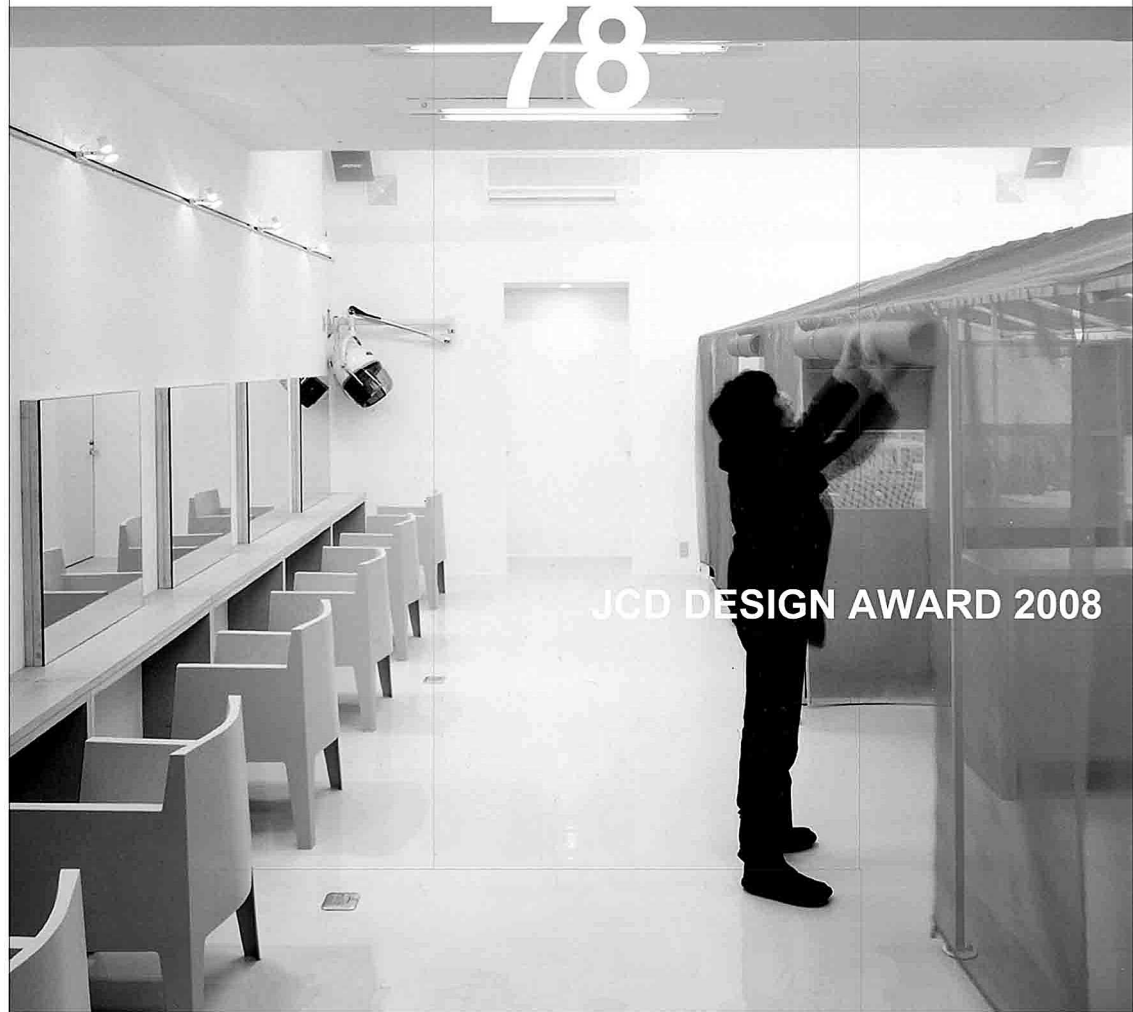


SHOKANKYO

78



JCD DESIGN AWARD 2008

02 Special Report 1
インタビュー／ナツメトモミチ

06 Special Report 2
JCD デザインアワード 2008

14 Special Report 3
JCD プロダクト オブ ザ イヤー 2008

18 Special Report 4
デザイナーズリポート／大室俊朗

20 Information

司会 ナツメさんと笠原さんはお二人とも近藤事務所の卒業生ですが、いっしょに仕事をしていた時期はあったのですか？

笠原 むしろ、一緒です。

ナツメ 入社が、ぼくのほうが2カ月ぐらいい早かったですかね。

笠原 89年の新入社員で、ナツメ君は学校卒業して、私は大学を出て全然違うことをしばらくやっていて、それから染沢デザインで勉強してそれからでしたから。

司会 じゃあナツメさんと笠原さんとはほとんど同時期に仕事をしていたわけですか。

ナツメ 全く。

笠原 もう全くずっと一緒ですね。入社して10年近い間一緒にやっていたので、デザインに対する姿勢というかベースになる部分が共通言語としてかなりあるとおもいます。だからさきょうはどういうことをあらたまって聞いたらいいのか戸惑っているところなんですけど、そうは言ってもやはり独立して、それぞれの考え方で今やっていますから、商業空間、インテリアデザインを考えるときの基本的な姿勢とか、考え方です。今はどう捉えてやっているのか、その辺を話してもらえればと思います。

ナツメ インテリアデザイナーの仕事をしたのは、日常の暮らしの中に楽しい感じとか、うれしい感じとか、何かそういうような気持ちが高揚させてもらえるような空間というのが店舗のデザインにはあるのかなと思っていたので、そういう日常にちょっと楽しさ感を与えられるような質的な仕事に就きたいというのがきっかけだったんです。もう少し言うと、ぼくは地元が名古屋ですけど、学生のままでいた名古屋はそんなにおしゃれなお店がまだ多くなかったので、自分が暮らす前に楽しいお店やおしゃれなお店がたくさんあるといいな、そこに自分が携わりたいなというところから始まったんです。今は店舗に限らず、住空間や、オフィスのような飽く空間も手掛けていますけど、やっぱり楽しさ感を与えるような空間を作りたいというのがベースにありますね。

司会 近藤さんのところにお世話になったきっかけは、どんなことだったんですか。何か楽しそうじゃなさそう(笑)。厳しそうかどうか(笑)。

ナツメ ああ、そうですね、いやいや(笑)。もともと自分の暮らす町でということだったので、地元での就職も考えましたけど、当時名古屋ではあまりそういうことを実践されている事務所を見つからなくて、それでどうせやるなら東京で、第一線で活躍している人のところへ行行って技術を身に着けたらと思うようになりました。いろいろ雑誌なんかを見ながら、楽しそうじゃないという話がありましたけど(笑)、当時のぼくには、近藤さんのデザインでずっとカッコよく映ったし、パワフルだと思いました。どういふふうで考えていたらあいうデザインができるのか

だらうかというのを、すぐ近いところで学びたいというふうに思っていました。近藤さんのデザインは好きでしたかね。

司会 いきなり、じゃ、電話は何かして。アポイントを。

ナツメ 電話しました。たまたま同じ大学の先輩が当時、2人いたというのもありまして、そういう意味では電話しやすかったですけど。

司会 それでどうでした？入ってみて。近藤さんの赤本読ませてもらいましたけど、非常に理論的かつ戦略的な方法論ですね。

ナツメ はい、そうです。それでぼくはほんとに入社したときのタイムングとしてよかったなと思ったのが、今の赤本とおっしゃった分厚い本の前に、A4版ぐらいの大きさの本を出しているんです。

笠原 『インテリア・スペース・デザインング』。

ナツメ そう。近藤さんが空間を組み立てるに当たって、こういう順番で、こういうふうなものを書いて、それを最終的にデザインに昇華するためにはこういう手法で考えているという、いわゆる近藤康夫のインテリアデザインの作り方みたいな、教科書的な本を指して作られたんですけど、それをちょうど出版するために近藤さんがいるいる資料の準備をしているタイミングのときにぼくが入社したんです。本に載せるためのイラストとか、コンセプト模型とか、そういうものを私が携わらせていただいたので、すごくなんて言うんですかね、近藤さんがその当時で、あれは何年くらいだったんだろう。10年くらいだったのかな。

笠原 81年に独立したので、私たちが入ったときは8年目。ナツメ 8年目。その8年間の間にどう考えていたのか、またその間でもやっぱり変遷があったんですかね。ですからその変遷を含めてたどり直すことができたというのが、ほんとにぼくにとってはラッキーだったなと思いますね。

笠原 そういう意味では、近藤事務所の中では、ナツメ君が一番近藤さんのデザインの手法というのを理解できて、なおかつそ

れにすごく傾倒して、独立するときも近藤さんのデザインの手法というのは非常にいいと思っているので、それを継承したいというようなことを唯一一人なんです。

ナツメ 継承したいって、それほど大きなことではなくて、そう思ったのがやっぱり非常に理論的で、当時よく近藤さんは、デザインは感性じゃなくてできるというように、ちょっと突き出した表現だとは思いますが、言ってたんですね。ですから、非常に理論的に詰めていけばデザインというのはできるというように、そこに感性というものはなくてもできるという。

司会 理論的に、戦略的に、理論的に。それから空間を組み上げるにおいても、非常にシステムティックにやっていたんですけど空間はできてしまうものだというようなことをいっていたんですね。それは強大を出したぼくには非常にショックだったんですけど。やっぱりこう、デザインは、アートとデザインの違いというのはよくいるんなところで議論になりますけど、それでもやっぱり、芸術大学、美術大学にあることが多い。そうであれば、やっぱり感性的なものであるだろうと思っていましたら。

