

## 広告が美しいバスストップをつくる

美しい都市をうたいながら現実はなかなか進行しない。

広告を活用して優れたバスストップづくりを進めている欧州の動きを紹介する。P4 TODAY'S EYE より



フランス、ナント市のバスストップ。LRT、道路等の総合的再整備国際コンペにより、設計者が選定された。

### ■目次

SPECIAL THEME	高度文化社会に向かって 植木 浩 (ポーラ美術振興財団理事) .....	2
TODAY'S EYE	広告が美しいバスストップをつくる 田中 一雄 (GK設計部長) .....	4
WORLD REPORT	世界デザイン機構の創設 .....	6
	エネルギーの増強ブラジルのデザイン .....	7
PROJECT REPORT	事業・運動・学問に——デザイン諸領域をつなぐ GK11 社 .....	8
PEOPLE & ACTIVITY	栄久庵憲司 GK グループ会長がフランス「芸術文化勲章」を受章 他 .....	15
COLUMN	デザイン真善美 1 栄久庵 憲司 (GK グループ会長) .....	15
BOOKS	「幕の内弁当の美学」英語版、「人の心とものの世界」、「広がるデザイン」シリーズ .....	16

### ■創刊のご挨拶

GKデザイングループは"GK REPORT"を創刊しました。年3回発行。そのときどきのGKデザイングループを次のようなカテゴリで編集し、お届けしてまいります。

- SPECIAL THEME：巻頭小論として、デザインがいま意識したいテーマを、社内講演記録や特別寄稿によってご紹介します。
- TODAY'S EYE：GKメンバーによる視察や

研究から時代の視点をレポートします。

- WORLD REPORT：GKが入手した国際デザイン動向情報をご紹介します。
- PROJECT REPORT：GK各社によるプロジェクト成果のなかから選んでご紹介します。
- PEOPLE & ACTIVITY：GKメンバーの社会的活動などをご紹介します。
- COLUMN：GKグループ会長栄久庵憲司

が随想「デザイン真善美」を連載します。

- BOOKS：GKメンバーによる著作・新刊をご紹介します。

この"GK REPORT"が皆様とGKグループの架け橋になってよりよいご関係を築いて行けるなら誠に幸いです。ご高覧ご愛読の上ご意見ご感想などお寄せ下さい。

(発行人 西沢 健)

# 高度文化社会に向かって

## Toward a Highly Culturalized Society

民衆の大部分が中流と意識するようになり、民主化は到達されたように見える。しかし、明るい将来はまだ見えてこない。これを解くのは文化化（Culturalization）である。

### 植木 浩（ポーラ美術振興財団理事）

21世紀に向かっての行先は不確定だ、不透明だと言われているが、文明や社会は、一人一人が活動しているのだから、止まるわけにはいかない。これからどういう社会になるのか、またどうしたらいいのか、ということを考えて、何かそこに創り上げていく努力をしなければいけないのではないかと。文明の未来図を、われわれが、デザインをしなければいけない時期にきていると思う。

こういう話をするときに、難しいのは、文明と文化の関係である。文明は物質的で文化は精神的なものという古典的な区別の仕方は、白黒はつきりしていて、一見わかりやすいが、今ではこの思想ではいけないと思う。また、文化とは人間の生活様式の全てだとした文化人類学の考え方も文明と文化を混同させているのではないかと。これでは法律も政治も芸術も文化である、全てが文化だということになってしまう。私は、およそ人間の全ての活動、全てのシステム、全ての成果が文明であって、その中にセクターとして、文化があり、経済があり、政治もあると捉え、文化という言葉をもそのような意味で使いたい。

最近、時代の特色を表すいろいろなキーワードがあるが、ここに「文化化」ということばを加えてみたい。あえて英語で造語をすれば「Culturalization」。これによって時代を解剖してみたい。

行政の文化化ということが、かつていわれたことがあるが、行政だけでなく、経済でも企業でも地域でも、一人一人の生活でも、あらゆる所で文化化という現象が起こりつつある。それは、狭い意味で文化の振興だけが大事だという意味ではなく、従来文化とはあまり関係なさそうなところでも、自分の中の文化的な要素を再発見して、それを今後どう高めていくかということである。つまり社会全体にわたる文化化が進みつつある。

文化化というのを、アルビン・トフラーの

第三の波につづいて、第四の波と考えてもいいのではないかと。日本だけではないが、特に日本には顕著に、第三の情報化の波に加えて、追いかけるように第四の文化化の波も重なってきている。文化化の背景というのは、経済成長に伴う生活水準の上昇、教育の普及と水準の向上、マスメディアの発達、自由時間の増大、都市化の進行、などが挙げられる。トフラーがいう、第一の波、すなわち農業革命、第二の産業革命という波はいずれも技術革命であった。そして第三の波の情報化も技術革命だと思う。しかし、この第四の波の文化化は、一人一人の意識の重心が変わりつつあることが起因だという点では、技術革命とは違う。それまでは、ホモ・エコノミカス、経済人という感じが強かったが、ホモ・クルトゥーリス、いわゆる従来いわれている文化人ではなく、生活文化的な意味での文化人へと、人々の意識が動きつつある。これがCulturalizationの震源地である。

日本という視座から見たときの文化化現象の特徴を、幾つか列記してみたい。

第一に、ユーティリティ、便利さとか効率とかも大事だがそれに比べて、バリュー、人間にとって本質的に大切なものを大事にしたいという動きが基本的な特徴である。

二つめは、理性とか知識とかも大事だが、感性もものすごく大事なのではないかと、いう動きである。もちろん理性や知識や技術とかがなくては、人間は生きていけないが、これからは感性を改めて大切にしようという動きが文化化現象の特色だと思う。

三番目は、一部の人のためではなく、みんなの文化だという動きである。みんなが文化活動に親しむことは文化政策の世界では participation ということばで言われている。

四番目は地域と地域という関係に向かって動いていることだ。今までは、文化の世界でも中央・地方という関係が当然と思われてい

たが、文化化の進行により、地域と地域という関係性が生まれている。

五番目には、狭い意味での文化だけが大事というのではなく、あらゆるセクターで文化的なもの、文化性の再発見、文化的な側面、文化的な要素を重視しようという動きである。企業メセナのように、一種の企業市民といった形で、芸術や福祉などを支援するため、企業がその利潤の一部を使うことも一種のCulturalizationだと考えたい。

今度は文化化現象と経済という視点から見ると、最近では、従来からある出版、映画、放送などのいわゆる文化産業だけでなく、文化などはあまり関係がないと思ってきたあらゆる産業の分野でも、文化的なものを積極的に考えていく時代になったように思う。また、おそらくマルチメディアが、文化と強い関係を持ってきて、むしろ、文化のための技術になる可能性が大きいと思う。

フランスの文化大臣のジャック・ラングが、文化というのは新しい経済だと言っていた。ハーマン・カーンが言う「第四の経済」も文化的なものである。そういう意味で、何か新しい経済の場というものがあるのか、社会の文化化の中から生まれてくるのではないかと。経済はゼロサムの世界であり、環境問題とぶつかってしまう。文化も物質的な側面もあるが、主としてバリューというプラスサムの世界なので、環境問題と正面からぶつかることはない。それを考えても、文化が第四の経済であるとか、新しい経済であるとかいうことは興味深い。

文化化が進んでいったときに、社会がどうなるか、どうあるべきかということも考えていけないといけない。21世紀の日本は、情報化社会を越えた「高度な文化社会（highly culturalized society）」をめざしたらどうか。まだ本格的な時代は来ていないが、日本の状況を見ていると、情報化の波がどんどん大きくなってマルチメディアの時代が来るのに合



