

## 昨夏NYの美術館で起きた大事件

P.4 Today's Eyeより

グッゲンハイム美術館が発した21世紀への申し送り事項：人間のつくり出した人間的感性の深みをきわめる創造物は、その制作方法のいかんを問わず、芸術作品と認知すること。

### 年頭のご挨拶

フリーランスを標榜して、設立以来46年。GKデザイングループの歩む道は常に険しいものです。新たな年を数える度に、その感を強く持ちます。歴史は常に平坦ではなく、時間は待つことを知りません。疲弊する従来の社会基盤、そして現状を打開できぬ産業社会の実情を目の前にして、何を変革せねばならないのでしょうか。経済的低迷もさることながら、この時代に求められているのは、むしろ新しい質の創造ではないかと思う次第です。

あらためて今、初心を思い起します。フリーランスたる決意とは、何物にも負けない強い意志を持ち、

自ら選んだ創造の道を邁進し、高い質のデザインを皆様に提供させて頂くことです。

GKには多くのメンバーがおります。そしてさらに多くの方々より、支え励ましを戴いております。

これからも、私達GKデザイングループは、その特性である組織的創造力を十分に発揮すべく、その一步一步を確実に歩む覚悟です。そして日頃支え励ましを戴いております多くの方々とのさらなるコラボレーションを通じて、その御期待に添えますよう、研鑽・努力を重ねて行く所存です。今後ともご指導・ご鞭撻のほど宜しくお願い致します。

GKデザイン機構代表取締役社長 西沢 健

# 新たな文化的価値の創造をめざして

設立46年を経たGK。時代はまた大きな変換点に遭遇している。  
来るべき21世紀に向けて、さらなる課題に挑戦しつづける前衛のGKでありたい。

## 栄久庵 憲司

### 変わらないデザインの倫理観

第1次大戦後、厳しい不況を迎えたアメリカは、その復活もまた劇的であった。その代表的なデザイナーの一人にフランス系アメリカ人、レイモンド・ローウィがいる。彼が日頃の生活を支える量産品を、インダストリアルデザインの手法を使って手がけることで、景気の回復した会社がほうはい澎湃として世に出てきた。そのローウィが不景気に対しインダストリアルデザインがどの様に応えたかとの質問に「カスタマーを中心に考えることが大事だ」と答えている。ただただ使いよいプロダクトをデザインした、ただそれだけだと言ったのである。「それだけの事」だが、これは大変なことである。たったその一言の中に大変深遠な思想が入っている。

「人のことを思う」とはすごいことだ。孔子をはじめ、釈迦にしても、マホメットにしても、キリストにしても、見事な言葉を残している。それに共通することは、ひとを思うという事を中心に物事が展開されていることだ。孔子の場合は、仁という心の概念であり、それを儒教の中心に置いた。仁とは人の気持ちをしのぶという意味である。それが釈迦の慈悲であり、キリストの愛である。

世界で46年間、いわゆるフリーランスでデザイン会社が存続しているのは、我が社が誇るべきことであろう。私も色々なところで、その存続の秘密を教えてくださいと問われる。私は、まさにローウィの言にあやかり、デザインというものは、人の喜ぶ世界を求めていだけなのだと言っている。デザインとはサービス業としてそういうものではないかと思う。一度相手の信頼を失ってしまうと永久にクライアントが返ってこない、そんなビジネスなのだから。46年間の間、私自身もよくぞ続いたものだと思っている。

### 時代の変換点

さまざまな変換点をのりこえ、46年経った今日、また大きな変換点に遭遇しているのではないか。GK自身の事業内容と成果を見たとき、社会性を重んじたサービス業に徹しようとした46年間、その一貫した姿勢に、現在があるのだと思っている。一方、我々の顧客の顔をみると、一部を除いてはほとんど苦衷くちゅうの表情がある。残念なことだ。立派な勉強をした人々が集まっていながらもふうふう言っているのは事実である。我々はいま、我々の顧客に対し、い

かに考え、いかに応えるべきか。いま、この大きな時代の変換点にあたり、何か重要なものを発見していかなければならない。そんな時代がやってきたと強く思う。

### 高度文化社会に向かって

ハードウェア、ソフトウェア、ファインウェア、その中のファインウェアを目指すのがGKではないかと、文化庁の長官だった植木氏からスピーチを頂いた。前回の創立記念式の記念講演「高度文化社会に向かってToward Highly Culturalized Society」を今あらためて思い起こす。いわば文化体系を基本にして文化社会をつくらうというのが植木氏のお話であった。我々は工業インフラや情報インフラなど、様々なインフラの中にいる。その基盤の上に、我々の全てがあり、その真ん中に中枢構造としての文化を創らなければいけない。つまり文化というものを非常にシャープに、しかも習熟した状態でとらえることだ。工業インフラや情報インフラなどインフラの交叉した中に世界共通の文明環境があり、そこから中枢構造としての文化をつくらうと言うわけだ。要は、習熟した文化体系というのを生み出そうというのである。インフラ整備に戦後50年がんばってきたのだから、いよいよこれから我々の真骨頂を出すべき時がきた、つまりリファインされた文化体系を作るべきだということを植木氏は言われたのである。

GKの歩んできた文化的方向は、事業と運動と学問との三位一体である。いまデザインがここにある。それを人に理解してもらわなければいけない。これを運動という。こちらの話不足でデザインがわかってもらえていない関係企業が多い。それらの企業に対してもっと正しく知らせなければいけない。更にデザインというものは効果があるということを示すには、一つの品物のデザインによって、その企業が利益を得、同時に我々もプラスすることを示さなくてはならない。これが事業である。そして、その内容を吟味し普遍性をもとめていくことを学問という。つまり、我々の世界を、アカデミックな世界にのせることによって、思考の品位を高めていく。そして学問による見えない世界の探索の旅にでていく事で更に人に役立つ未知の世界を発見するのである。事業・運動・学問の三つのダイナミックな羽根の真ん中にデザインがある。そのデザインの指標が、実はいま揺らいでいる、揺らいでいると言ったら誤解され

そうだが、デザインすべきプロジェクトの開発が揺らいでいると考えている。そして、適切な目標をもたないプロジェクトにはデザインの未来はない。

### あらためて運動性を

「necessity」、必要がことを生む。これはデザインの重要な基本の一つであり、人々の求めるものを理解し、かたちに置き換え、そして人に提示していくことである。人々の思いをかたち化し、また自らを通して人の思いを察し、かたち化することで世界の人々に通用すればこんな嬉しいことはない。そこにデザインの使命感の達成を感じずというものだ。そういう意味ではデザインとはまさに社会的存在であり、宗教的色彩を帯びることすらある。人々に対して社会的倫理観を中心とする自分の信念を持ち続けることで、デザインの意義を発見しようとするからである。

GKは事業、運動、学問の三位一体を推し進めてきた。デザインが世の中の役に立つのだという「necessity」を訴えて46年を経てきたことは事実だ。デザインを説き、書き、表現してきた。しかし今考えねばならないことはデザインの根幹である「necessity」の波が大きく変化しだしたことである。戦後、焦土と化した日本に豊かな生活文化をもたらすにはデザインこそ救世の道と信じてきたことに間違いはない。大量消費をはじめとする経済活動にデザインが加わることで産業、経済、文化の発展を願った。だがその結果、環境問題、都市問題、人権問題、コミュニケーション問題等、様々な分野で今までになかった現象、状況が現れはじめた。どれもが未来を示唆しているところにデザインの目標の前衛性を感じる。過去50年の結果、自然観が見直され、人間観、技術観が見直されてきた。これこそデザインの前衛的態度といっている。だからエコシステムもバリアフリーも前衛的であり、全人間の人間観に他ならない。

