2012

SHO KAN KYO

ショウカンキョウ

1 Keiko + Manabu

5 JCD DESIGN AWARD 2012

9 JCD Product of the Year 2012

12 JCD Design Symposium

14 2012/JCD SODA

15 Information

80

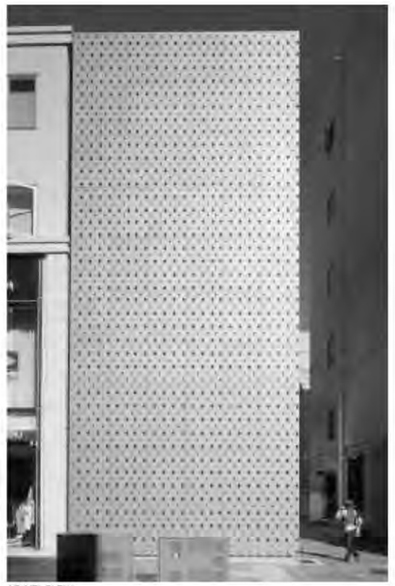
Japanese Commercial environment Designers Association (JCD)

KEIKO + MANABU

「不思議ユニット」KEIKO + MANABU のこれまでとこれから

**独創性の高い空間や造形で、
常に新しい世界観を提案し続けるKEIKO + MANABU。
JCDアワードの常連でもある2人に、
活動のルーツとデザイン観について聞いた。
なお、インタビューは新作の「ELLIPSE SKY」のなかで行われた。**

Interviewer _ Tutomu Osuga
インタビュアー/大菅　力
主に建築・インテリア系の編集者。月刊「建築知識」、季刊「iA」（現在休刊）などの編集長を務めた。現在、フリー。


LE CIEL BLEU1
photo: 中川敦玲

SOQS
photo: 太田拓実

デザインという希望の光が見えた

-この世界を志したきっかけは？

マナブ　僕の一番古い記憶は２歳になってすぐのころ、妹が生まれるので両親が家を建てたときのものです。竣工の少し前で、床は張られていましたが、仕上げはしていない。階段も踏み板がところどころ抜けている。そんな状況の現場で、大工さんが「これは学くんのベビーチェアだよ」といって椅子を見せてくれたのです。同じ日に階段に上って下りられなくなった記憶も残っています。これ以来、「家と自分は特別な関係がある」と思うようになり、大人になってもそのことに執着し続けている感じです。

-ケイコさんはいかがですか

ケイコ　私は日本とアラスカを数カ月ごとに行き来する環境で育ちました。日本にいたときは祖父母の家に暮らしていました。建築家が設計して、インテリアデザイナーが内装を手掛けた、当時としては珍しい家でした。紫色のソファがあり、Yチェアがあり、いろいろな家具が置いてある環境でした。一方でアラスカの家は平屋で、ぐるぐると回遊できる間取りの家でした。大きな庭があって、その先に海が見える。そんな環境でした。両方の家で暮らしているうちに。だんだん日本とアラスカの建物の特徴が染み込んできたように思います。この家をみても分かるように、寸法は完全に向こうのものです。

-建築学科に進んだきっかけは？

マナブ　僕は4人兄弟の3番目です。長男は勉強できました。次男は芸術的な才能があり、音楽や絵が上手でした。僕は運動ができたのですが、小中学校のときに入っていたサッカーチームのチームメイトにもっと才能のある仲間が何人かいて、彼らと比べると運動で食べていくのも無理かもしれないと思っていました。それで高校は進学校に進んだのですが、適性試験を受けると建築に向いているようでした。先ほどお話しした家の記憶もあり、また叔父が建設業を営んでいたこともあり、「建築も悪くないな」と考えていました。その一方で、芸術系の大学に行きたい気持ちもありました。ただ親はとにかく兄二人と同じ東北大学に行かせたかったようです。

そのころ「デザイン」という概念を知りました。もの凄く幅広い範囲を指す言葉で、捉え方によっては芸術学部的な概念にもなるし、工学部的な概念にもなる。デザインという明るい、ぼんやりとした光が見えた感じがしました。そんなときに無印良品が展開し始めました。盛岡でも「みどりや」というお店に商品が並び、わくわくしながら買い集めました。自分の部屋のパースを描いて、あれを置こう、これを置こうと描き込んでは楽しんでいました。

いろいろ悩んでいるうちに、当時の彼女が横浜市立大学に進むということになりました。その近くで行けそうな大学がないか探したら、横浜国立大学の工学部が東北大学と同じくらいの偏差値だと知りました。そこで、東北大学志望のようなふりをし続け、3年生になったあるとき、「横浜国立大学にいきたい」と父親に告げました。そのことで、酔った父親に殴られましたが、それが糸口となって、横浜国立大学に進むことができました。

-ケイコさんはアメリカの大学で学ばれたと聞きました

ケイコ　私は高校と大学はアメリカの学校に通いました。大学はオレゴン大学に6年間通いました。大学には入ったのですが、建築学科のある芸術学部にストレートで入れなかったので、最初は建築周辺の建築史、美術史、日本の８世紀頃の仏像のスタディ、陶芸やディズニーを研究する授業などを勉強していました。高校生のときは、建築家になろうとは考えていませんでした。それよりもインテリアに興味があり、コンペで2回賞をいただいたりしていました。建築学科に進んだのは母の勧めです。母にその方面の知識が少しあったので、「インテリアをやるにしても最初は建築を学んだ方がいい」とアドバイスされました。ちなみに最初の担当教官はインテリアアーキテクトでした。初めての授業にスタルクのレモンのスクイーザーを手にして、「これは素晴らしい」と激賞していたのを覚えています。

とはいえ授業のペースはアメリカの建築です。今のようにネットもありませんし、情報源は雑誌くらいです。そうしたメディアから得る情報から判断する限り、この先アメリカで仕事をしてもつまらなそうだなと思っていました。そんなときに「IAM-AS マルチメディア工房」（妹島和世十西沢立衛 / SANAA）の記事を見たのです。「なんだこれは！」と驚きました。そして、「これを設計したアトリエで働いてみたい」と思いました。

最初から独立するつもりだった

-マナブさんの大学生活はいかがでしたか

マナブ　横浜国立大学に進学したまではよかったのですが、入ってみると高校時代の模試の結果の自慢合戦をしている人がいて、救いは当時はまだ講師だった北山恒さんの授業でした。アルマーニのスーツをぱりっと着込んで、建築概論を教えてくれました。「建築はすべての芸術の頂点に立つ技術だ」と北山さん言うのを聞いて、「やっぱりそうだ！？」と一人で喝采していました。

北山さんは「どんどん外に行け。それが今一番いい勉強になる」と言ってくれて、実際、組織事務所からアトリエ事務所までいろいろなところに行きました。そこにはいろいろな個性の人がいて、その人たちと付き合うには音楽もアートも、政治や哲学も勉強しないといけない。おかげで学校の勉強をする暇がなかったし、嫌いな授業には出ませんでした。このまま学校の勉強だけやって卒業してしまったら、デザインという包括的な概念については何も学べないまま、何も知らないただの工学部青年になってしまう。そんな風に思っていました。

-当時、刺激を受けた建物はありますか

マナブ　大学の先輩に「沢瀬君は変っているから、渡辺誠さんが設計した青山製図専門学校をみてきたほうがいい」と勧められて、見に行って衝撃を受けました。そこで、渡辺誠さんのところにアルバイトに行く大学院生に一緒に連れて行ってもらって、一生懸命に模型をつくって何か面白いことを言うみたいなことを毎日やっているうちに、渡辺さんにだんだん近づくことができて、アルバイトとして雇ってもらうようになりました。

。

-模型づくりが上手なんですね

マナブ　ちょっとした軽口と手作業は得意なんです。手作業は兄と妹のほうがもっとうまいのですが、世間に出ると僕もそれなりみたいで、模型を出すと「おおっ！」とびっくりしてもらえる実は小学生まで長男のラジコンのメカニックでした。モーターの調整などをやっていたので、細かい作業は身についているのです。

