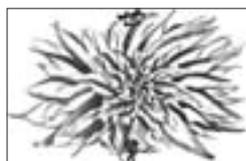




## 「わかること」のデザイン

P.4 Today's Eye より

科学を「わかる」ことをデザインの立場から見直してみようと思った。「おもしろさ」と「わかる」の関係をしくむことをあえて「科学をデザインする」と言おう。  
「触れる地球」(NHK「行く年来る年」で放送)



### Special Theme

21世紀を生きる  
GKの課題

栄久庵 憲司



### Project Report

置くと、生まれる

山田 晃三



### Special Theme

新世紀タピストリー

西沢 健



### Topics

じっくり開発、  
長く売り続ける

唐澤 龍児



### Today's Eye

「わかること」の  
デザイン

岩政 隆一



### World Report

アジアの巨星と  
Design for the World

木下 理郎



### Project Report

ニュースタイルパソコン  
AFiNA Style

佐久間 敏暢



### People & Activity

2000年度  
グッドデザイン賞

# 21世紀を生きるGKの課題

状況の変化を的確に捉え、新しい世界とともに生きていく、  
21世紀のGKグループの課題とは。

栄久庵 憲司

## はじめに”かたち”ありき

「はじめに言葉ありき」とは、聖書のヨハネ伝、第一章、第一節にある言葉であるが、私のデザイン観は、「はじめに”かたち”ありき」である。これは永年ものづくりに関わってきた経験を通じて自分のポテンシャルが高まったときに、生まれてきたものだ。言葉に言葉を重ねて出てきた考え方ではない。

## 歴史と伝統、そして近代化

時代が移り変わるとき、例えば、徳川の世から明治に至る近代化において、押し寄せてくる列強に抗う気持ちが、民族の誇りを高めていった。それが近代化の発展に勢いをもたらした。共々生きて行かねばならないという意志がポテンシャルを高めた。安土桃山、戦国時代、徳川時代と続く流れも、人々が焦土と化した日本に対してショックを受けた第二次世界大戦後も同様である。

## 戦後の心象風景

敗戦後、零戦をつくった技術者を支えていたのは、列強に抗う飛行機を造り上げたという誇りであったという。ものを創る能力への確信が、自分の心に中に入った。自分の身の回りを守ってくれる優しさの心根をかたちにしたものを手に入れたい。その言葉にならない感覚が、自分を支えていったのだ。

## GKの発意

美しく楽しい世界を自分たちの手で創り上げたい、という思いがGKの草創時のメンバーに共通してあった。この思いは間違っていない、という確信が全員にあった。万人のために役立たなければならぬという認識はデザインにとって基本的な

ことである。これを文字や言葉からではなく、実感として感じる事が出来たのが、我々GKの強みであった。この考えは今日まで50年間続いている。

## 状況の変化

いいものが欲しいという考えを基礎として、デザインの精度を高める姿勢は大切である。ポテンシャルがあつて、アビリティがあつて、目標があつて、それにガイダンスがあつて、初めて事が進む。ガイダンスというのは方法論である。方法の追求、理念の構築、そういう知的追求を続けてきた。

私の実感として、最近とみに状況の変化が激しいと思う。国境の溶解、グローバルな知恵の交流、IT革命の進展など枚挙にいとまがない。外国を含めて我々人類が一緒にやっけて行かなくては行けない、そういう観念で新しいガイダンスを探していかなければならないとつくづく思う。

## 21世紀の課題

ポテンシャルの高さを求めていくこと、そしてそれを具現化するためのガイダンス、この二つを持ち続けてきたことが、GKが50年間存続してきたことの鍵である。21世紀に足を踏み入れて、さらにポテンシャルを高めるためには、高度な文化としてのデザインを知ってもらい、デザインを通じて企業の文化性を高めること。デザインのもたらすもの文化の力によって生活文化総体の質の向上を図ること。それが今後のGKの大きな課題ではないだろうか。

(2000年11月15日第48回GKデザイングループ創立記念式講演より)

(えくあん けんじ：GKデザイングループ代表)



# 新世紀タピストリー

20世紀型「領域分化・専門深化」から21世紀型「専門横断化・民意包括化」へ  
タテ型社会の仕組みから、「デザイン」を通じた、ヨコ型思考の実体化を目指して

西沢 健

近代化を推し進めた20世紀。とりわけその後半は、様々な新しい社会の仕組みを生み、人間行動の可能性と領域を拡げつつ、人々の生活の豊かさを築きあげてきた。しかしその一方で、様々な世界の拡大とともに、それらに関わる専門分野や技術の深化・細分化をもたらした。

その結果定着した20世紀のモノづくりの多くは、その仕組みや方法において、いわばタテ型優勢の相を呈し、ヨコ型の思考を含む包括的方法は、なかなか容認され辛い面を持ったと云える。

例えば、駅前広場や道路に憩いの場所、要するにカフェテラスなどを設置する場合、公共と民間との協力関係に、大きく垣根が立ちほだかる。恩恵を享受すべきは、一般の人々であるはずなのに、定められた法律や規制が、それらを拒む。タテ型行政の施策とヨコ型民意の葛藤を諸処彼処に垣間見ることが出来る。これからは「都市作り」から「都市使い」に知恵を使わねばならない時代とすればなおさらである。

また、一歩家の中に足を踏み込むと、「IT時代」の寵児たる電子機器類が氾濫している。そのインターフェイスたるや凄まじい。技術が革新されるとともに、使い辛さが増大するのは参ったことだ。新機能が付加されるほどに、無秩序に、あるいはお仕着せにキーやボタンが配置される。まさに雨後の筍状態である。これもまたタテ・ヨコの混乱と葛藤が原因であろうか。



オランダ・ユトレヒトのカフェテラス (撮影：宮沢功)

旅行先で困ること、それは、ホテルの部屋でよく遭遇するパッケージの煩雑さである。飲み物にしる化粧品にしる、どこから開封すべきかに、はたと悩む。あるものは「タテに切れ目あり」あるものは「ヨコに開け」とある。たまに突然、「斜めに裂けるもの」さえある。その表記も千差万別である。三角形や矩形、小さすぎる文字、そして何も表記されていないもの。つくづくデザインなるものが、諸領域をヨコに繋ぎつつ、問題を解決する有効な手段であることを確信する。

