

SD

Space Design

9911

Monthly Journal of Art and Architecture

ジャパニーズ・プロダクツ'99

インディーズなシチュエーション

Special Feature

Japanese Products '99: Their Independent Situation

インディーズ・デザインの個別な環境／状況／事情

デザイナーズ・プロデュース

ショップが生み出すクリエイションの土壌

プロダクツ・ウェブ・セレクション

Jamo 2000

HITACHI

「すべての世代のために」
さまざまな生活空間を
やさしく、速やかに結びます。

日立エレベーター・エスカレーター

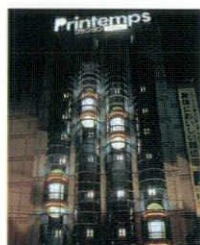
地上数百メートルの超高層ビルから三戸建ての住宅まで。あらゆる空間で、より多くの人が快適に行動、生活できるように、日立はエレベーター・エスカレーターの研究・開発を続けています。例えば、ビル設計の自由度を高め、スペースの有効利用を実現する“機械室レスエレベーター”や、本格化する高齢社会のなかでより多くの活躍が期待されている“車いす用ステップ付きエスカレーター”、“ホームエレベーター”など。設置環境に応じた設備で、誰もが住みやすい街づくりをサポートします。



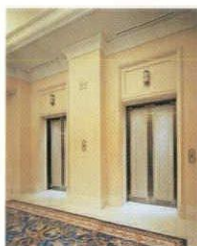
Office Building



Shopping Center



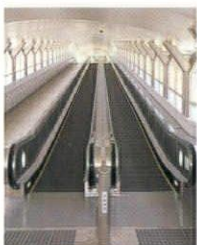
超高速エレベーターから、ホームエレベーターまで。



Hotel & Residence



Public Space



20歳過ぎたら 健診を。 人間の話では ありません。



働きざかりのビルを診断、中から元気にする。関電工でリニューアル。コンピューターや通信機器など、加速する技術の進歩に追われて息切れしているのは、私たち人間だけではありません。あなたが働いているそのビルも、電気配線など様々な設備の面で、中から疲れやすくなっています。だから、関電工でリニューアルを。ビルの内部を診断した上で、設計、施工してビル内環境をリフレッシュします。関電工はビルの設備に関するプロフェッショナル。新しいビルの電気設備から、今あるビルのメンテナンスまで、最高の技術力でお応えします。ビルをきちんと長生きさせるために、ビルのドクター関電工にお任せください。

ビルの誕生からリニューアルまで
総合電気設備の

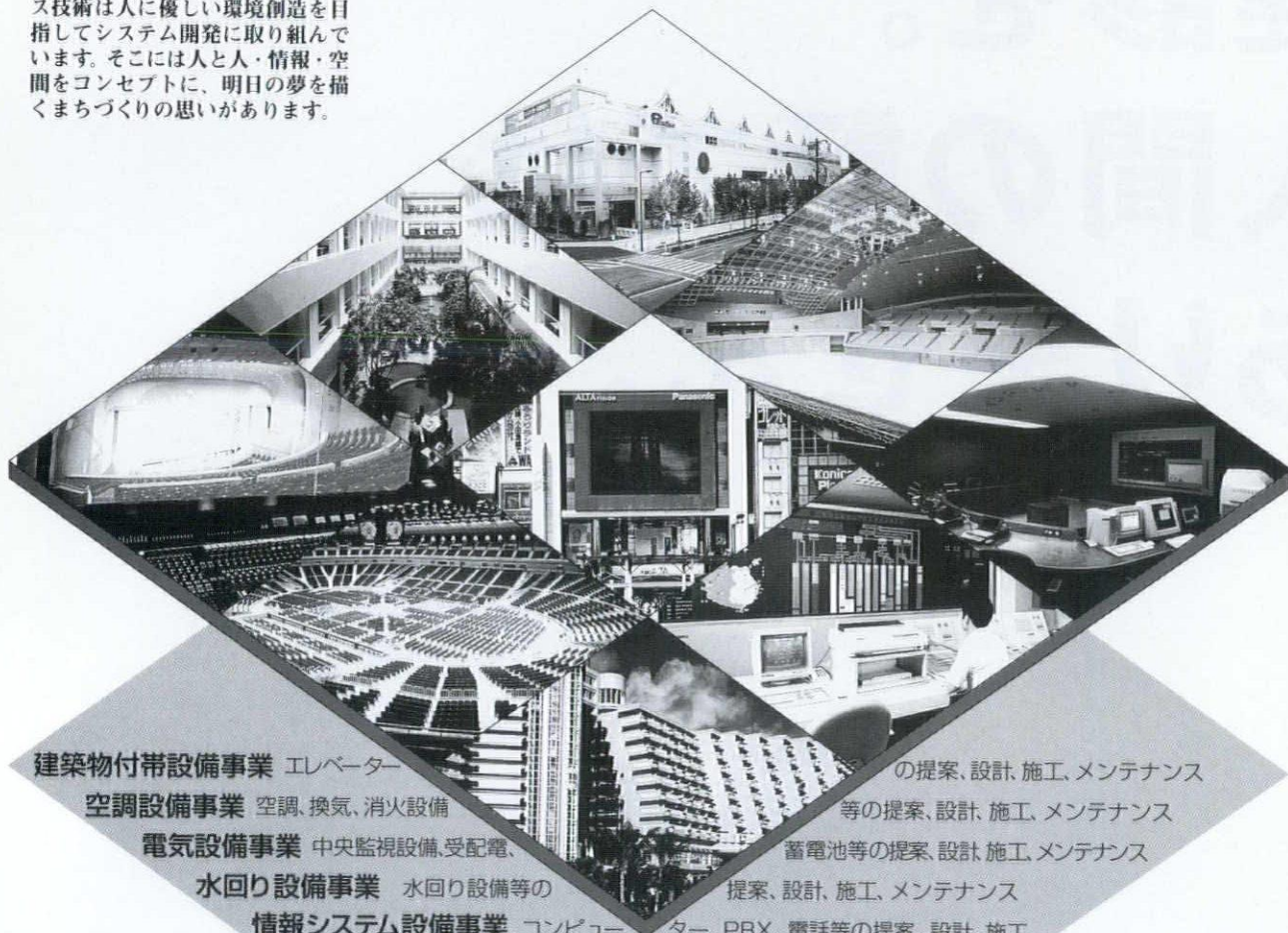
関電工

本社〒108-8533 東京都港区芝浦4丁目8番33号

National/Panasonic

私たちは快適をシステムにしてお届けします。

松下電器産業の建設エレクトロニクス技術は人に優しい環境創造を目指してシステム開発に取り組んでいます。そこには人と人・情報・空間をコンセプトに、明日の夢を描くまちづくりの思いがあります。



建築物付帯設備事業 エレベーター

空調設備事業 空調、換気、消火設備

電気設備事業 中央監視設備、受配電、

水回り設備事業 水回り設備等の

情報システム設備事業 コンピューター、PBX、電話等の提案、設計、施工、メンテナンス

映像・音響設備事業 映像、音響システムの提案、設計、施工、メンテナンス

まちづくり事業 都市再開発、施設開発、環境創造の提案、設計

の提案、設計、施工、メンテナンス

等の提案、設計、施工、メンテナンス

蓄電池等の提案、設計、施工、メンテナンス

提案、設計、施工、メンテナンス

提案、設計、施工、メンテナンス

FLAPS、羽ばたくという意味をもつ新キーワード「AV & CC FLAPS」は映像・音響・情報通信システム・食品流通・照明・空調・水管理・搬送とさまざまな設備システムの融合により真の快適環境を求め夢の実現へと願いをこめて事業展開を進めていきます。



松下電器産業株式会社

建設システム営業本部 ☎03-5460-2931

北海道支店 ☎011-207-7722

東北支店 ☎022-711-3551

新潟支店 ☎025-246-1031

関東支店 ☎0286-37-2241

神奈川支店 ☎045-651-5051

建設システム営業本部中部支店 ☎052-951-6010

長野支店 ☎0262-26-3990

北陸支店 ☎0762-23-1121

静岡支店 ☎054-247-5155

建設システム営業本部関西支店 ☎06-6949-2111

中国支店 ☎082-247-5272

四国支店 ☎0878-26-1711

九州支店 ☎092-431-1100

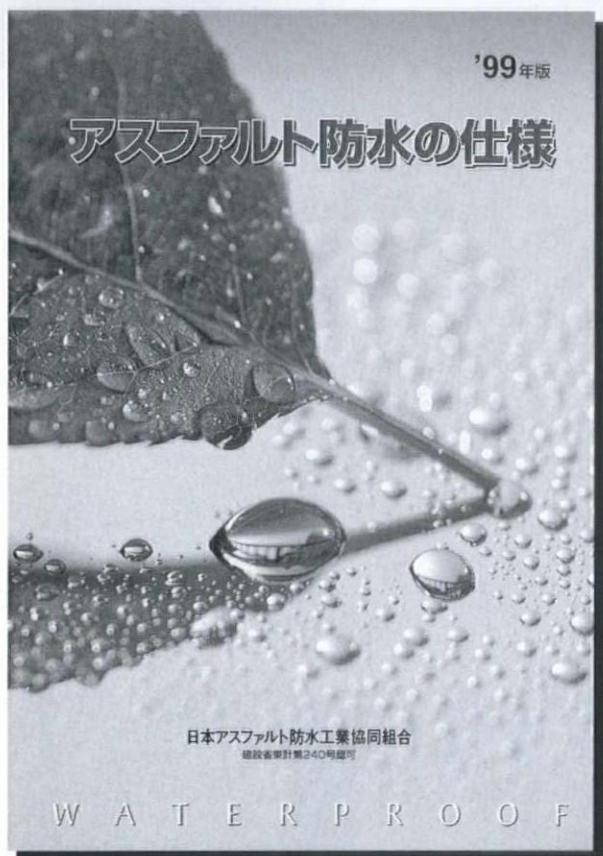
沖縄支店 ☎098-869-2926

AV & CC FLAPS

AUDIO VISUAL COMMUNICATION COMPUTER FOOD LIGHT AIR&AQUA PASSAGE SOFTWARE&SYSTEM

自然と環境と経済の調和

豊かな経験と新しい技術のアスファルト防水



新仕様書
発刊!

CO₂排出量
の削減

工程数の削減
と
工期の短縮



今日、地球の温暖化やオゾン層の破壊などさまざまな環境破壊が進み、深刻な問題として取り上げられています。そんな中、今私たちにできることは地球資源を有効利用し、環境との共生、また地球環境の保全に力を注いでいかなければなりません。

日本アスファルト防水工業協同組合と日新工業株式会社が作りあげた環境保全型アスファルト防水は、ライフサイクルアセスメントの概念を取り入れ、(財)日本建築センターにおいて防水性能についても在来工法と同等であると証明されました。

私共はこれからも続く未来へ、安心して歩んでいけるように、自然と環境の調和をはかり、社会のニーズに対応していきたいと考えております。

総合防水材料メーカー ISO9002 RQ0004 認証取得
日新工業株式会社
営業本部 東京都中央区日本橋久松町9-2 〒103-0005
TEL.03 (5644) 7211 (大代)
●ホームページ <http://www.nisshinkogyo.co.jp/>



日本アスファルト防水工業協同組合
営業本部 東京都中央区日本橋久松町9-2 (日新中央ビル) 〒103-0005
TEL.03 (5644) 7651
●ホームページ <http://www.nihon-as.or.jp/>

札幌・仙台・春日部・東京・千葉・横浜・名古屋・金沢・大阪・高松・広島・福岡

広告についてのお問合せの際は<SDを見て>と御明記願います

もう一つのカジマを知ってください。

高層のビルを建てる。巨大なダムを造る。長い海底トンネルを掘る。確かにカジマの仕事ですが、しかしそれは、

ほんの一面にすぎません。私たちが四六時中生活する住まいの、ここにも、あそこにも、意外なところにカジマの仕事が隠れています。

毎日が健康で、安心して、しかも快適に暮らせるために、

マンションや住宅用につくられた沢山の建材や工法たち。環境に配慮しつつ、これからの高齢化する社会に向けて、カジマは何ができるのか。そんな気持ちで、住空間に役立つ商品を開発しています。



健康に暮らせる住まいづくりへ。

住まいは健康を大きく左右します。湿気や結露、カビなどの発生は住まいを損なうだけでなく、そこに暮らす人々の健康にも影響を与えます。鹿島は、空気中の水分を吸ったり吐いたり、脱臭機能ももつ天然素材「ゼオライト」に注目。耐火性にも優れたこのゼオライト建材は、室内の湿度を一年中快適な状態に保ち、健康住宅を実現する夢の建材です。

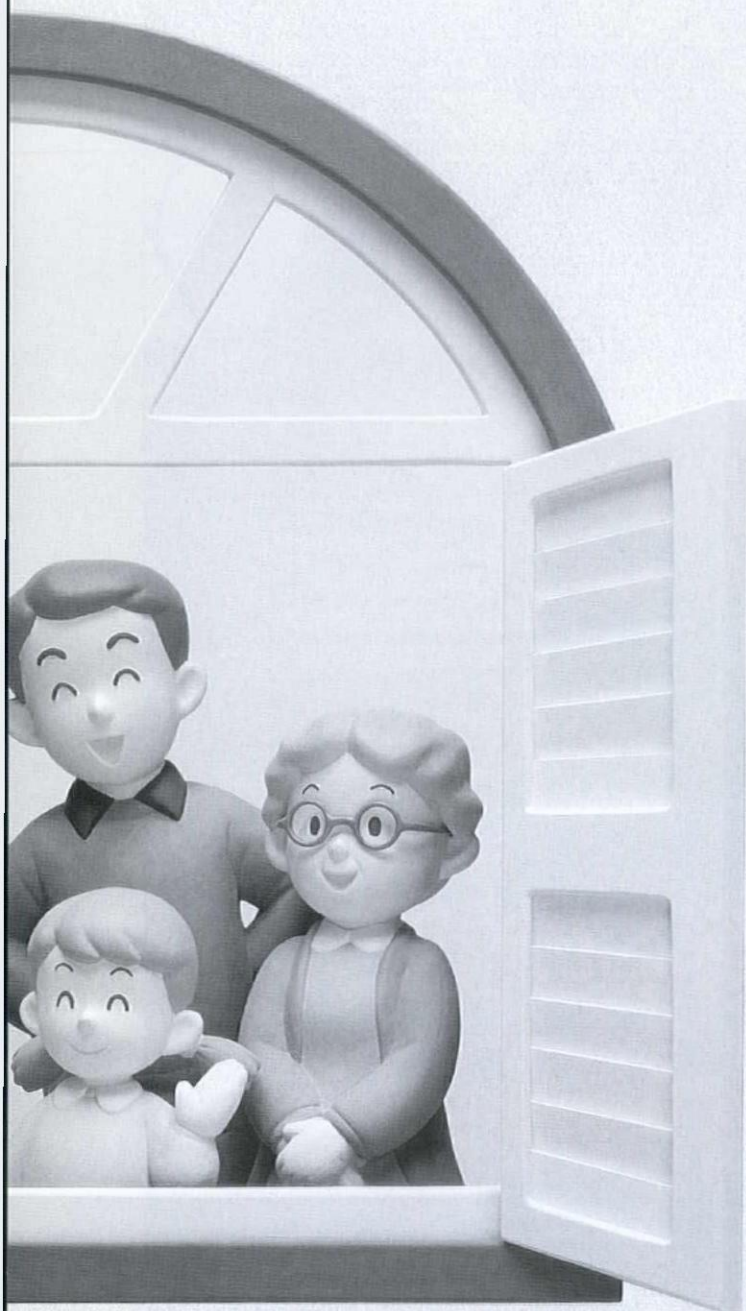


自然を身近に感じる快適環境づくりへ。

ガーデニングを楽しむ人がたいへんな勢いで増えています。庭やベランダで自然を楽しむのはとてもすばらしいこと。鹿島の「ケイソイル」「草花名人」は、バルコニーや屋上庭園にぴったり、軽くて保水性の高い人工土壌です。重さの条件が厳しい屋上やベランダ、バルコニーでも、緑豊かな自然を育てることができ、生活に潤いを与えます。

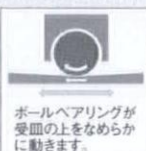


ひとの、ふだんへ。



地震や火災に負けない安心空間づくりへ。

住まいを考えると、地震への対策が不可欠です。壊れない住まいを目指すのであれば、構造を強くすれば解決します。しかし、家具の転倒などによる被害は防ぐことができません。鹿島の「戸建住宅免震システム」は、建物と基礎との間に設置するボールベアリングを活用。建物に伝わる地震エネルギーを1/5以下に減らし、安全で安心な住まいを実現します。



100年をつくる会社

in 鹿島

KAJIMA CORPORATION

本社:東京都港区元赤坂1-2-7 ☎107-8388

ホームページ <http://www.kajima.co.jp/>

四季宴会

KARUIZAWA
MEETING
& PARTY

軽井沢
ホテル 鹿島/森
ホテルオークラチェーン

ご予約・お問い合わせ:
ホテル 鹿島/森 予約係
☎ 03(3478)6220
現地 ☎ 0267(42)3535(代)
FAX: 0267(42)5335



ロビーラウンジ

ようこそ、クラシカル・エレガントな世界へ。

19世紀初頭のヨーロッパ様式で統一された本格的都市型ホテル。

すべてのファシリティに調度品に、そしてきめ細やかなおもてなしに漂う欧州の美意識。

ドアマンに迎えられホテルに一步脚を踏み込めば、
あなたの新しい物語がはじまります。

(客室&施設)

●ビジネス向き、女性向き、観光、ファミリー、個人滞在用と、目的に応じて選べる全404室。
(シングル¥15,000〜 ツイン¥25,000〜) ●ジャグジー、ヒーティングルームなどを付帯した
2,000㎡の“ガーデンプール”。●クラシカルなインテリアや絵画で統一された趣のあるロビー。
●個性的なステンドグラス、パイプオルガンを配したチャペル(3F)。ガーデンプールの一角
に設けられたガーデンチャペル(5F屋外)。厳肅な神殿(八幡殿=やひろでん)<3F>。●最
大800名様まで可能な大宴会場(永代)、中、小、さまざまな8つの宴会場。●最新設備を完
備したビジネスセンター。●心身の健康管理と増進、心の交流を目的とした新しいタイプの
ヘルスクラブ“ジ・イースト”。●都内初のホテル直結型多目的ホール“イースト21ホール”。

(レストラン&バー)

●フランス料理を主としたコンチネンタル料理……………【プラスリー ハーモニー(2F)】
●本格的広東料理……………【中国料理 桃園(2F)】
●アフリカンムードのメインバー……………【バー エレファント(2F)】
●旬の素材が織りなす食の芸術……………【日本料理 さざんか(21F)】
●四季折々の味覚…【鉄板焼 木場(21F)】 ●心に残る夜景…【カクテルラウンジ パノラマ(21F)】



チャペル

HOTEL
East
21
T O K Y O

地下鉄東西線「東陽町駅」より徒歩7分。
東陽町駅〜ホテル間、ホテル専用シャトルバス運行。

株式会社 鹿島ホテルエンタプライズ
KAJIMA HOTEL ENTERPRISES, LTD.

ホテル イースト21東京

〒135-0016 東京都江東区東陽6-3-3
TEL 03(5683)5683代 FAX 03(5683)5775



大興物産の海外建材シリーズ

No.6 木製品(ツーバイフォー, 集成材)



大興 夢科山荘

大興物産は、米国ツーバイフォーシステム用各種部材をパッケージ輸入しており、企画段階から調達・施工段階までトータルなコーディネーションを致します。

お問い合わせは、大興物産株式会社・海外調達部まで。
〒107-8318 東京都港区元赤坂1-5-31(新井ビル) TEL 03-5474-6054 FAX 03-5474-6386

建設資機材の総合商社 鹿島グループ 大興物産株式会社

本 社 〒107-8307 東京都港区元赤坂1-6-4 安全ビル

本 社 ☎(03)5474-6060 FAX(03)5474-6076
東京支店 ☎(03)5474-6072 FAX(03)3423-1915
横浜支店 ☎(045)212-3925 FAX(045)212-3996
名古屋支店 ☎(052)961-6171 FAX(052)961-6179
大阪支店 ☎(06)6762-5661 FAX(06)6762-1074

札幌営業所 ☎(011)231-6841 FAX(011)222-4074
東北営業所 ☎(022)219-6861 FAX(022)219-6867
関東営業所 ☎(03)5632-6717 FAX(03)5632-6719
北陸営業所 ☎(025)247-2286 FAX(025)243-5248
広島営業所 ☎(082)249-9221 FAX(082)249-9270

四国営業所 ☎(0878)39-3191 FAX(0878)35-4722
九州営業所 ☎(092)441-2624 FAX(092)471-7996
シンガポール
オフィス ☎65-3440590 FAX65-3446714

ビルの、工場の、街の、 すみずみに、つながろう。

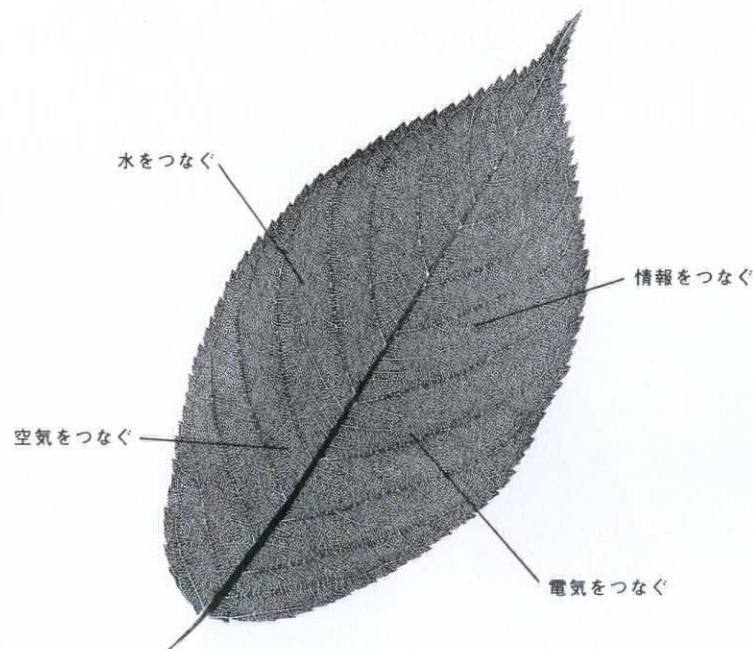
私たちの仕事は、ビルに、工場に、
街に、生命を与える葉脈として、
そのすみずみにつながっています。

もっと、人が快適になる環境へ。

総合設備業の

リーディング・カンパニーとして、
先端の技術で、高度な未来を
提案し続けます。

あなたと快適をむすびます。

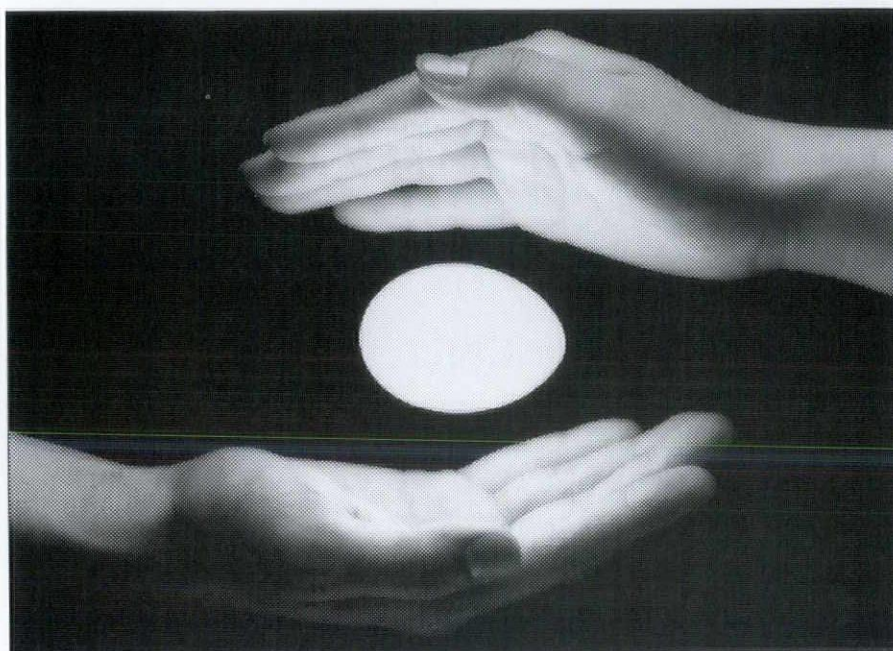


住友電設株式会社

大阪本社 〒550 大阪市西区阿波座2-1-4 Tel 06(6537)3400
東京本社 〒105 東京都港区芝2-2-17 Tel 03(3454)7311

営業種目：電気設備／空調・給排水・衛生設備／
プラント設備／情報通信設備／電力流通設備／その他

設備は手にとって選べません。 だから……



大切なのは、技術の信頼性。
豊富な実績と、
そのなかで培われた
確かなノウハウです。
私たち三建設備工業は、
求められる環境を
信頼の技術で創りだします。

望まれる環境を、信頼の技術で。

三建設備工業株式会社

〒103-0014 東京都中央区日本橋蛸殻町1-35-8 TEL.03-3667-3431



確かな歩み未来まで……

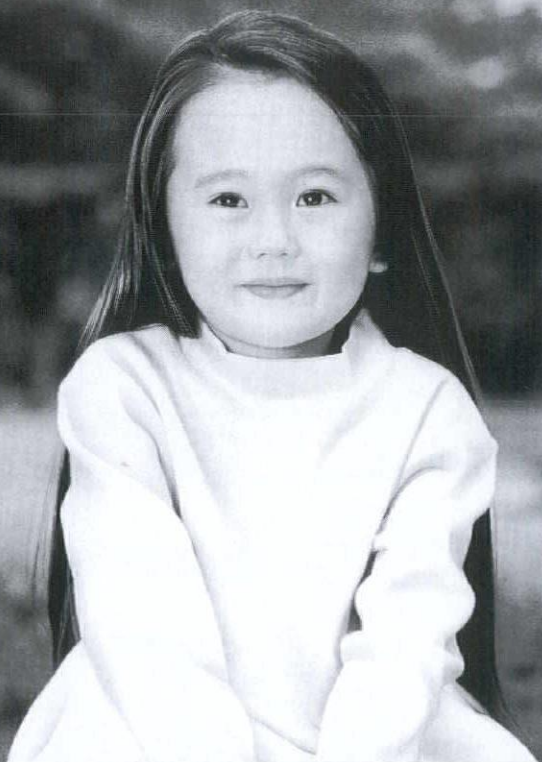


総合設備の設計施工 電気・情報通信・計装・空調・給排水・水道施設

株式会社 中電工

本店／広島市中区小網町6番12号 TEL (082)291-7411
支店／広島・岡山・山口・島根・鳥取・東京・大阪

自然より自然に、
あなたを包みたい。



あなたの、いちばん心地良い場所はどこですか。

きっと、多くの方が、

大自然の中をイメージされることでしょう。

私たちは、そんな快適さをあらゆる建物の内に

創造していきたいと考えています。

人間は、あくまでも自然の一部。その事実を大切に、

新しい最適環境を創造していきたい。

もっとナチュラルに、

いつもあなたのそばに、ダイダンです。

Always With You.



— 光と空気と水を生かす —

ダイダン

信頼と確かな技術で 未来を築く



大栄電気株式会社

代表取締役社長 伊藤 赳

本社 東京都中央区銀座3-7-10 TEL03(3562)0311(大代表) FAX03(3562)0300
支店営業所 大阪、名古屋、北海道、東北、北関東、東関東、神奈川、浜松、神戸、四国、中国、九州、沖縄



快適さは…安全、確実が基本。

快適な環境づくりに、 豊かな経験。



●技術と伝統の…
内線工事 ■ 外線工事

東光電気工事株式会社

本社 〒101-8350 東京都千代田区西神田1-4-5 TEL.(03)3292-2111

支社所在地／札幌・仙台・大宮・千葉・丸の内(東京)・新宿(東京)・横浜・名古屋・大阪・広島・福岡

9912

特集

SDレビュー1999

第18回SDレビュー1999入選展の結果を審査員のコメントと共に誌上発表する。

[審査員] 林昌二 (建築家)、播繁 (構造家)、芦原太郎 (建築家)、小川晋一 (建築家)

[入選者] I.C.U.、新井清一、アンドリュー・バリー+ミヌストリー、石田壽一、岡河貢+PARADISUS ARCHITECTS、金井謙介+小池聡子、川人洋志、駒井貞治/駒井貞治の事務所、清水祐効、寺岡豊博、平沼かおり、更田邦彦+岩岡竜夫+岩下泰三、馬淵富夫+北岡治+徳野博子/大成建設設計本部、安田博道、山口隆、山田良

エリック・ブリュックマンの建築

作品=トゥルクの教会、パライネンの教会、トゥルクの学生会館、ビエルマキの体育学校、他
文=ユハニ・バラスマー、田中雅美、エリック・ブリュックマン

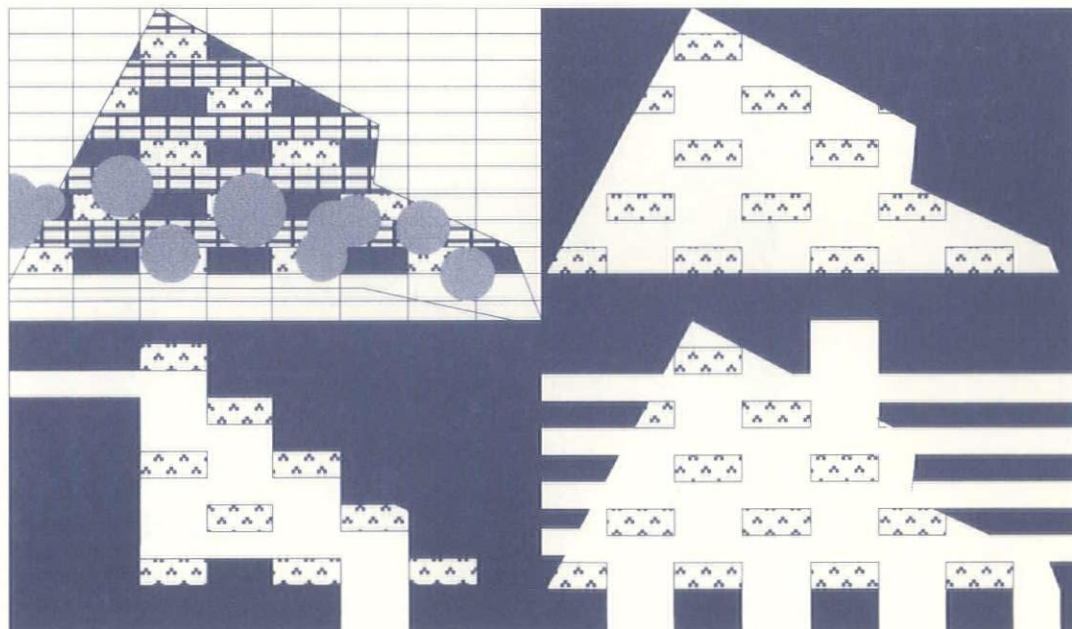
HAPPENING

TOKYO CONTEMPORARY DESIGN EXHIBITION

連載:

エントロピーの森——都市のインフラストラクチャ最終回 写真=ハイナー・シリング 文=山形浩生
カルチャー・カフェ——今月の演劇・音楽 文=清水裕之、ピーター・バラカン

flop/horizontal plane: 石田壽一



9909

特集1

ベルリン・トポグラフィ

Berlin Topography

今世紀最後の首都移転が展開されているベルリンの、ハイポテンシャルな状況をドキュメントする。

●解説文＝内山佳代子 ●写真＝アンナ・フェラー

●文＝杉本俊多、山下昌彦、飯島洋一

●インタビュー＝D.リベスキンド、K.ファイライス、J.クライフス、F.ノイマイヤー／インタビューア＝花田和幸

特集2

個性の彩る集住群

長野市今井ニュータウンの試み

建築家7グループが競演した今井ニュータウン。集住建築とまちづくり、建築家のコラボレーションの可能性を探る。

●設計＝新居千秋、長谷川逸子、内藤廣、富永譲、松永安光、元倉眞琴、遠藤剛生、他

●文＝渡辺定夫、植田実 ●写真＝堀内広治

連載：

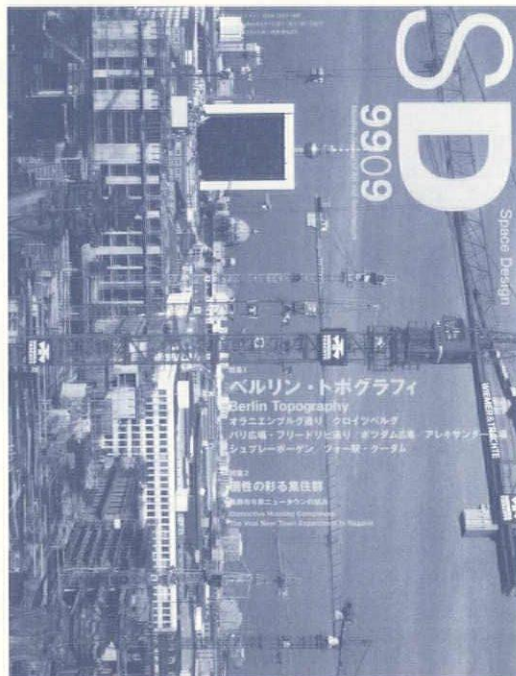
エントロピーの森——都市のインフラストラクチャー9

写真＝ハイナー・シリグ 文＝山形浩生

カルチャー・カフェ——今月の舞踏・演劇

文＝尼ヶ崎淋、清水裕之

定価＝2000円／本体1905円



9910

特集

東京リノベーション

倉庫や工場、民家を改装して再生転用する事例が増えている。本特集は、場とアクティビティがリンクした事例を紹介し、リノベーションの手法やスペースの新しい可能性を探る。

●事例紹介：EXIT metal work supply、A-Net、北山創造研究所、Deluxe、オレゴンムーン、ギャラリーéf、現代美術製作所、NOPE、コマンドN、TIME & STYLE、Baden Baden、他

●事例マップ：ギャラリー／ショップ、空き倉庫／工場

●ガソリンスタンド再生計画 同実行委員会、A activity

企画編集協力＝粕谷姫中 撮影＝村角創一

文＝安藤寿珠、稲島みちこ、他

トピックス

隅田川再生とリバーサイドスペース

文＝陣内秀信、西野真介、藤澤紫、他 写真＝加藤嘉六

連載：

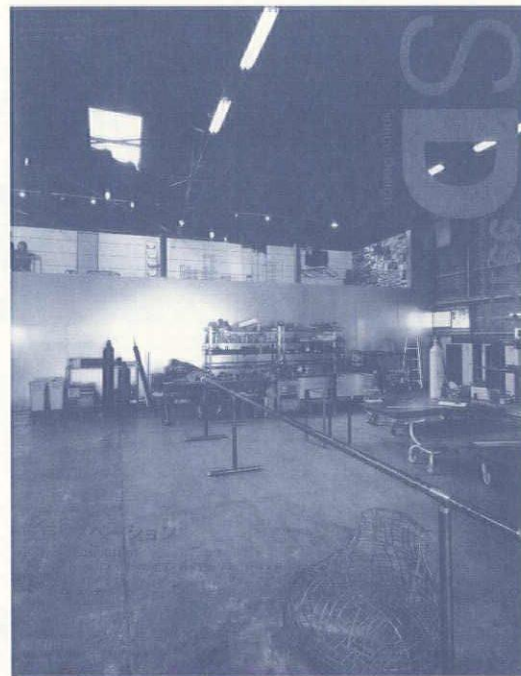
エントロピーの森——都市のインフラストラクチャー10

写真＝ハイナー・シリグ 文＝山形浩生

カルチャー・カフェ——今月の演劇・音楽

文＝原研哉、服部のり子

定価＝2000円／本体1905円



鹿島出版会

東京都港区赤坂6-5-13

電話：03-5561-2550

振替：00160-2-180883

Home Page Address：

http://www.kajima-publishing.co.jp/group/publish/index.htm

年間定期購読料

26,000円（特別定価号＋消費税、送料込み）

SD

Space Design

SDバックナンバー常備店

東京

八重洲ブックセンター 03-8231-8203

三省堂本店（神田）03-3233-3314

書泉ブックマート 03-3294-0011

紀伊国屋本店 03-3354-0131

大盛堂書店 03-3463-0511

大阪

旭屋書店本店 99-999-9999

柳々堂 06-443-0167

札幌／旭屋書店 011-241-3007

横浜／有隣堂本店 045-261-1231

京都／大龍堂書店 075-231-3036

大学生協内書店

東北工業大学 東京工業大学

法政大学工学部 早稲田大学理工学部

関東学院大学

9712 SDレビュー1997 2000円

第16回SDレビュー誌上発表。建築研究室高安重＝事務所＋佐久間達也＋橋爪宏直＋重富博之、川人洋志、藤本壮介、松澤雅、他。[光と色が彩る空間——チェコのガラスアーティストたち] 写真＝鈴木豊

9801 SDレビューの15年 2800円

これまでのSDレビューを一挙に振り返る。出版作、建築界での意義などを再確認し、今後の方向性を探る。文＝横文彦、原広司、飯島洋一、中筋修、他。座談会＝元倉真琴＋鈴木了二＋栗生明＋小嶋一浩

9802 都市へ向かう透明性：

スイス・ドイツ語圏の建築 2200円
スイス建築の背景、建築の生まれる文脈を捉えながらその魅力を探る。文＝貝島桃代、ハンス・フライ、他。往復書簡＝篠原一男×ヘルツォーク&ド・ムロン

9803 表層革命再考：チェコ・キュビズム建築 2000円

現存するプラハのキュビズム建築を掘り下ろし写真により紹介する。撮影＝鈴木豊。[香山壽夫のドローイングと空間] 文＝香山壽夫、八木幸二、鈴木尚、青木淳

9804 次世代のマルチ・アーキテクトたち 2000円

30歳代の若手建築家たちの作品と創作活動を紹介し、時代性を浮かび上がらせる。インテンショナルリーズ、みかんぐみ、他。[デスクトップ・コミュニティ]

9805 空間演出の最前線 2000円

建築家とデザイナー、アーティストとのコラボレーションの具体例を紹介。藤江和子、中村純平、新宮晋、他。[カローとリベラの家] ファン・オゴルマンの建築とメキシカン・モダン

9806 風景創出の現在：

ランドスケープ・アーキテクトの挑戦 3000円

風景創出の現在：ランドスケープ・アーキテクトの挑戦
「公共的な価値」によって自然の風景と区別され、積極的な社会性が意図されている事例を紹介。佐々木葉二、ブレイスメディア、三谷徹、登坂誠、他。

9807 シーラカンス 2600円

彼等の12年間の建築活動の軌跡を、作品紹介を中心に振り返る。作品＝吉備高原小学校、大阪市水上消防署、（仮称）外ヶ岡交流拠点施設、他。論文＝原広司、土居義岳、インタビュー＝山本理顕

9808 光のデザイン・ヴォキャブラリー：

LPAの仕事1990-1998 2500円

LPAのデザイン言語を40に厳選して紹介する本書は、光が生み出す空間を全般的に考察する本格的な照明バイブルである。文＝磯崎新、面出薫

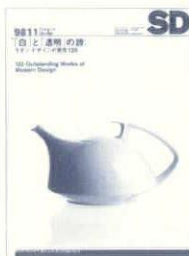
9809 ディテールが創る風景：

細部に宿る美と技巧 2000円

建築作品のディテールを写真と図面で紹介する。宮崎浩／Plants Associates、渡辺明設計事務所、竹中工務店、谷口建築研究所、KAJIMA DESIGN、他。

9810 オフィス環境の近未来 2000円

最新のオフィス環境を、事例を中心に紹介する。作品＝電通インタラクティブ・ソリューション・センター、他。文＝仲隆介、他。[京町屋再生の手法——時を超えて生きる空間を求めて]



9811

「白」と「透明」の詩：

モダンデザインの秀作135

白い陶磁器と透明ガラスで出来た日常生活の中の小モノたち135点を紹介する。カシミール・マレービッチ、ゲートルード・ヴェースガルト、柳宗理、他。

3000円



9812

SDレビュー1998

第17回SDレビュー誌上発表
小特集4題：[シャルロット・ベリアン] [“ハブニング”展] [アアルトの空間構成] [メタルシート・ストラクチャーによる造形秀平の近作]

2000円

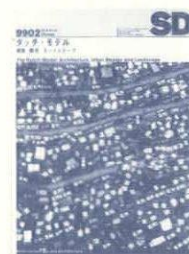


9901

環境共生の現在

プロジェクトを紹介しながら近年の動向を俯瞰し、次世代のヴィジョンを示唆する。
エムシャーパーク、東京ガス〈アースポート〉、世田谷区環境共生住宅、2005年国際博覧会構想案、他。

2700円



9902

ダッチ・モデル：

建築・都市・ランドスケープ
オランダの都市・社会のシステムを5つのキーワードによって探る。OMA、MVRDV、West8、クーン・ファン・フェルゼン、メカノ、ケース・クリスティアース、他。

2000円



9903

木の空間

木素材による快適建築

次世代スタンダードを示唆する木の使われ方を紹介する。趙海光、インテンショナルリーズ、河西立雄、葛西潔、みかんぐみ、H DESIGN、他。

2000円



9904

ガウディの愛弟子ジュジョールの夢

ジュジョールの遺した作品を、写真とオリジナル・ドローイングで紹介する。撮影＝鈴木久雄、文＝丹下敏明、他。[ドナルド・ジャッド：空間と認識のコンシステンシー]

2000円



9905

挑発するマテリアリティ：

素材の進化とデザインの可能性
国内外における素材と技術のデザイン事例を取り上げながら、そのデザインに隠された素材の応用の「手法」、「技術」を分析する。

素材史年表、素材地図1999、他。
2500円



9906

小川晋一

Transbody / Super traffic

小川晋一の13年間の仕事を、実作、計画案、展覧会への出品作品を通して紹介する。作品＝キュビストの家、ミニマリストの家、他。文＝嶋沢隆、岡河貢、小川晋一、他。
2000円



9907

学校建築：

個性を育む環境創出へ向けて
学校建築設計の手引きとして、今後の学校建築に求められる事項を解説し、事例を現地リポートを交えて紹介する。文＝上野淳、他。座談会＝瑞穂代十佐藤学十船越徹＋小嶋一浩＋上野淳。

2500円



9908

階段

Beyond Function

近年の国内の階段、21作品を、「起伏」、「移ろい」、「軽み」、「天空」といった4つのキーワードで緩やかに分類しながら、階段をめぐる詩集のような形で紹介する。文＝渡辺武信、下村純一。

2000円



9909

ベルリン・トボグラフィ

今世紀最後の首都移転が展開されている、ハイポテンシャルな状況をドキュメントする。文＝内山佳代子、杉本俊多、山下昌彦、飯島洋一、花田和幸、他。

個性の彩る集住群：長野市今井ニュータウンの試み
2000円



9909

東京リノベーション

スペースの再生転用の事例を紹介するとともに、その手法やスペースの新しい可能性を探る。企画編集協力＝粕谷敏中
写真＝村角創一

隅田川再生とリバーサイドスペース 写真＝加藤嘉六
2000円



9807 Coelacanth Architects:

Traces their activities over twelve years, mainly through introduction of their works. Kibikougen Elementary School, Suijo Fire Station of Osaka City, Sotogaoka Exchange Forum, etc. Text: Hiroshi Hara, Yoshitake Doi. Interview: Riken Yamamoto
¥2,600



**9808 Design Vocabularies of Light:
LPA Works 1990-1998**

Introducing a selected list of 40 concepts from LPA's design vocabulary, this book is a bible of illumination lore for the overall study of space created by light. Text: Arata Isozaki, Kaoru Mende
¥2,500



**9809 The Landscape of Detail:
Its Art and Techniques**

Introduces the details of architectural works with photos and drawings. Hiroshi Miyazaki, Akira Watanabe, Takenaka Corporation, Yoshio Taniguchi, Kajima Design, Shinichi Ogawa, Waro kishi, Fumihiko Maki, Yoshihiko Iida. ¥2,300



9810 Office Environments for the Near Future:

Introduces recent developments in office environment design through specific examples. Works: Dentsu Interactive Solution Center, etc. Text: Ryusuke Naka, etc.
Machiya Restored: The Future of Central Kyoto and The Development of Machiya Restoration
¥2,000



9811 135 Outstanding Works of Modern Design:

Introduces 135 coffee and tea services, glassware, and other utensils made of white ceramic or clear glass. Kasimir Malevich, Gertrud Vasegaard, Trude Ptri, Wilhelm Wagenfeld, Josef Hoffman, Peter Schlumbohm, etc. Text: Sori Yanagi, Angelo Mangiarotti, Shukuro Habara, etc. ¥3,000



9812 SD Review 1998

The 17th Exhibition of Winning Architectural Models and Drawings. **Four Small Features:** Charlotte Perriand, Designer's Catalogue of "Happening", Aalto's Space Composition, Shuhei Endo's Recent Works in Metal Sheet Structure
¥2,000



9901 Sustainable and Ecological Design Today

Specific Projects that have achieved symbiosis with the environment provide a bird-eye view of recent trends and display the vision of the upcoming generation of architects. Emscher Park, Tokyo Gas "Earth Port", Setagaya-ku Fukazawa Symbiotic Housing, etc. ¥2,700



9902 The Dutch Model:

Architecture, Urban Design and Landscape

Explorations of Dutch cities and social systems in terms of five key words. OMA, MVRDV, West8, Koen van Velsen, mecanoo, Kees Christaans, Wiel Arets, Bentham Crouwel, etc.
¥2,000



9903 Spaces of Wood:

The Elements of Comfortable Architecture

Introduces uses of wood construction materials that suggest next-generation standards. Cho Umihiko, Intentionallies, Tatsuo Kawanishi, Kiyoshi Kasai, MIKAN, H. DESIGN ASSOCIATES, etc.
¥2,000



9904 Josep Maria Jujol i Gibert's Vision:

Introduces the legacy of Jujol's work through photographs and original drawings.
Donald Judd: Consistency of Space and Cognition
¥2,000



9905 Alluring Materiality:

Evolution of Materials and Their Potential for Design

Takes up some examples of material and technical design from Japan and overseas and analyzes the applied methods and techniques hidden in the design. Also includes "A Chronology of Materials" and "The Map of Materials 1999." ¥2,500



9906 Sinichi Ogawa: Transbody / Super traffic:

Introduces 13 years of Sinichi Ogawa's achievements through Cubist House and Minimalist House and other completed works, plans, and works submitted to exhibitions. Text: Takashi Uzawa, Mitsugu Okagawa, Sinichi Ogawa, and others.
¥2,000



9907 School Architecture:

Toward Environments That Foster Individuality

Offered as a guide for the architectural design of schools, this issue comments on topics to be addressed in school architecture from now on, combined with on-site reports of specific examples. Text: Jun Ueno et al.
¥2,500



9908 Stairs: Beyond Function

Introduces 21 recent Japanese stair designs in the manner of a poetic anthology, dividing the works loosely in four categories: "undulation", "transition", "lightness", and "open above". Text by Takenobu Watanabe and Junichi Shimomura.
¥2,000



9809 Berlin Topography

The century's last transfer of a capital city is taking place. This issue documents the high potential of this move. Text: Kayoko Uchiyama, Toshimasa Sugimoto, Masahiko Yamashita, Youichi Iijima, Kazuyuki Hanada, and others.
Distinctive Housing Complexes: The Imai New Town Experiment in Nagano ¥2,000



9910 Tokyo Renovation:

Introduces several cases of space renovation and reuse and explores the methods used and the new possibilities of space they offer. Editorial Cooperation: Hijun Kasuya. Photographs: Soichi Murazumi.
Reviving the Sumida and Riverside Space.
Photograph: Karoku Kato ¥2,000



アルヴァ・アアルト

巨匠A.アアルトの全主要作品を掲載した総特集。A.アアルトのデザイン・ヴォキャブラリー：武藤 章、アアルトの年表1899-1976、アアルト建築所在一覧。

3080円



高松 伸

88年度建築学会賞受賞作のキンブラザ大阪を中心とし、1988年までの全主要作品を一挙掲載。精緻なる細部と大胆な素材の扱い、独特な造形により、紙ぎ澄まされた独自の作品を創り続ける高松伸の世界を紹介する。編陣I、III、他。

3800円



横事務所のディテール/TEPIA

機械産業情報会館 (TEPIA) というハイテクの殿堂にふさわしいデザインを支える、精密かつダイナミックなディテールの仕組みを写真とドローイングの構成で解剖する。横文彦のディテールとしては初の作品集。

6800円



菊竹清訓

メタボリスト菊竹清訓の初期から1980年までの作品集。第三世代の建築/とりかえ論1950-1960年/方法論の時代1960年-1970年/私の中の菊竹清訓の作品：内井昭雄、他/作品データ・主要作品分布図。年表、他。

3090円



早川 邦彦

プロジェクト、商業施設、都市型複合建築、集合住宅、住宅、コンペ案まで、初期の作品から1988年までの全主要作品を一挙に紹介した早川 邦彦の初作品集。SKY VILAGE、ラビリンス、成城文庫点の家、アトリウム、他。

4300円



磯崎新 ① 1985-1991 part 1

キーワードを軸に自らの作品をいくつかの流れに分けて、つくばセンタービル以来、1985-1991年の作品群を紹介。水戸芸術館、サンジェルディバレス、お茶の水スクエア、他。

4800円



白井 晟一

孤高の建築家・白井晟一の珠玉の作品集。横濱館、ノアビル、聖アキラ館、昨宵軒、夙別山寮、虚白庵、他。論文=磯崎新、針生一郎、浅野敏一郎、白井登磨。座談=大江宏+藤井正一郎+宮内嘉久。作品文献年表1935-1975年。

3605円



ドイツ表現主義の建築

1920年代のドイツを席捲した表現主義の嵐。そこにはレンガとガラスを素材とした自由奔放な造形と多様な表情をもった建築が生まれた。近代建築誕生の母体となり、現代にも影響を与える表現主義建築の全容を紹介。B.タウト、他。

3300円



磯崎新 ② 1985-1991 part 2

part1同様、自らの「自註」と共に作品を紹介してゆく。ティーム・ディズニー・ビルディング、北九州国際会議場、シュトゥットガルト現代美術館、バラディウム、[蝶々夫人] 舞台美術、他。

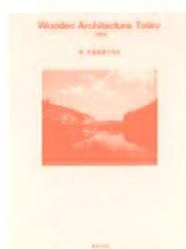
4500円



象設計集団

独自の造形理念により常に新鮮な作品を生み出し続ける象設計集団の初めての作品集。そのユニークな建築群の生々しい姿を捉える。安住町農協町民センター、名護市庁舎、宮代町立笠原小学校、進修館、他。論文=荒俣宏、宇佐美圭司、他。

4000円



続・木造建築の現在

海外61作品、国内13作品の木造建築を紹介。豊かで暖か味のある空間を生み、またあらゆる空間構造に対応できる木構造を再評価する。インタビュー：坪井善勝、杉山英男、内田祥哉。対談：今川憲美 X 安村基。

3708円



カルロ・スカルパ図面集

プリオン家基地を始めとする主要作品のドローイング約150点を収める。プリオン・ウェガ基地、フェルトレの遺跡博物館、ヴェネツィア大学文学・哲学部校舎増設案、他。文：豊田博之、カルロ・スカルパ、他。

3500円



横 文彦 ②

横文彦の80年代の活動を知る第2作品集。そこには増々精緻さと多彩さを加えた作品群が見て取れる。スパイラル、藤沢市秋葉台文化体育館、前沢ガーデンハウス、慶應義塾日吉図書館、電通大阪支社、京都国立近代美術館、他全21作品。

4326円



ブルーノ・タウト

1933-36年滞日期間の活動を中心に、没後40年を記念した特集。作品=熱海の家、ポスボラス海峡に臨む自邸、グライネルト通りの集合住宅、グレル通りの集合住宅、他。タウトの工芸品と著書、他。

2575円



安藤忠雄 ① アンビルト・プロジェクト

'70年代からの見逃せないアンビルト作品29点を紹介。JFK京都市改築設計競技案、岡本ハウジング、I計画、伊豆プロジェクト、水の劇場、中之島プロジェクトII、Iギャラリー、大淀の家案、他。

3800円



伊東豊雄

風のように、光のように変化する建築。独自の感性で貫かれた作品群。その初期から1986年までの軌跡。中野本町の家、シルバー・ハット、レストラン・ノマド、馬込沢の家、風の塔。東京遊牧少女の家具、ホンダクリオショールーム他。

3914円



ボザール：その栄光と歴史

ボザールの全貌を紹介。アカデミーの功罪：高橋秀雄。ボザールーその歴史と思想：三宅理一郎。ボザールの成立とネオ・グレコ形成。折衷主義の世界、近代の憂鬱、戦後のボザール、バリ・オペラ座の図面と写真、他。

2575円



都市デザイン | 横浜

横浜市の20年にわたる都市デザイン活動の足跡を辿り、これからのアーバンデザインの課題と展望を探る。座談会：都市づくりの新局面へ向けて、横文彦 X 義原敬 X 小澤恵一、他。

5000円

Space Design published its first issue in 1965 as a monthly journal for a general readership introducing noteworthy achievements and leading works in the fields of architecture, urban problems, design, and the fine arts. The journal has established a solid reputation over the years in the fields of architecture and design. It enjoys the support of a broad readership in an age when up-to-date information on contemporary design, urban planning, and architecture is in heavy demand. **SD** endeavors to make its features and articles ever richer in content, focusing attention on the methodological, and aesthetic themes of modern architecture, the city, design, and the arts. The text of **SD** is mainly in Japanese, but in certain cases English translations or summaries are provided for feature articles.

Send your order for subscriptions to **Space Design** and/or for back issues or hardcover editions by:

Filling in the order card below and faxing it to:
Space Design: 81-3-5561-2561

Or mail the card to:
Subscriptions Department
Kajima Institute Publishing Co., Ltd.
6-5-13 Akasaka, Minato-ku,
Tokyo 107-8345, Japan
tel: 81-3-5561-2551

An invoice will be sent immediately. Upon receipt of the invoice, you may pay by check or international money order or bank check.

Order Card

Name (in block letters please):

Address:

Fax number (if available):

Occupation:

Please check one of the options below:

- ☐ Please enter my SUBSCRIPTION to
Space Design,
starting in

	sea mail	air mail
12 issues	¥30,000	¥55,000
24 issues	¥50,000	¥80,000

Price includes postage and bank charges.

- ☐ Please process my order for the following BACK ISSUES and/or HARDCOVER EDITIONS of **SD**:

The invoice includes:

1. Price of the publication
2. Bank charges (¥1,500 per order)
3. Postage (determined upon receipt of order)

Alvar Aalto

A special comprehensive collection of celebrated architect Alvar Aalto's major works. Aalto's Design Vocabulary, by Akira Mutoh / Chronological Review of A. Aalto's Life: 1898-1976 / Worldwide Distribution of Alvar Aalto's Works ¥3,090

Tadao Ando 2

His 21 works since 1981 including Church with the Light are classified into five categories and introduced at once here. The 10-meter long drawing of Nakanoshima Project lets the readers feel his vigorous approach to architecture. ¥4,800

Arata Isozaki 2

Introduces whole of Isozaki's major works, 1976-1984, especially his shocking work: Tsukuba Center Building. Ministry of Foreign Affairs of Saudi Arabia, MOCA, Blick of Flats, Berlin, Okanoyama Graphic Art Museum, ¥4,944

Kiyonori Kikutake

Collection of Metabolist Kiyonori Kikutake's works from the early years to 1980: Architecture of The Third Generation, On the Notion of Replaceability, Phase of Methodological Search, Data, Location of Works ¥3,090

Kisho Kurokawa 2

13 major works for these 10 years, including Hiroshima City Museum of Contemporary Art which won 1990 The Prize of the Architectural Institute of Japan, and 2 other Museums are introduced. ¥4,300

Seiichi Shirai

Introduces a collection of the gem-like works by Seiichi Shirai, an architect of proud loneliness. Kaisetsu-kan, Noa Building, Sei-Akira-kan, Sasetsuken, Kohakuan, etc. Essays by Arata Isozaki, Ichiro Haryuu, Ikuma Shirai ¥ 3,605

Atelier Zo

Presents the first collection of the works by Atelier Zo who has continuously brought forth fresh works by their original formative ideas. Nago City Hall, Shinsyukan Community Center, etc. Essay by Hiroshi Aramata ¥4,000

Kenzo Tange 3

29 projects are introduced at a stroke so that his footwork in 1980's can be seen. Also, the noticeable new Tokyo City Hall is introduced through many drawings and photographs of new model. Full English text. ¥4,100

Fumihiko Maki 2

Presents the second collection of Maki's works which show his activities in 1980s. Spiral, Keio University Hiyoshi Library, Fujisawa Municipal Gymnasium, Hillside Plaza, Tokyo Metropolitan Gymnasium, etc. ¥4,326

Toyo Ito

9 projects of his semi-permeable architectures such as restaurant NOMAD and Silver Hut and 11 projects of Transformations by Light are introduced. The Shinorama Space by Kishin Shinoyama shows White U. ¥3,900

Shin Takamatsu

All of his major works including Kirin Plaza Osaka which won 1988 The Prize of the Architectural Institute of Japan are introduced. His working field in which he has continuously been creating his sharp works can be observed. ¥3,800

Kunihiro Hayakawa

His original pastel-colored works such as ATRIUM and STEPS give the architectures allegro rhythm and feast one's eyes. His works and projects for 10 years since 1978 show his world. ¥4,300

Kazuhiro Ishii

His Sukiya-village which won 1990 The Prize of the Architectural Institute of Japan and 51 other works introduce his method of composition. ¥4,300

The Expressionist Architecture of Germany

Meaning of the Expressionism which is the mother of the modern architectures and has influence on the contemporary ones is introduced by 12 architects' works. ¥3,300

Wooden Architecture Today 1989

Introduces works of Europe, mainly German, Swiss, and French, as well as of the United States, Australia, and Japan. Works in Japan include those by Shoel Yoh, TAKE-9, Hideaki Katsura and others. ¥3,708

Bruno Taut

Introduces his activities mostly while staying in Japan 1933-36. Features in memory of Taut in 40th year of his death. Architect's Own House Istanbul, Housing on Erich-Weinert Strasse, etc. Taut's Handicraft and Books ¥2,575

Ecole des Beaux-Arts and its Glorious Tradition

Updated: Essays: History and Credo, Thought Backbone/ On the Grand Prix: List of Recipients and their Presentations/ Genealogy of its Ateliers/ Collections: Notre-Dame at Lorette, Opera Theater, Paris, etc. ¥2,575

Details by Maki & Associates

Shows detail at Forum TEPIA, a showcase of high technology using a variety of new materials. The work features studies in surface, point, and line and develops numerous types of detail. ¥6,800

Kim, Swoo Geun

Introduces his 30 projects, mainly in Korea. Masan Cathedral, Korean Overseas Development Corporation Building, Art center of Korean Cultural and Arts Foundation, Seoul Sports Complex, Nam Dae Mun Market Redevelopment Plan, etc. ¥3,090

Architects Own Houses of the World

Introduces famous architects' own houses of the World. Architects: Richard Foster, Frank Gehry, Don Hisaka, Wilhelm Holzbauer, Michael Hopkins, Barton Myers, Christopher Owen, Arthur Erickson, Ulrick Franzen, Paul Gray, etc. ¥4,944

9911

都市・建築・芸術の総合誌

スペースデザイン 第422号
1999年11月号

SD

Space Design

編集長：相川幸二
副編集長：高木伸哉
編集スタッフ：
飯塚りえ 松口 龍
川嶋 穂 田中晶子
制作協力：久世 健
株式会社シックス
発行人：平田輪郎
編集人：長谷川愛子
発行所：鹿島出版会
107-8345
東京都港区赤坂6丁目5番13号

電話：
03-5561-2551 営業
03-5561-2555 編集
FAX：
03-5561-2561 営業
03-5561-2565 編集
TELEX：
02422467 KAJIMA J
振替00160-2-180883番
URL：
http://www.
kajima-publishing.co.jp

005

特集

ジャパニーズ・プロダクツ '99

インディーズなシチュエーション

企画協力・文：川上典子 青山 玲
タイトルページ写真：高山幸三

006

新しいデザイン・クリエイションにとっての
日本のシチュエーション
インタビュー：中牟田洋一

008

インディーズ・デザインの個別的な
環境／状況／事情

009

1. Ambience

010 三好隆之・富永 桂

012 富永 桂

014 スキーマ建築計画

018 酒井俊彦／松本英明

020 LivingType

022 スープ・デザイン・アソシエイツ

025

2. Sensoriality

026 廣田尚子

030 エグジットメタルワークサブライ

032 黒田潤三

034 flask

037

3. Image Gap

038 エグジットメタルワークサブライ

040 グエナエル・ニコラ

042 中村竜哉

044 西堀 晋

046 南雲勝志

048 小泉 誠

050 青山 玲

053

4. RE-Design

054 parabolart

058 トリオ・デ・パンチ

060 西堀 晋

062 インテンシヨナリーズ

064 東海林小百合

067

デザイナーズ・プロデュース
文：川上典子

068

ロス・ミクブライド

072

原ななえ

076

ショップが生み出すクリエイションの土壌

077

E&Y

078

trico

079

IDEE

080

pour annick

081

BC工房

082

Time & Style

083

Franc franc

084

80年代的デザイナー像と90年代的デザイナー像
対談：沖 健次×酒井俊彦

086

プロダクツ・ウェブ・セクション
文：伏見佳子 青山 玲

093

連載：エントロピーの森 都市のインフラストラクチャー11
写真＝ハイナー・シリグ 文＝山形浩生

098

連載 カルチャー・カフェ：今月の舞踊
「アルヴィン・エイリー・アメリカン・ダンス・シアター」 多木浩二

100

連載 カルチャー・カフェ：今月の映画「マトリックス」
浜野保樹

102

ニュース：ピーター・アイゼンマンの「ホロコースト・メモリアル」
岩永和幸

105

書評
松畑 強

106

新刊紹介

107

お知らせ

印刷・製本：凸版印刷株式会社
174-0056 東京都板橋区志村1丁目11番1号
電話：03-3968-5111 案内

取次店：トーハン・日販・大阪屋・太洋社・栗田出版販売・
誠光堂・鈴木書店・西村書店・中央社

特別定価：2,300円 [本体2,190円]
年間直接購読料：26,000円
特別定価号＋送料込み

表紙：カプセルライトジャモ2000
表紙写真：高山幸三
デザイン：山口デザイン事務所
山口信博＋狩野幸洋＋齋藤亜孝子

SD

Space Design

Chief Editor: Koji Aikawa
 Editor: Shinya Takagi
 Associate Editors: Rie Iizuka, Ryu Matsuguchi,
 Masaru Kawashima, Akiko Tanaka
 Production Cooperation: Takeshi Kuze, Digital Studio Thinks
 Publisher: Kanna Hirata
 Executive Director: Aiko Hasegawa

005

Special Feature

Japanese Products '99

Their Independent Situation

Editorial cooperation, Text: Noriko Kawakami, Akira Aoyama

Photographs(title page): Kozo Takayama

006

Japanese Situation for Creation of New Designs
 Interview: Yoichi Nakamura

008

The Separate Milieus of the Independents

009

1. Ambience

010 Takayuki Miyoshi + Kei Tominaga

012 Kei Tominaga

014 schemata

018 Toshihiko Sakai / Hideaki Matsumoto

020 LivingType

022 soup design associates

025

2. Sensoriality

026 Naoko Hirota

030 EXIT metal work supply

032 Junzo Kuroda

034 flask

037

3. Image Gap

038 EXIT metal work supply

040 Gwenael Nicolas

042 Tatsuya Nakamura

044 Shin Nishibori

046 Katsushi Nagumo

048 Makoto Koizumi

050 Akira Aoyama

053

4. RE-Design

054 parabolart

058 Trio De Punch

060 Shin Nishibori

062 Intentionallies

064 Sayuri Shoji

067

Designers' Producing
 Text: Noriko Kawakami

068

Ross McBride

072

Nanae Hara

076

The Creative Soil Produced by Shops

077

E&Y

078

trico

079

IDEE

080

pour annick

081

BC KOBO

082

Time & Style

083

Franc franc

084

Designer's View of '80s and '90s Generation
 Discussion: Kenji Oki and Toshihiko Sakai

086

Selection of Product Websites
 Text: Yoshiko Fushimi, Akira Aoyama

093

The Entropic Forest: Urban Infrastructure 11
 Photo: Heiner Schilling Text: Hiroo Yamagata

098

Culture Cafe: This Month: Dance,
 'ALVIN AILEY AMERICAN DANCE THEATER' Koji Taki

100

Culture Cafe: This Month: Film,
 'MATRIX' Yasuki Hamano

102

News: 'The Holocaust Memorial' by Peter Eisenman
 Kazuyuki Iwanaga

105

Book Review
 Tsuyoshi Matsuhata

106

Book Information

107

Announcement

Published by
 Kajima Institute Publishing Co., Ltd.