わせて、文化化の波も、どんどん大きくなると思う。しかし、このままでは、情報と文化の関係が必ずしもいい方向へ行くとは限らない。意識して今後の情報化社会をもっと文化化する必要がある。文化を思い切って文明の中心に据えた高度に文化化した社会をつくったらどうか。それは、これまでの長い間の産業化の経験やこれからの情報化のメリットなどを基盤としつつも、文化という人間にとって価値あるものを中心に据えて、全体を文化という視点から見据えた社会を作り上げるということである。

社会の基盤的な構造としてインフラストラクチャーというものがある。工業的なものばかりでなく、情報インフラもある。しかし、私は文化は、基盤というよりは、軸であると考えたい。中枢に文化があつて、工業インフラがその基盤であり、情報インフラがその廻りをとりまわっている。文化はむしろ、基盤構造に対して「中枢構造」である。言うなればこの中枢構造つまり「セントロストラクチャー」を21世紀の社会は、どうやってつくっていくかが問題となる。もちろん基盤も大事であるし、基盤が中枢を動かす面もあるが、文化という中枢構造がしっかりしていないと、基盤があつても意味はない。工業インフラストラクチャー、情報インフラストラク

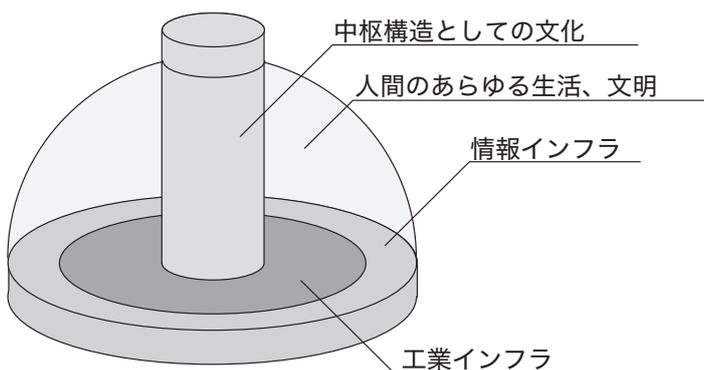
チャーそしてセントロストラクチャーとしての文化、この三つがそれぞれに、お互いに補完しあつて、全体としてよく循環していく状態をどうやって造り上げるのかという時代に入っていくのではないだろうか。

工業インフラは、ハードウェアが中心である。know-howがこれを支えている。情報インフラはソフトウェアであり、know-whereではないだろうか。文化はどうかというと、私は前からハード、ソフトに対してファインウェアという言葉を使つたらどうかと思つている。これはknow-whatだと思ふ。know-how、know-where、know-what、そのknow-whatのところ为先程言った中枢構造である。中枢構造が他の基盤構造と違う点は、そこに優れた、真正の、人間にとって本質的に大切なコンテンツがなくてはならないことである。そして、そのようなコンテンツがなければ、文化ではないわけである。know-whatというのはコンテンツである。このwhatというところが、文化の核心であると思う。ゴーギャンがかつてキャンパスの上に記したように、われわれはどこから来たのか。われわれとは一体何者なんだ。われわれはいずこへ行くのか。know-whatすなわち文化というのは、この言葉に繋がっているのではないだろうか。私のいうファインウェアもそこに繋がるので

はないかと思ふ。

ユーティリティーとバリューの関係を考えるときに、色即是空、空即是色に通じるものがあるのではないか。京都のさる高僧が、色というのは物であり、空というのは心である。物これすなわち心であり、心これすなわち物である。やさしくいうと、物も大事だけれども心も大事である、心も大事だけれども物も大事であると締めくくられた。この「即是」というのが肝心なところだと思ふ。先日、ある仏教哲学者と鼎談をしたときも、色即是空、空即是色の話が出て、「即是」というのは英語に訳せないという。イコールと訳したら間違いである。全体は一つであるが違う、違うけれど繋がっているということなのである。これは仏教哲学の根本の一つであるといわれた。ユーティリティーとバリューの関係、それからハードウェア、ソフトウェア、ファインウェアの関係も同様ではないだろうか。21世紀の新しい社会を作り上げるとすれば、この「即是」という考え方に意味があるような気がする。ソーシャルデザインの世界で、その辺も含めて解いて行くと、21世紀はきっとすばらしい世界となる可能性があるのではないかと思ふ。

(1997年11月14日第45回GKデザイングループ創立記念式特別講演にて)



(うえき ひろし)

東京大学法学部卒業。NHK音楽プロデューサーを経て、文部省入省。大臣官房審議官、学術国際局長などを歴任し1988年から文化庁長官、1990年より国立近代美術館館長。現在はポーラ美術振興財団理事、学習院大学常務理事、全国書美術振興会理事長。著書、論文多数。

# 広告が美しいバスストップをつくる

美しい都市をうたいながら現実はなかなか進行しない。  
 広告を活用して優れたバスストップづくりを進めている欧州の動きを紹介する。

田中 一雄

欧州の街を歩くと、美しく整備されたバスストップなどのストリート・ファニチュアをよく目にする。我が国でも、地域振興や環境整備の名のもとに、各地でこうした都市の道具類が設置されているが、その成り立ちは彼我で全く異なっている。ご承知のとおり、日本の公共環境は国や自治体などの守備範囲であり、その財源は税金である。ところが、欧州を始めとして、諸外国の場合、バス停などの設置に税金は一切用いられていない。それは、何故か。そこには、大変合理的な社会システムが機能しているからなのである。

欧州の場合、ストリート・ファニチュア管理会社が、各自治体から一括して、バス停や公衆トイレなどの設置管理を請負い、そこに取付けられた広告の収入により運営されている。このため、行政は一切の資金負担を負わずに良質なストリート・ファニチュアが設置され、常に美しく維持管理されることになる。

こうした制度が成立する背景には、屋外広告に対する日欧の根本的な考え方の違いがある。欧州の都市では、民間の敷地内では、広告物の設置がかなり制限されている。反面、道路上では大型のビルボード類も設置可能となっている。

一方日本では、電柱広告などの一部の既得権を除いて、道路上には屋外広告が一切認められていない。ところが、民間敷地においては、ほとんど現状追認的な屋外広告規制があるのみで、カオス的な町並みが生み出されている。つまり、官は規制、民は自由という類型的な関係認識が、総体としての不協和音を生み出してしまっていると言える。日欧の都市景観やストリート・ファニチュアの質的な差は、このような社会背景の異なりによるものなのである。

GK設計は、これまでも日本と欧州のパブリックデザインをつないできた。私たちは今

回、機会を得てドイツ・ウォール社のバスストップのデザインを手がけた。ウォール社は、先に述べたような広告収入によってバス停の設置管理をおこなうストリート・ファニチュア・サービスカンパニーであり、首都移転を目指して急変するベルリンに本拠を置き、欧州だけではなく、アメリカやアジアへも進出している。

