

今から3年前、知人に一人の若者を紹介された。これから日本で仕事を始めるのだという。その若者は、笑顔を絶やすことなく言った。

「日本で、大型カスタムヨットのインテリアをデザインしたいんです」

欧米では、全長100フィートを超えるような超大型のプレジャーボートの需要は少なくない。しかし、それはあくまでも海の向こうの話に過ぎず、日本の海辺にそのまま置き換えるのは難しい。

今年3月、その若者、内山義啓さん

(32歳)に久々に会った。聞けば、横浜の国際ボートショーで日産が発表した、34フィートのコンバーチブル艇のインテリアデザインに関わったという。メガヨットに比べればずいぶん小さいが、ボートショー会場では多くの来場者の注目を集めていた船だ。「より多くの人に受け入れられなければならぬプロダクション艇と、要求の高いオーナーの嗜好に合わせたカスタム艇とは、やはり別物です。でも、カスタム艇を



photo by Shigehiko Yamagishi (KAZI)

メガヨットの居住空間を創る 新進若手デザイナー 内山義啓

「デザインに面白さを感じる一方で、2年間の課程を終えて卒業するとき、自分のレベルではとても現場には出られないと思いました」

顧客から仕事を請け負うには、もっといろいろなことを身に着けたかった。ほどなくアメリカのシアトルに渡り、現地の学校でインテリアデザインを深く学ぶことを決めた。

「英語は話せないし、周りに日本人など一人もいません。卒業という大目標に向かって必死に取り組む中で、目標を設定することの大切さを覚えました」

入るより出るが大変だといわれる欧米の学校だが、努力の甲斐あって約2年で卒業。その先の進路が問題となった。

「日本に帰る気はなかったんですが、就職先が決まらなと、滞在に必要なビザが支給されません。仕事が決まらずに諦めも感じ始めたときに、縁あったのがボケラデザインでした」

ジョン・ボケラ氏が主宰するこの事務所は、カスタムヨットのインテリアデザインを専門に手掛けていた。カスタムヨットといっても、100フィートを超えるようなメガ

ヨットばかりである。

「同じシアトルの日本人でも、イチローのようにもろてを挙げて呼ばれたわけではありません。職場のボスや仲間には恵まれましたが、実際は苦しかった日々しか思い出せません」

たとえば仕事でミスをしたとき「ウチヤマは日本人だから仕方ない」と思われるのが、何よりも屈辱だったと振り返る。ボーターラインを超え、未曾有の世界に飛び込んだ先駆者ならではの苦しみだ。しかし努力の結果、「内山」はUCHEYAMAとなり、日本人という色眼鏡で見られることはなくなった。

「逆に日本人らしさを出そうと心掛けていました。それが個性だと思っんです。父が病に倒れて帰国を余儀なくされましたが、約3年間で、約20隻のカスタムヨットのインテリアデザインに関われました」

父が興した内山内装は、屋号をウチヤマデザインに変え、内山さんが引き継いだ。異国の文化の中でもまれ、多くを学んだ。そして日本でゼロからスタートし、歩を進めている。心に秘めたもつと大きな夢が実現したとき、日本の海辺にはどんな景色が見えるのだろうか。