こと左様に、タテ型優勢の思考と方法は、ヨコ型の存在を蔑ろにするばかりでなく、いわばタテ型とヨコ型との好ましい共存を危うくし、その混乱を引き起こしているものに他ならない。もちろん最近規制緩和が求められているが、中にはルールとでも云える何らかの規制が必要な場合があることは、否定しない。

そもそも、人間の行動や生活は総合的・包括的なものである。タテ型のみでもヨコ型のみでも成立し得ない。そこには快さと豊かさの実現を意図した「デザイン」が存在しなくてはならない。

21世紀文化のタピストリーは、20世紀文化のタテ系に、「デザイン」を通じて、如何に新しいヨコ系文化を編み込むかに係っていると云えよう。

(にしざわ たけし：GKデザイン機構代表取締役社長)



様々なあけ方のパッケージ

# 「わかる」ことのデザイン

科学を「わかる」ことをデザインの立場から見直してみようと思った。「おもしろさ」と「わかる」の関係をしくむことを、あえて「科学をデザインする」と言おう。

岩政 隆一

## 科学離れ

子供の科学離れが世界的に進行している。日本はその傾向が顕著であるとのレポートがある。

科学の成果が生活の隅々まで浸透している。量子力学という殆ど生活感覚と無縁と思われる科学が身の回りの電子機器の半導体回路を生み出している。難解になった科学は一握りの科学者の操るものとなり、取り残された人々は科学を理解することをあきらめ成果のみを商品として享受する。

物事の成り立ちの「因」を問わず「果」のみを受け取る時代に「創造力」は育まれるのだろうか。

## わかりやすさ

デザインが果たしてきた大きな役割の一つが「わかりにくい」ことを「わかりやすく」することである。皆が納得し自明としてきたことである。

一般的な商品では「わからない」ということは「欠陥」や「不親切」と同義である。それは「わかりやすい」ことが商品にお金を払ったことの対価と思われているからである。

「わかりやすい」ことが求められるのは目的がわかることにないもの。携帯電話は無線技術をわかるために作られているわけではない。使うことを「わかりやすく」する必要がある。その意味で「わかりにくい」もののほとんどは「わかりやすく」するためのデザインが施されていないといえる。

## わかる

目的が「わかる」ことにある場合は全く話が違ってくる。自ら「わからない」ことを「わかる」ようにすることを学習という。「わかる」は自らの精神の内に生まれるものであり、買えないものである。努力が必要であるし、その努力を持続できる強いモチベーションも必要である。

## わかりやすくする

「わかる」行為を、最小の努力で「わかる」ように手助けすることが「わかりやすく」することである。「わかりたい」というモチベーションを持続させることもそこに含めよう。

たとえば学習教材というジャンルの商品領域が

ここに成立する。不思議にその世界では教材を用いた結果「わからなく」ても欠陥商品とはならない。用いた人の努力が足りなかったといえば済むのである。さらに悪いことに「わかったつもり」にさせることさえ可能である。それが一夜漬けの試験勉強に役立つ人気の教材であったりする。「わかりやすさ」を売り物にしたゲーム仕立てのパソコンの学習ソフトの殆どは「わかったつもり」にさせるだけであるとの指摘もある。

「わかる」ことを手助けすること＝「わかりやすく」することではないと思い始めた。

## おもしろさ

「おもしろい」は「わかる」と深いかわりがある。科学の「おもしろさ」の極意は「わからない」ことが「わかる」瞬間にある。それは自分の心の中に沸き起こる感動である。外から与えるものではない。「わかりやすく」することはそれを受ける人間から「わかる」瞬間を奪っていく。「創造力」は「わかる」瞬間に準備される力である。その力も「わかる」瞬間を奪われ続けることによって萎える。

科学・技術を「おもしろい」と思えるものにする。それは「わかる」瞬間を準備する触媒を作ることである。

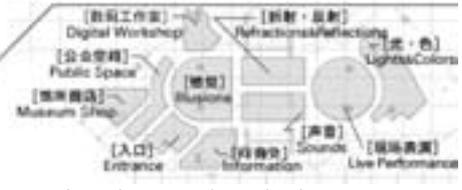
## 科学をデザインする

科学を「わかる」ことをデザインの立場から見直してみようと思った。科学を「わかりやすく」することがデザインの役目であろうか。その疑問から出発する。

「おもしろさ」と「わかる」の表裏一体の関係をしくむこと。その行為をあえて「科学をデザインする」と言おうと思う。「果」を見せるのではなく「因」を体験や観察から読み取ることができるようにすること。とりあえず「ブラックボックス」をこじ開けるデザインをはじめようと思う。

科学を「おもしろ」がる「アマチュアサイエンティスト」をたくさん育てることにデザインの世界から寄与してみたいと思う。

(いわまさ りゅういち：GKテック社長)



「Sony ExploraScience 索尼探夢」 <http://www.explorascience.com/menu.html>



**Cyber Seed**  
生物の大きさ、歩き方、性質、色・柄といった基本情報を市松模様（サイバーコード）に変換し、それらを自由に組み合わせ、新しいモノを作る体験を通して、デジタル信号化のプロセスを学ぶ  
(Sony ExploraScience)



**Holo Wall : Wall Type**  
人間の体全体をコンピュータを操作するための入力装置（デバイス）として利用し、人とコンピュータとのインタラクティブな関係を体験する  
(Sony ExploraScience)



**Visual Voice**  
コンピュータを用いて声の成分を分析し人間が話す声の大小、高低、言葉の抑揚など目に見えない違いを"フキダシ"という映像でリアルタイムに視覚化する  
(Sony ExploraScience)



**Holo Wall : Table Type**  
(Sony ExploraScience)



**Holo Wall : Floor Type**  
(Sony ExploraScience)



「触れる地球」(NHK「ゆく年くる年」で放映)  
日本科学未来館で展示予定(文部省、通商産業省及び科学技術庁の共同プロジェクト「国際研究交流大学村」の基幹施設の一つ、今年7月開館予定)