6-5-13 Akasaka, Minato-ku, Tokyo 107-8345, Japan
 TEL: 03-5561-2551 [Management], 03-5561-2555 [Editing]
 FAX: 03-5561-2561 [Management], 03-5561-2565 [Editing]
 TELEX: 02422467 KAJIMA J
 Home Page: <http://www.kajima.co.jp/group/publish/index.htm>

Printed in Japan

This Copy: ¥2,300
 ¥30,000 a year
 ¥50,000 two years

Order Form: Page 2

Cover: Capsule light Jamo 2000
 Photo: Kozo Takayama
 Design: Nobuhiro Yamaguchi / Yamaguchi Design Office

特集

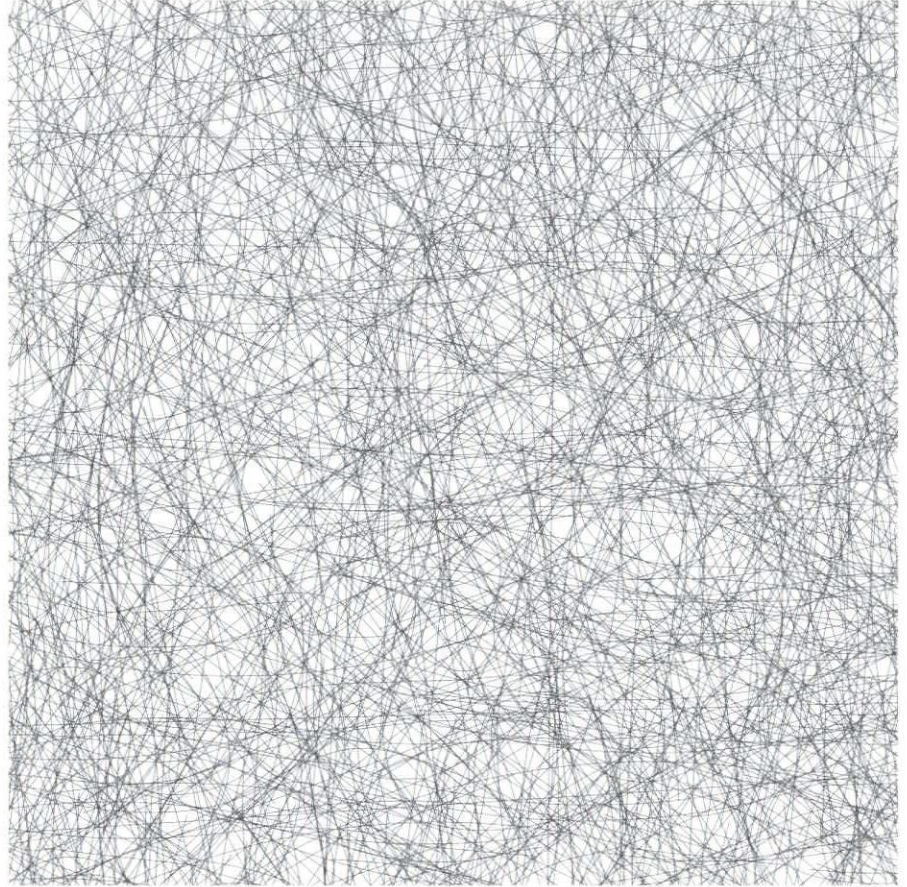
ジャパニーズ・プロダクツ '99

インディーズなシチュエーション

Special Feature

Japanese Products '99

Their Independent Situation



デザイナーが製品のデザインを完全にコントロールすること。メーカーの企画やマスマーケットに対する経済的な論理からインディペンデントであること。そんな環境から新しいデザインが創造されるのだろう。

90年代終わりから、日本でも「こんなモノが欲しかった」と言わせる、同時代の感性と生活を満足させるデザインが生まれた。多くのユーザーが実は欲しかったデザインの欠如を、インディペンデントなデザイナーが埋めていった。その作業のひとつひとつを見てみよう。あるデザインができるときの個別の環境／状況／事情を追うことで、日本で生まれるプロダクト・デザインの可能性がつかめるだろう。

企画協力・文：川上典子 青山 玲

タイトルページ写真：高山幸三

editorial cooperation, text: Noriko Kawakami, Akira Aoyama

photographs (title pages): Kozo Takayama

新しいデザイン・クリエイションにとっての日本のシチュエーション

インタビュー：中牟田洋一

——近年デザイナーから発信してゆくような展覧会やイベントが増えているが、何か状況が変わったのだろうか？

様々な理由が絡み合っています。ひとつは、日本のメーカーは超マスマーケット主義で、ユーザーが大手の作り出す画一的なデザインに不満を感じていることです。アンタイ・エスタブリッシュなもの、もっと自由度の高いものを世の中が求めているんじゃないでしょうか。それを察して、デザイナーの方もマスマーケットに対して、直接自分のデザインを訴えかけようとしている。コンピュータのマッキントッシュがそうだし、古くは、アーツ・アンド・クラフツの思想からそうでした。景気が悪い今の時期はそういうアンタイ・エスタブリッシュメントの人たちにとってのいいチャンス。今の時期にアイデアを発表したいというのはタイミングとしてわかります。ロンドンでは80年代のディプレッションのときに動きを始め、そんな時代にも光るモノをもっていた人たちの名前がいま顕著になってきている。今の日本はそこまでディプレストしてないけど、気分的にそういうモノがでてくる時期なんだと思います。もう少しミクロな状況を見てみると、たとえば景気が悪くて工場が空いている。材料があまっている。工場がそれを使ってくれる人を捜している。企業は新しいアイデアを探している。そんないい時期にあります。日本は世界有数の生産国だから、その生産流通のフローが止まるのは血が止まるようなもので、企業側にはなんとかそれを活性化しなければならないという意識があります。

——ヨーロッパの新しいデザインをメディアが紹介する機会が

増えている。日本でも一般誌で紹介される機会が多い。デザイナーはもちろん、自分の職種と無関係な人にも情報が届きやすく、プロダクト・デザインに対する意識やセンスの高い人は増えているのだろう。

デザイナーはヨーロッパの作品を直に見る機会が増えて、触発されてますね。東京での展示を見て、私も出してみようとか。展示だけではなく、各種のメディアがそれをバックアップしながら、世界の情報を輸入しているのも影響しています。現状のメディアのはたらきを考えると、たとえばスウェーデンでひとり面白いアイデアを出した人がいたら、翌月にはそれを世界中の人が知るようなことになるでしょう。その情報にまた触発されて、今日はロンドンから、明日はニューヨークから新しいデザインが発信されるといった具合に連鎖反応を起こす。今名前がでてくるひとはグローバルな発想をベースに持っている人が多いでしょう。

——ヨーロッパの教育は、学生と社会とのコネクションづくりにも一役かっていると聞く。教授や先輩などそこでできた人脈が、素材メーカー、家具メーカーなどとも結びついて、作品にもリアリティが生まれやすく、若手のデザイナーにも実践力がついているという現状はあるのだろうか？

当然、学校は情報交流の中心的存在であるべきです。実践力こそエネルギーの源であると信じています。

——マスマーケット指向のアイデアから超越した、オリジナ

**プロダクト・デザインの新しいアイデアは、
決してマスマーケットだけを指向したプロセスからは生まれない。
そこにはデザイナー側からの自由な発想が不可欠だ。
そしてそのようなクリエイティビティが活性化されるための条件や環境もまた必要だろう。
現代のデザインが生み出される際の日本のシチュエーションについて、
若手デザイナーと共同して新しいデザイン状況を作り続けてきた
E&Yの中牟田洋一が語る。**

リティのあるデザインを、企業が求めることがあるとしたらそれはどんな時だろうか？

ヨーロッパのメーカーは、オリジナリティを重視します。そこから出る商品のオリジナル具合はより鮮明です。日本ではデザインプロセスは違っててもルックスが似ている場合がよく見られます。これがヨーロッパと日本のメーカーの一番の大きな違いです。だからヨーロッパではデザイナーとしての個性を強く訴えかけた方がメーカーに取り上げられやすいと思う。またそのメーカーは、規模が小さくても世界中に輸出してるなんてことが頻繁にあるから、個性的じゃないと波及力がないんですね。でも日本でのオリジナリティの無さは、メーカーの問題だけじゃありません。製品をきちんとプレゼンテーションしてみせる場が少ない。たとえばロンドンRCAの卒業制作展などは、教育の場というよりもはや社会的な実践の場ともいえます。プレゼンテーションの違いは歴然としている。コンセプトがわかりやすい。

——日本はアジアの一大市場で、欧米の工業製品にとっても大きな消費国だ。日本のデザイナーにとってその市場は追い風にならないのだろうか？

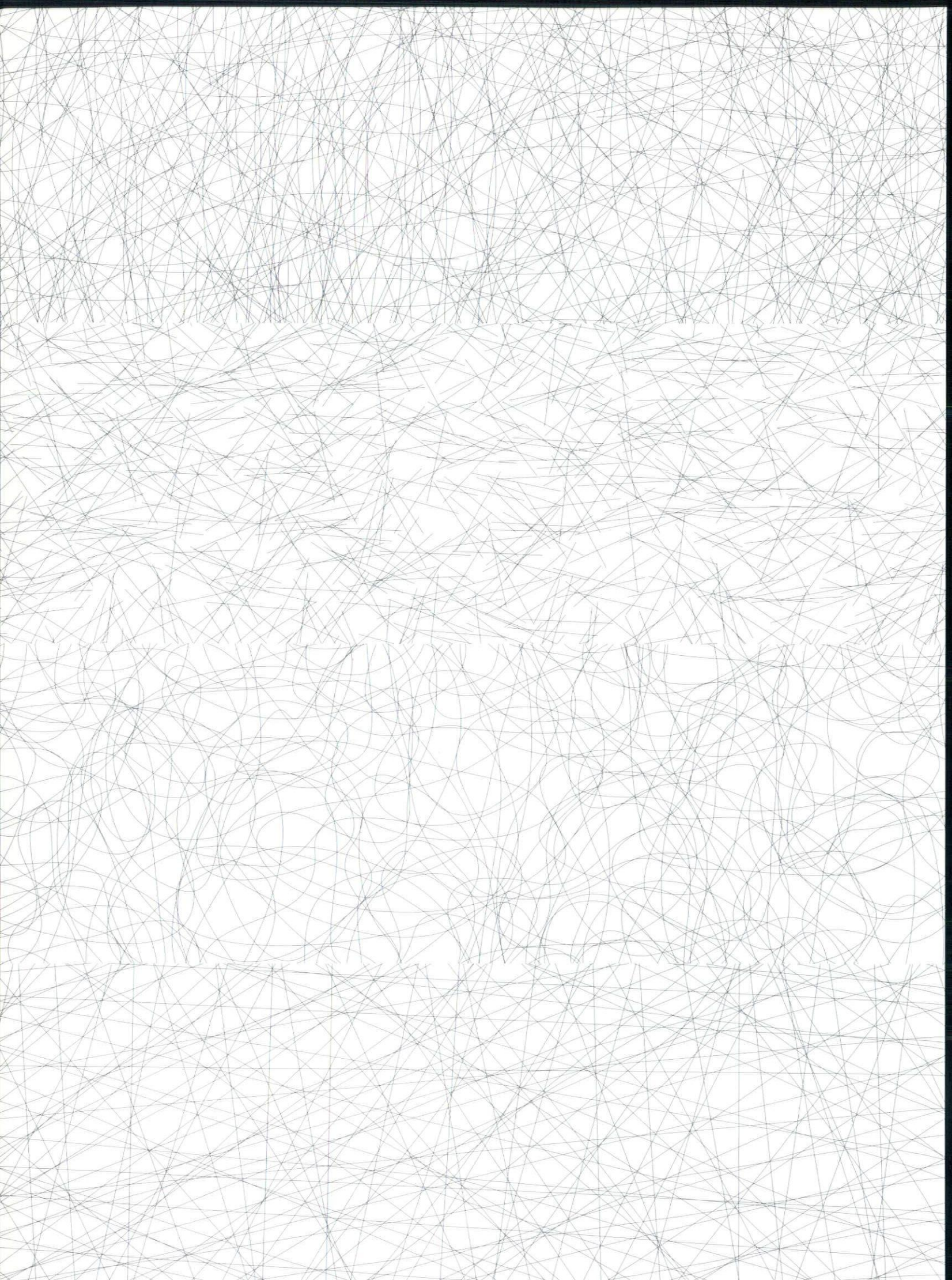
ドイツ、アメリカ、日本は特にプロダクトに関しては大きく市場を左右します。イギリスやイタリアのデザイナーやメーカーは常に輸出を大前提に考えているところはあります。

今日はユニバーサルに通用するアイデアが求められています。一つのいいデザインが生まれたときから世界の誰かが生産

したいというかもしれない。デザインは容易に世界中を巡る状況が常にあります。

東京で発表されるデザインは、ヨーロッパの人が先に目をつけて買ってゆくかもしれません。それは東京発信だけどそれがヨーロッパで生産されて、逆輸入される現象も容易に起こるでしょう。市場は日本かもしれないけど日本のデザイナーは日本で完結すると思えなくていい。それがデザインの素敵なところでは。今年の10月には東京で家具・プロダクツの展覧会が集中しますが、今までになかったことは海外のプレスが多く集まることです。彼らは東京の状況に関心を持っています。ヨーロッパよりさらにオリジナリティの高いデザインを生み出す能力を東京は潜在的に持っていると思っています。

ヨーロッパのデザインにコンプレックスを持っている日本のデザイナーはこれからはもっと日本を見て、我々の生活の中から生まれてくる感性を世界に伝えたいと思う時代がやってくると思う。(1999年10月4日 於E&Y)



ジャパニーズ・プロダクツ '99

1

トーキョウ・スタイルを
リアライズするためのこだわりのない
合理化感。

Ambience

不安から快感。

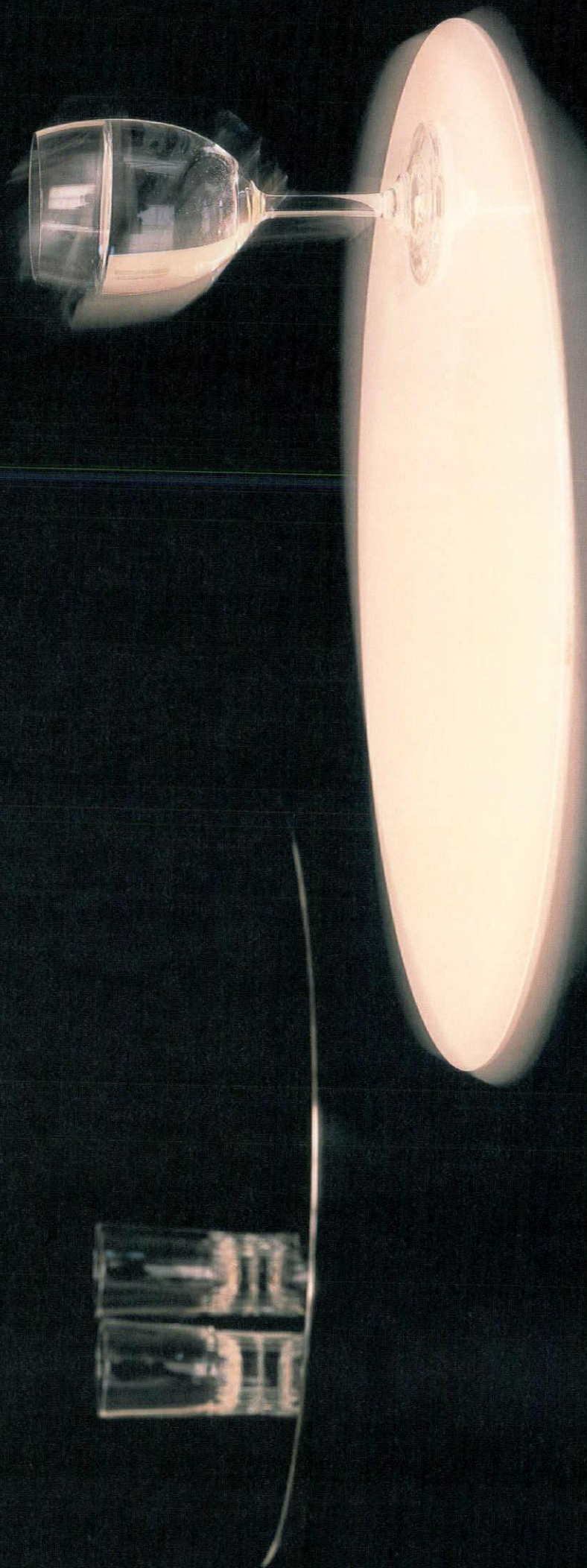


table unbalanced chair stack [ing/ed]

Takayuki Miyoshi +
Kei Tominaga

1 Ambience

table unbalanced chair stack [ing/ed]

三好隆之+富永 桂

現在の「床の上の生活」を補完するテーブルと椅子。テーブルは底面が球面になっていて、最初から天板が傾いていて、何かを載せると振動した後バランスをとって静止する。イスはひとつだと座椅子になり、スタッキングをすることによって40cm高のチェアになる。どちらも人が接して、使用するとき初めて安定する構造をもっている。

品名：table unbalanced (テーブル)

設計年：1999年

製造年：1999年

主材料：ステンレススチール、ウレタン塗装

サイズ：400φ、H=100mm

500φ、H=100mm

品名：chair stack [ing/ed] (イス)

設計年：1999年

製造年：1999年

主材料：合板、ウレタン塗装

サイズ：400×517×393mm

問い合わせ：富永 桂 (tel: 03-3331-1577)

三好隆之

1972年：岐阜県生まれ

1995年：日本大学理工学部建築学科卒業

1997年：東京大学大学院工学系研究科修士課程修了

1997年：東京大学大学院工学系研究科博士課程在籍

1999年～：Estudio Arquitectura Campo Baeza (Madrid)

富永 桂

1966年：東京都生まれ

1990年：東京芸術大学美術学部卒業

1992年：東京芸術大学大学院修了

1997年：個展「ギャラリー美遊」

グループ展「talk'n room」(ギャラリー美遊)

1998年：EXIT展参加 (E&Y)

トーキョウ・スタイルとしての「床の上の生活」デザイナーはともに東京のワンルームに生活をしてきた。住宅事情を考えると、リラックスをしたい・なごみたい人々は「床の上の生活」を選択する。自分の身体周辺が広くとれる。フレキシブルである。合理的に収納しやすい。

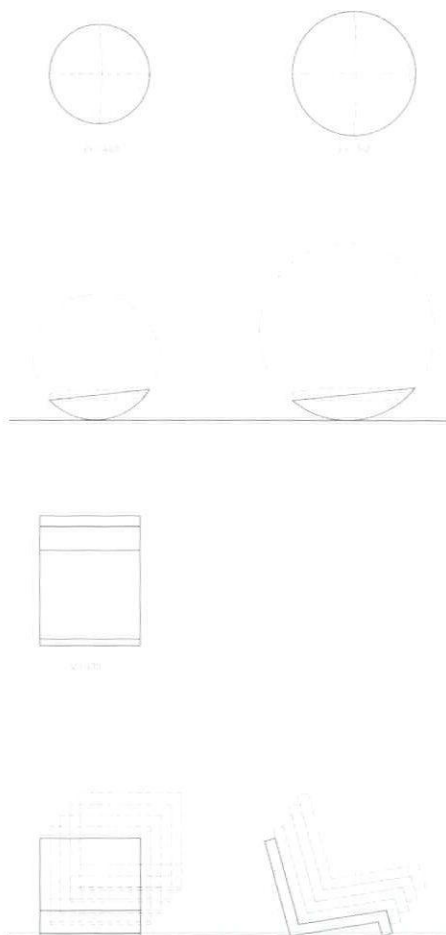
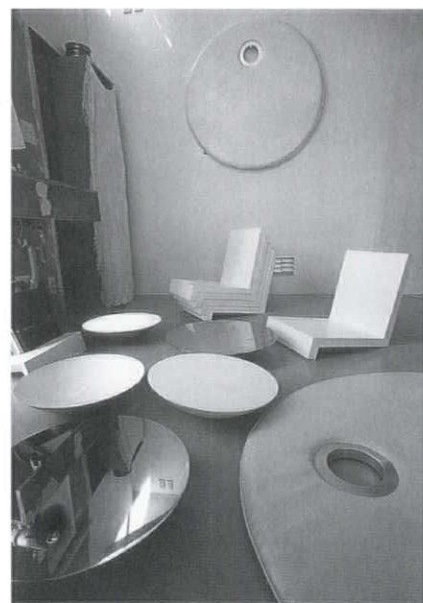
あるとき、一息ついたコーヒーカップを置こうとしたとき、ふかしたタバコを消そうとしたとき、それはすべて床の直上だった。気に入ったテーブルが無かった。それらを受け入れる何かが欲しかったことが、このプロダクト・デザインの動機となった。ここでいう彼らの「床の上の生活」はトラディショナルなものとはちょっと違う。

家具の文法の組み替え

過去に生産されてきた多くの家具を見ていると、どうも家具そのものだけで完結してしまっているものが多い気がする。人に近づいてくるような、あるいは人が近づけるような家具はないか。人の意識に働きかけるようなデザイン、見る人使う人に想像する余地を与えるデザインはないか。そのための家具の文法を組み替えることが今回のデザインの動機だとデザイナーはいう。この人が使用して初めて成立するプロダクトは、バイクにも似ている。それが愛される理由は、移動する機能にも増して人ととるコミュニケーションのありかたにあるだろう。

商品としてのプロダクトの可能性

今回のプロダクトは、10月8日から東京で行われた家具・プロダクトの展覧会「ハブニング展」に出展されたプロトタイプだ。table unbalancedは直径400mmと500mmの2種類の大きさが用意され、仕上げも白のウレタン塗装とステンレスの鏡面仕上げと、内部に蛍光灯が仕込まれ天板に半透明の塩ビ板を使った3つのバリエーションがある。全体を通して、極限まで要素を省略化した末のカタチを追求しているのも特徴。table unbalancedのステンレスの鏡面仕上げは、周辺をすべて映し込むことによってそのヴォリュームすら希薄なものにしている。またchair stack [ing/ed]の背と座の角度——96度は、ほとんどの要素を省略してもなお座り心地のよさを実現している。これらのことはすべて、デザイナー自身のライフスタイルを補完している。このスタイルがエンドユーザーと共通したときには、初めて商品化されるだろう。(編集部)



欲しかったのに無かった 家具と人のコミュニケーションを生み出すこと 1

狭い部屋だから大きな家具は入れられない。座る生活の方がリラックスできる。

その方が収納も合理化できる。そんなスタイルを補完するプロダクトが求められた。自分が欲しい家具をつくること。

一方で「座る生活」は人と家具の相互補完関係を生み出しやすい。

ここで挙げられているのは人が使って初めて安定するプロダクト。欲しかったのは家具と人の新しい関係。



my lover.

warp pillow

Kei Tominaga

1-Ambience

warp pillow

富永 桂

現在の「座る生活」を補完するマット。大人1人をすっぽり包める大きさがある。使用しないときは壁に掛けることによって収納できる。白、緑、黄の3色。

品名: warp pillow

設計年: 1999年

製造年: 1999年

主材料: アルミニウム、ビニル、ウレタンフォーム

サイズ: φ1100mm

問い合わせ: 富永桂 (tel: 03-3331-1577)

富永桂

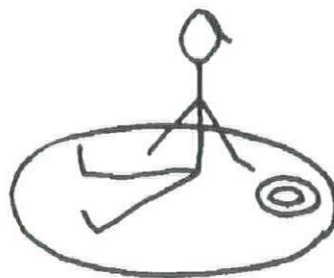
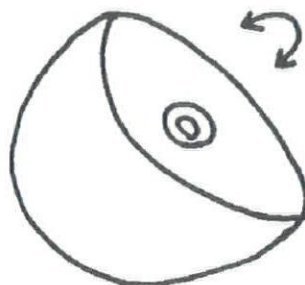
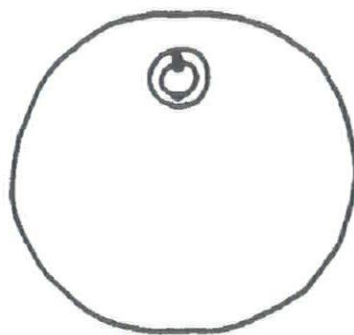
1966年: 東京都生まれ。

1990年: 東京芸術大学美術学部卒業

1992年: 東京芸術大学大学院修了

1997年: 個展〈ギャラリー美遊〉、グループ展"talk'n room"

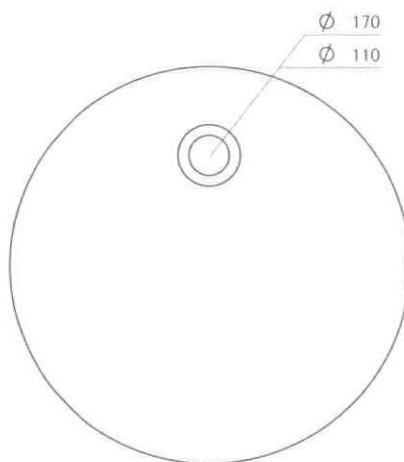
1998年: EXIT展参加 (EGY)



warp pillow

φ 1100mm

white
green
yellow



material: aluminium, vinyl, urethane foam



デザイナーはフローリングの上で生活していたが、自分のポジションが欲しかった。それは、自分より大きくて自分を包んでくれないといけない。でも過保護である必要はない。必要以上に機能があたり、頼んでもいないのにあれこれ世話を焼かれるのはいやだ。ただひとつ、私がとりつけるきっかけになる部分があればいい。〈warp pillow〉の「穴」は単に壁への収納の支持構造であるだけでなく、「私」がとりつくきっかけになる重要な部位だ。ここに腕をつっこんで自分から巻きつかれにいくのを好む人もいる。

この嗜好はこの時代を代表するひとつの感覚になりうるだろう。またそんな「シンプルだけど、でもちょっとだけとりつく島がある」タイプのプロダクトは、人とプロダクトのコミュニケーションを容易に加速し、より多くの個人にアクセスを可能にする。そしてそれは、デザイナー個人の嗜好から始まって、エンドユーザーへ伝達される、プロダクトの成立プロセスのひとつの例にもなりうる。

この作品は1998年に渋谷「ル・デコ」で行われたグループ展に出展する際に製作されたモノだ。

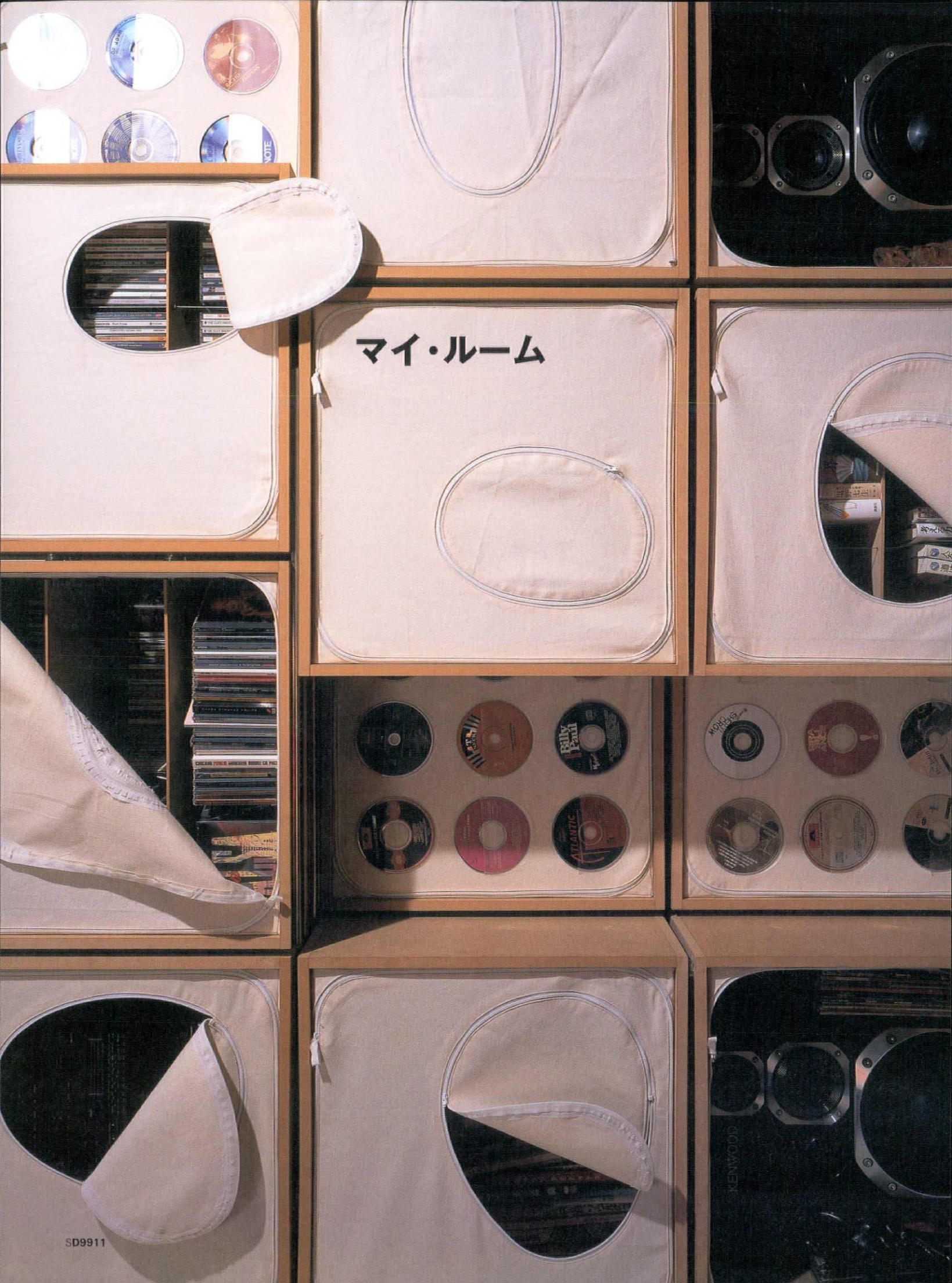
(編集部)

欲しかったのに無かった 家具と人のコミュニケーションを生み出すこと 2

自分がすっぽり包まれて、自分も「それ」と絡むことができて、

居場所をつくってくれるもの。でも邪魔なときには別のモノになってくれるもの。

そんなモノを欲しがらるデザイナーのセンスは、共有された時代の感覚のひとつともいえる。



マイ・ルーム

スキーマ建築計画

kato-

「ワンルームにすし詰めにモノを納めなければならない」、「いつ引っ越しするか分からない」といったクライアントの事情に応じて作り出した収納家具。モジュール寸法の決定、組立式、スライド機構、ユニークな二重のファスナーによる開閉……。極めて個人的かつトキオースタイル的な状況が生んだカスタマイズ度ナンバーワンの表情豊かな一品／逸品。

品名：kato-

製作年：1998年

主用途：ユニット収納家具（書籍類、CD、Yシャツ、オーディオセット等の収納）

主材料：MDF（ボックス、棚板）、帆布（フロント）、ファスナー（フロント：YKK提供）、バイク用ワイヤ全通、ジョイントパーツ、キャスター、スライドレール

サイズ：W530×H530×D450、W530×H530×D225のモジュールの組み合わせで構成

価格：165,000円（受注一品生産、限定1個のみ）

問い合わせ：スキーマ建築計画（tel：03-5464-3571）

1998年5月：倉島陽一と長坂常がパートナーを組み、スタジオスキーマを開設。

1998年7月：デザイン集団「ドミトリーアーキテツツ」のメンバーにも加わり、活動を拡大。

1998年8月：渋谷区初台に事務所を移転し、家具・インテリア・建築の設計に加えコンピュータによるCGパース業を開始。

1998年12月：（株）IDEE主催「treasured trash」展に家具・照明器具を出展。

1999年2月：技術面での強化を図る為、堀岡明彦がパートナーに加わる。

1999年9月：青山に事務所を移転。

1999年10月：有限会社スキーマ建築計画を設立、家具・インテリア・建築の設計からWEB空間の設計まで広く活動を展開している。

長坂 常（1971年生、東京芸術大学芸術学部建築科卒）

倉島陽一（1972年生、東京芸術大学芸術学部建築科卒）

堀岡明彦（1973年生、東京芸術大学芸術学部建築科卒）

制作の動機

メンバーのひとりである長坂がある日、高校時代の友人から「何かつくって」と言われたのがスタート。「～をつくって」ではなく「何かつくって」なのが普通の依頼とは事情が違う。こういうのは「受注一品生産」ならぬ「（超）受注一品生産」とでも言えばよいのだろうか。友人の名は「加藤」、サラリーマン。ふたりはかつてのラグビー部仲間でお互いの性癖も熟知(?)している関係。「加藤」からの条件は「引っ越しのしやすさ」、「予算は165,000円、それ以上は出せない」だった。これを踏まえて、スキーマによるスキーマが始まった。

「何か」の決定

限られた予算の中で「何を」つくるか。彼らはクライアントである「加藤」と時間をかけてじっくり雑談する中から判断をしていく。現在、ワンルームのスペースにはどんなモノがあるのか？そのモノたちはどんな状態になっているのか？生活する上で困っていることは？……「加藤」の極めて個人的な事情を素直に聞いていくのだ。

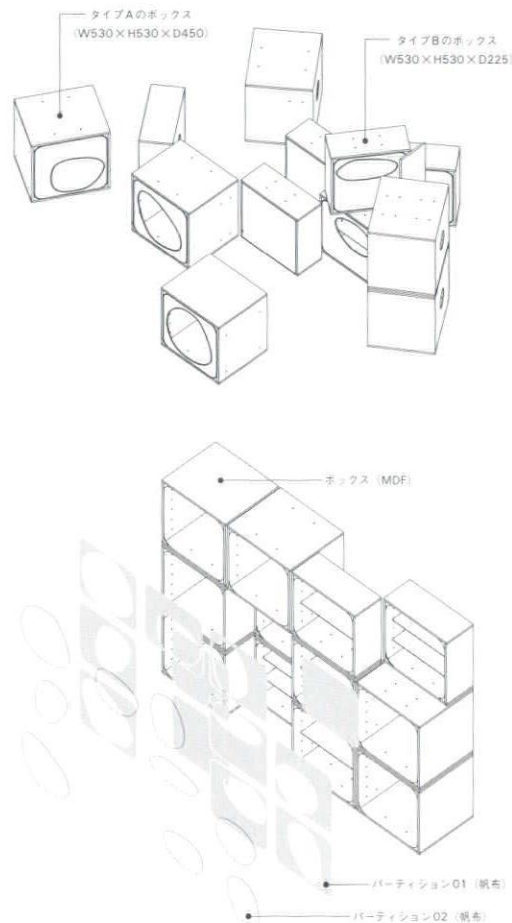
そんな中から「何を」が見えてきた。ワンルームに詰め込まれた雑多なモノたちを収納しつつ、インテリアに彩りを与える表情豊かな収納家具。「加藤」流に取り出ししたり、しまったりしやすい家具。きれいな本、あまりきれいではない本、大きい本、小さい本、CD、Yシャツ、小物、電化製品、等々。いろいろなモノをいろいろな姿で納められる家具。引っ越しにも都合の良い組立式の家具。組立のバリエーションでいろいろな姿を見せる家具。ワンルームというスペースに寄生しつつ移動できる身軽な家具。それが「加藤」のための家具、〈kato-〉である。

サイズの決定

彼らは基本的には設計から製作まですべて自分たちで行う、いわゆる「セルフビルダー」である。従って、今自分たちが保有している自前の技術力、製作スペース等に見合った「自分たちの手で製作可能なモノ」を設計していくことが必要なのだ。彼らが自分たちの家具について「モジュールや移動可能性といったことに関心がある」と言うのもその辺りと関係があるのかもしれない。

〈kato-〉は「モジュール」、「移動可能性／引っ越しやすさ」、「様々な大きさの雑多なモノたちを包含する収納力」を考慮した、モジュールによる組立式の家具構成となっており、それによって収納ボックスのサイズが立体的に決められている。

収納ボックスのサイズは2種類。まず、タイプAのサイズはW530×H530×D450。これならたいのモノは納まる。大きな本、オーディオセット、ちょっとした電化製品……。畳んだYシ



「加藤」の事情による〈kato-〉の構成

ライフスタイルと家具のカタチの同一化 〈超〉受注限定一品生産

「一粒で二度オイシイ」、かつてこんなフレーズのCMがあった。「一粒で何千度オイシイがれるか」、これが市場の論理。

そこには、見えない消費者「群」を想定し、それを家具というカタチにリアライズするための戦略的ともいえるデザイン作業がある。そこには、最大公約数的な折り合わせがある。

ところが、彼らの状況は違っていた。友人からの「俺のために〈何か〉つくって」という何とも曖昧で個人的な事情からスタートし、何とも親密なる「限定一品」の家具生産に挑んだ(?)のだ。

ヤツなら横2列で並べられる。棚板を1枚セットすれば、たいていの本は納まる。次に、タイプBのサイズはW530×H530×D225。つまり奥行きだけが半分の寸法で、他は同じに設定されていて、前後に2つ重ねてスライド式にすることでタイプAと外形が揃うようになっている。この奥行きはCD、文庫本にはぴったりのサイズ。棚板を2枚セットすれば、3段にきれいに納まる。さらに、フロント面にはCDを9枚並べてディスプレイできるようにになっている。このように「加藤」の身の回りのモノたちのサイズ群というファクターから主として〈kato-〉のサイズは決められているのだ。

素材の選択・調達・加工

「受注一品生産」はコスト的には高くつく。「加藤」の予算は限られている。この状況に挑むには知恵と行動力が必要だ。

〈kato-〉の主材料は「MDF」。これは木を繊維状にして圧着した成形板で、彼らが好んで使う素材である。ここではボックスと棚板部分に使用されている。「MDF」の魅力は何といってもローコストであること。900×1,800板（t=21mm）1枚あたり2,000円程度で、板厚も3mmから30mmまで3mmピッチで生産されている。強度も同じ厚さの積層合板よりもあり、家具にも適している。彼らはこの素材を江東区木場にある製材工場に直接買い付けに行くことで、ローコストでの調達を実現している。

フロント部分の素材には〈kato-〉の「加藤」へのカスタマイズ度の高さが存分に発揮されている。「収納された雑多なモノたちが丸見えなのはイヤだ。かといって、全部隠してしまうと何処に何があるのか分からなくなってしまうから困る。見せたいモノと見せたくないモノにうまく対応できないか。取り出したいモノだけをすぐに取り出したい。」こんな「加藤」のリクエストに応じて彼らが選んだ素材は「帆布」と「ファスナー」だ。収納のフロント部分を「帆布」で全面覆いつつ、

「ファスナー」で自由に開け閉めでき、取り外しもできる。しかもその内側にももうひとつ開口が空くように曲線状に「ファスナー」がセットされている。つまり「二重ファスナー」構成になっているのだ。ふたつの「ファスナー」の自在な開閉具合とその開口形状が「加藤」のライフスタイルとピッタリと一致している。しかも、彩りをフレキシブルに演出できる仕掛けとしても機能している。まさに「加藤」のカタチ＝〈kato-〉だ。

「帆布」は日暮里の間屋で買い付けた。「ファスナー」の調達は？彼らはYKKファスナー事業部にアクセスした。YKKの「創造する者には協力を惜しまない」という企業理念に着目したのだ。結果的には材料の支給と工場加工までを無償で協力してくれた。しかし「帆布」と「ファスナー」のジョイント施工には相当の苦労があったという。建築出身の彼らにとって柔らかい素材とスムーズに動くファスナーの結合を達成するには未知の世界があったのだ。採寸の「逃げ」具合が建築とは随分違う。すぐに「しわ」がよってしまうのだ。ファスナーの曲線検討を重ね、縫製を勉強しているメンバーの家族の協力を得てようやく困難をクリアした。

ボックス内の棚板とワイヤーとの「止め金物」にも知恵がある。通常の既成金物よりローコスト

な物はないだろうか？そこで目を付けたのが、オートバイのブレーキ調整の金物だ。これによって機能を損なわずにコストダウンを実現した。

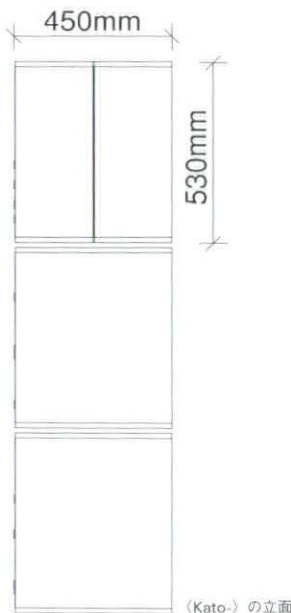
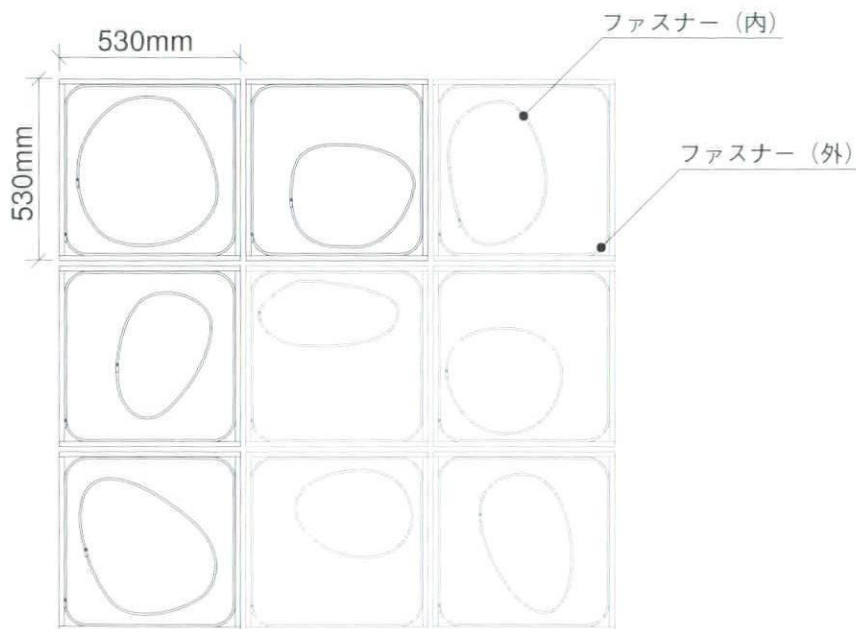
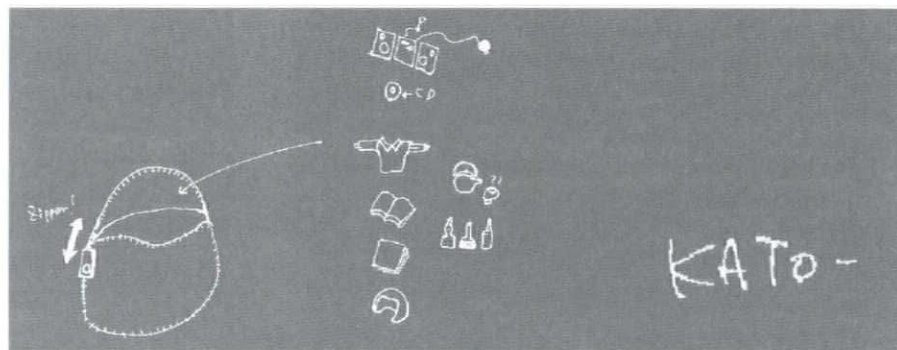
与えられた状況に対してしなやかに応えていく彼らの「知恵」と「行動力」の連鎖のプロセスが〈kato-〉という形で達成されているのだ。

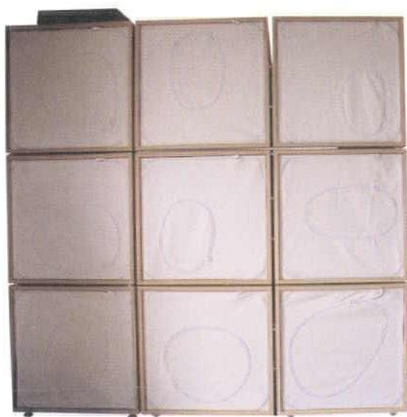
「スキーマ」な感じ

「建築と家具の役割分担、双方の距離感を意識化し、既にある建築のスペースをフルに活用し、そのスペースをキズ付けずに寄生するような家具をつくりたい」と言う彼ら。

すでにある個別の状況を活用しそれに応える。そこに介入する変換のフィルターを、彼らは「スキーマ」と捉える。そのフィルターはあくまで「クール」でそこには「頭脳」とか「魂」とかを持ち込みたくないのだと言う。さらに、「状況の中で形成されていくプロセスそのものにバランス良く応えていきたい」と続ける。「トーキョー」という状況と向き合いながら、予期できないモノやコトに対して開放して漂いながら、「クール」なフィルターを通して応えていこうとするスキーマ建築計画の「スキーマな」感じは、〈kato-〉が醸し出す雰囲気からひしひしと伝わってくる。

（編集部）

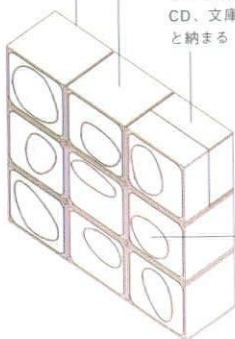




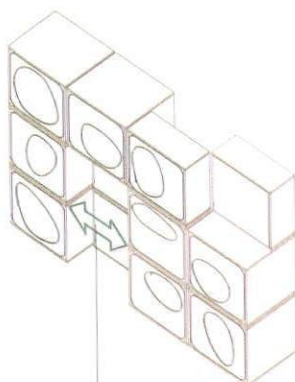
タイプAのボックス：「加藤」のたいていのモノは十分納まる（雑多な書籍類、オーディオセット、電化製品、Yシャツ……）

背板には配線取り出し用にあげられた開口

タイプBのボックス：CD、文庫本類がピッタリと納まる



見せたいモノが見え、取り出したいモノがすぐ取り出せる
ファスナー式の開口部（ファスナーの開閉具合で「加藤」のリクエストに自在に応える）



スライド機構により、奥に潜むタイプBのボックスが有効に機能



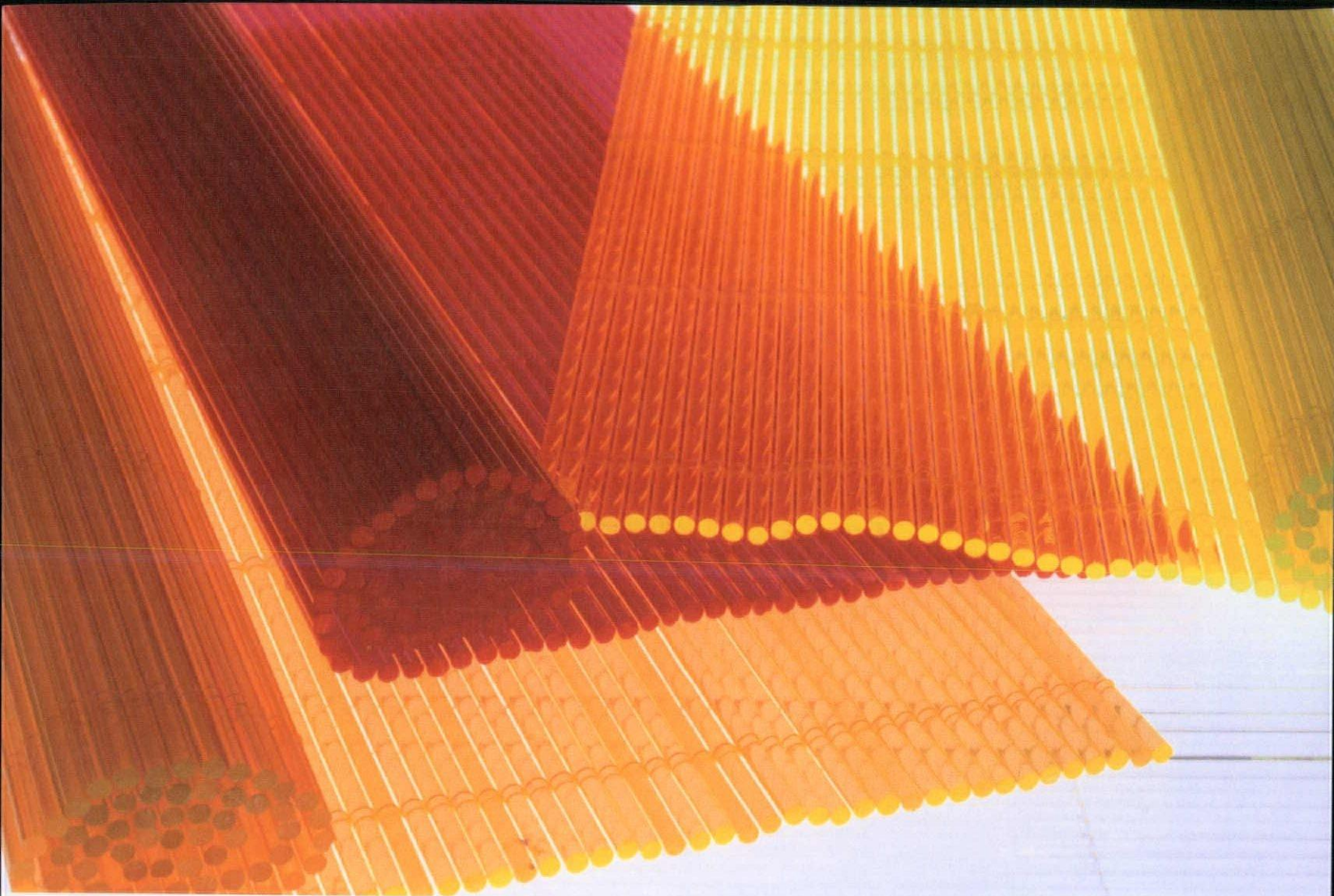
〈kato-〉のスライド具合



〈kato-〉のファスナー具合



ファスナー部分ディテール



stylish colours.



Food!

Toshihiko Sakai

Place Mat

Hideaki Matsumoto

1. Ambience

フード!

酒井俊彦

ランチョンマット

松本英明

フード! : 中・大型犬用アクリル製エサ入れ。
赤、オレンジ、青の3色。大きい犬はエサ箱に
重量が必要で、これまで軽いプラスチックを
避けて金属製のものが多かった。

ランチョンマット : アクリル製ランチョンマッ
ト。赤、黄、オレンジ、透明の4色。日本の伝統
工芸品「黄巻き」と同様の編み込みをしている。

品名 : フード!

