

JCD KANSAI

Japanese Society of Commercial Space Designers

社団法人 日本商環境設計家協会 関西支部 情報委員会

〒550 大阪市西区南堀江 1-26 南堀江スカイハイツ1201号

☎ 06-548-0680

平成2年12月

第24号



目 次

■ 表紙スケッチ (旧大阪市役所)	大菅満義.....	表紙
■ アジア・太平洋スペースデザイン会議 報告	小宮容一.....	2~4
■ 橿原市の江戸時代 今井寺内町	久保 茂.....	5
■ 花の万博・跡地にどんな花を咲かせるのか	寺下 勲.....	6~7
鶴見緑地跡地計画をめぐって		
■ ロードサイドの紳士服の変動.....	鎌田正彦.....	8~9
■ アメリカンステーキ RODEO.....	老田徳廣.....	10
■ モグラ・ハウスの怪談——階段考.....	向井梅逸.....	11
■ 遊びの新入社員.....	立花尚登.....	12
■ 企業紹介 〈キノシタ㈱〉	山田正文.....	13
■ 賛助会員NEWS MANGIA 創刊	榑布谷.....	14
■ 委員会だより・第78回JCDゴルフコンペ	磯崎敏男.....	14
'91年度 JCD 総会・情報委員会・組織委員会		
■ 編集後記	山田悦央.....	14
■ 広告索引		
小泉産業株式会社	表紙裏	
株式会社キノシタ	9	
東洋リノリウム株式会社	12	
近藤忠商事株式会社	15	
松下電工株式会社	裏表紙	



NEW WAVE A SENSE OF LIFE
KOIZUMI



〒552 大阪府箕面市荻野4丁目2-10
新御堂みのおハウジングガーデン住宅総合展示場ヨコ
TEL.0727(24)1265
■北大阪急行千里中央駅より阪急バス19・20番
箕面行きで約10分「荻野小学校前」下車

クリエイティブな情報発信基地、OPEN。

KOIZUMI ぐらしのショールーム / イズム・エル 大阪

大阪・箕面に照明・家具・キッチンをトータルに展開した、ぐらしのショールーム / イズム・エル大阪がオープン。いままでとは異なる、体験を重視したショールーム構成で、空間クリエイターのご要望にも充分にお応えできる情報を完備しています。ぜひ一度、お越し下さい。

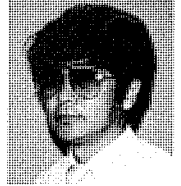
Koizumi Living Showroom Osaka



小泉産業株式会社

事業統括本部 06(262)0961
〒541 大阪府中央区備後町3丁目2-8 長谷ビル
東京支社 03(5687)0081
〒101 東京都千代田区神田佐久間町3-12

アジア・太平洋スペース デザイン会議 報告



小宮 容一

1990年10月29日、30日の両日、東京ベイホテル東急にて、『アジア・太平洋スペースデザイン会議'90東京』が、JCD（日本）、KOSID（韓国）、CSID（台湾）の3協会に加えて、香港、インドネシア、中国からの参加者、一般の参加者を加えて開催された。

参加者は2日間、600人余で、アジア・太平洋地域のインテリアデザイナー、商業環境設計家の会議としては最大規模で、内外の注目を集めた会議となった。

以後会議の概要である。



第1日 デザイナーズ・コンファランス

第一日目開会に当たり、本会議実行委員長である黒川恭一氏より、今回のテーマを「人間を取り巻くスペース・商環境の未来」とすること、「この会議を通じて、都市のスペース、商環境にかかわる専門家が、激変する現況を認識し、それぞれの国の都市、街づくりの未来に向かって、価値ある情報交流の場を持つことができれば、まことに意義あること」との開催主旨が述べられた。

次に「スペースデザインと商環境」をテーマにまず参加国の現況報告が行われた。JCD専務理事 奥脇文彦氏より『我々は「スペース」を「人間を取り巻く」空間的、時間的領域と解釈し、建築内にとらわれず、都市環境をもスペースデザインのカテゴリーに含める。』との概念が、ビデオ映像も加えて報告された。

KOSID初代会長趙聖烈氏から『商業スベ

ースは、単に商取引の場としてだけでなく、人間生活に影響する都市環境の一要素としてデザインされなければならない、という新しい考え方が、韓国では一般的なルールとして受け止められている。』

つづいて、CSID第8代理事長 李嗣彦氏より、黄永洪氏が新会長となったこと、台湾では過去一年間に不動産業の景気後退や株式の暴落が起ったが、逆に『人々の間でデザインのもつ重要性が認知され、資産価値の高いものとして新しい投資の対象として考えられ始めた……これにより……優れたデザイナーはより高い評価を受けるようになってきた。』などの報告があった。

つづいて午後より、パネリストとして藤井一比古氏、往蔵稲史仁氏、呉仁郁（KOSID理事）氏、盧正治（KOSID編集委員）氏、姚仁視（CSID会員）氏、姚仁喜（CSID会員）氏の6名とモデレーター 奥平与一氏によって、『デザインの状況から』と題

してパネルディスカッションが行われた。詳しい内容は割愛するが、ポイントは、『商環境設計もエコロジーも、地域性も、コミュニケーションの問題もすべて「人間」を大切に
する立場において解決していくべきだ。』といった内容であった。

引き続き、『職能の状況から』と題してパネルディスカッションが続けられた。モデレーター：武石馨氏、パネリスト：岩佐達雄氏、前田利邦氏、李炳浩（KOSID理事）氏、朴仁鶴（KOSID会員）氏、譚國良（CSID理事）氏、楊岸（CSID設計競技委員長）氏で、各国、各人の職能の立場が発表された。ライセンスの問題や社会的責任、ボーダレスなデザイナーの問題も浮びあがった。最後に武石馨氏より、キーになるコピーとして①ネットワーク②コミュニケーション③ホスピタリティー④エコロジーの4つが提唱されて終わった。

この後、18時より隣りの宴会場で、ウエルカム・カクテル・パーティーが盛大に開催され、参加200人余で、それぞれに歓談、交友が深められ、第1日目が終わった。

第2日 デザインフォーラム

午前10時より、財団法人東京フロンティア協会事務総長 野村鉦市氏が、『都市とデザインそして東京フロンティア』と題して、特別講演を行った。内容は、東京レポートタウン（臨海副都心）とそこで1994年に開催される国際行事「東京フロンティア」の解説であった。