-学校のほうはどうなりました

マナブ　留年してしまい、仕送りが止まってしまいました。そんなときに北川原温さんの事務所から展示会用の模型を頼まれました。1か月半40万円で請けました。まず建築の図面を模型の図面につくりかえる。いわば施工図です。それをもとにオープンデスクの人に部品をつくってもらう。僕は夕方の6時に北川原事務所に行って、彼らの仕事をチェックして、始発で帰っていました。ウォークマンにはライ・クーダーの「パリ・テキサス」。マクドナルドで何か買って、ビールを飲みながら帰る。そんな生活でした。

その一方で、インスタレーションを制作して、「ジャパン・アート・スカラーシップ」というアートの賞をとりました。「もしかしたらアーティストになれるかもしれない」という思いもあって、模型で稼いだお金を作品づくりに使っていました。でも生活が困窮するので、段々と世界観が病んでくるのです。電話が止まって、次にガスが止まってみたいな状況でしたので、作品づくりは行き詰っていきました。

-転機が訪れるのはいつですか

マナブ　大学7年目のときです。北川原事務所の方からの紹介で、石田敏明さんのところでも大きな模型をつくることになりました。模型をつくっているうちに、いつのまにかスタッフになっていました。やがて先輩スタッフが辞めていったこともあり、所員になっていました。このときセネガルの美術館コンペに参加することになり、担当することになったのです。

でも、これまで突飛な提案ばかりしていたので、いざ取りかかろうとしても、美術館の平面が描けないのです。なんとか最後の1週間を寝ずに頑張って提出したのですが、その1週間がとにかく最悪でした。そこで虚脱状態になってしまい、仕事もしばらく休んでしまいました。「自分はなんて情けないやつなんだ」。そんな気持ちでした。休んでいるうちに気持ちを整理して、「石田さんに小さな木造住宅のつくり方から教わろう。行きたくないなら学校はやめよう。中退することでハンデを背負ってしまうのも仕方がない。」そんなふうに考えました。そして石田事務所の最後の1年間で木造住宅を担当して、独立しました。

-ケイコさんは妹島さんのところに首尾よく入所されましたね

ケイコ　アメリカの大学卒業後に就職活動の情報もなく、一番行きたいSANAAにトライしようと、キャリアウーマン風の細身のスーツをきて、きちんとヘアメイクをしてきれいに撮影してくれると噂で聞いた伊勢丹で写真をとりました。その写真で履歴書をつくり、採用していただくことができました。妹島さんはちょうどシドニーの美術館のコンペを獲ったころでした。初めての海外の仕事だったので、作品云々というよりも語学の部分で「じゃあどうぞ」という感じだったのかもしれません。ただ、その仕事は途中で止まってしまったのです。

そうした事情もあって、妹島さんが石田敏明さんの事務所に声をかけてくれて、石田さんのところでアルバイトをすることになりました。そのときにマナブと出会いました。石田さんの事務所は1年後に辞めることになるのですが、そのタイミングで妹島さんから電話が入ったのです。「プラダビューティの仕事をやることになったので、英語ができるスタッフがほしい」ということでした。そんなわけでSANAAに入り直しました。このときの担当プロジェクトがインテリアだったのも、今の活動に影響しているような気がします。

-両方の職場はいかがでした

ケイコ　SANNAはボスが女性ということもあり、男女の分け隔てがなく、外国からのインターンや仕事もあり、黙々と作業するという雰囲気でした。自分の責任で１つのプロジェクトを任されるのも大変でしたが、楽しいことでもありました。一方で石田さんのところは、当時は男性がメインで女性が補佐という感じで、そこに少し違和感がありました。いずれにしても、最初から独立するつもりで働いていたので、いい経験になったと思います。

つくったものが評価されないと次がない

-2人で活動をはじめたのはいつからですか

ケイコ　KEIKO + MANABUの活動を開始したのは2005年です。私はSANNAを辞めた後、2004年から2005年までフランス人のインテリアデザイナーのアシスタントをしていました。そのときのクライアントから「ファサードのデザインをやらないか」と声がかかりました。そのとき、一人でやるのは難しいと感じたのでマナブに声をかけました。それが「LE CIEL BLEUKO-BE」で、最終的には内装もやらせていただくことになりました。

マナブ　当時僕は設計事務所（ロコアーキテクツ）を共同主宰していましたので、「LE CIEL BLEU KOBE」の仕事は、それとは別のユニットとして取り組みました。結局、設計事務所のほうは2008年に解散してKEIKO + MANABUに専念することになりました。

-商業系の仕事にとまどいはなかったですか

ケイコ　アシスタントをしていた経験が大きかったと思います。デザイナーの彼女は絵を描くだけで、図面を起こしたり、クライアントや施工者との交渉は私がやっていましたので、予備知識を得ることができました。またフランス人特有の色使いや材料の使い方に刺激を受けました。

-建築の仕事とインテリアの仕事の大きな違いはなんですか

ケイコ　インテリア、特に商業ではいろいろな素材を使います。そこが違います。それから、商品があるというのも大きな違いです。SANAAで担当していた美術館も作品を陳列したりはしますが、売り買いをする場ではないので、切実さが違います。そして、売り買いにはその店独自のやり方があります。ど

LE CIEL BLEU2
photo: 太田拓実

うやって商売をしているのかという方法論を聞きながら、どのように展開していきたいのかということを議論できるといい結果になることを知りました。「LE CIEL BLEU KOBE」は関西発のブランドで、売り上げもよく、盛り上がっていた時期だったので、凄く刺激をうけました。世界中からデザイナーの服や靴が集まり、その素材からインスピレーションを受けることもありました。「LE CIELBLEU」に関しては「本当にSANNAにいた人の作品なのか？」と感じる人もいたようですが、個性は出せたと思います。

-今回、KEIKO＋MANABUとしてははじめて住宅のディレクションを手がけました。デザインする上で商業系の仕事との違いは感じましたか

マナブ　この住宅の家具として、西武百貨店の仕事でつくった蝶々とハートのソファのような可愛い形のソファを置いたらどうかと提案しました。そうしたら「何か違う」と施主に言われたのです。蝶々やハートは不特定多数の人のためのデザインで、暮らすためのデザインというのはまた別なのだなと思いました。やはり仕事モードのときとプライベートなときとでは求めるデザインが異なると思います。

ケイコ　オーナーと直接話ができるのが住宅のいいところです。企業とのお仕事だと、担当の方と打合せをすることになりますが、打合せと違う要望が戻ってくることがあります。要は意思決定者と直接やりとりできないので、やりたいことが伝わってこないことがあります。だんだんそこは改善されていますが。

-どのように改善を図っていますか？

マナブ　特別な働きかけはしていません。単純にできたものを見て、意思決定者がそれを気に入ってくれて、直接会えるようになるのです。そうすると、「そこがいい」「あそこが面白い」という話ができるので、次の仕事ではその部分を伸ばしていくので、もっといいものになります。特に僕の場合経歴に×印がついているので、つくったもので評価されないと次がないのです。

ケイコ　幸運なことにLE CIEL BLEUKOBEを見てBLESS、そしてDISEL、SOQS、西武百貨店、と今のところ仕事が仕事を生んでいます。

マナブ　ただ、ビジネスは成功と失敗だけではありません。その間の白黒はっきりしないケースがほとんどです。そういうときにこそ我々は機能したいと考えています。だから、お店がなくなるのはつらいです。なくならないために商品の価格やデザインなど、いろいろな面で商品企画にも口を出します。それが反映されるときもあります。

-活動の目標はありますか

マナブ　目標はありません。ただ面白く仕事をして、楽しく生きていきたい。だから作品をつくっている間は執着します。作品の数は少ないけど、満足のいくものができたうえで次に行くという感じの活動が理想です。究極はその積み重ねで社会をすこしずつよい場所に置き換えていきたいと考えています。勝ち目は少ない、地味なオセロゲームですが。

建築の世界に所属している意識はない

-KEIKO＋MANABUは建築のバックグラウンドをもっていますが、インテリアの仕事もたくさんやっています。建築というのは2人にとってどういう存在ですか

マナブ　20年くらい前から建築がニッチな学問になってきているように感じています。安藤忠雄さんがやっていた円弧を描く光のきれいな入れ方とか、谷口吉生さんが植木荒爾さんと追求したインテリアに関する手法など、もともと建築がもっていた多様な側面が抜け始めています。全体としては貧しくなっているように思います。一方でインテリアの世界は、そうした手法が商売に直結するので、しっかり残っている。そうした建築が本来もっていた多様性をあらわした建築をつくっていきたい。
たとえば、日本だと、デコンストラクションはなかったことになっています。でも、国外に出たら今でもばりばり建てられています。僕も破裂したような建物は好きではないですが、そういう流れがあったことはきちんと刻みたい。この住宅にもそういう思いが込められています。

