

特集

コミュニケーションデザインの可能性 2



- 
- 3 「故・榮久庵憲司さんを偲ぶ会」開催
- 
- 4 花と団子  
山田晃三
- 
- 6 伝統と革新  
小笠原清基
- 
- 10 特集  
コミュニケーションデザインの可能性 2
- 
- 11 GKグラフィックスのコミュニケーションデザイン  
野田尚稔
- 
- 14 30周年展示を通して考えるこれからのコミュニケーション  
デザイン  
岡部真紀
- 
- 16 非言語によるコミュニケーションデザインの可能性  
佐藤雅洋
- 
- 20 文字表現によるコミュニケーションデザインの可能性  
木村雅彦
- 
- 24 共生感を醸成する道具  
岡部真紀
- 
- 28 デザインと技術のその先に 5  
知能を持った道具を作る  
山脇正光
- 
- 30 Topics  
  - ・ 故榮久庵憲司会長一周忌、GKデザイングループ本社内で偲ぶ会を執り行う
  - ・ 山田晃三GKデザイン機構社長、「九州デザインサミット」で基調講演
  - ・ 「オートカラーアワード2015-2016」で特別賞を受賞
  - ・ GKグラフィックス、30周年企画展を開催
  - ・ 「SDA Award 2015」で優秀賞
  - ・ 鉄道友の会「2015年ローレル賞」に選定
  - ・ 「ペントアワード2015」で銀賞を受賞
  - ・ GKデザイン総研広島、第4回鉄道技術展に出展
  - ・ GK上海、中国インダストリアルデザイン会社のトップ10に選定される
- 
- 34 Project News  
  - ・ セブンゴールド まろやかエール(無濾過)パッケージデザイン/麒麟ビール株式会社
  - ・ ふるさとの木で生まれる家具/株式会社ワイヤードビーンズ
  - ・ NOMURA家庭用スマート 鋳鉄鍋/広東野村科技电器有限公司
  - ・ 「さざなみ温泉みずしま」リノベーション デザイン/京都まちづくり交通研究所
  - ・ XSR 700 / Yamaha Motor Europe N.V.、株式会社ヤマハ発動機
  - ・ 新型AGT車両「埼玉新都市交通ニューシャトル2020系」「日暮里・舎人ライナー330形」/三菱重工工業株式会社
- 
- 35 Column 道具文化往来 清水尚哉
- 
- 3 Memorial reception for the late Kenji Ekuan held
- 
- 4 Cherry Blossoms and Dumplings  
Kozo Yamada
- 
- 6 Tradition and Innovation  
Kiyomoto Ogasawara
- 
- 10 Special Feature:  
Potentiality of Communication Design 2
- 
- 11 Communication Design by GK Graphics  
Naotoshi Noda
- 
- 14 Future Communication Design Conceived through the GK  
Graphics Exhibition in the 30th Year  
Maki Okabe
- 
- 16 Potentiality of Non-verbal Communication Design  
Masahiro Sato
- 
- 20 Potentiality of Expressions with Letters in Communication  
Design  
Masahiko Kimura
- 
- 24 Dougu Arousing the Sense of Living Together  
Maki Okabe
- 
- 28 Beyond Technology and Design 5  
Making Dougu with Intelligence  
Masamitsu Yamawaki
- 
- 30 Topics  
  - ・ Memorial service of the 1st Anniversary of GK Chairperson Kenji Ekuan's death held in the office of GK Design Group
  - ・ Kozo Yamada, president of GK Design Group delivers a keynote speech at the "Kyushu Design Summit."
  - ・ Winning Special Award of the JAFCA Auto Color Awards 2015-2016
  - ・ GK Graphics 30th Anniversary Exhibition
  - ・ Gold Award in SDA Award 2015
  - ・ EV-E301 Car Series Selected for the Laurel Prize 2015 by the Japan Railfan Club
  - ・ Winning the Silver Award in Pentawards Award 2015
  - ・ GK Design Soken Hiroshima Presented its Booth in the 4th Mass-Transportation Innovation Japan 2015.
  - ・ GK Shanghai selected as one of the Top Ten Design Companies for Industrial Design
- 
- 34 Project News  
  - ・ Package Design for Seven Gold "Maroyaka" Ale <Unfiltered> / Kirin Brewery Co., Ltd.
  - ・ Furniture made of Wood in the Home Town / Wired Beans Inc.
  - ・ Nomura Smart Cast Iron Skillet for Home Use / Nomura USA, Inc.
  - ・ Renovation of "Sazanami Onsen Mizushima" / Kyoto Machizukuri Kotsu Lab
  - ・ XSR 700 / Yamaha Motor Europe N.V., Yamaha Motor Co., Ltd.
  - ・ New AGT vehicle "New Shuttle 2020 Series" of Saitama New Urban Transit Co., Ltd., and the "Nippori-Toneri Liner 330 Type" of the Tokyo Metropolitan Government / Mitsubishi Heavy Industries, Ltd.
- 
- 35 Column Dougu Culture Crossroad Hisaya Shimizu

## 「故・榮久庵憲司さんを偲ぶ会」開催 Memorial reception for the late Kenji Ekuan held

「故・榮久庵憲司さんを偲ぶ会」が2016年2月26日、東京六本木の国際文化会館にて開催された。春間近の陽光が注ぐ温かな雰囲気の間、祭壇には、献花に包まれた榮久庵会長の遺影が飾られ、その絶えざる微笑みが会場全体に注がれていた。150名を越える参列の方々、デザイン界の発展にその85年の生涯を捧げられた榮久庵会長を偲びつつ、様々に懐かしい思い出などを交わされていた。帰りには記念品として「榮久庵憲司さん思い出の栞」と「偲ぶお菓子」が配られ、参列者の方々はそれぞれに深い想いを携えながら、三々五々帰宅の途についた。

日時：2016年2月26日 金曜日 15:00-17:00

会場：国際文化会館「岩崎小彌太記念ホール」(東京・六本木)

主催：「故・榮久庵憲司さんを偲ぶ会」実行委員会

協力：公益社団法人日本インダストリアルデザイナー協会 (JIDA)

GKデザイングループ

A Memorial reception in honor of the late Kenji Ekuan was held at the International House in Roppongi, Tokyo on February 26, 2016. A photo of chairperson Ekuan, surrounded by many flowers, was placed on an altar installed in the hall. Enveloped by the warmth of the sun's rays of approaching spring, his everlasting smile spread to all in the hall. Over 150 participants were exchanging their memories of chairperson Ekuan who devoted 85 years of life to the growth of the design community. A "bookmark" and "sweets" in memory of Kenji Ekuan were given to attendees as souvenirs to carry on his memories.

Time: 15:00-17:00, Friday, February 26, 2016

Venue: Iwasaki Koyata Hall, International House of Japan (Roppongi, Tokyo)

Organizer: Organizing Committee for Reception in Memory of the late Kenji Ekuan

Collaborators: Japan Industrial Designers' Association (JIDA), GK Design Group



## 花と団子

山田晃三



### Cherry Blossoms and Dumplings

Kozo Yamada

Cherry blossoms will bloom soon. I have a dazzling memory of cherry blossoms in the spring of 1979 that I saw on the day of the entrance ceremony of the GK Industrial Design Institute. I never forget the cherry blossoms blooming in the garden of the GK head office in Mejiro in Tokyo along with my festive feeling. Cherry blossoms come into full bloom in a few days and fall quickly. April is the beginning of spring and the fiscal year of most corporations. Cherry blossoms do not mean to celebrate the beginning of a business or school year, but they offer a dramatic stage setting. People feel somehow restless in this season. "Let's go to view cherry blossoms."

Someone takes the lead, and drinks, flower viewing Bento and dumplings are prepared. A rope is stretched designating an area and a blue plastic sheet is laid for a group of people to sit down and enjoy a picnic. To appreciate flowers is of secondary importance. There is no romantic atmosphere to view blossoms. Cherry blossoms only provide the impetus for people to have a free and easy drinking spree. This is a common scene in spring seen among common people. There is a saying in a Japanese Iroha card matching game, "Dumplings rather than cherry flowers."

Here I would like to introduce a view on cherry blossoms by the late Kenji Ekuan from his book *Mono to Nihonjin* (Material Things and Japanese). In

まもなく、桜が咲く。

1979年の春、GKインダストリアルデザイン研究所の入社式の桜は、私には眩しい記憶である。目白の、当時のGK本館の庭に咲くその桜は、社会人として一步を踏み出す自身の晴れがましさと重なり、決して忘れることはない。桜は前線とともに一斉に咲き、たちまち散る。4月は季節の始まり、始業のときである。桜は祝っているわけではないが、何という大胆な演出の装置か。毎年そうだが、このころの気持は、落ち着かない。

「花見に行こう」

このタイミングに一席持とうとの春の誘いである。桜の下での酒宴、花見弁当や花見団子が用意される。桜の観賞は二の次だ。場所取りのロープもブルーシートも鑑賞とはほど遠く、桜を愛でるといふ風流はどこにもない。いま桜は酒宴のきっかけに過ぎず、無礼講のサインである。これが一般庶民の四季の風物詩であるから、いろはかるたにも登場する。

「はなよりだんご」

さてここに、ひとつの見識を紹介したい。「日本とは何か」を思索する文化論である。今年の桜を前に、少し考えてみたい。

花は人を救う。

「便利」は人を助けるけれども、救いになるとは思われない。

花より団子、とはよくぞ諷刺したものぞ、と思う。

花はメッセージである。団子は機能である。

モノの機能は人を助けるが、救いにはならない。

モノのメッセージが人を救う。

故柴久庵憲司の著書『モノと日本人』のなかの「日本人の秩序観 花と武士道」の一節である。ここでは、桜を武士道の象徴とし、そ

the chapter of "Japanese view on order – Cherry Blossoms and Bushido, the code of the samurai, he says:

Cherry blossoms save people.

"Being convenient" may help people, but that does not seem to save people.

"Dumplings rather than cherry blossoms," is a well-made satire.

Flowers are a message. Dumplings are a function.

The function of objects may help but not save people.

Messages from objects save people.

Here, Ekuan considers cherry blossoms to be the symbol of Bushido, and endorses what Motoori Norinaga, scholar in the Japanese classics, philology and physician in the Edo period said that samurai considered the simple beauty and the graceful way of falling of cherry blossoms as their paragon.

Cherry blossoms represented all flowers. Swords represented warriors, their spirit, life and dignity. But for what reason did warriors abandon their lives like falling cherry flowers? For what reasons did they have swords to kill others? It is for the sake of patriotism. Patriotism is the spirit to devote oneself to the protection of order that they follow. It is not given by someone else, but it is an attitude that one determines oneself to adopt.

According to Shiba Ryotaro, novelist and non-fiction writer, it was "public consciousness" that the samurai had that successfully avoided having Japan colonized by western super powers toward the end of the Edo period (1603-1868), and having survived the Meiji period (1868-1911). They were always

の清楚な美しさ、いさぎよく散ることが武士の鏡であったとする本居宣長をとらえている。以下に、榮久庵の花と武士道の項を引用したい。

「花は桜という。武士は刀である。刀は武士の魂であり、命であり、尊厳であった。武士の刀を腰の物といい、そこから物の夫という言葉がうまれた。ところで武士は何のために桜と散るのか。何のために命を散らせる刀を帯していたのか。憂国という大義のためである。許すべき秩序を保つことに専念する精神を憂国という。憂国という立場は、誰が与えたものでもなく、自ら任じたのである。身勝手に任じた大きな立場である。」

いっぽう、司馬遼太郎氏は、幕末の欧米列国の植民地化を許さず、明治を生き抜いた武士の力を「公の意識」によるものとした。人はどう行動すれば美しいか。どう行動すれば公益のためになるか。この二点が幕末の武士を形成していたという。武士とは鎌倉以来700年続く日本精神の基層にあるものである。武士という人間像は多少奇形ではあるにしても、その結晶の見事さにおいて「人間の芸術品である」と司馬氏は賞している。

3.11の大災害直後の日本人の冷静な振る舞いや、国際競技での公共のゴミを片付ける道徳観は世界を驚かせた。これは長い歴史の上に育まれた日本社会の利他的精神によるものである。この相互共生の精神は、日本の島国という風土と、自然豊かであることと対照的に災害の多い過酷な環境に生きてきたことに起因している。かつての日本人には、直感によって科学の目では見えないものが良く見えていた。花一輪に、地球を見た。

榮久庵が、団子を機能とするのは、生き延びるに最低限必要なもので、これがあれば人は助かるのである。いっぽう花をメッセージとし、これを「救い」とするのは、何をもちて人は生きているのか

への問いである。生きていることの意味、すでに生死観がここで問われているのである。

「武士道は、作法を守り、態度をきっぱりとしていたから、嫌味などところがない。さっぱりとした清潔感があった。美意識があつて美があった。命を惜しむと、人間の嫌なところが沢山出てくる。武士はさくら花と自任して、命を惜しまぬ『物の夫』として、人間のいやなところを切つて捨てたのである。(花と武士道)」

戦後生まれの私たちに、この美意識は想像でしかない。榮久庵の若くしての海軍兵学校での体験、道への思考は、思いを今にして呼び起こしたに違いない。戦後70年にしての憂国である。そして続く。

「デザイン道は、現代の武士道である。デザイナーは美と高貴なるモノを『かたちにする』ことによって国を救う憂国の士という大きな立場に立ってきた。いまデザイン道は、デザイン業になり下がってはいまいか。」

この、戒めの立場に立って行動を起こすことは極めて難しい。しかし、昨今のデザイン業界の低迷は指摘のとおり、思い当たる節が多い。簡単便利な世の中になってきたからだ。いま私たちは帯刀はなくとも、背筋を伸ばさないといけないのではないかと思う。さらに、新しい時代の「デザイン道」は、榮久庵憲司が求めていた、日本が提示すべき、混乱の世界に向けた、有効な「日本デザインの基層」なのではないだろうか。

私たちデザイナーは、花より団子であつてはならないが、団子より花だけでもいけない。「花と団子」の均衡をデザインするのである。

今年の花見は、少し人気の少ない、山桜の下で、気分を変えたいと思うのである。美味しい花見団子も持参したい。

やまだ こうぞう GKデザイン機構 代表取締役社長

concerned about “what behavior makes people look beautiful?” or “what action would benefit the public?” These two thoughts occupied samurai’s mind at the end of the Edo period. The samurai (warriors) spirit has been in the basic layer of Japanese spirit for 700 years since the Kamakura period (1185-1333). The image of samurai is somehow eccentric, but because of the beautiful crystallization of their features, they are “human art works,” so says Shiba Rōtarō. The calm behavior of people affected by the Great Earthquake on March 11, 2011, and Japanese spectators collecting trash in the stadium after soccer games surprised the world. This moral sense is based on the altruistic spirit developed through the long history of Japan. The spirit of mutual help was developed on an island country which is rich in nature, but at the same time, prone to devastating natural disasters. In trying to survive disaster, people had to help each other, hence, the development of a spirit of mutual help. In the past, the Japanese could intuitively see things which could not be explained by science. People saw the “earth” in a flower. When Ekuan says that a dumpling symbolizes a function, he means that this is the minimum necessity for a person to survive, or, a person to be saved. He regards flowers as a message of “relief,” and a quest for the meaning of life. In the phrase of “Dumplings rather than flowers,” he views life and death.

Those who had equipped Bushido observed manners and took definite action. Therefore, there was no unpleasantness, rather, there was neatness. They had their aesthetic sense in life. If you had been reluctant to die, your unpleasant aspects would come to the fore. Samurai likened their lives to cherry blossoms.

They valued honor above life, and discarded unpleasant aspects of humans. It is very hard for those who were born after the end of WWII to share the aesthetic sense described above. Ekuan must have recalled his memories of the naval academy in his youth, and the search for life after the war, out of patriotism 70 years after the end of war. He further says:

The code of designers has been like a contemporary code of samurai. Designers are now patriots who work to save the country by putting beauty and noble things into concrete forms. But now, I am afraid that designers have become design traders instead of design samurai.

It is extremely difficult to take action in response to his warning. But considering the current stagnation in the design industry, I can see his point. Easy and convenient ways prevail in the world of design today. We must straighten our backs. The code of designers today that we should present to the chaotic world must be the basic principle of Japanese design that Kenji Ekuan has sought. We, designers, must not seek “dumplings rather than flowers,” but at the same time, we must not seek “flowers rather than dumplings.” We must find balance between flowers and dumplings.

For cherry blossom viewing this year, I would like to go to a place for a change where wild cherry trees are in full bloom and where there are only a few people. I will bring delicious dumplings for sure.

Kozo Yamada, president, GK Design Group

## 伝統と革新

小笠原清基(弓馬術礼法小笠原流三十一世宗家嫡男)

小笠原家は礼法、弓術、そして弓馬術の三つを代々の将軍家に教えてまいりました。鎌倉から平成という時代の流れの中に大きな革新がありましたが、その中で小笠原家の伝統が続いてきたのには、礼法が最も重要な部分になりますので礼法についてお話しいたします。

小笠原家の歴史は第五十六代の清和天皇まで遡ります。清和天皇からは小笠原家以外に、足利家、源家、武田家、あるいは島津家といった名だたる武将たちが出ています。

鎌倉時代、初代の小笠原長清が源頼朝に招かれて、それまで公家式だった礼法を武家式に改めます。そこからさまざまな微調整があり、後醍醐天皇の時代にしっかりと確立されて『修身論』と『体用論』という書物にまとめられます。

初代長清から代々の将軍家に仕えることが小笠原家の役職となりましたが、江戸時代になると将軍家のみならず、江戸城に参進する全国各地の上級武士にも礼法を教えるようになります。礼法は各大名家にもありましたが、江戸城に入るには徳川式、つまり小笠原家の礼法を知っている必要があったためです。これは非常に大切なことでした。ひとたび戦が始まれば、全国各地から武士が集まり群を作って戦います。そこには当然ルールが必要で、使われたのが小笠原式の礼法でした。この礼法で大切なのは呼吸です。この呼吸に合わせた動作というものが常日頃からできていると初めて会っても息が合うわけです。

明治時代になると身分制度がなくなり四民平等になります。武家は小さい頃から上に立つための躰がされていますが、農民や商人といった身分の方々はそうした教育を受けていませんでしたので、世の中は混乱をするわけです。そこで、再び小笠原家が呼ばれました。

### Tradition and Innovation

#### Kiyomoto Ogasawara, the heir to the 31st Headmaster of the Ogasawara-ryū School of Archery, Mounted Archery and Etiquette

The Ogasawara family taught archery, mounted archery and etiquette to the successive families of the shogunate. There have been major reforms from the Kamakura era (c 1185 – 1333) to the Heisei (1989 – ) era, but the most important factor that has helped the tradition of the Ogasawara family to continue is the code of decorum or etiquette. I would like to talk about the code of decorum today.

The history of the Ogasawara family dates back to the period of the reign of Emperor Seiwa, the 56th emperor (850 – 881). Other well-known families of military commanders including Ashikaga, Minamoto, Takeda and Shimadzu also descended from Emperor Seiwa.