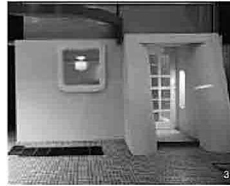
笠原 当時は近藤さんが倉俣さんをものすごく意識していた時期で、感性というのが普通の感性ではなく倉俣さんのような感性がなくてという意味だったと思います。ナツメ 倉俣さんに対して近藤さんは距離を置く意味で、それも戦略的な意味において感性を否定するという言い方をしていたんだと思います。

笠原 ナツメ君の場合、今やっているデザインを見ていても、システムティックなものを組み上げていく、システムで空間を可変するという手法と、それと近藤さんからの影響が大きいと思うけど、すごくこう、象徴的な、例えばある物量感のあるものが空間の中心にあってそれでものを組み立てていくとか、割合そこへんをベースとしてやっているという感じがします。

ナツメ システムティックと言ってもなんかこう、動くとか、そ

Natsume

Interviewer | Eriko Kasahara



うことだけではないと思うんです。空間を機械の目からどう区分けしていくか、つまり単純にテーブルはこういう高さだよなとか、いすに座るにはこういう高さでもいいのか、手の届く範囲はここだとか、そういう機能的な分節点で空間の中にあると思うんですけど、それをあらかじめ分割して、それがお店だったらとか、住宅だったら、この空間はこういうふうに使えよとか、こういうふうに見られるとか、そういうようなシステムティックに空間を分割して、そこにどう意匠をはめこんでいくかというように、それがもう少し発展して動くものによって何か変化したり、空間が変わっていくとか、そういうところも含めてのシステムだと思うんです。それをやっぱり近藤さんのところでは徹底的にやったなという感じはしますね。システムを分割しているものが線だったり板だったり、ときには塊だったりして目に見る形になって、それが近藤康夫のデザインだったかなって思いますが、それはやっぱり今でも同じことをやっている人です。それが継承していくというふうになっているかどうかはちょっとわからないですけど。

笠原 ナツメ君の場合、すごく特徴的なのは、例えばジャンポール・ゴルシェ(写真1)も、なんて言うかな、ああいうものの物量感というのから、こういうテーブルなんかでもそうだと思うんだけど、ちょっとスケールアウトであったり、有機的なラインだったり、そういうところにナツメ君のデザインの、クリエイティブティというのかな、オリジナリティというのがすごく感じられるんですけど。

ナツメ それは単純に好みで、境が好きなところがあるよな。笠原 私たちから見ると、象徴的なボリュームがポイントにある。

ナツメ 近藤さんがシステムティックに空間を作ったという話をしましたが、それの前提としてインテリアで建物がある状態であって、ぼくたちが仕事としてそこに乗り込む前からインテリアであるんですよ。もう既デザインになってくても、建築の内側と

して。

笠原 空間として。

ナツメ 内側として。それで、近藤さんがそこをシステムデザインとして空間を分析してやっていくときには、建物の内側の空間の中に、もう1つ別の空間を建てるとか、そういう意味でやっているんです。ですから、そういう意味ではこのROOM(写真2)という作品も。

笠原 同じ考え方ですね。

ナツメ ええ。建物の内側の空間の中に、もう1つ別の空間を建てるとか、そういうことをやっているんです。ですから、考え方としてはもう全く近藤さんと同じことをなぞっているデザインなんです。ですから笠原さんから見て、多分そういうことを感じるんだと思うんですね。違うのは、そこに顔が強いあったりとか、笠原 素材が硬かったり、柔らかかったりとか。

ナツメ 素材がいるいるものに変わっていくということも、近藤さんは鉄板だったり、木だったり、石だったりということはどうやっていたんで、それを布に包んだというところなんです。あとは何が建てたときの柱をすごく強調的に太く建てていくというのが近藤さんのやりかたで、そういう表現が多かったんですけど、ぼくの場合はむしろ、うんと存在感をなくして、細くしていったりとか、この場合はそういう道ですね。ですから、そういういろいろある表現の中で基本的には空間のとらえ方とか、考え方とか、機能との結びつけ方とか、そういうのは近藤さんがずっとされてきたことと全く同じことをなぞってやっているんですけど、そこにもう1つ、ちょっと違う近藤さんがあえて否定した感性的に近いところを、ぼくは上から乗っつけていきいというところはやっている感じですね。これも似顔絵がなかったら、

すごくシンプルでミニマな空間になるんです。それで普通の人が見るときれいだとは思わなくてもいいけれど、あまりこう親近感とかそういう感じにはならないから、そこにさらさらと描いた似顔絵があるだけで、なんとも可愛らしい感じがするとか、近寄

ってみたいとか、ちょっと気持ちを楽しんだり、やさしくしたりとか、そういうふうにできるのは、もう1つ要素を付け加えているからなんですね。ボリュームを減らしているときに、硬いものとか、そういうものを透むこともあるけれど、ROOMでは、もっとやわらかく優しく透明感のあるようなものを選んでみました。よくにんとして透明システムで分節するというのはあくまでベースで、そこに表現としてどういうことをやるかというのは物件ごとにお客さんも違うし、そこでのサービスも違うし、そこに来るお客さんも違うし、そういう価格帯のものも売れるのかとか、そういうものも自由で、見た目に見えてくる素材感とか色合いとかは、もう非常に自由な選択の中から選べるという感じですね。そこはどうやって楽しい感じとか、やさしい感じとか、カッコイイ感じとか、そういう気持ちにちょっと何か触れるようなところをどう肉付けしているかというのを、ベースの作業をした上に考えて載せているという感じですね。

笠原 そうですね。感性的な部分では特にいろいろ直接触れるということがなかったから、ベースとして同じものはあるけど、そこから先というのは、同じ近藤事務所にしても、1人1人、最終的な見え方として変わってくる部分だなというのがありますね。

笠原 ナツメ君は白を1つのテーマにしていて、照明器具を作ってもさうだし、NAKAGAWA(写真3.4)というバーでも、かまからの白なんですけど、白にすごくこだわっている部分があって、それが何なのかちょっと興味があるんですけど。

ナツメ 白は好きですけど、仕事の上で無理やり白に仕向くようにはしていません(笑)。

笠原 そうなの？

ナツメ ええ、そうです。例えばゴルシェなんかは、全部白色という指定を受けていましたし、ですからそれはぼくが提案した白ではないんです。

笠原 NAKAGAWAの場合もそうだった？



ナツメ NAKAGAWAの場合、縛りはなかったけど、オーナーが北欧でデザインされたものが好きだったので、お店を持つとしたら北欧のものが似合う空間とか、北欧のイメージがするような空間が作りたという話から、北欧の旅の雑誌とかそんなものを2人で見ながら、寒そうな外の風景の中ですと家があって、窓の中にすくすく温かそうな光がある、そういう写真がすごく素敵で、こんなふうに入ったらほっとできるような温かい感じになるような空間が作りたというところから始まったんです。ただこのパーのオーナーも、ぼくも、1回も北欧には行ったことがなくて、打ち合わせしているうちに1回はやっぱり行くかという話もありましたが、まあちょっと遠い(笑)。そこまでフンギリがつかなくて、実際行ってみたいとぼくたちがすくすくいように思っている北欧の素敵な感じというのがひょっとしたら崩れてしまうかもしれないし、その意味ではあえて行かないでぼくたちの北欧でこういう感じなんじゃないか、夢とか、思いをここに入れたほうがいいんじゃないかということになった。ただ、発想が貧困なのかわからないけど(笑)、北欧で寒いからやっぱり日本は雪国で、そう言えば雪を囲めたかまくらの中って何かすくすく温かそうな感じがするよねとか、狭いけれどもああいうところに潜り込んでいて、そこに温かく迎入れてくれるような空間があったらそれでいいんじゃないかというう話になって、北欧の住宅のイメージと、日本のかまくらのイメージとをミックスしたものというのが、パーを作るときはテーマになったんです。入口もなんかこの河原に潜り込んでいくような感じにしようとか、造形的にも雪で踏み固めたようなものを削っていくような、ちょっとボリューム感のあるものにしていうこととか、そういうふうに決められました。ですから、デザインをしていく中で、デザイナーだけが今までのパーとはちょっと違うものにしていうこと、無理に引っ張っていったわけでも全然ないんです。

笠原 そうなんです、ナツメ君の考え方で、もともとあるポリュ

ームを彫って何かものを作っていくという、そういう考え方はすくすく面白いと思います。

ナツメ 偶然ですけど、ゴルチエで白を指定された時、何か雪を削ってできるような造形で作っていたらどうかというふうに考えました。NAKAGAWAはかまくらというイメージがありましたけど、たまたま同じような共通項がこの2つにはあります。ゴルチエの場合の中で雪みたくいなるものを固めて、その中に人が通る通路をかきだして、棚を乗せるためにはこの高さで平面が必要だからそこまで削り取るうとか、そういうようなことを頭の中で考えて形にしていたので、それで細い線とか、薄い板とか、そういうような表現にはなっていないで、全体的にボリューム感が残るものになっています。ぼくはボリューム感のあるものとか、すくすく大きなものとかが大好きなので、自分の好みというよりも、考え方の手法としては合っているかなと仕事をしてみて確認ができた感じです。