**Neural Object 「あしあと」**  
Neural Object とは道具と人間の関係を問い直す一連の試みである。「あしあと」は、人間の動きに刺激された海中の夜光虫のごとくに光る  
(国立科学博物館)

# ニュースタイルパソコン AFiNA Style

リビングで、キッチンで、生活の中にとけ込むすがた・かたち・ありかたを求めて。  
オリジナリティあふれる新しいスタイルを持つパソコンの誕生。

佐久間 敏暢

そのときパーソナルコンピュータは

ここ数年間にPC（パーソナルコンピュータ）は急速に高性能化&低価格化し、インターネットの普及も手つだい職場にとどまらず一般家庭の中まで浸透するようになった。ところがビジネスユーザーを中心に考えられたデザインは生活の場面にそぐわないものが多かった。MACとWindowsのPCを比較するとき後者はハードの選択肢が広いと評価される。しかし現実には似たような製品が大半を占め、メーカー／ブランドのイメージもしくは価格が購入を決める大きな要因であり、結局デザインの選択はできるようでできていないのが実情であった。そうした状況の中、自分の好みや生活スタイルに合ったPCが求められつつあった。

新たなスタイル提案

Windowsマシンのデザインにも少しずつ新たな芽が見られ始めた頃（とはいえさほど以前でもない）、エントリーユーザーを意識したコンセプトのPCをデザイン依頼された。コストを抑えることに関するノウハウには絶対の自信を持つメーカーだけに、内蔵パーツ選択の基本方針はほぼ固まっていた。またクライアントは他社製品との類似か否かで話題をさらった企業である。そのデザインは我々の手によるものではないがオリジナリティにおいて他に負けないデザインにしたいという思いはお互いに強かった。

生活の中にとけ込むことのできるPCのすがた・かたち・ありかたをノートでもデスクトップでもない新たなスタイル(型)に求めてスケッチ提案を行った。その中から屋内での持ち運びの配慮、使わない時でもじゃまにならない等の利点、そして造形イメージがめざすコンセプトに合致した「ノートPCの本体を立てたような省スペース一体型デスクトップ」スタイルが採用された。ただし検討の必要があったのはマシンの高さである。食卓などで使用した場合ノートPCであればディスプレイを倒すことで空間を遮らずにすむ。それに対し我々の提案は本体が立った状態が基本とな

る。ラフモックで大きさの印象を確認し、ディスプレイは12インチに、各種メディア出し入れも画面と縦積みせず横からアクセスするレイアウトとした。

造形について

一般家庭におけるPCの役割の多くはコミュニケーションである。インターネットのウェブページやEメールなど、ケーブルの向こう側にいる誰かとの対話はPCとのやり取りともとらえることができる。PCが機能やスペックを主張するのではなくそばにいるペットや話し相手そしてある時は部屋の中の小物や雑貨といった存在のイメージをかたちにした。

また「どこにでも置ける＝どこに置いても様になる」ために画面の角度調整をする支えに特徴を持たせ、取っ手も含め背面の顔づくりに気を配った。

初心者への訴求点として実に盛りだくさんの機能を持つ製品であるが、キーボードを閉じたままでCDが聴ける点はデザインのこだわりでもある。便利さのためと言うより閉じた状態でもPCの存在に意味があるよう、ヒンジ部に常に使えるCDコントロールボタンを配置することにした。

特徴的な造形を与えることでこの今までなかったスタイルをより活かすことが出来たと考える。

さらなる一歩に向けて

製品発表後、インターネットで製品名を検索にかけ掲示板や個人のホームページに書き込まれる製品に対する評価を見るのをひそかな楽しみにしている。性能・機能・価格やプロモーションの力によるところが大きいのだが、雑誌の記事とも違う市場の生の声を机の上で直接知ることができるのも今ならではの事。今のところ好印象の意見が大半であるが、今後は様々な意見がでるだろう。それらを新たな製品にフィードバックすることを新デザイン手法のヒントにできるのではないかと考える今日この頃である。

(さくま としのぶ：GKプランニング&デザイン室長)



初期のコンセプト&イメージ・スケッチ



初期のコンセプトを発展させ、よりコンパクトに（提供：ソーテック株式会社）

## 置くと、生まれる

何も無い空間にモノを置く。場が生まれる。  
意味のあるモノを置くと、さらにおもしろいことが起こる。

山田 晃三

### 置くと、バーバー

6年前、ある事業家から声がかかった。理容業界を活性化したい。新しい発想の床屋にビジネスチャンスがありそうな気がする。ここから「10分1000円のサービス」クイックバーバー計画がはじまった。この店舗、髭も剃らない、髪も洗わない、電話もない、髪はバキュームブラシで吸い取る。とにかく最小のスペースで最大のサービスをする。Less is Moreのモダンバーバーへのチャレンジである。輸送可能なコンテナをベースとした、必要な場所に簡単に設置可能なショップを提案した。内部は斜めに客と装置を配置、徹底したユニット化を実現。駅前やガソリンスタンドわきを設置場所に想定した。忙しいサラリーマンをターゲットに突如バーバーが誕生する仕掛けである。

3年後の96年、神田に1号店がオープン。ビルトインタイプではあるがヒットし、現在都内50店舗、クイックバーバーの頭文字をとった「QBハウス」は業界に旋風を巻き起こした。のちに当初のコンセプト、モービルハウスによる店舗をオープン。ビルとビルの谷間に突然床屋が出現した。「置く」という発想が新しいビジネスを生んだ。

### 置くと、ショップ

京阪電鉄の駅の構内に、黄色い販売ブースが登場した。催事用の販売ワゴンによるミニ売店である。名前を「プラット・ボーイ」という。心はプラットホームの物売り少年である。ちょっと洒落たブー



