

JCD

Kansai

2002.6. Vol.51
40周年記念特集号



JCD日本店舗設計家協会 社団法人創立総会 於：古賀の井 S38.1.20

JCD

創立40周年記念特集号

社団法人 日本商環境設計家協会

————— 目 次 —————

JCD創立40周年記念特集号の発刊にあたって	5
JCD創立40周年記念特集号の発刊によせて	6
…………… 特 集 ……………	
座談会「商環境の回顧と展望」	11
談話室「賛助会員と協会活動」	19
年表・商環境の歩み(関西を中心に)	20
商環境の展望 大阪北	30
大阪南	32
京 都	34
神 戸	36
奈 良	38
会員メッセージ	40
Endless Marathon Communication	47
NEW商環境「アスピア明石」	48
海外レポート「北京・上海」	50
JCD関西支部活動報告	52
JCD創立40周年記念特集号 発刊オークション	57

JCD 創立40周年記念特集号の発刊にあたって

理事長:野村 武彦

JCD が40周年を迎えることが出来たのは、弛まざる支援いただいた会員各位の賜と感謝しております。

その40周年を記念して、本年5月に東京で記念セミナー等を企画しておりますが、いま関西支部では記念号の発刊をすることになり、大変喜ばしいことと共に、そのエネルギーの頼もしさを痛感いたします。

我国における社会情勢の低迷の中、協会を取り巻く環境も大変厳しいものがありますが、唯 JCD 本部においては今年度各支部との積極的交流を主眼に「出前塾」などの実施をしております。関西支部においても2001年10月に木津川畔にて、「ウォーターサイドなべ塾」などで大切な交流サロンを持ちました。この草の根交流が、微増ですが会員増強に作用しているものと信じています。

今年2月の「JCD&DAIKO 連続セミナー」大阪も、関西支部会員の実のある交流で充実したことを大いに感謝しております。

名誉会員:大菅 満義

JCD が発足して早や40周年 創立会員として在籍している会員は、関西支部で僅か3・4人、私はその中の一人となりました。沢山おられた諸先輩方が知らぬ間におられなくなり、気がつけば次に消える場所まで来てしまいました。今ははや何思うことなく、「40周年は大昔し」夢のごとく過ぎました。「ゆく川の流は絶えずして、しかももとの水にあらず。よどみに浮かぶうたかたは、かつ消え、かつ結びて、久しくとどまりたるためしなし」方丈記の一節ですがJCDも色々ありました。又我々の仕事もかくのごとです。これからも若い人達が次から次へと新しい「うたかた」を創り出しながら絶えることなくJCD が続いていくものと思えます。

評議員:要 信行

JCD 40周年に際し、組織は“このゆび、たかれ!”から集まり、想いを共有することで始まる。そして、ひとつの基軸によって、それぞれ個人の現実を実現させるために、独自の能力を発揮することによって、目標へと向かうものであろう。

個人個人の願い事がかなってこそ、その次なる偉大な目的・・・、着地点へとすすむものである。そのために自己の固有の能力を進化、向上させることが、現実だと思う。まとめて言えば、個人からはじまり、同志、仲間力を借り、組織という「公」の目的に着地するものなのだ。我々、今日の日本において、最大の問題点は自由と平等からくる人権尊重だ!人権が先行し、あまりにも個人主義へと進みすぎている。個人主義は利己主義、自己中心主義へと向かい、多くのエゴイストを生んでいる。「私が一番大切・・・」「私が一番上・・・」などという潜在意識がはびこっているのだ。金や権力、名声を持つことですべてがかなえられ

ると錯覚する社会なのだ。弱きものは人権を盾に何も言わない社会を築き、強きものは型、形ある物によって権力社会を築こうとしている。その中で普通を装い、寄らば大樹!付和雷同の生き方を身に付けている人々のなんと多いことかを身にしみて感じるのである。なんと“賢こ馬鹿”が多くなったことか、を嘆くのである。自分より上・・・、まだその上がこの世の中には存在しているのが現実だ。その上の人を目標とし、その人から教えられ、怒られ、あるときは無視までされ、“なにくそ!”“今に見ていろ!”のエネルギーを燃やししながら向上するものだ。その道を歩む中で、困難に出会い、苦しみへ耐え、自らを磨いていき、自立をなし得るのだ。自立した個人こそが尊いのだ。そのような中から、ひととして生きるにあたり、最も大事な人間尊重の精神が芽生えると思う。日本文化としての、「不易流行」「一期一会」などからくる「道」の文化が生じるのだ。ここが失われると、道徳心など持ち得ない、勝手主義が横行するのである。“けじめ”のない社会、組織が生まれていくのだ。

組織には必ず、着地点がある。仲間が集まったら、必ず解散という終焉がある。よって新しい目的、目標を立て、次なる挑戦が始まるのだ。人々は目に見える大きな変化によって次代が変わった、方向が変わったとを感じるもの。

「大きな変化を見る!」見せることが組織運営上、最も急がれることだ。その挑戦は一人一人の個人から・・・また地方からの改革なのだ。新たなる“注目”パフォーマンスを実行されんことを祈念し、JCD 40周年をお慶び申し上げます。

関西支部長:山田 悦央

JCD が日本商環境設計家協会として、1961年1月に東京本部 又6月に大阪本部が発足し、1963年に社団法人として建設省(国土交通省)から認可されてから、40年を迎えることが出来ました。この間 先輩諸氏のこの業界の社会的な認知活動については、並々ならぬご苦勞があったと察し、今我々が商環境デザイナーとして活動できるのも、先輩諸氏の活躍があったからこそと感謝しております。

関西支部としては、創立20周年の記念誌として「店舗設計のルーツを辿る」を発刊いたしました。それに続き40周年の節目にJCD 創立40周年記念特集号を発刊し、20周年以降の我々の活動をふりかえり、記録に残したいという意向から、情報委員会を中心に貴重な時間と労力をついやして編集してまいりました。この作業の中、我々JCD が固有の歴史を持って活動していることを知り誇りに感じる次第であります。終わりに多忙の中ご執筆いただいた会員の皆様、又インタビューに快く応じて下さった先輩各位、そして準備期間から、1年あまりを費やして編集に携わっていただいた情報委員会の皆様に衷心の謝意を捧げる次第です。

40年前というと、小生は高校生であった。それから今まで、長いといえば長いのだが、あっという間でもあった。その間、社会は目まぐるしく変化し店舗のあり方、そのデザインも又、目を見張る程変化をした。

現在の日本の店舗デザインの完成度は、世界でもトップレベルにあるのだが、その多くがこの40年間に生まれ、試みられ、磨かれた上に成り立っているし、さらに今から進化するのだろう。その理由の大きな一つに、我々が体験してきた生活の変化があるに違いない。20世紀後半の我々にとっては、自分達の生活を一步でも豊かにすることが切実な目的であったし、又、リアリティーでもあった。旧弊を破って明るく、新しい生活感、…それは食べる事、衣類を纏う事、家電や家具、車、住宅、旅行等で求めた事でもあった。デパートや雑誌、或いは次々に生み出された商品は、それらを満たす事に全力をあげたのである。しかし、いま気付いてみると、それでは満たされない事に気がつき始めている。いまこの時代を覆っている閉塞感は、単に経済の不具合だけでなく、寧ろ社会の共通の目的を失っていることにあるのではないだろうか。

人々の暖かい連帯感や倫理観、又は脈々と続きながら、共通性を常に確認する祭事や伝統への尊敬、身近な人達への暖かい思いやり、方言に支えられ、様々な風土に育てられた食事や風習、そういう事に支えられて我々の文化は存在しなくてはならない。

現代を見つめ、先端を切り開く事は無論重要である。しかし、それ以上に我々は充足させよう文化を目指さなくてはならない。

日本人である事から考えたいのである。

副理事長 杉本 貴志

かつて山口昌男氏はJCDのワークショップで「教養としての文化」と「生活としての文化」の視点から「人間の条件を満たす為に必要なものや事柄、人間のアイデンティティを保っていくのに必要な環境、これらを全部ひっくるめて文化とって良い」と述べていた。

今こそ、この個々の生活に立脚した文化としてのデザイン論を具体的に実践していく時期だろう。かつて、「あきち」に子供の声が聞こえ、豆腐屋の笛が通りすぎ、井戸端会議の主婦のおしゃべりが日常の風景としてあった。そこには生きていく為のほどよい知恵の分配が公共意識をそれなりに醸成されていたといえよう。個室の中で全ての情報が得られる現在、もう一度このような街の風景を取り戻すきっかけを商環境が担えないだろうか？

JCDの会話は、「先端の情報」のみでなく「発見したことから」「創りだした価値」「体験から得た知恵」の交換でありたいと思う。できれば外国語も交えて。

副理事長 奥平 与人

長き40年の一コマの出会い

特別な店でもない。日頃何気なく目に入る。

舗道端の雑草、マンションの隣の建物。どれもこれもたんたん日々目にする共生活。

ありのままのなんでもなかったあの店。その和食料理屋が私の共生活から切り取られてしまった。無くなって始めて分かった共感覚。

舗道端の雑草とは違って、あの店はあの場所に毎日、顔を覗かせていることの価値が無くなって始めて分かった。あの店があそこにあることでこの町が好きだった。あの店の存在が私の都会生活の意味付けをしていた。あの店を毎日、眺めることでデザインの価値も考えた。ちょっと、おおげさかもしれないが、私にとってあの店は、滋養でもあり、生きていることの証だったような気がしてならない。あの店は私の心をつむぐためにあそこにあった。一度もあの店を利用したことはなかった。あそこにあるだけで十分だった。和食料理がうまいのかどうかも分からない。時々、店頭で見かける板さんらしき人が風景としてフラットな中に動きを与えてくれていた。おかしなことだが、あの店に入る気はしなかった。あの店で料理に幻滅して共生活を破壊されるのが嫌だったからだ。私にとってあの場所にあるだけで十分だった。

ひょっとすると、あの店は私にとって飲食店ではないかもしれない。あの店が無くなって4年も過ぎてから、設計者がJCDの大先輩であることを知り、感慨深いものが流れた。

今になって想えば、あの店の存在は飲食店というよりまったく別なところで、私の生活に価値を与えてくれていたことが心地よく思えて、おもしろい。

専務理事 前田 利昭

なぜKANSAIはいつも元気なのか？

どうもよく解りません。JCD-Kansaiは遅く常に疲れを知らぬように見えます。東京では「ちょっと疲れたな…」という吐息が一斉に漏れてきて、街全体がアンニュイに見えることもあるのですが、JCD-Kansaiはそのような弱音を発することもなく、黙々と生き抜いてきたように感じるのはです。その関東と関西のエネルギーの違いは何なのですか？ まあ、ともかく、機関誌JCD-Kansaiの発行50回、おめでとうございます。全く大したものだと思います。継続は確かな力に繋がります。

しかしながら、その偉業を前提にしてちょっとした心配事を申します。関西からJCD全体の体質を大きく革新するようなムーブメントが感じられません。時々関西の皆さん方の言葉が、コンサバティブにさえ感じられることもあります。関西は歴史の中で常にラディカルでありつづけてきました。ですから今のJCDの少し硬直した状況を突破するには、KANSAIの視点をもっと鋭利になって欲しいところです。JCDは職能団体ですが、既に会員のみの直接的利益に留まることは許されない団体です。機関誌の51号以降に更に期待をしています。KANSAIから発する声が、地球の隅々まで震撼することを願っています。JCDは鮮度のいいデザイナー集団として注目されているはずで

理事 面出 薫

「杉本貴志氏とベンジャミン・ウッド氏のセッションに共感の声」40周年記念JCD/DAIKO連続シンポジウム

基調講演には上海「新天地」を設計しているベンジャミン・ウッド氏にお願いした。言うまでもなくその講演は素晴らしく司会の私でさえ感銘して講演が終了後ウッド氏に握手を求めたほどであったが、実はもっと驚いたのはその後ウッド氏と杉本氏との対談であった。対談時間は1時間という短い時間の中で杉本氏の作品紹介もスライドでしたい、事前に打ち合わせの時間も無く始めて壇上で会う両氏の対談はどのように進んでゆくかを案じていたわけですが、流石世界のトップデザイナーの両氏は意とも簡単に会場の参加者をその世界に引き込んでゆくのである。聞くまでは未知の世界のベンジャミン・ウッド氏であったが、良く知っている杉本氏との対談でウッド氏の考え方が参加者に理解出来たらしい。杉本氏が加わりウッド氏の言葉を通訳したのかもしれない。

その対談のテーマは「音をどのように捉えるか？」に対して

ウッド氏は「世界の都市にはその都市の発する音があり、目を閉じてその音を聞くだけで何処の都市かが分かる。それほど音とは特徴をもっている。」

杉本氏は「自然には水が流れる音など、いろいろな音がある、都市空間の中でその音を聞く環境を造るべきである。」身近でWORLD WIDEの一面をかいま見ました。

理事 加藤 博正

酒を飲むとハシゴをする。JCDの集まりでも、どうしてもそうになってしまう。移り気なのかも知れない。その性向はJCDへの参加の仕方にもあらわれているらしく、10年位のJCD体験なのに、私は委員会をハシゴした。コミュニケーション委員会、国際委員会、そして今度はデザイン賞委員会である。

40年のJCDの、たかだか10年間でハシゴである。しかし酒のハシゴと同じように、私のJCDのハシゴは、フラフラとおもしろいことをさがしての“もう一軒”であった気がする。

私がJCDの委員会体験でおもしろいと思うことは、ハシゴをしてもそんなに変わらない。共通しているのはヒトのおもしろさ。とにかく色々なヒトに出会えた。吉本隆明氏のインタビューなど今思い出してもドキドキする。そして、やはりデザインのおもしろさ。様々な方向から今現在のデザインをツマミくい出来るのだ。

JCDは40周年を機に、おそらく大きく変化するだろう。しかし、だからといって固くなる必要はない。おもしろがるのが先ず一歩だと思う。というわけで、簡単には会えないのですが、本部委員会への各支部の皆さんの参加を熱烈乞。

理事 飯島直樹

JCD40周年に向けて

JCD Kansai 50号・特集「JCD関西支部のルーツを探る」を読ませていただきました。大変懐かしい先輩諸氏の写真を拝見し、また発足当時のメンバーのエネルギーを感じることができました。なかでも赤松氏・西脇氏の両先生には、昭和50年代に特にお世話になり、福岡での「天神地下街」の仕事に貴重なご意見、ご指導をいただいたことを感謝とともに思い出しました。関西支部の皆様が素晴らしい先輩諸氏の功績を継承し、思想をもって今後のJCD活動に邁進することを期待しています。

さて、JCD40周年。変革を続ける時代に対応した協会活動が求められています。現代の社会情勢と経済状況に合わせて、デザイン市場の分野も変化してきました。新しい潮流が構成されるまでには至りませんが、デザインの存在価値も変わってきているという気がします。過去40年の歴史と成果を持続しつつ、新しい社会での“都市計画” “街づくり” そして、優れた“店舗づくり”に向け、今後もJCDパワーを発揮できるように努力してゆきたいと考えております。

理事 大熊 俊隆

JCD40周年に向けて

私が入会したのは20年程前、確か1981年と思います。

商空間デザイン賞がきっかけでした。事務所の最初の仕事（住宅以外）であり、初めて出したデザイン賞でいきなりの大賞は大変うれしく感激したものです。山口県下関市での設計監理は遠距離でもあり、経済的にも大変厳しいものでした。しかし、事務所の初期に商業施設を手掛けたことは、その後の私達の設計に対するスタンスに大きな影響を与えたと思います。それは利用者（顧客）第一主義です。クライアントの向こう側にいる人々をどう見据えるか、すなわち私達自身がいつでも利用者になれるという客観性が根底に必要なからです。そういう視点と少し先を見る先見性、そして美しいものを追い求める専門的感性の大切さを実感することができる“始め”だったと思います。私達の世代は、高度成長にずっとのってきましたが、学生時代に「安保」（の終わりころ）や「公害」（水俣病に代表される）の事実を知らされました。世の中には間違いがたくさんあるということです。ひいては自分自身で“見る目”を養うことの必要性を感じながら社会に入っていく時代です。何かおかしいのでは、これでいいのだろうか？ ものをつくることへの危機感を持ちながらやってきたと思います。JCDに関しては後半の20年ほどしか知りませんから、40周年そのものについての感想は特段書けません。私自身、事務所の後半はさまざまな専門家の仲間の方々とのコラボレーションでやってきました。これは仕事の分担ではなく、お互いの領域に踏み込んで協同する作業です。おかげで環境へのスタンスや公共建築の社会性に対して勉強をさせて頂きました。一つの分野の人間が何もかも出来る時代ではありません。そういう意味でJCDという組織も「商環境デザイン」という領域からもっと広い領域の専門家と大連合（組織としてもコラボレーション）が必要になってきているのかも知れません。新たな時代への突破口のために。

理事 岩佐 達雄

”JCD創立40周年を向かえて”

40周年を向かえるに当たり、あれこれとどの様に表現をするか考えておりました。

私自身入会以来25年を経過し、様々な事が周囲におこりました。30代から50代、そして今60代に向かって行く中で何かをやらなければの思いのみが先行し、振り返ると時間の重なりだけが残った様に感じております。

何をやるにも”人”会員の協力が不可欠であり、支部内外とのコミュニケーションは欠かせません。このコミュニケーションを高めるには、支部事業の継続的な推進であり、その評価の重なりとの親睦・交流が盛んになって行くと考えます。

最近の本部理事会の進行状況は、すこぶるスムーズで期待するに値すると確信しております。特に関西支部の活動内容はすばらしい機関誌に代表されるように、支部内部での意見交換、問題点追求の話し合い等、活動状況を察するにうらやましい限りです。

今後共、JCD40周年の中心的な担い手として活発な活躍を期待しております。

理事・北海道支部長 間宮 明雄

JCDという協会設立以来、一口に40年と言いますが、ここ迄協会を育て発展向上させて来られた諸先輩功労者に対し、敬意を表したいと思ひます。諸先輩会員の蓄積した質的資産を継承し、この40年という節目を迎え、21世紀という時代に即応した力強い発展と向上を計る為、JCD会員皆んなで英知を出し合い、JCD進化論を意識して行きたいと考えます。昨年来、東北支部においては、JCD創立40周年記念事業の一環として、デザインキャンプ in 青森の開催や、40周年記念(特別会報)特別号への寄稿、そして40周年記念出版事業に伴う、今年7・8・9月の三ヶ月間実施予定の東北支部会員と賛助会員との共同シール利用文化事業基金創出の為の賛助会員メーカーの商品選定利用キャンペーンなどが有ります。東北支部もこの5月で丸2年となります。東北支部の最大の特徴は下記のとおりです。

①どの支部よりも歴史が少ない事 ②出来て2年だが58名の正会員、20社の賛助会員を有する支部である事 ③東北6県6地区制を敷き、6人の地区長が居る事 ④東北6県各会員が居住県の繁栄の為、活動や貢献が出来る態勢が整った事 ⑤各県地区制を設けたお陰で愛県心が生まれ、その結果会員数の自然増に繋がった。以上が東北支部の特徴です。

あえて何故この5項目を取り上げさせて頂いたかという、どこよりも歴史の浅い支部なので紹介出来る内容も少ない事です。少ないかわりに歴史にとらわれない自由さも有ります。又、歴史の無い分、ハンディーも同じくらい有るのも確かです。こうした東北支部の特徴を生かし、次の50周年迄の10年間で東北という地の利を生かし、デザインという私達に課せられたジャンルを切り拓き、自然との調和を大切にしたいと願う東北支部と成れる様皆んなで努力したいと思ひます。最後に昭和59年に第1号を発刊して、50号まで継続されたJCD-Kansaiに対し、たずさわった諸先輩の功績に改めて敬意を表します。「継続は力なり」と申しますが、今回の40周年記念特集号という企画が、全国の会員の皆様に配付される事に成ったのも、関西支部の長年の機関誌発刊に費やされた功績に対しエールを贈りたいと思ひます。

理事・東北支部長 佐藤 春男

「40周年を迎えて」

平成13年度は我が協会にとって40周年を迎えました。

この事は、設立以来の諸先輩方の協会活動、賛助会員の協力とサポートにより支えられてきました。

その事により、我々の社会的職能は向上し、また協会も社会的に認知されてきました。

しかし、我々JCD会員を取り巻く商環境はより一層厳しさを増し、社会構造の変革・社会への意識の変化に伴い、商業のあり方、商環境の見直しが迫られています。

こういう時こそ、この協会の活動が重要となります。「生活に根ざしたデザイン」「次世代へのデザイン」を探究し、協会内外に発信・検証することが我々会員に与えられた使命であると思ひます。

関東支部では、この2年間で50名以上の新会員が入会し、25%以上の若返りをはかり、真の意味の「新生JCD」として日頃活動に参加し活躍しています。

今後は40周年を転機とし、「次世代へのデザインの追求」「協会の社会的ポジショニングの確立」「内外への情報の発信」を軸として、若い会員とともに、将来の我々の職能の姿、協会のあり方を検証し追求していきたいと思ひます。

理事・関東支部長 大道寺 祥司

JCD創立40周年に向けて

3月危機は回避出来たものの、日本経済の先行きは依然として不良債券処理に手間取り、その間に強いはずの日本の製造業も、息切れ状態に陥っています。

商環境の世界でも影響が拡大し、クライアントが来店したくても、なかなかお金が出てこない、良い所と悪い所の差が顕著に現れてきていると思ひます。又、都市と地方の格差も大きいものがあります。

北陸支部の運営に当り、当支部会員も減少し、活動も大変な時代になってくると思ひます。JCDへ入会していただく為のメリットは何かを考えると、私は諸官庁へのアピール度ではないかと思ひます。JCDの社会的なポジションを獲得する事で、大きく変われると思ひます。

それと共に会員一人一人がレベルアップしていかないと、生き残れなくなると思ひます。JCDの持っている組織力を強力なものにつくり変える為にも、支部の枠を超えた改革が必要なのかもしれません。

理事・北陸支部長 廣田 慎一

JCD40周年おめでとうございます。私が入会しまして20数年になりますが、当時渡辺一男さんが理事長の時代だったと思います。諸先輩の活躍で確かにJCDのステイタスがあった時代です。私達も「いつかはJCDに入りたい。」という憧れを持っていました。「企業は30年にして潰れる」と言われますが、何事も丁度それくらいに危機が訪れ「そろそろ見直しの時期ですよ」と警鐘を鳴らす言葉でしょう。JCDも30年頃から若返り、新生JCDのムーブメントが起りました。それから10年を経て今日、40周年を迎えました。「10年一昔」という言葉がありますが、経験を生かし「後戻りはダメですよ、その時代を見て行動しなさい」という戒めの言葉だと想います。さて、中部支部は小規模ながらも他の団体と交流を通し、私達の出来る範囲での行動を通じて中部のクリエイターの意識向上、異業種交流、若手デザイナーの育成を行います。特に、協力団体の中で環境提案協会中部(MESH)の異業種メンバーとの協力関係は徐々に強力なものになり、本来の同じ意識を持つ者同士、団体の枠を超えた理想的な活動になりつつあります。

理事・中部支部長 西川 清治

創立40周年記念号発刊お祝申し上げます。

関西支部が営々と築かれた歴史を機関誌として記録を残されることは大変素晴らしい、まさに“継続は力なり”で羨ましくもあり感心いたします。

人情が感じられる記事など関西らしく、先輩諸兄、友人知人の記事が出たときなど興味深く楽しみに拝読しています。JCD-Kansaiを読みながらJCD活動について時折感じるのですが、ここ数年長引く厳しい不況下で戦う会員様…JCD活動は経済的に順調な会員のみが参加されているのでしょうか?…熱くなれる人、適当に参加される人、忙しすぎて時間が取れない人、気分的に卒業されている人、他の関連団体でも活動が低迷している昨今、「新生JCD」から「進化していくJCD」は最近一味、二味違うようにも思えます。本部委員会の真摯な活動や支部においても魂をこめ通わせ額に汗する人が感動し又、参加活動の中にヒントやビジネスチャンスと励みもあるのは過言ではないと思います。話は替わりますが、最近の入会状況に女性会員が富に増えていることは活性化の為にもいいことで当支部においても見習い、拡充していきたいと思えます。今年はセミナーやサマーキャンプなど、面白く楽しくやっていたことに視点を置いた支部活動を目指して行きます。JCD会員ならび関西支部の皆様と、賛助会員方々の今後益々のご活躍をお祈り申し上げます。

理事・中国支部長 赤木 治仁

40周年に向けて!