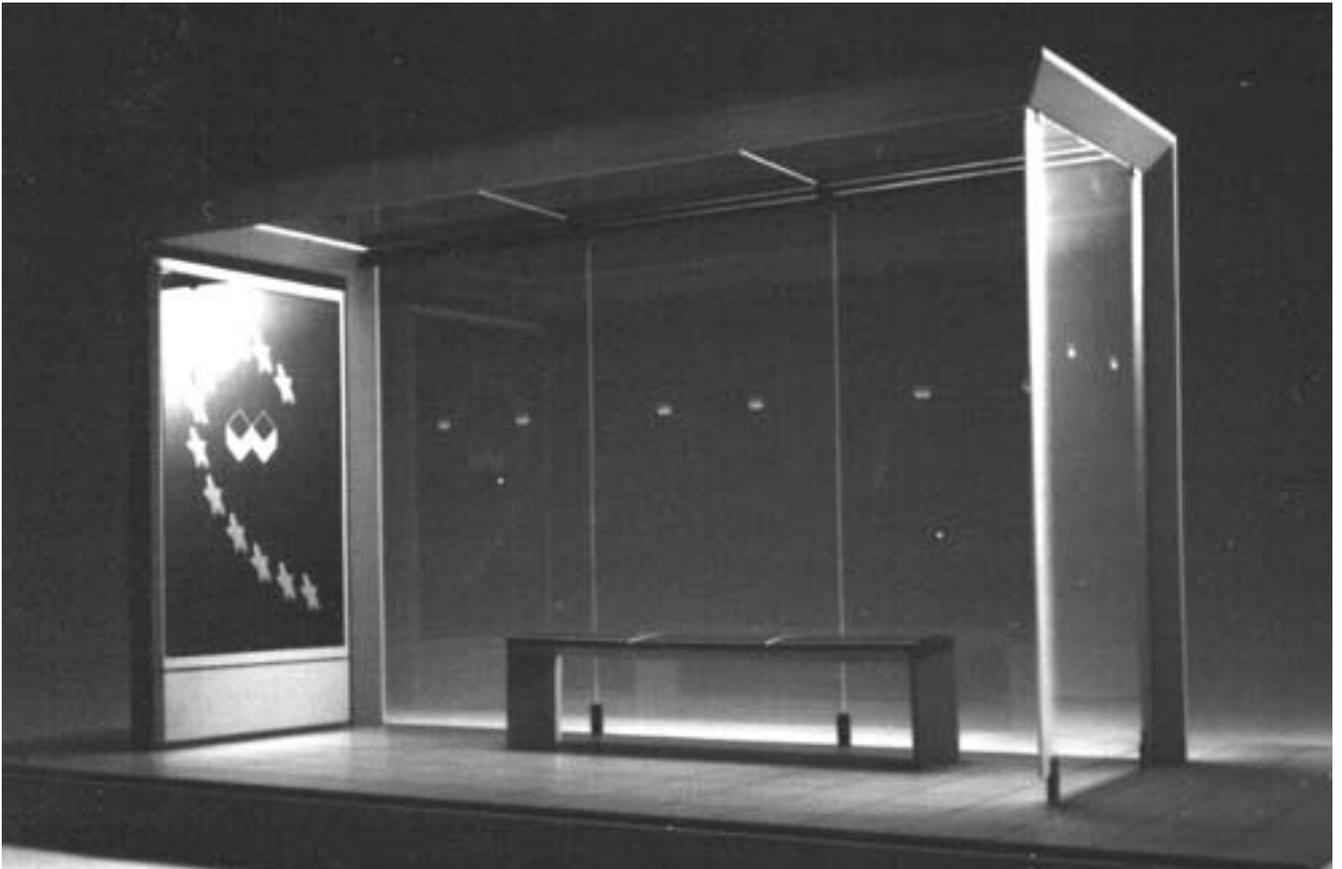
新しい、バスストップのデザインは「NEO MODERNISM」を基本コンセプトに、徹底したシンプルフォルムを追求し、最新の電子案内システムを用い多様な情報サービスが可能なものである。また、その構造は、全面強化ガラスを用い、大断面のアルミ押し出し材の主構造によって様々な設置環境に対応した形態がとれるものとなっている。デザインのプロセスにおいては、企業トップ陣とともにデザインオリエンテッドな検討がおこなわれ、最もミニマムなデザイン案が選択された。現在、量産検討中であり、欧州の街角で新たな風景を生み出す日も近いと思われる。また、GK設計は、引き続き同社の重要なアイテムであるビルボードのデザイン開発に携わり、今後の進展が期待されている。

こうしたストリート・ファニチュアのあり方は、社会システムの違いから、日本に導入できないものである。もちろん安易な導入は、新たな広告氾濫の引き金を引くことになりかねない。しかし、昨今の経済状況のなか、行政の活動に限界が見えてきている。今日、様々な規制緩和が叫ばれているが、我が国でもこうした運用システムの導入検討をすべき時を迎えているのではないだろうか。

(たなか かずお：GK設計部長)



軽快なスケルトン構造により、透明性を強調したデザイン。斬新な存在感を持ちつつも、背景となる様々な都市空間に溶け込む。デザイン：GK設計



ミニマムなフォルムを追求した、究極のシンプルデザイン。大断面のアルミ構造材の中に、情報装置類やサイン、照明などの組み込みが可能であり、メンテナンス性や材料の組み合わせによるシステム展開性にも優れている。デザイン：GK設計



現在、ウォール社で展開されている Helios シリーズ。設置される都市によって様々なバリエーションを持つ。その設置、管理は付帯する広告板の収入によっておこなわれている。

# 世界デザイン機構の創設

個別専門分野の力を結集して地球時代のデザイン課題を  
発掘／推進する世界機構 Design for the World (略称 DW) が誕生

近代をこえてデザインのもつ総合の資質を  
再構築する

デザインはインダストリアル／グラフィック／インテリア／建築／都市などに細分化して専門性を深化させてきた。そして各専門ごとに国際組織を結成し活動をしてきた。

しかし今、大規模災害、地球環境汚染、都市化によるコミュニティの喪失、先端技術革新がもたらす人間の尺度からの逸脱、年齢・性・身体能力への社会的不平等など、個々の専門の力だけでは解決が困難な課題が横溢している。そうした課題に対しては、デザインはもとより他の縦割りの専門を横切りにしてデザインプロジェクトを策定し推進する国際機構が必要とされた。

事例の少ない日本発の国際組織提案、  
会長に提唱者の栄久庵憲司が

この認識にたつて栄久庵憲司 GK デザイングループ会長が、デザインの国連とも言うべき国際デザイン専門団体を横断する世界組織を提唱してきた。

10 数年前に国際インダストリアルデザイン団体協議会 (ICSID) の中で新たな世界機構を提案し、他の国際デザイン専門団体などへ呼び掛けてきた。約 1 年前からスペインのバルセロナ市とカタロニア州政府の支援を得て具体的な準備作業を行ってきた。そして 1998 年 7 月 25 日に ICSID、グラフィックやインテリアなどを発起会員とする設立総会で DW 設立のはこびとなった。発起総会で 11 名の理事が選出され、栄久庵憲司が会長に専任された。

## 役員

会長：栄久庵憲司 (日本)

理事長：アンドレ・リカルド (スペイン)

副理事長：ロバート・ブレイク (アメリカ)

オーガスト・モレロ (イタリア)

財務：アントニ・ピーグ (スペイン)

理事：フィリッツ・フランケル (ドイツ)

マリアンヌ・フランドセン

(デンマーク)

デビッド・グロスマン

(イスラエル)

デ・ロウブシャー (南アフリカ)

アレキサンダー・マヌー (カナダ)

ガイ・ショッカート (ベルギー)

事務局長：マイ・フィリップ (スペイン)