登場を伝える社内吊り広告

スで、2種のユニットによる構成があらゆる販売環境に適応するようにできている。

5年前、オリジナルの販売ワゴンを提案して欲しいと京阪から声がかかった。そこで名前を考え、これをコンセプトとした。つい、ぶらっと寄ってしまう。そんなブースを空いた構内にポンと置く。鞆やネクタイ、ケーキに花束、あらゆるものを売りはじめた。名もない催事ブースは信用がおけないが、このプラットボーイは京阪が商品を保証する。年間目標の3倍を売り上げて思わぬ事業が生まれた。JRも追随した。

ひとはモノが必要で買う、だけではない。モノを買う行為が疲れを癒す。ストレスの解消である。ならば満員電車で疲れ果てたその時が狙いどころだ。プラットボーイが笑顔で迎える。

### オクト・カフェ

一辺が1.2mのサービスブースを彼岸の眺めの良いところに置いた。八角形(オクタゴン)なので、名前を「オクト・カフェ」という。このブース2tトラックで搬送してレッカーで吊降ろす。組立て不要のチャームなカフェができあがる。

場所は広島原爆ドームの少し南、平和公園という街の一当地だが公共用地にはベンチしか置けない。広島市は、これでは観光客も楽しめず都市の魅力も伝わらないと実験的なアクションプランを考えた。御法度の公共空間での商業導入である。そこで声がかかった。設置撤収の素早さと、なによりブースの見栄えが大切だからである。

「置く」との発想が生んだ「オクト・カフェ」に、多



京阪京橋駅にプラットボーイが並ぶ

くの市民や観光客が集まった。建設省や他都市からも見学者が訪れた。実験は見事実証されたのである。いつものこの場所で温かいコーヒーを飲みながら景色を見たことがなかった。オクトカフェのおかげで、こんな素晴らしい公園があることにはじめて気づいたのである。

### 置く、何か生まれる

何もない空間にモノを置けば場が生まれる。意味のあるモノを置くとさらにおもしろいことが起こる。ここでいう「置く」という動詞はSetよりPut

に近い。この行為、静かで安定した(形骸化した)環境の中に、ある波紋を投じる世界である。このセンスはチェスのポーンを適切に配することと同じである。ポーンが一番小さな兵士であるが相手陣内へ入れれば万能の駒に変化する。うまく「置けば都市の様子を変えることができるかもしれない。たくさん「置く」ことができたならばなお良い。新世紀は波紋がどんどん広がる。

(やまだ こうぞう：デザイン総研広島取締役)



完成したモバイルハウスQB、この下に車輪がある



コンテナ式クイックバーバーの提案モデル。これがベースに事業計画が始まった  
デザイン：デザイン総研広島



搬送してレッカーで吊り降ろす



八角形のサービスブース「オクト・カフェ」 デザイン：デザイン総研広島  
向こうに見えるのはパラソルギャラリー



# じっくり開発、長く売り続ける

開発期間の短縮化が商品の寿命を短くしている。  
じっくり開発して、長く売り続ける、そんな企業があってもいい。

唐澤 龍児



トアスフレックス

## 他社が追従しにくいデザイン

簡単に作れるモノは簡単にまねされる。その気になれば人件費の安い海外で短期間にコピー商品を作れる時代である。トアスフレックスは「美しくモノをのせる台」であり、樹脂製のボディとカンティレバーのマストがそのスタイリングの特徴である。天板の高さ調整と角度はガススプリングで行うが、そのフレームは自動車用座席のスライドレールを流用した。最も強度を要するこのフレームをゼロから開発したのでは膨大なコストがかかる。この部品一つとっても簡単に作ることはできない。このように大量に作られる部品をもつ異分野のメーカーと組むことは少量生産の製品を開発するには大きなメリットであり、他の追従を許さない。

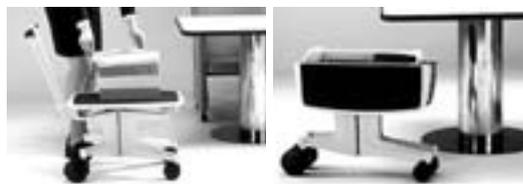
## 欲張らない市場規模

「中小企業が生きてゆくには、大企業が参入できるような市場を狙ったらだめだ。1社でいっぱいになってしまうような小規模の市場が理想である。」とクライアントであるトアスは説く。つまり、大きな市場を当てても大企業が参入し、あっという間に市場からはじき出されてしまう。これでは最初に市場を開拓しても報われない。

オフィス機器業界は大手がひしめく分野であるが、トアスブランドの第1弾、トアスフレックスは発売から10年を経過した。平均月産100台程度の少量生産ながらロングライフ商品である。



スマートにモノを運ぶトアスエクセル



扱いやすい高さ、折り畳めば机の下に収まるトアスエクセル

## 美しくモノを運ぶ台

今年発売した第2弾、トアスエクセルは「美しくモノをはこぶ台」である。トアスのこだわりとして「スタイリッシュ」は外すことができない。それは前記したトアスフレックスの顧客意識からの流れである。単純に「便利」とか「リーズナブル」だけであれば他に選択肢はある。安い台車なら数千円で手に入る。これらはトアスの分野ではない。トアスエクセルの顧客は有名アパレルブランドのオフィスも含まれる。顧客からは「荷物用エレベータではなく、人のエレベーターに同乗することを許される台車」と評判だ。狙いどおり、この商品のもつ新たな価値、トアスブランドの価値となる。

## 10年がかりの商品化

「モノを移動することに関わる道具」を開発対象とすることには無意識の合意があった。自動車部品をはじめ様々なパーツの流用も検討した。しかし、幾度となく作ったモックアップを前に「GOサイン」はすぐには出されなかった。しばらく時間を置き、それがユーザーにとって、トアスにとって適切な商品となり得るのかを判断する。実に気の長い商品開発である。もちろんその間に別の商品案も浮上する。最終形のトアスエクセルのメカニズムはすべてオリジナル設計となった。開発に時間をかけるのは決して悪いことではない。企業としてのビジョンが徐々に構築され、ビジョンと商品との整合性を高めることができるからだ。