関西支部創「立40周年記念特集号」発刊おめでとうございます。

一口に40周年と申ししてもいろいろな事があり、ご苦労なされたこともお有りではなかったかとお察し致しますが、まさに「継続は力なり」の言葉の通り、今後の関西支部発展の原動力になることと思っております。

さて、今日の日本においては、ドックイヤーと言われるように経済環境がめまぐるしく変化している状況と言えます。又、少子高齢化社会の到来で、雇用環境や医療、介護などの社会福祉問題に伴う医療保険制度や、年金制度の見なおしが考えられています。

国にあっては財政健全化が叫ばれ、企業においては、リストラや合理化等のスリム化が進められています。このような状況下においては、とても厳しい経営環境にあるという事は言うまでもありません。

昨年4月からスタートした民事再生法、今年4月からスタートした個人及び小規模事業者向け民事再生法がありますが、それで全てが救済されるものではありません。企業の活性化については、社会制度と経済政策に関わる問題を深く内包しているものだと考えます。

まだ先の見えにくいこの平成不況ではありますが、今社会は、新たな社会システムを要求しているように思います。それ故に私達JCD会員は、環境変化をいち早く察知し、すばやく、そして思い切った対応を切望されているように思います。

40周年を迎えられたJCD関西支部におかれましては、今後とも地域をリードし、社会に貢献される事をご期待致しますと共に、益々のご発展をお祈り申し上げます。

理事・四国支部長 井上 秀美

40周年を考える〈次世代の為に〉

行動・次世代の為に・魅力づくり・マンパワー・貢献

JCDが40周年を迎え、次の50周年、60周年を考えた時、キーワードの中には「改革」という文字はないように思う。そのような低迷期は過ぎ、行動の時ではないだろうか。誰の為に?それは「次世代の為」である。大ききは

- ・世界の次世代の為に何が出来るか。
- ・デザイン業界の次世代の為に何が出来るか。
- ・JCDの次世代の為に何を残せるか。

そしてそれらを考え、論議を尽くすより「行動」の時期ではないだろうか。

近年九州支部の活動のメインはFUKUOKAデザインリーグ活動である。このFUKUOKAデザインリーグは福岡市経済振興局が事務局を務め、活動は参加する16のデザイン団体でつくる実行委員会で作案、実行される。その活動の目玉が「デザインスクールキャラバン」である。小学校に出向いてのデザインの授業は逆に得るものも多い。このデザインスクールキャラバンに魅力を感じて入会した会員もいるくらいである。昨年度にスタートした勉強会も含め、全員参加の魅力は10年後、20年後に必ず大きなパワーとなると確信している。

理事・九州支部長 金子 洋伸

「40周年に向けて」

国際社会の中で、ビジネスのポジショニングをどう設定するかを世界中の人々が懸命になって取り組んでいます。

私達の業界も日本の範囲のみならず世界中に存在しています。

日本国内における業界の諸団体は特性ごとに細分化し、それぞれがその存続に苦慮しているのが現状のようです。私達の団体の存在感を国際社会の中で、どのように目標づけるかを明確にしてゆかなければならない時期にきているのではないのでしょうか。

車メーカーや銀行等が世界市場の中で懸命に戦っているように、私達がビジネススタンスを大きくとらえ直してゆかなければならない時代に突入している事は、誰もが認知している事でしょう。

私達のJCDが、小さくこだわり続けてゆくか、世界市場の中での大きなグルーピングの方向を目指すか、目標を定め直さなければならない時期にきているのではないのでしょうか。

理事 鈴木 進一郎

協会が創立40周年を迎え、我が国の社会の変化と共に歩んできたとも言えるわけで、この40年は協会の日常生活の歩みと考える事もできるだろう。

商いが我々の生活にどのように関わり、その環境は我々に何を要求してきたかを振り返れば、実に多くの問題を投げかけてきた。創造すれば不思議な印象を残し、現実的に今、我々自身が関係を持つ、持たずに関わらず時計の秒針のように前に進む。

商いの場をその中における多くの出来事は創立当時の習慣性やある常識を大きく変え、より多くの可能性に向け、あらゆる可能性に向け、あらゆる可能性に接近し、実に不安定な状況を試みさせてきたと私は感じている。この試みは現実的な出来事と、同時に動き出す。

ここでは商いは狭義の中には意義の成立を持たない事を、無言の内に教えているとみる事ができ、商いはより広義な解釈に向ける事を必要としている。

我々を取り巻く経済的状況は不安定な状況下にある事を否定できない。商いの環境はその中においても変化の現実を受け止め、可能性を求め出来事を受け入れている。

私はこの不安定な状況の中に身を置きながら、現実的な解釈がこのような広義性を持つかを、しばらく仕事を通じて考えていきたいと思っている。

理事 往蔵 稲史仁

戦後の激動の時代に育った私にとって、JCDの会員として組織の中で過した年月も大分永くなりました。そして無能無策の私が監事の役目を曲がりなりにも今まで果たしてこられたとっておりますが、これも代々の理事長・理事・会員のご指導が有っての事とっております。

会員の入れ替わり多く段々と古い会員が去って行き、その動静や状況の情報もなくなり一寸寂しい気がしている今日この頃です。

JCDの理事・役員も若返り会議の席も明るくなり結構な事とっております。会の発展の為に現在の日本の政治の世界と同様に、会の執行部は益々強烈な指導力と実行力を発揮するような体制にすべきと思います。

世相を反映してか関東支部ではゴルフ会が開催しなくなったのが残念です。

監事 小谷 実

「石の上にも三年」「桃栗三年、柿八年」JCDは何と40年を越えました。まさに「ローマは一日にして成らず」です。人生に例えるならば、「不惑」に相当します。創立会員の方々は「今昔の感」一入でしょう。40年間協会を支えてこられた諸先輩に、後輩として感謝致します。

40周年を契機として始まった褒賞制度も「濫觴」探訪「温故知新」の表れと理解します。諸先輩の皆様、「役者に年なし」と申します。

更なる「余慶」を求めて、御一緒したいと思います。

昨今、協会活動に変化が観受けられます。JCDホームページやクリッピング、鍋塾、デザイン賞公開審査等「権輿」の兆候が出て来ました。

「滄桑の変」です。全国の支部活動が活発な様相を呈している。とJCDComminucation紙支部便り記事からは垣間見えます。新入会員諸氏も、多数各支部活動に参加しましょう。くれぐれも「湯の辞儀は水」にならない様「用舎行蔵」と参りましょう。

JCDにとって「櫛風沐雨」の時代は終わった、と思います。「粒粒辛苦」の甲斐有り「柳暗花明」の時期を迎えました。次の「知命」まで、会員一同「知者は水を楽しむ」の心境で参りましょう。

関東支部・副支部長 芝田 良治

商環境40年の歩み

久保 おはようございます。今回は、機関誌JCD-Kansai40周年記念特集号「商環境の回顧と展望」をテーマに座談会を行います。

お話を進めるにあたり、JCDが創設して40年を迎えた時代背景とともにその時代、時代の商環境に携わり、各ジャンルで活躍されている設計者・デザイナーの方にお集まりいただきました。メンバーを紹介いたします。

大菅満義さん、吉岡憲司さん、山田悦史さん、郷力憲治さん、間宮吉彦さん。以上5名の方にお話をさせていただきます。私は司会を担当します久保です。よろしくお願い致します。

さて、この40年間をみますと日本の商環境は限りなく変化してきました。消費社会が高度成長期からバブル期を経て崩壊に至る、商業としての変革が起きつつある。それが現在の過渡期となっているのです。この辺りの社会背景と絡めて商環境の変遷を跡付けてみたい。それがこれからの指針となれば、と思っています。お手元の資料はJCD創設時の1961年より2001年までの40年間の年表と、大型商業施設の大きな流れを列記した資料です。【資料説明省略】先程も一寸話しましたが、JCDが1961年創設で40周年となりますが、前年の60年辺りから『大菅さん』にお話をしてお聞きながら進めたいと思います。持ち時間も各々10分程度にまとめてお話をしてお聞きできれば、と思います。それでは大菅さんよろしくお願いします。



1960～ 創設期より

大菅 創設は1961年だけど、大体、店舗の設計を言い出したのは1954年くらいからやね。とにかく我々は未だ図面って書いてなかったものね。みんなカーボンなんかでやってた。図面らしい図面を書いて展開図とか書き出したんは、大体54～55年頃やと思うわ。昭和で言ったら30年位ですわ。その当時は物販と飲食にはっきり分かれていたわけです。飲食の設計者としたら大阪で3～4人おられたんやね。今西さん、高木さん、中村真さん、松井さんは、みな飲食です。物販は松田先生が、心齋橋をちょこちょこやってはった。それは未だメジャーじゃなかったのね。メジャーになったのは、能研が販売助成でやりだした「商店クラブ」が最初ですわ。

山家、三宅の二人を設計者に使って、毎週別冊で本を出しました。その当時、東京の「商業界」・「商店界」の二社は、店舗の事についての記事が在ったわけやけど、その当時の設計者というのは、川喜田煉七郎であった。最初の印象では川喜田先生は物凄い機能主義やねん。「パウハウス」の出身やからね。販売機能ばかり言うわけ

や。『棚はこうなかったらアカン!』とかね。それから人間の定規まで作ってたわけや。モジュールもな。松田先生は非常に感覚的な店造りしてはったけれども……。

時代的に一寸ずれ込むか分からへんけど、非常に色や材質が当時ハッキリと変わって行くわけ。55年位から60年前後にかけてはマンボが流行ったんやね。色でも赤・黒の時代や。それと並行して出来たんが、いわゆる、三文字屋号の紳士ファッションの“VAN”・“JUN”という紳士メーカーが出来てん。60年代に入ってくるけどね。“VAN”のロゴ見ても赤と黒でしょ。“JUN”でもそやね。その当時それまでは陳列屋はみんなラッカー塗りや。てん。その当時流行ったんが、山家はんとか、三宅はん。大阪の山谷さんとかが出て来て、直線的な素材が出てきたんや。オイルステン仕上げ。いわゆる、生地仕上げや。耐火煉瓦を使ったり、ピーリング張ったり、“ドーン”の店があつたでしょ心齋橋に……。あれなんかもその当時、典型的な天井から壁から全部ラッカーのピーリング。オイルステン塗って、耐火レンガ張ってな。それが何時位まで流行ったんかな、70年位まで行ったんかな。それが今度はアイボリーの、いわゆるロココ調いうのか、フランス風のアーチがあつたり、角丸の白とふち取りというのが圧倒的に流行ったね。それからアイボリーのアーチが流行ったりした。それがズゥ〜と続いて、今度はまた生地仕上げに戻って来るねんや。素材を活かした生地仕上げとラッカー仕上げと、その当時ハッキリと交互に流行りが在ったわけやね。

それから後、消防法がきつくなって来るでしょ。消防法に引っかかるん金物とガラスとタイルと石を使ってたら問題ないから、ショッピングセンターや集合店舗で、設計屋がそう言う物を使い出したわけや。

ところが、最近の傾向とか見ていると、またオイルステンの生地仕上げの素材を、梁を使ったような白壁の、いわゆるヨーロッパ民芸みたいななん多いわな。案外ラッカー塗りいうのは少ないでしょう。今、塗りだけ見てもね。特に60年・70年は流行りがハッキリしてた……。今、また真っ白な店。大丸とか心齋橋とか白が流行ってるやろ。ああいう傾向が物凄いハッキリしてた。色々と材質が変わって来たこと。それからもう一つは、アールと直線とが来る訳。戦前言うのは全部アールやったわけ。ビルを見てもうたらわかんねん。大阪ガスビル・大阪電気科学館・高島屋、昔の角に建っているビルは、全部、角丸の円形やね。アールが流行った訳ね。戦後それに対して出てきたんが、角ばった直線的な物。それが第一生命ビル、丹下健三の香川県庁舎とか、みな直線的やろう。アールなんか一個もあらへん。僕らがこの設計に入った頃は、取り敢えず真っ直ぐしたらモダンに見えた訳や。直線を使ったらな……。ガラスでもその当時、吉岡さんも知ってると思うけれどアールやったりするわけやな。角にアールガラス嵌めてな……。

山田 分かります。

大菅 店舗でも非常に直線的になって、それが長い間あってやな、またアールデコとか何とか言ってカーブが出てきた。カーブの出し方がちゃんねんけどね。昔のカーブいうのは、コンパスで描いたようなアールやけど、いま非常に変化のあるアールでしょ。一番、面白かったんが朝日会館、朝日ビル。昔の建て方から言うたらアールやねん。その時に前に建ったフェスティバルホール……。

山田 あれ、角。

大菅 最近出来た朝日ビルの新館、またアールになったやろ。ガスビルなんか見たらよう分かる。その当時ののは、みな潰れてあらへんね。ガスビルも残ってへん。電気科学館も無くなったでしょ。店舗でもアールが流行になった。それにもう一つ店舗で一番大きな変化は、川喜田煉七郎の店舗理論は“店舗は道路の延長である”という理論やねん。闇市でもやな、戸板並べてあれが店舗や言うわけやな。道路の延長やから……。

山田 ああ、そう言うこと。

大菅 勿論、ドアはあらへんわな。空調なんかが出て来て、今度は独立店舗になって来るやろう。だから店舗は店舗、道は道という様に分かれて来てるわけ。そこが大きく変わってますわね。ところがアメリカ村なんか行ったら、道路の延長みたいにあるわな。原点的な店ですわ。

それからもう一つ、JCDの中で一番問題になったんだが、店舗の設計家はもっと理論武装せなあかんようになってきたんやね。もっと理論を体系付けて創ってやろうとなったんや。ところが案の定、店舗理論言うのはね、非常に浮き草のように、人間の感覚なんて無責任なもんやから、変るからね。

この高さに商品を置かないかんとか……。機能主義と、取り易い高さに商品を置いてあるだけでは、普通の店なんてものでけへん。今の店は取り難い高い所に棚を作ってみたり、逆いかなあかんわけや。それで松田先生が言うた空間。非常に大事な事は、松田先生のこれは理論やけども、空間密度の問題。昔の高級店は、空間密度が粗かったわけ。ほんでいわずゆる、安物の大衆店は空間密度は密なわけで。濃いわけ。それでもって高級店・大衆店を差別化してたわけ。例えば、今は無くなったけれど心齋橋の『和光』なんてね、下にケースがあっただけやんか。全部吹き抜けやん。空気がゴツツイわな。90%位で10%位の商品が並ぶ。それが一つの店舗の理論やったわけ。料亭でも、そうやな高級店となると空間・アプローチが長い。ところが今はその理論も当てはまらへんわけ。店を見たって商品が見えへん店あんなからな。基本はあるやろうけども、その逆、行ってるのが多いわけや。

司会 まァ確かに、そういう事例はありますね。

大菅 それともう一つ、最初に流れを言うてくれはったけど、その中で一番大きく抜けてんのは、みんなショッピングセンターとかの施設ばかりで、商店街や個店がどう変わったかという事や。個店というのが一番盛んな時期やわね。ここ何年になるのかな？ 90年代までやわ。それで商店街は終わって、滅びて行くわけや。

山田 90年代も行っていないんちゃうんかな。

大菅 よう行ってや。よう行ってやな平成まで行ってへんねん。大体がね60年代で、1980年半ばになるのかな？

大菅 もう、その辺位からあかんねん。

郷力 “つかしん”が出来た辺り。

大菅 この辺から複合商業施設もあかんようになって来てるわけや。数が出来てきてるけれど、それがどんだけ流行ってるかが問題や。商業施設も89年迄で終わりや。『O-CAT』があかんしやな。あかんの一杯入ってるわけや。(笑い)この中も、ええのんあるけども、こちら辺からだんだん下り坂になって来てるわけや。商店街は完全にここで衰退してるわけや。

郷力 個店・商店街の衰退と共に、衰退していくと……。

大菅 そう、そう並行して……。

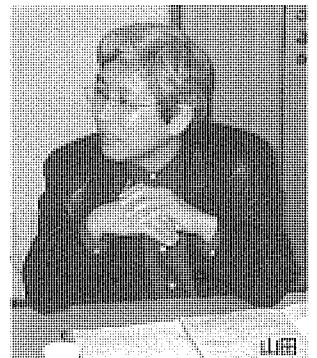
山田 まあ、そうでしょうね。基本的には……。

司会 これは、トータルな話なんですけど、その後新しいまちが少しずつポツポツと出来つつあると……。

郷力 その辺りは、若い人に聞いた方が、ええんとちゃう。(笑い)

司会 はい。ありがとうございます。次は吉岡さんから、商店街の今までの流れという話があったと思うんですが、今まで携わったお仕事の中で、特に心齋橋筋を中心として物販関係に携わってきたと思いますので、その辺を70年代位から、お話をさせていただければ結構かと思ます

大菅 一番良いときやね。万博前からな



1970～ 売り手との連携

吉岡 とにかく、昭和34年に高校を卒業して、就職に失敗して、割合苦勞してたんで、市立工芸高校の校長が松田先生の行きつけの飲み屋に行行って、そこで“こんなおるんや”という紹介してもらい、それじゃ“来てくれ”という事で行ったんです。初め先生の事務所を店舗設計だから瀟洒なビルなんかに入ってると思ったら、我孫子ですね。(笑い)“その路地曲がったとこや”と言われて、なんか崩れかけの工場があって、そこに住居とアトリエがあって、アトリエに入ったら何か新しい色んな物があるね。先生曰く、とにかく「大学に入った、否、店舗設計の大学院に入ったようにしてやろう。」と言われ、“明日からでも来い”と言われて行ったんです。やっぱり師弟関係、今では古い方かも知れませんが、濡れ新聞ちぎって掃除をして、鳩に餌をやって……。(中略)

先程、大菅先生の言われたんと、違うなあという気がします。形をそういう風に捉えた事は、僕らはあんまり無かったですね。完全に個人的なオーナーとの出会い、松田主義。もう、信仰みたいな物ですね。全国に、北海道から鹿児島まで松田先生のところで、婦人ファッション店をしたいという夢を持って、ほんまに出迎えが違うんです。(笑い)両側にズラッと立たれて入った事もありますし……。

大菅 その頃は皆そうやったよ。我々は……。上方から来はったってその晩は一番ええ料亭に連れてってもうて。これから自分らで商売するについて、協力して貰わなアカンという意識があったね。店主に……。今は、銭払ったら商売やん、いう感覚やね。

吉岡 満を持してるから予算もたつぷりですわ。松田先生に頼まな、いう事で……。松田先生は、形もそうですけども、ここはカットしてくださいね。表現は悪いのですが売り手のオーナーは大概女性でしょう。打ち合わせは前技やいうんです。本気に興奮さすんです。真っ赤に顔

を高潮させて……。

大菅 それは講演でもゆうてはったから、カットせんでも……。

吉岡 いや、いや。表現が悪いからね。この先生に任そうゆうて、ホンマに体を委ねるいうか顔を紅潮さす人もおりまんねん。それ位のつて来ると、先生は関西の漫才の乗りですね。とにかく物凄く乗せるんです。そのかわり女性との話もするし、僕は造形家というより落語家に入門したような気分で居りました。

司会 設計とかする前に、いろんなお話の内容が何か凄いと……。

郷力 しかも仕事に全然関係のない。

吉岡 いや、全部仕事につながる。だから、向こうは“こう売りたい”と言うのをハッキリ持っているわけです。売り手が……。あの頃は淡路島からでも来るでしょう。色んな所から風呂敷に商品を包んでね。“手を加えてあの人(お客様)に売りたい”“これを売りたい”と言うものを持って……。で、夜汽車で帰っていく。魂入っているわけです。『どれが売れ筋ですか?』って聞いたら、怒られたことあるんです。『私の売れ筋? 私の買って来たもんは全部、売れ筋や!』いうて……。それだけ魂入れて選んで来ている。だから、沢山ある商品のチョイス力が、商品になっているわけです。力持って来れば来る程、ええメーカがそこ取引したがる。とにかく、こう売りたいと言う意見が必ずありましたわ。少し話が飛びますが、今はメーカー側の店が多いでしょう。切っても血の出ない店が多い。(笑い)その頃は、その奥さんがアカンようになったら、ほんまに血が出るわ。だから、形を作ってるよりも、経営者の気持ちを形にする手伝いをしているという感じが凄くありましたから、意見の無い人嫌いでんねん。意見が無いわけが無いんです。しかし時々ありました、『松田さんに任したら大丈夫!』と、そんな人はええもん出来ませんね。フィッティングはこうしたい、フィッティングルームのカーテンでも、暫くしてから行ったら鈴つけてあったり、トイレのタイルに絵を書いてあったり、行くとんに良くなる店も沢山ありましたけど。ヤッパリ素晴らしい人がおたらええ空間出来るんです。間違い無しに……。店舗設計に形よりも僕らは売り手の話の中で、それやっ! て言うのつくづく思いましたね。こうした経営者がおたら、絶対に良い空間できる。そんな経営者、今一寸無いです。メーカーが作るから、売り手の物凄いのがおらへん。物凄く売り手と一つのドラマを創って行くという感じが、店舗設計にありましたね。だから殺到するんです。「虹のまち」出来たとき、18軒いうて来るんです。説明会行ったら風呂敷包まないかん。そうすると大菅先生言いはったように、白が流行ってて、この人も、あの人も白言うでしょう。白してくれいうの困るんですわね。

二兎追う者何とかよりも、ホンマニヤがアカンようになるな、という気がしました。心齋橋でも25軒やったのかな。松田先生いうのは機能主義全盛の頃でも「吉岡君、潜水艦みたいな店、うち作るけど、カモメ一匹とまらそう」とか、そういうことというのが物凄く上手いんですわ。

大菅 一寸補足するとね、松田さんが言うたんは、一番、感覚的機能いうわけや。感覚的機能でどんな事や思うやんか。例を出して言うと、水飲むのに、紙コップで飲むんと、ガラスの透明の綺麗なコップで飲むんとやったら、ガラスのコップで飲むわな。美味しいやろ水が。そこを言う訳やな。紙コップは機能的に割れへんし、ええやん。やっぱりそこは割れるガラスで飲んだ方が水は美味しいわけや。それが感覚

的。

吉岡 品揃え店がブランドショップ。メーカー、作る側が店を作り出したでしょう。そっちに主導権移って品揃え店が成り立たんようになったのが僕らの時代……。メーカーが物を作って安う売ったら品揃え店は立っていくもん失うてしまいますわね。店作りでメーカーの若い人と打ち合わせをするでしょう。僕は売り場の人と打ち合わせしたい気持ちが何時もあるんですね。売り場行ったら、大き過ぎる、小さ過ぎる問題があったり、こうやりたかったとか売り場の人の意見聞かへんから、繁栄してない。自分でそこまで築き上げた物でもないし、昔のそういう物凄く個性のある女性店主みたいな人との出会が無いから、やっぱりときめかへんですわね。ドラマが無い。潰れても平気やし、雇われのメーカーの若い人たちですから、本当に気合がたれへんから……。実質上一つのブランドを売るわけですから、大菅先生が言ったさっきの理論のようなもの、客だまりとか落ち着きとか、それを無視した事によって形が出来ていくでしょう。正面にレジカウンターを持ってくるなんか、絶対、松田先生の理論から言うたら、あり得ないけれども、ポーンとカウンターがある。それは一つの商品売っていく形で、形の方を優先して行くほうにズット流れて来ましたがね。何か血の通った売り手の意見、勿論、中にはあるでしょうけど、そういう昔と変わっていったんが、僕の70年から85年かなあという気がしますね。中には引き続いてやってはるオーナーさんが、未だ頑張ってはるのも事実です。ただ時代が悪くて去年の正月に聞いたら、店の改装は今年に延ばす、今年また電話したら余計に悪くなったって、そんな寂しい話を聞きます。

司会 ありがとうございます。それでは次に山田さんですが、山田さんは、物販と飲食の店舗が主になるかと思うのですが、75年から95年辺りのお話をさせていただけますか。

1975～ 潮流の変化

山田 僕は「高島屋」に勤めてましたから、当初は船舶のフェリーボードの内装関係の設計やとったんですね。物作りの方は、どっちかというインテリアより家具のデザインとか照明のデザインとか、そういうもの造り系から入って来てます。店舗関係が面白いという事でやりだしたのが喫茶店。コーヒー専門店がこの75年くらいから非常にブームになって来た。難波の「ウェイ」という店を最初に手がけ、その時に木と陶板ばかり使ったんですね。陶板も信楽に行ったり、瀬戸に行ったりしながら自分で創って、自分で貼るというようなことでずうとやりました。その当時、僕は初め1mm・2mmを追いかけるデザイナーのところにおったんです。工芸の先輩で福岡喜久雄さん。2mm・3mm追いかけて、えらい怒られた。僕の性格上2mm・3mmはどうでもええと言うような感覚を頭から持ったもんですから、その辺でやってきたところ、店舗が流行るようになった。僕が思ったのは、店舗というのは完全主義的な店というのは流行らん。それよりも何か抜けたようなデザインいうか、“しもた”とか“あつ失敗した”という店が流行るとるんですね。そうした店作り、喫茶店をずっとやって来ました。その時に思ったのは、喫茶店で三ノ宮に「G線」という早川良雄さんデザインの正面をグリッドにしたデザイン。それから今の南街会館、南街劇場の裏に「モカ」。ブラジリアンローズを貼ってある。

大菅 ¹⁰松井さんの設計や。

山田 うん。あの店に憧れて、ああいう感覚や、それから「スワン」。そういう店を作ろうという事で、ずうとやとったんですよ。その当時の喫

茶店いうたら、彫刻のロココ風の「BC」とか、音楽喫茶とか色々あったんですね。

大菅 音楽喫茶なんか、物凄い時代前やろう。

山田 そうそう75年くらいですわ。逆にいえば僕のデザインというのは、自分で作ってゆっくりやっていこうと……。まあ、言わば自分の思うようなやつを手で作ろうと……。

大菅 楽しんではんねんや。

山田 楽しんでました。楽しんで作っとった。その当時、75年から80年くらいは、それが出来た時代ですわ。言わばそこそこデザイン料くれるし、そしたら、じっくりやろうという感覚で一軒ずつ、一個ずつ手作りで作ったという感覚ですわ。

僕が急に変わったのは「阪急ファイブ」が出来た時です。僕が初めて「ビレッジファイブ」という服屋やったんです。あの当時Gノンのビレッジファイブは物凄い注目されてね。ジーンズでは、よう売った…。そこからファッション系をやり始めた。ファッション系の流れが変化して来たのは、松田先生のやっておられた部分から、メーカー志向に変わって来たのは、あの阪急ファイブの時代からやと思いますわ。

大菅 それが一番ハッキリしているのが、ワールドや。

山田 あの当時、セレクトで色々品揃えでみんな頑張ったんです。阪急ファイブくらいからメーカーがブランドとして出て来てるんですね。その当時、リックの後藤さん、原さん、それから鈴木さん。あの辺りがリーシング屋の感覚で出て来たんですね。それもショッピング、ファッションビルを造った一つの要素かも分からんけど、これも良いのもありやあ、功罪でもあって悪罪でもあるんかいな、という感じがしますがね。その辺のところ、どうも分岐点みたいな感じがしよるんです。

僕のファッションの分岐点は堺「アップル」です。あそこで僕は喫茶店を一軒やって、飲食から一気にコンペで逆転したみたいな。カジュアル店が10軒くらい一週間に来たんです。今の「ドノバン」や「モクモク」や「マリアテレサ」とか。その当時、思ったのは今までやっとな飲食というのは、手造りで、時間を掛けて3カ月～4カ月くらい掛けとるんですね。最初の店作りでも1カ月半くらい掛けて、工事やっとなわけですね。それがファッションになったら2・3日で図面書いて1週間で出来た。2日で出来るちゅうような感覚で、ビレッジファイブなんか2日の定休日でも全面改装したりやっとなですから、そんなんでも出来んねんと思った。でも僕がやっとなファッションでも、手造り的な要素のファッションの店をその当時はずっとやっとな。そこから逆にいえば、いま間宮さんらがやっとなような感覚の部分には、阪急ファイブから移ってショッピングセンターに、そして個店の方に移って来てるんです。アメリカ村もその位から徐々に芽生えて来ている時代ですわ。アメリカ村がポツポツと出来てきた。

大菅 当時のアメリカ村いうたらな、いわゆる道路の延長上の店。

山田 そう、そう。道路の延長。

大菅 鬧市みたいな店ばかりやな。今は綺麗な店できてるわな。

山田 まあ、アメリカ村自体は、そういう形が出てきた。その辺がファッション雑誌の「アンアン」・「ノンノン」から「オーブ」が出てきて、年齢層も若くなってきてアメリカ村が変わって来た、というような流れを感じますね。大体そんなんかな。

司会 はい、ありがとうございます。次は郷力さんをお願いします。

85年から今までと言う事で……。郷力さんは個店も多いのですが複合商業施設も色々やっておられたので、その辺りも踏まえてお話

して下さい。

1985～ 複合商業施設の台頭

郷力 じゃあ、私の商業施設との始まりをお話させて下さい。

最初、私はあまり商業施設に携わるつもりは無く、展示系の会社に昭和40年ですから1965年に卒業し、そのまま入社して約5年後に大阪が大きく変わった千里万博があったんです。当時万博なんぼするんかなあ、と思ってた駆け出しの時代だったんで、殆ど縁も無くしてスイス館のコラムの図面を一枚書いたきりで万博は終わりました。万博が終わると大阪の街もごろと変わり、見本市も少なくなり、どこへ次の柱を持って行くかという事で、商業やるしかない……。当時、商業施設というのは、うちの会社は出遅れていました。量販店も時々あったんですけど、百貨店が主流だったんです。専門店を専門にはやってなかったんで、丁度インテリア部が出来てから“攻めようじゃないか”という事で蔭山さんと一緒に始めました。

