

特集

時代を刻むデザイン





- 4 「開かれた GK」を求めて
——あらためて「運動・事業・学問」の意味を考える
栄久庵 憲司

- 6 モダンデザインは死んだのか
田中 一雄

8 特集 時代を刻むデザイン

- 10 ブランドの象徴へと育つプロダクト
——YAMAHA SR
上村 国三郎

- 14 持続可能性のある都市づくりに向けて
光安 正太

- 18 次代に語り継ぐカタログ
——ワタオカ仁方ヤスリ商品総合カタログ
中村 恭子

- 22 伝統、文化の継承とデザイン
——生涯を添い遂げるグラス
朝倉 重徳

- 25 Column 道具文化往来 藤本 清春

26 Topics

- ・栄久庵会長、初のエッセイ集『袈裟とデザイン』刊行
- ・田中社長、第二回 LOTUS PRIZE 2010 に審査員として参画
- ・ICSID 国際的な顕彰制度を創設
- ・インドで日本のグッドデザイン賞展を開催
- ・日本科学未来館「ジオ・コスモス」がリニューアル
- ・ハイチ大地震 災害救援活動に「QS72」を寄贈
- ・東京デザイナーズウィーク 2010 展示制作
- ・米国舟艇工業会 イノベーションアワードを受賞
- ・シカゴ THE CHICAGO ATHENAEUM グッドデザイン賞を受賞
- ・京都市観光標識デザイン案に GK 京都案が選出

28 Special Report

アジアにおける日本のデザイン——BODW 2010（香港）レポート
手塚 功

30 Project News

- ・スーパーテネレ ワールドクロス／ヤマハ発動機株式会社
- ・Lexam LX ジャカルタモーターサイクルショー コンセプトモデル／ヤマハ発動機株式会社
- ・WaveRunner VXR／ヤマハ発動機株式会社
- ・自動洗髪機 AQUAFORTE／タカラベルモント株式会社
- ・無煙たばこ ZERO STYLE／日本たばこ産業株式会社
- ・クリームジャー aeca／株式会社ヤシマ精工
- ・ホッチキス「ピタヒット」／プラス株式会社
- ・ワイヤレスマイク WM1420／TOA 株式会社
- ・羽田空港国内線第一ターミナル JAL カウンターリニューアル計画／日本航空株式会社
- ・フューチャー・パス きみは未来の新聞記者だ！／独立行政法人科学技術振興機構、パナソニック システムソリューションズ ジャパン株式会社、株式会社丹青社

- 35 Column デザイン真善美 栄久庵 憲司

- 4 Wide open GK – Thinking about the meaning of “Movement, Projects and Research”
Kenji Ekuan

- 6 Has Modern Design Died?
Kazuo Tanaka

8 Feature: Design that Tells Time

- 10 Products that grow to be the symbol of a brand
——YAMAHA SR
Kunisaburo Uemura

- 14 Toward an age of environmental design management
Shota Mitsuyasu

- 18 Catalogue to convey to coming generations
——Wataoka Nigata File Catalogue
Kyoko Nakamura

- 22 Conveying Tradition and Culture and Design
——Glasses for Users' Life Time Use
Shigenori Asakura

- 25 Column Dougu Culture Crossroad Kiyoharu Fujimoto

26 Topics

- GK Chairperson Ekuan published his first essay collection Kesa and Design
- GK President Tanaka acts as a judge for the 2nd Lotus Prize 2010
- ICSID established an International Honor System
- Japanese Good Design Exhibition in India
- Renewal of the Geo Cosmos
- QS72 Presented for Relief Activities for Earthquake Victims in Haiti
- GK Took Part in the Tokyo Designers Week 2010
- The VMAX SHO Series “VF250” Won the Innovation Award by the National Marine Manufacturers Association
- The Chicago Athenaeum Good Design Award to Yamaha YZ450F
- Submission by GK Kyoto was selected as a Kyoto City Tourist Signposting Design

28 Special Report

Japanese Designs in Asia — Report on BODW 2010 Hong Kong
Isao Tezuka

30 Project News

- Super Ténéré Worldcrosser / Yamaha Motor Co., Ltd.
- Lexam LX Concept Model for Jakarta Motorcycle Show / Yamaha Motor Co., Ltd.
- WaveRunner VXR / Yamaha Motor Co., Ltd.
- AQUAFORTE Automatic Hair Washer / Takara Belmont Corporation
- No-Smoke Cigarette Zero Style / Japan Tobacco Inc.
- Cream Jar Aeca / Yashima Seiko Co., Ltd.
- Flat-Clinch Stapler ST-010X / Plus Corporation
- Wireless Microphone WM1420 / TOA Corporation
- JAL Counter Renewal Project Haneda Airport 1st Domestic Terminal / Japan Airlines
- Pass to the Future: You are a future news reporter / Japan Science & Technology Agency + Panasonic System Solutions Japan + Tanseisha

- 35 Column Truth, Goodness and Beauty of Design Kenji Ekuan

「開かれたGK」を求めて

—あらためて「運動・事業・学問」の意味を考える

栄久庵 憲司

今日まで60年近く事業を続けてきたGKが、今後どうするのかを考えると、もっと「開かれたGK」になって行かなければならないと深く思う次第である。

そもそも学校というもの、あるいは研究や運動に携わる組織は、外に対して常に大きく開かれているものである。その卒業生が様々な分野に出て行き活躍することも、また様々な領域の人々とフィールドワークをしたりすることもその証しである。そういう意味でGKは開かれた事業組織でなくてはならない。

バウハウスを改めて振り返って見ると、「運動」と「事業」と「学問」を非常によく実践していた。W. グロピウスを始め、Y. イッテンやP. クレーの人間観というものには大変深いものがあり、それを基にしながら、造形的展開をしていたのだ。すなわち人間を研究しそれぞれの性質を把握した上で、それぞれの工房を稼働していたのだ。しかも、その事業展開としては、近在のマイスターと連携して、例えばランプを作ったり、それを販売したりした。またグロピウスの考えるカリキュラムは、まず1年目ではこれだけの技術を覚えなくてはいけない、2年目、3年目はこれだけ、そして4年目からは本格的に自由にやれ、というように、厳しい訓練の体制であった。このような態度こそ、昨今の教育システムに導入せねばならないとつくづく思う。技術のレベルが上がってから次のレベルへいくという修行の姿勢が大切であるからだ。

GKもある方向からみると「業務をしているGK」、またある方向からみると「開かれたGK学校」、そのようなことが期待されている。たとえば、各事業体ごとに、自分たちの業務を4つぐらいの専攻科目、例えば生活学や行動学、身体美学などに集約して、突き詰めてみる。このようにしていくと、GKメンバーは、業務上では室員だけれど、学校

Wide open GK –Thinking about the meaning of “Movement, Projects and Research” Kenji Ekuan

GK has been working for nearly 60 years, and when considering our future development, we should become a more “open GK” to continue our activities.

Schools or institutions and organizations that are engaged in movements are open to the outside. This becomes clear by the number of graduates or members of those entities who are actively involved in different fields, and are engaged in fieldworks with people specializing in various fields. Like them, GK should be an open design firm.

Looking back on Bauhaus, it is understood that this institute practiced “movement,” “business” and “learning” very well. W. Gropius, Y. Itten, P. Klee and other leaders had deep views on humans, on which their creative activities were based. They studied clients and understood their characteristics before they began working in their workshops. They cooperated with masters in the neighborhood to make and sell lamps, for example. The curriculum prepared by Gropius was a rigid training system, to master certain skills in the first, second and third years, and to allow students to create whatever they desired in the 4th year and

on. This kind of education system is required today. It is important to proceed to an upper grade level after students have mastered certain skills.

GK is expected to be “engaged in design projects” from one direction, and “an open School” from another direction. Suppose each group firm examines its activities in terms of special subjects at school, such as daily life science, behavior studies, and physical aesthetics, then GK staff members are both staff members in business activities and lecturers at school. For high quality services, we need research. For researching, we need the firm foundation of our business. It is important to create a situation in which each member firm creates an academic field and presents its findings for evaluation by others. Out of our academic research, we must blow the wind of a “movement.”

What is a movement? It may ultimately mean that we work together to develop our skills and personalities and by making our achievements widely known to the public we develop mutual respect. For GK, it means that we express our achievements through designs. It is difficult to do, but we should put it into practice.

In other words, we need to solve various unsolved problems through our design capabilities. The essential point in doing so is to understand other people and establish favorable relations with

では講師になっているということもありうる。やはり、業務をしていくには学問をしなければならないし、学問をするためには業務をしっかり治めねばならない。それぞれがアカデミックな分野をひとつ作り、発表をし、それが評価されるような状況を作っていくことは重要な事だ。そして「学問」から、「運動」の風を吹かせなければならないのである。

そこで「運動」とは何かとの考えを突き詰めれば、まず人格や人間力を相互に高め、お互いが尊敬しあう存在になるということ、そしてその事実を世の中の多くの人々に知らしめることではないか。GKの生業から考えれば、それをデザインでどう表現できるかということである。これは難しい事であるが、実現せねばならない。デザインでコップをつくるとすぐに平和になるというわけにはいかないのであるから。

別の言い方をすれば、何年かけても未だ解決されていない様々な課題を、われわれがデザインの力を通じて解決することである。その中で一番肝心なことは、まず人間の意味合いをしっかりと発見し、その良き関係を築きあげていくこと。次にそれに対してデザインがどう機能できるかを見つけ出すこと。そしてその背景たる社会情勢をどう考えていくかということである。そこまで考えておけば、ものごとの筋が通ってくる。そしてその筋はいかなる人にも必要な筋であるはずだ。デザインを通して筋をもうけ、デザインの力によって、その筋にお互いが寄り添える世界を作り上げていくことこそ「運動」の果たす大いなる役割であると確信する。

さて今日の課題の一つとして、省資源という地球規模的テーマがある。それらにどのように取り組んで、GKはこれからの事業を展開せねばならないか、よく考えねばならない。限りある資源を有効に使い、良いもの、長持ちするものを作り上げるとことは非常に大事である。かつそれは、自ずと溢れ出る美しさによって、相手の心を暖かく包み

込むようなものでなければならない。なぜなら我々の周辺をかたち作るものの世界が、人を包み込むような美しさを持っていれば、自ずとそこにはある心が生まれてくるからである。豊かな暮らしと平和を願う心が求めてくるのである。故に多くの人々が、このようなものを将来欲しいと思うようになる。このようなことは、「事業」として大変難しいところでもあるが、また一方で「事業」の楽しいところでもある。

そういう意味において、「人間を尊重していかなければならない」という事業観を持って、「事業」の目的を果たしていくことが重要なのである。その為にこそ、省資源の意味や美しさの理由を学んでいかなければならない。これが「学問」である。「学問」の機能性と役割とは、まさにそこにあるのである。

要するに「学問」することによって、より広く資源の意味を知り、より深く美の意義を心得ていく。こういうことこそが、冒頭に述べた「運動」の基本的精神、つまり人を優しく慰め、守っていくという気持ちにつながっていくのである。煎じつめて言えば、「運動」というものがあり、その「運動」を中心から引き上げるように「事業」があり、さらにその奥に「学問」があつて、全体を拡張しようとしているということである。すなわち「運動・事業・学問」の永遠なるスパイラル・ステップスの展開こそ、GKデザイングループを支える組織的創造力の原点であり、「開かれたGK」を推進する、まさに三翼回転の創造機構なのである。

(えくあん けんじ GKデザイングループ代表)

them. Other important points are to find what functions designers can play in finding solutions, and to consider the social context in doing so. When we consider these things thoroughly, we will be able to establish a logic, which may be shared by many other people. I trust that design work has a great role to establish the logic of a movement, and to build up a world where people can live along with the logic.

We have the challenge of saving resources as one of the global issues of today. We must consider how to address this problem while being engaged in our design work. It is important to make efficient use of available resources and make good and durable things. In addition, with beautiful designs, the products should envelop the users with warmth. When our surrounding environment is filled with beauty, there emerges a desire for peace and an emotionally rich life. Thus, many people feel like having things with good design. It may be difficult for a design office to offer products to meet their desires, but it also gives us the pleasure of meeting challenges.

In our activities to achieve the goals of our projects, we should respect other people. And for this, we should learn the meaning of saving resources and the reasons for our desire for beauty. This act is research. Here are the function and role of “research.” Through research, we understand the broader meaning of

resources, and the deeper significance of beauty. This understanding will lead us to have the basic spirit of a “movement,” a mind set to tenderly comfort and protect others. There are a “movement” and “projects” to lift up the movement from the center, and “research” in greater depth, which are altogether linked to expand the whole. In short, the continued evolution of the spiral stairway of “movement, projects and research” is the source of organizational creativity supporting the GK Design Group. The stairway could also be thought of as a three-wing rotating creation mechanism of a wide open GK.

Kenji Ekuan, chairperson, GK Design Group

モダンデザインは死んだのか

田中 一雄

そもそも、デザインとは何なのか。

この根源的な問いに対する答えは、大きく変化し続けている。

今さら言うまでもなく、デジタル社会の進展はデザインを変えた。

デザインは、ハードウェアを中心としたモノづくり、あり方を生み出すコトづくりなどから、それら領域を超越し、体験や関係を構築するプログラムへと急速に変化している。こうしたパラダイム変革の中で、「美」を追求してきた20世紀型のデザインは存在価値を失ったのだろうか。今や、古典的デザイン観は、その立脚点を失っているかに見えなくもない。

近代デザインは、19世紀末に装飾的工芸への決別から始まり、20世紀中期において絶頂期を迎えた。その美意識は、産業社会を背景とした「機械技術的価値観」の上に成立したものと言えるだろう。幾何学的で、反復、直線、平面などで構成された形態は、量産につながる数学的整合性に根ざしていた。このことは、大量生産によるモノの民主化と、幸福の共有を意味するものでもあったはずだ。

しかし時は流れ、近代デザインの持つ単純性は、やがて飽きられ、凡庸かつ非人間

的なものとして批判されていく。かつての社会主義政権下における、東欧のアパート建築などに顕著な例をみるように、近代デザインの限界が露呈していった。そこに、ポストモダンムーブメントなどの、情念的なものからのアンチテーゼが度々なされてきたわけだ。

改めて、モダンデザインとは何であったのだろうか。ウルム造形大学に学び、Braun Designの原点を築いたハンス・ギュジョロに師事した西澤健(元GKデザイン機構社長・故人)は、こんなことを述べていた。

「近代デザインというものは、本来物理特性に素直なものである。その意味において、力学的必然によって形態化した有機的な『骨』のカタチもモダンデザインである。ただ単に正方形やモノトーンをモダンデザインと考えるのは間違いだ。ギュジョロのデザイン哲学もそこにあったが、それを単純形態の様式美としてしまったのがディーター・ラムスである」と喝破した。モダンデザインの陰りは、プロダクトがプロダクトを模倣し、様式化していくなかで、その本質を見失っていったのかも知れない。

しかし今なお、シンプルなモダンデザインへの希求は依然として根強いものがある。世界のデザイン賞受賞作品の多くが、モダンデザイン言語を基調として形づくられており、その価値は未だ失われていないようだ。このことは、デジタル体験を圧倒的な中心価値に置くAppleのデザインを見ても明らかである。本来であれば、時代の最先端を開拓し続けるAppleは、脱20世紀型のデザインを用いることが自然だ。デジタルテクノロジーは、20世紀型の「機械技術的価値観」に根差してはいない。それは、より複雑で有機的なものであろう。しかし、Appleのハードウェアデザインは、あくまでも洗練された20世紀型モダンデザインの延長上にある。もちろん、それは単なる20世紀型デザインではない。コンピュータ技術があるからこそできる造形性があることは確かだ。ただそこに、機能的(あるいは物理的)合理性に美を感じるモダンデザインの感性が脈々と生き続けている。その意味において、現在はまだ「後期モダニズム」という大きな流れの中にあるのだろう。

問われるべきは、あまりに近視眼的な市場原理に目を奪われてしまうことである。このことは、モダンデザインの求道者であったBraunにおいても同様である。ブラウン

Has Modern Design Died? Kazuo Tanaka

What is design, in the first place?