スピードと効率、さらにはIT革命が叫ばれる世の中では異質な開発事例かもしれないが、開発期間の短縮化が商品の寿命を短くしているのも事実である。じっくり開発して、長く売り続ける、そんな企業があってもいい。

(からさわ りゅうじ：デザイン総研広島室長)

# アジアの巨星と Design for the World

来るべき経済大国であろう中国の中でも最大級のメーカー、海尔集団。  
その海尔集団が国際的デザイン団体 Design for the World の賛助会員となった。

木下 理郎

2000年8月2日、中国青島市の海尔集団中央研究院講堂にて、Design for the World（以下DW）から海尔集団への賛助会員認証書授与式が執り行われた。中国の企業がDWという国際組織の賛助会員になるのは、日本を除くアジア地域では初のことであり、もちろん中国初のことであったので、関係各所の注目を集めることとなった。当日は青島市長、中国設計協会会長、スペイン大使館代表など関係政府、デザイン関係の来賓を迎え、またCCTV（中国中央テレビ局）を初めとして、山東省、青島市などの各マスコミも取材に駆けつけた。

授与式においてDWを代表して挨拶に立った栄久庵Design for the World会長は、その基本理念であるデザインの社会への（無償の）貢献を学際的に実現する重要性を説かれ、デザインのもつ一般的イメージとは異なったもう一つのデザイン貢献論を提示された。また、青島市長王家瑞氏は、デザインと産業との密接な関係性、産業発展の上でデザインの重要性について語られ、これからの中国にとってデザインは欠かせないものであることを述べられた。

## 海尔集団と張瑞敏氏

海尔集団は、家庭用電化製品を主に生産する、従業員二万人超の中国最大級のメーカーである。その品質管理と経営手法は現首相である朱容基氏が、副首相時代に海尔を中国企業の手本とするよう指示を出したほどすぐれている。以来中国全土からの見学者が今も絶えない。

国内ばかりでなく東南アジア・北米など世界各



張瑞敏氏に認証書を授与する栄久庵会長とスペイン大使館代表



デザインにより新しい文化を創出する、という栄久庵会長の挨拶  
国に工場などの拠点を築き、いまや世界マーケットを対象とするグローバル企業でもある。こうした海尔集団のリーダー張瑞敏氏は、1999年に英国経済誌の「ファイナンシャルタイムズ」で世界の経営者ベスト30人の一人に選ばれるなど、積極的な経営姿勢が評価される中国の代表的なビジネスマンである。早くからデザインの重要性に着目し、GKグループとの間にデザイン会社「QHG（海高公司）」も設立させている。

## メセナ

このように中国でもっとも成功した企業のひとつである海尔集団にとって、DWのパトロンに要求される、企業文化の熟成と世界への貢献という切り口は、必然的に要求され、たどり着いた道筋であったともいえる。

超大国中国の、来るべき「経済大国」の地位は世界の誰しも予想するところであり、世紀末の今日、準備段階を終えいよいよその具体的な姿が見えてきた。米国、欧州と並ぶ巨大経済圏が東、東南アジア地域に出現する。今後も巨大企業がいくつも出現するであろう。改革開放から今日まで、短時間で大きな発展を遂げてきた中国企業にとって、ゲームは今始まったばかりである。また、アジアのメセナもスタート地点に経ったに過ぎない。いま産声を上げたばかりのDWにとって、このような時期にアジアの巨星がいち早く賛同し、参加してくれたことは、とても頼もしいことである。

（きのした みちお：青島海高設計製造有限公司副総経理）



授与式は大盛況であった

Design for the World :  
課題発見・問題提起・デザイン提案によって、細分化、専門化しすぎた諸分野・諸領域をあらためて横断し、国際的連携行動を通じて、さらなる地球の未来を構築するためのNGO。本部はスペイン・パルセロナにある

## 栄久庵 GKグループ代表、「勲四等旭日小綬章」受章

平成 12 年 11 月 3 日付で、政府は 2000 年秋の叙勲受章者を発表。  
栄久庵憲司 GK グループ代表は勲四等旭日小綬章を受章した。

平成12年11月3日(文化の日)に秋の叙勲が発表され、栄久庵憲司GKデザイングループ代表に勲四等旭日小綬章が授与された。11月8日に通産省で勲章が伝達され、翌日11月9日に皇居にて拝謁が行われた。

栄久庵代表への叙勲は、栄久庵代表の半世紀近くにわたってデザイン業に携わり、関係団体の要職を務め、デザイン界の指導とその発展に寄与することによって、産業の振興に多に貢献したことが認められたものである。今回の叙勲はインダストリアルデザイナーとして日本で初めての榮譽でもあり、GKグループのみならず日本のデザイン界にとっても大きな意味をもつものとして、高い評価を得ている。

栄久庵代表は、叙勲を受け、次のように語った。

「叙勲の理由を述べよと人に言われたときに、理由を答えることが出来ないが、何に対して一所懸命であったかは答えることが出来る。私は、頭が

いいと言われたことはないが、忍耐力がある、我慢強いとよく言われる。臨機応変に欠けるわけではないが、最初に決めた観念を信じるに値すると思ったときは、少々な事では考えを変えず、一つの目標に向かっていくから、そういう風情を漂わせているのかもしれない。

また、仲間にも恵まれていたので、頑張ることによって成果を出すことが出来た。成果を出すことで、社会的説得力が出てきたといえる。」

「私は、GKグループの代表であるがために、勲章を受けることが出来たのであり、この叙勲によって、GKグループは公的に露出することになる。これは我々が新たなステージに入ったと考えてよい。GKグループがデザイン事業の中で、どのように展開し、発展していくか、さらに考えていかななくてはならない。」

勲章のデザインは、日章を中心に光線を配したもので、鈕には桐葉を用いている。



勲四等旭日小綬章

## 金子GKグラフィックス社長、「デザイン功労者表彰」受賞

デザインの普及・啓発、国際交流等に顕著な功績のあった個人を対象に通商産業大臣が表彰する、平成 12 年度デザイン功労者表彰の一人に金子修也 GKグラフィックス社長が選ばれた。

