

SINCE
2010

013
東京
TOKYO

ロングライフデザインの理由 ① もののまわり

岩谷産業「アモルフォ プレミアム」

by Kenmei Nagaoka / D&DEPARTMENT PROJECT (p.39 left, p.41 right) & Kaoru Nishiyama (p.39 right, p.40, p.41 left)



アモルフォ プレミアム

SINCE 2010 / 東京 / 岩谷産業 / ¥27,000 /
全国の百貨店、D&DEPARTMENT TOKYOで購入可能 /
www.i-cg.jp/product/konro/

1991年発売の初代「アモルフォ」の商品コンセプトを受け継ぎ、2010年に社外5社のデザインコンペによって誕生した「アモルフォ プレミアム」。「究極の卓上コンロを目指す」という目標のもと、機能面においても究極を目指し、鍋などの吹きこぼれで炎が消えても自動で再点火し、ガス漏れを放置しないことや、NASA開発の技術を使い、ボンベのガスを最後まで使い切る構造とするなどが実践されている。そもそも家庭にLPガスを普及させ、また、カセットコンロを発売した岩谷産業。その普及の実践は、震災など電気が途絶えた際にも、人々に炎を、エネルギーを供給している。現在は水素エネルギー事業にも挑むエネルギーデザイン企業である。

カセットコンロの最高峰。
そして、ロングライフデザイン。

気がつくと東京の自宅に1台と、静岡の実家に1台のアモルフォ プレミアムを持っていました。キッチンや食器、ダイニング家具や雑貨にこだわる感覚で、卓上コンロを探していてこの道具に出会いました。惹かれたのは高級業務用のようなシンプルで流行に影響を受けた気配のない普遍的な感じ。要するにこれを買えば、流行をまとったデザインやカラーの、また、著名デザイナーの名前がついたものにさえ、意識することなく使い続けられるからだと思う。もちろん渡辺弘明という工業デザインを知り尽くした専門デザイナーによるものではあるのですが、名前を出し、様々なジャンルに半ばチャレンジするという感じよりも、インハウスデザイナーに近い立ち位置で、徹底的に専門的に岩谷産業のやりたいことを目指す関係性だからこそ、実現できたと思うのです。その徹底した感じは、例えば量産工場でも、あまりにも加工が難しいデザインに対して「一点なら、作れますが、量産は難しい」と言われたそう。ここを出発点にお互いがステンレス加工に知恵を出し合い、同時に鍋の吹きこぼれなどの実用性もクリアしていく。「究極の卓上コンロを作る」このプロジェクトは完成後、販売する目標台数はおろか、積極的営業体制もないという。まさに創業者・岩谷直治の事業哲学「世の中に必要なものこそ栄える」の極限を目指した結果、類を見ない美しい道具として誕生し、道具にこだわる生活者に熱烈に支持されているのです。

1. 季節

四季を感じ暮らしたい。
アモルフォで四季を感じ楽しむいろいろ。

カセットコンロといえば、冬の鍋料理を思い浮かべる人は多いでしょう。実際、カセットコンロとカセットボンベの売り上げは「冬が堅調。小売店の店頭には8月のお盆明けから数多く並ぶようになり、正月明けからコーナーは縮小されていきます。冬以外の売り上げを伸ばすことは課題の一つ」と岩谷産業の稲田健一郎氏。ただ、冬に鍋を食べる習慣は、四季がある日本独自の食文化なのだと思います。「ベトナムやタイ、韓国などアジアでは一年中、鍋を食べています。そういったアジア各国の食文化を日本に根づかせることができれば、カセットコンロやカセットボンベの需要はもっと拡大できるはず」(稲田氏)。例えば、ベトナムの鍋料理のレシピと、アモルフォ プレミアムと同様に機能美を追求した調理器具と一緒に紹介するなど、食文化の提案を切り口とした売り方は季節を問わず展開できるでしょう。ギフト需要も多い商品という特性を踏まえ、結婚や引っ越しなどが増えるシーズンに合わせた売り場づくりなども、検討の余地がありそうです。