ラムフロム(写真5)の場合も、ギャラリーのように白い空間を背景にしてアートグッズが展示できるように、色は白とか白にしてこれというところから始まっています。色は白とするけれど、お店としても何か主張はしないとか、狭いけれどもああいうところに潜り込んでいて、そこに温かく迎入れてくれるような空間があったらそれでいいんじゃないかというう話になって、北欧の住宅のイメージと、日本のかまくらのイメージとをミックスしたものというのが、パーを作るときはテーマになったんです。入口もなんかこの河原に潜り込んでいくような感じにしようとか、造形的にも雪で踏み固めたようなものを削っていくような、ちょっとボリューム感のあるものにしていうこととか、そういうふうに決められました。ですから、デザインをしていく中で、デザイナーだけが今までのパーとはちょっと違うものにしていうこと、無理に引っ張っていったわけでも全然ないんです。

笠原 高さ、高さですとどれくらいあるの。

ナツメ 高さは1メートルで、直径が1.6メートルです。

笠原 それの高さとか、大きさを決めるときに、結構悩んだと言ったらおかしいけど、さっさとというわけにいかないでしょうね。

ナツメ そうですね。1メートルと言ったらやっぱり、平ただったら高めでいい。それはお店の特徴として、この平台そのものが外から見たときにすこいインパクトで見える必要があったので、あえて高さはちょっと高めにしました。それから大ききまでできる限り大ききました。これで、商品が上にも何も乗っていかなくて、何かでつかいものか置いてあるということではない意味での違和感をもたし、それがお店の特徴になりました。その上にソツとソツ、いつも山積み感に盛ってあるんですけど、それもいいかな。

ぼくが作るものは、こういうテーブルとか、サイドテーブル、スツール、照明とかも真っ白なんですけど、白くて円錐形です。それはこのお店を作った、存在感がすくすくいいなと思ったんです。これ、コーヒークップとソーサーですけど、例えばここに水を張ってメガカを1匹放してもいいし、ここへ盆栽のところに木を生やしてもいいんじゃないですか。食器だと思えばコーヒークップを入れること決まっていますけど、でもそれをどういうふうにするかは、使う人のアイデアだと思うんです。それを食器のサイズからもつと解放してしまっ、座れる大ききにしたりと、テーブルとして会話ができるようなサイズにしたりとかというふうにしていったら、何かちょっと面白いんじゃないかとかということを考えて、その後いろいろ自分の表現として、何かプロダクティブなものを作るときは、円錐形を白くて、ベースとしては食器をイメージしているんですけど、そこに家具的な機能というものを盛り込んでいける大ききにしていうふうなふうに考えて、作り続けているということですね。

笠原 最近ちょっとこんなことが変わってきたとか、こんなことを新しくやられているとかありますか。

Tomomichi Natsume

夏目知通

1966 名古屋生まれ
1985-1989 愛知県立芸術大学美術学部美術科デザイン専攻卒業
1989-1992 近衛美夫デザイン事務所勤務
1993 デザイナーナツメトモミチとして独立

●受賞

2003 JCD デザイン賞優秀賞賞 Jean Paul GAULTIER 京都BAL 店
2004 JCD デザイン賞奨励賞賞 WARIO
JCD デザイン賞奨励賞賞 OK Web Inc.
JCD デザイン賞奨励賞賞 BAR NAKAGAWA
2005 JCD デザイン賞奨励賞賞 laune galerie
2006 JCD デザイン賞奨励賞賞 seap caps

笠原真里子

1987-89 桑沢デザイン研究所スペースデザイン科専攻卒業
1989-98 近衛美夫デザイン事務所勤務
1999 カサハラデザインワーク設立
2007 株式会社カサハラデザインワーク設立

●展覧会・受賞

2003.2005-6 TOKYO DESIGNER'S WEEK 作品展 出版
2007-8 TOKYO DESIGNER'S WEEK 100% designer's 出版
2007 ミラノ・ローマ2007 TOKYO DESIGN PREMIO (スペースデザイン) 出版
2007 デイズレイデザイン賞2007 入選



ナツメ そうですね。オフィス(OK.Web写真6.7.)のデスクのパーティションを、すべてペットボトルで組み立てて作ったんですけど、社員の人たちに一緒に参加してもらって作りました。作り方を自分たちで指導して、社員の人たちに組んでももらったんです。社長の話では、とにかくがない、だいたいお客さんが来たときにびくびくするようなオフィスにしたいということでは、いわゆるオフィス用の家具を扱っているメーカーのものを使えば、それなりにきれいなものはあるんですけど、ただお金がないのにそういうものを使っても、ほかと比べてインパクトのある空間にはならないだろうということと、じゃあお金がないなりに安いもので、自分たちで何か作ったという話をしました。たまたま、ペットボトルのお茶をつまがら話をしてたので、じゃ、これどうなのということになりました。自分たちが消費するペットボトルを計算すると、材料をそろえるだけで2、3年はかかるということか判明したので、しょうがなく空のペットボトルは買いましたけど、廃棄することになったとしてもリサイクルに回せるから。自分たちで飲み干さなくても、まあそれはいいんじゃないかということでもやりました。

笠原 実際、どうですか、この居心地というか、ペットボトルのパーティション。仕事上での違和感はないの、ある程度なんとかなるんですけど、でもそれをどういうふうにするかは、使う人のアイデアだと思うんです。それを食器のサイズからもつと解放してしまっ、座れる大ききにしたりと、テーブルとして会話ができるようなサイズにしたりとかというふうにしていったら、何かちょっと面白いんじゃないかとかということを考えて、その後いろいろ自分の表現として、何かプロダクティブなものを作るときは、円錐形を白くて、ベースとしては食器をイメージしているんですけど、そこに家具的な機能というものを盛り込んでいける大ききにしていうふうなふうに考えて、作り続けているということですね。

笠原 最近ちょっとこんなことが変わってきたとか、こんなことを新しくやられているとかありますか。

話を聞いたときにこれは結構いいデザインシステムだと思いました(笑)。社員の中でも、先輩から後輩の関係とか、そういうところでつながるというのはいんじやないかというのと、あとここはインターネットの中のウェブサイトを運営している会社ですから、社員の人たちの仕事って、みんながコンピューターと1目ずつとにらめっこで、職歴によっては全然コミュニケーションのない人もいます。その中でこうやって体を使って、あししよう、こうしよう、こうしてこれいかとか、やりとりしながらやってもらったというのが、やっぱりよかったんじゃないかなと思うんですね。

笠原 新しいデザインの力。ナツメ 営業の人たちがすくすく喜んで、客さんにせうの会社を見に来てくださいますと(笑)。実際に来てもらって、これは社員みんなで作った、自分たちが作ったんですよって誇らしげに話していました。

笠原 そうい意味では参加型のデザインって、実際あまりできない。デザイナーに言わせればそうなるけど。

ナツメ 何かこう、できてしまえば形として造形とか、素材感はどうなんだという話なのかもしれないですけど、でも、このデザインに関しては、できたものの形とか、素材感がどうだかというよりは、プロセス、どうやってこれができたのかということのほうややっぱり重要なんだということですね。そこが一番意味があるし、これなんかはペットボトルの底をくり抜いて、ちっちゃいペットボトルを入れて、そこに観葉植物が置いてあるんですけど、社長からこのオフィスができたときに、1人、1人に観葉植物のプレゼントがあって、それをどこかに入りたいというの。新しい力所すくすく抜いて、入れたんです。植物1つくらい育てられるような人間になりたいと(笑)。見てると、結構ペットボトルをつなぎ合わせているこうい、ホリのバンドなんなんですけど、そういうところに写真を引っ掛けたとか、それそれみんないろいろない使い方をしてきて。考えたばっかりして

も、そういう使い方をするのかと気がかされるのが面白かった。笠原 意外とクリエイティブな空間になってきているかもしれない。でもその発想が面白いですよね。クライアントに参加してもらって。やっぱりクライアントが面白くないとできないですね。

ナツメ そうですね、やっぱりいつか思うのは、クライアントがそれをやるよと言ってくれることがすくすくいいと思います。笠原 さて、時間も迫ってききましたが、最後に、10年後は何をしていくかというところで締めてもらいましょうか。

ナツメ 10年後ですか。いや、何かちょっと、新しい環境、新しいというか、ちょっと違った環境の中で、インテリアという住空間とか、妻の人が暮らす空間、どうなっちゃうのかなというのがすくすく興味があって、前々から夢を持っているんです。それは無重力の中の人間の暮らしみたいなものをやりたいということ。パージで宇宙旅行ができちゃうとか、そういう話も現実的にあるので、宇宙ホテルとか、そういうのを考えてみたいと思ってる。倉庫さんのデザインを見たときに、すくすく逆に重力を感じてというか、何か浮かんだような、不思議なデザインとか、浮遊感のあるような表現とか、アクリルの中ふわっと羽が舞い降りているような、何かそういうのを見ると、僕たちは今地球の中で暮らしていて、ということは何重かから逃れられない。こういうテーブルの形だって、みんな重力に対してどういうふうな支えられるかというふうなデザインされてるんですけど、それが無重力になっちゃった瞬間に、根底から今までベースとして考えていたデザインが全部ちやちやうというこはわかるんですけど、でも、体験していないから、想像の範囲を脱してないんですけど、でもなんか、いろいろあるものがやっぱり根底から変わっていく。そういうときに、どんな形だつたら一番合理的に、機能的に使いやすい形になっていくのかというのを、実際にどう実験したいというのがありますね。10年たてば、ほんとにそういう施設はできるかと思えますね。だからそういうことを考えたい。来年かな(笑)。