ケイコ　建築とインテリアを切り離して考えたくないです。業界的に住み分けは今でもあるけど、自分のなかに線引きをする必要はない。どうやってその２つを一体にできるか。そのことを追求していきたいです。

-建築の世界に所属しているという意識はありますか？

ケイコ　ないですね。建築の世界からは、どう扱っていいかわからないと思われている感じがします。インテリアの世界の人たちは、普段様々な方と接しているからだと思うのですが、すごくオープンに好意的に受け入れてくれて、面白がってくれます。この住宅を見ていただいたときも、反応がすごくストレートに伝わってきました。一方で、日本の建築関係者は、「どう評価していいのかわからない」という感じでした。

ではお二人の肩書はどうされていますか？

マナブ　迷いどころなのですが、KEIKO＋MANABUの肩書としては、「建築デザインチーム」です。スタッフや手伝ってくれる学生なども含めているつもりです。個人としての肩書はさまざまですが、メディアに出るときは人が付けてくれたものを使うという感じです。雑誌によって「建築家」となっていることもあります。大学ではインテリアを教えているので、「インテリアデザイナー」と名乗っています。

-ちなみにKEIKO＋MANABUは法人ですか？

ケイコ　いえ法人化はしていません。確定申告などは私が個人事業主として行っています。

マナブ　僕の立場は専従者で…

ケイコ　控除対象？（笑）

マナブ　まあ八百屋夫婦の逆さまみたいな感じです。どうも僕の方にお金がたまらなそうなので、彼女に前に立ってもらっています。

ケイコ　マナブはお金の交渉から、逃げるんです（笑）

マナブ　でも、僕も予算計画はつくるし、見積りもはじくんですよ。

ケイコ　実際の交渉は私がやるんです（笑）

-個人で活動する理由はなんですか

ケイコ　単純に法人にするほどの規模ではないということです。仕事も発表しているものがほとんどですから。スタッフも今は一人ですし。契約に関してはクライアントが工夫して下さいますし、家具を購入したいというときに前払いが必要になるくらいで、特にデメリットはないですよ。

-デザインの面では、共同で取り組むのはどんなメリット・デメリットがありますか？

マナブ　お金と時間が2倍かかります。二人の第一印象がそれぞれ正反対だったりするので。だから日々バトルで疲れます。商業系のお仕事はお尻が決まっていますから、１つのプロジェクトにかかりっきりになります。一方で、事前の打合せで細部まで詰めたり、クライアントとの打合せ後の車中で方向性をまとめるなど、集中したときの進み方は早いといえます。ただ、ここ1、2年はプロジェクトが重なって少しきつかったです。

-プロジェクトごとに担当を分けるなどはしないのですか？

ケイコ　お互いに全部一人ではできない部分があります。たとえば、私は細かいところが苦手なんです。この住宅のように制作物のサッシを使うと、1年間詳細図と首っぴきになる。それは私にはできない（笑）

マナブ　それに自分の頭のなかだけだと、突拍子もないことが出てこない。そういうプロセスがないと「すごくいいデザインだね」とか「いいプロジェクトだね」とは僕は感じないですね。

-建築家のなかにはすべてを自分でコントロールしたいという人も多いです

マナブ　僕にはそういう気持ちはないですね。たとえばこの建物の装飾的なディテールのようなものはケイコの提案です。逆に換気扇のかたちは、僕が「これでやる」と最初から決めていましたよ。

ケイコ　大まかにいうと構成や色や素材は私が提案することが多いです。でも、そこは2人の好みが合うんです。

マナブ　たとえば西武百貨店の蝶々とハートのソファみたいなアイディアは彼女から出てきます。それをどうつくるかというところは僕が考えます。要は工学的な面ですね。素材や工法、ディテール。僕のほうが実務的な経験は多いですから。あとはストーリーです。あるデザインが出てきたときに、それをどんなストーリーで提案するとデザインシーンや社会にインパクトを与えられるか。そういうことは僕が考えます。

ケイコ　それから、2人に共通しているのは錆びたり、雨漏りしたり、使いづらいというのは絶対に嫌だというところです。そこはすごく保守的なんです。2人とも料理や洗濯をしますし、風呂が窮屈だったり、汚いのも耐えられない。そうした基本的なことを確保した上で楽しくデザインしたいと考えています。

マナブ　僕らは「あいつ」をデーモンと呼んでいるんです。「あいつ」とは、作品をつくるために、永遠に雨が漏り続ける建物をつくってしまう気持ちのことです。それをつくってしまうと、雨が降るたびに憂鬱な気持ちにならないといけない。KEIKO＋MANABUを始めるまでは僕のなかにもデーモンがいました。実際、大きなフィックスの窓をつくったりしたこともあります。でも商空間の仕事をやらせてもらったことで、そうしたデーモンを追い出すことができたと思います。

-今後について、考えていることがあれば教えてください

ケイコ　この住宅ができて、家は街の一部だと改めて感じました。お店は訪ねていって初めて見ることができるもので、その空間を一時的に楽しむ場所です。でも、この住宅から見ていると、毎日ここを通る子供たちや近所の方々の反応がとても面白いです。笑顔で建物を見上げて、植栽に訪れる季節の移り変わりを楽しんでいってくれている。そんな姿を見ていてふと、そうだ次はそんな皆が利用できるような、こんな場所がつくりたいな、と思ったんです。

マナブ　老若男女国籍関係なく、そこを好きになってくれた人が「いいね！」と言って滞在してくれる場所。世界のどこかに実現できたらいいな。

KEIKO ＋ MANABU

内山 敬子（うちやま けいこ）
アメリカワシントン州シアトル生まれ
1998　オレゴン大学芸術学部建築学科卒業
2000　妹島和世＋西沢立衛 / SANAA

沢瀬 学（さわせ まなぶ）
岩手県盛岡市生まれ。
1997～
2000　石田敏明建築設計事務所勤務
1998　横浜国立大学建築学コース 中途退学
2002～
2008　ロコアーキテクツ一級建築事務所 共同主宰

2005 KEIKO＋MANABU を沢瀬学と共同設立
2006 JCD デザインアワード新人賞
2008 JCD デザインアワード金賞
2009 JCD デザインアワード銀賞
2010 JCD デザインアワード金賞

TEL＋FAX 03-3416-0714
www.KEIKOMANABU.com
Facebook keiko manabu

JCD DESIGN AWARD 2012

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

■1次審査　審査員：飯島直樹、岩佐遠雄、奥平与人、笠原英里子、加藤博正、金子洋伸、鹿目久美子、小泉　誠、小坂　竜、末浪伸浩、橋本タ紀夫、間宮吉彦
■ 2次公開審査　審査員：浅子佳英、飯島直樹※、五十嵐太郎、小坂竜、中村拓志、橋本タ紀夫、平林奈緒美（※審査員長）

GRAND AWARD

—JCD大賞—

COMMUNICATE_伝えること

まちの保育園
（東京都練馬区）
宇賀亮介建築設計事務所
宇賀亮介

町とのつながりを追求する

宇賀亮介インタビュー

インタビュー・構成：大菅力

「町保育」という新しい概念をプログラムとして整理し、建築としてまとめあげた「まちの保育園」。2011年のJCD大賞に見事選ばれた同作について、設計者の宇賀亮介氏に聞いた。

-クライアントとの出会いは？

宇賀　クライアントとは、2006年にJCDの銀賞をとった「フィル・パーク八重洲」という、時間貸し駐車場上のスペースを貸すという仕事で知り合いました。松本理寿輝さんという方で、今はナチュラルスマイルジャパンという会社を経営しています。町に開いた保育園の企画をずっと温めておられました。今回地主の方とお話がまとまり、実現に至りました。