平成12年10月13日に平成12年度のデザイン功労者表彰があり、受賞者5名のうちの一人として、金子GKグラフィックス社長／GKデザイン機構副社長が選ばれた。

デザイン功労者表彰制度は、国民生活や産業活動にデザイン振興を推進し、デザインの社会への一層の浸透を図ることを目的として、デザインの普及、向上又は国際交流活動などに顕著な功績のあった個人を対象に通商産業大臣が表彰するもので、平成2年度から実施され、昨年度までに31名が

表彰されている。

今回の受賞は、社団法人日本パッケージデザイン協会理事長としてパッケージデザインの発展に尽力し、特に「エコパッケージデザイン」の普及・啓発、アジアパッケージデザイン会議の推進やJICAによる海外派遣協力をはじめとした国際交流、通産省デザイン政策審議委員やGマーク審査員、さらに日本デザイン事業協同組合の設立など、デザイン界全体の発展にも貢献した功績に対して評価されたものである。

## 2000 年度グッドデザイン賞

GK プランニング アンド デザインがデザインした踏み台 [スティブル ステップ ST2] が、中小企業庁長官特別賞を受賞



スティブル ステップ ST2  
天板や踏み棧はノンスリップ性と外観の両側面から検討を重ね、独自の波形形状を採用した



コーンクラッシャ\* GEOPUS\*  
第 30 回機械工業デザイン賞  
日本商工会議所会頭賞受賞

(財)日本産業デザイン振興会が主催している2000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)日軽プロダクツがデザインした踏み台、スティブル ステップ ST2がグッドデザイン中小企業庁長官特別賞(ファミリーユース部門)を受賞した。

日常生活用品のデザインにおいて、限られたコストの中で機能性と美しさの両立を図ることが永遠の課題といえる。この「スティブル ステップ ST2」のデザインにおいては、踏み台や腰掛け・物置として生活の中で様々な活躍できる可能性を持たせ、インテリアの一要素として美しく納まることを目指した。

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。

- ATV (All Terrain Vehicle) KODIAC YMF 400FWA=ヤマハ発動機(株)/部門A・1  
デザイン: GKダイナミックス

- PC-POS RS9900=オムロン(株)/部門C・2  
デザイン: オムロン(株)+GK京都+(有)後藤デザインオフィス
- 光パルス試験器 ミニOTDR MW9076シリーズ=アンリツ(株)/部門C・3  
デザイン: アンリツ興産(株)+GKプランニング アンド デザイン
- コーンクラッシャ GEOPUS・GP200M=大塚鐵工(株)/部門C・3  
デザイン: GKプランニング アンド デザイン
- オフィス用台車 トアスエクセル CT-L=トアス(株)/部門C・3  
デザイン: デザイン総研広島
- プラズマディスプレイ PX-50VP1=日本電気(株)/部門D・1  
デザイン: GKプランニング アンド デザイン
- ETCガントリー=日本道路公団/部門F・1  
デザイン: 千葉大学 杉山和雄+GK設計

## Books

### 栄久庵GKグループ代表著『道具論』が出版される

美への帰依が道具の悲しみを救うという思いから、生涯を賭すこととなった道具世界  
道具の心を信じ、人との共生を求めて、道具のありようへの信念が書きとどめられている



3,100円(税別)/289ページ  
発行: 鹿島出版会  
〒107-8345 港区赤坂6-5-13  
TEL 03-5561-2550

万物皆心あり。  
道具に心があり、魂があり、亡じては、霊となる。道具には道具相互に心を通じあう道具世界というひとつの世界があり、これは人間世界に從属するのではなく、人間世界に対峙するもうひとつの世界である。この道具世界を認知し、それにより人と道具の共生の世界をつくり出していこう、とするのが本論にかかれた立場である。

道具を心なき奴隷と見る姿勢が、現代における諸問題の根元ともいえる。

そうはいつても、道具は人間のつくり出すものであるから、道具論はおのずから、道具を通して人間を映しみる人間論となる。

いまは離反し、緊張を生んでいる道具世界と人間世界が、ひとつとなるとき、もっと高い秩序の豊かさがもたらされる。

道具世界と人間世界の両界が相和して共生し、おたがいに敬いあい、そのありかたを高めあうとき、光明に満ちた極楽浄土を現世に具現することとなる。

# Since 1953

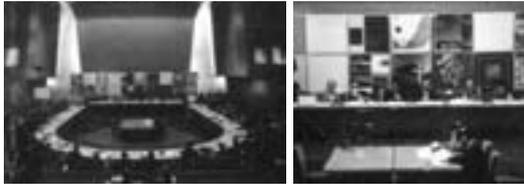
(GK50年の歩み—Ⅱ. デザイン運動と提案活動／1960～1969)

カラーテレビ放送開始('60)に始まる1960年代は、オリンピック東京大会('64)、新幹線開業('64)等を弾みとして、凄まじい高度経済成長を遂げる。所得倍増と輸出政策にデザイン振興を重視する国策の下、求められるデザインの役割・重要性は増し、ものづくりに励む「デザインという名の列車」はただひたすら走り続けた。また行政が国土・地域開発に力を注ぐ一方、企業は新製品・新事業開発に、こぞってその優を競い始めた。そしてアポロ11号の人類初の月面着陸('69)を目撃しつつ、1960年代は幕を閉じ、万国博覧会(Expo'70 大阪)に始まる「地球未来への警鐘」が鳴る1970年代を迎えることとなる。

## 1953~1959 (創成期)

今、日本は、そして日本のデザインは、世界に向かって開かれねばならない。強い意志に支えられ、1960年5月、日本で初の世界デザイン会議(通称:WoDeCo)が東京で開催された。テーマは、「新時代の全体像とデザインの役割」。記念講演者にハーバート・バイヤーを迎えるなど、当時デザイン界・建築界の一線で活躍する多くの国内外の関係者が参加した。これは、いわば一種の外圧を感じて日本が世界に向かって門戸を開いたということであった。これらをきっかけに、他のデザイン分野との活発な交流が始まった。又この貴重な体験が、第1回日本インダストリアルデザイン会議('64)、第8回世界インダストリアルデザイン会議(ICSID'73Kyoto)開催へと繋がることとなる。