今、人間は何が欲しいのか見極めなくてはならない時代に入った。バウハウス時代のような社会主義的デザイン観ではなく、またアメリカがリードしてきた50年代、60年代のアメリカンコンフォートでもなく、地球を含みこんだ全く新しい「necessity」が求められている。「necessity」の波のうねり、いま人の欲しいものは何か、我々は明日を見つめて大いに自問自答しなければならない新しい時代のステージに立っている。

経済的価値は今日まで非常に高く評価された。今後もそうであろうが、いまは精神的価値、文化的価値が評価されてきている。つまりそれは文化的価値を高めないで経済的価値が上がらない、という意味でいま文化的価値が唱えられている。文化的価値は非常にクリエイティビティーを必要とする。植木氏の講演でも文化的価値というもの生活全般をトータルに考えたうえで創造されなければならないと説いている。デザイン文化というものにはまさにそういうものだ。

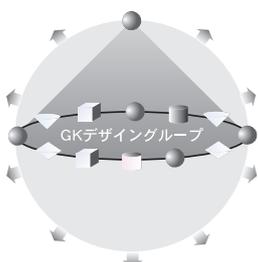
### 新たな創造のフレームづくり

人が欲しいと願うものをどうやってかたちにしていくことができるのだろうか。人の気持ちは単純で素直なものであり、誰にも共通するところがいい。だが並大抵の努力でこれに応えることは出来ない。例えば澄んだ水、澄んだ青空が欲しいといってもそう簡単に叶えられるものではない。我々は知恵と技術のありったけの力を発揮し、あらたに創造力のフレームをつくり、設計方法を築きあげ、しかも人々の自然観、技術観、科学観、人間観にあらたな切り口を発見せねばなるまい。旧来の生活習慣を打破する勇気も要る。今のような自動車に乗っていても到底青空は望めない。課題を発見し、解決に邁進する。これが運動だ。原理を発見し、方法を築いて人々に普遍してはじめて事業になる。

いま必要なことは世界で求める課題を日本で発見し、解決し、日本から世界に発信させることである。世界的課題をプロジェクト化し、デザインを施すということである。地球にはデザインにとって未知の課題が充満している。日本の国土の中から地球的規模の課題を発見することこそ肝要である。自己の中に世界を見出すということだ。一輪の花に宇宙を見出すとは東洋の賢人の言葉だが、未来にデザインの理想を画きたいと願うなら、一輪の花を見つめ続け、21世紀に向けて更なる厳しい課題を発見し、それに挑戦し続ける前衛的GKでありたいものだ。

(1998年11月20日第46回GKデザイングループ創立記念式スピーチより)

(えくあん けんじ：GKデザイングループ代表)



新創造活動の展開をめざす  
GKデザイングループ

## 昨夏 NY の美術館で起きた大事件

グッゲンハイム美術館が発した21世紀への申し送り事項：人間のつくり出した人間的感性の深みをきわめる創造物は、その制作方法のいかんを問わず、芸術作品と認知すること。

石山 篤

モーターサイクルが公的な美術館では世界ではじめて、芸術作品のひとつのジャンルとして取り上げられた。これは芸術とは何かを問う大胆な試みとして、世界の注目を浴びている。ニューヨーク・グッゲンハイム美術館で開催された「THE ART OF THE MOTORCYCLE」展がそれである。

この特別展は世紀末に当たり、20世紀を象徴するモダンアートの芸術品を選び、それを展示するために企画された。

機械文明が人々の生活

と深くかわりはじめた今世紀の新展開を、系統的にトレースしなすに、最もふさわしく、強いインパクトを持つものとして、モーターサイクル以上のものはないということで、決定をみたという。

絵画彫刻のみを芸術とみなす19世紀的美術館には不可能な選択であり、モダンアート、現代芸術を率先してとり込んできた現代アメリカの20世紀型美術館にとっても、大量生産される工業製品、モーターサイクルの選択は果敢な試みであった。日本の美術館では企業の製造販売している商品を並べる企画を通すことはまだまだ至難である。この意味で「THE ART OF THE MOTORCYCLE」展が具現をみた背景に、たくましい決断力と、それを阻まないアメリカのフロンティア精神のしたたかさを、つきつけられた思いがする。

また経済的な面からの企業協力として、BMWの全面的な理解によって実現されたものである。あらためて企業の、芸術と歴史に対する深い洞察を示す姿勢に、尊敬をおしまずにはいられない。

収集展示された作品の方針は、まずなんといっても、(1) 美的価値、(2) 次いで企業の広報やマニア的偏見のない客観



公的な美術館で世界で初めてモーターサイクルが芸術品として取り上げられた。



グッゲンハイム美術館全景。フランク・ロイド・ライトの設計によるスパイラル状の回廊が特徴である。

的歴史的価値、(3) 技術的な独創性に満ちた価値である(多く売れた価値ではない)。それもできるだけ世に隠れていた作品を、世界的にコレクターから発掘するという方法をとった。

これらの作品が、かの有名な Frank Lloyd Wright の設計による、スパイラル状フロアーに、年代を追って1868年から現代に至るまでの130年にわたり、毎年一台を選んで展示されていた。

そこで驚いたことは、その展示作品の一つ一つが実によく補修され、その芸術的価値を忠実に再現していることである。



案内をいただいた方々。左より石山、Charles Falco 教授、Shawn Site 女史、右端 Nobby Clark 氏。



アルミミラーにうかぶMV Agusta F4・1998・Italy。

ディスプレイは Frank O. Gehry氏によるスパイラルの壁面に設けたアルミ板のミラー効果による、マシンと人の動きを反映するデザインで効果を高めていた。

残念ながら、今回ヤマハのMORPHOはぜひ出品させたかったのだが、世界に一台も製造されていないと知り、断念された。

その展示の構成として、モーターサイクルの全史を、八つの時期に区分しているのも、展示対象への研究の深さと見識の高さを見事に示している。時代区分は以下の通りである。

1868～1919年／Inventing the Motorcycle

1922～1929年／The Machine Age

1930～1944年／New World Orders

1946～1958年／Freedom and Postwar Mobility

1960～1968年／Popular Culture / Counter Culture

1969～1978年／Getting Away from It All

1982～1989年／The Consumer Years

1993～1998年／Retro / Revolutionary

この中でも最初のInventing the Motorcycleの時代の展示は、特に圧巻である。

これまで論争の種であったモーターサイクルの起源について、従来定説とされていた1885年のダイムラー説を覆し、それより17年もさかのぼる1868年に製作された機械Machaux-Perreauxのものをフランスで発掘し、展示している。

それはダイムラーのそれと違ってあきらかに二輪であ



Hildebrand & Wolfmüller・1894・Germany。



モーターサイクルの歴史を書きかえる発掘品、Machaux-Perreaux・1868・France。

り、見るからにコンパクトな蒸気エンジンをもちい、フレーム自体をサスペンション構成にしている所など、まさにモーターサイクルの元祖と呼ぶにふさわしいものである。これはモーターサイクルの世界史を書き替える発掘であった。

19世紀から20世紀初頭にかけての、この展示会のため特別収集された多くのモデルの先駆者的発明、そのエンジン形式、フレーム、シャフトドライブ、キャストホイール、サスペンション等の、数々の独創的発明の機械美には、真実目を見張るものがあつた。



大盛況の会場内。ミラー効果で人の動きの中にモーターサイクルが。



アルミミラーにより効果的に演出されたディスプレイ。

そしてそれに続く1920年代、機械がより芸術的で、優美な形態を獲得するThe Machine Ageの展示品には、これまで一堂に会して見るができなかったモデルの、多様な技術による金属造形に、深く魅入られるばかりであった。

さらに展示は、30年代のティアドロップの時代、戦後50年、60年、70年代へと、モーターサイクルの夢の黄金時代を築いて現代に至るのであるが、その作品のセレクト



Megola Sports・1922・Germany.