-敷地は借地なんですね

宇賀　地主の方は若い方ですが、近隣にたくさん土地を所有しています。町に貢献したいという気持ちをもっており、松本さんの考え方に共鳴されたのです。

-事業性も評価されたのですね

宇賀　保育園なので10年、20年スパンの事業計画になりますが、その間、空室率はゼロですので、安定した事業収支が見込めます。地主さんが建物を建てて、保育園は店子として入るかたちです。

-カリキュラムの特徴を教えてください

宇賀　「多様な人格と出会う」ことを重視しています。日本の場合、保育士は30代の女性が中心で、お母さんも同じ年代です。大切な幼児の時期に、同じ世代の人たちにしか接しないで育つケースが非常に多い。そこで、町の人とふれあう仕掛けをつくることで、「多様な人格と出会う」ことを実現しようとしています。

-どんな仕掛けでしょうか

宇賀　まずはカフェが併設されています。保育関係者も利用しますが、一般に開放されています。江古田の人気のあるパン屋さんに出店していただいていて、賑わっています。あとは学生です。近隣には日本大学の芸術学部や武蔵野音大などがあるので、学生にボランティアスタッフとしてきてもらっています。そのほかアーティストなども参加しています。

-そのほかの特徴を教えてください

宇賀　アトリエスタという、アート専門の保育士がいます。メーカーのプロダクトデザイナーだった方が担当しています。園内の家具は全部自作で、既製のおもちゃは使いません。リサイクルセンターから部品を集めておもちゃをつくっています。園内の様子が日に日に変わり、創意工夫が空間にあふれています。もちろん、子供にアートの教育も行います。

もう１つは対話の力を重視することです。対話は大人と子供の対話、父兄同士、父兄とスタッフなどさまざまです。幼児教育は常に現在進行形なので、大人の対話がよりよい環境をつくるという考え方です。週末は幼児教育の地位向上運動を行うNPOに無償でスペースを貸したり、イベントやミニコンサートなども開催しています。

_クリエイティブに使える仕掛けが重要

-建物について教えてください

宇賀　敷地が900平米あり、庭園が贅沢にとれています。プログラムとしては、保育スペースのほかカフェとギャラリーが求められました。まず道路に面したところをカフェスペースとしました。営業上の配慮でもありますが、常に大人がいることでセキュリティ効果も高まります。ギャラリーはカフェと奥の保育をつなぐ路地的な空間で、床がタイルになっています。そこにチョークで絵を描いたりできる空間です。一番奥はゼロ歳児童の保育スペースで、ここは閉じた空間にしています。

-町に開くうえで障害はありましたか

宇賀　東京都より「内部が丸見えだと変質者が写真を撮るので困る」と指導を受けました。そこで、床のレベルを1m掘り下げました。子供の背丈は1mもないので、外からは園庭まで見通せるので、心配されるようなことは起こりません。

-外観についてはどんなことを考えましたか

宇賀　施主からは、長くもつ建物にしてほしいといわれました。それを受けて考えたのは、コミュニティ形成には時間がかかるということと、永続性は景観に左右されるということです。そこで、周囲の景観になじむ外観を考えました。敷地は住宅地にあります。住宅地は屋根で景観が決まります。周辺の多くの家は切妻や寄せ棟で、敷地の面積も100～130平米です。ですからボリュームを分節して、屋根のかたちは寄せ棟にしました。前述したように1m掘り下げたことで、軒高は3.5mに抑えられていますので、2階建ての棟より低いくらいです。

-素材の面ではいかがですか

宇賀　陳腐化しない素材がよいと考え、れんがと木材を選定しました。前述したように大人が使う空間でもあるので、落ち着いた空間にするという意味もあります。ですから、アルミのカーテンウォールも木材で覆っています。もう１つはアトリエスタの存在です。彼らが自由に棚などを固定できるように、ビスが効くムク材を多用しました。

-アトリエスタがインテリアを変えていくことについてはどう評価されていますか

宇賀　この建物を設計するまで、自分が設計した建物に手を加えられるのはあまり好きではなかったです。でも、ここに関しては、手が加えられることで場に活気が出て、どんどんよくなってくる。外観などは町のなかの骨格なので、そこは変わらない要素としてあることが大事ですが、それ以外の部分は、利用者がクリエイティブに使える仕掛けがあることが重要だと知りました。

-公開審査では、「ちょっと甘いデザイン」と評価されました

宇賀　適切な評価です。もともと無人が一番いいという空間には興味がないので、そういう資質が出たのかもしれません。椅子１つ動かせない完成度の高いデザインをシャープなデザインだとすると、この建物のデザインは正反対で、大らかな雰囲気です。実際、高い安全性が求められるので、一般的な建物だと3Rになるコーナーが10Rとか15Rになるということも影響しているでしょうね。

-利用者にはどんな評価を受けていますか

宇賀　子供にとっては「囲まれ感」があり、落ち着くようです。あとはオープンにつながっていくなかで、床のレベル変わったり、屋根の高さが切り替わる面白さをご評価いただいています。滞在する場所によって入ってくる光が違うので、環境の差が心地。いいという方もいます

-保育園としてはどのような評価を受けていますか

宇賀　非常に高い評価を受けています。去年の4月に開園したのですが、来年は新規定員が10人なのに対して、500名の応募がありました。

-「町保育」という考え方についてはどうでしょう

宇賀　好評です。父兄はもっと開きたがっていますが、オペレーションがついていかないのが現状です。

-近隣の評価はいかがでしょう

宇賀　周りは住宅地で、これまで薄暗い道だったところが。人の気配がするようになり、治安がよくなったと評価されています。それから、カフェの売り上げも新宿や渋谷にあるお店と同程度あり、うまくいっています。

_間口が広いのがJCD賞のよいところ

-JCD賞には3回出して、3回入賞しています

宇賀　評価されるのは嬉しいですが、今回は銀賞にでも引っかかればと思っていたので驚きました。ただ、ほかの入賞作をみても、いろいろな意味で切り変わりの時期というのは感じます。

-過去の入賞作は用途も規模もまちまちです

宇賀　共通項としては、３つの作品とも町とのつながりがテーマです。僕は設計するときに、そこにモデルタイプになるような新しいものを見い出したいと思っています。この保育園もその１つで、建築学会には「新しい地域交流施設としての保育園」として報告しています。

-JCD賞をどう評価されますか

宇賀　有名から無名、組織事務所からアトリエ事務所まで応募者が幅広く、作品のジャンルも幅広いのが魅力です。一般的な建築賞には該当分野がない作品なども出せるので、応募しやすく、貴重です。空間系以外のデザイナーを含めて、時の人が審査員を担当されるので、デザインの潮流に敏感な人たちからの客観的な評価が得られるのもいいですね。審査が公開されているのもよいと思います。

-審査時にはスナップ写真を多用したプレゼン資料も議論になりました

宇賀　「この人はプレゼンが下手だね」と言われましたね。ただ、この作品で僕が訴えたかったのは、空間の質ではなく場の雰囲気なんです。スペースというよりアトモスフィア、要は空気感ですね。だからこそ、利用者の目線で撮った写真をメインに構成したのです。そこを批判されたのは少し残念でした。

-今後の活動について教えてください

宇賀　現在、財団法人都市防災研究所で研究員の業務もはじめています。日本人で建築をやっている以上、防災からは逃れられません。僕は神戸の出身ですが、5年経ったら人は忘れてしまう。でも地震はまた起こる。同じ悲劇を繰り返さないためにも、環境と防災機能を兼ねた建築的な提案を考えたいと思っています。たとえば雨水利用です。一義的には環境のための設備ですが、災害時には生活水などにすることも可能です。うだつは景観を整えるものですが、耐火間仕切りでもあります。すぐに成果が出るものではないですが、こうしたことを追求していきたいですね。