大阪ですと“虹のまち”が凄かったですね。吉岡さんの話を聞いて、私も丁度あの辺りから専門店を集中的にやるようになり、雑多なアイテムを大体やりました。私自身やってないのは、博覧会と病院ぐらいで、他の業種は大体一通りやりました。色々ありましたが結局、徐々に好きな部分もあって飲食店にはまって行くんです。

70年代の終わりディスコが結構ブームになってまして「スタジオ・ムッシュ」を3日位でやったんですけど、これが大当たりして、こういう商売もあるのかなというのがありました。

司会 「カマヤツ」さんのね。

郷力 そうですね。ムッシュがやって来て、これ何とかならないのっていう物件だった。あるものを殆ど使い、3日位で現場をやったってのがありました。当時「ウシオスペース」さんが大阪に来られて、システム的でちょっとエンターテイメント性のあるようなライティングを上手く使って、大当たりしてね。今度は内田裕也さんの「ジェイル」っていうのをやったんです。確か80年です。これも、同じビルのフロア一違いでやって、これも話題を提供したんですけど、結局お客は来るんですけどもタレントに全部持って行かれちゃって、ビジネスとしては余り上手く行かなかったです。ディスコの方が儲かるなという感じだったんですけど……。ですから、守備範囲は広くやりました。次は百貨店も設計せなアカン言うことで、80年代から百貨店の方に約10年位、八尾西武筆頭に営業活動してました。ある日、突然“1,000坪やりなさい”と言われて今まで100坪位の店をやってたんだけど、1,000坪となると、突然どないしようかなというのがありまして、東京の魚成さんとかに教えていただいて、百貨店をやりました。それから、複合商業施設が来まして丁度80年代の半ばから90年代、もうラッシュでした。大阪は結構物件が多く、毎年ビルが建って来てて私が関係した物件でいうと「ツイン21」とか、「IMP」とか「新梅田シティ」とかに繋がって行く中で、もう不景気は始まってましてね。90年代バブルは、もうコケてました。

新梅田シティは、僕がいまだに印象が深い商業施設で、一年間リーシングの手伝いをしながら、先に設計図を書いていくらパブリックのパスで見せても駄目だと言われて、パブリックを先に造ってしまって、それから現場を見せてリーシングをやるんです。新梅田シティの地下の食堂街ね。

大菅 あの、井戸あるとこかいな。

郷力 神社があったり、色々あったりするやつね。昭和初期の住居を造ろうという事で、あれ、本当は手探りでやったんですけど、オープ

ン時は三区画ぐらい空いてたんです。93年・94年ですかね約1年位のうちにだんだんに埋まって来て、いまだにどっか言うところの町工場の持っているマインドをビルの中に、管理された社会の中に入れて行こうという発想だったんです。建築関係で「積水ハウス」の方なんですけども、ある意味で商業を割合正しく見てられるなと思ったんですよ。商業の専門家としてやるんじゃなくて、住宅開発会社だったんだけど、生活感覚としての街を造ろうじゃないかという事が凄く現れていて、一緒にやって面白いなと思っていました。本当に入ってもらう店はそのオーナーと、トコトコ話をしておいてもらうと……。単にビジネス感覚を超えてる部分があるね。それが一番良かったと思うんですよ。だから家賃の事でも条件を合わせて変えて行くし、それから“定休日も各店でいいですよ”“同じ水曜日に休まなくていいですよ。風邪をひいたら休んで下さい”という感覚なんですね。全く商店街をビルの中に入れようという事で、いまだに良い経過を辿っております。やはり単位としては総面積で750㎡。少ないんですけどね。単位としては、7坪ぐらいの店が多いです。だからやっていると退店が無いんです。ある意味で成功例と言えんじゃないかと思えます。

大菅 それ何年？

郷力 これがね、93年なんですよ。本当に不景気だったですよ。この時代は……。

大菅 ハーバーランドと一緒にやね。モザイクとか……。

郷力 だから、失敗する再開発とかが多かったんです。この時代、みんな出来るんですが上手く立ち行かない。それがずっと90年一杯続くと思います。もう、3年位で目途が立たないとかね。これ以降、そういう意味では開発者としての姿勢がやはり要るんじゃないかなあと、思いますね。

デザインのテイストの話は、時代が要求するからこうしようというのは、あまり好きじゃないんで、どっかいうと、逆らってる所があるんです。

吉岡 それは、ちゃんと時代があるから逆らえるわけで、逆らえる部分のお陰やね。

郷力 ま、そんなスタイルでやって来てます。

司会 はい、どうもありがとうございます。それじゃ最後に間宮さんに85年辺りから今までを……。



1985～ みせ、まちのはじまり

間宮 僕の場合は、この年表には載ってこないですね。殆ど……。僕がやり始めたというのは、どちらかというところデザインとかいうよりも、本当に自分自身が街の気分というか、街に遊びに行きたくてそういう店をしたいなあと、ちょっと違ったところから入って来てくると思うんです。もともとこの業界に入ったのは、「日展」に就職して、ここで八尾西武とか“つかしん”とかやらせてもらったんです。その以前から、アメリカ

村というものが出来はじめた時、例えば東京に行けば原宿とかお店自体がどちらかというところ店舗設計という範囲ではなくて、アメリカから本当に持ち込んだ文化とか、ヨーロッパから持ち込んだ文化。そういうものを、お店の方のセンスで造って行く事が始まった頃だったんですね。

日展で百貨店関係をやっていたんですが、自分としては進む方向が違うという事が2年位で分かりまして退社しました。そこから、その当時ジーバックという個店専門にやられているデザイン事務所へお世話になって、その中で僕自身がアメリカ村とか、そういう街の中に出てくるお店から色々刺激を受けて、その延長上で独立して、逆に色々な立派な設備・施設とは、全然違った所でずうっと仕事をやっているんです。一番初めにおっしゃられてた形を造って行くところからデザインが始まって来ていると思うんですけども、空気感とかそういうものが今求められる時代かなと……。

形というのは色々変化していますので、造っても直ぐに古くなって行く。でも、何かそこでする一つのムード、空気感、そういうものを逆に僕らプロとして造って行かないといけないなと思っている。それには本当にキチッとした導線の計画であったり、ライティングであったり、色々な要素がはいっていると思うんです。何か、そういうものが今、求められている。ワールドさんの仕事をメインでやらせて戴いているんですがワールドさんなんかは社内に専門の設計者がおられて、商品を守るためのノウハウがあるわけです。棚の高さであったり、そういうのが完璧に出来ている訳なんですけども、結局それでは物が売れない。やはり街のそうした気分みたいなものを店舗に出して行かないと売れない……。そういうことで、逆に僕らのところに、そういう企業からの仕事がいま増えている状況なんです。その中でアメリカ村に携わって、いろいろ教えてもらい、南船場という街が出来てきて、その中で僕が事務所を構えて色々仕事をやらせて戴いている。また今、堀江地区は、行政とか企業とかが造る施設と、それとは逆に、本当に個店が造っていく街が増えてきていると思うんです。多分いま並べて行くとその辺の何軒かは、いい形で残っていると思うんですけども、殆どが苦しい状態だと思うんです。僕もそういうところでよく話をするのですが、何がそういう風になっているかという、多分こういう施設には凄く良いデザインをして、お金をかけて創り上げてしまうと、先ず変化が無いと思うんです。

一つ「クリスタ長堀」なんかを例に挙げますと、南船場とアメリカ村の真中に、こういう施設が出来た。素晴らしい物なのですが一度行くとか何年間には変化はしないわけですね。逆に雨の日も晴れの日も、冬も夏も全く同じ状況で展開されている。そこに今の面白さが無くなっていくのではないかなと。例えば南船場というところに、一軒の店がポツンと出来ると、今まで行った事が無いのに、その店がある事によって違う街が発見できたり、本当に1ヶ月の間にまたお客が出来たりと……。だから行かないとついていけないという状況。

多分いま凄く大きく変わっているのは、昔は情報というのは、映画とか音楽とかが凄く主流だったんですけども、いまはお店というのが情報の主流になって来ていると思うんです。その中のメニューであったり、スタッフであったり、そういうことがだんだん文化みたいになって来てて、逆に僕らが設計者としてやっぱり一番ついて行かないといけないのは、何かそういう早さですね。デザインで勝負するのではなくて時代の流れを読んでついていくのではなくて、引張って行くよ



うな仕事のやり方をして行かないといけないのかなとは思ってるんですけど……。

司会 もう少しその辺を聞きたいのですが、例えば南船場とか堀江とか、間宮さんがそこである程度仕掛けるような事が出来たという事は、多少はあるんでしょうか？

間宮 そうですね。例えば一個の倉庫がボンと空いた。そこへお店をしようという発想は、もうオーナーがお持ちなんです。それは僕らが仕掛けるような物ではなくて、その会社自体が、じゃあこの場所で、こういう物件があるから、こういう物をしようという絵を描きはるんです。それを僕らはその気分を具現化するという。ですから売り方であったり、導線であったり、ある程度のことは本当にオーナーさん自身がお持ちなんです。それを要は表現する力が未だ無いわけですね。それを僕らがやってるわけです。

山田 街というのは、いま間宮さんがやってるような自然発生的に出て来てね、ずーとやっとなのは、ええんやけど、そこに企業が仕掛けてドンと入って来よるんです。

大菅 半分以上もう企業やろ。あっころもう。

司会 ほほ企業です。

大菅 アメリカ村の最初の頃は、非常に個人的な店が多かったけども……。

間宮 企業が逆に上手く利用している……。

大菅 便乗してるんやな。

郷力 本当に生活している人じゃないね。

山田 そこが、これからの街の課題の一つです。住が遠のいて来たからね。

間宮 今、僕らは本当にどちらかというと、建築カラーの仕事の方が半数以上は占めています。土地があって、どういう物を造りたいかという事を、まずメーカーが考えて店舗という感覚。僕もぶうっと店舗ということで仕事をやって来たんですけども、最近、色んな話をしていると何か店舗を造るという感覚が、あまり無いですね。

山田 空間を造って行くって感じやね。

吉岡 何か、集客するとか……。

山田 そうそう、空間つくるって感じで、店舗つくるっっちゃう感覚では、もう無理。

変遷から展望へ

司会 ここまでは一応、年代毎に皆さんの仕事を介して具体的な歩みをお聞きしたんですが、これからは過去の変遷も交えてディスカッションをしていただき、これからの展望を語っていただきたいと思ひます。

先ほど、皆さんのお話の中で時間軸、とりわけ間宮さんのお話にもありました情報軸や空間軸と流通構築とか、いろんな流れが確かにあったと思うのですが、その辺りの話を少しお聞きしたいのですが……。

例えば、SCが空間を提供すると言うことは、ある程度時代の様々な特性が出てきているのですが、それが皆に迎合されるかと言うのは決して無いわけで、3年・5年経って行くうちに、その時のコンセプトと合わなくなって行く。空間は構築すればする程あまり変わらないという、お話がありましたが、いま以上に一つの空間をデザイン(創造)するという話が出てたので、皆さんからもその辺りを含めてお話をいただきたいと思ひます。

山田 SCというのが今まで来た中で、将来的に大きく変化、二極分化するんちゃうかな。というのは最初、阪急ファイブ、三番街が出来ましたよね。あの時、みんな驚きですわな。地下に川が流れること。あれだけの商業集積が駅の下に出来るということ……。

今、郷力さんがいうとったIMP。あれも考え方を変えたショッピングセンターです。コンセプトとしては、今までのショッピングセンターと違うやつですわ。逆にいうたら、ここにも書いてあるように長浜樂市あるでしょう？ あの当時、時代を変えたんですよ。あの考え方というのはショッピングセンターに大きく影響を与えた。IMPもそうやし、それから新梅田シティの郷力さんがやった下のあの街もそうです。最近フープ以外にショッピングセンターって大きく変えて来るっていうのは無いような気がする。間宮さんがやっている南堀江の個店の集合体が街として面白い。面として面白くなって来た。それが全体のショッピングセンターになってるような……。

郷力 そう言うことでしょうかね。発想的には……。ビルの中にあるいうことが、いやなん違うかな。

山田 そうそう、空が、自然の、街の中に入って来てるという。

郷力 路面感覚になって来てるんですね。

大菅 ほんでな、今までのSCどこ行っても一緒やねん。どこ行っても同じなんは、みんなにも責任あんねんで……。

山田 責任あるのは再開発やで……。

大菅 基本的にいうたらな。もっと責任あるのはな、建築もゼネコンも、何かスペースあれば商業施設や……。駅前なんか第1・第2・第3ビルの商業施設。アホの一つ覚えや。リーシング屋いれて無理してテナント入れて業者儲けて綺麗に出来て、直ぐベシヤンとなるわけや。そんなんが繰り返してるわけやろ。それから一番問題は、ゼネコンとか資本家とか、空間を貸してるな……。

山田 箱もんを造って来たいうことです。箱もんを……。

大菅 それが問題や。箱とかスペースをな……。それで場所貸してやな、それでダイエーとか皆アカンようになって来るわけや。

山田 そやからね、二極化してると思うんです。店として……。

大菅 今の時点でやで……。これから先は知らんけど、今の世代ではもう終りや。ショッピングセンターみたいに集団で車で行ける大きなこと、コンビニエンスと、この二つで世の中賄うてまうわけや。商店街のおっさんやおばはんのところで買えへんもん。

山田 空堀通りなんかも、苦戦しとるわけや。

大菅 空堀とか、粉浜・駒川。生き延びてる商店街は全部市場や。生鮮食料品のある商店街だけが活性化している。昔みたいに呉服屋を中心にしたようなファッション関係の商店街はダメ。心齋橋見て

みいな。

山田 心齋橋はちよとね……。

大菅 極端な例やな。そやからな、行くところまで行ったらええと思うねん。それでしょうもない国の補助金。補助金目当てにする店主も悪い。私らその補助金をまたかじってな。

司会 商店街もやっぱり、今までの商店街は、そう言う事ではないなあ……。

山田 僕の思うのは、店舗で物を買うという店と、情報を買に行くという店とに大きく二つに分かれてくると思う。もう買うのは今やったらインターネットで買うのもあります。

大菅 松田先生が生きてた頃に、もうアカンいうててんもん。もう皆買もんに飽いているというわけや。そこそこ物持ってるし、家には一杯貯まってるし、もう買もんすることに対して、減退してるわけや。

大菅 だから、若い人を上手く狙っていかなアカンねんけどな。俺ら死ぬ間際やから買うもん無いけどな。

山田 南堀江や南船場でも行く人は、やっぱりそこでぶらぶらしながら、うろうろして、その空気味わいながら、店入って休憩して、何か物見ながら、気に入ったら買うというような感じ。

郷力 時間消費型ショッピングセンターで言われてるけど、あれなんか街の情報と繋がって行くのかな。

山田 と思う。街やと思う。どこどこさんのあの店行ったら……。

大菅 情報って言うたら、今の世の中通るから、今の流行り言葉であってやな、非常に具体性が無いと思うわ。

山田 まあ、言わばね街のお噂ですわ。

大菅 ある計画言ったてな、決まってあんねん、出てくること。コンセプトに、風と緑のまちとか……。

山田 それは先生、コンセプトの……。グラムなんぼの世界……。

大菅 ○書いてちよんて……。どこ読んだかて一緒や。

吉岡 間宮さんの出してる空気感みたいなものが、デザインとして継承されて行ってるような街へ行くたびに、何か出来たり潰れたり、自然感ですね。それも空気の一つ思うんですけど。

大菅 もっと基本的なこというたら、今の需要に対して商業数が多すぎるねん。飽和状態やねん。

吉岡 埋めるのに無理して埋めて行ってるからね。

大菅 せやから、こっちオープンして満潮になったら、向こう引き潮や。全然人おらへん。また、こっち出来たらパーッと満潮になる。

吉岡 メーカーさんが、そういう空気感を持っているのは経営者が、数もあんまり持ってないけど感覚の良い店、出来ませんね。

司会 そうは言いながらも、若者というのは何時の時代でも流れをリードして行く。一つのスタンスで……。

大菅 だからな、昔はちゃんと大人がおってな、若者が合わせて行ったわけやな。今は大人がおたって排除される。(笑)逆に、大人が若いものに合わせ言うわけや。言うたら迎合してるわけや。

間宮 多分ね。大人の仕組みみたいなものが、もう皆、色々と感じていると思うんですよ。こういう商業施設に入ろうと思えば、高い家賃を払って商品を売るにしてもたかが20坪じゃないですか、でも、その為には宣伝費があったりパブリックがあったり、そう言う事も全部入ってでしょう。それを皆気づいてると思うんですよ。本当に集客あるのかどうかいうたら、やっぱり不安なところもあります。凄く立派なものを

建ててもらってそこに入って客呼んでもらうよりも、例えば、その辺に椅子とテーブル並べて、そこでカフェやったら、何百分の一で商売出来るわけで……。

大菅 元かけんでええからな。

間宮 多分、今、商売する人達は、そこでも頭に中では、キチッと計算が来ていると思うんですね。

大菅 それが、今、一つの傾向やけどもな。堀江の店見てたら、いかに入りづらいようにしたろかという店が多いで。

間宮 やはり若い子は、そういう店に好奇心があるんですね。僕らはだんだんこうなって来ると、好奇心が無いからそこまで行きたいという気分にならない。彼らは行っても何があるか分かんないけれども、取り敢えず暇とお金は無いけれども、好奇心があるからね。その違いだと思うんですよ。ですから、こういうものをこれから造って行くにしても、別に子供相手にしなくても、大人がそこへ来るような物を造れば来ると思うんですけども、逆にこちら若い子に合わせ過ぎているから、ファミリーとか……。

大菅 あなたも合わせて来てると思う？。

間宮 しますね。別にそこへターゲット持って来る必要は全く無いと思いますけども。若い人は街として、横に広がって行っていると思うんです。ターミナルからどんどんエッジの方へ向かって行って、エッジが面白いわけですね。誰も行かなかったから、エッジが面白いか言うたら家賃が安いわけです。家賃が安いと面白いことが出来る。そこへまた人が来るという。それは若者の特権で、それで良いと思うんですよ。逆に、だんだん年配の人が増えて行く世の中になって来たら、ターミナルは逆にそういう人達を集めて行ったら良いと思うんですよ。だから、若い人達は横、年配の方は縦に積んでいく。駅の上にショッピングセンターがあって、その上に住居があると……。だから本当に横に動かなくても、縦のエレベーターの移動だけで生活が出来るような……。

吉岡 そんないややで、それは嫌や。

間宮 楽しいと思いますけども。

司会 そういう人もあるし、やっぱり一つは、利便性の良い事が都心として良い所に皆戻ってるんですよ。郊外型の住宅から……。

大菅 最近の傾向はね。例えば、今のターミナル型？ というのは考え方として丁度ええわな。ところが、空洞化してるわけ。例えば難波の地下街行ってみ、哀れなもんやで今。あんだけ隆盛を極めた難波の地下街が。あんな高島屋の下にありながら、もう忘れられてるわけや。そういうのが、あちこちで出来てきてるわけやね。

間宮 その発想やったら、例えばナビオの三階から上を億ションにした方が良いと思うんですよ。

山田 僕もそう思いますね。上を全部マンションにしてね。下にちよと……。

間宮 ホンマのお金持ちは、全部住むと思いますね。

司会 そこで、映画や劇場や……。

山田 今、そうなりつつあるんです。

大菅 昔からそう思ってるよ。マンション住むのに宝塚の山奥行ってやで、あんなとこのビル棲まんでも、マンションなら市内でええと思うわ。

山田 昔から、やっぱり、我々の世代の人間いうのは、一戸建てに皆さん憧れたんです。緑があって、庭があって一戸建ていうのに憧れた

んです。で、郊外へ出たわけです。そしたら、たまたま郊外にショッピングセンターも……。

それが年をとって来たから、逆にいうたら市内の方が家の手入れも要らんし、中だけで良いし、医療設備も全部、医者も周りに直ぐあるし、下へ降りたら買い物も直ぐ出来る。遊びに行く時は、海外行こうが、旅行行きや自然と触れ合えるわ。

今、大阪でも大川沿いとか、あの辺の若干緑があって、そのところには、億ションがぼんぼん建ち出しとるのはそれですね。市内ではど真ん中だから僕は梅田のど真ん中にオフィスビル建てるより、総合的にマンションを建てた方が……。

問宮 恐らくマンハッタン面白さというのは、そういうところですね。

大菅 何で、大阪がアカン言うたら、住んでへんからアカンねん。夜間人口少ないで……。心齋橋なんかでも減びるのは、誰も住んでへんからやな。

山田 今、商店街が悪くなったのは、そこなんです。

問宮 通勤時間に1時間以上かかる、その時間を要するに消費すれば、皆良いわけであって、そういう風になって来ると思うんですけどね。本町なんかでも本当に、今またマンションが出来て来ていますね。大学の先生とかも色々言われてる中には、もう一度船場に人が住める大阪を目指して考えないと、街が面白くならない。マンハッタンとかパリに行くと、全部上がアパートですね。街角のパン屋でパンを買って歩いて帰ると、友達が来たら食事に出たり……。

司会 そろそろ纏めに入ります。(笑)

今、話が幾らか出てると思うのですが、やっぱりまちづくりでも個店から商店街というような話と、それから、創られた仕掛ける街というものもあるし、自然発生的な街の広がりもありました。やっぱり、人を引きつけるというのが、一番大事なことなんでしょうね。結局は皆逃げてしまったわけですから、それをどう再構築するかということ。今度、我々が建築家・設計家とパートナーとなり商環境を創って行く時、方向性は色々あると思うんですが、国や官庁に対して、又は一般の人に対して、我々グループ全体なのか分かりませんがその役割・可能性とか何か方向性を少し……。

山田 言わば、仕掛けた街あるでしょう？ 仕掛けるもの、仕掛けたところというのは、やっぱりエネルギーが凄く要るんですよ。人を集めるのに。で、短期間で終わってしまうんです。自然発生的に出来たところは、案外とエネルギーが少なく長続きしてる。だんだんパワーアップしてきてね。やっぱり、その辺のまちづくりの中であるんちゃうかな、というのは大阪でも、ウォーターフロント計画がことごとく失敗してるでしょう。全国でも殆どウォーターフロント計画が失敗してますやんか。あれは、埋め立てて人間が創って自然を破壊してやったやつに、商業施設や何やかんや上物を創って進めて行くというタイプが、皆しんどいんですよ。エネルギー掛け過ぎて……。

今、やってんのは古い街並みの商店街とか、長屋があって、そこにお金の無い若い子がポツポツと何か面白いもんやり出したら、私もやるわってなもんで、だんだん、だんだん広くなって来て、それが今エネルギーが、ぐうっと固まって出て来よるんです。

僕は、さっきの話やないけど、やっぱり学生の学校、大学を郊外へ出したのが一番の大きな間違いで、失策で失政です。やっぱり都心にああいうエネルギーの塊を置いておくべきやった、本来は。そしたら色んな面白い、ごちゃごちゃとした、ごった煮の物が出来て

いっとんちゃうかなと……。アメリカのニューヨークが面白い面白い言うけど、あそこもごった煮です。基本的にはごった煮です。あれを行政のもんが視察に行つて気づいてないのかなという感じがするんですよ。

司会 郷力さんはどうですか？ その辺から行くと我々の参画出来るものとか……。

郷力 今みたいにインフラの問題は、相当ね。産業構造と行政のインフラの問題は、大きいと思うんですけども、何か、そこまで、我々が一気に物が言えるかと思ったら、なかなか難しいと思うのですが、自然発生的な事とかがあると思うんです。そういう切っ掛けをキッチリみつけて、より正しい方向へちょっとでも我々が努力をするっていう事しか無いんじゃないかなと、私は思うんですけどね。

例えば、大きな流れが変わって仕舞うから、基本的に言われているまち・まち・市という発想なんですけど、その辺り原則は変わらないんです。言ってみても、これを外れるのは、やっぱり無理があるんで、その論理は軌道修正して行くと言う事にパートナーとして努力をするしかないんじゃないかな、という風に考えてますけど……。

司会 吉岡さん。

吉岡 今、郷力さんが言われているのを、ちょっと飛び越えて、何かしていくのは難しいなあと思いますね。だから自分の傍にある納得の仕事や地道に確りや行って、そういう集団として協力して行く。そういう作家がかったのが設計家協会としての位置付けぐらいで、なかなか方向を出して何かをするのは難しそうに気がしてますね。

ただ若い人で、こういう職業してはる人は話を聞いて何か触発される、そういう集会は必要ね。この職能というのは、一線で活躍している人の話を若い人が聞いて、そこで色々判断するいう、意味の強い繋がりが欲しいですけどね。会が何かそういう“力”も無いような気がしますね。

何か方向性をつけて、もう行くところまで行ってしまて、これから如何するかいうのも、なかなか難しい。公共都市と一緒に、ようけビル創って、空間つくって、店舗設計する。誰かが吹き溜まりや言いよったんです。店舗設計家というのは、建築家くずれ、グラフィックデザイナーくずれ、僕らもくずれですわ。

商業空間沢山創って、箱が出来るから、そこへ取り敢えず参加するでしょう。明日にでも内装屋出来るんですね。出来ては潰れ、出来ては潰れ、僕らの全盛期というのは、松田先生の時に年間125軒ですわ。そういう時代は、店舗がもう出来過ぎて、自分で首締めて来てるような事になってる。業界も、もうちょっと整理されても良いような気もするんですけども、見えへんねん。

司会 問宮さんが、今までやっておられて、これから言う事や、問宮さん自身の展望でも良いと思いますが……。

問宮 勿論、僕らは設計と言う色々な技術を持って仕事をしてるんですが、何かこう世の中に大きな影響力をやっぱり創って行かないといけないと思うんですね。それだったら、店が影響する力、そういったものも含めて、色んな事をやって行かないと、ただ単に箱を与えられて、商品を並べるだけの棚を作ったり、人が座るだけの椅子とテーブルを並べていきやあ、何の文化も発達しないですし、そこに何か違った物を入れて行かないと、と思ってるんですけども……。

