

『室内』の52年 ～山本夏彦が残したもの～



■今回は雑誌『室内』の52年間を紹介する INAX 出版の本を案内します。

私が名コラムニスト山本夏彦（編集兼発行人）と室内のことを知ったのは、ごく最近で、NHK 朝ドラマで暮らしの手帖の花森安治さんが取沙汰されてからです。

■雑誌『室内』は1955年（昭和30年）～1961年 『木工界』、その後『室内』へ改題～2006年3月まで52年間615冊です。

反骨精神あふれるジャーナリスト・文芸誌の香り漂う雑誌だったようです。

■手に道具を持つ人のために・職人の発言を伝えるのが本誌の使命と、目で見える大工道具、組子障子の雛型集（建具職人の腕の見せ所）などが誌面を飾りました。そのほかの企画として下記のようなものがあったようです。

❖「家具をこわしてみる」暮らしの手帖の商品テストに想を得て15万円以上に見るべきところある家具のみを解体。広告を載せても言うべきことは言うを信条に、17年間でこわした家具は100本以上。

❖「日常茶飯事」 山本夏彦 巻末コラム

木工はもと大工のことである。モクノカミといえば大工の親玉で、むかしは家具も建具も作った。今でも田舎へ行けば建具屋を兼ねる大工がいる。雪のあるうちは建具を作り、春さきになれば大工になる。兼ねないまでも、建築と建具は分離しがたい。座敷に調和して、はじめて建具である。建具だけが独立して美しいということはない。家具も同じだろう。

大工、家具、建具、今は別々に分かれているが、もとみな同根の兄弟である。

❖「一流ハウスメーカー30社データ品定め」（名古屋建築ジャーナルにて77社掲載後30社抜粋）2001年11月号

住宅は建てるものではなく、買うものになってしまった。近く日本中ハウスメーカーの住宅だらけになる。だからよくなってもらわなければならないのに原状はどうか。よくなるのは批判がないからである。

一流ハウスメーカーはミサワホームであり、積水ハウスであり、殖産住宅である。一流会社の名を信用して契約するが、実際は無名の下請、また孫請に建てさせている。

セールスマンと客は初対面である。そのとき本誌本号をかくし持つようにして、話を聞いてはいかが。ハウスメーカーの住宅を買わないでどうするか。次回は建築家・この会の会員が推す工務店を紹介したい。（左記は誌面抜粋）

例：一条工務店 「取材拒否」 第三者検査を依頼すると契約解除、かたくなに情報を隠す企業体質

① 製品の概要（構造、工法、モジュール、平均坪単価、モデルハウスの仕様、対象客年代と年収など）

② 営業体制（営業と技術の人員構成、設計料、現場管理、施工など）

③ 契約（打ち合わせ回数、契約書への添付図面、詳細見積の有無、一時金など）

④ 書類図面（工事監理報告書の有無、工事工程の有無表、竣工書類内容など）

⑤ 地盤調査 ⑥シックハウス対策 ⑦支払い方法 ⑧アフターサービス（定期点検、内装と設備の保証など）

⑨ 瑕疵に対する責任 ⑩その他（将来手摺設置のための下地補強の有無など）

❖「言葉のいずみ」 読むに堪える雑誌として、難解で意味不明な表現を排除、業界用語、正体不明なカタカナ語は誰でも分かるように解説した。（メタボリズム、プレゼンテーション、インスタレーションなど）

■雑誌室内の読者欄では、日建設計の林昌二「夏彦汚染に」、渡辺武信「もっと室内にいたかった」、赤瀬川源平「現場からの感触が伝わってくるリアルな室内」、中野翠「渋いバーに足を踏み入れた気分」、そんな中、東京大学（建築史専攻）の鈴木博之は、「時代のアウラ」やインスタレーションという言葉を繰り返す。アウラって何だ！変わらない人は変わらない。笑えない現実。ほんとにこの人はこの雑誌を読んでいたのか！？（黒野晶大）

