

SHOKANKYO

76

02 Special Report 1
インタビュー／小泉誠

06 Special Report 2
JCDデザインアワード 2006

12 Special Report 3
デザイナーリポート／中川卓士、千代崎みさ

20 Information

JCD DESIGN AWARD 2006

The purpose is to reedit our Design Award as a medium which tells the tip of the design of Japan, and to create the new surge and new role in the communications space in space design area.

In other word, the change of the paradigm of a design has induced a new surge. And change of a space design domain can be said to be one of the sign of such change. Neither a city nor a market limits the domain of a design, but is asking for the solution beyond a field. A commercial environmental design is also in the same environment, and JCD decided to start on a journey for a new horizon.



Makoto Koizumi

Interviewer _ Kumiko Kanome

JCD Design Award

鹿目 JCDデザイン賞委員長に就任されて、賞の名前や応募のカテゴリなど、すいぶん様々になりましたけど、私も小泉さんとこれまで委員としてデザイン賞には携わってきたこともあって、まずはそのへのことからお話をうかがいたいと思います。

今回、名称がJCD Design Awardになったわけですが、私がデザイン賞委員をやり始めたのは、内田さん(注1)が商環境デザイン賞からJCDデザイン賞に切り替えたときからなんです。それはなぜかというと、広範囲で応募があつたけれどもカテゴリーが少なすぎた。それと、近藤さん(注2)が、JCDデザインというのは文化背景を背景にしたところから発信していかなければいけないということで、「商」をとったんですね。そこに意味があった。

小泉 商といふものが狹義にならずでできたということなんですね。

鹿目 商といふもので公的なものでデザインが入ってきて、そういうものも取り込みたいということがあつたみたいですね。

小泉 本来の賞の意味を取り戻すためにもデザイン賞を充実していきましょうということで、JCDデザイン賞という名前にかわつたわけですね。

鹿目 これが替々論だなんですね。

小泉 そうなのです。名前をかえたところからいろいろな議論が交されたわけですが、今まで名前をJCD Design Awardにかえられて、そのことの意味が理解されてないと思うんですね。私もあまりよく理解していないところがあるから、それから話してもらいますか。

鹿目 今回、名前をかえることに、そのときはどの大きな意味があつたかということより、名前をかえることは全体の意識が変わっていったということがあると思うんです。何か新しいことをやろうよ、新しい仕組みを持とうよということで、まずやってみようといふことでしたね。

小泉 商環境、と言いつていいのかわからないんですけど、そこら辺の状況がわかつてないので、今までのカテゴリーという分けがたでは、分けきれない状況になってきていたんですね。内田さんが委員長のときにフレームを広げて、建築的なことがいい意味で入って

きました。それに対して替々論があるけれども、どういうフレームを組むのかということが、ここ何年か毎回出る話ですね。今回、飯島さん(注3)とも話した中で、何々施設ということはやめてカテゴリーをひとつの勧説言葉(注4)でくることにしました。そうすることで、とらえ方がいい意味でいいになる、受け手が広い気持ちで受けとて、その結果、支架もあつたけど、今回確かにフレームの位置が良い方向にかわった気がするんです。

それと、今回空間領域のコミュニケーション・デザインという言葉も削りました。我々の中では商環境イコールコミュニケーション・デザインという強い意識を共有していました。特に空間という実体のあるものにつくるわけじゃないですか。ネットとかになると別いろうけど、実体のあるものにつくる場合には、コミュニケーション・デザインという強い意識を共有したんです。それはなぜかというと、広範囲で応募があつたけれどもカテゴリーが少なすぎた。それと、近藤さん(注2)が、JCDデザインというのは文化背景を背景にしたところから発信していかなければいけないということで、「商」をとったんですね。そこに意味があった。

小泉 僕らも結構なインターネット審査をやろうと思ったか

鹿目 そうでもなかつた。正直大したことないと思うのほう

が大きかったです。そんなことがJCDとしてできるのかなどといふことはどうが不安だったけど、まずはやってみるしかない。やつてみたまうがいいだろうとは思っていました。

鹿目 先取りどころかいつらう。絶対に先取りですよね。

小泉 もう先取りでないですよ。インターネットで応募して審査するということは、今時代では当たり前の行為だと思うし、何か新しいことを起きるかどうか、今回やつたらわかったこと

がいっぱいありますよね。まずは応募数が昨年度に比べ飛躍的に伸びました。審査も一時審査をインターネットでの審査に変えたところが2名の色々な分野で活躍している方に審査をお願いできました。その結果、幅広い視野の中からベスト100を選出したことで、新たな価値観と今の時代が見えてきたように思います。

世界一の賞

鹿目 JCD Design Awardになったのは、アジアに広げたいということがあって、デザイン賞よりもアワードという共通する言葉にした。ネット審査で世界とかわい手持てるようになって、これからどんどん世界に広がっていくような感じですね。

小泉 僕自身としては、世界に広げなくてもいいかなと思ってい

つにならしくないかなと思っています。今年からは選ばれたカテゴリーの中から何パーセントという選び方をしなかつたら、「食べる」と「応募」はいっぱいあつたのに、入選はすぐ少ないパーセンテージだったり、「感じる」という応募の中からは半分以上入選したりしました。それが正しいやり方だと思うし、そうすることによって時代が見えてくると思うんです。「感じる」(環境デザイン)というは付加価値的なデザインじゃないですか、それが積極的に応募されてその中で賞をとるくらい魅力のあるものが出てきているというのが今なんです。

鹿目 ネットで審査するというのはどうでしたか。ネット審査になったのはすごいことですね。飯島さんが以前、そういう時代が来るだろみたいな予感をいたことを言っていたましたが、それがこの10年ぐらいで現実になつたんですね。それについてどう思われますか。

小泉 僕らも結構なインターネット審査をやろうと思ったか

鹿目 そうでもなかつた。正直大したことないと思うのほう

が大きかったです。そんなことがJCDとしてできるのかなどといふことはどうが不安だったけど、まずはやってみるしかない。やつてみたまうがいいだろうとは思いました。

鹿目 先取りどころかいつらう。絶対に先取りですよね。

小泉 もう先取りでないですよ。インターネットで応募して審

査するということは、今時代では当たり前の行為だと思うし、何か新しいことを起きるかどうか、今回やつたらわかったこと

がいっぱいありますよね。まずは応募数が昨年度に比べ飛躍的に伸びました。審査も一時審査をインターネットでの審査に変えたところが2名の色々な分野で活躍している方に審査をお願いできました。その結果、幅広い視野の中からベスト100を選出したことで、新たな価値観と今の時代が見えてきたように思います。