テレビ放送開始(1953)



なべ底景気(1957)



プラッセル博開催(1958)

天の岩戸景気(1959)



## 1960~1969 (開発期)

高度経済成長始まる(1963)

オリンピック東京大会開催(1964)  
新幹線開業(1964)

EXPO'67モントリオール(1967)

アポロ11号人類初の月着陸(1969)

世界デザイン会議  
1960年

世界デザイン会議(WoDeCo)1960東京の会場風景  
世界中のデザイナーが、人類の幸福な未来に向かって、デザインはなにができるかを熱く論じあった  
記念講演を行ったハーバート・バイヤー、日本実行委員会副委員長の丹下健三、事務局長の浅田孝らの姿が見える

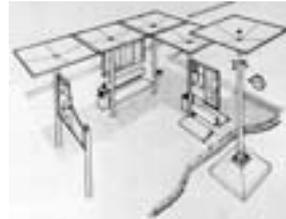


量産住宅「GK コア」  
1961年

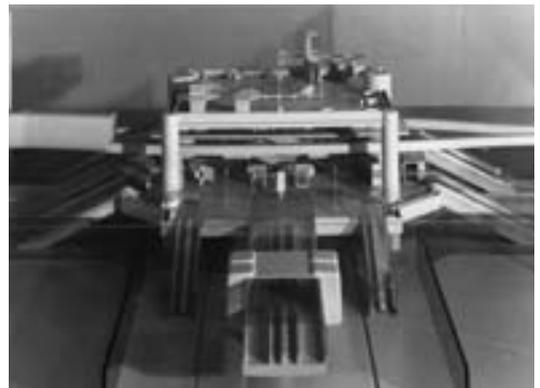
「GK コア」は、インダストリアルデザインの立場から、量産住宅(プレファブ建築)開発の可能性と意味を探った研究である  
量産住宅は単なる物質の量産ではなく、空間の量産であり、かつ生活方法の創造である。こうした認識にたち、今後の住宅開発の手がかりを住居の設備に求めている



バスストップのためのシェルターユニット  
1962年



バスストップのためのシェルターユニットは、GKの基幹研究テーマのひとつである「ストリートファニチュア研究」の一成果である  
バスストップは、単なる標識ではなく、美しい都市景観や人・車のスムーズな流れをかたちづくり、さらに人々の憩いと社交の場でなければならない、とうたっている  
この研究は、バスストップを素材として、デザインの社会性と公共施設に対する行政のかかわり方の重要性も提起している



装置広場  
1969年

「装置広場」は造語である。これには、都市に装置化されたサービス機関としての広場を提供しようとする積極的な願いがこめられている  
現代人の生活には、戸外にも多くの生活の場があり、その生活を高度で豊かなものとするためには、「装置」と呼ぶほどの新概念に支えられた「道具」が必要である

「装置広場」は、こうした考えにもとづき8つの試案を提示している

1. レスト広場(休息の広場)
2. インフォーム広場(情報の広場)
3. オート・ストップ広場(交通の結節点)
4. プルバール広場(「通り」広場)
5. ビットイン広場(自動車専用広場)
6. オート・ポート広場(自動車の港)
7. ステーション広場(駅前広場)
8. ポリ・ブリッジ広場(多目的歩道橋広場)



1970~1979

(事業展開期)

EXPO '70大阪(1970)

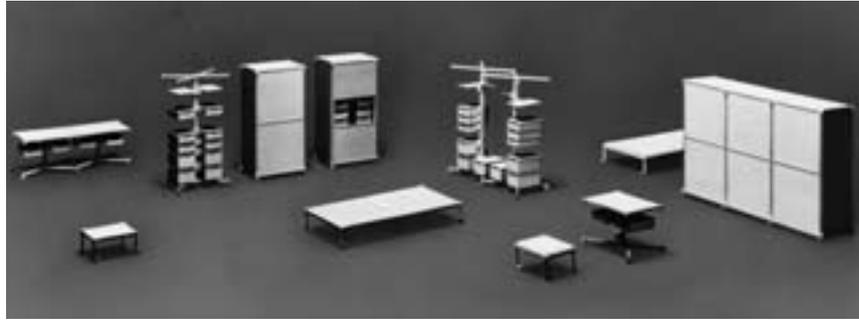
ドルショック(1971)

札幌冬季オリンピック(1972)

狂乱物価(1974)

沖縄海洋博(1975)

第2次オイルショック(1979)



道具論研究  
蘇生する家具  
Furniture of Metabolism  
1964年

この家具は、人々の生活とともに変化する家具である。この「蘇生する家具」は、スケルトン(骨)、オーガン(器官)、スキン(皮膚)の三要素より構成される(カウフマン賞とともに、英国テイリーミラー社主催の工業デザインコンペに入賞)



道具論研究  
家具住居 Furniture Dwelling  
1964年

「家具住居」は、自立した機能を備えたユニットにより構成される。これらのユニットは、家具的な扱いができるため、どのような家族構成、空間構成にも対応できる

「道具論—現代にふさわしい生活空間の探求」は、インダストリアルデザインの立場から生活空間の新しい形式を探り出す試みであった。すなわち、個の道具を出発点とした、種々の道具の組み合わせから、理想的な住居や都市環境を創造してゆこう、という考えを基調とした。この研究提案は、カウフマン国際デザイン賞・研究賞を受賞した。(注) 今日に至る道具論研究は、ここにその出発点を見る。

(注) カウフマン国際デザイン賞は、エドガー・K・カウフマン財団から、モダンデザインの擁護者であり、またすぐれたデザイン評論家としても知られたカウフマン父子を記念してもうけられたもので、チャールズ・イームズ夫妻、ワルター・グロピウス、オリベッティ社が過去に受賞している

1980~1989

(新業態展開期)

ポートピア(1981)

ロスアンゼルスオリンピック(1984)