ランチタイムの後、発表形式でフォーラムが行われた。最初に本会議実行委員会プロデューサー羽田良美氏により、『商環境の未来』のテーマ説明があり、それを受けて、㈱三越取締役・営業開発本部長 貫井健次氏より、『都心商環境としての百貨店の位置』が未来論的に発表された。同社、営業開発店舗デザイン部長 浅井昭二氏より、デザイン戦略や海外事例が発表された。

ティータイムの後、海外参加国代表の見解発表が2名により行われた。まず朴弘（KOSID理事）氏より、『過度に人口集中した都心は、人間の環境・商業環境を非人間的なものとしたが、これからは快適で楽しめる人間的なものとしなくてはならない。』との決意が発表された。続いて張世豪（CSID学術委員長）氏より、『アメリカ、次に日本、最後にヨーロッパの影響を受けた台湾の商業スペースの成長と変貌』などの発表があった。

続いて、フォーラム・パート2が行われた。ジャスコ㈱のショッピングセンター『野田ノア』の事例が、同社取締役開発企画本部長 池上利次氏、企画の㈱ピーウエイズ代表 山本忠夫氏設計の㈱船場・東京設計事務所設計課長 滝川栄次氏らより報告された。

最後に、本会議実行委員長黒川恭一氏より、本会が、『熱心に実り、多く充実した会議となった。』ことに、関係者、参加者への感謝の挨拶で閉会となった。

この後、18時より、同ホテル宴会場にて、フェアウェル・パーティーが行われた。特設ステージで江戸前の長唄「藤娘」が公演され、遠来の参加メンバーの労をねぎらった。盛大になごやかな交流、来賓、各国代表の挨拶の後、韓国、KOSID 会長興基守氏より、来年の開催の宣告が行われ、盛大な拍手に包まれた。パーティーは交友の余韻を残しつつ散開となり、全ての予定を終了した。



檜原市の江戸時代

今井寺内町

㈱乃村工藝社
久保 茂

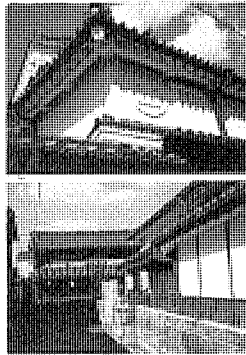


10月20日、「秋の今井町見学会」一行は近鉄学園前駅より、要ツアーコンダクターの運転で一路檜原市今井町へむけて出発した。途中西の京「萬京」にて昼食をとる。

西の京より半時間程走ると、突然、江戸時代の民家が目の前に現われ、まるで時間をタイムスリップしたかのような錯覚におちいった。まず最初に目に入ったのは、今井町の西端にある重要文化財、今西家の住宅であった。民家というよりも城郭風を思わせる構造で、外壁は白漆喰塗籠め、大棟の両端に段違いの小棟を付け、入母屋造りの破風を前後喰違いにみせ、本瓦葺きの堂々とした外観をもっている。

なんと、ラッキーであったのは当日は、今西家の秋期公開日に当り中に入れたのです。内部は西側を広い土間とし、北面に大戸を開き、西北隅にシモミセを設け、上手はミセオクとなっている。土間には柱を立てずに広い空間で大梁3本を中心とした豪壮な小屋組を見上げることができる。

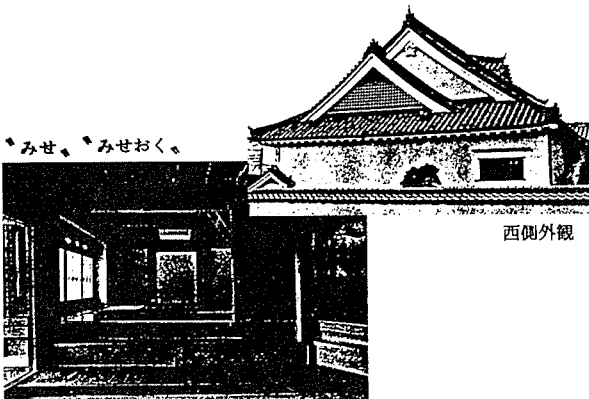
一同思わず立ちつくし、「ウーン」となる。この空間は確かに歴史の重みを感じる。



本願寺は反信長の旗を立て、寺を中心とした城塞都市の形態を整え、抵抗したが、1575年、今井氏が明智光秀を通じて信長に降服し、事なきを得た。かくして、大坂や堺などとも交流が盛んになり、商業都市としての姿ぼうをとげ、江戸時代には南大和最大の都市となり、大いに栄え「海の堺に陸の今井」と云われる町人自治都市となった。

そして今井町の町並は、東西610M、南北310M、周囲には堀をめぐらしている。町割りや家並みは東西道路を軸に形成され、町筋は現在も南から御堂筋、本町筋、中町筋、大工町筋と呼ばれ、現在も今井町の大半の民家が江戸時代以来の伝統様式を保っており、今西家（慶安3年・1650）をはじめ、すぐれた民家が数多く建ちならび、今なお、町全体が戦国時代にできた寺内町の歴史の重さをずっしりと感じさせています。

「秋の今井町見学会」一行（大菅支部長・要情報委員長・岡・友田・山田・久保）6名は、江戸時代の面影を残す今井町を2時間程ではあったが、十分に満喫して後を立った。



西側外観

財団法人 今西家保存会

公開日 ①春期 4月15日～5月14日迄 午前9時～午後5時迄
②秋期 10月15日～11月14日迄 午前9時～午後5時迄

「花の万博・跡地にどんな花を咲かせるのか」

—— 鶴見緑地跡地計画をめぐって ——

博覧会研究家・博覧会研究協会事務局長

寺下 勲

経済効率優先の花の万博

今度の花の万博は、「花だけでは人を呼べない」と、園芸博とはなじみにくい企業パビリオンや遊園地（マジカルクロス）を加えて集客をはかった。

この読みが適中して223,126,934人もの入場者を集めた。そして、これが大阪を中心に「花博特需」をもたらし、全国的には3兆4000億円の経済効果をおこしたともいわれる。

「東洋で初めての国際園芸博」と言われ、「自然と人間の共生」がテーマのごとくいわれたが、そうであるならヨーロッパで行われている従来のような純粋な園芸博として、現在、問題となっている自然環境の保全にもっと力をいれ、自然と人間のかかわりがどうあるべきかということの提案が欲しかった。