世界一の賞

鹿目 JCD Design Awardになったのは、アジアに広げたいといふことがあって、デザイン賞よりもアワードという共通する言葉にした。ネット審査で世界とかわい手持てるようになって、これからどんどん世界に広がっていくような感じですね。

小泉 僕自身としては、世界に広げなくてもいいかなと思ってい

ます。ローカル的な部分で、そこだからこそできることがあると思うんです。日本には独特な文化や環境を持った都市があるわけじゃないですか、そこでもうちょっと掘り下げるついで、もつとはっきり日本が見えるようにしていったほうがいいと思っています。それがはっきりしてくれば世界のどこにもない賞、つまり世界一の賞になつていいと思う。

日本人が日本の精神で海外でやつた物件とか、外國の人間が日本でやつた物件とかは取り込んでいいと思いますが、日本ということがきちんと見てこないと、こんなのがあるんですよと紹介する程度の賞にしてしましようがない。

鹿目 来る者は拒まずで、海外の作品が来たら。

小泉 僕は、一回線を引いてしまつてもいいと思っているんですね。

それはみんなと話していくべきだと思うんですね。じゃあ、なぜアジアだけなのかな、なぜヨーロッパやアメリカはいけないのかと思う。それなら全世界やるべきだし、やらないならやらないほうが多いとすごく思うんですね。

鹿目 来る者は拒まずで、海外の作品が来たら。

小泉 僕は、一回線を引いてしまつてもいいと思っているんですね。

それはみんなと話していくべきだと思うんですね。じゃあ、なぜ

アジアだけなのかな、なぜヨーロッパやアメリカはいけないのかと思う。それなら全世界やるべきだし、やらないならやらないほうが多いとすごく思うんですね。

鹿目 公開審査をやっているわけで、結果以上にプロセスが大事だと思います。

小泉 賞のレポートもインターネットでやっていますけれども、こう

いうことがあって、こういう人はこう感じているんだなということ

が起きることが大事なんですね。それを待てる、どう思つか

うの受け手ですね。嘘々囁きをずっとやるべきだと思うんです。

鹿目 そういう中から選び抜かれてきたというのが本来の審査の

あり方ですね。それを公明正大に公開審査でやっているところ

がJCDの潔いところですね。

小泉 ソのプロセスに意義はあるということを感じているわけ

です。そのプロセスが伝わることが大事で、ほかの賞ではなかなかないことです。

鹿目 今年の応募点数は500くらい。

小泉 去年までは230~240くらいだったんですよ。賞金も出せ

るようになつたんです。そのわり審査員の方には随分迷惑をか

けて、一次審査が大変だったんです。かなり時間がかかってし

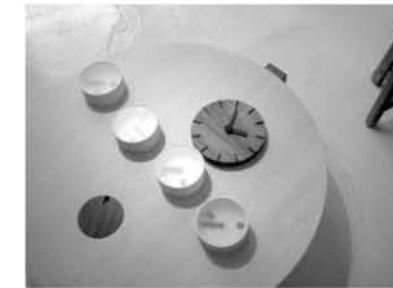
ょうから。

鹿目 まずは成功だったわけですね。

小泉 成功でしたし、次年度どうするかという問題點も見えまし

た。ネット審査にして結果としてよかつたと思っています。





Makoto Koizumi

こいすみ道具店

鹿目 JCDの話は一通り終わって、これから小泉さん自身についてお聞きしたいんですが。

小泉 デザインセンターからJCD Design Awardについての原稿依頼があって、経緯報告と簡単な自分のコメントを出したんです。

鹿目 来た人の信頼関係もないとですよね。

小泉 そう、その信頼をPL法みたいな法律でカバーしたりして、

鹿目 でも、コミュニケーション・デザイン」という観点から見ると僕自身

小泉 は違和を感じるというコメントを出したんです。まだ俯瞰

鹿目 見てデザインしているものだったり、経営的なサイトからデザ

インしたもののがあったりとか、数字を出すためのデザインとか、

それが一時期は意味があっておもしろい時代があったけれども、

もつともっとさき言つたような「儲ける」みたいなデザインを

小泉 思っているんです。

鹿目 ああいう人たちと切り合ったことがよかったです。

小泉 そういう意識を持って産地と付き合うと、みんなそういう

鹿目 ことに病んでだけなんですよ、最初は不信感でいっぱいだから

小泉 どこに行ってもデザイナーが来やがったみたい(笑)。多くの場

鹿目 ののあり方として、機能がちゃんとしていく、長く使って、

小泉 気持ちがこもっているものだと思うから、地味で目立たなくても、

鹿目 そういう職人さんのほうが、惚れ込むといいものをつくっ

小泉 てくれるんですよ。

鹿目 そういうつながりがあるのが嬉しいですね。この間もJCDデ

小泉 ザインアワード金賞をいただいた物件のオーナーが公開審査の

会場に来ていて、僕以上にどきどきしていました(笑)。

鹿目 ものをつくるときは打合せを結構しますか。

小泉 人並みにしていると思います。でもデザインの話はあまり

しなくて、趣味の話とかで酒を飲んで盛り上がってという感じで

わけですよ。補助金をもらって、失敗したらメーカーのせいだと

小泉／家具デザイナー
1960年 東京都生まれ。
1985～95年 デザイナーズ部屋、底成光に師事。
1995年 JCDデザイン賞受賞。
2000年 こいすみ道具店開設。
2000～02年 グッドデザイン賞審査員。
2002年～ 武蔵野美術大学空間演出デザイン学科教員。

●得意技
デザインの裏 (2002年／出版社ラトルズ)
とin (2004年／TOTO出版)

●受賞
2003年 JCDデザイン賞優秀賞
2003年 DIA奨励賞
2003年 グッドデザイン賞
2006年 JCDデザインアワード金賞

●外部活動
2000年 藤山富士市「木である町づくり」委員
1999年 JCDデザイン委員 (2000年より委員)

●専門分野
プロダクト、家具、インテリア、建築と生活に関わるすべてのデザインに関わる。現在はデザインの生産の現場と直に関わりながらデザイナーや施工者、2002年に「デザインを伝える場として『こいすみ道具店』を開設。

があって、好き勝手やっているデザイナーに対して嫌な思いがあたたりて、作り手が本当につくりたいものとか、気持ちを入れたいものとかとは、信頼関係がないためにずれてきてしまっているんですね。

