作品の空間に入り、経験することができる。しかしそれは本物のストーブのように暖かさを感じることができない空間なのである。

《冬の風景》は、ストーブの置かれた空間が、鑑賞者の身体を温めるものであることが鑑賞者に共有されていることで成立する。そこではストーブと鑑賞者の身体とは、温め、温められるという関係可能性のもとにあり、そして鑑賞者が得られるはずの温かさは得られない。このことは、感覚的「足りなさ」の性質と重なり合う。したがって《冬の風景》は、《ホーム》と比べると非常に具体的な状況において感覚的「足りなさ」の得られる作品であるといえる。

図14
松井沙都子《冬の風景》
2016年
電気ストーブ、照明器具、
インスタレーション
サイズ可変



図15
松井沙都子《冬の風景》
展示風景



5-4-3. モデルハウスを撮影した写真作品

もう一つの展開は、写真作品である。そのひとつである《モデルホーム #1》(2015)は、実在するモデルハウスの内観を撮影したものである。モデルハウスとは、日本の各地に実在する住宅販売用のショールームとして一般公開されているもので、実際の建築材料を用いて原寸大に作られた住宅建築である。なおこのようなショールームは、一戸建て住宅の場合にはモデルハウスと呼ばれ、マンションのように外観のないもの場合にはモデルルームと呼ばれるが、ここでは両者を総称してモデルハウスと呼ぶ。

《モデルホーム #1》の被写体となったモデルハウスは、集合住宅内のリノベーション企画の内装の一例として、一般公開されているモデルハウスの内観である。部屋の中の壁と床、現地に備え付けられているキッチン的一部分と、観葉植物、そしてマガジンラックが写っている。ただし全体の構図は、具体的な対象物を明確に見せるためのものではない。写り込んでいる家具や観葉植物は全て中心から外れており、いずれも全体の形状が把握できないようになっている。そのためここでは、家具や観葉植物が写されているとはいえない。

ここに写っているものは、全て現地にあったものである。照明も窓からの自然光のみで撮影を行っており、特別な演出を加えてはいない。ただし被写体に対していくつかの操作は行った。それは植物とキッチン間に置かれていた棚を移動させたことと、手前のマガジンラックに展示されていた雑誌と置かれていたワインボトルを取り除いたこと、室内の照明器具を消灯したことである。この操作は、モデルハウスにあらかじめ備え付けられていた演出効果をいくつか取り去って、作品に不要な要素を排除した環境を整えるためのものである。その理由は、撮影された

写真の中で、モデルハウス内に置かれている物品や、それらによって生じる意味や物語性よりも、モデルハウスの空間自体が見えるようにするためである。

このモデルハウスは、実在する空間であり、実際の家と造り自体は変わらない。しかしそれは人の住むことのできない、実際の暮らしと切り離された空間である。このようなモデルハウスは、本論で述べてきた造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」の両方を備えていると考えられる。造形的「足りなさ」とは、住人が不在である点で重なる。そして感覚的「足りなさ」は、モデルハウスの来場者にとってそこが住宅であるにもかかわらず住むことができないという点で重なり合う。つまりモデルハウスには居住可能性が備わっているが、それが果たされない状態にあるということである。このようにモデルハウスは、それ自体が造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」の両方を備えた存在であるといえる。

このようなモデルハウスを被写体とし、撮影を行う。モデルハウス内に作り出された住人が不在の住空間のイメージは、さらに写真に写し取られることによって、より現実の住空間から遠く隔たったイメージとなる。それは現実らしい偽物という、現実の世界なのであって、そのようなものを写し出したイメージとしての写真作品と向き合う人は、果たして何を見ているのかということについて考えさせられる作品なのである。