JCD designaward 2008

■1次審査 審査員 飯島直樹、五十嵐久枝、井坂幸恵、若佐達雄、牛建 務、奥平与、加藤浩宏、川島香子、朝山登士樹、小泉 誠、小坂 竜、近藤康夫、下川一哉、妹島和世、武石正室、太田 逸、辻村久信、中村拓志、中村竜治、野井成正、橋本夕紀夫、長谷川深、廣村正彰、文田昭二、間宮吉彦、みかんぐみ、面出 麻、ヨコミソマコト、米正太郎

■2次公開審査 審査員 川島香子、近藤康夫、妹島和世、中村竜治、野井成正、橋本夕紀夫、廣村正彰、面出 麻

BUY_ 買うこと EAT_ 食べること
GATHER_ 集うこと ENJOY_ 楽しむこと
COMMUNICATE_ 伝えること FEEL_ 感じること

私は2次審査員ではない。だからこの一文は審査評ではなく、公開審査の見学記である。主催者として公開審査に立ち会い、応募作の選出を注視した。この数年のJCDデザインアワードは、公募という既定の枠をおし拡げる空間デザインの最前線を示していると言ってい

それは日本での水準の高さを示すだけでなく、世界性を伴ったデザイン状況を示しているといっても過言ではない。

デザインを難しく語る必要はないが、この状況は適度な批評を必要としている。

私は最近の公開審査に立ち会いながらそんなことを思い、体がムズムズしてきた。

私はとくに、この数年の若い建築家たちのさし示すデザインに興味をもった。

空間に内在する構造や形式性を巧みに引きずり出しながら、その空間に参画することでしか得られない身体との距離のとり方をおもしろいと思った。

脳と身体の間隔でも言ったらいいのか。

中村拓志の美容室の建築（2006年の大賞）、中村竜二のメガネ店（2007年の大賞）、そして今年で言えば賞神尚史のメガネ店、

KEIKO+MANABUのファッションショップは、それぞれの引き出しからの固有のデザインであると同時に、デザインの作法の「ひとつの動向」に見えた。

それらは新鮮で魅力的だった。

応募総数414点は、デザインを通じて見事に時代を映し出す。今年もそうだった。

今年の受賞選出はこの中のひとつ「BLESS」KEIKO+MANABUと、「隙屋」鈴木幸治が議論の対象となった。

結果は隙間を空けて貼られた杉板の箱のような住居兼倉庫所、「隙屋」の大賞であった。野放図といってもいいような湖畔の建物である。

この結果を、「アザインのリアリアィ」への問いかけではないか、と私は思った。高い達成の「BLESS」のアザイン。アザインの現場では群を抜いている。

一方、「隙屋」には洗練は無いが、光と空気とそれを循環させる建物のリアリティがあった。冷暖房空調の代わりに浜名湖からの風が通り抜ける。肩肘張らない持続可能性（サステナビリティ）という「時代」をしなやかに映し出していた。倉庫をしたくなる空間である。

JCD理事長 飯島直樹

GRAND award

JCD大賞

隙屋

株式会社ナウハウス一級建築士事務所
鈴木幸治

GATHER_ 集うこと



■大賞評

ここ数年、JCDデザインアワードは、商業を中心とした応募作が受賞できていない風潮があった為、物議を醸し出すことが多い。

こうした傾向がある中で、住宅作品である今回の大賞受賞作も、新たな問題を抱えていることは間違い無い。

審査終了後に、大賞として認められるかどうかについての意見も出ていたが、応募、審査の段階で候補として残している限り、問題は無いと考えている。

こうしたJCDの取り組みは、すべてのジャンルが横断的にとらえられているという社会状況を反映した故の結果ではないかと思う。

この受賞作の評価は、『隙屋』というタイトルの通り、外壁をぐるりと取り囲むように打ち付けられた杉板の隙間から光を取り入れるという素直な解決方法が、際立っている点である。

外壁との境界をあいまいにし、光で空間をコントロールするというシンプルな構造が、空間の量かにつながっている。

作者も述べている通り、『人間の感性に重きをおいたエコの家』という表記は現在社会が抱えている問題に一石を投じるものであるろう。

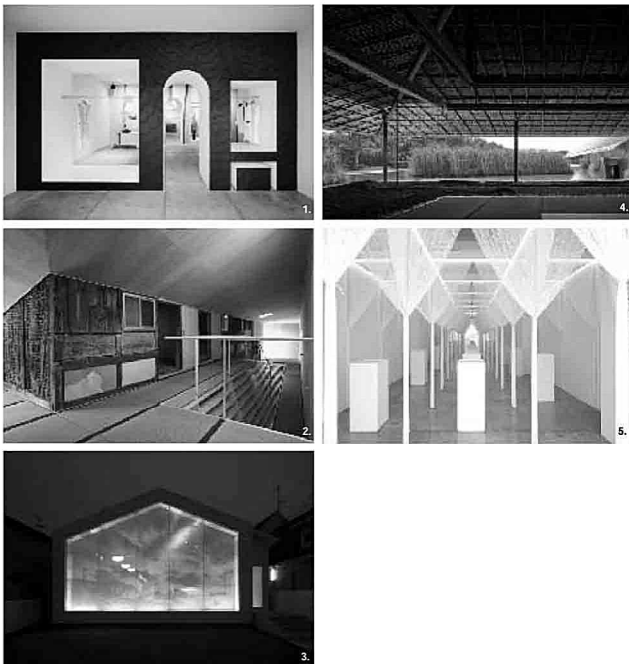
商業施設を設計する上でも、表層のデザインにとらわれることなく、デザインが本来もつ意義である、社会情勢を反映した問題意識のようなものが表現されるべきだと思う。

近藤康夫

GOLD award

JCD金賞

- 1. BLESS**
KEIKO + MANABU
(撮影: 太田拓実)
BUY_買うこと
- 2. 「ハンカイ」ハウス**
株式会社宮本佳明建築設計事務所
宮本佳明
(撮影: 宮本佳明建築設計事務所)
COMMUNICATE_伝えること
- 3. 廣瀬歯科診療所**
eleven nine interior design office
永田 武
- 4. 佐川美術館 樂吉左衛門館**
樂吉左衛門
株式会社竹中工務店 内海慎介
(撮影: 島山崇)
FEEL_感じること
- 5. MUSVI**
point
長岡 勉/田中正洋
(撮影: 平賀智)



ROOKIE award

JCD新人賞

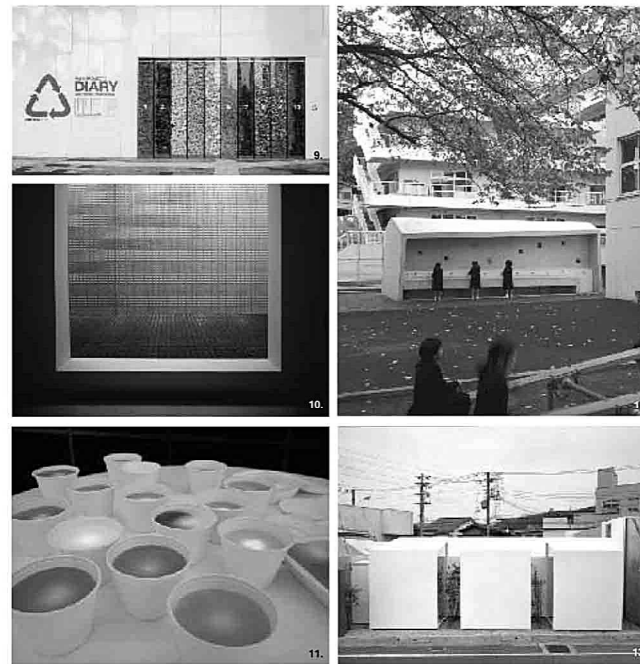
- 6. DURAS ambient (funabashi)**
株式会社シナト
大野 力
(撮影: 永井泰史)
BUY_買うこと
- 7. 箱根 Art Loop**
office mikiko 一級建築士事務所
遠藤幹子
(撮影: 坂田輝夫)
- 8. masser de la vie paradis salon**
Caresse moi
山本陽一建築設計事務所
山本陽一/伊東弥生
(撮影: 矢野紀行/Nacasa&Partners)
FEEL_感じること



JURY award

JCD審査員賞

- 9. DIARY**
大成建設株式会社一級建築士事務所
中塚泰昭/古市理/森辺賢/太田英和
藤原 稔/野瀬英来瑛
(撮影: 阿野太一)
ENJOY_楽しむこと
- 川島香子賞**
- 10. Sweet Room**
有限会社トネリコ
米谷ひろし/君塚 賢/増子由美
FEEL_感じること
- 中村竜治賞**
- 11. soup cups**
ナツメトモチ
夏目知道
FEEL_感じること
- 廣村正彰賞**
- 12. 田園調布雙葉学園屋外トイレ**
株式会社竹中工務店
藤田純也/白石充史/田口裕子
(撮影: 村井 修)
FEEL_感じること
- 面出薫賞**
- 13. 山手歯科クリニック**
株式会社アトリエKUU
熊沢信生/岩橋 翼
(撮影: 松岡宏和)
ENJOY_楽しむこと