Answers to this fundamental question continue to change. Needless to say, the advancement of the digital society has changed designs.

The function of designing has undergone rapid changes from manufacturing hardware-centered products, to creating software contents, and further to creating programs to go through experiences and to build relations. In the process of paradigm shifts, has 20th-century design pursuing “beauty” lost its reason for existence? Today, the classical view of design seems to have lost its standing.

Modern design began toward the end of the 19th century departing from decorative crafts work, and reached its climax in the middle of the 20th century. Aesthetics in this period was based on the “mechanical

and technical value system” in the industrial society. Geometric forms composed of repetitive, straight lines, and 2-dimensional surfaces are mathematically coordinated and conveniently linked for mass production. This meant the democratization of products, and sharing the happiness of having mass produced products with others.

As time has passed, however, the simplicity of modern designs became boring and were criticized as being mediocre and inhuman. As remarkable examples can be seen in apartment houses built under the former Socialist governments in Eastern Europe, the limit of modern design was revealed. Then, the post modern design movement and other anti-modern design movements that take human emotions into account occurred.

We should ask what modern design was. The late Takeshi Nishizawa, former president of the GK Design Group, studied under Hans Gugenot who had studied at

Hochschule für Gestaltung Ulm and established the foundation of Braun Design.

Nishizawa once said: “Modern design is compliant to the physical properties of materials. In this sense, the form of an organic “bone” made according to kinetic necessity can be said to be a modern design. It is wrong just to consider squares and monotonous to be modern design elements. Here was Gugenot’s design philosophy. It was Dieter Rams who defined modern design to be the beauty of style by simple forms.” A shadow might have fallen across modern design because it lost sight of the essence of design in the process when imitation and stylizing products became the norm.

However, even now, desires for simple modern designs are still strong. Many award winning works in the world are designed with modern design vocabularies, and the value of modern design has not been lost. This is clearly seen in Apple design

ミュージアムにおいて、「AppleはBraunを模倣した」と、批判的な展示をしてきた。しかし今日のBraunは、アジアの家電メーカーの造形言語に拘泥し、悩みを深めている。今やAppleの方がよほど正当なモダンデザインの継承者である。Appleの成功を見るまでもなく、モダンデザインの「美」は生き続けている。ただそれは、総体的に見えにくくなっているだけなのだ。

デザインは、デジタル技術を貪欲に内在化させつつ、さらに役割と表現を拡大し続

けていくに違いない。社会のデジタル化がさらに進行するなか、デザイン思考に基づく体験形成が新たな世界を拓いていくだろう。

しかし一方で、大多数の人類は、今後も身の丈2m未満で二足歩行をしながら地球上の重力下に生活し続けていく。構造力学や材料特性などの物理的原理は、基本的に不変である。その意味において、モダンデザインは価値を持ち続け、「真に機能的なものは美しい」というテーゼは輝きを失わないであろう。肝要なことは、時代変

化の大きな潮流のなかで、自らの立ち位置を客観化し、「美」の本質を見つめ直すことではないだろうか。デザインが、変わらぬ「美」に対する眼差しを失うことはないのだ。

(たなか かずお GKデザイン機構 代表取締役社長)



Braunのマルチバンドラジオや大型スピーカーなどと、Apple製品を併置し、その類似性を語っている。(ドイツ・クロンベルグのブラウンミュージアムにて)

展示説明:「長きにわたって、アップルは、これらのデザイン・コンセプトをすべてのモデルに適用させてきた。つまり、数十年も前に考えられたプロダクトに対する敬意である。それらは、長年その正当性を保ち、今日でも新鮮で魅力的なインダストリアル・デザインの例なのである。(中略) ある展示では、オリジナルのブラウン・デザインの原理に対する傾倒があまりにも明らかである。しかし、優れたインダストリアル・デザインが、常に新しいアイディアに変換される度に、アップル・デザインは、古典的なコンセプトの進化として考えられる。」

Multi-band radios and large speakers by Braun are arranged along with those of Apple to show similarities. (Braun Museum, Kronberg, Germany)
Explanation on the exhibit panel: "Over the years, Apple has adapted these design concepts for all models - an homage to the products whose faces were conceptualized decades before. They are examples of an industrial design which has maintained its validity over the time and which remains fresh and attractive today. ... For some, affiliation to the original Braun design principles seems too obvious. But at a time in which good industrial design is constantly being transformed into new ideas, the Apple designs can be considered to be the evolution of classic concepts."

that places digital experience as its central value. It appears natural for Apple to apply post-20th century design to its products while it continues to explore the front edge of product development. Digital technology is not rooted on the "mechanic and technical values" of the 20th century. It is more complicated and organic. But the hardware design of Apple products is on the extension line of sophisticated 20th-century modern design. Of course, it is not simply 20th-century design. Many of its designs are made possible thanks to computer technology. Even so, there continues the tradition of modern design aesthetics of seeing beauty in functional (or physical) practicality. In this sense, we are in the stream of "latter modernism."

What we should note is that we are possessed with a short-sighted market mechanism. This is true with Braun that was a seeker of modern design. At the Braun Museum, exhibits have been displayed that criticize that "Apple has

imitated Braun." But today, Braun worries too much about the design language of electronic appliance manufacturers in Asia. Rather than Braun, Apple looks to be a successor of genuine modern design. The "beauty" of modern design is still existent, as shown in the success of Apple design, it is only hard to find in a larger sphere.

While incorporating digital technology, design will continue to expand its roles and expressions. In the process of the digitization of social functions, new experiences based on design thinking will open up new frontiers.

On the other hand, the great majority of humans will continue to live on their legs under the gravity of the earth. Physical principles such as structural dynamics and material properties will basically remain unchanged. Hence, modern design will continue to have its value, and its theme "truly functional things are beautiful" will not lose its brilliance. What is important is

that designers should understand their positions objectively in the great currents of changing times, and see the essence of "beauty." Designers should not lose their eyes for unchangeable "beauty."

Kazuo Tanaka, president, GK Design Group

特集

時代を刻むデザイン





しばしばいわれることではあるが、現代は大きな物語が成立しづらい状況になっている。個々の人々が持つ意思が思い思いに広がっていき、皆を統べるコンセンサスが失われている。その背景には、社会状況の変容があるといえる。ネットの出現によってあふれる情報、とてつもない速度で進歩していく技術、成熟しきった市場など様々な要因が考えられる。今、私たちを取り巻く世界には、膨大な情報とそこから生まれる様々な選択肢、それらをリアライズするかのようなシミュレーション技術に満ち満ちている。

このような時代の中で、デザインを考えたときに、キーワードの一つになるのが、ロングライフデザイン、あるいはサステイナビリティではないだろうか。優れたデザインならば、永く大切に使うであろう。また、多くの人々が手にしてくれるであろう。その結果、無駄な消費、無駄な開発が抑制されていく。また、必要なものだけを使う、補修をして永く使い続けるといったようなライフスタイルを、デザインサイドから提案することにより、ロングライフデザイン、あるいはサステイナビリティという概念は、多くの人々が共有できるものになる可能性があるように思う。

現代において、自然と人工は対立するものではない。むしろ、自然環境を意識することにより、人工物を豊かにすることができる。環境と人工物との折り合いを付けるのが、デザインの力である。時代が進めば、技術の進歩や世の中の趨勢により、モノにはイノベーションが必要となることがある。時代の変化を見越した上で、地に足を付け、もの作りにたずさわっていければ、と思う。

(編集部 松本匡史)

Feature: Design that Tells Time

As it is often said, magnificent stories are hardly made today. It is because individuals have different views which expand into different directions and there is no consensus to unify people. Behind this is the transformation of social conditions. Flooding information after the advent of the Internet, tremendously rapid technological advancement, the excessively mature market and other factors may be affecting the transformation. Our surroundings are unnecessarily filled with a large amount of information, various choices arising from the information, and simulation technologies to put these choices into reality.

When we consider what kind of design is required today, keywords must be long-life design or sustainable design. If design is excellent, people will use a product carefully for long, and many people will choose that product. As a result, wasteful consumption and development will be controlled. If designers propose a consumer lifestyle to buy and use only necessary products, and to use them for a long time while repairing them, the idea of long-life designs or sustainable designs will be shared by many.

Today, nature and artificiality are not opposed to each other. Rather, by being aware of a natural environment, man-made structures can be better placed and enrich their settings. To find a balanced compromise between the environment and artificial objects is required of designers. Objects may need innovations as time passes to accommodate technological advancement and trends in society. In view of this, we need to develop foresightedness to read future trends and to engage in producing products which will hardly become outdated.

(Editor Tadashi Matsumoto)

上村 国三郎

良く練りこまれた中庸の美学

日本で最初のモーターサイクルが作られたのは明治末期の1909年。自転車にエンジンを取り付けたものであったが、基本的な機械部品の構成等は100年以上経過した現代においても実はそれ程大きく変化していない。

しかしその一方、自動車のデザインは特殊車両を除いた一般市販車の範疇では、ディテールの違いこそあれ、類型としては数種類に集約されてしまうのに対し、モーターサイクルは走行場所や求められる機能に特化して進化した結果、実に多様な種を生んできた。

ヤマハ発動機のSRが誕生した1978年の時点では、日本のものづくりの長所である、高性能、高耐久性という強力なバックボーンをベースに、より力強く、より速くという分かり易い目標が掲げられ、趣味材としてのモーターサイクルは、大排気量化や高速走行のための開発に注力された時期であった。

その様な時代に発表されたSRは、敢えてそのような潮流から離れた視点で開発されたモデルであった。それは、先端技術や多くの要素を足していく価値作りではなく、与えられた素材(元々オフロード走

行用に開発されたモデルの単気筒エンジン)を十分に活用するため、無駄を省き極力コンパクトに設計することで、乗り手が程良い高揚感を得られることを最大の目的としていた。

デザインにおいてもGKが標榜してきた「軽量・スリム・コンパクト」のフィロソフィーに従い、非常にオーソドックスな構成の中で、パーツの一つ一つのバランスと全体の調和を図って綺麗にまとめられている。又、無骨と繊細、緊張としなやかさ、重厚さと軽やかさ、どの対比する造形言語を用いても丁度程よく半ばに位置しており、欧米文化の模倣ではなく、正に日本的な道具の持つ中庸の美学が体现されている。

市場の変化と逆風

80年代に入り、メディアを含め国際レースに脚光が浴びるようになるにつれ、国内市場では「レーサーレプリカ」と呼ばれるレーシングマシンを模したデザインに注目が高まり、各メーカーは一斉にその方向へ開発をシフトしていった。

SRにとって逆風となるこのトレンドも、価値観の多様化も手伝い、顧客が自由に自分のイメージする姿に部品を変更で

Products that grow to be the symbol of a brand - YAMAHA SR Kunisaburo Uemura

Well-considered moderate aesthetics

It was in 1909, toward the end of the Meiji era, that the first motorcycle in Japan was manufactured. An engine was attached to a bicycle. Ever since, the basic composition of mechanical parts has not largely changed over the last 100 years.

While motorcar designs for general use can be grouped into several types, except for special purpose vehicles and differences in details, motorcycles have a greater variety in types as they have been developed to perform special functions for specific areas.

Around 1978, when Yamaha Motor's SR was launched, motorcar manufacturers set the goal to produce more powerful and faster motorcycles on the backbone of high performance and high endurance technology of Japanese manufacturers. In the development of motorcycles for hobby

riders, large engine displacement and high speed running were aimed for.

The SR was a model developed intentionally away from this general trend. Instead of adding advanced technologies and various elements, the greatest goal was to design it to be as compact as possible without any extraordinary accessories to make full use of the single-cylinder engine for off-road riding so that a rider can enjoy the feeling of excitement.

Under the GK design philosophy of "light, slim and compact," parts are composed in an orthodox manner keeping a good balance among them and in good coordination with the whole. Seen from any contrasting design terms, such as rusticity vs. delicacy, tension vs. flexibility, heavy and thick vs. light, all parts are moderately placed. In the SR, the moderate aesthetics of Japanese instrument designs are presented, which is not an imitation of motorcycles in the west.

Change in the market and a headwind

In the 1980s, the media and the public came to pay greater attention to international motorcycle races. Motorcycles modeling after racing machines called "racer replica" machines attracted riders. In response to this fashion, manufacturers all together directed their R&D efforts into this type of motorcycles.

The trend meant a headwind for the SR. But after introducing "customization" to allow customers to change parts according to their personal desires, and also supported by diversifying values, the SR regained its popularity.

Nevertheless, the SR had to face the risk of extinction. It nearly happened during the process of developing the SRX which was due to be launched in 1985. As the SR belonged to an old model from a technological perspective, the SRX was developed as its successor.

However, customers and contractors eagerly supported the SR, and GK also





無駄を省き極力コンパクトに設計することで、乗り手が程良い高揚感を得られることを最大の目的として開発されたSR。1978年のデビューから30年以上を経た今も、その姿を殆ど変えないまま生産が続けられている。

The Yamaha SR motorcycle was developed to help riders feel moderate excitement as the utmost importance by designing it to be as compact as possible without excessive decorations. For more than 30 years since its debut in 1978, it has been manufactured almost unchanged in its style.

expressed its strong desire for its continuation, and the continued production of the SR was decided.

Responding to the changes and universal aesthetics

The design of the SR was not changed more than 30 years since its launch. However, small details such as cast wheels and a disk brake which were the most advanced technical specifications at the time of launch have been changed to spoked wheels and a drum brake to emphasize its retrospective design.

The emblem of YAMAHA applied on the tank was replaced with the tuning fork mark as the symbol of the pride of the company, which is still used today.

Various amendments have been made including safety measures, but under the policy “the essential design shall not be changed,” only the color and graphics applied on the tank have been changed nearly annually to give fresh expressions

without making major changes in the style.

The production of the SR was once terminated in 2008 due to difficulties in clearing the strengthened emissions regulations with the existing system.

As the SR was recognized both inside and outside the company for having an irreplaceable brand value that had grown and matured through its long history, it was deemed that it would be able to overcome external environmental changes, and the project to revive the SR was soon initiated. At the end of 2009, a new generation SR was launched equipped with new environmental measures.

At the beginning of re-designing the SR, consideration was given to installing a device to clear emissions regulations inside the tank, and to change the form of the tank totally. But because the fuel tank is the face of the SR it was then decided that the fuel tank should be the last thing to be changed. After this decision, we went through our design process considering “what can be

changed,” and “what cannot be changed.”

Although it is equipped with the latest technological devices, the style of the SR remains almost the same as it was in 1978. The distinctive design value of the SR is maintained.