ションに、Charles Falco氏の、学者としての明確な客観的歴史観が光っていた。

西洋の文化は歴史に価値を置き、その上に未来を築くという、実に歴史学的な技術史観にささえられていることを、あらためて痛感する。

そういう視点で見ると、モーターサイクルの歴史は、やはり西洋の産業革命以来の、機械文明を主軸とした長い文脈の後半、60年代から日本車が加わり、繁栄に寄与するという図式になる。ホンダ8台、ヤマハ3台、スズキ1台、カワサキ1台。日本メーカーの中では、やはりホンダの協力が他社を上回っている。

日本はモーターサイクルの歴史への関わりがまだ浅い。その事をよく考えると、私たち日本人はこれから21世紀にむけて、



シンプルでプレーン、そしてナチュラルなデザイン。

モーターサイクルという機械と人間の、深いかかわりの歴史における美的財産価値を、もっと深く認識し、国際的に貢献する必要を実感した。

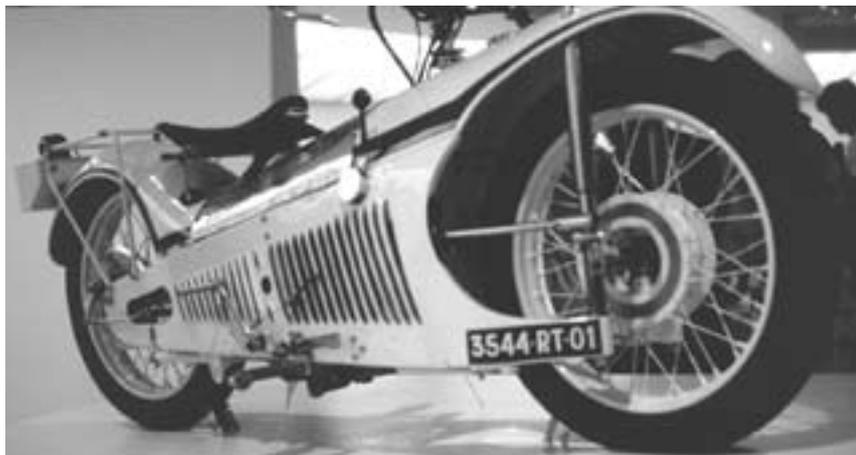
この展覧会は、グッゲンハイムはじまって以来の観客動員数で大成功を収め、先端アートの都ニューヨークで話題を席捲し、アート愛好者の域をこえ大きな出来事となっていた。

普段モダンアートなど見たこともないような、ヘルメットを持ったバイク乗りのアンチャンと、連れのネエチャン達や、ストリートギャングや、刺青のくりからもんもん倶梨迦羅紋々の怖いマッチョなおじさん達のグループが、一般客に混じり、列をなして訪れていた。

とりわけ機械美を崇拝する彼らにとって、ハーレーやインディアンの初期のモデルなどは、まさにミロのビーナスに匹敵するものなのである。彼等はその芸術品を取囲み、あらゆる角度からむさぼるように眺めそやし、はては仲間と熱心にその美観について議論を交す光景があちこちに見られた。

ウィークデーはまだしも、土曜日曜ともなると、それらの機械に悠然と跨がった勇者達が、ハーレーやスポーツバイクの爆音と共に現れ、一般人に混じって美術館を、ぐるりととり巻いている様相は、まさにニューヨークにおけるモーターサイクルの、特別な祭典かショーのような観を呈していたのである。

そういう点からもこの展覧会は、アメリカの名だたるジャーナル界、ニューヨークタイムス、ウォールストリート



Magestic 350・1930・France.



グッゲンハイム美術館を取り囲んだモーターサイクル軍団。

トジャーナル、ワシントンポストなどの紙面でも大きく取り上げられ好評を博した。

特にモーターサイクルを単に商品としてではなく、20世



展示品の前で熱心に議論を交わすマッチョなライダーたち。

紀の文化・文明(技術・社会・文化・経済などの多面にわたる)の反映された芸術作品として位置づけ、その発展の歴史をそれぞれに特長ある歴史的区分を用い、一般の来館者にも、わかりやすく展示していることを高く評価している。

最近のニューヨークの話題は、なんとといってもハーレーダビットソン・カフェで、そこにも立ち寄ってみたが、一般サラリーマンも気軽にバーで自由に楽しめるし、地下の会員クラブにはスターや有名人の名簿や、写真が飾られた高級クラブもある。



Indian-8-Valve Board Track Racer・1915・United States。まさに機械のビーナス！



Curtiss V-8・1907・United States.

いずれにせよそれら様々なクラブ活動を刺激し、モーターサイクルの社会的な文化性を高めていくためには、その製品の品格、つまり芸術的価値が、欠かせないものであるというのが、私の今回の出張の実感である。

文化は相反するものが、常に相剋し逆転現象を繰り返す。メジャーなものマイナーなもの、つまりカルチャーとサブカルチャー、危険と快楽、冒険と安全、モーターサイクルを作る者の創意、そして使用者の自由な生き方の創意。モーターサイクルは常にこの間にある葛藤を、創造のエネルギーとして発展してきた。

そしてそれらの遺産が、時代をこえて多くの人々の感動を誘う。

その最大の原因は「美」である。それも単なる美ではなく、動いて働く機能を、創意と工夫で表現するモーターサイクルの、究極的な美しさ、つまりパワーデザインなのである。

その意味で、モーターサイクルは商品である前に、すでに芸術作品でありうることを、この展覧会は世に広く示してくれる、大きな意義を持つものであった。

あらためてグッゲンハイム美術館の勇断に敬意を表すと同時に、懇切な待遇を得られたことに、心から感謝したい。

(いしやま あつし：GKダイナミックス社長)



夕陽にうかぶグッゲンハイム美術館。

# イスタンブール パッケージデザイン事情

活気あふれるモダンな街と熱心な学生に魅了されたイスタンブール。  
パッケージデザインに密かに託す欧州化の願い？

村井大三郎

トルコ共和国イスタンブール市郊外のTUYAP見本市会場とマルマラ大学において、10月12日から1週間、IIDE'98 (Istanbul International Design Encounters) のプログラムとして「Packaging and Branding Events」が開催された。このイベントは、包装機材展、パッケージデザイン展、デザインセミナー、デザインワークショップで構成された。名古屋国際デザインセンターを通じて日本パッケージデザイン協会より、セミナー講演とワークショップ講師の要請を受け、参加する機会を得た。

セミナーは英国、イスラエル、オーストリア、トルコ、日本の各国において現業に携わるデザイナー7名が講師として参加し、200名を収容するTUYAP内コンgresホールで開催された。企業の製品開発者と学生に向けて主にそれぞれの国情を反映した昨今のパッケージデザイン傾向が話された。



マルセラ大学にてワークショップに参加した学生のプレゼンテーションと講評が行われた。

ワークショップは3クラスで構成され、ブランドアイデンティティ、ギフトパッケージ、私の担当したレーベルデザインの実習が行われ、12名が参加した。テーマは「君自身が買って飲んでみたいと思う缶ジュース」。題材に取り上げた缶飲料は、流通の主流というより、紙パックやPET製品と市場を分け合っているようだった。初日に他の2名の講師と共に見た、大学構内のギャラリーに展示された学生の作品群のレベルの高さに驚いた。同時に口をついて出た言葉は「皆いい仕事してるよ。教えることは何もなくても知れない」だった。