司会 話はずきませんが、時間が来ました。この辺りで「商環境の回顧と展望」と題する座談会を終えたいと思います。

本日はお忙しいところ、ありがとうございました。

出席者

J C D 山田支部長・里吉副支部長・白井理事・郷力理事・

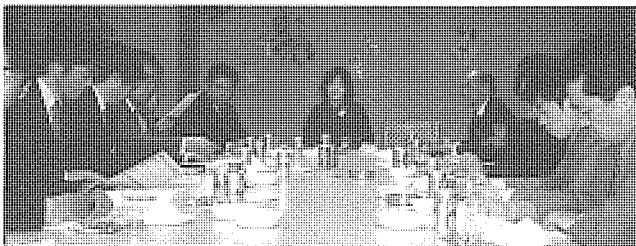
亀井委員長・神戸委員長

賛助会員 (株)遠藤照明 細井秀人・(株)キノシタ 木下喜量・小泉産業(株)下村一博 光沢啓逸 水谷知世・(株)タジマ 斉藤芳一・太陽工業(株)藤原充・大光電機(株)辻純子・東リ(株)森島晃・マックスレイ(株)永井一夫 松川龍央・松下電工(株)今村正樹・ヤマギワ(株)吉田長則

JCD40周年にあたり、関西支部機関誌「JCD-kansai」第51号を記念特集号として発刊するに際し、協会と賛助会員企業の方々と関り、日頃おもてられる様々なご意見をお聞かせ願いたいと考え、関西支部組織委員会と情報委員会の協力で、本日の談話室を開催させていただきました。

最初に山田支部長よりJCDの会員動向や協会本部および関西支部の活動と将来像について、また各担当理事より支部委員会の活動内容の報告があり、神戸情報委員会委員長の司会により賛助会員企業10社・13名の参加を得て談話室がはじめられた。

(郷力憲治記)



支部長 今日JCD40周年を記念して、当協会関西支部の機関誌JCD-kansai51号を記念特集号として、通常の2倍の頁数と発行部数により発刊したいと考えて、現在情報委員会を中心として編集作業を進めております。日頃はJCD関西支部と密接な関係の中で、ご支援・ご協力をいただいている賛助会員企業の皆様にお集まりいただき、JCDに対する様々なご意見や会員と賛助会員企業としての関り合等について忌憚のないご意見をいただければ幸いです。

JCD 賛助会社としては企業メリットにつきると思う。数字を出さないといけぬ。賛助会員情報や商品開発にモニターとして我々JCDを利用していただくと思う。特に若い人の意見等…。

JCD 関西支部100名の会員を利用してほしい。

賛助会員 会員名簿はどうなっているのですか？

賛助会員 JCD-kansaiは知っているが、名簿の存在は知らない。(赤い表紙のこと)

賛助会員 ディスプレイ関連の商品は出来ているがどのように伝達したらよいのか？

JCD 我々受手側の情報・広報を会社の中でやってほしい。

賛助会員 クリスマスディスプレイの傾向など、トレンドを教えてください。

JCD 会員の紹介は出来る。

賛助会員 会員ニーズによる商品開発を考えているので、ぜひご意見をいただきたい。

JCD 商品開発のコンペティションをやっているところもある。

JCD 以前は多かったが最近減ってきている。

賛助会員 コストバランス上コンペは難しい。

賛助会員 同業他企業とのパッシングは避けられない。

賛助会員 傾向と対策にかかっているが、使ってくれないと困りまんねん！

賛助会員 ビアパーティに出席する人は決まっている。若い人との接点があるからのセールス。若い人が出てこれる協会活動をしていただきたい。100人は何処にいるのですか？

JCD メンバーの仕事を中心にパーティ会場の設定をしているが？若い会員も最初は参加していたが続いていない。

JCD 若い会員の活動も変わってくると思う。30代世代は協会よりも自己中心主義で40代にならないとわかってこない(世代交替が問題)。デザイナーだけでは協会はやっていけない。自分から参加していくよう指導している。

賛助会員 若い世代の人は何をしてほしいのか？

JCD JCDとしてはスターを育てたいと思っている。

賛助会員 商業施設士会の講演で赤松先生が「仲間だから言える話」といっておられたことがあった。JCDしか知らない話やJCDからの美味しい話、等いただけると良いのですが？

賛助会員 個別の話というのは受手の営業センスではないですか。

JCD 協会はフラット、賛助会員もフラット。ヒエラルキー型からネットワーク型へコミュニケーション、情報の流れが変わってきていると思う。

賛助会員 メリット論、エサを播いてほしい。3ヶ月先の情報を開示している企業もある。やはり若い会員の情報がいただきたい。

賛助会員 JCDがんばれ！賛助会員がついて行けるように、JCDデザイン賞をめざしている若い人、時代についていけるようお互い頑張りましょう、活性化が何よりです。

賛助会員 営業担当からの情報よりも、情報のオープン化による会社へのリターンをしたい。

賛助会員 物件情報のこともあるが、団体としての立場、広告の場としてJCDを位置づけている。

賛助会員 メリットはJCD会員が仕事を獲得していただくこと。基本設計段階、実施設計をとられる場合もある。デザインの流れ(トレンド論)で良いのでは…。

賛助会員 自社のカタログ作りがマスターベーションになってしまう。JCDの若手の仕事についてはいけないところがある、コミュニケーションが必要です。コンペティションは個性がぶつかって難しい。

賛助会員 賛助会員がネジを巻かれる。話のポイントがわかってきた。勉強しなければ！

賛助会員 個人的な立場としては話が聞ける場所にしてほしい。

賛助会員 今秋、カーテンの新作をやるのでよろしく。トレンドのヒントを知らせてほしい。

賛助会員 談話室には今回が初めてなので堅苦しく、垣根が高いと思っていたが、皆さんが言いたい事を言っている。活性化の意識が理解出来ました。

賛助会員 個人的な意見としてシンポジウムやコア・トークへの参加者にかたよりのあるように感じています。

副支部長 JCD特別委員会では昨年6月の支部集会において、40周年記念特集号発刊のための「仮想オークション」で会員・賛助会員の皆様よりご寄付をいただいたり、支部委員会の会場設定の3社様には色々とお世話になっています。新しい事業年度においてもよろしくご支援賜りますようお願いいたします。本日は貴重なご意見をいただき、ありがとうございました。

年表・商環境の歩み (関西中心に)

1962	S37	S38	S39	S40	S41	S42	S43	S44	
個 店 系	●S37 メンズショップ「ADAM」(神戸)赤松良一	●S37 クラブ「ルミ」(大阪)池亀 雄	●S38 「神戸眼鏡院」(神戸)赤松良一	●S38 料理「やくも」(広島)宮地米三	●S38 ドライブイン・レストラン「オリエンタル」(四日市)西川駿	●S42 婦人洋装店「ニュースター」(大阪)吉岡憲司	●S42 サウナ「神戸サウナ」(神戸)西脇顕正	●S42 ナイトスポット「プレイゴ」(神戸)安井忠雄	●S42 プティック「ニューコマツ」(神戸)藤谷明正
			●S39 サウナ「ニュージャパン」(大阪)今西茂雄	●S39 「杵萬」(大阪)松地新	●S40 喫茶「プランタン」(大阪)村野藤吾	●S41 酒販「けん菱」(大阪)山家一千代	●S41 はきもの「おき宗」(大阪)松田逸郎	●S41 湯どうふ「嵯峨野」(京都)彦谷邦一	●S43 ファッション「マミーナ神戸店」(神戸)竹山実
複 合 系	●S37 「天王寺ステーションデパート」(大阪)	●S38 「梅田地下センター」(大阪)	●S39 「大阪ウメダ地下街」(大阪)	●S39 「池袋西口地下ショッピングパーク」114店開店(東京)	●S39 「横浜市ダイヤモンド地下街」(横浜)	●S40 地下街「さんちかタウン」(神戸)	●S41 地下街「堂島地下センター」(大阪)	●S42 松坂屋(大阪)	●S43 「香里ショッピングセンター」(大阪)
			●S40 「山陽百貨店」(姫路)	●S40 スーパー(売上100億円時代)ダイエー・十字屋・長崎屋・東光ストア等	●S42 松坂屋(大阪)	●S43 地下街「アベノ地下センター」(大阪)	●S44 「サカエ地下センター」(名古屋)	●S44 「阪急三番街」(大阪)	●S44 ダイエー三宮店(神戸)
そ の 他	●S37 新阪急ビル(大阪)竹中工務店	●S38 日本最初の横断歩道(大阪駅前)	●S38 神戸ポートタワー(神戸)伊藤謙一他	●S39 新阪急ホテル(大阪)竹中工務店	●S40 大阪ロイヤルホテル(大阪)吉田五十八	●S41 大阪芸術大学(第1期)(大阪)第一工房	●S42 新宿西口広場(東京)坂倉順三	●S43 「霞が関ビル」(東京)山下寿郎他 超高層ビル	●S44 ホテルプラザ(大阪)浦辺鎮太郎他
									●S44 OMMビル(大阪)竹中工務店
J C D	●S37 第1回総会(熱海)	●S38 社団法人認可			●S41 商業建築企画資料集成発刊	●S42 業務報酬規定設定	●S43 第1回会員シンポジウム開催		
			●S39 湊川商店街開発基本構想提案(神戸)	●S39 協会賞発足					
他 協 会	●S37 日本広告技術協議会(NAAC)発足	●S38 日本ディスプレイデザイン協会(DD)設立(東京)	●S39 浪速芸術大学(現大阪芸術大学)創立		●S43 日本ディスプレイ業団連合会創立	●S43 九州芸術工科大学創立	●S44 京都市立芸術大学創立		
政 治		●S38 ケネディ大統領暗殺	●S38 新産業都市指定(13都市)	●S39 佐藤栄申内閣	●S40 初の赤字国際発行	●S42 高度化事業(通産省)制定	●S42 美濃部亮吉等教徒知事当選	●S43 文化庁発足	●S44 再開発法施行
経 済	●S37 貿易自由化始まる	●S38 新千円札発行	●S39 東海道新幹線開業	●S40 名神高速道路全面開通	●S40 野村総合研究所設立	●S41 いざなぎ景気(～S45)	●S42 中小企業振興事業団発足	●S43 GNP米につき第2位	●S44 東名高速道路全線開通
社 会	●S37 堀江謙一・単独太平洋横断	●S37 コカ・コーラ専用自動販売機登場	●S38 宝くじブーム	●S39 改正風俗営業等取締法施行	●S41 人口・1億人突破	●S42 初の大気汚染公害訴訟(四日市)	●S43 三億円事件	●S44 ベトナム反戦デモ	
文 化	●S37 富士ゼロックス国産初複写機完成	●S38 TVアニメ「鉄腕アトム」「鉄人28号」放送開始	●S39 東京オリンピック	●S40 ピンク映画氾濫	●S41 ビートルズ来日	●S42 ゴーコー喫茶	●S42 ミニスカート流行	●S43 アポロ11号月面着陸	●S44 「夕刊フジ」創刊

注) 紙面の都合により、個店舗及びビルは設計者又は事務所名を明記。

1970	S45	S46	S47	S48	S49	1975	S50
個 店 系	●S45 ファッション「椿屋」(大阪)船場大阪設計事務所	●S45 tea&ber「モジヨ」(大阪)蔭山利夫・乃村工藝社	●S45 メンズプティック「オバラ」安井建築設計室・金丸正広	●S48 モードサロン「たつみ」(大阪)安藤忠雄	●S48 和菓子「ひよこ別府店」(別府)大管満義	●S49 ウェディングパーク「平安閣」山崎泰孝	●S49 時計・宝飾「美田時計店」(神戸元町)現代店舗
				●S46 メンズショップ「パイル」(大阪)安藤忠雄	●S46 サバークラブ「公爵」(京都)マン建築デザインルーム	●S46 靴「ダイアナ」(大阪)マツダ店舗設計研究所	●S47 紳士婦人服「キンシド」(大阪)マツダ店舗設計研究所
複 合 系	●S45 ファッションビル「BAL」(京都)	●S46 ファッションビル「心齋橋バルコ」(大阪)	●S46 ファッションビル「阪急ファイブ」(大阪)	●S45 S.C「ダイエー中百舌鳥ショッピングプラザ」(大阪)	●S46 ダイエー京橋SC(大阪)	●S47 SC「くずはモール街」(大阪)	●S48 阪急三番街3期工事
				●S47 近鉄百貨店奈良店(奈良)	●S48 岡山高島屋(岡山)	●S49 松坂屋くずは店(枚方市)	●S49 「ダイエー姫路店」(姫路)
そ の 他	●S45 千里阪急ホテル(豊中)浦辺建築事務所	●S46 摂津市総合福祉会館(摂津)中島龍彦・北山孝二郎	●S47 心齋橋プラザビル(大阪)日建設計	●S48 大阪国際ビル(大阪)竹中工務店	●S48 大阪ロイヤルホテル新館(大阪)吉田五十八	●S49 複合「アイビススクエア」(倉敷)浦辺鎮太郎	●S49 梅田OSビル(大阪)竹中工務店
						●S50 新都ホテル(京都)野村・森建築事務所	●S50 SC「オークタウン大和高田」
J C D	●S45 都市商業街区開発計画(姫路二階町他)研究受託	●S46 創立10周年事業「デザインコンペ」「デザイン会議」	●S47 機関誌「商業空間」発刊	●S47 大阪JCDルーム開設	●S48 公募第1回商業空間デザイン賞設定	●S49 商業施設設計監理業務体系を発表	●S49 現代の「商業空間デザイン」編集刊行
他 協 会	●S45 日宣美解散	●S46 第1回ジャパンショップ開催	●S47 第8回世界インダストリアルデザイン会議(京都)	●S48 ベトナム和平協定調印	●S49 日本ディスプレイデザイン協会(dda)統合創立	●S50 協同組合大坂デザイン・オフィスユニオン結成	
政 治	●S45 日航よど号事件	●S46 沖縄返還協定調印	●S46 変動相場制採用	●S48 ベトナム和平協定調印	●S49 国土利用計画法制定	●S49 日中国交回復	●S50 第1回先進国首脳会議開催
経 済	●S45 公害問題全国に拡大	●S46 ドルショックで株暴落	●S47 「日本列島改造論」田中角栄	●S48 第1次オイルショック	●S49 戦後初のマイナス成長	●S50 新幹線・岡山一博多開業	
社 会	●S45 大阪万国博覧会	●S45 「歩行者天国」(東京)	●S46 日本マクドナルド銀座三越に1号店(東京)	●S47 札幌冬期オリンピック	●S47 千日前デパート火災(大阪)	●S48 大洋デパート火災(熊本)	●S49 アサヒカルチャーセンター開校
							●S50 沖縄国際海洋博覧会開催
文 化	●S45 高田賢三、パリコレ発表	●S45 三島由起夫割腹自殺	●S46 ボーリング流行	●S48 「日本沈没」小松左京	●S49 長嶋茂雄選手引退	●S50 「まんが日本昔ばなし」TV放送開始	

年表・商環境の歩み (関西中心に)

	1976 S51	S52	S53	S54	1980 S55	
個 店 系	●S51 コーヒー「ランズ」(大阪)吉尾浩次 ●S51 「CONCOユニットカプセル」(芦屋)里吉明 ●S51 喫茶「G織」(神戸)早川良雄 ●S51 呉服「川松」(京都)山家一千代 ●S52 コーヒーハウス「コロニアル」(泉佐野)山田悦央 ●S52 カフェ「ベネロープ」(大阪)小宮容一 ●S52 飲食「あじびる三宮」(神戸)大菅満義 ●S52 釜飯「新浜作」(愛媛)寒川登			●S54 珈琲「フランベ」(大阪)山田悦央 ●S54 「長久堂」(京都)乃村工藝社・郷力憲治	●S55 ライブ&パブ「JAIL」(大阪)かまやつひろし・乃村工藝社 ●S55 カフェ「キュービック・スポット」(貝塚)シーベック・小川進 ●S55 ファッション「江里奈京都店」亀井克二	
複 合 系	●S51 ファッション「心斎橋PARCO」(大阪) ●S52 西武大津SC(大津) ●S52 SC「シーモール下関」(下関) ●S51 複合「パンジョ」(堺) ●S52 複合「北野アレイ」(神戸) ●S52 複合「ミナミプラザ」(大阪) ●S52 再開発事業「夙川グリーンタウン」(西宮) ●S52 再開発事業「グレースコウベ」(神戸)都市設計連合 ●S53 再開発事業「塚口さんさんタウン」(尼崎) ●S53 再開発事業「塚口さんさんタウン」(尼崎) ●S53 南海難波駅改良工事「ナンバCITY」(大阪) ●S51 福岡天神地下街(福岡)			●S54 複合「異人館クラブ」(神戸)	●S55 西武高槻SC(高槻) ●S55 上六再開発(大阪)	
そ の 他	●S51 道頓堀ガーデンロード計画(大阪)船場 ●S51 大阪マルビル(大阪)フジタ工業 ●S51 ソニータワー(大阪)黒川紀章		●S53 住友生命大阪ビル(大阪)久米建築事務所	●S54 池袋サンシャインシティ(東京) ●S55 大阪東急ホテル(大阪)東急建設 ●S55 心斎橋タワービル(大阪)出江寛		
J C D	●S51 第1回商空間シンポジウム(石川県) ●S52 '77商空間シンポジウム(箱根) ●S53 '78商空間シンポジウム(京都) ●S54 '79シンポジウム(静岡)JID, dda合同			●S55 「年鑑日本の商空間デザイン」創刊 ●S55 '80シンポジウム(大阪)JID, dda合同		
他 協 会	●S51 商業施設団体連合設立 ●S52 JID, IFIに加盟	●S53 東京国際家見本市開 ●S53 クラストマンデザイン協会設立(JAGDA)	●S54 工芸センター、青山(東京)に開設 ●S55 日本記号学会設立			
政 治	●S51 ロッキード事件 ●S51 福田越央内閣 ●S52 三全総を制定「地方の時代」 ●S53 太平正芳内閣		●S54 英国サッチャー首相 ●S54 東京サミット開催	●S55 イラン・イラク戦争 ●S55 鈴木善幸内閣		
経 済	●S51 国際収支大幅黒字 ●S52 不況到来	●S53 円高1ドル180円を割る	●S54 一村一品運動 ●S54 外食産業の総売上13兆円	●S55 日本車の台数世界一に ●S55 冷夏により水稲大不作		
社 会	●S51 国家公務員週休2日制 ●S52 日本赤軍ダッカ事件	●S53 伊豆大島近海地震 ●S53 成田空港開港	●S54 日本電気「PC801」発表 ●S55 「イエスの方舟」集団自殺			
文 化	●S51 モントリオールオリンピック ●S52 ポストモダン起る ●S52 国立民族学博物館開館	●S53 植村直己北極点到達(犬ぞり)	●S54 インベーダーゲーム流行 ●S54 ソニー「ウォークマン」発売 ●S55 東洋陶器「ウォッシュレット」発売 ●S55 山口百恵、結婚発表			

S51 1977年4月(関西) → 1979年1月

	1981 S56	S57	S58	S59	1985 S60	
個 店 系	●S56 ファッション「マリアテレサ」(大阪)横田良一 ●S56 コーヒーショップ「nob」(大阪)ノブ・吉尾浩次 ●S56 呉服「織物廊・柴芳」(京都)山内陸平 ●S56 西洋居酒屋「サンタズキッチン」(神戸)藤谷明正	●S57 珈琲「ウェート」(大阪)山田悦央 ●S57 ワイン「グロッサリー」(京都)岸和郎 ●S57 パー「ラ・パチュール」(京都)若松広幸 ●S57 ファッション「ムッシュ・ニコル」(京都)横田良一		●S59 ファッション「バシユ」(大阪)横田良一 ●S59 ファッション「ピオニー」(茨木)亀井克二 ●S59 カフェバー「ダウンD」(吹田)乃村工藝社・藤山利夫	●S60 ファッション「スリット」(京都)横田良一 ●S60 中国料理「赤坂飯店」(守口)白井進 ●S60 コーヒーハウス「子午線」(大阪)山田悦央 ●S60 レストラン「アナム・アイル・モレ」(大阪)乃村工藝社・郷力憲治	
複 合 系	●S56 西武百貨店八尾店(八尾) ●S56 「なんばCITY」(大阪) ●S56 SC「魚住モールショッピングセンター」(明石)	●S57 おおとりウイングス(堺) ●S57 再開発事業「ビバタウン板宿」(神戸)	●S58 江坂東急ハンズ(大阪) ●S58 大阪ターミナルビル(大阪) ●S58 長崎オランダ村開村(長崎) ●S58 南海徳島シティ(徳島)	●S59 ショッピングプラザ「ポケットアベニュー」(門真) ●S59 堺高島屋「アップル」(堺) ●S59 「銀座ブランタン」(東京) ●S59 有楽町西部(東京) ●S59 複合「フェスティバル」(那覇) ●S59 京都駅南口再開発ビル「アバンティ」(京都)	●S60 西武つかしんSC(尼崎) ●S60 京阪百貨店(守口)	
そ の 他	●S56 織陣・ひなや本店(京都)高松伸 ●S56 神戸ポートピアホテル(神戸)日建設計 ●S57 オーエムホテル日航(大阪)竹中工務店 ●S58 新宿ワシントンホテル(東京)坂倉建築研究所 ●S58 姫路市立美術館(姫路)剣設計事務所/乃村工藝社		●S59 有楽町マリオン(東京)竹中工務店 ●S60 都ホテル大阪(大阪)野村・森 ●S60 ホテル「リパティ」(大阪)出江寛			
J C D	●S56 創立20周年全国大会(奈良市) ●S57 「年鑑日本の商空間デザイン」dda・日デ連3会合同 ●S58 第1回商環境会議'83-TOKYO ●S58 機構改革、関東・関西・九州・中部・四国の6支部となる	●S59 総会(韓国・慶州)KOSIDとの国際シンポジウム ●S59 機関誌「JCD Kansai」第1号発刊 ●S60 「日本環境設計家協会」に改名 ●S60 '85商環境フォーラム(神戸)				
他 協 会	●S56 大阪デザイン団体連合創立	●S58 日本展示学会発足 ●S58 第1回国際デザインフェスティバル(国デ協)開催 ●S59 インテリアコーディネーター制度発足				
政 治	●S56 日米防衛首脳会議 ●S57 中曽根康弘内閣	●S58 テクノポリス法施行 ●S58 ロッキード事件、田中元首相実刑判決	●S59 インド、ガンジ首脳暗殺 ●S60 男女雇用機会均等法成立			
経 済	●S56 国鉄、累積赤字6兆5000億円を超過 ●S57 500円硬貨発行	●S58 戦後最長不況終る	●S59 1万円新紙幣発行 ●S60 日米通商摩擦が激化			
社 会	●S56 「神戸ポートピア81」開催 ●S57 ホテルジャパン火災(東京) ●S57 東北・上越新幹線開通 ●S58 任天堂「ファミコン」発売	●S59 グリコ森永事件 ●S59 ハーゲンダッツ青山に開店(東京) ●S60 科学万博(筑波) ●S60 日航ジャンボ機墜落				
文 化	●S56 日劇サヨナラ公演 ●S57 カード式公衆電話導入	●S58 東京デイズニーランド開園 ●S58 NHK・TV「おしん」放送開始	●S59 NHK衛生テレビ放送開始 ●S60 阪神21年ぶりに優勝			

S59 7/19 JCD KANSAI 創刊

年表・商環境の歩み (関西中心に)

	1986 S61	S62	S63	S64 H1	1990 H2	
個店系	<ul style="list-style-type: none"> ●S61 プティック「Y's」(大阪)山田悦央 ●S61 ファッション「EX JUN」(神戸)飯島直樹 ●S61 レストラン「オウ・グルメ・シノワ京宴」(京都)若林広幸 	<ul style="list-style-type: none"> ●S62 レストラン「ルポンドシェル」(大阪)リチャールプレセー ●S62 輸入食器・ギフト「アズロ」(西宮)山田悦央 ●S62 京懐石「手鞠花」(京都)若松広幸 ●S62 ランジェリー「IKUKO(エル)」(姫路)元山英弘 ●S63 花外楼「アイル・モレ・コタ」(大阪)乃村工務社 ●S63 日本料理「花外楼・阿倍野店」(大阪)乃村工務社 ●S63 カフェバー「cafe」(芦屋)小林恒 		<ul style="list-style-type: none"> ●S64 和食「東京竹葉亭」(大阪)出江寛 ●S64 バー「スピリット」(大阪)アクト・繁田英紀 ●S64 寿し「喜多八本店」(寝屋川)白井進 	<ul style="list-style-type: none"> ●H2 バー「TANGAY」(大阪)野井成正 ●H2 フランス料理「レストラン ミチノ」(大阪)白井進 ●H2 洋風懐石「つかしげ」(東大阪)足立和夫 	
複合系	<ul style="list-style-type: none"> ●S61 複合「ルネサンス」(京都) ●S62 複合「KIRIN PLAZA OSAKA」(大阪) ●S62 複合「ブロック 30」(神戸) 	<ul style="list-style-type: none"> ●S62 和歌山近鉄百貨店(和歌山) ●S62 有楽町西部百貨店(東京) ●S63 郊外型SC「楽市楽座」(高浜) 		<ul style="list-style-type: none"> ●S64 海部SC「ピア」(徳島県) ●S64 桜井市駅前再開発(桜井) 	<ul style="list-style-type: none"> ●H2 SC「米子しんまちSC」(米子) ●H2 天保山ハーバービレッジ(大阪) ●H2 再開発「パラシオ」(姫路) 	
その他	<ul style="list-style-type: none"> ●S61 ヒルトンホテル梅田(大阪)竹中工務店+ベラハムウラノ ●S61 ツイン21(大阪)日建設計 ●S62 梅田センタービル(大阪)竹中工務店 ●S63 あべの橋ターミナル(大阪)村野・森 ●S63 新神戸オリエンタルホテル(神戸)竹中工務店 			<ul style="list-style-type: none"> ●S64 ホテル「イル・パラッツォ」(福岡)アルド ロッシ・内田繁 	<ul style="list-style-type: none"> ●H2 南海サウスタワー(大阪) 	
JCD	<ul style="list-style-type: none"> ●S61 改称「日本商環境設計家協会」 ●S62 第1回日韓台アジア3国会議(大阪) ●S63 3国会議(ソウル) 		<ul style="list-style-type: none"> ●S64 3国会議(台北) 	<ul style="list-style-type: none"> ●H2 3国会議(東京) ●H2 30周年記念事業、商環境会議90・北海道 		
他協会	<ul style="list-style-type: none"> ●S61 日本ペイントプロデュース協議会発足 ●S62 インテリアプランナー制度発足 		<ul style="list-style-type: none"> ●S64 商業施設士、大臣認定資格となる ●S64 インテリア学会設立 			
政治	<ul style="list-style-type: none"> ●S62 東京サミット開催 ●S62 四全総制度 ●S62 リゾート開発法制定 ●S62 竹下登内閣 	<ul style="list-style-type: none"> ●S63 リクルート事件 	<ul style="list-style-type: none"> ●S64 昭和天皇崩御、平成に改元 ●S64 ベルリンの壁撤廃 ●S64 海部俊樹内閣 	<ul style="list-style-type: none"> ●H2 ベルシャ湾岸危機 		
経済	<ul style="list-style-type: none"> ●S61 円相場急騰 	<ul style="list-style-type: none"> ●S62 NY株式市場大暴落(ブラック・マンデー) ●S63 地球環境問題が表面化 	<ul style="list-style-type: none"> ●S64 消費税実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●H2 バブル経済崩壊 		
社会	<ul style="list-style-type: none"> ●S61 チェルノブイリ原発事故 ●S61 大島三原山大噴火 ●S62 国鉄民営化JRスタート 	<ul style="list-style-type: none"> ●S63 瀬戸大橋開通 ●S63 青函トンネル開通 	<ul style="list-style-type: none"> ●H2 エアコン1戸に1.9台 ●H2 礼宮様紀子様ご結婚 			
文化	<ul style="list-style-type: none"> ●S61 ハレー彗星最接近 ●S62 石原裕次郎逝去 ●S62 利根川進ノーベル賞受賞 	<ul style="list-style-type: none"> ●S63 ソウル・オリンピック 	<ul style="list-style-type: none"> ●S64 カラヤン、ホロビッチ、芥川也寸志、美空ひばり死去 ●H2 アニメ「ちびまる子ちゃん」人気 ●H2 花の万博 			