図16
松井沙都子《モデルホーム #1》
2015年 | ラムダプリント、アクリルマウント | 44 × 44cm

図17
松井沙都子《モデルホーム #1》
展示風景



5-5. 独自の「足りなさ」のあり方と今後の展開可能性について

本章では、筆者の主要な作品であるインスタレーション作品を軸に、さらに発展的な二つの展開についても考察を行った。筆者の作品における「足りなさ」をまとめるにあたって、改めて最後に紹介した写真作品の被写体となった、モデルハウスに着目したい。

モデルハウスを被写体とした《モデルホーム》シリーズは、本章で紹介した筆者の作品の中では唯一実在する対象をモデルに制作したものである。モデルハウスを被写体として写真作品を制作しはじめたのは、当時既にインスタレーション作品において試みていた、本論で「足りなさ」と名付ける質が、まだ漠然とした理解でしかなかったものの、既存のモデルハウスに既に備わっているのではないかと考え、関心を抱いたということに始まる。当初筆者は、人が住んでいないモデルハウスには、おそらくほとんどのものが置かれておらず、設備や内装の仕上げを分かりやすく提示するために、最小限の空間として作られているだろうと想像していた。実際、2006年に撮影した物件は建て売りのモデルハウスだったため、売却後の撤去が容易な程度の、最低限の家具類が置かれていただけであり、どこかもの寂しい印象であった。ここで見られたものは筆者にとって想定内の状況であり、インスタレーション作品で作り出そうとするものと近い空間のイメージを得ることができた。

2006年以来、しばらく撮影から離れていたが、2015年に撮影を再開し、改めてモデルハウスを訪れることとなった。その時に縁あって訪れたのは、大手ハウスメーカーの所有する常設のモデルハウスであった。その中は、2006年に撮影した建売り住宅のモデルハウスとは異なっていた。そのハウスメーカーのモデルハウスには、生活に必要な家具や家電

などが、ほとんどとりそろえられていた。もちろん建築工法の解説などを行なうパネルや商談スペースもあるが、それらは家具や家電の配された空間の雰囲気を邪魔しないよう、一部にまとめ置かれ、それ以外のスペースには、最新の家電や上等な家具といった生活必需品が、最低限以上の質の暮らしが十分にできる程度に取り揃えられていた。またそれだけではなく、花が飾られていたり、写真立てが置かれていたり、読みかけの雑誌や、枕元にミントが添えられている場合もあった。それはいわば住人の気配すら感じられるほど、非常に具体的な演出であった。このような空間は、決して最小限の住空間ではない。これほどまでに細部が作り込まれていることは、予想外であった。

このことに関して、2016年に撮影を行なった同ハウスメーカーのモデルハウスの現地担当スタッフの方に話を聞くことができた。その話によると、そのメーカーのモデルハウスでは、各棟に担当のインテリアコーディネーターが付き、内装のコンセプトを明確に定めた上で、詳細に空間が作り込まれているとのことであった。そのメーカーの所有するモデルハウス複数件の撮影を行なったが、たとえば二世帯住宅のモデルハウスでは、単に間取りが二世帯家族向けに作られているだけでなく、家族構成も具体的に設定されているという具合である。具体的には、親世代夫婦の退職前の職業や、現在の社会的な立場、趣味、子世代夫婦の職業や、所有する資格等も記載され、子どもの人数や年齢まで定められている。例えば「元 CA」であるとか、「医師」「元大学教授」といった、比較的社会的な立場が想像しやすい設定である。そしてその職業の人の趣味に合いそうな物品が、モデルハウスの中に配置されているのである。