ワークショップには4人ずつの3チーム編成を取り入れた。これは彼らにとっても新鮮に映ったらしい。たちまちチームとリーダーが決まり、チームの結束と問題解決意識を促したようであった。私を交えたチーム毎の活発な意見交換は最終日まで途切れることなく続いた。熱心のあまり初日



イスタンブール市のスカイラインは数多くのモスクがエキゾチックな雰囲気を醸し出す。

から徹夜でデザインの基本構想をまとめあげたチームもいて驚かされた。成果は、若い世代らしいユニークなものから、そつのないアイデアまで、この国の将来を彷彿とさせる広がりともとまりを見せる力作に仕上がった。短い期間だったが学生各々が十分にパッケージデザイン実習を楽しんでくれたことに安堵した。

トルコの歴史は中央アジアのモンゴル高原から8世紀に西進したことに始まり、15世紀には強大なオスマン・トルコ帝国を築いた。今回驚いたのは、彼らの繁栄をもたらした「Go West」というスピリットが今も変わらず生き続けていることだった。近い将来にはECに参加することを目標に掲げているようだ。なぜ今も「Go West」なのかと訊ねると「東にはあのイランが隣接しているから…」という答えが返ってきた。

現在人口1200万人という急速に成長し続けるイスタンブール。都市のスカイラインは宮殿と数々のモスクに縁取



ワークショップ参加者による相互投票で高得点を獲得した学生の作品。

られエキゾチックな様相だが、街中にはそんな面影はほとんどない。むしろ、かつての我が国の高度経済成長の時代のような活気に溢れるモダンな街であった。

(むらい だいざぶろう：  
GKグラフィックス常務)



市郊外に位置するTUYAP見本市会場。パッケージデザイン展とセミナーが開催された。

# 動き始めた世界デザイン機構

細分化したデザインの国際専門団体を横切りにして、様々なグローバル 이슈に立ち向かうために設立された世界デザイン機構。具体的な行動への第一歩を歩み始めた。

世界デザイン機構 (Design for the World / 通称: DW / 会長: 栄久庵憲司) が 1998年7月23日に発足して約半年が過ぎ、様々な領域から多くの期待や支援の声が寄せられている。以下は各紙よりのコメント抜粋。

「これがデザイン運動本来の姿ではないか。こうした横の広がりをさらに大きな世界の流れにしたい」(北海道新聞 / 今日の話 / 1998年11月7日)

「世界がボーダーレスになっている今、デザインも環境、難民、障害者などの苦しみをいやすものでなければならぬ」(日本経済新聞 / 文化往来 / 1998年12月3日)

「地球社会の問題に正面から取り組み、生活の質を高めるのがすぐれたデザイン」(読売新聞 / 顔 / 1998年12月16日)

「DWはこれまでの専門分化したデザインの枠組みにとらわれず、総合的な見地から地球規模の問題と取り組み、それを克服すべきデザインの可能性を追求する」(毎日新聞 / コラム / 1998年12月16日)

「各デザインの専門家が地球環境、資源、社会的弱者、難民問題などに取り組んでいく組織『世界デザイン機構』が

誕生した」(大蔵週報 / フォト・スクランブル / 1998年12月18日)

「こうしたアクションこそが国際デザイン団体の使命」(日経デザイン / TOPICS / 1998年12月号)

設立にあたっての会長宣言に曰く、「DWには誰でもが趣旨に沿うテーマを持ち込み、分野を越えた国際的な検討を行なえる開放的な組織とします。また諸専門を横切りにする検討の中から行動を生み、行動をもってデザインの意義を地球社会に示し、多彩な専門の組織創造力をもって推進します」

1992年の国際インダストリアルデザイン団体協議会の総会(リュブリアーナ市 / スロベニア国) で提案以来、6年越しでその名称・憲章・活動要項・国際組織体制などを煮詰めて世にでる形を整えた世界デザイン機構。

世界的問題、地球的課題が山積する中で、いよいよデザインによる国際貢献のステージがあらわになったといえる。数ある人類のテーマ群の海に新しい航跡を刻む頼もしい活動を大いに期待する。



# 地域づくりのデザインシナリオ

地域活性化を円滑かつ効果的に進めるには、多様な主体間で共有しうる魅力的なシナリオが必要となる。そのためのシナリオづくりには、デザインからのアプローチが高い有効性をもつ。

黒田宏治

## デザインの「形」効果

デザインは表層的なもの、差別化の手段であると、しばしば耳にする。確かに造形表現に優れ、成果が商品戦略に有効なのは間違いない。しかし、それだけでは、それこそ表層的な捉え方である。

デザインとは、造形力に加え、次代の存在を描出する構想力、様々な専門機能や産業諸分野をコーディネートする調整力の3つの力を併せもつことを、まずは確認しておこう。表面的には見えづらい構想力と調整力のはたらきがあるからこそ、総体として絶妙の問題解決のプロセスが構成され、造形力の成果も社会的に意味あるものとなる。形づくりは複雑な問題を単純化していくプロセスでもある。

そのようなデザインのはたらきを、地域の活性化に取り込んでいくならば、吟味された地域の目標像や振興プロセスが、形をもってわかりやすく表現されることとなる。これは「形」効果と呼んでもいい、デザインならではの有効性である。すなわち、それにより各人に情報が円滑に伝えられ、参加性が高められ、情報発信力の強化にも役に立つ。それらが活性化の大きな促進剤となる。

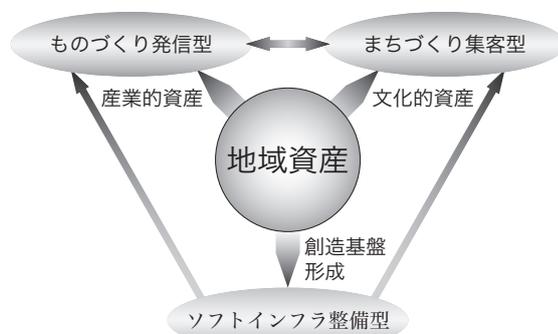
## 5つの基本ステップ

地域活性化は、多様な担い手が登場する終わりのない物語である。その流れの中で適宜に節を設け、全体像を俯瞰しつつ起承転結のストーリーを描いていくことが肝要である。そのためのデザインのアプローチに沿った方法が、5つのステップからなる地域デザインシナリオである。ここでは各ステップの大まかな内容を紹介しておこう。

『資産の発見』地域ならではの資産を発見し、他地域では替えがたい価値を追求することが出発点になる。歴史・文化に限らず風景や産業集積、マインドなども資産たりうる。その過程では地域外の眼の導入も有効である。

『資産の物語化』発見された資産を地域の共有財産とし、そこからの時系列的な、あるいは領域を越えての展開のプロセスをつくっていく。資産やプロセスを見えやすくすることが、このステップのポイントになる。

『活動おこし』物語の流れに沿って個別の活動や事業を切り取ってプロジェクト化を図る。一つひとつのプロジェクトを資産を増幅する活動と捉え、クオリティーと収益性を確保する方策を講ずることが求められる。



『仕掛けづくり』話題づくり、収益化方策、継続的人材育成など、プロジェクト展開のリアリティを高めていく。地域の多様な主体が幅広く参加できる仕組みやわかりやすい事業の流れが最良な仕掛けとなる。

『かたちづくり』プロジェクトの姿や成果を見える形に昇華させるステップである。見えることにより資産の再確認やプロジェクトへ共感が醸成され、次フェーズへの参加性が高められていく。

尚、地域づくりの物語は、地域の特性に応じて描かれていくものである。そのため上述のステップを目安に、地域毎に具体的なシナリオづくりが進められることを期待する。  
(くるだ こうじ：GKデザイン機構 企画調査部長)

