

特集

かたちのあり方



3 特集

かたちのあり方

4 Hi-Fiチューナー“R-3”と「ものの民主化」を重ねてみるに
栄久庵憲司

6 自然のかたち、人工のかたち
山田晃三

8 道具に情感と生命を与える — GKダイナミックスのかたち
一條 厚

12 生活を創るグラフィックス — GKグラフィックスのかたち
高島雅晴

16 伝統工芸にみる現代のものづくり — GK京都のかたち
吉田治英

20 Column 道具文化往来 藤本清春

21 Project News

- ・豊島法人会館 設計監理業務／豊島法人会
- ・Grizzly 300／ヤマハ発動機株式会社
- ・JAL国際線777-300ER機内インテリア/シートデザイン開発「JAL SKY SUITE 777」／日本航空
- ・家庭用はさみ「フィットカット カーブ」パッケージデザイン／プラス株式会社
- ・地下鉄乗車促進キャンペーンポスター／京都市交通局
- ・爪やすり・ 鑿やすり／株式会社ワタオカ
- ・Urban Flyer 0-type／千葉都市モノレール株式会社
- ・QuaPro-R／住友ナコマテリアルハンドリング株式会社

25 Topics

- ・「栄久庵塾」開講される
- ・栄久庵会長が公益財団法人 共用品推進機構のロゴマークをデザイン
- ・New York Times Magazineに栄久庵会長のインタビュー記事掲載
- ・キックマンのドキュメンタリーフィルムに栄久庵会長が出演
- ・「MADE 4 YOU — Design for Change」展に出展
- ・山田晃三GKデザイン機構代表取締役社長に就任
- ・P-Roomセミナー開催
- ・「韓国デザインの現在と未来展」開催
- ・第12回ひろしまグッドデザイン賞受賞
- ・インディアデザインマーク受賞

27 Special Topics GKデザイングループ創立60周年

31 Column デザイン真善美 栄久庵憲司

3 Feature:
Forms

4 Hi-Fi Tuner “R-3” and the Democratization of Things
Kenji Ekuan

6 Natural Forms, Man-made Forms
Kozo Yamada

8 Emotions and Life to Dougu – The Forms of GK Dynamics
Atsushi Ichijo

12 Graphics for Creating Everyday Living – The Forms of GK
Graphics
Masaharu Takahata

16 Contemporary manufacturing observed in traditional craft
arts – The Forms of GK Kyoto
Haruhide Yoshida

20 Column Dougu Culture Crossroad Kiyoharu Fujimoto

21 Project News

- Toshima Hall Design Supervision / Toshima Hojin Kai (Corporate Association)
- Grizzly 300 / Yamaha Motor Co., Ltd.
- Interior and Seat Design for JAL International Airline Boeing 777-300ER “JAL SKY SUITE 777” / Japan Airlines
- Package design for household scissors “fitcut Curve” / PLUS Corporation
- Campaign Poster to promote subway usage / Kyoto City Transportation Bureau
- Nail Files and Heel Files / Wataoka Co. Ltd.
- Urban Flyer 0-type / Chiba Urban Monorail Co., Ltd.
- QuaPro-R / Sumitomo Nacco Materials Handling Co., Ltd.

25 Topics

- “Ekuan Juku” began
- Chairperson Ekuan designed the Logo for the Accessible Design Foundation of Japan
- Interview with Chairperson Ekuan appeared in New York Times Magazine
- Chairperson Ekuan appeared in Kikkoman’s Documentary Film
- GK exhibits at “MADE4YOU-Design for Change” Exhibition
- Kozo Yamada became the president of the GK Design Group
- P-Room Seminars
- “Korea Design Today & Tomorrow” Exhibition held
- 12th Hiroshima Good Design Award granted
- India Design Mark Awarded

27 Special Topics GK Design Group celebrates its 60th anniversary

31 Column Truth, Goodness and Beauty of Design Kenji Ekuan

かたちのあり方

ことのデザインという言葉が示すとおり、デザインの意味が広がっている。実際にものをつくる前の段階で考えられている“こと”が独立して、デザインの一分野となっている。人つなぎもデザインの範疇に含められようとしている。しかし、かたちはこの先もなくなることはない。美しいかたち、よきかたちを作り上げることは、デザイナーの職能として、これからも求めつづけられるだろう。

GKデザイングループ会長の栄久庵憲司は、かつて、著書『モノと日本人』（東京書籍・1994）の中で、以下のように述べている。「デザインは人のこころの内なる思いをかたちにおきかえる作業であり、その結果としての実体、すなわちものである。こころをことに起こし、もののかたちに表す作業である。帰するところデザインとは、人間によって新たな存在を創出することである。その目ざすところのよきデザインとは、よきこころをことに、よきことをよきものに、よきものをよきかたちに、創り出すことである。ことは思いの総合であるから、ことを表すために設えるものは、美しくなくてはならない。デザインにおける美の使命は、人のこころに立ち帰ってその思いを満ちし、人のこころを快適に保ちつづけることにある。」

よきかたちには、意味がある。そのデザインの意図をデザイナーは伝える義務がある。伝えるためには、必要な素養を身につけてはいけない。

編集部 松本匡史

Forms

As the term of “designing immaterial things” suggests, the range of what design aims to achieve is expanding. The preparatory planning before beginning the actual process of making things is now separated as a genre of designing immaterial things. Even linking related persons is also included as a part of the process of design. However, this does not mean that form will disappear. The designing of forms will continue, and creating beautiful and good forms will remain an important function for designers.

Kenji Ekuan, chairperson of the GK Design Group, wrote in his *Things and the Japanese* (Tokyo Shoseki, 1994) “Design is the work of giving shape to a thought inside a person’s mind. The result is a material thing. The process of design is to show what is inside one’s mind in a material form. In short, design is the art of sending out a new entity into the world. What we should aim for in trying to make a good design is to take a good thought or idea that we have in mind, turn it into a good immaterial concept, and then the good concept into a good form. The concept is a synthesis of what one thinks, therefore, its embodiment must be beautiful. The key importance of beauty in design is to satisfy people’s desires and to keep them in a pleasant state of mind.”

A good form has its meaning. A designer must convey the intention of designing the form. To convey the intention, he/she must acquire a substantial background for communication.

Editor Tadashi Matsumoto

Hi-Fiチューナー“R-3”と 「ものの民主化」を重ねてみるに

栄久庵憲司



ヤマハ Hi-Fiチューナー “R-3”/1954 YAMAHA Hi-Fi Tuner “R-3”

Hi-Fi Tuner “R-3” and the Democratization of Things Kenji Ekuan

GKは、バウハウスと同様、ある種の共同体をその出自としている。なぜ、共同体をあえて強調するかというと、いわゆる利益追求で考える世界とはちょっと違うからである。そもそも GKは、純粹無垢に美を追求するという目的で集まった同志による共同体であった。終戦という大きなショックをのりこえ、インダストリアルデザインと出会うことによって、「ものの民主化」そして「美の民主化」を求め行くに至ったのである。すなわち、台所にあるフライパンにもデザインによってもたらされた美があり得るのであり、そしてそれは誰にでも手に入れることができるものなのだ、と考えていた。貴賤の別なく、美を手に入れることができるようになったのは、インダストリアルデザインの尊い意義の一つである。GKは共同体として感じられる美を目指していた。共同体の中で感じる美しさが、普遍的な美を生んでいく。GKが60年にわたり、存続しているのは、専門家として、そして職業人として、安定した美をつくり出す能力があったからだといえるし、今後もGKがこの共同体を維持するためには、継続してその美しさを提供していかなければならない。

美しさをどうやってつくっていくのかを考えると、まず用を完全に満足させて、しかもその上で、さらっとした単純さを如何に表現できるかが重要となる。その中で、一番大事な美というものをどうやって生み出すか。道具をつくる上においては、用をなくしては考えられない。必ず、用があって、その上で用と美が同時に存在する。用が十分に足りうる単純さというのは、人によってみんなちがうと思うが、GKにおいては、誰が考えたとしても、同じような世界がかたちづくられるところに、共同体である由縁が存在する。

かつて利休や光悦は、素直な中に、率直に嘘のない美を生み出

GK, like Bauhaus, was born out of a kind of community. The reason for using the term of community is that GK is not a firm simply seeking profit. The beginning of GK was a cenacle purely seeking beauty. Overcoming the great shock of being defeated in the war, we came to know industrial design, and began our pursuit of “democratizing products” and “democratizing beauty in industrial products.” We thought that through design, beauty could be given as lowly as a frying pan in the kitchen and that this beauty would be shared by anyone. It is one of the merits of industrial design that people from all walks of life have come to enjoy beauty in their life. GK aimed to create beauty within our community. We hoped that the beauty felt among our members would develop into universal beauty. The existence of GK for the past 60 years can be attributed to our competence in stably creating beauty as specialists and professionals in design. To maintain GK as a community in the future, we must continuously put forward beauty into people’s everyday living.

In designing a product, we first must fully meet the need for functions fully, and then we can consider how to express simplicity. The most important element here is beauty. Functionality and beauty exist simultaneously. The level of simplicity of a design after fulfilling the need for functions may vary from one person to another. But at GK, no matter who designs what, a similar expres-

している。従ってその作品は、自ずと素朴なものであり、決して虚飾に満ちたものではなかった。おそらく、その同志たちも素朴な気持ちをもっていたのであろう。その絆の中での純粋な思いが共有され、それが美に通じたのである。

今さらながら、私がつくづく感じているのは、1954年にGKがつくったヤマハのHi-Fiチューナーの美しさである。今から見ても、エゴイスティックさというか、不純のかけらが一切ない作品だったと自負している。結果的に見て、あのチューナーを超えるデザインはいまだになかなか存在していない。かつてよりGKが標榜している言葉に“Everything through Industrial Design”というものがあつた。このチューナーのように単純にして明快な形を通すとどうなっていくのか、そこにはじめてインダストリアルデザインを通じた「GKのかたち」というものが生まれてくるのではないかと思う。いわゆる工芸作家というものは数多いが、決してたくさんものをつくることはできない。だから結局、日本が美しくならない。一方、インダストリアルデザインは、たくさんものをつくることのできる。機械化、工業化という、否定的な目で見られることもあるが、それは美しいものを量産化することができるのである。GKは、なんとかして日本の環境を美しくしたいと思ってきたわけであり、日常的に美をあまねく広めていくという意味において、量産というのは実に有効である。

形になるもの、手に触れられるものがインダストリアルデザインの対象であるから、少なくとも目に見えないものを形にすることはできない。それでも目に見えないものをデザインするということはあるかもしれないが、それはただデザインという言葉を利用しただけであるように思う。はっきり手に握れるもの、目に見えるもの、匂いをかげるもの、耳に聞こえるもの、そういったオ

ブジェクトがインダストリアルデザインの対象になるのである。その意味においても、かたちというものは、この先なくなることはない。

もちろん「モノのデザイン」「コトのデザイン」ということは互いに連動していて、いふなれば、これはコインの表裏に似て、それぞれが独立して存在しているわけではない。「物事」という言葉が一つになっているように、事柄と物柄は両方大事な世界である。改めて物柄を考えるとすることは事柄を刺激し、刺激された事柄を考えれば、必ず新たな物柄が出てくる。ただ、GKがその出自とするべき共同体の中で、まず、考えたことは美しさであり、それをいかようにして、より多くの人の手元に届けるかということなのであつた。

GKは美しさをつくり出すことをもってして、その生業としてきた。美を提供するというを、どういう矜持を持って、人に伝えるのかということ、今こそ改めて考えなければならぬ。GKという共同体の中で感じる真の美しさを追求し、究明し、吟味していく、そういった世界を提供していくことが肝要なことであると確信する。

えくあん けんじ GKデザイングループ会長

sion of simplicity is given. Here lies a reason for our being a community.

In the past, Rikyu, a tea ceremony master in the 16th century and Koetsu, an artist (calligrapher and ceramist) in the 16–17th century created beauty in their simple and straightforward expressions. As a matter of nature, their works were not meretricious. Perhaps, their colleagues might have shared the simple expressions, and they all sought the same kind of beauty.

Thinking back again, I find the YAMAHA Hi-Fi tuner that GK designed in 1954 to be beautiful. Still today, I take pride in this design without any designer's impure self-assertiveness. There has been no work that surpasses the design of this tuner. GK has long advocated “Everything through Industrial Design.” Pursuing simple and clear forms like this tuner will lead to “GK forms.” There are many craft artists but they cannot manufacture many works at one time. For that reason, Japan cannot be filled with beautiful things. In contrast, industrial design can accommodate mass production. Some may have a negative view on mechanization or industrialization, but they can mass-produce beautiful things. As GK has wanted to beautify Japan, we see mass production as an effective way to spread beauty in people's living across the nation.

The objects of industrial design are tangible things which can be

held, seen, smelled and heard. Things that are invisible cannot be objects for industrial design. Industrial design means to create objects with forms. In this sense, forms will continue to exist for good. Of course, designs of material and immaterial things are mutually linked, and neither of them exists independently. Both material and immaterial things are important. Considering a new material thing often stimulates an immaterial thing to emerge, and immaterial things may stimulate an idea for a new material thing. At any rate, what we at GK thought first was to create beauty, and how to deliver beauty to as many people as possible.

GK has been working to create beauty. We must consider anew how to convey beauty with pride in our work. It is essential, I trust, that we continue to pursue true beauty, ascertain and examine it, and offer the results of our endeavors.