鹿目 モノと人の信頼関係もないんですね。

小泉 そう、その信頼をPL法みたいな法律でカバーしたりして、

鹿目 でも、コミュニケーション・デザイン」という観点から見ると僕自身

小泉 は違和を感じるというコメントを出したんです。まだ俯瞰

鹿目 見てデザインしているものだったり、経営的なサイトからデザ

インしたもののがあったりとか、数字を出すためのデザインとか、

それが一時期は意味があっておもしろい時代があったけれども、

もつともっとさき言つたような「儲ける」みたいなデザインを

鹿目 思っているんです。

小泉 そういう意識を持って産地と付き合うと、みんなそういう

鹿目 ことに病んでだけなんですよ、最初は不信感でいっぱいだから

小泉 どこに行ってもデザイナーが来やがったみたい(笑)。多くの場

鹿目 ののあり方として、機能がちゃんとしていく、長く使って、

小泉 気持ちがこもっているものだと思うから、地味で目立たなくても、

鹿目 そういう職人さんのほうが、惚れ込むといいものをつくっ

小泉 てくれるんですよ。

鹿目 そういうつながりがあるのが嬉しいですね。この間もJCDデ

小泉 ザインアワード金賞をいただいた物件のオーナーが公開審査の

会場に来ていて、僕以上にどきどきしていました(笑)。

鹿目 ものをつくるときは打合せを結構しますか。

小泉 人並みにしていると思います。でもデザインの話はあまり

しなくて、趣味の話とかで酒を飲んで盛り上がってという感じで

わけですよ。補助金をもらって、失敗したらメーカーのせいだと

か、へたをすればクライアントのせいにする人もいて。デザイナーがリスクを負っていないことが気持ち悪くて。

一生懸命解決する

鹿目 小泉さんの道具にしても、インテリアのデザインにしても、自分が使いたいもの、ここに必要だと思われるもの、好きなものというのをつくっていく感じがします。

小泉 デザイナー失格が切れませんね。

鹿目 自分のしたいことはする。したくないことはしないというのが、はっきりしているね。

小泉 そうじゃなくて、積む人はばかりじゃないですよ、この人に頼めば、こういう結果になるだろうと見えてくるわけです。兩面にやっていると、だから信頼感を共有できる人がからしか声がかからないんですよ。

小泉 それが個性になってきているんですね。

鹿目 それが個性になってきているんですね。

小泉 個性が嵌えられて表に出てくるし、それを求めててくれれる。

鹿目 仕事を楽しげですか。

小泉 それがあなたですかね。いかに楽しくやるか。そうしない

鹿目 と、気持ちの入ったものはできないですから。そこに持っていくまでが、デザインの仕事としてはすぐ大事だと思うんです。だから住宅の仕事などは3～4ヶ月何度も話ししながら、本当にお互いに大丈夫ということになってからスタートします。

鹿目 仕事を楽しげですか。

小泉 それがあなたですかね。いかに楽しくやるか。そうしない

鹿目 と、気持ちの入ったものはできないですから。あれがどうも

鹿目 持ちたくないんですね。そういう意味で、家の設計までやって、なおかつ自分でものをつくれば、きっと違うものができるんだろうなと思っていて。工房をつくる資金を防めながら、場所を探し始めているんです。

鹿目 仕事を楽しげですか。

小泉 それがあなたですかね。いかに楽しくやるか。そうしない

鹿目 と、気持ちの入ったものはできないですから。あれがどうも

鹿目 持ちたくないんですね。そういう意味で、家の設計までやって、なおかつ自分でものをつくれば、きっと違うものができるんだろうなと思っていて。工房をつくる資金を防めながら、場所を探し始めているんです。

鹿目 仕事を楽しげですか。

小泉 それがあなたですかね。いかに楽しくやるか。そうしない

鹿目 と、気持ちの入ったものはできないですから。あれがどうも

鹿目 持ちたくないんですね。そういう意味で、家の設計までやって、なおかつ自分でものをつくれば、きっと違うものができるんだろうなと思っていて。工房をつくる資金を防めながら、場所を探し始めているんです。

鹿目 形を見せないで、いろいろな話をして、お互いの価値観を共有して、仕事が始まるといろんなことがあります。つまらないことで信頼関係を失いたくないからということを、ずっと言っていますね。

家具デザイナー

鹿目 今、何をやっているときが一番楽しいですか。

小泉 とにかく考えて形になって、それが役に立っていくことが楽しいかな。

鹿目 こいすみ道具店を開いたからには、様変わりしていく必要があるでしょう。

小泉 こいすみ道具店は、デザイナーという仕事をして、人や場

鹿目 と間わりの成果とプロセスをきちんと伝える場ですが、50歳になつたら工房を持つ自分でつくりたい、いわゆるデザイナー

鹿目 「楽場」をやめようと思っています。自分でものをつくって、それをちゃんと伝えていく。もともとそれをやりたいためのトレーニングを今している感じです。

鹿目 仕事を楽しげですか。

小泉 それがあなたですかね。いかに楽しくやるか。そうしない

鹿目 と、気持ちの入ったものはできないですから。そこには持っていくまでが、デザインの仕事としてはすぐ大事だと思うんです。だから住宅の仕事などは3～4ヶ月何度も話ししながら、本当に

鹿目 お互いに大丈夫ということになってからスタートします。

鹿目 仕事を楽しげですか。

小泉 それがあなたですかね。いかに楽しくやるか。そうしない

鹿目 と、気持ちの入ったものはできないですから。あれがどうも

鹿目 持ちたくないんですね。そういう意味で、家の設計までやって、なおかつ自分でものをつくれば、きっと違うものができるんだろうなと思っていて。工房をつくる資金を防めながら、場所を探し始めているんです。

鹿目 家具という意味が普通と違うんだろうけど、誤解されそうですよね。ただの家具のデザイナーとか。

小泉 普通、そう思ってしまっているので、普通の人の思ういる家具デザイナーの意識がわかったらしいし、もうちょっといろいろなことを考えているんだよと思ってもらいたいですね。

鹿目 50なんですか？

小泉 もう4～5年。小さいものをやって、空間をやって、建築までやらないと家具はできないと思い続けて、もうそこまでできているので。

鹿目 お忙しいところ、ありがとうございました。

注 内田正 JCD会員、元デザイナー委員会委員。
注2 近藤義夫 JCD会員、2006 JCD Design Award審査員委員。

注3 駒井龍貴 2006 JCD Design Awardでは「貢献したこと」「貢へること」「集うこと」の3つのカテゴリーで作品を募集した。「貢献したこと」「貢へること」「集うこと」の3つのカテゴリーで作品を募集した。

注4 斎藤義樹 現JCD理事長、前デザイナー委員会委員。

注5 佐藤真一 グラフィックデザイナー、グラフィックデザインを中心に商品開発、パッケージデザイン、プロダクトデザイン、TV番組AD等の幅広い領域で活動。



インタビュアー／斎藤久美子

「かのわ・くみこ、イタリーリビングデザイナー」

カサブランカアンドソシエイツ(株式会社宮澤)スタジオA(駒田堂二郎前店)を経て、1992年斎藤久美子事務所設立。住宅設計・大型店舗・都市基盤設計・公共交通施設の設計を手掛ける。他、オフィス製作・家具デザイン審査会・JCDデザイン審査会等。