## ●企画調査部について

企画調査部は、平成10年4月に(株)GKデザイン機構内に新設された。現在、以下のような領域を中心に、調査研究や計画業務に取り組んでいる。

- A. 地域産業開発のデザイン
  - ・地域活性化のデザインマネジメント
  - ・地域資源からのプロジェクト構想
  - ・第3セクターと地域経営システム
- B. 生活・道具文化と商品開発
  - ・使い手の視点からの商品開発
  - ・住まいづくりと住文化デザイン
  - ・道具文化と企業メッセージ
- C. 環境・廃棄物・エネルギー
  - ・廃棄物処理とエネルギー利用
  - ・環境配慮型行動への意識改革
  - ・リサイクル型のものづくり文化

# 中国の冷蔵庫

ハイエル  
 海尔社はGKと合併で青島海高設計製造有限公司に出資している、中国の大手家電メーカーである。海尔社からの視点を中心に、中国の冷蔵庫の実態を報告する。

## 木下理郎

### 海尔社が中国で占めている企業の位置

海尔集团（ハイエルグループ）は中国の白物家電（冷蔵庫、洗濯機など）では知らない人のいないほどの有名なブランドである。冷蔵庫の出荷量も中国メーカー中第一位で、年間100万台を超えている。



一般家庭調査時の庫内スナップ。卵などキロ単位で購入するため、ホルダーには入れず、野菜室に入れている。また、あまり飲み物が入っていない。

### 中国製冷蔵庫の中国内、輸出市場での情況

中国内での冷蔵庫の出荷数は日本の約2倍の980万台に達している。大都市での普及率はほぼ100%になっており、人々がこぞって欲しがる電気製品ではなくなったが、都市周辺の地域では所得の増加に伴って需要が増加する傾向にある。

輸出は北南米を中心にほぼ全世界に及んでいる。特に北米市場の小型冷蔵庫では中国製品の占める割合がトップとなっている。



冷蔵庫工場で出荷前の検査を受ける小型冷蔵庫「小王子」



中国の一般的な集合住宅（青島市）

### 地域と方式（北部と南部）

北部では、冬期は気温が低くなることを利用して、戸外で食品を凍らせて保存する習慣があったため、市場には冷凍食品が多い。また、今でもボーナス時などには大量の鶏、海老などの冷凍食品を現物支給される場合もある。このため、冷蔵庫に比べ冷凍庫の内容量が多い。冷却方式は、じかに庫内の空気を冷す直冷式が多い。これは食品が乾燥しすぎずに良く冷え、機構部分が小さいため外形の割に庫内を大きく出来るなど合理的なためである。

これに対して南部では日本と同様に湿度が高く、直冷式だとすぐに霜がつくため冷却器が見えず、自動霜取りをする風冷式が好まれている。



掃除をする時にモップで水拭きするため、冷蔵庫の下に足をつけて床から浮かしている家庭もある。



海尔社の二段重ね冷蔵庫。下が冷凍庫、上が冷蔵庫。完全に独立しているので、別々に購入できる。

### 住宅事情と冷蔵庫の形態

都市部で最も多い住宅形態は昔の日本の公団集合住宅と同じような4～5階建のアパートである。狭い階段を担ぎ上げるために冷蔵庫と冷凍庫を別々の箱にし、現場で上下に積み上げられるよう工夫されたものもある。

一般に台所面積は狭く、間口も狭いものが多い。このような事情に合わせ、日本ではあまり見られない幅が500mmの冷蔵庫なども標準的なサイズとして受け入れられている。容量は200～300ℓが中心である。

（きのした みちお：青島海高設計製造有限公司副総経理）

# 上海 コンドミニウム コンペティション

欧米化一辺倒の中国のこれまでの近代化に対し、21世紀に向けた生活の革新と、さらに継続し、将来にも活かせる中国の文化的要素を取り入れた、都市における「魅力ある住まいの在り方」への提案である。

## 南 和正

### 上海・浦東地区、住宅開発国際競争設計

この国際コンペは、米国、シンガポール、日本の3カ国の建築設計事務所の間で10日間という短い期間でおこなわれた集合住宅開発のプロポーザル指名コンペである。以下は最終実施案として選ばれたGK設計案の報告である。

#### 全体コンセプト——『21世紀に向けた都市住宅』

現在まで継続するものとして、世界的にも希な中国の有形無形の歴史文化5000年の歴史から学ぶものは数え切れない。

この提案は、21世紀に向けた生活の革新と、さらに継続し、将来にも活かせる中国の文化的要素を取り入れながら、都市における「新しい住まいの在り方」を描いたものである。欧米化一辺倒の中国のこれまでの近代化に一石を投じるものである。



先進的技術がもたらす生活の豊かさのシンボルとしての外観と、人間のスケールで計画された低層部分との快適環境の調和。

#### ランドスケープ コンセプト——“森の中の住宅”

中国の長い歴史の中でも、特に各地に残る庭園は世界に誇れるものの一つである。この提案では、敷地全体を現代的にデザインされたひとつの庭園としてとらえ、法的に許される範囲内で高層化し、塔状の住宅建築を庭園の中に連の花が咲いているように点在させることで、緑豊かなオープンスペースの中での質の高い都市生活を試みた。

#### 庭園コンセプト——“龍”

庭園のコンセプトとして、中国の庭園で頻繁に使用されるデザインボキャブラリーである“龍”のうねった形のイメージを、敷地全体に流れる小川、敷地内道路、敷地内の各塔状住居を繋ぐ折れ曲がった列柱廊、緑の中を毛細血管のように全体に張り巡らされた回遊路、等に引用し、動物や鳥の生息できる都会の中の“森の中の庭園”をつくらうと試みた。

#### 建築コンセプト——“八”

一方、建築のデザインコンセプトは、中国の民族信仰で幸運を招くとして好まれる数字の“八”を引用し、塔状に高層化した住棟の平面プランを八角形とした。またそれを“八

本”、敷地内に点在させた。屋上にはペントハウスを設け、頭部のデザインに先進的イメージを付加し、マルチメディアにも対応できる設備も各階に装備した。最先端技術がもたらす生活の豊かさのシンボルとして位置づけ、一方、自然と建築のより良い関係のデザインを試みた。

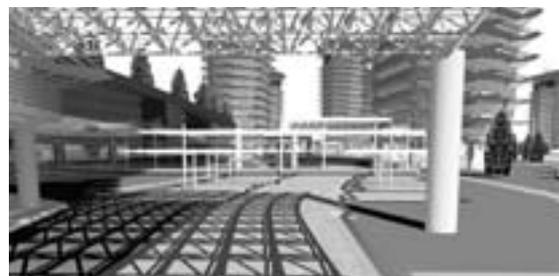
#### 多様化するライフスタイルとマーケットへの提案

顧客の欲求は多種多様である。特に上海・浦東地区は、東京、シンガポール、香港と並び金融国際都市として発展をつづけ、ここで働く人々も多種多様である。このマーケットの多様な欲求に対し、我々は、工場で生産可能でかつ人に触れる道具と現場で施工する躯体とに分け、工場生産と現場施工が同時進行でき、また、顧客の要望にも敏速に答えられる技術提案も試みた。建築の主要構造であるセンターコア、八本の柱、床、構造壁、等は現場打ちコンクリートとし、他の部分は全て工場(コストの安い東南アジア)で製作、標準化された質の高いパネルと家具で空間が自在に組み変えられるようシステム化されている。家具デザインは、モダン、ヨーロッパ、アジア等に分類され、プラント同様に顧客のニーズに対応できるように提案している。