❶鎌倉萩原精肉店
（神奈川県鎌倉市）
株式会社Design Eight
藤井信介
BUY_買うこと

❷夢尋蔵
（東京都武蔵野市）
株式会社POINT
長岡 勉
ENJOY_楽しむこと

❸greeM
（山梨県甲斐市）
タカラスペースデザイン株式会社
鈴木揚三
ENJOY_楽しむこと

❹colissimo
（兵庫県篠山市）
colissimo
髙橋真之
arbol
堤 庸策
COMMUNICATE_伝えること

"金賞＋五十嵐太郎賞"
❺公文式という建築
（京都府京都市）
HAP+　米澤隆
竹中工務店
野村直毅
COMMUNICATE_伝えること

GOLD AWARD
—JCD金賞—

ROOKIE AWARD —新人賞—

①カップヌードルミュージアム
（神奈川県横浜市）
コクヨファニチャー株式会社
佐藤航＋野島耕平
BUY_買うこと

②飛騨高山のカフェ
（岐阜県高山市）
ARIWRKS
石川雄一＋三宅祥隆
EAT_食べること

③神戸国際中学校・高等学校
河野記念アルモニホール
（兵庫県神戸市）
株式会社竹中工務店
中西正佳
COMMUNICATE_伝えること

JULY AWARD
—審査員賞—

"浅子佳英賞"
⑤青山見本帖
（東京都渋谷区）
有限会社トネリコ
米谷ひろし＋君塚 賢
BUY_買うこと

"飯島直樹賞"
④Wuhan Pixel Box Cinema
（中国武漢市）
One Plus Partnership Ltd.
Ajax Law Ling Kit + Virginia Lung
COMMUNICATE_伝えること

"中村拓志賞"
⑥Tokyo's Tokyo
（東京都渋谷区）
株式会社松井亮
建築都市設計事務所
松井亮
BUY_買うこと

6th ANNUAL

JCD

PRODUCT OF THE YEAR 2012

JCD Product of the Year 2012

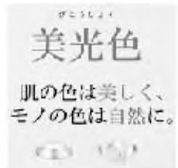
グランプリ
寺岡ファシリティーズ株式会社
フレームタッチドア

準グランプリ
株式会社ハナムラトレーディング
GLAS LUCE

準グランプリ
田川産業株式会社
天然抗菌セラミック「Limix」

4位 パナソニック株式会社
LED可変配光スポットライト

5位 大光電機株式会社
ディスプレイライト「リリー」



6位 パナソニック株式会社
美光色LEDダウンライト

7位 TOTO株式会社
クリーンドライ（高速両面タイプ）

8位 コイズミ照明株式会社
ライトパネル ベースライト

9位 パナソニック株式会社
ユニバーサルダウンライト ワンコア（LEDひと粒）タイプ

9位 TOTO株式会社
ウォシュレット アプリコット

9位 東リ株式会社
ピエスタ

理事長審査評

1位　グランプリ：寺岡ファシリティーズ株式会社／フレームタッチドア

このアワードの定番ともいえる「些細なことなんだけど、なんでこれが今迄無かったのか？」という、見落としたことの再発見バージョンである。タッチスイッチをドア枠の内側に面一で納め，視界をすっきりさせた。これでいい、という思想もあらわしている。奈良の大仏みたいな手のグラフィックもいい。

2位　準グランプリ：株式会社ハナムラトレーディング／GLAS LUCE

ツルンとした鏡の中にはどんな世界が在るのだろう？小説や幻想的な映画によって鏡の表面の裏側に黄泉の国を妄想したのはジャン・コクトーだった。彼ならずとも、鏡の裏側は神秘的な世界だ。そんな鏡の「手前の現実」と裏側の「もうひとつの現実」を同時に、しかもあっけらかんと呈示したのがGLAS LUCEである。電源のオン、オフによって鏡の魔性を再発見した製品である。

3位　準グランプリ：田川産業株式会社／天然抗菌セラミック「Limix」

素材として売ろうとしていながら、暑苦しい押しつけがましさがない。涼しげに、静かに、呈示される物質感が評価された。見た目は素の有り体、漆喰のままだが、加工が可能なタイルへ進化。素材の新たな次元を呼び寄せた。

プロダクト オブ ザ イヤー2012／理事長　飯島直樹

『商空間と分煙～多様性のあるスペースづくり』

BAMBOO SALON

■ BAMBOO SALON 概要

〔第1部〕
基調講演：橋本夕紀夫氏（橋本夕紀夫デザインスタジオ）
分煙セミナー：石田頼弘氏（JT社会環境推進部 分煙コンサルタント、一級建築士）
トークセッション：橋本夕紀夫氏×石田頼弘氏×モデレータ 笈川誠（バンブー・メディア代表）

〔第2部〕
懇親会

橋本夕紀夫氏

■ 開催スケジュール

2012年10月19日（金）大阪・中之島バンクス「de sign de>」（参加者募集中）
2012年12月名古屋（予定）　2013年2月東京（予定）　※2012年8月福岡は終了

■ 詳細・お申し込み

〔BAMBOO SALON事務局〕 http://bamboo-salon.jp

株式会社バンブー・メディアでは、各界の識者をお招きして
さまざまな知恵や知見を共有していくサロン（BAMBOO SALON）を開催しています。
今回は、空間デザイナーの橋本夕紀夫さんをゲストにお迎えし、
「分煙」について語っていただきます。
近年、飲食店や商業施設、オフィスなどで分煙環境の整備が着々と進んでいますが、
街中の喫煙スペースなどでは、マイノリティー化していく「吸う人」は
どんどん隅の方に追いやられているようにも見えます。
公共のスペースはマジョリティーの寡占が進んでいるようにも見受けられますが、
一方で、吸う人／吸わない人の双方が快適に過ごせる、
共存可能な空間創造をしているケースも散見されます。
どちらかだけを締め出すのではなく、多様な人々が集う商空間だからこそ
様々なニーズに応えられる空間が必要なのではないか。
こうした点について橋本夕紀夫さんのご意見を伺っていきます。

8月に開催された福岡セミナーでの様子。橋本氏による最新事例の紹介
分煙のソリューションを紹介する石田氏
トークセッションでは橋本氏から未来を見据えた様々なアイデアが提案された

Team Arai &
Team Muranishi

商空間を「ヒカリ」で魅力的に 最適なライティングをご提案します

tact
Lighting Design Office

DAIKO/TACT 店舗・施設系照明デザインチーム
[チーム荒井]・[チーム村西] 案件、続々提案中。

お問い合わせは、こちらまで

Team Arai 荒井(アライ)
東京TACT/Tel.(03)5600-7775 Fax.(03)5600-7785
〒130-0026 東京都墨田区両国4-31-17

Team Muranishi 村西(ムラニシ)
大阪TACT/Tel.(06)6222-6290 Fax.(06)6222-6292
〒541-0043 大阪市中央区高麗橋3-2-7高麗橋ビル

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

JCD連続デザインシンポジウム　SECTION 51 52

2012年2月28日（火）東京デザインセンター
2012年3月13日（火）大阪国際交流センター

「幸(サチ)作り・時(トキ)揃え」

今回のシンポジュウムは変革の時代の中、最前線を走っているであろうアパレル業界に焦点をあて、この業界において企業の店舗開発者とインテリアデザイナーはどのようなスタンスを取り合っているのかを探るものであった。冒頭のコピーは基調講演をお願いした繊研新聞社の中村部長のこの業界に対する熱い思いを表したものであるが、今後のストアデザインに対しても深く示唆を与える言葉となった。

今まで我々が考えてきた幸せがこのまま延長してゆくわけではない

中村　1970年代から75年ぐらいまでは大衆消費、作れば売れるという時代がありました。この時、全部握っていたのは何かというと、マスメディア。とりわけ新聞、ラジオというものが重要でした。次に現れたのが『集衆、分衆の時代』。いわゆるブランドの時代です。感性の時代。デザインが重要になっていました。これを担ったのは何かと言うと、この当時もマスメディアでした。しかし、新聞ではなくて、今度は変わって出てきたのが映像であるテレビ、そして、ファッション誌でありました。それがさらに進んで日本人が携帯モバイルを使ってメールを活用し始めたのが1995年、一般的に広がってきたのが2002年ぐらいですけど、2000年ぐらいから出てきた新しい消費というのは、メールを使って、ブログを使って、物を自分で感じて買うというやり方です。これを「私だけ商品」と言います。自分ひとりじゃなくて、だれかが言ったから、「これ、どう思う？」という形で物が売れて行くというような形です。そのときに支えているのはネットです。パーソナルメディア、one to one。これによって消費が行われていくというようなことが起きてきました。その結果、ファッションというものが、１つの動きとしてはコモディティ化してきています。逆にコモディティ化の裏返しとして、自分がクラフト、職人というような感覚も今、新しく出てきています。同時に2010年以降出てきている消費の中で考えなきゃいけないキーワードをエコ・ファーストとか、ローカル・ファーストと言います。物を買って消費することは今までは楽しみだったけれど、物をたくさん持つことは罪悪なんじゃないか、地球環境を破壊するんじゃないかという、今までの消費概念とは違うものがついに出てきたということです。そうすると、何でもかんでも買って、生活を東京ライフなんていうふうに言ってきたけれど、そうじゃなくて、これはあなたにとって必要なものですかということを考えて消費しなきゃいけない、生き方の質とか人生のありかたと消費を結びつけて考えるようなことに変わってきているということなんです。