このように、改めてモデルハウスを見てみると、想像以上の物に満たされていることがわかった。しかし、その上で改めて、モデルハウスは

造形的に「足りない」ものであることに気づかされる。それにはまず、そこに住人が不在だということが挙げられる。人の住まないモデルハウスに住人が不在であるということは当然なことのようにある。この「住人の不在」というべき状況が、モデルハウスに生じているというためには、2-2で論じた、不在の成立要件を参照することができる。そこで述べた不在の成立要件は、一定の空間の中に存在の可能性が生じるとともに、そこに何も存在しないことであった。モデルハウスには多くの家具が置かれており、決して何もないという訳ではないため、不在とはいえないのではないかと考えることもできそうである。しかしモデルハウスは、やはり不在の空間である。モデルハウスに置かれる家具は、それらを見て回るだけでもどのくらいの世代の家族が何人住む家なのか、すぐに読みとることができるように配置されている。そして何人かの人物の存在感が、特に生々しく感じられることがある。それは、枕元に置かれたミントや、玄関に置かれた男女二足の靴のような、非常に些細な詳細から、やけに具体的な質感を伴ったものとして、瞬間的にあらわれる。まるで姿の見えない幽霊に冷たい手で首筋をなぞられたかのように、突然に、しかもかなり具体的な質感を伴った気配のようなものとして感じられるのである。そしてそのような細部に、瞬間的に感じられる以外、その人物のイメージは曖昧なものに留まる。どのような人がいるかということを想像させるきっかけが多く見られるにも関わらず、そこにいるはずの人の姿を完全に描ききすることはどうしてもできないのである。このようにモデルハウスには、そこに住む家族の存在感のようなものすら感じられる。そしてその上でその家族は、やはり不在なのである。モデルハウスに感じられた、姿のない家族の気配のようなものは、そもそもどこにも存在していない家族のものである。しかしふと感じられる、不在の家族の気配の生々しさゆえに、

その家族の不在がいつそう強く認識されるのである。こうしたモデルハウスには、その住人であるはずの家族の不在という点において、造形的「足りなさ」が備わっているといえる。

ではモデルハウスが造形的に「足りない」のだとすれば、来場者という生きた人間がそこに存在していることは、矛盾するのではないかと、疑問に思われないだろうか。しかし来場者は、モデルハウスの住空間からは、本質的に排除されているのである。もちろんモデルハウスは、その空間を見に訪れる人のために用意された空間であって、モデルハウスの来場者は、その空間に入り、体験する。しかしその時、来場者は、その住空間に住人の一人として参加しているわけではない。来場者はモデルハウスの中に入ることでできる生きた人間ではあるが、既に述べた通り、モデルハウスは不在の家族の住まいであって、来場者はモデルハウスの住人ではないのである。しかしながらモデルハウスの来場者は、モデルハウスの住空間を自由に動き、椅子に腰掛け、扉を開けたりしながら、実際の家でそうするように、手に触れ体験することができる。この時、来場者は、モデルハウスを住空間として経験しているようである。しかしそれだけでは、その住空間に住んでいるということにはならない。来場者にとってモデルハウスがいかに身体的に近い存在であったとしても、それはモデルハウスの住宅としての居住可能性に対して、居住するという形で関わっているわけではない。このようにモデルハウスは、現実の住空間に近く、また実際に体験できる空間でありながら、現実の人間との関係は明確に切り離されている。この点で、モデルハウスは、来場者にとって感覚的「足りなさ」が得られる要件が揃っている。そしてそのことによって、モデルハウスは住人が不在という造形的に「足りない」状態にも保たれているのである。

このように、モデルハウスにはやはり、《ホーム》をはじめとする筆者の主要な作品と同様に、造形的「足りなさ」と、感覚的「足りなさ」の両方の性質が備わっているといえる。この意味で、モデルハウスは、筆者の作品に近い存在である。筆者の作品を、モデルハウスとの関連性から捉えてみると、5-4で紹介した、《ホーム》以降の二つの展開の価値がさらに深められる。ストーブを用いた《冬の風景》は、感覚的「足りなさ」に特化した作品であったと述べたが、それはモデルハウスとの関連性に即していうならば、モデルハウスの中にいるときのような経験を得ることのできる作品と位置づけることができる。そしてこれは、今後様々な対象を用いた展開を試みることによって、より多様な感覚的「足りなさ」の状況を作り出す可能性のある手法であると考えられる。そしてモデルハウスを被写体とする写真作品は、筆者の提示するインスタレーション作品で提示される環境と、実在するモデルハウスの空間を接続するものである。この作品によって、筆者の作品は恣意的な造形だけでない、社会との接点を備えた作品になり得ているのである。