ENJOY BUY EAT COMMUNICATE GATHER FEEL

JCD Design Award 2006

●1次審査員

飯島直樹、西山浩平、牛連裕、下川一哉、パクソンチル、みかんぐみ、長谷川渉、五十嵐久玲、井坂幸史、
岩佐謙雄、栗平真人、加藤吉宏、北山尚、鷹山智樹、小堀誠、小坂理、近藤康夫、武石正宜、野村成正、
桃本タクミ、文田伸仁、間宮吉彦、山本雅也、ヨコミヤマコト、辻村久信（原不同、敬称略）
●2次審査員

辻藤康夫、小坂理、小山薫堂、佐藤卓、桃本タクミ、間宮吉彦、山本雅也（原不同、敬称略）

2006年 JCD DESIGN AWARDは大きく改変して実施された。

何故、改変したか、空間デザインが関わる領域が多様化し、より大きな枠組で空間デザインを認識する必要があるからだ。
空間デザインは建築とかインテリアデザインと限定するのではなく、

コミュニケーションデザインという視点で空間デザインを確認することが求められた。
改変したことは以下の2点である。

01. 応募をネット応募とし、応募の拡大を実現する。

02. 審査方法と審査員を変え、多様でアクチュアルな審査の視点をつくる。

その結果、応募総数は例年の350点から490点（内外応募76点）となり、大きな成果を得た。

また、審査は1次ネット審査に25名、2次本審査（公開審査）に8名のデザイナー、建築家、ジャーナリストが参加し、新しい時代のデザインの可能性をさぐった。
特に7月4日の公開審査（TOKYO DESIGN CENTER）は、審査員の間で何度も判定が審保され、その都度議論を繰り返す中で受賞作が選出された。

大賞の美容室は若い世代の建築家、中村拓志氏の作品である。

建物空間をダイナミックに上下に分割し、人がそこを動くことで流れれる空間が出現する。

装飾的なアトモスフィアにたよらずに水平面への斬新な働きかけによって力強い構成の豊かな空間を創出したことが評価された。

JCD 理事長 飯島直樹

BUY_買うこと (物販店)
EAT_食べること (飲食店)
GATHER_集うこと (複合商業施設、大規模商業施設)
ENJOY_楽しむこと (サービス施設／ホテル、スポーツ、美容室、アミューズメント)
COMMUNICATE_伝えること (文化、公共施設／ミュージアム、劇場、オフィス、学校、病院)
FEEL_感じるのこと (光、色、音、映像、パフォーマンスなど)



lotus beauty salon
NAP建築設計事務所
中村拓志
ENJOY_楽しむこと



●大賞

大賞を退ふ際、審査評は5：2で、考えていたよりはすんなりと決定した。

しかし、デザイナーがほとんどこの作品を推していたのに対し、小山氏、佐藤氏は疑問を持った。

それは、この空間の構成やデザインというよりも快適性や気持ちよさ、汚れに対する問題などの機能的な面に対する疑問だった。

こうしたやりとりが公開審査の中で交わされる中、審査上初めてのことだが、作者本人が発言を申請するという思いがけない展開になった。

彼はその疑問点に対して具体的に説明をし、結果、全員が納得した形で大賞に決定したのだ。

提出された写真や資料からは読み取れない使い勝手や機能面にまで言及されるということもううだが、なおかつそれに本人が答え、受賞に至った。

作品は、敷地の傾斜を利用し、330平米の空間に24個のサークルで構成されたプラン、2層に分けられたセクション、天井に空けられた穴のグレーデーションなど、ブースをシームレスにつなぎ、統一した空間を確保しつつ、個々を確保するというデザインは、表層のみのデザインとは一線を画し、大賞にふさわしい。

辻藤康夫



tocoro cafe
小泉 誠
EAT_食べるうこと



JIN'S GLOBAL STANDARD 青山店
中村電治建築設計事務所
中村竜治
BUY_買うこと



TONERICO INC.
米谷ひろし、君塚 賢
BUY_買うこと



BALOON CAUGHT
MATSUOKAGATOSHI TAMURAYUKI
松岡 和、田村裕希
FEEL_感じるうこと



造成建築
ロコアーキテクツ
根津武彦+沢瀬 学/ロコ
COMMUNICATE_伝えること



SPIRITUAL MODE 東京ショーレーム
文田昭仁デザインオフィス
文田昭仁
COMMUNICATE_伝えること

●審査委員長評

総じて、昨年までと異なる点としては、景気が回復したと言われる昨今の社会情勢をある程度見て取ることができたということがあげられる。昨年まではローコストであるが故にアイデアが面白い作品が多く見られたが、今年は少なかったようだ。ネット審査の影響もあるようだが、逆説的に言えば「アイデア」という部分は希薄になっていたとも言える。

また、候補作品の中、半数以上は、建築家やアーティストの作品が選ばれていた。いわゆる「インテリアデザイン」を生業とする作者の作品ではなく、ある。アイデアの面白さではなく、コマーシャルインテリアの確かな仕事、つまりデザインの成熟度を評価され、「もの」に対する評価を問うような意見が交わされた。我々が属するコマーシャルインテリアの世界は、よく言えば横断的なデザインジャンルであるが、デザイナーの仕事としては画一的になりすぎている傾向も見られる。誰でもデザインが可能になってきている時代に、それを生業とする者は何をすればいいのか、これからの問題であろう。

また、法規的な問題なども取り上げられ、JCDという社団法人の審査基準にも言及した。これも、今までは審査の過程で議論されなかつたことであり、非常に意義があったことのように思う。

このような審査の結果を経て選ばれた受賞作品は、やはり力のある作品であると言えよう。

では、インテリアデザインの評価基準はどこにあるのであろうか。アイデアだけが勝負をかける作品は、やはり、デザインとして成熟している作品よりも劣るのであろうか。私は一概にそうとも言い切れないのではないかと考えている。

