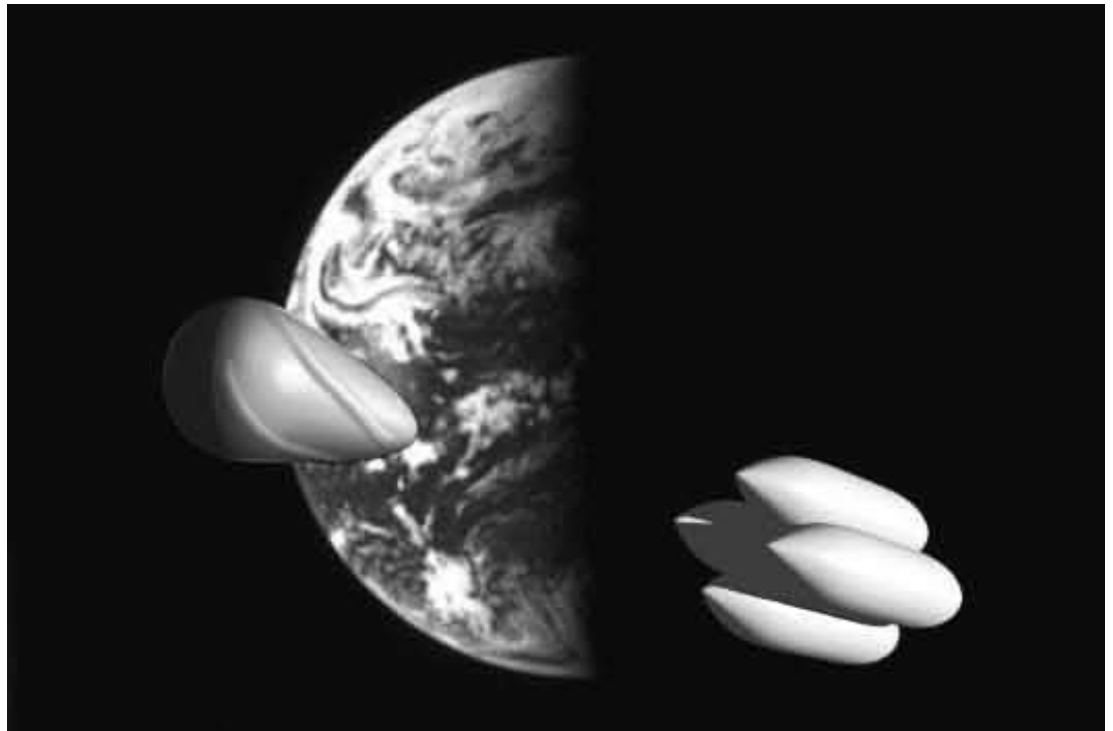




The Times Capsule Design Competition 優秀作品
CosmoSeed
P.8 Project Report より

一千年後の人々に私たちの存在と想いを伝えるために、「コスモシード」を提案したい。この「宇宙の種子」は千年後の未来に花を咲かせてくれるであろうか。



Special Theme

GK2000 年に想う——
未来への愛と夢

栄久庵 憲司



Special Theme

切手に映る
「もの文化」の姿

西沢 健



Special Theme

感動は創造の源泉

サトウ サンペイ



Today's Eye

「インダストリアル
デザインの新風景」展より

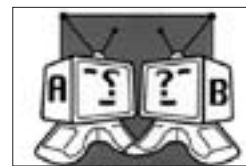
井原 恵子



Project Report

CosmoSeed

吉田 聡



Project Report

EU2000 と
デザインビジネス事情

野崎 晴夫



Project Report

上海国際デザイン展、
QHG設立5周年記念行事

桑 信彦



People & Activity

1999 年度
グッドデザイン賞

GK2000 年に想う——未来への愛と夢

日本にとって近代化の次に為すべきこと。志を新たに「日本のかたち」を創り上げること。物心一如の世界を標榜し、未来への愛を通じて新しい時代の GK を築きあげること。

栄久庵 憲司

あるとき、テレビを見ると司馬遼太郎原作の、吉田松陰のドラマをやっていた。テーマは「この国のかたち」。吉田松陰の求めたもの、それは近代化という新しい日本のかたちであったように思う。そのために松下村塾において、学問文化を中心とした、今でいう総合生涯教育を行っていた。日本民族の自由独立のためには、西欧列強と比肩する力が必要であり、海外に新しい知識を取りに行かなければいけなかったのである。

松陰がなぜ気になるのか。実は、GK 設立前の学生時代、欧米のもつ強大な力を見るにつけ、日本を何とかしなければならぬと願っていた時期があった。私がインダストリアルデザインを志したのも、欧米とのギャップが実は憧れであったと気付いたからである。その時非常に刺激を受けたのが吉田松陰であった。明治の近代化における列強とのギャップが当時感じていたギャップに通じるものがあったからだ。自分自身、GK の黎明期にアメリカに行かなければ遅れてしまうということをひしひしと感じていた。日本のかたちというものを、私はデザインを通して見たかった。松陰と違い、私の場合はジェトロの海外研究事業によってアメリカに行くことが出来たのであるが。

テレビで松陰を見たとき、この50年前のことが頭に浮かんできた。それほど、自分の人生にとって貴重な人であったのだと確信した。あこがれていた人に再び出会ったという感じであった。

そして今、日本は近代化が成功した。しかし、この結果、我々は何を得たのだろうか。確かに、近代化とい

うことで日本は近隣諸国の手本となった。しかし、まさに私のいいたいことは、近代化はこなし、その次に何をするのか、ということである。それが今後の日本の志になっていくのではないだろうか。松陰のことを考えたとき、その志を支えているものは何かと考えた。それは「未来を愛する」ということではないか。今、多数の子どもが必死の思いで生きようとしている。つらいこともあるだろう。それが未来である。子どもたちの未来を愛すること、青年の未来を愛することはすなわち私たちの未来を愛することとなる。そういう目標を持たなければいけない。

最近しばしば語られる我が国の特異な面をに「物心一如」の考え方があつた。つまり、「ものと心がひとつとなっている」という、いわば日本古来より引き継がれてきた価値観である。今それが改めてあらゆる面で求められている。技術の世界でも、造形の世界でも、自然観でも、秩序観でも。様々な観点と世界で求められているのだ。これらの必要に対して、GK の培ってきたものは、非常に有効なのではないか。日本の優れた技術力によって、新しいデザインをつくる、GK の新しい分野を築いていく。これも未来への夢であり、未来を愛することなのではないか。GK が先を歩き、魅力的な日本のかたちを作るには、いま絶好のタイミングといえる。それぞれのメンバーがもつエネルギーを上手に結集し、知恵を使いながら志を具体化し、未来への愛を築いていきたい。