用途 : 犬のエサ入れ

設計年 : 1999年

製造年 : 1999年

主材料 : アクリル

サイズ : 240×170×95mm

価格 : 各色5,000円

問い合わせ : (有) サカイデザインアソシエイツ

(tel: 03-5363-1039)

品名 : ランチョンマット

設計年 : 1999年

製造年 : 1999年

主材料 : メタアクリルロッド

サイズ : 3φ×400×300mm

価格 : 3,000円 (クリアタイプ)

問い合わせ : East & West (tel: 03-5368-6469)

酒井俊彦

1964年 : 高知県生まれ。

1987年 : 東京造形大学卒業。

1989年 : (株) コーゾーデザインスタジオ入社

1991年 : 取材をかねて1年間渡豪。

1992年 : 帰国後 (有) サカイデザインアソシエイツ設立

松本英明

1964年 : 神奈川県生まれ。

1987年 : 東京造形大学家具コース卒業。

1987年 : (株) イノウエインダストリーズ入社

1991年 : EAST & WEST設立

ヘアクリニク A-ONE 青山店、沖縄店のインテリアデザイ
ンを手がける。

p. 18 上 : ランチョンマット (©TS Studio)

下 : フード! (©姫野清司)

ミラノサローネ・サテライトブースに出展

酒井と松本は、他の2人(山口、鷹取)とともに
オフィスのワンフロアをシェアしている。酒井は
ID出身。松本は家具デザイン出身。鷹取は建築
出身で展示会ブースのデザイン、山口も建築出身
でショウウィンドウのデザインを手がける。4人
が日頃共同製作をしているわけではないが、昨
年、今年とミラノサローネに共同出品した。サテ
ライトブースは各国のバイヤーの引きが強く、彼
らの作品の中で最もオファーが多かったのが、こ
の「Food!」と「Place Mat」。「Food!」はダナキャ
ラン、オーセンティック、エリッシュモや他欧米の
雑貨店約20社から、「Place Mat」はダナキャ
ラン、フィルオッチ、ハビタなど4社から、販売契
約の話を持ちかけられた。アクリルを使った雑貨
の根強い人気と、ペット用品ブーム、あるいは日
本のトラディショナルなモノのおもしろさがウ
ケたのだろう。

リーズナブルな価格設定

酒井は「犬飼ってるヒトは多いけど、(大きい犬
でも安定する) 重いエサ入れはない」「透明度の
ある安っぽい未来感をデザインしたい」というこ
とからエサ入れを作り始めた。最初はガラス素材
を考えた。しかしガラス片を再溶解して型に流し
込む製法(パートドメール製法)をもっている業
者は、自社のオリジナルデザインにしか使用を認
めずに断念。次にアクリルで手作りしたが、材料
費だけで2万5千円かかってしまうのでこれもヤ
メ。無垢のアクリルだから素材の量が多くなって
しまうので、次にこれを中空にした。アクリルの
厚さは4mm。金型で2つのパーツをつくり、超
音波圧着する。この中空の部分にユーザーが水を入
れてキャップをして使用する。ウォーター・ダ
ンベルと同じように使用するときに重量を加える
仕組み。これなら流通も安価に済む。しかし、次
に問題となるのは金型の製作。500や600のロ
ットではとてもじゃないが金型を起こせない。マ
スプロダクツにかなう値段にまで落とせない。と
ころがたまたまつきあいのあったメーカーが中国
の金型メーカーと取り引きしており、ここに活路
を見いだす。中国では金型業者が、その金型に素
材を流し込んでパーツを生産する成形業も兼ねて
いることが多い。成形まで一緒に発注すること
で、人件費の安さもあり、日本で200万
円する金型製作が、そこでは60万円で済む。中
国との取引は一筋縄ではいきそうにないが、得意
先のメーカーを通すと、予想以上のクオリティで
製品が帰ってくるという。

東急ハンズの素材と日本の伝統工芸

松本は今の空間に適する「和」のプロダクトを
実現したかった。今回のサローネの出展で「食」
をテーマにしていたこともあって、アクリルで
できた黄巻きを考案する。東急ハンズで既製のアク
リル棒を買ってきて、これを簾職人に編んでもら
おうと依頼した結果全部に断られた。出展はしか
たなく自分で編んだモノを持ち込んだが、バイヤ
ーからは人気があった。このときのプロトタイプ
製作材料費は5千円。急速生産計画を立て直し
た。知り合いを通じてドイツのメーカーを見つけ
たが、ここでは上代5千円にまで下げさせた。し
かしまだ満足できずに日夜インターネットで探し
続け、とうとう国内でも上代3千円で製作できる
メーカーを発見。現在輸出用に、パッケージング
や製品表示法を検討中。



ランチョンマット (© 姫野清司)

「YOKO」と「AKIKO」

酒井は、「YOKO」や「AKIKO」といったカワイイ椅
子のデザインで知られる。それらの家具は、もと
もとあるカフェのインテリアのために制作した椅
子であったが、直後に雑誌「商店建築」に広告を出
して、セルフプロデュースの受注販売を行った。
すぐに人気商品となったのだが、その理由はとて
もかわいいデザインとそこそこの座り心地の良さ
と、何と言っても当時3万円を切る安い価格。安
価な素材と、3次曲面を使わず、カットした合板
をウレタンで巻き、スプリングを入れ、アクリルの
布で包んだだけの簡単な構造によって実現したモ
ノだ。



カフェ「もくれん」のインテリア。
「YOKO」チェアと「AKIKO」ストール

セルフプロデュースのデザインを 安価に実現するタイミング

デザイナーのセルフプロデュースした製品はロットが少なく高価になるのが必然。

しかし、ここではあるタイミングをつかんで安価に実現できた。

それは「リーズナブルな価格設定にすることに意味がある」というデザイナーのコンセプトにも基づいている。

なごみ。

shokki

LivingType

1 Ambience

触器

LivingType

オーガンジーとパネロンという不織布を使用した試着室。そこに映像を照射し、無味乾燥な、ともすれば軽視されがちな空間を映像体験の場へと変化させる。イベント用だからこそ可能な、贅沢な着替えの場である。

設品名：触器 / shokki
設計年：1999年9月
生産年：1999年10月
主材料：オーガンジー（6300-FB）、パネロン、他
使用機材：フラザーミシン teddy800、SONY プロジェクター CPJ-200、他
価格：応相談
問い合わせ：LivingType
mail@lvtp.jp.org
http://lvtp.jp.org
tel: 070-6101-9206

LivingType

アーティストとして活動しながらも設計事務所に勤務する中田和也（KAYA）を中心に98年に結成されたユニット。コアメンバーはKAYAのほか、橋本尚、瀬田憲男、鋭持裕界、佐藤一成、家守倫子、佐藤久美子の7人。法政大学の吉江研究室を中心にしたメンバーである。オブジェ的なモノの制作を手がけていたが、これを脱して人が和める空間を生み出すべく始動した。



LVTPとして最初のプロジェクトである駒場寮屋上でのイベント

建築設計を行う一方、アート活動も行っていたリーダーのKAYA。彼がメディアアート集団「flow」のプロジェクトの空間構成を担当したことがきっかけで、その後1年に15回もの空間演出の依頼を受けることとなったLVTP。彼らの空間構成のコンセプトは「心地よい空間」だが、これが時代が求める気分とうまくマッチしたのである。これ以降、東大駒場寮での3回のイベントや、ライブイベントの空間構成を手がけるが、どれも要求されることは「居住性」と「仮設性」。そこで、彼らはしばしばフェイクファーを使った「ファーベット」を敷き詰める。雰囲気の良いオーガンジーを用いる。ここには、無機質な素材で体温を感じさせない演出が主流だった頃とは明らかに違う、安心できる何かを求める空気が感じられる。そこに人を座らせたり、寝転がって空に照射された映像を見る。例えば踊り狂うのでもなく、刺激の強い音を聞かせるわけでもなく、常に心地よく和めることが大切なのである。

ハブニング展への出展のために制作された試着室は、それ以前のイベントで使用したオーガンジーを積層したスクリーンがモチーフ。クラブなどのイベントで映像は欠かせないが、この映像を「体験したい」という発想がオーガンジーのスクリーンに昇華した。出展する試着室には、草木、空といった自然環境の映像を写し身体全体がそれに優しく包み込まれる。イベントの空間演出同様、あくまでも安らぐ空間を提供する。

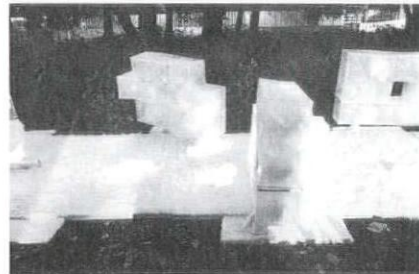
外から見えない、しかし映像は見えるというちょうどいい透過性を確保するため、また敷地が限定されているため、2層にして外層はこれまでと同様のオーガンジー、中の層をパネロンという不織布で制作した。吊り下げの形で各層をそれぞれ独立して回転するように設計し、こちらの動きに従って映像が動くという効果がさらに発揮されている。これまでのスクリーンに比べ、一人の人間を完全に包み込むという点で「映像に優しく包み込まれる」という彼らのコンセプトが最も明快に現れた作品に仕上がっている。透け感のある素材の中で衣服を脱ぐのには一瞬の抵抗を感じるが、映像を照射されると、その映像がどこにもつかない空中に照射されたような感覚に陥り、一種体験型の現代美術のようでもある。（編集部）



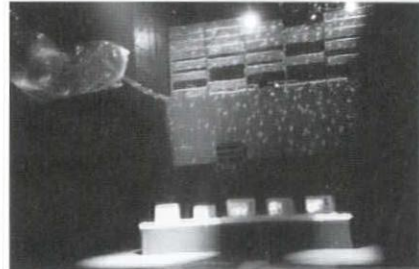
触器（試着室。閉扉状態）

LVTPイベントヒストリー

- 1998年8月5日 3rd movement 1st 駒場寮 東大駒場寮屋上で開かれた「究極のオープンカフェ」を銘打ったイベント。LVTPは家具を担当。
- 98年9月5日 3rd movement 2nd 駒場寮 「究極のオープンカフェ」第2回。LVTPが空間構成をすべて担当。触感を意識させる「ファーベット」を発表。
- 98年9月27日 3rd movement 3rd 駒場寮雨天のため屋外ではなく寮内の弁天庵にて開催。
- 98年10月21日 OVALライブ 慶應SFC アンビエントテクノ「OVAL」ライブの会場構成。アーティストを囲む形でファーベットを設置。
- 98年11月8日 Start today Milk インディーズのバンクバンドを集めたライブ。「映像を体験する」をテーマに巨大スクリーンを設置。
- 98年11月21日 cafe in woods 駒場 森の中のオープンカフェイベント。プロジェクターを空に向け、森の木々に映像を照射。地面にはファーベットを敷き詰めた。
- 98年12月23日 ELECTRIC BALLROOM TOUR MISSION ダンステクノDJ、トーマス・シューマッハのライブPAの会場構成。
- 1999年1月15日 NUDE LOOP テクノのダンスパーティの会場構成。スピーカーをオーガンジーで包み、映像を投影。
- 99年2月6日 切断・連鎖 共存 電子音楽家、瀬田康司とコントラバス奏者、菊池雅晃のセッションコンサートの会場構成。
- 99年2月28日 KAGE-RAW BUENOS プレステ用ソフト「天誅」とこの音楽をサンプリングしたDJ、マイク・ヴァン・ダイクのニューアルバム合同リリースパーティの空間構成。
- 99年2月28日 SONY SOMIDO COLLECTION99 SOMIDO ホール ソニー・ミュージック・コミュニケーションによるアートコレクションに参加。
- 99年7月19日 Cafe Planet P3 同ギャラリー10周年記念パーティの会場構成。



森の中のオープンカフェ。「野点」的空間を提案



吹き抜け部分に6×3mのスクリーン、また天井に風船とビニールによる巨大オブジェを設置



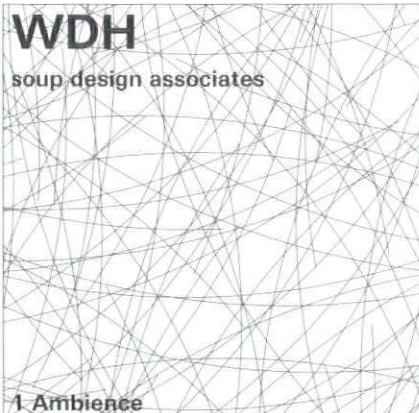
テクノパーティNUDE。ルーバー状のファーの映像用スクリーンも設置。優しい空間を作り出す

和みを求める時代の空気を感じとり 軽やかな空間を演出

イベントにおけるカフェや舞台空間の演出が現在の主な活動であるLivingTypeが、今回はオーガンジー素材のスクリーンに映像を照射する試着室を制作。



lightness/movable/economical.



1 Ambience

WDH

スープ・デザイン・アソシエイツ

「軽い、折り畳める、運びやすい」段ボール製の家具シリーズ、「WDH」。「幅・奥行き・高さ」の3つの「サイズ」をクールにそしてストレートにカタチにした家具。何の道具も使わずに段ボールのパーツを折って差し込むだけでパタパタと完成する組み立て、解体自由の家具。1種類の定形段ボール板から、カッティング・ラインの違いだけで7種類の家具が出来上がる、そんなバリエーション豊かな家具シリーズ。

品名: WDH

製作年: 1999年

主用途: 家具

主材料: AB段ボール (t=8mm)

サイズ: 5種類のサイズ (W×D×H) ラインアップで7種類のバリエーションが用意されている。各サイズは、「W900D300H1700」「W850D350H850」「W850D350H350」「W600D600H600」「W600D600H350」。

問い合わせ: soup design associates
(tel: 03-3720-1470)

1999年5月: soup design associates 結成。メンバーは、土井伸朗 (1973年生、アーキテクト)、渡辺賢 (1973年生、アーキテクト)、山城弥生 (1976年生、シェフ)、黒岩里恵 (1974年生、インテリアデザイナー)、尾原史和 (1975年生、グラフィックデザイナー) の5人で構成される。

メンバーは各々別の仕事を持っており、主に週末に集中的に活動を展開している。現在活動の拠点はなく、神宮前のカフェが格好のミーティングスペースとなっている。

1999年10月: 「HAPPENING」展に (WDH) を出展。

制作の動機

東京中をトラックで移動しながら都市の中にゲリラ的にカフェを開く、そんなユニークなイベント活動を展開している連中がいる。イベント名は「pop-up cafe」。1998年5月、彼らからスープ・デザインに家具の依頼がきた。条件は「雑多な道具を収納でき、運搬性に優れていること。カフェ・フロント、キッチン・カウンターとして使えること」、つまり「移動カフェのための家具」である。

双方でのミーティングを通して機能と素材選択に関するコンセンサスがとられていった。合板、プラスチック材、段ボール等が検討され、「運搬性第一とし、平面状に畳めること」を前提にして「段ボール」で製作するという了解事項の下、具体的な設計作業がスタートした。

「カタチ」ではなく「サイズ」への意識

彼らは、「スープ・デザイン」というチーム名称についてこう語る。「スープはベースになる液体の中に色々な具が入って出来ている。アウトラインが全体的にははっきりしない食べ物であるが、互いの具とベースになる液体とが親密な結びつきをもっている。そのどちらか一方だけ食べるのではなく、液体と具とを同時にすくって食べるといったその同時性あるいは全体性が重要であり、それがスープ・デザインの基本的な考え方である」。「スープ・デザイン＝彼ら」というベースを「段ボール」という具に如何に絡ませて全体として「家具」を成立させるか？さらに、ユーザーは彼らデザイナーをもすくって「オイシクする」事が出来るのだろうか？

そこに彼らは「サイズ」という考え方、「W,D,H」を持ち込む。「僕たちが目指しているのは、大人にとっての座る場所が、子どもにとってはお絵描きするための机であったりする家具。それぞれの身体スケールの違いによって使い方がヒトによって発見されるような家具なんです」と語る彼ら。機能に対応してすでに名付けられた「椅子」や「家具」にサイズをあてはめていく通常のベクトルとは逆に、「サイズ」がまずあり、それが必要な時々で椅子や机としてその都度機能する、そういった意識なのだ。従ってそれは、我々の「家具を選ぶという行為」にも波及してくる。機能に応じて名付けられた「～用の家具」の中から「選ぶ」のではなく、「サイズ」を「選ぶ」ことになる。それによって、「行為とサイズの関係」がコンシャスになり、そこに新たな「家具」の地平が広がる可能性があるわけだ。

「段ボール」にも「サイズ」がある。まず、1枚の段ボール用の既成の定形板がある。これにカッ

トを施し、折り目を入れ、組み立てる。完成品の機能は「W,D,H」で決まる。これは彼らにとって格好の素材なわけだ。「家具」を段ボールを組み立てるのと同じように「段ボール」を使ってつくる、そして「WDH」と名付ける。方針は決まった。

段ボール業者とのコラボレーション

製作協力を得るべく段ボール業者探しは至ってシンプルかつエネルギーギッシュ。電話帳で片っ端から電話し、「家具製作の旨」説明し相手の反応を伺う。その中で巡り会ったのが墨田区の段ボール会社、「五十嵐製箱」だった。パッケージの包装設計から製造、配送までを行う、まさに「段ボール」のプロ集団。さっそく出向いてミーティングし、なんとその日に設計のアウトラインが出来上がったと言うのだ。業者から「出来ること、出来ないこと」、「使用できる段ボールの定形板のサイズはW1,350×H1,800」、「カットの箇所数が増えれば強度がおちる」との指摘を受け、「カット数が出るだけ少ないデザイン、無理をしないデザイン」を前提に協同作業を展開してきた。

作業フローは、まずスープ・デザインが定形板からどのような「W,D,H」のバリエーションを切り出すかを計画し、そのデータを業者に転送する。それを受けて、段ボールのプロが成立し得るバリエーションの検討と設計を行ない、製作図をおこす。ここで、歩掛かりのよい寸法への調整や作業効率を考慮した基本パターンの設定とバリエーション展開の検討が徹底的に行われる。次に、このデータをコンピュータ制御でカッティング・マシンに連動させて、段ボールがデータ通りに切り出される。これに加工を施し、組み立てれば「家具」が完成。もちろんこの過程で修正作業が繰り返されるが、至ってシステムティックな工程である。ここで強力な力を発揮しているのが大型自動カッティング・マシンの存在である。カット精度1mm以内で最大1,600×2,700サイズまで対応できる、主としてサンプル製作として活躍している優れモノ。このお陰で寸法的には申し分ない精度が得られるわけだ。

しかし、ここからが厄介なのだ。「段ボール素材がもつ方向性による反りを考慮し、組み立てに支障のない寸法の逃げを見込み、家具としての強度を確保する」という問題に、段ボールの「プロ」が挑み、モックアップによる試行錯誤を繰り返す。それを受けて、スープ・デザインが「家具」としての納まりを提案する。さらに、それが出来るかどうかを検討する。そのプロセスはさながらテンションの高い「異種格闘技」の様相と言える。

ようやく完成を迎えた段ボール家具シリーズ、

見慣れた素材のデザイン・プロダクトへの転用とそこから発生する用途概念の変換

身の回りにある見慣れた素材を転用してデザインしてみると、そこには一体、どんなシチュエーションが待ち受けるのだろうか？

「段ボール」で家具をつくったら？「段ボール」業者にとってまったく畑違いの「家具」製作。

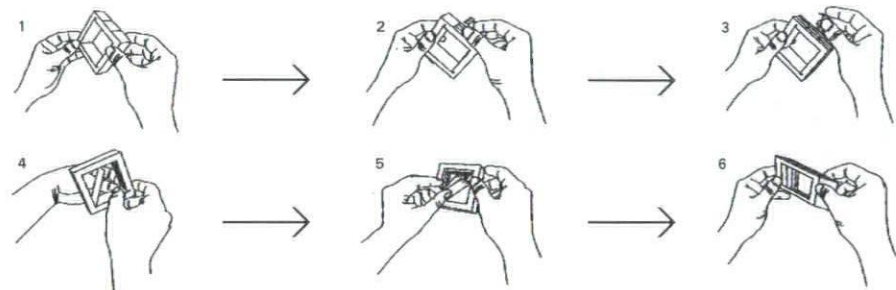
使える材料や採寸の問題、「出来ること、出来ないこと」、そして耐久性の壁……。やはり、いろいろ待ち受けていた。

それは、「転用」による「畑違い同士の協同製作」にはツキモノなのだ。

その業種に居ればこそ、意外な消費構造に気づかれ、それは時としてデザインの契機にさえもなりうる。

「WDH」。「段ボール」のプロからの示唆に富むアドバイスもある。「段ボールの素材特性は軽くて、丈夫なこと。しかし耐久性に問題がある。家具のもつ必要性能とこの素材とのギャップをどう折り合わせていくかが問題」。「段ボールにはチープなイメージが定着している。八百屋に行けばただでもらえるモノだからだ。その素材で家具をつくり、それにプライスが発生する。もちろん生産コストと生産量によるが、価格に対するイメージの

ギャップをどう埋めるかも問題」。その辺りが今後のポイントのようだ。一方で、来年「包装容器リサイクル法」が施行され、リサイクルコストの企業負担が義務づけられる。「段ボール」はこの除外対象となっている。そのため、あらゆる業界に使用素材の段ボール化を検討する動きがあるのだ。「段ボール」が今後ますます、家具・プロダクトの世界にとって、課題はあるものの注目される素材になっていくことは確かなようだ。(編集部)



この段ボール家具シリーズは、3Dの家具を2Dに畳むことができ、家具自体が収納可能な家具である。



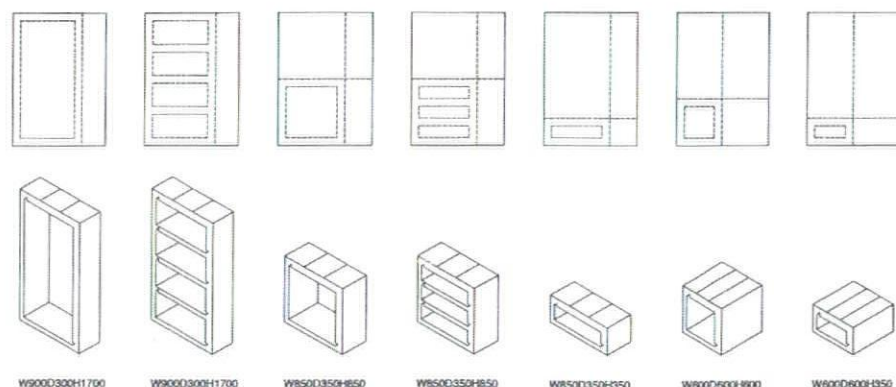
折り畳んで真空パックされた〈WDH〉



段ボール工場の〈WDH〉



例えば、洋服はS,M,L,XLの中から自由に選べる。この家具も同じようにW(幅),D(奥行き),H(高さ)といった3Dのサイズを使うヒトがチョイス出来るようになっている。「カタチ」で家具を選ぶのではなく、使うヒトとの関係から「サイズ」を選ぶ。昼寝が好きで屋外に家具を持ち出したいヒトは「W1800D500H300」のサイズで、スペースを効率よく使ってタワー状に収納したいヒトは「W400D270H1500」のサイズなど、この段ボール家具シリーズは同じシステムで発展させることができる。



WDHの展開

「WDH」は家具の領域に止まる指標ではない。家具のように外側から使う場合はその外形のサイズがヒトと関わる条件になるが、内側にヒトが入ってしまうようなサイズのモノの場合は、内側のいわゆる内法寸法がヒトと関わる条件になる。このふたつに共通する指標、これがWDHである。この指標においては、家具、部屋、建物を明確に区別することは難しく、WDHといったサイズの相対的な関係の中でしかこれらの区別は成立しないと考える。

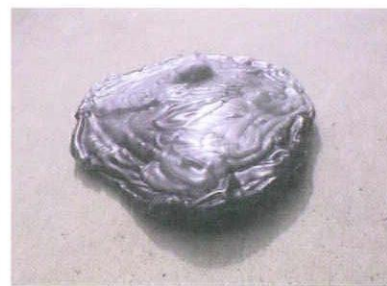
(スーパ・デザイン・アソシエイツ)

工場廃液に生命を吹き込む 〈PPP〉:ポリプロピレン・プロジェクト

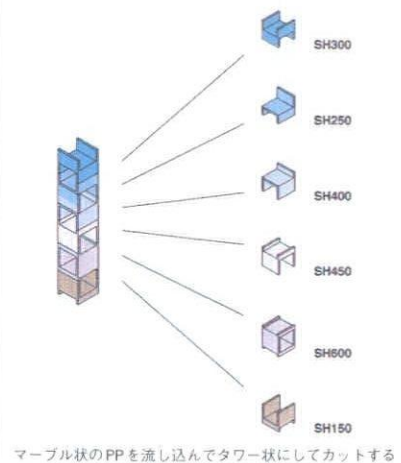
スーパ・デザインが現在、並行して進めているプロジェクトが〈PPP〉。化成工場で大量に廃棄されているPP(ポリプロピレン)に着目したアイディアだ。もちろんその廃棄は有料である。ひとつの色を型に流し終え、次に異なる色を流し込む際に、2色が混ざりあった状態がしばらく続く。色交換のためのクリーニング作業の状態である。この間の液体は同じポリプロピレンではあるが、プロダクトとしては出荷検査の条件からこぼれ落ちたものとして廃棄される運命にある。「2色が徐々に混ざり合っていくその様は、グロテスクでオゾマシイ金太郎飴といった印象すらある」とメンバーのひとりはある。ものすごいインパクトのある廃液、この不純な「材料」を積極的に「素材」として使えないだろうか? そうすれば廃棄コストが不要の上、家具がつくれるのではないかと。プロジェクトの発端である。

型を通過した廃液を「別の型」に流し込む。異なる色の廃液をお構いなしに積層していくと、色の混じったマーブル状のインゴットのタワーができる。それをカットしていく。この操作の繰り返しでまったく形の違う椅子を何脚も切り出すことができるというわけだ。

少しだけ手を加えることで多様なモノに変わっていくこと、これが〈PPP〉である。制作作業は現在進行中で作品の完成が楽しみである。



色の混じったマーブル状のPPインゴット



ジャパニーズ・プロダクツ '99

2

飢える触覚。身体へのリスペクト。

Sensoreality



新しい身体性。

fortune cookie

Naoko Hirota

2 Sensoreality

fortune cookie

廣田尚子

アレックスandro・メンディーニがある女性に贈ったとしても知られるいわく付きのバッグである。ネオブレーン（ウェットスーツに使われている）という単一素材によって作られたバッグ・シリーズ。表面材は通常のジャージー材に加えて、ヴェルベット材や皮がある。身体の微妙で繊細な動きに合わせて、その柔らかで曲面的フォルムは刻々と変化する。

品名：fortune cookie

設計年：1997年

生産年：1997年～

主材料：ネオブレーン、表面材／ジャージー材

価格：18,000円

問い合わせ：nAocA (tel: 03-3423-7105、E-MAIL hirota1@alles.or.jp)

廣田尚子

東京生まれ

1990年 東京芸術大学卒業

GKデック入社

プロダクトデザインに携わる

1994年 国際バッグデザイン豊岡ーコンペ 金賞

1996年 GKブランニングアンドデザイン退社

ヒロタデザインスタジオ設立

オリジナルバッグブランドnAocA設立

1997年 ミラノにて2回の展覧会

1998年 Premiere Classe展（パリ）にてコレクション発表を開始

The I.D. Annual Design Review-コンペ（アメリカ）

Honorable Mention Award 受賞

ニューヨーク近代美術館（MoMA）にてオリジナルバッグの販売が始まる

1999年 デザインフォーラムーコンペ 金賞

バッグは果たしてプロダクト・デザインたりうるのか。デザイナーはもともとインダストリアル・デザイン（ID）というフィールドで活動しながら、あえてバッグ、というファッショナブルにもとらえられがちなジャンルに挑んだ。ID的手法をもってバッグという機能、その生産過程を再評価することによって、3次元曲面的なフォルムのバッグが生まれた。

インダストリアル・デザインの手法による インディーズ・デザインの再評価

マーケット主観のデザイン／

デザイナー主観のデザイン

廣田は現在、バッグデザイナーとして活動しているが、そのフィールドにおいて2面的なアクティビティがある。ひとつは「nAocA」というセルフ・ネーム・ブランドでのデザイン。もうひとつがある大手アパレル・メーカーのための企画デザインである。後者では年間120個にもおよぶバッグのデザイン契約をしている。ここでのマーケットは学生や若いOLである。ここでは消費されることを前提としながら、マーケットという指標がそのデザイン性を決定する。売れないものは2週間で店頭から姿を消す、というシビアな現実を背景にしている。

一方で前者の「nAocA」ブランドでのフィールドにおいてはデザイナー自身がそのデザインの指標となることでオリジナリティの高いバッグをデザインしている。

ID的手法によるバッグ・デザイン

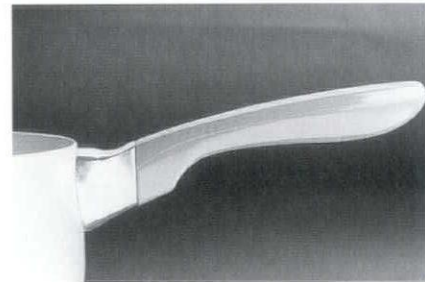
廣田はもともとインダストリアル・デザイン（ID）の世界で活動していたデザイナーである。IDの世界では3次元曲面的なデザインは直線的なデザインよりもむしろ必然的である。そこでは身体との接触を前提としているものがデザインされることが多いのであるが、身体とはそもそも複雑な3次元曲面によって構成されている。それに機能的にフィットしようとすれば3次元曲面的なフォルムにならざるをえない。

また、そこではマス・プロダクティブな生産が前提とされているためにダイキャストやインジェクション（注入成形）といった成形技術を使い、「脱型」されることを想定しながらデザインが行われる。そのときむしろ直線的であるよりも、曲面的なフォルムであるほうが生産ラインでの品質確保のうえでは理にかなっている。つまりIDでは機能性と生産性が相互補完的にもののフォルムを決定しているのである。

そうした背景は廣田のバッグ・デザインにも反映されている。バッグのフォルムは直線的であることを前提とはしていない。なぜならばバッグというものの自体が機能的に身体との接触／密着を要求するからである。3次元曲面的なフォルムを実現するために、ダイキャストやインジェクションの技術はここでは「立体的裁断」という方法論に置き換えられている。「立体的裁断」されることによって、身につけられたときも、そうでないときもバッグは常に3次元曲面的なフォルムを保ち続ける。



アタッチャブル サングラス



シャンブル・ド・クロワッサン

バッグによって拡張された身体性

さらに廣田は3次元曲面的なフォルムによって身体との密着を実現したバッグに「行為によるフォルムの発生」という要素を挿入している。つまり「背負う」とか「持つ」、「動く」とかいった身体的な行為の発生によってバッグのフォルムを決定させるのである。〈fortune cookie〉は身に触れない状態では半円形のただの座布団のような形をしているが、これが「背負う」という行為の発生によって想像もできなかった不思議な彫刻のようなフォルムを発生させる。また、身体が「動く」ことによって、その微妙で繊細な動きに合わせてバッグのフォルムが刻々と変化する。ここでは衣服のように人間にとっての「異物」をまとわせるのではなく、バッグというものの自体が身体に新しい部位を獲得させたかのようなのである。

「nAocA」ブランドのバッグは洋服屋やかばん屋では購入することができない。そのバッグはすでにファッションではなく、プロダクト・デザインとしてのポジションを獲得している。現在購入が可能なのはいくつかの家具ショップとMoMA (N.Y.近代美術館) のショップのみである。(青山)



ワールドINDEX渋谷店／「マーケット主観のデザイン」が消費される



〈fortune cookie〉の背負い方





muku

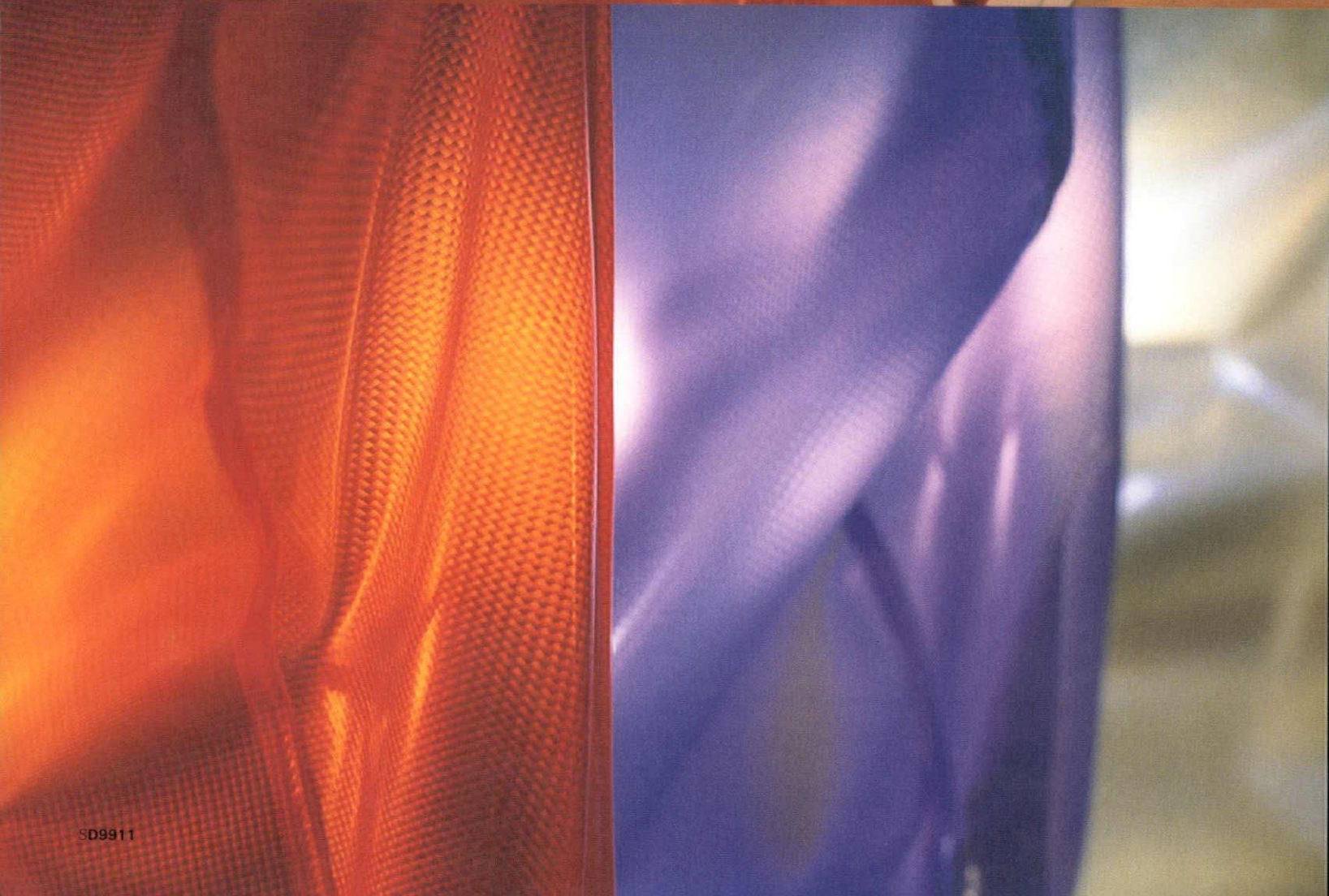


ancient pot



body bag

ヒフ感。



Tokyo Minimal Life Series

EXIT metal work supply

2 Sensoreality

トウキョウ・ミニマル・ライフ・シリーズ エグジットメタルワークサブライ

エグジットメタルワークサブライが自社製造し、展覧会で発表した「トウキョウ・ミニマル・ライフ」シリーズ。同年代の消費者を対象とする家具は、東京の一般家屋を想定したという小規模サイズでまとめられ、素材メーカーが新規開発した特色あるシートをカバーに使用している。視覚的にも、感触としても新しいソファだ。

品名：トウキョウ・ミニマル・ライフ

設計年：1998年

生産年：1998年

主材料：ステンレス、プラスチック、キャスト、人工レザーエナメル、新素材「Cyber」

サイズ：パーティション：W1000×D450

照明：W400×D200

ソファ：W900×D500×H580

問い合わせ：エグジットメタルワークサブライ (tel: 03-5227-1860)

エグジットメタルワークサブライ

清水薫、末松貴久、勝田隆夫、高橋紀人、吉高神卓弥、藤池匠吾、三橋崇によって運営されている。設計、施工、家具デザイン、インテリアデザインのデザイン、制作を行う事務所。



点滴ライト

p30上：パーティション／ハンガー
p30下：点滴ライト

世の中のデジタル化が進むにつれて五感の持つ意味が問われ始めた。家具も例外ではなく、身体に触れるものだけに、素材の選択はかつて以上に重要な意味を備えている。

半透明で弾力性に豊むファニチャー！マテリアル

弾力のある未来

「未来」と聞くと、透明で弾力性に富んで、ピカピカ光っているイメージを持つ。携帯電話を始め、今は硬質な殻を持つプロダクトも、柔らかい素材で包まれるのではないだろうか。シリコンゴムのような弾力性や柔軟性がプロダクトに引用されるのでは？……」エグジットメタルワークサブライのメンバーが彼らの嗅覚で感じとっている「将来の姿」はこんな風だ。そしてそのイメージは、すでに家具プロジェクトに示されている。

「トウキョウ・ミニマル・ライフ」が初めて発表されたのは昨年1月、都内で催された同名の展示においてである。通常の家具に比べてサイズを抑えたパーティションやソファなどは、彼らが同世代のユーザーに向けたメッセージであり、「住空間のサイズが限られた東京でも工夫次第で楽しく暮らせるのではないかと」を提案する展示だった。

家具サイズの微妙な差は空間の印象を大きく左右するが、彼らは別にモジュールを割り出すことはしない。「普段の感覚をもとに」、「気持ちのいいサイズ」を考慮しているのだ。それらのサイズと共に「気持ちのいい素材」が選択されたことは、当然といえば当然の流れでもあったのである。

オカモトの新素材

日常的に素材を探している彼らの目に入ったのが、開発されたばかりのオカモトの素材であった。自動車の内装材を開発している同社車輻資材部が新製品の開発途中で発見し、商品化したという、いわば副産物で、「Cyber（サイバー）」という名で市場の可能性が探られていた時期である。

塩ビに透明のエナメル処理が施された汎用素材の裏側にさらに1枚の素材を貼った多重構造。裏側の素材には縦横に交差するエンボス加工が施されているため、表面に当たった光は乱反射し、独特の輝きを備える。そして、この視覚的な効果も同素材のウリでもあるのだ。

通常の塩ビに比べて厚みがあるため、カバーのように立体形状に縫い合わせてみると、素材感は視覚的にも伝わってくる。そして実際にパーティションに触ったり、椅子に座ってみるとわかるのだが、布や皮革とは異なる感触。つまりどこか身体にくっついてくる塩ビ独特の感触が面白い。

同素材で制作された椅子カバーを目にしながら、エグジットのメンバーの一人、吉高神卓弥は、「点滴のボトルみたいだ」と感じたという。柔らかなケースの内側に重要な何か充滿していて、自分たちにとっても近いところにある……点滴の印象にインスパイアされた吉高神は、縫い合せたケースにアクリルをはり、内部に電球を入れてライトを制作した。まさに「柔らかくて光っているプロダクト」であり、彼らにとって自分たちの身体との連続性を感じさせる素材感に満ちたプロダクト。もう一枚の皮膚という表現はしばしば衣服に用いられるが、「Cyber」素材のプロダクトもまた彼らの皮膚の延長線に存在しているのである。

そして、興味深い点は、これらの家具や照明が、実に多くの問い合わせをうけ、3本のミュージックビデオにも用いられたことだ。「透明で柔らかくて光っている」プロダクトが、彼らと同年代の人々に支持されたことが証明されている。

(川上)

Cyber® (サイバー)

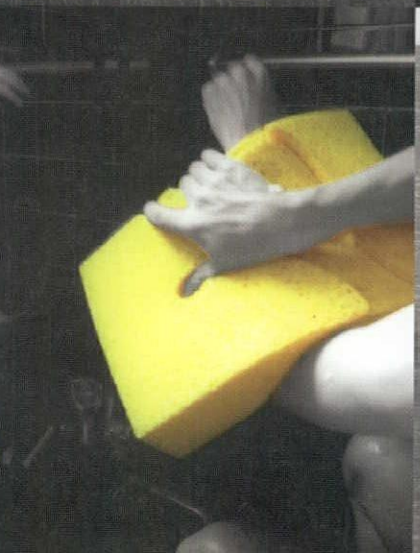
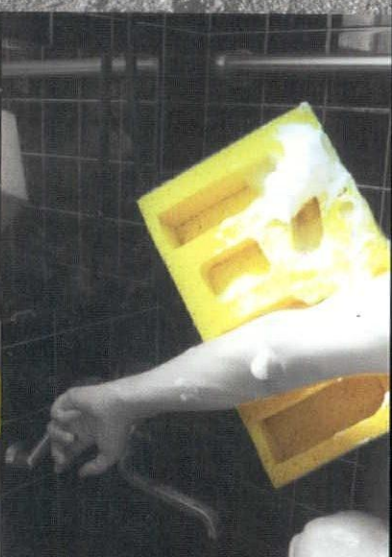
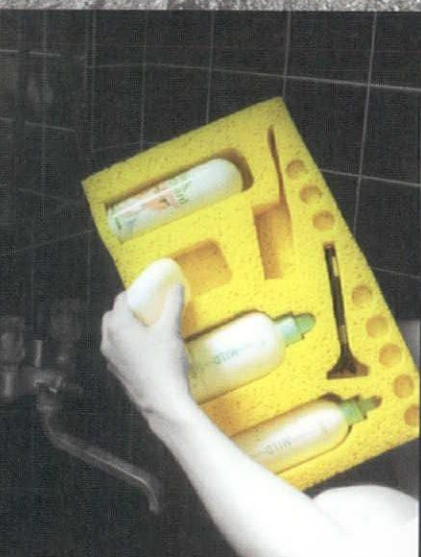
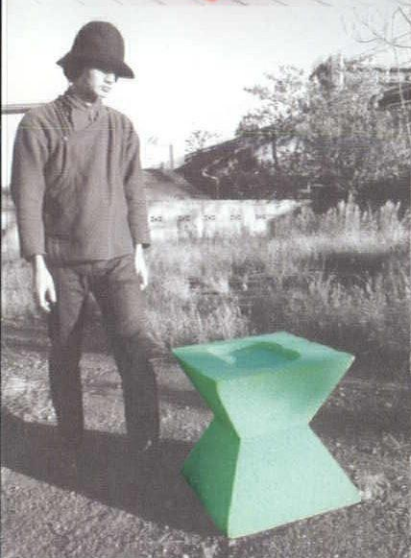
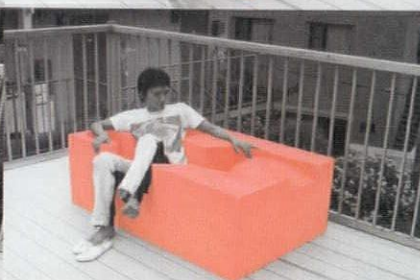
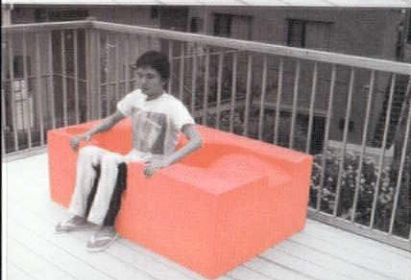
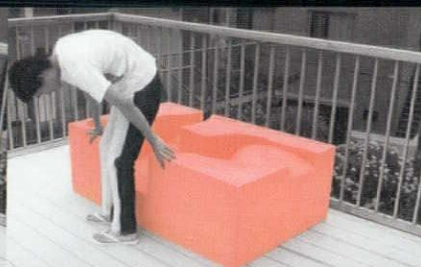
オカモト株式会社製。国内の自動車メーカーに資材提供も行うオカモトの素材開発の過程で生まれた新デザイン製品。表面のエナメル透明層と裏面光輝層による特殊構造となっており、透明フィルムの裏側には乱反射に優れたカーボン柄が貼られている。3D効果を備えているのが特色だ。既成シートは幅1200mm、厚み0.6mm、長さ1000m規格で、枚数単位の販売。最近では国内のメーカーによって同素材を用いた小物やバッグ等も商品化されているようだ。「空間パーティションなど、インテリア素材としての可能性を探りたい」と同社吉田篤司氏。(問い合わせ：オカモト車輻資材部 tel: 03-3817-4191)



パーティション／ハンガー



点滴ライト



pink sofabed green chair yellow wash-package

Junzo Kuroda

2 Sensoreality

桃色の寝椅子
緑色の腰掛け
檸檬色の銭湯器
黒田潤三

日常生活でもなじみのあるスポンジのかたまりをある「記号」によって切り取る／えぐり取ることで、そこにできたスペースに「寝る」「座る」などの行為の発生を意図させようとした作品。

品名：桃色の寝椅子、緑色の腰掛け、檸檬色の銭湯器

設計年：1994年

生産年：1994年

主材料：スポンジ（ポリウレタン）

サイズ：1500×1000×500mm（桃色の寝椅子）

450×450×450mm（緑色の腰掛け）

370×240×80mm（檸檬色の銭湯器）

価格：応相談（受注制作）

問い合わせ先：黒田潤三（tel: 0422-49-6802）

黒田潤三

1968年：茨城県生まれ

1992年：武蔵野美術大学造形学部建築学科卒業

1992～96年：東京工業大学坂本一成研究室研究生

1996年～：東京テクニカルカレッジ、東京工科専門学校、

町田デザイン専門学校にて非常勤講師



ソフトハウス（協力：アキレス（株））



キャメルソファ



washman（協力：ソニー・ミュージックエンタテインメント、ブリジストン化成品東京（株））

p.32（©黒田潤三）

プロダクト・デザインにおいて、デザイナー側から発信された提案がユーザーの理解を獲得することはきわめて難しい。それは、プロダクト・デザインというものが本来、ユーザー側からのニーズに応えるものを作ることにあるからである。デザイナー提案型のプロダクトがアート・シーンから発信され、そこにおいてユーザーの理解を触発し、さらに市場の理解を獲得して商品化に至ることがある。

アート・シーン発信の ユーザー触発型プロダクト・デザインの提案

スポンジと身体との新しい関係性の発見

スポンジ／ウレタンという材料は我々の日常生活の中にも深く介入している。キッチン洗い物に使われるスポンジをはじめ、ボディ・スポンジ、椅子やソファの座面、ベッド・マットなどにも広く使われている。それはスポンジというマテリアリティの持つ他の材料にはない柔軟性、軽さ、身体とのフィット感等にある。しかし、スポンジという材料は日常生活の中でキッチンや浴室などの隅に追いやられるか、またはカバーリングをほどこされることでその有効性に焦点が当てられることはなかった。

黒田の作品において、スポンジのかたまりはある「記号」によってくり抜かれている。例えばそれは「人型」や「おしり型」あるいは「銭湯に持っていく雑貨型」といったものである。それ以外にはなんの操作も加えられていない。その「記号」がより明確にある行為の発生を促す。つまり「寝る」「座る」あるいは「銭湯に行く」「洗う」といった行為である。そして、その行為をになうのに、いかにもスポンジはふさわしい。身体に限り無くフィットする。黒田がここで提案しようとしたことは、身体と行為との関係性において、スポンジという材料をよりクリアに再配置してみせることであり、身体とスポンジとの親密性を再評価することにあった。

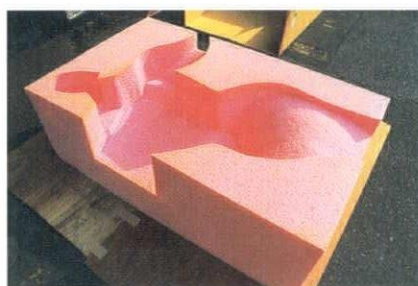
アート・シーンから発信される

プロダクト・デザインの可能性

本来、プロダクト・デザインとはユーザーのニーズを多面的に分析・解釈し、その欲求に解答するものを作ることである。一方で黒田がここで試みようとしたことは、むしろその逆、つまりユーザーにスポンジという材料を介して新たな行為の発生の可能性をデザイナー側から提案することにあった。

そこで、黒田は通常考えられるプロダクト・シーンでの商品開発をめざすといった方法論（例えば家具メーカーやショップといったディストリビューターに販路獲得の打診を諮る）をとるよりは、むしろアート・シーンにこそその作品発表の場を求めた。それはユーザー側の欲求とデザイナー側の欲求との距離を埋めるなんらかの緩衝材が必要であったからである。

その結果黒田の作品はTVの情報番組や情報雑誌に盛んに取り上げられるに至り、デザイナーからユーザーへの提案はメディアを通じてユーザーの理解を触発し市場の理解を獲得する。そしてその市場の理解がさらにはあるショップからの作品の販売権獲得のオファーにさえもつながった。（青山）



桃色の寝椅子



緑色の腰掛け



檸檬色の銭湯器



パッケージされたアート／soft sell



もうひとつの身体。

36°C

flask

2 Sensorreality**36°C**

flask

作品タイトルは一目瞭然、人の平均体温に由来する。感温塗料を用いた椅子とテーブルは、単なるモノを越えて対話する存在として、生物の存在を伝えるひとつのメディアの役割を果たしている。

品名：36°C

生産年：1999年

主材料：シナ合板にウレタン塗装（蛍光レッド）の上にメタモカラー（ウォームタイプのディープブルー）

サイズ：テーブル W900×H715×D600mm、椅子 W380×H640×D420mm

価格：未定

問い合わせ：trico international

tel: 03-3486-1790

プロフィール&開発ストーリー

- 1998年3月 内田茂樹、松本直子、佐藤隆一桑沢デザイン研究所卒業
- 1999年1月 flask結成。身の回りのものをデザインするというコンセプトのもと、まずはハブニング展に出展することを目標に作品制作を開始。
- 1999年6月 ティッシュケース、照明など数々のアイデアをメンバーが持ちより、中から佐藤のアイデアである椅子とテーブル「36°C」を制作することに決定。
- 1999年8月 探しに動きだす。温度に反応して色が変わるという反応に着目。それまでに「ストレスチェック」（ストレスを感じていると体温が下がるという生理を利用し今感じているストレスをチェックするというアイデア商品）など既成の商品を思い出し、その商品をたどる作業から始める。
- 何とか木にも使用できるだろうインキを探し出し、メーカー側と交渉。最初は当惑気味だったメーカーの担当者も最後には価格などの面でも好意的で、「36°C」は日の目を見た。

「人の体温に反応する家具を作る」。発想はごく単純だった。だが結果的には、家具に使用されたことのなかった感温塗料を使用した新しい試みとして、「家具」という道具の新しい可能性を秘めた作品となった。

人の存在を伝えるメディアとしての家具

ある日深夜のアルバイト中にメンバーの佐藤が「36°C」を思いついた。人との関係、特に恋愛における感情をモチーフに人の存在、気配を感じられるモノづくりへと発展していく。家具の中でもテーブルや椅子は身近な道具だが、温度によって色が変わるといふこの「36°C」は人が手をつく、座るといった人の行為がなければ成立しない作品である。

実現に向けて動きだした彼らだが、温度によって色が変わる商品があったということしか手掛かりがない。ところがこの商品がなかなか見つからない。3人で手分けして電話をかけまくり、いくつかのメーカーを探し出す。50件はかけたという電話で内田と佐藤は諦めかけていたものの、松本は諦めきれず、それが結果に結び付いた。

いくつかのメーカーを見つけ交渉にあたる。しかし、印刷用のため剥離しやかったり、あるいはプラントに使用することを目的としているため、1000度という高温でしか反応しないなど、なかなか適したものが見つからなかった。また見つかったとしても一缶いくらかで小売りはしない、すべて代理店経由でなど彼らインディーズにとっては厳しい状況だった。しかしハブニング展への出展を武器に交渉し、最終的にはパイロットインキ社が理解を示してくれた。実際小売りはほとんどしておらず、今回も塗料を購入するのではなく相手先の工場での塗装となっている。今回使用しているメタモカラーは、フィギュアなどに使用したことはあるものの、木での耐久性、剥離の具合などは未知数。実際現状では玩具に使用されているものの、コスト面で課題があり家具などへの応用は考えられていない。「36°C」ではテストの結果、何とか使用できると判断した。予想以上に塗膜が強く、本番では下地にウレタン塗装を施し、色の变化、また定着性を高める効果を得ている。

flaskは、理解あるパトロン的存在の励ましに後押しされ、1作目は幸運にも実現の運びとなったが、これを商品化するにはコストの問題など越えるべきハードルが残されている。（編集部）



発色前



発色後

メタモカラー

「36℃」に使用した塗料はパイロットインキが開発した「メタモカラー」という特殊な塗料である。温度を感知して色が変化する塗料で、現在市販されている商品ではコーヒーカップ、グラス、タオル、シール、チケット、ビールのラベルなど多岐にわたる。また今秋からはこれまで難しかったアルミ缶への印刷技術を開発し、商品化される。

メタモカラーは次の3つの成分で構成されている。

- A 色を決定する成分
- B 発色させ、濃度を決定する成分
- C 変色温度を決定する成分

またインキの種類には氷水や冬の戸外で変色する「コールド」、体温や息の温かさで変色する「ウォーム」、熱湯やドライヤーの熱風などで変色する「ホット」の3タイプがある。

別表のように色の選択肢はかなり豊富にあり、-30℃から60℃までの範囲で任意の温度で変色させることができる。微妙な温度の設定を要求されるワインを冷やす場合など、銘柄によってクライアントが指定した温度で変色させることが可能ということである。色は有色から無色へと、有色1から有色2という変化のさせかたができる。

基本的な原理はマイクロカプセルの中に先の3成分を入れ、Cの成分が温度によってAとBとの間に分け入ったり、あるいはそこから離れてAと

Bが接触することで発色したりという仕組みになっている。

今秋から発売されるアルミ缶への印刷は5年ほどかけて技術開発を行った。アルミ缶への印刷は基本的にオフセットで、この場合シルク印刷よりも被膜が薄く、色が出なかった。単純に3つの成分を要するので、普通のインキよりも粒子も粗くなってしまう。カプセルを小さくするなどこの点に改良を加え、アルミ缶への印刷が可能になったというわけである。また塗料は基本的に溶剤が技術を要する部分であり、アルミ缶や今回の木への塗装なども、パイロットインキ社の技術によって成立した商品である。

メタモカラーは、以下のように変色します。

METAMO COLOR is changed as follows:

color to color

color to colorless

オレンジ→イエロー
Orange→Yellow



オレンジ→無色
Orange



グリーン→無色
Green



レッド→イエロー
Red→Yellow



レディッシュオレンジ→無色
Reddish Orange



オリーブグリーン→無色
Olive Green



グリーン→イエロー
Green→Yellow



バーミリオン→無色
Vermilion



セピア→無色
Sepia



バイオレット→ブルー
Violet→Blue



レッド→無色
Red



ブラウン→無色
Brown



バイオレット→ピンク
Violet→Pink



マゼンタ→無色
Magenta



ブラック→無色
Black



ブラウン→グリーン
Brown→Green



バイオレット→無色
Violet



ブラウン→レッド
Brown→Red



ティープブルー→無色
Deep Blue



ブラウン→オレンジ
Brown→Orange



コバルトブルー→無色
Cobalt Blue



ブラック→レッド
Black→Red



シアン→無色
Cyan



ブラック→グリーン
Black→Green



グリーニッシュブルー→無色
Greenish Blue



低 ↔ 高
(温度)
low ↔ high (temperature)

低 ↔ 高
(温度)
low ↔ high (temperature)

※印刷の都合上、厳密には実際の色と異なる場合がありますので、ご了承ください。
※メタモカラーは長年の蓄積された技術により、当社が独自に開発したものです。
(特許多数) 違法な類似品には充分ご注意ください。

ジャパニーズ・プロダクツ '99

3

ないはずのモノがある。
あるはずのモノがない。

Image Gap

A high-angle, close-up photograph of a ceiling composed of a grid of square tiles. Each tile features a recessed, rectangular light fixture. The lights are illuminated, casting a warm, yellowish glow. The tiles are dark, possibly metallic or dark plastic, and the overall pattern creates a strong sense of perspective and repetition. The text "超既視感。" is superimposed on the upper left portion of the image.

超既視感。

恣意性と市場の狭間

何をいくつ製造するか。これは「いくつ売れるのか」とセットで検討されるのが通常である。

とりわけ我が国の製品開発は慎重で、営業担当者の発言力の強い企業も少なくない。市場調査という名の下に費やされる長い時間。通過儀礼とも言える。

数々のハードルが量産製品を完成させるまでに存在しているのだ。が、若い彼らの方法は異なっていた。自分たちがつくりたいものの実現のために量産という方法を選択したのだ。

Capsule light Jamo 2000 EXIT metal work supply

3 Image Gap

カプセルライトジャモ2000 エグジットメタルワークサプライ

家具のデザイン・制作、空間の設計・施工を手がけるエグジットメタルワークサプライが、自社ブランドのプロダクトデザインに取り組み、同社量産製品第1号となる照明器具をついに完成。10月に都内で催された「HAPPENING展」で発表した。

品名：カプセルライト Jamo (ジャモ) 2000

設計年：1998～99年

生産年：1999年

主材料：ポリカーボネイト (カバー)、アルミアルマイト加工 (照明、部分)、スチールメラミン焼付塗装及びアルミ板サンドブラスト (本体)

サイズ：W350×D248×H116mm

消費電力：14W

価格：29,000円

問い合わせ：エグジットメタルワークサプライ

(tel: 03-5227-1860)

製品開発ストーリー

- 1998年5月 メンバーの一人が照明を構想。
- 1998年6～7月 プロトタイプを自社制作して「Tokyo Furniture Exhibition」に参考出展。反響はあったが、価格設定や機能面——市販のバルックボールが明る過ぎる、配線処理の問題により予定サイズに収まらない、等——の課題が残る。開発は暫時、保留に。
- 1994年4月 仕事場の移動にあわせて心気一転。発案者が完成度の高い製品を目指してアイデア・スケッチを変更。ポリカーボネイト成型を用いれば実現可能であることを確認し、価格を抑える目的から量産を決定。製造業者探しに動き出す。
- 1999年5月 マックスレイ及び東京ライティングと打合わせ。「実現できるかもしれない」との回答に励まされる。
- 1999年6月 プロトタイプ第2作を外部に発注。見積り開始。グラフィックワーク及びネーミングを友人のダブルオーエイトに依頼。
- 1999年8月 プロトタイプを下に販売価格をシミュレーション。価格設定、形状確認。販売スタイルに関してスタッフ間の議論を重ねEXITプロダクト第1号の生産を正式決定。「実験にリスクは当然。やってみないと始まらない」。
- 1999年10月 「HAPPENING」展で発表。

制作の動機

曲面を描くカプセルに光源を封じ込んでみたらどうだろう？ 机の上に置かれていた風邪薬、コンタック600のカプセルを眺めながらメンバーの一人の脳裏に照明の形状が浮かんでいた。「jamo2000」の開発の始まりである。

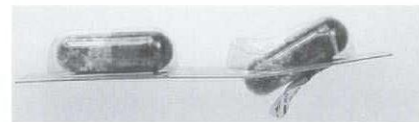
エグジットメタルワークサプライでは、デザインから製造まで、発案者が全責任を負うスタイルがとられている。今回も例外ではなく、自社製造を念頭に置いたプロトタイプが制作されたが、実は課題は山積みだったという。照明器具は椅子やテーブルの開発とは勝手が違う。市販の電球を取り入れるデザインだったが、まずは適度な明るさを得ることが難しく、配線処理に関する問題も残されていた。「薬っぽさ」も欠けていた。

量産プロセスの選択

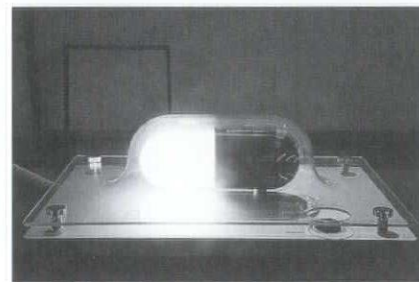
カプセル型ライトに対する発案者の思い入れはやがて一つの解答を導き出す。薬のパッケージのリアリティを演出するために、成型ポリカーボネイトのカバーを装着するというアイデアだ。カバーで電球全面を覆いながらも、本体とカバーとの間にすき間を設けることで温度上昇を回避するというデザインである。唯一、残されていた課題はポリカーボネイトを用いた製造とコストについて。また、照明器具とは甲種電気用品取扱許可工場で製造される必要もあり、こうして検討を重ねながら、外部企業での量産が決められていった。

さらには彼らの通常の活動についても言及する必要があるだろう。彼らの強みはメンバー各々が溶接を始めとする家具制作の腕を有する点。当然ながらその技能を期待した仕事も寄せられるが、「現場」が強調される機会も少なくなく、「現場とは別の面、デザインオフィスとしてデザイン、それ自体で勝負したい」という思いが強まっていた。つまりメンバー全員の欲求と、イメージの具現化のためのポリカーボネイトの選択から、当然とも言える着地点が「量産製品」だったという訳だ。

彼らの初回生産数を大手メーカーのそれに比べればけた違いに小さいが、先行投資でリスクを抱えることに変わりはない。なのに彼らは市場動向を一切意識せず、販売店さえ未決定……企業のデザイン事業部長が耳にしたらぶっ飛んでしまいそうな状況だが、「僕らの活動は実験」と語る彼らならではの潔さがそこに潜む。販路の開拓は、お披露目を終えてからだ。(川上)



カプセル消炎感冒薬



目にしていると、パッケージを破って薬が出てくる音が脳裏に響く。シネステジックなデザインでもある



キャラクタライズ。

Wink
Gwenael Nicolas

3 Image Gap

ウインク

グエナエル・ニコラ

身近に存在する造形がデザインに引用される例は珍しくない。記号の引用は親しみを覚えさせる製品を誕生させ、記憶に残る造形を導き出すからだ。「Wink」はしかし、単に記号を引用するだけに留まっていない。機能と密接に関わる造形や、シンプルな構造を追求することから考えられた造形は、照明器具の現状に意味ある提案を投げかけている。

品名：ウインク

設計年：1998～1999年

生産年：1999年

プロデュース：坂井直樹（ウォータースタジオ）

主材料：アルミダイカスト、シルバーマトリック塗装、シリコンゴム、ミニダイクロイックハロゲン球（12W35W）
フレンジタイプ、ブラケットタイプ、ブラケットタイプ、セード及びアーム可動

価格：15,000円～23,000円

問い合わせ：小泉産業（tel: 03-5687-0242）

デザイン問い合わせ：キュリオシティ（tel: 03-5333-8525）

グエナエル・ニコラ

1966年フランス生まれ。パリのESAGでインテリアデザインを学んだ後にロンドンのRCAでインダストリアルデザインを学ぶ。1991年来日。プロダクトデザインにおいては、バイオニアやバナソニックを始め企業とのコラボレーションを行っている。また、イッセイミヤケ「ブリーズ ブリーズ」のショップデザインやイッセイミヤケ香水「ル・フードゥ・イッセイ」のボトルデザインも手がけている。1998年デザインスタジオ「キュリオシティ」設立。

東京在住のフランス人デザイナー、グエナエル・ニコラは現存するプロダクトデザインに対して常に疑問符を投げかけている。個性的な照明器具が検討された「ウインク」は、ひと目で記憶に刻まれる容姿を持つものであると同時に、その形をとることによって照明の新しい機能が実現されたもの。セードを動かし調光するが、その操作は実に簡単。さらに、シンプルな構造にまとめたことで、価格を抑えている。キメ細かな配慮によって完成した、印象的で使いやすい照明だ。

機能と表裏一体化したキャラクター

制作の動機

球状を形つくる2枚のセードが動く。

グエナエル・ニコラが「照明器具そのものに個性を持たせること」を目的にデザインしたのは、「ウインク」という名称にも示されている通りに、「目」をモチーフとする照明である。

まずは光自体の質が問われる照明器具。特に天井照明となると、セードの形状がいかなるものが、見上げて確認するのはデザイン分野に関わる人間ぐらいかもしれない。「しかし、セードは見えるもの。光源があればいいというものでもないはず。調光可能な従来の照明器具は業務用の色の強いものが多かったが、インテリアとしても個性のある照明器具の重要性を痛感していた」とニコラ。

今回、ミニダイクロイックハロゲン球を球状のセード包むというアイデアは当初からあった。また彼はSF映画等で目にしたエイリアンの目玉のイメージを長く温めていたのだ。暗闇に目玉が見える。それが見開き、光を放し、ゆっくり閉じていく……そのミステリアスな雰囲気をプロダクトで表現したいという思いがあったのだという。

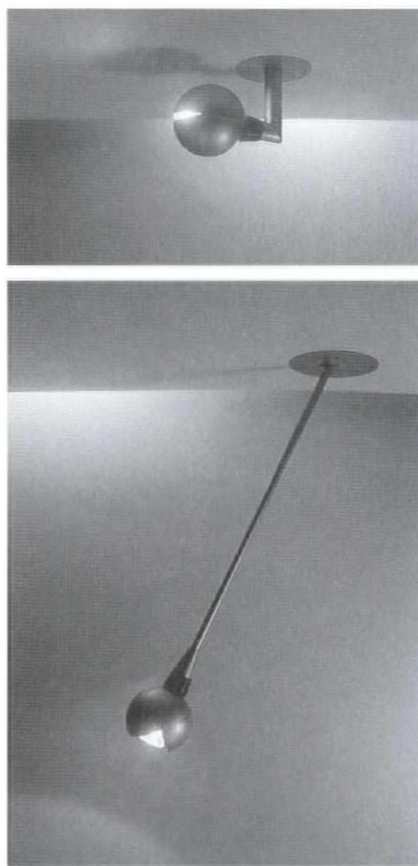
今回、セードは2枚のパーツに分けられ開閉できるようにされているが、まさに有機的な造形となっている。また2枚のセードは、根元のオレンジ色の部分を回すことで開き具合を調整できる仕組みとされている。この、「1カ所の操作ですべてを操作できる」ということもニコラが重視したことであり、ここにはまた「シンプルな機構とすることで、商品価格を抑えられる」という考えが活かされているのである。シャープな光も柔らかな光も、セードの開放角度を変化させることで簡単に演出することができるが、光源の近くであっても熱を帯びず、手で触れられる素材として、オレンジ色の部分にはシリコンゴムが採用されている。

機能との密接な関係

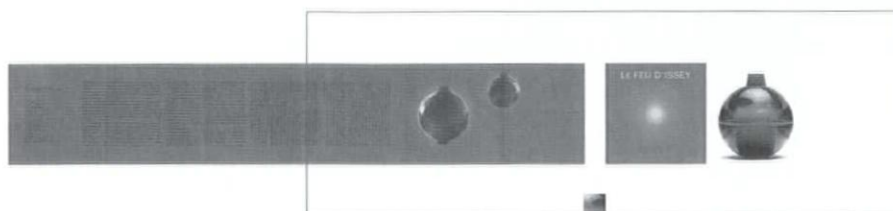
「キャラクターを備え、かつ容易な操作で使用できるものを考えると、今回の目玉は最適のモチーフだった。またシンボリックな造形は、心理的にプラスの影響を及ぼしてくれている」とニコラは強調する。

もっとも、プロダクトデザインにおける記号の引用は決して珍しいことではない。生物のフォルムが引用されたり、身の周りで馴染みのある造形が象徴的に引用されることはしばしばなされている。が、この「Wink」の注目すべき点は、単に造形的な引用に留まっているのではなく、調光という機能と切り離せないものとして吟味されていることだ。「勘違いしてほしくないのは、ただ目を作りたかったわけではないこと。機能的な理由があって初めて目になった」

一見普通に見えるが捻りが加えられているもの。一見個性的だが実は何の変哲もないもの……両者の差異を常に考えながらデザインを行っていると言うニコラ。東京のインディペンデント・デザイナーのなかでも、キャリアの長い彼の場合、現状への提案は常に、理由と十分な検討抜きには行われていないのである。（川上）



上：フレンジタイプ、下：ブラケットタイプ



CURIOSITYetc. (キュリオシティが発行するブックレット)

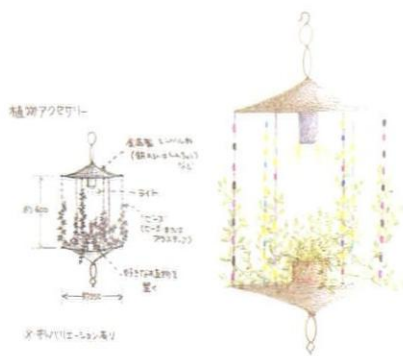


The image features a collection of decorative floor lamps. A large, central lamp with a tall, arched frame holds a hanging planter with white flowers and greenery. Below it, four smaller lamps with similar arched frames are arranged on a wooden floor. Each lamp has a conical shade and a hanging planter with various plants and flowers. The background consists of white walls with a perforated texture, and the floor is made of light-colored wooden planks. The word "Favorite." is printed in a bold, black font in the center of the image.