In the Kamakura era, the first headmaster Ogasawara Nagakiyo was invited by Minamoto Yoritomo (1147 – 1199), the founder of the Kamakura shogunate to reform the code of decorum for court nobles to those for warrior families. After making fine adjustments, during the reign of Emperor Godaigo (1318 – 1339), the code was firmly established and compiled in books titled Shūshin-ron (psychological mindset) and Taiyō-ron (manners to make use of our body).

Beginning with Nagakiyo, the Ogasawara family continued to serve the

このとき、東京女子師範学校や華族女学校で女子学生に礼法を教えるようになりました。明治15年には、東京府の依頼で東京の各学校で教えるようになります。女性は母親となって子どもに、東京で教わった学生は各地方に戻ってその地の学生に教える、というサイクルがありました。全国的に小笠原流と言えば礼法と言われるのは、武家

の時代と明治時代のこうした広がりがあったためです。

明治時代には、椅子やコーヒーカップといった西洋文化も入ってまいります。小笠原家では、そうした物の扱い方も指南するようになります。昔の生活の人たちから、なぜそういうことをやるのかという質問もあるわけですが、日本の文化には温故知新という言葉があるように、昔のことを習い先人の知恵を生かして次の上を目指するという考え方があります。ですので、西洋式をそのまま受け入れるのではなく、日本人に受け入れられやすい形としてやりました。



鶴岡八幡宮での流鏑馬(撮影:森山雅智)

Yabusame Ritual at the Tsurugaoka Hachimangu (photo by Masatomo Moriyama)

shogunate family up through the Edo era. In the Edo era (1603 – 1868), the Ogasawara family began to teach the code of decorum to high-ranking samurai from other feudal lords living in Edo city to help them participate in events held in the Edo Castle. The feudal lords had their own codes of decorum, but when they paid a visit to the castle, they had to follow the etiquette of the Tokugawa family or the code of decorum of the Ogasawara family. It was very important. Once a battle broke out, warriors mobilized from across the country were grouped together to fight the enemies. As a matter of nature, rules for fighting were needed, and the rules of the Ogasawara-ryū were adopted on the battlefields. Breathing is the essential element in the Ogasawara school of etiquette. If people had acquired the manner of synchronizing their movements to their breath in their daily life, they could easily face other people in synchronization even at the first meeting.

In the Meiji era (1868 – 1912), the class system of warriors, farmers, artisans, and tradesmen was abolished and people in all classes became equal. Children in warrior families had been brought up with strict discipline, but those from farm families and tradesmen were not educated in such a way, and manners became confused among people. Here again, the Ogasawara family was called upon.

First, the Ogasawara family began to teach the code of decorum to female students at Tokyo Normal School and Nobility's Girls' School. Upon request by the Tokyo prefectural government, the Ogasawara family began



左:小笠原家に伝わる伝書(撮影:森山雅智)

右:室町時代に編纂された『修身論』『体用論』

Left: Books handed down in the Ogasawara family (photo by Masatomo Moriyama)

Right: Shūshin-ron and Taiyō-ron were compiled during the Muromachi era (1336-1392).

礼法というの特異なイメージを持たれると思いますが、そうではありません。このときに教えていたことは、例えば、朝起きたときには顔を洗いましょう、出かけるときには親に行き先を言いましょうなど、ごく当たり前のことでした。

「礼法を端的に言うとなんですか」と質問をされたときには「人が人として生きていくための最低限のルールである」とお答えしています。特徴的な身分や立場の方だけがすることではなく、皆が一樣にできることなのです。

to teach etiquette to all schools in Tokyo in 1882. Girl students who had learned the rules code of decorum became mothers who taught etiquette to their children or went back to their home places to teach etiquette to their students. There emerged a cycle of teaching etiquette. Now, because of its prevalence in the period of warriors and the Meiji era the code of Ogasawara-ryū is considered synonymous with the rules of decorum. In the Meiji era, chairs and coffee cups and other tools with western cultural background were introduced to Japan. The Ogasawara family began to teach how to deal with these tools from the west. People who kept their old style of living wondered why the Ogasawara family attempted to devise new rules. But as we say, “Discover new things by studying the past,” we share the concept that we should seek better ways of doing things by taking lessons from the past and learning from the wisdom of our predecessors. Instead of introducing the western style of etiquette directly, the Ogasawara family adapted the western manners to be more easily accepted by the Japanese. When you hear the words “the code of decorum,” you may imagine something special. But they are not special. They are rules of behavior for things as commonplace as, “Wash your face when you get up,” or “Tell your parents where you are going when you leave of your house.” When asked, “what is the code of decorum?” I answer “They are the basic set of rules for all people to live by.” They are not merely rules for people in a specific class or position. All people can practice them.

変化は江戸から明治だけではなく常々起こっています。伝統文化は昔から何も変わっていないとイメージされると思うのですが、全くそんなことはなく、常に時代と共に変わります。一方で、変えない部分もあります。この変えない部分がどの時代においても必要とされたために、小笠原家は残っているとされています。

では、変えてはいけないルールとは何かをお話します。

まず、正しい姿勢をとること。正しい姿勢とは、人には背骨があり、その下に腰骨があって足があります。その姿勢をそのまま使いましょうということです。

筋肉の動きに反しないこと。自分の正面から右側にあるものは右手で、左側にあるものは左手で扱うということです。右手を右側から動かしていき、体の中心を超えたところで使う筋力が変わること、今では科学的に知られていますが、そのことが経験的にわかっていました。

物の機能を大切にしましょう。物にはさまざまな形、特性があり、それらを理解したうえで扱うべきであるということです。

環境や相手に対する自分の位置を常に考えること。上座、下座を見分けましょうということです。部屋に対する上座、下座だけではありません。日本の考え方では、そのとき空間を共有している方との位置関係も非常に重要で、目上の方がおられる場所がそこでの上座となります。今の自分の位置、どの位置に行かなければいけないのかを常に考えなさいということです。

実用的であることから、省略できるところはしっかり省略すること。戦うことが本職の武士に無駄があつては戦に負けてしまいます。そして、無駄を極限まで省いた結果、そこに美を求めました。

極限まで無駄を省いた動きが、立つ、座るといった日常の動作になります。日常のさまざまな活動を分解するとこうした動きに全て

Changes occur at all times, not only in the Edo or Meiji eras. You may think that traditional culture has remained unchanged for many long years, but this is not so. Traditional culture changes along with changes in society. There are, of course, some elements which have not changed. It is said that the Ogasawara family has survived to date because the unchanged elements have been required by people at all times.

Let me touch upon the rules that we should not change. First of all, we should have correct posture. We have the spine followed by the hipbone and legs. The correct posture means that we should use these parts as they are positioned. Second, we should not move against the natural action of the muscles. Handle things on your right side with your right hand, and vice versa. It is scientifically proven now that when you move your right hand from the right, the muscle power you need changes after the hand goes to the left from the center of the body. But we have empirically known this fact. Third, we should value the functions of things. Things have forms and properties of their own. Therefore, as we deal with them we are always aware of these differences. Fourth, you should always consider your position in a setting or with another person. This means that you should identify the higher and lower positions of things, spaces and people. This does not only refer to the higher and lower places in a room. The hierarchical relationship among the people gathering in a space is very important, and the place where a superior person is becomes the seat of

集約されます。そのため、基本の動きをしっかりと身につけ、それを組み合わせて応用させれば日常の動作につながるのです。

基本的な体の使い方と考え方、この考え方が一番重要で、そこをしっかりと理解していただくことが、我々の稽古で目指しているところです。その考え方とは「なぜこういうふうにしなくてはいけないのか」と考えることです。考える癖がつくと、どんなものに対しても疑問を持つようになり、どのような場にも対応できるようになります。今は情報が非常に多い世の中ですが、何が正しくて何が正しくないのかがわかるようになってまいります。これは、理屈ではなく実際に稽古をされると「ああ、そういうことなのですね」とわかってくるものなのです。

この基本体、そして応用動作をとにかく反復稽古いたします。これは心と体の両方を鍛えましょうということです。いくら心を込めていたとしても、それが表現できなければ相手には伝わるわけではありません。逆に、相手に伝える表現方法だけを知っていても相手には何も伝わらない。心と体、思っていることとそれを表現すること、この二つがしっかりと練り合わさることによって思っていることが初めて相手に伝わるのです。これは、後醍醐天皇の時代の『修身論』『体用論』にも書かれている考え方で、一貫して伝わっています。

「事理の自然」という言葉があります。「事の自然」というのは、先ほどの話の基本体にあたる部分です。例えば、立つ、座る、歩くといったことは教わることなく自然にできたことだと思います。これが「事の自然」です。この自然にできたことをしっかりと修練することです。

「理の自然」とは、常に心に一つの緊張をもって人に接することです。「心に一張の弓を持ちなさい」とよく言われました。弓は、もとは逆側に反っているものをその逆側にひっくり返して弦を張り

ます。つまり、弓という形があるとき弓本体には常に一定の緊張があるわけです。この一定の緊張を常に持つこと——「理の自然」になるための修行をしなさい、ということです。

小笠原家では「他人を大切にする前に自分を大切にしまさい」とも言われます。このまま受け取ると自己中心ととられがちですが、そうではありません。まず、自分自身がしっかりとできていなければ、他人を大切に思うことはできない、ということです。

そして「進退中度」という言葉があります。これは進むも退くも度に当たりなさいということです。つまり、過ぎてはだめ、足らな過ぎてもだめ、ほどほどでもだめで「まさに、そこ」ということです。これが「事理の自然」を端的に表していると思います。



背筋の伸びた美しい姿勢  
Beautiful straight-backed posture

honor. Therefore, you should consider your position, where you should take your seat. Fifth, you should eliminate whatever you can eliminate. If a warrior carries unnecessary things to a battlefield, he would be defeated in the battle. Warriors sought beauty by reducing the unnecessary to the minimum. By reducing wastefulness in your movement and keeping your movement to the minimum your movements become only the basic movements in daily life such as standing up and sitting down. When we analyze various physical activities in our daily living, we know that all movements can be broken into these basic movements. In other words, if you firmly master these basic movements, and combine them to make the best use on each occasion, your daily activities will proceed more smoothly. Mastering the basic ways of using your body and thinking are essential. To understand these essentials is the purpose of our training. The way of thinking implies that we should think “why do we have to do this in this way?” whenever and whatever we do. When you get into the habit of thinking, you will question every single thing, and thereby learn to cope with any type of situation. The world is filled with information, but by training yourselves to think, you are able to discern what is correct and what is wrong. When you go through training, you will become able to sense what is right, and say “Oh, now I understand that” without reasoning. We repeatedly practice the basic ways of using our body and applied movements. It means that we train both mind and body functions. We

do this because we know that even if we put all our heart into something, it will not be conveyed to others unless we can express it. Contrarily, if we know only the means to communicating to others, our thought will not be conveyed to them. When mind and body, or what we think and how we express it are well combined, we can convey what we feel or think. This concept is written in *Shūshin-ron* (psychological mindset) and *Taiyō-ron* (manners to make use of our body) published during the reign of Emperor Godaigo, and has been handed down to today.

We also have a term “the nature of physique and the nature of sense.” The nature of physique implies the basic physical movements mentioned before. We learn to stand, sit and walk naturally without being taught. We should train our natural abilities in the correct manner.

The nature of sense implies that we should contact other persons with tension. “I was often taught to have a bow in my mind.” A bow is made of a material that is warped by bending it in an opposite direction and the ends of which are joined with a string to form an arc. So a bow is always tensed to a certain level. We are taught to keep a certain level of mental tension, or to achieve the nature of sense.

In the Ogasawara family, we are taught to “value yourself before valuing others.” This may at first sound like self-centeredness. In fact, it suggests that unless you have established yourself, you cannot value others.

We further have a concept “take an appropriate course to move forward



また、小笠原家には「男子は剛健にして粗暴ならず、威儀厳正の中に、従容閑雅ならんを要す」「女子は柔順にして鄙屈ならず、容姿婉婉の中に、凜然侵す可からざるの風あるを要す」という言葉も伝わっています。

どんなに力が強くても粗野であってはいけない。そして、堅苦しいことが重要なのではなく、そこに閑雅があることが重要だということです。それから、おとなしく素直ではあるのですが、卑屈であってはいけない。そして、容姿が婉婉ですけれども、その中に誰にも汚されることのないほどのしっかりした一本の筋を通しておけ、という内容です。これは「男子は」「女子は」の部分を除いて読めば、人としてのあるべき姿を現している言葉と言えます。

こういったことが小笠原家に代々伝わってきたことですが、考え方は常にシンプルです。末節に全くこだわりがなくて幹となる部分が重要であると。その末節は各自が判断をして、それぞれが対応したら良いということなのです。

根幹となる幹の部分は、民族が違えども、時代が変われども一様に受け入れられることです。そのため、小笠原家は続いてきているわけです。末節にこだわっていたのであれば、おそらく続くことはなかったと思います。

最後に、小笠原家が始まる以前、聖徳太子の十七条の憲法も世の中は「礼」が大切だといっています。上の者に礼がないときには下の者は全く整わず、下の者に礼がないときには犯罪が起こる、と。「百姓礼あるときは国家自ら治める」というのは、当時で言えば百姓は下の身分の方たちのことですが、そうした方たちがしっかりと礼式を持っているということはゆとりがあるということです。そういう国家であればおのずと安泰ですよ、と言っているわけです。

or backward.” In other words, neither excess or shortage, or even being moderate is not good, but you should find “exactly that point” to do something. This concept is represented in the term of “the nature of physique and the nature of sense.”

Other terms handed down in the Ogasawara family include “Men should be strong and sturdy but not rude, and should be composed and elegant while behaving with dignified and impartial manners” and “Women should be obedient but not servile, and have an inviolable commanding mood in their beautiful appearances.” However strong a man may be, he should not be rude. It is not important to behave in a starchy manner but he should behave in an elegant manner. Women should be gentle and submissive, but never be servile. They should be consistent in their attitudes and never be affected by others. When the words “men” and “women” are excluded, this teaching shows how a person should behave today.

The above are what have been handed down in the Ogasawara family. The basic concept, however, is very simple; the trunk is important and you should consider how to deal with trifles in your own way.

The trunk, or essential things, can be accepted universally by any person at any time. This is the reason for the Ogasawara family to have continued as we have. If some members in the past stuck to trifles, the family, perhaps, would not have survived.

Long before the origin of the Ogasawara family, Prince Shotoku told in

礼とは特異的なものと思われがちですけれども、そうではなく、集団が集団として治るためにも大変重要なものであったということです。そして、それがそれぞれの立場によって形を変えていくということになります。小笠原家は武家ですから武家としての形をつくっていきまされたけれども、GKデザイン機構としての礼があって、そこからグループとしての礼という形が、今後、洗練されていかれるのではないかと思います。

(2015年11月13日 GKデザイングループ創立63周年記念式記念講演より)

小笠原清基（おがさわら きよもと）

1980年生まれ。弓馬術礼法小笠原流31世小笠原清忠宗家の長男。3歳で弓馬の稽古を始め、小学5年生で鎌倉の鶴岡八幡宮で流鏑馬神事の射手を務める。大阪大学を卒業後、筑波大学大学院にて神経科学博士を取得。「家業を生業にしない」という家訓により、現在は製薬会社に研究員として勤務する傍ら、全国の門人と共に各地で神事を執行している。日本女子体育大学弓道部監督、NPO法人小笠原流・小笠原教場理事長、一般社団法人日本文化継承者協会代表理事。著書に『疲れない身体の作り方 — 実用的、効率的かつ美しい和の身体作法』（アスペクト）、『小笠原流 美しい大人のふるまい』（日本実業出版社）がある。



GKデザイングループ創立63周年記念式記念講演のようす

Lecture meeting commemorating the 63rd anniversary of the GK Design Group

his 17-article Constitution promulgated in 604 that the “decorum” is important in society. When the upper class people lack decorum, the lower class people are not well managed, and when the lower class people lack decorum, crimes will occur. The term “when farmers have decorum, the nation is well managed as a matter of course” means that when farmers, or lower class people, observe the code of decorum, they can live an affordable life, and the nation is kept peace.

People may think that decorum is a special thing, but it is an essential element for a group to be managed as a group. The code of decorum can be altered by families according to their positions. The Ogasawara family established its code as a warrior family. For the GK Design Group, you may elaborate your own code of decorum as a group.

Ogasawara, Kiyomoto

Born in 1980. First son of the 31st Patriarch of the Ogasawara-ryū School of Archery, Mounted Archery and Etiquette. Began training in mounted archery at the age of 3, and acted as an archer in Yabusame Shinto ritual at Tsurugaoka Hachimangu Shrine in Kamakura at the age of 11. Upon graduation from Osaka University, entered Tsukuba University Graduate School and obtained a doctor's degree in neuroscience. Following the family precepts “not to make a living out of the family business,” works as a research fellow at a pharmaceutical company, while executing Shinto religious events together with followers across the country. Supervisor of the archery club of Japan Women's College of Physical Education, president of NPO Ogasawara-ryū/Ogasawara-school, president of the Japanese Culture Successors' Association. Publications include How to develop the non-tiring body – Japanese style of practical, efficient and beautiful physical movements” (Japanese, Aspect), Ogasawara-style Beautiful Adults' Behavior (Japanese, Nihon Jitsugo Shuppansha), etc.

特集

## コミュニケーションデザインの可能性 2

Feature:

### Potentiality of Communication Design 2

GK Graphics marked its 30th anniversary in 2015. Having become independent from GK Industrial Design Institute in 1985, it has continued to be an active member of the GK Design Group specializing mainly in graphic design.

The unique feature of GK Graphics is that it has industrial design in its base layer. It grasped graphics on 3-dimensional industrial products as a new design genre, has integrated diverse kinds of information and has established a visual communication system. In its works, the thought of “dougū,” the traditional thought of GK, is expressed in various forms.

In the first year of its establishment in 1985, GK Graphics organized its exhibition under the theme of “Graphics for Creating Everyday living.” It set six views for the multi-faceted roles of graphic design; “standardization,” “dramatization,” “identification,” “personification,” “adaptation,” and “interpretation.” GK Graphics proposed that these should

GKグラフィックスは、2015年、設立30周年を迎えた。1985年にGKインダストリアルデザイン研究所から独立して以来、GKデザイングループの一員、グラフィックデザインを中心とする業務を担う事業体として、さらなる活動を続けている組織である。

GKグラフィックスの独自性は、インダストリアルデザインを基層に持つことにある。立体的な工業製品のグラフィック領域を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し、ビジュアル・コミュニケーションの体系を構築した。そこには、GKのなかに連綿と続く「道具」の思想がさまざまなかたちで表現されている。

設立の年、1985年に「生活をつくるグラフィックス」をテーマに、展覧会を開催した。それは、グラフィックデザインが果たす役割が多面的になるなか、「基準化」「演出」「証明」「個性化」「適合」「変換」の六つの視点を設定し、このなかにデザイン営為の核が存在するという提言・提案であった。

そして、昨年、2015年の展覧会では、「綾」をテーマに、平面的なデザインにとどまらず、これからの社会におけるコミュニケーションデザインの可能性を提案した。

この30年は、情報技術や社会構造が大きく変化し、人々の価値観やそれに伴うコミュニケーションのあり方が多様化してきた。これからは、変わらない幸福感と変わりゆく価値観の調和を模索し、コミュニケーションデザインの重要性を追求していかねばなるまい。それがGKグラフィックスの提案活動の中核となるべきであろう。

編集部 松本匡史

lie at the core of design activities.