■JCDデザイン賞委員長評
JCDデザインアワードは「世界一の空間コミュニケーションを決定する。」と掲げ、本年度から全世界へ向けての応募を開始した。一昨年から行っているインターネットでの応募では414点(うち国外25点)の応募が集り、様々な分野の審査員(飯島直樹、五十嵐久枝、岩佐達雄、牛建勝、奥平与子、加藤吉宏、柳山登士樹、小泉誠、小坂竜、妹島和世、武石正宣、太田通、辻村久信、中村拓志、長谷川演、文田昭人、間宮吉彦、ヨコモソマコト、二次審査員)24組により一次審査を行いJCD2008 BEST100を選出した。
二次審査は6月17日に東京デザインセンターにて100点のプレゼンテーションパネルをもとに審査員6名(近藤康夫審査員長、川島香子、中村竜治、橋本夕紀夫、廣村正彰、面出薫)により一般公開で審査が進められた。第1段階で入賞者25名が選出され、第2段階で金賞と大賞候補の6点を選出した。大賞決定前に入賞者の中から新人賞3名が選出された。その後大賞選定が行われ「隙屋」と「BLESS」の2点に絞られ、自然した討議のうえ僅差で「隙屋」が大賞と決定した。審査員賞は銀賞以下から5名が選出された。今年は審査終了後、審査員6名に加えBEST100に選出された中から若手6組(大坪輝史、大野力、KEIKO+MANABU、ナツメトモチ、藤原敬介、真神尚史)が集まり、飯島直樹理事長の進行のもとミニシンポジウムが行われ、JCDデザインアワードに対するリアルな議論が繰り広げられた。

JCDデザイン賞委員長/小泉誠

■審査評

空間をデザインするという意味を深く考えさせられた審査であった。審査の机上に並べられた100点の作品は、本来の商業空間中心のものから建築や住空間、ディスプレイやインスタレーションにまで領域が広がっていて実に多様な印象を受ける。

募集段階でジャンルにこだわらず空間や環境に関わる新鮮な提案をと告知し、その結果国内外問わず広く集まったもので、あえて「商」にこだわらない方針が幅のある出品に繋がったのである。

近年グラフィックデザインの領域でも活動の守備範囲は広がり、プロダクトデザインから空間、ネットやウェブを中心としたインタラクティブデザインなどの作品も多くなり、こちらも多彩になってきた。

考えたらデザインという概念にはジャンルやカテゴリーなんて最初は無かったわけで、多岐にわたる活動の範囲をある程度限定するために細分化されたのが経緯であろう。

しかしこの審査では同じ机上に並べられた作品群を同じ基準で審査するには単にジャンルの違いだけでは済まされない難しさが含まれているように思われた。

実際のインテリアデザインと建築ではデザインのパクトルは真逆に向いており、空間をデザインする意味として、内側に向かって意識の密度が凝縮してゆくインテリアデザインと、外に向かって意識が放出される環境や社会と密接な関係を築こうとする建築では根本的にデザインに対しての意味が違うのではないだろうか。インテリアデザインの対象はあくまでも「個」であり、個人の住宅であっても建築の対象は「社会」なのである。

今回審査の最終決戦で議論されたのもその部分ではなかっただろうか、あらためて空間をデザインするという本質的な意味を考えさせられた良い審査であったと思う。

廣村正彰

■審査評

デザインには人を幸福にする力が宿っている

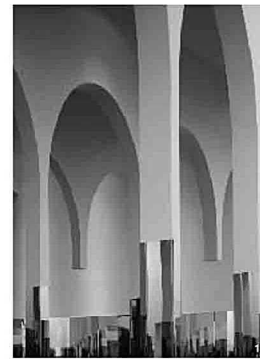
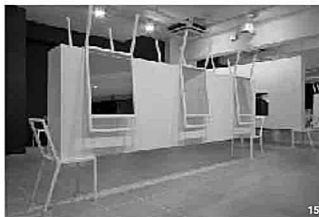
“まち・みせ・ひとから市場を読む”ことを生業としてきた私にとって、ショップデザインは重要な存在のひとつだった。そうと強く意識しなくても、人は“みせ”を訪れる時に、空間によって大きく気分を左右されるものだからだ。漂とした静謐な空間に身を置いて気持ちいきりりと引き締まったり、饒舌で賑々しいインテリアに囲まれて心浮き立つ思いをしたり——身を置くだけで、その“みせ”ならではの気分を醸成してくれるのだ。

しかもそれは、ショップデザイン単体で成立するものではなく、“みせ”の存在自体と不可分なもの。“みせ”が発信したいモノやコトを密やかに際立たせる重要な役割を担っているのがショップデザインと言える。つまり、“みせ”にあるモノやコトといった商品、それを扱っている販売員、それらを取り囲んでいるショップデザインが見事な加減で調合されている時にこそ、訪れる人は独自性のある気分を味わい、楽しんでいるのだと思う。

今回の審査においては、自分自身がそこに身を置いた時にどんな気分を味わえそうなのか——“みせ”を見て回っている時、私がいつも大切にしてきた視点から判断した。つまりあくまで“使い手の視点”に立って選んでいったのだ。

審査における多くのショップデザインとの出会いは、実に豊かな気分を味わわせてくれた。ショップデザイン単独でなく、そこにどんなモノやヒトが配されるのかに思いを及ばせながら、審査を心から楽しむことができた。そして改めて、ショップインテリアにおけるデザインのおおきな可能性を感じることができたのである。デザインには、やはり人を幸福にする力が宿っている。

川島善子

SILVER
award

JCD銀賞

14. le jardin

タカラスペースデザイン株式会社
湯口 巖

15. index hair

タカラスペースデザイン株式会社
湯口 巖

16. 荒川研工業表参道ショールーム

6D

大坪輝史

(撮影: hue singO fujimoto)

17. 北京「BORDERLINE」

ペンシルバニア大学 杉田 宗
SAKO建築設計社 青山周平
(撮影: 広松英佐江)

18. シズグローバルスタンダード 広島店

日吉坂事務所
寶神尚史/田中美香
(撮影: Daiki Aino)

19. Suspended Figure

株式会社丸田獅子建築設計事務所
丸田 絢子
(撮影: 首藤幹夫)

20. chair cafe

有限会社トネリコ
米谷ひろし
GATHER_集うこと

21. Detox Natural Antiageing DNA

タカラスペースデザイン株式会社
長尾社一郎
EAT_食べること

22. TECHTILE EXHIBITION

nosigner
ENJOY_楽しむこと

23. 杭州ロマンチズム2

SAKO建築設計社
辻 慶一郎/石塚猛志/原 信敬
BUY_買うこと

24. UT STORE HARAJUKU.

IRIKAWA & Partners/産田建築都市研究所
窪田 茂
(撮影: 矢野紀行/ Nacasa & Partners Inc.)

25. Duex

ポリティアインク一級建築士事務所
中住直義
(撮影: 山田雄良)

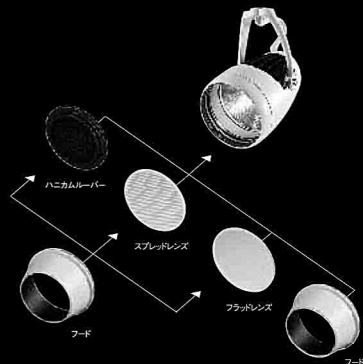
空間に+



SPOT



DOWN SPOT



レンズ、ルーバー、フード単体での使用可能。
または、フード+レンズ+ルーバーとの組み合わせ使用も可能。

mov⁺

[ムーバプラス]

本社/〒541-0043 大阪市中央区高麗橋3-2-7高麗橋ビル Tel.(06)6222-6240 Fax.(06)6222-6252

DAIKO
http://www.lighting-daiko.co.jp



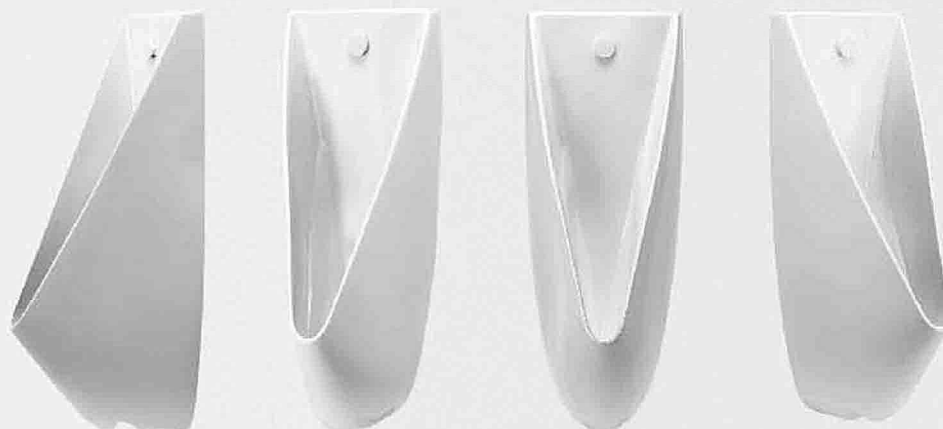
みんなで止めよう温暖化
チーム・マイナス6%

私たちDAIKOはチーム・マイナス6%に参加しています。

あしたを、ちがう「まいにち」に。

TOTO

引き算で、デザインする。



今までのトイレに足りなかったもの。

それは、「空間」という視点で発想することでした。

「RESTROOM ITEM 01(ゼロワン)」は、極限までシンプルに徹することで、

どんな空間にも調和し、どんな人にも使いやすいデザインを追求。

ここから、パブリックレストルームの未来が、はじまります。

パブリックレストルームの新基準
RESTROOM ITEM 01



商品についての技術的なお問い合わせは
0570-01-1010 受付時間 平日/9:00~18:00 土・日・休日/
10:00~18:00(夏期休暇、年末年始は除く) または www.com-et.com