《ホーム》に続くこれらの作品は、まだ展開を始めたばかりである。今後筆者の作品は、モデルハウスとの関連性を踏まえ、より発展的に展開されていくものと考えられる。そこでは、現実とモデルハウスの間にあるものと、自身の身体とモデルハウスのものとの関係性についての考察を深めていくことになるだろう。

おわりに

ここで改めて、最初の関心となっていたものを振り返っておきたい。本論は「足りなさ」という、どちらかと言えばマイナスの意味を持つ言葉をテーマとして取り上げたものであった。しかしそれが、最終的には、モデルハウスという、現代におけるある種の美しさを示す対象に繋がるとは、奇妙ではないだろうか。モデルハウスのような空間に対して抱く感情はそれぞれであったとしても、一般的にはその空間は、決して醜いものではなく、むしろ非現実的に美しい住空間として提示されていることには違いない。このようなモデルハウスが、なぜマイナスの印象の伴う「足りなさ」と結びつくのだろうか。こうした結果は、どこか矛盾しているように思われる。しかし逆に考えてみると、モデルハウスの美しさは、そもそも「足りない」ことによって成り立っているのではないかということに思い至る。

5-5で述べたとおり、モデルハウスの中には、住人が不在である。では住人が存在する家とは、どういったものだろうか。人の生活には、常に時間が流れる。子どもは成長し大人になり、親は歳をとっていく。ところが住人が不在だと、こうした時間の流れもまた存在しないことになる。生きた住人の住む家には、人の死へと向かう生命の時間の流れがある。しかし生命の時間の流れないモデルハウスは、建てられたばかりの、新しく清潔な瞬間のまま、時が止まったようである。こうした新しく清潔な住空間のあり方は、現代の住空間における美しさの一つの基準となっていると考えられる。このようなモデルハウスには、生命の活動も、

住人の死もない。そしてそのような状態が維持されるためには、生きた人が含まれない状態に保たなければならない。このことは、モデルハウスにおいて、来場者を含めた誰によっても、居住可能性が果たされないことによって実現されている。この点で、モデルハウスには、造形的「足りなさ」と感覚的「足りなさ」が備わっており、そのために現代における一つの美しさが得られていると考えることができる。

ではこのモデルハウスの美しさは、いつまでも持続するのだろうか。もちろん、そんなことはありえない。モデルハウスはそもそも建築物であって、いつか時期が来れば解体されることになる。モデルハウスで撮影された広告の写真は、確かに美しい瞬間をいつまでも留めるだろう。しかしモデルハウス自体は、そうではない。モデルハウスが現実の時間の中に作られる物質的なものである限り、いつかは損なわれてしまう。このことは、ファッションや健康、整形といった、人の身体とより近く、そして広告のイメージと関係の深いものを思い出させる。いまは高い技術に基づき開発された化粧品によって身体の表面的な乱れをごく自然に補正することが可能であり、またたしかな根拠に基づき健康を維持したり、確実に想定どおりの身体を作り上げることもできるようになった。以前よりもはるかに多くの人が広告に描かれるような、ある種の美しい身体のイメージを得られるようになったといえる。しかしそれは、やはり広告の中に切り取られた一瞬のイメージに基づくものであり、たとえ手に入れたとしても、身体の変化とともに揺らぎ、損なわれていく。本質的に現実の身体と重なり合うものではないのである。

広告に描かれるイメージと現実との差は、今に始まったものではない。しかし筆者は現在の日本に暮らす者として、広告に描かれるような美しい人生のイメージと、現実の時間を生きる身体の違いが何なのか、考え