(えくあん けんじ：GK デザイングループ代表)



切手に映る「もの文化」の姿

日本の切手のモチーフに「もの・製品」が使用されないのは何故かを問う。
ものづくり文化の歴史を歩む「もの文化立国」の日本を、堂々と世界に訴えること。

西沢 健

世界の切手には、各国の様々なお国柄・お国振りが溢れている。そしてデザインのモチーフも多彩である。国の英雄、歴史上の人物・建造物、国鳥、国花、美しい風景など。ジッと見つめていると、その国を旅しているかの感に浸る。切手に映ったその国の文化が、ひしひしと伝わって来る。

ある日ドイツの親しい友人からグリーティングカードが届いた。そこには、4つの工業製品をモチーフにした美しい切手シートが同封されていた。驚いたことに、その内「新交通車両」は、彼のデザイン。その上に彼のサイン。そして「テーブル・ウェア」はウルム造型大学留学中の恩師のデザインであり、以来我家で愛用しているものなのである。注釈に「1999年ドイツ郵便用のデザイン選品」とある。他の欧州各国の切手デザインを目に浮かべつつ、私はあることに気付いた。日本の切手のモチーフとしてほとんど無いもの。それは「もの・製品」つまり「プロダクト」である。これほど「ものづくり」に長け、「もの文化」を謳歌する国の切手に何

故「もの」が表現されていないのだろう。欧州の切手には、極めて多くの製品が用いられている。その国の文明・文化の素晴らしさを存分に表現しているのだから。

それは、日本の「公共」に対する考え方に起因するのではないか。例えば、日本の公共放送において、特定の企業名、製品名は告げてはならない。民間放送が企業広告の媒体となっている一方で、公器たる公共放送は、その企業・製品の宣伝になってはならない、との理由からである。では公器としての切手も然りなのか。私はそうは思わない。

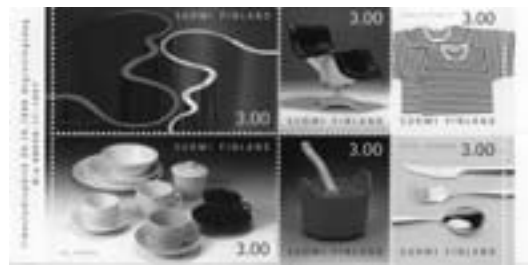
切手が公器であるならば、むしろこの国の誇りある「ものづくり」の国柄をそして「もの文化」の優秀性を周知し、世界に積極的に示すべきと考える。優秀な技術やデザインを通じた文化形成の歴史を歩む、「もの文化立国」の日本を堂々と訴えるべきであろう。その為此国は民間に対して、規制や指導のみを徹底するのではなく、これらの行為を支援すべきと考える。

(にしざわ たけし：GKデザイン機構代表取締役社長)



1999年ドイツ記念切手シート (design in deutschland)：下記に作品名 (デザイナー名)

右上：テーブルウェア (ペーター・ラッケ/筆者恩師)
右下：新交通車両 (アレキサンダー・ノイマイスター/筆者友人)
左上：テレビ (ハーバート・ヒルシェ)
左下：ボトル (ギュンター・クベッツ)



1998年フィンランド記念切手シート：下記に作品名 (デザイナー名)

右上：Tシャツ (アニカ・リメイラ)
右下：テーブルウェア (ペルトール・ガードブルグ)
中上：椅子 (ユーロ・カッカブーロ)
中下：鍋 (ティモ・サルパネーラ)
左上：花器 (アルヴァ・アアルト)
左下：食器 (カイ・フランク)

感動は創造の源泉

本を読む、人に会う、旅行する。そこからの感動が創造へいざなう。よく観察するとヒントが生まれ、それがアイデアに発展する。アイデアは創造へのプロセスである。

サトウ サンペイ (漫画家)

私がどんな人間か、日頃からどんな所を見ているのか、どんなことを考えているのかということは、私が描いてきた漫画を見ていただければ、すぐにおわかり頂けると思う。

例えば、こんな漫画がある。電車に乗っているとき、隣の若者が居眠りをして肩にもたれてくる。そのときに持っている傘の先でほっぺたをつつくと戻っていく。しばらくすると若者は反対側にもたれる。そこにはかわいい女の子が座っている。そのときには傘の柄の方で、若者の顔を引っ張るのである(笑)。

こういう漫画のアイデアを日常生活の中で、発見したり、考えたりしつつ、毎日描くのが仕事である。

ある時、尊敬する評論家大宅壮一さんと座談会の帰りの車に乗り合わせたとき、スランプがつかないという話をしたところ、スランプ脱出には3つの方法があるといわれた。本を読むこと、人に会うこと、旅行すること、この3つであるというのだ。

私はそれらによって情報もだが、感動を受けるかどうか、問題であると、解釈している。事実、本を読んだ感動すると、体の中が若返ったような気になる。何か細胞がピチピチしてくるような気がする。人に会うのも同様だ。大宅さんはボルテージの高い人に会うのがいいといわれた。確かにボルテージの高い人に会ったとき、翌日、いい漫画が出来た。何かエネルギーを受

けるであろう。集中力が上がることを実感した。

三つ目の旅行だが、私は旅行が好きで、内外を問わず行く。どこに行っても、普段見ている日常性と違う異文化に接するので何かを感じる度が高いのだと思う。

ある時、アルプスを越えるのにチロル地方を通った。あの辺りは丘陵地帯で、春先の柔らかい緑の野原が幾重にも連なり、その目前に雪をかぶったアルプスの山々が見える。写真とちがって実際にその空気に触れてみると感動的だった。日本の景色とくらべて、神様はえこひいきをしているのではないかとさえ、思うほど美しかった。観光バスが止まって団体客がロッジに入っていく。私は景色をもう少し見たくて、一人でその辺りを散歩した。雪解けの水なのだろうか、小川が流れていて、私はその川のほとりで夕方の景色を眺めていた。向こうの丘陵には家が二、三軒見え、うっすらと煙が立ちのぼっている。夕餉の支度をしているのであろう。辺りはしんと静けさで、聞こえるのは川の流れる音ばかりだ。こういう景色だな、陶淵明の夕景の詩の「ここに真あり」というのは、とぼんやり眺めていた。