Favorite.

「好きなデザイン」が プロダクト化されるプロセス

消費社会における商品の流れに変化が起きている。
一般消費者の立ち場に立って製品を購入していた人間が、ある時、製造会社となって商品を販売する。
世の中の流行はもはや企業や広告代理店が仕掛けて起こるものではなく、
消費者からわき上がり、世に広まった後に企業が気付く、という図式もできているのだ。
きっかけや運を味方として販売者と消費者との間に横たわる壁を超えてしまった例を
音楽界で活躍の中村竜哉の作品と共に見てみる。



左：マテリアルとスケールの検討
右：SPACE PLANTのもととなったドローイング



SPACE PLANT 卓上タイプ

SPACE PLANT

Tatsuya Nakamura

3 Image Gap

SAPCE PLANT

中村竜哉

作曲や自身のバンド活動の他、他アーティストの楽曲のアレンジを手がけるなど、音楽の世界で活躍する中村竜哉。趣味で絵を描き、さらには「欲しい」照明や小物のデザインを描きためていた彼は、アイデアを記したスケッチブックを手に都内の家具製造、販売会社数社を訪れる。かつて接点のなかった家具業界だが、モックアップの制作会社や製品製造会社の紹介を受けながら、自分のデザインの照明の量産に至るのだ。

品名：SPACE PLANT

設計年：1998～1999年

製造年：1999年

主材料：アルミアルマイト加工（シェード）、

スチールメラミン焼付塗装（ベース）

サイズ：W450×D535×H1700mm（フロアタイプ）、

W380×D210×H570mm（卓上タイプ）

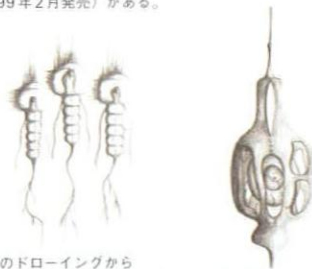
価格：145,000円（フロアタイプ）、

88,000円（卓上タイプ）

問い合わせ：エウロパ（tel: 03-3700-4999）

中村竜哉

1986年よりベースプレイヤー。1995年より作曲・編曲を活動の中心。最近のCD作品としては「THE VOICE OF FATE」（1999年2月発売）がある。



中村のドローイングから

Designer's Favorite その1

尊敬する人物：アントニオ・ガウディ。「彼に近づきたいと思う（中村）」

好きなクリエイター：アントニオ・ガウディ、サルバドール・ダリ

好きなデザイナー：……

好きな世界：映画「デリカテッセン」や「ロストチルドレン」の世界。「かわいらしさとグロテスク、狂気とメルヘン、のボーダーにひかれる」

好きな造形：草木の蔓(ツル)が伸び、絡まる様子。

スケッチを描きため

マイブームの品を手造りしてホームページで紹介する。ウェブ上に通販システムを設ければ不特定多数の人々を相手に販売することも可能であり、フリーマーケットに参加して商品を売ることも困難なことではない。誰もが作り手となり、売り手となる可能性がある現代。企業から消費者へと一方向だった時代は終わり、消費者が情報源となることで逆に企業に影響を及ぼす機会も多い。

作曲家として、また、ベースプレイヤー、ステージ・ディレクターの顔も持つ中村竜哉は、幼い頃に植物や電車を眺めるのが好きで、絵を描くことが趣味だった。小学校時代に油絵を習い、以降は美術の専門教育を特に受けていないが、最近「再び描きたいという思いが募って」スケッチブックを開き始める。気のおもむくままに1時間に約4、5枚のベースで連日描く。抽象絵画の場合もあるが、時計や照明をモチーフとする具体的なアイデアも多数描きためている。こうしてスケッチがまとまった段階で、「デザインを実現するにはどうしたらいいのか。プロのアドバイスをほしいという単純な疑問と勢いで」家具の開発・販売を行ういくつかの企業に電話をかけた。既成のパーツを購入して自分流に組み立てたモックアップも持参したという。

デザインも音楽と同じ

「湧き出してくる感覚がいいですね」。こう励ましてくれたのがEGYの中牟田洋一だった。その中牟田の紹介でエグジットメタルワークスサブライ（本誌30ページでも紹介）にモックアップ制作を依頼することになり、次にエグジットが、彼らが通常関わりのある照明器具メーカーを紹介してくれた。中村は試作品を手にその照明器具メーカーを訪れ、製造を依頼することになる。商品販売は中村自らが行うため、連絡先は彼の所属する会社名となっている。

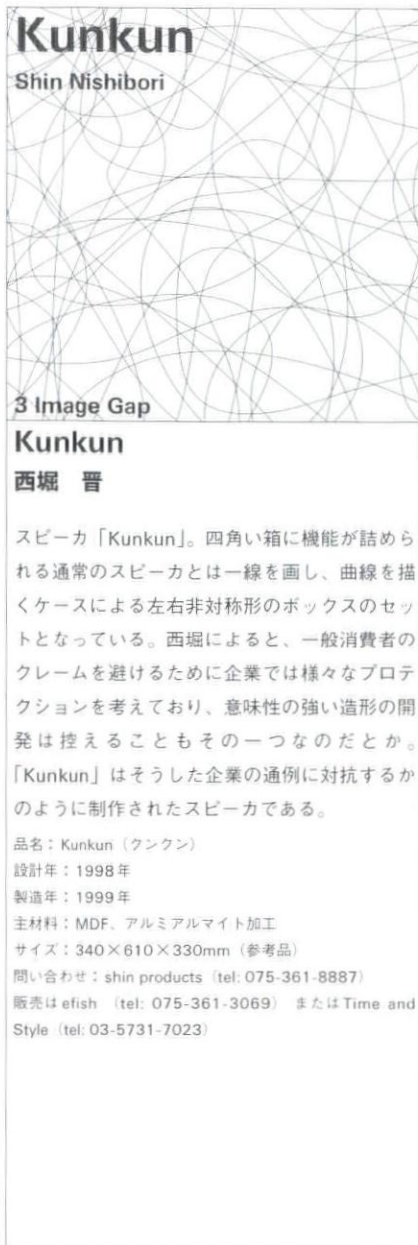
「僕のイメージにおいて重要な『植物らしさ』を重視したかったので、アームの曲線にはこだわりの、製造現場には必ず立ち合います。曲線が少し違うだけで全く違うものになってしまう。安全パイを選択すると普通の照明へと収束していつてしまいが、それはどうしても避けたい」。夢だった商品化が実現したからといってこだわりの面で妥協するつもりは全くない。また、シェード部分のビーズ玉は中村とスタッフが行うなど、自らの手作業の面も残されている。ビーズ玉の色変更の注文にも応えているという。

「音楽はビジュアルとリンクする。また、絵を描いたりデザインすることは、僕にとって作曲する作業と変わりなかった」と中村。「デザイナー」として自分の世界を商品化する計画は現在、照明器具第2弾として進行中だ。中村は果たして、強い運に恵まれたケースだったのか。実現への第1歩を促したプロダクトの「エディター」である中牟田との出会いも大きい。似たような「可能性」が広く用意されているのが現代なのである。（川上）

69.

「6と9」に込められたアンチテーゼ

企業内デザイナーがフリーランスとして活動を始める時、デザインに対する様々な思いを胸に一步を踏み出すはずだ。そして彼らの熱い思いが持続される限り、それらはデザイン界の現状に投じられた一石となっていく。大手家電メーカーから一人立ちした西堀晋。彼が立ち上げた「shin products」から製造、販売される不思議な形態のスピーカーには、日本のプロダクト界に対するアンチテーゼが込められている。



西堀 晋

1966年生まれ。武蔵野美術大学工芸工業学科卒業後、松下電器産業に入社。1994年よりパーソナルオーディオのデザインを担当し、1997年に松下電器産業退社。現在は京都を拠点にフリーのプロダクトデザイナーとして活動する。10月、自宅兼仕事場のある建物内に、カフェを併設する自社ショップ「efish」をオープンさせた。

意味深い記号を敢えて引用

松下電器産業に8年間勤務し、1997年には担当したCDチューナーシステム「P-case」をヒットさせた西堀晋。1998年に同社を退社すると、松下勤務時代にストックしていたアイデアも含めて、プロダクトや家具のデザイン開発に励んでいる。

彼がまず発表したのがユニークな形のスピーカー「Kunkun」だ。

「個人のデザイナーなら大胆な試みもできる。企業がユーザーから、バカな企業、と言われたりしたら大変なことになってしまうが、個人なら、何てバカなデザイナーだ、と言われても、笑って済ませることができる。僕はむしろ優れているが

バカなことを言える立場にいたいと思った」と西堀。「shin products」ブランドの立ち上げにおいて、敢えて奇を衒ったスピーカーを発表したのもこの理由による」。

スピーカーは対になるスピーカー・ユニットとそれを囲むボックスから成る。そのため彼は対にすることで面白さが生じる要素を考え、ここでは2つの数字を引用することにした。いずれも、長く直線で伸びる部分、低音を響かせるためにステレオに求められるバスレフ・ポートの形状を活かした造形なのだが、「万国共通のアダルトな意味を持つ数字で、その意味がそれとなく分かる名前にした」のだとか。

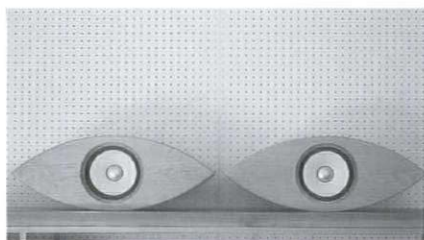
西堀によると、ユーザーの苦情を避けるため、個性が強すぎたり特定の意味の強い造形は避けるのが企業内の暗黙の了解となっているという。つまり大手メーカーなら真っ先に避けるであろう意味深い記号に、西堀は敢えて挑戦したというわけだ。

メッセージも次の段階に進む

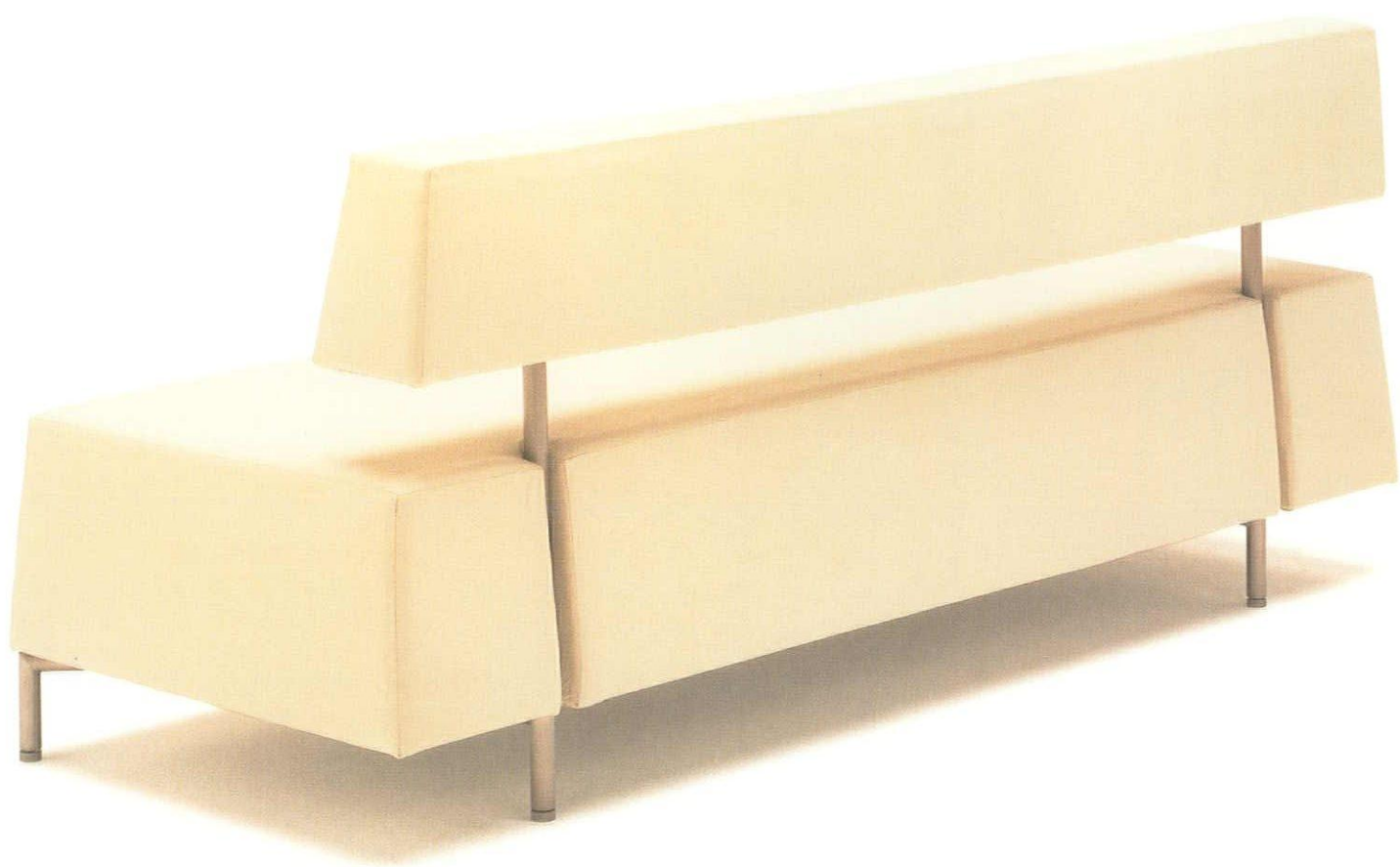
西堀が続いて開発したのが目をモチーフとしたスピーカー「Kyorokyo」で、スピーカー・ユニットを左右対象のシンプルなケースが囲む、ミニマムかつ愛着が持てる造形となっている。もっとも、ここでも機能を満たす構造が造形に結び付いていることを見落としてはならない。高級スピーカーにスタンドが不可欠とされるように、良質の音を追求するにはスピーカー・ボックスが微妙に振動することが必要だが、「Kyorokyo」のケースは緩やかな弧を描いているため、スタンドと面ではなく線で接して理想的な振動を得ることが可能となるのだ。つまりスピーカーの性能としては理想形の一つとなっているのである。また西堀は、スピーカーのユニットはもちろんのこと、ターミナル等のパーツの質にも固執しており、松下時代に培ったネットワークを駆使して納得のいくものを選択している。さらに「Kyorokyo」ではインテリア性を重視して、ボックスにメープルウッドを用いているほどだ。

「が、メーカーだったらそうしたことよりもまず、黒目の部分が白いのはどうしてか、とか、眼病の方から苦情がきたらどうするのか、という議論になり、会議で周囲の猛反対を受けてしまう」と西堀。もっとも、大手メーカーならではのこうした配慮が無くなることは多分ないだろう。最大公約数を配慮し、安全な着地点を見い出しているのが現状のメーカーのデザイン活動なのである。だからこそフリーの立場で、企業の「細かい縛り」にこだわらないメッセージを発していくことに意味があるわけで、企業が「選択しない」選択肢を把握している一人のデザイナーが、そこにいかほどの意味があるのかを突き詰めていることが興味深いのだ。

「6と9」と「目玉」は人々に少なからぬ衝撃を与えたが、本人は実は、次作を同じ発想の商品とする気持は持っていない。2種類のスピーカーは彼がフリーランスとしてまず、世の中に発したかったメッセージ。そしてそのメッセージに人々の反響があった今、彼はデザイナーが発すべき次なるメッセージを探っているという。(川上)



「Kyorokyo (キョロキョロ)」
700×264×300mm、220,000円



まめまめ感。



デザイナーとディストリビューターとの協働

本来、家具やプロダクトの商品化においてはそれ自体の性格上、マーケティングという過程が不可欠である。

それは少なくとも複数個のものを生産して販路を確保することを意図しているからである。しかし、必ずしもマーケティングという過程を踏むことなくディストリビュートってしまったという過程を踏むことなく、そこではいかに商品化が行われ、市場を確保しているのか。

mame-mame sofa TOFU sofa

Katsushi Nagumo

3 Image Gap

mame-mame sofa TOFU sofa

南雲勝志

「枝豆」と「豆腐」をデザイン・モチーフにしたソファ・シリーズ。この2つのソファのモチーフは実は「大豆」につながっている。デザイナーが収穫期の秋晴れの日に見た大豆の美しさがこれらのソファを生み出すきっかけとなった。

品名: mame-mame sofa、TOFU sofa

設計年: 1996年

生産年: 1997年～

主材料: mame-mame sofa

本体/ウレタンベース、張り地/スエード調布地、
脚/ステンレスヘアライン仕上げ

TOFU sofa

本体/ウレタンベース、張り地/ビニールレザー、
脚/ステンレスヘアライン仕上げ

サイズ: mame-mame sofa / W2000×D810×H900
(SH460) mm

TOFU sofa / W1800×D750×H760 (SH410) mm

価格: mame-mame sofa / 285,000円、TOFU sofa /
220,000円～237,000円

問い合わせ: PROJECT CANDY (tel: 03-3405-1770)

南雲勝志

1956年:新潟県六日町生まれ。

1979年:東京造形大学室内建築科卒業

1987年:ナグモデザイン事務所設立

1990年:通産省グッドデザイン賞受賞

1995年:PROJECT CANDY in Milano展

(Gallery Inter NOS・BIS)

通産省グッドデザイン家具インテリア部門金賞
環境プロダクトデザイン、家具インテリアデザインなどを手がける。

PROJECT CANDYというシチュエーション

〈mame-mame sofa〉〈TOFU sofa〉はともにPROJECT CANDYという家具ショップのためにデザインされたソファである。

この2つのソファが「商品化」された背景にあるのは南雲勝志というデザイナーとPROJECT CANDYの社長である湯川嘉人との10年近くにも及ぶコラボレーションである。その経緯は南雲自身の作品性にヴァリエーションを与え、また、この日本という消費環境にあって、PROJECT CANDYにきわめて独創的で特殊なポジションを確立させるに至った。そもそもPROJECT CANDYは大量消費されることを前提とした商品開発を必ずしも望んではいない。

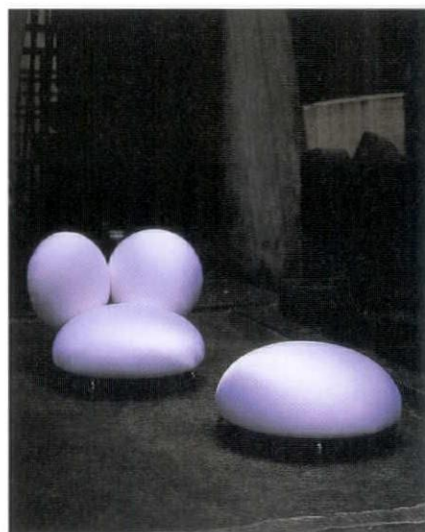
ノン・マーケティング・ディベロプメント

PROJECT CANDYは1992年にある卸し専門の家具屋の新規事業として構想された。その後、2年のときを経てPROJECT CANDYは設立されるのであるが、その2年に及ぶ構想期間にあっては南雲は湯川とともにその事業の企画立案にまで参加している。

PROJECT CANDYの開発会議は他メーカーのそれとはまったく異なる。商品開発のスタートにおいて何を作るかさえも決まっていなかった。とりあえず「好きなものを作る」ということだけが決まっている。会議進行のコアとなるのは南雲と湯川の2人であり、そこに数名のデザイナーがギャラリーとして参加する。このときギャラリーは目の効いた消費者的な立場でその場に居合わせるにすぎない。南雲が湯川にプレゼンテーションをし、彼らの間に共通理解が生まれたとき初めてそれがギャラリーに諮られ、シンパシーを得られるかどうかのみが問われる。そこでギャラリーに求められるのは「好きか嫌いか」であり、分析的な市場意識はまったくといていい程要求されない。

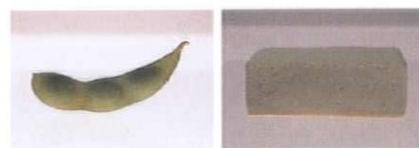
南雲は言う。「ソファというものは単なる座るための道具ではない。むしろ見られるための道具である機会の方が多いのではないか」と。PROJECT CANDYというシチュエーションにおいては、ソファはときとして単に見られる道具にさえもなりうるのである。

〈mame-mame sofa〉と〈TOFU sofa〉は言うまでもなく枝豆と豆腐を引用している。枝豆と豆腐は実はともに大豆につながっている。枝豆はさやのついた若い大豆のことであり、豆腐は大豆の加工品である。「僕は自分でも自分のことがわかっていないから、すぐに気分に影響されてしまう。」と南雲が言うように、収穫期の秋晴れの日に見た大豆のあまりの美しさは彼にふたつのソファをデザインさせてしまった。そして、その南雲のひらめきに魅せられた湯川によってふたつのソファとして商品化されてしまった。(青山)



PROJECT CANDYの1999新作 MANJU/南雲勝志

p. 46 上: TOFU sofa 下: mame-mame sofa
(©PROJECT CANDY)



左: mame-mame sofaを生んだモチーフ
右: TOFU sofaを生んだモチーフ



コンビニエンス・リネーミング。



マスマーケット・デザインと セグメントマーケット・デザインとの距離

クライアントがある商品のマーケットを

どこに求めるかによって、デザイナーに残されるデザインの余地は必然的に異なってくる。

マーケットが巨大であればあるほど、そこにはマーケティングに裏付けられた決定根拠が提示される。

かたや、マーケットをセグメントとして考えた場合には「デザイナー」というポイントと消費者というポイントを
つないで確実なセグメントとして成立させる能力がデザイナーに求められる。

hamburger stool omusubi stool

Makoto Koizumi

3 Image Gap

ハンバーガースツール おむすびスツール

小泉 誠

〈ハンバーガー型〉と〈おむすび型〉をしたスツールのシリーズ。その椅子は〈ハンバーガースツール〉〈おむすびスツール〉というなんともコンビニエンスでなじみやすいネーミングがほどこされている。デザイナー自身もこの2つのスツールを総称して〈おいしいスツール〉と呼んでいる。

品名：ハンバーガースツール

設計年：1997年

生産年：1997年～

主材料：座／布地張り、脚／スチールロッドφ15 シルバーメタリック塗装

サイズ：φ330、H420

価格：26,000円

品名：おむすびスツール

設計年：1994年

生産年：1994年～

主材料：座／布地張り、脚／ナラ材オイルフィニッシュ

サイズ：ミドル／W420×D400×H420mm ハイ／W460×D450×H560mm

価格：ミドル／28,000円、ハイ／35,000円

問い合わせ：BC工房 (tel: 03-3746-0822)

小泉 誠

1960年：東京都生まれ。

デザイナーの原北英、原成光氏に師事。

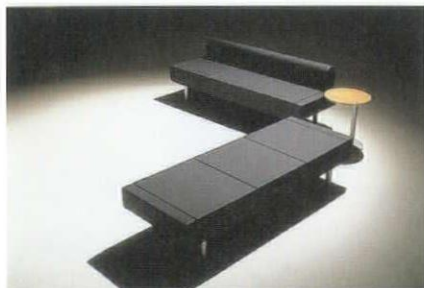
1990年：コイズミスタジオ設立。

生活雑貨から家具、空間、建築にいたるまで生活に関わるすべてのデザインを手がける。

小泉によるマスマーケット・デザイン



BB-30／内田洋行



UB-500／内田洋行

クライアントのデザイナーへの要求

ある家具やプロダクトが商品化に至るには様々なケースが考えられるが、そのひとつにメーカーやショップがデザイナーにアプローチしてデザインを依頼する、というケースがある。このケースにおいて、メーカーやショップはデザイナーにとってのクライアントとして機能するわけであるが、そのクライアントはデザイナーに対して「商品的確実性」を要求する場合と「作品的可能性」を要求する場合がある。小泉はそのいずれのケースをも体験しているデザイナーである。

マス・マーケットを意識した商品開発

小泉が仮にソファ開発の依頼を受け、そこで「商品性」が要求されるとき、極端な場合には、それがスチール製であるのか木製であるのか、アーム

付であるのかアーム無しなのか、価格がいくらであるのか、テイストがライトであるのかヘヴィであるのか、他社の競合商品が何であるのか、までにおよぶ詳細なデータが小泉に手渡され、そのデータをもとにその要求からはみださないようにデザインすればそのかたちは必然的に決定される、という。極端なことをいえば、小泉がその依頼を受けた段階で彼が彼らしく解答しなければならないかたちはすでに決まってしまう。そして、それが商品化されて市場に出回るとき、実は小泉のデザインが多少うまくいっているが、うまくいっていないだろうが、それは実質的な売り上げにはそれほど影響を与えないのである。というのも、デザインがほどこされる以前にそれは事前のマーケティングによってすでに淘汰がはかれているからである。

セグメント・マーケットを意識した商品開発

〈ハンバーガースツール〉〈おむすびスツール〉の商品化に際してはそもその事情が違っていた。彼に求められた要求はもっと自由に「スツール」を発想して欲しい、ということである。それだけである。

しかし、自由であることは足枷にもなりうる。市場的な与条件からフリーであることはデザインの決定要因を欠くことにもなりかねない。まして「スツール」というのは背もアームもなく、ただ座と脚の形状とその関係性だけによってそのデザインが成立してしまう。そこで小泉は「スツール」の基本的構造性の再評価、というところにまで立ち返って視点を見い出そうとする。三本脚はスツールのもっともベーシックで安定した構造である。四本脚のようにがたついたりすることがない。その構造的な優位性をできるだけ純粋に表現しようとして〈おむすびスツール〉のかたちは決定された。

一方、スチールの曲げパイプ脚のスツールを作るとき、座面の裏でパイプが交差するのであるが、そのあまり美しくない交点をなんらかのもので隠してしまおうとすると、同じ形状の座面でもって上下にパイプをはさみこんでしまう方法はまさにその解決策としてふさわしかった。こうして〈ハンバーガースツール〉のかたちが決定された。

そもそも〈おむすびスツール〉〈ハンバーガースツール〉は〈おむすび〉や〈ハンバーガー〉のかたちを引用したわけではない。ここでのクライアントはそれほど安直であることを要求してはいなかった。期せずしてそれらに似てしまったかたちを〈おむすびスツール〉〈ハンバーガースツール〉と呼び直した／リネーミングしたのである。(青山)



ハンバーガースツール、おむすびスツールにかたちが類似したファーストフード



記号ファナティック。

ヴァリエーション展開とそれを可能にする基本モジュール

「白い箱」であればこと足りるはずのコンピュータの筐体においてさえカラー・ヴァリエーションが求められたり、実は市場のニーズはヴァリエーションに富んでいる。その多様なニーズに応えるためにヴァリエーション展開を前提とした家具の開発がある。ヴァリエーション展開を可能にさせるものは単純化され記号化された基本モジュールの構築にある。ここでは家具という機能性に見出し出さずかまた重要である。

listed L

Akira Aoyama

3 Image Gap

listed L

青山 玲

〈listed L〉シリーズのベーシカル・モジュールとなっているのは断面形状がL型の「L」という極めてシンプルな小椅子である。ゆえにここに単純な操作性を加えることによって、そのモジュールは無限のヴァリエーション展開の可能性を獲得する。このシリーズでは形のヴァリエーションが14タイプあり、さらに材料が2種類、カラーは自由に選ぶことができる。

品名: listed L

設計年: 1999年4月〜9月

生産年: 1999年10月〜

主材料: 本体/ウレタンベース、張り地/オベロンジャージー・ビニールレザー、脚/スチール焼き付け塗装

サイズ: L/W430×D510×H750 (SH450)、L/L/W510×D510×H750 (SH450)、L/L/W610×D510×H750 (SH450)、1cut L/L/W610×D510×H750 (SH450)、divided L/W430×D510×H750 (SH450) mm

価格: L/45,000円〜(予備)、L/L/60,000円〜(予備)、L/L/L/70,000円〜(予備)、1cut L/L/L/70,000円〜、divided L/45,000円〜(予備)

問い合わせ: PROJECT CANDY (tel: 03-3405-1770)

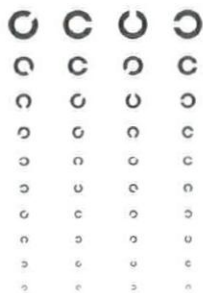
青山 玲

1965年 愛知県名古屋生まれ

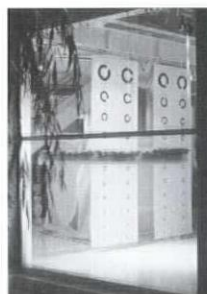
1989年 芝浦工業大学工学部建築学科卒業

1989〜1998年 廣研吾建築都市設計事務所

1998年〜 個人で建築活動。現在に至る



「視力検査」の記号



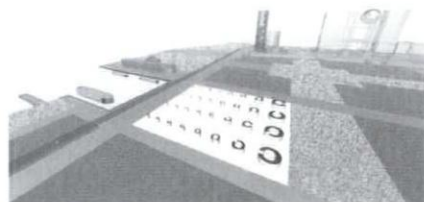
recycled C



ジグザグチェア、1934年
ある記号を学んだ家具



アンツチェア、1952年



recycled SEA

ヴァリエーション展開を可能にする

基本モジュールの発見

家具市場のニーズは実に多種多様である。家具のユーザーはホーム・ユーザーからコントラクト・ユーザーまで様々である。さらにはそこにセレクト・ユーザーのあまりに曖昧で無根拠な「好み」といったものまでが介在してくる。

このようにあまりにも拡大しすぎた要求に対して、いかに特殊なシチュエーションにあっても対応できるデザインの方法論/逃げ道(?)として考えられるのは、実のところ無限のヴァリエーションを示唆してしまうことにある。マス・マーケットをターゲットとしたメーカーでは、個々のロット数が巨大であるために、その思考法自体難しいのであるが、逆にコアなマーケットをねらうシヨップではむしろそういった解答の仕方のほうがフィットしやすい。ヴァリエーション展開をはかるにはまず、それを可能とさせるような基本モジュールを構築する必要がある。そのモジュールとは例えば、子供の頃から慣れ過ぎた「eye test」のマークのようなものである。それはもともと「身体計測」という機能をになわされた装置に過ぎなかったわけであるが、あえてそこにデザイン性の優劣を見い出そうとするならば、そこで極端なまでに抽象化され、禁欲化された「C」が回転し、スケールを変えることによって、多様なヴァリエーション展開をはかるさまになぜか我々は「グッド・デザイン」を見い出してしまふ。それはおそらく慣れ過ぎていること、もともとの形態やそれが展開するシステムのあまりの単純さにあるとも考えられる。

基本モジュールの再評価とヴァリエーション展開

「listed L」シリーズのベーシカル・モジュールとなっているのは「L」というタイプの極めてシンプルな小椅子である。小椅子の座と背の関係性は大局的に見れば「L型配置」と読み替えることが可能であるが、さらにそれを「L型断面」と呼び直すために曲面性は徹底して排除され、極端すぎるハードエッジがその「L型断面」を決定している。ここで市場のあまりに多様な欲求に少しでも対応しようと考案されたのが、基本モジュール(「L」)にあるごく単純な「操作」を加えることである。「L」という極端なまでにシェーブ・アップされた形態は、極端であるがゆえにその後のヴァリエーション展開を可能とする。仮にここでそもそも基本モジュールに対して、恣意的なデザインがほどこされていたならば、ヴァリエーション展開をはかる可能性は閉ざされる危険性をはらんでしまうのである。ヴァリエーション展開を前提とするとき、その基本モジュールとなるものはできるだけ単純化された単なる「記号」/つまり例えば「L」に還元されていなければならないのである。(青山)

L



L/L



L/L/L



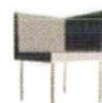
lowered

L



lowered

L/L



lowered

L/L/L



cubed

L



divided

L



striped

L



1 cut

L



2 cut

L



2 cut

L



1 cut

L/L



1 cut

L



listed L

SD9911

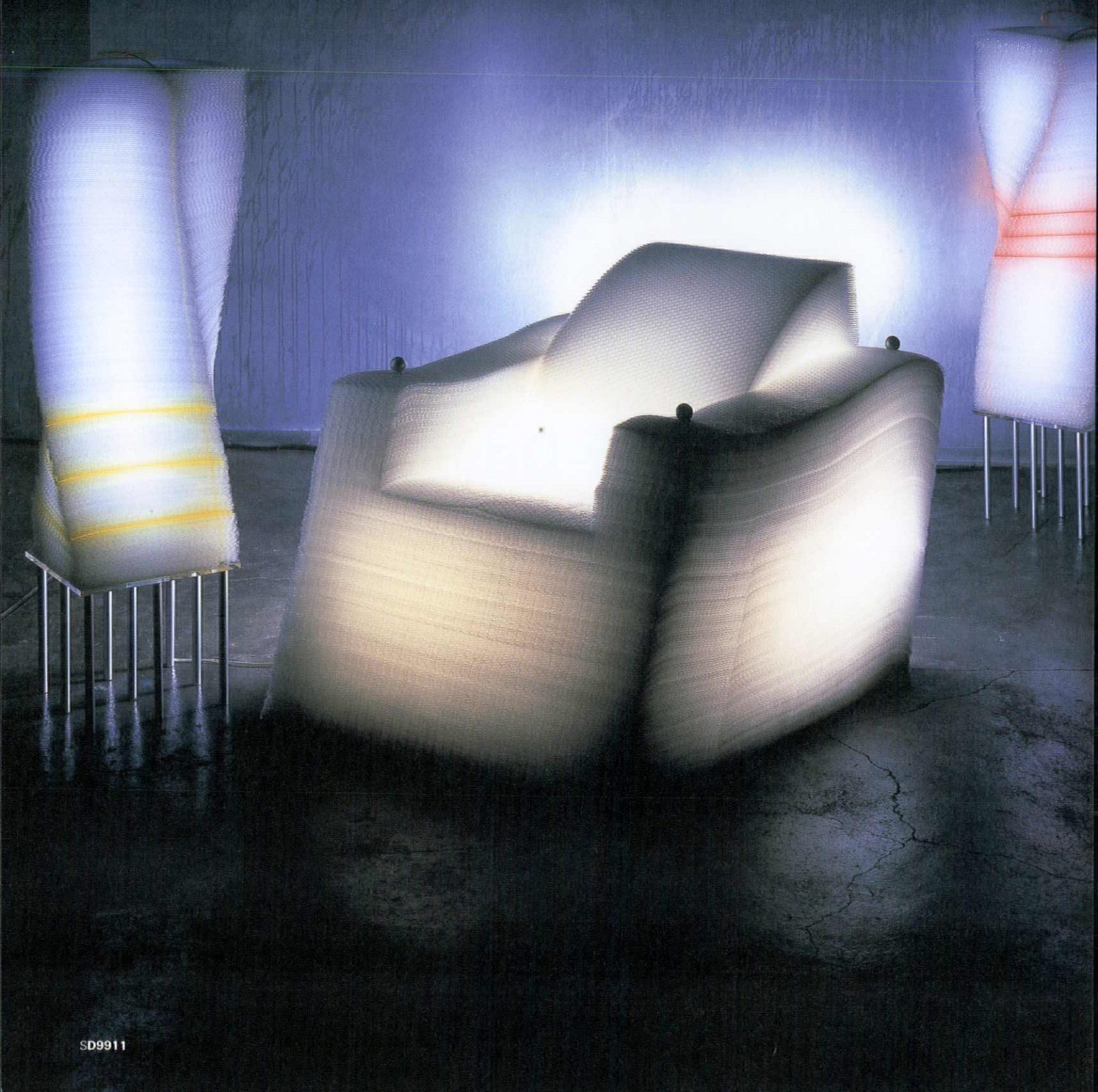
ジャパニーズ・プロダクツ '99

4

なじみのあるマテリアルの転用。再編成。

RE-Design

衝動を誘うプチプチ。



デザイン集団を成立可能にさせる共通感覚の確立

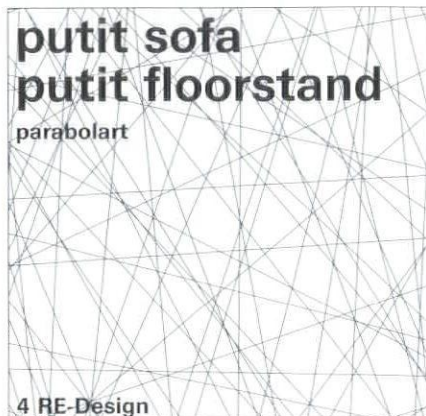
複数人数によって構成されるデザイン集団は意見や考え方の食い違いなどによって、その解体を余儀無くされるようなケースはよくあることである。

parabolart (パラボラート) はその前身となったグループ「bus」での活動を含めるとすでに10年以上のキャリアを有する。

彼らはparabolartのメンバーとして活動する一方で各々が仕事を持っている。

彼らはparabolartという活動の場にどんな意義を見い出そうとしているのか。

そして、彼らをグループとしてつなぎとめているのは一体何であるのか。



putit sofa putit floorstand parabolart

緩衝材用のエア・キャップをダイレクトに使ったソファとフロア・スタンド。〈putit sofa (ブチソファ)〉ではエア・キャップの素材性をそのクッション性とマッシブ感に見出し、〈putit floorstand (ブチフロアスタンド)〉では光を当てられたときのその均質で独特な効果に見い出している。エア・キャップという誰もが知っている材料を使いながら、人々の共通感覚に訴えやすい表現を行った家具。

品名: putit sofa
設計年: 1996年
生産年: 1996年
主材料: ブチブチ (エア・キャップ)、スチール、アルミ
サイズ: W825 X D900 X H800
価格: 80,000円 (参考価格)
品名: putit floorstand
設計年: 1999年
生産年: 1999年
主材料: ブチブチ (エア・キャップ)、スチール、アクリル、塩化ビニル
サイズ: W300 X D300 X H1165 (1515)
W420 X D420 X H1515 (2000)
価格: 40,000円～
問い合わせ: parabolart (新井宏之) (tel: 045-431-7216)

parabolart

1994 新井宏之、慈憲一、野本馨子、内田大、小池幸嗣の5人で活動を開始

新井 宏之

1966 東京都生まれ
1990 千葉大学工学部工業意匠学科卒業
日本ビクター株式会社入社 デザインセンターにてプロダクトデザインに携わる

慈 憲一

1966 神戸市生まれ
1990 千葉大学工学部工業意匠学科卒業、早稲田大学専門学校建築学科入学、株式会社緑デザイン研究所入社、住宅・建築関連商品開発、建築設計業務に携わる

1997 六甲技研設立

野本 馨子

1968 松山市生まれ
1990 武蔵野美術大学短期部生活デザイン学科卒業
1993 早稲田大学専門学校建築学科卒業、株式会社アトリエ・モビル入社、建築設計・設計管理に携わる

1997 六甲技研設立

内田 大

1967 群馬県生まれ
1990 千葉大学工学部工業意匠学科卒業、同年オーストラリア滞在

1991 帰国後、株式会社M+M入社、景観デザインに携わる
1995 オーストラリアへ移住
1996 クイーンズランド工科大学、ランドスケープ・アーキテクチャー修士課程入学

小池 幸嗣

1966 岐阜県生まれ
1990 千葉大学工学部工業意匠学科卒業、株式会社ゼロファースト・デザイン入社、家具デザインおよび店舗コンサルティングに携わる
1998 渡米、ニューヨークのプラット・インスティテュート、インダストリアル・デザイン修士課程入学

デザイン集団を確立させる共通理解の発信と受信

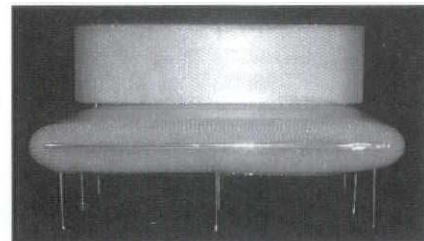
parabolartは5人のメンバーによって構成されるデザイン集団である。メンバーは現在parabolartとしての活動をしながら、各々の仕事も持っている。プロダクト、グラフィック、建築、ランドスケープなどである。また、彼らの活動拠点もばらばらである。東京、神戸、アメリカ、オーストラリア。

実際に彼らが5人同時に顔を合わせるのは年に一度くらい。あとはメールやデータのやり取り、彼らの開設するホームページのBBS (掲示板) への書き込みなどでことは済んでいる。というのも、彼らにはparabolartとして活動するときのデザイン手法に共通の理解を確立しえているからである。彼らはそれを「人々の共通感覚にくすぐりを入れるデザイン戦略で、世界中の人々に「小さな感動」を与えることを目的とする。プロダクト、グラフィック、建築の枠を飛び越え、あらゆる手段を用い『お楽しみ系お笑い系デザイン理論』を構築すること」だと言う。

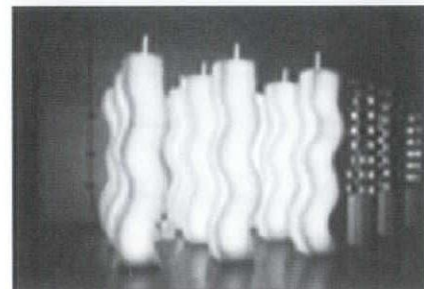
また、彼らはホームページというツール (<http://www.parabolart.com>) を使いながら、彼らのコンセプトや作品をまさにパラボラ・アンテナとして発信し、その反応を受信することにも力を注いでいる。それは何にもまして、parabolartをparabolartたらしめているものが「人々の共通感覚」の理解に起因しているからである。



exhibition "P" / IDEE ギャラリー



巻きブチソファ



solidify / 第10回あかりのオブジェ展

parabolart 活動ヒストリー

- 1989 前身である'busを大学の同級生で結成
- 1994 新井宏之、慈恵一、野本馨子、内田大、小池幸嗣の5人で活動を開始
1994~1997オリジナルカレンダー・企画作成
- 1996 プチソファ発表ハンス大賞佳作入選
- 1998 プチカレンダー発表、都内各所でゲリラ的に販売探しに動きだす。
parabolartとして活動開始
第10回あかりのオブジェ展で『solidify』が準グランプリ入賞
7/21~26 岐阜文化センターコスモホール 8/04~09 すみだりバーサイドホールギャラリーにて展示
- 1998.7 「デザインコンペティション'98 海南」で『RIPPLE BATH GOODS』が奨励賞入賞
11/26~11/29 AXISギャラリーにて展示
- 1999.2 gap誌上において「人形のための家具」発表
- 1999.2 IDEEにおいてexhibition"P"開催
- 1999.10 happening展参加 反射板アイテム『Reflex』発表
- 1999~ 神戸市地下鉄コンコース・アートパネル提案

parabolartとしての活動開始の動機

parabolartの活動は彼らの学生時代（'80年代後半）にまでさかのぼる。「bus」というグループ名のデザイン集団がその始まりである。'busとは乗り換え自由なバス、つなぎ替え自由なバス（コンピューター用語のバス）、オムニバスのバスである。10数名をコアにしたそのグループの活動の中心は年に一度のカレンダー作りであった。数年間そんな活動が繰り返されるのであるが、ある年、年末には終わるべきカレンダー作り間に合わない、つまり'busに乗り遅れるメンバーが現れた。実はそのときの乗り遅れたメンバーが後のparabolartにつながっていく。（今でも彼らがその年に作った4月から12月までしかないカレンダーが残されている。）確実に'busに乗り遅れてしまったメンバーは5人の固定メンバーによる活動を開始するに至る。

1996年、5人によってエア・キャップを使った初めての作品（putit calendar（プチカレンダー））が作られる。われわれはエア・キャップを目の前にして、それを潰してしまいたいという衝動に駆られてしまう。その潰したい欲求を「1日1putit（プチ）ずつだけ潰していく」というのはなほ地道な行為に還元し、1日という時間スケールの経過を潰すという「行為」に集積させながらカレンダーを完成させ、達成感を体験させるという作品である。

parabolartとしての活動

〈putit calendar〉は彼らのデザイン手法を確立させ、またそのときにparabolartという名前も生

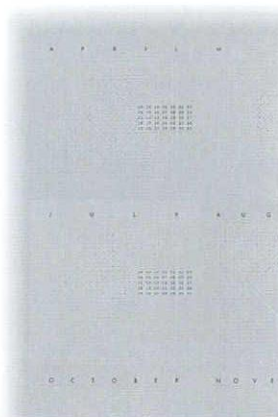
まれた。そしてその後、彼らはエア・キャップを使った作品をたて続けに製作するようになる。まず、〈petit sofa（プチソファ）〉。これはエア・キャップをひたすら積層させてソファにしたもの。エア・キャップの持つクッション性をまさに体験することができる。見事に「人々の共通感覚」を刺激し、深夜のTV番組でも取り上げられた。出演者のアイドル・タレントが「可愛い」と絶賛した。次に〈solidify〉。積層させたエア・キャップの中に蛍光灯を仕込むことで、文字とおり光を均質な固体として見せようとした。この方法論は〈petit floorstand〉にも展開されている。

parabolartとしての今後の活動展開

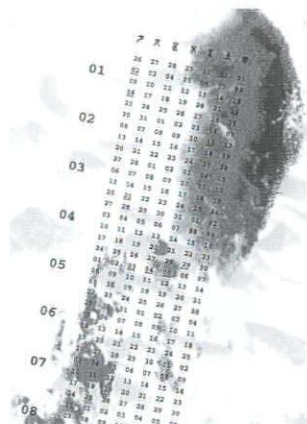
1999年2月、IDEEギャラリーにてparabolartの展示会が行われた。そこで展示された作品はすべてエア・パッキンを使った「putit」シリーズであった。しかし、彼らは言う。おそらく今後もうエア・パッキンを使うことはないだろう。もうputitの「お楽しみ」はやり尽くしたと。

彼らが今注目しているのは自動車や自転車のライトに使われている反射板である。それは光がどう当たるのかによって、まったく想像もできなかったような光り方をする。次なる「お楽しみ」である。

彼らはばらばらの活動拠点を放棄して、parabolartとしての活動を独立した生業とすることは当面考えていない。そのとき彼らを結び付けている「お楽しみ」感がもはや「お楽しみ」のままで済まされない状況に陥ることを危惧するからである。（青山）



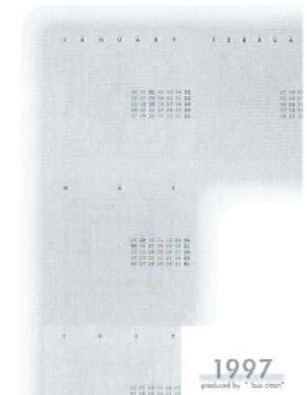
1994/ポスター型



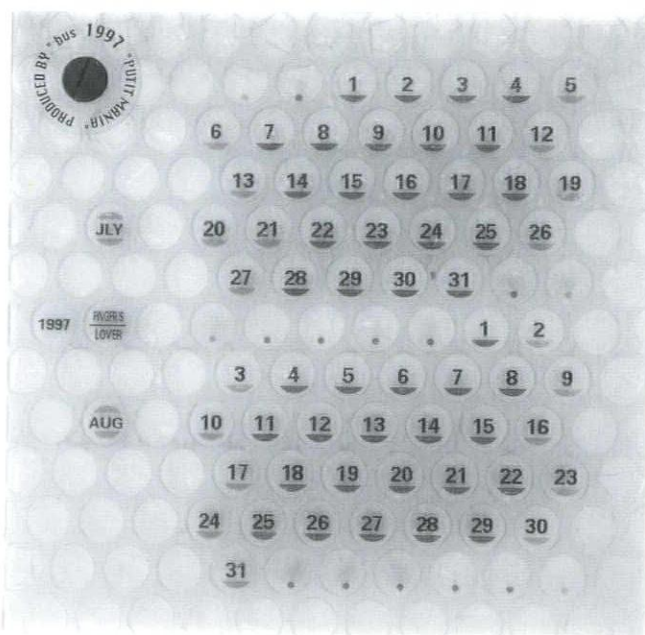
1995/ポスター型



1996/マークシート
SD9911



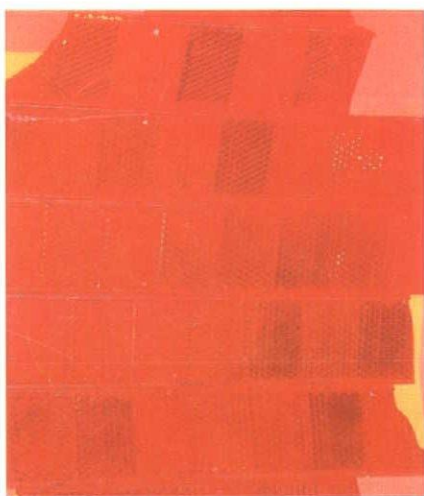
1997



1997/エア・キャップ使用のきっかけとなったpetit calendar



1992

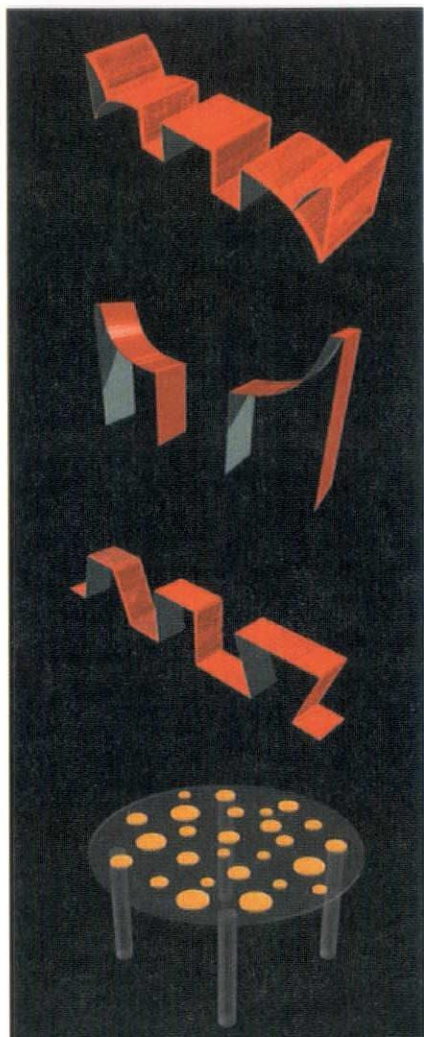


The reflex

環境の光を取り込み輝くインテリア。折り曲げた帯に細長い反射板のプレートを張り付けていく。各々のプレートの微妙な角度が光に変化を与え、見る者の動き、位置、角度によって光の表情を変えていく。



Items



reflex-sofas

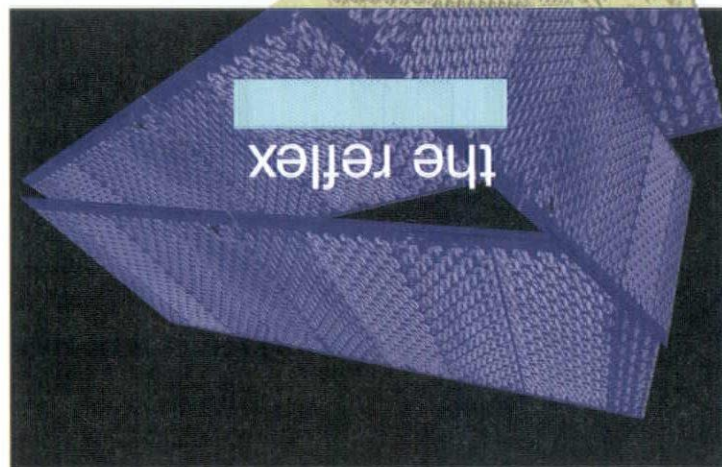
reflex-chairs

reflex-stools

reflex-tables

reflex-lights

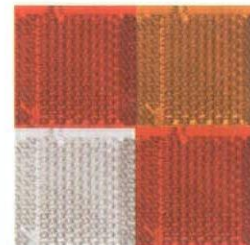
and others...