In the exhibition in 2015 with the theme “Twill Weave,” GK Graphics set forth the potential of communication design in the future to not be limited to two-dimensional design.

The past three decades have witnessed major changes in information technology and social structure, along with greater diversification in value systems and ways of communication. Seeking to maintain harmony between society’s unchanging search for feelings of happiness and its ever-changing values, GK Graphics must pursue the important role of communication design. This will be the central core of its activities..

Editor Tadashi Matsumoto

# GKグラフィックスのコミュニケーションデザイン

野田尚稔 (世田谷美術館学芸員)

GKの皆さまに作りあげていただいた展覧会(榮久庵憲司とGKの世界—鳳が翔く)の会場に毎日(時には何度も)足を踏み入れ、展示を見続けていくなかで、どうしても理解できないというか、腑に落ちない作品があった。開幕よりも前、展覧会カタログの制作をしている段階ですでに不思議な思いを抱いていたことを、はっきりと覚えてい

る。その作品は第2章・創造工房の《黄金分割立体オブジェ》で、担当はGKグラフィックスだった。

西ヨーロッパを中心に援用されてきた美の規範である黄金比は、それ以外のなものでもないのに、展示されているものがないのであるかは理解しやすいといえる。気になるのは、なぜGKの展覧会で、しかも自

主研究として黄金比が提示されるのだろうかということ、とはいえ、深く考えずにそのまま過ごしていた。

今回、GKグラフィックスの創設30周年を記念する展覧会を拝見し、純粋に楽しむとともに、この忘れていた宿題を思い出した。と同時に、説明しようのない訝しさも溶けていくようだった。



「榮久庵憲司とGKの世界 鳳が翔く」展での《黄金分割立体オブジェ》の展示の様子。(撮影：富田眞一)  
“The Golden Spiral Object” shown at the “The World of Kenji Ekuan and GK Design Group: Soaring High in the Sky,” exhibition (photo by Shinichi Tomita).

《黄金分割立体オブジェ》は、「美の感性を数値化できるか」という命題のもとに、制作された。展示会場では、黄金比の図示と無限に続くはずの小数点以下の数字の紹介に加え、《HiFiチューナー R-3》、《しょうゆ卓上びん》、《VMAX》というGKのデザインのなかでも名作中の名作といっても過言ではない作品に黄金比が認められることも、パネルで説明されていた。しかし作品の主旨は、どの作品に黄金比が認められるかを証明することではない。黄金比を立体に写し換えることにあったはずだ。その点では、ある数式から導かれる数値を視覚化するために制作された幾何学模型に近いものがある。抽象的な概念を実体化してより直接的に研究対象を視認するための幾何学模型は、その制作において趣味や美意識(もとの数値は美意識と結びついていると

## Communication Design by GK Graphics Naotoshi Noda, Curator, Setagaya Art Museum

I visited the exhibition rooms every day (sometimes even several times a day) to look at the works in the exhibition, “The World of Kenji Ekuan and GK Design Group: Soaring High in the Sky,” which was organized by GK members. While continuously viewing the exhibits over the period of the exhibition, I came across a work that I could hardly understand. I remember I had the same feeling of wonder even before the opening of the exhibition, when we were preparing the exhibition catalogue. It was the “The Golden Spiral Object” in Chapter 2: The Creative Workshop, produced by GK Graphics.

The golden ratio, which has been the norm of beauty referred to mainly in western Europe, is easily understood when it is ap-

plied to an exhibited work. What I wondered was why the golden ratio was shown at the GK Exhibition and even more, why as an independent study work. But I did not think further at that time.

I visited the recent exhibition of GK Graphics marking its 30th anniversary and really enjoyed looking at the exhibits. At the same time, I recalled my indescribable question from the previous exhibition, but in the end, the puzzle seemed to have been solved.

The “Golden Spiral Object” was created with the proposition “can aesthetics be expressed in a numerical form?” At the exhibition hall, the golden ratio was illustrated, and ever continuing numbers after the decimal point were introduced. In addition, an explanation was given on a panel that the golden ratio was observed in GK’s representative masterpieces such as the “HiFi Tuner R-3,” “Soy Sauce Table Dispenser,” and

“VMAX.” However, the intention of the “Golden Spiral Object” was not to demonstrate the fact that the golden ratio was found in every work. It seemed have been to translate the golden ratio into a cubic object. In this sense, it was close to a geometric model created to visually present a numerical value elicited from a numerical formula. In the process of creating a geometric model to verify the object of study directly by turning an abstract concept into a tangible thing, a creator’s taste or aesthetics are excluded (even though the numerical value may be linked with one’s aesthetics). The creators might have limited chances to give artistic expressions, and as a result, finished forms would become identical with the principle. Therefore, the “Golden Spiral Object” meant a model through which to perceive the principle of beauty.

Having reached this understanding, another

しても)は排除される。制作の過程に表現が入る余地も極めて少なく、フォルムは原理と同一となる。《黄金分割 立体オブジェ》はこのように美の原理そのものを感得するための模型だったといえよう。

しかしまた、別の疑問も浮かびあがる。それは展示においてこの模型が、《道具千手観音像》と相対していたことだ。

西の数理的原理と東の汎靈的信仰の対立、およびその超克を象徴する布置と捉えることは容易く、私もそのように眺めてはいた。しかし、近代デザインはモダニズム(=黄金比に限らない西の原理)を基準にしてお

り、GKの膨大な業績もまた、その論理的背景とヴィジョンをよってデザインされてきたと考えるべきだろう。GKが戦後日本の近代化の牽引者として歴史に名を刻むのも、このことによる。一方、近代デザインを進化させる原理の研究も、GKは独自に行ってきた。1965年にまとめられたGKの共同研究『道具論』は、人間の行動の様式から将来あるべき住空間のフォルムを描こうというもので、グローバルな、すなわち地域や民族の特性を取り除いた、抽象的な人間の行為を前提にしている。そこから、道具(=用途と機能)と、状況によって道具に付随するさまざまな事象(=環境)と

を抽出し、その両者とそこに介在する人間の振る舞いの関係を、作法として論じたものだった。あるフォルムが、現象を派生させ、続いて変化を引き起こす。作法はこの変化の様相と結びついている。フォルムの創造と変化の創造とは不可分ということになるが、『道具論』に始まるGKの道具論研究は、作法に重点を置いた変化の原理を探究するものといえよう。このように考えていくと、《道具千手観音》と道具寺道具村の構想は、東洋の信仰の様式を纏いつつ作法の原理の探究からフォルムを引き出す装置としてあり、西と東はゆるやかに合一する。



「第2章 創造工房」(左)と「第3章 道を求めて」(右)の展示風景。《黄金分割立体オブジェ》と《道具千手観音像》が対峙するように展示されている。(撮影：椎木静寧)  
Exhibits in Chapter 2: The Creative Workshop (left) and Chapter 3: The Quest for a “way” (right) The Golden Spiral Object and the Statue of Thousand-Armed Dougu Kannon (Buddhist Deity of Mercy) are placed like facing each other (photo by Shizune Shiigi).

question emerged. Why was this model placed face to face with the “Statue of Thousand-Armed Dougu Kannon (Buddhist deity of mercy).”

It was easy enough to understand that the work symbolizes a conflict between the numerical principle of the west and the animistic belief of the east, and was an attempt to overcome the conflict. I was looking at it in such a way. However, modern design is based on modernism (western principles not limited to the golden ratio). We should consider that the enormous amount of achievements by GK have been designed from this logical background and vision of modernism. It is in this merit that GK carves its name as a leader in the postwar modernization of Japan. Meanwhile, GK has been engaged in its own studies on the principle to develop modern design. GK’s Douguology, a book compiled in 1965 after a joint study, intended to draw the forms of future living

spaces according to human behavior patterns, on the presumption of abstract human behavior with no reference to regional or ethnic properties. From here, dougu (= use and function) and various phenomena (= environment) associated with dougu in different settings are extracted, and the relationship between the two entities and human behavior that interpose was discussed in the book as manners of design. A form causes a phenomenon and then effects a change. The design manner is associated with the aspect of change. The creation of a form and that of a change are inseparable. GK’s study on douguology beginning with the book Douguology can be considered as an activity to explore the principle of change with an emphasis on the manner of design. From this point, although the concept of the Statue of Thousand-Armed Dougu Kannon and the Dougu Temple and Dougu Village is wrapped in re-

ligious belief in the east, it is a tool to draw forms out of inquiry into the principle of design manners. Thus, the west and east loosely are integrated.

The study of Douguology by GK is unique in that it presumes that equal standing interaction exists between dougu and humans. Now that 50 years have passed since this thought was conceived when things (= dougu) began to flood the market at a much greater rate than necessary as a result of Japan’s rapid economic growth, the development of technology and progress of dougu have come to demand that humans should devise new design manners and have brought changes to the style and quality of communication as is often discussed. Not only GK staff but also other designers are required to analyze changing styles and forms of communications and to continue to propose designs to suit the changing

このGKの道具論研究は、人と道具との間に対等なコミュニケーションが成立していると仮定した点において、特異な思索といえる。高度経済成長によって必要以上のもの(=道具)が巷にあふれ始めた時期に紡ぎだされたこの思索から50年経った今、技術の発達と道具の進歩が、それを扱う人間に新たな作法を要求し、コミュニケーションのかたちと質に変化をもたらしていることは、さまざまところで論じられている。変わりゆくコミュニケーションを分析し、うつろう現在に適したデザインを提案し続けることは、GKのみならず多くの人が求められていることだろう。このような状況だからこそ、道具を情報と置き換えて、道具論を再び読み、紡ぎ直すことが可能なのではないだろうか。変化し続ける関係を読み解く、かつ非常に実践的な創造のメソッドとして作法の原理はある。人と道具との関係の非対称性を自ずと調整する振る舞いが作法であったならば、現代の情報の非対称性を調整する作法も当然存在することとなる。コミュニケーションデザインを、ものを媒介にして交換される情報の等価性をデザインによって創造する営為とするならば、まさしく作法のデザインこそが、力を発揮することとなる。さらに、個々の

ユーザーの個性と嗜好に、情報メディアの多様性やデバイスの技術開発で対応するということに加え、多様で不確定さをはらんだ情報を具体物に移し替えるという技術の精度が、ますますデザインをする側に求められるのではないだろうか。

GKグラフィックスの30周年展を思い返すと、作品の形態は違っても、それぞれがコミュニケーションの相互性と、情報伝達の精度をテーマにしていたようだった。なおかつ、それぞれの作品にはある自由さが取り巻いているように見えた。自由とは、自らの意志でテーマを設定して創造活動を行ったという意味ではない。デザインされた作法のとおりコミュニケーションが成立しているにも関わらず、いつの間にか作法を変容させ逸脱して、意図しないコミュニケーションが発生してしまう。そのような自由があった。ある規範からまだ見ぬ姿の情報を生み出すためのデザインといえるだろうか。魅力とは、このようなコミュニケーションの余剰として沸き起こるものだと考えたい。それには、デザインに作法の原理とは別の原理が伏在していなければならないだろう。

GKグラフィックスは、作法の原理のみを追求するのではなく、フォルムの原理に

も目を向けて、現代におけるフォルムの原理と作法の原理の対応を構築することで、コミュニケーションデザインの精度と自由度を高めようとしているのではないかと。

3年前の展示で、フォルムの原理の一つとなる黄金比それのみを、眼に見えるかたちに写し換えることを試みたのは、その準備だった。それはこれからの社会に必要なデザインの原理を発見するための重要なステップだったと、今は思うことができる。

野田尚稔 (のだ なおとし)

1971年東京生まれ。多摩美術大学大学院修了後、サントリ美術館、草月美術館を経て、2003年より世田谷美術館に学芸員として勤務、展覧会の企画と運営に携わる。担当した主な展覧会として『クリエイターズ長大作／細谷巖／矢吹申彦まだ見ぬ日常への案内者たち』(2006年)、『建築がみる夢 石山修武と12の物語』(2008年)、『橋本平八と北園克衛展 異色の芸術家兄弟』(2010年)、『榮久庵憲司とGKの世界 風が翔く』(2013年)がある。

Noda, Naotoshi

Born in Tokyo in 1971. After completing the Tama Art University Graduate School, worked for the Suntory Museum of Art, Sogetsu Museum, and began working as a curator in 2003 at the Setagaya Art Museum being engaged in the planning and administrating exhibitions. Major exhibitions involved are: the "Creators - Daisaku Choh, Gan Hosoya, Novhiko Yabuki" (2006), "Osamu Ishiyama 12 Architectural Visions" (2008), "Hashimoto Heihachi and Kitasono Katsue: Unusual Pair of Brothers, a Sculptor and a Poet" (2010), and "The World of Kenji Ekuan and GK Design Group: Soaring High in the Sky" (2013).

market. Because of this situation, it might be possible to read and review Douguology afresh by replacing the term dougu with information. The principle of design manners can be considered as methods of reading and understanding the changing relationship and of creating very practical things. If the manners are supposed to adjust the asymmetry between humans and dougu, there should be, as a matter of course, new manners that adjust asymmetry in information in the contemporary society. Suppose communication design is an activity to design the equivalence of information exchanged through the medium of objects, then the design of design manners will show its strength. Further, designers may be required to respond to individual users' characteristics and tastes through various information media and technological development of devices, and with that, they may be increasingly required to translate diverse

and unclear information into technically precise concrete things.

Looking back upon the GK Graphics exhibition which marked its 30th anniversary, I gathered that even the forms of works were different, respective works dealt with the theme of reciprocity of communication and the accuracy of information transfer. Further, a certain kind of freedom seemed to be surrounding each piece. Freedom did not mean that designers set themes for their creative activities on their own initiative. By freedom, I mean that even though communication was achieved according to the design manners which were pre-designed, the manners were transformed or deviated away from before one knew and unintended communication would occur.

It may be expressed as a design intention to generate information which cannot be seen from a standard perspective. I would like to think that an appeal surges as a surplus of

this kind of communication. For this, some principles other than the principle of design manners should be concealed within the piece.

I feel that GK Graphics is trying to enhance the accuracy and degree of freedom in communication design through pursuing not only the principle of design manners but also paying attention to the principle of forms in order to develop a way for matching the principle of forms and the principle of design manners today.

In hindsight, one can see that in their exhibition three years ago, GK Graphics undertook a preparative process to visualize only the golden ratio as one of the principles of forms. I realize that it was an important step to discover the principle of design required for our future society.

# 30周年展示を通して考えるこれからのコミュニケーションデザイン

岡部真紀

## GKのグラフィックス領域

GKグラフィックスは、1985年にGKインダストリアルデザイン研究所より独立してから30年になるが、それ以前からプロダクトグラフィック、環境グラフィック、パッケージデザイン等、GKのグラフィックデザインを担ってきた。グラフィックというと2次元媒体のイメージが強いが、プロダクトのサーフェイスや、環境内のサインや色彩計画、企業とユーザーとの接点をつくるブランディング等、「人と人」「人との」コミュニケーションに関わるデザインを行ってきた。

故榮久庵憲司はGKの研究テーマである道具論の中で、「道具」はかたちあるものの具体化、人のつくるモノであり、かたちを魅力あるものにすることがデザインであるといった。思いが言葉に固定され、言葉が道具を生むとき道具に思想が入る。そして道具は使われるためにつくるだけではない、道具のかたちをした言葉、神意を体现する情報媒体、メディアとしての道具でもあると語っている。伝えるための情報媒体のすべてがグラフィックデザインでありGKでは「道具」と定義している。想いを伝えることはすなわちコミュニケーションであり、人のみならず万物とのコミュニ

ケーションを担うモノや仕組みを創造することがコミュニケーションデザインである。

## コミュニケーション手段の多様化

この30年の間、様々な分野での技術革新があり社会システムの急速な変化にともない、「幸福感=価値観」が変わってきた。モノによる豊かさはある程度満たされ、それ以上に心の充足に比重が置かれるようになってきた昨今、人と人との関わり方やモノを介してのコミュニケーションが、ますます重要度を増している。グローバル化による外国人とのコミュニケーションや、急速な技術発展、効率化を最優先する環境で成長することによる「無駄=余裕」のなさ、経済的には格差社会になりつつある中でのジェネレーションギャップ、私たちはこのような多様化する価値観を受け入れ、コミュニケーションを図る必要がある。その中でネットワーク技術の向上によりコミュニケーション手段は多様化され、言語による間接コミュニケーションが増え、直接コミュニケーションで使える言語以外の方法(例えば身振りや声色や表情等)が使えない場合の微妙なニュアンスをどのように表現するか等の試行錯誤が始まっている。また、急速に普及した言語中心の間接コミュ

ニケーションによる意思疎通の難しさが、対人関係を困難にしている問題等もある。

## 今回の展示におけるテーマ設定

GKグラフィックスは「生活を創るグラフィックス」を理念として掲げ、生き生きと豊かな生活とはどういうことかを考えてきた。人間にとって変わらない幸福感と、時代とともに変わって「幸福感=価値観」があり、それらをバランスをとりながらデザインしていくことの重要性を感じる。今回の展示は、コミュニケーションデザインを通してGKグラフィックスが考える豊かな生活とは何かを具体的なかたちにすることに挑戦した。グラフィックデザインに関わりの深いテーマである「言語以外のコミュニケーション表現」「言語表現の可能性」そして多様化する価値観の中で最も重要であろうコミュニケーションを円滑にする方法を学ぶための「共生を学ぶ道具」の三つの主題で構成した。

「言語以外のコミュニケーション表現」は、現代の情報化社会では、多くの情報が言語で表現され、私たちは常に過剰な情報処理を強いられている。これらを直感的な伝達方法により、人々への情報受容の負荷を抑えることが、デザインに求められている。

## Future Communication Design Conceived through the GK Graphics Exhibition in the 30th Year Maki Okabe

### Scope of Graphics of GK

GK Graphics became independent from the GK Industrial Design Institute in 1985. Prior to that, we had been engaged in graphic designs for products, environmental spaces, and packages made by other sectors of GK. Although graphic designs may be strongly associated with two-dimensional media, we have designed product surfaces, signs and color systems within a space, and created the branding to produce a contact point between corporations and users. In short, we have been involved in designs to foster communication “between persons,” and “between persons and objects.” In “dougology,” the study theme of GK, the late Kenji Ekuian said that “doughu” is a con-

crete expression of what a person has in mind, and that to give a charming form to the idea is an act of design. One's thought is fixed in words, and when the words create doughu, the doughu will reflect the person's thought. Doughu are made not only for use. In his words, they are words expressed in the forms of doughu, or information media in which the divine will is embodied. Information media are all graphic designs and are defined as doughu in GK. To convey one's thought is communication, and to create things and mechanisms to communicate not only with people but also with all things is communication design.