突然、私の後ろで、「わあっ」と歓声があがった。誰もいないと思っていたので驚いて振り向くと、4、5歳くらいの子どもたちが10人ほどいた。そーっと近寄ってきて、私を驚かしたのである。子どもたちは大笑いしながら喜んでいる。私はかすかな記憶からなんとかドイツ語を思い出して、「イッヒメツチェン」と、いつてみると、子どもたちが大笑いした。イッヒは私、メツチェンは娘さんのことである。「ナイン、ナイン。ヘンなオジサン」とでも言っているのだろうか。笑いがおさまって、これも娘という意味だが、こんどは「イッヒフロイライン」と言うと、また大笑いになった。もう一つ女性名詞思い出した。こんどは「イッヒ ユング フロウ」と言った、若い女という意味である。またげらげら笑ってくれた。そこでサヨナラを言って川のほとりをロッジの方に戻っていった。ロッジ近くまでくると、子どもたちが後ろから追いかけてくるのに気付いた。なぜか、みんな手を後ろに組んで走っ



当日、サトウサンペイ先生にいただいた色紙

てくる。待っていると、私の前にきて、息をハアハアさせながら、「アインツ^い パイ^に トライ^の」といい、一斉に右手を差し出した。その手には辺りに咲いている野花があった。ピンクやら、黄色やら、紫やら。私のためにつんできてくれたのである。バックは真っ白なアルプス、子どもたちが差し出している色とりどりの花々が大きなブーケに見えた。私はジーンとして、「ダンケシェン^あ ダンケシェン^り」と言いながらロッジに戻った。私はとてもうれしかった。旅で受けた感動の一つである。

私はどんなときにアイデアが出るのかと、よく聞かれた。

例えば晩の8時頃から仕事を始めたとする。シメキリが5つ、6つあるときは壮絶だ。ガンガン想像の羽を羽ばたいているのだけれど、ちっとも出てこない。アイデア・ノートはエンピツで真っ黒になる。時間だけは経つ。12時になっても出来ない。3時ごろになって、ひとつだけ、おもしろい！ というのがピョコンと出てくる。不思議なことに、そこから3つ、4つ、5つくらいはピョン、ピョン、ピョンと一気にヒントが出てくることが多い。ガンガンやっていると、なんとかヒントが出てくる。そのヒントを使ってアイデアができあがる。朝方にぜんぶ描き終わって、酒を飲んで、3、4時間ほど寝る。起きてから、久しぶりに映画でも見に行こうと、町に出る。すると、前の日はあれほどヒントが出るのに時間が効かかったのに、バス停で待っている間とか、電車に乗っている時とかにヒントがピョコンと浮かぶ。ヒントというのはいつも流れているのだけれど、自分がよくとらえられないだけ、見えないだけなのだと思う。ガンガンやったときに、頭の中に「漫画回路」が出来て、そのあと、ポカーンとした時、ヒントが入りやすくなっているのではないかなと思う。だから、ガンガン仕事をした後、いったん寝て、ポカーンとする。このポカーンがとても大切だと思う。こういうのはどの世界でも一緒だと思うので、皆さんにも聞いてもらっているのである。

何かを生み出すには、まず初めに観察ありきだと思う。科学だろうと、漫画だろうと、何であろうと、一緒だと思う。観察をして、ガンガンやってから生まれるのがヒントであると思う。それからアイデアに行く。ヒントとアイデアとどちらが難しいと思うかと聞くと、しろうとはアイデアであるというが、創造屋はヒントというと思う。ヒントは発見、アイデアは発明。アイデアはプロセスであるからやさしい。よいヒントさえ見つければ腕力をもってしてもアイデアに持っていける。ヒントがあつて、アイデアがあつて、その次にプランニングがある。そして、プロデュースである。プロデュースにはお金と組織が必要である。そういうことが出来るのが、栄久庵会長のような方であり、それゆえ今日のGKデザイングループが存続し、発展しているのであろうと思う。よいオチができたと思う(笑)。(1999年11月15日第47回GKデザイングループ創立記念式にて)

(さとう さんべい)

1929(昭和4)年大阪生れ。京都工業専門学校(現京都工芸繊維大)染色科卒。漫画に専念して61年に上京。'65年から朝日新聞で始まった「フジ三太郎」の連載は、'91年まで四半世紀以上にわたって続けられた。連載開始直後の'66年に文藝春秋漫画賞、終了直後の'91年には都民文化栄誉賞を受賞。'98年紫綬褒章受章。

「フジ三太郎」は、絶えず世の中の動きに目を配りながら喜怒哀楽を庶民とともにする漫画であった。連載終了後はマンガ入りエッセイを数々発表し続けている。

著書に「フジ三太郎」「夕日くん」「パソコンの『パの字』から」「フジ三太郎旅日記」(朝日新聞社)、「ドタンバ

「インダストリアルデザインの新風景」 展より

今日、「造形」はインダストリアルデザインの仕事の一部にすぎない。しかし製品の「姿」には、その品格がにじみ出る。そういう「ものの姿」をつくりあげるのは何なのか？

井原 恵子

14年目のデザイン展

1985年、富山県立近代美術館で「生活造形」のテーマのもと、工芸とデザインの展覧会が開かれた。時はバブル前夜、デザインが時代の花形として華やかな脚光を浴びはじめた時代のことである。

そして14年後の昨年末、同じ美術館で「インダストリアルデザインの新風景」と題する展覧会が開かれた。

この14年の間、インダストリアルデザインは産業界の激動とともに時代の波にもまれ、大きな価値観の転換を余儀なくされてきた。その中で、今、デザインの何を、どう見せるのか。

昨年より、微力ながらこの展覧会の構成検討の一端にかかわることができ、また現場に足を運ぶ機会にも恵まれたので、多少の私見も交えながら報告したい。

今日のインダストリアルデザインを概観

富山県立近代美術館は1981年の開館以来、内外のデザインを積極的に紹介してきた。今回の「インダストリアルデザインの新風景」は、絵画や彫刻などの各分野を四回にわたって展示する「現代日本美術の動勢」シリーズのしめくくりとして開催された。