事務局：Av. Diagonal, 452, 5a planta,

Barcelona 08006, Spain

Tel. +34-3-218-2822

Fax. +34-3-237-2219

E-mail: bcd@cambrabcn.es

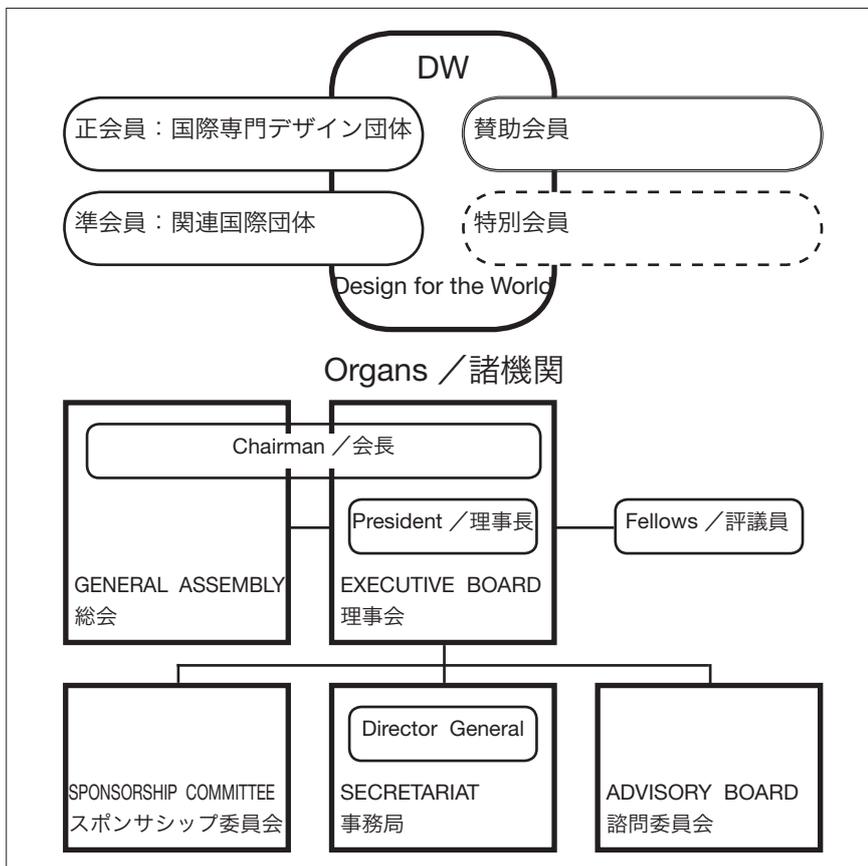
## 発起団体

International Council of Societies of Industrial Design (ICSID)

International Council of Graphic Design Association (ICOGRADA)

International Federation Interior Architects / Interior Designers (IFI)

Barcelona Design Center (BDC)



# エネルギーの坩堝ブラジルのデザイン

ブラジル・デザイン開発／  
国際デザイン展 1998 ブラジル

## ブラジル・デザイン開発 —異文化交流するデザイン

今ブラジルは1980年代の債務危機を乗り越え、産業活動の質や生産性の向上、経営環境の整備などによる成長を維持している。そしてさらに「ブラジル・デザイン開発」による産業のイメージアップを図っている。また産業誘致も積極的に行っている。しかしデザインは、大企業は海外から、中小企業はコピーと課題は多い。

そもそもブラジルは、盛んな移民の受け入れによって多彩な民族・文化が混じりあう未来へのエネルギーの坩堝とも言うべき国である。異文化の交差するところにオリジナリティーの発露がある。デザインは戦後ドイツの影響を受けながら今日にいたっているが、先住民族文化の見直しや海外デザインとの交流による新機軸の探究を積極的に行っている。

- 日本デザイン機構主催：JDサロン「ブラジルのデザイン」のアデリア・ボルゲスさんの講演より
- アデリア・ボルゲス：デザインジャーナリスト  
今春、日本の先端技術と伝統文化の取材で来日

## 国際デザイン展 1998 ブラジル — 20世紀後半のデザイン

海外デザインの紹介を通しての振興策の一環として、今春リオデジャネイロとサンパウロで「国際デザイン展 1998 ブラジル— 20世紀後半のデザイン」が開催された。海外6名、国内6名の招待デザイナーの作品による、戦後から現在までの世界のデザインの流れを展示した。

海外デザイナーとして栄久庵憲司会長が招待され「栄久庵憲司とGKデザイングループ」の展示を行った。展示のテーマは「道具の美学」。GKグループの提唱する物の世界すなわち道具に対する人の意識・価値観を美学という言葉に集約し、デザイン作品の意図を表現した。

展覧会と同時に招待デザイナーの講演会が開催され、栄久庵会長は「私のデザインの生き方」の講演を行った。デザインへの発意からGKグループ40年のあゆみ、デザインの推進力としての運動・事業・学問という3局面の価値、そして世界デザイン機構の意味などを語った。

海外招待デザイナー

栄久庵憲司

ディッター・ラムス：

元ブラウン社デザインディレクター

ロバート・ブレイク：

元フィリップス社デザインディレクター  
デボラ・サスマン：

アメリカのグラフィックデザイナー

ウィム・クロウエル：

オランダのグラフィックデザイナー

ボブ・ギル：アメリカのタイポグラファー

展覧会期日・会場

1998年3月11日～5月10日

リオデジャネイロ文化センター

1998年6月4日～7月5日

サンパウロ文化センター



ブラジル南部クリティバ市のバスストップ



国際デザイン展 1998 ブラジル会場風景

GK各社による最近のプロジェクト成果のなかから選んで紹介するページです。  
この創刊号ではその基盤情報として、GK デザイングループ 11 社を改めて紹介します。

## 事業・運動・学問に… デザイン諸領域をつなぐグループ 11 社

インダストリアルデザインを中心に、GK デザイングループは 1953(昭和 28)年発足、1957(昭和 32)年に GK インダストリアルデザイン研究所として法人設立した。その後インダストリアルデザインを基盤にしながらか次第に領域を広げ、多くの可能性を秘めてデザイン諸領域をカバーするに至った。また独立分社化をすすめて、現在は領域別、地域別、国内外別に 11 社を展開し、グループネット化している。

### 事業・運動・学問の 3 本柱

GK は創立以来、事業・運動・学問の 3 本柱を指針にして活動してきている。

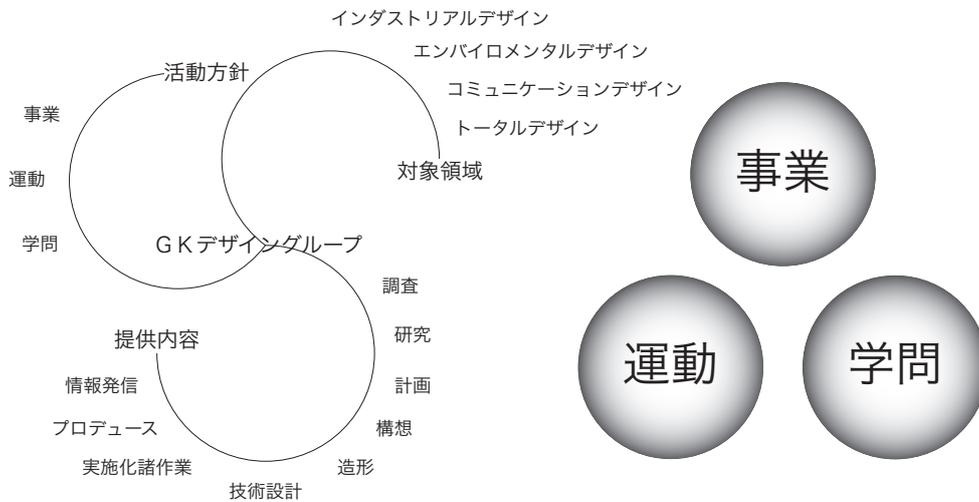
事業はデザイン会社としての基盤である。デザインによって益するところを、産業経済活動と人々の生活のなかに位置づけようとする、その具体的実現を求める活動だ。それは人々の今日の生活に心身ともに充足を提供するための、適正な価値観と調和をもった美しいものを創造して行くことでもある。

運動は社会的活動でもある。デザインの意義を社会に伝え、理解を形成し、またデザインの立場から時代の課題を投げかけ、取り組みを広げて行くことだ。それを自社の枠にとどめず、同じ志を持つ人々と広く協同して行くことも大切にして、GK メンバーはデザイン関連諸団体の活動にも積極的に参加している。

学問はデザインの普遍性を証明して行く活動だ。デザインの一つ一つに合理的、科学的裏付けを求めることによって、そのモノと、それを介して発生することをより確実に位置づけることができ、デザインは人々に共通なものとなる。そのため実体や文献などの調査研究をつうじ物事の実相にせまり、それにもとづくデザインの創作を大切にしている。

