

四月十九日

昨日は気まぐれにコーヒーの自販機をスケッチしてみた。ネスカフェの、様々なタイプのインスタントコーヒーを消費者が自己選択できるタイプの型である。スケッチして気がついた。

キッチュでポップなデザインだなと思い、それとその傍らに何気なく置かれていた掃除用モップの汚れ方の対比が面白いと考えたからだ。しかし、描いているうちにこれは、並々ならぬモノがあるなと考え始めた。色彩や形態（全て、グラフィカルなもの）が実に微妙にコントロールされているのである。樹木や草花を描いている時に気付く細妙さのようなモノがネスカフェの自販機の表面にはあるのだ。これはキッチュでもポップでもない。人間の眼に不快感を与えずに、ネスカフェを知らせる、実に巧妙な設計が確実にある。特に使われている色彩は殆んど絶妙であると言つて良い。単純な赤、プリミティブな青、強い黒は避けられている。全て、微妙なフィルターの如きものがかけられ、ブラッシュ・ダウンされている。コーヒーカップ（イスラム文様のようなモノが施されている）にたつぷり、注ぎ込まれたインスタントコーヒーの色彩だけが妙に生々しく、他は全て概念化されていると言つてよい。いかなる概念に基づいているかと言えば、商品よりも際立つな、脇役でいろ、つまり背景として機能せよと言つ概念である。色々な色彩が使用されているが、それは眼ざわりでないように消失させられている。GKチェスタートンが愛すべきプ

ラウン神父に言わせたように、葉っぱを隠すのには森の中が一番だ、の例えである。しかも、自販機全体の表面としては、決して都市の風景の中に埋没はさせない。うるさい程にその存在を叫び立てている。ネスカフェはスイスを代表する世界企業である。すでにその企業活動には国境は失くなっている。そのインスタントコーヒーはコカコーラ、ペプシコーラ以上の世界商品である。その販売促進に投じられている資金は途方もない水準に達しているだろう。この途方もない資金が、この自販機の表面を作り出している。それは絶妙な擬態である。何を擬態しているのか。自然なのか。そうではない。日本の「水」の自販機の如くに、谷川岳や南アルプスのグラフィックだけを前に押し出してくるのではない。アレはまだまだ単純な水準である。ネスカフェの自販機は人間の身体そのモノを演技させようとしている。コンセプトは人間の身体なのだろう。食欲も身体から発動される。それ故、自販機という、まだ箱状の物体は、その表面処理によって、ある種の人間を想定したロボットとして設計されなければならない。ネスカフェの自販機の表面に施されているグラフィックデザインは人間の身体の内面を仄かに擬態させている、ロボットのデザインなのだ。世界市場を渡り歩く自働機械なのである。しかしながら、日本人程、自販機好き名民族も世界には居ないらしいから、ネスカフェも良い実験市場だと、考えているのだろう。