核心は、そのデザイナーが何に軸を置いて、活動をしているのである。たった一つのアイデアが、限りない可能性を秘めているかもしれない。

これからコマーシャルインテリアの世界はどう展開していくか、デザインの軸は

何なのか、そういうことが最も重要なことではないかと思う。

近藤康夫

JCD Design Award 2006

BUY_EAT_GATHER_ENJOY_COMMUNICATE_FEEL



1.1/2 view
河江正雄
EAT_食べること



カフェ エラブル
オジデザインワークス有限公司
橋本亮介
EAT_食べること



LE CIEL BLEU kobe
内山敬子+学
BUY_買うこと

新人賞



佐藤 卓賞
保存と再生
「重要文化財を守りつけるために」
株式会社 竹中工務店
株式会社 三毛地所設計
COMMUNICATE_伝えること



一橋本タ紀夫賞— 北京CIBOL
SAKO建築設計工社
迫慶一郎、海上亜耶、豊田卓
FEEL_感じること



近藤淳夫賞— 元祖 田舎っどん 厨房店
nendo
佐藤才オキ、伊藤義隆
EAT_食べること



小山萬宜賞— STEPPERS RECORDS
upsetters architects
岡部 修三、茨田督大、上川 駿
BUY_買うこと

●審査員評

空間デザインの審査は2つの点で難しいと思った。1つは、実際に足を運んで体験しなければ空間は把握できないということ。そしてもう1つは、一瞬のインスタレーションの空間と長年使用する持続的な空間を比べて優劣をつけなければならないという点である。上記の1つ目については、審査員全員現地へ足を運ぶということ自体不可能なので、平面によるプレゼンテーション能力も含め審査すればいいと判断した。そして2つ目は、インスタレーションの要素を強く持った空間デザインに対しては、今までにない驚きがあるかどうか。そして持続される空間デザインに対しては、人との新たな関係性をつくる仕組みがあるかどうか。このまったく異なる目的のためにデザインしたものに対して審査が始まって間もなく、このように最優先する基準を審査の手順として自分の中に設けてみることにした。そして最終的に

にはその両方を持ち合わせたものが大賞になるべきであると思った。大賞決定においては、審査員全員で議論になった。私は初めての審査だったので過去を知らないが、今ほど議論になったのは今までにはなかったことのようである。私はこの公開審査会での最終的な議論を審査会場に来ることができなかつた方にここで詳しくお伝えできなかつのが残念であるが、もっとも成績だったのではないかと思っている。優れた仕事を一間に見渡せる絶好の機会、そして具体的なデザインを目の前にしての議論の場は審査員だけでは独占するべきではないとつくづく思った。今回のようないい議論になるのであれば、審査会の意味はまったく変わってくると思う。今回の体験は、審査会という概念が変わる気配を感じたい「審査会」だと思った。

佐藤 卓

JCD Design Award 2006

BUY_EAT_GATHER_ENJOY_COMMUNICATE_FEEL

Designer's Report _ 01

近年の店舗照明の動向について

中川卓士 (大光電機デザイナー)

照明に関するお悩みはありませんか? カタログを開くと何千種類もの照明器具、ランプが載っているし、百科事典のようなカタログを見るのもひと苦労。さらに器具とランプの組み合わせを何万通り……その中から目的に応じた器具とランプを選び出し、適切な位置に配置する(・・;)他の仕事ではほとんどにコンピュータ化されているはずのノウハウこそがワクンたち照明デザイナーの日々の仕事です。

そういえば!! 中学校の理科で光の勉強をしたな~あのとの中間試験、何点だったっけ? そんなことを考えつづらの不勉強を反省しても始まらない毎日なのですが、実際の現場はさらに難解で最近の照明環境の変化のいたら、もう大変!! な、わけではありませんで、ここでひとつの中を整理整頓して最近の照明事情について記したいと思います。

最近の物販店舗の照明の変化について考えることは店舗業界を取り巻く環境の変化と新規店舗の登場に着目せざるを得ません。まことに数年更に激しくなっているのが大規模店舗の出店ラッシュです。これにより地場の専門店舗は余儀なくされ、

大規模の大型店舗が増えつつあることが照明の計画に大きな変化を与えています。店舗面積の大型化、高天井化、チェーンストア化は高火力の照明器具が必要とし、またもう一つのポイントとして高級店(いわゆるブランドショップ)とローコストな量販店の2極分化は照明の考え方をより複雑怪奇? しています。技術的にはセラミックタルハライドランプの登場によって飛躍的に設置度および重点度がUPし、10年前では考えられなかつたようなパンク店のような明るさが手軽に実現できるようになりました。

セラミックタルハライドランプの特徴は高出力でコンパクトであることと演色性に優れていることであり、器具をコンパクト化することができる為、ダブルライトの配灯ビッチを狭くすることができます。ダブルライト直径の10倍程度を器具取付ビッチの最小限界とするならばセラミックタルハライドランプ登場以前のHQ-T150wであれば直径Φ200、タルハライドランプ250wではΦ275にに対セラミックタルハライドランプ150wのダブルライトは最高W125wあり、単純計算では器具間のビッチは1m近く短くできる勘定になります。これにより面積あたりの照明器具数は増えることとなり1000ルクス前後の亮度を確保する店舗が続々と登場することとなりました。し

ながら商品へのスポット照明も商品のピックアップ効果を出すため2000~3000ルクスが要求され、これが主流となっています。また前述の大規模店舗では高天井の店舗が登場していますが、セラミックタルハライドランプを使用したダブルライトは従来型の蛍光灯ベースライトに比べて直下の程度が高いため、高天井の店舗でも高い照度を確保でき、商品を魅力的に見せる(魅せる?)照明計画が増えてます。店舗の天井が高くなるということは、それだけ壁面の面積も増えるということで、壁面に対する照明の演出も重要ななり、間接照明やダブルライトでの壁面演出も非常に重要な要素となっています。特に什器から天井までの壁面や商品の背面の照明はいまや必須アイテムともいえます。

しかしセラミックタルハライドランプのダブルライトとスポット照明の組み合せは店舗照明を極めて一層化してしまった感も否めず、どこの販売店であろうが雑貨店であろうが同じ照明ということも珍しくありません。そこで他店との差別化とそのほかの変化の激しい要素としては理美容室があげられます。

従来、美容室については角型の蛍光灯ベースライトが多かったのですが最近では多灯用の蛍光灯ダブルライトを使用して1000ルクス以上を確保する店舗が主流です。美容室の主な商品はヘアカットはもちろん、カラーリングも收入源の大きなウェイトを占めていることから正確な色の再现を求めて色光のランプが使用されています。天井高さが3000を超えるような店舗ではセラミックタルハライドランプのダブルライトが使われることがあります。この現象と対応にあるのは海外の有名ブランド店の進出であり、高級ブランド店では一般的に低照度、低温度です。この照明手法はそれぞれのブランドが海外から持ち込んだものがベースになります。器具も多灯用のUV-Cバーサルダブルライトやスリット式はベース照明の高色温度を補正する為、電球色のランプが使用されます。当然、カラーの調合をするブースでは色あわせの為、客席と同じ色温度の光が求められます。

しかしながら…よくよく考えてみると女性をターゲットにした店舗の変化、成長が著しいように見てなりませんね~われわれ男性陣も照明デザインのレベルアップに貢献しなくて…! がんばれ男子!