さらに、消費のつながりというようなことが今言われています。非常に重要なのは、共感とか共鳴、つながりをつくれないと物が売れていかない時代になって行くということで、膨大な情報量の中からいかに選んでもらえるかは、それこそ人との社会関係、つながりでしかないということです。

アパレル企業が次の方向性としてやろうとしていることは幾つかあります。１つは、海外へ出て行くということ。２つ目は、新しい情報時代あるいはつながり時代に向けたスタンダードをつくろう、「ニューノーマル」という言い方をアメリカも含めてしています。それから３つ目、ライフスタイル。生き方に合ったライフスタイルをどうやって提案できるのかということをもう１回考える。４つ目、今までの衣料とか、ものづくりじゃなくて、もっと環境問題とか、全然違う取り組みをやっていこうじゃないかというようなこと。例えば今、家電メーカーが家を売る時代になっています。家電メーカーが何で家を売るかというと、家そのものが家電になっているからという形で売るんです。例えば、はだしで玄関を2、３歩歩くと、そのときの脈拍や体温を病院に全部蓄積できるというようなことを今やろうとしています。同じように繊維というとらえ方じゃなくて、違うもので表現を育てていって新しい時代を作っていくということをアパレル業界でも考えている。

重要なのは今までのような、物としての差別化、あるいはほかの店との関係の差別化じゃなくて、これからは社会の細分化ということです。１つの違ったものをいかに長く、サステナブルにやり続けるかということが今、ファッションブランドでも、あるいは店づくりのところでもこれから問われてくる。しかも、決定的なのは違いを浮き立たせること。そのことなしに、同質化したものを作り続けても、行き着くところは決まってしまう。経営で言えば、ＣＳＶということになっています。これは何かといえばCreative Shared Valueのことです。クリエイティブな、創造的な価値をみんなでシェアする。そういう価値をどの企業がつくれるかというようなことが新しい目標になってきています。これは私の考察ですけれど、どこに人が集まるのかと考えていったときに、経済で物が物々交換されたときは市場だし、エネルギーが広がってきたときは生産地だった。続いて、物が動き始めたときは、消費地。つまり、店、ショッピングセンターなど。そして、金融、情報が動き始めたときはどこかというと、情報空間。ネットの中に人が集まり始めたということです。それがさらにこれから進んで行くと、情報で事を起こすようなことが生まれてくる。あるいはさらに進んで行くと、これは予測ですけど、今後大切となってくるのは時間なんです。大量の情報の中から短時間でどうやって選ぶか、24時間の中でどういうふうに生きていくのか、あるいはその空間をどうやって、だれと一緒にすごしていけるのかというようなことが今後重要になってくる。

「コミュニティ」というものの集まり方が変わってくる、中心は仲間だし、人、ＳＮＳが利用されることでどんどん変わってくる。そのバーチャルとリアルの世界の中でいかに幸せをつくるか。今まで我々が考えてきた幸せがこのまま延長してゆくわけではない。幸せを再構築しこれからの時代をどうやって育てて行くのか。この店に来たら本当に楽しいと思えるような空間や時間そして仲間づくり、これが今後アパレル、店づくり、ブランドづくりに非常に重要になってくると思います。

「ディズニーランドはお金を取るけど、おれの店はタダだ。」

三根　ロンハーマンは65歳なんです。話をするうちにどんどんどんどん彼にひかれていったんですけど、彼が言った印象的なことは、「ディズニーランドはお金を取るけど、おれの店はタダだ」と言うんですよ。それだけ自分の店が楽しいんだということを彼はそのときに言いたかったんだろうと思うんですけど、そういうことを僕としても36とか37でしたから、世の中、新しいもの、何もないみたいな時代のときに、そのとき63歳のロンさんの「まだまだおもしろいこと、やるぞ。世の中、おもしろいこと、あるぞ」というパワーと意気込みには感激しましたね。で、彼と組んでやろうということで、サザビーリーグと組んで契約をし、千駄ヶ谷に１店舗お店をオープンしています。

お店へこられた方もいらっしゃると思うんですが、先ほどもｅコマースのお話が散々出ていましたけど、僕は全く逆で、とにかく買い物をする経験自体をしたいということなんです。なので、このお店に来てこの洋服を買った、この物を買ったじゃなくて、そこで買ったという思い出とか、そういった経験自体を売って行く。なおかつその服を着ることによって、お客さんが勇気がわいたり、きれいになったり、内面にまで影響して、そこからまたにじみ出て、お客様をもっと幸せにしたいというのが僕の考え方です。

なので、居心地がいいとかそんなことは当たり前ですけど、要は五感で感じるもの、においだったりとか、音だったり、そんなことすべてに関してその五感で感じられるようなお店を作ってほしい。なおかつお願いしたいことは、ずっと昔からここにあったような店にしてくれということ。新しくオープンしました、ピカピカですじゃなくて、「あれ、これ、あった？」というようなお店にしたい。

何だかいい生活しているなとか、何かこういうライフスタイルしてみたいなというところが表現できたらいい

吉田　今、デザインの感覚が変わってきているのは間違いないと思います。何かこう、ビックリするような形とか、見たこともないものを創出するという、そういう感じでもなくて、ロンハーマンのときに本当に心がけたことなんですけど、時間をデザインしたいなと思って、このときは一緒に訪れたＬＡでの体験ですとか、そういったことを日本でやったらどうなるのかというのが一番大事なことの１つでしたね。

昔からあったようで、でも、何だかおもしろそうだなって。

きるとか、僕はやっぱりそこで空間で語りかけたかったですね。いいお店に来たな、何かもう１回来てみたいなと思うようなお店にしたいなと思って。ですから、例えば、表層的にはものすごくくだけたり、わざと閉じていたりする部分があったりするというのはそういうことなんです。来てよかったなと思っていただけるようなお店のためにも、やっぱり素朴な、ある意味、そっけない部分も多いです。ロンハーマンは、ただ服だけじゃない部分もたくさんあって、カフェも併設していますし、雑貨を売るようなゾーンもあるんですけど、空気をここで楽しめるような、当然ＬＡ

に行ったことがある人も、ないお客様もいらっしゃると思います、でも、何だかいい生活しているなとか、何かこういうライフスタイルしてみたいなというところが表現できたらいいなと思っていて、必ずしも商売とあまり関係のない部分が突然あったりするんです。僕もそうですけど、１日、ロンハーマンに来ていただいて、今日、楽しかったね、みたいなことになればいいかなという思いですね。

2000年代は、クラフトの時代が来てるんじゃないか

中村　さっき、鳥塚さんが80年代はデザイン、90年代はやっぱりカルチャーの時代、それで、2000年代は、クラフトの時代が来てるんじゃないかというようなことを楽屋でお話しされていましたけど、その辺をちょっと話していただけますか。

鳥塚　80年代も90年代もやっぱり個々の１人の作家さんだったり、１つの建物であるとか、１人に対してフューチャーするという部分で作家さんありきで、その作家さんがつくられた建築の中に自分たちはオフィス企業として入居するであるとか、どなたか有名な方がつくられたアパレルのショップの中に自分たちの商品が悪くても、その商材を入れて並べるという時代が20年ぐらい続いてきたと思うんですが、2000年に雑誌『Begin』などでコラボレーションという部分がスタートしまして、イタリアの商材と日本のデザイナーが一緒に作りましたパンツですみたいな、そういうようなコラボという部分がとてもたくさん繰り広げられたんですけども、そのブームというのはいまだにこの12年になっても消えておりません。コラボレーション、もともとあった伝統の文化と、それから新しい発想のデザイナーであったり、バイヤーであったり、そういう方たちの３人だったり４人称というもので、また新しいものを作っていくという時代がこれからもますます盛んになっていくんじゃないかなと。