Kenji Ekuan, chairperson, GK Design Group

自然のかたち、人工のかたち

山田晃三

なぜ僕らは、「かたち(形)」にこだわるのであろう。しかも良いかたちに惹かれるのはなぜか、これを考えてみたい。

かたち、あるいは形態には、「自然のかたち」と「人間がつくるかたち」とがある。かつて、はじめて道具を手にし、自然から切りはなされ自立した人類は、武器や生活用具ばかりでなく、言語や文字、図像、さらには住居や集落などの人為的なツールや装置を形づくることで、人間として生きる基盤を獲得した。よってこうしたものたち無くしてひとは生きてはいけないうし、これがひとつである所以である。デザインという概念は近代の所産ではあるが、本来は、人間の元始的な生きるための基盤の、形成行為と考えていい。かくして人間は、自主的に「人工のかたち」を誕生させ、この地球上に強大な人工世界をつくりあげた。

とはいえ、人間も生命体としては自然の一部であり、人間が多くの人造的なかたちを生み出す過程は、外界を受容し認識するという生物ゆえの知覚の大いなる働きによる。この知覚の働きが、数億年以上の歴史をかけてつくりあげられた脳神経系のなかにあるとすれば、人間のかたちをつくりあげる過程のうちに、自然のかたちの生成形態との平行現象がみられるのは当然であろう。いいかえれば、人間の形成行為は、長い歴史のなかで、絶えずそれぞれの場所と時代ごとに、自然の見方、自然観を必要としたといえるのである。近代デザインにおいても、自然科学的な観点や解剖学的な観点から「機能と形態」が語られたのは、たんに生物と機械とのアナロジーだけではなかったはずだ。

さてその人類が生み出した人工物「道具」は、ひとの生きる能力をより強力なものとするために、技術をもってしてさまざま進化した。これは人間の自然的存在である身体的能力を「体外化」し続けたことにほかならない。メガネは眼球の、衣服は皮膚の、シヨ

Natural Forms, Man-made Forms

Kozo Yamada

Why are we so concerned with forms? And why are we attracted to good forms?

There are natural forms and man-made forms. Human beings created their base for living by not only devising tools for living, hunting and fighting but also language, letters, pictures, houses, settlements, and others. Humans cannot live without this equipment and these things. The concept of design took a clear shape in modern times. But the act of designing can be considered as an innate activity of humans to establish their base for living. In this way, humans brought forth “man-made forms” spontaneously, and created a strong artificial world on the earth.

Nonetheless, human beings as living creatures, are a part of nature. As creatures of nature, their ability to create artificial forms stems from the work of the senses to accept and perceive the external environment and to process it. If the work of the senses were contained in the cerebral nervous system which has evolved along with natural history which extends back more than several hundred million years, it might be natural that a parallel phenomenon can be

observed between the processes of humans making forms and the generation of forms by nature. In other words, the activity of humans to make forms always required a view of nature at different places and times throughout history. In modern design, “functions and forms” are often discussed from scientific and anatomical viewpoints. It may not simply be an analogy between creatures and machines.

“Tools” or artificial things that humans created have advanced evolutionally with advances in technology to help humans have stronger abilities to live. The advancement can be said to be the history of extending the functions of organs of the human body to outside of the body: eye glasses for the eyeball, clothes for the skin, and shovels for hands. If the forms of man-made things were on the extended line of the human body, and if the functions were pursued based on the functions of the body, then the forms would naturally embody the functions. Making forms could be achieved as long as functions were considered from this perspective, even if the forms contained mechanical or power systems.

Toward the end of the 20th century, electronic technology has driven out the conventionally conceived forms. Forms began to

ベルは手の、クルマは足の能力の体外化である。こうして生まれた人工物のかたちが、ひとという生命体の身体の延長線上にあるとするならば、身体というもの有りようを基本に、機能を追いかければ形態はそれに従う。メカニカルであっても動力を身にまとったとしても、機能が、こうした観点でとらえられるうちはそれで良かった。

20世紀の終盤、テクノロジーの電子化によって、これまで考えられていた形態が、その基本を失った。自らのかたちの解体現象がおこり機能とかたちは乖離した。さらに、テレビジョンやネット上に流れる映像世界は、極度に变化する視覚風景を生みだし、情報のかたちにおいても過剰と無秩序化という現象を生み続けている。この状況は世界をひとつに巻き込んで、よりどころのない方向に向かっているかにみえるのである。しかしいっぽうで、無秩序であることを検証する自然科学的な知が、この状況を認識させている。人間は自然の一部であるからこそ秩序を必要とし、自然の形象の記憶によって、自然を取りもどそうとするのである。「不自然なかたち」を良しとしないのはそのためである。いま人間中心と叫ぶのは、まさに身体からの声である。

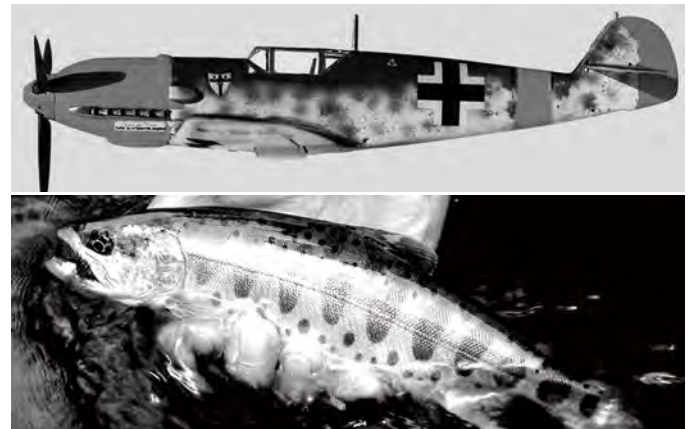
自然界にあるかたちは、僕らが思う以上に多彩で深遠だ。一見不自然であるようでも明快な目的と理由が存在する。孔雀の、飛べない翼は、不自然とはいわない。雌の前でダンスを踊るための雄にのみ与えられた華麗で美的な衣装である。着替えができないからふだんはさぞ邪魔だろうと想像するが、彼の生き方は均衡の上に成り立っている。動物も植物も目的を成就するために、自然淘汰をくりかえし、選ばれしもののみがいまこの地球上に、「もっとも優れたかたち」をもって存在しているのである。生き続けたいという意志が、配偶者を選び、敵と戦い、シミュレーション(擬

態)の結果獲得した最終形質、すなわち究極のデザインがそこにはあるのだ。だから自然は美しい、と心が感じる。

僕らは、デザインが対象とする「かたち」は、もはや人工物の外観意匠だけではないことを知っている。道具や言語が新しい様式を構え誕生したその先には、それを使いこなす人びとの新しい作法や姿かたち、風景やさらには文化すらもデザインの線上にあることに気づいている。かたちは、事象の理解への入口である。ゆえに、いつの時代においても目に見えないものを顕在化(かたちに)するのは、デザインの真骨頂だ。

それぞれの国や地域、組織にすらある「文化のかたち」でさえも、人間が自然の一部であるならば、背後にある大きな自然のリズムによって変容し、自然の形象の記憶によってひとも生かされていると考えることが、自然なのではないだろうか。

やまだ こうぞう GKデザイン機構 代表取締役社長



disassemble themselves. Functions and forms began to diverge. Furthermore, the imagery on TV and computer terminals produces ever changing visual scenes, and continues to bring excessive and unregulated flows of information. This phenomenon appears to be involving the whole world but not directed in any specific direction. On the other hand, with natural scientific knowledge that verifies disorder, we are aware of this situation. As humans are a part of nature, we need order, and with the memory of natural forms, we attempt to restore nature. For this reason, we are not in favor of “unnatural forms.” When we call for human-centeredness today, it is a voice from our bodies.

Forms in nature are more varied and profound than we think. There are purposes and reasons for apparently unnatural forms. A peacock’s tail which is not for flying cannot be said to be unnatural. It is an extravagant and beautiful dress given only to them to display as part of their courtship ritual. I imagine that the tail would be burdensome when it is not in use, in fact, the peacock lives keeping balance. Both animals and plants repeat the process of natural selection, and only the selected ones with the “most excellent forms” are now living on the earth. The will to sustain their species makes them select spouses and fight against rivals.

The result of natural selection is the present form, hence an ultimate design. Therefore, we feel that nature is beautiful.

We know that the form as the target of design no longer means the exterior appearance of artifacts. Beyond the birth of tools and language with new styles, we are aware that even people’s new manners, figures, landscapes and culture are on the line of design. Forms are an entry point to understanding. Therefore, it is the true value of designing at any time, to give shape to invisible things.

Thinking that humans are a part of nature, it may be natural to consider that, the “form of culture” of a country, a locality or organization would be transformed according to the great rhythm of nature that underlies it, and the life of humans is sustained by the memories of natural forms.

Kozo Yamada, president, GK Design Group

道具に情感と生命を与える — GKダイナミックスのかたち

一條 厚

GKのヤマハモーターサイクルデザイン

GKは60年に及び動くものの本質をデザインする「ダイナミックデザイン」コンセプトをテーマに、人と機械とのエモーショナルな関係を追求している。1989年にGKダイナミックスとして分社した以降もパーソナルビークル特有の躍動美にこだわりデザインしている。

「人機一体」

「人機一体」はGK伝統のモーターサイクルデザイン思想である。

それは人間と機械との濃密なコミュニ

ケーションであり、人間とマシンが一体感を認識することによって、マシンは身体機能の増幅装置となる。「跨る」型は日常での「座る」に対し、この独特な様式が人とモノとの一体感を深め、五感で感じ操る高い機動性を生み出す。人もマシンも僅かな2点でしか大地と接していない。この不安定な2点こそ、人と機械に独自のバランスと躍動感を生み出す。

「省く、シンプル、ライト、スリム、コンパクト」はヤマハ発動機とGKの創業以来のコンセプトである。動くモノづくりの原則であり、スポーツ性を基軸とする

ヤマハ発動機を象徴している。そして簡潔な機動美を生む、シンプルで無駄をそぎ落とす思想は、モダンデザインを源流とするGKの思想と共鳴する。そぎ落としていく「省」の思想は日本らしい道具の捉え方であり美意識として、今また、時代の先端の思想となっているが、GKは以来60年間ぶれていない。

「エレメンタリズム」

モーターサイクルは露出した個々のエレメントの集合体である。生物の構成要素である骨格、皮膚、筋肉、心臓、呼吸器、内臓、腱、血管などの機能は、そのままフレーム、タンク、エンジン、各エレメント等の機能の構成要素と重なる。個々の機能を視覚化し、その集合体の計算された構成が無機質な機械を有機的な移動具にトランスフォームさせる。そしてライダーもエレメントの一つとなる。単なるインテグレートデザインやカバーデザインでは達し得ない独自のGKの機能デザイン論である。

「自然の摂理から美の法則を学ぶ」

人は美しさに心ときめく。我々の存在している地球空間での、カタチと力と美



Emotions and Life to Dougu – The Forms of GK Dynamics Atsushi Ichijo

Over the past 60 years, GK has pursued emotional relations between humans and machines with the “dynamic design” concept to design the essence of mobile things. Since the spinoff from GK in 1989, GK Dynamics has been designing personal vehicles focusing on their dynamic beauty.

Man-machine Integration

Man-machine integration is the philosophy of GK’s traditional motorcycle design. This implies the intimate connection between man and machine. Man realizes the unity with a machine and the machine amplifies man’s physical functions. Compared to the daily position of sitting, the position of straddling deepens the connection between man and the machine. A high mobility controlled with our

five senses is created. Both human and motorcycles stand on two points. It is these two unstable points that bring out the unique balance and dynamism of man and the machine.

“Elimination: simple, light, slim and compact,” this is the concept that Yamaha Motors and GK have mutually followed ever since the foundation of the companies. The philosophy of simplifying and minimalizing is the principle of any mobile entity. This is what creates the clean functional beauty in which the sport-oriented Yamaha Motors excels. This philosophy resonates with GK design ideology which has its source in modern design. Eliminating the unnecessary is a very Japanese way of understanding a tool. This aesthetic sense is currently the cutting edge philosophy, which GK has maintained unwaveringly for the past 60 years.

Elementalism

Motorcycles are a set of exposed individual elements. The structural elements such as the frame and engine are likened to the biological structural elements of a human’s frame, arms, legs, skin, muscles, heart, respiratory organs, intestines, tendons and blood vessels. The functions are made visible and the calculated structure of this aggregation transforms inorganic mechanics into an organic mobile machine. The rider becomes one of the elements. This is GK’s original theory of functional design which neither integrated nor exterior design can accomplish.

Learning the law of beauty from the law of nature

As for transportation equipment, air resistance is another factor included into the design equation. Without air, the sensual forms created from the streamlining of shapes and creation of aerodynamics needed to create



第42回東京モーターショー2011で公開されたY125もえぎ(MOEGI)。軽妙で洗練されたデザインが評判になった。
Y125 Moegi published at the 42nd Tokyo Motor Show 2011. Its light and sophisticated design was highly reputed.

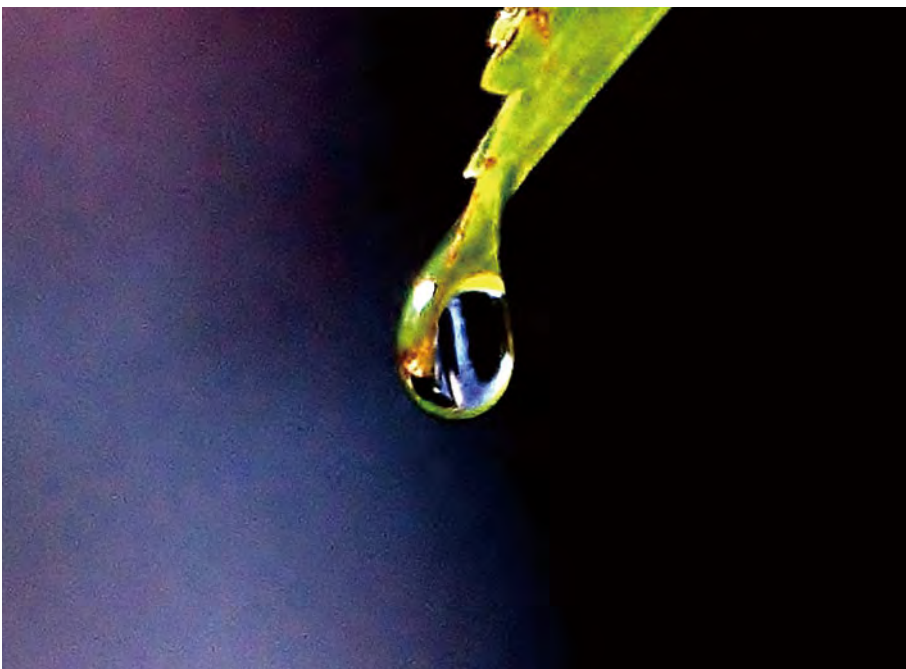
の相関を考える。生物の一生は重力と引力と大気圧とのせめぎ合い。「若さのカタチ」が美しいのは、内なる生命力が大気圧よりエネルギーが強かつ筋力が重力を上回っているからである。カタチと美の原理を解く、この内と外との力の関係式は、美しさの根底に力学があることを教示してくれる。重心の上下移動や前後変化で、軽快、重厚、安定といった躍動感を内包するコンセプトは論理化できカ

タチに置き換えられる。人間の感じるカタチへの美意識は、美の法則や種の保存の本能と共に遙かな祖先から引き継ぎ形成されてきた。

移動具はこれらに加え空気の抵抗が加わる。流線型やエアロダイナミックスなど、空気が存在しなければスピードが生み出す魅力的な姿は存在しない。空気がカタチを美しくする。空気のある星、地球空間内のみの美の原理である。これらを深

く理解することで、造形観は単なる視点から理論へと昇華する。

ガソリンタンクの普遍のスタイルの一つに、「ティアドロップ」と呼ぶ、水滴が落ちる重力の張力の動きの瞬間のカタチがある。これは美と動が融合して創り出す緊張感のあるカタチのシンボルでもある。美しいティアドロップにGKはこだわりをずっと持ち続けてきた。「もえぎ」はその集大成でもある。



speed would not exist. Air is what makes forms beautiful. This element of beauty exists only on the planet earth which has air. By fully understanding this, the view of design upgrades to the theory of design.