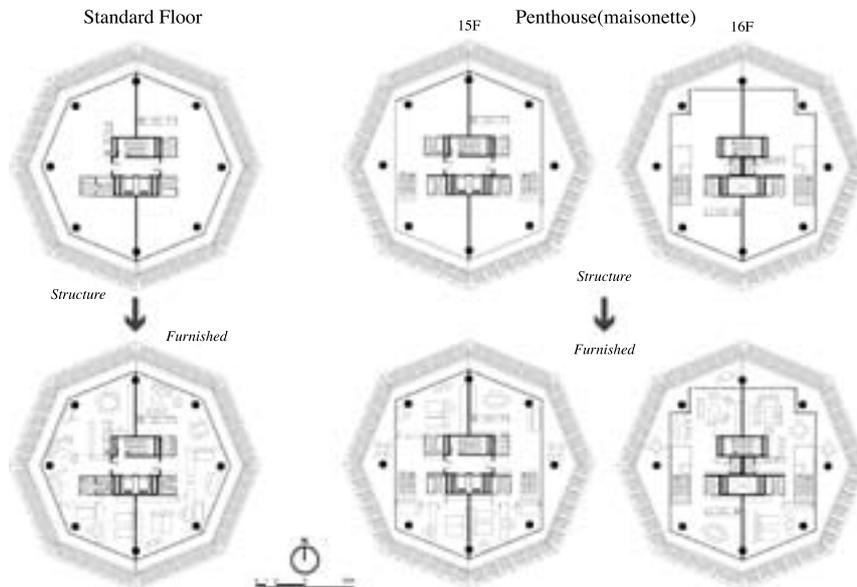
上海華挂実業有限公司社長のMr. He Xin Min氏よりの署名入り書簡が、1998年6月29日にGK設計に届いた。「現在GKの基本デザイン案を関係官庁に許可と登録の為に図面を提出中であり公式な回答を得次第、さらに貴社と話し合いをしたい。我々は、貴社のアイデア、デザイン、施設、環境と構造計画は創意があり現代的であると認識している。特に短期間に行った基本スケッチは、大いに貴社の設計能力を評価出来るものである。」とのこと。

現在、GKグラフィックスの佐井氏が引き続き上海側との交渉を行い、政府からの指導及び認可の連絡を待っているところである。

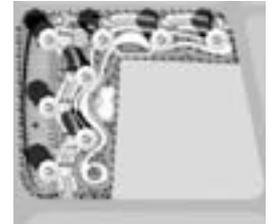
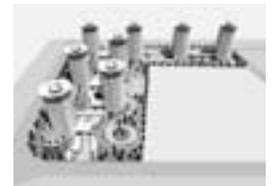
(みなみ かずまさ：GK設計取締役)



先進的機能を持ったエントランスと八つの住塔を繋ぐ回廊。



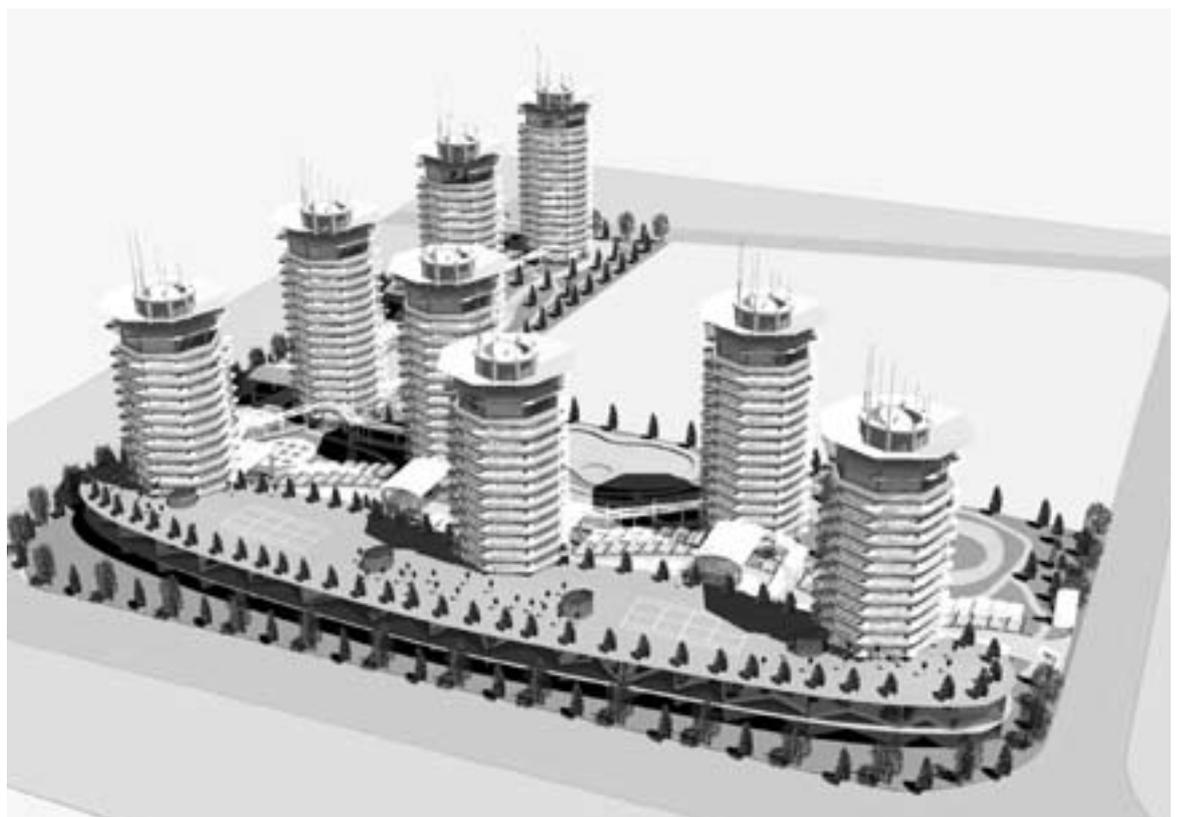
社会状況、ライフスタイルの変化、並びに顧客のニーズに応えられる生産システムと建築工法の提案。



塔状の住宅建築を庭園の中に蓮の花が咲いているように点在させ、建築を植栽に見立てた、ランドスケープデザインの視点からのマスタープラン。



水と緑に抱かれた高層住居塔群とランドデザインとの新風景。



中国の庭園が持っている“龍”を引用したうねった水と緑の中に点在した八つの住居塔。

# 地域に生きる乗り物

広島は路面電車の街である。

かつて路面電車は「チンチン電車」と呼ばれ、自動車交通を妨げる前近代的な乗り物といわれた。

## 山田晃三

### 都市内交通の独自性が問われる

戦後、モータリゼーションが進展するなか、世界の国々は都市交通の混雑解消を最重要課題として取り組み、道路整備に力をそそいだ。しかし自動車中心の社会は、環境問題や渋滞、事故の多発などの副作用をとめない、これを癒すために、鉄道を中心とした公共交通との共存をめざした。が、その発想は横並びの地下鉄構想であり、結果、都市は立体化され、高齢者や弱者にとっては不自由な生活環境が生まれた。今、都市はバリアフリー対策に追われている。

大都市にとって地下鉄はきわめて有効な交通手段かもしれないが、地方の中堅都市は現在、その事業採算面での課題に苦慮している。近年ヨーロッパの各都市が、環境問題を最大の課題として、またその都市の規模にあつたさまざまな新しい交通体系を模索してきたのと同じように、ここ広島も、地域の将来を見据え、地域に根差した独自の都市内交通のあり方を模索している。

### 路面電車からライトレールへ

広島は路面電車の街である。かつて路面電車は「チンチン電車」と呼ばれ、自動車交通を妨げる前近代的な乗り物とされ、多くの都市から姿を消した。同時に地下鉄がそれに替わる新しい時代の理想として登場した。しかし、階段もエスカレーターもましてや駅舎も必要としない路面電車は、設備投資に対する輸送効率はきわめて高い。ひとは地下鉄のように上下に移動しなくてすむ。環境や福祉の観点から、自動車交通を制限してでも都市交通の中心にこれを位置付けよう——こんな街づくりがヨーロッパで始まっている。