展示品は、おもに日本で活動するデザイナーによる、1985年以降の製品から選ばれた。小は腕時計やマイクロロボットから、大は街灯やハイブリッド自動車「プ



身の回りにある品々も、見方しだいで普段意識されない顔が見えてくる

リウス」まで。7つのテーマ領域をもうけ、〈楽しみの形／技術とデザイン／地域のわざと形／エコロジー／すべての人のために／まちを支える／くらしの形〉の各コーナーに、全112点の製品が並んだ。

出展品の選考にはデザイナーの川上元美氏とGKデザイングループの栄光庵憲司代表があたり、コンセプト、展示デザイン、出展協力など随所にGKグループ各社の協力を得て実施された。

「インダストリアルデザイン」の何をみせるか

インダストリアルデザインの展示は難しい。展示品は量産された製品がほとんどだから、ひとつ間違えばデパートの売場かフリーマーケットの風景になってしまう。なまじ身近な品物だけに、来場者の視線もとまどう。展示品と観る人の心理的な近さはデザイン展の魅力でもあるが、「なぜ美術館でこれを展示しているの？」という素朴な疑問に答えるには、展示する側の明確なスタンスがなくてはならない。

ここ10年ほどで、日本の工業デザインのまとまった展覧会がいくつか開かれている。たとえば広島市現代美術館の「デザイン・メイド・イン・ニッポン」展(1993年)。またフィラデルフィア美術館で1994年に開かれた“Japanese Design: A Survey Since 1950”は、後に大阪のサントリーミュージアム天保山に巡回した。

広島展は、時代ごとの世相に触れながらデザインを見せ、〈日本デザインの戦後史〉を描き出した。またフィラデルフィアの“Japanese Design”展は、日本のデザインに込められた視点や理念を抽出し、〈デザインにみる日本文化〉を浮き彫りにした。

「インダストリアルデザインの新風景」展は1999年10月30日から12月12日まで開催された。その間、メーカー担当者の家族が訪れて誕生日の記念撮影をしたり、会期中に展示品が売れてしまい、急遽展示入れ替えとなったり、デザイン展ならではの出来事もあったという。

下：会場中央の吹抜けを上から見下ろす。7つのテーマをそれぞれ漢字1文字であらわした垂れ幕が下がり、観覧者をガイドする。



右：〈地域のわざと形〉は、地場産業とデザイナーの取り組み。秋田木工の曲木を活かした屋内用車椅子などが並ぶ。

左：〈楽しみの形〉の一角。玩具や子供用オーディオから競技用車椅子まで。宙に跳んでいるのはGKブランニング アンド デザインによるコンパクトスポーツ自転車「ブーンバイク」。



展示デザインはGK設計。円形の吹き抜けを中央に抱く会場の空間をフルに活かし、のびやかな明るい展示となっている。手前はGKダイナミックスのデザインによる「モルフォ」。(撮影：菊 昌治／写真提供：宝来社)

このほか、システムコンボ「Tiffany」、新型郵便ポスト、路面電車「グリーンムーバー」、CDラック「EZ ウェーブ」、「クロワッサン」オリジナル銅、電動スクーター「ミュースターS」、ウォータービークル「Wave Runner」等のGK作品が展覧された。



「ものの姿が語りかける力

富山の展覧会はどちらとも違い、きわめてシンプルにストイックに「デザインされたもの」としての製品そのものを見せる展示だった。背景やプロセスの説明は徹底して排し、完成品だけに視線を集中させた。

広島展示が「社会とともに歩んだデザイン史」、フィラデルフィア展が「デザインにあらわれた日本文化」だとしたら、富山の展示が見せたものは何だったのか。それは、造形——というより「ものの姿」がもつ力だったのではないかな。

今回のゾーンテーマにも取りあげられたエコロジー、バリアフリーをはじめ、現在のインダストリアルデザインはいくつもの大きな課題に直面している。現場だけでなく、デザイン業の前提だった製造業のあり方そのものに疑問がつきつけられている。

その結果、デザインの仕事はもはや製品の姿形を仕

上げるだけでは済まされなくなっている。造形はデザインの一部にすぎないということは、もはやデザインにたずさわる者にとって常識と言ってよいだろう。

この認識の上で、再度「ものの姿」の力を見直す意味があるのではないかな。製品にこめられた意図、メンタリティ、素材・生産・加工技術、これらのバランスと完成度——その表出としての「ものの姿」である。

人の顔に人格や品性があらわれるように、ものの姿(使われている姿や、捨てられたあとの姿まで含めて)には、ものの品格があらわれる。「インダストリアルデザインの新風景」というタイトルに込められた、デザインによって未来のビジョンを提示したいという思い。それは、結局は個々の品物の「品格ある姿」に還元される。そしてそれは、色や形の「処理」からは生まれない。そんなことを考えさせられた展示だった。

(いはら けいこ：GKデザイン機構室長)

CosmoSeed (The Times Capsule Design Competition 優秀作品)

一千年後の人々に私たちの存在と想いを伝えるために、「コスモシード」を提案したい。
この「宇宙の種子」は千年後の未来に花を咲かせてくれるであろうか。

吉田 聡

The Times Capsule

The New York Timesが中心となり、"The Times Capsule—Designs for the Next Millennium"という、次の千年に託す（つまり西暦3000年に開く）タイムカプセルを提案するという企画があり、昨年末その発表があった。このタイムカプセルのデザインは指名コンペティションで、GK Design Groupを始め、IDEO, Droog Design, Antenna Design, Ocean Group, Pentagramなど世界各国のデザイナー・建築家・アーティストが参加した。GKも含めて多くの提案は実用性よりもアイデアやものの見方を提案していた。スペインの建築家Santiago Calatravaの案が最優秀作品に選ばれ、GKの案は優秀作品に選定された。コンペ作品は、The New York Times紙、The New York Times Magazine誌に掲載されるとともに、アメリカ自然科学博物館において展示された。

コンペ作品の制作には、栄久庵代表をサポートする形でGKダイナミックス、GKテックのメンバーが加わった。なお、GKダイナミックスの主要メンバーは上村国三郎、梅本武志、荒木千絵、吉田聡、GKテックからは岩政隆一、清水学が参加した。

GKの作品を含むさまざまなタイムカプセルの提案は、以下のURLで見ることができる。

<http://www.nytimes.com/library/magazine/millennium/>
(無料でアクセスできるが、IDを取得する必要がある。)

CosmoSeed提案内容の要約

我々の提案したタイムカプセルは、千年周期の人工惑星軌道に投出される[コスモシード—宇宙の種]と、自由の女神の内部に設置される[アイコン—指標]、およびその管理システムから構成される。