The teardrop form is the universal style of gas tanks. It captures the gravity and tension when water droplets fall. This is also a symbol of the tension caused by the fusion of beauty and movement. GK has pursued creation of the perfect teardrop. The model "Moegi" is the ultimate work.

Hands make you think

Hands make creations. Hands are the greatest sensors. Motorcycles are the perfect scale for creation by hands. An experience produced only from the actual sense of touch. At GK a rare process of designers themselves creating clay models from beginning to end takes place.



「手で考える」

手で創造する。最高のセンサーである手の感覚。モーターサイクルは手に最適なスケールの造形対象である。実在の感触からのみ生み出せる実体感。GKはデザイナー自身が最後までクレイモデルを創るといふ、世界でも希なプロセスにこだわっている。

日本のアニミズムの精神の如くカタチに魂をこめてこの世に生み出したいのである。三次元の造形の奥深いところは試行錯誤の過程がデザイナーの造形力を磨くことだ。素晴らしいコンセプトもそれを表現する力量が無ければ人に伝わらない。言葉とスケッチ、3Dデータだけでは三次元は極められない。例えば、人間の

We want to create forms soulfully with the spirit of animism in Japan. 3D creations are quite profound in a way where designers brush up their designing skills through trial and error. No matter how splendid the concept may be, the message will never be told unless it is skillfully expressed. 3D creation cannot be mastered just with words, sketches or CAD. For example, the human body, the beauty humans are eternally intrigued by, is too complex to capture on drawings or CAD.

Our hearts skip when we catch sight of something attractive. We may even fall in love at first sight. The sensuality of the form moves human emotions and attracts our five senses. The tension, the power and firmness, emitted from the intense curve from its inside is the heart of GK creation. With the shades of lustrous rich emotions that the cold machine expresses and the secret ingredients for a dynamic creation, it is “man-machine sensual-

永遠の美の対象である人体は、図面やデータで表現できるほどたやすくはない。

魅惑的な対象を見た瞬間ときめく心、一目惚れ。人間の情感、五感を揺さぶれるのはカタチの色気である。張り詰めた曲面の内側からのみなぎるテンション「力感、張り」はGK造形の肝である。それは冷たい機械に艶やかな情感、豊かな陰影を表現する「人機官能」であり、ダイナミックス造形の秘伝のたれである。モーターサイクルには人間の五体と五感が乗り移っているのである。

これからのカタチづくり

日本のデザインから力が失われつつある。コスト、スピード開発には長けるも

ity”. The human bodies and five senses have taken over the motorcycles.

The form of the future

The power of Japanese design is becoming weak. From the perspectives of cost and speed, it exceeds others, however, it lacks the attractiveness to grasp peoples' hearts. The domain of design has diversified and matured covering material and immaterial things, however, I believe that structure is what we have left far behind. Every material has its form. With the current youth culture orientation, Japanese are keen to catch the trend. On the other hand, forms that are mature, timeless and of high quality are difficult to find.

In a world overflowing with short-life designs, Yamaha Motors has numerous long enduring creations that exist even today such as the Good Design Award winning SR, Serow and Vmax. This is attributed to the tradition passed

のの心をつかむ魅力に乏しい。モノからコトへデザインの領域は多様化し成熟したが、水を開けられたのは造形力ではないか。モノにカタチは必ず存在する。日本は若者文化志向から時代を敏感に捉える反面、時代を超えるタイムレスで上質な大人のカタチが生まれ難い。

ヤマハ発動機は、消費されるデザインが氾濫するなかにあつて、Gマークロングライフデザイン賞のSRをはじめ、セローやVmax等、今も生き延びているロングライフモデルが多いことが特徴である。それは刹那的なトレンドデザインに走らず本質を追求する姿勢がGKのデザインの現場に引き継がれているからである。長く愛でられるデザインには時代を超える美しさと品格があり、オリジンとなるコンセプトとそこから生まれるカタチがある。

日本のカタチ

社会は今、近代を築き自然をも支配する欧米の人間至上主義や合理主義が招いた諸問題に直面するなか、東日本大震災を通じて、自然を畏怖し敬い共生してきた日本人の人生観や美意識や心根を再認識した。厳しい自然に育まれた日本のカタチとは、優しさと凛々しさを備え日本

along by GK designers of pursuing the essential quality of things instead of chasing the short living design trend. Designs that intrigue people, despite their time period differences, have a dignified beauty and withhold the concepts and forms that mirror their origins.

Forms of Japan

Our society faces various issues caused by the western humanism and rationalism which built modernism and took control over mother nature. However, the Great East Japan Earthquake made us realize anew the view on life, sense of beauty and good heart that the Japanese have held and honored, feeling awe and living in harmony with nature. The Japanese form nurtured in severe nature is gifted with warmth and gallantness which will finally lead the beauty of Japan. The “Sakura” and “Moegi” are no doubt Japanese forms and also the forms of GK.



第40回東京モーターショー2007で公開されたXS-V1 Sakura。そのタイムレスな美しさゆえ、今でも生産を望む声は多い。
XS-V1 Sakura presented at the 40th Tokyo Motor Show 2007. Because of its beauty in design, there still is demand for manufacturing the model.

の美しさとなる。「Sakura」や「もえぎ」は紛れもなく日本のカタチであり、GKのカタチである。

GKダイナミックスは、独自のデザイン論を軸にしてデザイン活動を続けてきた。こだわりの造形力にアートの資質と、高い工芸性を加味することで個性と普遍

性のあるカタチを生み出してきた。

モーターサイクルほどこんなにも人間に近い乗り物は他にない。共に雨に打たれ、寒さに凍え、陽光を受ける。モーターサイクルデザインとは、人とモノへの愛おしさに共感し、それをカタチ化することである。冷たい機械と人とのエモーシ

ナルなコミュニケーションから、道具に温かな情感と生命力を与える。それがGKダイナミックスのデザインである。

いちじょう あつし GKダイナミックス
代表取締役社長

Design at GK Dynamics has been based on our original design theory. Adding the qualities of art and industrial arts to our design competence, we have brought forth forms with uniqueness and universality. There is no other vehicle closer to humans than the motorcycle. Together, we are exposed to rain, shivering coldness, and strong sunlight. The design of a motorcycle is to feel love towards a rider and a machine, and materialize^o it. The concept of dynamic design can be applied to all kinds of tools as it places an object and a human on an axis. Creating warm emotion and vitality to instruments through emotional communication between cool machines and humans: this is what GK Dynamic design is.

Atsushi Ichijo, President, GK Dynamics



Photo : Terutaka Hoashi

1955年に発売された、ヤマハ発動機の第1号車YA-1は、シンプル、ライト、スリム、コンパクトというヤマハデザインコンセプトの基本をつくった。

YA-1, the initial motorbike model of Yamaha Motor Co., Ltd. launched in 1955. With its simple, slim, light and compact design, it established the Yamaha design concept.

生活を創るグラフィックス — GKグラフィックスのかたち

高島雅晴

デザインは生活文化を育む知的資源

「コミュニケーション論」で高名なデイヴィッド・ボームは著書『ダイアログ』のなかで「社会とは、人がともに働き、ともに暮らすために、人によって作られたいくつもの人間関係の結びつきである。社会はルールや法律、制度などさまざまなもので結ばれている。それらは人が考え出し、取り入れることに同意し、実行に移したものである。その背景には文化が存在する。文化とは意味を共有するものだ。」と述べている。

GKグラフィックスの基本姿勢を「優れたデザインは生活文化を育む。物事・事象の本質を発見し、表現されたグラフィック・メッセージは、誰もが共有できる一貫性をもった普遍的な価値を生み出す。デザインのはたらきによって形成される知的資源は、人びとの生活世界で継承され活用されていく。」と規定する。

「GK」のグラフィックデザインとは

GKグラフィックスは、GK発足時よりビジュアルコミュニケーション(グラフィックデザインと同義)を業務とする事業体として今日まで活動を続けてきた。1980年にGKグループ各社が社会に対し

てデザイン提案を示す「GK展」を経て、さらに1985年に独立法人として「GK Graphics」を社名に冠した。"Everything through Industrial Design"をデザイン理念とするGKグループの歩みと軌を一にし、



GK GRAPHICS—Integration -1980

立体的な工業製品と表裏一体をなすグラフィック領域をインダストリアル・グラフィックという新しいジャンルとしてとらえ、多様化した諸情報を再統合(Integrate)し、ビジュアルコミュニケーションの体系を構築した。

GK GRAPHICS - Integration -1980

Considering graphic design applied to industrial products as industrial graphic design, we constructed the visual communication system to integrate diversified information.

GKのグラフィックデザインとはなにか、どのような表現様式を特徴としているのか、デザインを通して何をめざすのか問い続けてきた。



GKグラフィックス展—生活を創るグラフィックス - 1985

生活の価値観の多様化が進み、グラフィックデザインが果たす役割も多面的になった。「規準化」「演出」「証明」「個性化」「適合」「変換」の6つの視点を設定し、これらのなかにデザイン営為の核が存在するという考え方を打ちだした。

GK Graphics Exhibition - Graphics for Creating Everyday Living, 1985

Values in lifestyle have been diversified, and so have the roles of graphic design. We defined six viewpoints, "standardization," "direction," "verification," "adjustment," and "transformation," and set forth an idea that the core of design activities lie among these.

Graphics for Creating Everyday Living – The Forms of GK Graphics Masaharu Takahata

Design is an intellectual resource to enliven our livelihood culture

David Bohm famous for his communication theory wrote in his publication, On Dialogue, "A society is a link of relationships that are set by people in order to work and live together: rules, laws, institutions, and various things. It is done by thinking and agreeing that we are going to have them, and then we do it. And behind that is a culture, which is shared meaning."

The basic stance of GK Graphics is "Excellent designs enliven lifestyle culture. Graphic messages that reveal the essence of things and events can create a universal value that can be shared by all people. The accumulation of intellectual resources that result from good designs will

be passed on and continue to be used in people's everyday living."

What is GK Graphic Design?

Since the inception of GK, GK Graphics has been specializing in visual communication (identical in meaning with graphic design). In 1980, the GK Exhibition was held in which affiliated firms in the GK Group presented their design works. In 1985, GK Graphics Inc. was established as an independent corporation. Going along with the GK Design Group pursuing "Everything through Industrial Design," we at GK Graphics have been asking ourselves what GK graphic design should be, what expression style we should seek to distinguish ourselves from others and what we should be aiming to achieve through design.

Importance of Design Literacy

Letters, symbols, pictures, decorations and colors were already in use before the beginning

of recorded history and continue to be used today. These are the elements of graphic literacy, resources humans rely on for expression and communication.

The term "literacy" originally means reading and writing abilities. But it has been applied broadly to various aspects in social life, and now it is used as a functional term to interpret the values of society at different times, and to help build strategic thinking. It also means an ability to enhance people's potential to participate in social life. Graphic design has an important capability to promote visual communication.

In the following, typical examples will be introduced.

Functional Beauty in Everyday Life, a Style Conveyed by forms

Kikkoman Soy Sauce Table Dispenser, 1961

The table dispenser was put into the market when post-war industrial development was

デザインリテラシーの重要性

人と人とのコミュニケーションを媒介する〈文字〉〈記号〉〈図像〉〈装飾〉〈色彩〉は、有史以前に誕生し現代までに命脈をつないでいる。これらは「グラフィックリテラシー」として、世紀を超えて受け継がれてきた表現と伝達、人間の生活のための資源である。「リテラシー」という用語は、さまざまな分野で人口に膾炙されている。letter=文字に由来するコミュニケーションのための「読み書き能力」が原義的な意味である。その意味世界を拡げ、時代や社会の価値を読み解き、戦略的な思考を組み立てるための機能用語になってきている。人びとの潜在的な能力を高め社会に参加できる能力でもある。ヴィジュアルコミュニケーションを司るグラフィックデザインの重要な能力として位置づける。次に代表的な事例を紹介してみたい。

生活における用の美、かたちが伝える作法 キッコマンしょうゆ卓上瓶／1961

卓上瓶の開発された時期は、日本が大衆消費時代に突入した戦後産業社会の進展期にあたる。世相の活力を反映して、モノへの開発姿勢は、因襲的なものからの脱皮、新しいものへの渴望、生活意識

の変革を求める意欲にみなぎっていた。モノの生産と消費を結びつけるデザインが生活場面において活躍する機会を得たのである。

1961年に誕生したキッコマンしょうゆ卓上瓶は、日常生活のなかに生きる道具の生命力が、新たな形態(デザイン)によって蘇生されたことを物語っている。この卓上瓶は、容器としての機能を充足し、形状の均衡性(バランス)を有し、空間と

美的調和(ハーモニー)を保つ、という日本の伝統工芸がもつ造形の精神を反映している。時代を超えて生きつづける原型的なものは、形に秩序と調和を有している。デザインによる近代的な技術が融合して生みだされたかたちは、私たちに毅然としてたおやかな作法を伝えている。この卓上瓶は、今も世界中の市場で、食卓で時代の証人である。



progressing and the age of mass consumption began in Japan. People involved in product development were full of drive to depart from conventional approaches, to seek new things, and to change people's consciousness of living. Such eagerness began to provide designers with opportunities to work to link products and consumers.