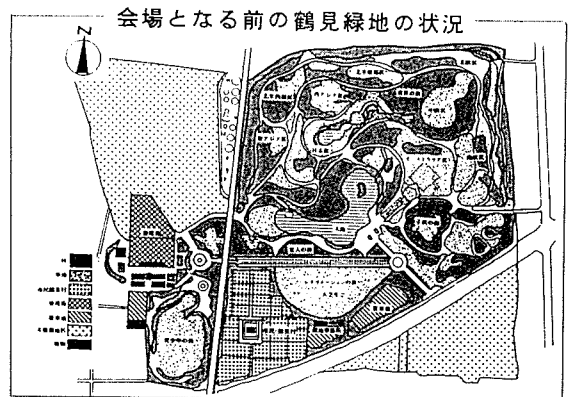
動員数達成のために花の万博の意義を不透明にしてしまったのではないか。あまりにも人集めにこだわり過ぎて全体がボケてしまったことは確かである。目標人数達成が「成功」とされる傾向は、その博覧会の本来あるべき姿を変えさせてしまう。何故、博覧会を開催するのかという理念（目的）が、観客に伝わってこそ開いた意義があるのであって、予想より多くの入場者があったから「成功」というものではない。

自然が溢れていた開催前の鶴見緑地

花の万博は、自然破壊や環境汚染が地球的な危機として関心の高まるなかで開かれ、「地球環境博」という時代にのっとったスローガンも持っていた。それにしても環境問題をアピールする展示やイベントが少なく空まわりとなっていた。なしろ逆行の面もあったのではないか。会場となった鶴見緑地は長年かけて育ってきた自然を破壊した事実是否

定できない。会場はゴミの山に造られたのではなく、「緑地」に造られたのであって、緑の少ない大阪市最大の緑地公園で、起伏に富んだ森であった。「青少年の森」や「子供の森」もあり、たくさんのクヌギの大木やシイの木がドングリを実らせていた。山のエリアとなったゾーンには「世界の森」があって「北米区」「中欧区」「北欧区」「南欧区」「オーストラリア区」「東アジア区」「西アジア区」と、それぞれの国の樹木が茂っていた。「日本区」は花の万博でも利用された日本風の池もつくられていた。考えようによれば「世界の森林」が「世界の庭園」に変えられただけで、それらの木々がチェーンソーで切られ、ブルドーザーで潰されたのである。

中心の大池には水鳥が舞い、周辺にはトンボや蝶が飛び交い自然の生態系が育っていた。また、街のエリア辺にあった「市民農園」では、市民が野菜の収穫を楽しみ、土に親しんでいたし、その近くには「乗馬苑」もあって若者は乗馬を楽しみ、子供たちはポニーの背中に乗り、生きものとのふれあいに興じていたのである。



折角の公園を壊して再び公園をつくり直す愚は、先の「天王寺博」の例もあり、あとは

有料になり単なるムロムナードとなってしまった。埋立地や空地を会場にする場合は、跡地計画はたてやすいが、既成の公園を潰して会場にする場合はその跡地利用にさまざまな問題を残す。特に都市のなかの公園では地元周辺の人々は、跡地計画には敏感な反応を示すのは当然である。

海外の園芸博に学ぶ自然環境のあり方

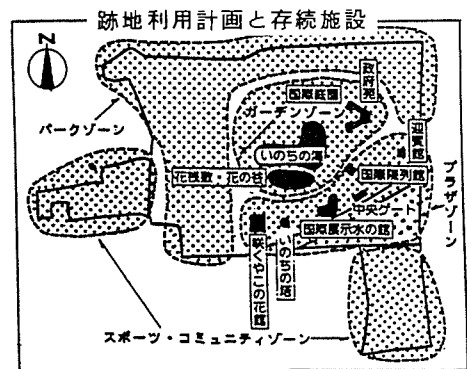
大阪府立大教授で(社)大阪自然と環境保全会々長の高橋理喜男氏は「都市と自然」の中で、海外の園芸博を見てきた記事に『経済大国にのし上がった日本は余りにも楽天的すぎるように思う。花博基本方針をみても、花や緑の「産業技術」やうつくしい花と緑のエンジョイイベント、衣食住のカルチャー体験、そして、おさまりの世界の平和への貢献でもって花博讃歌を結んでいる。しのび寄る環境破壊に対する危機意識は全くなく、エコロジーとか自然保護とか環境保全といった問題は、折角描いたバラ色の構想に水をさす大変めいわくなキーワードであったようだ』と書かれている。そして、1985年のベルリンの国際園芸博にふれ、水鳥や水性動物のための湿性草原をもつ池沼生態環境を図ったり、トンボ、チョウ、ハチなど小動物の生息と繁殖のために、広い自生型の草地をつくるなど、エコロジー的視点から計画造成を進めたと言っている。絢爛たる花の園にひたり切っている幸福な時はもうとっくに過去のものとなり、少なくともヨーロッパでは、そこに冷静な眼で未来の環境をみすえているとも言っている。とすると、花の万博開催以前の鶴見緑地の姿が浮かんで来る。海外の園芸博ではわざわざ鶴見緑地のような自然環境をつくるのに、それを壊してまでなぜ入場者集めをしなくてはならないのか。日本とヨーロッパとでは風土も国民感情も違う。日本は日本型園芸博でよいとするなら何をかいわんやである。国は違っても、「人間は自然の一部」であるとすれば全世界共通の問題である。

跡地は花の万博の理念を生かす自然公園に

現在の跡地計画では、「咲くやこの花館」「政府苑」「国際展示水の館」「迎賓館」「国際陳列館」「いのちの塔」「国際庭園」「花栈敷・花の谷」の8施設が残され、「花と緑と人が一体となった都市公園」とする基本構想が出されている。そして、国際環境計画(UNEP)の関連施設「地球環境保全研究センター」の誘致も進めるといふ。これは時宜を得た計画であるがその反面、都市公園として多数の大建築物(ホテル・商業施設など)もできるのではないかと、レジャー施設の色合いが強いとかの噂もあり、地元の自然保護団体グループは「緑地を開催前のもとに戻せ」と運動を展開している。

当初、会場選定に市としては基盤整備に金がかからない経済的な効率と、整備のおくれている南大阪の活性化という問題もあったと思う。それらが鶴見緑地を会場としたことで一応の成果を挙げたのであるから、跡地は花の万博の理念を継承した自然公園にすべきであろう。