やはり、そのキーワードとしては、クラフト。すごくソーシャルな部分は発掘していきますけれども、ハンドメイドの部分であるとか、伝統工芸という部分に関してはしっかり押さえながら、それをソーシャルなスピードで世に送り出していくということかなというふうに思っています。もともとの根源にある気持ちよさみたいなものはどんなお店とか店舗づくりに対してもそれは共通言語だと思う。

勝田　もともとの根源にある気持ちよさみたいなものはどんなお店とか店舗づくりに対してもそれは共通言語だと思うので、例えば、飲食店というのが一番わかりやすいと思うんですけど、来ていただいているお客様にいつもとはちょっと違う疑似体験をしてもらうみたいなところが、さっき三根さんも言われていますけれど、物だけを売るということじゃなくて、体感とか体験ということを我々はある意味売っている。そういうことから考えると、その根源のところでは変わらないと思っています。そこから先は多分、目的になってくると思います。

結局、目的は何かということで、例えば、三根さんのロンハーマンは、ロスのそういういい匂いを持ってこようという目的があるので、その匂いを日本の皆さんに伝えていきたいというところが目的だと思うんです。物だけではないプラスアルファの付加価値をつけて、お店や、来ていただいた方に体験、体感をしてもらうということはビームスさんももちろんそうで、カテゴリーがより分かれていると思っているんですね。カテゴリーごとの目的を達成するために、さっきの静岡のお話じゃないですけれど、自分たちがまず静岡に行って、どういう街なのか、どういう人が住んでいるのかということをまず体験してみて、その人たちが一番求めるものは何かというところを目的に沿って、分析していくという、ある意味、店舗数もかなり多いというお話もあったので、より分析をしていって、目的を達成するためにお店づくりをしているという感じなのかなというふうに思っています。

僕もクライアントの方々の中で、やっぱり目的を一番明確に持たれているクライアントの方とか、人とお話をしていくうえで具体的な目的があるほうが、空間をよりつくりやすいというふうには思っているので、そういうことだと思います。

中村　善睿（なかむら よしはる）
繊研新聞　編集局本社編集部　部長
1957年（昭和32年）長野県生まれ
1981年繊研新聞社編集局に入社。子供服、インナー、婦人ニットを主体にメーカー取材を10年間、続いて流通・小売取材グループで10年間。婦人服専門店取材キャップを経て新興個性派店デスク、企画面デスク、流通面デスクを歴任。06年6月から編集局本社編集部次長、09年6月から現職。

三根　弘毅（みね こうき）
元伊勢丹リスタイルバイヤー、08サザビーリーグ入社、ロンハーマンと意気投合し日本にロンハーマンを０ＰＥＮ。

吉田　幹（よしだ みき）
飲食店やリゾートホテルのデザイン会社数社を経て2006年SQUINC.（ツク）設立。
代表作は『ロンハーマン』などセレクトショップなどのアパレルショップ、　バー、レストラン、遊浴施設、住宅『古宇利島　K-VILLA』などの建築作品、マンションデベロッパーとの商品企画など、空間に関わるデザイン、ディレクションが主な仕事。

鳥塚　寧（とりつか やすし）
桑沢デザイン研究所　ビジュアルデザイン科　卒。株式会社ビームスクリエイティブ　販売促進本部　執行役員　本部長。イラストレーションとグラフィックデザインを学んだ後、株式会社ビームスにてテキスタイルデザインと、グラフィックデザインを担当。以降、株式会社ビームスクリエイティブ設立当初から現在に至るまで、グラフィックデザイン、インテリアデザイン、プロモーションの3部門の業務を担当。

勝田　隆夫（かつた たかお）
1972年生まれ
3年間のデザイン会社勤務を経て、1996年に清水薫を中心とするデザイン事務所「EXIT METAL WORK SUPPLY」を5人で設立しモノ創りの原点から出発。
2002年に独立しLINE-INCを設立。
2004年にLINE-PRODUCTSを設立。
現在は店舗デザインを中心に国内外で活躍中。

高橋　紀人（たかはし のりと）
インテリアデザインを学んだ後、工房をもつデザイン事務所EXIT METAL WORK SUPPLYの設立に参加。4年間、店舗用什器のデザイン、設計、製作に没頭。デザイナーとして独立後、2000年、インテリアスタイリスト神林千夏と共にJaimo associatesを設立。ショップ、レストラン、バー、オフィス、展示会などの空間デザインから、什器や家具、照明などのプロダクトデザインを手掛ける。

JCD SODA委員会の活動

Soda委員長　新藤　力

Soda委員会では、子供たちに正規授業で扱われない空間デザインを紹介し、デザインの楽しさを伝える活動をしています。

2003年の夏、品川小学校の夏休み課外授業で業務委員会の有志が商店街のモケイづくりの講師を担当したことから始まり、2008年杉並区立和田小学校において正規授業の枠内で「デザイン体感・あかり/素材を知ろう!」と題して行ったワークショップをきっかけに、これまで全国各地の小学校に伺い出前授業を実施してきました。そして今年、この活動が評価され「第6回KIDS DESIGN AWARD/子どもの未来デザイン・クリエイティブ部門」で賞をいただきました。

この出前授業形式のプログラムは、1時限目が「空間デザイン/寸法・素材・光源のお話し」と色温度の切り替えができる照明BOXを使って「光とものの見え方・見せ方」のレクチャー、2時限目3時限目がプロの素材を使って「お店やさんのモケイをつくる」ワークショップ、4時限目が全グループのプレゼンテーションおよび講評という内容で実施しています。

ワークショップでは、子供たち5~6名のグループで840×400mm程度の床面（家具・什器・商品なども含む）と840×600mm程度の壁面を制作し、これらを照明BOXに差し込み照明の色温度を選択して「お店やさんのモケイ」を短時間で完成させます。プロの素材は毎回賛助会員のみなさんにご提供いただき、会員のデザイナーが各グループに1人、講師として完成までの制作指導をしています。立体や平面のデザインと違い実体のない“空間”をどのようにデザインするのか、子供たちには難しい課題に取り組んでもらいますが、後日「もっと知りたい。」「お店に行った時、光を意識するようになった。」といった手紙をいただきます。コンパクトな導入プログラムですが、“空間”に興味を持つきっかけになっているようです。

この出前授業形式のプログラムは、本部事業として実績を積みながら成熟してまいりました。機材やノウハウ提供のためのマニュアルも整い、各支部での展開が可能になりました。北海道支部では2010年より支部主催で継続的に実施されています。沖縄支部では全島の小学校での開催を支部活動の目標とし、今年度も6月に今帰仁村立兼次(かねし)小学校でワークショップを実施いたしました。中国支部では昨年に引き続き福山での実施を予定しています。東京でも中央区立佃島小学校から10月末ごろの開催要望があり現在調整を進めています。また、杉並区立浜田山小学校での開催も検討中です。関東地区におきましても継続的な活動をしていきたいと考えていますので、ご協力のほどよろしくお願いいたします。

Soda委員会では出前授業形式のワークショップ以外にも、さまざまな人たちを対象とした多様なプログラム・デザインに取り組んでいます。以下、今年度前半に開催したワークショップです。

「街に私たちのあかり・シンボルをつくろう」

Soda活動の原点である品川の「六行会チルドレン・フェスティバル」で地元品川の中学生を対象に“街のあかり”をテーマにワークショップを行いました。

6/16に「品川商店街のなりたち」「江戸の旅・江戸のあかり」のレクチャーと品川の街のエクスカーション。江戸時代の夜は信じられないぐらい暗かったこと。しかし、日本人の光に対する姿勢は単に機能（光量）を求めるのではなく、さまざまな工夫を凝らして光に形を与えていたことを解説しました。6/30に1燭光（蝋燭1本の光量）の“あかり”をつくるワークショップを実施。ペットボトルとLED光源をベースに製作した“あかり”は、どれも個性的なものに仕上がりました。暗くなった街に持ち出してみると通りがかりの人たちに「わーキレイ!!」と声をかけられました。光が溢れる現代にあっても、闇と混ざり合う1燭光の工夫された“あかり”は日本人の美意識の範疇にあるようです。