The Kikkoman soy sauce table dispenser, developed in 1961, proved that the life of a long used utensil could be revived with a new design. The dispenser fulfills the function of a container with a balanced shape and harmony with the surrounding space. It reflects the spirit of traditional craftsmanship. The prototypic model which has continued to be used over the decades has order and harmony in its form. This form which was created fusing traditional craft and modern design conveys an uncompromising but pliant design manner to us. This dispenser serves as a wit-

ness of the age on the tables and in the markets all over the world.

A Form of Visual Information Responding to Public Demand “JR East” Signage Planning for East Japan Railway Company (JR), 1989

The new sign system was introduced when the former Japan National Railways (JNR) was privatized. This is a typical example of recognizing the importance of service within public facilities. We were required to upgrade the sign system of a public property, or a social capital, thereby giving shape to higher quality passenger service. This was a pioneering project in large scale public design as it was named the “Standardizing Sign System at Railway Stations.”

Shinjuku Station with the largest volume of passengers was already at a saturation point with all kinds of information boards including the signs of JR lines, private lines and sub-

ways and advertisements. Passengers' irritation mounted as they found it difficult to look for the information they needed. With the new sign system, we intended to reorganize confused information under a uniform display system and to convey it with passenger-friendly signs, thereby improving the environment inside the station. Our theme was “to make the station easier to use with comfort.” In public facilities, it seems that there are a lot more areas to which graphic design with its high communication power can be applied. We, graphic designers should more positively explore our frontiers in public facilities.

The Source of the Form that Awakens our Spirit of Decoration Tokyo 2016 Summer Olympics bid Emblem for TOKYO 2016 Olympic Games Bid Committee, 2008

In the origin of forms developed under the climate and culture of a nation, the unique

公共社会の要請に応える視覚情報のかたち
東日本旅客鉄道株式会社／新宿駅サイン
計画／1989

JR 民営化という時代的な背景がデザインシステムを導入する契機であった。公共機関においてもサービスの重要性が認識された代表的な事例である。公共財＝社会共通資本として高度なサービスの質をかたちにすることがデザインに求められた。「駅案内サインの標準化デザイン」という呼称が示すように大規模な公共デザインの嚆矢であったといえる。

日本一の乗降者数を有する新宿駅は、利用客、多くの路線、構内に氾濫する各種情報でもはや極限の状態にあり、ストレスをたかめる一方だった。本サイン計画では、錯綜する膨大な情報を統一的な表示システムによって整理し、サインは利用者に情報を適確に提供し、駅空間の良質な環境イメージを形成する役割を果

たす。「いかに駅をわかりやすくするか」、「いかに駅を快適に利用できるか」が重要な課題であった。「公共性」の意味合いを「誰に対しても開かれている」と規定するならば、優れて高いコミュニケーション機能を有するグラフィックデザインが取り組むべき裾野は広い。能動的な働きかけが求められている分野である。

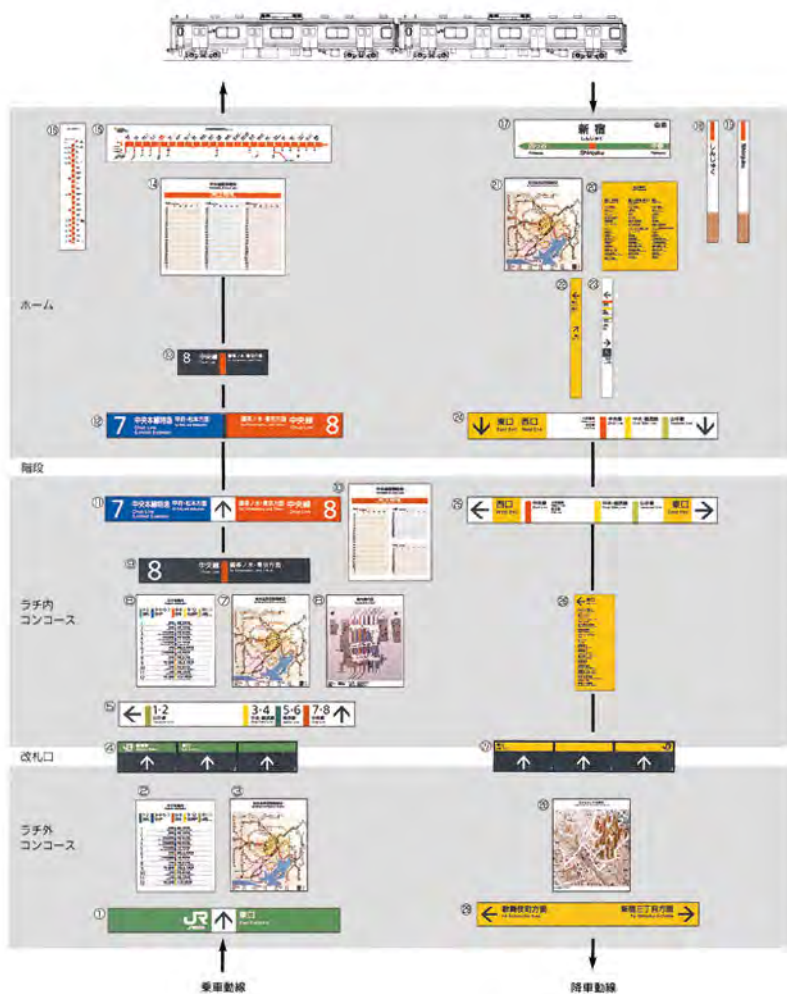
装飾する魂を呼びさますかたちの源流
2016 東京オリンピック・パラリンピック
招致エンブレム／2008

ある風土、民族、文化のなかで培われたかたちの起源は、固有の精神性が昇華されたものが多い。日本の文様の世界は、かたちを便化した表現で新たな生命を生み出すかの如くだ。現代にも生きつづける文様の伝承力は、人びとの装飾する魂の源流ではないかと思わせる。

2016 東京オリンピックの招致マークは、

日本ならではの「結び」を象徴する水引をモチーフにして五輪の色を重ね表現した。グラフィックリテラシーの新たな解釈と表現を試みた。古代より「結び」とは、「生命を生み出す新たな魂」を意味し、日本文化は、新しいものが生まれてくる場を「結び」の形式によって祝福してきた。このエンブレムはオリンピック大会に新たな「生命」の歴史がはじまることを祝う気持ちの表現である。いつの時代も、人間は自身の情念を伝えようとするとき、ふさわしいかたちを懸命に模索しながら、生み出してきたのではないかと思う。かたちと精神性との分かち難さを覚える。

残念ながら、東京オリンピックの招致は叶わなかったが、グラフィックデザインによって民族の心の表現を試みる機会を得たことは壮大な挑戦事であった。



「生活に縁を起こす」想像力と創造力

19世紀に入ってはじめて「グラフィックデザイン」という分野が確立した。世の東西で、幾多のグラフィックデザインの様式が、それぞれの固有文化に根ざすか

たちで誕生し醸成されてきた。デザインは芸術世界とは異なり、歴史的にある特定された人物が生み出したものではない。生活のなかで、人間の知情意が織りなす姿を写しだした世界である。グラフィッ

クデザインは、生活に交われれば交わるほどその性質は強くなる。人びとの生活に根づいてこそ、はじめて価値を生み出す世界である。GKグラフィックスが創立時以来「生活を創るグラフィックス」を標榜しているのはその所以である。

人はいつの時代も、日常の生活のなかで〈伝統〉と〈革新〉のはざまに立っている。〈享受すること〉と〈創造すること〉との関係でもある。近年とみに、生活世界において仮想化、非体験化が進行している。デザインは生活の実相に毅然と向き合う想像力と、生活提案を構築する創造力を持たねばならない。生きることの喜びが実感できる「生活に縁を起こす」デザイン活動が、GKグラフィックスに求められていると考える。

たかはた まさはる GKグラフィックス
代表取締役社長



spirituality of the nation is often sublimated. Japanese patterns are simplified forms of actual forms such as plants, animals and objects, and give new life to the original forms. The strength of patterns handed down over the centuries seems to support the people's spirit of decoration.

The emblem used to bid for the 2016 Tokyo Olympics/Paralympics was designed with a "tie" with strings used for gift-wrapping in Japan, using the five Olympic colors for the strings. We attempted to give a new interpretation and expression to graphic literacy. Since ancient times in Japan, the word "tie" has meant a "new event that brings forth life," and we have celebrated occasions in which new lives are born with "ties" of different styles. When people wanted to convey their emotions, they always looked for appropriate forms. Forms and emotions may be inseparable. Unfortunately, our bid to host the 2016

Olympics and Paralympics in Tokyo failed but it was a great challenge for us to be given an opportunity to express the heart of the nation with graphic design.

Enriching Everyday Life through Design

The genre of graphic design was firmly established in the 19th century. The styles of graphic design emerged in different countries in the world based on their cultures. Unlike fine art, design has not been created by specific persons. It reflects people's knowledge, emotions and thoughts. The deeper graphic design is involved in people's life, the stronger it becomes. Design finds its greater value when it is accepted in people's life. Here is the concept for GK Graphics to pursue since its beginning "Graphics that enliven people's life."

People at any time stand between "tradition" and "innovation." It is, in other words, "to accept" and "to create." Recently, our life is increasingly occupied with "virtual" or "un-

experienced" things. We, designers, must have imagination to confront the reality of society and creativity to conceive what is needed to help people live a better life. I consider that design activities to create enjoyments in life are demanded of GK Graphics to help people feel the pleasure of living.

Masaharu Takahata, President, GK Graphics

伝統工芸にみる現代のものづくり — GK京都のかたち

吉田 治英

GK京都設立から40年、ここ数年ようやく京都におけるネットワークが拡大、定着してきた感がある。業務領域も海外向け製品から国内全般を対象とした製品(グローバルプロダクトと呼んでみる)の企画、デザインが主体であるが、ここにきて地域に根差した製品やプロジェクトへの参画が拡大しつつある。またグローバルプロダクトに地域の伝統工芸などの技術を応用した企画もいくつか実現している。

これらの実績をもとに、今後の「GK京都の特性」の一つに「ローカルクオリティをグローバルに、グローバルプロダクトをローカルに活かす」というテーマを掲げている(図1)。

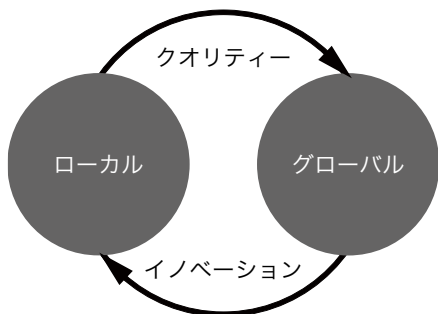


図1 ローカル/グローバルの相乗効果を活かす
Fig1: Finding the synergy of local and global qualities.

Contemporary manufacturing observed in traditional craft arts – The Forms of GK Kyoto

Haruhide Yoshida

GK Kyoto has been in existence for 40 years, but it is only recently we feel we have finally taken root here. Over the past several years we have expanded our networks in Kyoto and feel that we are now truly a part of Kyoto. We have been mainly engaged in planning and designing products for the Japanese and overseas clients (what we call global products), and now our business activities have expanded to take part in creating locally based products and projects. Additionally, we have undertaken some projects to create global products which will include the application of traditional Kyoto craft art skills.

Based on these achievements, our long-term

グローバルプロダクトに伝統工芸を活かした事例を紹介する、一連のソフトバンクの伝統工芸シリーズの携帯電話である。携帯電話は機能の進化が一段落するまで機種変更が一年を切っていた、そこで機能が落ち着いた時点で「長く使用する携帯電話」として企画提案、2007年「ジャパンテクスチュアシリーズ」が製品化、次にアクセサリとして「戦国武将シリーズ」、そして2012年「101F用漆シリーズ」が発表された。これらのステップは、まずは伝統工芸の素材導入、次に伝統工芸の素材の価値だけではなく、戦国武将というストーリー性を持たせる、そして加飾を廃しモダナイズしたデザインの採用というステップを踏んでいる。単なる目新しさのための伝統工芸の素材導入ではなく、すこしずつ進化している。クライアントの理解、そして伝統工芸ネットワークの協力により継続、進化、製品化が実現した(図2~4)。

また2011年には日本のものづくりの姿勢を示すため、パリボートショーに向けてヤマハ発動機の水陸バイクを伝統工芸の技で加飾した「ロイヤルウェーブランナー」が実現した(図5)。



図2 / Fig.2

motto, “applying Kyoto quality globally, and global products to Japanese markets” is one of the distinguishing features of GK Kyoto. (Fig. 1)

Some examples of global products to which traditional craft arts have been applied include the traditional craft art series of mobile phones for Soft Bank. Until the rapid advancements in the types and numbers of functions of the mobile phone were sorted out, it was common for users to change their phones within a year of buying them. As their functions and issues were sorted, we proposed our design idea for “mobile phones for long-time use.” As a result, the “Japan Texture Series” phones were put into the market in 2007. The series was followed by the iPhone case “Wartime Military Commander” series in 2009, and the “Urushi lacquer” edition for the 101F type phone in 2012.

We took three steps in the creation of the products. The first step was the adoption of materials used for traditional craft arts. The second step was to introduce a story line, which was about wartime military commanders. The third step was to adopt a modern design without too many decorations. The use of traditional materials was not just meant to create novelty, but the materials have been gradually enhanced. The process of serial production, progress in materials and product manufacturing were made possible thanks to the understanding of the client and cooperation from our traditional craft art network. (Fig. 2-4)

In 2011, the Royal WaveRunner, a personal watercraft by Yamaha Motors was designed to be presented at the Paris Boat Show. Traditional craft techniques were applied to this boat to showcase Japanese craftsmanship. (Fig. 5)



図2 「JAPAN TEXTURE」は本物の上質感にこだわり、素材に友禅や漆を取り入れた。匠の洗練された技術によって、世界的にも高く評価されている日本の伝統工芸を携帯電話に取り入れることで、新たな世界観を提供している。

上：漆／薫風 下：友禅／梅輪葉

Fig2: For JAPAN TEXTURE, we chose to use Yuzen and urushi lacquer because of our unwavering commitment to creating high quality products using genuine materials. Japanese craft works are highly evaluated around the world for their mastery of refined techniques, and here, those skills are put to use on mobile phone cases. Top: Urushi/agreeable breeze bottom: Yuzen/Ume-waba (plum leaves)

図3 戦国武将シリーズは、織田信長、伊達政宗、上杉謙信、直江兼統、真田幸村の5名をモチーフに、各武将の信条や愛用品をiPhone用ケースと専用袋に散りばめたデザインが特徴である。

写真は、伊達政宗をモチーフとしたケースと専用袋。

Fig3: iPhone cases and bags of the wartime military commander series. The beliefs and favorite goods of Oda Nobunaga, Date Masamune, Uesugi Kenshin, Naoe Kanetsugu, and Sanada Yukimura are used as design motifs.