プロダクトブック、おしあげます。
0120-446-719 カタログ番号【7306】
24時間音声自動受付(年中無休)

2nd ANNUAL

JCD

PRODUCT
OF THE YEAR
2008

Commercial space is a significant social presence in forming an urban environment as it holds a supporting area unique to human beings. The commercial space involves active behavior of the general public and therefore becomes increasingly important in the rapid process of urbanization as the environment which human beings are born to. For this reason, the design of commercial space is a critical issue in the design of the urban environment. The design of commercial space is a critical issue in the design of the urban environment. The design of commercial space is a critical issue in the design of the urban environment.

JCD Product Of The Year 2008

第2回 JCD プロダクト オブ ザ イヤー 2008 activities hold over the environment forming process which takes place in various forms depending on the significance of a plan and complex conditions. Even a small assignment which looks trivial at first glance should therefore be reviewed and evaluated in perspective as if we were casting protective eyes on seedling plants at a corner of the town.

JCD プロダクト オブ ザ イヤー 2008 は2回目のイベントでしたが全国賛助会社 19社から 34名の応募をいただき、全国の正会員 183名から投票がありました。各々1位は3点、2位は2点、3位は1点の点数を付け順位を決めました。

お忙しい中、資料作成ご応募いただきました全国賛助会員様、投票いただきました正会員の皆様には誠にありがとうございました。来年度は応募数のアップを図るべく、商品認知の向上等、応募された賛助会員様のメリット 拡大の方法を検討し、また正会員の皆様の投票数のアップを図るべく投票の認知、方法の検討を行いたいと考えています。次回も皆様のご支援ご協力をどうかよろしくお願ひ申し上げます。

■審査員／飯島直樹理事長

私は、様々なアワード 事業を「時代を映す鏡」と考えている。この JCD PRODUCT OF THE YEAR 2008 もそういう 結果になったと思う。環境への視点と製品化への視点が必要なり合うデザインの発信となった。

■応募資格

- 1) 全国賛助会員企業様
- 2) 2007年4月1日から2008年3月31日までに発売され、引き続き販売が継続されている新製品。
- 3) 応募点数は1社につき3点(3シリーズ)以内とする。
- 4) 審査費用 1点(1シリーズ)につき10,000円。
- 5) 指定フォーマット(A4縦)に記載、本部にて登録されたエントリーNOを加重し、1点当たりコピー700部を送付。1社で複数以上応募する場合は両面コピーとする。
- 6) 上記の応募製品の電子データ(pdf・1点当り1MB以内・1点当り1ファイル)を本部事務局にEメールにて送信する。

■審査方法

- 1) 正会員が応募商品一覧の小冊子をみて検討いただき、投票はJCDの審査ページにアクセスし、パスワードを

入力し、審査基準に沿って、上位3点を投票する。電子投票が出来ない正会員は、FAXで投票を行う。審査は1位3点、2位2点、3位1点を与え集計する。

- 2) 審査基準は、「デザイン、機能、エコロジカル性、ユニバーサルデザイン性、アイデア、革新的技術、新素材など総合的な観点から、一番評価できるエントリー製品」とする。
- 3) 2008年度審査委員会 飯島直樹理事長、奥野副理事長、大瀧寺副理事長、太田事務理事、鈴木業務委員長、白井関西支部長、藤村関西支部研究委員長で構成する。

■表彰

- 1) グランプリ1点と準グランプリ2点を設ける。
- 2) 発表はJCDホームページとSHOKANKYOで行い、正会員の投票結果を公表する。
- 3) 表彰式は5月24日の2008年度総会で行い、表彰状あるいは贈呈するものを贈呈する。又総会会場で受賞製品の展示コーナーを設ける。

1位

大光電機株式会社
「fe:el」
照明器具



■審査評

「白熱球は無くなってしまふのか?」という時代。その中でLEDは毎日のように進化しており、照明の演出性という点も重視されている。ひとつの器具で、色温度、明るさをコントロールできるダウンライトとして、feelは大きな評価を得た。

■受賞社謝辞

今回、圧倒的多数の正会員様のご指示をいただきグランプリを頂戴いたしました「LED DOWNLIGHT fe:el(フィール)」は、LEDの特徴を最大限に活かし、R(赤)、G(緑)、B(青)の光の三原色のLEDを組み合わせ、照度、色温度が任意に調整できる機能を有した画期的なLEDダウンライトです。

5月24日に開催されました「社団法人日本環境設計家協会 第48回通常総会」で飯島直樹理事長よりGrand Prix 賞を授与いただきましたが、席上飯島理事長から上記のご挨拶をいただきま

した。受賞の理由をまさに「時代を映す鏡」としてご評価をいただきました。お陰様で受賞以降多くの引き合いをいただき、ファッションブティック、レストランから歯科医院に至るまでの納入実績を着実に増やせていただいております。弊社では引き続き皆様のご期待に沿えるようにLEDを始め新製品の開発はもとより、それらを的確に使いこなす照明ソフトも含めて、皆様にご提案、ご提供してまいります。大光電機株式会社 経営戦略室広報部長/中尾貴也

2位

TOTO株式会社
ネオレスト ハイブリッドシリーズ | 衛生陶器



3位



■審査評

水も大きな時代の要因にさらされている。トイレに水は不可欠だから節水は世界性を帯びる。便器がハイブリッド車と同じ水準で価値を生み出す。

■受賞社謝辞

この度は、たくさんの中からネオレストハイブリッドシリーズをご選出いただき、誠にありがとうございました。昨年のネオレストAに引き続き、2年連続でTOTO商品を高く評価していただけたことは大変嬉しく思っております。

TOTOは、単なるトイレ空間ではなく本当の意味で心の休まる、落ち着いた空間、「RESTROOM」を目指し空間への提案に力を注いでおります。このネオレストハイブリッドシリーズは、無駄なすき間や凹凸をなくしたシャープなデザインが特長です。空間にさりげなく溶け込み、すっきりとした飽きのこないデザインはデザイナーの空間へのこだわりが伝えられるものと確信しています。どうしても

■審査評

デザイナーにとって天井面の凹凸はこのほかを使う。ミリ単位でこだわる部位だ。目地タイプの点検口を選んだときに照明器具のトリムレスは多くのデザイナーが望むもの。それをパネル照明で果たした。

■受賞社謝辞

今回受賞しました「JustLight スクエアパネル」は、パナソニック電工のSmartArchiシリーズのコンセプトである建築との調和を大切に、存在を主張するのではなく建築との心地よい関係性と連続性を意識した洗練された光とフォルムを実現しています。特に空間との融合を目指し部材に徹することで、空間に与えるノイズを解消し、照明器具としての存在感を軽減しています。空間において光だけが存在し、余分な造形要素を排除、ぎりぎりまでシンプルさを追求しました。

機能的にも照明器具でありながら、トリムレスで天井仕上げ後

便器が住役になりがちなレストルームもネオレストハイブリッドシリーズなら、あくまでも空間を引き立たせ居心地の良い空間を演出します。デザイナーの要望に応えるネオレストハイブリッドシリーズです。

従来のタンクレストイレはタンクがないためコンパクトですっきり見え、人高も高いですが、水道直結式のため給水圧力の制約がありました。しかし、ネオレストハイブリッドシリーズはTOTO独自のハイブリッドエコロジシステムにより、水圧の低い所でも水圧を気にせず設置することができます。また、洗浄水量も、従来13Lだったものがネオレストハイブリッドなら5.5Lと半分以下で環境にも更に優くなりました。また耳障りな洗浄音も飛んなくなりました。デザイン性と機能を兼ね備えたネオレストハイブリッドシリーズを是非ご検討いただきたく、お願ひ申し上げます。

弊社では、今回の受賞をスタッフのエネルギーとして新商品開発に励む所存です。これからの新商品にどうかご期待ください。

TOTO株式会社
レストルーム事業統括部/木野内祥子

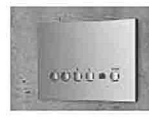
でも器具取り付け可能な構造。照明器具ながらの反射板とランプ位置の最適化による均斉度の高いパネル面、ランプメンテナンスがしやすいパネル取り付け取り外し構造を採用しています。

器具パリエーションも長寿命のLED、コンパクト蛍光灯を光源として揃え、大きさも300mm口、300mm×150mm、150mm口、75mm口と使いやすいサイズにて展開しています。