従来のようなとりすました公園でなく、芝生でなくて雑草も茂る野性的な公園もよし、日本の風土を生かした田園調の自然のある公園もよし。そして鳥や虫たちも住んでいる自



然生態公園というようなのもよい。ともあれ、ゆっくり、のんびり自然とふれ合える公園となることに期待する。

いずれにしても跡地を含め、花の万博の有形・無形の成果がでてくるのはこれからである。

ロードサイドの紳士服の変動



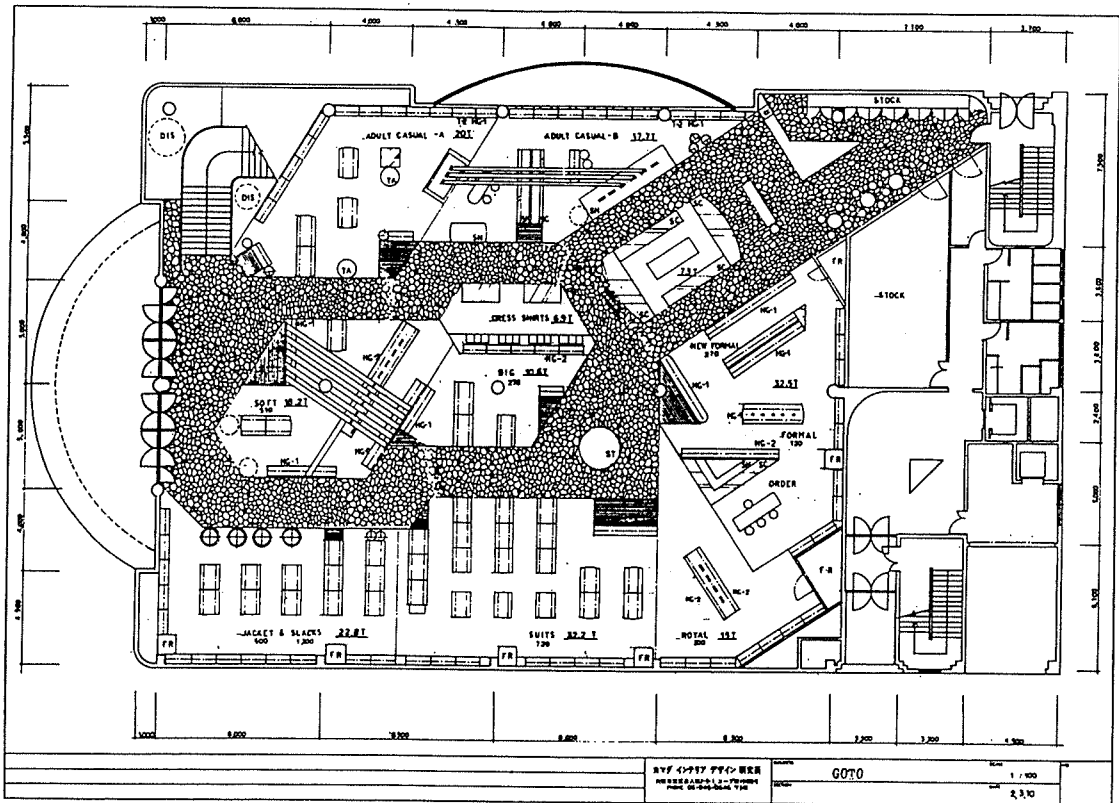
カタマデザイン研究所
鎌田正彦

数年前より急増してきた、ロードサイド店も最近の金利上昇や土地価格の上昇、都市百貨店のリフレッシュ、郊外大型店のリフレッシュ、etcや商圈の変化や同業種のオーバーストアーが、ロードサイド店にもおしよせて来ている。

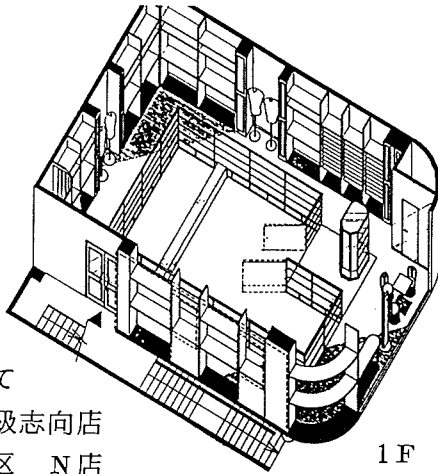
現在までは、大店法規制による150T単一構成（スポーツ中心店）での価額訴求タイプの店がほとんどであったが、上記の変動や大店法の改正による条件で出店条件が異なり

- ① 450 Tのワンアイテム（スーツ中心）SHOP（旧構成同様の大型化）（実例1）
- ② アイテム区分SHOP（ジーンズ専門店、カジュアル専門店、高級志向専門店、BIGサイズ専門店 etc）より細分化された専門店SHOP（実例2.3）

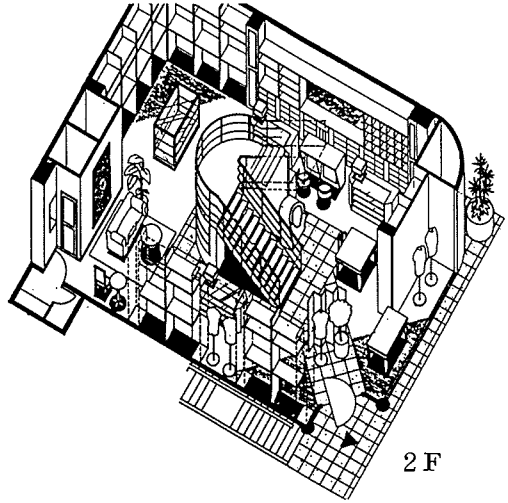
以上①②による出店が計画され実動段階に入って居り、紳士服分野だけでなく各業種でも同現象が生じており、ロードサイドの景色が日々変動し続けている。



実例1 300坪 ワンフロアー 沼津市郊外 G店
(H. 2. 12. 1 OPEN)