### Diversification of Means of Communication

In the past 30 years, technological innovation has occurred in many fields, and social systems have undergone rapid changes. Along with these changes, people's “sense of happiness = values” has also changed. As a

certain extent of material affluence was achieved, and as a greater emphasis has been placed on emotional fulfillment, person-to-person interaction and communication through things are gaining importance. Related to this the following social phenomena are observed today. An increasing need for communication with foreigners due to globalization; Rapid technological advancement; Lack of “appreciation of futility or redundancy” in life among young people because of having been raised in an efficiency-first society; Growing generation gaps in the on-going economic stratification of society. We must accept these phenomena and find ways to facilitate greater communication among people. With increasingly advanced information networking technology, the means of communication are diversified, and indirect verbal communication increase. There are attempts being made to create ways to express delicate nuances for

ここではパッケージを用いて、言語以外のコミュニケーション表現の未来と可能性を提案した。「言語表現の可能性」は言語によるコミュニケーションの比重が大きくなっている中で、主要な媒体である文字を用いた伝達表現の可能性を考えた。音声入力を用いて、言葉を活字化した時、抜け落ちてしまう「声」のニュアンスを、フォント形状の変化によって再現する試みをした。「共生を学ぶ道具」は複雑な情報やその関係性を理解し、他の人と円滑にコミュニケーションを図る意識を、遊びを通して学ぶ道具を考えた。言葉を正確に伝えること、自分がおかれた状況を判断し、かけひきや協力を重ねながら物事を進めるなど、コミュニケーションの基本になる考え方を学ぶゲームを提案した。

これらの提案を通して、これからの社会におけるコミュニケーションデザインの役割や可能性を拡げる契機となり、GKグラフィックスが提供できる、新たなデザインのあり方や質に繋がることを目指した。

おかべ まき

GKグラフィックス代表取締役社長



GKグラフィックスの足跡  
GK Graphics Works



situations where means of non-verbal communication such as gestures, tones of voice, facial expressions, etc. are not applicable. The difficulty of establishing mutual understanding also has arisen as a result of rapid increase in speech-centered indirect communication devices, which affects human relations.

### Setting the Themes for the Exhibition

GK Graphics has worked under the concept of “Graphics for Creating Everyday Living” and sought what an enlivened and emotionally rich life is. We entertain the unchangeable sense of happiness on one hand and the “sense of happiness = values” that changes along with social change on the other hand. I feel the importance of designing both senses, keeping balance between them. In the exhibition, we attempted to show what GK Graphics considers to be an enriched life in concrete exhibits. We set forth three

themes deeply related to graphic design: “Non-verbal communication expression,” “Potentiality of verbal expression,” and “Dougu to learn how to live together,” which may be the most important element to facilitate communication among people with diverse values.

“Non-verbal communication expression”: In today’s information society, many kinds of information are expressed verbally and we are always forced to process excessive amounts of information. Designers are required to alleviate pressure on people to accept information through intuitive means. Using packages, we proposed the potentiality and future picture of non-verbal communication. “Potentiality of verbal expression”: Here, possible ways of communication using letters were conceived as communication by speech. When voice input is shown on the screen, the nuance of “voice” is neglected. We tried to reproduce the

nuance by changing the forms of font. “Dougu to learn how to live together”: We devised dougu to help people understand complicated information and relations between different kinds of information, and to develop their consciousness to smoothly communicate with others through playing. Concretely, we developed a game to learn basics for communication such as to convey speech accurately, to understand the situation in which one is placed, and to conduct communication bargaining and cooperating with others.

Through these proposals, we hope that the roles and potential of communication design will expand, and we will be able to offer new and higher quality designs.

Maki Okabe President, GK Graphics

# 非言語によるコミュニケーションデザインの可能性

佐藤雅洋

非言語コミュニケーションとは、言葉以外の手段によるコミュニケーションのことである。人間は、日常的に非言語的手段を用いてメッセージを伝達している。コミュニケーションを図る際、言葉よりも表情や視線、身振り、相手との距離や位置などのほうが、重要な役割を担っていることがある。発せられる口調や強さ、声の高さによって伝わる内容が変わることもある。つまり人間は、無意識に五感を通じて非言語的コミュニケーションを行っているのである。

このように人間は言語よりも仕草や動作といった部分でメッセージを伝えている場合が多い。これは、お互いを深く理解し合う、言い換えればコミュニケーションを円滑に運ぶためには、顔を付き合わせて対話することが重要なのである。

しかし、現代では、人と顔を付き合わせなくとも十分に生活できる世の中となった。日常に必要な食物や日用品も自動販売機さえあれば、人を介さずに手に入れられる。これは、人間同士の関係の希薄さを意味し、本来人間は感情の部分でコミュニケーションしていることを忘れさせる要因となる。だが、たとえ対人的コミュニケーションを省いたとしても、文字、言語による情報の入手は不可欠である。例えば人を介さず食

物を手に入れるにもその手段においては様々な情報を必要とする。この時の情報との接し方は、一方的ではあるがコミュニケーションの一部といえる。

我々は日々、対人以外の様々な情報の伝達手段と接している。つまり社会生活を営む人間の間で行われる知覚・感情・思考の伝達とは違う、モノから発する一方的な伝達情報を受け止めているのである。現在の超情報化社会においては、これらの伝達情報が洪水のごとく押し寄せ、取捨選択を強いられ、その多くは文字による情報なのである。我々デザイナーは、過剰な情報をより直感的な伝達方法へと見直すことによって、人々への情報受容の負荷を抑えることが求められている。

## 商品パッケージの未来

戦後の日本は、流通革命によって大量流通体制が進行し、標準化された商品を大量に扱うスーパーマーケットが台頭した。大資本の大型店舗が続々と進出し、問屋などの中間流通業者は衰退したが、特に打撃を受けたのは小売店であった。それまでの商店は、様々な生活必需品を売るために消費者と文字通りコミュニケーションを駆使して生業としていた。ところが現在のスーパー

マーケットやコンビニエンスストアでは、人とのコミュニケーションなしに商品を選び買い求めることが可能となり、商品を選ぶ段階が販促マーケティングの標的となった。商品を製造・販売するメーカーや企業は、いかにして数ある商品群の中から自社ブランドを選び購入してもらうか、販売戦略を講じているのである。商品パッケージにおいては、存在を気づかせたり興味を引き出したり、感情を刺激して引き寄せるために商品名やキャッチコピーに工夫をこらしている。さらに商品の魅力を効果的に伝えるためにはパッケージの配色や形も重要となる。このように商品のパッケージからは様々な無音の声、すなわち情報が発せられているのである。商品パッケージが担う役割は、単なる包材の域を大きく越えて、消費者と企業との重要なコミュニケーションツールとなっている。

されど、現状での商品パッケージに記載されている文字情報は、ブランド名、商品名から始まり、キャッチコピーや商品説明文などがあり、さらに一般的に裏面表示とされる法定表示においては、様々な法令に基づく多くの記載の義務が課せられている。特に食品のパッケージになると、裏面表示だけでも食品衛生法、JAS法、計量法、製

## Potentiality of Non-verbal Communication Design, Masahiro Sato

In our daily life, we send messages through non-verbal communication, not using words. Facial expressions, eye contact, gestures, a distance or a position from the other often play a more important role than words. The content of a message may change simply by the tones, strength, and pitches of voice. People unconsciously mobilize the five senses for our non-verbal communication. People often convey messages by gestures and motions rather than actual words. This suggests the importance of face-to-face conversation for better and deeper understanding between persons. However, today, we can live without meeting people in person. We can buy food and other daily necessities from vending machines. This means that relations between people are becoming weaker. This is a factor which makes us forget that humans by nature communicate with others making great use of emotional expressions. Even without person-to-person communication, information through letters and texts is indispens-

able. If we use vending machines to buy food items, we need some information as to how to operate the machine. The way to understand the information, although unilateral, is also a part of communication.

We come across many means of information other than through person-to-person contact. We accept unilateral information from things which is different from communicating our recognition, emotions and thoughts among people. In the current super information society, we are forced to select what we need to know from a flood of information. The majority of such information is given in writing. We, designers, are required to review excessive information to be transmitted through more intuitive ways to relieve the burden on the consumer to sift through massive amounts of information.

## Future of Product Packages

In postwar Japan, through a distribution revolution, mass distribution systems have developed. Supermarkets were opened here and there selling great amounts of standardized merchandise.

While large-scale shops run by large corporations prosper, traditional wholesalers and other intermediate distribution companies fell into decline. In particular, small scale retailers were severely hit. At traditional retail shops selling daily necessities, interactive communication took place between sellers and customers. But in supermarkets and convenience stores, consumers can select and buy products without talking with shop personnel. The target of sales promotion has become the stage of consumers selecting what to buy. The manufacturers and sales agents of merchandise devise sales strategies to have consumers select their products from among the multitude of products on the shop shelves. For product packages, we mobilize our ingenuity for a product name and its catch copy to draw consumers' attention and interest and to stimulate their emotions to lead them to select our product. In order to make packages more appealing, color combinations and forms are important. Further, packages give various kinds of information on the products. They are an important communication tool between consumers and



造物責任法（PL法）、栄養成分表示、アレルギー表示制度などの記載が必須となる。医薬品であれば、これに薬事法が加わる。賞味期限と製造ナンバーの印字は、製造元や原料のトレーサビリティ情報となる。また、流通段階で必要なJANやITFコードも商品パッケージとしては必要不可欠な要素である。ざっと挙げただけでこれだけの情報が商品には詰まっており、これらの記載に必要な表示スペースたるやデザイナー泣かせといつてよい。

おまけにメーカーや企業は、自社商品の

安心・安全を理念に掲げ、その一環として文字をできるだけ大きく読みやすくすることを希求する。法定表示は、文字サイズが規定されているが、それ以外の文字情報にまで多くのスペースをさくと、まるで文字の塊に成り下がってしまう。いったい、作り手が伝えたい、伝えなければならない情報とは何か、そして消費者、生活者にとって本当に必要な情報ははたして何なのか、パッケージデザイナーは情報を整理し、秩序立てて熟慮し、情報の伝達方法を探らねばならないのである。

### インタラクティブパッケージ

商品パッケージが単なる包材で終わらず、消費者とのコミュニケーションツールとしてもっと大きな役割を担ってほしいという願いがICTの進歩によって実現できないか、そんな未来を見据えたプロトタイプが《インタラクティブパッケージ》である。前述したように現在の商品パッケージは、多くの商品情報やブランド情報が印刷されたメッセージとして消費者に発信されている。このメッセージは一方的であり、消費者がその商品を購入し、情報を熟読しなければコミュニケーションは成立しない。

昨今では、ICTの進化により日常的にモバイルデバイス等を介し、インタラクティブなコミュニケーションが可能になった。周辺機器についても薄型軽量化が進み、紙のように薄く自在に曲げるのでできるフレキシブルディスプレイやRFID<sup>\*1</sup>を利用したワイヤレスセンサーなどが、多様な分野で活用されつつある。今後、これらの技術は商品パッケージにおいても印刷されたコンテンツに代わるものとして普及すると期待できる。

《インタラクティブパッケージ》では、身近なレトルトカレーを題材に、将来実現可能と思われるICTを利用した商品パッケー



corporations. Written information on product packages covers brand name, product name, catch copy and product explanation. Other than these, so-called back side indications are required in accordance with various laws and regulations. In particular, packages for food must indicate their compliance with the related laws including Food Hygiene Law, Japanese Agricultural Standard Law, Measurement Act, Product Liability Law, and in addition, they must include a Nutritional Component Display and Allergen Labeling. For pharmaceutical products, the indication of compliance with the Pharmaceutical Affairs Law is added. The sell-by date and serial number are also important information to trace the manufacturers and the origin of raw materials. Japanese Article Number (JAN) and Interleaved Two of Five Code (ITF code) in the stage of distribution are also indispensable information on product packages. All these kinds of information are contained on the surface of product packages. The space allowed to include these is the source of headaches for designers.

In addition, client corporations desire to express

the safety of their products and print letters as large as possible to ensure legibility. The letter size for the legally required indications is designated. But if we give greater spaces for other written information, a package would become like a mass of letters. We must identify what information the client wants to or must convey on one hand, and what information is absolutely necessary for consumers on the other. We then must arrange the information in order, and find an appropriate way of dissemination.

### Interactive Packages

The interactive package is a prototype of our concept of a future package using information and communication technology (ICT). It is an attempt to upgrade the role of packages as a communication tool. Current packages send one-sided information to consumers with so much information printed on the surfaces. Unless consumers buy a product and read the texts thoroughly, communication between manufacturers and consumers may not take place.

Today, advanced ICT has enabled interactive

communication through mobile devices. Peripherals are now lightened and thinned, and paper-like flexible displays which can be curved and a wireless sensor using the Radio Frequency Identification (RFID) system using an RFID memory tag, are being applied in various fields. In the future, these technologies can be expected to be used widely in product packages in place of printed information.

For the other concept, Interactive Package, a retort curry is used as an example to test the feasibility of information dissemination by ICT from a product package. The contents of information on the package change interactively as a consumer touches, shakes, or turns the direction of the package. If a consumer were able to obtain product and brand information through this exciting experience with graphics on the package like talking with it, then the package would play a communication role very close to human communication. If essential cautions and detailed legal compliance information were to be displayed by intuitive images and motion graphical explanations, not dependent solely on written information,

ジにおける情報伝達の可能性を探った。触れる、揺らす、向きを変えるなど消費者の商品への働きかけに応じてパッケージ上のコンテンツがインタラクティブに変化する。このグラフィックを介したワクワクする体験を通して、あたかも対話するかのよう商品やブランドの情報を知ることができれば、人間的なコミュニケーションに近い役割を担うことが可能となるのではないだろうか。重要な注意事項や細かい法定表示などが文字情報だけに頼らない直感的な画像やモーショングラフィックの図解などで分かりやすく見やすく表示されれば、商品や企業に対する理解や信頼も深まり、効果も絶大となることであろう。



パッケージを揺らすとグラフィックが変化する  
The graphic on the package changes when it is shaken

### 想いを伝えるパッケージ

人間が認知する情報の中で、視覚情報が占める割合は80%を超えるといわれている。今日において、「見る」メディアを通じたヴィジュアル・コミュニケーションの分野は、昨今の企業ブランドの再構築にも見られるように、世界的な規模で加速的に深化し、その必要性の本質が問われている。

紹介するもう一つの作品は、パッケージにおけるヴィジュアル・コミュニケーションの効果を実験的に追求したものである。

日頃、我々は商品パッケージをデザインするにあたり、商品・サービスの販売対象のうち、特に積極的に売りたい性別・年齢・地域などの区分をクライアントから設定される。とはいえ、このターゲットの



consumers' understanding and trust to products and manufacturers would be deepened. The effect of ICT packages would be considered great.

### Packages communicating our thought

It is generally said that visual information occupies more than 80 percent of the information that humans recognize. The field of visual communication through "looking at" devices is widening with accelerating speed worldwide. This trend is observed in the re-building of corporate brands. The essence of visual communication is being questioned.

Another experimental work is intended to test the effectiveness of visual communication on packages.

When designing product packages, clients pre-establish gender, age group and region of residence of target consumers for their products or services. Except for some special cases, this target information is flexible. We tested how the message of design would change by further narrowing the targets into different groups. We used a milk package for the test because it is

familiar to all target groups.

In addition to expressing the value and properties of the content, package design must be appealing to consumers' emotions. In this trial, we reduced written information to the minimum, and devised a method to help viewers intuitively guess target groups. By clearly imagining the target groups, we wanted viewers to find the importance of optimized expressions. We determined 18 target groups, i.e., male, female, expecting mothers, people who are dieting, brothers, infants, programmers, etc. We prepared 18 milk packages. A person who takes one of them will ask himself, "for whom is this milk meant?" Then he/she will write an answer to the question whether his image and the target presumed by us coincides or not on the bottom of the milk package. Here too, we prepared a device for communication.

The above two works were for testing whether visual information from an object with a minimum use of letters can be instinctively understood. We would like to propose these as a potential type of non-verbal communication

幅は特殊な場合を除いて、ある程度の柔軟性があることがほとんどである。そこで、ターゲットの幅を究極にまで絞り込むことによって、デザインの伝えるメッセージがどのように変化するか、誰にでも馴染みのある牛乳のパッケージを媒体に試みた。

パッケージデザインは、中身の価値や性質を表現することが基本だが、伝える相手の感情に響くことも重要な役割である。今回の表現手法は、極力言語表記を減らして、見る人にターゲットが直感的に伝わるように工夫した。伝える相手を明確にイメージし、最適化した表現を行うことの重要性を感じてもらうためである。限定ターゲットは、男性、女性、妊婦やダイエット中の人、兄弟、幼児やプログラマーなどといった18通り、18種類の牛乳パッケージを展開した。この作品を手にとった人は、「誰のための牛乳なのか?」を想い浮かべる。自分の想ったイメージと想定したターゲットが一致しているか、答えを牛乳パックの下に記載し、ここでも小さなコミュニケーションの仕掛けを行った。

今回の二つの作品は、言語をできるだけ使用せずに、モノから発するビジュアル情報でどこまで直感的に感じ取ってもらえるのかを実験的に試みたものだ。これらを

through packages.

### Designs for the Five Senses

When did humans acquire "language"? It is said 100,000 years ago, or 50,000 years ago. Newly born children cannot understand any language nor can they speak words. Human communication might be developed through interaction with one's mother from the moment the infant leaves the womb. Infants complain of hunger and the unpleasantness of dirty diapers to their mothers. They give various kinds of signs. Through interaction with their mothers, children develop communication skills. This proves that communication is not dependent on speech.

In modern times, we have pictograms as one means of non-verbal communication. They are employed in various signs. Pictograms, created out of easily understandable pictures, provide one-sided information, but they are convenient because the information can be given across linguistic and temporal borders.

In the contemporary fully computerized world, we use graphic symbols to interface users with

パッケージという媒体、道具を介した非言語コミュニケーションのささやかな可能性の一つとしたい。

### 五感デザイン

人類はいつ「言語」を手に入れたのだろう。10万年とも5万年前ともいわれている。生まれたばかりの乳児では、言葉も分からず話すこともできない。これを考えると人間のコミュニケーションのはじまりは、胎内から外界へ出た後の母親との触れあいなのではないだろうか。乳児は母親へ空腹やおむつの不快さを訴える。このとき様々なサインを送ることになる。身近な母親との接触が対人コミュニケーション能力を発達させていく。これは、そもそもコミュニケーションとは言語に頼ったものではないことの証といえる。

近代において、非言語コミュニケーション手法の一つにピクトグラムがある。日常の中で標識などに使用する絵文字である。ピクトグラムは、一方向のコミュニケーションではあるが、その利便性は言葉と時間を越えて情報を受け手に渡すことが可能である。言語の壁を越えて通用するのは、だれもが理解できるような分かり易い絵で構成されているからである。

computers. These symbols are called “icons” from a Greek word for icon or iconography. Icons originally meant the idols of saints in Christian paintings, an art term from the medieval times. Both icons and pictograms are graphic symbols, or non-verbal communication design works.

We are working to give shapes to formless things, and convey messages. This is an activity to design person-to-person or person-to-object communication. There are time and space between humans, and between humans and objects, and there are various sensible information such as colors and smells. Designing these elements means designs appealing to the five senses that stimulate people mentally. In other words, giving forms to the five senses, or designs of the five senses. We hope designs appealing to the five senses will be employed in various aspects of people’s life, and hopefully, add happiness to their lives.