デザインの価値は事業・運動・学問の三位一体によって生み出され、人々と社会に共有されるものになり得る。

GK はこの 3 本柱を初志にして出発したが、今後の諸活動も、これらを基盤に推し進められる。



## グループの本部機能を果たす

### 株式会社 GK デザイン機構

#### そして各社が連携するグループダイナミズム

GK デザイングループ各社は特性別の独立事業体である。(株) GK デザイン機構はその本部として、グループ各社に経営・運営上共通する基盤的問題を扱い、各社間の共同をうながすなど、各社の経営を支援しグループの連携と組織創造力を維持・推進する要の役割を果たしている。

現業 10 社は、専門領域別が 5 社、領域を

総合した国内地域別が 2 社、海外が 3 社 (うち中国 1 社は合併)。各社は自社の専門性や規模を越える課題やプロジェクトの場合、グループ各社との共同によって依頼主に応えている。さらに各社はグループ内の研究会や情報交換をつうじて、1 社ではカバーできない広範な知識、情報、視点、技術を得ることによって、創作の質と即応力を高めている。また各

社は、より安定して高度なデザインを提供することを目的に、社員各人の専門的能力にもとづきながら、チームワークやタスクフォースによる創作活動をすすめている。

これらが GK がモットーとするグループダイナミズムであり、こうした方策を通じて、その実現が計られている。

# インダストリアルデザインの新たな地平

## GKプランニング アンド デザイン

デザインはつねに、人々の豊かな明日への願いかたちを与えることによって、生活を新鮮化し、物と人の新たな関係をつくりあげてきた。新しく生みだされる物のかたちには、人々の人生観、生活感、価値観が反映されている。デザインは、産業、技術、経済の力をかたちに結実し、生活のさまざまな場面の風景を美しく描きだし、その息吹が周囲の人工物をも進化させる。

今、さまざまな社会的、環境的課題をまえに、生活、産業、地域などのありかたの再構築が

求められている。人と社会にとって品格のある物の文化を醸成するために、より総合的な視野にたった高度なデザインの力が必要とされている。

GKプランニングアンドデザインは、GKグループ創設当初からの核であるプロダクトデザインを基盤にしながら、時代の要請に対応した総合的なデザインサービスの提供を業務としている。業務用機器からコンシューマープロダクトまで幅広い領域に対し、次のような展開を計っている。ものづくりに関わる企

画・開発・生産・流通をさまざまなデザインテーマで調査分析。時代の価値を産業・生活の中に結実させるための商品のプランニングとプロデュース。最新の設計方法を活用した造形表現力によるかたち化などである。

そしてデザインを産業社会の中に的確に位置づけながら、人とももの、くらしと産業を活性化するしくみづくりを行い、インダストリアルデザインを母体とするクリエイティブインダストリーとして時代のフロンティアを目指している。



秋田新幹線「こまち」/東日本旅客鉄道株式会社/1997



フォルミオ/株式会社三栄コーポレーション/1997

# 都市環境デザインの生成と展開

## GK設計

GK設計は、「個」から「都市」へ、そして「都市」から「個」へというダイナミズムの中で、幅広く都市環境デザインに関ってきた。その活動は、バズアイからヒューマンスケールへとつながる都市設計、魅力あるランドスケープを構成する土木環境デザイン、都市と生活を結ぶ建築、そして都市のテクスチャとしての様々な道具デザインなど広範な領域にわたる。これまで手がけた都市環境デザインも実に多様である。昭和55年茨城県鹿島町の参道計画ではあまりに斬新な設計に批判

もあつたが、20年余り経た今では、人と自然の共生を目指した計画どおり、今では緑豊かな人間空間へと成長している。この当初の視点が間違いでないことが評価され、「Streets in Contemporary architecture/Italy」にも選定された。また京都府舞鶴市の商店街計画では、歴史ある景観の魅力をより高めるとともに、新時代の中心市街地の活性化のために、官民一体となった新しい商空間設計へとつながった。

GK設計は、個々の場の特性を充分に考慮し、しかも既存の概念に溺れることなく、明

日の都市風景とは何かを追求してきた。それは道路、建築、ストリート・ファニチュアなど、領域を越えた総合的な取り組みである。私たちのプロセスは、単に与件を満たすだけの解決ではなく、その街の本質から考え直し、ソフトからハードへと着地を行っている。

そして今、21世紀に向けて、ノーマライゼーション、エコロジー、安全防災、経済設計などの時代の要請をふまえ、個性と魅力あるデザインによって新たな都市環境デザインに進んでいる。



鹿島町参道計画(竣工当時)/鹿島町/1980



鹿島町参道計画(現在)/鹿島町/1980



舞鶴市三条通アーケード/三条商店街振興組合/1995

# メッセージクリエイション NOW

## GKグラフィックス

日本のしょうゆは今では世界の調味料。1961年に市場にお目見えしたキッコーマン卓上瓶は世界の食卓へのメッセージ。2001年に不惑の齢を迎える長寿デザインの長寿商品。

日本のフィルムも世界商品。コニカブルーが世界中で出所を証し、表示の定型化で分別の便宜を図った、コニカフィルムのパッケージ。

カルピスがBlendyブランドで出している缶コーヒー「Cafe La Mode」は町中でおなじみ。主に若い人向けのメッセージ。

J R東日本の新宿駅をパイロットにしてシ

ステムとデザインを確立した駅構内サインは、その後各駅に普及した。メッセージの出現場所の定式化と、路線カラーを活用した板面は分かりやすく、構内の彩りにもなっている。和英併記のため外国人にもよるこばれている。

美術館や劇場などのサインは、場や雰囲気に合わせてデザイン。

競馬も、馬のマークとJ R Aのロゴを導入して、今では知的で明るいゲームに変身した。テレビ中継で茶の間にも流れている。

コープこうべのシンボルマークは生協組織

と加入者・地域をつなぐメッセージ。あの大地震の救援活動でも働いた。

コンピュータのユーザーサイドになってシステムからデザインするユーザーズインターフェイスデザインも当社の分野。

このように GK グラフィックスはパッケージ、環境サイン、アイデンティティー、コンピュータ画像などの分野において、それぞれの人々と生活に向けた、長持ちする「メッセージNOW」をデザインしている。



KERI/セルフ販売化粧品/1998



近鉄バッファローズ/V I /1997



マリンゲート塩釜/総合デザイン/1997

# 感動を創出するダイナミックデザイン

## GKダイナミクス

GK デザイングループ創立の基盤となったのは、ヤマハ発動機が「レースに勝つバイク」をベースに「エレガントなバイク」へと変身を望んだときにはじまる。

GK ダイナミクスは GK 創立以来の基幹クライアント・ヤマハ発動機の主要製品のデザインを軸に、力動する美、ダイナミックデザインを多面的に展開してきた。

バイクは金属製の馬。それは工業製品に愛と感動、躍動する魂と生き方の美意識を託す、機械工業時代の最初の品種といつてよい。

人工の生き物たちとの、心のかよい路を創出することこそ、心の時代と期待される 21 世紀の文明人の生甲斐を拓く。金属の馬はモーターサイクルその先導的な商品である。

広くスポーツ、レジャーのための、身体的動作性の高い機械工業製品が人間の感性のよりしろとなることを目指す GK ダイナミクスは、人馬一体ならぬ人機一体の境地に魂のわき立つ「人機魂源」をデザイン・キーワードとしている。工業化、情報化テクノロジーをもって、人間の感性をいかに深く刺激しう

るかが、GK ダイナミクスの、つねなるデザイン・ターゲットでありつづける。

グローバル・マーケットを対象とする感性創造産業の、すぐれたパートナーを自認する GK ダイナミクスは、世界各国の地域文化や民族特性をさぐる感性のフィールドワーカーたちを世界に送り、先端ファッション情報のアンテナを張りめぐらせている。