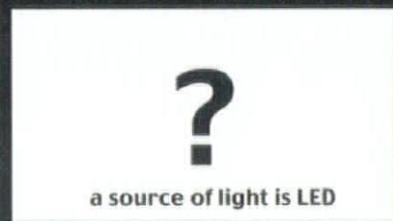
Scene

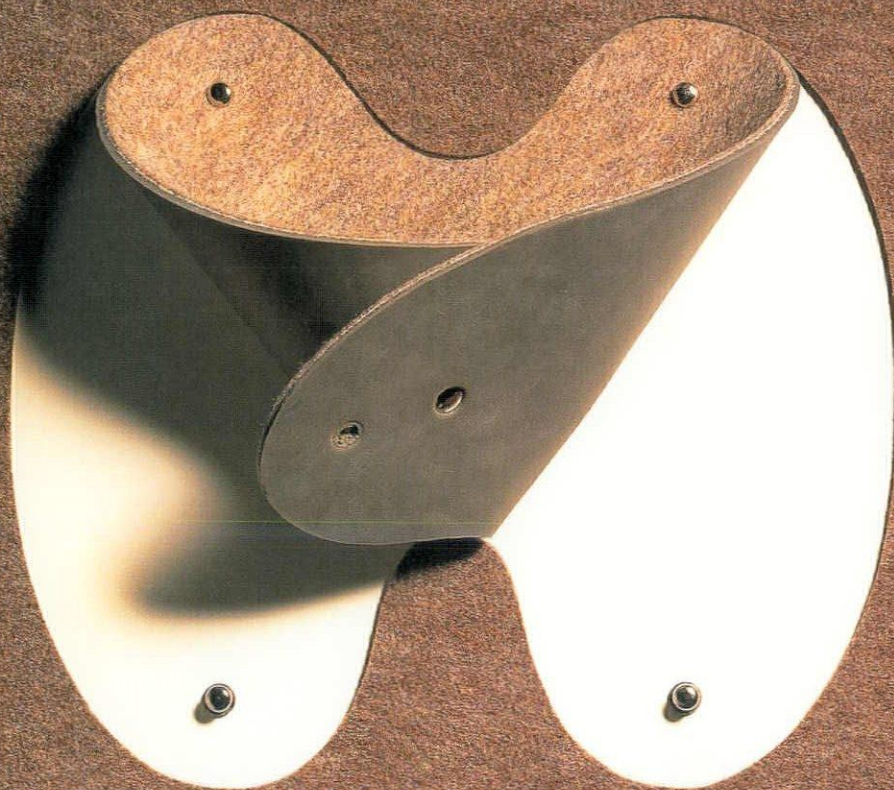


店内には幾つかのスポットライトを設置。shopに入った観察者は、歩き回り自ら位置を変えることで、様々な方向からの光を感じることができる。

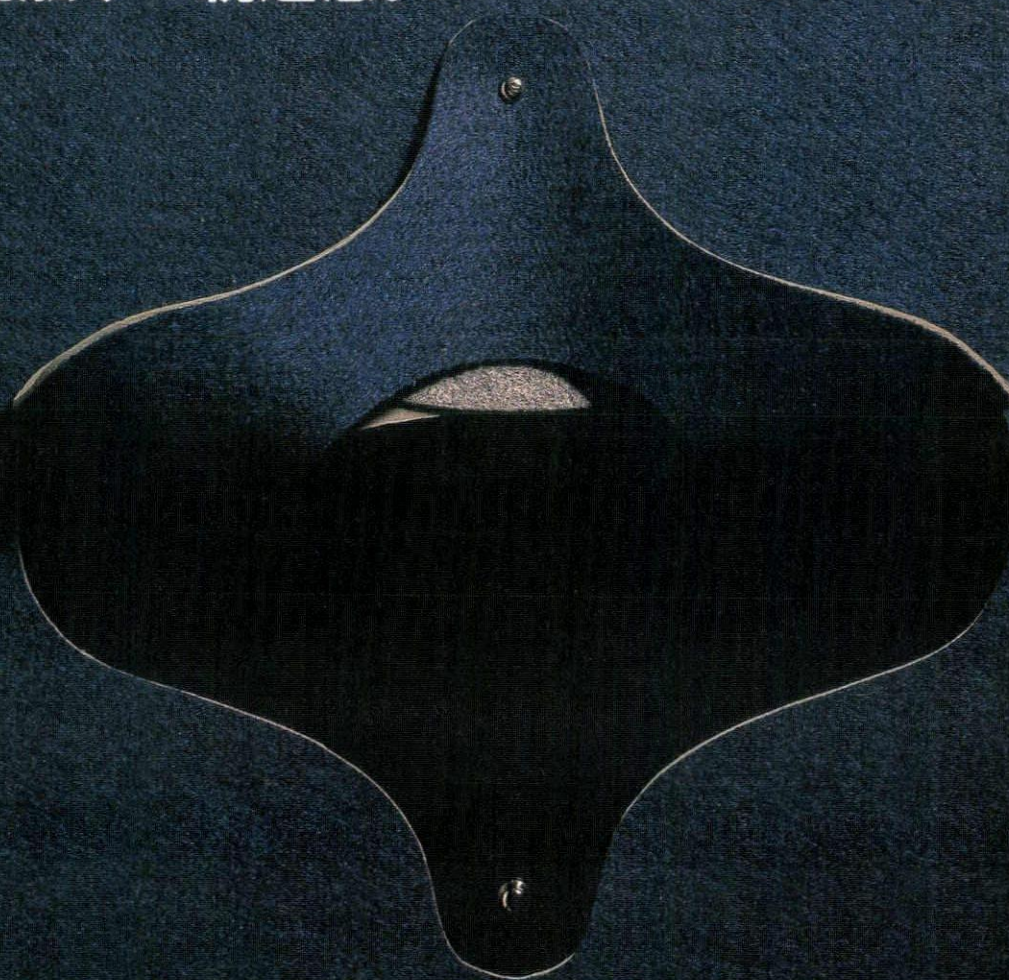


店の雰囲気やイメージによって反射板の色は選択。この他、高輝度LEDを使った照明器具等のデザインを行う。





肌触り・親近感。



大量消費財をリデザインする

日本においては多種多様な業種が存在し、そこではその歴史の中で独自の消費構造が確立されてきた。

しかし、その場に居合わせない我々はその構造自体を知る由もない。

その業種に居ればこそ、その消費構造に対して気がつかされる疑念があり、

それはときとしてデザインの契機にさえもなりうる。

Punch Carpet Goods

Trio De Punch

4 RE-Design/Reduce

パンチ・カーペット・グッズ

Trio De Punch

床などに建材として使用されるパンチ・カーペットの残材を使った小物のシリーズ。ハンガーや小物入れ、CDラック、スリッパなどがある。パンチ・カーペットに切り込む／折り込むといったごく簡単な操作を加えることで、本来とは違った機能を与えている。

品名: punch carpet goods

設計年: 1998年

生産年: 1998年

主材料: パンチ・カーペット、リベット、ローレットねじ
問い合わせ: Trio De Punch (毛利幹典) (tel: 03-3426-4496)

Trio De Punch

宮地克明、毛利幹典、堂田富美浩によるデザインユニット。

インテリア、空間演出デザイン等、幅広く活動中。

宮地克明

1971年: 北海道生まれ。

1997年: 武蔵野美術大学空間演出デザイン科卒業
アイトーブアーキテクト入社

1999年: 退社後現在に至る。

毛利幹典

1968年: 北海道生まれ。

1993年: 武蔵野美術大学空間演出デザイン科卒業
(株)七彩社入社

1999年: 退社後現在に至る。

堂田富美浩

1971年: 北海道生まれ。

1996年: 武蔵野美術大学空間演出デザイン科卒業
(株)七彩社入社

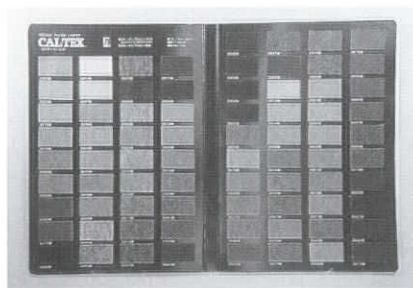
1999年: 退社後現在に至る。

材料の消費と再評価

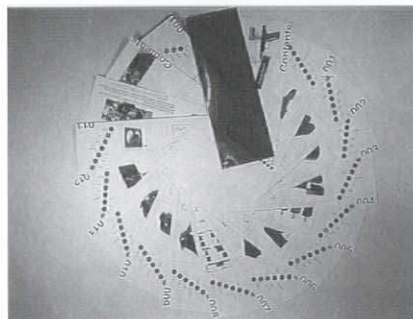
Trio De Punch (トリオ・デ・パンチ) はもともとディスプレイ業界を中心に活動していた3人のメンバーによって結成された。

グループ結成以前に彼らの働いていたディスプレイ業界では、パンチ・カーペットは他の何にもまして最も軽んじられた存在であった。それは「捨てパン」と揶揄された呼ばれかたがされるほど意識されない材料であった。建築業界では墨出し用に打設するコンクリートのことを「捨てコン」というが、それに近い意識のされかただろう。ディスプレイの現場においては、「とりあえず捨てパンでも貼っておこう」的な発想が通常のパンチ・カーペットに対する理解のされ方である。ディスプレイという短期的なスパンでものが回転されやすい環境において、パンチ・カーペットはあまりに軽視されながら大量に消費されている。貼られてはすぐまたはがされ、産業廃棄物として処分され、また真新しいものが貼られる。

彼らはそのことに納得がいかなかった。パンチ・カーペットはカラー・バリエーションが豊富であり、最も単純な構造性にまで還元されているが、タフでもある。彼らは1年前にTrio De Punchを結成したのであるが、そのデビュー作となるのがこのパンチ・カーペットを使った一連のシリーズである。ここでは足下に敷かれ顧みられることもなかったパンチ・カーペットだけがクローズ・アップされている。



パンチ・カーペットのサンプル帳



ポートフォリオ

リ・マテリアリティ

彼らが今もっとも注目している材料は「おから」である。「おから」とはもちろん豆腐の搾りかすのことであるが、食用や飼料として利用される以外の大量のものが産業廃棄物として処分されている、という。「おから」はそういう消費構造にさらされてきたのであるが、彼らはその事実をそのまま見過ごすことができない。なんとか「おから」を有効に利用し、単なる「おから」に終わらせないことはできないか。その構造的なもろさがその転用の可能性を閉ざしてしまっている、ならば発泡させることによって家具や建築の材料として利用することはできないか。あるいは、究極的な「おから」レシピを作って、もっともっと食用に供することはできないか。現在思案中である。(青山)



pelvis hanger 002



lungs pocket



pelvis hanger 001



rib shoes



pleat rack A/B



flower base 001



flower base 003



わたしの小部屋。

自宅改装に着想を得た配水管の什器

リサイクル、リユース、リデュース、リニューアブル……フレキシブルな発想を武器に、制作時間や費用の課題をクリアしようと試みる若手デザイナーにとって、既存の品々に新たな魅力を加える「RE」の概念は身近な手法の一つでもある。現代における「RE」の発想の重要性を把握しながら、彼らは様々な趣向を凝らしている。

Display stands for Vacuum Records

Shin Nishibori

4 RE-Design

店舗用什器

西堀 晋

デザイナーが自宅大改装の際に目にした水道の配水管が商業空間のインテリアのヒントとなり……。納品先はミッドセンチュリーの品々を扱う玩具店。ポップな店舗の雰囲気に対応しい什器は、配水管に最小限の手を加えられただけで造られている。

場所：「ヴァキューム・レコース（東京）」什器
同店舗開店：1999年6月
問い合わせ：shin products (tel: 075-361-8887)

西堀 晋

1966年生まれ。武蔵野美術大学工芸工業学科卒業後、松下電器産業に入社。1994年よりパーソナルオーディオのデザインを担当し、1997年に松下電器産業退社。現在は京都を拠点にフリーのプロダクトデザイナーとして活動する。10月、自宅兼仕事場のある建物内に、カフェを併設する自社ショップ「efish」をオープンさせた。

玩具店舗の内装デザイン

トラクターの腰掛け椅子でスツールを造ったアーキ・レ・カスティリオーニ。ローバーの前座席を利用したアームチェアを造ったロン・アラッド……。今号で紹介するデザイナーの父世代の例となってしまうて申し訳ないが、既存品を用いて魅力的なデザインが模索された品々は、クリエイターの柔軟な視点を代弁するものとしても注目すべきところがある。さらにはエコ・コンシャスの側面から、「RE」の発想に熱い期待が寄せられている現代。全米で好評を博し、日本でも受賞作品の巡回展が催された「デザイン・リソース・アワード」のオーガナイザー、トム・ジョンソンは「リサイクル、リユース、リニューアブル」の3点が大切、と繰り返し強調している。

さて、ここで忘れてはならないのが、デザイナーたるもの、ただ再利用、あるいは再生すればいいというものではないということだ。アイデアはもちろん、一つの品として見たときのクオリティを忘るべからず。卵バックを絵の具パレットに転用することぐらい、家庭の主婦も子供も知っているのである。

東京、原宿にある「ヴァキューム・レコース」。103m²の店舗で販売されているのは、60年代、'70年代のレコードプレイヤーやレゴを始めとするポップな玩具だ。そして、細かい一つ一つの製品は、店内に整然と並べられた筒状の什器にディスプレイされている。

什器の高さは257cm。各々に4つの口が開けられて、内側が電球で照らされている。棚板はダボ止めで支えられたフロストアクリル。床から天井まで隙間なく納められている光景にオリジナル什器であることは一目瞭然だが、配水管を転用して造られた什器だということは説明されるまで気付かない。

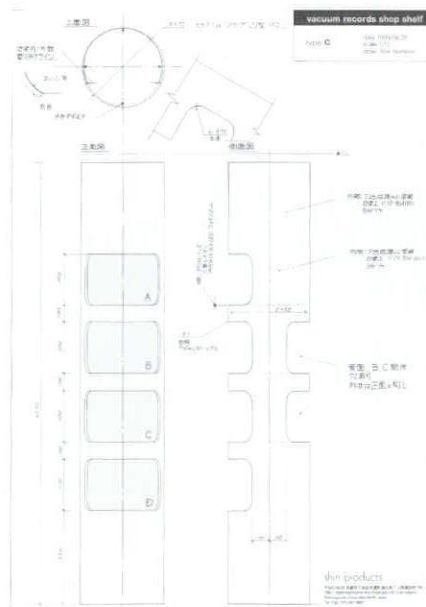
自宅改装の経験から

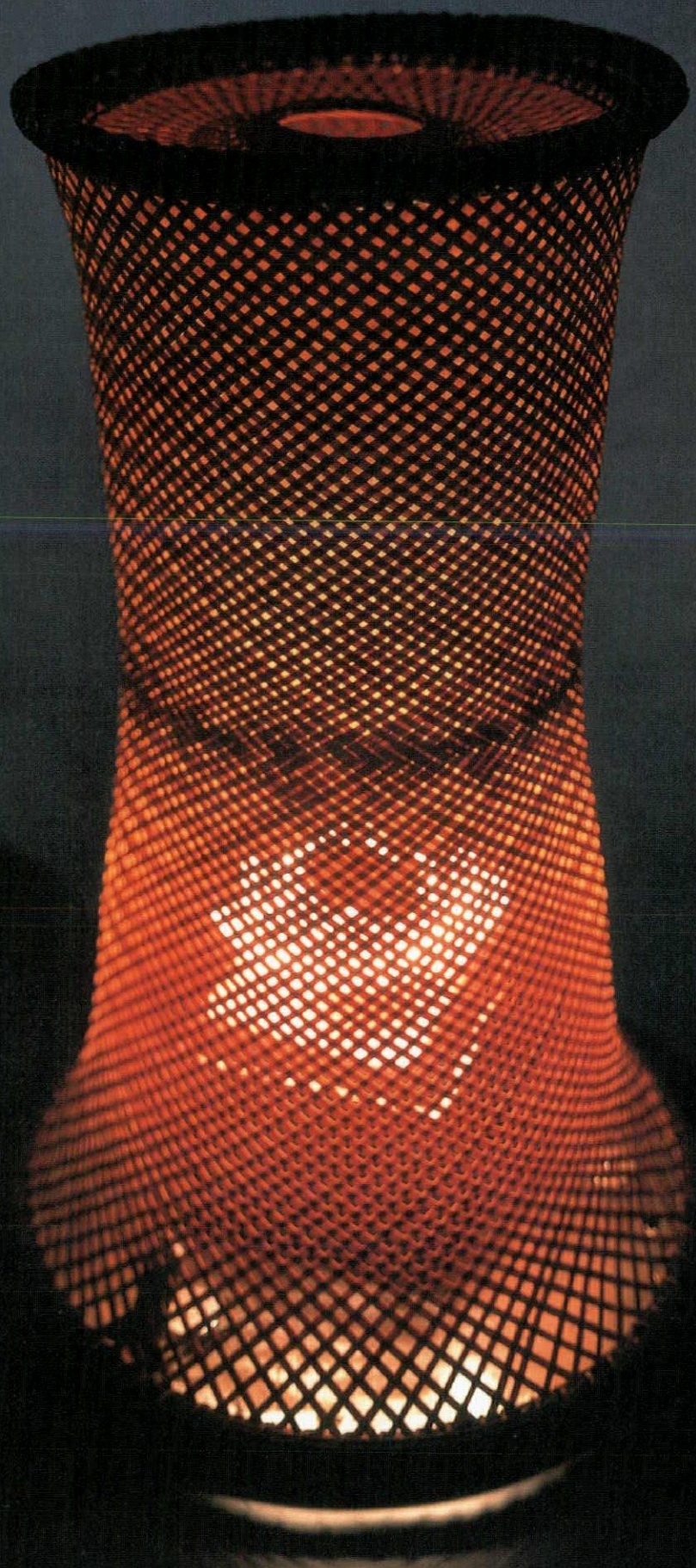
同店のインテリアデザインを依頼されたデザイナーの西堀晋は、限られた予算とタイトなスケジュールをどう乗り越えるかに腐心し、築30年のビルを自ら改装して仕事場兼自宅を設けた際の作業にもヒントを探ろうとした。そして、水道工事の際に格闘した配水管の形状や、その素材を活かすことができるのではないかと思いつく。コストパフォーマンスの面は言うまでもないが、「ポップな玩具を販売する店」のメッセージを、プラスチック素材の水道管に集約させられるのではないかという確信を抱いたのだ。

円柱形のためデッドスペースは避けられないが、それを最小限に留めるべく、陳列される商品の大きさを配慮しながら直径を割り出し、直径600mm

まで揃えられている配水管から直径480mmのものを選択。内部に棚板を入れ、「かぐや姫のイメージで」、上部にハロゲン球（65W 広角）、下部に丸形蛍光灯（「パルック」60W）を組み入れる。配線の問題があったため照明に関しては松下電工に相談した。他に、配水管を長さ90cmに切って、アクリルフロストの天板を乗せたテーブルも造られている。

「あくまでも特定の店舗のインテリアとして考えたものであり、家庭用の家具として販売する予定はない」と西堀は述べるが、店舗が開店してすぐに「あの家具を自宅で使いたい、どこで購入できるのか」という問い合わせが続いたという。前身が排水管であることを感じさせない什器のデザインは、リユースの発想を用いながらも造形としての完成度を満たしている理想的な例と言えるだろう。（川上）





幽玄。

日用品と伝統技術の意外な出会い その華麗なる変身

インテリアを数多く手掛けるインテンシオナリーズだが、プロダクトの評価についても高く評価されている。

竹デリアは空間作りを手掛ける彼らが「見たことのない照明を作りたい」と、いくつかの変遷を経て製作したもの。

日用品を転用した素直な発想が、「竹デリア」の織りなす幻想的な美しい世界に昇華した。

その業種に居ればこそ、その消費構造に対して気がつかされる疑念があり、それはときとしてデザインの契機にさえなりうる。

TAKEDELIER

Intensionallies

4 RE-Design

竹デリア

インテンシオナリーズ

タイで見つけたフードカバー。これを室内照明に使って見たら？ こんな何気ない発想から生まれ、いくつかのスタイルを経て、最後に日本の伝統技術と出会うことで、光の織りなす幻想的な世界を描き出すこととなった。

品名：竹デリア
設計年：1997年～
生産年：1997年
主材料：竹（染色）
使用機材：JTL LIGHT SYSTEM ver.001
価格：未定
問い合わせ：インテンシオナリーズ
(tel: 03-3768-9910)

インテンシオナリーズ

1995年8月

「ひとりで10年かかる建築の仕事を手で3年で実現させる」をスローガンに遠藤治郎、大堀伸、鄭秀和の3人が集合

1995年9月1日

「建築を通したモノづくりのためのレーベル」と位置づけ、インテンシオナリーズを発足。事務所の開設準備にかかる

1996年3月

インテンシオナリーズを「有限会社インテンシオナリーズ」級建築事務所として法人化

1999年

アクティビティのさらなる拡大に向け、事務所を骨董通りに移転

「竹デリア」の竹細工から洩れる光が作り出す模様の美しさには目を奪われる。竹デリアの特徴は光源部分が回転し、モワレを作り出すこと。上部から洩れる光は二重の輪をつくり、天井に映し出される影は、それぞれ反対の方向に回っている。この作品はインテンシオナリーズの鄭が経営に参加している飲食店「花見月」に置かれており、その全体の雰囲気と相まって、海の底から海面を見上げているような幻想的な空間づくりに一役買っている。現在特許登録を申請中のため、作品の仕組みを詳細に伝えられないのが残念だ。

竹デリアのもう一つの特徴が竹細工職人の田中旭祥氏存在である。タウンページで偶然に見つけたという彼の技術によって竹デリアは「作品」としての色合いを濃くしたように思われる。竹デリアの原点はもともと、「アクアテリア」と名づけられたアルミ製のものだった。直径3mmほどの棒状のアルミを束ねた作品である。これはこれでキッシュな作品ではあるのだが、光が洩れてしまい、光を楽しむという点では物足りない。そこで目をつけたのが、タイのフードカバーである。「これを照明に使って見たら」という発想から光源に被せたところ、思いの外綺麗な光の模様が生まれた。タイでは30円程度で売られているものだが、それからさらに日本の伝統技術である竹細工を取り込み、光の新しい表現に至ったのである。

(編集部)



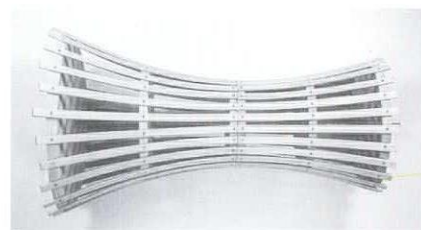
櫛目編み。この二つを重ねている

伝統技術との出会い

竹細工職人、田中旭祥は1947年東京生まれ。祖父から三代続いた竹職人の家系にあり、早稲田大学の文学部を卒業後、大分県で修業を積んだ。その後、日本伝統工芸新作展入選を機に、数々の受賞を経て90年には同展覧会で「日本工芸会会長賞」を受章している。10年以上前から竹細工による照明に取り組んでおり、大手照明器具メーカーのショールームの展示用に作品をつくるなどしていた。

最初に竹デリア製作の話を持ちかけられたとき、当然と言わなければならない。インテンシオナリーズの仕事など知る由もなかった。しかし彼らのしっかりとした図面やデザインを見て、興味を持ったという。

「竹デリア」のもうひとつの柱は、美しい模様を描き出すための精密な竹細工にある。竹デリアで用いられている編み方は3種類。それに伴って全体の構造も多少異なる。櫛目編みは、竹ヒゴを黒く染め大小ふたつのシェードを組み合わせている。松葉編みは通常照明器具に使用される編み方で、鼓状をした作品。田中氏はこれに上底と下底には蛇の目編みを使用する提案をした。結局インテンシオナリーズ側も、田中氏も想像が及ばなかったそうだが、この編み方が華麗な光の「花」を描き出している。もうひとつはあじろ編み。これは通常竹を横に割くものを、縦に割って用いることで、竹の節の面白さを活かしている。



竹を編む際の型。田中氏が製作した



輪弧（りんこ）とも呼ばれる蛇の目編み。上底と下底で使用されている





smart.

オリジナル+半オリジナル+既成品：スマートな制作プロセス

フリーランスデザイナーが関わるプロジェクトの状況は様々あるが、最も厳しいケースは、スケジュールがタイトでバジェットに限りがある場合である。セホラ・キャンドルは、パズルを解くように可能な要素を巧みに組み合わせながら、コスト削減の上に新製品開発を実現させた良例だ。

Sephora Candle (CANDLE 0015/0017)

Sayuri Shoji

4 RE-Design

セホラ・キャンドル (CANDLE 0015/0017)

東海林小百合

国際的に活躍する若手デザイナーが、フランスのコスメティック・ショップ、セホラがアメリカ進出するにあたって開発したキャンドルをデザイン。世界初の透明キャンドルが開発された点もさることながら、既成品を有効活用することで製造コストと開発時間を削減した点に注目したい。日本では未販売だが、ニューヨーク、ソーホーショップでの反響は上々だ。

品名：セホラ・キャンドル

デザイン：1999年

製造：1999年

製造元：スターリン・グループ（アメリカ）

サイズ：

口径56mm×高さ141mm／スタンド用ガラス筒（0017用）

口径75mm×高さ90mm／スタンド用ガラス筒（0015用）

首56mm×口径48mm×高さ79mm／レフィル部分（0017）

価格：\$22（0015）、\$20（0017）、\$17（0017レフィル）

（セホラ・ソーホー店）

1989年武蔵野美術短期大学卒業後、ソニーミュージック・コミュニケーションズ入社。1991年に渡米し、スクール・オブ・ビジュアルアート・ニューヨーク入学。卒業後にカルバンクライン社の宣伝部「CRK アドバイジング」を経て、パッジャー・アドバイジングで資生堂の新ブランド「5S」のプロジェクト・アートディレクターを務める。

全米の工場相手に動く

主にニューヨークを拠点に活動する東海林小百合。国際的に活躍するジャパニーズ・インディーである彼女は、ニューヨークのアートスクールを卒業後、現地企業で広告制作の仕事のキャリアを積んでフリーとなる。現地での仕事は彼女が個人で全てをこなす場合と、クライアントとの調整役であるレップを介する場合の2種類。これらのキャンドルは、彼女がレップを通し、現地でセホラのキャンドルを取り扱うことになったスターリン・グループの社長にプレゼンテーションしたプロジェクト。コンセプトマーケティングからの提案だった。

キャンドル開発に初めて関わった彼女は「まったく新しい」キャンドルにしたいと考え、7種類のアイデアを考える。透明の固形キャンドルに社長が興味を示すが、透明の固形ワックスが実用化されていないことを知るのには社長が商品開発を快諾した後だったという。納品が予定されているソーホー店の開店までわずか3カ月だった。

彼女とスターリン・グループは急遽、全米のワックス工場の調査に取りかかる。透明の固形ワックスの制作可能かどうか、東海林も電話帳で全米のワックス工場に電話をかけた。半ば諦めかけていたところに透明の固形ワックスを開発したばかりという企業を見つけ、何とか次の段階——色指定、香り選定、燃焼テスト——へとコマを進めることができたのである。

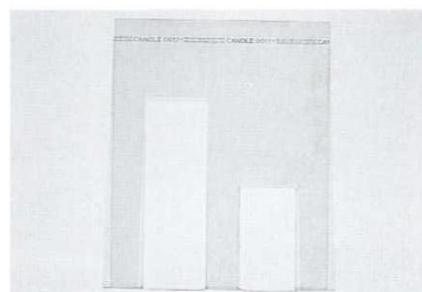
パッケージ

同商品のデザインが優れている点は、透明キャンドルのオリジナリティだけでなく、そのパッケージの考え方にもある。商品はスタンドとレフィル（キャンドル部分）の2種類から成り、東海林のアイデアは固形ワックスに既存のガラス容器を使うこと。レフィル容器の首部分を、わずかな口径差のあるガラス筒に掛けて使用するしくみである。

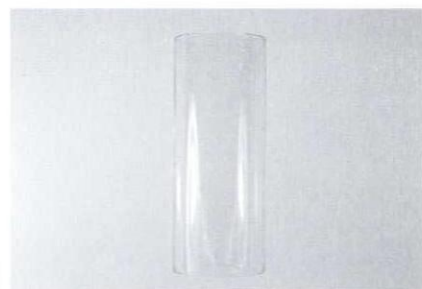
ワックス用のガラス容器は必要以上の高さがあるとガラス内側に煤を付着させてしまい、直径を3.8cm（1.5inch）以下とすると溶けたワックスが芯を覆って炎を消してしまう。そこでまず、キャンドルとして最後まで使用可能なサイズの容器を既存製品から選出し、次に、外側のガラス筒のサイズを割り出して、ガラス筒のみを製造会社に発注。新規でガラス型を起こすことは予算とスケジュール的に不可能で、型を起こさなくてもサイズを指定でき、コストの安いガラス筒を発注することは苦肉の策だったのだ。ワックス容器とガラス筒の製造企業は異なるが、セットで製造したかのように調和している。こうして、全ての新規製造より3割のコスト減を実現しながら、視覚的にも美しい品ができあがった。（Kate Johnson）

製品開発ストーリー

1. スターリン・グループに提案。モダンで美しく見たことのないキャンドルを創りたい。
2. 透明の固形ワックスが実用化になっていないことを知る。
3. 個人で透明の固形ワックスの企業探し。奇蹟的に企業を発見。
4. ガラスケースの検討。時間もコストも削減したい。
5. 既存のガラス容器と特注サイズのガラス筒の組み合わせを考える。
6. パッケージもあわせてデザイン。
7. ショップオープンの当日朝に納品。



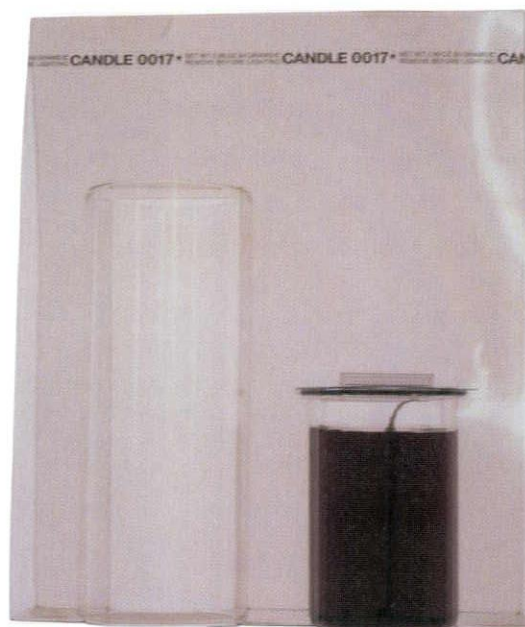
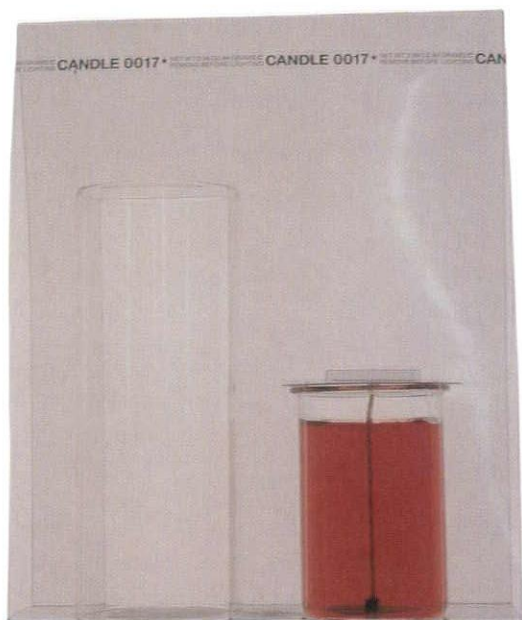
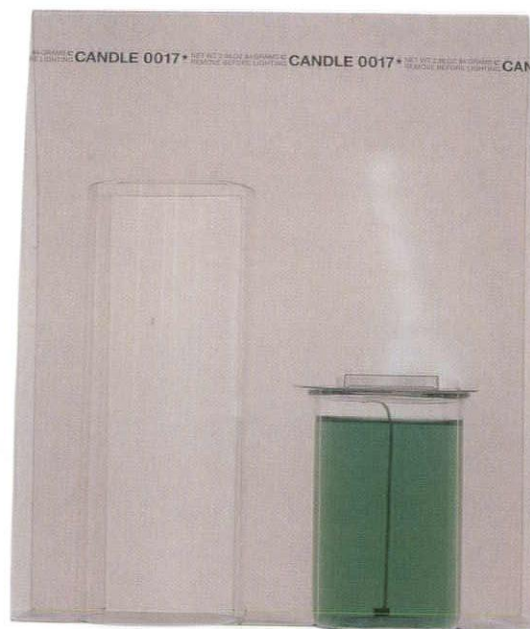
パッケージ（オリジナル）



スタンド（既製のガラス筒をサイズ変更して生産）



レフィル容器（既製品）。世界初の透明の固形キャンドルを開発



糊で貼りあわせずに透明シールで
留めただけのパッケージ。パッケージのアセテートに
ポケットを2カ所作りキャンドルと筒が
触れあわないように配慮している。
遠目ではパッケージが消失するように見える製品は
店頭でも目をひく。

デザイナーズ・プロデュース

Designers' Producing

Ross McBride

ロス・ミクブライド

Nanae Hara

原ななえ

インディー・クリエイターの特徴は「自分の欲しいもの」を目指して制作に取りかかる、そのフットワークの軽さにあるだろう。が、目前に横たわる販売という壁を超えなくてはならない状況は他の世代と変わらない。デザインから販売まで、利益を得てさらに次なる活動へ発展していくためには工夫や努力が不可欠で、いかに売るか、はインディとして生き残るキーとなるものだ。ここでは「自分ブランド」を立ち上げ、ブランド名も大切にしながら積極的な活動を展開する2人の例を取り上げる。都内から離れて家具を製造、販売する原と、量産プロダクトを目指すミクブライド。「周囲が変わらなければ自分が動く」「自分で作り自分で売る」……世の中の経済状況は依然見通しが明るくないが、フリーデザイナーの活動には確実に変化の兆しが見え始めている。

文：川上典子

Text: Noriko Kawakami

Ross McBride ロス・ミクブライド

「Designatorium (デザイナトリウム)」ブランド

グラフィックデザインの分野で活動していたデザイナーが、長く温めていたプロダクトデザインのアイデアの具現化に動き出した。製品からパッケージに至る全てを手がけ、量産、量販を前提とする商品開発の試みである。自社ブランド立ち上げの背後には、若手デザイナーが経験する通常のワークスタイルに対する疑問があったのだ。



1962年、アメリカ、ペンシルバニア州、ピッツバーグ生まれ。カリフォルニア・インスティテュート・オブ・アートでグラフィックデザインを学び、1985年に卒業。来日して日本大学芸術学部の研究員となる。五十嵐威暢氏のデザイン事務所を経て、1991年に「Designatorium」設立。

受身でないデザイナーを目指す

アメリカの大学を卒業後、来日し、グラフィックデザインの世界で活動しながらプロダクトのアイデアを描き溜め、「自分ブランド」を立ち上げたロス・ミクブライド。フリー活動を始めて5年が経った頃から、クライアントからフリーランスのデザイナーへとワンウェイで指示がなされる一般的なワークスタイルに対する疑問と、多くのスタッフの参画によって時にオリジナルのアイデアがないがしろにされることもあるコマーシャルの仕事に対する疑問を抱き始める。自分のアイデアがダイレクトに示されること、さらにはクリエイター自らが作品をコントロールできる環境を手にする必要性を感じていた。

まずは1997年、学生時代から溜めていた時計のアイデア12種類を一堂に紹介する展覧会を都内で開催した。アイデアの御披露を目的とする展示だったが、12種類のプロトタイプ制作や会場構成費用等々で数百万円の投資となってしまったという。が、「費用がかかっても、きちんとした展示にしたい」のだ。

1週間の展覧会の来場者は約2000人。メーカーの担当者も足を運んでくれたものの、残念ながらその場で具体的な話に発展することはなかった。「過去にプロダクトデザインの実績がない」というのがメーカー担当者が躊躇した理由だったという。次に彼は、プロトタイプと図面を手にも可能性のある製造メーカーの担当者に会いに出かける。興味は示してくれるが、製品開発となると話は別。その連続だった。ミクブライドはまた自身のデザイン事務所名「Designatorium (デザイナトリウム)」をオリジナル製品のブランド名にしたいと考えていたため、通常の売り込みよりもさらに困難な状況にあったのだ。

「自分でやるしかない」と考えた彼は、展覧会に出展した12種類の中で最も実現の可能性の高いデザイン「グリッドクロック」の製造に取り組む。まずは工場を探して製造し、次に直接店舗に営業したり、海外のファニチュア・フェア、デザイン・フェアでプロモーションしよう。マーケティングやディストリビューションの現状に關す

る不明点は山積しているが、受け身を強いられるデザイナーの現状から脱し、デザイナー自らの意思で活動できる環境を得るためには、リスクを背負ったとしても、動くことが必要だ……。そう考えながらも彼は、「これはギャンブルだな」と感じたという。

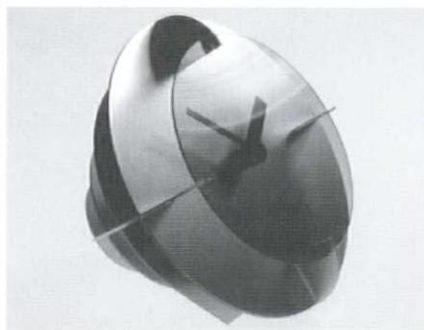
パーツ毎に工場を決め、箱詰めはオフィスで

「インテリア小物をユーザーが組み立てて使うということは面白いのではないかな。また、時計はギフト用にも購入されるはずだ」。この発想の上に商品化された「グリッドクロック」は、塩化ビニール製のパーツとアルミニウム製のメカニズム（時計、分針）を各々工場に発注し、パッケージは電話帳で見つけた工場に発注して完成した商品である。オフィスに納品された各部品を本人とスタッフが箱詰めし、やはり彼のデザインによる説明書が添えられた。自身で詰めることはコストを抑えることが第一の理由にあるが、品質を確認するためにも重要な過程となっているようだ。

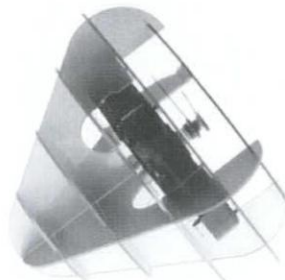
初回の製造数は2100。3色各700個の製造として店頭販売価格を5000円に設定。本人が卸値を決めて店舗に販売する売切り式であり、製造元と販売店舗の間に中間業者が介入する一般的な方法に比べてきわめてシンプルなシステムである。

今年5月、各工場に2度目の製造を発注した。「型代がかからないリピーター分からは利益が計算できる段階になる。これだけで食べていけるわけではないが、定期収益があることで他の仕事を冷静に選択できるようになっていて、少しずつ理想の状況に近づいている」。

続いて今年7月には円形パーツを組み立てる時計のセット「ORBIS (オービス)」を発売した。前回の作業の中で最も大変だったのが工場探しだったので、「グリッドクロック」と同一素材を使用し、同一工場に発注することを前提とするデザインとした。8色、各300個の製造。「今回は玩具っぽいデザインとして、前回とは異なるマーケットが対象。従来とは別の店舗で販売してもらうことで新たな顧客を開拓したい」。



「ORBIS (オービス)」



「ORBIS」側面部分

動きながら判断し、次を練る

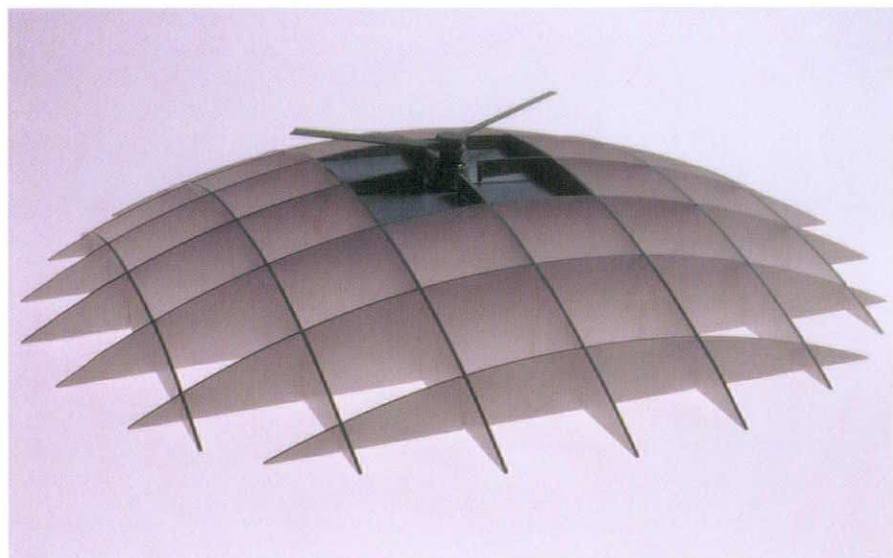
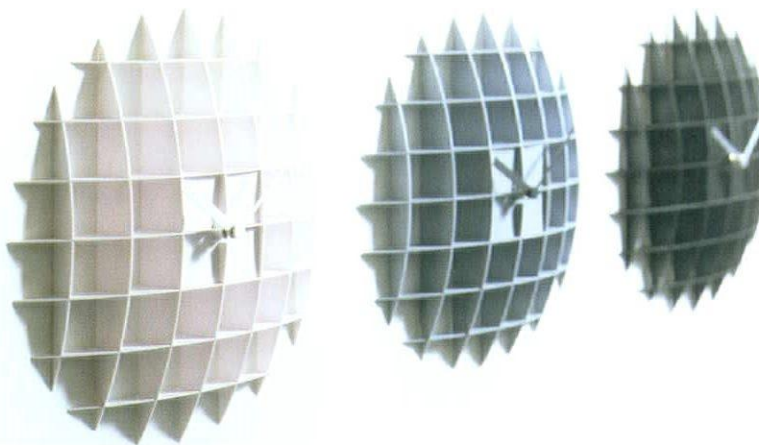
先行投資で「賭け」に出たミクブライドは、活動を展開しながらその都度、販売する作業を学んでいるようだ。国による環境の違いもそのひとつ。ディストリビューターの介入が確立されているアメリカでは、クリエイターが直接店舗に交渉したり商品を納品することが難しいが、日本ではデザイナーが交渉できる自由がある。日本の雑誌社では編集者が話を聞いてくれ、掲載を検討してくれる。雑誌自体の数も海外より多い。記事を目にした地方の店舗やスタイリストから問い合わせも入るので、一度動き出すと徐々にではあるが、自然に販路が拡大していくという。「当初予想していたより簡単だったかもしれない……」。

今後の課題は海外市場に向けてのプロモーションをどう行うか。アメリカでの営業活動に学んだ点も多く（同国では組み立て式製品は内容に関わらずにホビー売場に置かれてしまうため、デザイナーの製品であることを示すには予め組み立てられた製品とする必要がある、等）、また、英国で毎年催されているコンテンポラリー・ファニチュア・フェア「100%デザイン展」等の会場で感じ取ったデザイン傾向や他のデザイナーのプロモーションの方法を踏まえながら、次の「出方」を練っているところだ。独立して活動を行うデザイナーへのサポートシステムが整えられている英国を始め、デザインの評価、支援がなされうる国には「さらに積極的に出ていく」考えもある。また、最近では自社のウェブサイトにも力を入れている。「自分が世界のどこにいても連絡がとれるようにするため。デザインの考え方を示すことと、ビジネスチャンスを見失わないため」。

こうして、デザインからパッケージング、さらには展示会場の設営まで、デザイナーの意思が一本の軸となって、あらゆる段階での徹底した取り組みが続けられていく。「自分ブランドを展開するには相応のリスクが伴うし、時間も手間もかかる。しかし、リスクを背負っても、自分でプロデュースしていける魅力を大事にしたい」。彼の活動の源がここにある。



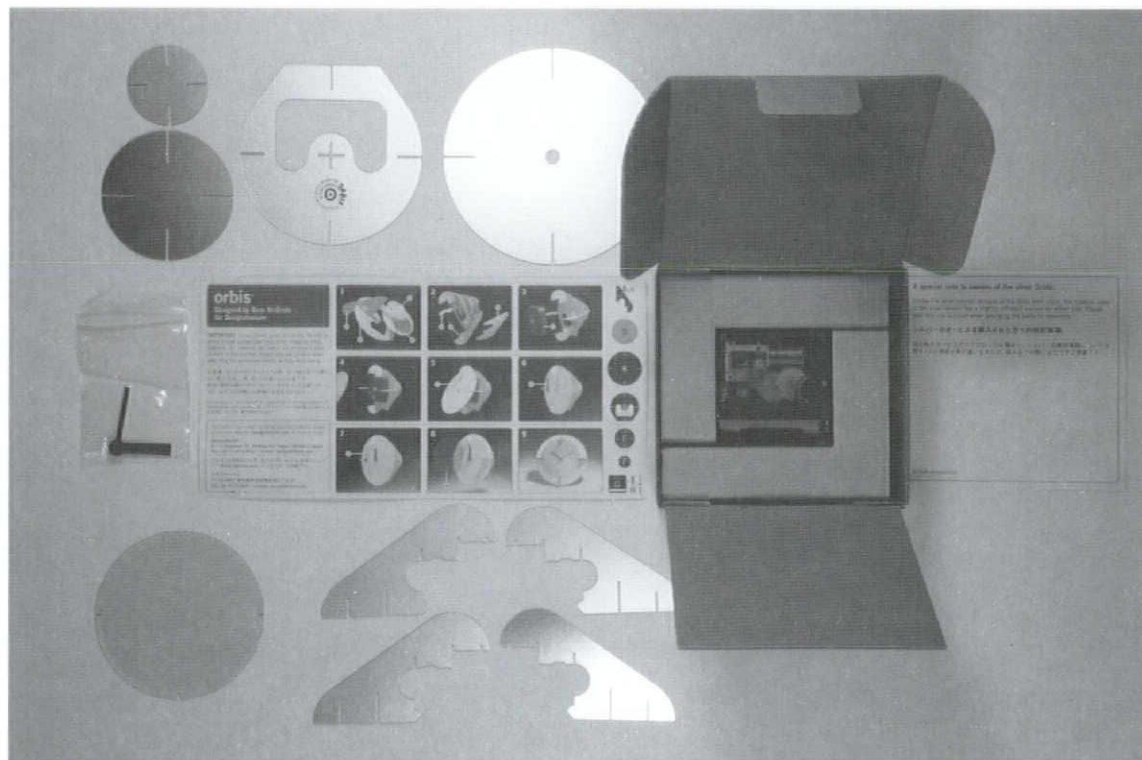
「ORBIS」カラーバリエーション。ショップのディスプレイ用



「グリッドクロック」

組立キット状のパッケージング

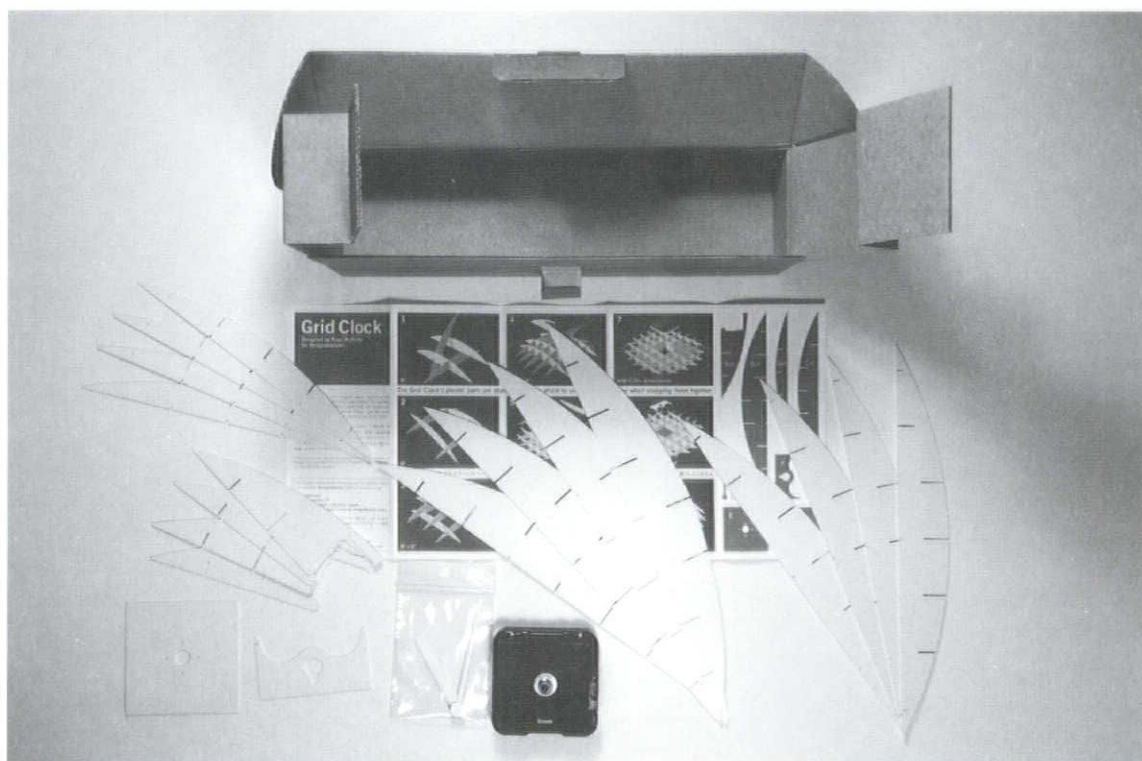
「デザイナーの製品なのに完成形ではない」という面白さを狙って組み立て式に。パーツ、メカニック部分、説明書が、商品保護の配慮の行き届いたボックスに納められている。シールに至るまで、全てミクブライドのデザイン。



「ORBIS」セット一式



「ORBIS」のパッケージ



「グリッドクロック」セット一式

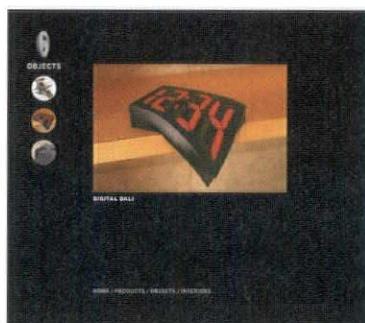
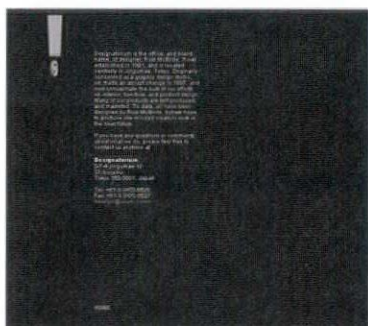
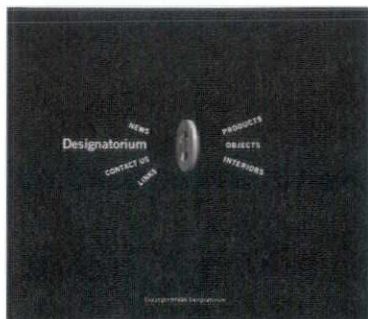


「グリッドクロック」の
パッケージ

ウェブサイト

<http://www.designatrium.com>

ミクブライドはグラフィック分野で培ってきた能力を駆使して、ウェブサイトのデザインを進行中。一般的な情報はもちろん、ビジネス関係者などパスワードを知る一部の人のみが「本人の今日のスケジュール」等にアクセスできる二重構造となる予定。国際的な活動を計画しているミクブライドらしい内容だ。当然ながら日英二カ国表記で、メールオーダー・システムも準備中。



旭川を拠点として家具の製造、販売を行っている原ななえ。カタログを制作し、受注式で家具製造を行う彼女は、商品のネーミングからカタログデザインに至るまで広く才能を発揮し、ユニークな「ブランドイメージ」を固めつつある。デザイナーの心とプロデューサーの能力を持ち備える彼女の、タフな活動に目を向けてみたい。



武蔵野美術大学油絵学科抽象絵画コースに学び、立体作品の制作を続ける。卒業後、旭川市の家具メーカーの工場に勤務。1993年には2級木工技能士取得。1995年、「あぐら家具企画」を設立。
TEL 0166-34-0898 <http://city.hokkai.or.jp/~agra>

キュートな家具を支えるタフな活動

偶然の旭川

「東京で展覧会をした時、家具界の大先生が来てくれました。後から聞いた話なのですが、あんなひどい家具は生まれて初めてだ、と立腹して帰っていったそうです。それを耳にした人が結構見に来てくれて、やっぱりひどい、と言われたりもしたんですよ」。原ななえが経験したという興味深い出来事だが、その時の状況に対する本人の感想が痛快である。「私が展示をしたところで特に反応もないだろうと思っていたので、反響があることが面白かった!」。

生まれも育ちも東京。美大時代からオフロードバイクで北海道を旅することが好きだった原。卒業後、特に就職していなかった彼女は、ツーリングの途中に北海道置戸町に立ち寄った。工業製品を製造したり、展示している「オケクラフト」を見るためだ。立体制作が好きだった彼女は、現地で「家具会社だったらどこがいいのか」を尋ね、旭川にある某工場の名を覚えてもらう。言うまでもなく旭川は家具の産地であり、さらにその工場は家具製造に従事する人々が決意も新たに就職希望を寄せる、業界でも名の通った場であったのだそうだ。もちろん原はそれらの知識を持っておらず、家具は素人。そのうえ面接に持参したのはバイクのヘルメットひとつ。「それでも採用が即決してしまったんですね。バブル時代で人手不足だったんです」。

きっかけは勢いとはいえ、「危ない、汚い、作業内容の男女差があった」現場に3年間従事していた点に目を向けたい。原が家具制作の基礎から一通り学び、独立したのは1995年。「亜流だけれど、ひとりで家具を作れるかなと思った」からだが、当時、知人から家具のオーダーが寄せられていたり、作りたい家具のアイデアが湧き出てきたことも独り立ちの理由にある。こうして友人と改装した一軒家を仕事場として、「あぐら家具企画」が始動するのである。

制作の過程

その一軒家で行われているのは、デザインから製造に至る全作業である。スチールのパーツは外

注し、木製フレームも数が揃えば現地の工場へ外注しているが、他は基本的に原自身がこなしている。ノコギリで木を切り、ヤスリで削り、フェイクファーを使ってカバーを縫う。通常の作業は彼女一人。デザイナーであり職人でもあり、あぐら家具企画の社長兼営業部長の彼女は多忙だが、経営者としてはやはり規模の拡大を目指しており、突然の大量注文が入ってもパーツ製造を外注できる工場も既に地元に確保済みだとか。「工場のクオリティはチェックしなくてはいいませんが、100脚はどほ対応できます」。

「実は大企業化計画があるんです(笑)。人に任せられない性格なんです、パーツは基本的に外注して、それをスタッフが組み立てるとというのが夢。自分の手じゃないと表せない微妙な造形もあるけれど、私が制作したプロトタイプに忠実に製造してもらえれば量産は可能になると思う」。「ただし、プロトタイプだけはもちろん、私が作らないといけません」とデザイナーの自負も覗かせる。

ショールーム代りのツールを開拓

「一度仕事場を構えてしまったので、当分は旭川から動くつもりはありません」と言う原も、都内に家具を常設できる場の必要性を感じているようだ。そのために都内の店舗回りを続けたこともあったが、個性派の家具だけに交渉は難航、「人様の店に置いてもらうなんて虫が良すぎたのかも知れない」という結論に行き着いた。

そこで彼女は、通販のカタログともなる商品カタログを都内の書店で販売してもらうことを考えるのである。欧州の若手デザイナーたちが国外の市場を求めてメールオーダー・システムに励んでいたことを彷彿とさせるが、原も同様に、商品撮影を仲間に依頼し、コンピュータを駆使して自らデザインを手がけ、コストを抑えた販促ツールづくりに取り組んでいる。ここで、「Macとカラープリンタがあって本当によかった」という原の言葉が象徴的だ。若手クリエイターらの活動に欠かせないDTPやウェブは皆、コンピュータなしには始まらなかったものだからだ。



「シブロッキング」



「ホイール」



「ホイール」

電気ものに挑戦し始めた原の「デンキデビュー・プロローグ」。原はドイツに旅した際電流を使ったアーティストの作品を見た。雷のようにパチパチ火花を散らす迫力あるものを目前にして、弱電の国日本はかなわない、と実感し「弱電王国らしいオブジェを作ろうと考えた」。製品発表となる来春に先駆け「Happning展」ではプロローグ展示。写真はライト「ファッキンバッグ」。ポリプロピレン製バッグ内側に光源が。はたるタイプ¥18,000、マルQタイプ¥12,000



ファッキンバッグ

加えて興味深いのは、それら印刷物の機能を彼女が重視していることである。これは「とにかく印刷物好き」という性格もあるようだが、他の媒体に比較して、カタログやチラシの効果が大きいことが最大の理由にあるようだ。「ウェブサイトも立ち上げたが、実益に結びつきにくく、雑誌に掲載されても問い合わせは値段に関してが多い。ウェブは信頼されにくいのか、3500円のクッションは売れても、家具を売るのは難しい」という。

さらに彼女が「大事」と強調するのが展覧会である。1997年には4件の、1998年は6件もの展覧会をこなし、97年にはバレンシア国際家具見本市にも友人と椅子を1脚つつ抱えて参加したほどだ。これらの展覧会に関しては会場に直接アプローチしたり企画書を提案する「攻め」の姿勢で、製品発表の場を自らプロデュースし、展示の度に家具を梱包、旭川から開催地に送り出す作業を繰り返している。ちなみに新作の開発に集中していた今年は10月の「Happning展」が唯一の展示。その影響は販売数の減少に如実に現われてしまっているという。

ポップなネーミングと真面目な家具

原の活動に目を向けるとき、ネーミングまで徹底されているイメージづくりを見落としてはならない。コンピュータ用家具の「デンジシリーズ」を始め、「よつあしシリーズ」、「デンキデビュー・プロローグ」という具合にキャッチーな名が考案され、しばしばシリーズ化されてポスターも制作されている。展覧会や商品名も同じ調子で、「ハイトライトあぐら家具」「ヒミツキチ AGRA」「アカメライト」「バクバクビロース」など、彼女ならではのセンスで商品周辺がオーガナイズされているのだ。

ポップなネーミングは時に雰囲気だけの家具という誤解を招きがちかもしれない。しかし彼女が固執するのは椅子の座り心地であり、この点ではまさに職人的なこだわりに基づいているのである。「椅子の役割はいかに体を支えるか。自分にとっての気持ちよさを考えると、固い座面は許せない。クッションは必須で、たとえば世界からクッション

が絶滅しても、私は絶対にクッションを作り続けます」。

フェイクファーを使うのは座り心地を考慮し、肌触りにもこだわるため、加えて洗濯可能な素材という長所にも着目したからだ。脚が長く座面幅の狭い、不思議なプロポーションの椅子は後向きにまたがって座るもの。英国の椅子の歴史に似たような椅子を見るが、「子供の頃にそうやって座ったのが楽しかったので、現代風に表現するとどうなるか」を考えた。こんな言い方は失礼かもしれないが、彼女の椅子は見た目に比べて意外と座りやすいのである（ちなみに冒頭の諸先生方は原の椅子に座っていない）。「私の家具は装飾じゃない。可愛い家具を造ろうと思ったことなんて一度もないんです」

自分ブランドの共感者を求めて

ペットのような容姿だが機能を追求した家具、ネーミングからカタログまで徹底されたブランドイメージ、家具に併せて制作される小物類……これらを通し、ファッション界のインディーズ・ブランドさながら、彼女の世界を理解してくれる人々に「あぐら家具企画」の名が浸透していくことが、多分彼女の理想とするところなのだろう。が、「ブランド名を前面に押し出してしまったがためにデザインを他企業に『売る』ことができなくて、しまったと思う機会も少なくない」という本人の悩みも耳にした。そのジレンマも感じながら、原はやはりポジティブに考えている。「自分ブランドを立上げるのには良し悪しがあると思いました。でももう立ち上げてしまったから、その分、次の家具を考えていけばいいと思っています。そして量販を目指します」。

「あぐら家具企画」の共感者を対象に、彼女は今後もカタログを作り、ポストカードにメッセージを乗せていく。流通システムの違いもあるため、彼女の製品が突如メジャーに転身するという保証はないが、それを物ともせず、アイデンティティをかくも明快に打ち出し活動する新世代クリエイターの存在はやはり気になるところである。そして制作から販促に至る全工程を軽やかに仕切り、

楽しみながらバランスよく活動する彼女は今後、自身のプロデュースをどう展開していくのか。21世紀インディーズたちの活躍を予兆させ、彼らの可能性を示唆してくれる彼女のマルチな活動に注目したい。



上：ターニングライト 下：トラベル

「スティーブ・ジョブスはコンピュータの未来像を考え、それに近づくとして全く新しいコンピュータの在り方を創出したわけですね。自動車メーカーも同様の研究を続けているけれど、家具屋も家具の未来形を考え、それに近づく物づくりをしてはどうかと思うんです。そして、たとえば個人でもそれに向かうことはできると思う」。

展覧会

都内にショールームを持たない原にとって、展覧会は貴重なPRの場。積極的に開催すれば、売り上げに結びつく。



六本木のギャラリーT.Y.K.-TWOでの展示風景（98年）

商品カタログ

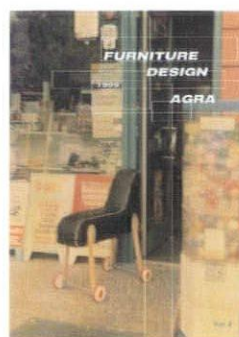
趣向を凝らしたカタログは本人のデザイン。メールオーダーのシステムを整え、カタログは東京都内の書店でも販売中。



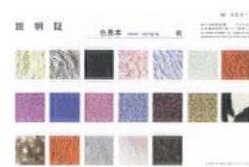
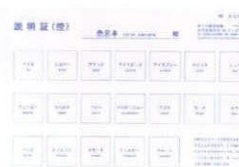
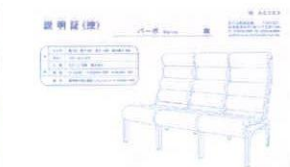
商品カタログ第2号



商品カタログ第3号



商品カタログ第4号



「着せかえ」と呼ばれる椅子カバーの色見本。「着せかえ」は服のようにファスナーで開け締めする。

商品カタログ第5号

領収書を模した最新カタログ。ファブリック見本の写真も含まれており、メールオーダーへの配慮がさらになされている。「あぐらカタログ説明証」¥470

ウェブ カレンダー CD インビテーション・レター

ウェブサイトからカレンダーまで幅広い原の世界。すべて本人がデザイン。



1999 カレンダー



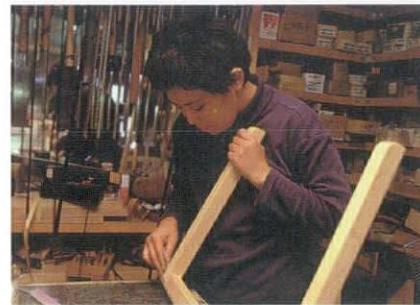
LOVE Furniture Lounge Bears
（あぐら企画プロデュース）CD ジャケット



Happening 展99
インビテーション

「あぐら家具企画」アトリエ

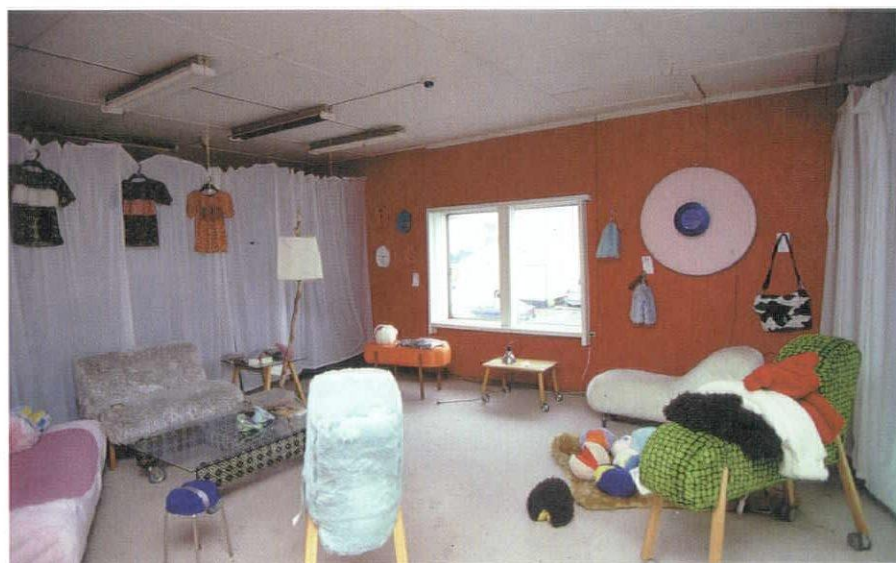
元は友人とピザ屋を開店しようと改装した旭川の一軒家。ピザ屋は調理人不足のため直に閉店。そのまま彼女がアトリエとして使用することに。



上記6点写真＝田島睦三

アグルーム AGROOM

念願のショールームが地元オープンした。知人のブティックの2階を利用。家具を見るために札幌からやってくる人もいる。ここでは家具の他、あぐら家具企画による小物も販売。バッグやポーチ、Tシャツ等は家具とお揃いの素材で原の手作り。



写真＝田島睦三



ショップが生み出すクリエイションの土壌

The Creative Soil Produced by Shops

マスマーケット指向の生産・流通から生まれるモノに満足していないのは、デザイナーばかりではない。ショップ、ギャラリー、メーカー、エディターなどデザインをリアライズし伝える役割をもつ人たちが別の状況を作り出そうとしている。自分たちが惚れ込める製品をプロデュースしていこう。これまでのシステムで埋没してしまうようなデザイナーの作品を世に出していこう。右から