「光の箱」ワークショップ (Sodaは日本空間デザイン協会に協力参加)

7/16明治神宮で開催された「光の箱」ワークショップで製作指導のお手伝いをいたしました。東北芸術工科大学の松村泰三先生が考案された、カラーセロファンを通して色のついた光をフィルムミラーに乱反射させトレーシングペーパーに投影をするというもの。シンプルな構造で誰でも簡単に制作ができ、しかも個性的で美しい光の効果が体験できます。小さなお子さんからご年配の方まで、完成した約650個の作品は7/28、29の明治天皇百年祭記念行事「夜間特別参拝ライトアップ」で御本殿御神木の前に奉納展示されました。

左上 チルドレンフェスティバル「1燭光のあかり」
左下 「光の箱」
下 兼次小学校

サカイリブ　第４回
「リブを使ったデザインコンペ」
たくさんのご応募ありがとうございました。

受賞作品の詳細はサカイリブホームページでご覧頂けます。
副賞／海外建築ツアーのご報告とあわせてお楽しみください。
受賞者の皆様、おめでとうございました。

ホームページURL http://www.sakairib.com

＜受賞作品 —JCD抜粋— ＞

LA.ETTOLA.da.Ochiai
橋本夕紀夫・徳田雅子（橋本夕紀夫デザインスタジオ）
箔座日本橋
阿部美和子（乃村工藝社）
函館うに むらかみ
加藤敦彦（丹青社）
サンフラワーデンタルクリニック
佐藤栄次（アクティブデザイン）
戸塚東急プラザ
大滝道晴・板橋智美（メドロジャパン）

表情のある、上質な空間へ。
SAKAI
株式会社サカイ　TEL 0120-07-7810　FAX 0120-96-9433
〒811-0203　福岡市東区塩浜1-27-24

LA.ETTOLA.da.Ochiai

戸塚東急プラザ

箔座日本橋

函館うに むらかみ

サンフラワーデンタルクリニック

総合請負
株式会社本間工芸
東京都港区新橋6丁目9番13号　新洋ビル3F
TEL 03-6435-6571
FAX 03-6435-6572
担当者：本間克典

壁面特殊左官
版築風仕上（鉄錆入り塗り分け）
西澤工業株式会社
群馬県高崎市上並榎町445番地
TEL 027-362-6234
FAX 027-362-6462
担当者：西澤 康明

化粧穴開き天井
不燃材「ランバーフィアレス」使用
アルプス株式会社
東京都新宿区早稲田南町33
TEL 03-3207-0006
FAX 03-5272-0051
担当者：原 康喜

銀座「Salon Lona」
設計：インターコート

プロジェクト成功のカギ、この3社

Life with Green Technology
環境技術でひらく、豊かな暮らし

『呼吸する建築』
NAV WINDOW 21
『ナビ ウインドウ 21』

「呼吸する建築」。
それは人が呼吸をするように
建築が自然に空気を取り入れ、
建物内部の空気を新鮮に保ち
不要なものを排出するシステムを持つことです。
自然換気システム＝NAV WINDOW 21は
これまでの建築の機械空調と共存し
建物を取り囲む風を読み、
建物内に風の道を作りそれを状況の変化に
あわせて制御する画期的な換気システムです。

三協立山株式会社　三協アルミ社　http://www.nav-window21.net/
営業開発部　〒164-8503 東京都中野区中央1-38-1 住友中野坂上ビル18F　TEL(03)5348-0360
〒460-0008 愛知県名古屋市中区栄2-3-6(NBF名古屋広小路ビル8F)　TEL(052)265-8149
〒550-0004 大阪府大阪市西区靭本町1-9-15(近畿富山会館ビル6F)　TEL(06)6448-5456

TOLI
3サイズの石畳調ナチュラルタイル
ピエスタ Piesta
多彩な3サイズバリエーション
3つのサイズを組み合わせることで、
フロアデザインの可能性が広がります。
450mm×450mm　300mm×450mm　100mm×450mm
4,300円/㎡（材料価格・税抜き価格）

ナチュラルグラデーション
四面カービングエッジ面取

東リ株式会社　www.toli.co.jp

ESG JAPAN
石の
ソリューションカンパニー
石材に関すること
何でもご相談下さい
株式会社 ESG JAPAN
〒101-0031 東京都千代田区東神田2-7-1
広部ミヤケビル 6F
TEL. 03-5809-2815 FAX. 03-5809-2816 URL:http://www.esgjapan.com

EXHIBITION・ギャラリー・ウェブサイト情報

山下保博×アトリエ・天工人展
Tomorrow―建築の冒険―
TOTOギャラリー・間/2012年10月13日（土）～12月22日（土）
http://www.toto.co.jp/gallerma/ex121013/index.htm

第13回ヴェネチア・ビエンナーレ国際建築展 日本館展示
「ここに、建築は、可能か」　国別参加展：ジャルディーニ（Giardini di Castello）地区　ほか

企画展：アルセナーレ（Arsenale）地区　ほか/
2012年8月29日～11月25日　http://www.labiennale.org/it/

TOKYO DESIGNERS WEEK 2012
明治神宮外苑前絵画館前（中央会場）、都内SHOP（他会場）/2012年10月30日（火）－11月5日（月）　http://www.tdwa.com/

DESIGN TIDE TOKYO
メイン会場：東京ミッドタウン・ホール/2012年10月31日（水）～11月4日（日）
https://designtide.jp/pc/

第31回 JAPANTEX2012
インテリアトレンドショー　東京ビッグサイト東1ホール/2012年11月14日（水）～16日（金）
http://www.japantex.jp/

IFFT interiorlifestyle living
東京ビッグサイト東ホール/2012年10月17日(水) ～ 19日(金)　http://www.ifft-interiorlifestyle-living.com/

ウェブサイト情報
ジャパンデザインネット　http://www.japandesign.ne.jp/
日系ShopBiz　http://www.shopbiz.jp/

SHOKANKYO 80 | September 2012 |
Japanese Commercial environment Designers Association (JCD)
商環境80号
2012年9月30日発行　発行：（社）日本商環境設計家協会　〒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@jt3.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：笠原英里子　木村倫香　及川　誠　水谷昌人）　監修・デザイン・広告編集／古川紳太　頒布価格　￥500

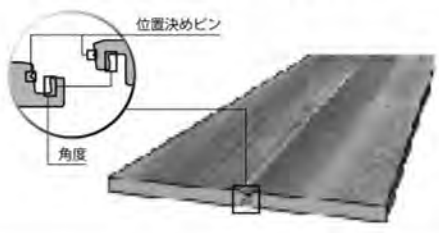
NOMURA
120TH ANNIVERSARY OF NOMURA 120TH

まだまだ、もっと。空間は活きてくる。
Prosperity Creator
NOMURA
http://www.nomurakougei.co.jp

株式会社 乃村工藝社
本 社：東京都港区台場 2-3-4 〒135-8622　Tel：03-5962-1171（代表）
営業拠点：札幌・仙台・名古屋・大阪・岡山・広島・福岡・那覇・北京・上海・シンガポール・ミラノ・ニューヨーク
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

＜ 店舗のスクラップ&ビルドが容易 ＞

◆簡単施工！（10m²/時間［1人当り］）
◆接着剤不要！
◆100%リサイクル可能！
（ホルムアルデヒドは含まれておりません）
◆ワックス不要！（耐摩耗層0.7mm）



KURIYAMA
URL http://www.kuriyama.co.jp
■大阪本社 〒532-0011 大阪市淀川区西中島1丁目12番4号　TEL 06-6305-5611
■東京支社 〒101-0062 東京都千代田区神田駿河台3丁目4番3号(龍名館本店ビル9階)　TEL 03-5298-7883
■名古屋支店 〒450-0002 名古屋市中村区名駅3丁目11番22号(IT名駅ビル2階)　TEL 052-586-1313㈹
■九州支店 〒812-0006 福岡市博多区上牟田3丁目3番24号　TEL 092-413-5510㈹
■広島営業所 〒732-0827 広島市南区稲荷町5番18号(三共稲荷町ビル7階)　TEL 082-262-2171㈹