Photo shows a case and a bag with the motif of Date Masamune.

図4 101F用漆シリーズは、本漆を塗り込んだケースにモダンなデザインを施すことによって、日本伝統の美意識とスマートフォンの先進性を融合させ、新たな価値観を表現した。上：渦・黒 下：つやと刷毛目の対比が美しい「市松」と「五月雨」、「渦」、また和紙と石目という漆それぞれの質感を楽しむ「和紙石目」の全4種類7アイテム

Fig4: The 101F Urushi series for smart phone cases. Real urushi lacquer is painted on the case onto which a modern design is applied, fusing Japanese traditional art and the leading edge of a smart phone. Top: Swirl in black bottom: 7 items from the 4 design types of "Checkerboard Pattern," "May Rain" and "Swirl" with a beautiful contrast of gloss and brush lines, and "Hand-made Paper and Pebble" with which the textures of paper, pebble and urushi lacquer can be enjoyed.



図3/ Fig.3



図4/ Fig.4

Collaboration is indispensable in realizing these projects. Kyoto has a wide range of industries from traditional craft arts to new industries. Particularly, the city is noted for its mastery of all kinds of traditional craft arts from ceramics, textile, woodwork, bamboo work to metal working. People in Kyoto have a culture of actively forming a network to promote a project. In the total process of producing the Yamaha Royal WaveRunner, people in 21 different types of industry worked together.

We trust that these networks are important assets in our pursuit of the "distinctive characteristics of GK Kyoto," and "Forms of GK Kyoto."

Next, "forms" and quality should be considered for market-oriented product development. Kyo-Yuzen dyeing for Kimono fabric

is interesting in considering these points. The individual processes of Kyo-Yuzen dyeing are carried out by a different workshop including design drawing, base drawing, over-drawing the lines of the base drawing with protection glue, brushing the fabric with bean juice, coloring, covering the painted parts with protection glue, and painting the base color, steaming the fabric, rinsing the fabric with water, drying, and finishing work (with gold leaves, gold and silver threads). A person who manages the whole process is called Sensho, or dyeing master. This division of work is characteristic to Kyo Yuzen. The processes of another famous style of Yuzen dyeing, Kaga Yuzen, are more simplified, and the characteristics of individual creators can be presented more distinctively. The specific characteristics of the Kyo Yuzen system enable it to accommodate orders from the northern and southern parts of Japan. When considering the

characteristics of Kyo Yuzen, its quality and grade can be noted. No matter what region the client is in, no matter what the product is, the quality and grade of Kyoto craftsmanship are maintained. The same procedures are now undertaken for product development for clients in other countries. The situation of the place and trends in fashion among local people will be researched before designing a product or modifying an existing product. A detailed design process is applied to each place to meet the client's requests. In approaching market-oriented product development, quality and grade are important factors for the identity of "forms."

It seems that local flavors have been appreciated for the past several years. People may have come to seek products with characteristics of their locality instead of homogeneous global products. Cities began to discuss their redevelopment projects in a new way, turning the



図5 / fig.5

図5 ヤマハ発動機が開発し、京の伝統工芸の技術と感性を集結させたロイヤルウェーブランナー。2011年にフランスで行われたパリポートショーで発表された。

京友禅で染め上げたシート、京漆塗りでおおわれたデッキ、螺鈿や蒔絵の装飾を施したハッチやメーターカバーなど、細部にわたりあらゆる京都の素材を取り入れている。

Fig5: The Royal Waverunner developed by Yamaha Motor was clad with the aesthetics and traditional crafts art of Kyoto. This was publicly presented at the Boat Show in Paris held in 2011. The seat dyed with Kyo-Yuzen, deck painted with Kyo-Urushi lacquer, hatch and meter cover decorated with mother-of-pearl inlay and gold and/or silver lacquer. All materials specific to Kyoto are applied even to the details.

cities into small towns within the larger city with each being given distinctive local characteristics, and meeting the needs and desires of local people.

In the overseas markets, products with Japanese characteristics are favored. One Japanese company even advocates a paradoxical concept that a simplicity and nothingness which can accept different cultures “Japanese.” And this appears to be well accepted in other countries as an appealing aspect of Japanese culture.

Local expressions will become increasingly important. Traditional craft arts connote “history, tradition, old fashioned,” but they are effective means to express local characteristics. Traditional craft arts in a specific locality can be mixed with contemporary forms and patterns to create new products expressing the local culture. Bus stops combining latticework and steel frames commonly seen in Kyoto are an example. With consideration to appearance

and durability, the latticework is made of synthetic wood. (Fig. 6)

For the “Forms by GK Kyoto”

The following will be the guidelines for GK Kyoto:

1. Market-orientation, diversity and “Forms”
We will maintain our competence to develop various forms for a wide range of projects from global products to locally produced products, and from graphics to environmental designs, keeping in mind Kyoto’s attribute of encompassing different tastes and developing its own culture.

2. Quality and “Forms”

Quality and grace are essential factors for the identity of any forms. They will mean making the maximum use of the materials, that the creator does not play the part of the eccentric artist, and long life for the form.

これらの事例を実現するためには協業が欠かせない。京都には伝統工芸だけではなく、特徴のある新しい企業も多いが、特筆すべきことは京都の伝統工芸が陶器、織物から漆、木材、竹、金属加工まで総合的であること、そして協業を推進するうえでネットワークづくりに積極的な文化があることである。ヤマハロイヤルウェーブランナーでは21業種の方々の協力をいただいた。

今後の「GK京都の特性」「GK京都のかたち」を考えるうえにおいて、これら協業のネットワークは大きな資産であると確信している。

次にマーケットインのための「かたち」、そして質について考えてみたい。京友禅の話が興味深い。京友禅は図案、下絵、糸目糊置き、色挿し、伏せ糊置き、地染め、箔置きなどの工程が分業されている。そして企画から仕上がるまでの全体のみとめ役として染匠という役目がある。今でいうコーディネーターである。この分業体制は京友禅の特徴であり、そのため北海道から九州までいろいろな地域に合わせた企画、柄が可能であるという、つまり市場のトレンドに合わせて企画されてい

A network for collaborative work will be built to realize quality and grace.

3. Locality and “Forms”

Local expressions will become more important. Local expressions and contemporary design will be fused, considering “in this locality,” and “from this place to the world.”

Keeping the above elements in mind, and setting foot in Kyoto, we will deepen our knowledge through involvement in more projects. For the time being, “local expressions and their modernization” will be our immediate goal.

Haruhide Yoshida, President, GK Kyoto

る。加賀友禅はもう少し分業が単純でいってみれば作家型、製作者の特徴が出るそうである。そこで、あらためて京友禅の魅力を考えてみると質、品格などが浮かび上がる。いろいろな仕向地に企画、デザインされていてもそれらに通じるものは京都らしい質、品格を維持していることである。これは現在の海外向け製品開発の典型的手法と同じである。現地をよく調査し、日本人らしいきめ細かい視点で製品改良しながら、信頼性は確保する。またデザインにおいても地域々のトレンドを調査しながらモディファイし展開しているが、きめ細かいデザイン処理にはどの仕向地でも共通である。このように製品開発においてマーケットインのためのさまざまな解き方があるが、質、品格という要素は「かたち」のアイデンティティーの重要な要素である。ただ品質と表現すると、信頼性など機能的意味合いが強くなってしまふのだが。

ここ数年「日本」ばやりという感がある。これは均質化したグローバルプロダクツから地域からの発信、地域地域に見合ったものが求められており、海外向けにおいても世界の中の日本という地域の表現

ではないだろうか。日本のまちづくりにおいても、各地方都市がコンパクトシティを目指し地域特性に見合った独自性についての議論なども活発である。また、いろいろな文化を受容できるシンプルで無なもの逆にならざることを逆説的なコンセプトのブランドもあり、海外においては日本人的魅力として受け入れられているようである。このような背景の中、地域性の表現はより重要になると考えている。伝統工芸という言葉は「歴史＝古い」「和風」などのイメージを伴うが、視点を変えれば地域性を表現する手法として有効ではないか。また地域の表現は素材としての伝統工芸だけではなく、形状、文様また新しいものと伝統的なものを組み合わせた複合性など、いろいろな手法が考えられる。京都の街並みではごく普通に見られる格子と鉄骨を組み合わせたバスストップもその事例である、ちなみに格子部分は耐久性を考慮した合成木材である。(図6)

これらの経験をふまえて、今後の「GK京都のかたち」にむけて整理してみたい。

1. マーケットイン・多様性と「かたち」

京都というまちが培ってきたいろいろ

な嗜好への包容力、展開性を参考にしながらグローバルプロダクツから地域発信型プロダクツ、またグラフィックから環境まで幅広いプロジェクトにおいて多様なかたちへの展開力は保持する。

2. クォリティー・質と「かたち」

多様なかたちの中に、質、品格の要素はかたちのアイデンティティーと考える。

「質と品格＝素材を活かす、奇をてらわない、長持ち」と捉え、これらを実現する協業ネットワークを構築する

3. ローカル・地域と「かたち」

地域の表現は今後より求められると考えている。「地域において」「地域から外に向けて」の二つの解き方を考慮しながら地域の表現と現代化を融合させたい。

これらの要素に注力しながら、京都という地に足をつけて、今後はより経験、事例を増やしながらか見識を深めたい。特に「地域の表現と現代化」が当面の課題と考えている。

よしだ はるひで GK京都 代表取締役社長



図6 / fig.6

図6 広告付バス停として全国で展開されているものの京都市型モデル。京都の多様な景観を引き立てるために、シンプルで洗練されたデザインとしている。京町家の軒下をイメージさせる縦格子を特徴としているが、現代的で、これからの京都の景観づくりをイメージさせるものとなっている。

Fig6: Bus stops with advertisements are widely spread across the country. This is the Kyoto city model. A simple and sophisticated design was applied to enhance the variety of landscapes in Kyoto. The main feature is the vertical grating in the image of a merchant house in Kyoto. Its modern design is intended to give the future image of landscape in Kyoto.

道具文化往来

藤本清春

6.「かたちの新風景 (Emerging Landscape)」より——情報化時代のデザインの在り処

そのとき時代は、急激な変化に襲われるその直前にあった。情報化の波が少しずつ地球を洗い、ついにはそれを覆いつくしてしまおうであった。ますます狭くなる地球にあって、社会の高密度化と称する大粒の雨は、容赦なく人々に降り注いで来た。新技術が相次いで出現し、若い世代を中心に生活様式の変貌が始まっていた。道具の在り方、モノのかたちの基礎が激しく揺らぎ始めていた。そこに渦巻く膨大なエネルギーを、新たな時代の文化へと結晶させる仕事はあまりにも膨大で、その役割の厳しさと難しさに、多くの人々は茫然と佇み、一瞬歩みが止まったかに見えた。その時、ある強いメッセージが放たれた。それは「かたちの新風景 (Emerging Landscape) —情報化時代のデザイン」。「世界デザイン博覧会」を伴い、名古屋で開催された「世界デザイン会議 (ICSID'89 Nagoya)」のテーマ・スローガンであった。時に1989年。ほぼ四半世紀前の出来事であった。

デザインとは夢をかたちにすること、無数のモノに美しいかたちを与えること、そして生活を新鮮化させ、潤いのある暮らしをかたちづくることである。そもそもデザインは常に時代とともにあり、かたちの基礎はその時代の文化により支えられて来た。ところ変われば品変わるが如く、時が変わればかたちが変わる。デ

ザインは時の証人。そしてかたちは新時代への予言者でもあるのだ。現代の仕組みと科学技術の到達点、人々の生活観の集約点。そこにこそ、デザインを通じてモノのかたちは表出する。そして家庭に、職場に、街角に、それぞれの美しい風景が描き出されるのである。個々のモノ達のかたちを通して、それらが集まって創りあげる風景。それが「かたちの新風景」、新たな生活シーンの萌芽である。

21世紀も2010年代に入り、地の底から湧き出ずるが如き情報化時代の知と技は、デザインを通じて、新たな世紀をかたちづくりつつある。複雑多層化する社会構造、不可視高度化する科学技術、ネットワーク化する事物関係を越えて、デザインは、永遠に続く人とのドラマに、新世紀の夜明けを運んでくる。それはあたたかも白みかけた東の空に、山の端や街並みが浮かび上がるように、前世紀の装いは次第にその輝きを鎮め、新世紀の清々しい風が頬にあたる。鳥のさえずりと朝もやの香りに、心ときめく明日が近づいてくるのである。デザインが拓き行く、歴史と未来の交差点において、デザインが、時代の夜明けを導く時、そこには必ず「かたちの新風景」が顕れ来るはずである。その時が待たれてならない。

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

6. The Form of Design in the Era of Information – From the Structure of Emerging Landscape

It was right before a series of dramatic changes began to occur. The wave of information had begun to wash across the earth and enveloping the entire planet. The world seems to have grown smaller as densification of societies progressed relentlessly. Technological innovations developed in succession and as the younger generations became the focus of our society our lifestyle began to evolve greatly. The existence of tools and the base of their forms started to sway dramatically. The energy emitted from this change was so massive that the effort to turn this energy into a new culture was too much to process. The role itself was difficult and rough, causing people to just stand in awe. Evolution seemed to stagnate. Then a strong message was released. That was "Emerging Landscape – Design in an Age of Information." It was the theme of the World Design Conference (ICSID' 89 Nagoya) held in Nagoya along with the World Design Expo. These all occurred a quarter of a century ago in 1989.

Design gives shape to dreams and gives beautiful forms to an infinite number of things. With design, our lifestyle is refreshed and we are able to live a comfortable life. Design moves alongside time and the basic form of things is shaped by the culture of the time. An item differs according to where it was created as does its shape according to when it was made. Design is a witness of time. New design will

prophesy the coming new age. The structure of modern society, the incoming point of scientific technologies and the scenes of living; it is in these places that forms created through design appear. This is what gives an item its unique shape. Beautiful scenes are pictured in families, offices and cities. Numerous single items gather to make a scene. This is called an emerging landscape and this is the beginning of a new living scene.