プロローグ

人は己の存在を器に託し、相手に伝える。一千年後の人々に、今の私たちの存在と想いを伝えるには、どのような器が必要であろうか。私たちはそのような器として[コスモシード—宇宙の種]を提案した。それは、過去に経験してきた様々な混乱とは無縁の宇宙空

間を旅する。コスモシードは、地球に帰還し、その目的を果たすだろう。二千年の過去より届けられ、花を咲かせた蓮の種のように。

タイムカプセルとはなにか？

我々はタイムカプセルを「時をこえるコミュニケーションを目的としたもの」と定義した。コミュニケーションは、発信者と受信者の「意志」のやりとりであり、これによってお互いの存在が認識できる。物理的に存在しない「意志」は、物理的に存在するもの＝「器」に込められ、やりとりが成立する。コミュニケーションしようという「意志」、それを込める「器」で成立するタイムカプセルは、人類が続けてきた遺すという行為（存在や、遺伝子や、文化など）を集約しているという意味で、非常に壮大な意味のあるプロジェクトであるといえる。

タイムカプセルの形態デザインの意味

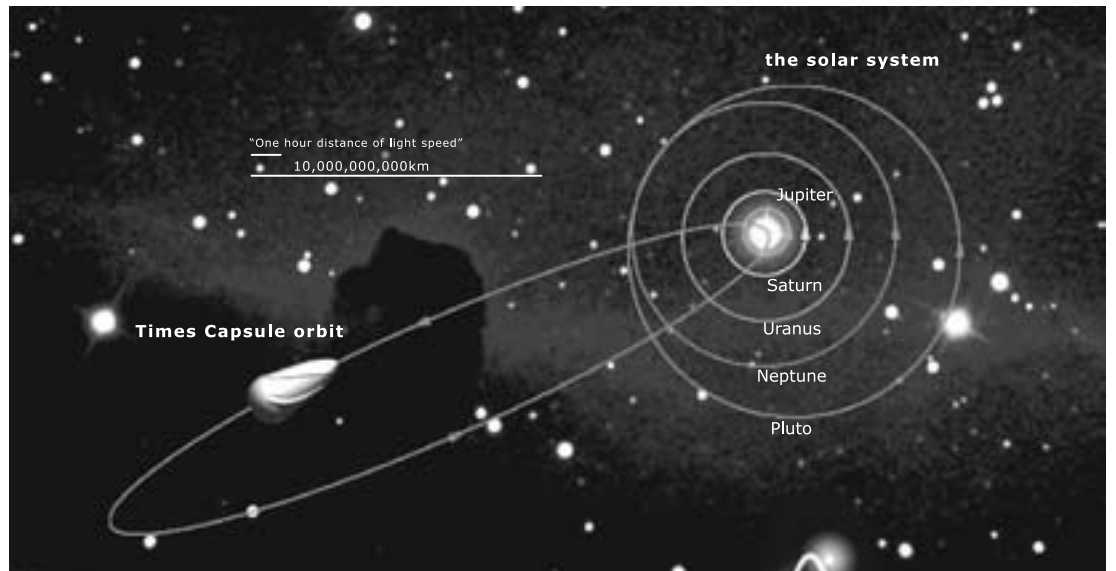
時をこえるコミュニケーションのための「器」のデザインは、子孫にものを遺すという目的をイメージさせるものがふさわしい。我々が提案した「コスモシード」＝種子は、上記のコンセプトを具現している。種子は、子孫にその種の存在を遺すことを「意志」としており、その「意志」は、種という形、その機能をもつ「器」に込められている。自然界を旅するという点も、外界から身を守る殻をもつ点も、コスモシードのデザインとしての説得力を高めるものである。

タイムカプセルのシステム

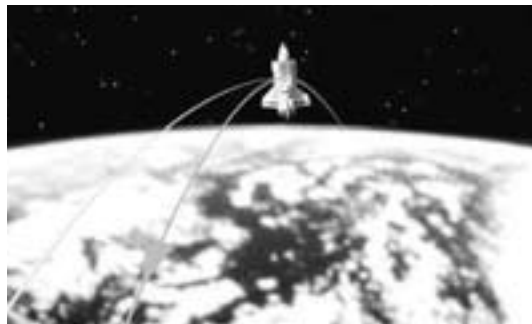
コスモシードは、宇宙を旅することにより災害や盗掘といった様々な障害から守られる。また、コスモシードは、1000年後の子孫にコミュニケーションすることを目的としているので、旅の途上で人々に忘れられてはならない。そこで、地上に種子のことを知らせる[アイコン—指標]の設置も提案する。自由の女神の内部に設置されるアイコンは、コスモシードの軌道を忠実に表すリング形状になっており、打ち上げから帰還までのコスモシードの位置が刻まれている。訪れる人々に、コスモシードの存在を訴え続けるのである。
(よしだ さとし：GKダイナミックス室員)