	1991 H3	H4	H5	H6	1995 H7	
個店系	<ul style="list-style-type: none"> ●H3 和・中華「嵐山主人」(豊中)アクト・繁田英紀 ●H3 メガネ・タバコ「正和堂」(大阪)大石容一 ●H3 骨董「河文商店」(京都)坂田基植 	<ul style="list-style-type: none"> ●H4 焼肉「そらくさん」(神戸)白井進 ●H4 バー「川名」(大阪)野井成正 ●H4 スピードレストラン「オーガスタプラザ フードコート」(神戸)乃村工務社・郷力憲治 	<ul style="list-style-type: none"> ●H5 レストラン「メディア カフェ」(大阪)インテックス ●H5 レストランバー「ピエロ」(大阪)白井進 ●H5 ファッション「三愛センタープラザ」(神戸)亀井克二 	<ul style="list-style-type: none"> ●H6 日本料理「湖月」(大阪)野井成正 ●H6 グラス器「グラスハウス」(芦屋)森田恭通 ●H6 野外食堂「ふーふー」(大阪)スーパーボテ ●H6 京つけもの「西利嵐山店」(京都)若林広幸 	<ul style="list-style-type: none"> ●H7 飲食「ペイルート」(大阪)内田繁 ●H7 腕時計「フランクミュラー」(大阪)足立和夫 ●H7 飲食「キューレット」(神戸)森田恭通 ●H7 日本料理「波勢」(神戸)道下浩樹 	
複合系		<ul style="list-style-type: none"> ●H5 徳島工芸村(徳島県)大菅満義 		<ul style="list-style-type: none"> ●H6 心斎橋OPA(大阪) ●H6 SC「ダイエー-KOU'S大阪南港店」(大阪) 	<ul style="list-style-type: none"> ●H7 SC「ジャスコシティ日根野」(泉佐野) 	
その他	<ul style="list-style-type: none"> ●H3 ベイサイドプレス「博多埠頭」(福岡) ●H3 複合「近鉄ハーツ」(東大阪) ●H3 複合「学園前パラディ」(奈良) ●H3 再開発「プレノ長田」(神戸) 	<ul style="list-style-type: none"> ●H4 神戸ハーバーランド(神戸) ●H4 モザイク(神戸) ●H5 複合「ビックステップ」(大阪) ●H5 複合「アプローズタワー」(大阪) ●H5 再開発「ソリオ宝塚」(宝塚) 	<ul style="list-style-type: none"> ●H6 サントリーミュージアム「天保山」(大阪) ●H6 複合「トタンとレストランとガソリンスタンド」(亀岡) 	<ul style="list-style-type: none"> ●H6 恵比須ガーデンプレス(東京) ●H7 地下街「ディアモール大阪」(大阪) 		
JCD	<ul style="list-style-type: none"> ●H3 ホテル「川久」(和歌山)永田・北野建築研究所 ●H3 神戸ファッションマート(神戸)昭和設計 ●H4 幕張新都心(千葉)みなとみらい21(横浜) 	<ul style="list-style-type: none"> ●H4 ホテル「モンレアマリー」(神戸)鹿島大阪支店 ●H4 「布谷」ピター・アイゼンマン ●H5 福岡ドーム(福岡)竹中工務店 ●H6 関西国際空港(大阪)レンゾ・ピアノ ●H6 ATC(大阪)赤松店舗研究所 	<ul style="list-style-type: none"> ●H5 ウェステインホテル大阪(大阪)青木建設 ●H5 新梅田シティ(大阪)原広司 	<ul style="list-style-type: none"> ●H7 ホテル関西空港(泉佐野)松田 平田 ●H7 ハイアット・リージェンシー・オオサカ(大阪)大林組 ●H7 神戸メリケンパークオリエンタルホテル(神戸)竹中工務店 ●H7 シーホーク ホテル&リゾート(福岡)シーザー・ベリ・竹中工務店 		
他協会	<ul style="list-style-type: none"> ●H3 総会(大阪) ●H3 APSDA'91ソウル 	<ul style="list-style-type: none"> ●H4 総会(福岡) ●H5 APSDA'93台北 ●H5 "SECTION 1"(東京) 	<ul style="list-style-type: none"> ●H5 総会(広島) 	<ul style="list-style-type: none"> ●H6 総会(金沢) 	<ul style="list-style-type: none"> ●H7 総会(東京) ●H7 商環境デザイン賞からJCDデザイン賞に改名 	
政治		<ul style="list-style-type: none"> ●H4 JIDA .40周年記念「デザインの新たな次元」展(東京) 		<ul style="list-style-type: none"> ●H7 IFI名古屋世界大会 ●H6 関西インテリアプランナー協会設立 		
経済	<ul style="list-style-type: none"> ●H3 湾岸戦争勃発 ●H3 特定商業集積法施行・大店法改正 ●H3 宮沢喜一内閣 	<ul style="list-style-type: none"> ●H4 地方拠点都市 	<ul style="list-style-type: none"> ●H5 環境基準法・障害者基準法成立 ●H5 細川護国連立内閣 ●H6 新党続々発足 ●H6 村山富市連立内閣 	<ul style="list-style-type: none"> ●H7 ポスニア紛争集結 ●H7 横山ノック大阪府知事当選 		
社会	<ul style="list-style-type: none"> ●H3 新土地税制スタート ●H3 台風17～19号の農林被害大 ●H4 西武百貨店初の赤字 ●H4 さくら銀行スタート 	<ul style="list-style-type: none"> ●H5 GDP初のマイナス成長 ●H6 関西国際空港開港 ●H7 製造物責任(PL)法案施行 ●H7 東京三菱銀行発足 				
文化	<ul style="list-style-type: none"> ●H3 雲仙・普賢岳噴火 	<ul style="list-style-type: none"> ●H4 東海道新幹線に「のぞみ」導入 ●H5 皇太子、小和田雅子さまご結婚 ●H5 北海道南西沖地震 	<ul style="list-style-type: none"> ●H7 阪神淡路大震災(M7.2) ●H7 オウム真理教サリン事件 			
JCD	<ul style="list-style-type: none"> ●H3 クリスト「アンブレラ展」(常陸太田市) ●H3 森繁久称文化勲章 ●H4 長谷川町子死亡 ●H4 パルセロナ夏期オリンピック 	<ul style="list-style-type: none"> ●H5 司馬遼太郎文化勲章 	<ul style="list-style-type: none"> ●H6 大江健三郎ノーベル文化賞 ●H6 向井千秋、日本女性宇宙飛行 ●H7 SMAP人気沸騰 			

年表・商環境の歩み (関西中心に)

	1996 H8	H9	H10	H11	2000 H12
個 店 系	●H8 レストラン「ソー・デ・ソーニ」(大阪)イオ.nob ●H8 カフェ「Lim cafe」(大阪)間宮吉彦 ●H8 千人代官「蔵」(神戸)藤谷明正 ●H8 調剤薬局「名張保険薬局」(名張)白井進	●H9 「澄屋心斎橋店」(大阪)森田恭通 ●H9 和食「りんごや」(大阪)岩本勝也 ●H9 バー「RARITY」(大阪)道下浩樹 ●H9 和食「魚真澁谷店」(東京)野井成正			●H11 日本料理「江戸堀やまぐち」(大阪)山田悦央 ●H11 ファッション「ヒロココシノオム」(大阪)足立和夫 ●H11 レストラン「西村屋ダイニング」(神戸)藤谷明正 ●H11 地鶏料理「車或橋店」(大阪)亀井克二
					●H12 ラーメン「風神雷神・RA-MAN」(大阪)乃村工芸社・郷力憲治 ●H12 クラブ「リアル」(大阪)岩本勝也 ●H12 寿し「がんこ武庫川店」(尼崎)安原三郎
複 合 系		●H9 神戸大丸復興(神戸)		●H10 河原町 OPA(京都)	
	●H8 SC「ビバシティ彦根」(彦根)			●H11 岸和田カンカン(岸和田) ●H11 マリンピア神戸(神戸)	
そ の 他		●H9 複合「フェスティバルゲート」(大阪)			●H12 複合「HOOP」(大阪)
	●H8 再開発「メロード吹田」(吹田) ●H8 再開発「アピカ西脇」(西脇)	●H9 再開発「アイシティ」(豊岡) ●H9 再開発「アントレいこま」(生駒) ●H9 地下街「クリスタ長堀」(大阪)	●H10 複合「HEP・FIVE」(大阪) ●H10 複合「あべのルシアス」(大阪) ●H10 再開発「シルキア」(奈良)	●H11 USJ,ユニバーサルシティウォーク(大阪) ●H11 博多リブレイン(福岡)	
J C D	●H8 ホテルシーガルてんぽーざん(大阪)坂倉建築研究所 ●H8 りんくうゲートタワービル(泉佐野)日建・安井設計	●H9 扇町キッズパーク(大阪)安井建築設計事務所 ●H9 京都駅ビル(京都)原広司	●H10 門司ホテル(北九州)アンド・ロッシ、内田繁也	●H11 淡路「夢舞台」(兵庫県)安藤忠雄	●H12 なにわの海の時空館(大阪)大阪市港湾局、ポール・アンドレー
	●H8 調整年度総会(神戸) ●H8 APSDA'96(福岡)	●H9 総会(東京) ●H9 ホームページ開設	●H10 総会(東京) ●H10 APSDA'98マレーシア	●H11 総会(高松)	●H12 総会(東京) ●H12 APSDA 2000/01
他 協 会	●H8 第1回USD-Oフォーラム開催	●H9 JIDAデザインミュージアム一号館(信州新町)オープン		●H11 JID40周年記念事業「日本の生活デザイン賞」(東京)	
政 治	●H8 ベルー日本大使公邸人質事件 ●H8 橋本龍太郎内閣	●H9 「脳死は人の死」臓器移植法成立	●H10 金融再生関連法成立 ●H10 小渕恵三内閣	●H11 石原慎太郎都知事当選 ●H11 神戸港島埋め立て認可	●H12 九州・沖縄サミット
経 済	●H8 大平洋銀行破たん、わかしお銀行発足 ●H8 携帯電話、1000万台に	●H9 三井三池炭鉱閉山	●H10 明石大橋開通	●H11 EU通貨統合「ユーロ」導入決定 ●H11 日本リース倒産 ●H11 幸福銀行破たん	●H12 長崎屋破たん
社 会	●H8 長野県小谷村土石流事故 ●H8 O157集団中毒事件(堺)	●H9 「酒鬼薔薇」事件	●H10 和歌山カレーライス殺人事件 ●H10 東急日本橋店閉店	●H11 東邦生命保険破たん	●H12 えひめ丸沈没事故 ●H12 雪印乳業中毒事件
文 化	●H8 オリックス日本シリーズ優勝 ●H8 渥美清死亡 ●H8 アトランタオリンピック	●H9 ダイアナ妃死亡	●H10 トヨタ ハイブリットカー「プリウス」発売 ●H10 黒沢明死去 ●H10 長野冬期オリンピック	●H11 ジャパンフローラ2000開催 ●H11 武蔵丸横綱に ●H11 宇多田ヒカル「First Love」大ヒット	●H12 ソニー「アイボ」受注販売

■年表編集後記■

★始まりは

まず、51号を40周年記念号とすることから始まります。理事会決定でもあり、本部から記念冊子が出ない事も受けて、関西の機関誌「JCD Kansai」が記念号を発刊することとなりました。情報委員会の編集会議の中で、年表の必要性が提案されます。これは、一つには前50号の特集「JCD関西支部のルーツを探る!!」のフォローが必要。今一つには昭和54年度の大阪地区情報委員会が創立20周年を前に発刊した「店舗設計のルーツを辿る」の中の年表(明治元年から昭和54年)のフォローも、この機会にしてはということになりました。

★楽屋裏は

まず、年代は戦後の昭和20年から平成14年の57年間とし、関西を中心とした「商環境の歩み」としました。紙面の規模から会員全員の仕事・作例を記載することは、端から無理な事でありませう。そこで、現理事・現委員会委員長と前50号「…ルーツを探る」のインタビューに応じて戴いた4氏に自薦・他薦にリストを出して戴きました。これに、本部資料(30周年冊子、JCD賞他)、小生手持ちの資料をもとに原稿を草稿しました。個店系、複合系はいろいろの意味でのバラツキをまとめるのに苦労しました。個店系で昭和45年から昭和50年のデータが抜けていて、大阪府立中央図書館所蔵の「商店建築」のバックナンバーを閲覧しました。

さて、ご覧戴くと個店系に設計者名が明記されているが複合系にその名がないことに気付かれると思います。これは複合系は企画、建築設計、内装設計などを網羅・明記するにはデータに編り不足があり、全ての設計者名を省きました。ご容赦、お願いいたします。ただ職能団体としては、建築設計事務所の下で商環境を設計しても名前も出ないことを知的財産権の確率の問題として自覚する必要はあると思います。

作業全体は、年末・年始を含んだ4ヶ月程度の急ぎ働きとなりました。何かと誤りや不足があると認識していますが短期間の作業の故としてご容赦願います。誤りや新しいデータは情報委員会宛お寄せ下さい。

★商環境の変遷考

個店系を見ると、喫茶がコーヒーハウス・カフェ、婦人服・洋装店がファッション・ブティックなど業種のカタカナ化があります。これは洋風化、今風にはグローバル化です。用品が腕時計、料理がパスタなど細分化・個別化が読み取れます。

複合系では、百貨店からスーパー・ショッピングセンターへと大型化があります。また、中小規模の敷地・建物から再開発・遊休地開発と大型化が読み取れます。この大型化は、商環境設計が都市レベル・地域レベルの生活・文化・経済に関わり、影響力を持つことであり、それだけに責任ある立場の認識と、心有る設計が求められます。21世紀の商環境設計がいかになるかは、この年表からは計り得ません。流通機構の改変、景気低迷、地球環境問題とサステイナブルデザインなどの多様な問題を一気に解決する道は見えてこない2002年3月であります。

★謝 辞

まず、作例他各種の資料を提供して戴いた方々にお礼申し上げます。また、原稿・校正段階で助言・苦言を戴いた方々にお礼申し上げます。そしてこの年表を記載するに当たりなにかと心配りをさせました神戸一生活情報委員長にお詫びとお礼申し上げます。最後に私の乱筆の原稿をご苦勞の上、美しく表現して下さいました。あいであプリンティング(株)の角田社長にお礼申し上げます。

(小宮 容一 記)

2001 H13	2002 H14
●H13 パスタ工房「あんでん2」(大阪)白井進 ●H13 おでん・根菜食堂「みかん」(大阪)岩本勝也	
●H13 複合「トキハわさだタウン」(大分)アルテリア・ゼニヤ他 ●H13 再開発「アスピア明石」(明石)都市設計連合	
●H13 総会(東京) ●H13 「商環境企画設計監理業務・報酬指針」発行 ●H14 機関誌「JCD kansai」第51号40周年記念特集号発刊	
●H13 小泉純一内閣 ●H13 プッシュ米大統領就任 ●H13 NYテロ、アフガニスタン戦争	
●H13 マイカル倒産 ●H13 石川島・住友重機、造船統合へ	
●H13 心斎橋そごう閉店 ●H13 狂牛病牛各地で発見 ●H13 東京生命・大成火災破たん	
●H13 しし座流星群出現 ●H13 野依良治ノーベル化学賞 ●H13 上村松篁・横山隆一死亡	

商環境の展望

大阪北・南

OSAKA

神戸

KOBE

京都

KYOTO

奈良

NARA

大阪 北

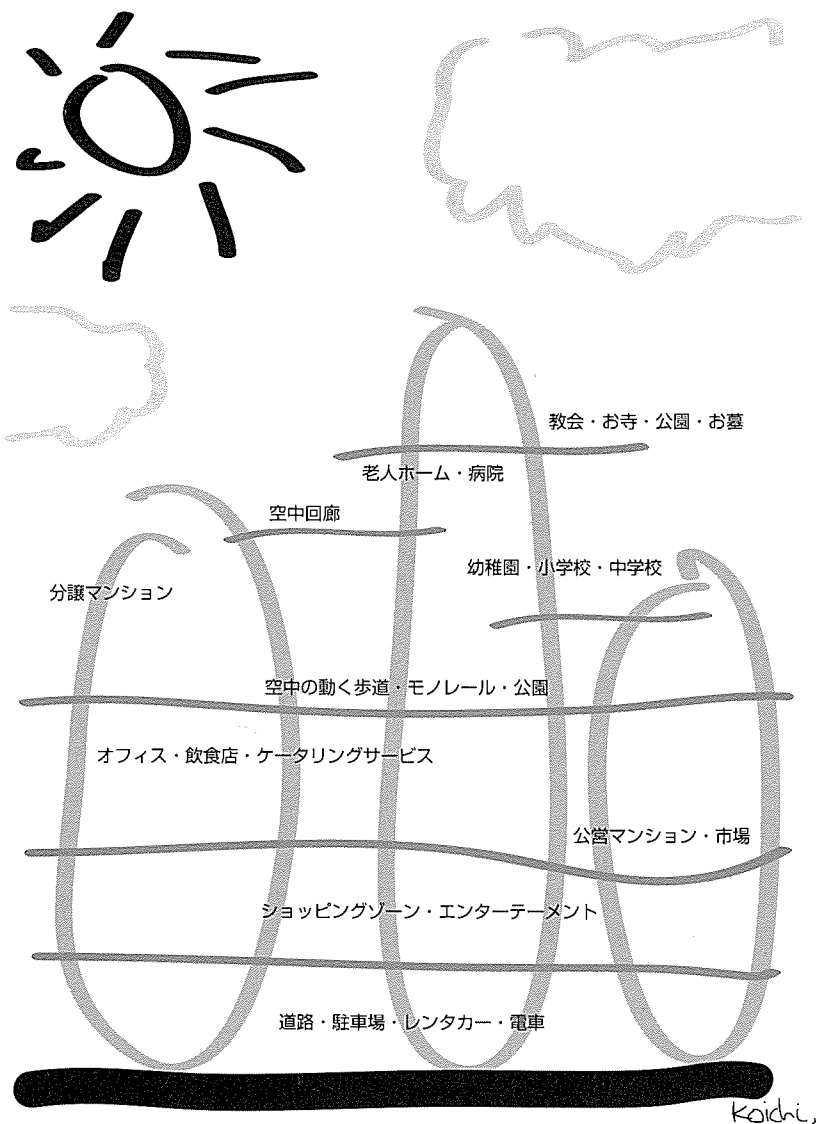
(有)原川公一商環境計画研究所

原川 公一

僕の「遊び場」いま、むかし

大阪の北は私が幼稚園から結婚までの20数年を過ごした場所であり、学ぶだけでなく遊び場としての思い出が沢山ある場所です。同級生には料亭のぼんぼんや乾物屋の跡取り息子、中華料理店やバーのお嬢さん、サラリーマンより商売人の子供たちが多かったようです。今は新御堂筋になってしまいましたが、あの辺りはトリス・バーや小料理屋などの飲食店舗がひしめき合った活気のある商店街でした。遊びに行くとバーの裏口に階段があって、上っていくとそこは、普通の家でした。でも、何か不思議な空間で中学生の好奇心をかき立ててくれました。また、現在駅前ビルになっている場所は色々な物の卸売市場だったと思います。そこにも友達が住んでおり、遊びに行くとまるで巨大迷路のようで、いつまでいても「あき」の来ない異次元の空間でした。思い出話はこれぐらいにして、北の現状と将来性について独断と偏見に満ちた意見を書いてみたいと思います。

北はいい意味でも悪い意味でも阪急系列の影響を大きく受ける街だと思います。阪急百貨店を核として新阪急ホテル、ホテルインターナショナル、三番街17番街、ナビオ、HEP、ings、数え挙げればキリがありません。それぞれ比較的大きな器がそれぞれに商業スペースを持ち、客を奪い合い、また、それぞれが地下では日本一大きな地下街で結ばれています。今は物が溢れている時代です。よく似た商品とよく似た店舗の集合体ではすぐに飽きられてしまいます。器が大きいだけに、この変化に対応出来ない商業スペースが多いと感じました。これは、どこの「ターミナル」と呼ばれる場所や商店街にも言える事ですが商業スペースばかり作って、そこに住む人がいなくなり、生活感の無い上っ面だけの獲物を待つゴキブリホイホイのような店が並ぶ場所になってしまったからでしょう。これからは商業スペースばかり増やすのではなく、上層階には賃貸でいいから住居スペースを取り、職住のバランスの取れた環境を作り出せないでしょうか。



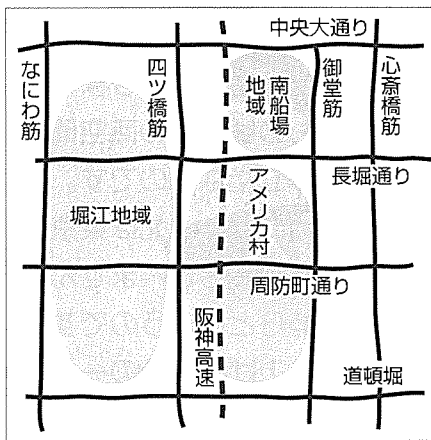
東京六本木のプロジェクトは完成すれば確かに大きく変わるでしょうが、何もかもが高すぎる。あの価格で採算の取れる商売があるとすれば、よほどのポッタクリか、そのうち捕まる人かも？ もっと現実的な価格で商環境と住環境を組み合わせると活気のある楽しい街が創れると思うのは私だけですか？ 私は大阪に住んでいますが、設計している物件の多くはやはり東京です。でも、東京に住む気にはなれませんでした。その理由の一番は食べ物です。大阪のおいしくて安くて、ボリュームのある食生活を捨てる事は不可能です。二番目は大阪が物を作らせたら、たぶん…日本で一番良心的で安いということです。安いだけなら他にもあると思いますが、職人さん達の手際の良さと徹夜してでも納期を守る根性、北海道から沖縄まで沢山の店は作りましたが、結局、大阪で作って現地に運び、大阪弁の飛び交う現場になっていました。相見積を取った結果、大阪の業者だとほっとするの

はどうしてでしょう。北の話題から少し離れてしまったので戻りますが、きれいで高いものばかりの商空間を沢山作っても成り立たないのです。特に大阪という土地には…。北は東京になろうとしているのかもしれませんが。阪急百貨店は伊勢丹とは違うのです。阪神百貨店の売上げの三分の一がああゴチャゴチャとした地下の食料品売り場って知ってました？ 東京を意識するあまり表面的な形ばかり「まね」をして大阪のバイタリティーや地に足が付いた現実的とも言える生活感を忘れてしまっはいけないと思います。仕事では自分でも「これは高いな」と思う商品売る店舗の設計をしています。ただきれいなデザインの棚やハンガーに並べれば買ってもらえるわけではありません。その商品を必要としている人々が集まる場所に出店し、感度と精度の高い情報を発信し、顧客の要望や

特徴を理解して適切な提案を出せるスタッフがいて、初めて買ってもらえる事が可能であり、買ってもらったお客さまに何度も来店してもらって、やっと商売として軌道に乗るのだと思います。デザイナーである我々も商環境を考えるのであれば、そこまで真剣に付き合っこそ、顧客であるユーザーの望む商業スペースではないでしょうか。商売人の家に生まれ、お店の上に住み、そこから学校に通い、帰ってきた時にお客さんがいれば恥ずかしそうに小声で「いらっしやいませ」と言って、階段を駆け上がる。そんな子供時代があったから今の考え方や、こだわりがあるのかも知れません。いつの日か、「北」の街を再生しなくてはならない日が来たとき、(無いと思いますが…)もし、依頼があればそこに生活して、楽しく便利で安心して歳をとり、幸せに死んでいける街を作りたいと思います。

増殖する〈南〉地域

DOING DESIGN
里吉 明



〈ミナミ〉にオフィスをかまえて30年を超えた。現アメリカ村の北端で15年、北上して 南船場で15年になる。心斎橋から難波までのいわゆる〈ミナミ〉の街の大きな変化に アメリカ村、南船場地域、堀江地域等のファッション街の出現があるが1970年から2000年のこの30年の状況を 地域に分け簡単に整理してみる。

◆心斎橋筋～戎橋筋

1970年以降 北にバルコ、南にBAL、ビブレなどのファッションビル、ホテル ホリデイイン等が出現したが 大阪一のグレードといわれたファッション街も 老舗の専門店の閉店と同時に ゲームセンター、カラオケ、ディスカウントショップ等 雑多な混沌とした商店街になり イメージの劣化。ソゴ百貨店の閉店も大きな出来事

◆心斎橋筋東＝鯉谷～周防町(旧ヨーロッパ村)

アメリカ村出現後 1980年代、バブル期に 東京より多くのメーカー、デザイナーのいわゆるD.Cショップが出店し おしゃれな飲食店もできたが バブル崩壊後ファッション店はほとんど消え 当時のおもかげはない。

◆御堂筋東＝周防町南から 千日前、難波高島屋周辺

少し範囲が広いが 他の地方にはない 関西の大阪の独特の匂いの地域といつてよい。周防町から道頓堀周辺までの大阪一の飲み屋街も バブル崩壊後 高級店の激減、日本人以外の経営店舗、風俗業の増加など猥雑とした状況。とくに道頓堀北側 宗右衛門町あたりの夜の風情の劣化が激しい。このエリアだけではないが 長期の不況の影響か ここ数年前より通勤のための自転車が増え 舗道占拠しているのを 2000年の風俗として記録しておく。道頓堀界隈の古い大阪の大衆芸能の劇場が消えつつあるのもさびしい。千日前のエリアは大きな変化はないが 「吉本」のホールを中心に 大阪の「笑い」の発信の場として ここも独特の大阪の匂いのする歓楽街。プランタンの出店があったが 現在はディスカウントショップに。難波駅 高島屋周辺は 大阪球場がなくなったのと 90年にサウスタワーホテル。高島屋併設の「ナンバシティ」のショッピングモールは このエリアの中心的なファッション街。地下鉄ナンバ駅地下の「ナンバウオーク」は 駅改装とリニューアルも行われたが 周辺の商業床の拡大もあり 低迷の状況。