左に商品を流すのではなく、デザイナーと協働していこう。顧客に近いところで仕事をしよう……。ここでは、単なる販売店という枠を越えて、デザイナー、メーカー、顧客を結ぶメディアとしての役割を果たす7件のショップを紹介する。従来のシステムに乗らないデザイナーと、従来のシステムに乗せないショップが組めば、ひとつのムーブメントを起こせる可能性大である。

E&Y

イーアンドワイ

trico

トリコ

IDEE

イデー

pour annick

プールアニック

BC KOBO

BC工房

Time & Style

タイム アンド スタイル

Franc franc

フランフラン

10年ほど前から、若手デザイナーを発見し、製作し、紹介し続けていることで、デザインがクリエイトされる環境として不可欠な存在となっている。エディターとしての役割をはたすE&Yそのものがひとつのデザイン・メディアである。

アンタイ・エスタブリッシュメント・デザインを活性化させる先駆者

E&Yは家具ショップでありながら、デザイン・プロデューサーでもある。デザイナーを発見し、そのデザインを買い、製作・販売する。企画開発をしながら共同でデザインを練りあげるのではなく、互いにある距離をとりながらひとつの作品に関わって製作してゆく。いくつかの作品はE&Yのコレクションというカタチで買い上げられ、E&Yギャラリーで展示される。まさに、世界中から可能性のあるデザインを見つけて、それを集め、編集した後、発表することになる。代表の中牟田はE&Yの立場を「エディター」と呼ぶ。プロダクト・デザイン・メディアとしてのE&Yはまた、頻繁にエキシビションを行う。毎年5月と10月に行われるメイン・エキシビションの他に年に4、5回若手のデザインを展示する。

近年、まだエスタブリッシュされていない若手のデザインを展示する機会が増えているが、E&Yは10年近くも前に先鞭をつけ、継続的に新しいムーブメントを触発している。

—そのような動きはデザイナーのニーズがあったのですか？ それとも中牟田さんの積極的な仕掛け？

「両方ありました。ムーブメントをつくりたいというデザイナーの意向もあったし、我々は未来のすぐれたデザインへの投資になると思っていました。最初の頃は年間売り上げの2/3をひとつのコレクションに使ってしまいました。いいデザインができたからといってそれがすぐ市場にのるわけではないし、デザイナーとメーカーがいっしょになって良いものをつくるのはひとつの冒険船に乗るようなものでした。」

エディターとしての役割

現在、常時7、8人の海外デザイナー、4、5人の国内デザイナーと関わりをもって製作している。内部にデザイナーはもたない。「これだけデザインソースがあるから、デザイナーをかかえてオリジナルデザインをプロデュースしようと考えたこともあった。しかし、新しいデザインを生み出すにはエディション役も必要。ムーブメントとしての環境をつくることを考えている。我々がプロデュースするのは『発想』です。」

E&Yへのデザインの持ち込みもかなりあるようだ。デザインを見て欲しいというEメールは頻繁に届き、まずデザイナーと面会することから始まるのだが、代表の中牟田も十分にその時間をとりきれない。「展覧会やイベント時はデザイナーと会える機会でもあるので、そんなときにぜひデザインを持ってきてみて欲しい。ここで主催

する展覧会はインフォーマルです。それが我々のカタチ。デザインは自由な発想からしか生まれません。なるべくフランクでいたい。」

また、現在E&Yがもっているメディアは、98年に新設されたウェブと、デザイナー毎に1冊にまとめたデザイナーズ・カタログ。Tom Dixon、Michael Young、Christophe Pillet、Richard Hutten、Alex MacDonaldなどがそろっている。また『de toolpub』というフリーペーパーも出版している。これは、世界各国のその年の最新デザインを紹介したニュースタブロイドペーパーで2年に3回くらい発行されている。(編集部)

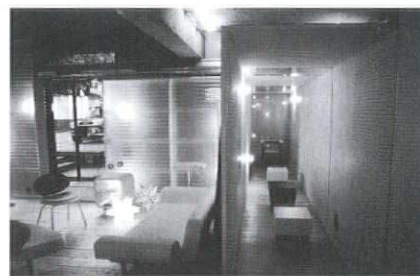
ショップ沿革

1987年：福岡本社設立。
1990年：東京プレスルーム、ギャラリー設立。
1995年：Nuconcepts Ltd. を香港に設立。
1997年：TYMC Ltd. をロンドンに設立。
展覧会
1993年：Hironen / WEST / Marc Brazier Jones
1994年：Tom Dixon
1995年：Michael Young
1996年：Elastic / Tokyo Young - Light / Michael young - Kyoto
1997年：Dixon & Inflate - Air Garden / Christophe Pillet - Tokyo & Osaka
1998年：Exit - Tokyo Minimal Life / New Kids in Town / FLY Exhibition / Alex MacDonald / Richard Hutten
1999年：Jean-Malie Massaud (パリ装飾美術館) / Tom Dixon Installation for HAPPENING, Tom Dixon Lounge, Paul Daly Cafe, Wonder Design, EX-tention

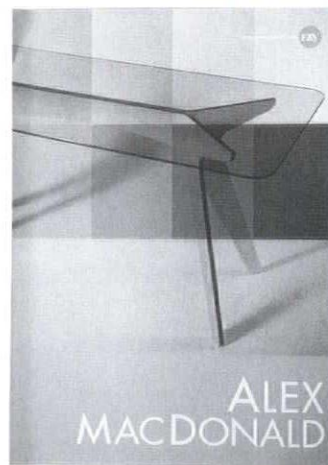
E&Y Tokyo Gallery
東京都渋谷区渋谷4-2-5
tel: 03-5485-8461
E&Y Osaka Gallery
大阪府中央区馬場町4-6-14 DRAPEAU 1F
tel: 06-6253-3310
E&Y Co., Ltd.
福岡市中央区天神4-3-25
email: info@eandy.com
url: http://www.eandy.com



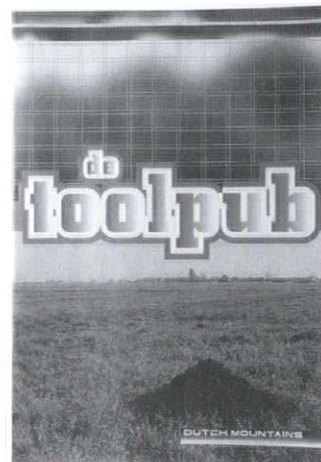
1



2



3



4

1. E&Y Tokyo Gallery
2. デザイナーズ・カタログ
3. 同社発行の de toolpub

独自の視点でデザイナーを見出し、パートナーシップを組んで日本に紹介し続ける trico。自分たちと「同世代」のデザイナーを「同世代」の人々に発信するスペースは、単なるショールームやショップといった範疇を超え、その存在自体が多くのの人々を巻き込んだ「シーン」になりつつある。

「モノ」ではなく

デザイナーという「人間」を選ぶ眼差し

神宮前の雑居ビルの小規模な地下スペース、ここに trico の「スペース」はある。照度を落としたそのワンルームの空間は、ショールームでもありショップでもありオフィスでもあり……。しかもすべてが丸見え。何とも親密な印象が漂っている。何と呼べばよいのか？「ショップ」と呼ぶにはかなり抵抗感がある。やはりストレートに「スペース」としか言いようがない trico の「スペース」。「モノを売ることよりもむしろイメージを伝える場所でありたい」と語るのは trico を主宰する佐伯仁氏だ。ここで言う「イメージ」という言葉には、従来のそれとは違い、「デザイナーをめぐる様々な状況」といった意味合いが強く込められている。そんな意識が彼らの「スペース」にも見え隠れしている。

trico はもともとデザイナーのエージェント、ディストリビューターとして1996年にスタートした組織。国内外を問わずデザイナーを見出し、パートナーを組み、サポーターとしてバックアップし日本に紹介するのが主な仕事だ。現在、ヨーロッパを中心に10数名のデザイナーの家具、プロダクトを取り扱っている。INFLATE (イギリス)、FREIRAUM (ドイツ)、DROOG DESIGN (オランダ)、SNOW CRASH (フィンランド)、竹内友一 (日本) など、それぞれデザイン・アプローチは様々だが「流行や既成概念とは一線を画し、自分たちらしいモノをつくっている」という共通の視点で trico が選んだ連中がラインアップされている。さらに彼らが皆、20代後半から30代前半という「若手」なのも共通している。

trico で扱うデザイナーの選定基準はユニークだ。佐伯氏は現在30才。「ヨーロッパ各地の都市を巡っていて感じるのは、地域的ギャップではなくジェネレーションのギャップ。同世代人には国境に関係なく共感できるものがある。だからそういうデザイナーを見出し、同世代の人たちに伝えたい。今までそういう場が日本にはなかったんです」と彼は言う。その上で「作りたいモノをストレートに作り、オリジナリティがあること。デザイナーの顔が見えること。現代のデザインであること」と続ける。その際に重視しているのが「個々のモノ」よりもむしろ、デザイナーという「人間」だと言うところが興味深い。彼らは「デザイナー」とパートナーを組むわけで、「一生関わっていくつもり」でデザイナーを見出すのだ。従って、その人自身の存在に魅力を感じ、共感できないと「決断」は下せない。そういった選定の眼差しの独自性が trico にはあり、それがデザイ

ナー、消費者を含めた形で「強度ある浸透力」を持ちつつある大きな要因だと言える。

新たな「シーン」の創出へ

この一方で、佐伯氏は昨年、デザインユニット AIRCONDITIONED を結成。デザイン活動の他に、デザイナー主体のインテリアイベント「HAPPENING」展の企画・運営を展開している。このイベントは世界でも例がない。全くのボランティアで「ゲリラ的」な活動なのだ。「日本では若いデザイナーにはモノをつくり、売り込む意気込みとノウハウが欠如している。そういう機会もないのが現状。そういったデザイナーにノウハウを含めたチャンスを提供し、いろいろな人がそれに関われば、全く新しい世界が展開するのでは」と彼は言う。今年でまだ2回目のイベントだが、周囲の反響はものすごい。海外のメディアも多数取材に駆けつけ、イベントのユニークさに舌を巻いているという。「誰もが欲していたけど、何処にもなかったイベント」は、今後日本の若手デザイナーの海外進出の大きな機会になっていくであろうし、こういった状況がデザイナーは勿論、一般の同世代の人々を取り込んだ、新たな「シーン」を作っていく原動力になることは確かだろう。

こういった状況を一方で作りつつも、trico としては今後規模を拡大するつもりはあまりないと言う。直接的な販売促進活動はせず、「あくまでもデザイナーのイメージをしっかりと伝えていく」活動に力を注ぐ。そのために、彼らの眼差しでデザイナーを紹介する場をオーガナイズし、メディアを介して間接的に消費者との関係を築こうとしているのだ。

「ショールーム」でもあり「ショップ」でもある trico。しかしそんな通常のカテゴリーを大きく飛び越えた、インテリア・プロダクトの新たな「シーン」を創出する拠点になっていくことであろう。(編集部)

ショップ沿革

1996年5月 trico 設立。

現在、渋谷区神宮前のショップをキースペースに独自の展開を続けている。

1998年5月 trico を主宰する佐伯仁が参画してデザインユニット AIRCONDITIONED を並行して結成。「HAPPENING」展の企画・運営を中心に斬新な活動を展開している。

trico

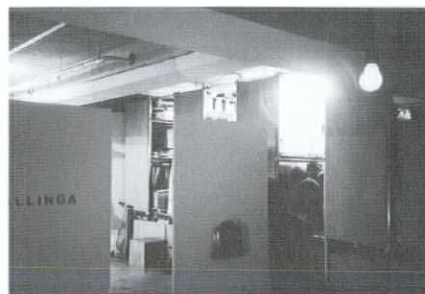
東京都渋谷区神宮前16-9-1-B1

tel: 03-3486-1790 fax: 03-3486-1827

e-mail: wh9h-sek@asahi-net.or.jp

1.2.「HAPPENING」展開中のショップ内観

3.4. 単管と木製パネルで構成されたオフィスエリア



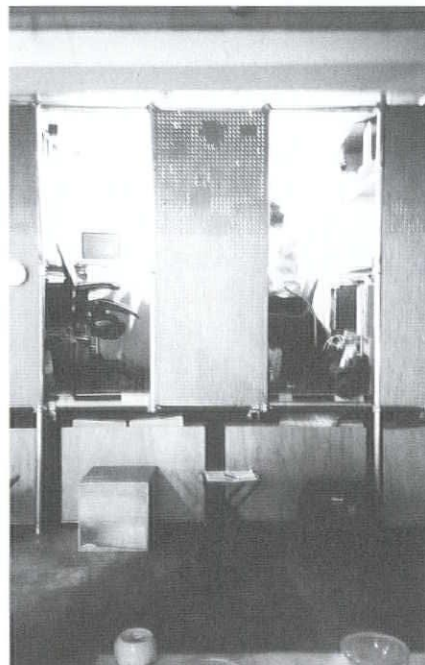
1



2



3



4

インテリアショップの新しいスタイルを確立した先駆者であるイデー。企画制作販売までの商品管理体制を整え、また外部のデザイナーとのネットワークを積極的に広げていこうと、「デザイン・フォーラム」なるシステムを立ち上げるなど、トップの地位に安住せず、走り続ける。

意外に少ない持ち込み

インテリア・ショップとして言わずもがなの草分け的存在のイデー。総合プロデュースという言葉が認知されるようになる以前から、同社では生活の身の回りのモノを、ジャンルを問わず幅広く揃えている。今ではインテリア・ショップという枠を飛び越えて、雑貨はもちろんのこと、カタログを中心とした雑誌等の編集発行、CD企画など音楽プロデュース、フラワーショップ、カフェといった店舗の経営から、インテリア設計までプロデュース事業を展開している。

社内で働くデザイナーは10人程。国内外を含め商品を扱う外部のデザイナーは、シーズンによって異なるが大体15～16人前後。これにはフィリップ・スタルクなどのビッグネームも含まれる。商品構成は外部スタッフと協働で企画した商品を含むと90%以上がオリジナルである。自社の工房を持ち、プロトタイプや特注品の製作も可能である。

ショップのテイストやスタンスを見れば持ち込みの量もかなりなものかと思いきや、意外に少なかったようだ。「イデー」というネームバリューが大き過ぎるのかもしれない。その点、海外からのアプローチは積極的で、黒崎社長宛に作品の模倣型やアイデアのファクスなど何件も送られてくるし、例えばアレックス・ストゥループなど商品化されたものも多数ある。しかし最近ようやく日本人の若手の持ち込みも増えてきた。これを受けてイデーでは98年から「デザイン・フォーラム」というシステムを設けている。これは作品コンペといったものとは異なり、作品がすぐに商品化されるというものではなく、イデーと協働できる才能の発掘、育成を目的にして、イデーの商品開発等々に参加してもらう外部スタッフを広く探していこうとの発想である（詳細はコラム参照）。

持ち込まれたデザインについて、イデーでは、そのまま商品化するという事はあまりなく、何らかの形で専任のスタッフと企画の練り直しをしている。イデーというカラー、商品として成立させるためのコストや量産体制、耐久性などを突き詰めていくためだ。イベントに出展された商品でoneoffもあるが、家具については基本的にロイヤリティー契約。小物雑貨は買い取りという形を取っている。

形を変えて様々な情報発信

同社では94年末からスタッフが自主的に社内コンペの展覧会を開催している。ここでは社内の職種にかかわらず、誰もが参加してデザインを競う。フォーラムで出会った外部デザイナーも参加している。現在公募はしていないが、HPなどで

その情報は入手できる。

インディーズの持ち込みについては、やはりショップ側からみると自分のデザイン表現という意識が強過ぎるという。「厳しいことを言えば、日本の若手は特に見せかけの個性や表面的な面白さに傾きがち。『売れる』ということも評価のひとつです。自分自身が本当に良いと思っているものを提案して欲しい」とは同社の大熊健郎氏。

だが、家具の商売は簡単ではないというも実感らしい。「やはり日本では家具を買う習慣が圧倒的に少ない。引っ越したときに集めた適当なもので満足してしまう。洋服になら同じ金額をかける人が、家具になると『高い』っていうわけです。きちんと作れば家具なんかはどうしてもそれなりの価格になってしまうんですが」と大熊氏。そこでイデーではマスに訴えるべく、展覧会やイベントを開催したり、4万部の発行を誇る『Life with idee』カタログや『ROJAK』の発行など発信を続けている。家具に限らず文化の担い手として走り続けるイデーである。（編集部）

イデー・デザイン・フォーラム

資格：プロ、アマは不問
応募方法：書類による事前選考あり。プロフィール、及び作品をA4用紙（タテ、ヨコは問わず）4～5枚にまとめたものを送付。宛名には「IDEE DESIGN FORUM」と明記のこと。
締め切り：毎月月末。締め切りを過ぎたものは翌月扱い。
発表：事前選考の結果は応募者全員に通知するとともに、選考を通過した方には面会日時の連絡をします。電話による問い合わせは厳禁。

ショップ沿革

1975年10月11日 黒崎貿易株式会社設立。ロンドンより西洋アンティーク輸入販売開始。港区六本木6丁目にアンティーク・ショップ、「クロア」をオープン
1979年11月 黒崎貿易株式会社を港区南青山5丁目に移転
1982年10月 イデー事業部を開設。ショールームを南青山本社内にオープン。
1990年4月 社名を株式会社イデーに変更
1992年2月 ワークショップを世田谷区下馬に開設
1994年9月 イデー・ウェアハウスを世田谷区下馬に移転
1995年12月 本社、コーディネート・ショップ、及びイデー・ショップを港区南青山6丁目（現在地）に新築移転
1996年7月 ワークステーションを世田谷区下馬に開設
1997年4月 本社内に「出版事業部」を設立
1998年4月 ショップ・パシフィックを南青山に開設

イデーショップ：東京都港区南青山6-1-16

tel: 03-3409-7080

e-mail: ideeshop@idee.co.jp

url: http://www.idee.co.jp

1. ショップ外観
2. ショップ内観
3. アレックス・ストゥループ「プラスフォームソファ」
4. 99年新作「Home Work」シリーズ



1



2



3



4

pour annick

プールアニック

自分の眼で見て「いい」と思えるものを、自分のモノサシを持つ生活者のために。価値観を共有できる顧客に向けた、セグメントされたマーケティングを展開する、「生活提案ショップ」。

少量でも、本当に「いい」と思えるものを

目黒、原宿、横浜に3店舗を展開するインテリアショップ「プールアニック」。94年に最初の店舗、目黒店をオープンして以来、その姿勢に一貫しているのは、「自分の眼で見て『いい』と思うものを売ろう」ということだ。まったく当たり前のようだが、それを実現することの難しさを、オーナーの田中雅貴は良く知っている。

田中はかつて、商社の社員として、ヨーロッパで家具の買い付けを担当していた。だが、商社に在る限り、売上至上主義にならざるを得ない。いくらデザインが優れた家具でも、数が売れなければ評価されないからだ。そのことにジレンマを感じた彼は、自力で「いいもの」を生み出すことを考え、89年に自分の会社を設立し、デザイン・プロデュースの仕事を開始する。イタリア人やスペイン人デザイナーを日本の企業に紹介し、彼の企画で、新しい製品が次々に生まれた。

だがここでも、まったく同じ壁が立ちちはだかった。「いいもの」を「いい」と企業にわからせるために、多大な労力を要したのだ。しかも、ようやく「いい」と理解してもらって新しい製品が出来ても、一つ出来ればそこでお終い。一つ一つの仕事がバラバラで、システムにならなかった。「ならば」と彼がオープンしたのが、プールアニックである。自分が「いい」と思うものをどんどん採り入れ、自分の店で売ってあげたい。そう考えたのだ。オープン当初、田中はプールアニックを「八百屋のような家具ショップ」と語った。旬のものを、どこよりも早く持ってきて、適価で販売するという意味だ。日本で輸入家具が高いのは、流通経路の複雑さと、在庫を抱えるリスクに原因がある。そこで、自分の足で直接買い付けに行き、流通コストを徹底して削った上で、購入単位も在庫を抱えない数に絞った。千脚売れる椅子を販売するのではなく、「いい」と思った椅子を十脚売ろう、というわけだ。

五感すべての生活提案をする小百貨店

オープンから5年が経ち、「八百屋のような家具ショップ」から、プールアニックは大きく飛躍した。一つは、自社オリジナルの商品がかなりのウエイトを占めるようになったことだ。田中がアイデアを出し、社内スタッフとミーティングする中で、新製品が生まれていく。昨年発売したビーンバックチェアは、ヒット商品に。その成功は、店頭に立って、直接、顧客のニーズを捉えていることにある。

「家具や生活雑貨に対して、自分の意見を持つ20代の人が増えています。しかし、彼らが暮らすワンルームには、ソファ一つ置く場所がありません。

そこで、70年代に流行ったビーンバックチェアを、オリジナルで新しく作ったのです。大きめのクッションのような椅子ですから、ワンルームにも置けるし、床に座る日本人の生活にも向いています」

さらに、もう一つの大きな変化は、「家具ショップ」から、生活全般の商品を取り扱う「小百貨店」への脱皮だ。

イタリアでは、モード系の業界と家具業界が密接した関係にあり、そのトレンドは平行で動いている。その状況を知る田中は、「家具屋でありつつ、常にモードを意識する」という立場を貫いてきた。ファッションとの融合イベントを開いたり、オリジナルのジュエリーも開発した。最近では、北海道のラベンダーや、夜来香（イエライシャン）と呼ばれる、香りの紹介も行なった。こうして、プールアニックの取り扱い商品は、モノ、音、光、食、香り、と、五感すべてに及んでいる。

なお、同店では現在、商品の開発デザイナー名や原産国をほとんど表示していない。

「そういうことにとらわれず、『この製品は自分の暮らしに向いている』とか、『探していたクオリティと出会えた』といった、自分だけのモノサシで判断して欲しいから」と田中は言う。

プールアニックのモノサシで「いい」と思ったものを、個人のモノサシで「いい」と思ってくれる人に。「いい」と思った生活提案を、「いい」と思ってくれる人の生活に。あくまでもその考え方が、この店の原点にある。（山本雅也）

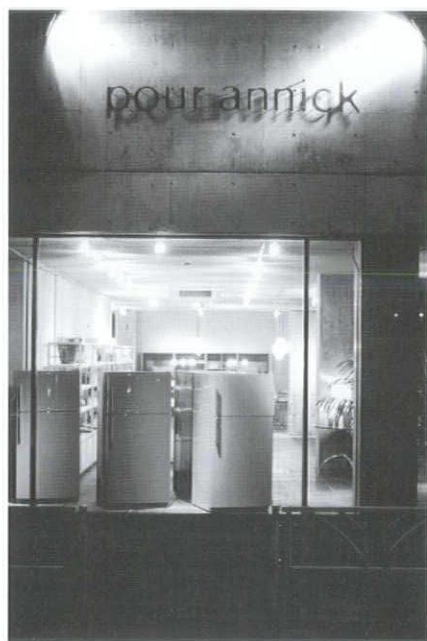
ショップ沿革

- 1989年：(有) アニックアソシエイツ設立
- 1991年：(株) アニックデザインラボラトリー設立
- 1994年：新規事業インポート家具ショップ POUR ANNICK オープン
- 1996年：(株) アニックアソシエイツへ組織変更
- 1997年：pour annick 原宿店オープン、ヘッドオフィス移転
- 1999年：pour annick 横浜店オープン

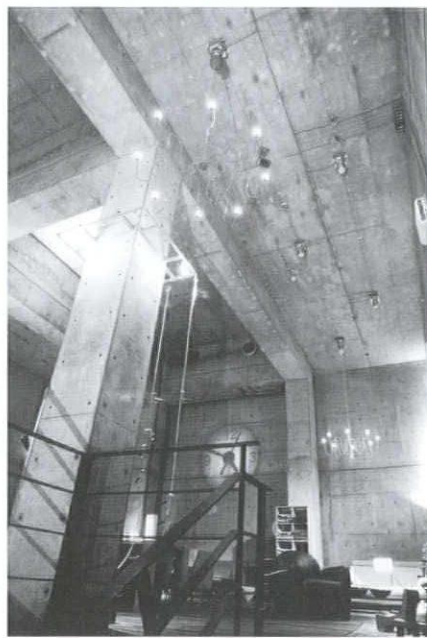
プールアニック原宿店

東京都渋谷区神宮前2-22-12 マニンビル
tel: 03-5411-5366

1. 原宿店外観。GEの冷蔵庫がのぞく
2. 原宿店。天井高約7mの2階
3. 原宿店2階、マッシモのダイニング。テーブルとASIAサイドチェア



1



2



3

BC工房は東京・神宮前と神奈川県藤野町にショップを構える。

自社で国内外3拠点に木工のアトリエを持ち、自社開発、自社管理が十分に可能な環境の整備に力を入れている。また、そうした環境を背景に外部デザイナーとのコラボレートやイベントオーガナイズを積極的に行うことによって、日本のインディーズ・デザインをサポートすることにも貢献している。

日本のインディーズ・デザインを フォロー・アップするショップ環境

BC工房のショップは東京・神宮前のBC工房と神奈川県藤野町の藤野BC工房の2店舗である。神宮前のショップは販売と企画・開発を主としているが、藤野町のショップは販売と同時に木工のアトリエとしても機能している。商品はすべてがオリジナル商品で、主力商品は木の無垢材を使ったものである。これらは神奈川県藤野町、岐阜県飛騨高山とジャワ島の3箇所のアトリエで製作されている。BC工房では自社開発、自社管理が十分に可能な国内外での生産拠点の確保を踏むことで、よりクオリティが高く、コストを抑えた商品開発を実現している。商品企画・デザインは自社によるものと、外部デザイナーによるものがある。特に商品企画部門は独立したポジションにあるわけではなく、自社のデザイナーは販売や営業、企画、製作にまで携わるスタッフでもある。

デザイナーへの要求／デザイナーのあり方

日本という国にあって、かつてバブルと呼ばれた時代に「デザイナー」という職能がある地位を確立したかに見えた。個人としてのデザイナーが大企業を相手に対等に渡り合う時代がありえたが、もうそんな時代はとくに終わった、とオーナーである鈴木恵三氏は言う。「デザイナー」然としたデザイナーなんて大嫌い。今やデザイナーこそそうでないひと以上にひとりの人間でなければならない。デザイナーだって体育会系、バラエティ系にならないといけない。それが彼が「デザイナー」に求める資質である。つまり、そうした「デザイナー」の体力／耐力のみがある時代を経験してもはやデザイナー不信に陥りつつある企業に対する説得力になりうるからである。

こういった事情を背景にBC工房では若いデザイナーとの協働をむしろ積極的に求めている。その際に持ち込まれた作品は鈴木氏自身の目によって、直接評価が下され、製品化につながるか、あるいはボツになるのかが決まるのである。そこでそのものの評価を決定するのは、その作品自体が日本のインディーズという環境にあって、本当に必要とされているものであるか否か、である。

日本のインディーズの再評価

BC工房が日本の家具業界の中において機能している役割に「日本のインディーズの再評価」がある。これは過去の日本の家具デザインの中において、見過ごされてしまいがちなデザイナーの作品にもう一度スポットを当てて、それを再評価しようとする試みである。1900年代初頭の朽ちかけたオリジナル作品と図面をたよりに完璧なレプリカを完成させる、という実に地道な作業である。

例えば森谷延雄が1925年にデザインした「朱の椅子」。こうした商品もBC工房の店頭にならばはするものであるが、往々にして売れることはない、という。やはり、市場においては外国有名デザイナーのほうがマジョリティを占めるのである。しかし、鈴木氏はこの仕事に非常な期待感も抱いている。日本人が日本という環境のために作った家具が見直されないわけがないし、それをただ見過ごしてしまうわけにはいかない、と。

イベントオーガナイズによる

インディーズ・デザインの社会的認知の向上

BC工房は、イベントをオーガナイズすることで日本のインディーズ・デザインの社会的認知の向上にも一役かっている。今年の7月17日(土)～8月8日(日)、リビングデザインセンター OZONE パークタワーホールにて「日本の生活デザイン展」が開催されたが、これをサポートしているのがBC工房である。鈴木氏自らが企画委員会委員長として参加するだけでなく、BC工房で再現した先の森谷延雄のレプリカ（「朱の椅子」、「卓子」）などが展示された。また、今年も去年に引き続いて、OZONE リビングデザインギャラリーにて10月7日(木)～26日(火)まで第2回「いすコレ」が行われたが、この展示会の仕掛人もBC工房である。これはデザイナー達があるテーマにもとづいて椅子をデザインし、展示するものである。今年のテーマは「小学生の椅子たち」。今年の「いすコレ」では南雲勝志、小泉誠らの有名デザイナーに混ざって、BC工房のスタッフの作品が1点、持ち込みで鈴木氏に直接プレゼンテーションした学生の作品も3点展示された。（青山玲）

ショップ沿革

1977年 BC工房開設 当初はグラフィック・デザイン事務所としてスタートする。
1987年 東京 青葉台に家具ショップBC工房を設立
1995年 東京 神宮前に移転（現在のBC工房）
1998年 神奈川県 藤野町にアトリエ機能も併設した藤野BC工房を設立、現在に至る

BC工房株式会社

東京都渋谷区神宮前3-1-25

tel: 03-3748-0822

営業時間／10:30～18:30 定休日／月・火曜日

藤野BC工房

神奈川県津久井郡藤野町牧野字小舟13885-1

tel: 0426-89-3558

営業時間／10:30～18:30 定休日／月・火曜日

1. BC工場内観

2. 「いすコレ」会場。テーマ：小学生の椅子たち

3. だんらん椅子／上田麻朝

4. 朱の椅子／森谷延雄



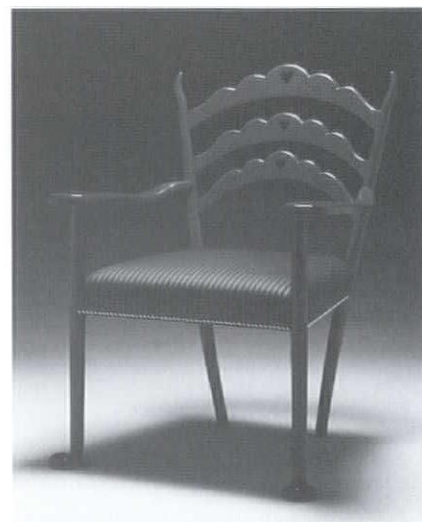
1



2



3



4

TIME & STYLE

タイム アンド スタイル

販売拠点と生産手段を確保し、良質の商品を適正な価格で提供するTIME & STYLE。ネクストスタンダードを追う同ショップは、現在H デザインを始め、吉岡徳仁、西堀晋、橋本由紀夫などとコラボレートしている。生産、流通のノウハウを持つ同ショップはデザイナーにとっても強い味方と言えるだろう。

自由が丘駅から徒歩10分弱の住宅地にあるTIME & STYLE。オーナーは90年1月にベルリンでPRESTIGE STYLE GMBHを、94年2月にプレステージ・ジャパンを設立し、主に百貨店や専門店へ向けて家具の輸入などを手掛けていたが、もっとユーザーの声を聞きたいとショップを開いた。家具中心の品揃えだが、時計や食器など一部雑貨も販売している。商品構成は、イタリアカンパネージ社などからの輸入が30%、国内のセレクト商品が20%、残り50%がオリジナル。このデザインは、3人の社内デザイナーが担当している。

一方すでに広く知られていることだが、同ショップでは、オープン当時からHデザインが手掛ける「favorite H」のコーナーを設け、彼らの作品をなかば独占的に販売している。作品数はすでに40点ほどに上る。きっかけは、HデザインがOZONEで開いた展覧会。これを見た吉田龍一郎社長が彼らに声をかけ、ビジネスが始まった。

Hデザインとのスタンスはプレステージ・ジャパンと顧問契約を結び、家具の生産及び販売をTIME & STYLEが手掛けるという格好だ。Hデザインはデザインが上がると、図面とかなり精度の高いモックアップを製作してくるという。この10月には大規模な改装を行い、倉庫というスペースを活かしてショップを2層にするなどしたことから、これまで他の商品とははっきりと区別して展示されていた「favorite H」だが、今後は、一角にまとめて展示はするものの、TIME & STYLEというショップの統一感を持たせる上でも、全体のなかでの販売を試みる。今までギャラリー的な扱いをしていた「favorite H」の作品の販売面を強化するという側面もあるだろう。

「デザインを持ち込まれる方は非常に増えています。その中には、すでに家具デザイナー、プロダクト・デザイナーとして一人立ちしている方々も大勢いらっしゃいます。私達としては、インディーズのものを扱わないというつもりは決してなく、現状は、ショップのテイストや販売的なことを考えた結果の品揃です。今後はインディーズのデザイナーの方々ともコミュニケーションを図り、ショップコンセプトとデザイナーの考え方をお互い理解しながら積極的に協力関係を築いていきたいと考えています」と吉田安志店長。

一方、販売の5割を占める同社のオリジナル製品もデザイン、価格両面で評価が高い。流通の世界では生産手段と販売の場を持つことで質が良かつ安価な製品を提供するというスタイルが最近増えてきているが、TIME & STYLEもそのひとつ。適正価格で提供したいという思いから卸も行っていない。オリジナルの商品については原価率50

～80%。ファブリックの素材、色などカスタマイズ度もかなり高い。プロトタイプを展示し受注生産のスタイルを取っている。これらは家具メーカー、工房などとのネットワークがあればこそ可能となっている。ユーザーの意向をできる限り取り入れ、安く提供するというのが同社の経営方針であり、これは持ち込まれる作品についても、その点が判断の基準になることを示している。

若手のデザイナーに対しては、いろいろな意味でオリジナリティと商品としての社会性を追求して欲しいとのこと。格好は良くても不安定で落ちつけない椅子では困る。商品として成立させること。もうひとつ、デザインだけでなく、作る現場や流通のシステムに踏み込んだ提案をして欲しいと思います」と吉田店長。自らの表現をショップというメディアに載せるには、それなりの視点が必要という、至極当たり前のことである。

この5月にデザイナーのWISE WISEと共同で海外輸出向けブランド「Stylewise」を立ち上げた。TIME & STYLEではこうしたコラボレートは機会があれば積極的にやっていきたいとのこと。「ネクストスタンダードを提案する」ことを目指すショップとの協働は決して容易ではないだろうが、生産と販売のノウハウを持ったショップは、デザイナーにとってかなり強い味方になってくれるはずである。

ショップ沿革

1990年1月 ドイツ、ベルリンで
PRESTIGE STYLE GMBH
Bundesallee 53.10715 Berlin, Germany 設立
1992年8月 有限会社プレステージジャパン設立
ドイツ/STANGE DESIGN OHGの日本での
ライセンス事業開始
1995年4月 株式会社プレステージジャパンに社名変更
フランス/AXIS社の日本総代理店
1997年9月 TIME&STYLE 設立
H Design Associatesとのデザイン契約開始
イタリア/Campaggi社の日本総代理店
1999年4月 イタリア、ミラノ/Salone Sattelite/
H Design 出展
同年5月 アメリカ、ニューヨーク
International Contemporary Furniture Fair/Stylewise 出展

TIME & STYLE (プレステージ・ジャパン)

東京都目黒区八雲3-23-20

tel: 03-5731-7025

url: <http://www.timeandstyle.com>

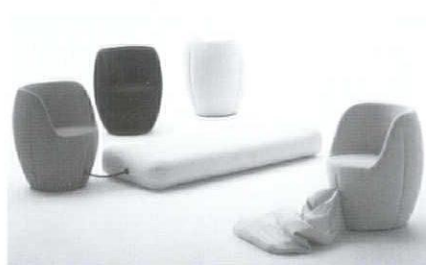
1. ショップ内観
2. 同社オリジナル「WOHNEN」。木の切り出し方が特徴
3. カンパネージ社98年新作、デニス・サンタキアラの「PISOLA」
4. 「Favorite H」片山正道デザインのコートラック「RUDY」



1



2



3



4

Franc franc

フランフラン

現在、全国に「フランフラン」30店舗を展開している株式会社バルス。雑貨の販売に併せて家具の開発、販売を行っており、カラフルな家具からシックな家具まで、手頃な価格帯ながらも幅広いテイストの製品を網羅することを重視している。外部のデザイン提案にも耳を傾ける同社が期待を寄せるのは、時代の傾向を敏感に嗅ぎとれ、アイデアと柔軟性に豊かなデザイナーの存在である。

時代のトレンドを映すオリジナル家具

1992年に開店した天王洲アイル店を皮切に、現在、全国に30店舗を展開する「フランフラン」。家具や雑貨の小売を行っており、家具の8〜9割、雑貨は3割が自社開発製品となっている。

運営するバルスによると、同社取り扱いの家具製品は4つのテイストに分けて構成されている。まずはフランフランの特徴とも言えるカラフルな家具、つまり「カジュアル」テイストが3割。他に「ベーシック」、「コンテンポラリー」、「シック」とあり、商品構成は順に4割、2割、1割。家具の開発においてはハビタやクレート&バレルでの経験を有するフリーランス・デザイナー、マーク・ギルビー氏をデザイナーに迎え、社内に控える家具と雑貨の開発チームが具体的に進行を担当する方法となっている。開発チームは6名おり、全員が30代だ。

同社の特色はまた、春／夏、秋／冬とテーマを設けて商品開発を展開している点にある。売上成績の優れた商品は次シーズンにも扱われたり、定番製品になることもあるが、ファッション同様に時代のトレンドを家具で表現するという考え方が基本となっている。

求められているのは有能なコラボレーター

さて、気になる外部デザイナーの参加状況だが、これまでにフリーのデザイナーからの持ち込みはあったものの、残念ながら開発には至っていないのが現状だという。もちろん、外部からの持ち込みの門が全く閉ざされている訳ではない。外部からのデザイン持ち込みがあると開発を担当する商品部が対応し、「量産を考えたコスト採算、使用材料、デザイン面、それら全ての面で判断し、かつ当社のマーチャндаイジングに当てはまる商品かどうかを検討する」(商品部 間宮耕一郎氏)。いずれもフランフランのオリジナル商品と認められての開発となるため、実現となる場合もデザイナー名を示す予定は特にないということだ。が、これもポジティブに考えれば、デザイナーの有名無名に関わらずに同社にアプローチできる環境がある、と解釈することができるだろう。

「持ち込まれるデザインの多くが小奇麗にまとめられていますが、持参してきたアイデアに対してこのように調整してほしい、と伝えたと次を考えられない人が多い。フランフランを理解してくれ、旬のデザインをソーシングしたいと考える当社との柔軟なコラボレーションを行えるデザイナーが理想的なのですが」(間宮氏)。

上記から、時代の傾向を迅速にとらえようとする同社の動きに対応でき、家具の幅広いテイストを網羅できる体力のあるデザイナーが求められて

いることがわかる。また同社は最近、セイコーとオリジナル腕時計を共同開発、販売したり、他分野の企業との開発にも積極的に取り組んでいる。広く時代の空気を取り入れた店舗を展開しようとする同社は、それだけフリーランス・デザイナーからのプレゼンテーションに期待を寄せているはずである。

ショップ沿革

「フランフラン」株式会社バルス

1990年 株式会社バルス設立。主に輸入家具の卸販売業
1992年 天王洲アイル、シーフォートスクエア内に初の小売店舗「フランフラン天王洲アイル店」開店
1993年 ヨーロッパ、インド、東南アジアより家具雑貨の輸入を開始
「フランフラン 横浜ランドマークプラザ店」開店
1994年 「フランフラン 表参道ビブレ店舗」を始め、
1999年11月現在までに全国に計30店舗開店。
1999年 7月、フランフランオリジナル・ポストカードの販売開始

バルス

東京都港区西麻布1-8-7

tel: 03-5414-7241



1



2



3



4

1. 渋谷バルコパート2の2、3階を占めるショップ外観

2. 3階インテリアフロアのエントランス

3. francfrancオリジナル「Cantella」(?)シリーズ

4. 2階雑貨フロア

ふたつのデザイナー像

Designer's View of '80s and '90s

対談：沖 健次×酒井俊彦

dialogue: Kenji Oki and Toshihiko Sakai

80年代から日本のインテリアデザインを支えてきた沖と、ID出身で現在幅広いデザイン活動を続ける若手の酒井がデザイナー像を語る。

コンセプトを言語化すること

——最近の若手のプロダクトデザインにはどんな傾向があると思いますか？

沖 かつては、コンセプト・メーカーが重大な行為だったんですが、それをいまの世代の人がどう考えているのか知りたい。彼らの作品はかつて構築されてしまっているコンセプトが同様に繰り返し使われていて、初めて見たときでもあまり驚きがない。

酒井 昔は大事なものであった気がします。でも最近クライアントに依頼された仕事ならコンセプトは重要だけど、自分でつくるものに対しては、それはそんなに大事なモノだろうかと思ってしまう。消費者の日常的なニーズから考えが始まる。あるいは自分が欲しいとか、自分が家で使いたいから。たとえば、僕がつくった「Food!」というエサ入れは、ただ重い、きれいなエサ入れがあったらいいな、ほしいなと、それだけの動機とコンセプトです。

沖 そのときにアクリルを使った理由は？ たとえばそのブルーはエサを食べる行為に合っているんだろうか？ 犬小屋や、犬が食べる風景に合うと思えますか？

酒井 今の時代と合わせているだけです。犬は色盲なので機能上問題は無し。アクリルの光り物の流行は終わりつつあることはわかってたんですが、小物なんで、周りの物の色が落ちてくるから1点くらいはいいと思った。すごく気楽につくってるんです。インテリアの内装をコンセプトをつくりながらやるのとは全く違ったやり方です。

沖 たとえばこの「カプセルライト Jamo 2000」。これも既にあったコンセプトですが、それを今使うことの意味を言葉に表して欲しいと思う。言語化すれば、その考え方が自立し新たな意味を獲得し、流布されひとつの価値になる。作品を越えてそのコンセプト自身が自立します。そうすれば、製品がただ時代の中でフローするだけでなく、彼らのやった価値自体が定着する。感性を言葉にすべきです。論文である必要はなくて、タイトルのひとつでもいい。ひとつのネーミングでもいい。ジョエ・コロボや倉俣史朗の作品にも「カプセル」をイメージのコンセプトとして用いられた時期があるんだけど、そんな過去を知っていて付けているのだろうか？ このカプセルでは「びったりものが収まっている快感」みたいなものがあると思うんですが、偶発の発見で終わらせないで、それをカタチ化、言語化して欲しい。

オリジナリティの価値

——オリジナリティを保つことにどれほど気をつかいますか？

酒井 僕も沖さん世代と同じ人にならってきたから、これはやってはいけないというタブーには触れなかった。でももっと下の世代は躊躇ないです。知らないのかもしれない。

沖 歴史は知ろうとしない限り、生産活動には必要ないですからね。学ぶ意識がない限り必要ないでしょう。でも僕はいまでもコンセプトを発見することが自分自身を発見することだと思ってます。つくるってことはそれを表現すること。オリジナリティは重要なことで尊重しなければならない。万一さきと同じアイデアを出されてしまったらそれは宿命だったとしてあきらめなきゃいけません。そこに同時代の競争が見えてきている。その戦う姿がエキサイティングだった。コンセプトを伝えようとしていないのは、ただ製品を世に出して知らんぷりしているようにも思えてきます。

酒井 いまの若い世代は、歴史を広く浅く知ってるってことだと思います。音楽ではサンプリングやリミックスが方法論として認知され、作曲手段として定着しています。それを聞きながら育った人がオリジナルのモノをあちこちから引っ張ってくるのに抵抗はないんでしょう。

沖 サンプリングってコンセプトもあったんですよ。私達も80年代に「編集のデザイン」として活動していた。その場合でも作品の組立方の方法論や背後イメージについて説明していたんです。今回の特集の中にも日用品を応用したデザインが多くあるけど、これも私達は「形のデザイン」として展開し、学校でも課題として行っている。70年の最後にジャンクアートとしていろんな人が行っていたことを、意味と言葉を換えて行っただけです。今の世代の人は確かに組み合わせのセンスのレベルはあがって良くなったけど。そのようなことをまたいまに引っ張り出してきたなら、違う意味と言葉を与えて欲しい。

社会に対するアクション・制作の目的

沖 酒井さんの作品には既視感がある。でも今ふう。時代感覚がある。このイス(YOKO)そのものに新しいフォルムや構成があるわけじゃない。いまこれをつくる理由。何がこれをつくらせたのかを知りたい。コンセプトというのはそんなことも含めてのことです。

酒井 これは、こんなカタチと機能をしているイスでこの価格っていうのは当時ひとつもなかった。当時の価格の2万6千円は、女性のワンピースよりも安いんですよ。その値段で家具を若い人の部屋に入れてもらいたい。このことは沖さんたちの世代のアンチテーゼになってます。どんなにカッコよくてもこんな値段じゃ買えないじゃないかってのがありましたよね。バブルの頃は。でも今の世代のひとつがつくってる商品には日常に根付いたモノをつくりたいという考え方が中心にあります。自分の思想を具現化しようとしているわけじゃなくて、普通の人が使って心地よく楽しいこと、消費者より親切な傍観者って感じでしょ。

沖 いまの世代の人は作品が一般性をもち、社会

に広く流布されてゆくことが重要なのか。それとも自分自身を売り出すことに興味があるのか。

酒井 僕自身は自分の名前より作ったものが社会の中に浸透していくことに興味がある。自分を表現したい人は少ないんでしょう。自分のつくったモノを見せて、コレが私だと、過去の歴史の中で、自分はここにいますよ。そのおかげで高くもついてもったものを自分たちが80年代に見せつけられたんで、それに食傷気味になってる。

時代の感覚にデザインを合わせる

酒井 沖さん世代で、マスプロダクトに流れた良いプロダクトって少なかったですよ。いいかえれば普通の生活におけるインテリアのクオリティには直接影響を与えなかったと言うことです。部屋の中は相変わらずどうしようもない。ただ、市場にはそれを打開してくれそうなリアリティのあるものが出始めているから、インテリアがブームになっている。そういう状況で動いている。まだ普通に生活するのに必要ないいいものが足りない。無印良品のひとつ上のモノがない。メディアに乗ってるモノと自分の家とえらく違うんです。そこをキャッチアップしたいと思っている。思想がなくてもいいから、量産されて安くいいものが求められている。ここから話は始まる。このままではない。普通の人の情報量が増えて、センスが良くなっているから、その人たちによって淘汰されてゆくと思う。いまやっとはじまったばかりじゃないでしょうか。

沖 80年代のデザイン論は「個」のデザインについて語られた。しかし、全体のデザインクオリティについてはおざなりになった感がある。それへの反動じゃないだろうか。コンセプトの弱いデザインが町にでたとき、外国の優れた雑貨の隣に置かれたときに勝てるのかと思います。

酒井 思想が無い分弱く見えるのかも知れない。

沖 本当のマスプロダクトを考えると、世界戦略の上に立ってでられるかという、難しく思われる。クオリティはいいが、コンセプトにオリジナリティがないからそんなに強い価値を持った商品となりきれないんじゃないか。自分たちの生活圏のなかでのプロダクトなら十分でもそれを越えたときにどれだけの価値があるか。越える必要がないと考えてるんだろうけど。東京で完結してればいいと考えればいいけど。

——この時代、コンセプトの強い同じような製品が外から入ってきたらどうするんでしょう。

酒井 そのとき初めてデザイナーは燃えるんじゃないでしょうか？

沖 勝負する人は勝負するんでしょうね。勝負しない人は淘汰されるだろうし。

——彼らには大前提がある。自分が満足するモノを客観的な目を持たずにつくっているから、自分のセンスと東京中の若者のセンスが同じであるという大前提が必要になる。

沖 酒井さんは他人の感覚と自分が合ってると思いますか？ そこから違うモノをつくりたいとは思いませんか？

酒井 商品をつくる時に時代と離れているモノをつくるのは間違ってることですよ。

沖 売れなきゃいけないんですか？ それが僕らの

世代にはないんですね。商品としてつくっても、売れることが目的じゃないんですね。要するに社会化されたことが重要です。

酒井 気に入った人だけ買ってくれればいいということですか？

沖 生きる上で、売れなければならない、そのことは無視できないことは知っている。でも逆にそこへ寄ってしまうと僕ら自身のアイデンティティがなくなるからやっぱりインパクトのあるデザインを作り続けるんです。

酒井 インパクトのあるデザイン＝個性というのは商品として考えると消費者をおおなりにしている気がします。

沖 時代としての個性はあるけど、個人としての個性がない。

酒井 それが、多くの人に買ってもらいたいからそうになっているのか、自分が使いたいようなモノを実現する上で自分の個性をとっているのかはわからない。

沖 僕らだって、この時代に合ってるだろうかと常に反復します。でもその背後に自分が作ってきた歴史があるから、その中でどう展開すべきか考えるのが重要です。時代と共有し合いたいという感覚はデザイナーみな共通でしょう。そこに自己の表現を積極的に出すのか、それを背後に潜めようとするのかの違いしか無いのでしょうか。今までしてこなかったことへ踏み出す勇気があるかないかの違いでしょう。これをやったら、イケルかダメかどっちに転ぶかわからないところに、勇気をもって踏み出すようなことをやる人がいないですね。売れなかったり食えなかったりする怖さはある、でもこの表現を実現することでオレは今までになかったことでインパクトを与えるんだと言うこと。そういうブレイクスルーするおもしろさがあるんです。

デザインの展望

酒井 言葉を持たなくても、いいデザインがこれから一杯出てくるように思います。ガンバル強さがある人は残ってゆくだろう。そこには思想はなくて、市場、消費者とのベタな闘いなのかもしれない。それで淘汰されて残ってゆくモノがあると思う。その方がデザインが生活の現場に引き戻される気がする。日常のレベルでクオリティが上がってゆく気がする。この人たちはヨーロッパを全く向いちゃいないと思う。東京を見てる。そこには、オリジナルなモノが生活に根付いた状態で出てきて、世界レベルで戦えるモノが必ず出てくる。

——強いコンセプト無しで、トウキョウデザインとして認知されるくらいのデザインの成熟はあるのでしょうか？ 別の場所で、同じ価値を持つよりいいものがつくられかねない。そうなったときに自然淘汰でいけるのか？ 日常の生活スタイルをフォローした結果のトウキョウスタイルが出るのか？

沖 生活スタイルにそれほどオリジナリティがあるとは思えないから、そういうことはないでしょう。西も東も生活スタイルにそんな差はないと思う。床上生活も東南アジアの方がむしろ多い。それをスタイル化、シンプルで洗練された表現にしたのが東京スタイルといえなくもないけど。

酒井 東京の消費者の見る目が良くなってゆくん

と思う。彼らが、インディーズのつくったデザインの中から拾って、彼らが「良い」としたモノが残ってゆく。ヨーロッパのモノをみていいんだという時代は終わって、僕らの「良い」とするものが、世界でも良いとされる時期がそろそろ来ている。今のデザインはフツウの人が評価してるんですよ。フツウの20～30代の、デザインを生業としてるわけじゃなくて、でもファッション、インテリアが好きとかいう人の判断がリアリティをもってるんじゃないでしょうか。

沖 みんなが参加しやすい環境にはなりましたね。

酒井 80年代なら、この中の半分の人々はデザインを発表する場すら無かったでしょうね。いまはコンピュータもあるし、家具メーカーも昔より理解があるし。10年前はIDデザイナーが家具をつくるのはたいへんでしたから。業界が別でしたから。でも今はだれもそんなこといわないですね。垣根が低くなっている。他の業種のデザイナーも、学生もつくりやすくなっている。これはいいことだと思う。

沖 業界だって勉強してる。倉俣さんがわずか3mmの目地をつくるのに大変だった時代を経てるから、いまは何もいわなくても作れる時代ができているんじゃないでしょうか、技術的にも意図的にも。僕らが苦労したことが役立っている。

社会との接点・距離のとり方

沖 自分の店を持ちたいという若い人が多いようです。社会との接点を販売に求めている。僕らは「感動してもらいたい」というのがあった。誰かに見てもらえて、いいと思われて、影響を与えられれば。その人の人生をちょっとだけ変えてしまうような。

酒井 専門誌が一般に届いてないことを僕は知ってるからかも知れない。フツウの人と接点を持ちたがっている。

沖 僕らは専門誌が中心だったけど、シャワー効果を期待してた。そこから波及することを期待して。そのころのユーザーやクライアントは製品に対してインパクトを求めてましたね。88年くらいまでは。ショップもプロダクトも、それ自身が市場の中でどれだけの差異を持ちうるかが問題となった。「差異」をつくるためにインパクトを求める。クライアントもそれがあると信じてた。デザインに対する神話、デザインが人を引っ張ってくれるという期待があった。

酒井 今はユーザーとデザイナーが同じ土俵にいますよね。

沖 そうですね。しかし捨てきれない部分を持ち続けているというのは世代の違いでしょうか。物語の復権があるかも知れない。デザインで大きな物語をもう一度作り直したい。あるいは主題をもう一度再設定したいという気持ちかも知れない。

——実はもっと下の世代はそのような主題を伴ったデザインを渴望してるかも知れません。

沖 アバンギャルドのデザインを捨てきれない。時代を大きく変化させたいと思っている反面、今の情報の広がりを見ると、それは可能とも思えてない。そうはならないだろうというあきらめもどこにある。極端に言えば。共同幻想として、あるひとつのものに向かわない限り、社会的なイメージ

の変換にはなりえないですよ。共同幻想自体があり得ないじゃないかと思います。ポストモダンなんて、典型的な共同幻想ですよ。モダニズムに対峙する共同幻想に乗ったんです。

酒井 今はみんな違う方向を向いている。情報が均質化してるから、結果的にひとつにくっついてみるわけでもない。ポストモダンを最後に同時代的に語れる大きな思想の流れは終わったんだと思います。

沖 ところで、知り合いのデザイナーと合ったときに、デザインの話はしますか？

酒井 そういう話は、全然しなくなってますね。上の人はしませんが。誰かの展覧会を見ても「カッコイイですね。そうでしょう。」で終わり。本当にこれでいいのかなという思いが少しあります。

沖 デザインにすごく興味があるにも関わらず、デザインで心がいっぱいになってないんですね。僕は、酒井さん達のパーソナリティがすごく気になりますね。感動の深度を測りたいと思うじゃないですか。深さを知りたいと思ったときに語らざるを得ない。醒めてる方がカッコイイんですか？

酒井 そういうわけじゃない。気恥ずかしいわけでもない。でも話題がそっちにいかない。

沖 コンフリクトをおそれるんでしょうか？ でも話しかけたらのもってくるのかな？

酒井 きっかけがあれば話そうと思います。でもそういうことを考えなくなって歴史も振り返らなくなった代わりに、音楽を聴き、服を見に行ったりしてるのかも。

沖 時代センスはどんどん良くなっていきますね。

酒井 そして淘汰されたくないと思ったときにするのは歴史の勉強じゃなくて、もっと音楽を聴くとか、ファッションを見るとか、そんな風になるのかもしれない。

沖 デザインも時代とともに変化していきますよね。自分自身も社会も同じことの繰り返しに飽きるじゃないですか。それとは逆に飽きないためにコンセプト作りをする場合もあります。すると展開の幅も見えて、持続もできる。違うなと思ったら180度方向も転換できる。逆転もできる。大きく変わる。いつも自分自身刷新できる。そういう刷新さは人を引っ張る。

酒井 どっちかではなくバランスの問題だと思います。歴史とか詳しくても新しいモノを見てなければ時代とリンクできないし。逆もそう。今は歴史的レファレンスの無さに偏っている。

沖 今を見て、時代の体制や無意識に対する違和感を持たないと先へ進めない。

酒井 ああ、それは全然僕らと逆ですね。時代とどれだけ同調感をもてるかで将来の展望が見える気がします。(1999年10月5日 於鹿島出版会)

沖健次／1950年：熊本県生まれ 1973年：東京造形大学室内建築卒業 1973-76年：クラマタデザイン事務所 1976-77年：渡辺、グループデザイン「ENFI」 1979年：ジ・エアーデザインスタジオを渡辺郷佐子と共同設立 1996年：東京造形大学デザイン科教授

酒井俊彦／1964年：高知県生まれ 1987年：東京造形大学卒業 1989年：(株)コーゾーデザインスタジオ入社 1991年：取材をかねて渡豪 1992年：(有)サカイデザインアソシエーツ設立

プロダクト・ウェブ・セレクション

90年代の日本のインテリア・シーンを
映し出すweb集

Selection of Product Websites

東京や日本にこだわらなくても情報発信が可能なweb環境こそインディーズ・デザイナーの誕生に大きく影響している。一方ネット・ビジネスはインテリア、プロダクト・ショップにとって、新しい可能性を提供してくれた。今回登場したデザイナー、ショップを初めとした34のユニークなウェブを紹介したい。

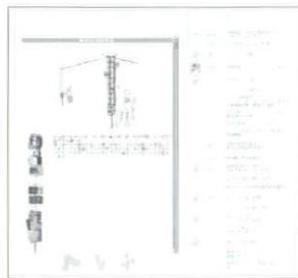
文：
伏見佳子
青山 玲
Text：
Yoshiko Fushimi
Akira Aoyama

スキーマ建築計画

倉島陽一、長坂常、堀岡明彦の3人によるデザイン・ユニット。建築、家具、インテリアなどを手掛けている。

<http://www.schemata.com/>

studio schemata 掲載されているすべての内容が時系列で紹介されている。設計事務所の「ホームページ」らしく、作品紹介もしているのだが、そういった自己のアピールと世間に起こった出来事とを等価に掲載しているところに最大の特徴がある。

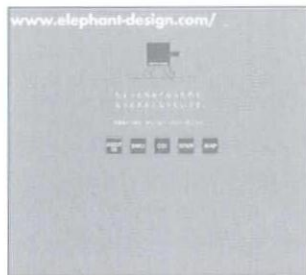


elephant design

「空想家電」で知られるクリエイター集団。「空想家電」とは「自分たちが欲しいと思う家電」のことである。

<http://www.elephant-design.com>

空想家電 elephant designが「自分たちが欲しいと思う家電」をデザインし、予約者を集め製品化するためのサイト。予約はもちろんウェブ上で行うことができる。価格は予約の数によってリアルタイムに変化する。

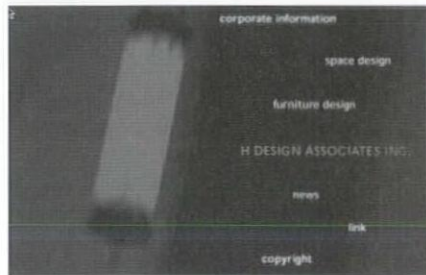


H DESIGN ASSOCIATES

インテリア・デザイン、家具などの分野で活動するおなじみの黒川勉、片山正通によるデザイン・ユニット。

<http://www.h-design.com/>

彼らのインテリア・デザイン、家具などを徹底的にビジュアルで紹介している。サイト内の画像点数の多さは「インテリア・家具業界」ウェブの中でも抜きんでている。

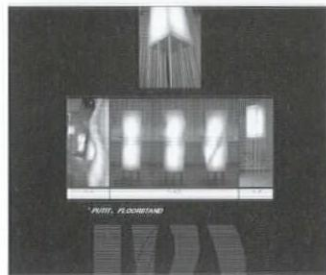
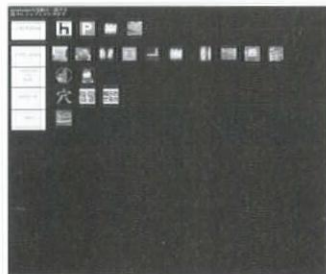


parabolart

日本、アメリカをはじめ4ヶ国、ばらばらの国で活動する5人による「お楽しみ系クリエイティブ集団」。

<http://www.parabolart.com>

「parabolart」の作品発表の場、として機能するだけでなく、「from the WORLD」のページでは日本各地、世界各国に活動する彼らが発信するon timeの「お国事情」を知ることができる。

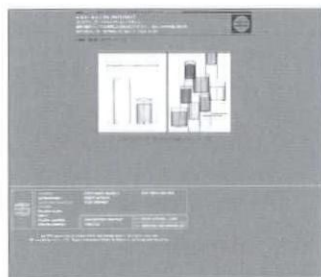


東海林小百合

グラフィック、プロダクト、パッケージ・デザイン、アート・ディレクションなどの分野で世界的に活動するデザイナー。

<http://www.d-a-m.co.jp/~sayuri/>

東海林小百合デザイン室 ワールドワイドに活動するデザイナーらしく、表記は日本語／英語の2ヶ国語表記になっている。彼女がディレクションした「ナイキ」のCMをQuickTimeMovieで見ることできる。