Kunisaburo Uemura, Director, GK Dynamics

きるカスタマイズという楽しみ方により、多くの支持を得る状況となっていた。だが、好評なSRであったにも係わらず、その後消滅の危機を迎えることとなる。それは1985年に発売されたSRXの開発段階で起きた議論である。

SRは技術的視点で見ればすでに旧式のモデルであったことから、当時の開発ではその後継モデルとしてSRXが位置づけられていた。

ところが、顧客やコンストラクターから想像以上の熱い支持を受け、GKからも存続に対しての強い希望を打ち上げ、製造の継続が決定されることとなった。

時代の変化への対応と普遍の美学

1978年にデビューして30年以上に渡り大きくデザインを変更しなかったSRであるが、ディテール面では開発当時の最新の技術スペックであったキャストホイールやディスクブレーキから、敢えてレトロな雰囲気のためにスポークホイールやドラムブレーキに変更したり、よりトラディショナルな方向へと変化したりした。

タンクに施された社名グラフィックも当初の「YAMAHA」文字から企業の誇りを示す証として、音叉マークに変更し現在に至っている。

その他、安全対策や数々の既成対応を行いながら「本質は変えない」というポリシーの下、大きな変化の印象を与えず、むしろタンクに施すカラー&グラフィックをほぼ毎年に近いペースで変更することで、常に新鮮な表情を与えることに注力してきた。

しかし、基準が強化された排気ガス規制を既存の状態ではクリアすることが困難となり、一旦2008年に生産を終了してしまう。

ただし、SRはそういった外的環境の変化に対しても乗り越えていくだけの、長い歴史が紡いだかけがえの無いブランド



1978



1979



1983



1984



1985



1996



1999



2000



2001



2002



1979年にはキャストホイール化されたが(左)、すぐにトラディショナルなスポークホイールにもどされた。1985年発売のSRX(右)は当初、SRの後継モデルとして開発されたが、その都会的で洗練されたデザインが評価を得る一方、SRの存続も想像以上に熱い支持を受け、製造の継続が決定された。

In 1979, cast wheels were applied (left), but they were soon returned to spoked wheels. The SRX (right) launched in 1985 was intended to be a successor of the SR model. While its sophisticated design was highly appreciated, consumers' desire for the continuation of the SR model was unexpectedly hot, and the company decided to continue its manufacture.

上:「変わらない」魅力を堅持してきた本体デザインとは対照的に、タンクに施すグラフィックは毎年に近いペースで変更され、時代に対応しながら常に新鮮な表情を与えてきた。社名ロゴも当初の「YAMAHA」ロゴから、より象徴的な音叉エンブレムとなり、現在に至っている。

Upper: In contrast to the “unchanged” body design, graphics on the tank are changed nearly every year to give a fresh expression reflecting trends. The logo was changed from YAMAHA to the more symbolic tuning fork mark, which is still used today.

価値として社内外から認められた存在であり、当然の如く復活のためのプロジェクトが起され、2009年末には環境対応が施された次世代のSRとして蘇ったのである。

当初の計画では、排ガス規制をクリアするためのデバイスがタンク内部に設けられ、いよいよSRの顔であるタンク造形の一新が検討された。しかし、何よりもSRの存在価値を語れるパーツとしての燃料タンクこそ、「変えてはならないもの」として結論付けられ、それ以降も「変えて良いもの、変えてはならないもの」という基準でデザインが進められることと

なった。

最新の技術デバイスが投入されながら、当然の如く現在のSRも78年デビューのモデルと殆ど変わらぬ佇まいで「SRらしいデザイン」という絶対的価値観を貫いているのである。

(うえむら くにさぶろう GKダイナミックス 部長)



右：SRは排気ガス規制等の要因で2008年に一旦生産が終了したが、復活プロジェクトが起こされた。環境対応などと共にタンク造形の一新も検討されたが、「変えてはならないもの」として結論付けられ、78年デビューのモデルと殆ど変わらぬ佇まいで2009年末に蘇った。

Right: The production of the SR was terminated in 2008 due to the revised emissions regulations and so on. But soon, the revival project began. A change in the shape of the tank was considered together with the addition of the newly required environmental devices, but it was concluded that the style should not be changed. As a result, the SR was revived at the end of 2009 with the almost same style as it was launched in 1978.



持続可能性のある都市づくりに向けて

光安 正太

栄久庵会長は、都市環境の道具システム化・新機能主義の道具による環境の形成がひらく新風景の創出(装置論)を提唱し、その思想を原点としてGK設計は出発した。また、故・西澤健(元GK設計社長)は「環境デザインは関係デザイン」と定義づけ、ストリートファニチュアは「ミクロな道具の設置を突破口とする都市づくり、まちづくりに対する提案」であり、それが「本質的な特性」とであると述べた。

1982年の設立以来我々は、まさに道具の設置を突破口にしながら、フローによる都市への新たな価値の提供、つまりは都市の機能性、快適性の向上であり、関係性を重視した地域の都市美の創出を行ってきたと言える。しかしながら、ここ数十年で我々が主な領域とする、我が国の建設分野の世界は大きく変わった。

環境デザインをとりまく役割の変化

2004年に施行された景観法では、都市の景観をつくる担い手として、地域の市民が法的に位置づけられたと解釈することができる。少子高齢化、女性の社会進出化、外国人観光客の増加等により、担い手自体も多様化、複雑化し、よりユニバーサルな価値の創造も望まれるようになった。

Toward an age of environmental design management Shota Mitsuyasu

Kenji Ekuon advocated the creation of new landscapes (equipment theory) in urban environments by systematizing dogu (tools, instruments, equipment) and developing dogu based on new functionalism. With this thought as the base, GK Sekkei began its work in 1982. The late Takeshi Nishizawa defined “environmental design as being relation design,” and said that street furniture would present an idea for urban development and community development by installing dogu in public spaces, and that this was the essential property of street furniture. Since the beginning of our firm, we have offered a new value to cities by replacing old dogu and installing new ones. In other words, we have enhanced the functionality and comfort of cities and created beauty in cities emphasizing relations with the surrounding environments. However, in the past few decades, the

また、長引く経済不況の中にあって、フロー重視からストック活用が我が国の建設業界の大きなキーワードとなった。地球規模の環境問題も大きく関連する事項であり、新たな施設、環境破壊や環境負荷を生む事業は、軒並み予算削減の対象となっている。

このような時代背景の中、都市づくりを進める行政、担い手としての市民、そして我々デザイナーの役割も大きく変化してきた。環境デザインにおける時間的概念(作って終わりではない、時と共に優化、更新できる持続可能性)の視点が不可欠となってきたことに伴い、担い手としての市民には、都市機能の受益者として受け手の立場だけではなく、都市の魅力をより向上、持続させていくマネージャーとしての役割が求められている。そして我々デザイナーには、真に美しい空間やモノを提供すると同時に、街と市民の結びつきを誘発させる、ファシリテーターとしての役割も求められるようになってきた。

これまでの実践-時間的概念を取り入れた環境デザイン

GK設計では、これまでも特に地方都

world of construction has gone through major changes.

Changes in the roles of people interested in environmental design

Under the Landscape Act enforced in 2004, it is interpreted that community people are considered to be actors in creating cityscapes. With the decreasing child population, population aging, greater numbers of working women and foreign tourists, the players in cityscape creation are increasingly diversified and complicated. Now, the creation of universal values is desired.

Under the long lingering economic depression, the use of the existing buildings has been valued in the construction industry in Japan instead of replacing them with new buildings. This is related to the global environmental issue. As such, budgetary allocations for projects to build new facilities, and projects that would cause environmental destruction and greater



JR奈良駅周辺環境デザイン:奈良の原風景の要素である奈良格子などをモチーフとし、過去と現在をつなぐ。

Environmental design around JR Nara station: The motif of Nara lattice, an important element in the landscape of Nara, unites the past and present Nara.

environmental burdens are on the decline.

The roles of government officers, citizens, and designers have also changed. As a time concept is required for environmental design (a project is not finished when it is completed, but it must be sustainable through upgrading and replacement), it is necessary for citizens to act as managers to enhance and maintain the attractive points of their cities instead of just being beneficiaries of city functions. In addition to offer beautiful spaces and objects, we designers are required to play the role of facilitators to connect cities and citizens.

Past Projects by GK Sekkei

GK Sekkei has been involved in environmental designs incorporating the concept of time in different cities in Japan.

Nara: Environmental design to fit in the landscape of the ancient capital and its environment

For the environmental design around Japan



西宮市高松公園の整備：公園のデザインだけでなく、整備後の管理活用も含めた提案を行った。

Improvement of Nishinomiya City Takamatsu Park: GK proposed not only its design but also the plan for the management and use of the park.

Railway Nara station, we attempted to create a cityscape in a way that had distinctive appeal as the face of the ancient capital of Japan. Especially as it has a number of facilities registered in the UNESCO World Heritage. The main motifs were “dynamic spatial composition” beyond the human scale that can be found in ancient architectural structures in Nara, “scenes of people’s life seen through Nara lattices” and “unpainted wood” using solid natural wood. We considered these were the elements of the landscape of Nara that citizens as well as tourists would find distinctive features of Nara.

Various newly designed facilities applying these elements around Nara station enhanced convenience and comfort at the entrance of the ancient capital. At the same time, they look as if they have been there for years, giving people a familiar impression as a whole. We hope these new facilities will go on in history fitting into the landscape.

Takamatsu Park in Nishinomiya, Hyogo:

市におけるプロジェクトにおいて、環境デザインにおける時間的な概念を取り入れたいくつかの実践を行ってきた。

古都の原風景と時をならべる環境デザイン—JR奈良駅周辺環境デザイン

JR奈良駅周辺の環境デザインにおいては、我が国でも有数の世界遺産を擁する古都奈良の顔となる空間として「奈良らしさ」を感じる風景づくりに徹底的にこだわった実践を行った。主たるモチーフは、奈良の古建築に見られるヒューマンスケールを超えた「ダイナミックな空間構成」、市内のいたる所に残る独特のディメンションの奈良格子による「生活感が垣間見られる風景」、そして無垢の材料を用いる「白木文化」であった。これらは市民、そして観光客が潜在的に感じる、明らかに他の都市とは異なる奈良の「原風景」の要素であると捉えた。

これらの要素を用いながらデザインされた、駅周辺の諸施設は、古都の玄関口に新たな利便性と快適性を提供したと同時に、あたかも昔からそこにあったような佇まいにより、市民や観光客が普段から見慣れた風景と同化しながら、これからの時を刻んでいくと考えている。

Experimental Field of Management by Citizens

In the project of Takamatsu Park in Nishinomiya city, Hyogo prefecture, GK Sekkei was involved not only in its design but also in proposing the management of the park.

Along with the progress of the construction, we organized a study group for the best use of Takamatsu Park inviting the neighboring Hyogo Performing Arts Center, municipal government, communities, commercial facility owners and local NPOs. The group worked as the organizer of the three events held in the construction process including the completion ceremony. This group later was renamed the “Nishikita Vitalization Council” which would organize various activities using the park and other nearby public spaces to revitalize the neighboring communities. Now, the Council has become a community management organization of the park and surroundings with a cleaning activity as its main activity.

市民による都市管理の実験場としての公園—西宮市高松公園

兵庫県西宮市の高松公園の整備においては、公園のデザインだけでなく、整備後の管理活用も含めた提案を行い、これからの都市管理の実験場としての役割を担った。

公園工事の進捗に伴い、隣接する兵庫県芸術文化センター、行政、地域住民や商業施設権利者、地元NPO等から成る「高松公園活用検討会」を組織し、公園竣工を含む年3回のイベントの主体となった。この「高松公園活用検討会」は、その後「にしきた活性化協議会」と発展し、周辺の公共空間を活用しながら、地域活性化のための様々な取り組みを行う他、清掃活動を行う等、地域による都市管理組織への昇華をみせている。

近年の取り組み—持続可能性のある都市づくり

現在GK設計は、1)人間中心、2)環境の環境化、3)持続可能性の3つを主軸とした環境デザインの実践を行っている。人間中心とは、都市のエンドユーザーである人を発想起点とすることであり、装置論の継承である。また環境の環境化とは、

Recent Projects

Currently, GK Sekkei aims for 1) being human centered, 2) actualizing local properties in the local environment and 3) being sustainable in our environmental designs. “Human centered” design means that we conceive our designs from the standpoint of local people as end users, to succeed Ekuan’s equipment theory. “Actualizing local properties in the local environment” means to actualize the local properties in people’s living environment. Through these two efforts, we attempt to strengthen the weakened relation between people and their cities, and to build sustainable cities.

Cityscape by Total Design

In the project to develop the loop light train system in Toyama city, “total design” was our motto. With this motto and under the general theme of creating a new cityscape, we aimed to 1) design various elements with the identical concept, 2) to emphasize the relations among the natural environment of Toyama



富山市「セントラム」:「風景づくり」を主眼に、諸要素をデザインするだけでなく、市民の愛着を得ると共に地域の誇りへと醸成することを目的として、市民、企業をはじめ様々な人々が関わることができるプログラムを提供した。

Toyama City “Centram” Total Design: With “cityscape development” as the main theme, GK designed various elements and offered programs to help citizens, local corporations and many others to be involved to develop their attachment to the tram and their pride in their city.

地域の特性を人々の生活環境の中でいきいきと具現化させることである。この2つの実践により、希薄さが進行する人と都市の結びつきを再度強化しながら、持続可能性のある都市づくりを行っていく実践である。

トータルデザインによる風景づくり-富山市「セントラム」

富山市内電車環状線化プロジェクト(セントラム)においては、「トータルデザイン」をキーワードに実践を行った。トータルデザインとは「風景づくり」を主眼に、1)整備に係る諸要素を同一コンセプトによってデザインすることだけでなく、2)背景となる富山の自然景観、市内電車に関わる諸施設、そして動く風景要素としての車両の関係性を重視したデザインとすること、3)本事業に市民、企業をはじめ様々な人々が関わることができるプログラムを提供し、市民の愛着を得ると共に、地域の誇りへと醸成することであった。

セントラム開業後に編纂した「デザインブック」は、一般的な事業概要パンフレットではなく、「富山で大切にすべき価値は何なのか?」「何故、こういうデザ



喜多方市都市サイン・蔵庭プロジェクト:サインや蔵庭が蔵文化をはじめとする喜多方の魅力を発掘し、後世に伝承するツールとなるという思想の元、地域部会やまちあるき、ワークショップを重ねながら、地道にデザインを模索している。

Kitakata City Signage and Storehouse Garden Project: Considering that signs and gardens in front of earthen walled storehouses will help to uncover appealing points of Kitakata to be conveyed to coming generations, GK and interested people in the town are searching for design concepts through discussions in a community working group, walking in the town, and conducting workshops.

インなのか？」ということの主たる内容とした。デザインブックが多くの市民の目に触れ、共通思想の元にまちづくりが展開されること、その思想が世代を超えて伝承されることを望んでいるものである。

そして、地域の想いの具現化—喜多方市都市サイン・蔵庭プロジェクト

現在進行中の福島県喜多方市の都市サイン、及び蔵庭のプロジェクトでは、地域の想いを地域の人々と共に具現化する他、将来の管理も含めた街の将来像を描く実践を行っている。

喜多方市は市街地中心部に約4000棟の蔵が残る蔵の街であり、喜多方ラーメンで知られるラーメンの街でもある。自然発生集落的に現存する蔵と入り組んだ市街地内部の路地空間等、個性的で魅力的な風景のある街を、サインと庭で活性化させようという試みである。サインや庭が蔵文化をはじめとする喜多方の魅力を発掘し、後世に伝承するツールとなるという思想の元、地域部会やまちあるき、ワークショップを重ねながら、地道にデザインを模索している。

環境デザインマネジメントの時代に向けて

近年、地域のエリアマネジメント団体が活躍している。これらは、地域の活性化に向けたソフトのまちづくり活動だけでなく、共同建替や再開発の事業主体、街のデザインガイドラインの作成や、景観法に基づく景観整備機構へといった、都市美を管理していく団体までをにらんでいる。これらの動きは今後も加速し、地域の環境デザインマネジメントの時代が到来すると考える。

このために今後GK設計は、1)装置を中心とした交通施設、街路本体や街路施設、沿道建築物といった都市美を構成する要素のデザイン(装置論)を通して、2)地域の真の価値を見定めると共に、明快な将来の都市ビジョンを(関係のデザイン)示すこと、3)それらを担い手としての地域の市民と共有(参加のデザイン)しながら、時間軸の概念を含んだ具体的実行手法を示していく(ファシリテーション)こと、等が重要だと考える。

(みつやす しょうた GK設計 室長)

Humanity and Total Design
人を中心としたトータルデザイン



Ecological and Environmental Design
地域環境を生活環境の中で復元化



Sustainable Design
持続可能性のある都市へと発展



city, various facilities of the train system, and train bodies as mobile cityscape elements, and 3) to prepare programs in which citizens and corporations can be involved so that citizens can nurture their affinity to the system and develop the feeling of pride in the system.