2. 手入れ

自分らしい愛着を持てる道具へ。
直す。そして手入れするいろいろ。

アモルフォ プレミアムの特徴は、手入れがしやすいため美しさを維持できることです。カセットこんろの天板には、鉄かアルミ、ステンレスなどの金属を使用します。一般的なカセットこんろでは鉄やアルミを使いますが、アモルフォ プレミアムは軽くて錆びない鏡面仕上げのステンレスを採用。バーナーからの青い炎がステンレスに映り込む——その美しさも考慮されています。当然、汚れたら目立つのですが、ステンレスは汚れが落としやすい素材である上、天板は持ち上げるだけで取り外せて、洗うことができます。初代アモルフォの天板の形は長方形でしたが、2010年にリニューアルしたアモルフォ プレミアムは、正方形に。そうすることで、取り外した天板はどの向きにでもセットできるようになりました。バーナーの周りには、スプーンが吹きこぼれたときに受け止める「受け皿」となる部分もあります。ステンレスに機能的な円形の凹凸を美しく設けていますが、デザイナーの渡辺弘明氏は「最も実現が難しかった」といいます。



3. 産業

その道具が置かれている状況を知る。
社会から生まれたことを感じながら使う。

岩谷産業は、LPガス分野で国内トップシェアの総合エネルギー企業です。創業は1930年。溶接材料を扱う溶接商から始まり、1953年に日本で初めて一般家庭向けの燃料としてLPガスの販売を始めました。カセットボンベとカセットこんろを発売したのは、今から50年前の1969年。1966年頃からカートリッジ式の卓上コンロが市場に出まわっていましたが、事故も多かったそうです。事故を防ぐために簡易ガスのJIS規格が制定され、岩谷産業でも卓上コンロと簡易ガスの開発に着手。カセットボンベと初の卓上式コンロ「イワタニホースノン カセットフー」が誕生しました。現在、カセットこんろ市場は年間約300万台、カセットボンベ市場は年間約1億4千万本です。「カセットこんろとカセットボンベが広く認知されたのは、1978年6月の宮城県沖地震で、貴重なエネルギー源として活躍したことがきっかけです。また、新たな流通チャネルとしてスーパーマーケットの拡大期に重なったことも大きな追い風だったと聞いています」(稲田氏)。



4. 仲間

使う人、作る人、売る人は仲間。
楽しく交流して、ずっと応援し合う。

——— 購入したきっかけ
結婚や新生活を迎えることになった周りの友人たちが、家財道具やキッチン用品、器をバタバタと間に合わせて揃える様子を見て、自分は一つ一つ丁寧に選びたいと思うようになりました。その後、1人暮らしや結婚生活をするときの備えとして、本当に欲しい道具を買い揃えていた時期があり、そのときアモルフォ プレミアムを購入しました。

——— 魅力、おすすめのポイント
ステンレスの銀色と、力強い青い炎の色の対比が美しい。最初に惹かれたのは類を見ないスマートなデザインです。思っていたより軽量で、強火がダイナミックで加熱ムラもない。とろ火の調節も秀逸で、おしゃべりしながらゆっくり食事をしていても、吹きこぼしてしまったり煮詰まって味が悪くなってしまうことがありません。

——— お手入れ方法について
「セスキ炭酸ソーダ」を吹きかけたふきんで汚れを拭き取り、乾拭きしてから収納します。たしかに汚れは目立ちますが、バーナー周辺に凹凸がないので、お手入れは想像以上に楽です。



ユーザー歴 4年
杉みわこさん
オーパッシュカフェ スタッフ

5. トラベル

アモルフォが生まれた土地を訪ねる。
風土を体全身で感じ、故郷を共有しよう。

アモルフォ プレミアムを作る岩谷産業の埼玉県岩槻にある協力会社工場は、都内から車で約45分。東武野田線岩槻駅から10分ほどの、元荒川沿いにある敷地のど真ん中の野球のグラウンドが印象的な桜の樹に囲まれた伸び伸びとした環境で作られていました。周辺観光としては、車で20分の距離にある大宮盆栽美術館がオススメ。お昼はご当地うどんとして愛される元祖 田舎っうどん北本店へ。工場から車で近い茶 岡野園は『d design travel』の埼玉らしい店として選んだ認定店。狭山茶を和菓子のセットで。家族経営で積極的に地元のお茶文化を伝える店。もちろんお土産にもどうぞ。同じく認定店としてのsenkiyaも美味しいコーヒーが頂けます。ここまできたら是非埼玉に泊まって欲しい。『埼玉の逆襲』の著者、谷村昌平さんの「埼玉の長い歴史は東京の発展に捧げられたもの」というフレーズが心に残っていますが、経済発展する東京に対し、暮らしやすさを求めた自然との共存からの風景は、今や都会が羨むもの。発展しなかったというと、昔なら“田舎”と言われますが、今やその田舎こそ、生きる原点として見直されています。そんなことを満喫できるお勧めが西山荘 笑美亭。湧き水を蔭で沸かしたお風呂と美味しい料理、自然以外何にもない、そんな宿です。