コスモシードの形状。植物の種と同じように、機能に基づいた幾つもの層をもっている。



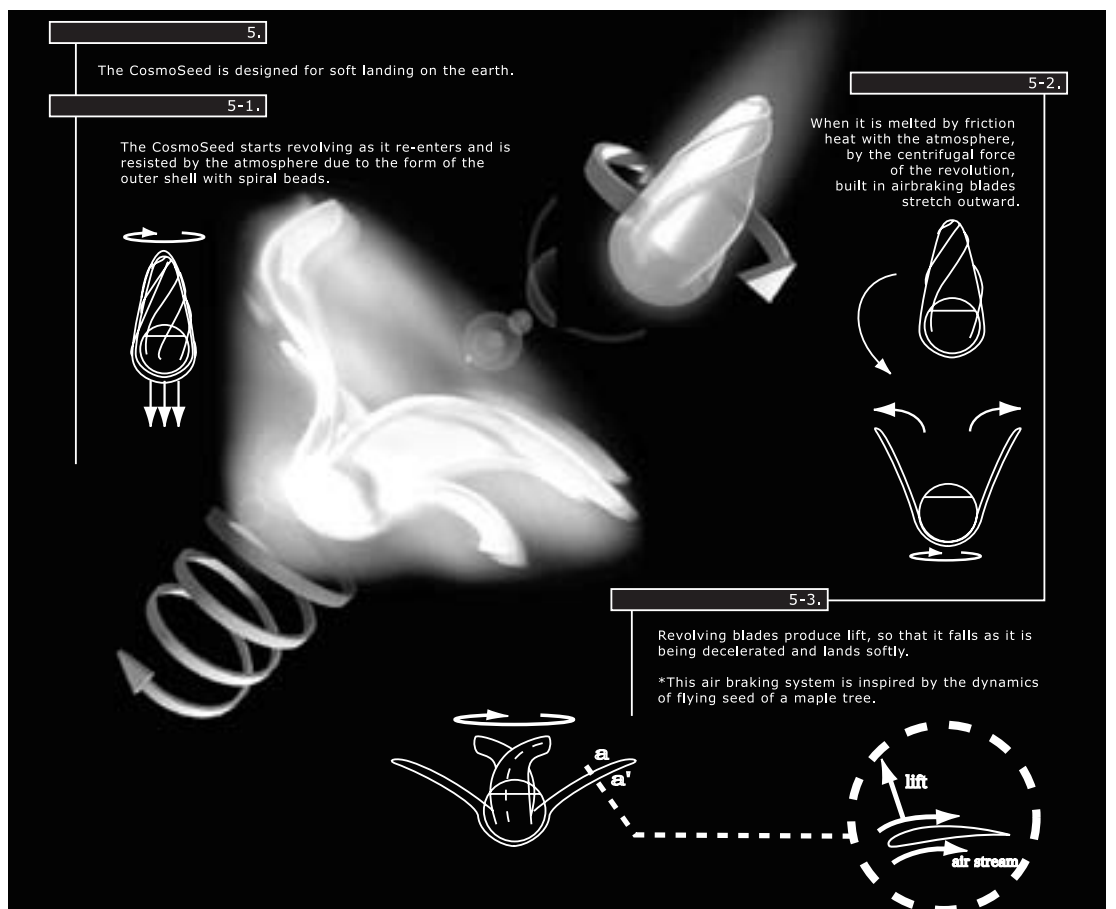
コスモシードは千年周期の人工惑星軌道上で宇宙によって守られる。



コスモシードは地球の衛星軌道上のスペースシャトルから固体燃料ロケットに装着され投出される。



千年後、コスモシードは地球に戻り大気圏に突入する。この時、外殻が溶け美しく変化する光を発する。



コスモシードは、緩やかに着地できるようデザインがなされている。1. 大気圏に突入し空気抵抗を受けると、コスモシードは外殻につけられた螺旋のビートのため回転を始める。2. 大気との摩擦熱で外殻が溶けると、その回転の遠心力によって内包されていた回転翼が広がる。3. 回転する翼により揚力が発生する。このため減速しながら落下し、緩やかに着地する。 *翼によるエアブレーキ効果はカエデの種の飛行原理にならっている。

EU2000 とデザインビジネス事情

EU 統合による Euro 導入が間近に迫った欧州も、日本同様ドラスティックに変化している。メガ・コンペティションの展開が続く欧州市場で、デザインビジネスの新しい展開を考える。

野崎 晴夫

日蘭交流400周年

オランダ・ロッテルダムより出航した帆船・リーフデ号が、2年の歳月を経て、1600年4月19日、大分県臼杵沖に漂着した。この時より始まった日本とオランダの交流。西暦2000年は日蘭交流400周年の年にあたる。江戸時代初期、先人はオランダを通して欧州の文化を吸収していた。現代の日本語には、オランダの単語が150語以上残ると言われている。彼の地、オランダに1986年に設立されたGlobal Design社は、GKデザイングループの欧州戦略の拠点である。

欧州における社会構造変化

すでに、域内のヒト、モノ、カネなどが、ボーダーレスに流動している欧州は、21世紀に向けて、ユニティ（統合と相互協調）の道を選んだ。世界経済のメインプレーヤー役を果たすためには、12カ国、そして約3億の市場統合が必要であった。Euro（統一基軸通貨）による欧州市場の変化は未曾有の経済社会構造の変革をも伴っている。巨大市場に向けて企業の合併・吸収など、まったなしの状況である。また、市場主義経済のパックス・アメリカナに対抗すべく、パン・ユーロピアンの考え方は、財政、税制の共通化、域内価格差・賃金格差等のは正など、相互依存的に、ゆるやかに統合された体制に向かっている。そしてまた、社会主義経済や超資本主義市場経済とは異なる、自由主義経済という第3の道を目指そうとしている。社会構造の変化は、市場の変化を促し、個人も企業も、そして国家においても、多国籍的性格をいつそう強めている。また、インターネットなどのITビジネスの発展によるグローカリズム状況（ローカルであり、グローバルである存在）や、「個」と「公」の境界のあいまいさも露呈してきた。

デザインビジネスの変化要因

上記の社会変化を踏まえ、欧州市場は「モザイク市場」の様相を呈するであろう。多種多様な文化の複層的なミックスが、さまざまな消費者領域を生みだす。旧来の国別、地域別のセグメントから開放し、大欧州市場として、マクロ的視点から捕え直さなければならない。アングロ・サクソン、ラテン、ゲルマンという

ドメインが通用しなくなっている。その意味では、「パン・ユーロピアンのユニバーサルデザイン」の展開を可能にするだろう。すでに、欧州市場においても、日本と同様、消費社会の成熟度は極限に達しており、量産と大量消費の時代は過去のものになっている。大企業といえども、旧態然の「ものづくり」商品開発の手法は効果が薄れてきている。市場動向・消費者の嗜好等を把握することの重要性はさらに増大していく。

Global Design社の新たな展開

Global Design社は、「モビリティ」というテーマにおける「個」パーソナルと「公」パブリックの関係、また「クリエイティブ・インダストリー」を目指す「ものづくり」のための製品と市場の関係（製品計画、企画調査、事業構想）など、21世紀に向けた、新たなヒトとモノの関係をデザインングする。例えば、移動する機器のデザインを考えると、新しい概念としてその関係性をとらえ直し、そのインフラとしての社会構造の変化、そして、その社会環境が必要としているエコロジー政策、レギュレーションの新たな展開などを検証し、種々の構想・企画・計画・デザインを考えていく。さらに緻密に、社会構造の変容及び市場の動向の認識に精通していく必要がある。

「ものづくり」の特にハード部門（製造、生産技術等）が顕著に発展している日本の産業にとって、欧州市場の重要度はさらに増している。世界に展開している日本の企業にとって、世界の中での「ものづくりとアイデンティティ（プレゼンス）」がさらに問われることになろう。変革期の真只中にいる日本にとって、この国のあるべき姿をしっかりと見据えて、21世紀を歩んでいかなければならない。