感性と魂のダイナミズム起爆商品のデザインを専門領域とする GK ダイナミクスは、愛と感動の創出装置である。



GRIZZLY/ヤマハ発動機株式会社/1997



YZF-R1/ヤマハ発動機株式会社/1997

# ニューラルオブジェクト「生命機械」

GKテック

道具が進化し、骨格や筋肉に加えて神経系を巡らせ、さらには頭脳を搭載するに至った今、道具は「いきもの」の具えを持った。

「しもべ」としての道具から対等な「パートナー」としての道具へ。その位置付けを見直すべき時だ。道具が周囲の環境や人間とアクティブな関係を持つことを認めてやること。道具の役割や機能を恣意的にではなくあるがままに受け入れることが出発点だ。

Neural Object は道具と人間の関係を問い直す一連の試みのプロジェクトである。

たとえば「あしあと」。暗闇の海中で光る夜光虫という微細な発光生物にヒントをえたオブジェクト。刺激を受けたら興奮して光る。刺激を取り去ると穏やかに興奮が冷めていく。そんな簡単な仕組みを持った「むし」を無数に床面に埋め尽くしたもの。数千の群れは人間を楽しませるすべを心得ているかのように振舞う。

あるいは「好光玉虫」。光さえあれば宇宙でも生き続けることのできる虫。スポットライトに照らされた「好光玉虫」は、静かに光を

食べている。やがて満腹になるとステージ内を縦横に走り回り、空腹になるとまた静止する。12cmの「玉虫」たちはユーモラスに体をふらつかせながらたわむれあう。

道具はこれからもっと面白く進化できるはずである。その可能性の萌芽を育む役割を担いたい。自然へのより深い認識から「自然観」が変革を迫られ、地球環境の保護という視点を生んだ。第二の自然としての道具の認識から、新たな「道具観」を生み出すべき時は今である。



ニューラルオブジェクトⅣ「あしあと」/国立科学博物館/1994



ニューラルオブジェクトⅤ「好光玉虫」/(自主開発)/1994

## 総合デザインと地域発信型デザインの融合

GK京都

総合デザインオフィスとして、プロダクト、グラフィック、環境といった従来の専門デザイン領域の総合から一歩すすみ、計画、ものづくり、情報編集、そしてそれらのコーディネートという視点での総合、「融合」をめざしている。組織的にも相互に補完、協業の体制による情報交換を密にし、全員が「融合」の意味を日常的に意識している。

これまでの総合的デザイン実績として、製品デザインとそれらの広報媒体（ヤマハマリンプロダクト系）、地域活性化という大きな

テーマを核とした地域のイベント企画提案、そしてその装置デザインと設計（長野県小布施町「長屋祭」）などがあげられる。一方、個別プロジェクトとして、生産機器、パッケージ、インターフェース、景観デザインなど、より専門性の高いプロジェクトもすすめている。

総合デザインとしてさらに「融合」させていくためには、より明確な研究テーマの設定、視点をもつことが重要である。現在、バリアフリー・防災・祝祭・道の4つのテーマを置いている。それらを鳥瞰する視点として、地

域発信型を核と考えている。単に京都という地域の意味だけでなく、より限定したエリア、コミュニティ、特性などの意味をこめている。

言われて久しい脱大量生産・大量消費に対して、デザインという立場からの提言を目指し、たんに研究にとどまらず、プロジェクト化・事業化することが、総合デザインサービスの有効性と GK 京都の特徴をより明確にできると考え、さらに着実な実績を積み重ねて行きたい。



MJ-1200XL、カタログ/ヤマハ発動機株式会社/1998



「長屋祭」演出装置企画・デザイン/長野県小布施町/1997

# グローバルな「ピース（平和）」をデザインする

## デザイン総研広島

デザイン総研広島はGKグループの西日本の拠点として1989年に設立した。マツダ株式会社をはじめとする広島の優良企業6社の出資による、地域発信型の総合デザインオフィスである。

設立の翌年、「国際デザインシンポジウム・広島」を開催。地球社会における広島の役割と、デザイン総研広島の活動の理念を次のように宣言した。「国を越えたグローバルな発想から、国際文化都市広島を考え、新たな「ピース」をデザインする」。

この年スタートした広島新交通システム・トータルデザイン計画は、開業までの6年の歳月を要しての、新しい時代の広島を描いたものである。車両の内外観デザイン、駅舎インテリア、色彩計画、総合サイン計画、ファニチャー類、広報宣伝、ユニフォーム、さらにはC I計画と、利用する人々が目に触れるすべての対象物を総合的な観点からデザインした。トータルデザインのめざすところは、こうした各種が交わる世界での均衡のとれた「自然な」姿である。デザインの役割は、ひと

つひとつのものがその機能を果たすための調整役である。この「アストラムライン」のトータルデザイン計画は、広島という都市のこれからのアイデンティティを多くの関係者とともに模索した結果である。

プロダクトデザイン、コミュニケーションデザイン、建築環境デザインの3領域の協同によるこれらプロジェクトは、その先にある時代のテーマを顕在化し、その解決策はユニバーサルなものとして地球社会の将来に生かせるものと確信している。



アストラムライン / 広島高速交通株式会社 / 1994



3950 形車輛 / 広島電鉄株式会社 / 1998

## アメリカが息吹くアドバンスデザイン

### GK Design International

1967年に駐在員事務所GKLAをロスアンゼルスに開設。1978年に現地法人GKデザインインターナショナル(GKDI)となった。GKDI30年の歴史は、デザインリサーチを通じたアメリカと日本の異文化交流の歴史ともいえる。広大な土地とその多様性、自由で先駆的、文明の活気にあふれた土地、新しいライフスタイルが試され、新しいトレンドが生まれる。この可能性に満ちた環境の中にあるGKDIは、メンバーの多文化性とグローバルな視点を持ち、デザインとリサーチのインテ

グレーションにより確実な着地を行うことのできる、アドバンスデザインオフィスである。

モーターサイクルのV-maxはアメリカのパワーを表現したものである。「アメリカのパワーとは何か」を解き明かすことから始め、それを視覚化し形を与えて普遍化した。そのコンセプトは誰にもわかりやすく、1985年に発表して以来、現在も生産されつづけている長命なデザインである。アメリカの概念を日本で孵化させた良い例だ。

沢山の湖を持つアメリカにとって手軽に乗

ることができるウォータービークル(WV)は夏の華である。80年代中頃、一人乗りWVは、テクニックに魅せられた若者たちで大きな市場に育ちつつあった。私たちは調査の結果、時代はファミリー志向、手軽な扱い、高価値に向かっていると考え、あえて二人乗りで簡単に誰にでも乗れるWVを提案した。市場を大きく変えたこの戦略的デザインは、マーケットに適合するようにコンセプトを検証し、調整を行ってきている良い例である。



V-MAX1200 / ヤマハ発動機株式会社 / 1985



GKDI オフィス入居ビル

# EU の統合とデザインのメタモルフォーシス

## Global Design

21世紀を直前に控え、ヒト、モノ、カネ、コトなどがボーダーレスに流動している欧州、EU統合の本質的意味は、ユニフィケーション（統合）とアイデンティティ（個の確立）という両端の概念を併せもつ、新しいパラダイムである。一方、ECU（統一共通通貨）は手段（皿）の標準化をめざしている。

デザインビジネスにおいても、プロダクト、パブリック、そしてコミュニケーションデザイン等の領域のインテグレート（統合）を促進し、しかも個々のデザインの個性ある専門

性をも要求されている。そのなかで、モノづくりのDNAとしてのインダストリアルデザインの存在は、文化、地域を問わず、世界共通言語として、自己変革「メタモルフォーシス」と進化を繰り返していくであろう。