Masahiro Sato, Executive Director,  
GK Graphics

また、コンピューターライズされた現代では、ユーザーとコンピューターをインターフェースで結びつける際、多くのグラフィック・シンボルが存在する。これは「アイコン」と呼ばれ、ギリシャ語で画像の意味をもつ「アイコン」を英語読みしたものである。アイコンとは元来、キリスト教の宗教画に表現された聖人などの偶像を指した言葉で、中世の美術用語であった。このアイコンもピクトグラムも共にグラフィック・シンボルであり、非言語のコミュニケーションデザインである。

我々は、カタチのないモノにカタチを与

え、メッセージを伝達させる役割を担っている。これは、人と人、または、人とモノの間のコミュニケーションをデザインすることでもある。この、人と人、人とモノの間には、時間や空間、色彩や匂いなど様々な知覚情報であふれており、それらをデザインすることは、まさに五感に訴え、刺激することに他ならず、つまり五感をカタチにする、五感のデザインである。この五感のデザインが、人々の様々な生活の側面で生かされ、幸福を産むことを願いたい。

さとう まさひろ GKグラフィックス取締役



《みんなの牛乳 想いを伝えるパッケージ》展示風景  
“Milk for all - Package conveying this message” exhibited

# 文字表現によるコミュニケーションデザインの可能性

木村雅彦

文字はことば（音声言語）を記録し伝達する為の「道具」である。それは古代から情報伝達において基本となる視覚要素であり、今日の社会においてもその重要性は変わっていない。私たちは文字をコミュニケーションの為の「道具」として捉え、その理解を深め、実践において使いこなす力を持つことが、良質なデザインを具現化する為の近道だと考えている。

文字以前、人類は事象や概念を記号化した絵文字や文様を使っていた。しかしコミュニティが大きくなり宗教や政治、経済の仕組みが拡大し複雑化したことで、それらだけでは十分に意志や感情を伝えることが困難になり、ことばを視覚化した文字が創りだされたとされている。このことからわかるように文字の発生は「音声」の視覚化であることが興味深い。

近年、活字離れと言われながらも、文字による日常のコミュニケーションが増加している。それはメールやSNSなど、その殆どが「音声」よりも文字情報によるものであるからだ。そのような中、文字の背景にある感情やそのニュアンスが思うように伝わらないことによる意思疎通の齟齬が生じることがある。それは媒体の都合により限

られた活字書体やその調整によってしか通信できない技術的な問題によるものだ。もちろん絵文字やスタンプを用いて、ことばの背景にある感情を補完する方法もあるが、ビジネスやフォーマルな状況では難しい。

人と人のコミュニケーションにおける情報量について考えると、直接対話に勝るものはない。言葉の背景にある感情のありようを、表情や手振りや姿勢、瞬きや視線の動きといった視覚情報と、「声」の抑揚による聴覚情報によって総合的に判断し、お互いの意思疎通を図るのである。意識をしていなくても様々な感情が反映されている為、情報の送り手と受け手は、ことばの背景にある心の機微を読み取りながらコミュニケーションを図っているのだ。しかし電子器機によるコミュニケーションが増大した現在において、感情のニュアンスを伝える為には、絵文字に頼るか高度な文章作成能力を身に付けるしかないようである。

このような文字によるコミュニケーションに感情を表現することはできないのだろうか。ここでまず「音声」と「文字」との関係にふれておきたい。

「読む」ということばを調べると、『広辞苑』には第一義に「数をかぞえる」とあり、

その次の意味として「文字・詩歌・経文などを、一字ずつ声に立てて唱える」とある。このように古くは文字を読むことができる人が、音読して他の人に読み聞かせるものだったようである。日本においては、江戸時代までは一般的に音読が基本で、ひとりで読書をする場合にも、殆どの人は文章を「声」に出して読んでいたとされる。しかし、明治時代になって図書館などの「公の空間」という概念が発達したことで、徐々に文字を読む行為が、音読から黙読へと変化していったと考えられている。

私たちは、このように長い音読の習慣から、黙読する際にでも、文字を一度、頭の中で音声におきかえて認識する「音韻処理」を行っている。とりわけアルファベットや仮名文字のような表音文字の認知は、「音韻処理」への依存度が大きい。つまり、網膜に映し出された視覚記号は、音読するかのように頭の中で処理することで、既に学習している音韻との照合が行われて、その意味内容を理解しているのだ。また黙読の際も微妙に声帯を動かしながら読んでいるとの説もあり、文字と「音声」は密接に関係していると考えられる。

このような「音声」と文字の関係は、ローマ大文字の源とされている「トラヤヌス帝

## Potentiality of Expressions with Letters in Communication Design Masahiko Kimura

Letters are a “tool (doughu)” to record and transmit speech (phonetic sounds). From ancient times, the letter has been the basic visual medium for transmitting information. Its importance remains the same today. Considering the letter as “doughu” for communication and a shorter way to put forth high quality designs, we consider it necessary to have a deep understanding about and acquire skills to make full use of letters in our activities. Before devising the letter, humans used pictorial symbols and patterns which symbolized phenomena and concepts. Along with the extension of communities in scale, and the expansion and complication of religious, political and economical structures, symbols and patterns were unable to communicate the range of people’s thoughts and emotions, and

letters were devised visualizing phonetic sounds. It is interesting to note that letters came into existence as the visualization of “voice.”

It has been said that people do not read as much as they used to, but in fact, they use more text communication through emails and SNS than voice communication. However, differences in the meaning of messages can occur because the intended emotions or nuances of the sender of the message may not be understood in the same way by the receiver. This may be caused by technical reasons, such as the limited print types that communication devices have. Of course, pictograms and stamps may help supplement the emotions behind texts, but they are not appropriate to use for business and other formal communication.

As far as the volume of information in human communication, face-to-face dialogues by far outdo other means. The emotions that lie

behind spoken words can be seen from facial expression, gesture, posture, blinking and other eye movements, or heard from the intonation of the voice. People understand each other by observing these expressions in total. Both a sender and a receiver of information communicate with each other by reading the subtleties behind a speech, even though they are not fully conscious that their emotions are reflected in their conversations. But now as the volume of communication through electronic devices has increased, people have to resort to pictograms, or to build up their writing ability in order to convey the emotional nuances.

Isn’t it possible to express emotions in communication with letters? First, I would like to touch upon the relationship between “voice” and “letters.”

According to Kojien Japanese dictionary, the primary meaning of “read” is “to count numbers,” and the second meaning is “to recite



《ことばのかたち》展示風景  
Exhibition on “Forms of Words”

letters, poems and sutras with voice word by word.” This suggests that “letters” are meant to be read aloud. In olden times, literate people would read books or documents to other illiterate people. Until the end of the Edo period (1603–1868), reading aloud seemed to be normal, and most people used to read writings with “voice.” When the Meiji period (1868–1912) began and the concept of “public spaces” such as libraries was brought into people’s life, the act of reading changed from “reading aloud” to “reading silently.”

Even after this change, it is considered that when we read silently, we are processing letters into silent voices. In particular, we greatly depend on “phoneme processing” to comprehend the writings in alphabet, kana and other phonograms. In other words, visual signals reflected on the retina are processed as if being read aloud, and are collated with the phonemes already stored in the brain after which the meaning is understood. Some

say that when people are reading silently, they subtly move the vocal chords. As such, letters and voice are closely related.

The relationship between “voice” and letters can be observed in the epitaph of Marcus Ulpius Nerva Trajanus Augustus (113), which is considered to be the origin of capital roman letters. The letters in the 6-line description inscribed on the upper position of the monument looked larger in the upper lines and smaller in the lower lines. An established theory went that a special visual adjustment was made to help people read the description in a natural way when they looked up at the monument. However, a field survey in 1998 found that letters in the second line were larger than those in the first line by 4 percent. It is considered that the name of a deified person is written in this line. In the word meaning god (DIVI) in the line, a long Latin epigraphic letter of I called “I Longa” was used. For the letters in the epigraph, not only

a visual arrangement to help viewers look up but also an ideographic arrangement was applied in accordance with the importance of the words in the text. In the west, too, silent reading spread only after books became popular and people began reading personally, in earlier days reading aloud was the main practice. Perhaps, literate people would read aloud to illiterate people. It is easily imaginable that the reader would read large letters in a strong voice and would emphasize words in a louder voice. The relationship between “voice” and expressions with letters was already established in the Ancient Roman era. Since Johannes Gutenberg (c.1398–1468) developed a method of printing using movable metallic types he made in the 15th century, books rapidly spread from being printed from hand-carved wood blocks to being printed using the sets of standardized metal types. Further, the spread of typewriters in the 19th century greatly promoted book

の碑文」(113年)にもみられる。モニユメントの高い位置に6行にわたって刻まれた文章の文字は、上の行ほど大きく下の行になるほど小さく刻まれているようにみえるため、これは碑文を見上げた時に自然に読めるように視覚的な調整が施されたものだという考え方が定説であった。しかし1998年の現地調査で、一行目よりも二行目のほうが4%大きいことが判明した。それは二行目に神格化された重要人物の名前が刻まれているためであると考えている。またそこには、神を表す「DIVI」という単語に、アイロンガと呼ばれる長いIが用いられていたのだ。つまり、この碑文の文字は下から見上げることへの視覚的な調整だけではなく、テキストの内容の重要性に対応した、意味的な調整が施されていたのである。西洋においても黙読が一般化したのは書物が普及して個人的な読書が広まった以降のことであり、当時は音読が主流だったと考えられている。おそらく文字を読むことができる人が人々に読み聞かせたのであろう。そのとき、大きな文字は大きく、さらに強調された単語はより強い声で読まれたことは容易に推測される。つまり、「音声」と文字表記の関係は、すでにローマ時代に確立していたのである。

そして、15世紀にヨハネス・グーテンベルクが金属活字による印刷術を進展させて以来、書物などの文字は急速に書かれるものから、規格化された活字として組み込まれるものに変化した。また19世紀におけるタイプライターの普及も大きい。これらによる恩恵は非常に大きかったが、書く行為によって表現されてきた書き手の個性や感情表現の領域がしだいに小さくなっていったのである。

30周年企画展に出品した《ことばのかたち》は、このような「音声」と文字の関係に着目したプロトタイプである。画面上に表示された文章を読み上げることで、その「声」の抑揚を解析し、文字の形や位置を変化させ表示させる試みだ。具体的には、展示されたカードやモニター画面に直面した人に、その場で好きな和歌や俳句をカードを選択して読み上げてもらう。このとき「音声」の強弱や高低、発声のタイミングを計測することで、即時的に文字の大きさや太さ、文字間や行間に反映されて表示される仕組みである。このことにより、読み手の声の抑揚はもとより、その時の微妙な心情を視覚化させる試みとして設計した。

日本語のタイポグラフィを考える場合、

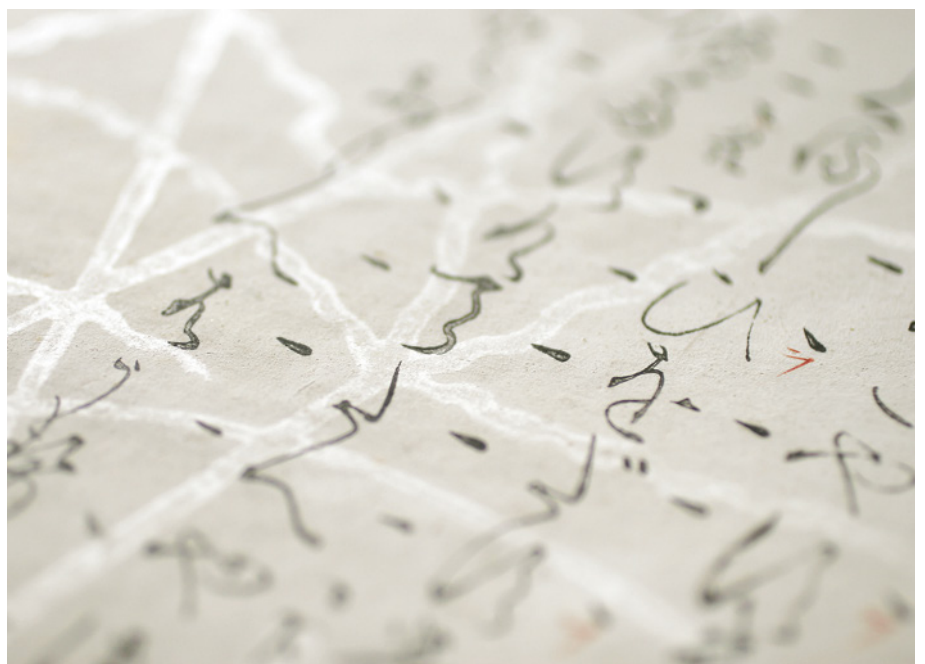
仮名文字の存在が重要である。なかでも平仮名は中国からもたらされた漢字がくずされて、主に音を表記する文字として平安時代に定着したものである。おそらく漢字のままでは、自らのことば(音声言語)を日常的に表記するには使いづらかった為だとされている。今回のプロトタイプではその平仮名を選択した。古来より歌を詠む行為、つまり「音声」と密接な関係にあることから、主旨に適した文字と考えたからだ。

また、ここに用いた活字は、「嵯峨本フォントプロジェクト」で開発された書体をベースとした。嵯峨本は、江戸時代の京都嵯峨の豪商、角倉素庵の出版事業によって制作された初期の活字印刷による書物の総称で、本阿弥光悦、俵屋宗達の協力によって制作されたものである。この嵯峨本で使用された活字(木活字)には、平仮名の特徴である「くずし」や「ゆらぎ」そして「連綿」があり、かつ活字特有の数理的秩序が同居する美しさがある。その為、「声」の抑揚を表現するにはふさわしい文字として選択した。

この試みの狙いは、コミュニケーションにおける「道具としての文字」の進化を促すことにある。将来、多くのデジタルデバイ

printing. People were benefitted by these technological developments, yet, the range of presenting the individual characteristics of writers and their emotional expression had been diminished.

The “Forms of Speech” exhibited in the 30th GK Graphics Exhibition are a prototype developed noting the relationship between “voice” and letters. When a person reads out sentences displayed on the screen, the tone and intonation are analyzed, and the forms of letters transform and the positions of letters change accordingly. Concretely, we ask a visitor to select a poem from among cards on which a Waka poem or Haiku poem is written, and to read it aloud. It is a system to measure the strength, weakness, high and low tones of his/her voice, and the timing of speaking, and to simultaneously reflect the results in the size and boldness of letters and spaces between letters and lines. We designed this system in an attempt to visualize the into-



古活字 嵯峨本(光悦本) 観世流謡曲『忠度』

Sagabon (Koetsu Book) Kanze-ryu Noh Song “Tadanori” Old Types (wood blocks on which some letters are curved)

スが音声入力になるだろう。それまでそぎ落とされてきた個性や感情のニュアンスを文字に反映することで、コミュニケーションの質やその深度を変えられないだろうか。

将来的には、文字の大小や太さ、位置の制御にとどまらず、動きや色彩の変化を伴うかも知れない。また私たちは、日本語固有の仮名文字にその可能性を見出すことができるのではないかと考えている。

GKは、「道具によって人々の暮らしを進化させること」を標榜し、インダストリアルデザインを中核として活動してきた。しかし個人や企業、行政におけるコミュニケーションのあり方が、重要視されている現在、ことばを伝達し記録する為の「道具」である文字の研究を深め、様々なかたちで活用していくことが、私たちに課せられた役割であると考えている。

きむら まさひこ GKグラフィックス取締役

制作協力：株式会社GKテック、嵯峨本フォントプロジェクト、株式会社日装社

参考文献：『人間と文字』監修：矢島文夫 構成：田中一光 株式会社平凡社 1995年  
『トラヤヌス帝の碑文がかたる』木村雅彦 株式会社朗文堂 2002年

『組織の声の形成』（アイデア誌）木村雅彦 株式会社誠文堂新光社 2004年



《ことばのかたち》成果品  
Products of “Forms of Words”

nation of the reader’s voice, as well as subtle emotions.

For Japanese typography, the kana character, particularly, hiragana, a cursive form, is important. Kana was developed by modifying Chinese characters (kanji) to express the sounds of Japanese and was established in the Heian period (794–1185). This may have occurred because Chinese characters were hardly applicable to express spoken Japanese for daily use. For the prototype used in the exhibition, we chose to use hiragana. Hiragana has been used for centuries when reciting poems, and is closely associated with “voice.” The type used here was based on the type developed for the Sagabon Font Project. The “Sagabon” covers all kinds of books published by Suminokura Soan, a wealthy businessman in Saga, Kyoto, in the Edo period (1603–1868) in cooperation with Hon-ami Koetsu (calligrapher), Tawaraya Sotatsu (painter) and others. The types (woodblock

types – several letters are carved in one block) used for Sagabon books are beautiful with the features of hiragana, such as “cursive,” “tremor” and “continuity” together with the mathematical order of woodblock types. We considered it appropriate for expressing the intonation of “voice.”

The intention of this attempt is to expedite the evolution of “letters as dougu” for communications. It is anticipated that voice input will become the main stream in many digital devices. Isn’t it possible to change the quality and depth of communication by reflecting individual characters and emotional nuances which until now have been excluded in the writings by letters?

In the future, we may be able to control not only the size, thickness and positions but also the motions and colors of letters displayed on the screen. We also see great potentiality to use kana characters for digital device terminals. Professing “to improve people’s living through

dougu,” GK has been working with industrial design as its core activity. But now, as communication among individuals, business corporations and government services is gaining importance, it is all the more important for us to study letters as dougu to convey and record speeches, and to make greater use of them in an ever expanding range of forms.

Masahiko Kimura, executive director,  
GK Graphics

Collaborators: GK Tech, Sagabon Font Project, Nisousha Co., Ltd.