ざるを得ない。いま日本では、忘れる間もなく、度重なる自然災害や人災によって多くの家や人の暮らしが損なわれている。こうした中で、いまモデルハウスについて考えることは、その美しさを純粹に見つめることだけに終わらない。時の止まったようなモデルハウスの住空間と、そこに身を置く現実の時間を生きる自身の身体との関係は、ことさらに現在の日本において、深く考えられるべき問いであるように思われてならない。

それでは、モデルハウスに見られるような、現代におけるある種の美しさは、どのような時に成り立つのだろうか。それは、現実の時間から切り離され、造形的にも感覚的にも「足りない」状態が維持される場だけであると考えられる。それはつまり、モデルハウスが美しくあり続けられるのは、造形的にも感覚的にも「足りない」展示物として、来場者に向けて展示されている間だけということである。このことは、モデルハウスの来場者にとって特別なことではない。モデルハウスのすべての来場者にとって、モデルハウスの空間は、それがどんなに現実 に似ていたとしても、現実の生活の時間と切り離された展示物であることは、わかりきったことである。それは展示物であるからこそ、一定の距離をおいた視点から眺めることができる。そして非日常の展示空間としてモデルハウスを楽しむ、現実の生活に戻っていくことができるのである。現実の生活の時間と、展示物としてのモデルハウスは、本質的に交わらない。しかしそのことによって、モデルハウスの美しさは維持されているのである。

筆者の作品もまた、展示空間に展示される美術作品という展示物である。筆者の作品はモデルハウスと同じ展示物であるため、筆者の作品もまたモデルハウスと同様に、現実の時間の流れから切り離されているといえる。そして筆者の作品によって作られる空間が、モデルハウスのように造形的、感覚的「足りなさ」を備えたものである限り、モデルハウス

に見られたような、現代において美しいと感じられる、新しく清潔な状態であり続けることができるはずである。

このような筆者の作品は、モデルハウスのようにショールームとしての役割すらない美術作品である。実用的を持たない筆者の作品は、現代におけるある種の美しさが見られる空間をただ提示するものとなる。そしてそれは、その中に「足りない」ものがなんなのか、鑑賞者に想像させることになるだろう。そこで浮かび上がってくるのは、そこに欠落した現実の時間と、現実の時間に属する鑑賞者自身の身体なのである。

参考文献

- ・ 青木史郎「戦後のデザイン振興策—Gマーク制度から無印良品まで」
長田謙一、樋田豊郎、森仁史編『近代日本デザイン史』| 美学出版 | 2006年
- ・ W. イーザー『行為としての読書』| 饒田 収訳 | 岩波書店 | 1998年
- ・ ウンベルト・エーコ『開かれた作品(新装版)』
篠原資明+和田忠彦訳 | 青土社 | 1990年
- ・ 大澤真幸『増補 虚構の時代の果て』| 筑摩書房 | 2009年
- ・ 尾崎信一郎「立方体と暴力」『視る 国立近代美術館ニュース』395号 | 2001年6月
- ・ フランツ・カフカ『城』| 前田敬作訳 | 新潮社 | 1971年
- ・ 川島幸太郎『ファストファッション戦争』| 産経新聞出版 | 2009年
- ・ 川島蓉子『ブランドのデザイン』| 東弘社 | 2008年
- ・ 小池一子、原研哉編『素手時然』| 良品計画 | 2015年
- ・ 櫻井拓「ARTIST INTERVIEW 竹岡雄二」『美術手帖』1035号 | 美術出版社 | 2016年4月
- ・ 櫻井拓「再び、見ることを始める」『国立国際美術館ニュース』212号 | 2016年2月
- ・ 清水穰「竹岡雄二 静謐な空間の提示」『美術手帖』768号 | 美術出版社 | 1999年3月
- ・ 田中一光『デザインの仕事机から』| 白水社 | 1990年
- ・ 田中一光他『無印良品の本』| リプロポート | 1988年
- ・ 千葉成夫『ミニマル・アート』| 株式会社リプロポート | 1987年
- ・ 堤清二、三浦展『無印ニッポン』| 中央公論新社 | 2009年
- ・ 遠山公一、イヴェット・ディーシヴ、竹岡雄二、梅津元、平野到、建昌哲 筆
『竹岡雄二《もう一つの台座考》』| ワコウ・ワークス・オブ・アート | 2016年
- ・ 日本デザインセンター原デザイン研究所編『家 家のお話をしよう』
良品計画 | 2007年
- ・ 日本デザインセンター原デザイン研究所編『家 良い家の作り方』
良品計画 | 2008年