このような時代の変革期にあつて、グローバルな経済環境の拡大が国／市場の相互依存を急速に進めている。そのことが世界的な情報ネットワークの多様性をもたらし、国際的な専門性や協調を求め、産業分野では国際的分業や人材活用などを新しいステージに変化さ

せている。今日、どの国においても単一市場での孤立した状況でのビジネスはありえない。

グローバルデザインは、文化的にも経済的にも近年密接な関係を持つ日欧間における、より緻密で有意義な業務の遂行を目標としている。消費構造の変化により、どの市場にも効果的であったユニバーサルな製品の時代から、より多くの情報交換による、きめこまかなユーザー対応のデザインと事業開発が、日欧両地域の発展に貢献すると信じている。

ちなみに、2000年は日蘭修好400年である。



Global Design オフィス入居ビル



Global Design オフィス風景



TDM850/ ヤマハ発動機株式会社 /1996

## アジアの視点と世界の視野

### 青島海高設計製造有限公司

青島設計製造有限公司 (QHG) は、アジアの時代に応える GKグループの中国拠点として、代表的家電企業集団である海尔 (HAIR) グループとの合弁により、1994年青島市に設立した。

21世紀をまじかに中国経済は新段階を迎え、香港返還や上海金融市場の自由化などその動きはめまぐるしく、世界有力企業の市場参入もくつわをそろえた。

いまや世界的製品輸出国として成長した中国は、かたや13億の人口をもつ世界最大市

場としても注目を集め、その存在はアジア経済と文化の確立において重要な位置にある。

急速にすすむ中国の近代化は、かつて日本が経験した段階的進展とは異なり、先端技術が直接導入される。しかも情報化の進行は、流行に敏感な若者たちの娯楽や消費動向を加速させ、デザイン需要を拡大している。

激しい変化には混乱がつきまとう。追いつかぬ基幹都市施設や未消化な文化受容、都市部と農村部、そして地域差など、その様相はさまざまである。生産と消費の増大は環境へ

の影響の大きさも懸念される。巨大国ゆえにその波及の規模も巨大となり、デザインの役割はさらに重要になっている。

中国の日本に対する期待は、近代化を成功させた日本モデルの学習である。しかし条件が異なる中国には、中国モデルが求められる。

久しく近くて遠い中国であった。GKグループはQHGを中国理解の第一の拠点として、日本とアジア、そして世界への識見をひろげ、さらなる創造の道を探りはじめている。



QHG オフィス入居ビル



冷蔵庫 / 海尔冷蔵庫有限公司 /1997



冷蔵庫 / 海尔冷蔵庫有限公司 /1997

株式会社 GKデザイン機構 設立 昭和32(1957)年8月12日 〒171-0033 東京都豊島区高田3-30-14 山愛ビル2F Tel:03-3983-4131 Fax:03-3895-7780	GKデザイングループの本部機構としてグループの経営・運営をしている。
株式会社 GKプランニングアンドデザイン 設立 昭和48(1973)年5月28日 〒169-0051 東京都新宿区西早稲田3-30-16 ホリゾン1ビル7F Tel:03-3205-3931 Fax:03-3205-6365	業務用機器からコンシューマープロダクト、地場産品などを対象とした、調査研究・商品計画・デザインを領域としている。
株式会社 GK設計 一級建築士事務所 設立 昭和57(1982)年7月23日 本社/〒171-0022 東京都豊島区南池袋1-11-22 山種池袋ビル7F Tel:03-3989-9511 Fax:03-3971-3831/03-3989-0533 大阪事務所/〒541-0053 大阪府大阪市中央区本町4-4-24 住友生命本町第2ビル8F Tel:06-252-2066 Fax:06-252-2067	都市、公共施設、地域、建築、装置、ストリートファニチュアなど環境デザインの計画・設計を領域にしている。
株式会社 GKグラフィックス 設立 昭和60(1985)年11月1日 〒161-0033 東京都新宿区下落合2-19-16 Tel:03-3953-5653 Fax:03-3953-5654	パッケージ、コンピュータインターフェイス、CI、環境グラフィック、サイン、グラフィックプロダクト、エディトリアルなど多岐にわたるグラフィックを領域にしている。
株式会社 GKダイナミックス 設立 昭和56(1981)年10月1日 〒171-0033 東京都豊島区高田3-30-14 山愛ビル2F Tel:03-3989-9961 Fax:03-3981-5318	モーターサイクルやスポーツレジャー、それらのファッションなど身体的活動に富んだダイナミックデザイン全般を領域にしている。 レジャー関連ほかデザイン商品の企画・制作・販売も行う。
株式会社 GKテック 設立 平成元(1989)年6月28日 〒171-0033 東京都豊島区高田3-30-14 山愛ビル1F Tel:03-3983-4160 Fax:03-3983-6815	デザインとテクノロジーをつなぐ技術開発型デザイン、テックアート、デザインシミュレーション、インターフェイス開発を領域にしている。
株式会社 GK京都 設立 昭和47(1972)年4月19日 〒602-0898 京都府京都市上京区相国寺東門前町657 Tel:075-211-2277 Fax:075-231-1047 *地方シンクタンク協議会加盟	総合デザインオフィスとして、プロダクトデザイン、グラフィックデザイン、環境デザインを領域にし、調査研究からデザインまで行っている。
株式会社デザイン総研広島 一級建築士事務所 設立 昭和63(1988)年4月8日 〒730-0051 広島県広島市中区大手町4-6-16 山陽ビル8F Tel:082-242-7755 Fax:082-242-7177 *地方シンクタンク協議会加盟	総合デザインオフィスとして、プロダクトデザイン、グラフィックデザイン、環境デザインを領域にし、調査研究からデザインまで行っている。
GK Design International, Inc. 設立 昭和47(1972)年12月21日 4007 Paramount Bld. Suite 110 Lakewood, California 90712 U.S.A. Tel:+1-310-496-1445 Fax:+1-310-496-2007	北米市場の拠点として、デザイン全般の市場調査、商品計画、デザインクリエイションを領域にしている。
Global Design bv 設立 昭和61(1986)年12月1日 Sarphati Plaza Rijnspoorplein 12, 1018 TX Amsterdam, THE NETHERLANDS Tel:+31-20-6250091 Fax:+31-20-6246171	欧州市場の拠点として、デザイン全般の市場調査、商品計画、デザインクリエイションを領域にしている。
青島海高設計製造有限公司 設立 平成6(1994)年10月1日 266101 中国山東省青島市高科技技術工業園李山路海尔工業園 Tel:+86-532-893-8101~8103 Fax:+86-532-893-8555	中国との合弁による本格的総合デザインオフィス。生活・市場調査、商品計画、プロダクトデザイン、グラフィックデザイン、デザイン情報サービス、総合デザインコンサルテーション業務を行う。

## ■栄久庵憲司 GK グループ会長がフランス「芸術文化勲章」を受章

GKデザイングループ会長栄久庵憲司が、フランスより「芸術文化勲章 (Officier de l'Ordre des Arts et des Lettres)」を受章(1997年10月)した。

「芸術文化勲章」は国民教育・青少年・スポーツ担当大臣、および芸術・文学担当大臣の連署による政令によって1957年に創設されたもので、フランス国内外で、芸術または文学の分野における創造的貢献・活動、あるいはその昂揚に際立った活躍をした人に贈られる。

今回の受章は、デザインにおける永年にわたる多大な専門的業績に加え、デザインを通じてフランス文化の日本への紹介ならびにフランスと日本との文化交流促進などの貢献が評価された。



「芸術文化勲章」について

「芸術文化勲章」は、1957年に創設された。この勲章の目的は、フランス国内外で、芸術または文学の分野における創造的活動、あるいはその貢献という点で際立った活躍をした人に褒章を与えることにある。