References:

*Ningen to Moji (Humans and Letters)*, Supervision: Fumio Yajima, Layout: Ikko Tanaka, Heibonsha Co., Ltd., 1995

*Trajanus-tei no Hibun ga kataru (The epitaph of Marcus Ulpius Nerva Trajanus Augustus speaks to us)*, Masahiko Kimura, Robundo, 2002

*Soshiki no Koe no Keisei (Formation of Voice of an Organization)*, Masahiko Kimura, Seibundo Shinkosha, 2004

# 共生感を醸成する道具

岡部真紀

## コミュニケーション教育の重要性

私たちは、普段他者とのコミュニケーションを取る方法をいくつか持っていて、それらを必要に応じて使いこなしている。言語コミュニケーションと非言語コミュニケーション、直接コミュニケーションと間接コミュニケーション、リアルタイムと時間差がある場合、特定の相手との会話と不特定多数との会話。人以外のバーチャルな存在との会話まで、多様化した環境の中で想いを伝えるためにコミュニケーションの方法を駆使している。具体的には直接会話、電話、テレビ電話、チャットやSNS、メール、手紙、演説、ブログ等、様々な方法があり、その時の状況に応じて選択しているのだ。私たちが成長するに従って世界は広がり、伝える内容が利害関係があったり、苦しい選択を迫られたりとコミュニケーションの内容は複雑になっていく。伝えるためには相手に解りやすく伝えるための思いやりや状況判断等、精神的な成熟と共に、有効な手段を選ぶ事もコミュニケーションを取る上で重要な要素となっている。直接会話や電話等の相手との接点が大いものほど情緒的な感情が伝わりやすく、手紙やメール等のように時間差がありで間接的なものほど論理的な伝達ができるが、伝えるためのスキ

ルが必要になる。メールやSNS等間接的に言葉による限られた情報の中で伝えるためには、相手との距離感や言葉の使い方によって想像力をかき立てたり意図的に強調したりするが反面、表現の仕方によっては誤解を生む。SNSなどでは言葉以外の絵文字が出現したり、展示の中で提案したように言葉自体の変化による感情表現等より伝えやすくなる工夫が必要であり、コミュニケーションデザインが大きな役割を担っている。また、コミュニケーションスキルだけでなく、技術は時間経過によって、洗練され作法(型)ができてくる。私たちが目上の人や上司に使っている謙譲語等の言葉の使い方、姿勢や視線、挨拶の仕方、それらは人間関係をスムーズにするための洗練された技あり、技を伝える事が礼法という事になる。まだまだ発展途上のコミュニケーション手法であるネット上の会話は、これらが確立されていない現在、いろいろな摩擦があり人間関係にストレスを生んでいる。また、時代背景として個人主義の全盛の今、培われてきた技(作法)が伝承されなくなり、親密な関係づくりや利害が対立する時の洗練された交渉等が、うまくできなくなっているのではないだろうか。世界中に表面的な知り合いが多く持てるよう

になった反面、親密な関係をつくれるのは同世代の身の回りの人だけというように、私たちはコミュニケーション能力を向上させるための教育の必要性を感じる。

コミュニケーションを支える共生感の醸成  
コミュニケーションを円滑にするためにデザインは何ができるのだろうか。先に述べたように、まだ作法の確立されていないネット上でのコミュニケーションに対して、伝えるためにわかりやすく具現化する事がデザインに求められている。今回の展示ではインタラクティブな文字の可能性や言葉以外の表現の可能性を考え、具体化するアイデアを提案した。このようなコミュニケーションを表現する言葉や感覚を造形的なアプローチで具体化していく事が、これからのコミュニケーションデザインの中で重要な領域になっている。それと共に、コミュニケーション能力を向上するためにデザインができる事はないだろうか。それを目指して今回の展示では二つの提案を行った。共通して考えたことは、コミュニケーションの基本に立ちかえり最も重要な事は何かであり、それは「相手を思いやる事=共生感の醸成」であると考えた。そしてこのような感覚的なスキル向上に相応しい

## Dougu Arousing the Sense of Living Together Maki Okabe

### Importance of Communication Education

We have several means to communicate with others, and make use of them as necessary. We can use verbal and non-verbal communication, direct and indirect communication, and online immediate response and delayed response communication. We can converse with specific persons and the public, and we may even converse with virtual entities other than humans. We convey our messages choosing an appropriate means of communication such as direct conversation, telephone, TV telephone, chat, SNS, email, letters, public speeches, blogs and so on according to our needs and situations. As we mature, the world expands, and the contents of our communication become more complicated as we may be involved in situations where interests of different parties are in conflict, or we may be pressed to make a difficult choice. In order to clearly convey

a message, we need to consider ways to help the recipient understand our intended meaning, be sensitive to the situation, and to choose the most effective means of communication. Emotions can be better communicated through direct conversation and telephone conversation, while delayed response, indirect means such as letters and emails can convey a message logically, but skills are required to do so. Messages with a limited number of words sent through indirect measures such as email and SNS and the like may stir the reader's imagination through the choice of wording and use of intentionally emphatic expressions, and the creation of a sense of distance between the sender and the reader. But written carelessly and such short messages may result in misinterpretations because of inaccurate expressions. In SNS, pictograms may be effectively used. As we proposed in the 30th Anniversary Exhibition, letters may change their forms to reflect a sender's emotions and can be expressed on the screen. Communication design will become more impor-

tant. For actual face to face interaction, we have established manners. We use modest language towards our seniors and elders, and we are careful of our posture, appearance and the way we greet them. These practices have been refined in order to carry on smooth human relations, and these manners have been taught to us from our parents and other seniors. However, communication online is still in the process of development, and the appropriate manners have not yet been established. Thus, problems occur and many users suffer stress. The long established manners have not been fully succeeded by young people, and they may not be able to develop good human relations, or to negotiate well with others in situations of conflict of interests. Young people may have many acquaintances in the world, but they have only a small group of people of their own generation with whom they can develop close friendships. For these reasons, I think greater efforts are needed in educating people and building their communication skills.



のは、子供のように自然に覚える事、遊びを通して学ぶ事ではないだろうか。複雑な情報やその関係性を理解し、他の人と円滑にコミュニケーションを図る意識を、遊びを通して学ぶ。言葉を正確に伝える事、自分がおかれた状況を判断し、かけひきや協力を重ねながら物事を進めるなど、コミュニケーションの基本になる考え方をゲームをしながら体感する。そのような仕組みを作る事もコミュニケーションデザインの一部であると考え提案とした。

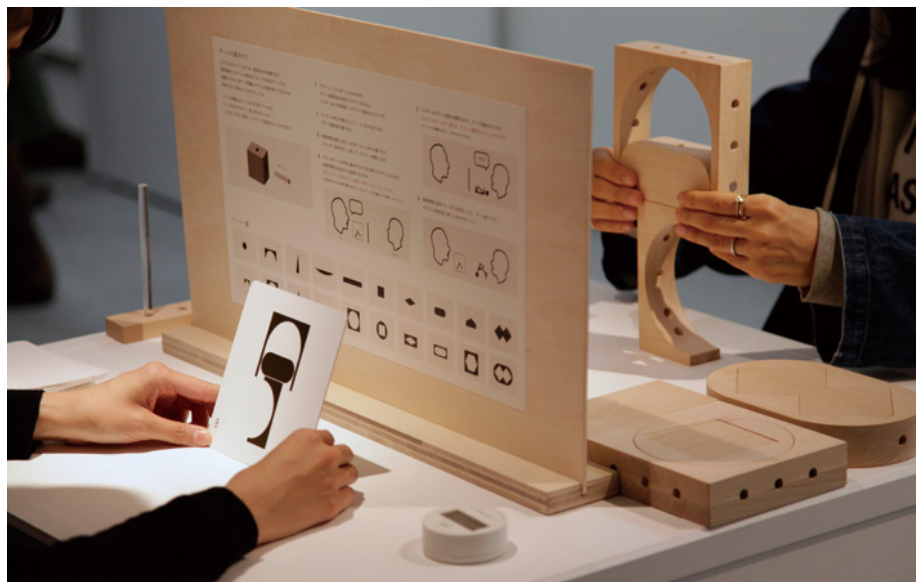
### 伝えるための仕組みづくり

《COTOCATA》は、相手の状況や気持ちを察して言葉によって伝える事を遊びを通して学ぶ道具である。

伝える側は、形から言葉を発想し伝え、その言葉から形を選択・連想し組み立てるという行為を予測しながら、的確な言葉を選んで伝える事を考え、作り手は、言葉を聴き取り正しく解釈し相手の言わんとするところを連想する。

積み木を組み立てるという遊びを通して、「正確に言葉を伝える」「相手の気持ちを察する」「その場の状況を読む」事を自然と考えるような仕組みをつくった。

また、聴き取りながら組み立てた結果の



### Creating the Feeling of Living Together to Support Communication

What can designers do to facilitate communication? As mentioned before, online communication etiquette is not yet established and is also the sphere of communication most in need of ways to clearly convey messages that can be easily understood by others. In the exhibition, we conceived the possibility of interactive expressions using letters and non-verbal expressions, and proposed concrete ideas. To give graphic approaches to language and feelings for online communication is an important area for communication design. Is there anything additional, that designers can do to improve communication skills? We put forth two proposals as our responses to these tasks. We first considered what is the basic and most important attitude for communication, and found it was “to be considerate to others = creating the sense of living together.” In order to improve intuitive skills, we considered that learning skills natu-

rally like a child or learning through playing is most appropriate. People should learn through playing how to understand complicated information and relations among complicated factors in information, and develop the consciousness to smoothly communicate with others. Basic steps for communication such as conveying the meanings of texts accurately, comprehending the situations that we are placed in, and proceeding with conversations through bargaining and cooperating with each other can be experienced through playing a game. We proposed such a game considering that it would serve as a valuable mechanism in communication design.

### Mechanism to Convey a Message

The “COTOCATA” is a tool to help a user enhance their communication skills through playing. The game is intended to serve as a tool to help people understand how to convey a message with words while guessing the condition and feeling of others. It is a wood block

building game for two persons using wood blocks of various forms and a panel standing in between so that they cannot see each other's hands. Player A holds a card on which a picture of a finished work is printed. He must explain what the finished work looks like. He must describe the finished work correctly to help Player B understand. Player B listens to Player A, draws a picture in his mind and constructs something according to the message. By making this game, we created a mechanism to help people think about how to “convey words correctly,” “guess the other's level of understanding,” and “feel the other's situation.” through playing with building blocks, After the construction is over, both parties may find a gap in understanding messages or an element of surprise. In this way, they can understand the importance of clear communication. If you play this game, you will find it difficult to describe what you want the other person to make when the other has no idea what to make. You

齟齬や意外性など、コミュニケーションの核となる部分を楽しみながら考え、感じてもらい、コミュニケーション本来の役割や重要性を再考することを目的にした。実際に試してみるとわかるが、何をつくるかわからない相手に、正確に言葉を選んで、相手が何を悩んでいるか推測し、自分が思っている事を伝えるのは大人になっても難しい。まさに普段のコミュニケーションにおこりがちな一言足りない事や、あやふやで選択できない状況が展開される。遊びを通す事でシリアスにならず気付いていくような仕組みを作っている。積み木自体の木のぬくもり感や、多彩な形をつくっていく事にも楽しみを見いだせる形状バリエーションで、親和性と想像力の醸成もできるのではないかと思う。

#### 先を読む力、相手との強力な醸成

《トライアングル・シーソー》は、三人で対戦するボードゲームで、自分で点数を取りに行く事はもちろん、相手と組む事で点数が入る事が特徴になっている。自分の場を有利に作りながら、状況を見つづどちらかの相手と協力する事で勝ちに結びつける。囲碁や将棋のように対戦相手がひとりではないので予測が難しく、その場の状況を

しっかり判断する必要がある。このような仕組みが、利害関係がある相手とのコミュニケーションとらえ設計した。実際の間関係はもっと複雑だが、敵と思う相手が味方になり敵を味方にするという事が体感でき、対立関係だけではない関係構築を感じてもらえる事が出来るかもしれない。相手と同じパネルの色を使って工夫する事や、もらった点数を誰からももらったか色分けしたり、相互関係がわかるような画面デザインをしている。オセロのように考えなくてもパネルをおいていく事でゲームは成立するが、慣れてくると先を読む事で、大きな点数を入れる醍醐味を味わえる。状況を判断し考える事の楽しさを感じてほしい。

#### これからのGKのコミュニケーションデザイン

今回の展示は、先に述べられたように「非言語コミュニケーションデザインの可能性」「言語表記によるコミュニケーションデザインの可能性」と合わせて「共生感を醸成する道具」とあらためてコミュニケーションデザインの基本を見つめ直し、コミュニケーション能力を向上するためにデザインが出来る事の可能性を提案した。

日頃、パッケージやブランディング等で

行っている「想い」を的確に伝え得るための造形的な具現化は、私たちの基盤である事は変わりはない。ただもう一步踏み込んでコミュニケーションデザインができる事はどういう事かを考える事が今回の展示の主旨である。「想い」を具現化する事とともにその仕組みづくりにデザインによるアプローチができるのではないかと考える。そしてそれを追求する事によって日々の業務の考え方の骨格となり、的確なデザインの具現化に結びつくと思っている。

おかべ まき

GKグラフィックス代表取締役社長



must choose words carefully, guess at what the other puzzles over as they try to interpret your words, and convey any additional message in a clearly understandable way. The players may find that a message was not understood correctly because a few words were lacking, or because the wording was ambiguous, a situation which often happens in our everyday conversations. The mechanism is prepared to help players notice these things while playing without becoming serious. Players can enjoy the warmth of wood and making various shapes, thus, imagination and the sense of compatibility of forms can be developed.

#### Development of Ability to Predict the Future, and Cooperate with Others

“Triangle Seesaw” is a computer board game played by three persons. You can get and accumulate marks alone, but by cooperating with one of the other two, you can also get marks. While advancing your position, you can cooperate with

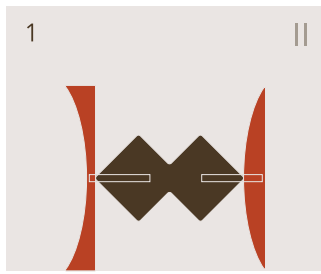
either of the other two players considering the situation to get more marks. Unlike the game of Go and Japanese chess, your opponents are two, so it is more difficult to judge the situation. We conceived the mechanism to simulate a situation of communication with people who have conflicting interests. Actual human relations are more complicated, but through this game, players may experience that an opponent can become a friend, and an enemy can be turned into a friend. They may learn how to build various types of relationships beyond the scope of the conflicting situation within the game. The screen is designed to show player relations by using the same color of panel for collaborators, using different colors for marks to identify from whom they were given. Players can play the game just by placing panels without thinking as in Othello. But as they become used to the game, players can relish the real pleasure of obtaining higher marks by predicting their co-players' actions.

#### Future GK Communication Design

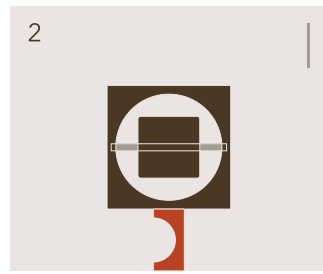
In the exhibition, we reviewed the basics of communication design through the three themes of the “potentiality of non-verbal communication design,” “potentiality of communication design using verbal expressions,” and “dougu (tools) to create the sense of living together.” Then, we proposed ways in which designers can help people enhance their communication abilities.

We put our idea accurately into forms in our package designs or branding. This is the basic practice. But for the exhibition, we went one step further and considered what communication design can do to enhance people's communication skills. In addition to putting our ideas into forms, we may be able to design mechanisms to promote communication among people. I trust that pursuing this possibility will become the framework for our daily working life, and lead us to create accurate design works.

Maki Okabe President, GK Graphics



1  
\*覆かせて作り、できあがったら起こす



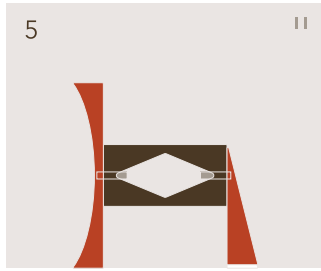
2  
\*上半分を組み合わせてから乗せる



3  
\*ダボは使わない  
\*だ円の内側の面が平行・垂直になるように



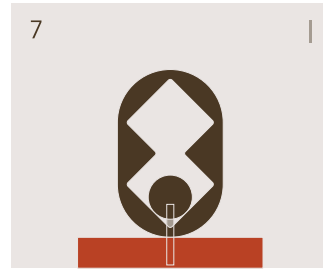
4  
\*ダボは使わない  
\*バランスに注意



5  
\*覆かせて作り、できあがったら起こす



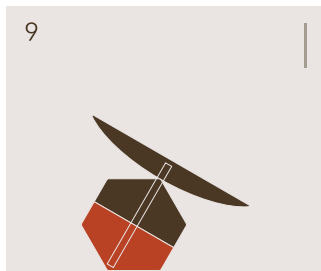
6  
\*形の言い表しかた・順番に注意



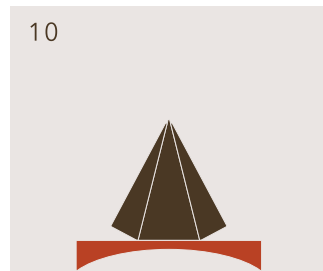
7  
\*ダボがないと立たない



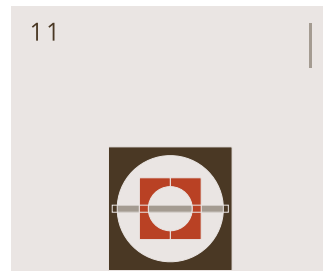
8  
\*だ円と門はダボで固定  
\*ダボの位置に注意



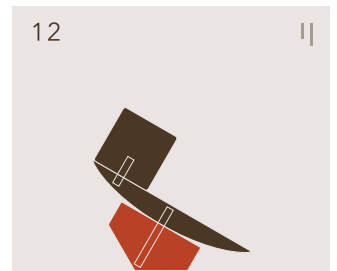
9  
\*一番長いダボを使う



10  
\*ダボは使わない  
\*三角形同士の隣り合う面の長さに注意



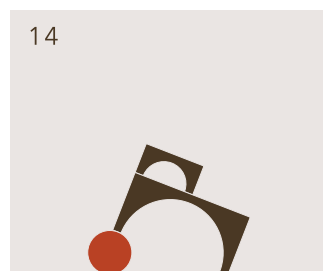
11  
\*橋二つを組み合わせてから入れる  
\*宙で浮くようにダボを使う



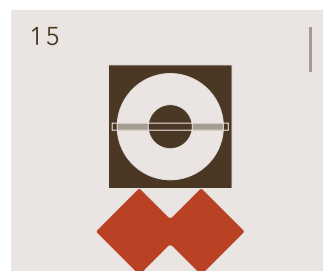
12  
\*ベース形の角度に注意  
\*正方形はダボで固定



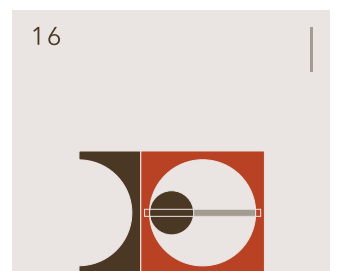
13  
\*ダボの位置に注意  
\*六角形の向きに注意



14  
\*バランスに注意



15  
\*ダボの位置に注意  
\*上半分を組み合わせてから乗せる



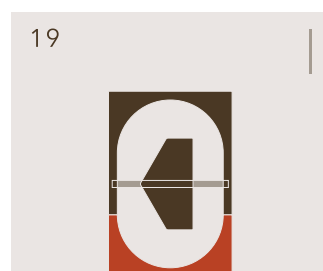
16  
\*一番長いダボを使う



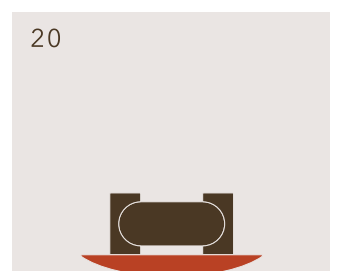
17  
\*ダボの位置に注意



18  
\*形の言い分けかたに注意  
\*橋の乗せかたに注意



19  
\*ダボの位置に注意  
\*形の言い分けかたに注意



20  
\*上半分を組み合わせてから乗せる  
\*お皿の向きに注意

《COTOCATA》の設計図一覧  
Table of “COTOCATA” design drawings

## 知能を持った道具を作る

山脇正光

### 道具と知能

今年に入って早々、囲碁で、人工知能 (AI) のコンピュータソフトウェアがプロの棋士に勝利したというニュースが飛び込んできた。囲碁はAI研究でゲーム分野の最後の砦とされており、AIが人間の知能を超えることが現実味を帯びてきた。