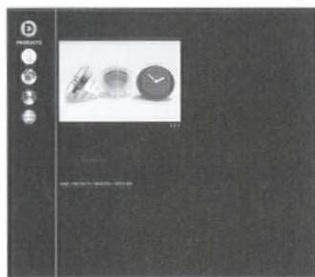
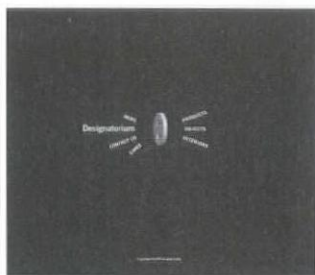


Ross McBride

日本を拠点に活動するアメリカ人デザイナー。プロダクト・デザインや、インテリア・デザイン、オブジェなどのデザインを手掛ける。

<http://www.designatorium.com>

Designatorium グラフィック・デザインの分野で活動していたデザイナー自身がデザインしたウェブ。ここで「ウェブ」は彼のセルフ・プロデュース機能にもなっている。現在、メールオーダー・システムも準備中。



IRON GREY

アサイタケシノヨシダミキコによる生活を楽しむ家具や小物のデザイン・製作ユニット。主にメタルを使った作品を製作している。

<http://www.irongrey.com/index.html/>

ウェブは「gallery」「shopping list」「shopping form」の3部構成になっており、「gallery」で作品を見て、「shopping list」で作品を選んで、「shopping form」を使ってメール・オーダーができる。

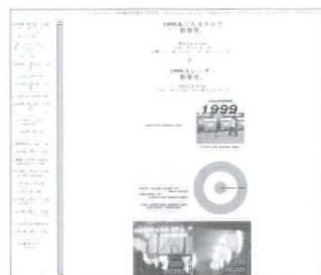


原ななえ

フェイク・ファーを使ったかわいい家具で知られるデザイナー。旭川を拠点に活動している。

<http://city.hokkai.or.jp/~agra/>

あぐら家具企画 地方で活動していながらも、ウェブを使って積極的に存在感をアピールしている。他ではあまり見られない彼女のTシャツやカレンダーなどの通販も受け付けている。

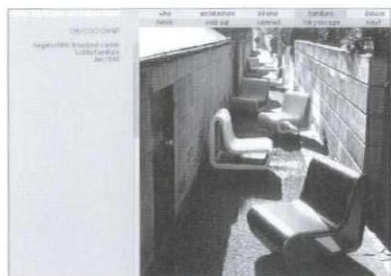


クラインダイサムアーキテクト

Mark Dytham and Astrid Kleinによるおなじみのユニット。建築、家具、インテリア・デザインなど多岐なフィールドで活動する。

<http://www.klein-dytham.com/>

作品を発表するだけでなく、「fetish」「canned」「tokyoscape」のページでは「外国人」である彼らから見た日本という状況の特殊さを逆発信している。

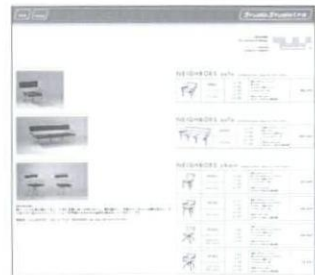


studio studio

静岡県浜松市を拠点に活動する2人組み。インテリア・デザインや家具などのフィールドで活動している。事務所にはカフェも併設している。

<http://www.2s.biglobe.ne.jp/~studio2/>

もともと浜松市の家具ショップとしてスタートしたが、現在はウェブによって特注家具、グラフィック・デザイン、ファッション、音楽に及ぶ様々なジャンルの業務を日本国中からメール・オーダーによって受け付けている。

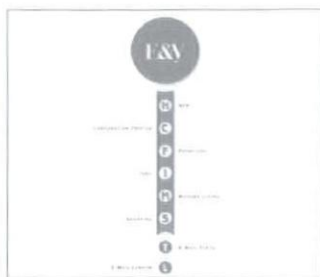


E&Y

個性的なアーティストの発想を、洗練されたデザインとして昇華させる「家具エディター」として、福岡に誕生。現在東京、大阪、香港、ロンドンに事務所、ギャラリーがある。

<http://www.EandY.com>

東京とロンドンのオフィスでメールを受け付け、各国のアーティストとの新しい出会いの場をウェブ上に開設している。イベント会場はデザイナーとの交流の場と考えているが、事前にウェブでデザインを送ってみよう。

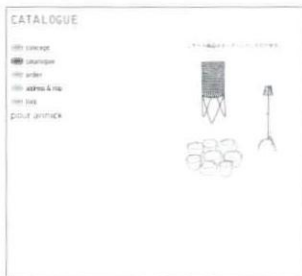
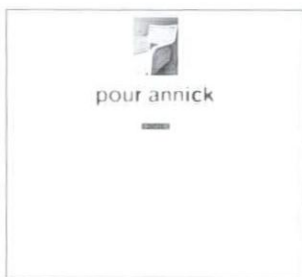


pour annick

世界中のスタイルを折衷、調和させて自由で個性的な空間を作り出していきたいと考え、各国の商品を直輸入、直販売している。

<http://www.pourannick.com/>

まだ数は少ないもののメールオーダー可能な商品が紹介されている。都内2店舗、横浜店のマップとアドレスをウェブで確認してから、近所のショップに出かけてみよう。店内に溢れるモノにまずは触れてみることをお勧めしたい。自分だけの宝探しの気分が味わえるのだから。



TIME & STYLE

インディーズ・デザイナーのオリジナル家具シリーズ。デザイナーと職人のコラボレーションから生まれたガラス食器など幅広い商品構成でアイテムを提案している。

<http://www.timeandstyle.com>

月ごとに変わるカタログページでは、家具のバリエーションが分かりやすく解説されている。アイテムの全容を知りたいならまずは、カタログを請求してみよう。ギャラリーとカフェで行われているイベントの内容のインフォメーションがわかればもっとうれしい。

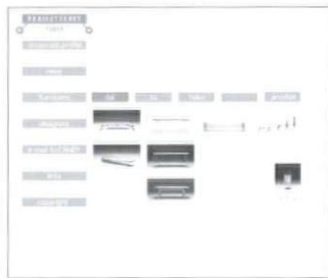
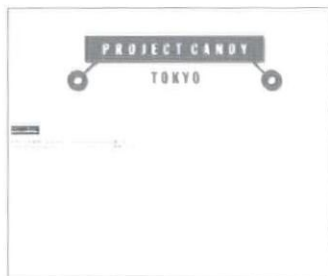


PROJECT CANDY

「長く付き合えて、美しく人と共存できる家具/インテリア作り」をテーマに展開。人に関わるモノすべてをデザインしていくことを目標にしている。

<http://www.mitoya.co.jp/projectcandy/>

シンプルなウェブ・デザインは、家具のテイストに通じるコンセプト。ギャラリーとして集まったデザイナーが、やがてブランドの担手となる「プロジェクト」誘発型の展開はウェブ上でのコミュニケーションからも生まれるかもしれない。



無印良品

[MUJI] ブランド名で世界展開している元祖「主張しないデザイン」は、次々新たな企画を発表し続けている。その規模はインディーズとは対極をなしながらも、影響力は大きい。

<http://www4.mediagalaxy.co.jp/muji/>

良品計画の新たな企画をいち早くチェックできる。最新カタログをウェブ上で開いてアイテムを見るのも楽しいが、すでに全米48州ではメールオーダーが可能とのこと。ファンの作った[無印DAISUKI]ウェブには、リンク集があり一見の価値在り。

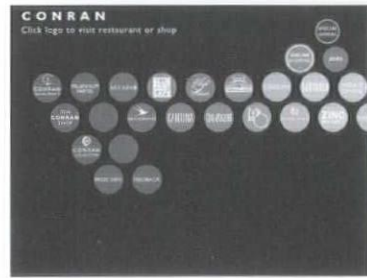


THE CONRAN SHOP

イギリスのインテリア・デザイナー、テレンス・コンラン卿によって厳選された、機能性、デザイン性に優れた6000点以上のアイテムを扱っている。

<http://njc.pavc.ne.jp/flex/index.html>

リビングデザインセンター OZONEの「インテリアショッピング」をクリックすると、アクセスできる。「質」「選択」「楽しみ」「調和」から成るコンラン卿のスタイルが解説されている。さらに詳しい情報を入手したければ、直接イギリス本国のウェブにこのページからアクセスすれば良い。



アルフレックス ジャパン

イタリアン・モダン・スタイルをいち早く日本に届けてくれたアルフレックス ジャパンは今年創立30周年を迎えた。東京と大阪に直営ショップがある。

<http://www.arflex.co.jp>

ウェブ上で「カーサミア河口湖」の総合プレゼンテーション施設（予約制）を見て興味を持つ人もいことだろう。アルフレックスとB&Bイタリアのカatalogをオーダーすることができる。法人対応のページを開くと、オフィスやパブリック・スペース向けの家具が紹介されている。



アイデック

トーネット社を初めとして各国の家具を輸入して20年のキャリアをもち、国内でも信頼され続けている。現在ではオリジナル家具も手掛けて活動の幅を広げている。

<http://www.aidec-int.co.jp/>

曲木の技術で現代家具のバイオニアとして世界中から愛されているトーネットの椅子シリーズを含めた6つの主流ブランドを紹介している。トピックスでは、最新の技術を駆使した家具作りの模様が取り上げられている。新着商品も随時ウェブで見ることができる



エーディーコア

オリジナル・デザインをすべて国内で生産しているブランド。廃番商品がなく、メンテナンスにも力をいれて、継続的なサービスで信頼関係を築いている。

<http://www.adcore.co.jp/>

インテリア、建築のプロを対象とした「デバイス・クラブ」は会員制になっており、ウェブを使って入会が可能。カタログ・オーダーのページでは、メールとしても活用できるようになっている。実際に使用されている空間が数多く紹介されているので安心してコンタクトがとりやすい。

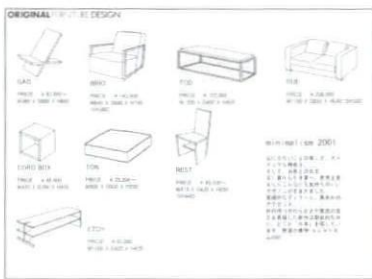


ゼロ・ファースト・デザイン

生活者の視点に立ち、オリジナル・デザインを提案し、カジュアルな [MONTIS] と洗練された高級な [LEOLUX] 2つのブランドを海外から取り入れている。

<http://www.01ST.com/>

すべてのアイテムがシンプルなドローイングで表現されている。海外のアイテムの詳しい内容は、各ページから本国のウェブを開くことができるのでまずは確認してみよう。メールで質問、意見を受け付けている。自作のドローイングを送ってもいいかもしれない。

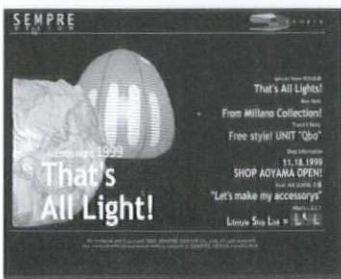
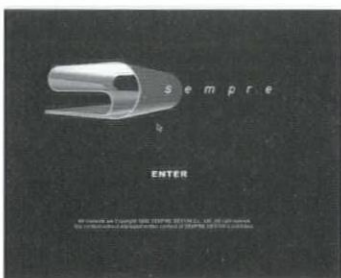


センプレ・デザイン

センプレとは、イタリア語で「日常」ということ。リラックスできる空間を生み出すための心地よいインテリアの商品をセレクトして紹介している。

<http://www.sempre.co.jp>

季節に応じた特集を見ると取り扱う商品のバリエーションの幅広さが一目で分かる。「秋の夜長」と題した特集では、数々の「照明」とともにオリジナル・デザインも登場。これからの展開が楽しみなウェブ。



家具蔵

木肌の心地よさを求めて無垢材を使用した家具は素材から吟味していく。確かな木工技術が生み出す家具は、オーソドックスなスタイルが特徴。工場直営なので価格が手頃。

<http://www1.webnik.ne.jp/kagura/index.html>

扱う3種類の木材「ウォールナット」「ミズナラ」「チェリー」の素材ごとの質感の違いが、ウェブでも確認できる。テーブル、チェアの作業工程が解説され、職人技も紹介。コーディネートされた空間を見ていると、柔らかな印象がよくわかる。メールでの問合せからスタートしてみよう。



イデー

「骨董通り文化」を確立したことで知られる老舗ショップ。家具ショップにとどまることなく、飲食店や花屋などのショップ展開もはかっている。

<http://www.idee.co.jp/shop/index.html#>

青山や世田谷などの各ショップの最新情報をオン・タイムで知ることができる。「news」や「Event Info.」のページでは単なる「家具ショップ」にとどまりきれないイデーの様々なシーンを閲覧することができる。

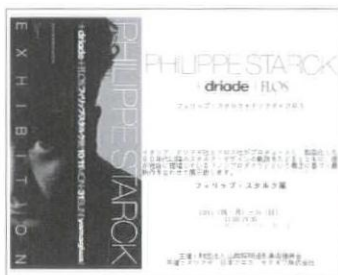


ダ・ドリアド青山

イタリアの老舗メーカー「driade」のホーム・ページ。「driade」の日本代理店である「yamagiwa」のサイトの中にある。

http://www.yamagiwa.co.jp/interior/brand/brand_top.html

イタリアの家具見本市、サローネで毎年センセーショナルな呼ぶ「driade」。その商品を一覧することができる。また、今をときめくロス・ラプグローブやマッシュ・ヒルトン、ロン・アラッドらのプロフィールを見ることができる。



東京デザインセンター

デザイン&コミュニケーションをキーワードに市場に新しい価値を導入することに貢献する施設。12の家具、雑貨などのショップが出店している。

<http://www.design-center.co.jp/>

東京デザインセンターで行われるイベントやインフォメーションのページが充実している。「建築・インテリアのリンク集」もあり、デザインの現在を見渡すことができる。



abode

北青山にあるショップ。Ou Baholyodhinら若手デザイナーを発掘し、そのデザインをディストリビュートしている。

<http://www.abode.co.jp/>

「Artist」のページが特に充実している。Ou Baholyodhin、Emma Bernhardt、Pascal Ansonら「abode」いちおしの新進気鋭のデザイナーの家具、小物をメール・オーダーすることも可能である。

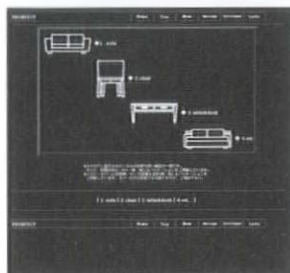
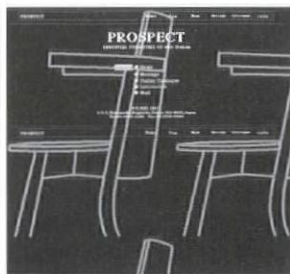


プロスペクト

イタリアの家具メーカー [FLEXFORM] [HALIFAX] からアントニオ・チッテリオのデザインを中心にセレクトして、ライフスタイルにあったこだわりの空間を提案する。

<http://www.fujiei.co.jp/prospect/prospect.htm>

ミラノから発信されたデザインが盛り沢山紹介されている。見逃せないのは現品特売コーナーとショールームをスタジオとして活用できるという情報。詳細ページで平面をチェックすることができる。有効利用したいサイト。



マイスター

モダンデザインの家具を中心にファブリック、ブック、CDなどライフスタイル全般を提案していく。古い住宅を再生して作ったショップは、自分たちでインテリアに手を加えたもの。

<http://www.meister-mag.co.jp/>

家具の豊富なバリエーションがドローイングで紹介されている。柳宗理のバタフライ・スツール等、日本のモダンデザインの逸品と出会う。



高山幸三：p.10、11、12、14、20、22、
26、30、31、34、38、40、42、43、44、
47左、50、54、58、60、62、64
TS Studio：p.18上
姫野清司：p.18下、19上
ナカサ&パートナーズ：p.28上
小湊好治：p.28下、41上中、82上、83
黒田潤三：p.32、33
平田泰大：p.35
shin products：p.45
PROJECT CANDY：p.46
BC工房：p.48上中
村角創一：p.48下、49左上
内田洋行：p.49左下
宮坂恵津子：p.72、73、74上
田畠睦三：p.75（除右下）
星名利夫：p.81（上から2番目）

The feature is dedicated to
Joe Colombo
Denis Santachiara
Gaetano Pesce
.....

対談後記

この対談や掲載作品を通して、若い人たちの中等質性の原理といった風潮があるように思えた。あまり時代に逆らわず、自然体でクリエイトする態度は悪くないように思える。しかし、それらの態度は社会的ストレスやプレッシャーを自らの仕事に反映させないという軽さであり、逃げではないだろうか。

批評なき時代において評価を同世代の感覚的反応に求めていくのは、80年代世代の活動に対する反動でもあるだろう。それならば彼ら自身の評価軸を持ち、堂々と対峙するべきである。さもなくば、1000分の1の天才が生まれない限り、デザインはまたひとつ危機を迎えていくと言っても過言ではない。

沖 健次



The Entropic Forest

Urban Infrastructure

photographs Heiner Schilling text Hiroo Yamagata





『捨てる。』

「ここもつづすのか」と杉岡はつぶやいた。
 劉は何も言わなかった。何をいまだに、という表情で、竹林からこちらに一瞬視線を向けただけだった。背後では、近所の老人数名がじつこつとこちらをうかがっていた。

翌日、二人が視察に出たときの空は、相変わらず鈍重な色のくせに動きの早い雲がたれこめて一面に光がチラチラしている。いつながらの空。「空」がチャンネルに合わせたテレビの色。という言葉がふと思いつく。デジタルテレビ時代全盛のいま、こんな表現はとうにアナクロ化していたのだけれど。

こう、いう空模様続きの原因については、諸説ある。オゾン層が関係している、という人もいる。フロンはとうの昔に全廃されたが、ここ数年オゾンホールが北半球のあたりで観察されるようになっていた。オゾンとフロンは無関係で、実は大気変動とオゾン層の関連でこうした変動が生じているのだ、という説が有力になりつつある。それとも過去の残留フロンがまだ触媒として働き続けているのか？ この説も根強い。でも、原因は何にせよ世界的に雲が増えているのは事実で、このため世界的に冷夏と農作物の不作が続いている。

にも関わらず、南極の水が減少を続け、海面も上がり続けている。前世紀末の京都会議での炭酸ガス排出規制は、排出権取引の進歩もあつたがかなり有効に機能しているのに、それに、ここ数年、ヒートアイランド化している都市部を除けば気温は下がっている。これは原因はよくわかっていない。しかし、いずれにしても、海面があがって、既存埋め立て地も含めて土とゴミの積み増しができて、杉岡としてはありがたい。

「しかしそれも気休めか」と彼はつぶやき、空の下に広がるのは、P計画の埋め立て処分場の最



終区画だ。向こうには30年前の中央防波堤沖処分場が見える。とうの昔に開発が終わって、いまは難民施設を中心とした変な地区になっている。
 「ここもせいぜいあと2年ですからねえ。ゴミ輸出も高くなってきたし」と劉。

「中国とロシアがしばらくは引き受けてくれるから、それでは」と劉はつぶやいた。

「でもわたくしも政情不安だし、国際的にもうるさいし、あてにはならんでしょう」と劉は言う。劉はそんなことを以前に、そもそも自分のふるさとへのゴミ輸出が気に食わないのだ、というのを杉岡は知っている。

先週の会議の杉岡メモ

今後の処分計画について a 海外輸出と受入先の問題と国際感情。
 b 内陸処分場？ 処分場不足、規制を下げた対応？ あら、は修景利用事例「行徳富士」(コヘンゲン他)

事例見物で、何度か来たやつで、通称「行徳富士」では、めずらしく子供たちが遊んでいた。少うは老人たちが少しいるくらいだけれど。20世紀末に、建設残土の不法投棄が黙認状態で、いつのまにか住宅街のまんなかに異様な山ができてあつてしまった。自治体と業者が相互に訴えあつて結局収拾がつかず、そのままになっている。が、数十年たつともはや住民も完全になじんでしまい、異様だと感じている人が少ない。あれ以来、住民がかなり入れ替わってしまったともある。朝方にくると、老人にぞんぞん昔話を聞かされ、こればかりに目障りかと力説されることもあるけれど。残土に何がまじっていたのか、いまだに雑草以上のものは生えないけれど、結局自治体に移管されて、ランドマーク兼オーブンスペースとしてランドスケープヒンクされて、公開されている。「産業の記憶と住民との共生」などと担当したランドスケープアーキテクトがほざいていた。いい気なもんだと思う。ましてや、これでゴミの処分を考えようとしているのに、あいつは「ゴミと住民の共存」でも口走るのだからう。

がまわすというやりかたもあるのかもしれない。ゴミとの共存。自分のゴミを見ながら暮らすこと。ふとみると、いつになく老人たちが山肌にはやりたすんでいる。「珍しく雲ははれましたね」と劉が言う。

May I Help You?

Kinden
CORPORATION

きんでん ネットワーク工事担当

架空配電設備
地中配電設備
C・C・BOX 情報BOX

Kinden
CORPORATION

きんでん 電力工事担当

発・変電設備
架空・地中送電設備
土木・舗装・造園・測量

Kinden
CORPORATION

きんでん 情報通信(広域)工事担当

CATV設備
移動無線通信設備
光通信設備

Kinden
CORPORATION

きんでん 情報通信設備(構内)担当

データ通信設備
統合ネットワーク設備
電話・交換機設備
LAN設備 構内AV設備

Kinden
CORPORATION

きんでん 内装設備担当

システム天井
OAフロア インテリア内装
小規模建築

Kinden
CORPORATION

きんでん 空調・衛生設備担当

空調調和設備
給排水・衛生設備
クリーンルーム設備
公害処理設備

Kinden
CORPORATION

きんでん 一般電気設備担当

ビル・工場電気設備
施設電気設備
プラント電気設備

Kinden
CORPORATION

きんでん 計装設備担当

ビル・工場計装設備
パワープラント計装設備
HACCP設備

Kinden
CORPORATION

きんでん 国際事業担当

アジアエリア
太平洋エリア
中近東エリア
他海外ネットワーク

Kinden
CORPORATION

きんでん エネルギー有効利用
システム担当

地域冷暖房設備
コージェネレーション設備
水蓄熱空調設備

Kinden
CORPORATION

きんでん 防災・防犯設備担当

自動火災報知設備
避難誘導設備
防犯設備

Kinden
CORPORATION

きんでん 新エネルギー
システム担当

太陽光発電設備
風力発電設備
燃料電池発電設備

Kinden
CORPORATION

きんでん ファシリティ・
マネジメント担当

設備診断
設備改善提案
リニューアル・メンテナンス

きんでんがお手伝いできることは結構多い。

私たちの事業分野は注目ください。すでにご存じの人もいらっしゃるでしょうが

おれ、こんなことをやってたのかという人もいらっしゃるはずです。

きんでんは、「情報」「エネルギー」「環境」をテーマに技術領域を拡げ

それらの技術を有機的に結合させることで新たな価値を創造する

総合設備エンジニアリング事業を展開しています。

そのなかで生まれたのがこれらの事業です。その多彩さは

きんでんが現代の都市や社会が求めるニーズにフレキシブルに対応している証と言えるでしょう。

今日の都市をより豊かにするために、明日の社会をさらに創造的にするために。

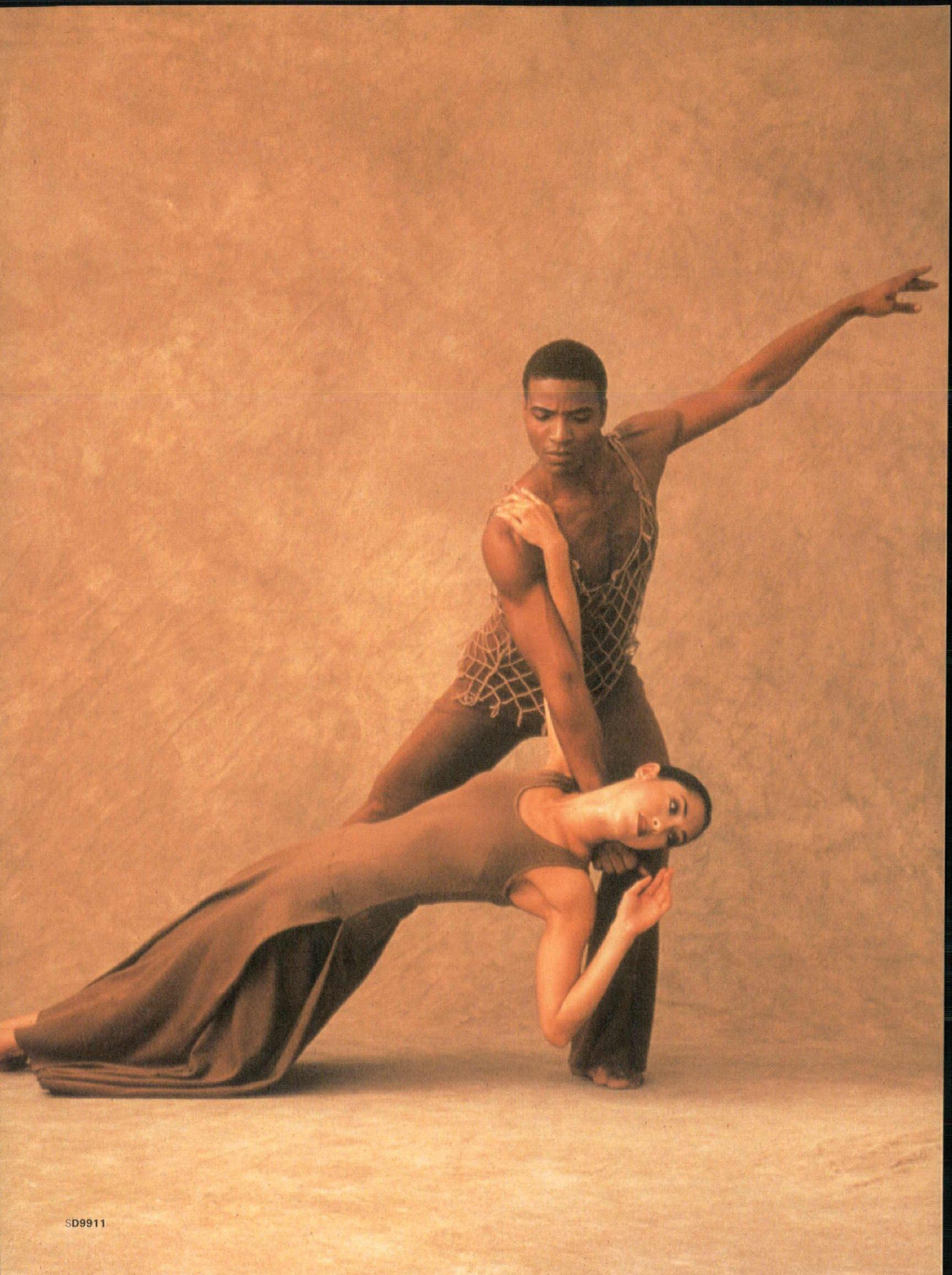
私たちきんでんが、いろいろとお手伝いしていきたいと思ひます。

いろいろな技術が集まって、きんでんです。

株式会社 **きんでん**

本店 大阪市北区本庄東2丁目3番41号

東京本社 東京都品川区東五反田5丁目25番12号



他者のシステムを 変質させる巧みな手法

アルヴィン・エイリー・アメリカン・ダンス・シアターはなんども来日している。日本人にはすでに馴染みの深いダンスのグループである。アルヴィン・エイリーがニューヨークに設立して以来、すでに40年も経ち、アルヴィンは亡くなったが、いまではジュディス・ジャミソンを中心として相変わらず活動が続いている。彼らがこの9月にまたやってきていくつかの楽しいスベクタキュラーなプログラムを見せた。

このカンパニーは単なるモダン・ダンスという以上に、黒人文化について考えさせるインパクトをもっている。しかももとアルヴィンはマーサ・グレアム、レスター・ホートンその他多くのモダン・ダンスの先駆者たちから、まっとうなモダン・ダンスを学んだ。やがて自分の振り付けた作品を上演しはじめる。そして彼の傑作といわれる『レヴェレーションズ』その他によって一躍有名になる。しかも普通のどのモダン・ダンスのグループ以上に人気があり、世界中にファンがいる。これまでに五大洲全部を回り、彼らのダンスを見た観客は延べ1900万人を超える。これほどの人気をもった秘密は、これらの作品が純粋に形式的なアヴァンギャルドとは一味ちがった「文化」をもっているからであった。アルヴィンは黒人である。だから常識的な世評では、このカンパニーのダンスはアメリカのモダ

ン・ダンスのユニークなひとつであり、しかし黒人文化の特徴を残していると言われる。そういう言い方は必ずしも妥当ではない。

アルヴィン・エイリー・アメリカン・ダンス・シアターが創造するようになったダンスの特徴は、差別されたアメリカの黒人が、支配的な文化のなかで独自の文化をつくりだす仕組みのなかにある。ただ反抗と言うのではない。そんな差別のなかで、これまでも黒人は独自の文化をつくりだしてきたではないか。たとえばあのゴスペル、黒人霊歌は、自分のものではなかった宗教と自分のものではない言葉によってどのようにして作り出されたか。それは他者のシステムを巧みに利用しながら変質させる方法によっていた。1960年代のアメリカの政治的状況でも、黒人の社会差別は変わらなかった。変わったのは政治的抵抗が強くなったことだった。その差別の撤廃に立ち向かう闘いは、当時、きわめて強かった。ブラック・パンサーの過激さ、キング牧師の穏健だが精力的な活動、文化的ミリタントのブラック・イズ・ビューティフルというラディカルな主張などにこだわるのではないが、アルヴィンは黒人が独特の文化を生み出す実践を行っていたのだ。

アルヴィンが意識しようとしまいと、彼はある意味では正統なモダン・ダンスを学びつつ、他者のゲームのなかで戯れながら、制度固有の透明さに不透明で曖昧な要素を忍び込ませていたのだ。相手を利用しつつ変質させ、不思議な魅惑をもつモダン・ダンスを創造するようになったのだ。

C u l t u r e C a f e

BUYO

今月の舞踊

アルヴィン・エイリー アメリカン・ダンス・シアター

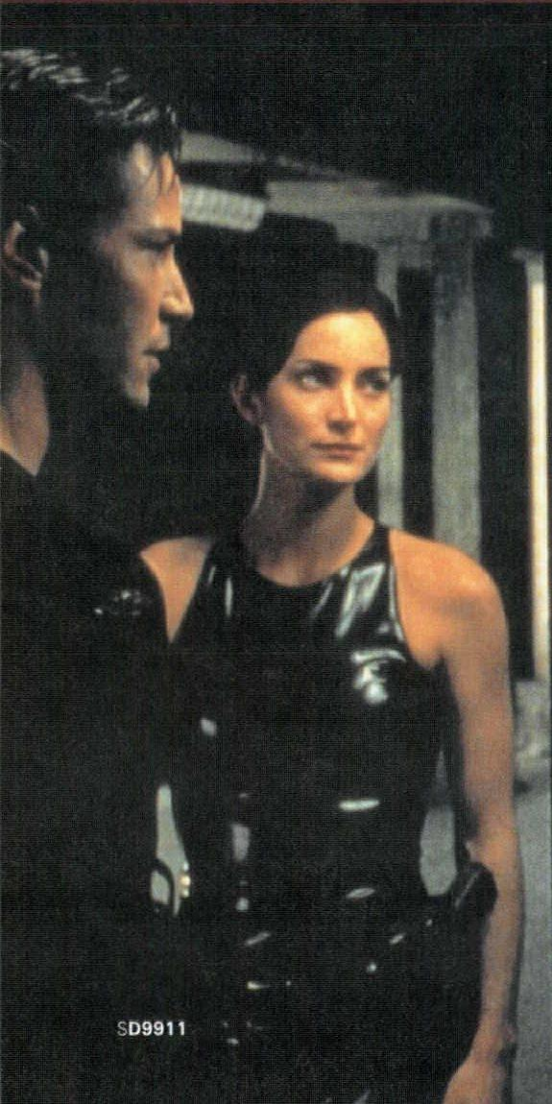
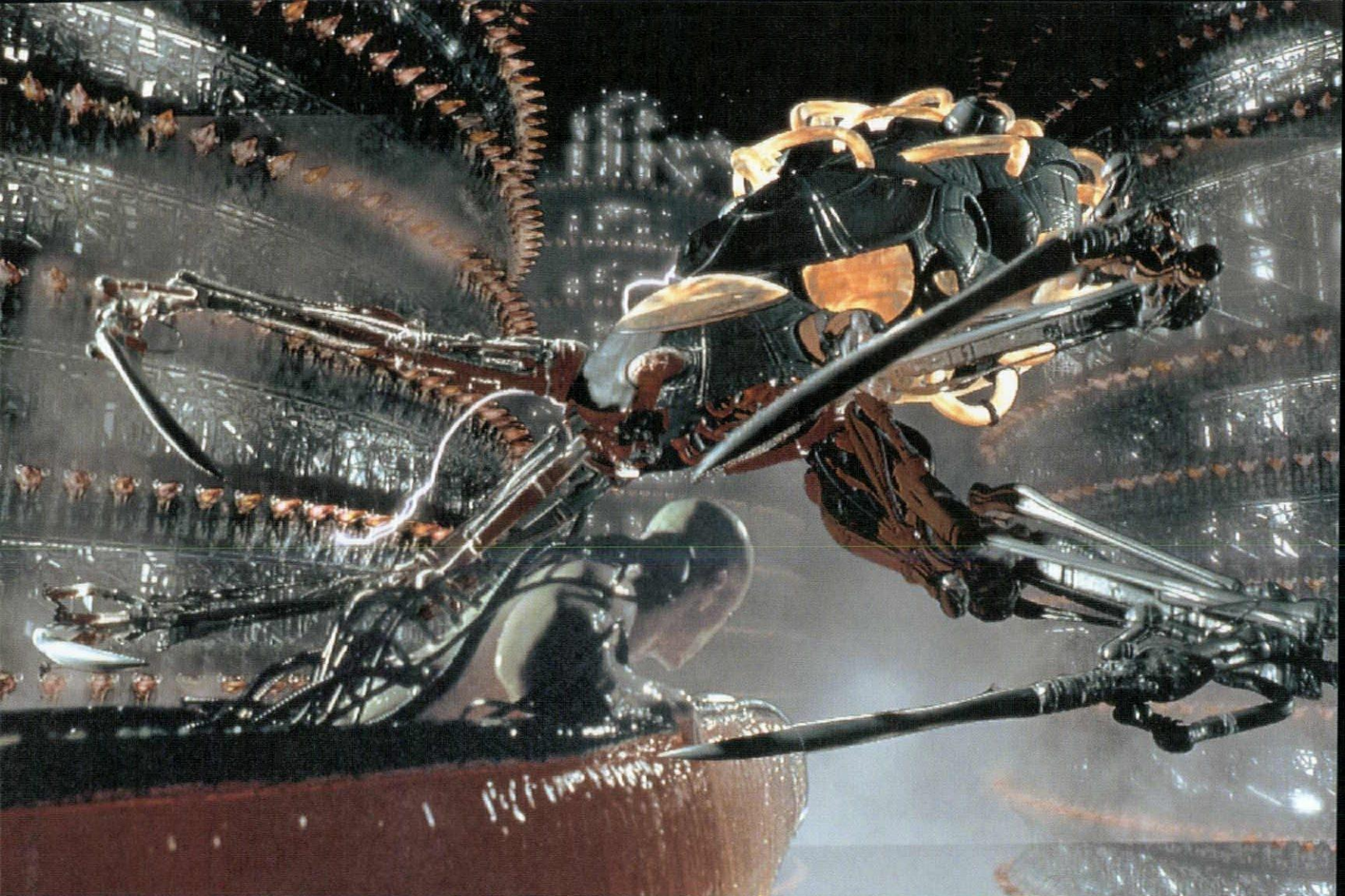
日時：9月21日
会場：東京国際フォーラム

芸術監督：ジュディス・ジャミソン
主催：日本文化財団

多木浩二
たき・こうじ／評論家

東京大学文学部美学美術史学科卒業。元千葉大学教授。主な著書に『生きられた家』『眼の隠喩』『シジフォスの笑い』など多数。





久方ぶりの センス・オブ・ワンダー

『ブレード・ランナー』からどれほどの時を経たのか。1982年の『ブレード・ランナー』の未来イメージを修正する映画は一向に現れる気配をみせなかった。欧米の都市をモチーフにすると、未来イメージを形成できぬようで、ただ大友克洋の『アキラ』や押井守の『攻殻機動隊』などの日本のアニメーションが、廃墟と化した都市やネットワーク社会の強力な造形で、イメージの修正を強く迫っていたことが目立つくらいだった。そういえば『ブレード・ランナー』のロサンゼルスもアジアのテイストが加味されていた。そして、一層アジア的なものを取り込んで、『ブレード・ランナー』とやっと対置できる映画が登場した。

設定はこみいっている。知能を持ったコンピューターと闘う人類が、コンピューターのあらゆるエネルギー源を切るため、意図的に大気を汚染させる。しかしコンピューターは人間を人工的に保育し、人間の体温からエネルギーを摂取する。そして人間には人工現実の世界を与えておく。つまり、人間が認識している世界はすべて幻なのだ。そして目覚めたわずかな人間が人類の開放のために闘うという物語である。

しかし、この世が幻であることは日本人なら誰でもが頭のかたすみにあることだし、他にも地熱や風力など、いくらでもエネルギー源があるのに、馬鹿なコンピューターだと野暮なこと

は言うまい。環境は人間が生存できないくらいにまで汚染されていて、それ故に都市も死滅しており、存在するのは仮想現実の過去の都市をコピーしたものでしかないというところまで行き着いてしまったのだ。

しかしこの映画の骨格も描写も、誰もがすぐに気づくように、押井守のふたつの作品『うるせいやつら ビューティフル・ドリーマー』と『攻殻機動隊』を実写に置き換えたものだ。製作者も次のように語っている。「日本のアニメ『攻殻機動隊』を彼らが見せてくれたことがある。(略)彼らは興奮気味に、『今のを見たい、僕たちはこれを実写で撮りたいんだ』と熱く語ってくれたことがある」(『Town Mook fx』)。彼らとは監督のウォシャウスキー兄弟のことだ。人物の造形も、アクションシーンも『攻殻機動隊』の引き写しだが、恨み言を言ってもしかたがない。押井守に実写映画を撮る機会を与えない日本が悪いのだから。

それに、これだけハッターをきかせたスタイリッシュな映像を見せられると、ただ脱帽するしかない。デジタル技術によって、もうどんなものでも表現できるようになり、細かいカットでつないで編集でごまかす映画にうんざりしかけていたときに、新しい映像体験を与えてくれた。監督が言うところの「香港映画のように、まるでダンスを見ているような長まわしのシーン」で新しい映像体験をさせてくれた。「センス・オブ・ワンダー」を生み出すために、新しい技術開発だけではなく、本当に人間を空中に浮かせる香港映画のワイヤー・アクションの技術も使っている。やはりアジアなのだ。

C u l t u r e a f e

CINEMA
今月の映画

マトリックス

監督：アンディー・ウォシャウスキー、ラリー・ウォシャウスキー
出演：キアヌ・リーブス、ローレンス・フィッシュバーン

浜野保樹

はまの・やすき／東京大学助教授

1951(昭和26)年生まれ。国際基督教大学教養学部卒業。主な著書に、『極端に短いインターネットの歴史』『ハイパーメディア・ギャラクシー』『コンピューターの終焉』『キューブリック・ミステリー』などがある。マルチメディア・グランプリ審査委員、AMDアワード審査委員長、Interactive Media Festival 審査委員(米)、MILIA Award 審査委員(仏)、マルチメディア白書専門委員会委員長、メディア芸術祭審査委員など。現在、東京大学大学院新領域創成科学研究科助教授。メディア論専攻。マルチメディアの研究開発に従事。



写真提供＝Warner Bros.

ホロコースト・メモリアル

アイゼンマンによるユダヤ人虐殺追悼の場のデザイン

岩永和幸

1999年6月25日、ドイツ連邦議会は10年越しにわたる議論の末、ベルリンに建設される〈ホロコースト・メモリアル〉の実施案として、米国の建築家ピーター・アイゼンマンの提案を採用すると決議した。言うまでもなくこのホロコースト（語源はユダヤ教の全燔祭「獣を丸焼きにして神に捧げる」、大犠牲の意）とは、第二次大戦時ナチスドイツによって計画的に殺戮された、ヨーロッパ中のユダヤ人の受難を意味するものである。1989年11月にベルリンを分断してきた壁が事実上消失し東西ドイツが統一に向けて出発して以来、その長い討論により建設の実現性が与えられたのである。

実施案として選ばれたのはアイゼンマンIIと呼ばれるデザインであり、終戦までヒトラーの首相官邸があったフォス通りとブランデンブルグ門の中間、通称「大臣の庭園」と呼ばれる敷地に2,700柱のコンクリートの碑板を配列するというものである。アイゼンマンは、彫刻家のリチャード・セラと共にこのメモリアルの設計競技に応募したのだが、最終4案に残ったそのデザインにインフォメーション機能を加えた上で今回実施を獲得した。（ちなみにセラは、案の訂正を求められた段階でおりてしまっている。）この最初の応募案ではコンクリートの碑板は約4,000にのぼり、ことさら「非モニュメント性」と「非芸術性」が強調されていた。ここでアイゼンマンとセラは、シンボルとしての記念碑のデザインを捜すのではなく、さまざまに高さの異なる碑板を並べることによって「追悼の空間」を出現させようと試みている。

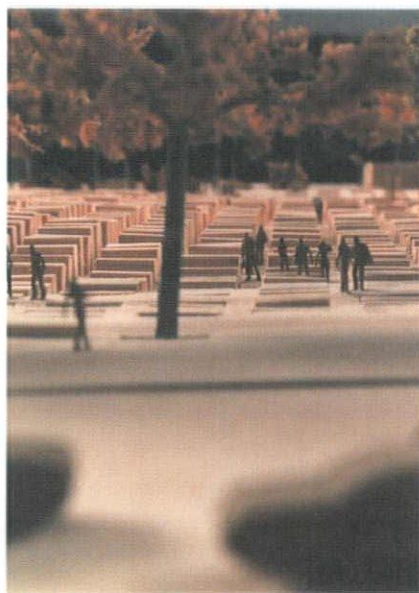
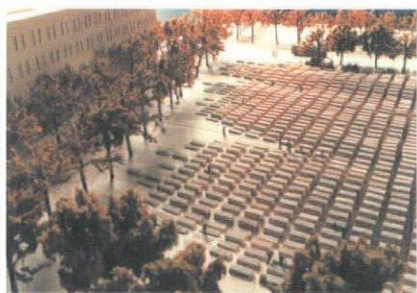
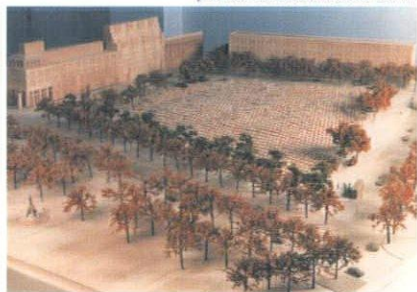
過去のネガティブな歴史を自省のために記憶しつづけ、また民主主義の重要さを後世へと訴えていくという警鐘碑としてのプログラムは、本来は可視化できるようなたぐいのものではないであろう。アイゼンマンはそのテーマを、時間と空間の経験に関係づけて語ろうとしており、合理性のみが制御できないほど作動したあげく秩序と規律でがんじがらめになった時代を、ドイツ人・ユダヤ人といった人種に関わりなく感知できるよう配慮したという。サッカー場がふたつ入る程大きな敷地は、規則的に配列された幅92cm、長さ2.3mのコンクリートの塊で覆い尽くされている。これらは平面的にはグリッド上に割り付けられているが、垂直方向にわずかに傾いているためその天端面は水平を保っていない。またその

高さ自体も連続的に変化していくため、自己生成的な全体構成にも拘わらず、同一の形状はひとつもないという。大げさなジェスチャーこそ伴わないが、微妙に安定感を欠いた、方向感覚を錯乱させる地形学的3次元空間が明確に意図されている。それはシンボルや言葉に頼らない、始まりも終わりもない鎮魂のための場所を大地にしるす試みとも読みとれる。

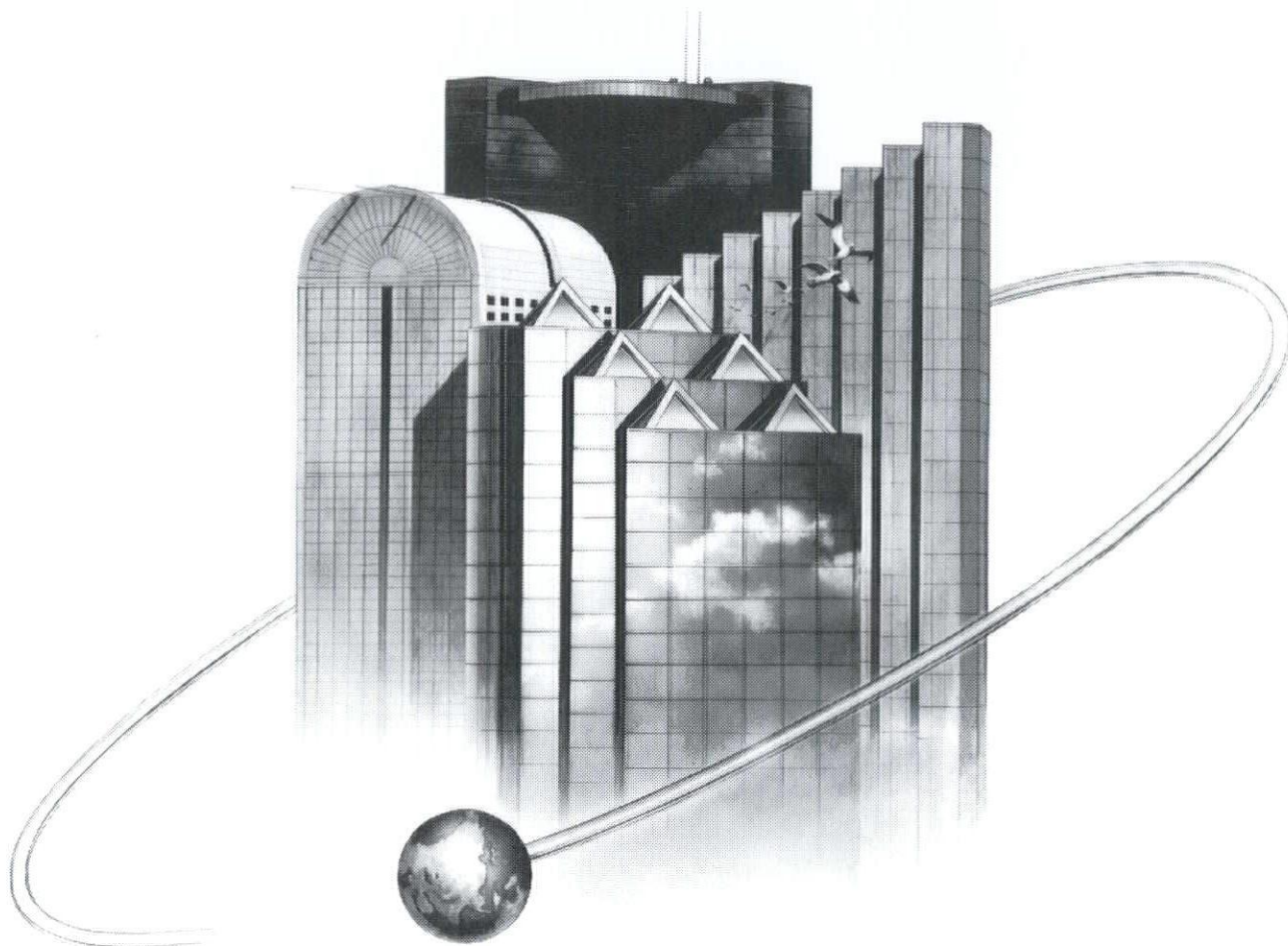
これは単なる散策のための場所となることを拒む真摯なメモリアルであるが、かといって来訪者に特定の感情や思考を強制することはないとアイゼンマンは説明する。すべてを統括する厳格なシステムに貫かれたファシズムに対峙するために、さまざまな解釈・印象を受け入れ、時には誤読されることをも許容するような空間構成に賭けているといっても過言ではないだろう。彼は1996年に、ウィーンにおけるホロコースト・メモリアル計画にも案を提出しているが、いかなるメモリアルのデザインが可能かではなく、コミュニティに対してメモリアル自体を受け入れる十分な意志があるかどうかを一貫して問うてきている。1,700万ドイツマルクを投じての建設は来年1月より始まる予定である。単なるラビリンス、あるいはユダヤ人墓地にしか見えないという批判も聞かれるが、逆にその空間を体験してわれわれが何を感じ取れるかが試されるとも言えよう。

（いわなが・かずゆき／建築家、在ベルリン）

photos: Landesbildstelle Berlin



快適創造



人と自然と機能が調和した理想の快適環境を。

人と自然、そして機能が調和した新しい快適環境を創造する。

それが三機工業のめざす総合エンジニアリングです。

都市、コミュニティ、産業施設…人を取りまくさまざまな環境について考え、

その理想を追いつづけている三機工業は、

いま、地球環境という視点にたって、すばらしい未来にむけての新しい環境のかたちを提案しています。



三機工業株式会社

〒100-8484 東京都千代田区有楽町1-4-1 TEL.03(3502)6111

mitsubishi
三菱電機

エネルギー効率に優れた
PMギヤレス巻上機を採用。

薄形制御盤を昇降路内に収納。
全階で多様な乗場意匠を実現。

昇降路だけの エレベーター 三菱〈エレパック〉誕生。

新登場
エレパック
ELEPAQ

三菱エレベーター
機械室レスタイプ／乗用・住宅用・寝台用

機械室にあったすべての機器を昇降路内にすっきり収納しました。もちろん制御盤も昇降路内に設置。エレベーター乗場の出入口わきなどに置く必要はありません。昇降路だけのエレベーターですから、設計の自由度がアップ、すべての階で多様な乗場デザインを可能にします。

建物の設計自由度がアップ

ベントハウスがないので、日影規制への対応が容易。機械室と居室の位置関係で悩むことなく、建物内外の設計がいっそう自由になります。

ビル有効面積の増加

機械室がないうえに、昇降路面積も従来のロープ式並みの省スペース。居室などに利用できるスペースが大きくなり、レントラブル比も向上します。

なめらかな乗り心地と省エネルギー設計

加速・減速がなめらかで騒音も少なく、エネルギー効率に優れたPMギヤレス巻上機を採用。高級エレベーター並みの、静かでスムーズな運転を実現しました。また、油圧式エレベーターに比べて電力消費量はおよそ1/3になります。

環境に配慮

油圧式エレベーターでは避けることのできなかった廃油処理の必要もありません。「環境にやさしいエレベーター」、これも〈エレパック〉の優れた特長です。

Efficient, Reliable & Comfortable
Vertical Transportation Systems
All Over The World

効率がよく (Efficient)

信頼性に優れ (Reliable)

快適な移動空間の創造 (Comfortable)

エレベーターの3つのキーワードを基に
そのすべてにおいて、世界トップクラスの製品を
全世界に向けて提供します。

三菱電機株式会社

お問合せ・資料のご請求は……三菱電機株式会社 〒100-8310 東京都千代田区丸の内2-2-3 (三菱電機ビル)

本社ビル事業部 TEL. (03) 3218-4544

Book Review

書評

建築論の軌跡

評者 松畑 強



「増田友也著作集」(全5巻)
増田友也＝著
A5判 各巻292～412頁
ナカニシヤ出版 各巻4000～6000円

私事でまことに恐縮だが、評者が大学に入学したとき、その大学の建築学科にはいわば「伝説の人物」が何人かいた。著者の増田友也(1914～81年)はそのひとりである。原広司や安藤忠雄といった有名建築家の建築思想にもひとかたならぬ影響を与えたとされる増田の論文は、しかしながらわずかな例外を別とすれば、関係者以外の目からはほとんど遠ざけられてきたのだった。その意味では待望の著作集の刊行と言えるだろう。

まずは著作集の内容を見てみたい。第I巻は、「壁がある、と書きかけて、私は息をつめる。私は金縛りにかかつたかのように、動けなくなつた(原文ママ)」という有名な書き出しで始まる「壁と私と空間と——建築家にとって空間とは何か」を収めた「家と庭の空間構成」をはじめとした、初期の論文を主として収録している。さらに道元や夢窓国師など、のちに連なっていくモチーフが、ここですでに論じられている。

第II巻には著者の有名な学位論文「建築的空間の原始的構造——Aruntaの儀場とTodasの建築との建築学的研究」が、収められている。ここで取り上げられたオーストラリアのアルンタ族は人類学では有名な部族で、増田の論文の少しあとにも、クロード・レヴィ＝ストロースが『野生の思考』で取り上げている。いずれにせよここでは、「建築的空間の原始的構造」としての「Spatio-temporal」な儀場の構造などが、詳述されていく。

「家と庭の風景——日本住宅の空間論的考察」は、いわばひとつの日本建築史とも呼べる長文の論考で、これが第III巻に収められている。これは日本語の「イヘ」の言語分析に始まり、日本の古代、中世、近世の住宅と庭園と集落を論じ、最後は近世末期における数寄屋の解体＝「建築の非化」で結ばれるものである。とりわけ中世における道元の『正法眼蔵』と夢窓国師の西芳寺庭園などの相似と相違は、ここでも詳しく論じられることになる。

第IV巻は「風景論 存在論的建築論」と名づけられているが、基本的にはいわば存在論的建築論の骨格が素描されていると言っていいたいだろう。こうした立論の背景にはもちろん、ハイデガーや西谷啓治らの思考を読みとることも可能かもしれないが、建築論を存在論(的建築論)として立てようとしたのは、おそらくこの論考が初めてではないと思われる。さらに「建築以前 建築について」と題

された第V巻は、主として講演録や講義録を収めたものである。

以上、きわめて大雑把に瞥見してみた。読み易さという点では、第I巻と第V巻を先に読み、II、III、IV巻と読んでいくのがよいのかもしれない。さらに道元と夢窓国師とハイデガーは、おそらく全体の通奏低音というべきものかもしれない。

ある時代のいわゆる京都学派は、間違いなく世界でも最高水準の仕事をしているように思う。それは増田自身をして「ある意味で京都大学の建築論研究というのは、いま世界をリードしていると思います」(第V巻)と断言させるほどのものだった。あるいは建築論研究がいわゆる京都学派の一翼を占めてもいたわけである。

「建ててなんぼ」という考えが一般的な日本では、建築論といえばせいぜい建築家のエッセーとしか考えられないことが多い。増田はそうしたなかで「建築」の根拠を問いつつ、建築史や建築術とは異なる自立した学として建築論を立て、なおかつ世界的な水準にまで引き上げようとしたと言える。ただしそうした存在は、なかなか評価されにくいものでもあろう。それがこれらの著作をして、いささか人目から遠ざけさせてきた理由であるかもしれない。

「アイゼンマンのクロゼットを見るとがっかりするぜ」と評者にタレ込んだアメリカ人建築家がいいたが、人には意外な側面がある。増田の恩師であり、ヴィトルヴィウスの建築論研究で知られる森田慶一が笠置シズ子の「ブギウギ」を一所懸命に聞いていたという話(第V巻)も面白い。そういえば評者にも、昼間のクールな態度とはうって変わり、夜になると図面をひきながら身をくねらせて踊り出すゲイの友人がいた。増田友也もまた愛弟子を引き連れては祇園で芸者を上げていたというもの(真偽はともかく)、何度か聞かされたエピソードではある。

さて最後にこれも私事で恐縮だが、評者は著者の愛弟子の方の幾人かに、多感な学生時代にたいへんお世話になった。この場を借りてあらためてお礼申し上げます。とはいえ結局この「カリスマ」に直接お会いすることがなかったのは、評者にとって幸だったのか不幸だったのか、今となってはもう分からない。

(まつはた・つよし/建築家)

きーるい地球を、まきあつてつな
日立電線

情報とエネルギーの ネットワークをつくる 日立電線



情報やエネルギーを伝える技術を中心に、人と人、人と世界を結ぶグローバルなネットワークをつくり、「私達の住む地球をまあるくつむぎ」。日立電線は、いま、快適で豊かな暮らしの創造をめざして多彩な活動を展開しています。21世紀に向かって、ますます進展する情報化社会——たえず革新を続ける情報・通信、エレクトロニクス、エネルギーの世界でひとつの大きな役割を担っているもの——それは、ハイテク技術を駆使した日立電線の製品です。

日立電線株式会社 東京(03)3216-1616

Books

新刊紹介

『建築技術別冊 篠原一男12の対話』

世紀の変わり目の「建築会議」

篠原一男＝編

B5判 312頁

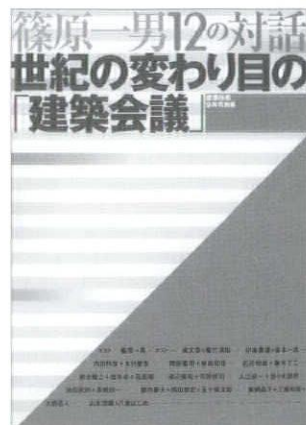
建築技術 2381円

『建築家・篠原一男がホストとなり、12回、27名の建築家、構造物家、歴史家、ジャーナリストとの「会議」をまとめた一冊。『建築技術』誌の連載記事の総集編に、各関係者のコラムも加わることで、今世紀の総括、次世紀への架け橋にふさわしい充実した内容となった。

「世紀の変わり目」に際してテーマとしたのは、「モダニズム」と「建築（住宅、伝統、技術）の可能性」である。篠原と、30代から70代にわたるゲストが、この根元的な議題をめぐって語り合う。下記のように錚々たる顔触れが揃った。

第1話「20世紀は空間の世紀、次世紀はより自由な空間へ」横文彦＋菊竹清訓。第2話「建築の問題は『コンビニ』から生まれる？」伊東豊雄＋坂本一成。第3話「『技術／デザイン』再融合の時代へ」内田祥哉＋木村俊彦。第4話「フレキシビリティは建築を強化するか」岡部憲明＋妹島和世。第5話「建築の技術・表現・伝統をめぐるトライアングル」石井和紘＋鈴木了二。第6話「原型をめざすか、ヴァリエーションを求めるか」鈴木隆之＋坂本卓＋荻原剛。第7話「非西欧型モダニズムの探検」渡辺豊和＋布野修司。第8話「21世紀の非合理を探せ」入江純一＋佐々木睦朗。第9話「『壊れた時代』の建築は？」池田武邦＋高橋航一。第10話「『我思う』ところから建築は始まる」櫻井義夫＋岡田哲史＋五十嵐太郎。第11話「建築家は女性的？ 個と全体の新たな関係をめぐって」高橋晶子＋工藤和美＋大西若人。第12話「建築の分岐点」山本理顕＋八束はじめ。

戦後日本の「モダニズム」形勢の中で、つねに建築シーンの中心にいながら、流行路線とは一線を画してきた篠原の深みを十二分に堪能できる。



『【カラー版】日本建築様式史』

太田博太郎＝監修

A5判 216頁

美術出版社 2500円

日本建築の通史の「定本」に、本書が加わることは間違いない。竪穴式住居から新京都駅までを、従来にない新鮮な図版と歴史観で論述。研究者、デザイナー、一般読者それぞれに、読みごたえのある必携本といえよう。巻末の解説資料も秀逸。



『光が射し、風が抜ける 開かれた家30軒』

大山直美＝構成

A4変型 180頁

世界文化社 1800円

家を建てる人が、住宅展示場巡りだけではなく、自分に合った建築家を選び、一緒に家づくりをできることを知らしめようとする一般向けの本書。設計者からみれば、施主の心をとらえるポキャラリ、プレゼンテーションを知る参考書になる。



『ゴッホのフランス風景紀行』

佐々木三雄＋佐々木綾子＝著

A5判 160頁

求龍堂 2200円

ゴッホの作品と実景写真を対比させ、定説に、色彩の謎にアプローチした美術紀行。『ひまわり』が象徴する「光と色彩」を開眼させたフランスに、ゴッホの足跡を辿る。小野規の情感あふれる写真が、在仏30年の著者夫妻の軌跡と想いを伝える。



NHKカルチャー・スペシャル

「建築家バトル」(仮称)放映

「できる限り環境に優しいエコロジー・ハウス」をテーマに、若手建築家3チームに夢のあるユニークなエコロジー・ハウスを設計してもらう。それを評者に向けてプレゼンテーションし、インタラクティブな質疑応答の中から、同時代を超える新しいエコロジー・ハウス像を探ろうとする番組。