日蘭交流400周年——ロゴタイプデザイン

余談ではあるが、日蘭交流400周年のロゴタイプは、日蘭交流400周年委員会の依頼で、GKグラフィックス村井大三郎、オランダのデザイナー、アンヌ・スティンストラ氏両者の、二国間インターネットでのやり取りによってデザインし、完成されたものである。

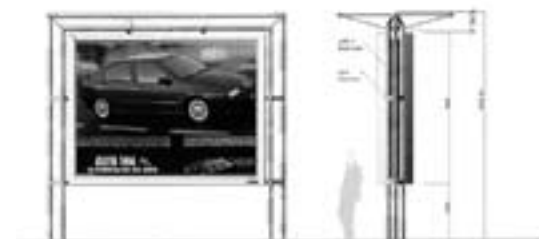
（のざき はるお:Global Designマネージングディレクター）



日本ビクター：EU 顧客動向調査



日本ビクター：EU 顧客動向調査・分析



ウォール社：屋外広告プロジェクト



日本ビクター：EU 市場の製品動向調査



日蘭交流 400 周年ロゴタイプ
(日蘭交流 400 周年委員会)

上海国際デザイン展、QHG 設立 5 周年記念行事報告

中国建国 50 周年の年、1999 年に QHG も節目となる設立 5 周年を迎えた。
中国一の家電メーカーとなった Haier 社のデザインを手掛ける QHG の今後の責任は大きい。

桑 信彦

Haier、QHGにとっての1999年

1999年はHaier社、そしてQHGにとって意義深い年となった。

まずHaier社においては、北米サウスキャロライナ州に設立した現地向け冷蔵庫工場を稼働させ、また白物家電として中国に名を知られたHaier社が、いよいよパソコンの生産を始め、そのブランド力をもって確実にシェアを広げ始めた。湾を挟んで青島市街の対岸にある黄島(ファンタオ)地区にも広大な敷地を購入し、既に整地も終わり、新しい工場が出来上がりつつある。江沢民国家主席、村山元総理も青島のHaier社を訪れるなど、その知名度は中国全土に限らず海外でも認知され始めてきた。

上海国際工業デザイン展

そんなHaier社の勢いとシンクロするかの様に、QHGも10月7日から上海で行われた国際創新設計博覧会にGK社と合同で展示ブースを持つことになった。上海市の企業及び大学を中心とした4日間にわたるデザイン展においてQHG / GKの合同ブースではバイク、冷蔵庫、旅行鞆等、積極的に実物の商品を展示したため、お客さんの関心も高く常に大勢の人が訪れた。大きな発見は、展示してある一つの商品にお客さんの関心が集中するのではなく、展示されてある商品にまんべんなく興味を持っていたことであり、デザインそのものへの関心がここ中国でも高まりつつあることを感じさせた。そのため説明するこちらとしても熱が入ると同時にその対応に追われ、朝から晩まで休むことがない忙しい4日間となった。このデザイン展には日本からもパッケージデザイン協会が出展しており、折しもこの上海の会場で大勢のGKメンバーに出会い、もはや海外の地でことを起こすことが日常生活の一端に過ぎないことを感じた。

QHG設立5周年

この上海でのデザイン展を成功裏のうちに終えて、舞台は青島のHaier社で行われたQHG設立5周年記念行事へと移った。上海国際工業デザイン展からちょうど1週間後の10月15日、海尔工業園中央研究院大ホール

にて記念式典は催された。日本からも栄久庵会長をはじめ、青島にゆかりのあるGKの方々がこの式典に出席され、また国内でも中国工業設計協会理事の黄良輔先生はじめ、多くの先生方がお祝いのために駆け付けて下さった。Haier社代表として張総裁、そしてGK社代表として栄久庵会長がそれぞれお祝いのお言葉を述べられ、またとりわけ貢献度の高かったQHGの社員が、壇上で表彰されるという演出もあった。会食では終始和やかな雰囲気の中、ひとたびデザインに関する話題になると熱く語る人も現れ、しかし最後まで笑いか絶えることなく、思い出に残るすばらしい5周年記念行事となった。

今後の抱負

今年で6年めに入ったQHG、現在は木下部長及び私、桑が2人で中国人スタッフとデザイン作業を進めHaier社の製品デザインを管理している。青島もここ数年、急激な近代化の波が押し寄せ、とりわけ99年が中国建国50周年記念であったこともあり街並も綺麗になり、また日本のジャスコを始め欧米資本のスーパーが開店するなど、5年前には想像出来ない程便利になった。そのような青島市の発展とともにこの青島に本社をかまえるHaier社も躍進し、徐々にブランド力を持つことによりそのデザイン性がより重要になりつつある現在、私達の責任もより重大となってきた。この会社の勢いを止めることなく、むしろより発展することに少しでも貢献することが出来れば幸いと感じる次第である。

(くわ のぶひこ：GKプランニングアンドデザイン室長)



青島海高設計製造有限公司／
Qingdao HaiGao Design &
Mfg. Co.,Ltd=QH_{エル}G
GKと中国Haier（海尔）社と
の合併による本格的総合デザ
インオフィス。



上海国際デザイン展風景

左上) デザイン展と同時開催された科学技術展会場

右上) QHG / GK 合同展示ブース

左下) エコロジーを意識した日本パッケージデザイン協会展示ブース



QH_G 設立 5 周年記念行事風景

左上) QH_G 製品展示

右上) お客様への QH_G 商品説明

左下) 記念式典、壇上にて QH_G メンバーに花束贈呈

1999 年度グッドデザイン賞

今年度よりデザインの意味の拡大に対応してテーマ部門が新設された。
グリーンムーバーがその内のユニバーサルデザイン賞〔通商産業大臣賞〕を受賞した。

財日本産業デザイン振興会が主催している1999年度グッドデザイン賞 (Gマーク) において、超低床車両グリーンムーバー 5000型 (=広島電鉄株+シーメンス株)+アルナ工機株+デザイン総研広島) がユニバーサルデザイン賞〔通商産業大臣賞〕を受賞した。

この「グリーンムーバー 5000形」は100%低床を実現したドイツシーメンス社製の車両をベースに、広島という都市での使用を考慮して独自のデザインを試みた次世代の路面電車である。ユニバーサルデザイン賞は、かつてはバリアフリーデザイン賞として始まったものだが、高齢者や体の不自由なひとばかりでなく「広範な使用者」による使用を可能にした商品を対象に、もつとも優れたものに与えられる賞である。女子高校生の「かつこいい」という声とともにデビューしたこの車両が、文字どおり都市におけるユニバーサルデザインを実践した。公共交通機関として高いレベルでユニバーサルデザインマネジメントを実現している点が高く評価された。