The Design Book compiled upon the launch of the train system focused on “What are values for Toyama people to treasure?” and “Why this design?” We hope that this design book is read by many citizens, so that they can understand that a city can be developed on a common concept, and that this concept would be conveyed to future generations.

Actualization of People's Desires in Kitakata, Fukushima

The sign system and storehouse garden project is now underway in Kitakata city, Fukushima prefecture. In this project, we aim to realize community people's desires together with them, and at the same time, we

draw the future picture of the town including its management.

In the central part of the downtown Kitakata, there remain around 4000 traditional storehouses made of earthen walls. The project is intended to revitalize this unique and enchanting city with intricate lanes with means of signs and gardens. We are trying to find interesting points in the city including earthen wall storehouses. Considering that signs and gardens will become good tools to convey these interesting points to future generations, we are looking for design sources by organizing a series of workshops by a community subcommittee, and walking around the town.

Toward the age of environmental design management

Recently, area management organizations are actively working in many localities. They are involved in reactivating their communities, concurrently rebuilding their houses and redeveloping a district, preparing

design guidelines for redeveloping their towns, and enhancing cityscapes based on the Landscape Act.

The movement will be accelerated in the future, and the age of environmental management by local people appears to be approaching.

In response, GK Sekkei considers it important to facilitate the movement by presenting concrete methods including the concept of time axis through 1) designing elements such as traffic facilities, street facilities and structures along the road that comprise the beauty of cities (equipment theory), 2) identifying the real value of a locality and presenting a clear future vision of a city (designing relations), and 3) sharing the value and vision with citizens of the locality (participatory design).

Shota Mitsuyasu, Chief Designer, GK Sekkei

次代に語り継ぐカタログ ——ワタオカ仁方ヤスリ商品総合カタログ

中村 恭子

広島県呉市仁方(にがた)地方は、日本有数のヤスリ生産地である。そのなかの1社である、株式会社ワタオカの仁方ヤスリ商品総合カタログの制作を行った。

伝統産業が今を生きるということ

仁方地方に伝わる古来の製法を守り、一目一目を確認しながら切り立ててゆく「両刃ヤスリ」。今年で創業100年になるワタオカの原点といえる商品である。現在でも高い品質を維持して生産している両刃ヤスリはヤスリの中でも製作に手間のかかる商品であり、良質な原材料と職人の高い技術を要する。そのため多くの伝統産業と同様、「後継者の不在」「良質な原材料の不足」「絶対的な需要の減少」が

大きな課題として立ちはだかる。さらに中国の台頭により、国産のヤスリは苦戦を強いられている。

ワタオカの社長、綿岡久美子氏は代々受け継いできた技術を守りつつ、近年のクラフト、ホビー方面にも対応できる商品開発から販路の拡大を一手に引き受け、伝統産業の火が燃え尽きる覚悟で日々奔走している。

今すべき行動の決意

昨今、伝統産業とデザイナーが協働し、現在の生活様式に合ったプロダクトを開発するケースを多くみる。私たちが当初、ワタオカから依頼されたのも日常生活向けの「爪ヤスリ」の開発であった。少しでも多くの人々に仁方ヤスリというものを知ってもらいたい、誇れる技術を少しでも広く伝えたい、という綿岡氏の強い思いであったが、基本デザインに取りかかったところで作業は中断した。

職人の高齢化や入手困難となった原材料のストックを考慮すると悠長なことはしてられない。今やるべきことはむやみに新しい世界へ飛び込むことより、これまで自信と誇りを持って世に送り出してきた自社の仁方ヤスリ商品に改めて光



Catalogue of Wataoka's Nigata Files Kyoko Nakamura

The Nigata district in Hiroshima prefecture is one of the leading towns in manufacturing files in Japan. For Wataoka Co., Ltd., one of the manufacturers there, we produced the general catalogue of Nigata Files.

Traditional industry to survive today

The double-edged file is the main product of Wataoka with a century-long history. Maintaining the method conveyed in the Nigata district from the past, the file is produced carefully by confirming each cut. It requires high quality material, finely honed craftsmanship, and takes much time and effort to make a double-edged file. Like other traditional industries, the file manufacturers are faced with the problems of “lack of successors,” “lack of high quality material,” and “declining demand.” Further, with the rise of Chinese manufacturers in the market, Japanese file manufac-

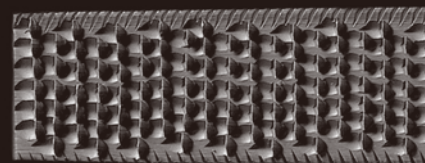
turers are in a difficult situation.

While maintaining the technique carried over through generations, Kumiko Wataoka, the president of the company, undertakes the responsibilities of product development to respond to recent trends in craft and hobby works as well as sales promotion so that the traditional industry will not become extinct.

What should be done now

It is a recent trend that designers collaborate with people in traditional industries to develop new products to fit to modern lifestyles. Initially, Wataoka asked us to design “nail files” for consumers. She wanted to make Nigata Files widely known, and to spread the technique that the local people are proud of. As soon as we began basic designing, we suspended our work.

We found that we did not have enough time to develop new products considering that craftsmen were aging, and the stock of the hard-to-obtain raw material was scarce. We decided to give light on the existing



ヤスリそのものの魅力を伝えるため、静寂さをテーマに撮影した写真。商品紹介頁では原寸大で表しリアルな表現に努めた。上:木工用やすり 下:両刃やすり

Photos were taken in a quiet setting to present the attractiveness of files. The products are shown in their actual size in pages explaining the products.



Nigata Files of the company rather than initiating a new project. Despite knowing the necessity of a catalogue, Wataoka had not been able to produce one. Therefore, we changed our policy from developing a nail file to producing a Wataoka Nigata Files Catalogue to introduce all the product lines and to promote sales of the products.

Catalogue but not the list of products

In the process of compiling the catalogue, Wataoka had a long time to look at her products. She reaffirmed that the act of sharpening a knife is an act of loving tools and that it is the base of Japanese culture. She felt more strongly that emotional richness and culture to care for tools should be maintained and carried on.

Files are tools to keep other tools in good condition. They tend to be hidden behind tools and instruments. Unless the manufacturers intentionally advertise, files will not draw people's attention. For the sake of people and craftsmen who have retired

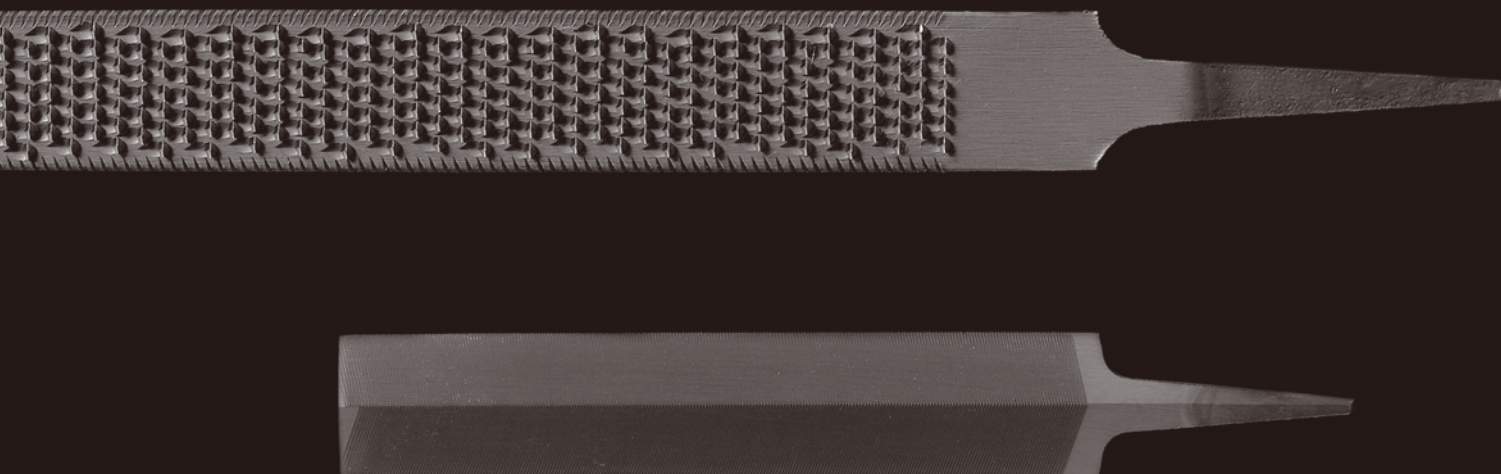


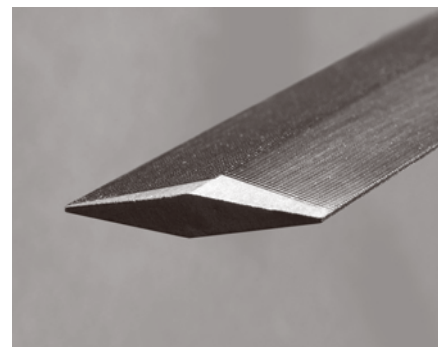
photo: Kenji Fujiwara

職人の高齢化や入手困難な原材料など、今後の存続に課題を抱える中、今こそ自社製品に光をあてるときとして、「ワタオカ仁方ヤスリ商品総合カタログ」の制作が始まった。あえてモノクロにした印刷は、ヤスリ本来の形や目の形状を際立たせる。

The production of the “Catalogue of Wataoka’s Nigata Files” began with the consideration that it was the time to shed light on its own products in the face of survival problems such as aging craftsmen, and difficulty in procuring high quality material. The catalogue was intentionally printed in monochrome to clearly show the forms of the body and grains of the files.

両刃ヤスリの断面形状は菱形になっており、菱形の鋭角部分「小刃」(こば)にも目立てがされている。手間だけでなく、高度な製作技術が要求される。

The section of a double-edged file is diamond-shaped. Even though the edges are sharp, they are cut too. It requires time and effort by a highly skilled craftsman.



機械で製作する職人だけでなく、一目一目手作業で切り立てていく手切りヤスリの職人も減り続けている。本カタログはこうした文化の継承を訴える役目を担う。

Both machine-making and hand-making craftsmen are decreasing. Hand-making craftsmen cut each grain by hand. The catalogue acts to publicize the importance of this hand-making culture.

をあてることが先決である。綿岡氏は必要性を感じていながらも、これまでなかなか手が付けられなかった自社全商品の紹介冊子を販路拡大の実用性も兼ね備えた「ワタオカ仁方ヤスリ商品総合カタログ」という形で結実させることに進路を改めた。

単なるカタログでは伝わらない思い

カタログ制作を通して綿岡氏は改めて自社商品と向き合う時間を得た。特にワタオカの原点である「両刃ヤスリ」から、刃物を研ぐ用途は道具を愛でる行為であり、ひいては日本独自の文化性に通ずることを再認識した。使い捨てのものが出回る世の中で、道具を愛でる心の豊かさやその文化を失いたくないという氏の思いがより強くなっていった。

ヤスリは道具を整える道具であり、陰に隠れてしまいがちである。作り手が強い意思をもって発信しなければ、それ自体が光を浴びることはない。人知れず引退していったかつての同志会社や職人たちのためにも仁方ヤスリを改めて発信しなくてはならない。

ワタオカのカタログでは主役であるヤスリの魅力を伝えるため、静寂な佇まい

をテーマに写真撮影を行った。単に商品ラインナップを掲示するだけでなく地場産業の発展を編集し「仁方ヤスリの歴史」として紹介したり、誇れる技術と品質の訴求を「現在の製造工程－ワタオカの両刃ヤスリ－」の解説に込めるなど、ヤスリ産業の文化的側面にも言及している。もちろん数あるラインナップの中から作業に合ったヤスリを選び出せる明快なインデックス機能を備えることで、ユーザーに対しての与件を解決している。

未来への蓄積とデザインと

成熟社会を迎えたと言われる日本において、以前に比べて減退するものを目の当たりにすることは避けては通れない道である。歴史や過去を振り返ると多くの

モノやコトを失いつつも記憶や記録として蓄積され、今があるのだと思い知らされる。伝統産業を今の時代へ変革するだけがデザインの役割ではない。失ったモノやコトを次世代へ伝えることもコミュニケーションデザインの果たす役割だと考える。

綿岡氏の思いへの共感と広島発のムーブメントを応援する立場から、今回の写真撮影や印刷では関係各社に良心的な協力をいただいた。私たちは費用を得てカタログをデザインしたわけだが、このプロジェクトで得たものはその枠を遥かに超えて大きい。

(なかむら きょうこ GKデザイン総研 広島)



ワタオカのマーク「ツボヤマエ」にはその歴史が込められている。仁方ヤスリメーカーではツボを用いたマークが多い。焼入れの工程で味噌を塗ることから、味噌壺を指すと言われている。「ヤマ」は明治初期～中期の流行から、「エ」は本格的に工場生産を始めたと言われる綿岡栄次郎の頭文字。

Wataoka's trademark "Tsubo-yama-e" reflects its history. The mark of "tsubo (crock)" is used by many file makers in Nigata. It is said that "tsubo (crock)" symbolizes the crock for miso, fermented soybean paste, as it is pasted in the hardening process. "Yama" is coming from the fashion from the early to the middle of Meiji period, and "e" is the capital letter of Eijiro who began manufacturing files in a factory.

from the industry, we must make Nigata Files known broadly.

In order to show the charm of files in the catalogue, there are photos of them taken in quiet settings. In addition to the products, the cultural aspect of files is given in the "history of the Nigata Files," and the "technique and quality of the double-edge files by Wataoka - the process of producing contemporary files" is explained. For the sake of convenience of users, the products are indexed according to their use, to help them select the right file for their needs from among the many available.

Accumulation for the future and the role of designers

It is unavoidable to see things and skills fading out. But when we look back upon the past, we realize that even if things and skills are lost, they still remain in people's memories and are stored in records, and that we are benefited from our past. The role of designers is not only to update traditional

industries but to convey lost things and skills to future generations. This can be part of the functions of communication designers.

With strong sympathy to Kumiko Wataoka, and to support the movement initiated in Hiroshima, firms involved in photography and printing for the catalogue gave us generous help. We designed the catalogue with a fee, but what we gained through this project is much larger than the amount of the fee.