◆アメリカ村＝御堂筋西側

1970年頃は心斎橋のお店の事務所や倉庫が多かったこの地域に 70年中頃から三角公園を基点にヤングを中心とした雑多なファッション街が出現。この地域の南部は70年頃はラブホテルや風俗業などの多い ちょっと隠微なエリアであったがヤング街がドンドン南下 増殖している。93年 南中学跡に BIGSTEP。

◆南船場地域

90年初頭より アメリカ村のローティーン化と猥雑とした街を離れ 少しアダルトにアップグレードしたファッション街が アメリカ村の北、長堀の北の南船場4丁目あたりを中心に 旧銘木間屋街の横堀沿いに出現した。ガエタノ・ベッシュ設計の植木鉢の外装で話題のオーガニックビルあたりが このエリアのランドマーク、周辺におしゃれなファッション店、飲食店が 現在も増えている。

◆地下鉄心斎橋駅周辺地域

90年後半から 御堂筋、長堀通りの交差点を中心に 世界的なブランド店が集中してきた。シャネル、ルイヴィトン、カルチェ、アルマーニ、ダンヒル。最近ではエルメスなど。グレードの高い 関西のファッションの中心的エリアを形成しつつある。日航ホテルができて20年、94年にOPA。99年には近くに 東急ハンズが出店 この地域の活性化をになっている。97年 地下街「クリスタ長堀」。好立地ながら 苦戦の状況。2001年 ソゴ百貨店閉店。

◆堀江地域＝四ツ橋筋西エリア

南船場地域が形成されつつ数年後 90年後半より 家具の間屋街の南堀江あたりを基点に アメリカ村からスピンアウトして ファッション店、飲食店が出店しはじめ 現在は長堀まで北上、西はナニワ筋へと広がりつつ ヤング層に人気の個性的な新しいファッション街を形成しつつある。南船場地域と連動して 日、祭日 市外からの客も多く ヤング層でにぎわってきている。



御堂筋・長堀通り



南船場 オーガニックビル



南船場

◆御堂筋東、長堀北地域

この地域はアーケード沿いと長堀通り周辺に商店は集中している。本町までのアーケード街はここ10年 問屋等の閉店跡にディスカウンターや飲食店などが増えてきた。90年後半 古い書籍店「寝々堂」閉店。地下鉄中央線の奈良方面への延長後 人通りは増えてきている模様。長堀に面して東急ハンズが出店 このエリアの集客の核になっている。周辺にファッション関連や飲食店が増えつつある。

◆その他 湊町地域

関西国際空港へのターミナル駅としての役目のもと このエリアの再開発は継続中であるが OCATなどの複合施設ができたが 当初の計画とは裏腹に おもわしくないのが現状。

以上ざっとここ30年間での経緯と現状を書いた。この地域の特徴は 前記したようにアメリカ村、南船場地域、堀江地域という「自然発生」のファッション街が形成されたことにある。この形成の過程は欧米の例にみられる「自然発生」のファッション街の形成によく似ていると考えている。例えば パリのレアル地区の発生やサンジェルマン地域の発展、又ニューヨークのSOHO地域の発生から発展の過程など。パリ レアル地区は 私が30年ほど前に行きはじめた頃は 巨大な「市場」であったが その後郊外に移転。その後の倉庫街に 無名のクリエイター達がショップやアトリエを持ち始め 街が形成される要因になったし ニューヨークのSOHOも 空き倉庫街にギャラリーやショップ等 まだ力のないクリエイター達のムーブメントが出発点だ。この<南>の地域より10年ほど早い時期のことだが 形成の過程はほぼ同じ。つまりその時代からすると必需性や機能を失った場所=低家賃のエリアに 在来の街の風情や古いテイストのファッションにあきたらない 資金力のないクリエイター達が活動を始め それに同調する感受性を持った人達が連動して 新しい顧客を得ながら増殖していったわけである。例えば現ファッション街の南船場は 前記したように昔は材木問屋の街。烏飼の材木団地に移転していった 銘木問屋のビルの跡に進出していった。堀江地域も家具の問屋の街。斜陽の業種で同じような背景がある。

アメリカ村も 心斎橋という旧来の街の際の 低家賃のエリアに新しい感覚のお店が幾つか集まりはじめたのがスタートである。これからのこの<南>の展望としては 心斎橋駅周辺の御堂筋、長堀沿いエリアと南船場地域、堀江地域が連動して 関西のファッションのトレンドの中心としてさらに発展するとおもう。しかし 南船場、堀江とも 昨今家賃が坪3万になってきているとのこと 物理的、経営的な要因から また昔のように大手資本のどこにでも店が増え 無個性の町並みになってゆくのは望まない。アメリカ村はローティーン化の波が終わった時 現状の無節操の増殖から 退廃した隠微な歓楽街へと変わってゆく危険もある。現周防町以南の歓楽街は 益々混沌とした退廃化の傾向だろう。心斎橋北 井池の繊維問屋街の衰退も このエリアの環境に影響を与えるようになるだろう。継続中の湊町界隈の開発、又旧大阪球場跡エリアの開発など計画されているが その成功は予測できない。<南>は 関西一の巨大な商業地域となっていくのは間違いないが 現状の流れでの広大な街区の拡大は 本当に関西に貢献するのかという疑問である。

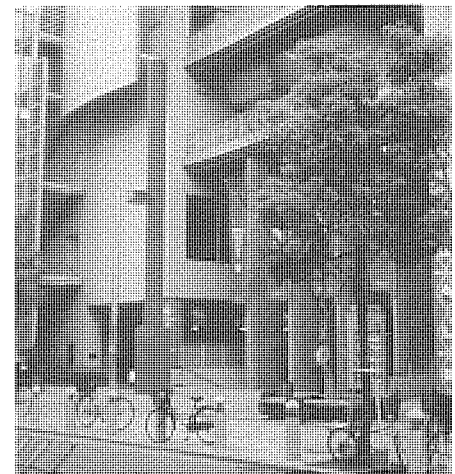
現都市 特に商業地域は未来に向けての矛盾を抱えながら変転している。資本主義の中での過酷な自由競争、経済効率の向上のみを是とする現状、法律上であれば 儲けるためには何でも可という 倫理観の欠如、大阪のあけっぴろげな 何でも認めてしまう人情感のマイナス面 公共的認識の欠落等々。少子化の日本の未来をみえると 健全な快適な都市の育成のためには 上記のマイナス面の是正と 無限の自由を制御する知的思考が 力強く構築されねばならない。過去のように自由に盛衰するままでなく 本当の意味での街の存在理由が必要とされる。そのためには 不動産の賃貸的価値や過酷な商業での効率追求だけではだめだ。資本金をもった企業経営だけでなく その街に定着し「生業」とする健全な思想をもった経営者達、関連者達が連帯し その土地への愛着性をもつことが必要となってくるのではないかと!街の訪問者達も共に町を健全に育成する 心もちが必要だ。ミナミの街も将来 職住併設した町並みが周辺に形成され 街に愛着と責任をもつ人達が増えてくれればいい。乱立したビル群でなく 緑と風を感じ 空がたくさん見える空が増えることも都市には必要だ。過去の歴史からも 無限の自由と無限の拡大の危険性と負は 十分に経験した。近未来への有効なマインド、健全な環境構築への

“知的な制御”とはなにか?!が今問われている。

<2002.1.20>



アメリカ村 三角公園付近



アメリカ村 BIGSTEP



堀江地域



クリスタ長堀

[商店街欲がしたい]

単調なデザインされたショッピングセンターより、商店街はなんと楽しめる空間が多いことか。北山通り、先斗町、錦市場…それぞれ地域の空気を漂わせている。大阪・神戸・奈良とも違う「商店街欲」を楽しめる。



商店街欲

(吉村智樹の新語)

「商店街」をブラブラと歩く、そして漂い、目を泳がせる。小腹がすけば、肉屋のコロッケ・立ち食いうどん・アイスモナカなど好きにつまめば良い。

世に言われる健康法の類のあらかたが実践できる。商店街は、衣食住知趣遊のあらゆるものが集結し、駅というブレインに通ずるリズムである。



商店街は、業種も開設時期も店主も統一化されていない異種混合であるから魅力があるのであり、各商店がバラバラでありながら、どこかその地域のアイデンティティを形成している所がショッピングセンターにない「街」そのものの意味を持っている。

京都の「店」を楽しむ中で、ライフスタイルの変化に伴ってショッピングセンター・スーパーなどの大型店・ディスカウントストア・コンビニエンスストア・ロードサイドショップなど、新しい形態・業種が目立ち、地域と共に生き続けている。「商店街」が衰退し、時代の波に取り残され、削減の危機にあることは、今更お話しするまでもない。

元気な魅力ある商店街を「商店街浴」(吉村智樹の造語)のできる、楽しめる街が、本来京都にはあった。

「京都の台所」といわれる錦市場は、生鮮食品の豊富さや安さで成

り立っている商店街の代表であるが、四百年の伝統があるといわれている。その他いくつもの商店街が百年以上続いているのである。戦災を受けなかったこともあるが、戦前から続く商店街が町のいたるところで見られる。

関西に商店街が、なぜ多いか。厳しい競争がもともとあった。薄利多売を市場単位で実践し、一代ブームを巻き起こした地域であり、それに民間の市場・個人商店・呼び売り・露店が互いに凌ぎを削ってきた。当初は市場に附随する形で、後には市場を取り込みながら商店街が形成された。都市部の人口が郊外に流出し、地価の上昇が商店街の商店に重くのしかかり、後継者がいないなど多くの問題をかかえつつも、商店街が今も街の重要な構成要素であり、地域に根付いている。



店は本来、一戸をかまえた独立店が原点であった。そこに住み、商売をなりわいとした生活単位が、自然発生的に集まって形成されてきたものであり、それぞれの商店が独自の顧客とマーケティングを行ってきたところに業種としての強みと持ち味があった。

商店街は、一定の業種と集積が前提となるものの基本的に各商店が、地域住民に支持されるか否かが成立条件となっている。

半数以上が廃業したとしても、残された各店が魅力的で、健全に経営ができていれば十分に商店街として成立しうる。坪あたりの売り上げや利益率でなく、借家であれば家賃を支払い、家族が普通に暮らし、高齢の夫婦はそれなりに収入があれば、それでよいのである。格調の高いデザインは必要なく、古びた建物でも何ら問題はない。しっかりと愛着を持って大切に使い込まれた店であれば、それなりの魅力なのである。

つまり、商店街は多様な商人がそれぞれの生活基盤をその地におきつつ共存し、かつ異種が集まって調和しているような集合体そのものである。

必ずしも統一的なマーケティングやリニューアルをせずとも各店がそれぞれに改築し代替わりしていくなかで、長時間かかって商店街全体が生まれかわっていくことが自然であろう。

街の循環システムを内包している集住・集商の複合体であることが大切なのである。流通のシステムでもなく、消費者ニーズに合った

システムでもない事から商店街を改めて考えていく必要がある。一つの流通産業の企業体の様な商店街は活性化され、生き抜くことが出来るであろうが、商売だけの商店群としての商店街は、必ずしも必要な存在でなく魅力もない。

観光客で賑わう中心地や商業レジャー施設から一步裏通りに入ったり、少しはづれた場所に入り込んだ時、普通の人々がそこに生活している風景こそが魅力ある存在として感じられる。

中途半端な商店街改造やハリボテのデザインされた店や、小ぎれいに配置された商店・生活感のない店などは、商店街としての活気が感じられない。

無機質なデザインされた商店空間、ニュータウンや再開発された店舗の退屈な質感、これらに対し、盛り場性や界索性といった人間的スケールの魅力が必要とされているのではないだろうか。

京都の商店街も魅力を失いつつある中で、改めて「にぎわい」「たのしみ」「くつろぎ」といった要素を体感できる「街」を再生し、そのことで商空間の改な魅力となるのではないだろうか。

京都出身の和田嘉久会員が、京都の商環境にはこの「商店街浴」がピッタリという事で、吉村智樹氏の記事「楽しいイメージの造語、商店街のリニューアル」を推薦されました。
(情報委員会)

~ハイカラ・モダンな神戸~

(株)ゼニヤ 金沢 明彦

まえがき

神戸に生まれ育った者として、神戸に想いをはせ、神戸を語る時に理解しなければならない視点が、いくつかある。

1つは、神戸の歴史である。古くは平安鎌倉の時代から港であったが、明治になって開港し、130年を積み重ねた貿易港として出発した近代都市の歩みがある。

2番目に、地勢的な特徴である。北は六甲に、南はちぬの海に挟まれた、狭く細長い街である。坂道の多い街は、良好な住宅地としての山の手と臨海部の産業地帯というような街の表情を見せている。

又、行政は都市の発展を考え、六甲山系の土で臨海部を埋め立て、港湾施設を形成し、土を採った跡地にニュータウンを開発するという都市経営を行っている。

3番目に、そうした歴史や地勢風土が育んだ、神戸に住む人々の気質やライフスタイルがある。

外国人と共生しながら港町を生き抜いてきた進取の精神と、反骨の気概が神戸の気風であるとよく言われている。ライフスタイルは、神戸ハイカラ文化とも呼ばれ、洗練されたモダンさを好み、ちょっと気取った、オシャレなライフスタイルである。

外国の異文化を貪欲に進取の精神で取り入れながら、ハイカラ文化を創り、狭い土地に山を削って住宅地を造り、海を埋め立て産業を誘置し、古いものと新しいものを融合しながら、混然とした街づくりに励んできた街である。

阪神淡路大震災から、7年が過ぎ、復興への取り組みは今もまだ続いている。商業環境を通して、神戸の歴史を振り返り、ハイカラモダンの神戸文化を見直す中に、明日への展望のヒントがあり、再生へのエールになればと考えるのである。

〈旧居留地のルーツと歴史〉

神戸が近代都市として歩み始めたのは明治であるが、「まち」としてのルーツはかなり古く、平清盛がこの地に福原京を造営した頃に始まる。現在も福原とか祇園等の京のゆかりの地名が残っている。

近代都市としての歩みは、1868年の開港からである。開港と共に、明治政府は外国人の居住・貿易の地として外国人居留地を設けた。当時の初代兵庫県知事、伊藤博文のもと、J・W・ハートが都市計画にかかわり、その基本プランを作成した。生田川と鮎川に挟まれた砂地の一角を、東西5本、南北8本の道路によって区切り、居留地の街づくりが進められた。1900年に返還されるまでの30年間、全く日本の自治が及ばない居留地が存在し、その分、外国文化がストレートに神戸に入り、神戸のハイカラ文化が育っていった。

初期の商館は、オフィスと住居を兼ねたものであったが、やがて外国人の中には、山の手北野町辺りに住まいを移す人間が増えていった。その後、大正期に第一次大戦の好景気によって、神戸は阪神重工業地帯の港湾都市として発展していくが、旧居留地も海運、商社、銀行等の建ち並ぶオフィス街へ変貌していく。今、現存する旧居留地の歴史的ビルは、ほとんどがこの時期に建てられたものである。

第二次大戦で神戸は、焼け野原になるが、旧居留地区や北野町辺りは戦災を免れ、戦後復興のオフィスビルの中心地区となっていく。

1980年代、ポートアイランドができると共に、企業移転が始まり、一旦スプロールするが、その後、商業の力で街は賑わいを取り戻すことになる。

昭和58年に神戸市が都市景観形成地域の指定を行い、残された歴史的環境に配慮しながら、歩道整備、無電柱化などを行い、景観形成市民団体と共に、「まちづくり計画」を策定し、広告物の規制、適正な空地管理、各種イベントの開催など、賑わいと風格のある街並み形成に努めている。

〈中心商業街区の変遷〉

現在の商業の中心と言えば、三宮から元町にかけてである。丁度、巨大ショッピングセンターのように三宮そごうと元町の大丸を核として、



それを繋ぐようにセンター街を中心に幾筋ものモールが形成されている。明治時代にまず栄えたのは、元町である。山手の県庁(現兵庫県公館)、旧三宮駅、神戸港、旧居留地などによる都市軸の要であり、明治末期には十合、三越、大丸の各呉服店が進出した。(いずれも現在の位置とは異なる)ハイカラ神戸の原点の繁栄の時代であった。時を同じくして繁栄していったのが、新開地であった。庶民的な盛場として、映画や演劇等の娯楽施設が建ち並んでいた。しかし、戦災と都心機能の変遷で、当時の繁栄の姿は、今はもう見られない。

明治、大正と元町、新開地が神戸の中心街区であったが、昭和初期、国鉄の市内高架化で、新しい三宮駅(現在の元町駅)が設置され、郊外の発達と共に阪急、阪神の両私鉄が乗り入れてくるようになり、更に、戦後の復興で行政、経済の中心は三宮に移っていくことになる。それでも元町地区は、1970年代までは、神戸の中心的な商業街区であった。元町の東に旧居留地、元町商店街と並行して栄町があり、元町と栄町が神戸の中心市街地であった。この地区が衰退していくのは1980年代に入ってからである。その理由は大きく2つある。

ひとつは、三宮に公共交通のターミナル機能が集中していったことである。阪急・阪神・JRの3社に加え、地下鉄、ポートライナーが乗り入れた。地下鉄ができると同時に三宮地下街ができ、三宮センター街と繋がり、又、この地区の核店舗であるそごうが増床を行い、神戸最大のショッピングゾーンが形成されていった。それに伴い、銀行や証券等のオフィスも三宮に移転し、中心街区は東へ移動していった。

二つ目の理由は、ポートアイランドが、ポートピア博を契機に完成したことである。神戸市は“重工業港湾都市からファッション都市へ”をコンセプトにポートアイランドにファッション企業や地元企業を誘置した。ポートアイランドの最初の分譲価格は、坪40万円で、その当時の元町が坪1500万円位であったから、元町辺りの企業が続々と移転していった。特に打撃を受けたのが旧居留地で、神戸を代表する老舗企業が多く集まっていた。古いビルが多く、居心地の悪さと不便さで、空ビルが多くなり、人通りが絶えていった。その影響で元町商店街もほとんどスプロールしていった。

旧居留地、元町の復活は、ビルのオーナー達が丸に借り上げを依頼したことに始まる。古いビルにファッションブティックを入れるというやり方は、大丸の南側にあった旧ナショナルシティーバックの中にサザビーを入れた事に始まる。このビルはウィリアム・ヴォーリスの設計で川崎造船から丸が買い上げて倉庫にしていたものをサザビーのLIVE-LAB-WESTとしてオープンさせた。

この事を契機として丸は、旧居留地に次々とファッションブティックをオープンさせていった。旧居留地の大正時代に建った近代洋風建築とヨーロッパのファッションブティックやトレンドなショップがマッチして、オシャレな人や若い人が街に戻ってきた。丸を中心とした旧居留地の復活をきっかけに、さびれていた元町商店街や元町の中華街南京町も賑わいを取り戻してくる。丸復活の物語は、別の機会にするとして、震災後の旧居留地界隈における近代洋風建築の商業への再活用の話へ移っていきたい。



〈生まれ変わる近代洋風建築〉

震災後、ここ数年、神戸では古い近代洋風建築を再生する動きが盛んになっている。時代を築いた近代洋風建築が、本来の機能とは全く別のカフェやショップといった商業空間に変貌を遂げている。外装は、街並みの景観として殆どそのまま保存しながら、内装をリニューアルしている。それも、全く新しい内装にするのではなく、古き良き時代の建築の個性を生かしながら、現代的なインテリアを対比させ、調和させていくというやり方である。

こうした古いものを大切にしながら、新しい事にチャレンジする精神や、デザインのコンセプトは、まさにハイカラモダンな神戸スタイルと言える。

『旧居留地十五番館』

1880年、15番区画アメリカ領事館として建てられた、現在唯一残る初期居留地時代の木造建築物である。大震災で全焼するが、復旧工事によって再生され、旧邸を生かしたシックなレストランになっている。

『旧居留地38番館』

1928年、ナショナル・シティ・バンク・オブ・ニューヨークとして建てられた。設計者はウィリアム・メレル・ヴォーリスである。重厚なネオクラシックの建築様式で震災でもびくとせず建てていた。現在も大丸の経営で、リブ・ラブ・ウエストを中心にファッションと雑貨の店をしている。

『商船三井ビル』

1922年、大阪商船ビルとして建てられた。設計者は渡辺節で、アメリカ視察の帰国後の第一作である。

アメリカナイズされたネオルネッサンス様式で重厚な建物は海岸通りのランドマーク的な建物である。1階には、大丸のインテリア別館、ル・スタイルとロイズアンティークスのインテリア雑貨の店が入っていて、見事なコーディネートを見せている。

『チャータードビル』

1938年、チャータード銀行神戸支店として建てられる。設計者はアメリカ人のJ・H・モーガンで、昭和初期の近代建築を象徴するネオクラシックの様式でイオニア式の円柱が特徴である。

1階には、E.H.BANKというレストランバーが入店している。元銀行の高い天井や古い柱、巨大な金庫をうまく使いながら、モダンなインテリアとコーディネートした空間は、独特のノスタルジックなムードを醸し出した傑作である。

『ファミリアホール』

1900年、三菱銀行神戸支店として建てられる。神戸における最初の本格的洋風建築で、設計は、日本近代建築の父と言われた曾禰達蔵である。建築様式はネオルネッサンス様式で、レンガの壁と御影石で飾るという、斬新な手法は、震災で崩壊することなく存在している。

1977年にファミリアに譲渡され、1階はホールとして、シーズンの展示会や音楽会、絵画展などの文化的イベントに使われている。銀行のイメージを残しながら、明るくモダンにリニューアルされた見事なホールである。その他にも、海岸ビルディングや神港ビル、神戸市立博物館等、旧居留地境界には、数多くの近代洋風建築が残っているが、又別の機会があればご紹介したい。

『旧神戸ユニオン協会-H・フロイドリープ』

1928年に建てられたプロテスタントの協会である。近年は放置されていたが、震災後、ジャーマン・ホーム・ベーカリー H・フロイドリープが移転してきた。ゴシック様式の礼拝堂の広い空間を生かしたカフェには驚かされる。

『旧北野小学校-北野工房のまち』

明治後期の開校という長い歴史を持つ学校が、1996年に閉校した。校舎の保存の声が集まり、「神戸ブランドに出会う体験型工房」をコンセプトに、神戸を代表するブランドが教室に並び、体験型工房ができた。

旧居留地とは別に、明治の開港と共に居留地で働く外国人達が眺望の良い山手に住居を構えた地として、北野境界がある。昭和30年代には、200軒の異人館があり、境界に住む日本人の住居と混在した豊かな住宅地であった。しかし、高度成長と共に、ラブホテルやマンション、住宅の混在する、忘れられた住宅地となっていった。1970年代に入ると、浜野安宏がプロデュースする商業施設が開発されるようになる。それを、建築家安藤忠雄が手がける。「ローズガーデン」「北野アレイ」である。その後、安藤は、80年代に「リランズゲート」や「T Oビル」さらに90年代の「ウォールアベニュー」まで、約10作品を北野の境界で手がける。

1977年に、NHKの連続テレビ小説「風見鶏」で、異人館ブームが到来し、北野境界の観光が始まる。この二つの出来事が、北野の町を大きく変えていった。

現在、旧トーマス邸、旧シャープ邸、旧ドレウエル邸の3館は、市の所有となり、無料で解放されている。

その他にも山本通りも含め、いくつもの異人館が残っている。明治以来のコロニアル建築と、シンプルモダンな安藤の建築が対比し、観光商業とファッション商業がミキシングされた独特の雰囲気、北野境界にはある。ここにも、ハイカラ・モダンな神戸の街づくりの顔がのぞいている。

〈トア・ロード・元町通りの老舗〉

旧居留地の北隣の三宮神社西側から北へ向かって、1Km程のゆるやかな登り坂、トア・ロードがある。名前の由来は、明治の末に建てられたこの坂道の突き当たりであった、トア・ホテル(The Tor Hotel)にある。北野町と山本通りにまたがる4000坪の広い敷地に英国風の建物と、日本趣味の庭園、テニスコート等を有したリゾートホテルであった。昭和の初期には、外国人向けの洋服店や靴の専門店、雑貨店、食料品店が点在していた。その後、ホテルは1943年に閉館し、1950年に火災で焼失してしまった。

現在、このトア・ロードには、戦後開業した、ハイカラ神戸を代表するマイスター達の店がある。

昭和26年に創業したオーダーシャツの専門店「神戸シャツ」、60年以上に渡り女性の帽子づくりを続けている「マキシン」である。又、昭和35年開業のバリーのお店「クロス」、昭和24年開業のトアロード・デリカテッセン、アールヌーボー、アールデコのガラスを中心と工芸品の専門店「アンティークエルテ1920」等、戦後の神戸ハイカラファッションを代表する老舗が点在している。

大丸の横から西へ、JR神戸の近くまでのびている元町通りがある。ここには、戦前から開業していた老舗が点在する。創業70年の「サノへ」。インポートのセレクトショップである。

1905年創業のカワムラ、昭和の初期オートクチュールとして出発し、現在はインポート雑貨の店「HEISYO」等、その他にもエレガンスな神戸スタイルをしっかり守っている専門店が点在する。

あとがき

メリケンパークやハーバーランド、ポートアイランドに六甲アイランドといったウォータフロントの開発のこと、神戸のパンや洋菓子のお店のこと、震災後の復興におけるまちづくりのこと、東神戸から阪神間の郊外にあるお店のこと、西神戸のニュータウンのこと、複合大型商業施設のこと、いろいろ書きたいことや、テーマがあった。

でも、一番知ってもらいたいことを書いてしまった。書いているうちに都市商環境の展望はどこかへ行ってしまったが、お許しを頂きたい。

神戸のまちづくりや、商業環境の展望を考える時、地域が育んできた歴史や伝統の文化を忘れてはならないと思う。ハイカラ・モダンという言葉の響きの中に、我々の先人達の汗と涙のしみこんだ歴史があり、それをサラリと平気な顔をしてスマートに立ち振る舞う、神戸の気概とオシャレ心があるように思う。そんな神戸を私は好きである。

(神戸の思い出を淀川長治のエッセイ風に書いてみた。)

「朝日会館で映画を観て、神戸大丸でミニチュアカーを買って、センター街のベルで夕食をして、モロゾフでケーキを買って、阪急電車で家に帰った、みんな家族に連れられていった小学校時代の思い出。」