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。

- 自動二輪車 YZF-R1・4XY=ヤマハ発動機株/パーソナル・ユース商品部門
デザイン：GKダイナミックス



利用者の反応はきわめて良好であり、広島という都市のアイデンティティ形成に参加できる車両となった。

- 自動二輪車 XV1600 RoadStar VP12J=ヤマハ発動機株/パーソナル・ユース商品部門
デザイン：GKダイナミックス

- CDラック EZ ripple (イージーリップル) =(株)日軽プロダクツ/ファミリーユース商品部門
デザイン：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

- 電動スタックランナー E4STR=日本ファイリング(株)/ワーキング・ユース商品部門
デザイン：GKプランニングアンドデザイン

- ガス検知器 ガスリークディテクター XP-702II =新コスモス電機株/ワーキング・ユース商品部門
デザイン：GK京都

- プラズマディスプレイ NEC PX-42VP1=日本電気(株)/ソーシャル・ユース商品部門
デザイン：GKプランニングアンドデザイン

- 街路灯 mitis (ミーティス)=岩崎電気(株)/ソーシャル・ユース商品部門
デザイン：GK設計



高齢者や身障者ばかりでなくベビーカー使用者も利用しやすい。



横揺れにやさしい背もたれの高いセパレートシート。

栄久庵憲司GKグループ代表の著書2冊、出版される

朝日文庫『幕の内弁当の美学』（朝日新聞社）

KAWADE 夢新書『インダストリアルデザインが面白い』（河出書房新社）

『幕の内弁当の美学』

1980年にごま書房より刊行された同書を、図版を一新して文庫版化したもの。日本人としての美意識とものつくりかたの原点を幕の内弁当に仮託するという独特の視点で論じている。幕の内弁当に象徴される日本的な造形の美学、様々な発想の展開は二十年を経た今もなお、文明論として古びることがない。

すでに手に入れることが困難となっていた本書を、この文庫版化に際して、より多くの方にお読みいただければと思う。

「幕の内弁当に秘められた美学が、私たちに身近な日用品から自動車、あるいは住宅、都市にいたるまで、世界に誇りうる日本的デザインを生みだしていることを検証した、インダストリアルデザイン界の第一人者である著者の古典的名著」(朝日文庫解説文より)

「発想の視点を、あの幕の内弁当においた卓抜な文明論『幕の内弁当の美学』。幕の内弁当を見おろしていると、日本列島のイメージが浮かぶ。多彩な要素をコンパクトにおさめ込んだ日本の風土を、上空から眺めているような気分誘われる」

(朝日新聞「天声人語」平成12年1月31日より)



文庫版 780 円（税別）／312 ページ
発行：朝日新聞社
〒104-8011 東京都中央区築地 5-3-2
TEL 03-3545-0131

『インダストリアルデザインが面白い』

私たちの身のまわりには、さまざまなモノがある。私たちはモノを選ぶとき、無意識のうちに自分のセンスに訴えるものを選んでいく。では、いったい何が私たちに惹きつけるのだろうか。

筆者は、そこにあるのはインダストリアルデザイナーの心であると訴える。インダストリアルデザインとは、大量に生産されるモノを機能的に、かつ美しくデザインするばかりではない。モノの造形に作り手が魂を吹き込んだとき、初めて使う人の側にその思いが伝わるのである。

本書では、知らず知らず惹かれてしまう製品の不思議、想いを形にするインダストリアルデザイナーの苦心、人気商品に隠されたインダストリアルデザインの真の魅力の探求、モノ余りの時代をいかに歩むかのヒントなど、斯界に足を踏み入れて四十有余年の筆者ならではの視点で、かたちの秘密を読み解いていく。平易な語り口で書かれている本書は、インダストリアルデザイナーでなくとも興味あふれる内容となっている。



新書版 667 円（税別）／207 ページ
発行：河出書房新社
〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷 2-32-2
TEL 03-3404-1201

5. 水の詩^{うた}

栄久庵 憲司

水の惑星、わが母なる地球。生きとし生けるものを育み、美しい風景の出づるところ。水と共に在り、水によって潤うこの世の森羅万象。地球はその誕生以来、水の永久^{とわ}の住処^{すみか}であったはずだ。まさに「水の恩ばかりは報われぬ」この地球のはずだったのだ。

今、水が危ない。今、水は瀕死の重症に喘いでいる。かつて名水百選と言われた水も、そのまま飲むには躊躇^{ためら}される。小川のせせらぎから、メダカは姿を消した。地下を流れる下水道には、おどろおどろしい怪物が住んでいるかの如き恐怖さえ覚える。一体何故に、如何にしてこうなったのだろうか。

地球環境の危機^きが叫ばれて久しい。産業社会の肥大化。それに起因する都市の混乱と無秩序化。自然破壊や過疎地への無配慮・無施策もそれらを更に加速させる。飲食に浸り、そして廃棄する心

無い贅沢^{ぜいたく}三昧^{まい}の代償はあまりにも大きい。汚され続ける水。垂れ流される膨大な有害物質。我々がずっと守り続けてきた「地球に生きる生活作法」は崩壊し、水の安住^{やすみ}の地、水の故郷^{ふるさと}を何処かへ追いやってしまった。

「朝顔につるべとられてもらい水」(千代女)「春の水山なき国を流れけり」(蕪村)「五月雨をあつめて早し最上川」(芭蕉)等々。かつて歌に詠まれ、深く心に刻まれた、水とともに在る日本古来の生活風景。水の潤いに包まれた豊かな新しい日々の暮らし。清らかな水を取り戻すために、そこに息づく生命を育むために、デザインが為すべきこと。それは、水の故郷^{ふるさと}を取り戻すことに他ならない。「Design for Water—水のためのデザイン」を今改めて考える時が来たのだ。大きく世紀^{また}を跨ごうとする新しいミレニアムの足音を、爽やかな水音、幸せな水の詩^{うた}と共に聞きつつ、21世紀を迎えるためにも。

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. (Los Angeles)

Global Design bv (Amsterdam)

青島海高設計製造有限公司

GK Report No.5

2000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／株式会社GKデザイン機構

〒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

印刷所／株式会社高山