放映日程：11月6日(土) 20：00～

NHK教育テレビ

建築家：アトリエ・ワン、遠藤秀平、みかんぐみ
評者：伊東豊雄（建築家）、宮迫千鶴（画家、エッセイスト）、池内了（宇宙物理学者）

コーディネーター：

淵上正幸（建築ジャーナリスト）

共同製作：

NHKエデュケーショナル+グループ現代

問い合わせ：シネクティックス（淵上正幸）

Tel: 03-3402-0729 Fax: 03-3402-0989

伊東豊雄：Blurring Architecture展

2001年の開館が世界中から注目されている「せんだいメディアテーク」(仮称)のコンセプトを、大規模な映像シミュレーション等の表現を駆使し、伊東豊雄の建築への新しいパースペクティブを紹介する。併せて、氏の講演会も開催される。

展覧会

会期：11月17日(水)～12月23日(木)

会場：TNブロープ

東京都港区六本木5-14-35

時間：11：00～19：30(最終入場19：00)

日曜日休館

入場料：無料

主催：TNブロープ

講演会

日時：11月25日(木)

18：30～20：30(開場18：00)

会場：有楽町朝日ホール

東京都千代田区有楽町2-5-1 有楽町マリオン11階

定員：650名(申込多数の場合は抽選)

内容：「せんだいメディアテーク」をはじめ、現在進行中の近作を通して、建築的ビジョンを語る。
申込方法：往復ハガキに氏名、会社名、Tel、e-mailアドレス、入場券送付先（郵便番号、住所）を明記の上、申し込むこと。申し込みは1名につき1枚有効。

申込締切：11月15日(月) 必着

申し込み・問い合わせ：TNブロープ

Tel: 03-3505-8800 Fax: 03-3505-8810

村野藤吾建築設計図展

日本の建築設計界のリーダーのひとりとして、70余年にわたり活躍し数々の業績を遺した村野藤吾の展覧会と記念シンポジウムが開催される。

展覧会

会期：11月8日(月)～11月19日(金)

時間：10：00～16：00 土曜日、日曜日休館

会場：京都工芸繊維大学 美術工芸資料館

京都市左京区松ヶ崎

入場料：無料

記念シンポジウム：村野藤吾が遺したもの(仮題)

日時：11月19日(金) 15：00～17：00

シンポジウム終了後懇親会有り(申込先着順90名まで、参加費6,000円)

場所：京都工芸繊維大学

3号館(工芸本館)1階第1講義室

定員：150名(当日先着順、無料、申込不要)

申し込み・問い合わせ：「村野藤吾の設計研究会(仮称)」事務局(担当：笠原一人)

京都工芸繊維大学造形工学科6号館内

Tel: 075-724-7659 Fax: 075-724-7605

e-mail: kasahara@dad.kit.ac.jp

Go '99 展覧会

会期：10月30日(土)～11月7日(日)

時間：15：00～20：30

会場：清涼山霊源寺透静庵 Gallery O

京都市北区西賀茂北今原町41(通常非公開の寺院のため、透静庵の一般公開は会期中のみ)

入場料：500円

内容：レクチャー+ヴィジュアルパフォーマンス(スペースとデジタル映像との重奏)

出演者：山口隆(「枯山水+Digital Garden」：10/30、10/31、11/3 夕刻より)、風袋宏幸(「スペース×グラフィクス」：11/6、11/7 夕刻より)

問い合わせ：Gallery O Tel: 075-491-7975

インドへの道 コルビュジェ+カーン ツアー参加者募集

日程：2000年1月5日(水)～1月13日(木)

費用：368,000円

訪問地：チャンディガール、デリー、アグラ、アーマダバード

視察先：チャンディガール都市計画、インド経営大学、タージ・マハル、個人邸宅、他

企画：日本・建築ミュージアム

問い合わせ：トラベルプラン(担当：酒井)

Tel: 03-3403-8911 Fax: 03-3403-8395

JIA講演会

商店街活性化における建築家の役割

個々の建築や大規模都市再開発とは違った、いわば建築をつなぐ媒体空間としてのアーケードやオープンモール。それらを通じて既存商店街の活性化を中心に活躍している建築家、東直彦氏を迎え、自身の事例から建築家としてどのように関わってきたのか等を語ってもらう。

日時：11月24日(水) 18：30～20：30

会場：JIA館 6階A会議室

参加費：1,000円(飲食代を含む)

紹介事例：中野サンモール、阿佐ヶ谷スズラン通りオープンモール、阿佐ヶ谷パールセンターアーケード・オープンモール、他

申し込み・問い合わせ：JIA関東甲信越支部デザイン部会 企画商空間分科会(担当：山岸)

Fax: 03-3408-8294

ジャスパー・モリソン展

英国のプロダクトデザイナーで、現代のデザイン界を代表する存在とも言える氏の、カッペリーニ社、ヴィトラ社等の製品を展示する。

期間：11月19日(金)～11月28日(日)

時間：11：00～19：00

会場：アクシスギャラリー・アネックス

東京都港区六本木5-17-1 AXISビル4階

入場料：無料

問い合わせ：アクシス

Tel: 03-5575-8214 Fax: 03-5572-0801

AMカタログホームページ "AM2000web"開設

創刊以来30年、カタログ収録点数で国内最大規模の実績を誇る建材・設備カタログ「AMカタログ」のホームページ版が新登場。

問い合わせ：プラス・アルファ AM情報センター(担当：小黒)

東京都江東区東陽6-3-2 イースト21

Tel: 03-5632-9380 Fax: 03-5632-9381

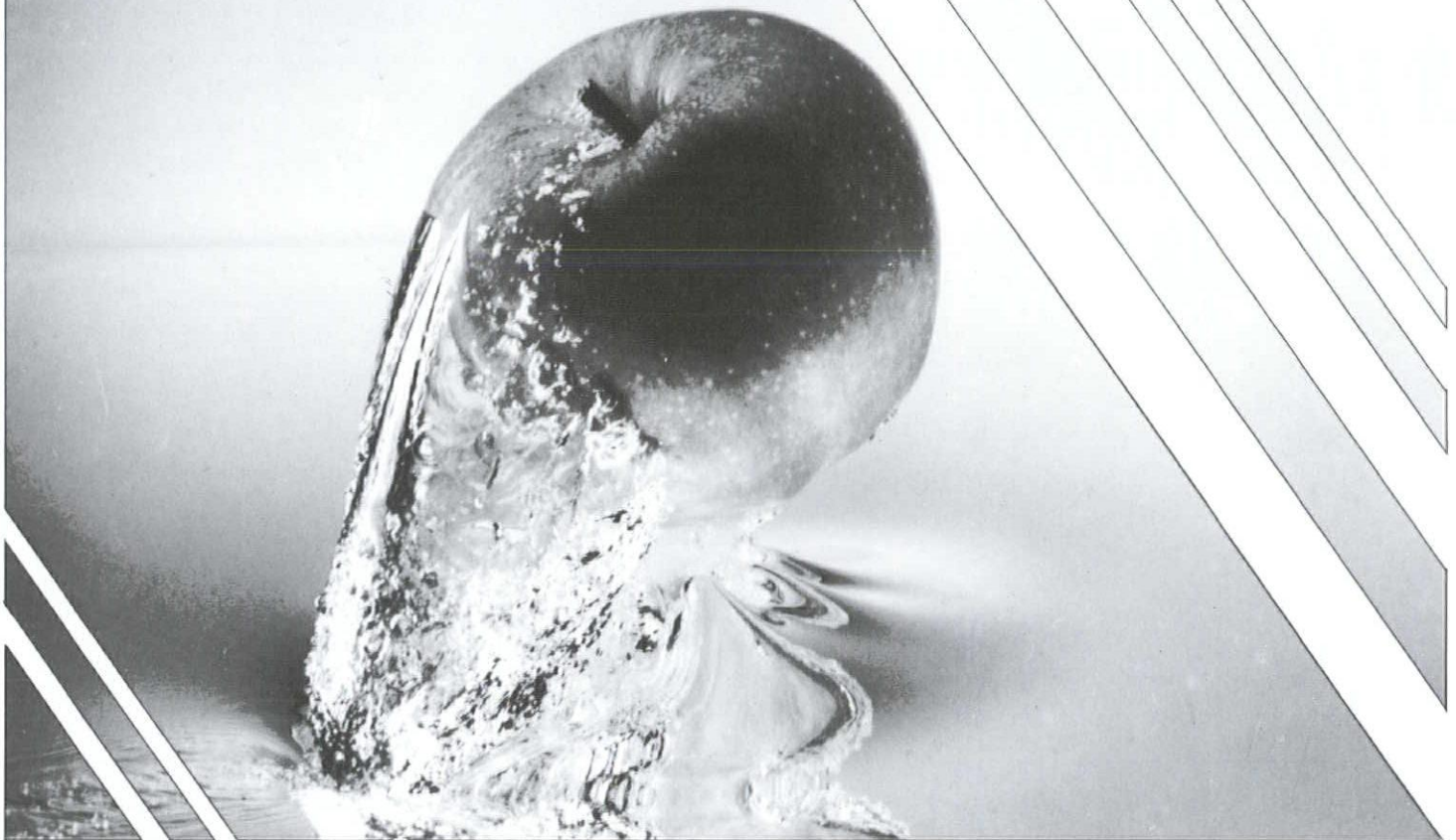
ホームページ：http://www.plus-alpha.co.jp/am

お詫びと訂正

SD9910号p.66で紹介した「橋み六」の左上の掲載写真の天地が逆になっておりました。訂正してお詫び申し上げます。

個性が集まって大きなエネルギー

サッシ・カーテンウォールの総合メーカー



私たちは、今、ひと昔前の科学技術の進歩を強調するだけの時代から
“テクノロジーとヒューマニズムの調和”をめざす新しい時代をつくろうとしています。

とくに人間の生活空間を創造する建築業界においては、
こうした先進性が強く要求されていますが、その中で、生活空間としてのアメニティ（快適さ）や、

建築物内外の両面にわたるデザイン・外観・色彩など
美的付加価値の重要性もますますそのウェートを高めています。

弊社は斬新で、確かな品質の製品を供給することを通して、
社会へ大きく貢献していきたいと考えています。



昭和サッシ

昭和鋼機株式会社

本 社 ▶ 〒101-0031 東京都千代田区東神田2丁目10番6号
☎東京(03)5687-1101(代表)

所沢工場 ▶ 〒354-0045 埼玉県入間郡三芳町大字上富1163番地

明石工場 ▶ 〒674-0093 兵庫県明石市二見町南二見21番3号

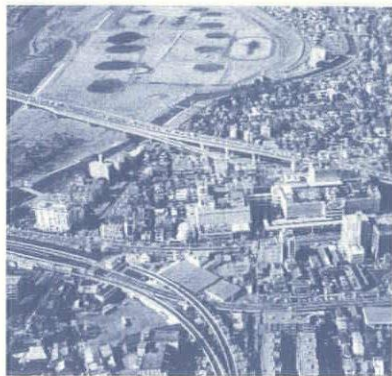
昭和鋼機サービス株式会社 ▶ 〒354-0045 埼玉県入間郡三芳町大字上富1163番地
大阪支店・札幌営業所・仙台営業所・横浜営業所・名古屋営業所・九州営業所

今月の新刊

建築図書の最新刊書と、それに関連した書籍を紹介しております。

当社の新刊すべてをご覧になりたい方は隔月で奇数月発行の「新刊案内」をご請求ください。

当社のホームページ上でも新刊書を紹介しておりますのでご覧ください。



●1986年頃の二子玉川

二子玉川アーバニズム

玉川高島屋SC界隈の創造と実験

彦坂裕 編著

B5判・128頁 本体3,300円+税(予価)

二子玉川の発展の軌跡——その30年を追う

かつて遊覧の地であった二子玉川は、1969年の玉川高島屋ショッピングセンターの開業以降、商業を軸とする民間ベースの開発が急ピッチでなされ、緑陰濃く、歩行者に優しい独自の環境が創られてきた。その発展の全貌を追う。

【主要目次】田園都市アーバニズムの100年／二子玉川アーバニズム1969-1999年／SCを核とする街づくり：街の孵化器としてのSC、玉川勝地／商業建築進化の構図：サイト演出論、建築・内装・界隈、イベントによる街づくり／インタビュー（泉真也、鈴木ルミ子、浜野安宏、梅澤忠雄）／二子玉川エリア関係年譜

●関連図書

新しいガラスアーケード

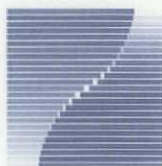
H. & H.K. ニーターヴェールマイアー 共著 青木英明 訳／A4変・176頁 本体9,515円+税
ヨーロッパ諸国、とくに西ドイツを中心に32例のケーススタディを紹介した設計実務書。

商業空間とアトリウム 室内歩行者空間のデザイン

マイケル・J. ベドナー 著 古瀬敏 訳／A4変・224頁 本体9,400円+税
欧米5カ国のアーケード、ガレリア、マーケットプレイス、アトリウム、スカイウェイ、等を紹介。

住まいのリフォーム実例集

社団法人日本建築家協会
The Japan Institute of Architects



建築家による

住まいのリフォーム実例集

社団法人 日本建築家協会 編

A5判・176頁 本体 2,400円+税

建築家による様々な住宅リフォームの実例

家族構成の変化から、住宅設備を新しくするため、あるいは高齢化に対応するためや地震に備えての補強工事など、建築家による様々なタイプの住宅リフォームの実例を紹介する。リフォーム工事を考える人の格好の参考書。

【主要目次】目的別リフォームのポイントと実例／ライフスタイル変化によるリフォーム／設備性能向上のリフォーム／高断熱・省エネルギー・エコロジカルのリフォーム／バリアフリー・リフォーム／耐震性能向上のリフォーム／時間の経過を表現するリフォーム

●好評発売中

新・マンション百科

建築家によるトータルメンテナンス

社団法人日本建築家協会



建築家による

新・マンション百科

—— 建築家によるトータルメンテナンス

社団法人 日本建築家協会 編

四六判・344頁 本体2,200円+税

専門家によるマンションメンテナンスの本

本書は、マンションの日常のメンテナンス、大規模修繕計画の立て方や進め方など、維持・管理に必要な事項を、建築の専門家によって詳細でわかりやすく解説したもの。

鹿島出版会

〒107-8345
東京都港区赤坂6-5-13

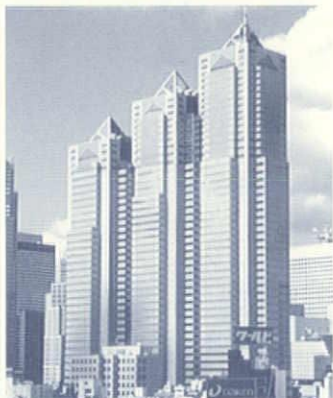
TEL. (03) 5561-2551
FAX. (03) 5561-2561

<http://www.kajima-publishing.co.jp>
E-mail: info@kajima-publishing.co.jp

*ご注文は最寄りの書店へ。お急ぎの方は宅配便(着払い)がご利用できます。

10月の新刊

10月に刊行した建築図書と、それに関連した書籍を紹介しております。
最近の新刊すべてをご覧になりたい方は、隔月で奇数月発行の「新刊案内」をご請求ください。
当社のホームページ上でも新刊書を紹介しておりますのでご覧ください。



●新宿パークタワー



●バティオス11番街

東京現代建築ガイドⅡ 2000's

松葉一清 著／四六判・256頁 本体2,800円+税

90年代に首都圏に建てられた名建築204選

90年代に首都圏に建てられた名建築204点を紹介。11の特色のある地域別にコースを作成。
首都圏の様々な地域とそこに分布する建物を見ることにより東京の90年代を様々な旅することができる。
最新の現代建築に興味を持つ読者に必携の建築ガイド。

●主要目次 A地区—新宿、B地区—渋谷周辺、青山、恵比寿、C地区—皇居周辺、D地区—臨海副都心、E地区—品川、太田、目黒、
F地区—隅田川兩岸、G地区—豊島、足立、板橋、H地区—杉並、世田谷、I地区—多摩、西郊、J地区—横浜、K地区—幕張、
建築家索引、建物索引

●関連図書

東京現代建築ガイド

松葉一清 著／四六判・250頁 本体2,800円+税

1980年代以降建てられた現代建築200点を13コースで紹介。

近代建築ガイドブック〔関東編〕

東京建築探偵団 著 村松貞次郎、山口廣 顧問／四六判・276頁 本体2,300円+税

官庁街、オフィス街、看板建築群など特徴ある作品を24コースで紹介。



●カビングマランギーの舟小屋（ミクロネシア）

アジアの水辺空間

くらし／集落／住居／文化

中村茂樹、畔柳昭雄、石田卓也 著／四六判・268頁 本体2,800円+税

アジアの水辺空間の魅力を探る

アジアの水辺空間は自然環境と一体化している。自然環境との共生思考によるアジアの水辺空間の魅力を
その生活、住居、文化を通して紹介する。事例は、タイ、ミクロネシア、ベトナム、ホンコン 他

●関連図書

水の神ナーガ／アジアの水辺空間と文化

S.ジウムサイ 著 西村幸夫 訳／A5判・248頁 本体3,900円+税

アジア地域の文明が水を基盤に持つものであることを論じたもの。



●流枝の松—岡山市後楽園

風景の調律

景観体験の構築

小林亨 著／四六判・184頁 本体2,500円+税

風景・人間・時間の相関で景観文化を論ずる

『移ろいの風景論』『雨の景観』に続く新しい試み。風景の解釈力、創造力、構築力のおもしろさや伝統を、
「食と風景」「辞世と風景」「景観デザイナーとしての画家」といった斬新かつ大胆な視点で読み解く。

●関連図書

移ろいの風景論／五感・ことば・天気

小林亨 著／A5判・240頁 本体3,800円+税

五感、時間、気象を切り口に加えた、景観研究の新しい試み。

好評既刊書

建築図書の既刊書を中心に、話題の本を紹介しております。

既刊書すべてを収録した年度版の図書目録も用意しておりますので、ご請求ください。

当社のホームページ上でも既刊書を紹介しておりますのでご覧ください。



環境からみた建築計画 建築環境エンジニアリング シリーズ①

建築環境技術研究会 編著
A5判・188頁 本体3,400円+税

環境全般についての概説および建築が環境に及ぼす影響、人間が建築のもつ環境から受ける影響等について概説する。建築の環境設計では何が重要な課題なのか、幅広く記述する。



安らぎと緑の公園づくり ヒーリング・ランドスケープとホスピタリティ

三宅祥介・浅野房世 共著
A5判・228頁 本体3,200円+税

生活に身近な緑空間が「いやし」の場となる意味合い、さらに介護者や高齢にとって歩いて行ける公園とは何か。初めてのヒーリングランドスケープを、究極の癒し、具体的事例、ガイドライン、ホスピタリティで解説。



まちづくりの科学

佐藤滋 編著
A5判・384頁 本体3,500円+税

20世紀最後の30年、人々が地域で暮らす生活のあらゆるシーンが「まちづくり」として立ち現れた。今日までの各地での具体的な実践から抽出された、若手中堅の研究者と実務家による学問的まちづくり理論の最高到達点。



建築のイコノグラフィとエレクトロニクス

ロバート・ヴェンチャーリ 著 安山宣之 訳
A5判・296頁 本体4,300円+税

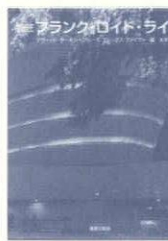
二冊の建築理論書で知られる著者が、80年代から90年代半、建築家とし、その理念の検証と実現に向けてなされたあくなきたかひの全貌が綴られた書。真摯な姿、率直な筆致、読者を深い感動に誘う。



アーキグラム

アーキグラム編 浜田邦裕訳
B5判・148頁 本体3,400円+税

ポップとサイケの60年代、めくるめくドローイングで世界中の建築ヤッピーをとりこにしたアーキグラムグループ。彼らのマニフェスト「アーキグラム」誌を1冊に編集。新鮮な衝撃は少しも減じない。詳しい解説つき。



巨匠 フランク・ロイド・ライト

D.ラーキン、B.ファイファー 編 大木順子 訳
B5変形・240頁 本体3,200円+税

コルビュジエ、ミースとならぶ近代建築の巨匠であり、アメリカン・スピリッツの象徴である建築家フランク・ロイド・ライトの全貌を美しいカラー写真と平易な解説で紹介。没後40年を経た今日でも新鮮な感動を呼び起こす。



時間のなかの建築

M.ムスタファヴィ 他共著 黒石いずみ 訳
B5変形・144頁 本体2,800円+税

建築は竣工した時を「完成した」「理想的な」姿だと思われがちだが、実はその後の時間的経過と環境の作用によって変貌してゆく過程—ウェザリング（風化）を経てますます豊かになるものこそが真の建築のあり方だと論ずるユニークなエッセイ。



マリオ・ボッタ 構想と構築

マリオ・ボッタ 著 古谷誠章 訳
B5変形・160頁 本体2,700円+税

自らの論理を語ることの少ない建築家ボッタがここでは単体の建築、都市的なプロジェクト、そして家具・照明器具などのデザインについて平明な語り口で述べており、魅力あふれるドローイングとともに彼の全貌を伝えている。



21世紀の地域劇場

パブリックシアターの理念・空間・組織・運営への提案

清水裕之 著
A5判・248頁 本体3,700円+税

本書は21世紀に求められる新たな地域と劇場との関係をパブリックシアターと位置づけ、そのあり方を探る。市民の手で創造する新たな舞台芸術への提案を地域、劇場との関係をふまえて述べるもの。劇場関係者必読の書。



ルドルフ・シンドラー カリフォルニアのモダンリビング

デヴィッド・ゲバード 著 末包伸吾 訳
B5変形・192頁 本体3,700円+税

ウィーンでワグナー、ロースに、渡米してライトに師事した建築家シンドラーは、1900年代前半のカリフォルニアのモダンリビングを確立した。21世紀をむかえようとしている今、アメリカでも再評価の気運が高まっている。

SDライブラリー

21世紀を築くデザイン叢書

本シリーズは、建築史および建築文化全般に及ぶ内容を扱い、特に空間デザインにウェイトを置き、明日の生活文化の構築に寄与できる叢書づくりを目指しています。

A5判の特長を生かしたビジュアルで、瀟洒かつ斬新な内容を盛り込み、新世紀へのかけ橋として、読者に親しまれるよう編集されたものです。

1 アール・デコの摩天楼

小林克弘 著
272頁 本体3,400円+税

1920-30年代のニューヨークの摩天楼を分析し、アール・デコの摩天楼のデザインとはどんなものか、またアール・デコの時代とはどんな時代であったのかを、今日的問題に引き付けて詳しくかつ興味深く紹介。

2 屋外空間の生活とデザイン

J.ゲール 著 北原理雄 訳
248頁 本体3,300円+税

本書は、住宅地域や市街地の公共空間―広場や街路などの屋外空間―のデザインを、そこで住む人々の生活やそこで繰り広げられる行為や行動を、社会心理学および行動科学の立場から分析・考察し提案をするもの。

3 近代建築の系譜(上)(下)

W.J.R.カーティス 著 五島朋子、澤村明、末廣香織 共訳
各400頁 本体各4,600円+税

長い間待ち望まれていた本書は、近代建築史の全貌を系統に堪えるようにバランスの取れたタッチで描き出している。著者は、実用面、美的面、そして社会性の諸次元を重ね合わせたアプローチを採っている。感動的概論書!

5 アーキテクト 建築家とは何か

R.ルイス 著 六鹿正治 訳
306頁 本体3,800円+税

本書は建築学科の学生および卒業したての人たちに向けて、建築家とはどういう職業か、何を期待すべきかを説き、指針を与え、すでに第一線で活躍している建築家が自己を見詰め直し再認識するテキストである。

6 デザインの思考過程

P.ロウ 著 奥山健二 訳
256頁 本体3,300円+税

本書はデザインの過程での思索や思考の普遍化を試みている。いわば、建築や都市を創造するために、デザイナーが「探し出す」という個人的な次元に直接関係する考察の構造や探求の焦点を明らかにすることが目的である。

7 ガウディの七つの主張

鳥居徳敏 著
224頁 本体2,900円+税

本書は、同著者による「アントニオ・ガウディ」「ガウディの建築」につく3作目でありそれぞれ独立しているが3部作を構成する。今回は豊富な語録を頼りにガウディ建築の不可解さの解明を7章に分けて試みている。

8 イタリア・ルネッサンスの建築

P.マレー 著 長尾重武 訳
280頁 本体3,700円+税

本書は、15・16世紀を中心にルネッサンス建築を時代と都市、そして建築家という3つの視点から論じている。各章とも、建築家の主要作品が見やすい図版・写真により解説されており、イタリア主要都市を巡る良き案内書でもある。

9 光と風と構造 建築デザインと構造のミステリー

R.マーク 著 飯田喜四郎 訳
192頁 本体2,900円+税

本書は、複雑な構造物の応用解析などに用いる現代の工学的方法を平易に紹介し、それを古代から近世までの石造天井を架けた大建造物に応用した研究をまとめたもの。SD選書183「ゴシック建築の構造」の姉妹編。

10 バタンランゲージによる住宅の建設

C.アレグザンダー 他 著 中埜博 監訳
288頁 本体3,600円+税

著者は、現代の住宅生産システムの中でも、バタンランゲージの精神とその理論の枠の中で住宅建設が可能であることを証明した。また手作り住宅の設計・施工の方法を原理化し、住宅が格安にできることを説いている。

11 デ・アーキテクチュア 脱建築としての建築

J.ワインズ 著 大島哲哉、三好庸隆 共訳
322頁 本体4,200円+税

本書は、ミケランジェロからピカソまでの美術の成果を踏まえ、建築への新しい視点を探るものである。著者は本書によって、現代人の心を捉える建築表現を展望する。現代芸術家のプロジェクト・ポートフォリオを収録。

12 コラージュ・シティ

C.ロウ、F.コッター 共著 渡辺真理 訳
288頁 本体3,800円+税

20世紀の都市デザインを支配してきた理想都市の2つの方向性―未来派的ファンタジーと伝統的な都市へのノスタルジアの概念が調和した都市が著者の追求する都市の理想である。C.ロウの注目の書。

13 ミース再考 その今日的意味

K.フランプトン 他著 澤村明、EAT 訳
224頁 本体3,300円+税

K.フランプトン、P.アイゼンマンら、現在第一線で活躍中の建築家・史家によるヴァリエティに富んだ評論集。従来のモダニズム賛否という二元論的視点から解き放ち、多角的にミースをとらえた親しみやすい一書。

14 ルイス・カーン建築論集

L.カーン 著 前田忠直 編訳
258頁 本体3,600円+税

「沈黙と光」という言葉に象徴される近代建築の巨匠ルイス・カーンの美しいディテールと崇高な空間の織りなす建築。それを産み出すフィロソフィを伝える10編のステイトメントをまとめたオリジナル・アンソロジー。

15 メガロポリスを超えて

J.ゴットマン、R.A.ハーバー 共編 宮川泰夫 訳
352頁 本体5,700円+税

今日、高度情報化社会・テレコミュニケーションの発達に伴う巨大都市の再編成について論述し、未来都市の軌道修正を提言。中でも新しいキーワードによる、都市の地球規模での相互作用を全面的に留意しながら分析する。

16 18世紀の建築 バロックと新古典主義

J.サマーソン 著 堀内正昭 訳
208頁 本体3,400円+税

ヨーロッパの18世紀は、バロックとロココによって幕を開けた。諸都市では多くの教会堂や宮殿が建てられ、黄金期を迎える。後半になると新古典主義への転向がみられ、病院、刑務所、銀行などの世俗建築が建てられていった。

17 デザイン・ドリームス 映画に見る近代建築

D.アルブレヒト 著 萩正勝 訳
272頁 本体3,900円+税

美しい映画の演出は、20世紀初頭より近代建築の表現、セット・デザインの効果を重視。160余点のスケッチで、ミース、コルビュジエ、ライト他のモダニズムを検証。ヨーロッパからハリウッドにいたる映画界の躍進を「建築」で展覧。

18 アダムの家 建築の原型とその展開

J.リクワート 著 黒石いすみ 訳
296頁 本体4,000円+税

本書は、建築の原型という理念が建築史の中でどのように変化し実現されていったかを、ギリシャ、ローマの時代から現代に至るまでの主要な建築理論と建築作品を対象に考察した建築論の古典的名著。磯崎新氏も絶賛。

19 圏外からの建築 映画・写真・鏡・身体

D.アグレスト 著 大島哲哉 訳
240頁 本体3,600円+税

著者アグレストは、本書の9つの章を通して、映画・写真・鏡・身体を参照しながら、機能主義に代表される硬直化したモダニズム都市イデオロギーを批判する。現代の問題の根幹をなす論点が縦横に展開される。

20 建築と非建築のはざままで

R.ハービンソン 著 浜田邦裕 訳
208頁 本体3,100円+税

本書は、建築を分析していくための新しいシンタックスを「建築の意味性」「虚構性」に見いだそうという視点から建築を語る建築論である。庭園、モニュメント、要塞、廃墟、絵画空間、イマジナリーな建築に言及する。

21 空間を生きる

R.ボフィール 著 太田泰人 訳
192頁 本体2,900円+税

バルセロナの現代建築家R.ボフィールが語る建築論。全体は権力、創造、建設の三部構成となっておりバルセロナ、パリ、ニューヨーク、モスクワと駆け巡る建築家の活動スタイルとその過程の様々な条件についての思索を通して建築理念を語る。

22 古典主義建築 オーダーの詩学

A.ツォニス 他著 藤井博巳、丸山洋志、藤山哲朗 訳
224頁 本体3,400円+税

古典主義建築を概観することにより、形の構造から古典的建築物を捉え直す方法を探るもの。多彩な凡例とその構成規則に対する分析により、建築のみならず音楽、絵画、演劇が共有する古典主義の生成規則を明らかにする。

SD選書

本選書は、高度に細分化し、専門化した現代文明のあらゆる課題をあつかいながら、新鮮でダイナミックな視点を提供し、各領域をつなぐかけ橋となるものです。

写真・図版を豊富にとり入れて、ヴィジュアルに編集し、

今日の造形文化に関心のあるすべての人々の感性と知性に鋭く訴えかける、新しいタイプの選書です。

建築思潮 (建築家の建築論)

15 ユルバニズム

ル・コルビュジエ 著 樋口清 訳 本体1,800円

17 私と日本建築

A.レーモンド 著 三沢浩 訳 本体2,000円

21 建築をめざして

ル・コルビュジエ 著 吉阪隆正 訳 本体1,800円

33 輝く都市

ル・コルビュジエ 著 坂倉準三 訳 本体1,800円

49 住宅論

篠原一男 著 本体1,800円

95 建築とは何か

B.タウト 著 篠田英雄 訳 本体1,800円

96 続・住宅論

篠原一男 著 本体1,800円

111 モデュロール I

ル・コルビュジエ 著 吉阪隆正 訳 本体1,800円

112 モデュロール II

ル・コルビュジエ 著 吉阪隆正 訳 本体1,800円

120 人間の家

ル・コルビュジエ 他共著 西沢信弥 訳 本体1,800円

128 オレゴン大学の実験

C.アレグザンダー 著 宮本雅明 訳 本体1,800円

138 三つの人間機構

ル・コルビュジエ 著 山口知之 訳 本体980円

141 続建築とは何か

B.タウト 著 篠田英雄 訳 本体980円

142 四つの交通路

ル・コルビュジエ 著 井田安弘 訳 本体980円

143 ラスベガス

R.ヴェンチュリー 他共著 石井和雄 他共訳 本体1,800円

148 東方への旅

ル・コルビュジエ 著 石井勉 他訳 本体980円

154 住宅と宮殿

ル・コルビュジエ 著 井田安弘 訳 本体1,200円

157 エスプリ・ヌーヴォー

ル・コルビュジエ 著 山口知之 訳 本体1,200円

158 建築について (上)

FLライト 著 谷川睦子 他共訳 本体1,800円

159 建築について (下)

FLライト 著 谷川睦子 他共訳 本体1,200円

172 建築家の発想

石井和雄 著 本体1,800円

174 建築の多様性と対立性

R.ヴェンチュリー 著 伊藤公文 訳 本体1,800円

185 プレシジョン (上)

ル・コルビュジエ 著 井田安弘 他共訳 本体1,500円

186 プレシジョン (下)

ル・コルビュジエ 著 井田安弘 他共訳 本体1,500円

191 アルド・ロッシ自伝

A.ロッシ 著 三宅理一 訳 本体1,800円

204 ミース・ファン・デル・ローエ

D.スペース 著 平野哲行 訳 本体1,800円

205 表現主義の建築 (上)

W.ベント 著 長谷川章 訳 本体1,500円

206 表現主義の建築 (下)

W.ベント 著 長谷川章 訳 本体1,500円

207 カルロ・スカルパ

A.F.マルチアノ 著 浜口オサミ 訳 本体1,800円

評論 (現代建築)

63 近代建築

V.スカリー 著 長尾重武 訳 本体1,500円

82 アメリカの建築とアーバニズム (上)

V.スカリー 著 香山壽夫 訳 本体980円

83 アメリカの建築とアーバニズム (下)

V.スカリー 著 香山壽夫 訳 本体980円

97 建築の現在

長谷川章 著 本体980円

131 アメリカ住宅論

V.スカリー Jr. 著 長尾重武 訳 本体980円

139 インターナショナル・スタイル

H.R.ヒッチcock 他共著 武沢秀一 訳 本体1,800円

144 ル・コルビュジエ

C.ジェンクス 著 佐々木宏 訳 本体1,800円

150 近代建築の失敗

P.ブレイク 著 星野郁美 訳 本体1,800円

155 イタリアの現代建築

V.グレコッティ 著 松井宏方 訳 本体1,200円

212 建築計画の展開

W.M.ベニヤ 著 本田邦夫 訳 本体1,500円

建築家論

7 フランク・ロイド・ライト

谷川正己 著 本体1,800円

34 アルヴァ・アアルト

武藤章 著 本体1,800円

123 ライトと日本

谷川正己 著 本体1,800円

132 タリアセンへの道

谷川正己 著 本体980円

165 アドルフ・ロース

伊藤哲夫 著 本体1,200円

170 ブルネッレスキ

G.C.アルガン 著 浅井朋子 訳 本体1,500円

181 ジュゼッペ・テッラーニ

B.ゼーヴィ 著 鶴沢隆 訳 本体1,500円

187 オットー・ワグナー

H.グレッツェン 他共著 伊藤哲夫 他共訳 本体1,800円

189 ルイス・マンフォード

木原武一 著 本体1,500円

196 オーギュスト・ペレ

吉田鋼市 著 本体1,500円

197 アントニオ・ガウディ

鳥居徳敏 著 本体1,800円

217 ボッロミーニ

G.C.アルガン 著 長谷川正允 訳 本体1,800円

218 ヴィオレ・ル・デュク

羽生修二 著 本体1,800円

219 トニー・ガルニエ

吉田鋼市 著 本体1,800円

222 パラディオへの招待

長尾重武 著 本体1,800円

226 ウィリアム・モリス

藤田治彦 著 本体1,800円

227 エーロ・サーリネン

穂積信夫 著 本体1,800円

建築論

78 実存・空間・建築

C.ノルベルグ=シュルツ 著 加藤邦男 訳 本体1,800円

124 空間として建築 (上)

B.ゼーヴィ 著 栗田勇 訳 本体1,800円

125 空間として建築 (下)

B.ゼーヴィ 著 栗田勇 訳 本体1,800円

130 建築空間…尺度

P.ブドン 著 中村貴志 訳 本体980円

134 思想としての建築

栗田勇 著 本体980円

168 モラルティと建築

D.ワトキン 著 榎本弘之 訳 本体1,200円

SD選書

221 古典建築の失われた意味

G.ハーシー 著 白井秀和 訳 本体1,800円

224 芸術としての建築

S.アバークロンビー 著 白井秀和 訳 本体1,800円

都市論

22 メガロポリス

J.ゴットマン 著 木内信蔵 訳 本体1,500円

58 新しい都市の人間像

R.イールズ 他共編 木内信蔵 監訳 本体780円

81 爆発するメトロポリス

W.H.ホワイト Jr. 他共著 小島将志 訳 本体980円

85 アーバン・ゲーム

M.ケンツレン 著 北原理雄 訳 本体980円

162 見えがくれする都市

横文彦 他共著 本体1,800円

164 環境計画論

田村明 著 本体1,800円

171 装置としての都市

月尾嘉男 著 本体1,500円

208 都市の街割

材野博司 著 本体1,500円

210 まちづくりの新しい理論

C.アレグザンダー 他著 難波和彦 監訳 本体1,800円

228 都市デザインの系譜

相田武文、土屋和男 共著 本体1,800円

232 都市・住宅論

東孝光 著 本体1,800円

デザイン

1 現代デザイン入門

勝見勝 著 本体1,800円

5 日本デザイン論

伊藤ていじ 著 本体1,800円

42 道具考

榮久庵憲司 著 本体1,500円

56 環境とデザイン

G.エクボ 著 久保真 訳 本体2,000円

149 建築鑑賞入門

W.W.コーディル 他共著 六鹿正治 訳 本体1,800円

156 バウハウス

杉本俊多 著 本体1,800円

167 水空間の演出

鈴木信宏 著 本体1,800円

178 木のころ

G.ナカシマ 著 神代雄一郎 他共訳 本体1,800円

182 水のデザイン

D.ペーミングハウス 著 鈴木信宏 訳 本体1,800円

188 環境照明のデザイン

石井幹子 著 本体1,800円

192 屋外彫刻

M.A.ロビネット 著 千葉成夫 訳 本体1,800円

194 トーネット曲木家具

K.マング 著 宿輪吉之典 訳 本体1,500円

198 インテリアデザインとは何か

三輪正弘 著 本体1,800円

202 椅子のデザイン小史

大廣保行 著 本体1,800円

203 都市の道具

GK研究所、栗久庵祥二 著 本体1,500円

209 日本の伝統工具

土田一郎 著 秋山実 写真 本体1,800円

215 行動・文化とデザイン

清水忠男 著 本体1,800円

216 環境デザインの思想

三輪正弘 著 本体1,800円

223 ディスプレイデザイン

魚成祥一郎 監修 清家清 序文 本体1,800円

225 フラクタル造形

三井秀樹 著 本体1,800円

素材・技術

9 素材と造形の歴史

山本学治 著 本体1,800円

36 カテドラルを建てた人びと

J.ジャンベル 著 飯田喜四郎 訳 本体1,800円

67 木の文化

小原二郎 著 本体1,800円

72 ヴィーラル・オヌクールの画帖

藤本康雄 著 本体780円

89 江戸建築と本途帳

西和夫 著 本体980円

183 ゴシック建築の構造

R.マーク 著 飯田喜四郎 訳 本体1,500円

201 自然な構造体

F.オットー 著 岩村和夫 訳 本体1,800円

日本建築史

4 江戸と江戸城

内藤昌 著 本体1,800円

12 新桂離宮論

内藤昌 著 本体2,000円

37 日本建築の空間

井上充夫 著 本体1,800円

53 茶匠と建築

中村昌生 著 本体1,800円

152 日本の近代建築(上)

稲垣栄三 著 本体1,800円

153 日本の近代建築(下)

稲垣栄三 著 本体1,500円

173 日本の空間構造

吉村貞司 著 本体1,800円

235 間(ま) 日本建築の意匠

神代雄一郎 著 本体2,400円

世界建築史

25 都市形成の歴史

A.コーン 著 星野芳久 訳 本体1,800円

66 天上の館

J.サマソン 著 鈴木博之 訳 本体2,000円

140 北欧の建築

S.E.ラスムッセン 著 吉田哲郎 訳 本体980円

169 ペルシア建築

A.U.ポーブ 著 石井昭 訳 本体1,500円

175 広場の造形

C.ジッテ 著 大石敏雄 訳 本体1,800円

176 西洋建築様式史(上)

F.バウムガルト 著 杉本俊多 訳 本体1,800円

177 西洋建築様式史(下)

F.バウムガルト 著 杉本俊多 訳 本体1,800円

195 劇場の構図

清水裕之 著 本体1,800円

200 ヴェネツィア

陣内秀信 著 本体1,800円

213 スペイン建築の特質

F.チュエッカ 著 鳥居徳敏 訳 本体1,500円

214 アメリカの巨匠たち

P.ブレイク他 著 小林克弘 他共訳 本体1,800円

SD選書

美術・文化論

- 8 きもの文化史**
河越実英 著 本体1,800円
- 14 現代絵画の解剖**
木村重信 著 本体2,000円
- 19 芸術空間の系譜**
高橋秀爾 著 本体1,800円
- 20 日本美の特質**
吉村貞司 著 本体1,800円
- 27 イタリアの美術**
A.プラント 著 中森義宗 訳 本体2,000円
- 35 幻想の建築**
坂崎乙郎 著 本体1,500円
- 46 キュビズムへの道**
D.H.カーンワイラー 著 千足伸行 訳 本体1,800円
- 55 空間の生命**
坂崎乙郎 著 本体1,500円
- 73 部族社会の芸術家**
M.W.スミス 編 木村重信 他共訳 本体780円
- 106 光の死**
H.ゼーデルマイヤ 著 森洋子 訳 本体980円
- 114 ロマネスク 上**
H.フォション 著 神沢栄三 他共訳 本体1,800円
- 115 ロマネスク 下**
H.フォション 著 神沢栄三 他共訳 本体1,800円
- 116 ゴシック 上**
H.フォション 著 神沢栄三 他共訳 本体1,800円
- 117 ゴシック下**
H.フォション 著 神沢栄三 他共訳 本体1,800円
- 146 鏡:虚構の空間**
由水常雄 著 本体980円
- 234 さあ横になって食べよう**
バーナード・ルドフスキー 著 奥野卓司 訳 本体1,800円

環境・アメニティ・都市

- 28 明日の田園都市**
E.ハワード 著 長素連 訳 本体1,800円
- 103 プライド・オブ・プレイス**
シヴィック・トラスト 著 井出久登 他共訳 本体980円
- 118 アメリカ大都市の死と生**
J.ジェコプス 著 黒川紀章 訳 本体1,800円
- 119 遊び場の計画**
R.ダットナー 著 神谷五男 他共訳 本体1,800円

- 129 都市はふるさとか**
F.レンツロー・マイス 著 武基雄 他共訳 本体980円
- 135 人間のための都市**
H.ベータース 著 河合正一 訳 本体980円
- 136 都市憲章**
磯村英一 著 本体980円
- 147 イタリア都市再生の論理**
陣内秀信 著 本体1,800円
- 220 住環境の都市形態**
P.バヌレ 他共著 佐藤方俊 訳 本体1,800円
- 233 ふれあい空間のデザイン**
清水忠男 著 本体1,800円

住宅

- 111 ブライバシイとコミュニティー**
S.シャマイエフ 他共著 岡田新一 訳 本体1,800円
- 110 現代のコートハウス**
D.マッキントッシュ 著 北原理雄 訳 本体980円
- 133 建築VSハウジング**
M.ボウリー 著 山下和正 訳 本体980円
- 190 いえとまち**
鈴木成文 他共著 本体1,800円
- 211 建築環境論**
岩村和夫 著 本体1,800円

庭・ランドスケープ

- 23 日本の庭園**
田中正大 著 本体1,800円
- 43 ヨーロッパの造園**
岡崎文彬 著 本体1,800円
- 87 日本の公園**
田中正大 著 本体1,800円
- 98 都市の景観**
G.カレン 著 北原理雄 訳 本体1,800円
- 163 街の景観**
G.バーク 著 長素連 他共訳 本体1,200円
- 193 作庭記からみた造園**
飛田範夫 著 本体1,800円
- 229 サウンドスケープ**
鳥越けい子 著 本体1,800円
- 230 風景のコスモロジー**
吉村元男 著 本体1,800円

庭園から都市へ

材野博司 著 本体1,800円

心理学

- 145 デザインの認識**
R.ソマー 著 加藤常雄 訳 本体980円
- 161 建築形態のダイナミックス(下)**
R.アルンハイム 著 乾正雄 訳 本体1,200円
- 166 空間と情緒**
箱崎純一 著 本体1,500円

フィールドワーク(デザインサーベイ・人類学)

- 54 住居空間の人類学**
石毛直道 著 本体1,500円
- 59 京の町家**
島村昇他 編 本体1,800円
- 61 住まいの原型 I**
泉靖一 編 本体1,500円
- 76 キモノ・マインド**
B.ルドフスキー 著 新庄哲夫 訳 本体2,000円
- 77 住まいの原型 II**
吉阪隆正 他共著 本体2,000円
- 126 かいわい**
材野博司 著 本体1,800円
- 184 建築家なしの建築**
B.ルドフスキー 著 渡辺武信 訳 本体1,800円

情報

- 71 現代建築事典**
W.ベント 編 浜口隆一 他監修 本体1,900円
- 91 イギリス建築の新傾向**
R.ラングウ 著 鈴木博之 訳 本体980円

建築関連雑誌

ARCHITECTURAL MAGAZINES' BACK NUMBER FAIR

バックナンバーフェア'99

'99.10/2(土)～11/14(日)

※一部の書店では開催期間が異なります。

全国37書店
同時開催

建築関連雑誌
出版9社の
協賛により、

バックナンバー
21誌を一堂に出品。

全国主要都市の
37書店で同時開催。

(一部の書店では開催期間が異なります。)

■出品出版社・出品予定誌

(株)エー・アンド・ユー [a+u]
(株)鹿島出版会 [SD]
(株)建築技術 [建築技術]
(株)建築資料研究社 [住宅建築・confort・造景]
(株)建築知識 [建築知識・パドマガ・CAD&CG・スーパームック]
(株)彰国社 [建築文化・施工・ディテール]
(株)商店建築社 [商店建築・Wind・SKブックス]
(株)新建築社 [新建築・住宅特集・JA]
(株)マルモ出版 [ランドスケープデザイン・マイガーデン]

※増刊・別冊・ムック含む

札幌市 丸善 札幌南一条店
(TEL 011-241-7254)
旭川市 ブックセンター富貴堂MEGA
(TEL 0166-29-2888)
仙台市 ジュンク堂書店 仙台店
(TEL 022-265-5656)
郡山市 岩瀬書店 富久山店
(TEL 024-936-2220)
宇都宮市 宇都宮ブックセンター
(TEL 028-627-7700)
前橋市 煥乎堂
(TEL 027-235-8111)
浦和市 須原屋
(TEL 048-822-5321)
習志野市 丸善 津田沼店
(TEL 047-470-8312)
(東京)
千代田区 三省堂書店 神田本店
(TEL 03-3233-3312)
中央区 八重洲ブックセンター 本店
(TEL 03-3281-8203)
新宿区 紀伊國屋書店 本店
(TEL 03-3354-0131)
渋谷区 大盛堂書店
(TEL 03-3463-0511)
豊島区 ジュンク堂書店 池袋店
(TEL 03-5956-6111)

横浜市 有隣堂 本店書籍館
(TEL 045-261-1231)
川崎市 紀伊國屋書店 川崎店
(TEL 044-245-0801)
富山市 BOOKSなかだ 本店
(TEL 076-492-1192)
金沢市 ブック宮丸 金沢南店
(TEL 076-244-3211)
長野市 平安堂 新長野店
(TEL 026-224-4545)
静岡市 静岡谷島屋 本店
(TEL 054-254-1301)
浜松市 浜松谷島屋
(TEL 053-453-9121)
名古屋市 丸善 名古屋栄店
(TEL 052-261-2251)
豊橋市 精文館書店
(TEL 0532-54-2345)
京都市 丸善 京都河原町店
(TEL 075-241-2168)
大阪市 旭屋書店 本店
(TEL 06-6313-1191)
大阪市 丸善 なんばOCAT店
(TEL 06-6635-3225)

大阪市 柳々堂書店
(TEL 06-6443-0167)
神戸市 ジュンク堂書店 三宮店
(TEL 078-392-1001)
松江市 松江今井書店 本店
(TEL 0852-24-2230)
岡山市 丸善 岡山シンフォニービル店
(TEL 086-233-4640)
広島市 丸善 広島本通店
(TEL 082-247-8763)
高松市 宮脇書店 本店
(TEL 087-851-3733)
松山市 紀伊國屋書店 松山店
(TEL 089-932-0005)
北九州市 井筒屋ブックセンタークエスト 小倉店
(TEL 093-522-3924)
福岡市 紀伊國屋書店 福岡天神店
(TEL 092-721-7755)
熊本市 紀伊國屋書店 熊本店
(TEL 096-322-5531)
大分市 晃星堂書店
(TEL 097-533-0231)
鹿児島市 ジュンク堂書店 鹿児島店
(TEL 099-239-1221)

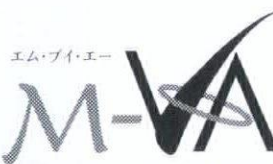
※
日本初、年金。

基本年金額を保証する変額個人年金保険。

三井生命の 「M-VA」、誕生。

「老後のために年金を増やしたい」、「大きく増やしたいけど、リスクも心配」
などなど、高齢化社会が進むにつれ、個人年金に関する人々の思いはますます膨らむばかりです。そんな時代、三井生命は、日本で初めての基本年金額を保証する変額個人年金保険「M-VA」を誕生させました。三井生命が誇る高い運用力をベースにし、資産を特別勘定で運用。運用成果に応じて年金額が変動し、より高い収益性が期待できます。しかも、運用実績にかかわらず契約時に定めた基本年金額を最低保証します。低金利時代の今だからこそ、ぜひ、老後の大きなゆとりとして、ご利用ください。

※日本初とは、変額個人年金保険でご契約時に定めた年金額を保証することをさします。



ホームページ <http://www.mitsui-seimei.co.jp/>

三井生命保険相互会社

Mitsui Life's Variable Annuity
変額個人年金保険(基本年金額保証型)

東京第四支社 千代田営業所 TEL03-3864-8001 FAX03-3862-8340 三井房子

N 日章工業株式会社

代表取締役社長 福田 三 丈

●本 社 〒101-0047 東京都千代田区内神田3-11-7(日立神田別館) ☎03-3254-3000
●大 阪 支 店 ●横 浜 支 店 ●仙 台 支 店 ●広 島 出 張 所 ●福 岡 出 張 所

日立製作所電機特約店
日立化成工業特約店
日立機材特約店
日立建機特約店

旭化成建材代理店
新明和工業特約店
大和ハウス工業特約店
大昭和製紙特約店

施 設 商 品

エレベータ・エスカレータ
ホームエレベータ
機械駐車設備
ゴミ処理設備
バスユニット・流し台
洗面化粧台
集中浄化槽・パネルタンク

空調衛生電気設備工事
受変電・自家発電設備
空調機・ポンプ・送風機
監視防犯システム
節水バルブ・節水トイレ

建 材 商 品

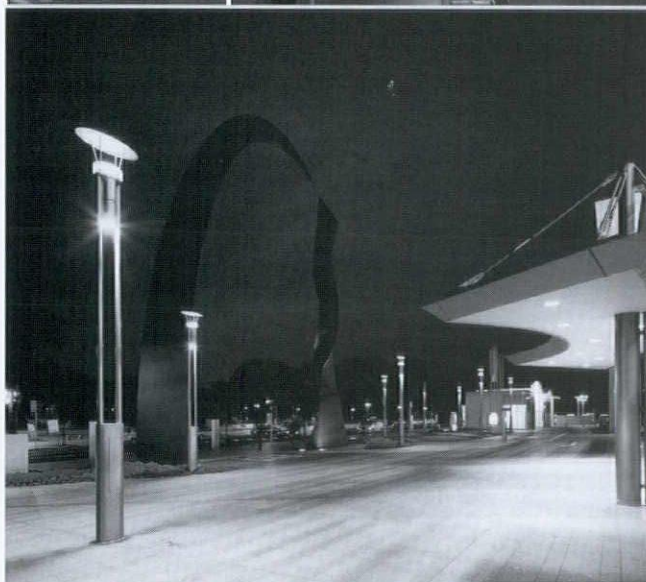
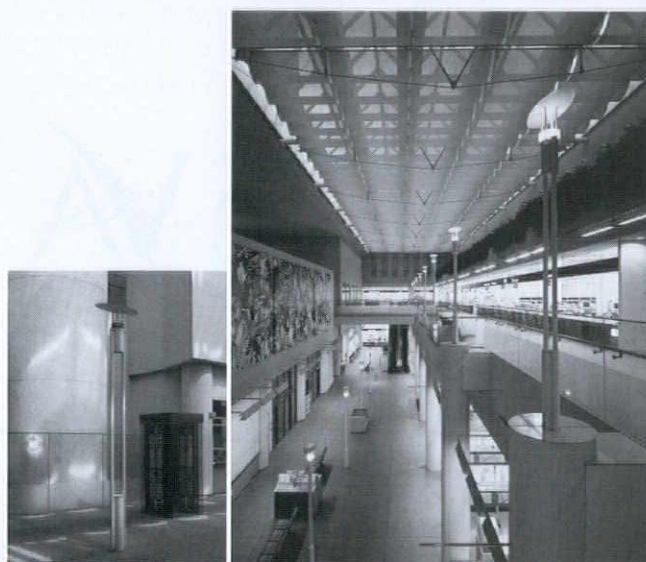
PHCパイル・シテイガイ
イーゼット・現場造成杭
地盤改良
ヘーベル・グランデ
押出成形版・金属パネル
屋根・硝子工事
フリーアクセスフロア・OAフロア

クリーンルーム床工事
ハイベース・ハイスプリット
ユーボード・軽量鉄骨
プレハブ規格建築
大昭和ユニボード
九木ライトフォーム・シールド
クローラクレーン・耐火被覆

表情多彩

照明は空間づくりの重要なポイント。

人々に、常に気持ちよく空間を利用してもらいたい・・・。
山田照明ではさまざまな条件やニーズを満たすために、
多種多様な照明器具を用意。ベストなあかりで、
ひとつひとつの空間を、個性的・機能的に演出し、
表情多彩な空間創造を力強くバックアップしています。



高崎シティーホール(群馬)
設計監理：久米設計



山田照明株式会社

本社/ショールーム 〒104-0021 東京都千代田区外神田 3-8-11 TEL.03-3253-5161
横浜支社/ショールーム 〒220-0005 横浜市西区南幸 2-20-1 TEL.045-311-1731

仙台支社 〒980-0824 仙台市青葉区支倉 4-34 TEL.022-267-1630 大坂支社 〒577-0006 東大阪市橋根 2-2-6 TEL.06-6745-6811 福岡支社 〒812-0042 福岡市博多区豊町 1-9-61 TEL.092-414-8531
札幌営業所 〒003-0807 札幌市白石区菊水七条 2-61 TEL.011-811-2215 北関東営業所 〒370-0061 高崎市上中居町 51-1 TEL.0273-26-4111 名古屋営業所 〒461-0005 名古屋市東区東桜 1-10-9 TEL.052-963-8411
広島営業所 〒730-0805 広島市中区十日市町 2-2-34 TEL.082-293-6119 鹿児島営業所 〒890-0055 鹿児島市上荒田町 23-10 TEL.099-258-0031 宇都宮事務所 〒321-0871 宇都宮市海道町 818-2 TEL.0286-60-1381

広告目次

SD誌に広告をお申込みの際は下記広告代理店にご用命下さい(五十音順)

●共栄通信社

東京——東京都中央区銀座8-2-1

新田ビル (3572) 3381

FAX (3572) 3590

大阪——大阪市北区西天満3-6-8

笹屋ビル06 (6362) 6515

FAX06 (6362) 6052

●建報社

東京——東京都文京区湯島2-30-8

(3818) 1961

FAX (3818) 1968

大阪——大阪市中央区淡路町1-4-9

昭栄ビル 06 (6231) 4548

FAX06 (6227) 0268

●新建社

神奈川県三浦郡葉山町堀内533

0468-77-1207

FAX0468-77-1208

●中外

大阪——大阪市北区浪花町14-25

日本生命天六ビル06 (6379) 1791

東京——東京都千代田区神田須田町2-5-2

須田町佐志田ビル (3255) 8411

名古屋——名古屋市中区錦2-2-13

名古屋センタービル052 (221) 7641(代)

カ	(株)関電工	A 1
	鹿島	A 4・A 5
	軽井沢ホテル鹿島ノ森	A 6
キ	(株)きんでん	97
サ	三機工業株	103
	三建設備工業株	A 10
シ	昭和銅機株	108
ス	住友電設株	A 9
タ	高砂熱学工業株	表 3
	大興物産株	A 8
	ダイダン(株)	A 11
	大栄電気株	A 11
チ	(株)中電工	A 10
ト	東光電気工事株	A 12
	(株)東芝	A 16
ニ	日新工業株	A 3
	日章工業株	A 13
ヒ	(株)日立製作所	表 2
	日立電線株	106
ホ	ホテルイースト21東京	A 7
マ	松下電器産業株	A 2
ミ	三菱電機株	104
	三井生命保険相互会社	A 13
ヤ	山田照明株	A 14
ワ	YKKアーキテクチュラルプロダクツ株	表 4

TOSHIBA

エレベーターから機械室が消えた！ 大好評、マシンルームレスのスペースセル。

「スペースセル」は、マンションなどの住宅用だけでなく、オフィスやテナントビルなどの乗用、病院など医療施設の寝台用と充実しています。さらに、最大昇降行程は60m、20階建ての建築物にも対応するなど、設計・デザインの可能性をいちだんと拡大。まさに時代が求めた新世紀のエレベーターです。

スペースセルは ここが違う！

デザインフリー

スペースセルは、機械室の設置は不要。ですから、屋根のデザインの自由度が拡大。建物高さの面でも制約が少なくなり、建築構造としての美観を自由に追求することを可能にしました。

レイアウトフリー

スペースセルなら昇降路の位置を自由にレイアウト。高さ制限上も有利。既存の建築物のエレベーター増設にも柔軟に対応します。

スペースを有効利用

エレベーター設備の面積を大幅に縮小。いままでエレベーター設備に要していた共有部分を有効スペースとして活用できます。

省エネ&建築・設備工事を削減

スペースセルは、モーター容量が従来のロープ式や油圧式よりも低く抑えられるので、電源設備容量や消費電力量を低減します。また機械室そのものがなくなるため、従来必要だった機械室の建築・設備工事はすべて不要になります。

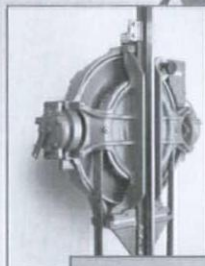
新保守システム「スーパーTERM(東芝遠隔監視メンテナンス)」で 万全の保守点検サービスを提供

東芝エレベーターが開発した新しい遠隔監視メンテナンスシステム「スーパーTERM」がエレベーターを止めずに遠隔診断。機器の状態変化をリアルタイムに察知し故障の未然防止につとめます。また万一の故障の際にも、より迅速な対応が可能となります。

いまお使いのエレベーターをハイグレードにリニューアル

ビルのリニューアルをお考えになる時、東芝エレベーターでは、最新モデルのスペースセルへのグレードアップをおすすめします。事前の調査にもとづき効率のよいリニューアルをご提案します。

コンパクト化に徹した新しいタイプの巻上機。昇降路内の設置を可能にした薄形ギヤレス巻上機を採用。高効率ギヤレスシステムにより、省エネルギーを実現しました。



超薄形の新開発制御装置。

超薄形設計のインバータ装置や最新の制御用プロセスを搭載した高密度・高性能の制御基板を採用。厚さわずか100mmの制御装置を最上階のりばに配置することができました。

東芝マシンルームレスエレベーター スペースセル

SPACEセル 誕生



株式会社 東芝 昇降機システム社 本社 〒105-8001 東京都港区芝浦1-1-1 (東芝ビルディング) TEL (03) 3457-4620 FAX (03) 5444-9275 ホームページアドレス <http://www2.toshiba.co.jp/ing/syoji/>
北海道支社 ☎ (011) 214-2451 北陸支社 (金沢支店) ☎ (076) 224-2815 新潟支店 ☎ (025) 246-8263 北関東支社 ☎ (048) 640-1130 東関東支社 ☎ (043) 299-1017 神奈川支社 ☎ (045) 664-8614
静岡支店 ☎ (054) 221-1787 中部支社 ☎ (052) 564-8511 関西支社 ☎ (06) 6440-2281 中国支社 ☎ (082) 542-3277 四国支社 ☎ (087) 837-0790 九州支社 ☎ (092) 735-3056
*東芝マシンルームレスエレベーター(スペースセル)はフィンランドKONE社からのライセンスに基づき、同社製の巻上機(EcoDisc™)を使用します。EcoDisc™はKONE社の登録商標です。