末浪 伸浩

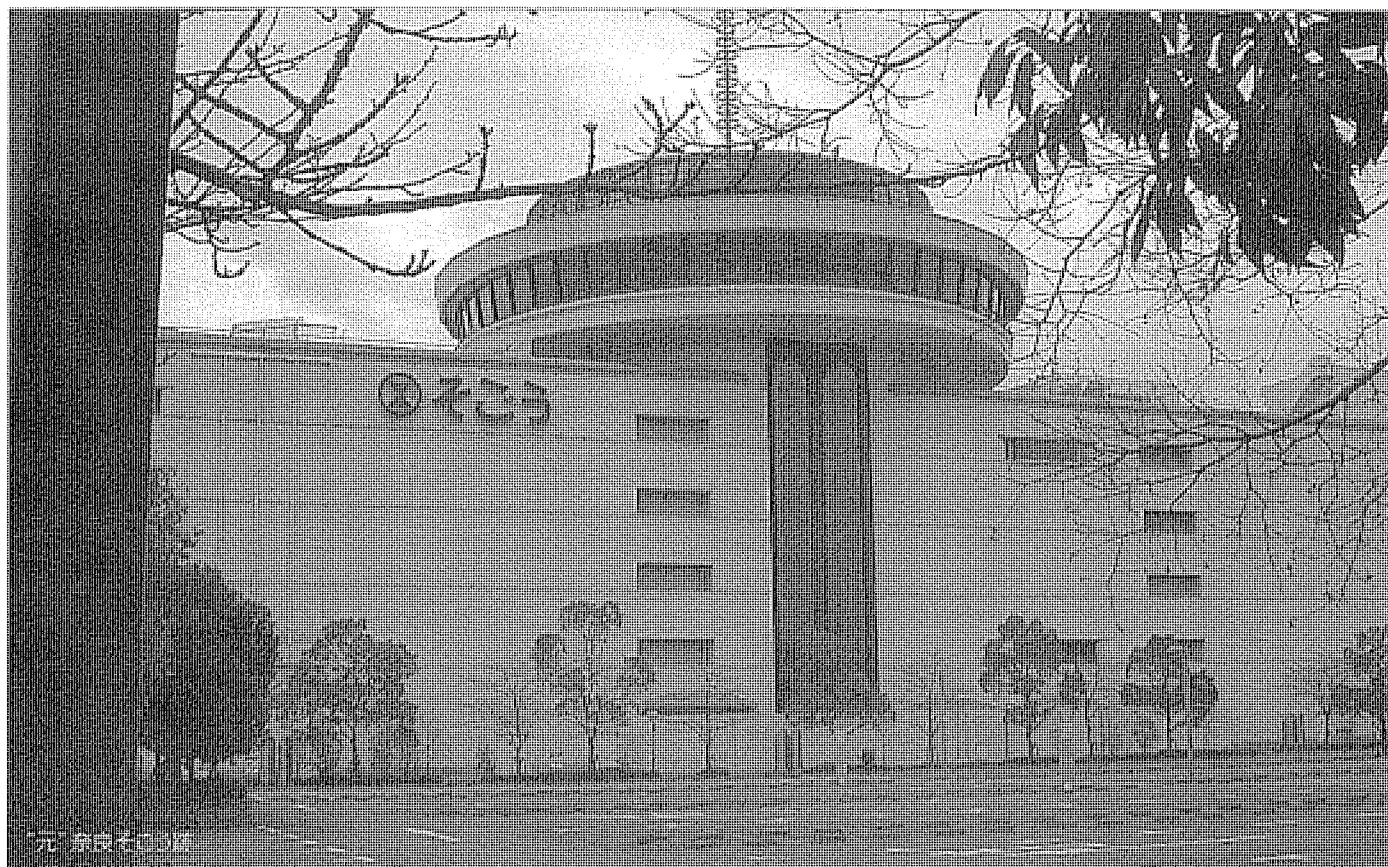
デザインングプロデューサー (ALGOアルゴ)

いにしえの
ならのみやこの
やえざくら
けふこのえに
にほひぬるかな

古都一奈良。多くの寺社仏閣のおかげで、観光地として名高いこの地も、商環境の視点からみると、元気がない様に感じます。近隣の都市のように、代表される目ぼしい商環境の集積地を見出しにくいと思われるこの場所から、いくつかの現状を、数値的なデータは別として、一人のデザイナーとしての立場から(あくまで主観のみではありますが…)お知らせしたいと思います。

訳首の都であった奈良の八重桜が
今日はこの宮中で、常時咲くも
一層美しく咲き切っています。

(詞花集 伊勢大輔)



西日本最大規模で、県内最大の百貨店であり、2000年10年に近畿で唯一破産した、奈良そごう。今までのいくつかの再建計画も終結せず、未だ、その行方が定まらない状態で、閉店した当時のままの姿です。

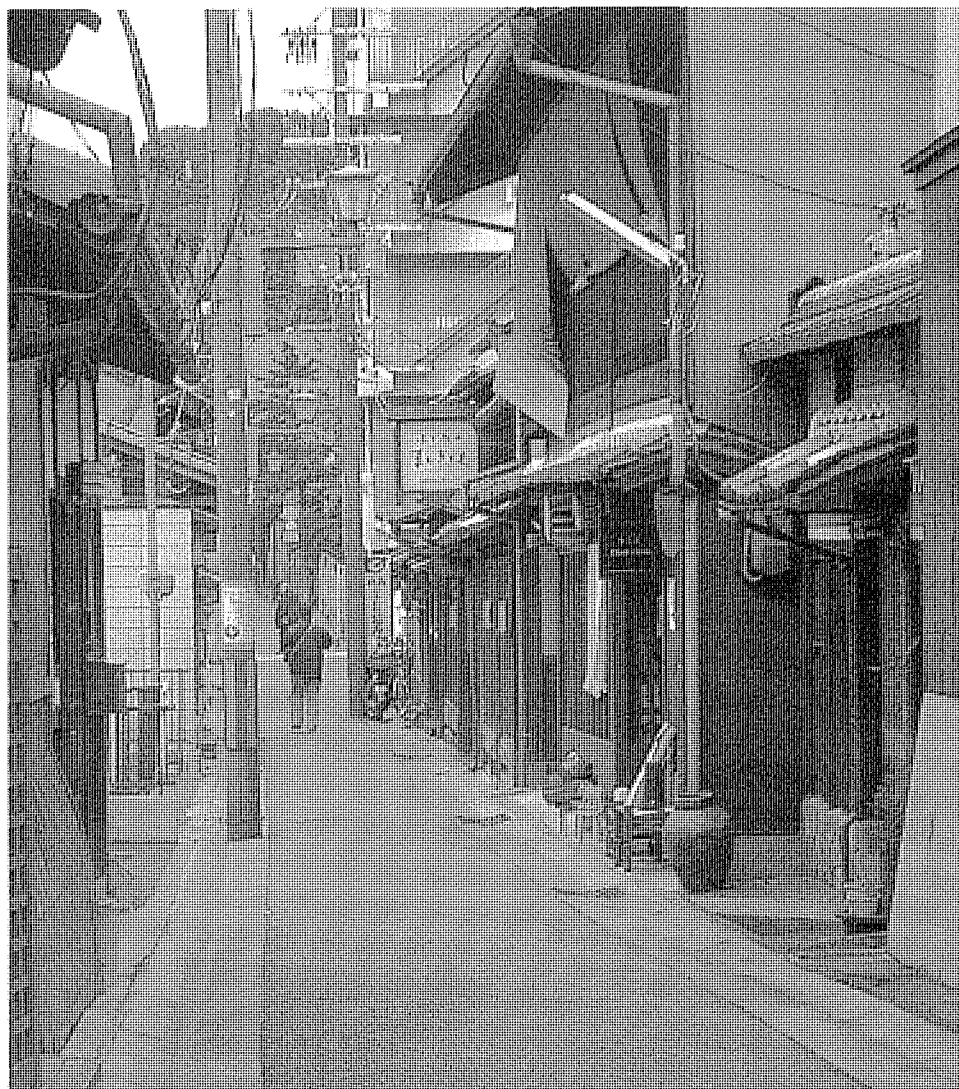
以前、賑やかだったその場所も、巨大な空き地と化していますが、かといって、一般消費者は特に不便も感じるでもなく、生活しています。聞くところによると、地権者自身も、さほど困った様子もないとの事で、何かしら、「他人任せ」の感じが否めません。

(そごう問題で奔走している方々、スイマセン。)

なんとなく、奈良の商業施設・商環境への見方、関心の現状を象徴しているように思うのは、私自身だけでしょか？



駅前商店街



ならまち界限

平日は閑散としています。観光客が多かった以前は、土産品店や飲食店も繁盛していたようですが、今は通路となっているように見えます。学生や若年層がたむろする場所は、賑やかなように思いますが、それがこの商店街を活気付けているようには映りません。大手企業や大型店と共存共栄してきた商店街ですが、不況による倒産や閉鎖をする店が増えている現在、方向性を模索しているのかも知れませんが…

車が、ゆっくりと、やっと一台通れる位の、細い路地の両側に、昔ながらの風情を残している街並。

ごく普通の家が並んでいるだけかと覗くと、思いがけずれっきとしたお店であったりします。

間口が狭いのですが、俗に言う「うなぎの寝床」で、一歩足を踏み入ると、驚くほどの奥行きと広さを持つ所もあります。

駅前の商店街から続く脇道なのですが、東大寺が近い事もあり、由緒ある家が多く、歴史的に重要とされている建築物であったり、骨董品等を所蔵しておられる家もあります。(以前、この辺りで、改装の設計をさせていただいたお店には、“四番”と書かれた古い電話BOX—奈良で4番目に電話を付けられたそうです—があったり、どこかのお寺と見紛うばかりの素晴らしい庭園があったりととても興味をそそられました。)

住居があり、店舗併用住宅があり、独立店舗があると、混在していますが、独特の雰囲気を持ち、お店自身も、各々、改装されたりもしていますが、全体として、“個”が主張されすぎず佇んでいる様子が、心地良く感じられ、少し楽しい気分が散策できる場所です。

- 経済状況の中で、淘汰された商業施設
- 商いをするに優位な立地条件にありながら、その自らのエネルギーを感じにくい商店街

●特別変わった事をするわけでもなく、脈々と時間を経過している町。それでも着実に、そして確実に活動している町。

奈良に生活の拠点を置いている私としては、現状がとても寂しく感じられます。

店舗を増やしマーケットシェアを拡大する事より、顧客満足度を高める事で利益を得るという事が求められているのが、現在の状況だと思います。

厳しい経済情勢の中、現状を維持する事すらままならない所も多いと思いますが、もう少し踏ん張って、先をしっかりと見据え、この地が持つ特性を再認識し、周囲からの流れや勢いに頼らず、内からのエネルギーを存分に発揮する事で、“人が集まる”“興味を持って寄ってくる”魅力を生み出すのではないかな? と考える今日この頃、皆様、如何お過ごしでしょうか? ではまた!

文頭の句のデザイナー的現代語訳:……その昔、都として栄えた奈良が、これから八重から九重へと、ますます栄える事を夢にみえています。そして、我々の能力を発揮できる機会がもっと増えますように!

message

周年記念

会員メッセージ

40周年記念号の編集方針として全員参加を掲げていましたので、関西支部の全会員（103名）に下記の内容で原稿を依頼した結果、54名の会員からバラエティに富んだメッセージが寄せられて来ましたので掲載します。

原稿内容

最近した仕事のこと、今一番したいこと、最近したこと、他の会員へのメッセージ

challeng of chace

TAKAGI SPACE DESIGN

株式会社
タカギスペースデザイン

〒565-0821
大阪府吹田市山田東1-33
C-216

TEL.06-6876-5187

Fax.06-6876-5131

携帯電話.090-3486-1354

E-mail takagi-s.d@nifty.com
代表取締役

高城茂四郎

「クライアントとのコラボレーションに留まらず、エンド・コンシューマーへのメッセージが、プロジェクトへの成功の鍵である。物事をシンプルに解析する思考と、バウハウスの機能美の追求が我々の永遠のテーマである。建築は、原始的機能を要求される反面、また未来的な複雑な感覚も混在し、一時として人を満足させる同じ状況を保ち得ない。かつての狂乱的な建築ラッシュの時代を総括し、地球規模の環境保全と生態系への悪影響を断つ努力をすることが、我々のする仕事の重要な部分である」と考える。」

連絡先 足立 和夫

株式会社 フレスコ

〒541-0056 大阪市中央区久太郎町1-4-8

船場DIKビル2F

Phone.06-6264-7526

F a x .06-626-1-9186

E-mail:kadachi@design-fresco.co.jp

早いもので、初めて観てから20年
揺れる鐘楼を上まで登り
心地良い風の音を聞いたことを思い出す
21世紀も造り続けるのだから
続き、続けることに意味を見つけ
そうまでさせる文化とGaudiに乾杯

〒530-0045

大阪市北区天神西町3番11号 カランドリエ602

TEL 06-6130-5522

FAX 06-6130-5523

E-mail acsd:box@arion.ocn.ne.jp



荒畑・商環境デザイン研究所
Arakata Research Institute of Commercial Surroundings Design

高城茂四郎

TEL・FAX 072-892-5889

【変化・変化・変化への対応】

市川邦治 06-6903-1063

大黒柱に車をつけよ! はジャスコ岡田屋の家訓、本来動かしてはならない大黒柱さえも、必要なら動かせ、変化即応を意味。ダーウィン「種の起源」では、生き残るのは最も強いものでも、最も賢いものでもなく、最も変化できるもの。この激動の時代に識者が求めるのは「構造改革」生活者が求めるのは「安定」このギャップを埋めるのはデザイナー! 己を変化させながら、自負心と粘り強さを持ち、やれば出来るという気概で、人間らしさをキーワードに、オリジナリティを求め続けたい。



「10年ひと昔というけれど」

(株)クリエイティブサポート
店舗デザイン部 一色 勝美

アメリカ村と称する辺りを見て来た。相変わらず若者が多い。街が出来上がったころは、店を出すほうも、そこに行く者も何か大袈裟に言えば「志」みたいなものを持っていた。今、歩いているヤツや店の販売員は、流行かもしれないが、僕らの世代から見れば、その格好はシャツの裾を外に出し、ズボンを踏んだだらしない格好の服装と見えるし、露店と思える安直な店構えと作り…時代と言えば時代だが、そんな街の風景を見ると、景気回復なんてとんでもないという実感がした。キチンとした格好や服装、カチツとした店づくりを、心掛けないと人は買わないし、商品に興味も湧かず、さらにお金を出してまでモノは買わないというのは、今の世間では間違っているのか、どうなんだろう。汚さ(おまえは時代を解かっていないと言われるかな?)の中に、人間を店も商品もドブッリ浸かって、活気もなく、なんと言おうか売っているモノの必要感や、買って買ってと言う商品の呼びかけ声が、全然聞こえてこない。店はみんな同じ商品、値段。店員は商品知識も無く不精斐つばい汚らしい口元に、所構わずのピラス。客に対する「いらっしやいませ」と言う一歩の後退感なんてさらさらなく、仲間内の話題や客を無視した定員同士のおしゃべり。自分さえというジコ虫がこんな所にも繁殖していて、この街と店はどうなるのかな?

www.c-channel.ne.jp/embody
岩本 勝也
デザイナー



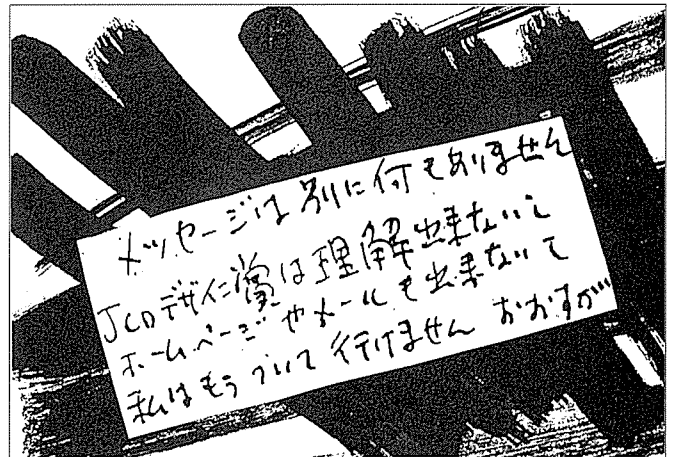
EMBODY DESIGN ASSOCIATION
エンバディ デザイン アソシエーション

大阪市中央区鶴後町3-1-2
アトラスビル2F 〒541-0051
TEL.06-6222-4622
FAX.06-6222-4611
E-mail.embody@ninus.ocn.ne.jp

「同質化からの脱皮」

デザインの付加価値が益々求められるグローバル化時代において、欧米のコマーシャルデザインとアジアのデザインを比較して、最近特に気になることの一つに、デザインの同質化現象があります。企業のコーポレートアイデンティティは、それぞれ個性をもっているにもかかわらず、その表現手段としてのデザイン戦略が看板をとれば全て似たりよったりでは、21世紀のデザインにおける世界戦略では負けです。日本列島の同質化、アジアの同質化からの脱皮こそが21世紀のプロフェッショナルの仕事だと思えます。

馬田 勲



私は奈良に住んでいる。

奈良大和路と言えば、古寺・花・公園・鹿。

歴史とロマンに満ちた街は少々線香臭いが、着古した服みたいに気安くて住みやすく、居心地よい。仕事は商業建築屋で、まずは丈夫な骨組みをこしらえ、外装や玄関・トイレ・照明等々をしつらえる。

一方店舗の中に入ると、お客様には商品を見て頂くよう建築なんぞは目に入ってはなりません。

見せる物と見えない物の狭間を繋いで味を出したい。

もっと美しく、劇的に。

しかし今更ながらに感ずるのは、ごく自然な動植物の完璧な機能性や色彩にはとてもかなわないという思いです。

大森 貴夫 TEL:06-6625-2300 FAX:06-6622-7612
Email:t.ohomori@d-kintetsu.co.jp

最近の仕事で印象に残っているのは、古い店とリース店舗です。血液型や星占い等にはてんから興味がないうほうで、もちろんそういうお店にも入った経験は無い。四柱推命のお店であったが、機能といえば至極単純なもので、取り止めが無い。「よくある対面形式のカウンターで、見る人と見られる人というのは嫌やね、並列でソファに座るか、円形のテーブルかなんかで(一緒に幸せ探し)しましよみたいな雰囲気があってもええよね」てな提案しできなかった。

もう一つはリース店舗で、今までリース店舗はお断りしてきたのだけれど、この時代にそんな事もいえない。業種はラウンジで、最後までクライアントの顔が見えないもどかしさは常につきまತ್ತた。施主とああでも無い、こうでも無い等と言いつつ、拳句が意見の遠いで喧嘩別れになる場合も、多少あるのだけれど、そういう仕事の仕方に慣れた私には何とも頼りない仕事であった。最後に貸し手のオーナー曰く「リース店舗には勿体無い。」

勿体無い店とか勿体ある店とはどんな店なんだろう。ここは単純に誉め言葉と受け取っておこう。

オフィスライアンド・オオワトリエ
大和 和男
TEL.06-6942-2129
FAX.06-6942-3117
E-mail:triad@ninus.ocn.ne.jp
keitai:090-9692-2897

40周年を迎えて

金沢 明彦

創立40周年を迎え、これからのJCDを考えると、時代は創立時から変化し、理念や社会的存在意義も変化してきて、見直しも必要であろうし、会員の若返り等、様々な問題を抱えている。しかし、振り返って考えてみれば、私にとってのJCDの存在意義は、仲間であり、その仲間との交流であり、その共有する時間であり、空間である。JCDとは媒体のようなもので、本部や支部の事務局のハードなものは存在するが、その他の事象は、創り出していかなければならぬ存在しないのである。仲間と創り出した事象を維持したいがために、やりたい事や、意に反したことも、ボランティア精神で頑張れるような気がする。

「ほんものの自分を打ち出そう」

自己の超越をはかり、
万物、自然に対し、畏敬の念を持ち、
すべてを許し、
執着、怖れ、孤独、悲しみの奴隷にならず、
素直、正直、親切、愉快に、
笑顔と勇気と信念を持って、
自らの人生に対する責務を果たし、
恒に陰徳をつみかさね、
すべてを愛し、平和を祈り、
立派な人間として光り輝くことをここに誓います。

感謝一念

今日一日、ありがとうございます。
明日も明るい一日でありますように。

合掌

【ホロニック・パラダイム研究所】 要 偈行
事務局 〒590-0032 大阪府堺市西永山6-6
TEL:072-224-8190
企画室 〒556-0011 大阪市浪速区難波中3-9-3-608
TEL:06-4396-7365

入会して30年にもなろうとしています、会員としての意味を本当に感じ始めたのは独立後でした。ビジネス以外に人と人の関わりの機会を得たり、セミナー等を通じての勉強会、諸先輩の助言等、会員であることで貴重な資料や情報を得られたことも多くありました。

時代の流れの中でそういったネットワークは他の形で形成されることも多く、会の存在意義を問われている議論もありますが、個人事務所にとってその存在は大きいと思います。時代に合った改革を行うことで、その存在をアピールすることに参加してゆきたいと考えています。

亀井 克二
TEL.06-6212-5486
HP.090-1963-7497
E-mail:ada-inc@sun-inet.or.jp

最近バイクの免許が欲しくてたまりません。
阪神高速なんかで大渋滞の時、軽快に横をすり抜けていくバイクを見ると、バイクでの移動に魅力を感じてしまいます。
冬場はちょっと辛いかもしれませんが、夏場なんかは心地よい？
風を肌で感じることも出来ますね。
しかし、実際にバイクの免許を取に行く余裕もなく、とりあえず自転車で我慢しています。
少しでも早く走ってバイク気分を味わおうと、只今筋トレに励んでおります。

株式会社ティーエム 吉川 智越
TEL.06-6944-2149
E-mail:kk-tm@wonder.ocn.ne.jp

強風の中で

正月3日に義弟に付き合っ、子供の頃以来ご無沙汰していた裏山(山頂に大きな岩がひょっこり乗っている高々標高300m程度の山です)に登って来ました。寒くて、風のすごく強い日でした。
でも、山中は、木々が防風の役目をして無風状態で意外と暖か。家から歩いて山頂まで約1時間。絶景かな、大阪平野が一望のもとに空気が澄んでいて「くっきり」「すっきり」気乗りしない気分のまま出かけたのですが、懐かしい景色にも出会えてちょっと良かった。

こんな時代です。たまには、普段と違ったことをやってみて、これまでと違った視点で物事を見つめ直すのもいいのかも。

久保田 博文
(株)まちがど企画
TEL.06-6282-0141

「温故知新・知行合一」

湖北の風雪に耐えて98年、
85万餘の時を刻んだ明治の梁組は、椽色の輝きを増しながら、美しく懐かしい日本の風景として、循環可能な匠の「技」と「心」を次代に繋ぎ、ふたたび「商」の場として、
春三月「曳山のまち」に蘇る。

株式会社乃村工藝社
郷力 憲治
TEL:06-6686-6104 FAX:06-6686-6097
Email:kenji-gouriki@nomurakougei.co.jp

再出発

神戸一生 kambe@trust.ocn.ne.jp

社会人になって33年、商業施設づくり一筋にやって来た。
前半は百貨店の売場づくり、後半は再開発ビルの商業計画に関わり、去年暮に「アスピータ明石」が竣工した。SCを完成させ、仕事を終えた達成感はあるものの、充実感が感じられない。何か欠けている。
その何かを求めて、気の合う仲間とネットワークしながら充実感を

〒650-0011神戸市中央区下山手通5-1-5 繊維会館702
都市商業研究所 TEL078-341-0256 FAX078-341-0092

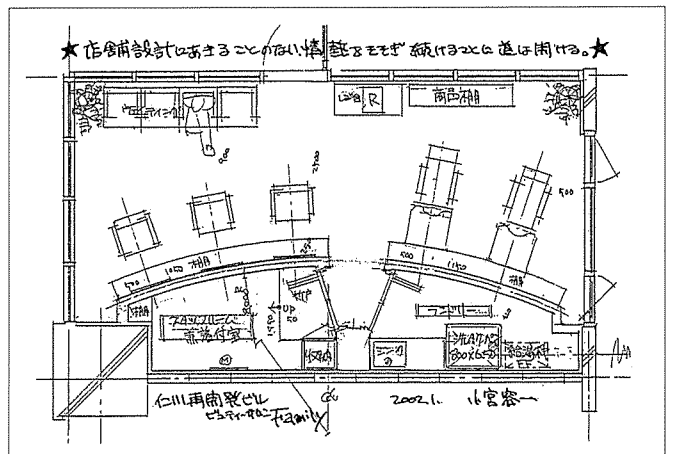
JCD
Let's Collaboration!

久保 茂

JDC開設40周年おめでとうございます。

私が入会したのは昭和47年東京です。在籍は長い、何も貢献できなくて申し訳なく思っています。平成元年に独立。100%CADでの設計事務所です。みんなに笑われながら?!18年程前、ヤマギワさんに協力してもらってJDC会員向けにCADの説明会を企画しました。その時以来JDC活動していません。
いまやIT革命といわれパソコンやインターネットがすごく進歩しました。ミラノ、パリ、ロスアンゼルス等地球の裏側の仕事もリアルタイムで行っています。

会員名:栗山 功
TEL.06-6385-3690
FAX:06-6385-3337
Email:info@kuriken.net



Go in the future
SK BORG Creative Div.

SPACE
PRODUCT
CREATION

Koji Sakai
河井 浩司

健康のために。昨年からは始めたマウンテンバイク。真冬はつらい時もあるが、一日30分から1時間位、遊びに、仕事先へも楽しんでいる。ランニングもきつといいだろうが、気軽のできるので、気性にあっている。

20世紀から21世紀初頭へ、日本も世界も激動の日々。時代と共に生きる知力も大切だが、汗と風を、肌に実感できる心地よい時間を大切に、今年も愛車のペダルを踏む。

2002・1 里吉 明

今一番したいこと

毎年元旦になると、今年こそはしたい水墨画を始めたいと思いつつ(道具だけは準備完了)年を重ねました。もう少しで還暦が来てしまう。この調子では滞れ落葉になるしかない。不況の中で「それどころではない」とやめていたが、これからの人生の楽しみを色々見つけておきたい。それと言うのも、私の廻りでは、個展を催く友達が増えて来ましたので、私も頑張りたい。

本会「るぶ会」に参加して勉強したいと思いますので、会の皆様、その時はご指導よろしくお願ひ致します。

嶋原デザイン事務所 嶋原 英夫
TEL.078-857-3235 FAX.078-857-3236

ゴールインして涙を流したことがありますか?

もうこれ以上一歩も進めない、と涙を流したことがありますか?

おもわぬ力に驚いたり、あまりにも強さに愕然としたり、生身の自分というものを感じたことがありますか?

夜が明けきらぬうちにスタートし、日没と共にフィニッシュする。100km以上を走るウルトラマラソンには大の大人をとりこにする何かがある。ごまかしのきかない距離と時間の中で雨、風、そして次々と体に襲いかかる不測のアクシデントに耐え、自分をコントロールしながら走る醍醐味に今酔っています。

白井 進

「必ず儲かる店を設計して欲しい!」…先日、あるオーナーからBarの設計依頼を受けました。30代半ばで会社を辞め、夢であった自分の店舗を持ちたいとの事。ターゲットやメニュー等のサービス内容もほとんど決まっています。困った!