中川卓士 (なかがわ・たくし)
大光電機株式会社TACT大阪
デザイン部デザイナー。
1966年12月26日石川県生まれ。
平成1年大光電機TACTデザイン
部に入社。以来照明デザインを
専門に様々な建築、景観照明の
プロデュースを担当。



1. 世界潜水魚店
2. ザ・ロイヤルクラシック姫路
3-4. ザ・ベルクラシック福岡大通



- New Crystal - 目を奪う輝き



DPN-54450 DCH-54313 DCH-54443 DCH-54446 DCH-54449

このモノ、このヒト、このヒカリ

DAIKO NEW PRODUCTS & SOUL

輝きだけが宙に浮かぶ DCH-54313

從来ヨーロッパクラシックの空間装飾の代表であるクリスチヤン・ルードヴィッヒなど、現在主流の照明デザイナーの名作を再現するべく開発。CG等での構造を重視しながらフレームが極力主張しないクリスチヤンの好みの構図にこだわりました。尚且つ、イヤーで吊下げることで、輝きだけが宙に浮かぶ流れられたイメージの器具を目指しました。

存在感を有しながらシンプルなラン

ピングは、フラット・スタンとのランサブ

ブルで使用がより空間を引き立てるでしょ

デザインイメージを 忠実に再現 DCH-54313

従来ヨーロッパクラシックの空間装飾の代表であるクリスチヤン・ルードヴィッヒなど、現在主流の照明デザイナーの名作を再現するべく開発。CG等での構造を重視しながらフレームが極力主張しないクリスチヤンの好みの構図にこだわりました。尚且つ、イヤーで吊下げることで、輝きだけが宙に浮かぶ流れられたイメージの器具を目指しました。尚且つ、イヤーで吊下げることで、輝きだけが宙に浮かぶ流れられたイメージの器具を目指しました。

存在感を有しながらシンプルなラン

ピングは、フラット・スタンとのランサブ

ブルで使用がより空間を引き立てるでしょ

更に空間を魅力的に するに DAIKO NEW PRODUCTS & SOUL

上質空間をプランする上で気をつけることは、その空間イメージをいかに実現するか、またそれを実現するための技術、資源、人材をどう配置するかなどといった視点です。クリスタルカラスの純白はカラフルな色から織り上げられる華麗な色彩の源なのです。

NewCrystalシリーズの純白はカラフルな

クリスタルカラスの純白はカラフルな色から織

り上げられる華麗な色彩の源なのです。

NewCrystalシリーズの純白はカラフルな色から織

り上げられる華麗な色彩の源なのです。

Designer's Report _ 02

TOTOデザインセンターのフィロソフィー

千代崎みさ (TOTOデザイナー)



TOTOは水まわり空間を「心地よくリラックスできる空間」として、その空間を変革させてきました。私たちがデザインワークを行なう上で考えているのは、私たちが製造している水まわり設備機器は建築物やインテリア空間の一要素に過ぎないということ。TOTOの製品は空間と調和し、それを惹きたてるようなデザインであること。そして私たちが作り出すひとつひとつのプロダクトの魅力をより一層高めるためのデザイン理念として、Design Philosophy 「静かなる存在感」を掲げています。

「静かなる存在感」

毎日の暮らしの中で、主張しそぎず、さりげなく、使う人の気持ちにそっと寄り添う。高い品質と性能を備え、空間表現を基とする「静かなる存在感」。それが、TOTOが目指す水まわり商品です。また、デザインフィロソフィー「静かなる存在感」を実現するため、Originality(独創性)、Affordance(直感性)、Sincerity(誠実性)、Integrity(素材感)、Simplicity(簡潔性)から成るDesign Elements 「OASIS」を制定し、すべてのTOTO品が一定のデザインオリテ

イを実現するために、それを構成するデザイン要件としています。

ミラノサローネへの出展

「洗練されたデザインと確かな品質を世界中の水まわりへ」

を目指し、日本国内のみならず世界に通用するデザインを目標に、

2005年からは日本の住設メーカーでは初めてミラノサローネへ

出展しています。「Hi-Tech, Hi-Bath」をテーマにした企業展示

では、TOTOの高い技術とデザイン性を融合したプロダクトを紹介し、日本のモノづくりを世界に向けて発信しました。1年目の

反響を受けた2年目になる今年、メーカーが多く集まるトルナ

地区で60点近くの製品を展示し、1万5千人のお客様を動員し

て大盛況のうちに閉幕しました。このサローネへの出展をきっかけに、ヨーロッパでのTOTO認知度が上がり、海外デザイナーとの交流も盛んになって、TOTOプロダクトのニュースが海外から日本へと逆輸入されるようになりました。

一方、サローネのサテライト展として若手デザイナーの登竜門と

され、世界中から多彩なデザイナーが集まる「サテリテ展」へも

『TOTO』として参加、自由な発想のモノづくりは海外メディアからも注目されTVや雑誌でもたびたび取り上げられるほどです。このような世界をフィールドにした課外活動的なデザインワークは、インハウスデザイナーにとって良い刺激になるだけなく、世界レベルでのデザイナーとしてのポジションを確立でき、普段の製品づくりとは違う水まわりにとらわれないモノづくりを通して、デザイナー自身のレベルアップにつながり、それがTOTOプロダクトのクオリティアップにもつながっています。



千代崎みさ (ちよざき・みさ)
1988年10月生
システム
キットシ、システムスル
ーム等の空間商品デザインを担
当した後、現在のデザインブ
ランディング業務に従事。

1. Tonon地区で開催したTOTOミラノサローネ展
2. Fiera Milanoのサテリテ展に出展した「TOTO」
3. 来春発表予定の新デザイン水栓金具「Concept01」(仮称)



「お手洗いはネオレスト入替タイプ」

横幅 870mm 高さ 942mm 奥行 388mm

希望小売価格 ¥270,000~(税込 ¥283,500~)

※スマートウォッシュ機能搭載モデル

National



調光で、空間に新たな表情。

その日、馴染みのバーに寄ると、
いつものにぎやかさとは違う、
落ち着いた上品な雰囲気が漂っていた。
マスターは「照明の明るさを変えただけ」というが、
結構イメージが変わるものだな。
普段の明るさも捨てがたいが、
たまにはしつとりとした空間も悪くない…。

4つのあかりのシーンを記憶＆ワンタッチ再生。



簡単なボタン操作によって複数の照明器具を使ったあかりのシーンを4画面まで記憶。シーン選択ボタンを押すだけで記憶したシーンが再生されます。また、マスター調光機能で全体の明るさを一齊に変えることもできます。