つくし科学博(EXPO'85)(1985)

チェルノブイリ原発事故(1986)

国鉄分割・民営化(1987) フラックマンデー(1987)

ソウルオリンピック(1988)

消費税実施(1989) 東西冷戦終結(1989)

1990~

(再構築期)

バブル崩壊(1991)

阪神・淡路大震災(1995)

アトランタオリンピック(1996)

消費税5%(1997)

長野オリンピック(1998)



道具論研究  
動く家具部屋  
Furniture Room Dwelling  
1964年

基本構造は「断」と「縁」、すなわちクローズドシステムとオープンシステムの結合である。寝室や台所などの家具部屋は、自立した「断」の空間であり、廊下や居間は、家具部屋を媒介する「縁」の空間である

「メタボリズム」とは、来るべき社会の姿を、具体的に提案するグループの名称である。われわれは、人間社会を、原子から大星雲にいたる宇宙の生成発展する一過程と考えているが、とくにメタボリズム(新陳代謝)という生物学上の用語を用いるのは、デザインや技術を、人間の生命力の外延と考えるからに他ならない。したがってわれわれは、歴史の新陳代謝を自然的に受け入れるのではなく、積極的に促進させようとするものである。(メタボリズム・グループ 宣言書巻頭文より)



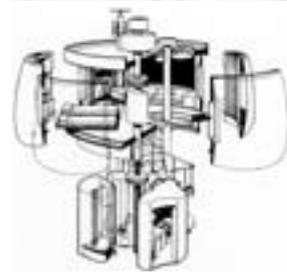
道具論研究  
村住居 Village Dwelling  
1964年

「村住居」は、今後の量産住宅の設計システムを提案している住宅の構成要素を標準化し、増築、置きかえ、移動の出来るシステムであり、独立住宅から集合住宅にまで展開できる



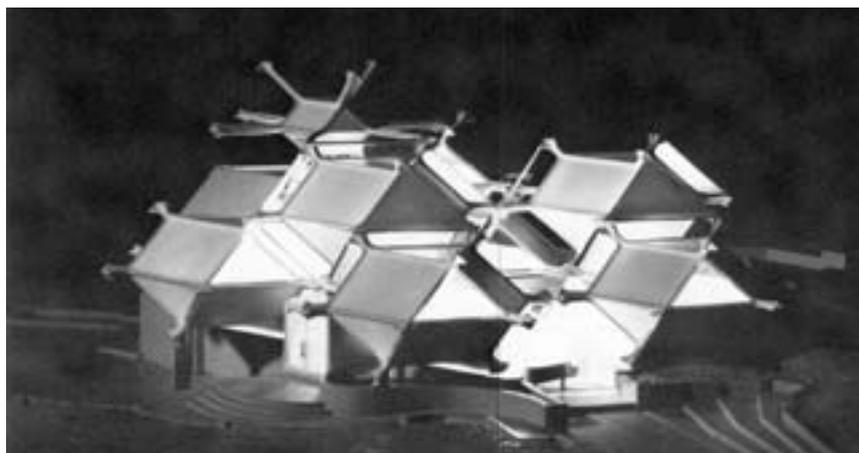
道具論研究  
核住居 Nucleus Dwelling  
1964年

これは、夫婦のための空間と、居住に必要な基本的設備(厨房・バス・トイレ)を核とした住居である。居間(家族の広場)は、この核の周囲にテント等を張ることで形成され、子供の個室は、この広場に可動な家具的単位として、子供の数だけ配置される(愛称はカボチャ住居)



道具論研究  
都市住居 Dwelling City  
1964年

現代の都市を、住居を軸とした人間のための都市へ変革させるための試み  
都市住居は、住居が構成単位となり、この単位の集合によってシェル構造をなし、内部に広場を形成する



道具論研究  
カメノコ住居  
Tortoise-Shaped House  
1964年

寝室、個室、厨房、浴室などの機能空間を、八面体構造をもった空間ユニット化し、このユニットの連結によって住居空間を形成する、増殖可能な住居である



# デザイン真善美

## 7. デザイン四弘誓願

栄久庵 憲司

20世紀がもたらしたものの、とりわけ、モノ文化・文明の功罪は極めて大きいと思う。近代化を通じて、築きあげたものが、一方では、世紀末の断末魔を演じて来た。そして極楽絵図と地獄絵図が、もつれ合いながら世紀の新たな頁は開かれた。

デザインは本来、ものづくりを通じて豊かな生活文化を創造し、万人の幸せと繁栄を約束するものでなくてはならない。すなわち、デザインを通じて人々の救いを創出することが私たちの使命なのである。

仏道を修行する者ならば誰しも発すべきものと云われる偈文に、「総願偈」がある。それは、「度・断・知・証」の四つの誓い「四弘誓願」から成る。度は、人々を悟りの境地に至らせること。断は、限りない煩惱を断滅すること。知は、教えの門を学び知り尽くすこと。そして証は、この上もない悟りを体得することである。そして、これらの願いを自他共々に念

共生 無上 法門 煩惱 衆生 総願偈  
 極楽 自他 無上 無邊 衆生 無邊 誓願  
 成佛 法界 菩提 無邊 誓願 誓願 誓願  
 道 利益 誓願 誓願 誓願 誓願 誓願 誓願

じ、万物遍くその功德にあずかることで極楽往生が成就される、というものである。

今、新世紀に向かうデザインに託されたものの、求められるもの。それは、「大きな目標を持って、心を一つにすること」「デザインの使命感(Mission)をもつこと」。そしてその上に「ものと人との新しい風景を創り出すこと」その為の「研鑽と努力を惜しまないこと」である。それらを通じてこそ、デザインによる人々の救いは実現可能となる。

大きな目標を掲げ、GKグループ一丸となって新世紀の扉を開く。ものと人との新しい出会いを創出する。そこにこそデザインを通じた「ものの心と人の世界」の共存がある。魂への救いが満ちる。それは、いわば、21世紀へ誓う、GKグループのデザイン四弘誓願とも云えるものであると、私は確信して止まない。

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.7

- 2001年02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