Kyoko Nakamura, GK Design Soken Hiroshima

朝倉 重徳

近年のガラスコップの市場では、機械生産の安物と高級ブランド品の二極化が著しく、本当に欲しいものを手頃な価格で入手することが難しくなった。良いモノは高価過ぎて手が出せず、消費者は結局人件費の安い国の機械生産による「安かろう悪かろう」製品を購入することになる。その後、グラスに対する愛着は湧かず簡単に使い捨てにされてしまうのが現

状だ。そして、もの造りの現場では国内生産の空洞化によって、良いものを造ってきた、文化ともいえる職人とその技術も失われていくことになる。

このような社会背景の中、「生涯を添い遂げるグラス」は永く愛着を持って使える良いモノを求める消費者に向けて企画されたプロジェクトである。開発にあたっては単にきれいなガラスの造形だけ

でなく、手造りへのこだわり、地場産業の活性化、生涯補償の仕組みなど、総合的な取り組みがなされた。

職人の手造りと地場産業の活性化

製造方法として手造りにこだわったのは、永く使いたくなるような、感性を刺激し心に響く味わいのある製品にするためと、職人の技を継承し、日本の地場産業を



底や口縁の肉厚、内側の形状は職人の塩梅で少しずつ異なる。デザインの役割は、その差異に影響されない明快なかたちを創造することだった。

The thickness of the bottom and rim, and the form of the inside are all slightly varied because of craftsmen's touches. The role of designers was to create clear forms which are not affected by these differences.



Conveying Tradition and Culture and Design – Glasses for Users' Life Time Use Shigenori Asakura

The recent glass cup market is polarized into machine-made cheap cups and high class brand cups. It is hard to find good products that we want to use at affordable prices. Good glass products are too expensive to purchase, and consumers have no choice but to buy “cheap and poor quality” products made by machine in low wage countries. They hardly develop an attachment to glass products and easily throw them away. In the manufacturing industry, manufacturing bases are hollowing out, and craftsmen as well as craftsmanship which can be appreciated as a culture are being lost.

Under this social context, the project “Glasses for Users' Life Time Use” was planned for consumers who look for products that they can use for a long time with attachment. In addition to producing

beautiful glass products, the project focuses on hand-making, activating a local industry, and providing an indemnity for users' life time.

Handicrafts by craftsmen and the activation of the local industry

We strongly adhere to hand-making glass in order to produce products that will stimulate users' aesthetics and emotions to make them feel like using them for long, and to hand down the techniques of craftsmen to revitalize the local glass industry.

Tajima Glass Inc. is responsible for glass production. This company was established in 1956 as an Edo Glass maker and authorized as a Traditional Craftsman in Tokyo. With the skill of blowing melted glass to a mold, it is only the outside frame that we can control with a die. The thickness of the bottom and rim, and the form of the inside are all slightly varied because of craftsmen's touches. These slight differences create warmth and appeals which cannot be

expressed by machine production. The role of designers was to create clear forms which are not affected by these differences. We discussed with craftsmen, understood the properties of glass, and tried not to design products against the properties. Here lies a great difference in designing objects for mass production by machine which enables manufacturing products with designated dimensions.

Never outmoded universal forms

In designing the forms, we were strongly conscious about making products in universal forms so that users can continue using for a long time, not to mention, the ease of use including the size to fit to hands, thickness and angle of the rim, well balanced weight and so on. For this purpose, we pursued the prototype forms void of decorations, and with little distinctive features. A form with a distinctive feature tends to quickly become outmoded and users become tired of it soon.

活性化するためである。

製造は昭和31年創業の江戸硝子の窯元で東京都伝統工芸士を受賞している田島硝子が担当した。今回の型吹き技法(溶けたガラスを型に吹き込んで成形する方法)では、金型で制御できるのは外側のシルエットだけで、底や口縁の肉厚、内側の形状は職人の塩梅で少しずつ異なる。このわずかな違いが、機械生産では出せない



生涯愛着を持って使ってもらうため、透明なグラスには杉、黒と白のグラスには漆で仕上げた桐の箱を用意した。

In order to help users to use a product with attachment, we prepared cedar boxes for transparent glasses, and urushi lacquered paulownia boxes for black and white glasses.

いぬくもりや魅力につながるわけだが、デザインの役割は、その差異に影響されない明快なかたちを創造することだった。職人との対話を大切に、ガラスの癖を把握し、それに逆らわないようにした。これは、寸法指示通りにできる機械による大量生産のデザインとは大きく異なるところである。

古くならない普遍的なかたち

具体的なかたちに落とし込む段階では、手になじむサイズ、飲みやすい口縁の肉厚や角度、バランスの良い重量感など、使い勝手の考慮は言うまでもないが、強く意識したことはやはり、永く使い続けられる普遍的なかたちにすることだった。そのために、装飾を排除し癖を弱め、原型的なかたちを追求した。癖が強いかたちは特徴が強い分、古くなるのも飽きがくるのも早いからである。

箱へのこだわり

現状のラインナップではロックグラスとビアグラスに、それぞれ透明、黒、白のバリエーションがある。透明なグラスには杉、黒と白のグラスには漆で仕上げた桐の箱を用意した。箱は収納時にグラス

を保護し、搬送時の破損を防ぐためのものだが、箱にはその機能を超えて、魅力を創り出す効果があるようだ。棚から箱を下し、蓋を開けてグラスを取り出す。使い終わったら、きれいに磨いて収め、蓋を閉めて棚に戻す。専用にあつえられた箱の存在によって、グラスには本体のモノの魅力だけでなく、一連の作法からくる経験が魅力として加わる。生涯愛着を持って使ってもらうためには、質の高い箱はどうしても必要な要素だった。

生涯補償

販売方法の特徴は、割れてしまった場合、かけらを箱に入れて送ると新しいモノと交換できる「生涯補償付き」という付加価値だ。割れて当然のガラス製品に補償を付けるリスクは大きい。消費者にとってもガラスの破損は納得していることなので補償はなくてあたりまえだ。しかし、この企画の発案者であるワイヤードビーンズ三輪氏の、「手造りのモノをいつまでも大切に使ってもらいたい」という強い思いで、生涯補償を付けることになった。

割れても、そこで製品との関係が終わるのではなく、再生してもう一度所有す

Attachment to boxes

For the present line up of products, transparent, black and white glasses are available for liquor glasses and beer glasses. For transparent glasses, cedar boxes, and urushi lacquered paulownia boxes are prepared. These boxes protect glasses when storing and transporting them. Beyond these functions, boxes have an additional effect to add value to the product they contain. To bring down the box from the shelf, open it to take out a glass, polish the glass after use and put it inside the box and then close it to return to the shelf. With the box prepared specifically for the glass, the value of the glass is augmented through the series of these actions. In order to help users to use a product with attachment, a high quality box is an indispensable element.

Indemnity for users' lifetime

Another added value given for the users is "indemnity" for the lifetime of users. In case the product is broken, a user can send it

together with the broken pieces, and the same type of product will be sent back to him/her. As glass is breakable, it means a great risk to provide indemnity for the manufacturer. Users will find it as a matter of course if a glass product is broken. But Miwa of Wired Beans insisted on his idea that "users will use hand-made products with care for good," and this indemnity was attached. Even if the product is broken, a user can maintain his/her relations with the glass and its craftsman by possessing the same thing again. To be aware of these relations will lead users to develop a habit to handle things with care.

Four-party project

This project was jointly developed by Wired Beans, the initiator, Tajima Glass Inc., Kumanodo, a long-established Sendai cabinet manufacturer who created urushi lacquer boxes and GK Industrial Design. Under a limited budget, all parties played their respective roles without pay. Fortu-

nately, the project received the Good Design Award 2010. It has just started, and we are considering to expand with similar projects to other products on the basic concept of hand-made for long-time use and involving local industries.

Shigenori Asakura, Executive Director, GK Industrial Design

ることで、ユーザーはグラスとも、生産者である職人ともつながりを持ち続けることができる。そして、その関係を意識することがモノを大切に思う気持ちにつながることを期待した。

四者の取り組み

このプロジェクトはワイヤードビーンズの呼びかけに賛同した田島硝子と、漆

の箱を担当した仙台筆筒の老舗熊野洞とGKインダストリアルデザインの四者による共同開発だ。潤沢な予算のない開発では、各々が手弁当で役割分担をこなすことで生産に漕ぎ着け、2010年度グッドデザイン賞という評価を得られた。

まだ、始動したばかりであるが、この地場産業、手造り、永く使うという基本コンセプトをベースにガラス以外のプロジェ

クトにも広げていきたい。

(あさくら しげのり GKインダストリアルデザイン 取締役)



道具文化往来

藤本 清春

3. 時代と道具——「道具の物語」に時代を読む

1966年リチャード・フライシャー監督によって製作され、後にアイザック・アシモフが小説化した「ミクロの決死圏」(Fantastic Voyage)という映画がある。医師団と医療設備を乗せた宇宙船がミクロの単位にまで縮小され、瀕死の患者の体内に注入される。患部に向う途中、血管内の白血球やリンパ球等様々な障害物と闘いながら、やっと患部へ辿り着き、遂に治療に成功。最後は患者の涙の一滴に乗って無事帰還するというSFドラマである。道具と人間が共存する世界として「ミクロの宇宙船」が描かれ、「新たに出現した大宇宙」としての患者の体内に入り込んで行く。まさに人間と道具と宇宙の関係がトポロジカルに描かれ、壮大な物語として展開されている。物質の縮小技術の研究が進む時代であっても、当時「こんなことが考えられようか」等と思いながら楽しんだが、今日ではレーザー技術やマイクロ・ロボット等の開発によって、その一部はすでに夢物語ではなくなっている。

どの時代であっても、その時代であるが故に存在した、あるいは望まれた道具を巡る物語、すなわち「道具の物語」がある。そこに描かれた道具文化の有り様を、話題の小説や物語、映画などを通じて考察するのも一興である。とりわけ二十世紀後半の空想科学物語には、道具の原点や人間と道具の関係、さらには大自然や大宇宙との関わりが見事に描かれている。将来の科学、技術の進歩等を予想

して研究された様々なアイディアが作品内に取り入れられている事からも、その時代の気分とそこに生きる人々の心根を窺い知ることが出来る。

ところで昨今の「道具の物語」は、一体どの方向へと進んでいるのだろうか。2001年スティーブン・スピルバーグが未来版ピノキオ物語として製作した、愛情を持つロボットの映画「A.I. Artificial Intelligence」には、人間とロボットの間に存在する見えない障壁が見事に描かれている。その底流には、いわゆる「アシモフのロボット3原則」がしっかりと存在している。別の言い方をすれば、「人間と道具は同等ではない。同等であってはならない。」という倫理観が今なお唱えられているのだ。又、他人の夢に入り込んでアイディアを盗み取る怪盗劇「Inception」(2010年)では、意識の多層化と共に夢と現実の狭間に迷い込んでしまった人間の苦悩が描かれている。今や仮想現実、拡張現実などと称される潜在意識や空想表現の世界が拡大する中、我々の身の回りでも、現実と仮想の境界が溶解しつつある。我々は今何処にいるのか。その時道具は何処に在るのか。これらの問いに答え、人間と道具が共に創り出す「これからの物語」を探究する為にも「道具の物語」に込められた時代の気分と心根をしっかりと読み取り未来へ繋げねばならない。

(ふじもと きよはる 道具文化研究所 所長)

Dougu-Culture Crossroad

Kiyoharu Fujimoto, Managing Director, Dougu-Culture Institute

3. Reading the Trends in the Stories of Dougu

The film Fantastic Voyage, directed by Richard Fleisher was released in 1966. Later, Isaac Asimov wrote a science fiction novel based on the movie. A spaceship carrying a group of medical doctors and medical equipment on board was reduced in size to the micro level, and injected into the body of a moribund patient. Fighting against white blood cells, lymphocytes and others in the blood vessel, the reduced spaceship managed to arrive at the diseased site and succeeded to treat the disease. Finally, it came back safely in a teardrop of the patient. The micro spaceship is depicted as an entity in which equipment and humans coexist that goes into the patient's body like a newly created cosmos. It is a magnificent drama topologically dealing with the relationship between humans, dougu and the cosmos. I enjoyed the movie feeling "How can we think this is possible?" even in those days when the technology to downsize instruments was in progress. Today, some parts of the dream have been realized by the development of laser technology and micro robots.

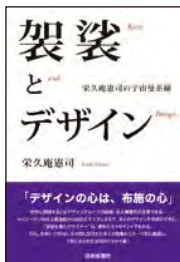
In all periods, there are stories around dougu, which existed or which were required in a specific period. It is interesting to study the culture of dougu through examining novels, stories, and movies. In particular, science fiction stories in the late 20th century beautifully illustrate the origin of dougu, relations between humans and dougu, and further the relations of dougu with the natural environment and

outer space. As ideas developed by foreseeing the advancement of scientific technologies in the future are incorporated in these stories, they provide good reference to guess the sentiments of people living in the particular periods that they were written.

Then, where are the "stories of dougu" of today directed? Steven Spielberg directed his film "Artificial Intelligence" in 2001 featuring a future-version of Pinocchio with the sense of affection. In this work, he drew an invisible barrier between humans and robots. Underlying this work are "Asimov's Laws of Robotics." In other words, the ethical view that "humans and dougu are not equal, rather, they should not stand on an equal basis" is advocated even today. In another movie, "Inception" (2010) by Christopher Nolan, the hero enters other people's dreams to steal their ideas. His agony while straying in multiple layers of consciousness, and between dream and reality is illustrated. Today, when the world of sub-consciousness or that of imaginary expressions called virtual reality and expanded reality is expanded, the border between reality and imagination is being melted in our surroundings. Where are we now? Where are dougu? In order to answer these questions and to search for "stories in the future" created together by humans and dougu, we should thoroughly read the mood of society and people's sentiments of the times drawn in the past "stories of dougu".

栄久庵会長、初のエッセイ集 『袈裟とデザイン』刊行

栄久庵会長の著書『袈裟とデザイン』が2月25日に芸術新聞社より出版された。書名の「袈裟とデザイン」は、僧籍をもち、デザイナーとして国際的に活躍している栄久庵会長ならではのタイトル。半世紀を超えてGKを率いてきた中で、幅広いジャンルで執筆してきた随筆をテーマ別に厳選し、1冊にまとめた初めてのエッセイ集である。「デザイン考曼陀羅」「贈り物歳時記」「新・和の発見」「手紙の周辺」「如是我聞」の5つのテーマで編集されている。



GK Chairperson Ekan published his first essay collection "Kesa and Design"

"Kesa and Design" was published by Geijutsu Shimbunsha on February 25, 2011. Kesa is the term for a Buddhist monk's cloth. It is an appropriate title for chairperson Ekan who is a monk as well as a designer working widely in the world. He has written essays covering a wide range of topics over half a century. They are selected and grouped in five themes, namely "Design Concept Mandala," "Seasonal Gifts," "Discovery of New Japanese Aesthetics," "Around Letters," and "As I heard."