As we are in the second decade of the 21st century, the knowledge and techniques of the information age that seem to spring from the ground are creating through design the shape of this century. Beyond the complicated multi-layered structure of society, intangible advancements of scientific technology and networks linking everything, design will bring the dawn of a new era to all people and things. We will see the scenes of past generations gradually fade as a new generation shines through, like the mountains and skyscrapers that emerge in the eastern skies at sunrise. Similar to the twitter of birds and the scent of the morning mist, an exciting new day will draw near. Design opens up new roads and here, at the crossroad, where history and future coincide, design will lead the way to a new era. Here, the emerging landscape is bound to form. I eagerly wait for this moment to come.



豊島法人会館設計監理業務

豊島法人会

GK設計

豊島法人会館は地域に密着した活動を行う公益施設として、地域のシンボルとなり開かれた施設となるよう計画された。ヒューマンスケールの下階部分を地域に開放したつくりとするため、大スパンキャンチレバーのRC人工地盤によって建築の離陸環境を創出。上部に組上げられた鉄骨フレームは明快な機能ブロックを構成。建築のフレキシビリティや持続可能性を織り込んだ設計思想によって日本的な機能美を実現することで、品格ある建築となるよう意図された。

Toshima Hall Design Supervision

Toshima Hojin Kai (Corporate Association)

GK Sekkei

The Toshima Hall was planned to be a community-based public utility facility and as a symbol of the area. In order to create a user-friendly public ground floor, the RC artificial ground was built with a large span cantilever. The upper space was built of steel frames as a functional structure. We designed the building to be a dignified building realizing Japanese functional beauty through a design philosophy that weaves flexibility and sustainability.



Grizzly 300

ヤマハ発動機株式会社

GKダイナミクス

700cc~125ccで幅広く展開されるユーティリティーATV「Grizzly」シリーズの300ccモデル。中間排気量のユーティリティーモデルは、荷運びや農場などでの活躍のみならず、若年初心者のライディングファンをも満足させる、幅広い用途への対応が求められる。造形デザインコンセプトは“Organic Edge”で、既存のエレメンタリズムとラゲッド感の表現のみならず、自然と製品が融合する新たな表現にトライした。

Grizzly 300

Yamaha Motor Co., Ltd.

GK Dynamics

The 300cc model is a part of the Utility ATV Grizzly series which has a wide range of vehicles from 700cc to 125cc. This middleweight class utility model is not only useful as a carrier or agricultural tool but satisfies various needs expected from young and first-time driving fans. The design concept is “Organic Edge.” A new expression is attempted on top of the conventional elementalism and adds the feel of a rough edge, we tried to fuse nature and product into our design.

JAL国際線777-300ER機内インテリア/シートデザイン開発「JAL SKY SUITE 777」

日本航空

GKインダストリアルデザイン

新生JALの使命感を高める国際線フラッグシップ機ボーイング777-300ERのインテリアデザイン。シートデザイン開発も全クラス同時に進められた。「1クラス上の最高品質」をテーマに、すべての座席の居住性と機能性を大幅に進化させ、競合との差別化を図った。インテリアはこれまでの無彩色基調を一新し、日本らしいゆらぎや時の流れを思い起こす赤の色調を採用。さりげないJALブランドカラーの展開とした。2013年1月より成田ーロンドン線に導入。

Interior and Seat Design for JAL International Airline Boeing 777-300ER "JAL SKY SUITE 777" Japan Airlines

GK Industrial Design

Interior design for Boeing 777-300ER, the flagship aircraft of the international jet airline which enhances the commitment carried out by the reborn JAL. New seats were also designed for all cabin classes. Following the theme "an upgrade towards higher quality," the comfort level and functionality have significantly improved to differentiate JAL from its competitors. The past basic monotone design was renewed to a red tone expressing the flow of time in Japanese culture. The color red is also JAL's subtle brand color. The aircraft started flying the Narita to London route in January 2013.



上: JALファーストクラス「JAL SUITE」
下: JALビジネスクラス「SKY SUITE」
Upper: JAL First Class "JAL SUITE"
Blow: JAL Business Class "JAL SKY SUITE"

上: JALプレミアムエコノミー「SKY PREMIUM」
下: JALエコノミークラス「SKY WIDER」
Upper: JAL Premium Economy "JAL SKY PREMIUM"
Blow: JAL Economy Class "JAL SKY WIDER"

家庭用はさみ「フィットカット カーブ」

パッケージデザイン

プラス株式会社

GKグラフィックス

新開発のカーブ刃によって、切れ味を従来品の約3倍に高めた家庭用はさみ「フィットカットカーブ」のパッケージデザイン。家庭で日常的に使用する「安心感、清潔感、実用性」をテーマに、主な購買層である女性が手に取りやすい表情を目指した。カーブ刃に沿った円弧状の色面は製品特徴を明確に訴求すると共に、軽い力でも楽に切ることのできる軽快なイメージを表現している。また店頭で製品群が面となって見えたときの強い存在感も考慮した。

Package design for household scissors "fitcut Curve"

PLUS Corporation

GK Graphics

We have designed the packaging for "fitcut Curve," an all-purpose household scissors with a newly developed curved blade, the sharpness of which is three times that of the existing products. Thinking of its daily usage in the household and the concept of being "reliable, clean and useful," we aimed to design a package which would be friendly to women who are the main consumers. The colored handles clearly emphasize the characteristics of the product and also express the lightness of how these scissors easily cut with little force. Consideration was also given to how a group of the scissors would stand out among the competitors when displayed in stores.





**地下鉄乗車促進キャンペーンポスター
京都市交通局**

GK京都

京都市営地下鉄は烏丸線と東西線に31駅を有し、総営業距離31.2km。通勤通学から買い物・観光等、日常の交通手段として欠かせない。2011年開業30周年を迎え、新たな魅力発信に取り組む市交通局の広報企画をサポート。「地下鉄に乗ればおいしいことがたくさんある」をテーマに、利用者をつなぐ「観光・健康・家計・食」の4つの切り口で楽しさや親しみあるモチーフをフォトモンタージュ。4点のポスターは季節毎の差替えて駅構内を飾り、地下鉄のイメージアップを図った。

**Campaign Poster to promote subway usage
Kyoto City Transportation Bureau**

GK Kyoto

The Kyoto Municipal Subway system consists of 2 lines: Karasuma Line and Tozai Line, covering 31 stations and an operating distance of 31.2 km. It is essential for daily transportation such as commuting to work and school, shopping and touring. On reaching the 30th anniversary of its foundation last year, we supported the promotional planning by the City Transportation Bureau for a new and interesting buzz. Under the theme “You’ll find delicious things and fun by riding the subway,” we created enjoyable and friendly composite photographic posters from four aspects: tourism, health, family and food. These four posters were displayed in the stations and changed seasonally to brighten up the image of the subway.

左: 踵やすり。手に納まりやすいカタチを目指した。ヤスリ自体を掌に包むことでコントロールしやすくなっている。

右: 爪やすり。利き手でなくても削りやすい安定感のあるカタチを目指した。

Left: Heel File. The file fits perfectly in the hand. The hand wraps around the whole file enabling easy control.

Right: Nail File. An easy to hold shape that can be used with either hand.



爪やすり・踵やすり

株式会社ワタオカ

GKデザイン総研広島

ヤスリの一大生産地である広島県呉市の仁方。その地で100年余りヤスリを製作・販売してきたワタオカが、市場開拓のために工具以外のヤスリ商品を初めて開発。プロダクトだけでなく、パッケージやチラシなどのデザインも行い、メイドイン仁方であることをアピール。プロダクトデザインでは板形状の輪郭だけで、持ちやすく使いやすいカタチを追求した。

**Nail Files and Heel Files
Wataoka Co. Ltd.**

GK Design Soken Hiroshima

Nigata, Kure city in Hiroshima Prefecture, is the largest manufacturing city of files. Wataoka, which has manufactured and sold files for over 100 years in Nigata, started developing files other than industrial tools as part of its market development efforts. The product as well as the packaging and flyers were designed to emphasize Nigata. The products are file boards each with an outline designed to have a comforting and easy hold.

Urban Flyer 0-type
千葉都市モノレール株式会社
 GKデザイン総研広島

1988年の開業以来、活躍を続けてきた1次車に代わる、バリアフリー対策や新しい安全基準に適合させた新型車両。世界でも珍しい懸垂式モノレールの存在自体を都市のアイデンティティとして伝えるため、「空」を総合的なデザインコンセプトとして、車両、シンボルマーク、ネーミングのデザインを行った。「空中飛行鉄道」を演出するために先頭部床窓・側面低窓などを設け、今までにない眺望の「空中散歩」を楽しめる魅力的な公共交通のあり方を目指した。

Urban Flyer 0-type
Chiba Urban Monorail Co., Ltd.
 GK Design Soken Hiroshima

The new monorail body, equipped with barrier-free devices and meeting the standard safety measures, is an alternative for the first model that has been running since the start of its services in 1988. This suspension type monorail is rarely seen elsewhere in the world. In order to promote this monorail as the city's icon, "sky" was chosen as the total design concept and was applied to the cars, symbol and name. With a window in the floor of the front car, and low windows on the sides of each car, passengers are invited to experience the feeling of a ride in the sky. We aimed to create an intriguing public transportation system that allows people to enjoy viewing the city from above while riding in the sky.



QuaPro-R
住友ナコマテリアルハンドリング株式会社
 GKデザイン総研広島

ミリ単位で空間効率にしのごを削る狭小な物流庫で活躍する、バッテリー式の小型リーチフォークリフト。作業員および管理者の双方にとって理想的なリーチフォークリフトを追求し、その進化に取り組んだ。物流環境の効率化と作業員の安全・快適性という機能面での進化に留まらず、倉庫内を俊敏かつ正確に駆け抜けるプロの道具としての佇まいも大切に、スムーズな小旋回を実現するQuaPro-Rの動きを「波紋パターン」に込め、随所にグラフィカルに展開した。

QuaPro-R
Sumitomo Nacco Materials Handling Co., Ltd.
 GK Design Soken Hiroshima

A small, battery-run forklift perfect for small warehouses where space efficiency is crucial and every millimeter counts. We focused on updating and pursuing the ideal reach type forklift so that both operators and management could be satisfied. Not only were the functions updated for further efficiency to the logistic environment but safety and comfort were enhanced for operators. Valuing the appearance of the professional tool to move quickly and accurately in the warehouse, the smooth tight turn of the QuaPro-R was expressed in the graphic of "water ripple pattern." This concept was also graphically displayed in various places on the forklift.



「榮久庵塾」開講される

榮久庵会長による連続講座「榮久庵塾」、その第一回目となる「道具論：道具世界導入」が9月17日(水) P-Roomにて開催された。現代は物質文明と自然が共存する中、物質的豊かさの裏側にある精神の貧困問題など、ますます混迷を極め、私たちに豊かさを支える精神の営みの再考を迫っている。こうした課題認識のもとに、「榮久庵塾」は、榮久庵会長とGKデザイングループが60年におよぶ活動を通じ、人間精神の研鑽に向けて歩み続けてきた経験を踏まえ、明日を生きる動機づけを得るべく、その「学び考える場」を提供することを目的としている。第一回目は、様々な領域の方々にご聴講いただき活発な討論が展開した。この講座は9月から11月までの3ヶ月の間、月に一度開催された。



“Ekuan Juku” began

“Ekuan Juku (tutoring class),” a series of lectures by Chairperson Ekuan has begun. The first class, “Dougou Theory: Introduction to the Dougou World”, was held at the P-Room in the GK Office on September 17, 2012. In today’s world, where a materialistic civilization and nature must coexist, there are spiritual poverty and other problems behind material affluence that complicate the state of present society. This chaotic situation urges us to reconsider our spiritual life to support our societal richness. With this understanding, “Ekuan Juku” aims to provide interested people with opportunities “to learn and think” based on GK’s continued efforts in pursuing higher human thinking through the activities of the GK Design Group in the past 60 years so that participants would be strongly motivated to live a more vigorous life. The first lecture meeting drew participants from various fields who exchanged views after listening to Ekuan’s lecture. The lecture meeting was held monthly from September to November.

榮久庵会長が公益財団法人 共用品推進機構のロゴマークをデザイン

榮久庵会長が公益財団法人共用品推進機構(理事長・鴨志田厚子)のロゴマークをデザインした。共用品推進機構の「共」の漢字をシンボルとして用いることで、当機構の主旨をしっかりと社会に示すこと、組織がその品格を高めアジア地域のリーダーとなることを願い考案した。

Chairperson Ekuan designed the Logo for the Accessible Design Foundation of Japan



Chairperson Ekuan designed the logo of the Accessible Design Foundation (ADFJ, president: Atsuko Kamoshida). Using the Chinese character “共” from the name of the organization, its purpose which is “to promote things that can be commonly used” is clearly presented. He designed the logo with the thought and the hope that the Foundation would develop as a leader in the promotion of accessible design in Asia.

New York Times Magazineに 榮久庵会長のインタビュー記事掲載

New York Times Magazineの2012年6月17日号に、キッコマンしょうゆ卓上瓶についての榮久庵会長のインタビュー記事が掲載された。これは、毎週日曜日に“Who Made That?”という名のコラムで掲載されるもので、毎回人気のある商品を取り上げ、それをどなたが創ったのかを中心に、インタビューを通じて人物像とモノとの関係を浮き彫りにしていく。1961年に誕生した卓上瓶は、今でも世界中の注目の的である。担当記者は、レスリー・カムヒ氏。



Interview with Chairperson Ekuan appeared in New York Times Magazine

An interview with Chairperson Ekuan talking about the table bottle for Kikkoman soy sauce appeared in the June 17, 2012 issue of The New York Times Magazine. “Who Made That?” is a regular column in the Sunday edition of the magazine in which a popular product is featured, and the relation between the designer and the product is illustrated through an interview. The bottle which was brought into being in 1961 still retains its popularity in the world today. The interviewer is Ms. Leslie Camhi.