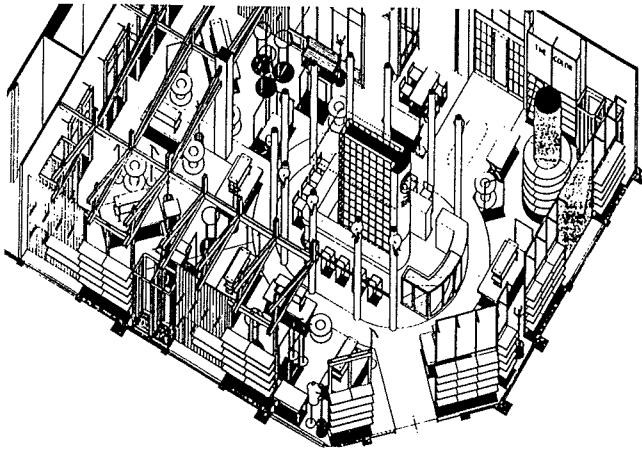
1 F



2 F

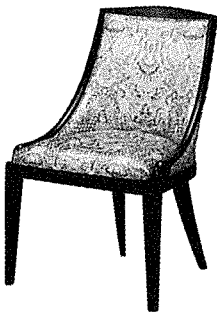
実例 2

100坪にて
重衣料高級志向店
京都市北区 N店
(H.2.9.14 OPEN)



実例 3

100坪にて
アメリカンカジュアル店
八尾市 U店
(H.2.10.13 OPEN)



abord — 永遠の定番 —

株式会社キノシタ

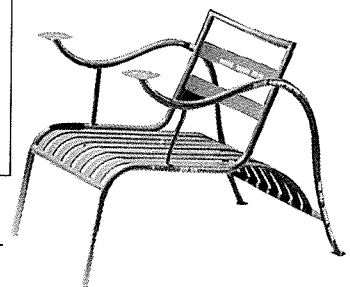
- 本社ショールーム 〒556 大阪市浪速区日本橋4丁目9-22 TEL.06 (644) 5541(内)
- 東京支店 〒123 東京都足立区鹿浜5-5-18 TEL.03 (855) 4711(内)
- 名古屋営業所 〒458 名古屋市緑区香根2丁目264 TEL.052 (624) 6660(内)
- 東大阪商品管理センター ●商品管理センター-出雲工場 ●出雲営業所

—ヨーロッパの新しい風— RES NOVA 21



RES NOVA 21 Co., Ltd.

ADDRESS: Matsushita IMP Building 2F 1-3-7 Shiromi, Chuo-ku,
Osaka TEL.06(943)5193



アメリカンステーキ RODEO

(株) ボンズ F,C 事業本部

開店 平成2年12月15日

設計 (株) ヒロデザイン

老田徳廣



昨年平成元年11月5日 この日は私の43回目の誕生日でこの日を期に自分自身に今日から18才を目標に若返ろうと誓った。そして今年11月5日 44回目の誕生日を迎え今ようやく44才になっている。又、変な話を言い出したと諸君はお思いだろうが、実は昨年考えていた有る商売(F C)を今年12月15日に完成できるまでになった話である。

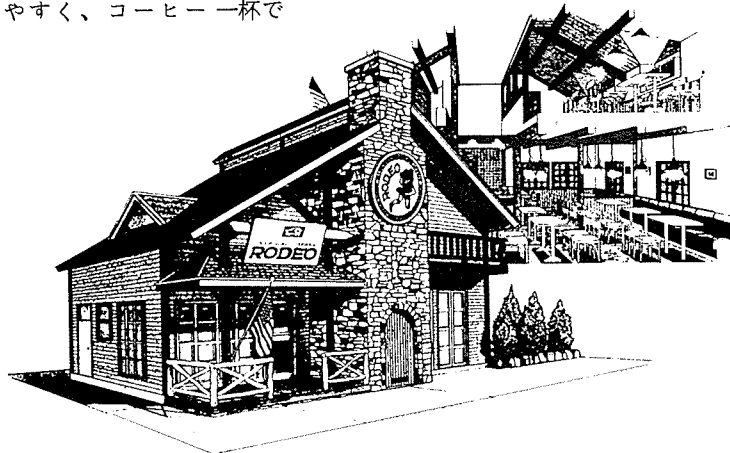
私は食い道楽で今でも600gのステーキはペロリといけ、寿司なら8人前、松葉ガニは4匹は軽い。体が大きい事もあるが(体重90kg)食事を取るという行為では胃袋にはこんなには入らない。それではなぜこんなに入るのか？ 実は私は食事と同時に同席の人を食べてしまうのである。人を食べた時、食事が進むのである。人を食うというという表現は悪いが対話の主導権を握ってしまうと酒も飯もうまい。店の造作も何もかも良く感じられる。コミュニケーションが広がれば食も広がり、近年、外食産業のマンネリ打開策としてミニイベントやエンターティナーの登場もそういった意味の話題性であろう。

気取ったインテリアも豪華な空間も作らず、対話しやすく、遊びやすく、コーヒー一杯で

1時間ねばろうが文句を言わない店。そして一番わがままな年代ヤングアダルト対照のコンセプトであるアメリカンステーキロデオが私を若返させる商売である。大阪ロフト・東急ハンズ・江坂カーニバルプラザ・神戸ポートアイランド・エキゾチックタウン・大阪松屋町・南久宝寺・神戸北野通り・姫路・京都等々8月20日から走り回り、食べ回り、買い回り、その空気にふれ、グッズにうもれ、グッズ工場を見学・取引契約し、メニュー試作・試食・原価計画・メニュー作成を行い、ようやくオープン準備が出来、今、若い女性スタッフ達は年間イベント企画に余年がない。異次元・遊食体験をコンセプトに自分自身その年代に入りその遊びに熱中し、価値観を再度エイジダウンの中から見直し、遊ぶ為の一工程として飲食行為を位置付けた時、デザインはどうあるべきかが、解ってきた様に見える。

ロデオという空間はそうしたステーキと遊びの提供場なのである。

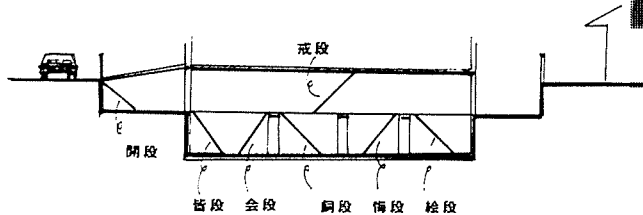
自分の設計に飽きてきた人、一度試してみるとどうだろう。きっと楽しいと思うよ。



モグラ・ハウスの怪談——階段考

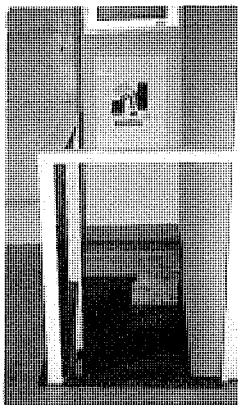
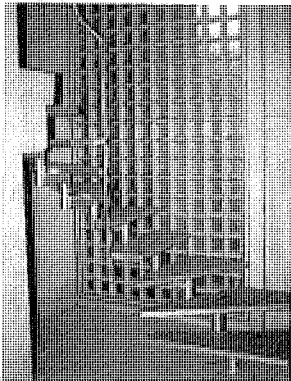
「我が家には、7個の階段がある。」と言いましてもそびえ立つような豪邸ではなく、地に潜るモグラ風住まいなのであります。