1秒～99分まで設定できる
場面変換時間

調光によりエネルギーと
コストを節約

小型記憶調光システム

LightManager-S/L

ライトコントロールに関するカタログ/ホームページもぜひご活用ください

- ライトコントロール総合カタログ 多彩な事例を交えて調光の効果や使い方をわかりやすく解説。
カタログのご請求は下記アドレスか、最寄りの弊社営業所までお問い合わせください。
カタログと連動して調光シミュレーションやライティングノウハウなどを紹介。
biz.national.jp/Ebox/lightcontrol
- ライトコントロールホームページ

National

この小ささ、新しい可能性を感じるね。

僕ら照明デザイナーは新しい灯りを見ると
すぐ「これを使ってどんなライティングをしようか」
とか考えるんですよ。
ミニマル100は70Wの明るさでこの小ささでしょ。
光色のバリエーションも豊富だし、
これはかなり自由なライティングが楽しめそうですね。

業界初^{*1}、Φ100でセラメタ70W^{*2}の
高出力照明、登場。



NASHOP for Designer's Standard
ミニマル
MINIMAL 100

新開発セラメタランプ^{*3}

高効率、高演色性、長寿命に加え、前面ガラス不要の
新構造ランプ「セラメタプレミアS」を採用。
自由度の高い器具デザインとメンテナンスの省力化を実現。



中前 公晴

ホテルやレストラン等、
商業施設を中心に照明デザイナー
として国内外で広く活動中。
Nashop Lighting Award 2005 佳作受賞。

*1 2006年6月時点での当社調べ。 *2 Φ100でありながら、従来Φ125以上の圧倒的な高輝度を実現。ユニバーサルダウンライトとベースダウンライトをご用意し、Φ100で統一設計が可能です。 *3 高演色Ra96(4200Kタイプの場合)。全光束7700lm(3000Kタイプの場合)。

○店舗照明について詳細、及びカタログのご請求は、biz.national.jp/Ebox/nashop

○資料のご請求は、〒571-8886 松下電工(株) 照明事業本部マーケティング総合部(住所記載不要) TEL:06-6908-1131(大代表)まで。

「フラット×シンプル」から生まれた、

機能的で洗練された中低層用スクリーン「テックフェイス」



外観見付寸法の統一
単板ガラス仕様(SG)では50mm、複層ガラス仕様(PG)では70mmにて構造材の外観見付寸法統一。
しかも直面性を高めるため、直面の少ないフラット構造に加え、たて・横面材とも複合ラインのないシンプルなデザイン。

デザイン性はそのままに、安定した水密性を確保
ガラス前面に出し、部材との一体感を強調したフラット設計に加え、横材を方立に凸みさせ、さらに左右方向の嵌合部に直接防水があるなし設計採用。また、外側の押縫は横材の外表面全面をカバーし、木目模様も押縫内に拘束する點で、水抜き孔構造、これにより直面性の実現と、方立・横材とともに複合ラインのない「フラット×シンプルなスクリーン」意匠を実現。

開口部は、自由に組込み
背面室等の開口商品は70mm込ビル用セッキ、1階部分の出入り口等は70mm込秒SFFア他の商品を、終ごとに組みできますので、多種な開口品種に対応。

新日軽株式会社 <http://www.shinniken.co.jp>
お問い合わせカタログの請求は ビル建材営業統括部 営業推進部 **03-5759-2166**

SHINNIKEI
新日軽

次世代対応型のミュージアム像を描く
产学連携時代のデザイン実験工房

東京大学が施設運営と教育研究の
両輪で運営するミュージアム「
東京大学博物館」にて、2002年3月
より開館されたものづくりの総合的な新規開
拓技術を駆使して、あらゆることを組
合して、また、この部門は、大規模な複数の開口部に
よるのではなく、たとえば、門柱、
学術的な新規開拓技術の開拓、
する事例、ノハラの開拓技術の開拓、
より民族的な開拓技術の開拓など、
など、これまでの開拓技術の開拓を実現。

ROLL SCREEN

モダンにアップグレード。 ロールスクリーン

- モダンに、スタイリッシュに、柄物生地のデザインー新。
- 店舗やオフィスからご家庭まで、410アイテムの幅広いラインナップ。
- ホルムアルデヒド分解、消臭、抗菌、3つの生地性能が仲間入り。
- 全アイテムの半数以上、242アイテムがウォッシュブルに。

NEW
LINE UP

http://www.blind.co.jp/

立川ブライント工業株式会社

本社 **〒198-8324 東京都稲城市三田3-12** Tel. 03-5484-6100
販売ショールーム **〒194-0091 東京都稲城市三田3-8-15 青柳ビル** Tel. 03-3571-1370
専門ショールーム **〒194-0091 東京都稲城市三田3-8-15 青柳ビル** Tel. 03-3571-1371
企画ショールーム **〒231-8015 石川県金沢市本町1-18** Tel. 076-291-1146
名古屋ショールーム **〒451-0098 愛知県名古屋市西区西片3-4-4** Tel. 052-532-5095
大阪ショールーム **〒542-0081 大阪府大阪市中央区南船場4-8-17** Tel. 06-6881-1781
高松ショールーム **〒780-0098 香川県高松市木太町3-2682-1** Tel. 087-837-2720

省スペースなシームレススリムランプによる間接照明

Seamless Slim シームレススリムランプ

グッドデザイン賞を受賞した。間接照明に適した省スペースのシームレススリムランプ。一般蛍光灯の1/2分程度の大きさで、狭い場所にもすきこりと納まり、壁紙目のない美しい間接照明を実現。蛍光ランプの大きな欠点であった発熱による汚れと照度低下を解消した独自開発のランプは、いつまでも美しい光を保ってくれる。コンパクトで高照度の「SHO-SJ」、明るさと低価格を両立させた「SHO-LJ」、輝度を抑えた「SHE-LJ」、薄型の「SHE-L」の4タイプです。



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

お問い合わせは…

DAIA 蛍光株式会社

本社 **〒141-0031 東京都品川区西五反田1-13-5 TEL.03-3492-4460 FAX.03-3492-4467**

大田支店 **〒145-0036 大田区北品川2-12-22 TEL.03-6976-9960**

札幌営業所 **〒062-0033 北海道札幌市中央区南2条西2丁目1-1 TEL.011-333-7920**

名古屋営業所 **〒460-0081 愛知県名古屋市中区栄3-4-4 TEL.052-322-2981**

広島営業所 **〒730-0087 広島県広島市中区大手町1-11-1 TEL.082-230-8070**

福岡営業所 **〒810-0043 福岡県福岡市中央区天神2-1-1 TEL.092-471-6075**

新潟営業所 **〒941-0031 新潟県新潟市中央区西大通1-1-1 TEL.025-223-3102**

店・街・環境を創造する。

SPACE 株式会社スペース
www.space-tokyo.co.jp
本社・東京本部 03-3669-4008 〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町3-9-5
名古屋本部 052-545-1251 〒451-0042 名古屋市西区那古野2-2-1
大阪本部 06-4390-1484 〒550-0005 大阪市西区西木町2-2-11 神田ビル6F
福岡本部 092-431-3020 〒821-0017 福岡市博多区博多駅前2-17-19 安田某ビル3F
制作本部 0668-67-0947 〒484-0964 熊本県熊本市上熊本町18-2
事務所・札幌、仙台、群馬、浜松、静岡、金沢、京都、広島、松山、香港