市民がこうした選択をするためには、これまでの路面電



今も広島の街を走る古い電車。ノスタルジックでファンも多いが、他の公共交通との連携がこれからの課題である。

車のイメージを払拭せねばならない。乗降のしやすさ、スピードなどの機能面の改善と、自慢できるようなカッコ良さが不可欠である。すでにヨーロッパの路面電車は、LRT (Light Rail Transit) という交通体系の中に位置付けられ、カーデザイナーが

設計に参画している。広島にもこの春、デザイナーの手による超低床の新型車両が登場する。

導入される新型車両はドイツ、シーメンス社製。これまでの電車との違いは、乗降が極めて楽な点である。超低床でドアも広いため高齢者には安心である。さらに輸送力を確保するために5連接とし長さは30mを超える。もはやむかしの路面電車の面影はここにはなく、街の風景もこれによって大きく変わる。とはいえ、自動車交通との共存の課題は、これからがスタートなのである。

### 地域社会から地球社会のヒント

広島都心部には、もうひとつ新興住宅地と都心を結ぶ新交通システム「アストラムライン」が乗り入れている。この交通機関は、ゴムタイヤによる小型軽量の車両をコンピュータによって運行管理するもので、すでに国内のいくつかの都市に導入されている。この交通機関も私たちが総合的にデザインしたものであるが、開業4年がたち広島のもうひとつの風景となっている。6年もの歳月をかけ、車両はじめ駅舎や案内サイン、ユニフォームなどトータルデザインが試みられた例は少ない。このアストラムラインは総合的な観点と独自のデザインが評価され、95年通産省Gマーク金賞・特別賞を受賞している。

「地域に生きる乗り物」とは、地域で生まれ、市民の多くがそれを支持するものでなくてはならない。自動車は、便利さとステータスシンボルとしての魅力を世界中の人々に与えたが、公共交通も本来同じであっていい。いくつもの公共交通が互いに関係し合い新しい交通システムを再生する。さらに市民が誇りに感じるデザイン、都市の未来を感じさせるイメージによって、公共交通は地域のステータスシンボルとなりうるのである。訪れるひとびとに自慢できる公共交通が存在すること——これは、都市を個性化する重要な施策である。

また地域の公共交通にはヒューマンスケールの発想が重要である。その街に住む人々の愛情が新しい乗り物を生み出す。都市は、こうして生まれたさまざまな新種の乗り物たちによって、その街ならではの風景をつくりだす。広島で生まれたオリジナリティが将来、ユニバーサルなものとして地球社会のヒントになるよう努めたい。

(やまだ こうぞう：デザイン総研広島取締役)



昨年登場した 3950 形車両。これから始まる「路面電車新時代」の前面となる車両。デザイン：アルナ工機/デザイン総研広島



画一的な日本の都市景観では、公共交通の表情がその都市イメージを大きく左右する。路面電車はそのスケールからも都市の顔となりうる。



新交通システムは、ゴムタイヤの車両をコンピュータによって運行管理するシステム。写真は広島の主要幹線「アストラムライン」。トータルデザイン計画：デザイン総研広島



この春に登場する広島電鉄の超低床車両「グリーンムーバー」。シーメンス社製の LRT だが、日本仕様としてリ・デザインされ、広島の新しい風景となる。デザイン：シーメンス/デザイン総研広島

## 小布施町の「しかけ」

「育つ祭り」のしかけとはなにか。その有効な「きっかけ」としての祝祭の道具立てはソフトとハードを結びつけ、融合する役割りをもつものと考え、これをニーズウェアと名付けその可能性を考えた。

梶川伸二

### 祝祭装置の研究

1993年春「祝祭装置の研究」がスタートした。当初は都市景観の中での「ハレ」と「ケ」という視点から、祭りの道具立てやそれを生かすための日常の景観のあり方を中心に研究を進めた。その活動の中で、これら仮設の道具立てが持つ可能性は一人歩きをするがごとく大きく広がっていった。その過程の一つとして祭りそのものが住民参加型のまちづくりの「しかけ」として大きな役割をもつことの再認識が生まれ、手法としての仮設の道具立てはそれを機能させるための大変有効な「きっかけ」になったのである。

1995年冬 阪神淡路大震災を機に始めた「防災研究」においてもこの道具立てが災害への備えや防災コミュニティーづくりに大いに活用できることを確認した。この成果は日本デザイン機構の第1回フォーラム(1996年3月)において「コミュニティーキャンプ構想」としてデザインソサイエティーに発表の機会を得た。このひとつのコンセプトは業種や立場を越えて様々な人の共感を呼び、「仲間」が生まれた。当時京都の景観を考えるワークショップの同じメンバーとして活動していた松下電工の照明デザイナー達である。そしてお互いの専門性を生かしながら、結成したのが「祝祭とあかり研究会」である。

### 小布施町との出会い

1996年秋「<sup>おぶせまち</sup>小布施町って知ってますか」と研究会のメンバーから声をかけられた。話を聞くと小布施町の企画課の方が、京都のお寺のライトアップを見学に来られるので同行しないかとの誘いであった。近年京都のお寺では夜間の



長屋祭一小布施は道路空間を使って開かれた。祭りのゲートサインの役割を果たす「小幕」(2m×5m)。

ライトアップがひとつのブームとなり、多くの観光客で賑わっている。当日の夜は高台寺と永観堂を見学し、その機会に「祝祭装置の研究」を紹介したのがそもそもの小布施町との出会いであった。

### 長屋祭一小布施

1998年春に長野県小布施町で行われた「第三回国際北斎会議」は世界の浮世絵研究者、北斎研究者がその研究成果を発表する学術会議である。過去2回はヴェニスで開かれ、初めての日本開催に北斎ゆかりの地である小布施町が選ばれた。その併設イベントの演出についての相談を受けたことから小布施町を訪れ、演出装置開発という形でこのプロジェクトに参加することとなった。当初まだ茫洋としていた演出計画も、一つのコンセプトモデルがたたき台になり一気にまとまっていった。長屋祭一小布施と名付けられたこの祭りはかつて庶民の生活と文化の中心であり、北斎の生活の場でもあった江戸長屋街のにぎわいを現代にイメージ再現し、その趣を楽しむ参加型のイベントである。1994年に製作された故池田満寿夫氏揮毫の全長25mの大幟は小布施町所有のものであり、何とか祭りに生かしたいとのことから演出装置として活用することとした。大幟を揚げるためには一度に20人近くの手が必要であり、その設営風景は感動的なものであった。仮設の江戸長屋は江戸職人の実演や小布施の特産品の販売等で賑わい、大傘は憩い空間として来場者をもてなした。これらの道具立ては、この祭りが小布施に根づくことを願い、使い捨てではなく今後も繰り返し使えるものとして計画された。基本的な素材は、木材、布、縄であり、それらをジョイントするために最小限の金属を使って構成している。夜間には、それらの道具立てに演出照明が加わり、蠟燭のあかりによる足元灯や行灯あんどんが昔ながらの風情をかもしだし、観客をもてなした。長屋祭りは期間中15万人の人出で賑わい、毎年の祭りとして継続が検討されている。地域が保有するこれらの道具立ては毎年の祭りの会場を彩り、配置や組み合わせを自在に変化させながら祭りの表情をつくっていくことであろう。またそれらが住民の創意工夫による新たな祭りやイベントを生むきっかけとなり、さらなるコミュニティーを生むことを願っている。

(かじかわ しんじ：GK京都副部長)



