

## かわいいと言われるボールペン

デザイン（意匠）は知財の大きな部分を占めるわけだが、評価は人により異なり、感性によるところが大きい。

ある日、ボールペンを購入しようと文房具店に行き、色々探して一本を選んだ。

その基準は、水性ゲルインク仕様、コンパクト（大きくない）で、かつインク量が多いという機能面を重視した。

水性ゲルインキは、書き味が良く、鮮明に記録できるし、油性ボールペンのようにボタついて汚れることも無い。

選んだボールペンを、事務的な場で使用していたところ、接した女性の数人から、「そのボールペンがかわいい」と言われる経験をした。

女性にとって「かわいい」という言葉には、いろいろな意味合いがあるようなので、真意はわからない。

しかし、まあ注目に値するペンであることは間違いない。  
持っていた自分も注目されたようで、悪い気はしない。



購入したボールペン（白） 普通のボールペン（黒）よりも短いが、インクの量は多く、クリップがしっかりしている。

（株）サクラレパス Plumie(プルーミー) <http://www.craypas.com/products/new/plumie.php>  
登録商標第5310815号、第5285471号

考えてみれば、製品を買うにあたっての基準は単純な事項の組合せだ。

A,B二つの製品を決める場合、  
機能重視か、デザイン重視かで選択され、甲乙付けがたければ値段で決まる。

機能が同じならば、デザインの良い方を取り、  
デザインがどちらも捨てがたいときは、予算によって片方または、両方を購入する。

いずれにせよ、そこにはデザインが大きな要素として入る。  
（ブランド（商標）や、故障の少なさは、機能に分類）

機能もデザインも良ければ、ヒット製品となるかもしれないと予想される。

デザインは、機械（コンピュータなど）でもある程度できるかもしれない。  
しかし、人が関与しなければ良いデザインはできない。

デザインには、物と人との接点（マン・マシン・インターフェース Man machine interface）という面があると思う。

つまり人と、者とが、違和感無く変移（接近）して行くことが求められる。  
嫌いな者を近づけたくないように、嫌いな物より、好きな物を選んでしまうのだ。  
非常に感性（感情）に影響され、選ぶ者の無意識も影響しているだろう。

当然、時代によって流行（感性）が異なれば、求められるデザインも変化するだろう。

今日本は、技術にも経済にも活気が無い。

しかし、技術も経済も、有る程度まで満たされた場合には、人々は体を壊してまでガムシャラになる技術開発競争や、儲ければ多数を搾取して良いというあこぎな商売には魅力を感じなくなるだろう。

そんな悪い意味でのエコノミックアニマルの過程を経た（卒業した）人々に、ようやく次のステージが与えられたのだと思う。

日本もようやく、ヨーロッパのような成熟社会に入ろうとしているのだと思う。

すでに成熟社会であるヨーロッパのデザインは、本当に素晴らしいと思う。

BMW、ジャガー、ベンツなどの車には、未だにかなわないといった感を持っている。  
単に高級（高価）車だからステータスシンボルとして買うという人も居るだろうが、そのデザインの良さで選んでいる者も多いのではないか。

デザインの良い車は、走る工芸品だ。



[BMW 335i](#)



[【ジャガー】XJ220](#)



[メルセデスベンツ S63 AMG](#)

高級時計などは、まさに芸術品であり、財産として購入する人もいるだろう。  
そのデザインはヨーロッパならではの高い格調を感じさせる。



[ROLEX デイデイトプレスセンター](#)



[カルティエ パンサー](#)



[BVLGARI ブルガリ](#)

デザインの国のフランスの人たちから注目される北野武さんの作品や、クールと言われる日本のアニメなどは、成熟社会から開いてきた花だと思う。

不況で悩む中にも、新たな花が咲き開く日本は、まだまだ捨てたものではない。  
日本の工業製品も、世界からデザインで選ばれてほしいものだ。

2010.05.29

[メール](#)

All Rights Reserved, Copyright © Yazawa Kiyoshi 2010

[閉じる](#)