キッコマンのドキュメンタリー フィルムに榮久庵会長が出演

キッコマンUSAが企画した、醤油の歴史を紹介するドキュメンタリーに、榮久庵会長がインタビュー出演をした。GKがどのようにしょうゆ卓上瓶をデザインしたかを、榮久庵会長のデザイン人生も含めながら語られた内容になった。この撮影を担当したのは、今年のアカデミー賞ドキュメンタリー部門の授賞候補として話題になったルーシー・ウォーカー監督で、カメラマン等も米国から来日し、GKのゲストルームにて撮影が行われた。



Chairperson Ekuan appeared in Kikkoman’s Documentary Film

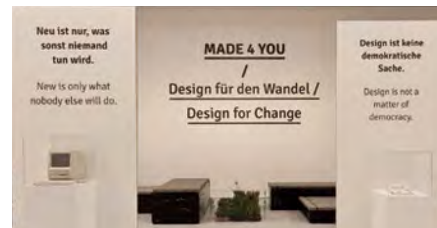
Kikkoman USA produced a documentary film looking back on the history of soy sauce. Chairperson Ekuan is interviewed in the film talking about how GK designed the soy sauce dispenser table-top bottle for Kikkoman as well as discussing his own life in relation to design. The film was directed by award winning film director Lucy Walker, who was noted as a nominee in the Best Documentary short Category of the Academy Awards for 2012. She came to Japan together with her staff from the United States and the interview was filmed in the GK Guest Room.

「MADE 4 YOU — Design for Change」 展に出席

この展覧会は、オーストリアのウィーンにあるオーストリア応用美術館にて2012年6月6日から10月7日まで開催された。テーマは、「デザインと社会をつなぐ」というもので、デザインがものごとの持続的な解決等に有効であることなどを、実際にデザインされた商品を展示することによって社会に伝えることを目的とした。客員キュレーターを務めたハートムート・エスリンガー氏(フロッグデザイン創始者)より、榮久庵会長に直接の出展依頼があり、GKグループから、「キッコマンしょうゆ卓上瓶」、「パワード・ボイス」、「エネルギー・ソーラーチャージャー」、「ゲイトソリューション・デザイン」の4点を展出した。

GK exhibits at “MADE4YOU-Design for Change” Exhibition

This exhibition was held at the Applied Arts/Contemporary Art Museum in Vienna from June 6 to October 7, 2012. Under the theme, “Connecting Design and Society,” it aimed to publicize the effectiveness of designing sustainable solutions of social and ecological problems by showing actual products that intelligently deal with these problems. Hartmut Esslinger, the founder of frog design, who served as a guest curator of the exhibition directly requested GK Chairperson Ekuan to present exhibits at the exhibition. GK Design Group exhibited “Kikkoman’s soy sauce dispenser table-top bottle,” “Powered Voice,” “Enloop Solar Charger,” and “Gate Solution Design.”



MADE 4 YOU. Design for Change
MAK Exhibition Hall, 6.6.–7.10.2012
© MAK/Katrin Wißkirchen

山田晃三GKデザイン機構代表取締役社長に就任

平成24年6月18日開催の定時株主総会において、山田晃三がGKデザイン機構代表取締役社長に就任した。山田は現在、GKデザイン総研広島代表取締役社長でもあり、当分の間、両職務を兼任することになる。また、社長を務めていた田中一雄は相談役に就いた。山田は1954年生まれ、愛知県立芸術大学美術学部卒業後、1979年GKインダストリアルデザイン研究所入所。GKとマツダ株式会社等との合併による株式会社デザイン総研広島に移籍し、2005年にGKデザイン総研広島代表取締役社長に就任。公益社団法人日本インダストリアルデザイナー協会理事、日本グッドデザイン賞(Gマーク)審査委員等も務めている。



Kozo Yamada became the president of the GK Design Group

Kozo Yamada assumed the post as the president of the GK Design Group at the regular shareholder meeting in June 2012. Currently, Mr. Yamada is the president of GK Design Soken Hiroshima, therefore, he will serve concurrently in these positions for the two firms. Kazuo Tanaka who had served as the president until June this year now acts as advisor. Mr. Yamada was born in 1954. After graduating from Aichi Prefectural University of Fine Arts and Music, he entered GK Industrial Design Institute in 1979. He then moved to Design Soken Hiroshima, a joint company created by GK and Mazda Motor Corp., and took office as its president in 2005. He serves as a board member of the Japan Industrial Designers' Association, and a judge for the Japan Good Design Award (G Mark).

P-Roomセミナー開催

GKではGKメンバーを対象に、国内外の有識者による講演会「P-Roomセミナー」を開催している。講師は栄久庵会長やGKグループの活動を通じたご縁でお受けいただくことが多く、GKメンバーにとっては、通常の業務ではお会いできない方々のお話を聞ける貴重な機会となっている。

- ・ピーター・ゼック氏来訪記念スピーチ(レッドドットデザインアワード代表)
- ・前田育男氏講演会(マツダ株式会社 デザイン本部長・デザインディレクター)
- ・川添登氏講演会(建築評論家)
テーマ「メタボリズムをめぐって」
- ・八木季生大僧正台下講演会(大本山増上寺法主)
テーマ「お念仏の中のともいき」

P-Room Seminars

GK holds "P-Room Seminars" for its members, inviting lecturers both from Japan and abroad. Lecturers are often chosen from among those who have been associated with the activities of Chairperson Ekuian and GK group firms. P-Room Seminars provide us GK staff members with precious occasions to listen to professionals with whom we can hardly meet in our daily activities.

- Memorial Speech by Peter Zec (president, red dot design award)
- Lecture by Ikuo Maeda (Design Director, Mazda Motor Corp.)
- Lecture by Noboru Kawazoe (architectural critic) on "Metabolism"
- Lecture by Rev. Kisho Yagi, chief priest at Zojoji temple on "Living Together in Nembutsu."

「韓国デザインの現在と未来展」開催

2012年9月27日より10月5日まで、東京・四谷の駐日韓国大使館 韓国文化院ギャラリーMIにおいて、韓国のデザインを本格的に紹介する日本初の展示会「日韓交流おまつり2012 in Tokyo」韓国デザインの現在と未来展」が開催された。Icsidでの理事活動や、前ソウル市長アドバイザーコミッティなどの縁により、田中相談役がオープニング・レセプションに出席。申珪秀韓国大使らとともにテープカットを行った。

"Korea Design Today & Tomorrow" Exhibition held

The "Korea Design Today & Tomorrow" exhibition was held at the gallery in the Korean Cultural Center in Yotsuya, Tokyo from September 27 to October 5, 2012. Held as a part of "Japan-Korea Festival 2012 in Tokyo" this was the first exhibition to introduce Korean designs to Japan in this scale. GK advisor, Kazuo Tanaka attended the opening reception as he was associated with the organizer through his activities as a board member of JSCID as well as a member of the Advisory Committee to the former Mayor of Seoul. He joined the Korean Ambassador to Japan, Dr. SHIN Kak-soo, and others in cutting the tape at the opening ceremony.



(写真左から田中相談役、申珪秀韓国大使、李泰錫韓国デザイン振興院院長、飯塚和憲 JDP理事長)
(from left: Mr. Tanaka, Ambassador Dr. Shin Kak-soo, Dr. Lee Tae-yong, Director of the Korea Institute of Design Promotion, Kazunori Iizuka, President of the Japan Institute of Design Promotion)

第12回ひろしまグッドデザイン賞受賞

GKデザイン総研広島がデザインを担当した、株式会社モルテンのサッカー審判用ホイッスル「バルキーン」が、「第12回(平成23年度)ひろしまグッドデザイン賞」(主催:財団法人広島市産業振興センター、広島市)のプロダクトデザイン大賞を受賞した。「審判の仕事内容に特化し、従来のホイッスルの既成概念を打破する質の高いデザイン。競技用の笛という限られた大きさ、機能の制約の中で、指への装着が可能で、持ちやすさを十分に配慮するなど、機能や使い方が造形によく現れている。笛としては革新的な商品である。」と評価された。

12th Hiroshima Good Design Award granted

The whistle for a soccer game referee VALKEEN by Molten designed by GK Design Soken Hiroshima won the Product Design Grand Prix at the 12th Hiroshima Good Design Award (FY2011) sponsored by the Hiroshima City Industrial Promotion Center. The jury said, "It has a high quality design that has broken the stereotype of whistles. Consideration has been fully given in the design to making it wearable on a finger and easy to hold while meeting the requirements of a whistle to be used in a soccer game such as size and functions. The design embodies such considerations, and it is a creative whistle."



インディアデザインマーク受賞

インド商務産業省の関係機関であるインドデザインカウンシルは、日本の「グッドデザイン賞(Gマーク)」に準じたデザイン賞「インディアデザインマーク(I Mark)」を創設し、第1回目となる今回、ヤマハ発動機のインド生産での拠点India Yamaha Motor Private Limited(I.Y.M.)が生産販売し、GKダイナミクスがデザインを担当した「YSF-R15」が受賞した。移動手段としてのバイクが主流のインド市場に、走りを楽しむという新しい価値観を表現する、クラス初の本格的なスポーツバイクのデザインが評価された。

India Design Mark Awarded

The India Design Council related with the Department of Industrial Policy and Promotion established the "India Design Mark (I Mark)" modeling after the "Good Design Award (G Mark)" of Japan. Its first award was given to the YSF-R15 motorbike manufactured by India Yamaha Motor Private Limited (I.Y.M.) and designed by GK Dynamics. The design of the super sportive model was appreciated as it has introduced a new way of enjoying riding into the Indian market in which motorbikes are traditionally used only as a means for transportation.





Photo : Akira Kuwayama

GK-0G / Floating Habitat (GK自主研究)

スケラブルに発展可能な浮遊体のミニマムサイズのプロトタイプ。この浮遊体では、光合成で発生する水素を利用して浮上させるシステムを考案。浮遊構造体を立体的に組み合わせることで浮力を得られ、「移動体」として自律する居住空間のデザインが可能となるだろう。

GK-0G / Floating Habitat (GK voluntary study)

The prototype of a scalable floating habitat in the minimum size. A system was devised to float an object using hydrogen generated from photonic synthesis. Different degrees of buoyancy can be gained by combining floating structures in various 3-D ways, thus, they can be designed as independent mobile structures.

ロビーに展示されたキッコマンの「しょうゆ卓上瓶」とヤマハ発動機の「YA-1」

Kikkoman "Soy Sauce Table Dispenser" and "YA-1" Motorcycle by Yamaha Motors which were exhibited on the lobby.



Photo : Akira Kuwayama

GKデザイングループは、2012年をもって創立60年を迎えることができた。創立記念日となる11月15日には、これまでGKに関わっていただいた方々への感謝を込めた記念祝賀会を椿山荘にて開催し、500名を超える方々の出席を得た。

60年という節目は人の年齢では還暦とされ赤色に象徴されるが、GKでは「萌葱

GK Design Group celebrated the 60th anniversary of its foundation in 2012. On November 15, the founding day, a memorial reception was held at Chinzanso to thank those who have been associated in one way or another with GK. More than 500 participants were in attendance. In Japan, one's 60th birthday is an important milestone in life and is celebrated with its symbol color red. However for GK, we chose

色」をシンボルカラーとした。新芽のような色に新しい時代へ向かう勢いを込め、会場の設営や記念冊子はこの萌葱色でまとめられた。

祝賀会会場へいたるまでには、GKが制作したさまざまな趣向が来場者を出迎えた。ロビーにはGKの草創期にデザインを担当したキッコマンの「しょうゆ卓上

to use spring green as the symbol color to express our momentum to go forward into a new age. This color was used to decorate the hall as well the memorial booklet. Various decorations prepared by GK welcomed guests, leading them to the reception hall. The Kikkoman soy sauce table bottle, and Yamaha motorbike YA-1, both early GK design masterpieces were displayed in the lobby. "Wind

瓶」とヤマハ発動機の「YA-1」。ロビーを抜けて細く続く通路には、足もとに配した風鈴「草風鈴虫」が心地よい音色を響かせ、仄暗いなか点々と微かな灯りを点す。露地を思わせるその風情は、来場者を穏やかにもてなしていた。

草風鈴虫に誘われて行く次の展示室には、浮遊するふたつのオブジェ「GK-0G/

bell-cricket" units were laid out along the floor of the narrow passage through the lobby, emanating a comfortable sound, and delicate light in the faintly dark space. The atmosphere of a narrow alley calmly entertained the guests. In the exhibition room following the wind bells, two objects of "GK-0G/Floating Habitat" floated in the air. The GK-0G is a model of a futuristic living space that GK envisages as it heads toward



大型リチウムイオン蓄電池「Power Yiile (パワーイール) エリーパワー株式会社」AC電源や太陽光発電等を蓄電し、必要な時にコンセントをさすだけでAC100V出力ができる大型リチウムイオン蓄電池。災害対策本部や避難所に設置され非常用電源として活用された。

Power Yiile, Large Lithium Ion Battery (for Eliiy Power Co., Ltd.)

This large lithium ion battery can store electricity from AC power sources and solar power generators, and when necessary, provides AC 100V electricity just by inserting the plug into it. The batteries were placed and used as emergency power at the Emergency Relief HQ and evacuation centers.

消防活動二輪車(通称 赤バイ)ヤマハ発動機株式会社 火災や震災などの初期救助活動や地域パトロールなどに活用される消防活動二輪車。気仙沼消防団において地震直後から避難誘導に使われた。劣悪な路面状況の中、二輪車の機動性を活かし、被災状況の情報収集、安否確認、医薬品・水の搬送等に活用された。

Fire-fighting Motorbike (Red Bike, for Yamaha Motor, Co., Ltd.)

A fire-fighting motorbike used for early relief activities and patrolling at the time of fire and earthquake. This motorbike was deployed immediately after the earthquake by Kesenuma Fire Corp Volunteers to guide people to evacuation centers. In addition, the mobility of the motorbike was fully used to collect information on disaster situations, safety confirmation, and delivery of medicines and water.

緊急災害用快適仮設空間「QUICK SPACE 72H (QS72)」第一建設株式会社 緊急災害時のために開発されたポータブルアーキテクチュア。東日本大震災において、YKKapの支援によって被災地に送られ、石巻赤十字病院では仮設診療施設やボランティアセンターなどに使用され内外から高い評価を受けた。

QUICK SPACE 72H (QS72) - Comfortable Temporary Shelter for Emergency Relief (for Daiichi Kensetsu, Inc.)