是非一度、実物にて細部までこだわったパナソニック電工の製品づくりを体験ください。パナソニック電工株式会社 照明事業本部 東京商業施設LAB 所長/久米 任弘

4位

パナソニック電工株式会社
ライトコントロール『リビングライコン』
照明付属器具



5位

三協立山アルミ株式会社
「instax」インスタックス
サンチュ建材



6位

神谷コーポレーション株式会社
フルハイドア
ドア建材



7位

大光電機株式会社
LEDベース
照明器具



8位

セラテレーティング株式会社
手洗器 CERAオリジナル CEL420
衛生器具



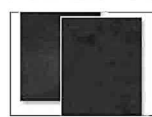
9位

株式会社サイカ
ツイスト
壁材



10位

株式会社中川ケミカル
鉄網シート
装飾シート



10位

パナソニック電工株式会社
マートアベース スポットライトシリーズ
照明器具



空間の余韻。 日本の上質がここにあります。

プレミアム

素材シリーズ

プレミアムな素材感で
こだわりの空間を

インポート

世界から運び届いた
深玉のコレクション

ベーシック& パターン

豊富なデザイン性と
究美のラインナップ

不燃認定 機能性壁紙

高い機能性と美しさの
コラボレーション

特殊商品

多様なニーズに応える
専門性の高い商品

総合壁装材 エクセレクト 2009-2011 プレミアム・ウォールをコンセプトに
XSELECT 新しい価値をご提案します。



本社/名古屋店 TEL:052-564-3111
<http://www.sangetsu.co.jp>

東京店 TEL:03-3474-1181
大阪店 TEL:06-6414-3311
札幌店 TEL:011-832-3111

仙台店 TEL:022-267-3765
岡山店 TEL:086-292-3300
徳島店 TEL:082-441-6181

名古屋ショールーム TEL:042-564-3225
東京ショールーム TEL:03-3505-3300
大阪ショールーム TEL:06-6347-3110

広島ショールーム TEL:082-233-3551
岡山ショールーム TEL:086-292-3300
福岡ショールーム TEL:092-441-9500

ヨーロッパの高級タイル
TAJIS PASSO
タビスパセオ (1806)

ヨーロッパの高級タイル
TAJIS REFINA
タビスレフィナ (1816)

自然がお手本。

水辺に美しいタイルのイメージ
TAP S CANALIS
タビスカナリス (1808)

レンガに柔らかなタイルのイメージ
TAPIS CORTIE
タビスコルティ (1807)

TAJIMA CARPET TILE
タビスルークシリーズ

安全で、清潔で、美しく、快適で、長持ちする

DURABLE SAFE CLEAN BEAUTIFUL COMFORTABLE

タビスルークLA (1806)

タビスルークPS (1808)

営業本部 〒101-8577 東京都千代田区豊洲 3-11-13
TEL:03(5821)7731 FAX:03(5882)5908

東京営業所 〒101-8577 東京都千代田区豊洲 3-11-13
TEL:03(5821)7741 FAX:03(5861)30819

大阪営業所 〒566-0003 大阪府大阪市西区京町堀 1-10-5
TEL:06(6441)5951 FAX:06(6444)2596

TAJIMA SHOWROOM
〒101-8577 東京都千代田区豊洲 3-11-13
TEL:06(6441)7731 9:30 ~ 19:00 (日・祭日)

www.tajima.co.jp 総機 03-5821-0330

描いていくのは、人の流れ、こころの動き。

想像する。
何も無い場所にも、どれだけ人を惹きつける空間を描けるか。
いい空間は人が集まるだけでなく、行き交う人の
こころまで突き動かす。驚きや感動をもたらす空間は、
新しい出会いや発見を生み出していく。
理想は、やがてずっとそこに刻まれる空間をつくること。
そこには、誰れる人の輪を描き、にほひを大きくしていく力があります。
しかし、人のこころを動かす空間をつくりだしていくことは、
簡単ではありません。受け継がれてきた技術。
積み上げてきた経験、時代を渡りぬく。
一人ひとりが持つ力を注ぎながら、結び上げていく。
一つひとつ、丹精こめて、私たち、丹精社の思いです。

- 商業・サービス空間
- 商業・教育イベント
- レジャー・アミューズメント空間
- 文化・教育イベント
- 文化空間
- レジスタンス空間
- パブリック空間
- オフィス・コミュニケーション

株式会社 丹精社
〒110-8549 東京都豊洲 3-11-13
TEL: 03-5821-7221(代表) www.tanseisha.co.jp

札幌・仙台・名古屋・大阪・福岡・東京

NOMURA

人が集う場、そこにはいつも
楽しさとか、おどろきとか、が溢れています。

Prosperity Creator NOMURA
<http://www.nomurakougei.co.jp/>

貴客を導くための空間・コンテクティング、企画・デザイン、調音、制作工芸から仕立まで一貫したサービスを提供する

株式会社 乃村工務社
本社：東京都港区赤坂2-3-4 Telephone 03-5961-1171(内線) 〒155-8572
営業所：東京・410-8521 大塚駅前1-6-16 TEL:03-5921-1111

ニチハ 緑茶パワーで 抗菌・消臭

この製品には茶殻が再利用されています。

新商品 エコロジーデザイン インテリアウォール
エコアートプラス

無菌製法で導入セメント系
不燃材料認定 NMA-2104

35×220×455

快適な室内環境を演出
エコアートプラスは、すぐれたデザイン性に抗菌・消臭力を加えた新しい機能性内装材。伊藤園とニチハの共同開発商品です。

ニチハ株式会社
本社 東京都港区東麻布 3-5-205
TEL:03-5205-3916
<http://www.nichiha.co.jp>

営業用家具のエキスパート
BELL FURNITURE

ベル・ファニチャー

[本社・ショールーム] 〒232-0014 横浜南区吉野町4-17-3 TEL: 045-252-1411 FAX: 045-252-1407
[東京ショールーム] 〒150-0000 東京都渋谷区神宮前1-14-3 原宿アパートメント401
<http://www.bell-f.co.jp/>

表情のある、上質な空間へ

SAKAI

www.sakairib.com
0120-07-7810

Designer's Report スポットライトのデザイン考察

大塚啓 パナソニック電工デザイナー

「光だけほしい。」

これは私たちデザイナーの間で、ダウンライトやスポットライトなど、テクニカルライティングツールをデザインする上での暗黙のセリフになっています。この言葉のもつ意味はつまり、空間に必要なのは、光の効果であって照明器具の存在ではない、黒子になるべきだという意味です。しかし全く存在しなければ空間を照射できない。このジレンマをダイレクトに考えさせられるのがスポットライトなど、空間に露出しなければならないライティングツールのデザインだと感じています。では、空間に露出しても許されるデザインとはどんなものか、その答えは一概ではないことは明白ですが、これまで、空間デザイナーの方々とお付き合いのなかで学ばせていただいたことから、スポットライトのデザインについての考えを述べさせていただきます。

存在の理由

スポットライトの役割は、言葉の通り、その対象に「スポット」をあてること。光の機能が目的を果たさなければ、存在の理由はまったくありません。現場の条件から、天井を貼らない場合に選択されることが多く、ライティングレベルとも設置し、お店のレイアウト変更にあわせて移動できるよう、フレキシビリティを求めた結果、手法の最終手段として、ようやく土俵に上がることが許されます。天井をはる場合などは、多灯用アジャスタブルダウンライトなどの手法のほうが、空間へのノイズは少なく、すっきりします。しかし、よりフレキシブルに、より光の効果を発揮するという条件と引き換えに、この矛盾を克服して採用されるのが、スポットライトの存在理由です。よほどのマニアでない限り、空間デザイナーの方は、好き勝手に空間に幾つもつけたいわけじゃない。むしろ露出しても許してやるんだからとしゃべらんじやないぞ。というのが前提なわけで、最初から存在を歓迎されたシャンデリアなどは立場が違います。したがって、そのデザインが、ユーザーにとって納得のいかないモノであったら、これほどの罪はないでしょう。だからこそ、既に罪を負った存在を、いかに善良な存在に変え、満足していただけるか、がデザイナーの醍醐味であると思っています。むしろ、罪をまぬがれ、存在を与えられた唯一のテクニカルライティングツールとして、堂々と、しかし納得されて存在するために努力しています。

二つのシンプル

黒子になるためのデザインとして、最も簡単な言葉で、シンプルなデザインとよくいいます。空間におけるシンプルには、二つの解釈があると思います。ひとつは、建築と同じ要素である幾何学を基本としたデザインです。建築部材と同じ記号である筒型や直線的な要素は空間の部材としてそこに存在できるという考え方です。もうひとつは、機能をそのまま形にしてしまふ、いわゆるケーシングをしないスケルトン的なデザインにすることだと考えています。機能が機能のまま必然として、理由のある形であれば、それは許されるという考え方です。例えば、プロペラ機のプロペラのようなもの、バイクで言えばエンジンのようなものかもしれません。形は一見無骨でも、機能美としてびったりその空間にはまっている状態。一見、幾何学で構成するシンプルな構成とはまったく違う解釈に見えますが、空間によってはむしろ黒子になるのではないのでしょうか。そういう意味でこの二つの解釈は同義です。またこの二つの選択は、空間によって、また、人の解釈によって決まるように感じますが、どちらの場合にも肝心なのは、必然としての形やディテールが集合体として、結果/バランスのよい姿になるように見極めることだと考えています。