第二回 LOTUS PRIZE 2010 に 田中社長が審査員として参画

Lotus Prize International Industrial Design and Innovation Competitionは、2008年に中国湖南省政府の主催で、湖南省のインダストリアルデザインの発展と企業のイノベーション力の向上を加速するため開催されたコンペティション。隔年で開催。二回目となる2010年は、中央政府・省庁、地方政府が、投資と観光や情報産業などの文化創造政策の執行を加速するために中国国内のイノベーションシステムをキーポイントにすべきという認識のもと、湖南科学技術局の主催で、前回よりさらに企業の参加、デザインと工業の融合、デザインを国際的に紹介することを強調し開催された。このコンペティションは、国際インダストリアルデザイン団体協議会(International Council of Societies of Industrial Design (ICSID))などの国際的なデザイン団体から支持を得ており、ICSIDの理事を務めている田中社長が審査員として参画した。

GK President Tanaka acts as a judge for the 2nd Lotus Prize 2010

The Lotus Prize International Industrial Design and Innovation Competition was initiated by the Hunan Provincial government, China in 2008 to accelerate the development of industrial design and innovation by corporations in the province. It is a biennial competition. The second event this year was organized by the Hunan Provincial Science and Technology Bureau, with the perception that the national government and local governments should consider innovating systems in the country to accelerate their execution of policies for investments, tourism, and cultural works including information industry. Greater emphases were placed on the participation by the private sector, fusion between design and industries, and introducing local designs to the international arena. The competition is supported by international design organizations including the International Council of Societies of Industrial Design (ICSID). GK president Tanaka took part in the competition as a judge in his capacity of a board member of ICSID.

ICSID 国際的な顕彰制度を創設

ICSIDが、新しく国際的な顕彰制度を発表した。名称は「The World Design Impact Prize」。世界中の、社会的に意義のあるデザインプロジェクトを認め、奨励するために創設された、2年に一度の顕彰制度である。ICSIDによって創設されたWorld Design Impact Prizeは、我々の社会、経済、文化、そして環境に及ぶ生活の質への、積極的な貢献をする、インダストリアルデザインのプロジェクトを顕彰するものである。2011年2月22日からICSIDの会員団体からの推薦を受け付ける。(URL: <http://www.icsid.org>)

ICSID established an International Honor System

The International Council of Societies of Industrial Design (ICSID) announced its new honor system. It is the World Design Impact Prize, which will be conferred biennially. It aims to encourage and give recognition to socially significant design projects. Industrial design projects which will positively contribute to the enhancement of the quality of our life in social, economic, cultural and environmental aspects will be given recognition. Recommendations from member organizations began to be accepted on February 22, 2011. (URL: <http://www.icsid.org>)

インドで日本のグッドデザイン賞展を開催

2011年3月インド・デリーで、経済産業省の主催により、日本のグッドデザイン賞受賞作品の展示会「Japanese Good Design Exhibition」が開催され、家電、車、バイク、生活用品から産業機器にいたるまで、日本の最新のプロダクト約90点が紹介された。近年、インド産業界ではデザインの重要性が急速に認識され始め、インド政府は2007年に国家デザイン政策を発表し、その中にインドデザイン賞の設立が盛り込まれた。そのデザイン賞設立のために、インドデザインカウンシル(IDC)は日本政府に協力を依頼し、グッドデザイン賞の主催団体である財団法人日本産業デザイン振興会と協力協定を2010年4月に締結している。田中社長は、このインドデザイン賞設立のアドバイザーを務めているほか、本展示会の総合プロデューサーを務めた。

Japanese Good Design Exhibition in India

The Japanese Good Design Exhibition was held in Delhi, India in March 2011 sponsored by the Ministry of Economy, Trade and Industry of Japan. The exhibits were about 90 Good Design Award winning works covering household electric appliances, motorcars, motorbikes, daily commodities and industrial machinery. The importance of design is rapidly gaining recognition in the industrial sector in India. In 2007, the government of India announced its national design policies in which the institution of the India Design Award was included. For the institution of the Design Award, the India Design Council requested the cooperation of the Japanese government. In April 2010, the India Design Council and the Japan Industrial Design Promotion Organization, the organizer of the Good Design Award, signed an agreement on cooperation. GK president Tanaka served as an advisor to the institution of the India Design Award. He was the general producer of the Japanese Good Design Exhibition and gave a keynote speech.

日本科学未来館「ジオ・コスモス」が リニューアル

日本科学未来館(未来館)が、新しい地球理解のためのプロジェクト『つながりプロジェクト』を開始し、これに伴い、2001年の開館以来、未来館のシンボル展示である「ジオ・コスモス」もリニューアルする。「ジオ・コスモス」は宇宙空間に浮かぶ地球を超高解像度で再現し、地球が宇宙のなかのひとつの天体であることを再認識させる「地球ディスプレイ」。

表示方式を現行のLED方式から有機EL方式へ変更し10倍以上の解像度となるほか、投影に関わるシステムや環境も新たに開発し、コンテンツの質、量ともに飛躍的に向上した。電通の総合プロデュースのもと、有機ELディスプレイシステムを三菱電機、映像システムをゴーズ、球体の設計・製作をGKテックが担当した。

Renewal of the Geo Cosmos



The Museum of Emerging Science and Innovation is scheduled to have a new project "Linking Project" for a better understanding of the earth, and along with this, the renewal work of the symbolic exhibit, Geo Cosmos, has been planned for the first time since the opening of the museum in 2001. The Geo Cosmos is an Earth Display reproduced by a super high resolution to show that the earth is a planet in the universe. Its display style is changed from the existing LED-style to the organic EL style resulting in a 10 times greater resolution. Its projection system and surrounding setting were newly developed to upgrade the contents both in quality and quantity. Under Dentsu as the general producer, Mitsubishi Electric developed the organic electro-luminescence display system, Goes developed the image system and GK Tech designed and produced the Globe.

ハイチ大地震災害救援活動に 「QS72」を寄贈



「QS72(クイックスペース72)」は、GK設計が第一建設株式会社と共同開発した災害支援用仮設空間。軽量の樹脂素材で構成されコンパクトに折り畳むことができる。また、快適な居住性を備え、災害時のさまざまな支援用途に応じて、速やかに展開可能なシステムとなっている。2010年1月12日に発生したハイチ大地震の救援活動として、認定NPO法人「難民を助ける会(AAR Japan)」を通じて「QS72」が寄贈された。現地ではポルトープランス市近郊の養護施設で屋内に1ユニット、屋外に2ユニットが設置され、実際に現地の方々にさまざまな用途で活用されている。今回初めて実際の被災地で活用され、QS72のさらなる改善のための現地レポートによる調査活動が行われている。

QS72 Presented for Relief Activities for Earthquake Victims in Haiti

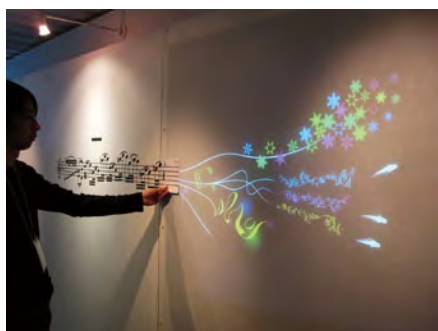
The Quick Space 72 (QS 72) is a temporary structure

for disaster relief that GK Sekkei developed jointly with Daiichi Kensetsu, a construction company. Being made of a light plastic material, QS72 can be folded for the convenience of transportation and storage. It provides comfort to live in, and prompt adaptability for various types of relief and support activities in case of disaster. Through the Association for Aid and Relief, Japan, three QS72 units were presented to help the victims of the great earthquake that occurred on January 12, 2010 in Haiti. They are now installed in a nursing institution in the suburbs of Port-au-Prince, one inside and two outside the building. They are being used for various purposes by local people. This is the first practical use of QS72. Field studies are underway to assess the needs for future improvements.



東京デザイナーズウィーク2010 展示制作

2010年10月29日～11月3日に開催された東京デザイナーズウィーク2010コンテナ展で、富士通デザインが出展した展示のシステムとコンテンツを、GKテックが制作した。展示は、「境界」を共通テーマにした4つのインスタレーションで構成。入口のポスターでは文字や花の影が動く。二つ目はばらばらまんがをめくると本の中の絵が飛び出る。三つ目は人が近づくとモニターの枠から鳥が壁面へ出てくる。最後は入口で配られる五本線の書かれたフライヤーを壁面の五線譜に合わせると音楽に合わせてさまざまなアニメーションが現れる。それぞれのコンテンツが境界を飛び出し、意外性を感じさせる展示とした。



GK Took Part in the Tokyo Designers Week 2010

GK Tech produced the contents for the exhibits by Fujitsu Design in the Tokyo Designers Week 2010 held in Tokyo from October 29 to November 3, 2010. The exhibition consisted of four installations under the theme of "borders." In the poster at the entrance, letters and the shadows of flowers moved. In the second installation, when a visitor opened a flip animation book, pictures in the book popped out. When a person approached the third installation, birds came out from the frame of the monitor to the walls. In the last, when a visitor applied a flyer distributed at the entrance to the musical score on the wall, then various animations appeared to the music. We aimed at presenting unexpected contents that would jump out of the border.

米国舟艇工業会イノベーションアワード を受賞



GK京都がデザインを担当した、ヤマハ発動機のバスボート専用船外機VMAX SHOシリーズ「VF250」が、米国舟艇工業会(National Marine Manufacturers Association)が主催する国際マリントレードショー「IBEX2010 (The International Boat Builders' Exhibition & Conference)」において、米国舟艇工業会のIBEXイノベーションアワードを受賞した。このアワードは、米国舟艇工業会が主催するマリントレードショー「IBEX」において毎年審査・発表される。審査は、専門知識に秀でたボートライターズインターナショナル(BWI)のメンバーから選出された審査員によって行われる。

The VMAX SHO Series "VF250" Won the Innovation Award by the National Marine Manufacturers Association

The VMAX SHO series "VF250," Yamaha Motor's outboard engine for a bass boat, designed by GK Kyoto, won the "Innovation Award" at IBEX 2010, the International Boat Builders' Exhibition and Conference sponsored by the National Marine Manufacturers Association in the U.S. A. IBEX is an annual event in which Innovation Award winners are selected every year. The jury consists of selected members of Boating Writers International (BWI) who are well versed in boating.

シカゴ THE CHICAGO ATHENAEUM グッドデザイン賞を受賞

GKダイナミックスとGKデザインインターナショナルが共同でデザインを担当した、ヤマハ発動機の競技用モデルYZ450Fが THE CHICAGO ATHENAEUMの2010年グッドデザイン賞を受賞した。THE CHICAGO ATHENAEUMは、建築家のチャールズ&レイ・イームズらが中心となり1950年にシカゴで創設した、デザイン界では世界的にも古く権威のある賞のひとつといわれている。本年は37カ国からの数千におよぶ応募作品から500点以上が選出された。



The Chicago Athenaeum Good Design Award to Yamaha YZ450F

Yamaha Motor Corporation's racing motorcycle

model YZ450F received the Good Design Award 2010 by the Chicago Athenaeum. This award was established by Charles & Ray Eames, architects, in 1950, and is considered as the oldest award with the highest authority. In 2010, more than 500 works were selected from among several thousand applications from 37 countries. Both GK Dynamics and GK Design International worked jointly on the design of this motorcycle.

京都市観光標識デザイン案に GK京都案が選出



京都市公募の観光客や市民に分かりやすい観光標識づくりに向けたデザイン案に、新デザインの基になる優秀賞として、応募作品42点の中からGK京都のデザイン案が選出された。市中心部と南禅寺などがある左京区の岡崎地域をモデル地域とし、年度内にもデザイン案を反映させた新標識を設置するという。公募では、観光標識を、○現在地や周辺の情報を地図で示す「案内」、○有名観光地などの方向を矢印で示す「誘導」、○通りの名前を記した「通り名」の3種類に分類。専門家などの意見も取り入れ「景観に調和しシンプルで洗練されたデザイン」と評され選出された。この案は、短冊をモチーフとした凛とした佇まいや細部の仕上げにいたるまで京都らしさにこだわってデザインした。

Submission by GK Kyoto was selected as a Kyoto City Tourist Signposting Design

Kyoto city government collected design plans from the public for signposts for tourists and city people. The design plan submitted by GK Kyoto was selected from among 42 applications as the excellent work to be the base for a new sign system.

Applications should contain signs to show
-one's present position and information of the surrounding district (guidance)
-the directions to famous tourist spots (leading) in a map, and
-street names.

For the selection, experts' views were heard. The submission by GK Kyoto was evaluated as a "simple and sophisticated design keeping good harmony with the cityscape." GK Kyoto designed the signposts with the motif of a strip of fancy paper to represent the flavor of Kyoto from their outlooks to the details. The new signposts will be installed within the year reflecting the GK Kyoto design plan in the central part and the Okazaki district in Sakyo-ku as model districts.

アジアにおける日本のデザイン —BODW 2010(香港)レポート 手塚 功

2010年12月、BODW(Business Of Design Week)2010が香港コンベンション・アンド・エキジビションセンターをメイン会場として開催された。今回のBODWは日本をパートナー国とし、フォーラムや展示など様々なデザインイベントの約1/3が日本関連のものとなった。アジアの国際都市香港において現代の日本のデザインが一同に紹介される機会となり、多くの注目を集めた。

2004年のBODWで基調講演を行ったGKの栄久庵会長は、主催する香港デザインセンターの会長Victor Lo氏との公私にわたる交流が続き、今回も来賓として招聘された。GKとしては日本産業デザイン振興会(JIDPO)の展示「JAPAN DESIGN 2010」に出席し、田中社長がフォーラムで講演を行った。

GK展示—モーターサイクルと車いす

JIDPOの展示「JAPAN DESIGN 2010」の多くはメーカーによる出展であり、各企業の製品がそれぞれ並べられていた。唯一フリーランスとして参加したGKの展示は、しょうゆびんや炊飯器、モーターサイクル、車いすなど多様なアイテムで構成し、私達が対象とするデザイン課題があらゆる生活シーンに潜在することを示した。

特にオフロードバイクと車いすという対照的な乗り物が並ぶ様は、遠くからでも強い印象を与え人々の関心を集めた。前輪を持ち上げ空中に飛

び出そうとするバイクは、躍動感に溢れた造形で人々の冒険心を誘う。栄久庵会長のためにGKインダストリアルデザインがデザインしたスタイリッシュな車いすは、身障者のための用具というイメージを一新する。

アクリルケースに収められた展示や映像が多いいせいか、露出して置かれた2体の展示物に手を伸ばそうとする観客が後を絶たない。特に車いすに対しては、シートの素材感や重さ、レバーによるステップの動きなどを確かめようとする。最初はそれを制していた私も、次第にじっと見つめている観客にはむしろ触れてみることを促すようになった。デザインは鑑賞するためのものでない。体感して初めてその価値が理解できるものもある。デザインの展示のありようを考えさせられた。

かつて私達はGK Shopという店舗を運営していた。オリジナルプロダクトを開発すると同時に、それらの販売拠点をもつことで、市井の人々の反応に直接触れることができた。今回、私はGKの広報としての役割を担い展示会場に詰めしたが、むしろ広聴の大事さをあらためて認識した。

「価値創造するデザイン」—田中社長講演

田中社長の講演は「価値創造するデザイン」のタイトルのもと、GKの「道具」の思想、デザインがもたらす社会的・文化的・経済的価値、それらの実践としてのGKのデザイン事例を紹介した。さらに、しょうゆ卓上びん、モーターサイクル、愛・地球博、緊急災害用空間などの事例を通し、これらのデザインの基盤には日本的考え方や美意識があることを説明した。GKには西洋発のdesignに



GKデザイングループの展示 GK Design Group Exhibition



フォーラムにおける田中社長の講演
GK Design Group president Tanaka lecturing at a forum

Japanese Designs in Asia —Report on BODW 2010 Hong Kong Isao Tezuka

In December 2010, Business Of Design Week (BODW) 2010 was held at the Hong Kong Convention and Exhibition Center and others. BODW was held in partnership with Japan, therefore, about one third of the forums, exhibitions and other events were related to Japan. It was a good occasion for various contemporary Japanese designs to be exhibited in the international city of Hong Kong.