A portable architectural unit developed to be used for emergency relief activities. Some QS72 samples were sent to the disaster-affected area right after the East Japan Great Earthquake, with the support of YKKap. At Ishinomaki Red Cross Hospital, they were used as temporary clinics and volunteer centers, and were highly appreciated both at home and outside.

Floating Habitat」が宙に浮かぶ。GK-0Gは、GKがこれからの100周年に向けて提案する未来型住空間装置のモデルであり、道具進化の方向性を示す象徴として制作された。GKは「道具論」を基本に、道具から住居、住居から都市へとその研究領域を拡げ、さまざまな提案活動を行ってきた。GK-0Gもまた、持続可能な社会の形成と

its centennial anniversary. It was created as a symbol suggesting the direction of evolution of Dogu (tools & equipment). Using “Doguology” as its basic concept, GK has expanded the range of its research from tools to houses and then to cities, and has put forward design ideas in these fields. The GK-0G was conceived while studying the contemporary issue of building sustainable society and the future of product development.

いう今日の地球的課題と、モノづくりの未来に対峙し考案された。

次の展示室には、仮設屋台「GK-X³ (GK-Cross Cube) / 「機縁装置」としての復興屋台」に、メンバーが東北地方で集めた当地に受け継がれるモノづくりの精神と暮らしへの想いが込められた物産品を展示。東北文化の復興とその先の新しい

In the next exhibition room, the GK-X³ (GK-Cross Cube) Rehabilitation Stands were installed as instruments to connect people in the districts affected by the Great East Japan Earthquake and others. They displayed goods and foods collected by GK members from the Tohoku district. The goods and foods were those that embodied the spirit of artisans there and people's desire to enrich their life. Through the

日本文化、地球文化の構築への願いを表した。また、東日本大震災の際に活用された「QS72 (QUICK SPACE 72H)」「Power Yiile」「消防活動二輪車」が展示された。

数々の展示品を通じて、GKのこれまでとこれからが静かに語られたのに対し、祝賀会は動的展開へと一変する。開会と同時に会場内は暗転、太鼓芸能集団「鼓

display, GK intended to express its hope for the restoration of culture in the Tohoku district and the creation of a new Japanese culture and global culture. Other exhibits included a QS72 (Quick Space 72h), a temporary shelter, Power Yiile, lithium ion battery, and a fire-extinguishing bike (Red Bike), which were used to help the affected people after the great earthquake. After the silent recollection of GK's past and the

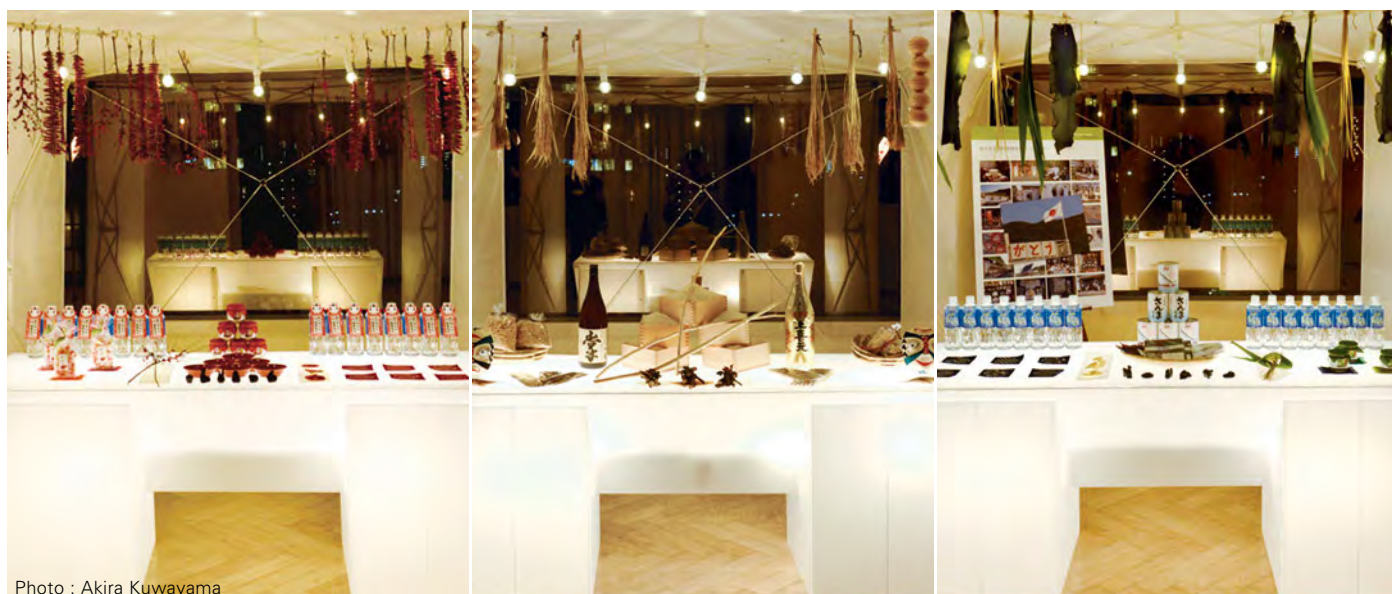


Photo : Akira Kuwayama



Photo : Akira Kuwayama

「機縁装置」としての復興屋台 / GK-X³ (GK-Cross Cube) 2012 (ともにGK自主研究)
被災された方々と我々の「縁」の拠り所となるために考案した復興屋台。最小限の要素で構成された立方空間は、瞬時の展開性と折りたたみ、軽量な可搬性を備えている。人と人、人との出会うことで、心豊かな災後文化を機縁し、復興への支えとなることを願っている。

GK-X³ (GK-Cross Cube) 2012, a stand as an instrument to connect people to help rehabilitate the disaster area (GK voluntary study)

This “rehabilitation” stand is intended to be instrumental in connecting people affected by the disaster and us. The cubic space consisting of the minimum number of elements can be built in a few minutes, folded after use, and carried away lightly. By allowing people to meet people or products, a stand can act as a platform to develop post-disaster human relations. We hope that it will provide the affected people with support for their rehabilitation activities.

童」による勇壮な太鼓演奏が始まった。「鼓童」とGKは、1973年に京都で開催された世界インダストリアルデザイン会議にともに参加して以来の縁がある。時代の節目にあった当時、その力強い太鼓の響きに伝統の継承と新たな創造を求め続けようという意志を打ち込まれたように、今再びGK 60年のあゆみと新たな幕開け

presentation of its future by a number of exhibits, the scene turned into a dynamic party. Upon the opening, the light was turned off and the gorgeous performance by “Kodo,” a traditional Japanese drum troop began. Kodo and GK first met at the World Industrial Design Conference held in Kyoto in 1973. The troop (its predecessor Ondekoza) was formed in 1971 to re-create the traditional Japanese drum perfor-

を告げ、祝賀会の始まりを大いに盛り上げた。また、経済産業省今井顯一様、ヤマハ発動機柳弘之社長、キッコマン染谷光男社長、東京藝術大学宮田亮平学長より祝辞をいただいた。

会は、絶えず賑やかな声が響きあい無事に終了した。GKの原点を振り返り未来をともに語りあえたことを大変嬉しく思

mance into a modern art at the time when Japan was at a turning point. The strong drumming gave a tremendous boost to the party encouraging GK to open a new era. Following the performance, congratulatory speeches were given by Ken-ichi Imai from the Ministry of Economy, Trade and Industry, Hiroyuki Yanagi, president of Yamaha Motor, Mitsuo Someya, president of Kikkoman Corp. and, Ryohei Miyata, president

うと同時に、GKのデザイン活動をその結成から60年を経た今日を迎えるまで、多くの方々に支えていただいたことに深謝し、今後も各位の期待に応えるべく組織創造を続けていくことがあらためて胸に刻まれた。

of the Tokyo University of the Arts. The reception was fast and furious. We at GK are pleased to have this opportunity to look back upon our past, and to look ahead to our future. We are grateful that our activities have been supported by many people, and we will retain a refreshed determination to continue to be a creative organization responding to the expectations expressed by participants.



Photo : Akira Kuwayama



Photo : Akira Kuwayama



Photo : Akira Kuwayama



デザイン真善美

栄久庵憲司

23. 「利休形」に想う——「道具のかたち」出ずるところ

茶道修業で必ず出会う「利休形」あるいは「利休好み」の世界は、一般に利休の「見立てたもの」「作らせたもの」そして「自から作ったもの」を指すが、やはりその原点は「見立て」にあったのではないだろうか。南蛮貿易が盛んになる16世紀半ば頃より、その渡来品の真の価値をどのように見抜くか、それも如何に素早く評価出来るかが、商いの勝負どころであったようだ。そもそも堺の商家の出である利休は、生まれながらの才能に加え、その鋭い観察眼に裏づけられた「美の発見能力」の持ち主であった。それも一瞬にして「美を感じとる能力」いわば「美を見立てるセンス」が、身に具わっていたのである。そこで、茶道を極め行く様々な過程に於いて、永き歴史を経て存在する様々な道具類を、自からの茶道具に「見立て」使いこなす。また新たな道具を構想すると、今日「千家十職」と称される、十の職域の名工家系に「作らせ」、利休独特の好みの世界を追求した。さらには、利休「自らが作る」ことで、さらに独特の道具世界を展開することとなる。これらの積み重ねによって、千家茶道の基本をなす、「好みの色やかたち」の極意が伝承され、独特な茶道文化として今日に至るのである。

ではそもそも、利休の「新たな道具の発想」とその「かたちの源泉」は、一体何処から来たものだろうか。利休は何処に美の源「かたちの出ずるところ」を見つけたのだろうか。それは、自然の中に存在する様々な「美の有様」からである。あるときは、山に咲き乱れる桜花の嵐。空を飛翔する勇壮な鷹。又あるときは、野に楚々と咲く一輪の花。波打ち際の一片の貝。まさに自然は美しいかたちの宝庫である。そして、天然の力によって生まれた、美の連続する大宇宙である。利休はこれら全ての中に、自然の大いなる力、すなわち、自然の心が通った「モノの姿」「道具のかたち」を見出し続けたのである。そしてその結果、今日に至る「利休形」が生まれたとあってよい。私はそのかたちを見るにつけ、本居宣長の詩を思いだす。「敷島の大和心を人間はば、朝日に匂う山桜花」。ここに込められた心根こそ、自然と人と道具の美しき在り様を見事に表現しているものである。私達は、「モノづくり人」として、常に素朴な感性を、素直な肉体の中に持つことが必要であると思う。それこそ「利休形」に繋がる、かたちの極意ではないかと思う。

Truth, Goodness and Beauty of Design

Kenji Ekuan

23. Rikyu Forms – Sources of the “Forms of Tools”

Anyone who has studied the art of the tea ceremony would encounter Rikyu Forms or Rikyu's favorites. They generally indicate things which were “selected,” “ordered” or “made” by Sen-no Rikyu, but his strongest point must have been his keen appreciation for artifacts. In the mid-16th century, trading flourished, and a key to business success was how to promptly evaluate the imported goods. As a son of a merchant in Sakai city, the largest business city in those days, he had an innate talent in business and, in addition, a keen eye to discover aesthetic beauty. He had a sense to appreciate beauty and was able to quickly recognize the value of things. In the process of developing his art of the tea ceremony, he selected various tools to use as tea utensils from among various tools which had been in use. As he conceived of a new utensil, he would have it produced by masters of crafts arts called the Ten Crafts for the Sen Family, in pursuit of Rikyu's own favorite world. Further, he made utensils himself and developed his own world of tea utensils. Thus, the secret of his favorite forms and color has been conveyed to date as the culture of the Sen tea ceremony school.

What was the source of Rikyu's concept for a new utensil and his forms? Where did he find the source of beauty? It is from various forms of beauty in nature. Storms of cherry flowers on the mountains, dynamic flights of hawks, a flower in the field, a piece of shell on the beach. Nature is a treasure box containing beautiful forms. It is a continuum of beauty. Rikyu continued to discover the great power of nature in these things, in other words, the “forms of things” and “forms of utensils” reflecting nature. As a result, Rikyu Forms were born and have continued to date. Whenever I see the Rikyu forms, I recall a poem by Motoori Norinaga who said “when asked what the essence of Japanese aesthetics is, I would reply that it is mountain cherry blossoms emitting fragrance at the sunrise.” The poem beautifully expresses the relations between nature, humans and tools. As designers who are involved in making things, we should always have a simple aesthetic sense. It would serve as a secret base for our own “Rikyu Forms” that would be developed as we progress with our work.

編集後記

ものからことへとと言われてひさしい。デザインの対象が広がりつつけるなかで、今号ではあらためてデザインの原点を振り返り、もののかたちを特集テーマに編みました。社会は美意識を共有しながらかたちをつくってきました。自然や気候風土などから学び磨かれてきたかたちは、美的なものとして社会に共有され受け継がれてきました。そのかたちの背後には、しきたりや生活様式など、日々繰り返し行ううちに身につけた慣習も含まれています。人々はもののかたちに対する美意識と、その背後にある、目に見えない文化に対する美意識をも醸成してきました。現代は、技術の高度化にしたがってさまざまに新たなものがつくられ、それまでに経験したことのない体験をすることになります。新しいものから得られる直接の体験だけではなく、そのものが社会に共有された美意識をもったかたちであること、そして、あらたな文化をつくるものとして存在させること、そこにこれからのものづくりとかたちの関係があるように思いました。

南條あゆみ

Editor's Note

It has been sometime since the targets of design began to expand from material things to immaterial things. This issue focuses on the forms of things by tracing back to the starting point of design. We, while sharing aesthetics, have created forms. We have polished forms by learning from the nature and climate of our surroundings, and the forms have been shared as beautiful things and have been handed down through generations. Behind the forms are customs and lifestyles that we have developed through our daily living. We have developed aesthetics for the forms of things and also for the invisible culture behind the visible forms. Today, along with the advancement of technology, various new things are made and we come across new experiences. New things should do more than just giving people direct experiences, they should have forms that reflect our shared aesthetics, and they should lead to developing a new culture. Here seems to be the relation between future creations and forms.

5.4 6 7
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.24

2013年3月発行
発行人/山田晃三
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.24

Issued: March 2013
Publisher: Kozo Yamada
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.