今日、我々の身の回りにある道具には当たり前のように入っている。更にはコンピュータそのものをスマートフォンとして日常的に使うようになってきた。便利になった、という一方で、そのような道具に振り回されている感はないだろうか。道具の知能が高度になっていく中で、我々は益々、道具のあり方、付き合い方を考えなければならぬだろう。

このような知能を持った道具は、1970年代初頭に身の回りに現れ始めた。GKテックの始まりは、そのような新種の道具に刺激されての事であった。以降、約30年、そのような道具を自身の手で作ることで、新しいテクノロジーにキャッチアップし、道具と人間の関わりを考えてきた。

### 知能を持った「機械仕掛けの小鳥」

GKデザイングループでは2011年に池中蓮華展を開催し、自然と人間と道具の関わり

をインスタレーションで表した。個々のインスタレーションの要素をグループ各社でデザインし、一つのインスタレーションとして作り上げた。

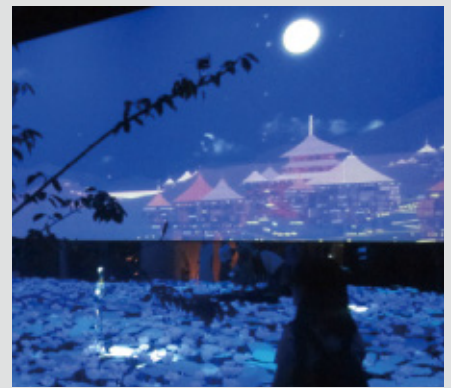
GKテックは、空間に囀りを響き渡らせる「機械仕掛けの小鳥」を担当することになった。プロデューサーである故榮久庵会長からは、この小鳥の役割や言葉でのイメージが示された。GKテックでは小鳥を具体化するために、アイデアを考えるとところから始めた。

当初、「機械仕掛け」というキーワードから、機構を持たせ、動きを伴う小鳥も考えた。しかし、その役割から、空間的な広がりをもった囀りになるように鳴かせる、ということにフォーカスし、GKテックが関わってきた「知能を持った道具」でこれを実現できないか考えた。

### しくみをデザインする

そこで、小鳥にマイコンというミニマムな知能を持たせ、鳴かせる「しくみ」をデザインし、この役割を実現させることにした。その知能として、大きく二つのしくみを持たせた。

一つは、他の小鳥の鳴き声を聞くと、返事をするかのように鳴き返すしくみである。



鳴き返すタイミングは「きまぐれ」で、その時々で変わる様にした。そうすることで、ある瞬間に空間でつくられる小鳥の囀りはランダムになり、まず二度と同じ様にはならないようになっている。

もう一つは、周囲の環境を察知し、鳴き方を変えるしくみである。インスタレーションは月の運行に沿って流れが作られている。自然の中で生きる鳥が明け方に活発に鳴く生態を模して、展示空間に月が出てきたことを察知すると活発に鳴き、月が高くなるにつれて徐々に落ち着いてくるように性格付けをした。

このような知能を持った小鳥を多数作り、空間に偏在させることで、空間的な広がりを持った囀りになるようにした。

### Making Dougu with Intelligence Masamitsu Yamawaki

#### Dougu and Intelligence

Early this year, it was reported that a computer software program with artificial intelligence (AI) won a game of “go” against a professional “go” player. The game of “go” is considered to be the last frontier in creating computer games with AI. And with this news, the possibility of AI to exceed human intelligence seemed to have become a reality.

Dougu containing AI have become commonplace. Further, the smart phones that we use daily now have all of the functions of the computer. Our life has become convenient. But aren't we now overly influenced by such dougu? As the intelligent capability of dougu is upgraded, we have to consider how dougu should function, and how we use them.

Dougu with AI came into being in the early 1970s. Stimulated by new kinds of dougu, GK Tech was founded. In the 30 years since then, we have been catching up with new technologies while considering relations between dougu and humans.

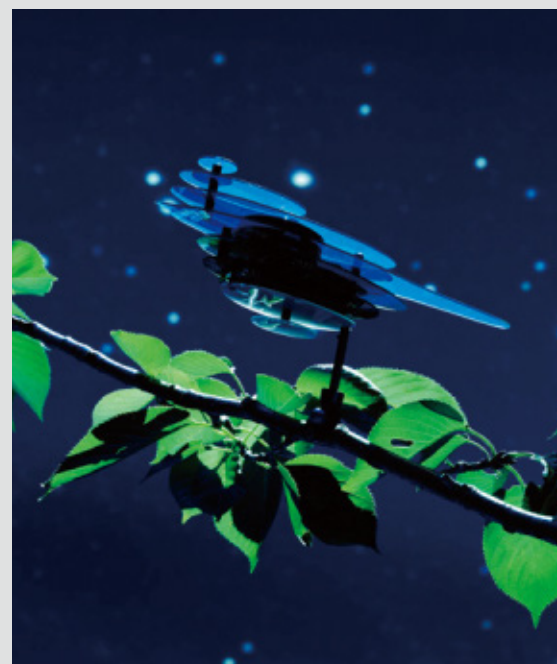
#### <Machine-Operated Birds> with AI

The GK Design Group held the ChichuLenge (Lotus Flowers in a Pond) Exhibition in 2011. The exhibition attempted to show relationships among nature, humans and dougu with installations. Each firm of the GK Design Group was assigned to design one installation, and different installations were combined for the exhibition. GK Tech was responsible for the creation of “machine-operated birds” to fill the hall with the singing of lovely birds. The late chairperson Ekuan, speaking as the producer explained the roles of these birds, and told us his image of the birds. Our staff began proposing ideas to materialize the birds.

At the beginning, from the term “machine-operated,” we thought of a bird that moves with a mechanism. Then, considering that the birds were to add a multi-layered resonance of birdsong to the exhibition that should be heard throughout the hall, we thought we could realize this by using a GK technique of “dougu with AI.”

#### Designing a mechanism

We designed a mechanism to create the effect of birds “singing” by adding a minimum sized AI powered by a micro-computer. The AI concept for the birds resulted



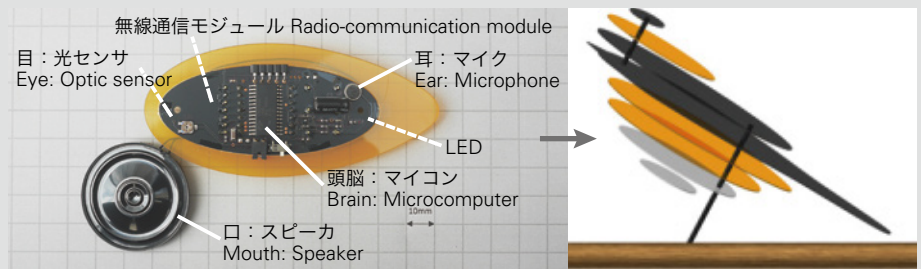
### 自身の手で作ること

この小鳥は、実際に自然界に存在する鳥、キビタキ、オオルリ、シジュウカラを模している。鳴き声はこれらの鳥の様々な鳴き方を録音したものを使っている。形状のデザインはGKインダストリアルデザインに協力を仰ぎ、機械仕掛けの小鳥に相応しい抽象的なデザインにした。

小鳥の知能である二つのしくみを実現させるために、目、耳、口にあたるデバイスを持たせ、自然の中で生きる鳥がしているであろう方法で実現しようと考えた。

他の小鳥が鳴いていることを知る為に、耳として持たせたマイクから得られた音を分析し、周囲のノイズと小鳥の鳴き声を判別しようと試みた。しかし、プロトタイプを作ってみると、近くの鳴き声は判別できるが、離れてしまうと判別するのが難しかった。シンプルなマイクやミニマムな知能では実現が難しいことがわかった。そのため、無線通信のデバイスも持たせ、鳴き声と同時に、機械の小鳥にしか聞こえない無線通信のシグナルを送ることでこのしくみを実現させることにした。

これは、想定通りにいかなかった部分ではあるが、ものづくりの面白いところでもある。自然とテクノロジーを対比させると、



テクノロジーの位置づけや目指すべきものが見えてくる。

### 皆で作る道具のあり方を考える

一方で、このような知能を持った道具は、シンプルなものでも専門家でないことができなかった。近年、テクノロジーが身近になったことや、インターネットで同好の士がつながりやすくなったことで、このような道具を誰でもが作れるようになりつつある。とはいえ、知能を持った道具は複合的であるため、まだハードルが高いと感じている。

一連の製作を経て、機械仕掛けの小鳥を使って知能の作り方を学ぶことができれば、そのハードルを下げられそうだとすることに気が付いた。現在、ミニマムな知能であるところのマイコンを学習する第一歩としては、マイコンそのものを与えられ、LED

などの基本的な部品をコントロールするところから始めることが多い。しかし、基本的な部品だけでは意味を成すレベルのものを作るのは難しいし、かといって、体やそれぞれの器官にあたる部分も合わせて作らないとならないとなると、初学者には荷が重い。体や器官を持ったこの小鳥を使えば、作るものもイメージしやすくなり、知能を作ることに注力できるのではないだろうか。

様々な道具を作ってきた経験からも、自身の手で作るといことが、より良い道具との関わりを考える鍵になると考えている。この小鳥を学習用に展開できれば、知能を持った道具を作る裾野を広げ、道具のあり方を考えられる人を増やせるのではないかと期待している。

やまわき まさみつ GKテック 主任

in two major mechanisms.

One was a mechanism to let each bird start singing in response to hearing another bird singing. The timing for reply singing was impulsive, changing from time to time. By using a relay impulse type of mechanism, the moment to moment sound of the birdsong was always different, and the map of singing birds never repeated. Another mechanism was for the singing to change based on sensing the surrounding environment. The installations were arranged along the movement of the moon. Imitating natural birds singing actively at the dawn, the exhibited birds were arranged to start singing lively as they detected the rising moon in the exhibition hall, and to gradually become calm as the moon rose higher in the sky. We made a number of AI birds and distributed them unevenly to create a spatial expanse.

### What we learned by making them with our hands

Our birds were copies of the narcissus flycatcher, blue-and-white flycatcher and great tit. For their singing, we used recordings of the actual birds singing. We asked GK Industrial Design for their cooperation in designing their forms. Thus, abstract designs for mechanical birds were created.

In order to equip the birds with the two AI mechanisms, we attached devices as eyes, ears, and mouth in an attempt to reproduce the actions of natural birds singing.

To detect other birds singing, we tried to analyze the sounds heard by the ear, which was a microphone, and to differentiate singing from noise around. We had a test using the prototype, and found that the mechanism could distinguish only singing in close places, and not from places afar. We found that with only a simple microphone and minimum AI it was difficult to realize our concept. Realizing that a different approach was needed, we equipped them with a radio communication device, from which a signal which was only audible by birds was transmitted together with the singing sound to other birds.

This aspect varied necessarily from our original plan. But it was an interesting part of creating things. By comparing nature and technology, we could envision the position of technology and the goal we had to aim for.

### Thinking about dougu through collaborating on the creation of one

As simple as it was, it was difficult for non-specialists to make a dougu of this kind with AI. Recently, as technology has become user-friendly, and like-minded people can

be easily connected online, making this kind of dougu is becoming easier. Even so, dougu with AI are complicated, and the hurdle is still high for non-specialists to overcome.

I noticed while working through the series of steps to produce the mechanical bird that if we could learn how to create AI, the hurdle could be lowered. Today, as the first step in learning the operation of a microcomputer as the minimum AI device, a microcomputer is given, and skills to control LEDs and other basic parts are taught. But it is difficult to make something meaningful with just these basic pieces. Further, to make the body and parts correspond to different organs of the body is beyond the capability of beginners. Using this mechanical bird with its body and organs, could help people to draw an image easily, and enhance their ability to construct an intelligent part. From my experience of having created various kinds of dougu, handcrafting things can help one to think about one's relations with dougu. If this mechanical bird can be used for skill education, it may expand the field of creating dougu with artificial intelligence, and increase the number of people who are able to consider how dougu should be made.

Masamitsu Yamawaki, Chief, GK Tech

## 故榮久庵憲司会長一周忌、GKデザイングループ本社内で偲ぶ会を執り行う



故榮久庵憲司会長の一周忌にあたり、命日である2016年2月8日、GKデザイングループ本社にてGKメンバー全員が出席のもと「偲ぶ会」を執り行った。ヤマハ発動機のモーターサイクルや「触れる地球」などが置かれた会場内には祭壇が設けられ、その中心に飾られた故・榮久庵会長の遺影に、社員全員で献花を行った。挨拶でGKデザイン機構の山田晃三代表取締役社長は、榮久庵会長がGKに遺された多くの事柄を追想し、故人への感謝の意を述べた。また、隣接するギャラリースペースには、これまでの故人の著書等が数多く展示され、社員は功績の偉大さを再確認するとともに、あらためてその人柄を偲び、榮久庵会長の遺志を受け継いだ新しいGKデザイングループへの思いを新たにされた。

## Memorial service of the 1st Anniversary of GK Chairperson Kenji Ekuan's death held in the office of GK Design Group

On February 8, 2016, the memorial service for the late chairperson Kenji Ekuan was held at the head office of the GK Design Group and was attended by all GK staff members. An altar was installed in the room where a Yamaha motorcycles and the "Tangible Earth" were exhibited. All members offered flowers to the photo of the late Ekuan which was placed at the center of the altar. In his speech, president Kozo Yamada looked back on a number of achievements that Ekuan left behind for GK, and offered a tribute of appreciation to him. Publications by Ekuan were displayed in the gallery next to the room. GK staff members reconfirmed the distinguished achievements of the late chairperson and remembered his personality. At the same time, they renewed their loyalty to the new GK Design Group that would succeed Ekuan's wishes.

## 山田晃三GKデザイン機構社長、九州デザインサミットで基調講演



2016年1月22日、特許庁、九州経済産業局、NPO法人FUKUOKAデザインリーグなどの主催で「九州デザインサミット」が福岡市で開催され、「海外展開におけるデザインと知財のあり方をさぐるシンポジウム」で山田社長が基調講演を行った。講演は「デザイン海外戦略における

光と影」と題し、キッコマンの卓上しょうゆ瓶が半世紀を超えて、現在世界100カ国以上で販売され日本食文化の顔となっている現状を紹介。こうした優れた立体商標の誕生の背景と、多くの類似品の登場をどのように捉え企業として対応するかを中心に、知的財産を生み出すためのデザインの重要性について提起した。

## Kozo Yamada, president of GK Design Group delivers a keynote speech at the "Kyushu Design Summit."

"Kyushu Design Summit" was organized in Fukuoka city by the Japan Patent Office, Kyushu Bureau of Economy, Trade and Industry, and NPO Fukuoka Design League on January 22, 2016. In the symposium "Seeking ways to protect design and intellectual property rights in the overseas market," president Yamada of the GK Design Group delivered a keynote speech on the theme "Light and Shadow in the Overseas Strategies of Design." He said that Kikkoman's soy sauce table bottle has been sold in more than 100 countries over the past 50 years and that the bottle has become the face of Japanese dietary culture. Explaining the background of the birth of this kind of superb 3D trademark and the corporation's responses to the appearance of imitations, he brought up the importance of understanding that design is one form of intellectual property and the necessity to protect the integrity of design have brought forth other various forms of intellectual property.

## 「オートカラーアワード2015-2016」で特別賞を受賞



GKダイナミクスがデザインを担当したヤマハ発動機の「MT-25/07/09/09 TRACER」における「RB(レースブルー)シリーズカラー戦略」が、日本流行色協会主催の車両カラーデザインコンテスト「オートカラーアワード2015-2016」で特別賞を受賞した。本賞における二輪車の受賞は初めて。「二輪の駆体デザインを考える上では、カラーとグラフィックの重要性が高い。ブルーというブランドカラーを使いながら、CMFG(カラー、マテリアル、フィニッシュ、グラフィック)を駆使し、4種類のバイクの違いを作り上げた」点が評価された。授賞式には、ヤマハ発動機デザイン本部安田将啓氏とGKダイナミクス青木省吾副部長が出席した。



## Winning Special Award of the JAFCA Auto Color Awards 2015-2016

The Race Blue Series Color Strategy for Yamaha Motor's MT-25/07/09/09 Tracer won the Special Award at the Auto Color Awards 2015-2016, the automobile color design contest sponsored by the Japan Fashion Color Association. GK Dynamics designed the motorcycle. It was the first time for a motorcycle to win an award in the automobile color design competition. Colors and graphics are important elements for motorcycle body design. Using the brand color "blue," and making full use of elements of Color, Material, Finish, and Graphics (CMFG), GK Dynamics created four distinct designs for four types of motorcycle. This point was highly evaluated. Masahiro Yasuda from Yamaha Motors Design Office and Shogo Aoki, Assistant Director of GK Dynamics attended the awarding ceremony.

## GKグラフィックス、30周年企画展を開催



GKグラフィックスは、1985年にGKインダストリアルデザイン研究所から独立し、2015年で30周年を迎えた。これを機に、10月27日から11月7日まで南青山のギャラリー5610で企画展を開催した。展示は、「美しい織物の表情」を語源とする「綾」をテーマに「言語以外のコミュニケーション表現」「言語表現の可能性」「共生を学ぶ道具」の3つの主題で構成。これからの社会におけるコミュニケーションデザインの可能性を、独自に制作した体験型の作品を通じて提案した。手にとって楽しめる展示は好評を博し、12日間の会期中に延べ989名が訪れた。

## GK Graphics 30th Anniversary Exhibition

GK Graphics left GK Industrial Design Institute to become an independent design office in 1985. Celebrating its 30th anniversary in 2015, it organized the exhibition at the Gallery 5610 in Minami-Aoyama from October 27 to November 7, 2015. The theme of the exhibition was "Fabric with a beautiful twill weave," under which three subthemes were set forth for presentations: "Non-verbal communication expressions," "Potentiality of verbal expressions," and "Tools to learn living together." Possibilities for future communication design were presented through participatory exhibits created for this purpose. These exhibits which invited visitors to enjoy them by touching them gained a good reputation. A total of 989 people visited in the 12-day duration of the exhibition.



## 「SDA Award 2015」で優秀賞



GK設計と島津環境グラフィックス、そのほか複数社の共同による「富山駅的环境グラフィックデザイン」がサインデザイン協会の「SDA Award 2015」で優秀賞を受賞した。本事業は、富山市と富山地方鉄道による路面電車南北接続事業の第1期で、新幹線駅高架下で路面電車が乗り入れる区間。GK設計はグラフィックデザインのほかに、新幹線駅高架下に新設された路面電車停留所、走行空間、ストリートファニチュアなど、路面電車に関わる空間の総合的なデザインを行っている。

## Gold Award in SDA Award 2015

The Environmental Graphic Design of Toyama Railway Station designed jointly by GK Sekkei, Shimizu Environmental Graphics Co., Ltd. and several other companies won the Sign Design Gold Award in the SDA Award 2015 sponsored by the Japan Sign Design Association. This was the 1st phase of the project by the Toyama city office and Toyama Chihou Tetsudou Inc. to construct a tramcar system to connect the existing two systems in the south and north sides of Toyama station. New tramcar railways were built under the railway viaduct of the Shinkansen Station. In addition to graphics, GK Sekkei was engaged in the total spatial design of the new tramcar system including the station under the railway viaduct, the surrounding space and street furniture.