- ・ 日本デザインセンター原デザイン研究所編『MUJI 無印良品』
良品計画 | 2010年
- ・ ジークムント・パウマン『リキッド・モダニティ』 | 森田典正訳 | 大月書店 | 2001年
- ・ 林道郎『死者とともに生きる ボードリヤール『象徴交換と死』を読み直す』
現代書館 | 2015年
- ・ 原研哉『白』 | 中央公論新社 | 2008年
- ・ 原研哉『デザインのデザイン Special Edition』 | 岩波書店 | 2007年
- ・ 深澤徳『思想としての「無印良品」時代と消費と日本と』 | 千倉書房 | 2011年
- ・ サミュエル・ベケット『ゴドーを待ちながら』 | 安藤伸也、高橋康也訳 | 白水社 | 2013年
- ・ 本多さおり『もっと知りたい無印良品の収納』 | メディアファクトリー | 2014年
- ・ 暮沢剛巳「ミニマリズム／ポスト・ミニマリズム」『美術手帖』906号 | 美術出版社
2008年4月
- ・ ジェイムズ・マイヤー『ミニマリズム』 | 小坂雅行訳 | ファイドン株式会社 | 2011年
- ・ 前田愛『増補 文学テキスト入門』 | 筑摩書房 | 1993年
- ・ 港千尋『ヴォイドへの旅』 | 青土社 | 2012年
- ・ やまぐちせいこ『無印良品とはじめるミニマリスト生活』
KADOKAWA | 2016年
- ・ 見辺里佳、北村孝子編『竹岡雄二』 | ワコウ・ワークス・オブ・アート | 1992年

- ・ Pierre Restany, translated from the French by John Shepley,
Yves Klein, New York : H.N. Abrams, 1982
- ・ Sarah Roberts, Erased de Kooning Drawing, SFMOMA, *Rauschenberg Reserch Project*,
<https://www.sfmoma.org/artwork/98.298/essay/erased-de-kooning-drawing/>
(2016年10月5日閲覧)
- ・ Yuji Takeoka. »Ein leeres Dazwischen«, ed. by Raimund Stecker,
Kunstverein für die Rheinlande und Westfalen, Düsseldorf 2000

- ・『[カラー版]西洋美術史』|美術出版社|1990年
- ・『[カラー版]日本デザイン史』|美術出版社|2003年
- ・『現代美術 第14巻 ラウシェンバーグ』|講談社|1993年
- ・『埼玉県立美術館ニュース [ソカロ]』|埼玉県立美術館|#78-#79|2016年6月-7月
- ・『竹岡雄二 台座から彫刻へ(展覧会図録)』
国立国際美術館、埼玉県立美術館、公益財団法人遠山記念館|2016年
- ・『ドナルド・ジャッド 1960-1991(展覧会図録)』
埼玉県立近代美術館、滋賀県立近代美術館|1999年
- ・『ミニマル・アート(展覧会図録)』|国立国際美術館|1990年
- ・『ミニマル マキシマル(展覧会図録)』
千葉市美術館、京都国立近代美術館、福岡市美術館|2001年