コーポラティブ・ハウスの地下1階、地下2階が我が家のエリアです。地下1階には南北にドライ・コートが設けてあり、なんとか地上風の趣を漂わせているのですが、地下2階に至っては地中梁がめぐらされており、その間を居室として利用していますので、地下2階の各室にはそれぞれ階段がいると言った、ポコポコ、階段だらけの住まいとあいなったわけであります。初めてきた人は、階段を上り下りする間に家の構造がわからなくなり必ず「迷子になりそうだな。」と評してくれるほど人に驚きを与える住まいです。



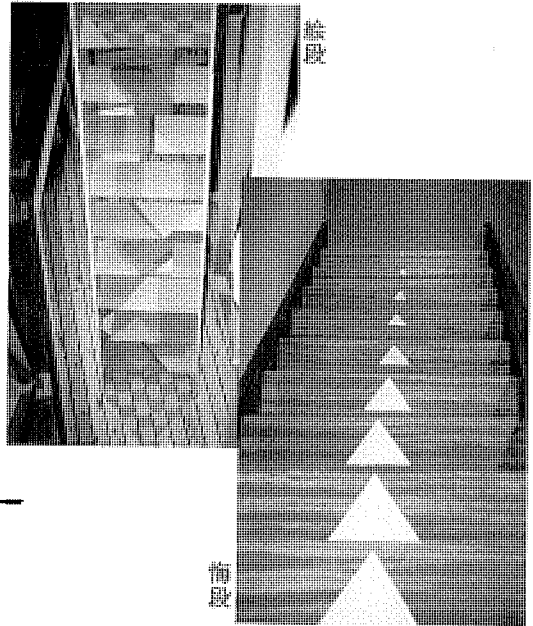
アプローチから玄関への階段、道路からドライ・コートへの階段、吹き抜けリビングの階段（ここにはやけくそ気味に2ヶ所もついている）アトリエのなかの階段、寝室への階段、子供室への階段と計7個の階段をもっている住まいです。

戒段



飼段

株式会社 アイ・アド
社長 向井梅逸



主婦にとっては掃除が大変だがフィットネスに役立っているかも……。でも、毎日一緒に暮らしていると愛着が湧くもので、7人の子供ではありませんがそれぞれに当て字を付けて個性をもたせて楽しんでいます。たとえば、玄関階段は、酔っぱらって帰ることが多いので「戒段」、ドライ・コート階段は、扇形にして「開段」、リビング階段は、大勢で集まることが多いので「皆段」「会段」、アトリエ階段は、絵を描いて「絵段」、寝室階段は、歳と共に「悔段」、子供室階段は、エサを与えているところから牧場的柵を付けて「飼段」と言うような調子です。

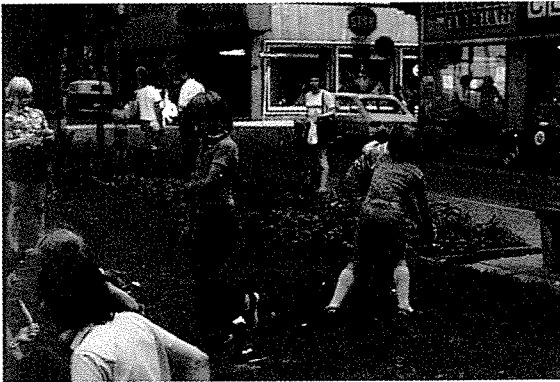
怪談じみた階段群ではありますが、私としては上昇志向が薄いせい、これ以上落ちる心配のない地下生活を楽しめる「快段」とひそかに自負しているしだいである。

遊びの新社員

遊び、今程、この言葉が社会的に正当化された時代がかつてあったらどうか。「遊びのできないやつは仕事もできない」など一昔前の方が聞いたら「日本の墮落!!」とどなり声が聞こえてきそうな話である。私など「仕事一筋に生きてきた男」(?)でさえ、数年前から冬はスキー、夏はアウトドアキャンピング、へたの横づきのゴルフも今は夢中でスイング!! つい最近では同じマンションの限りなくマニアに近い釣師の先輩と、夜釣りなど心はせている。闇と波音を友にして、一本の釣糸と指先のたわむれである……。今や遊びの新社員である。

さてよ、私もかつて子供の頃、遊びの天才と呼ばれる程、遊びに興じていた時があったのではないか!!

川遊び、山遊び、プラモデル、レーシングカー、釣、レースバト、ギター、あのころの遊びっぷりは今ではどこに……。



船場 設計部部长
立花尚登



もちろん遊びが生活のすべてであった子供時代と、現在の自分を単純に比較など、無意味であるが、あの遊びにかけた「集中力」そして「感動」の数々が、心の中に蘇ってくればくる程、現代社会における「大人の遊び」とは何なんだろうかと考えさせられる最近である。そんな中で非常にマニアックな自分の趣味に、浸る人に出会うと思わずその人が、とてもリッチな豊かな生活を過している様に思えてしまう。「ぞうり虫の研究」に、休日1日中、別室（彼はその部屋を研究所と呼んでいる）に閉じこもったきり、それはまさに「発見」と「感動」のクリエイションである。趣味こそまさに、手づくりの自己実験ではないか。「感動はあそびのめざすドラマチックなゴールである。」それは、まるで子供のように、それゆえ 意味のないもの、わけのわからないもの、数字で決められないもの、変化するもの、あいまいなもの「こんなものになぜか、現代人の「心のゆとり」を感じる。くたばれ心の合理主義!! 心の豊かさのスタートは、まず、遊びごころからかも知れない。