## 鉄道友の会「2015年ローレル賞」に選定



GKインダストリアルデザインがデザインを担当した東日本旅客鉄道の「EV-E301系(愛称・ACCUM)」が、鉄道友の会の「2015年ローレル賞」に選定された。非電化区間の環境負荷低減を目的とした「蓄電池駆動電車システム」を日本で初めて採用した営業運転車両。エクステリアデザインは先進性を際立たせ、インテリアデザインでは新設計のLED光源による間接照明を採用し次世代スタンダードを目指した。

## EV-E301 Car Series Selected for the Laurel Prize 2015 by the Japan Railfan Club

The design of EV-E301 series (popular name ACCUM) that GK Industrial Design was commissioned to de-

sign by East Japan Railway Company was selected as the winner of the Laurel Prize 2015 sponsored by the Japan Railfan Club. This is Japan's first battery-operated system for commercial use produced with the purpose of reducing environmental burden in the non-electrified district. The edgy exterior design highlights the spirit of innovation and newly designed indirect lighting system using LEDs is applied to the interior. The aim for this design is that it become the standard car design for the next generation.

## 「ペントアワード2015」で銀賞を受賞



GKグラフィックスが担当したマルハニチロの「ラ・カンティーン」が、世界的なパッケージデザインのコンペティション「ペントアワード2015」の食品部門で銀賞を受賞した。ラ・カンティーンは「カジュアルフレンチの雰囲気をお家で楽しむ」がコンセプトの新ブランド缶詰。従来の缶詰のイメージを一新する洋食器や陶器のようなデザインは、キッチンやテーブルにも調和し、インテリアの飾りやプレゼントとしても楽しめる。

## Winning the Silver Award in Pentawards Award 2015

GK Graphics designed the package (can) for LaCantine by Maruha Nichiro Corp. and won the Silver Award in the food category of the Pentawards 2015, a worldwide package design competition. The LaCantine is a new brand of canned food designed with the concept of "enjoying the mood of casual French cuisine at home." Packages in designs like western tableware and ceramicware have transformed the image of conventional canned food. They match kitchens and table, and serve as interior decorations and presents.

## GKデザイン総研広島、第4回鉄道技術展に出展



2015年11月11日から13日に開催されたフジサンケイビジネスアイ(日本工業新聞社)主催の第4回鉄道技術展にGKデザイン総研広島がブースを出展した。同社のブース

出展は前回(2013年)に続いて2回目。展示は、デザインの対象を「(車両)製造者」「(鉄道)事業者」「(公共交通)利用者」「(沿線)地域」の4つに分け、それぞれにおける社の実績と取り組みの姿勢をパネルとスケールモデルでわかりやすく紹介。デザイン事務所からは唯一の出展だったが、デザインも鉄道に必要な技術の一つであることをアピールでき、好立地にも支えられて多くの来場者を得た。

## GK Design Soken Hiroshima Presented its Booth in the 4th Mass-Transportation Innovation Japan 2015.

GK Design Soken Hiroshima took part in the 4th Mass-Transportation Innovation Japan 2015 sponsored by FujiSankei Business i. (Nikkan Kogyo Shim-bun Ltd.) at the Maku-hari Messe from November 11 to 13, 2015. Following the previous event in 2013, this was the second time for GK Design Soken Hiroshima to present its booth. The exhibits were divided according to the targets of design, "Vehicle Manufacturers," "Railway Operators," "Public Transportation Users" and "Areas along Railway Lines." GK Design Soken Hiroshima's past achievements and its working stance were shown with panels and scale models. Soken Hiroshima was the only design firm participating as an exhibitor, and it successfully expressed that design is one of the technologies required for railways. Thanks to the good location, it drew a great number of visitors.

## GK上海、中国インダストリアルデザイン会社のトップ10に選定される



GK上海が、中国工業設計協会が選定する「2015年度中国工業設計会社」のトップ10に選出された。12月11日に深センで開催された授賞式には、夏旭設計総監が出席し記念の盾が授与された。同社はウェブサイトを全面的にリニューアル。より多くの画像を掲載できるようになり、プロダクトデザインをはじめ、最近増えているサインやグラフィックデザインの実績を積極的に紹介している。GK上海では、今回のトップ10の選定に感謝するとともに、デザイン界の革新を目指して努力を続けていきたいと考えている。

URL: <http://www.gkshanghai.com>

## GK Shanghai selected as one of the Top Ten Design Companies for Industrial Design

GK Shanghai was selected as one of the companies to be honored in the "2015 China Top Ten Companies for Industrial Design" by China Industrial Design Association. Design Director Xia Xu attended the awarding ceremony held in Shenzhen on December 11, 2015 and received the commemorative shield. GK Shanghai renewed its website to show more images, and now, it positively presents its past achievements in product, sign and graphic designs. With many thanks for having been selected as one of the top ten members, GK Shanghai is considering to continue its efforts to promote innovation in the design community.

URL: <http://www.gkshanghai.com>

# Project News

## セブンゴールド まろやかエール<無濾過> パッケージデザイン

キリンビール株式会社

GKグラフィックス

キリンビールとセブン&アイ・ホールディングスが共同開発したビールのパッケージデザイン。本商品の特徴である、無濾過ならではのまろやかな口当たりと上面発酵(エールタイプ)による華やかな香りが醸し出す上質さを、ラベル上下の白いグラデーションで表し、シンプルで飽きのこない高級感を狙った。

## Package Design for Seven Gold "Maroyaka" Ale <Unfiltered>

Kirin Brewery Co., Ltd.

GK Graphics

Package Design for the Seven Gold "Maroyaka" Ale jointly developed by Kirin Brewery Co., Ltd. and Seven & i Holdings Co., Ltd. An unfiltered ale, it features a distinctively mild taste as well as a gorgeous fragrance as a result of the top-fermenting (ale type) process. Its high quality is expressed with the gradation of white in the upper and lower portions of the label. In its simplicity, the design aims to create the mood of a high class product that is long-favored by consumers.



## ふるさとの木で生まれる家具 株式会社ワイヤードビーンズ

GKインダストリアルデザイン

鉄パイプと成形合板で構成した肘掛付きの椅子。素材の質感を活かしたミニマルな構成で、家庭や職場だけでなく、別荘やギャラリーなど生活感を抑えた空間やスタジオ・工房・研究室など、こだわりの場所との相性も考慮した。また、郷土の樹木を利用した郷土の職人による現地生産を基本とし、同一のデザインを全国47都道府県を目標に展開する新しいビジネスモデルを取り入れた。

## Furniture made of Wood in the Home Town Wired Beans Inc.

GK Industrial Design

Furniture design for a chair with armrests made of steel pipes and molded plywood. A minimalist design chair that shows the textures of the materials well fits not only to homes and offices, but also to villas, galleries and other spaces not only for daily living, but also working spaces such as studios, ateliers and research rooms. The company presents a new business model whereby furniture pieces of the same design are manufactured in different regions by local craftsmen using wood grown in those local areas. It is hoped that chairs of the same design will be manufactured in all prefectures across the country.







**NOMURA家庭用スマート铸铁鍋**  
**広東野村科技电器有限公司**  
**(Nomura USA, Inc.)**

GK上海

直火とIH対応の铸铁鍋のデザイン。昔ながらの铸铁鍋が持つ素材の食感を保持する性質を備えたうえで、新素材のほうろうを導入し鍋全体の品質と耐久性を向上している。IH専用の電気加熱台座もデザインした。また、鍋シリーズとともにデザインした皿シリーズも、いっそう使用者の美食を楽しませる。パッケージデザインは、製品の性質に合わせてシンプルなデザインに仕上げた。

**Nomura Smart Cast Iron Skillet for Home Use**  
**Nomura USA, Inc.**  
**GK Shanghai**

Product design for an array of cast iron skillets which can be used both on an open fire and induction heater. While maintaining to retain the texture of ingredients, a new type of enamel is applied to enhance the quality and endurance of the skillet. The base is added especially for use on an induction heater. Further, a series of plates are designed to go along with the skillet series to enhance people's enjoyment of gourmet food. For the package, a simple design is given to suit the skillets.



**「さざなみ温泉みずしま」**  
**リノベーション デザイン**  
**京都まちづくり交通研究所**

GK京都

富山県・境地区にある宿泊施設のリノベーション。これまで地元密着型だった施設に町の観光振興や活性化の新拠点としての機能を持たせることを目的とした計画で、食事処・温泉浴場・客室をリニューアルした。デザインテーマは「素」。余分なものを削ぎ落として本当に必要なものが用意された心地よい空間のデザインはじめ、グラフィックも含めたトータルなデザインサポートを行っている。

**Renovation of "Sazanami Onsen Mizushima"**  
**Kyoto Machizukuri Kotsu Lab**  
**GK Kyoto**

Renovation design for a Japanese inn and hot spring located in the Sakai District, Toyama prefecture. The facility had long served local people, but the renovation project aimed to turn this into a base to promote tourism and reactivate the local economy. Therefore, restaurants, hot spring bath rooms and guest rooms were renewed. The design theme was "simplicity." Comfortable spaces were designed using minimally necessary elements reducing the use of extra ornamentation. GK Kyoto was involved in the total design of the project including spatial and graphic designs.



## XSR 700

**Yamaha Motor Europe N.V.,  
株式会社ヤマハ発動機**

GKデザインヨーロッパ

ヤマハ発動機の欧州市場におけるスポーツ・ヘリテージ・ラインのニューモデル。「オーセンティック・アーバン・モーターサイクル」をコンセプトに、各エレメントを美しくデザインし全体はシンプルな構成とした。プラスチックパーツを極力廃し、アルミなどの素材感を活かした仕上げで現代的なオーセンティック感を強調している。カラーは、よりオーセンティックなイメージの「ガレージメタル」と、70年代の名車XS-1へのオマージュ「フォーレスト・グリーン」の2種類。



## XSR 700

**Yamaha Motor Europe N.V., Yamaha Motor Co., Ltd.  
GK Design Europe**

Motorcycle design for Yamaha Motor's new model in the sports heritage line for the European market. Under the concept of an authentic urban motorcycle, every element was beautifully designed, and the elements were structured to create a simple body. Plastic parts were limited to the minimum so as to show the textures of aluminum and other materials. Thus, the feeling of modern authenticity was enhanced. The motorcycle is sold in two colors, garage metallic, creating an authentic motorcycle image and, forest green in homage of the XS-1, the prestigious motorcycle of the 1970s.



## 新型AGT車両「埼玉新都市交通ニューシャトル2020系」「日暮里・舎人ライナー330形」 三菱重工業株式会社

GKデザイン総研広島

三菱重工業の新型AGT (Automated Guideway Transit) の車両デザイン。「埼玉新都市交通ニューシャトル2020系」は、客室内を最大幅にする六角形状をモチーフに用いて、並走する新幹線と調和性と未来感ある外観へと一新した。「日暮里・舎人ライナー330形」は、ヘッドランプ類を集約して配置し、無人運転を行う都市交通を象徴的に表現した。両車両とも、内部には同社開発の車両シート「G-Fit」を採用するなど、車内空間の機能性と快適性を高めている。



## New AGT vehicle "New Shuttle 2020 Series" of Saitama New Urban Transit Co., Ltd., and the "Nippori-Toneri Liner 330 Model" of the Tokyo Metropolitan Government Mitsubishi Heavy Industries, Ltd.

GK Design Soken Hiroshima

Train body designs for the New Automated Guideway transit (AGT) vehicle by Mitsubishi Heavy Industries, Ltd. For the New Shuttle 2020 Series of Saitama New Urban Transit, a hexagonal shape was adopted as a design motif for the front and back of the body to give a wide image to the car. It has a futuristic outlook harmonizing it with the Shinkansen with which it runs side by side. For the Nippori-Toneri Liner 330 Type, head lamps are laid out intensively to give symbolic expression to it being an unmanned urban transit train. Both trains employ "G-Fit" vehicle seats developed by Mitsubishi Heavy Industries in order to enhance the functionality and comfort of the inner spaces.



上: 埼玉新都市交通ニューシャトル2020系  
下: 日暮里・舎人ライナー330形

Upper: New Shuttle 2020 Series of Saitama New Urban Transit  
Blow: Nippori-Toneri Liner 330 Models

## 道具文化往来

清水尚哉

### 12. イマジネーションの魅惑と危険 鏡の道具論

道具の持つ精神的側面とは、人間の想像力の働きを通じて人々の心と暮らしを豊かにすることである。多くの人にはお気に入りの道具がいくつかあることだろう。お気に入りの理由は様々であろうが、そうした道具と向き合う時、人は自らの大切な思いを道具が受けとめてくれるような感覚をもつのではないだろうか。単なる物質の塊に過ぎない道具が、人の想いを吸い込むような奥行きを感じさせること。モノの背景にある種の物語の空間が存在するかのような感覚を抱かせることが、道具の魅力の一つに違いない。

たとえばルイス・キャロルの「鏡の国のアリス」。アリスは鏡を通り抜けて鏡の国へと落ちていく。そこに描かれるのは暖炉の脇で夢見られた不思議な物語だ。鏡は現実の向こう側に想像力を羽ばたかせる場を創り出すきっかけとなる。現実と想像の世界をつなぐ鏡という道具の役割はもっと注目されてもよい。

私たちにとって当たり前前の生活道具である鏡が、魅惑に満ちた想像力の体験をもたらすのはなぜだろうか。美術評論家の宮川淳は、想像力が鏡を夢みるのは決してその表面の反映のためではなく、その反映が抗いがたく鏡の底を夢見させるからだと言及している。フラットな表面の輝きが底なしの背後を夢見させ、人のイマジネーションを開花させることに道具として鏡の

特質がある。モノの表面を創造するデザインが人の想像力を刺激するとしたら、それは表面の背後にあるイマジネーションの世界へと人を誘い込む契機を与えるからであり、そのことがデザインを優れて文化的営みとする要因でもあるだろう。

人間の想像力と道具との関係は、科学技術の進歩によって新たな局面に入りつつあるようだ。道具を人間の有り様に近づけようとする試みから生み出された人型ロボットのアンドロイド。それは、機能性に重きを置いたロボットとは違って人間との類似性を旨とする存在であり、実在の人間のコピーとして限りなくリアルな生き写しであろうとする。自らの生き写しに向き合うことは、あたかも鏡に向き合うような感覚を呼び起こすことだろう。それは、これまで私たちが道具に託してきた素朴な想いとは異なる想像力の働きを人々に喚起する。似ていることゆえの親しみと同時に、自らのアイデンティティが揺らぐような不安。「不気味の谷」という言葉が示唆するように、似姿に向き合うという現実には、自分が自分であると同時に自分でないような存在に溶解していくような魅力と危険を語るものだ。鏡の隠喩はモノと人間の関係の古くて新しいテーマを提示し続けている。

しみず ひさや 道具文化研究所 所長

## Dougu-Culture Crossroad

Hisaya Shimizu, Managing Director, Dougu-Culture Institute

### 12. The Enchantment and Danger of Imagination Douguology of the Looking Glass

The psychological aspect of dougu is their ability to enrich the minds and lives of people by stimulating the power of human imagination. Many people have a favorite dougu. While the reasons for their likings vary, when facing such dougu people may feel that the dougu will accept their feeling of appreciation. The enchantment of dougu which is only a combination of materials is to make people feel that it has the capacity to absorb what they are thinking, or that a space telling a certain story exists behind the object.

For example, in Lewis Carroll's *Through the Looking Glass, and What Alice Found There*, Alice goes through the looking glass and falls into the country of Looking Glass. While Alice is dreaming by the fireplace, a story full of wonders evolves. The looking glass provides the trigger enabling Alice to travel from the real world to the other world of imagination. We should give greater attention to the role of the looking glass connecting the real and imaginative worlds.

Why does the looking glass, an ordinary tool in our life, bring an experience of fascinating imagination to Alice? Art critic Atsushi Miyakawa indicates that our imagination develops when looking at a looking glass not because of the reflection it shows, but because the reflection irresistibly leads us to dream of the deep bottom of the looking glass. The brilliance of the flat surface makes us dream of the bottomless background. The looking glass as a tool stimulates our imagination. If the act of designing and creating the surface of an

object was to stimulate people's imagination, it is because the design might be the impetus that lures them into the world of imagination that lies behind. It is here that we find one reason to consider design as a cultural activity.

The relationship between people's imagination and dougu appears to be entering a new phase as a result of scientific and technological advancements. Human-like robots were developed as an attempt to make dougu seem more like real humans. Unlike the conventional robots emphasizing functions, the goal behind creating human-like robots is to create dougu with a closer resemblance with humans, and finally become an exact copy of a real person. Suppose we face an exact copy of ourselves, it may invoke a feeling that we are facing a mirror. It may excite the power of imagination in a very different way from the simple feeling that we have entertained toward dougu. Along with the feeling of friendliness because of the resemblance, a feeling of anxiety over the possibility that our identity is being shaken may arise. As the term "uncanny valley" suggests, when we face a robot that resembles ourselves we feel both an enchantment and a danger that we are going to dissolve into an entity in which we find ourselves to be ourselves and at the same time not to be ourselves. The metaphor of the looking glass continues to present an old and new theme on the relation between objects and humans.

## 編集後記

今号は、GKデザイングループ創立63周年記念式典にご登壇いただいた小笠原流礼法の継承者・小笠原清基氏の記念講演を掲載しました。室町時代から800年以上ものあいだ、代々伝えられてきたという言葉の数々から、時代を生き続けるために必要な姿勢を教えていただきました。とりわけ、時代の節目を迎えているGKにとっては、GKのいままでとこれからを考える上で大変示唆に富むものでした。また、「心と体、思っていることとそれを表現することが練り合わせることで初めて相手に伝わる」という言葉には、今号の特集「GKグラフィックス」がテーマにするコミュニケーションデザインの本来を見る思いがします。GKが培ってきた心とメンバーの心を合わせ、新たな私たちを求めていかなければならないとあらためて思いました。

南條あゆみ

## Editor's Note

In this issue, the lecture by Kiyomoto Ogasawara, successor of the Ogasawara-ryu School of Archery, Mounted Archery and Etiquette given at the ceremony of the 63rd anniversary the GK Design Group is included. He referred to some of the lessons transmitted by succeeding generations of the family over a period of more than 800 years since its foundation in the Muromachi period (1336–1573). We learned what mindset we should have to continue to live now. For GK, which is at a turning point, his lecture was suggestive to us to look back upon our past and consider our future. His said, in particular, “Mind and physique. Only when what you think and express are well combined, can you convey your message to others.” Here is the essence of communication design, the theme of GK Graphics featured in this issue. New forms of design must be sought by uniting the spirit of GK and that of its members.

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.30

2016年3月発行  
発行人 | 山田晃三  
編集顧問 | 酒井達彦  
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 Hai Gao Design & Mfg. Co., Ltd (QHG)  
GK Design Shanghai Inc.

### GK Report No.30

Issued: March 2016  
Publisher: Kozo Yamada  
Executive Editor: Tatsuhiko Sakai  
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.