GK Chairperson Ekuan gave a keynote speech at BODW in 2004, and since then, has continued his business and private relations with Mr. Victor Lo, the Chairperson of the Hong Kong Design Center, the organizer of BODW. Hence, Ekuan was invited to be a guest at the 2010 event. The GK Design Group presented the exhibition as part of Japan Design 2010 organized by the Japan Industrial Design Promotion Organization (JIDPO).

GK exhibits – Motorcycles and a Wheelchair

Most exhibitors in the Japan Design 2010 were Japanese manufacturers, and their products were on display. The GK Group was the only design firm exhibiting design works such as soy sauce bottles, a rice cooker, motorcycles, and a wheelchair for clients. We showed that the designs we are involved with are all kinds of commodities used for daily life.

Particularly, the contrasting exhibits of an off-road motorcycle and a wheelchair were eye-catching even from afar, and drew visitors' attention. Lifting up its front wheel, the motorbike looked like it was going to fly in the air. Its dynamic style invokes people's adventurous desire. The stylish wheelchair designed by GK Industrial Design for chairperson Ekuan totally changed the image of the vehicle for the physically disabled.

Many visitors tried to touch the two exhibits. They looked particularly interested in the wheelchair, and tried to feel the texture of the seat, weight, and the movement of the step using the

lever. At first, I was trying to stop them from touching them, but soon, I encouraged visitors to touch it. The product is not to look at, but its value can be appreciated through use. We need to consider ways to exhibit our design products.

There used to be a GK shop that we ran. It served as an outlet to sell products that we had produced originally, as well as a channel to communicate directly with consumers. At the occasion of BODW, I was at the exhibition hall to act as a GK information officer, but rather I realized the importance of listening to people's voices broadly.

“Designs that create values,” lecture by GK President Tanaka

GK president Tanaka gave a lecture on “Designs that create values.” In the lecture, he explained the GK philosophy on dougu, meaning tools and instruments, and the social, cultural and economic values brought by good designs. Showing the examples of GK designs such as a table-top soy sauce bottle, motorcycles, the Aichi



photo by Nacasa & Partners Inc.



アジアのデザインもアイデンティティを意識し始めている。左:毛筆をモチーフとしたアクセサリ 右:米の 패턴をすかしにしたキャセイパシフィック機内食器

Designers in Asia have begun to be conscious about their identity. Left: Accessory with the motif of calligraphy with a brush. Right: In-flight tableware with rice grain openwork of Cathay Pacific

Expo, and emergency relief spaces in case of disasters, he explained Japanese aesthetics and the Japanese way of thinking underlying these designs. GK has the history of searching for Japanese originality in its designs as opposed to designs of western-origin. The concept of dougu is the symbol of our philosophy.

The full-house audience comprised students and young people. They may have the stronger image of Japan after the bubble economy rather than that of during the rapid economic growth period. Japan has experienced both economic situations ahead of other countries in Asia, therefore, we may have lessons to share with people in the region in the field of design. Maybe because of the nature of Hong Kong, or the title of the event “Business of Design,” design is often discussed from a business point of view. It is interesting to know what the audience thought about the values that design create in society and culture.

Japanese Design in Asia

Japan no longer takes the initiative in design in

対し、日本デザインのオリジナリティとは何かを問いつつ活動してきた歴史がある。「道具」という考え方はまさにその象徴である。

巨大な会場を埋めた聴衆は、学生を中心とした若い世代が圧倒的に多い。彼らにとっての日本のイメージは、高度成長期よりバブル崩壊後の方が強いかもしれない。双方をアジアの他国に先んじて経験した日本だからこそ、デザインに関しても啓発できることがあろう。香港という土地柄か、BODWではその名称が示すようにビジネスという視点でデザインが語られる傾向が強いが、社会や文化にもたらす価値について彼らがどのように受け止めたか興味深い。

アジアにおける日本のデザイン

アジアの中で必ずしも日本のデザインがイニシアティブをとっていると言える時代ではなくなった。開催の地香港や韓国、中国、台湾と、経済力とともにデザイン力も拮抗してきている。それぞれのデザインを見ても、欧米に追いつくというより、アジアのアイデンティティを意識し始めているように感じられる。これまでヨーロッパばかりだったBODWのパートナー国が今回初めてアジアの日本となったのもそうした背景があるように思う。

そのような中、このBODWのイベント内で2010年アジアデザイン賞(DFA:Design for Asia Award/香港デザインセンター主催)の表彰式が行われた。アジアデザイン賞は、アジア諸国における生活様式を反映し、人々の生活行動に影響を与える優れたデザインによってビジネス面で成功をおさめた企業に授与される。

Asia today. China, Hong Kong, Korea and Taiwan are competing with one another in economic as well as design strengths. Looking at designs in the respective countries, it is felt that designers are conscious about establishing the identity as Asian rather than chasing after designs in the west. The partner country of BODW had been chosen from Europe, but Japan was the partner country for BODW 2010 for the first time from Asia. It may reflect the trend among designers in Asia.

During BODW, a ceremony was held to present the Design for Asia Award by the Hong Kong Design Center. The award is given to corporations which manufacture products with designs reflecting the lifestyle in Asia, giving positive influence on people's life and gaining business success.

New Krewrap by Kureha Corp. won the Grand Prix of Design for Asia Award together with iPad and the Air Multiplier (air circulator) by Dyson. GK Graphics was assigned to design the package for New Krewrap. This wrapping film package is equipped with a plastic knife with safety

今回、ダイソンのエアマルチプ라이어やiPadなどと並んで、株式会社クレハのNEWクレラップ(GKグラフィックスが外装グラフィックを担当)がアジアデザイン大賞を受賞した。安全性に配慮したプラスチック刃、フィルムを正しくカットするためのガイドグラフィック、無駄なく使用できるよう細かく設定されたサイズバリエーションなどが評価ポイントとしてあげられている。わずか数百円の消費材パッケージに込められた使用者へのきめ細かな配慮が、日本のデザインの特長として評価されていることを、海外の視点からあらためて認識した。

香港で食事をすると、箸を縦に置かれることに気づく。小分けされて配膳される日本と異なり、中央の皿からとりわけるといふ説を聞いた。同じ文化の基盤を根源に持っているからこそ、わずかな違いが大きな意味をもつ。日本とアジア、その共通と相違はデザインにとっても意義深いテーマである。

(てづかいさお GKグラフィックス 部長)



アジアデザイン大賞を受賞したNEWクレラップ

New Krewrap, the Grand Award winner of the Design for Asia Award 2010

consideration, and graphics to guide users to cut the film correctly. The product has a range of sizes to allow consumers to use the wrapping film economically. These points were highly evaluated. I realized that careful consideration for users paid for a few dollar product was appreciated as a feature of Japanese design from other countries.

When food is served in Hong Kong, chopsticks are placed vertically with the tips toward the table center. It is in contrast to the Japanese-style in which foods are served for one person in small dishes and in which chopsticks are placed horizontally with tips toward the left. I learned that chopsticks are placed in such a way in China because they take food from a large plate in the center. A small difference may have great meaning, even we share the same cultural root. Commonality and differences in Japan and Asia present a significant theme in design.

Isao Tezuka, Director, GK Graphics

Project News

スーパーテネレ ワールドクロスー ヤマハ発動機株式会社

GKデザインヨーロッパ

世界中を旅する冒険者の新しい旅のマシンとして、2010年10月ドイツ・ケルンの「インターモト 2010(国際オートバイ展)」に出展したコンセプトモデル。1980～90年代にヤマハがパリ・ダカールラリーのために開発した競技用マシン「スーパーテネレ」の本来の精神を強調した。軽量のシャーシで構成されかつ高級感を伴ってフル装備した高性能のマシンは、過酷な走行に最適なオートバイを求める冒険的なライダーのために設計した。専用パーツの追加や標準パーツを交換することで激しいオフロードを走行できる。

The Super Ténéré Worldcrossover
Yamaha Motor Co., Ltd.
GK Design Europe

Concept model for adventurous people traveling around the world by motorcycle which was exhibited at the Intermot held in Cologne in Germany in October 2010. It emphasized the spirit of the racing motorbike Super Ténéré that Yamaha developed in the 1980s through 1990s for the Paris-Dakar Rally. The Super Ténéré Worldcrossover is a high performance, fully- equipped machine with a light chassis especially designed for adventurous riders seeking the most appropriate motorbike for rough riding. By adding special parts and exchanging standard parts, riders can enjoy rough and tough off-road driving.



Lexam LX ジャカルタモーターサイクルショー コンセプトモデル

ヤマハ発動機株式会社

GKダイナミックス

2010年11月にインドネシアの首都ジャカルタでの第5回ジャカルタモーターサイクルショーに出展したコンセプトモデル。二年に一度開催のこのイベントは、8万人以上の来場者があり、上り調子のインドネシア二輪市場を肌で感じることができる。Lexam LX は、2011年1月に発表されたLEXAMのティザー –これからのヤマハを想像させるものとして、次第に高級化していく市場の未来を反映させ、風になびく様な優雅なフロー感をテーマにラグジュアリー感を狙った。ディテールにおいてもLEDの灯火器を使い未来感を表現した。

Lexam LX Concept Model for Jakarta Motorcycle Show
Yamaha Motor Co., Ltd.
GK Dynamics

Concept model of a motorbike shown at the 5th Jakarta Motorcycle Show in November 2010. This motorbike show is held biennially, and draws more than 80,000 visitors each time. At the show, the air of the rising motorbike market in Indonesia can be felt. Lexam LX is a teaser of Lexam launched in January 2011. It was designed to suggest the future of Yamaha motorcycles. The themes were an elegant flow like swaying with the wind and a sense of luxury reflecting the increasingly sophisticated market. LED lamps were used to give a futuristic appearance to the model.





WaveRunner VXR ヤマハ発動機株式会社

GK京都

小さな3人乗りの艇体に、ハイアウトプットエンジンを搭載したパフォーマンスモデル。映画「ワイルド・スピード」に登場するような、スポーツコンパクト「チューナーカー」をコンセプトにデザインを実施。インテーク風フロントグリルをアクセントに、軽量、スリム、コンパクトにデザインをまとめた。

WaveRunner VXR
Yamaha Motor Co., Ltd.
GK Kyoto

Performance model of a three-person watercraft equipped with a high output engine. It was designed with the concept of a sportive and compact tuner car that appeared in the movie "The Fast the Furious." With the intake-vent-like front grill as an accent, the watercraft was designed to be light in weight, slim and compact.



上：オプションとしてミスト機器が接続されるケース（ミスト機器はタカラ既製品を転用し、改造したもの）。全身フルフラットの快適な寝姿勢が完成するシャンプーチェアLegato（レガート）も、同時にデザイン。 下：アイランド型設置も想定し、背面方向から見た場合の美しさにも気を配った。

Upper: A mist device is attached. The existing Takara mist device is revised as an optional appliance for this machine. Legato, a shampooing chair which becomes a flat bed was also designed. Lower: With the possibility of placing the Aquaforte in an island style, consideration was paid to beauty from the back.



自動洗髪機 AQUAFORTE タカラベルモント株式会社

GK京都

AQUAFORTE（アクアフォルテ）は、手洗いとは別次元の気持ちよさを生み出す新設計により、手洗いの代わりでない独自のシャンプー価値を提供するサロン専用自動洗髪機として開発。「ミストモード」「ヘッドスパモード」など、より心地良さを追求した機能をもつ本機器は、柔らかくオーガニックな印象とすることと同時に、オプションである既存のミスト機器を接続した場合にもマッチするデザインとして仕上げるのが求められた。優しさとともに先進性を感じるデザインを目指した。

AQUAFORTE Automatic Hair Washer
TAKARA BELMONT CORPORATION
GK Kyoto

Aquaforte was developed as an automatic hair washer for beauty salons. A new design was applied to offer comfort which is different from hand washing, and to create unique shampoo value not as a substitute for hand washing. It has the "Mist mode" and "Head Spa mode" for greater comfort. Its form needed to give an organic and stylish impression as well when the optional mist device is connected. We aimed to design it to help give customers the impressions of gentleness and advanced techniques.

無煙たばこ ZERO STYLE

日本たばこ産業株式会社

GKインダストリアルデザイン/GKグラフィックス

「火を使わず煙が出ない」新しいスタイルの無煙たばこ。本体のプロダクトデザインをGKインダストリアルデザインが、シンボルマークとロゴタイプ、パッケージデザインをGKグラフィックスが行った。プロダクトデザインでは、携帯性に優れたサイズ、転がりにくい形状、使いやすさの他、使っている姿がどのように見られるかにも配慮した。パッケージデザインでは、嗜好品らしい情緒的な価値と、「メンソール製品」「煙の出ないたばこ」という機能的価値を表現した。

No-Smoke Cigarette Zero Style Japan Tobacco Inc.

GK Industrial Design / GK Graphics

A new style of cigarette that needs no lighter without emitting smoke. GK Industrial Design designed the product, and GK Graphics designed its symbol mark, logotype and package. For the product, consideration was given to the size, hard-to-roll form, and ease of use. In addition, the smoking style was considered. For the package, emphases were placed on its emotional value as an article of taste as well as the functional value of a "menthol flavored," "smoke-free cigarette."



プロダクトデザインは衛生面も考慮し、吸い口部に触れずにキャップをしたままカートリッジ交換ができる構造や、テーブル等に置いて吸い口部が設置面に触れない本体をデザインした。

Taking hygiene into account, the body was designed to allow the cartridge to be replaced without touching the cigarette end by keeping the cap on, and keeping the cigarette end untouched on the table surface.



シンボルマークは、商品名「ZERO」の頭文字の「Z」とアラビア数字の「0」を組み合わせたカリグラフィの手法を用いたデザイン。パッケージデザインでは、「煙のない澄んだ空気感」や「大人の持ち物としての表情」を深みのあるグラデーションと銀色のフレームで表現。

The symbol mark combined the "Z" of the brand name Zero, and the Arabic figure "0" in a calligraphic design. The package was designed to express "smoke-free clean air" and "an article of a mature person" with a deep color gradation and a silver frame.

クリームジャー aeca

株式会社ヤシマ精工

GKインダストリアルデザイン

厚肉二重成形のPET製クリームジャーのデザイン開発。容器販売会社から汎用容器として販売される商品であるため、普遍的かつ凛とした佇まいをフォルムで表現した。また二重成形の途中に印刷ができるという製造上の特徴を、解りやすく魅力的に伝えるカラー&グラフィックの展開例を作成し、特注対応におけるデザインイメージの広がりを喚起している。合わせてネーミング、広報用リーフレットのデザインも行った。

※ aecca/あえか：儂げで美しいさま

Cream Jar Aecca Yashima Seiko Co., Ltd.

GK Industrial Design

Cream jar made of double layered PET plastic cups. The jar was going to be sold as a multiple-use container by a container sales company. The form was designed to be universal and to look solid when placed. To show that a printed material (paper or plastics) could be inserted between the two layers, examples of colored materials and graphics were prepared. The jars can be customized according to the desires of clients. GK Industrial also designed its name and leaflets for publicity. The name "aecca" means frail and beautiful.