UNION 住まいを育むアトリエ
合併 ユニオン
www.artunion.co.jp
〒100-0015 大阪市西区南堀江2-13-22 Tel. 06-6833-3731 Fax. 06-6833-2283

漆 urushi

Romante 華麗

真に価値あるものを永く愛する人々へ、
さらに表情が豊かになった“ロマンチ”

RG018 Door Handle
締 球 Yori Akebono

高岡(富山県)の歴史ある工芸、鋳物と漆器が融合。
本来、この2つは組み合わさないといわれるとろく、独
自の技術により織物に艶やかな漆の仕上げを施し、有
機的でアーバンな印象を演出しています。商品にあ
ふれる漆の色合いは、使い続けるうちに透明感を増し、
より深みのある色合いとも変化していきます。

クリエイティブ エスピーカー タケダ 残町ファクトリー
株式会社 武田製機械製作所
〒102-0084 東京都千代田区二番町14
日テレ残町ビル西館 1F-B1F

Tel.03-3237-1050
Fax.03-3237-1291
www.sptakeda.co.jp

creative SP TAKEDA

創造性豊かなこの「オーダーカロスプリント」は
人と環境にやさしいエコロジーな壁紙です。

インクジェットプリント、ドロス等の複数素材に適した
マatrikループ式複数素材プリンタ、可変式マイクロドットのギフ
ターリング技術を用いて高精度アリオナを出し、複数の表面に關
する色彩表現が可能になりました。

DECORATIVE

SHO-SJ
シームレススリムランプ

SHO-LJ
シームレススリムランプ

SHE-LJ
シームレススリムランプ

SHE-L
シームレススリムランプ

Information

JCD Schedule | Exhibition | Gallery & Website Information |

JCDスケジュール／エキシビション／ギャラリー／ウェBSITE情報

JCD Schedule

JCD賀詞交歓会 2007.01
JCD/DAIKI連続シンポジウム 2007.02
JAPAN SHOP 2007 2007.03
JCD通常総会(大阪) 2007.05

ギャラリー・ウェBSITE情報

[ギャラリー]
アキシスギャラリー
〒106-0032 東京都港区六本木5-17-1アクシスビル4F tel.03-5575-8655 http://www.axisinc.co.jp/
NTT インターコミュニケーション・センター [ICC]
〒163-1404 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー4階
tel.0120-144199

ギャラリー間
〒107-0062 東京都港区南青山1-24-3 TOTO乃木坂ビル3F
tel.03-3402-1010 http://www.toto.co.jp/galleria/

東京デザインセンター
〒141-0022 東京都品川区東五反田5-25-19 tel.03-3445-1121 http://www.deign-center.co.jp/
東京オペラシティアートギャラリー
〒163-1403 東京都新宿区西新宿3-20-2 tel.03-5353-0756 http://www.operacity.jp/

M.N.A.C 現代美術館
Izvor St.2, wing E, Bucharest, Romania/Entrance from Calea 13 Septembrie
tel.0040-21-3189137 http://www.mnac.ro

東京国際フォーラム
〒100-0005 東京都千代田区丸の内3丁目5番1号 tel.03-5221-9000 http://www.t-i-forum.co.jp/

[ウェブサイト]
(財)店舗システム協会 http://www.ssss.or.jp/
ジャパンデザインネット http://www.japanadesign.ne.jp/
日経ShopBiz http://www.shopbiz.jp/

NOMURA

株式会社 乃村工藝社



目に見えるデザインや技術だけではなく、人々の心を引きつけて離さない、そんなしきみまで。
「人が集う空間」という意味を、
ノムラはいつもトータルで考えています。

集客環境づくりの調査・コンサルティング、企画・デザイン、
設計、制作施工ならびに各種施設・イベントの活性化、運営管理
◆

専門分野：大型商業施設分野／企業PR施設分野／街並み分野／博物館・
イベント分野／文化・美術施設分野／公共施設分野／余暇施設分野／その他

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

本 社：東京都港区赤坂4-6-4 〒108-8565 電話 03-3455-1171㈹
営業拠点：札幌・仙台・名古屋・大阪・岡山・広島・福岡・ニューヨーク・北京

EXHIBITION

第7回ブカレスト建築ビエンナーレ 日本現代建築展
M.N.A.C.現代美術館 / 2006.11.08(水) ~ 2007.01.07(日) tel.0040-21-3189137

千葉学展 そこにしかない形式
ギャラリー間 TOTO乃木坂ビル3F / 2006.12.02(土) ~ 2007.02.17(土) tel.03-3402-1010

JAPAN SHOP 2007
東京ピックサイト東4-5ホール / 2007.3.6(火) ~ 2007.3.09(金) tel.03-5777-8600

Milano Design Week : i Saloni (ミラノ・サローネ)
ミラノ(イタリア) / 2007.4.18 ~ 2007.4.23



新和プロダクト株式会社

支社:〒101-0047 東京都千代田区外神田15-7



宮地電機株式会社 インテリアデザイン担当室 760-0080 松戸市木太町4区2380 ☎(087)862-7081

おかげさまで
日本に登場して

25
年目。
アメリカでシアNo.1。
(メンズ系人気)
品質と信頼のブランド。



CULTURED STONE®

by YAMASO

本社昭和発光元/山宗製陶株式会社

本社 TEL0569-34-6136(代) FAX0569-34-6123 東京 TEL03-5485-5381(代) FAX03-5485-5325

<http://www.yamaso-st.co.jp>

SHOKANKYO 76 | December 2006 | Japanese Society of Commercial Space Designers (JCD)

商建雄 76号 2006年12月20日発行 発行：(社)日本商建雄設計家協会 〒101-0021 東京都千代田区外神田2-1-6 外神田会館101 tel.03-5207-6707 fax 03-5207-6708 http://www.jcd.or.jp e-mail:jcd@jcd-so-net.ne.jp

企画・編集・製作/JCD本部コミュニケーション委員会 (委員長：品川正之 編集委員：吉川伸太、藤井栄一、中尾貴也、木村信香、芦原英理子) 監修/古川伸太 デザイン/高橋秀幸 印刷・製本/株式会社ワールドフジ 領布価格 ¥500