「芸術文化勲章」叙勲の対象と決定経緯

「芸術文化勲章」は、日本にフランス文化を積極的に紹介した方、またはその実務に積極的に携わった方、あるいはフランス文化を積極的に支持した方を対象とする。

東京のフランス大使館文化部、あるいは大阪の総領事館またはフランス本国で直接文化省が推薦し、審議の上、文化大臣が決定する。(フランス大使館資料より抜粋)

■金子修也が地域CTVに出演

東京の文京、千代田、荒川3区をカバーしている東京ケーブルテレビネットワーク。去る7月27日、GKグラフィックス社長の金子が、その「お茶の間アワー／2時から3時」に生出演した。昨年6月にも同じ番組に、そのときは(社)日本パッケージデザイン協会(文京区)の理事長として出演。パッケージを題材にした話が分かりやすく面白かったということで、今回はGKグラフィックスの立場で。実は金子は文京区本郷の出身。幼稚園から東京芸大まで徒歩通学だったという、もと土地っ子。昭和30年に部分開通した地下鉄丸ノ内線の、当時はめずらしい全身真っ赤な車体(故・小池岩太郎先生がご指導)を見てデザインの道を選んだエピソードなどまじえながら、GK作品をつうじてデザインが何をするかを紹介した。区内在住同窓生の主婦の何人かから「見たワヨ」と電話されて「まいったなア故郷は」とは出演者の弁。

## デザイン真善美

### 1. デザインとは。その真善美とは。

#### 栄久庵憲司 (GKグループ会長)

かつて学生時代、デザインに対する熱い想いを「DESIGN REPRORT」に託し、仲間や教授に対して配付、議論を投げ掛けた思い出がある。そこには時代に対する前衛性、提案性が常に込められていた。又そこに、GKグループの志の原点を再確認することが出来る。

GK REPORTの創刊にあたり、本誌がその精神を受け継ぐ器として、多くの方々とGKグループを繋ぐ架け橋となることを切に願う。



デザインは人間のおもいをかたちに置き換える作業であり、その結果としての実体であ

る。事柄を物柄に置き換える作業といってよい。帰るところデザインとは人間によって新たな存在を創出することである。その目指すところは、よきデザインとはよきおもいをよきかたちに、よき事柄をよき物柄に、そしてよき存在を創出することにある。すべてによきことを「善」という。

事柄はおもいの総合であるから、その結果としての物柄は総合的脈絡をもたなくてはならず、創出された存在は美しい総合でなくてはならぬ。デザインにおける「美」の使命は人のこころにわけ入って人のこころを新鮮か

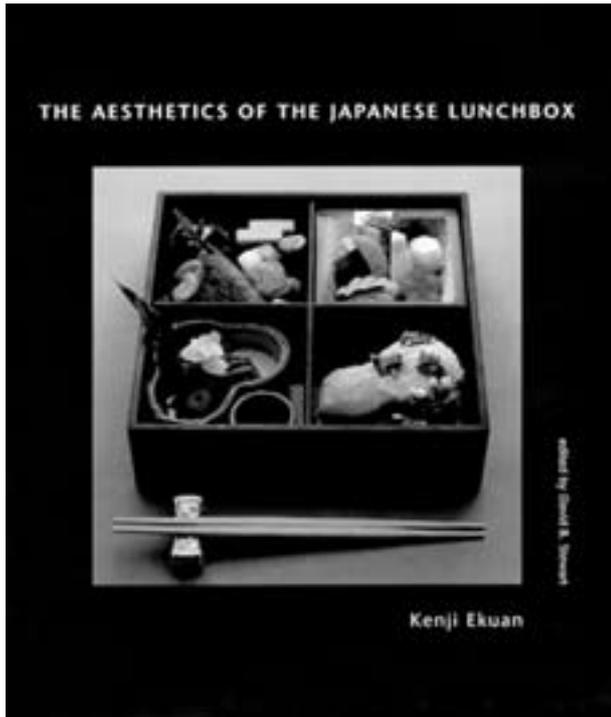
つ快適にたもち続けることにある。

美とは大いなる秩序であってその秩序の質と方向は人のこころのうちなる美意識にてらして感得される。美意識の哲学的考察が美学であり、常任普遍を求めての道のりである。この道のりの、はるかなるゆく手に「真」があるという。

自然をいかに観念するか。もの、ひと、社会をいかに観念するかで美学の方向は定まる。かかる美学を支えに人のおもいをかたちにしてこそ、デザインは文化の構築に機能し、産業・経済は刺激されるのである。

## COLUMN





■米国 MIT から栄久庵憲司著『幕の内弁当の美学』英語版を出版

1980年ごま書房刊の同書は、日本のものづくりと日本人の美意識の原点をユニークな視点で探った好著との評を得てきた。海外でも著者の講演などをつうじて関心が寄せられ、英語版が要望されていたところ、今年5月に米国 MIT (マサチューセッツ工科大学) 出版局から待望の英語版となって出版された。米国内はもとより世界の人々にも読まれる機会を得たことになる。

本書によってデザインを視点にした日本文化の理解が広がることは、世界時代にふさわしいといえよう。現に海外赴任するビジネスマンのお一人から、文化的話題とポキャプラーを得られる好適書との評をいただいている。英語版はフルカラーで、抑制の効いた美しい装丁のビジュアルな書でもある。



■ほるぷ出版から栄久庵憲司著『人の心ともの世界…卓上醤油瓶から秋田新幹線「こまち」まで』を出版

僧侶の家に生まれた著

者が、デザインの道を志して東京芸大に学んだ初志にはじまり、GKを創立し、デザイン業務や国内外での数々のデザイン運動をつうじて多くの人々と出会い、今日の世界デザイン機構設立の提案に至るまでの道程を記した書。日本の戦後デザイン史を世界のデザイン運動史とともに語りながらの、著者の一代記である。

- 第一章 世界の檜舞台へ
- 第二章 ものの心を知る
- 第三章 デザイン世界への飛翔
- 第四章 メタボリズムをデザインする
- 第五章 自ら楽しむものを人に分け与える
- 第六章 祈りが生む昇華の境地

(1600円+税)

■鹿島出版会から『広がるデザイン』シリーズ全3巻を出版

このシリーズはインダストリアルデザインの現場から見えてくる、インダストリアルデザインの可能性についての報告である。

『広がるデザイン』シリーズ鹿島出版会

監修：栄久庵憲司

- 1・かたちの構想力 野口瑠璃+ GK著
- 2・商品とデザイン 伊坂正人+ GK著
- 3・デザインの産業パフォーマンス 黒田宏治+ GK著

「1・かたちの構想力」では、デザイン教養こそ工業資源に代わる日本の知的資源という観点から、インダストリアルデザインの昨日、今日、明日を展望し、合わせてGKが長年提

唱している道具学の視点を紹介している。

「2・商品とデザイン」では、広がるデザインを産業と生活のあいだを行き来するモノ＝商品を通して展望している。

「3・デザインの産業パフォーマンス」では、産業社会におけるデザインの有り様の探求・構築を、特に地域というフィールドを視野に入れながら試みている。

(各冊2600円+税)

GK Design Group

- 株式会社 GKデザイン機構
- 株式会社 GKプランニングアンドデザイン
- 株式会社 GK設計
- 株式会社 GKグラフィックス
- 株式会社 GKダイナミックス
- 株式会社 GKテック
- 株式会社 GK京都
- 株式会社デザイン総研広島
- GK Design International, Inc
- Global Design by
- 青島海高設計製造有限公司

GK REPORT No.1

1998年9月発行

- 発行人/西沢 健
- 編集顧問/金子 修也
- 編集長/藤本 清春
- 編集部/松本 匡史

発行所/(株)GKデザイン機構事務局

〒171-0033

東京都豊島区高田3-30-14 山愛ビル2F

Tel:03-3983-4131 Fax:03-3985-7780