竹材と縄のテンション構造による大幡（書幡）のストラクチャー。



江戸七軒長屋の詳細。間口二間ものを14軒設置した。



手前は住民参加による「草月流」の作品。



夜間の演出照明は祭りの大きな見せ場である。故池田満寿夫氏揮毫（1994）の絵織（4m×25m）。会場にダイナミックな空間を作り出した。

## 利用者をいっそう配慮した新型車両

JR東日本では、新型車両を着々と投入している。  
そのデザインの根底にあるものは、利用者の利便上への配慮である。

菅 泰孝

### 総武緩行線の拡幅通勤電車

1998年12月29日から、JR東日本総武緩行線に新型の通勤電車が登場した。従来の車両幅が2,800mmであるのに対し、幅を150mm広げた2,950mmの拡幅通勤電車、209系500/950番台である。裾絞りの車体断面に合わせた前頭形状は、大型の曲面

ガラスとあいまって、ふっくらとした印象のデザインに仕上げている。室内はカンチレバー(片持ち)方式のロングシートで、より広々とした印象を与える。身長の低い利用客に配慮した保持棒の設置や、車椅子スペースも設けられている。1両当りの乗車定員は8名分増え、編成で80名の定員増。ラッシュ時の混雑が幾分緩和されることが期待されている。デザインは京浜東北線、横須賀・総武快速線の車両と同様、GKプランニングアンドデザインが担当している。

### 特急「はつかり」に新型車両

朝日新聞(1998年12月6日付朝刊)で既報の通り、JR東日本は東北新幹線とつながる盛岡—青森・函館間の一層のスピードアップのため、1999年度中に、特急「はつかり」の新型車両をつくることを決定した。新型車両は盛岡—青森間を時速130Km/hで運転、所要時間を約10分短縮する。新型車両の基本となるのは、1997年の秋から常磐線に投



E653系特急「フレッシュひたち」。  
いずれのデザインも GKプランニングアンドデザインが担当。  
(写真提供：JR東日本)



拡幅通勤電車。209系500/950番台。総武緩行線。



209系通勤電車。京浜東北線。



E217系近郊型電車。横須賀・総武快速線。

入された、E653系特急「フレッシュひたち」。1998年度のグッドデザイン賞(輸送部門)を受賞した車両である。新たにグリーン車のデザインや、寒冷地対策、耐雪対策を考慮したデザインが求められている。現在、GKプランニングアンドデザインにおいてデザインの検討が進行している。

(すげ やすたか：GKプランニングアンドデザイン常務)

# 1998 年度グッドデザイン賞

EZ Waveが中小企業庁長官特別賞を受賞

(財)日本産業デザイン振興会が主催している、1998年度グッドデザイン賞(Gマーク)において、GKプランニングアンドデザイン+(株)日軽プロダクツ商品開発部がデザインしたイージーアッセンブル収納棚、EZ Wave (= (株)日軽プロダクツ)がグッドデザイン中小企業庁長官特別賞(インテリア部門)を受賞した。

これは、(株)日軽プロダクツの新事業開発のために、GKプランニングアンドデザインが商品提案をおこない実現した商品である。アルミという企業ドメインの素材を使用し、新たな流通にのる商品として、デザイン開発を行った。アルミの美しさを表現するかたち、自由な組み合わせができて工具なしで簡単に組み立てられる点が、デザインのポイントである。

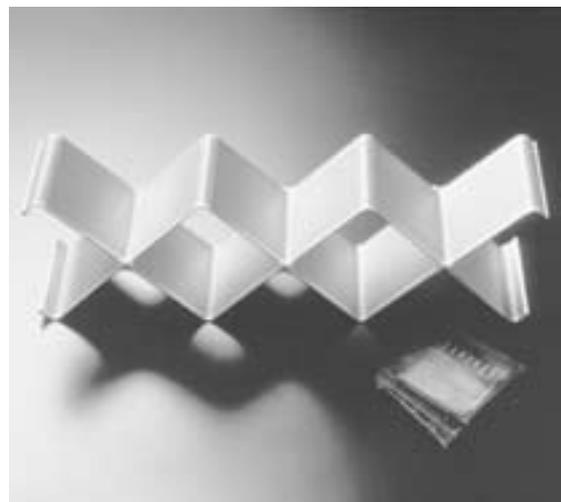
この新商品をひとことという『ウェーブ状のアルミ棚板と1種類のジョイントだけで多様な組み合わせを楽しむことができるパーツシステムの棚』。東急ハンズで取り扱っている。



EZ Wave, A4 サイズラック。—マス H320mm × W320mm × D215mm。

この他、GKグループのデザインでグッドデザイン賞を受賞した製品は以下の通り。

- シャトルランチ LIGHT&COMPACT (ランチジャー) = 日本酸素(株)/家事・キッチン部門  
デザイン：GK京都
- アセプトロン・カセット インターナショナルACI-1 (ソフトコンタクトレンズ用熱消毒器) = ボシュロム・ジャパン(株)/医療・福祉部門  
デザイン：GKプランニングアンドデザイン
- 超短波・極超短波無線電話機 = アンリツ(株)/情報部門  
デザイン：(株)アンリツデザイン・ドキュメントセンター  
デザイン部 + GKプランニングアンドデザイン
- レーベルマスター (ラベルプリンタ) = アンリツ(株)/産業部門  
デザイン：(株)アンリツデザイン・ドキュメントセンター  
デザイン部 + GKプランニングアンドデザイン
- E653系特急電車「フレッシュひたち」 = 東日本旅客鉄道(株)/輸送部門  
デザイン：東日本旅客鉄道(株) + GKプランニングアンドデザイン
- LED発車標 在来線タイプ (JR向け発車表示器) = (株)新陽社/公共空間部門  
デザイン：GKグラフィックス
- LED発車標 新幹線タイプ (JR向け発車表示器) = (株)新陽社/公共空間部門  
デザイン：GKグラフィックス



姉妹品 EZ ripple, CD サイズラック。

## 2. 新たな地球像

栄久庵 憲司



新しい地球が見えてきた。

世界的経済不況の報道が蔓延するなかで、スペースシャトルの元気な話題は、心を和ませる。宇宙ステーションの建設が始まったニュースは、新たな21世紀の到来を彷彿とさせる。ロシアのユニットにアメリカのアームが伸び、次へと続くインフラの基盤が築かれ始める。世界の国々から集まり訓練されたスタッフが、宇宙での作業にあたり、地上では、その何十倍、何百倍の人々がそれを支えている。宇宙ステーションにみる様々なコラボレーションは、来るべきグローバルな世界の偉大なる象徴である。

宇宙空間で行われる研究なので、宇宙の研究だと誰しも思いがちではあるが、じつは、地球の研究であり、それは生活の研究にも繋がり、さらに人間の研究へと発展するものであろう。そこには、新たな世紀を生

き抜いていく人類の未来が潜んでいるにちがいない。

デザインもまた人類の未来に深く関わっている。人類はデザインを通じて、数限りない生活革新を実現してきた。ある時は大いなる実験の姿を借りて、ある時は日常の壁の隅々をかたちづくることで。ものづくりを通じて、新たな生活文化を創造する。デザインの使命と役割を再認識する時、そこには、常に開かれるべき未来が存在し続けるのである。

デザインは、国を越え、民族を越える。そして専門分野・領域を越える生活文化創造の共通言語として、世界に大いなる共同を求める。

デザイナー宇宙に舞う。そんな日がいずれ訪れるに違いない。そしてそれらを支える地上の多くのデザイナー達と、さらに新たな地球の姿を眺める日はもう間近に迫っている。

GKデザイングループ代表

## 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 bv

青島海高設計製造有限公司

## GK Report No.2

1999年2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

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