ホッチキス「ピタヒット」

プラス株式会社

GKグラフィックス

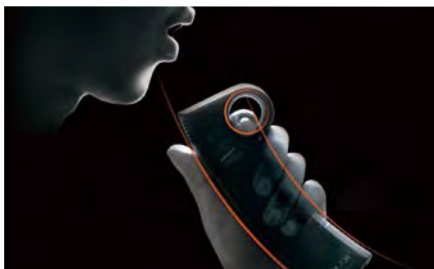
「ピタヒット」は、プラス独自の設計で低コスト化と軽量化を図ったフラットとじホッチキス。GKグラフィックスでは、カラーリングとパッケージデザインを行った。ボディカラーは、紺や赤などの普遍的な色彩と流行を取り入れた色彩からなる5色。それぞれに微妙で深みのある色彩を選定したことで、独自の魅力化を図った。さらに、位置を合わせるガイドのみを黄色の機能色とし、本体側などその他の部分の色彩を抑えて、ボディカラーを引き立てる色彩構造としている。2010年度グッドデザイン賞受賞。

Flat-Clinch Stapler ST-010X

Plus Corporation

GK Graphics

Flat-Clinch Stapler ST-010X is a low cost and lighter weight stapler developed by Plus Corporation. GK Graphics was assigned with product coloring and package design. The staplers have five color variations. Fashionable colors are added to standard blue and red. Each color with a delicately deep tint is applied for increased uniqueness. Yellow is used only for the guide for positioning. The color inside the stapler is subdued to highlight the body colors. A winner of the Good Design Award in 2010.



上：指掛リングは、落下を防ぐだけでなく握る位置が自然に上部に決まるため、下部にレイアウトしたアンテナの電波を妨げず、安定した拡声が出る。下：指掛リングをたよりにノールックで引き抜く。ガンマンが銃を引き抜くような動きをイメージ。ハンドマイクとハンズフリーマイクの2WAYを可能にした。

Upper: The finger ring not only prevents the microphone from falling down but also leads the hand to hold it at an upper position, thus, allowing stable amplification without interfering with the wave through the antenna installed in a lower place. Lower: Taking the microphone out from the pocket with the aid of the finger ring. The image is a gunman pulling out his gun. Two-way use is made available both as a hand microphone and hands-free microphone



ワイヤレスマイク WM 1420

TOA株式会社

GKデザイン総研広島

多機能型業務用ワイヤレスマイク。大型量販店や駅などの構内放送用として、長時間の持ち歩き使用を想定し、落としても壊れにくい堅牢性を追求した。また、胸ポケットに刺したまま使えるハンズフリー機能など様々な使い方に対応できる。特徴的な指掛リングと大きくカーブした形状は、ポケットからの引き抜き易さと確実な握りのポジションが得られる。なによりも、話す姿を格好よく感じさせるデザインをめざした。

Wireless Microphone WM 1420

TOA Corporation

GK Design Soken Hiroshima

Multi-functional wireless microphone for business use. Toughness was sought, considering that it would be used in large-scale discount shops and railway stations for a long time. It can be used as a hands-free microphone while keeping it in a breast pocket. Its features are the finger ring and the curved body making it easier to take it out from the pocket, and to obtain a solid holding position. The priority in design is placed on the good-looking talking style with the microphone.

羽田空港国内線第一ターミナル JALカウンター リニューアル計画

日本航空株式会社

2011年4月1日から株式会社日本航空
インターナショナルより社名変更

GK設計

羽田空港国際線新ターミナルの開業に併せた、JAL国内線カウンター空間の全面リニューアル計画。空港での搭乗手続きが簡素化する中、出発までの付加価値を提供する場として、新生JALのアピールを念頭に、簡単・便利、ストレスフリー、プラスバリューの具現化を目指した。各種カウンターの顕在化、利用者とスタッフの作業性の向上、心地よさの創出、サイン等情報の整理統合を図り、より洗練された上質なサービスを実現するための環境づくりを行った。

JAL Counter Renewal Project Haneda Airport 1st Domestic Terminal Japan Airlines Co., Ltd.

GK Sekkei

The JAL Domestic Counter was renovated on the occasion of opening the New International Terminal in 2010. With an intention of giving an impression of a renewed JAL, we aimed to design the space to be a value added place for passengers to spend their time leisurely after completing boarding procedures until their departure. A simple, convenient, stress-free and value added spatial design was our goal. Counters were clearly indicated, handling was enhanced both for staff and passengers, comfort was given, and signs and other information boards were coordinated. As a result, a lobby providing more sophisticated and higher quality services came into being.



左: JALグローバルクラブ会員へのサービスを提供する専用カウンター。2つのカウンターを一体化し、ロビー空間と開放的につなげることで、サービスの効率化と快適性の向上が図られた。 右上: 各種カウンターの手前に配置されたインフォメーション。カウンターのレイアウトや搭乗方法、運行状況など搭乗までの情報を集約し案内している。 右下: 保安検査準備台。手荷物検査前の煩雑な作業を、手順に応じて分かりやすくサポートしている。

Left: JAL Global Club Counter Upper Right: Information Counter Lower Right: Security check

出発ロビー南ウィングJALカウンター全景。全面的なレイアウト変更と各種カウンターの区分を明確にすることにより、スムーズなアクセスが実現された。

South Wing JAL Counter



フューチャー・パス きみは未来の新聞記者だ！ 独立行政法人科学技術振興機構、パナソニックシステム ソリューションズ ジャパン株式会社、株式会社丹青社 GKテック

50年後の未来都市で、科学技術の発展による生活の変化を取材体験するロールプレイング型展示。カメラ型端末で未来都市のジオラマを覗くと、取材テーマに関連したものがAR(Augmented Reality: 拡張現実)表現で現れる。体験者は未来の人に話を聞き、写真を撮影する。取材内容はその場で新聞になる。日本科学未来館が企画し地域の科学館等を巡回する。GKテックはARの仕組みを含めたシステム全体の企画・設計・製作を担当。

Pass to the Future: You are a future news reporter Japan Science & Technology Agency + Panasonic System Solutions Japan Co., Ltd. + Tanseisha Co., Ltd. GK Tech

Role-play exhibit to allow information gathering on changes in living brought by the advancement of scientific technologies in a future city 50 years from now. Looking through the diorama of the future city through the camera-type terminal, objects or persons related to the subject appear as augmented reality (AR) images. A reporter-to-be can interview a person and take photos in the future city. The report will be compiled into a newspaper. This system was planned by the Museum of Emerging Science and Innovation, and it is meant to be a mobile environmental exhibition to local science museums. GK Tech was responsible for planning, designing and producing the system as a whole including the AR mechanism.



展示風景。展示施設は公募によって富士川楽座(静岡県)、佐世保市総合教育センター(長崎県)、新潟県立自然科学館(新潟県)の3つの施設が最初の巡回地に選ばれた。

Exhibition. By open application, the following three institutions will show the exhibit system for the first year: the Fujikawa Rakuza (Shizuoka pref.), the Sasebo-city Total Education Center (Nagasaki pref.), and the Niigata Science Museum (Niigata pref.).



取材したいテーマを選びインタビュー開始。カメラ型の端末で未来都市のジオラマを覗いた様子。テーマに関連したものがAR表現で現れ、未来の人にインタビューをする。取材した内容と写真が新聞記事になり、webサイトにアクセスして見ることができる。

Select subjects to start an interview. Diorama seen through the camera-type terminal. Items related to the selected subject appear with augmented reality images. After interviewing persons in a future city, photos will be taken using the camera-type terminal.

デザイン真善美

栄久庵 憲司

20. 歴史に学ぶ、「日本思想」来し方と行く末

縄文、弥生をその源とし、永い歴史を積み重ねて来た日本。山川草木、花鳥虫魚に神の宿るその国柄は季節折柄の文化に育まれ、人々は自然への敬虔な心情を持ち続けて来た。そこには自然信仰に立脚した無数の神々、八百万神が存在する。このような状況の中で生まれた神道は、自然発生的な意味における「日本思想」の原点と言えよう。そこには「すっきり」「さわやか」「さっぱり」などの感性的世界が溢れている。その後中世、近世などを経て、各時代の国家意識や社会体制の変遷する中にも、その自然観や世界観は日本人の胸の底に脈々と生きている。それらは今日に至る日本人の美意識の源ともなっており、「日本思想」をかたちづくるDNAの重要な核と考えられる。

一方、6世紀(538年)には仏教が伝来。百済の聖明王の使者が欽明天皇に釈迦如来像や経典、仏具等を献上する。その後、推古天皇の時代に各地で寺院建設が始まり、摂政となった聖徳太子は摂津国に四天王寺を建立した。又冠位十二階、十七条憲法を次々に制定して、法令、組織の整備を進めた。その後仏教は様々に分派しつつ興亡を続けるものの、律令国家の成立から日本は新たな国家造りの時代へと入る。この仏教伝来以降形成された「日本思想」の底流には、神道の持つ自然感性的世界観に対して、事物存在の論理や人間生存の摂理そして社会存続の倫理など、思惟理性的世界観が存在している。これもまた「日本思想」形成の重要な要素と考えられよう。

改めて今日の日本が依って立つ「日本思想」の源とその形成の流れを考えてみよう。日本人は仏教伝来に始まり様々な渡来文化を吸収し、日本独自のものへと昇華させて来た。キリスト教と共に鉄砲技術を、禅仏教と共に茶の湯や漢方医学を、鎖国時代であっても様々な南蛮渡来の文化を。そして開国後は産業革命後の西洋の技術を取り入れながらも、一方で武士道精神を貫きつつ明治期の近代思想を創り上げた。まさに「和魂洋才」の極み。そして戦後民主主義の導入とともに今日に至った。すなわち神道的感性を精神の基盤に仏教的理性を行動の規範として、日本独特の思想文化を創造してきたのである。自らの歴史を辿り、自らの思想が何処から来て、どのように形成されたかを知る事は大切だ。今日が「アジアの時代」であればなおさら、その原点を改めて求め、未来へ繋がる新たな「日本思想」を、今こそ構築すべき時と心得る。

Truth, Goodness and Beauty of Design / Kenji Ekuan

20. Learning from the history –The past and future of Japanese Thought

Beginning with the Jomon and Yayoi periods, Japan has come through a long history. The country in which gods dwell in mountains, rivers, trees and grass, flowers, birds, insects and fish is rich in culture appreciating phenomena in each season. People have maintained reverence toward nature. Countless gods, said to be eight million are present in this world based on nature worshipping. Shinto which developed in such an environment can be considered to be the source of spontaneously developed “Japanese Thought.” This thought is filled with feelings such as “refreshing” “bracing” and “clean.” The view of nature and the view of the world of the Japanese have remained unchanged in people’s minds through the middle and near modern ages even if the view on the state and social system changed from time to time. The view on nature and the view of the world can be considered as the sources of Japanese aesthetics, and the core of DNA of Japanese Thought.

In the meanwhile, Buddhism was conveyed to Japan in the 6th century (538). King Seong Myoeng of Paekche on the Korean Peninsula presented through his envoy the gifts of the statue of Sakyamuni Tathagata, sutras, and Buddhist altar fittings to Emperor Kinmei. Later in the period of Emperor Suiko, the construction of temples began in different localities in Japan. As the regency, Prince Shotoku built Shitenoji Temple in Settsu province (now parts of Osaka and Hyogo prefectures). Prince Shotoku established the 12 official ranks and the 17-article Constitution to develop laws and the bureaucratic organization. In later days, Buddhism developed into various branches and experienced a number of rises and falls. Japan entered a new age of nation building after the establishment of the ritsuryo state, a system of centralized autocracy structured by comprehensive legal codes. In the undercurrent of “Japanese Thought” which developed after the introduction of Buddhism is a rational view of the world including the logics of the existence of things, the providence of human existence and the ethics of social survival as opposed to the Shintoist view of the world based on nature worship and people’s sentiments. This view of the world is also an important element for the development of “Japanese Thought.”

Looking back on the sources and the development of “Japanese Thought,” it is understood that the Japanese have absorbed different foreign cultures since the acceptance of Buddhism and sublimated them into Japanese culture. We were introduced to Christianity accompanied with gun techniques, Zen Buddhism together with tea and herbal medicine, and different cultures from Europe even during the period of isolationism. In the Meiji era, after the opening of the country, the government of Japan introduced western technologies after the Industrial Revolution, while maintaining the spirit of Japanese chivalry to develop modern thought. The modern thought developed as “Japanese spirit, Western knowledge.” After World War II, we accepted and have developed democracy to date. In short, we have developed Japanese thought on the spiritual foundation of Shintoist sensitivity incorporating Buddhist rationality as the code of conduct. It is important for us to look back on our history to know the origin and process of development of our thought. Considering that the present time is called the “Age of Asia,” now is right time to search for new sources, and build a new Japanese Thought to lead our future.

編集後記

商品は時代を映す鏡であると言われます。そして、時代ごとの流行商品があります。流行には、ファド(気まぐれ)、ブーム(にわか景気)、トレンド(動向、潮流)と三つの型があり、ひとつの時代の価値観を形成する流行現象としてトレンドに注目しろと言われています。産業が高度化して市場が成熟かつ地球規模となった現代は、個人の価値観が多様化する一方で様々な課題が噴出し、あらためて社会を基調とした価値観が立ち現われています。こうした流れのなかで、サステナブルデザインやロングライフデザインは社会的な課題に新しい価値を提示し、ひとつの時代を形成していると言えるでしょう。今号を通じて、デザインは、個人と社会の価値観をバランスし、生産と消費のあらたな関係を実体化させる役目とともに、未来に引き継ぐべき価値を提示し、文化として定着させ、重層的な社会をつくるという重要な役割を担っていると思いました。(南條あゆみ)

Editor's Note

It is often said that products are mirrors that reflect the society of the time. There are products in fashion at different times. There are three kinds of fashion, namely, "fad," "boom" and "trend." We are told to take note of trends that set the values of a certain time period. Today, industries are increasingly adopting high technologies and the markets are growingly matured on the global level. The values of individuals are being diversified, and various issues have come to surface. In such circumstances, sustainable designs and long-life designs may present new values to cope with social issues, and will be the mainstream values of the present time. Through this issue, I thought that designers were playing important roles to balance individual values and social values, to establish new relations between production and consumption, to present the values to be carried over to the future and to be established as a culture, and to build a multi-layer society. (Ayumi Nanjo)

GK Design Group

GKデザイングループ

株式会社 GKデザイン機構
株式会社 GKインダストリアルデザイン
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 GKデザイン総研広島
GK Design International Inc.
(Los Angeles / Atlanta)
GK Design Europe bv
(Amsterdam)
青島海高設計製造有限公司 (QHG)
上海芸凱設計有限公司

GK Report No.21

2011年3月発行
発行人／田中 一雄
編集顧問／山田 晃三・手塚 功
編集長／松本 匡史
編集部／南條あゆみ
翻訳／林 千根
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
Phone: 03-3983-4131
Fax: 03-3985-7780
URL: <http://www.gk-design.co.jp/>
印刷所／株式会社 高山

GK Design Group

GK Design Group Inc.
GK Industrial Design Inc.
GK Sekkei Inc.
GK Graphics Inc.
GK Dynamics Inc.
GK Tech Inc.
GK Kyoto Inc.
GK Design Soken Hiroshima Inc.
GK Design International Inc.
(Los Angeles / Atlanta)
GK Design Europe bv (Amsterdam)
Quindao HaiGao Design & Mfg. Co., Ltd (QHG)
GK Design Shanghai Inc.

GK Report No.21

Issued: March 2011
Publisher: Kazuo Tanaka
Executive Editor: Kozo Yamada, Isao Tezuka
Chief Editor: Tadashi Matsumoto
Editor: Ayumi Nanjo
Translator: Chine Hayashi
Published by GK Design Group Inc.
3-30-14, Takada, Toshima-ku,
Tokyo 171-0033 Japan
Phone: +81-3-3983-4131
Fax: +81-3-3985-7780
URL: <http://www.gk-design.co.jp/>
Printed by Takayama Inc.