図版出典リスト

- 図1 『国立国際美術館所蔵作品選』国立国際美術館 | 2012年 | 133頁
- 図2 『竹岡雄二 台座から彫刻へ(展覧会図録)』
国立国際美術館、埼玉県立美術館、公益財団法人遠山記念館 | 2016年 | 37頁
- 図3、図4
Pierre Restany ; translated from the French by John Shepley, *Yves Klein*,
New York : H.N. Abrams, 1982, 51
- 図5 Walter Hopps, Susan Davidson, *ROBERT RAUSCHENBERG: A RETROSPECTIVE*,
New York, The Solomon R. Guggenheim Foundation, 1997, 92
- 図6、図7、図8、図9
筆者撮影
- 図10、図11
筆者撮影
- 図12 撮影：草木貴照
- 図13、図14、図15、図16、図17
筆者撮影

博士(後期)過程 〈油画専攻〉

本審査展示

作品展示

会期 | 2016年11月29日(火)–12月5日(月)

10時–17時

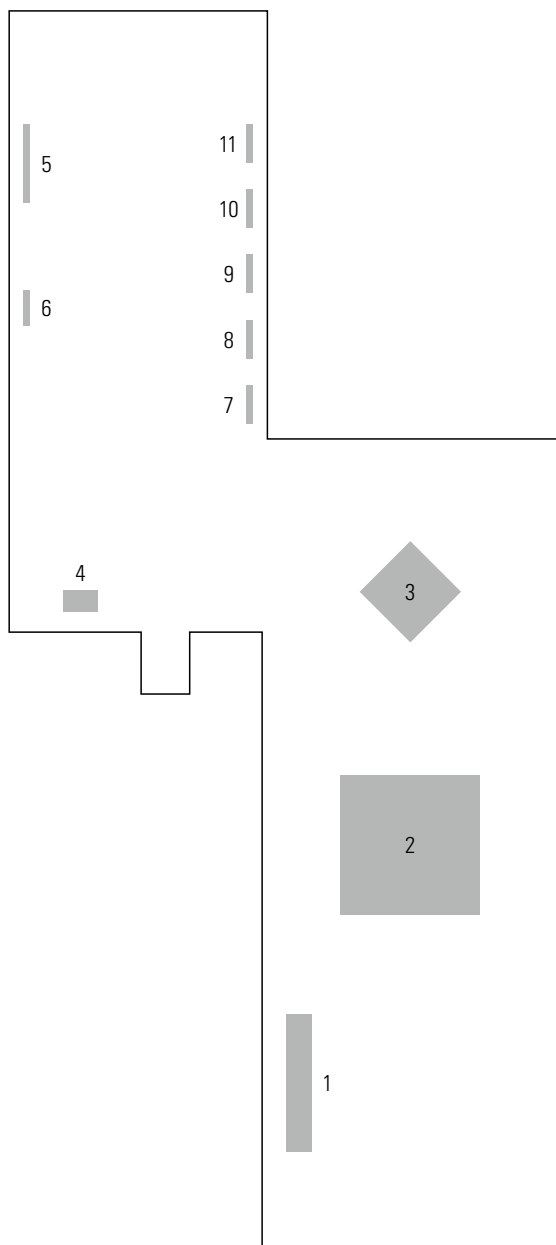
会場 | 京都市立芸術大学 芸大ギャラリー

[写真作品制作協力]