積上げから新へ

この二つのルールとも言うべき解釈を踏襲した上で、現状に何かを積み上げられないか、また、新しい方はないか、と考えています。写真1の筒形のスポットでは、シンプルな筒である以上、もう何もデザインすることがないように見えました。しかし通常、灯具が90度首振りをしたときに、アームを回避するために、筒に切り力キ溝ができてしまいます。このノイズをなくせないか、と考えました。筒が完全な筒でありたいということをもう1度追求した結果、ヒンジの軸をずらすためL型アームとし、そのヒンジ部を灯具の後面に埋込む構造をとることで、これを解消しました。シンプルの解釈として、ひとつ積み上げられたと思っています。写真2のように、もうひとつのシンプルの解釈の例では、反射板をそのままの形として外に出し、ケーシングをしないことのみミナマルさを表現しました。また、放熱するためのフィンや、ソケットを最小限で覆う六角形のソケットカバーなど、すべて理由のある形で構成しています。セラミックメタルハライド

ランプの灯具とは思えない軽快さが、空間にシンプルな存在となれることをおぼたつたものです。さらに、スポットライトのあり方をもう少し前向きに考えるならば、スポットライトの機能を残したまま、通常設置できそうな場所などに、フレキシブルな光を与えるシチュエーションはないかと考えました。例えばガラス建築などのマリオンやサッシに電源をまわしても取り付けたくなる建築的スポットライトはできないものか。そう考えて開発したのが写真3の薄型スポットライトです。薄型にする理由として、すっきり納まるという以外に、超狭角配光によって遠距離照射ができる機能の実現を同時にねらいました。ランプに対して反射板を、薄く大きくすることで超狭角の配光をつくれるという必然を生かしたのです。ハロゲンタイプは、わずか47mmの薄さを実現し、天井はもちろん壁や設置も取り付け方向自在、照射方向も自在なデザインとすることで、これまでのアイテムにはないあり方を提案できたと考えています。光栄にも、このスポットはドイツの権威あるデザイン賞「iF賞」を獲得しました。まだまだ課題は多いですが、スポットライトは、空間に光効果を発揮しているときこそ、美しく満足いくデザインを目指しています。



大塚啓 (おおむら としろう)
1990年パナソニック電工入社
建築の照明プランニングを担当した
後、照明デザイングループでプロダク
トデザインに従事。
主にSmartArchシリーズ、NDSシリーズ
を担当。

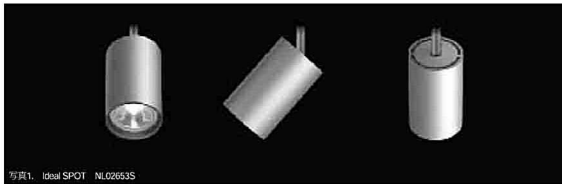


写真1. Ideal SPOT NL02653S

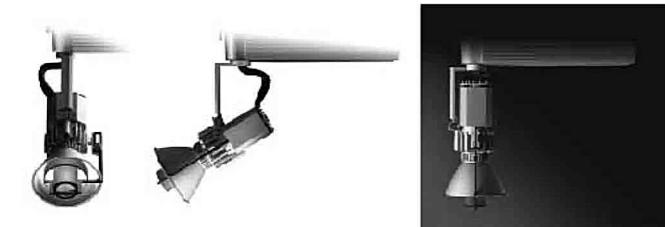


写真2. BIT SPOT NDS071055Sp

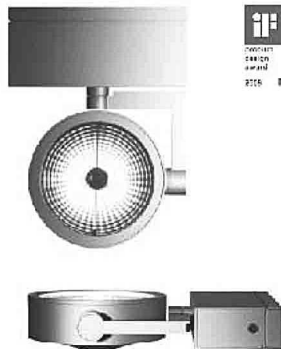


写真3. SmartArch薄型SPOT NYY32301S

Panasonic
ideas for life



操。

JCD Schedule

JAPAN SHOP 2009 2009.03
 JCD プロダクト オブザイヤー 2009 2009.03
 JCD 新回通常総会 2009.05
 JCD デザインアワード 2009 公開審査 2009.06

ギャラリー情報

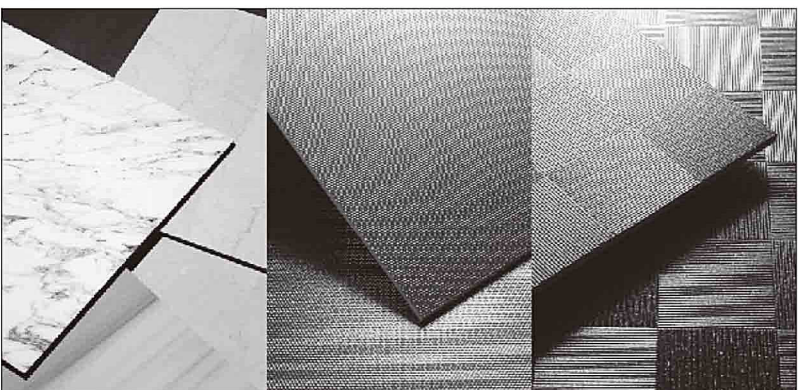
東京都庁第一庁舎南翼5階 45F 麗望ギャラリー
 〒163-8001 東京都新宿区西新宿2丁目8-1
 新宿パークタワービル 1F ギャラリー 1
 〒163-1001 東京都新宿区西新宿3-7-1 TEL 03-5322-6640 <http://www.shinjukuparktower.com/>
 TOTO テクニカルセンター大阪
 〒541-0056 大阪府中央区久太郎町 3-6-8 御堂筋ダイワビル 2F
 TEL:06-6253-5675 <http://www.com-et.com/ttc/facility-guide/osaka/>
 ギャラリー・間
 〒107-0062 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/gallery/>

EXHIBITION

安藤忠雄建築展「挑戦-原点から-」大阪巡回展
 TOTOテクニカルセンター大阪/2009.2/11日(水)~3/7(土)
 JAPAN SHOP
 東京ビッグサイト東4-5ホール/2009.3/3(水)~3/6(金)TEL:03-5255-2847
 クラインダイサムアーキテクツの建築
 ギャラリー間/2009.4/8(水)~6/6(土)
 ミラノサローネ国際家具見本市
 ローマ市の新見本市会場 (Fiera Milano Nuovo Quartiere) 2009.4/22(水)~4/27(月)

ウェブサイト情報

(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.japandesign.ne.jp/>
 日系ShopBiz <http://www.shopbiz.jp/>



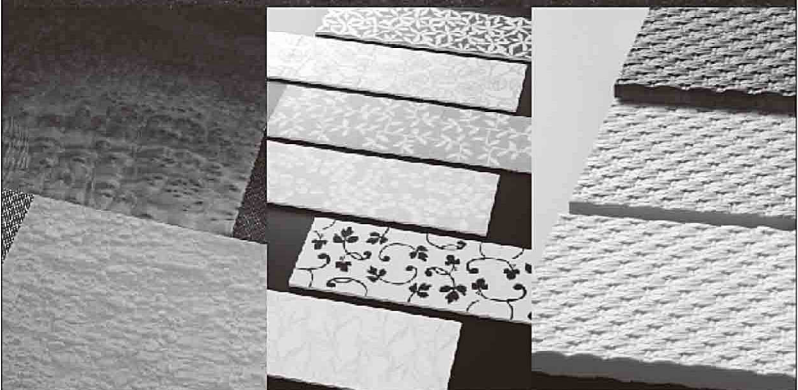
REALMARBLE
 【リアルマールブル】

TETSU / Standard type
 【鉄 / スタンダードタイプ】

TETSU / Grid type
 【鉄 / グリッドタイプ】

KURIYAMA NEW TILE COLLECTION

— 新たな6種類のマテリアルズが新しい商業空間を創造する —



KOBU WOOD
 【コブウッド】

SOKA
 【蘇花】

CARPET TILE
 【カーペットタイル】

最新タイル建材カタログ SUPER MATERIALS VOL.7

クリヤマのスーパーマテリアルズは、国内外のデザイナーとコラボレートすることでクオリティを極め、今までないオリジナリティを実現した「空間創造タイル建材コレクション」です。独自のノウハウと最新テクノロジーの融合によりコストをも追求した製品を、新しい空間を創造する、全てのクリエイターにご提案いたします。最新カタログにはスタンダードタイルやデコレーションタイルを多数掲載しています。



お問い合わせ・カタログについては、下記まで

KURIYAMA
クリヤマ株式会社 大阪本社
 TEL:06-6305-5811 FAX:06-6305-5615
 URL <http://www.kuriyama.co.jp>

SHOKANKYO 78
 | February 2009 |

Japanese
 Commercial environment
 Designers
 Association (JCD)

創刊号78号 2009年2月27日発行
 発行:(株)日本建築設計家協会
 〒101-0021 東京都千代田区外神田
 2-1-5外神田会館101
 tel 03-5207-6707 fax 03-5207-6708
<http://www.jcd.or.jp/>
 e-mail:jcd@j3.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 編集長:古川紳太
 編集委員:小田秀樹 新塚英紀 笠原英里子
 美術担当:小林由幸 中辰啓也)
 監修:デザイン広告編集/古川紳太
 印刷:製本/(株)ワールドフジ
 頒布価格 ¥500