遊びの新社員より

国産初
原液着色ナイロン
タイルカーペット

グランドアート

GA-8000

全厚 7mm×500mm×500mm 上代10,000_ /m²

- 特徴
- イタリアのカラーデザイナー クリノ・カステリ氏によるニューカラー
 - 褪色しない ● 漂白剤にも強い ● 流し貼りが出来る



東洋リリウム株式会社

西日本営業開発部 06-943-1645
大阪市中央区大手前1-7-31 OMMビル7F

アボールド
abord

対話する椅子

株式会社 キノシタ

大阪営業課長 山田正文

今回は優れたデザイン、機能性で評判の家具“abord”でおなじみの株式会社キノシタさんをご紹介します。インタビューにお答えいただくのは、大阪営業課長の山田正文氏です。

——最近特に御社のオリジナル商品“abord”を街で見かけますが、“abord”とはどういう意味をもつ言葉なのですか。

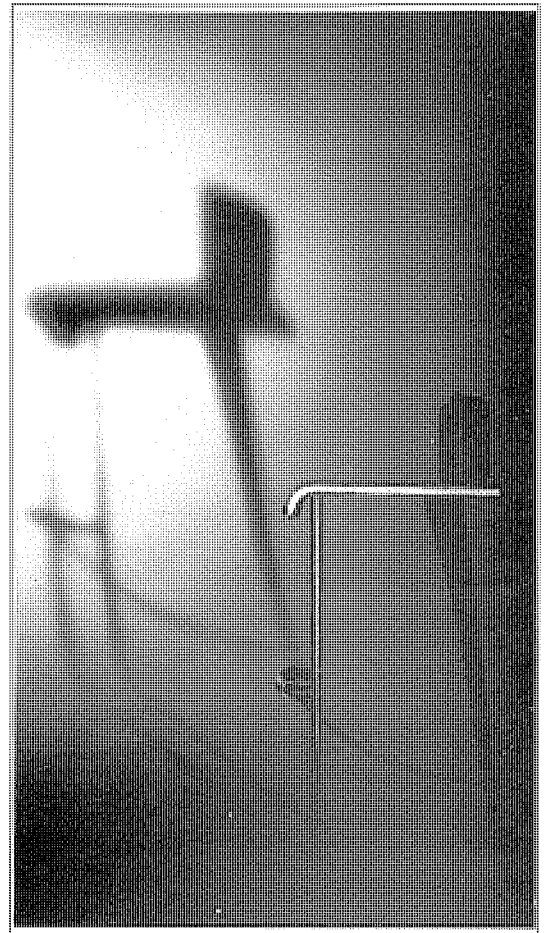
「abord」とは、フランス語で「対話」という意味をもっています。ヒトが他の動物と異なる点で言葉を使うということがございます。ヒトとヒトとの対話。又、ヒトとモノとの対話。商品とは、メーカーのひとりよがりの造作物ではいけない、“abord”はキノシタと使っていただける皆様との対話の中から生まれた商品でありたい。そういう意のもとに生まれてきた商品名なのです。

——そうすると開発される際にも、それは大きく反映されるわけですね。

もちろんです。開発する際、私達がまず考えるのは、どういう店舗が近い将来流行するのかということです。いろいろな人から意見を聞きます。その後、その店舗にはどのようなデザインの椅子が合うのかを考えていくのです。椅子だけがその空間で浮いていたのではなにもなりません。やはり、椅子も他のインテリアと対話できるものでなくてはすべての物が死んでしまいます。

——なる程、そうするとその姿勢は将来も崩されないわけですね。

ええ、今現状の対話の対象をもっと広げていきたく思っています。多様化するインテリア空間において、今、“abord”が対話しているのはほんの一部だと思うのです。これからは商業空間ばかりじゃなしに、住



空間、あるいはオフィス空間とも対話していただける椅子づくりに取り組みたいと思っています。

——どうも本日はお忙しいところありがとうございました。お話を伺って、“abord”が世に受け入れられている理由がわかったような気がします。これからも対話の中から生まれ、我々と又、他のインテリアとも対話するすばらしい椅子をつくり出されるようお願いしたいと思います。

MANGIA 創刊

株式会社 布谷

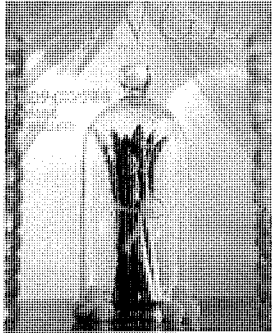
アメリカトレンド誌 PRONTO に続き、食トレンドとレジャーの情報誌「MANGIA」創刊。

PRONTO と同じくニューヨークで編集し、日本で発行する。外食産業、食品流通業、レジャー産業における役立つ、生きた情報を満載。

「MANGIA」とは「食べる」イタリア語。

現在第2号発売中。価格は2400円。詳しくは株式会社布谷海外事業部

TEL 03-8865-9861 まで。



宇宙エネルギーのカオスのループに置き換え、布谷クリエイティブループと名付ました。

更に、創造、方向、秩序を象徴する垂直と水平のクロス軸を合成し、垂直軸では社員の成長を。水平軸では業容の拡大、発展を表現しています。コーポレートカラーも新設。[知的、進歩的、洗練]を意味するグリーンをイメージカラーとして起用。サブカラーにはブラック[安定、格調、メカニック]を設定しました。

また、企業メッセージも新しく (space creating spirit) とし、空間を創造する心を基本にした企業活動を象徴させました。

このワードマークで、新たなる、空間クリエイターとしての布谷の確立を目指します。

V.Iを導入。

当社では、C.Iの一環として10月よりV.Iを導入しました。

新しいワードマークには、当社の空間創造に対する精神を表現しています。「O」の部分創造的な



—委員会だより—

第78回 JCD ゴルフコンペ

磯崎敏男氏 (日建店創) が優勝されました。只今、同好会では会員を募集しております。奮って参加して下さい。

連絡先 磯崎又は川合まで

TEL 06(764)5584

山田雄二郎	49	43	92	15	77	7
東本 幸三	48	42	90	19	71	2
磯崎 敏男	38	38	76	12	64	優勝
木岩 盛次	45	47	92	10	82	10

'91年度 JCD 総会

期日 / 平成3年1月23日(水)

場所 / 山西福祉記念会館

会費 / 8,000円

●総会 14:30 ~ 17:00

●新年パーティ 17:00 ~ 19:00

情報委員会 平成2年9月28日(金) JCDルーム

出席者 / 菅野(代理)、岡、友田、畑中、山田
オブザーバー 大菅支部長

情報委員会(委員長 副委員長)