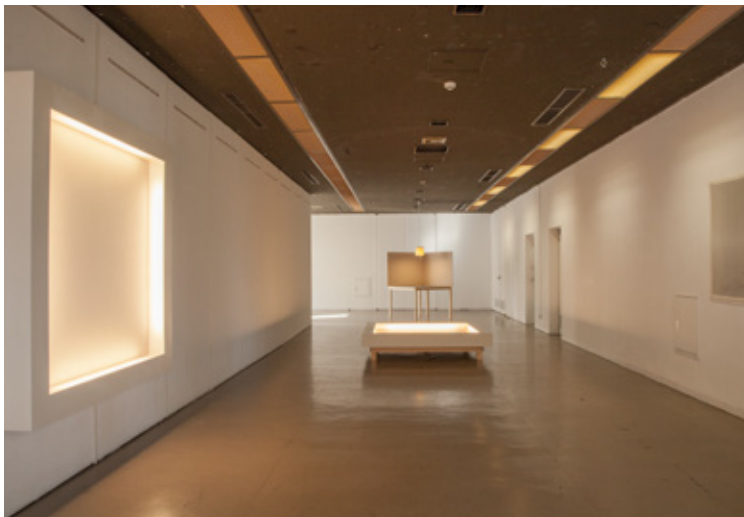
三井ホーム株式会社 京都支店、UR都市機構、大伸開発株式会社

株式会社ステージホーム、東山 アーティスツ・プレイズメント・サービス(HAPS)

- | | |
|--|---|
| 1 《dummy wall》
2013年 木材、照明、壁紙 | 5 《モア・ダーク》
2006年 ラムダプリント |
| 2 《ホーム》
2014年 木材、照明、フロア材 | 6 《モデルホーム#1》
2015年 ラムダプリント、アクリルマウント |
| 3 《ホーム・インテリア》
2016年 木材、照明、壁紙 | 7 《モデルホーム#2》
2016年 ラムダプリント、アクリルマウント |
| 4 《冬の風景》
2016年
電気ストーブ、照明器具、
インスタレーション | 8 《モデルホーム#3》
2016年 ラムダプリント、アクリルマウント |
| | 9 《モデルホーム#4》
2016年 ラムダプリント、アクリルマウント |
| | 10 《モデルホーム#5》
2016年 ラムダプリント、アクリルマウント |
| | 11 《モデルホーム#6》
2016年 ラムダプリント、アクリルマウント |



本審査展示風景



















1 《dummy wall》
2013年 | 木材、照明器具、壁紙 | 15 × 180 × 180cm



2 《ホーム》
2014年 | 木材、照明器具、フロア材 | 35 × 179 × 179cm



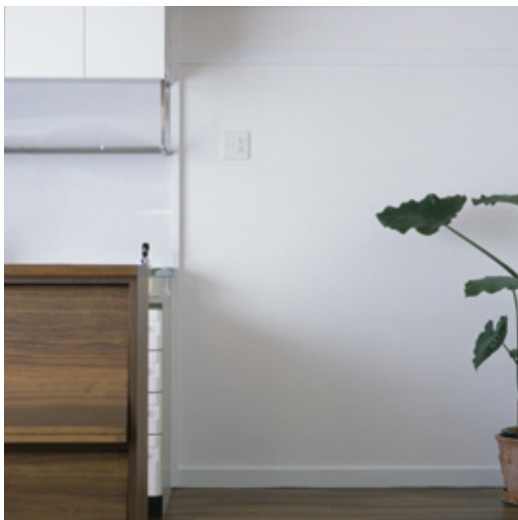
3 《ホーム・インテリア》

2015年 | 木材、照明器具、壁紙、カーペット | 170 × 128 × 128cm



4 《冬の風景》

2016年 | 電気ストーブ、照明器具 | サイズ可変



5 《モデルホーム #1》
2015年 | ラムダプリント、アクリルマウント | 44 × 44cm



6 《モデルホーム #2》
2016年 | ラムダプリント、アクリルマウント | 70 × 70cm



7 《モデルホーム #3》

2016年 | ラムダプリント、アクリルマウント | 70 × 70cm



8 《モデルホーム #4》

2016年 | ラムダプリント、アクリルマウント | 70 × 70cm



9 《モデルホーム #5》
2016年 | ラムダプリント、アクリルマウント | 70 × 70cm



10 《モデルホーム #6》
2016年 | ラムダプリント、アクリルマウント | 70 × 70cm



11 《モア・ダーク》
2006年 | ラムダプリント | 125 × 125cm

「「足りなさ」を基準とする美術表現のあり方についての考察」

発行日

2022年9月1日

著者・発行元

松井 沙都子

<https://www.matsui-satoko.com>

アートディレクション

見増 勇介(ym design)

デザイン

永戸 栄大(ym design)