平成2年10月28日(金) オ・セイリュウ

出席者 / 要、岡、久保

オブザーバー 大菅支部長

組織委員会 平成2年10月16日(火) あじびる南

出席者 / 馬田、南原、白井、藤永、辻川、高城
オブザーバー 大菅支部長

編集後記

皆様のご協力により、充実した内容満載の24号です。楽しい情報をお待ちしております。E.Y

ENTRANTS	OUT	IN	GROSS	H'cap	NET	RANK
東 徹	58	45	103	16	87	13
大田 貞	62	58	120	22	98	20
柳瀬 義明	65	55	120	24	96	19
足立多次郎	52	55	107	36	71	3
藤山 利夫	51	44	95	14	81	9
片岡 正範	49	52	101	19	82	11
原川 公一	51	50	101	26	75	6
野田 秀雄	67	55	122	28	94	18
加藤 徹彰	50	55	105	15	90	16
吉岡 英雄	57	55	112	20	92	17
第新 始男	47	44	91	17	74	4
吉田 マキ	51	59	110	30	80	8
桃田 紀男	48	42	90	15	75	5
高田 博允	58	55	113	25	88	15
植深 俊一	48	52	100	14	86	12
山川 善久	53	59	112	25	87	14

創造空間、新時代。

さらに進化した、スーパー ロジック タイル システム。

SUPER LOGIX

塩ビ床タイル

新製品スーパーロジックが、フロアデザインをさらに前進させました。

●ロジックタイルからセレクトされたベースカラーにより、石目のアナログタイプ2種類、斬新なデジタルタイプ1種類、誕生。

●ベースカラーがロジックタイルからセレクトされているので、ロジックタイルとのデザイン張りが自然です。

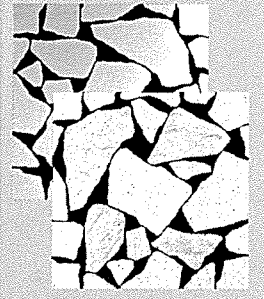
●46×6×18×7×5×9=1,564,920通りの組み合わせが可能です。カラー×テクスチャ×ストラクチャで、イメージを確実に表現できます。

※スーパーグリッターも同じコンセプトで開発されています。

[Analog] part I

スーパーロジック
アナログパートI (9色×2タイプ)

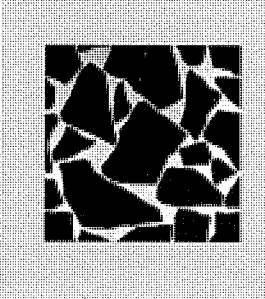
(テクスチャ=プレーン/ストーン・フラット)



[Analog] part II

スーパーロジック
アナログパートII (7色×1タイプ)

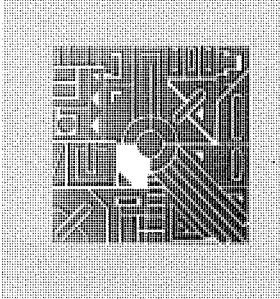
(テクスチャ=ストーン・フラット)



[Digital]

スーパーロジックデジタル
デジタルパートI (5色×1タイプ)

(テクスチャ=ストーン・フラット)



スーパーロジックアナログパートI
スーパーロジックアナログパートII
スーパーロジックデジタル

■価格(1m²当り)

¥7,480

■サイズ(mm) 457.2×457.2×3
■1カートン当り数量 16枚(約3.34m²)

Super Logix Tile System

スーパー ロジック タイル システムは、カラー、デザイン、テクスチャを自由自在に組み合わせできる、21世紀のフロアデザインシステム。柔軟な発想から生まれた画期的なコンセプトが、商業空間を進化させます。

1. Super Color Logix

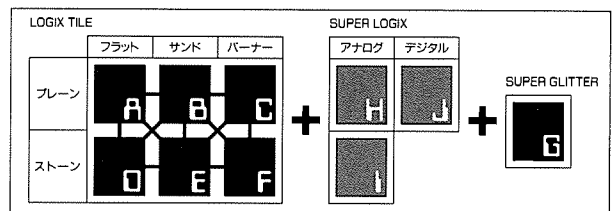
共通の色番号によるタイプ別使用。ロジックタイルの色対応。

2. Super Design Logix

無限のデザイン性、ロジックタイルのベースカラーを使用。

3. Super Cross Over Logix

表面特性/構造特性 Design by Super Logix Tile System A, B, C, D, E, F, G, H, I, J.



SELKON[®]

本店 神戸
支店 札幌・東京・横浜・名古屋・大阪・
広島・福岡
営業所 仙台・埼玉・千葉・静岡・金沢・
京都・岡山・高松・熊本・鹿児島

お問い合わせ・カタログ請求は
近藤忠商事株式会社建築販促部まで

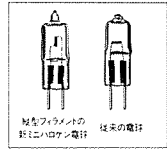
東京 03-294-1491
大阪 06-201-2341

Nashop



A&I
快適を科学します

ハイパワーで高品質な光を
 体積比1/3のコンパクトボディに搭載。

光はバワフル&高品質に、器具はより小さく。店舗演出の最新トレンドにナショップが応えます。



新開発縦型ライラメント採用の新ミニハロゲン電球とマルチディンプルミラーで照度を約25%アップしながら体積は約1/3にコンパクト化(器具の比較※は別冊参照)。同時にライラメント軸とミラー光軸の一致が、かつてない美しいパターン配光も実現。さらに電球ミラー分離設計で経済性も向上。デザインやビーム角で選べる236品種が気に登場しました。

 <p>75Wミニハロゲン電球 1灯(12V用)配線ダクト用 NL03726B 標準価格19,800円(税別) ビーム角15度 タイコールオフティカルミラー 電子ダウントランス内蔵</p>	 <p>75Wミニハロゲン電球 1灯(12V用)半埋込型 NL83716W 標準価格13,800円(税別) ビーム角15度 タイコールオフティカルミラー ダウントランス別置型(別売)</p>
--	---

■詳しいカタログを差し上げます。
 ●カタログの請求お申し込みは、
 ナショップ本部営業課(〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1)へ
 請求書(請求書)を、
 〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1
 National松下電工

ローボルトシリーズ ミニハロテック