『私達は確かに"店作りのプロ"だけれども、あくまで"STAFF"であり、設計するものは作品でなく、商品である。』ということの説明し、納得してもらうのに打ち合わせの大半の時間を費やした。結局、運営の話にまで加わる事になり、仕事は前を向いて進みだしたけれども、開店日が間近に迫っている。今度は、設計する時間がない。困った!

DesigningProduceALGO 未浪 伸浩

設計の仕事始めて早35年、これまで色々な店創りに携わってきた。が、近年は毎年店創りから少々はづれた設計に取り組んでいる。

個人住宅・マンション・老人福祉施設
整形外科医院・内科循環器医院 等々
未知の世界も取り組んでみると案外楽しいものだ。今年には製造工場の施設と環境のリニューアルに挑戦している。

ティーエス プランニングオフィス
TOTAL SPACE PLANNING OFFICE
建築・商業施設・住環境・福祉施設 企画から完成まで

代表 菅野哲爾

TEL (06) 6765-3339 FAX (06) 6765-2039

巨大メガフロート

巨大メガフロートが横須賀から韓国へ曳航される途中、志摩半島沖で荒天の為、片田の海岸に漂着した。マスコミがそれを報道し、話題になってから見に訪れたが、その大きさにびっくりした。初めて見るその姿は巨大なステージに似て、浜いっばいにすっぽりと埋まっていた。近くにテラボット群や、岩礁が点在しているにもかかわらず、浜に合わせたようにうまくおさまり、我々見物人に手招きしているようで感動をおぼえた。よく見るとあちこち傷が付いて、へこみもあつたが、ほぼ無傷だった。村人の話では底に穴があき、海水が入り込んでいて、時々関係者が様子を見に来るとの事、底辺はかなり痛みがあるらしく、早く撤去しないと環境や、漁業に多大な悪影響が出てくると真顔で心配していた。何の目的で作られたのか、知る由もないが、これから晴の舞台上で活躍する様子を思い浮かべながら、その願いもかなわず、傷付き様たわあわれな姿に、いいようのないわびしさが襲ってきた。陸へも上がれず、海へも戻れず立往生している様子は、今の日本の状況を見ているように悲しくなり、寒さに身を縮めながら現場をあとに帰路についた。

ツジ店舗設計事務所 達 襄
TEL・FAX:0596-25-5700

このたび 会社を移転しました。

前の事務所ではお客様には大変ご迷惑をかけました。小さなデスクでひしめき合っている上に、一度に打ち合わせが何件も入ると、事務所内の空気が薄くなっていくような気がします。

今度はいささか広いスペースをとれるので、ゆっくりと話をすることができるようになると思います。また、オープンオフィスと呼んで、多くの人に立ち寄ってもらえるように計画しています。

今後とも宜しくお願い申し上げます。

新事務所:中京区御幸町御池上ル亀屋町378
辻村 久信

TEL.075-221-6403 FAX.75-221-6430
http://www.tsujimura-hisanobu.com
info@tsujimura-hisanobu.com

『商業とまちづくり』

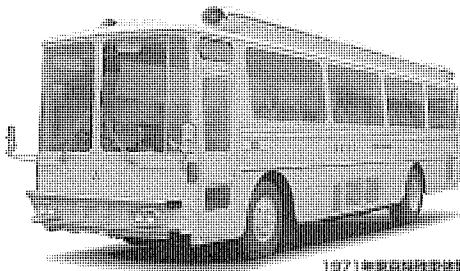
私の大きなテーマのひとつです。中心市街地活性化法に基づくまちづくりの動きが活発化し、バブル崩壊後の景気低迷中、まちなかの商業というものが、まちづくりの関連でその存在意識が問われているときではないかと思えます。商環境に携わっているものにとって、社会的責任をこれまで以上に認識しなければならないと。ひとり一人がまちづくりの哲学を持つ時期になったのではないのでしょうか。

〒532-0011 大阪市淀川区西中島3-12-15 第5新大阪ビル7階
 (株)エフピーシー大阪オフィス FBCまちづくり研究所
 出口 巴幸
 TEL:06-6838-0511 FAX:06-6838-0512
 Email:deguchi@f-b-c.co.jp

事務所も移転し
 人生57年緑あって
 新たなミチを歩みつづあります
 が
 さて未来像は
 ?

ミーノクレ 友田みのり
 新住所/〒540-0033 大阪市中央区石町2-1-7-1310
 TEL.06-6947-5315・FAX.06-6947-5316

DAIKO 大光電機の中尾です。



1971年製京都市バス用車体三型B915N

皆さんは昭和40年代に絵本にあず登場した「はとバス」を覚えていますか？
 屋根の上にジェット機を思わせる装飾を施した、スーパーバスと呼ばれたこのバスを私が所属する日本バス友の会の仲間が14台目の動態保存車としてレストアも終わり、保存することになりました。我が国がとても元気のある頃の象徴の様に、大東京の観光には欠かせないバスでした。当時の商業施設にも共通するデザインの面白さやテストは何か次世代商業施設のヒントになりませんか？

今年の3月に、イタリア北部のモンツァで行われるMIAという展示会に京都の伝統工芸品を出品するという企画を進めています。京都の職人達の手技とイタリアのアバンギャルドデザインの融合を図り、更には将来に向けての新しい産業育成の方向付けへとこのプロジェクトを進めてゆくの狙いです。京都に住み、長くイタリアモダンデザインをビジネスの中核にしてきた私にとって異義のある仕事ではないかと考えています。ライフワークとして焦らずじっくりと取り組むつもりです。

中塚 重樹
 TEL.075-255-6100
 090-1715-5801
 FAX.075-255-6110
 arc01@arc'kyot.co.jp
 www.arc-kyoto.co.jp

「最近気になること」
 こども変だよ 日本人

昨今、外食産業や、レトルト等の加工食材(自分でも料理するので)の平均的な味付けが妙に甘くなってきたように思います。多くの食品 メーカー等が江戸に本社を構え、江戸人が主体となって味覚を決定するからなのか、経済が人々の味覚を左右することは、大変嘆かわしく、なんとかならないものかと日々悩んでいます。特に京都に住んでいるから尚更そう思うのかも。このままでは2~5年たつと、日本中同じ嗜好・味覚になってしまうそうです(一部の人々や、一部の世界を除いては)。

西澤 嘉信
 (株)アピタ建築デザイン事務所
 TEL.075-255-1141

天神橋の欄干にたくさんの海雁が
 集まっています。
 毎年この時期に数がふえるのです。
 寒さがきびしくなるとパンの欠けらを
 少し多くまいてあげます。
 冷たい風をしのいでくれるのは
 あたたかい出会いかもしれません。

野井 成正

●関西発信のソフト専門企業●

www.nodafills.co.jp

株式会社 ノダフィルズ

あらゆる商業施設の企画からプロデュース・教育・運営まで、
 法人化して22年目になりました。 国内外実績多数

大385 野田秀雄

社業は娘に任せてゴルフ・釣りにと、健康を享受し、
 この時代にハンコだけは握って60才代最後の
 年を過ごしております。

阿波座◎出口の前 E-mail osaka@nodafills.co.jp

創立40周年を迎えられることは、内外に誇れる大いなる偉業であろう。40年を大別すると、概略3世代に亘ることになる。第1世代はテレビメチアの普及で国民が大いに行動し踊った時代だ。第2世代は車や交通機関の発達で人間の移動時間が飛躍的に短縮された時代。第3世代は通信技術の成長で情報伝達容量とスピードが天文学的に発達した時代である。各々の時代にJCDは世相の波を捉えた数多くの優秀な先輩デザイナーを世に排出したことか、と考えると社会貢献度は、大と言わざるを得ない。今日の苦境は、又明日の喜びへと継ぐのが現会員の使命であり目標である。

'02・1・11 野村 武彦

最近マンションの何戸かのインテリアやカタログ用のセットデザインの仕事をしたが、モデルルームやスタジオセットを見て思うことは、モデルルームとは本当に必要なものなのか、もう少し有効な素材の使用方法はないのか、同じことをスタジオセットのデザインをしても思えます。そしてスタイリッシュな小物が並べられたモデルルームの中で、実生活の仏壇の様な嫁入り道具として買われたタンスが置かれるシーンを想像すると、各家庭の空気にはそれぞれのおいがあり、やはり同じ仕様としては納まらないのでは、とつくづく思う今日頃です。

橋本 健二
橋本健二建築設計事務所
TEL.0726-23-6767
FAX.0726-23-6795
E-mail:zta05405@nifty.com

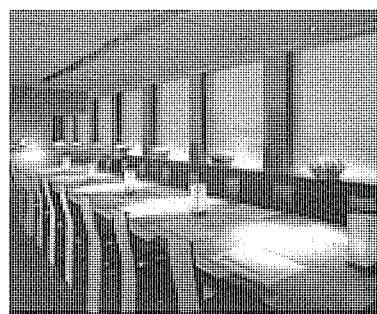
有限会社 原川公一商環境計画研究所 <http://www.harakawa.co.jp>
TEL 06-6618-8866 harakawa@zb3.so-net.ne.jp

商環境の未来と環境の未来 原川公一

商環境とは利用者や購入見込客の物欲をより刺激する為、エゴや差別意識を煽り立て、我先に買いたくなる理由を付け、より高い自己満足を提供する行為全体を指し、地球の自然の恵みを資源と呼び変え、消費や破壊を繰り返し、更に短期間で廃棄し、その過程で大量のゴミと地球環境に有害な毒素を撒き散らしている。我々はその行為の一翼を担うことで日々の糧を得ている。だから、大声でエコロジカルを叫ぶ立場に私はない。悲しいことに、人間が生きていくことは自然を食い物にするしか方法は無い。過去何万年かは人間の破壊行為も地球の持つ大きな環境浄化能力で何とか生きてきたが、人間社会が急激に発展したこの300年程で世界各地で自然破壊が行われ、現在ではもう回復不可能なのが現実である。今更、エコの壁紙を貼るうがゴミを作り、自然を破壊する行為には違いない。現代の便利な生活や贅沢を知ってしまった我々に一万年前の生活をしろといっても無理。この加速した破壊行為を止める手段は無い。

最近思うこと
商売って何だろう、商業とは？
永くこの仕事に係わって来て、今改めて
原点の難しさを痛感……
この不景気の中、曰く地球環境問題、
コストの問題を考えた上では、真剣にな
ればなる程自信を喪失……
自由な世の中、何でもありの自分本位
で仕事をする？
『専門家とは…小さな間違いはしない
が、大きな間違いをする種族である』の
言葉を噛みしめている。

原田 隆夫



■芦屋の和食店

古き良き芦屋浜の偶居をイメージして、地名の由来にもなっている「葦」を求めて歩いた。琵琶湖の葦とは種類が違っていただけ、阪神芦屋駅近くにその痕跡があった。天井や壁に皮付芦を使い女竹で押える。風土や土地柄に根ざした空間にしたいと日々考えている。

藤谷明正 tel.078-793-1220 e-mail:fujitani@pop16.odn.ne.jp

www.cn-japan.co.jp

CN-JAPAN / 株式会社クリエイティブネットワーク 藤村 正雄

世間が不景気と言われて久しく、それ以上に我々商環境に携わっている者にとっては厳しいようである。

そこで、ある本が先進国日本の進路について書いていたが「後進国が先進国を語る」とあった。これは商売の原点である「お客の事を考えて商品を仕入れる」と同じことである。

商環境の仕事に携わっている我々会員も、もう一度商環境の原点に立ちかえり、クライアントがなにを思っているかを考えると(社)日本商環境設計家協会の進むべき道が見えてくるであろう。将来を見越した研究都会を作るのも意味があるように思う。

前田 泰弘
TEL/FAX:06-6292-2753
PHS :070-6213-5472
E-mail:fwkv4851@mb.infoweb.ne.jp

最近骨身に感じている事。知恵を使うという事。日本には消耗品以外の物、特に施設というモノ(会社も含めて)はあり過ぎて新しく造らなければならないモノってあるかな。今あるものを活性化さす知恵が不可欠。中国が世界の工場になるであろう将来、日本はソフト力のある人材育成で将来を切り開く以外ない筈、装置型産業からプランニング産業へ、そこで我々プランナーの出番。我々の世界の中から、例として、NEC型ではなく、マイクロソフト型に、存来国内空港に国際機能を、豪華ゴルフ場、保護所、国民宿舎等をオールベンジェ、プライダル・リゾートコンベンションに中古マンションを含めて現在の建売型マンションをインフィル型に(未来型・日本型集合住宅に)中小企業の解体ではなく、文化を残した再建を、ゼネコンシステムから、CM、スーパーバイザー方式へ、等々々々…

260字で書ききれない位、有々々々々…

それらのHOW TOはご相談あれ。 見崎 征之

阪神大震災から7年が経過しました。自分は全壊になってしまった為、何度も移転を余儀なくされましたが、昨年10月ようやく建物が完成し、ホッと胸を撫で下ろしている所です。区画整理指定地域に入ってしまう、情報が錯綜していた為、2度も建て替える事となり、とにかく膨大なエネルギーを使い果たしました。この間、地元の商空間にも色々携わってきましたが、これらの教訓を生かしながら、今後益々一業界人として、かかわっていくべきだと感じています。近頃“コラボレーション”という言葉をよく耳にします。こういう混迷の時代にあってこそ発想の転換を図り、同・異業種間にこだわらず、協調し合い、様々な物件にトライしていくという考え方は、大変意義のある事だと思っています。業界全体に、その様な空気が浸透していく事で、活性化につながっていくと思います。又、私自身にも当面の課題だと痛感しています。

(有)ワンス プランニング 代表 元山 英弘

最近の仕事のこと、今一番したいこと、最近気になることについては私はキャリアが長く、何百と云う店舗に関わって、今は追求も、きばって挑戦もせず静かに、そして力を抜き、書道家・彫刻家がそうである様に自然にこうなると云う作品を創造して行ければと考えています。若いデザイナーは、仕事以外のもろもろの難問をも、同時にクリアして行かなければなりません。特にこれからはクライアント側もいろんな方がおられます。悪気なくても押し付けたり、設計者の立場を悪用するものもあります。個人が困っているトラブルの処理や、事前情報等をJ.C.D.組織がバックアップする事が、会員のメリットであり安心して仕事出来るのではないのでしょうか。内装についての法整備は建築に比べて遅れています。この問題にチャレンジする人が必要です。

森田 清隆
TEL.06-6264-7398 携帯090-8577-3475 FAX.06-6264-5937
E-mail:sunspaca@mc.kcom.ne.jp
ホームページ:http://www.sunspace.jp

昨年11月、大阪歴史博物館が完成しました。
2年半余りの、大阪での仕事はかなりハードなプロジェクトでしたが、無事終了し、ただいま充電しているところです。

今までできなかった、京都の史跡めぐりや、しばらく中止していた3DCGの再開等、趣味を兼ねた活動をメインにしたいと思っている日々です。

山口 明
E-mail:duo@mx5.nisig.net

今年もいろんな店を創るぞ

山口 雅史
E-mail:yamaguti@mc.kcom.ne.jp
http://www.sunspace.jp

継続は「力」なり

商業施設にかかわる
各職能団体が一つとなり、
メビウスの帯のごとく
永遠に活動できる業界でありたい!

山田 悦央

TEL 06-6358-5265 / FAX.06-6358-6264
e-mail:pcdesign@mbox.inet-osaka.or.jp

昨年7月に奈良県橿原市の国道24号線沿いに複合商業施設「ツインゲート橿原」がオープンしました。当社プロジェクトチームで企画開発から、建築、内装、設備に至るすべてを手掛けました。

シネコン・スポーツクラブ・アミューズメント・外食などの専種で施設を構成しておりますが、特徴は立地法が適用されない業種のため、企画からオープンまで1年弱で実現する事が出来ました。

従来の商業施設は物販中心で集客する事が一般的ですが、娯楽・文化・健康などのキーワードをテーマにした施設はまだ少なく、今後の新しい施設のあり方として注目されております。

株式会社 フジタカ
山本 喜三郎
TEL.075-765-8506

お客様に届け続けてきた情報が、18年の歴史を得て今の仕事に帰ってきています。食品を知る為の海外投資も26年間欠かさず続けてきた。積み重ねてきた情報を自分一人の情報から、全国の多くの経営者に届けることで、店作りが存在していきます。

食品小売り業の設計に従事して18年、社会に於ける厳しきは近未来への取り組みを迷わせます。我々設計者の使命は美しい店よりも売れる店が大切。そこにソフトが存在します。まだまだ海外を歩きたい、頭叩かれない!

【私はいつまでも未完成!良い作品はネクストだ!]

チャーリー・チャップリン

株式会社 サンクリエーション
横山 和夫
TEL.06-4704-1381 FAX.06-4704-1382
E-mail:sc5151sun-creation.co.jp
Web:http://www.sun-creation.co.jp

気になること……!? 世の中の厳しい背景の中で、変化していくスピードも速く、自分自身の置かれる環境も、どんどん変化していく。不図、気がつくとき間の荒波のスピードにとり残されてしまいそうな事を感じた時がある。年齢も影響するのかもしれないが、自分をしっかり見つけ、変化に対応・順応出来る思考を持たなければならないと思っている自分自身が大変気になっている。

今一番したい事は……!? 一貫した、デザインワークの携わりが出来る物件を担当したい事と、少々意味合いは違うと思われませんが、家族や友人を大切にしたい。

大洋工芸デザイン/開発部
横山 一博
TEL.06-6364-4621 FAX.06-6363-0212
携帯:090-3940-4324
E-mail:yoko@alpa.ocn.ne.jp

「時間よ止まれ!」って言いたくなるようなスピードが速い今日、自分自身が世の中に流されないように、また自分らしさの世界がほしいと思っています。

仕事は「人の心の残る仕事を」、自分自身には「心の豊かさ、生きる喜びを追求したい」な～なんて、思っています。

株式会社 英進
代表取締役 渡邊 彰
TEL.06-6632-4561
FAX.06-6643-1258
E-mail:eishin1@maple.ocn.ne.jp
URL:http://www.e-sin.co.jp

石田和代

(株)石田建築研究所取締役

東京都目黒区柿の木坂2-29-16NOKA HOUSE 1F
tel 03-6729-3161 fax 03-5729-3164
Email no-ka@i.email.ne.jp
関東支部 評議員

日本デザイン事業協同組合
趣味:コンテンツポラリアート鑑賞、
水泳、テニス



JCD関西支部40周年記念発刊Vol-51おめでとうございます。
一つのスタイルを踏襲して永く続けて発刊することは並大抵の努力では出来ません。しかも会員の一部有志によるボランティア活動によるものですから。支部、本部活動の状況、社会情勢とトレンド、会員交流等々1冊1冊現在と過去を重ねて行くことで歴史が生まれるのだと思います。関西支部の皆様は心から拍手をお贈りします。

さて、今は昔のことですが、1968年8月は私にとって記念すべき夏となりました。東京等々力の目黒道路沿いに完成したドライブインレストラン「ジロー」は木造2階建て延べ150坪、素焼きのスペイン瓦の複雑な形の屋根と白いスタッコの壁、この南仏調の建物はその後の様々な飲食業態の「GIRAUD」の母店となり、西の「ロイヤル」と全国的な出店を競うこととなります。正に飲食業界の幕開けと云っても過言ではなかったかと思えます。その時「ジロー」の社長、沖広治氏40才、石田紳男38才、石田和代37才。クライアントの大きな投資、建築家としての初めての店舗設計、インテリアデザイナーとしての初めての店舗空間コーディネート。この店が超繁盛店として衆目の集まる所となり、そして我々は生き残ることが出来た訳です。

私自身、それが切っ掛けとなり、以後30余年に亘ってデザインをライフワークとする事になってしまいましたが、本当に信じられないことです。大体子供の頃から三日坊主で通っていましたが、矢張りこの仕事は変化に富んでエキサイティング、人を介して物を創る喜びがあったからだと思えます。

マーチャндаイズ、ホスピタリティー、アトモスフェア。飲食、物販にかかわらず店舗に必要なこの3つの要素について、クライアントの沖さんは、どれが欠けても良い「店」にはなり得ない、特に「今の日本に欠けているのはアトモスフェアマーチャндаイズの意義だ。」と言われた。雰囲気を生産するデザイン力を非常に重要視し、昨年11月に亡くなるまで終生そのセオリーは変わらなかった。ソフトの領域にお金を払う慣習がまだまだ浅い頃、総合的な食文化の在り方について目を向けられていたことに、いまさらながら畏敬の念を禁じ得ません。

そこで我が近況ですが、昨年の9月、企画、設計、資金調達から運営迄担当して「シチューの店」をオープンさせました。目黒区の柿の木坂と言う住宅地の一角ですが、PRなし口コミだけで今日に至っています。地域密着型をコンセプトとし先の3つの要素を踏まえて創りましたが、今のところ意図に近い状況で推移しています。70才の冷や水と言われそうですが、これも生き方の一つと考えています。

岩佐達雄

(株)栗生総合設計事務所
代表取締役

東京都文京区湯島1-2-12
tel 03-3256-8891 fax 03-3256-8892
Email kuriwasa@coral.ocn.ne.jp

関東支部 理事



JCD Kansai を見ていつも活発な関西支部の皆さんには頭が下がります。その紙面に登場させていただくのをお光栄に思います。事務所の仕事は今、官と民が7:3ぐらいで商業施設そのものはわずかです。昨年3月に、宇治平等院のミュージアム(新宝物館)鳳翔館がオープンしました。平成8年から足掛け5年京都に遅れました。なかなか大阪まで足を伸ばす機会を持たず、完成後の昨秋鍋塾で関西の皆さんとお会いすることができ、その節はお世話になりました。都市の中とは思えない心地よい水辺で、もっと手軽にそのような空間が都市の中に必要であると再認識しました。

何人かの関西支部の方には見ていただきましたが、本日は、その平等院のことを書きたいと思えます。

現地調査から始め、企画構想、計画、委員会、設計、文化庁、東文研などなど様々な過程を得て作り上げました。

平等院は単一の宗教法人で完全に民間です。管理を、塔頭の2寺院が行っています。お寺では、平成元年より、鳳凰堂の阿字池の発掘調査が行われ創建期の池と建物の関係がわかってきて、ほぼその時代の州浜への復元工事など環境整備計画も進行していました。

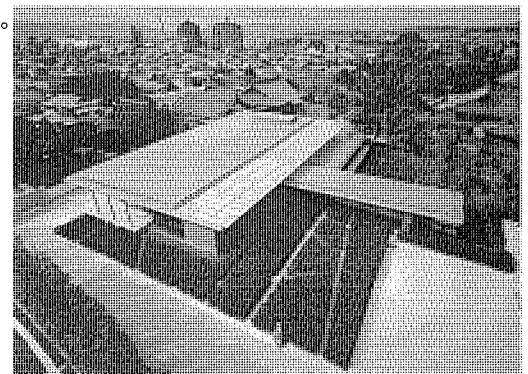
阿彌陀堂内の如来座像(国宝)の痛みや、阪神淡路の大震災の影響もお堂内には少なからずあり、今までの堂内拝観の形態の見直しも必要となり、また堂内の雲中供養菩薩像の修理や、さらに既設宝物館の老朽化や空調不備による宝物の痛みなどさまざまな要因により新宝物館が早急に必要とされていました。私たちはまず、二つの門(正門、南門)からの拝観の方向性(時計回り)を統一し、そう広くない境内の荘厳性や厳肅性の回復を目指しました。

その拝観ルートの中に、敷地の高低差を利用した新宝物館を位置付けました。大半は地下構造とし、そこに多くの国宝を収蔵・展示しました。その地下の壁は杉板の本実を50mm幅で型枠とし、少し凹凸をつけ、コンクリートの打ち放しとしています。歴史とか地層の積み重ねを表現したともいえます。地下でありながら、展示への影響のない範囲で各所に外光を取り入れ、不安感の解消に努めています。雲中供養菩薩像を納めた壁面ケースはおそらく現在国内最大のガラス高さと思えます。

この展示は計画の当初の段階でもくろんでいたことです。仏さまとの感動の出会いを作りたいからです。

上階は管理ゾーンとミュージアムショップの機能を持つ周囲をガラス張りとした解放空間です。従来の土産物屋ではない、展示の延長としての品格のあるショップを全体の中で違和感なく創ったつもりです。

上部構造は耐火鋼によるラーメン構造で工夫をすることで厚板の鉄による合せ梁を強調しています。薄いフラットな屋根で、屋根そのものを消し、しかも「和」を感じさせる外観を目指しました。ぜひご覧いただければ幸いです。なお宇治川対岸には同じ世界遺産の宇治上神社があり必見です。





昭和47年3月に再開発基本構想が立案されてから、丸30年の月日が経過して漸く完成した再開発事業である。その間の経済社会環境はめまぐるしく変化し、高度成長からバブルの崩壊を経て、更に阪神・淡路大震災に遭遇する等非常に厳しい事業展開をしている。この地区は、明石駅から東へ約100mに位置し、古くから明石市民の歓楽街として発展した駅前商店街ではあったが、昭和40年代より商業の中心が西側にシフトしたため衰退を余儀なくされた事と、老朽化した木造建物が密集していた為に再開発の必要性があった。そこで、昭和56年3月に準備組合を結成昭和58年からデベロッパーを導入して事業を進めた。何処の再開発事業でもそうですが、総論賛成各論反対で権利者の合意形成に相当な時間とエネルギーを費やしたそうです。しかも2回にわたり核テナントに出店を辞退され、その為再度事業の見直しを余儀なくされ、事業遅延の原因につながった。しかし事業遅延がプラスに転じた面もあった。平成10年7月に施行された中心市街地活性化法による助成制度の積極的活用である。当初、再度の核テナント誘致を従来路線通り百貨店及びGMSに出店を依頼し条件交渉を重ねていたが、買い手市場の中、なかなか出店条件が合わず、膠着状態に陥っていた時、TMOが保留床を取得して核店舗になれば採算が合うというシミュレーション結果が出た。勿論リスクもある。果たしてこんな時期にテナントが集まるだろうか。組合、市議会の承認を得て、テナントリーシングが始まったのは建築基礎工事がほぼ完了した平成12年にはいってからの事だ。ストアコンセプト、フロアコンセプト、業種業態計画案、保証金、家賃総額を厳守しながら、大体骨格が固まったのはオープン6ヶ月前である。オープン4日間の来店客数が19万人を超え、順調な滑り出しをしている。

- 名 称／アスピア明石
- 所 在 地／兵庫県明石市東仲ノ町6番1号
- オープン／2001年11月29日
- 事 業 主／東仲ノ町地区市街地再開発組合
- 施設構成／店舗、住宅、公共公益施設、駐車場
- 建築設計／(協)都市設計連合
- 設計監理／(株)大建設計
- 建築施工／竹中・神埼・明石土建建築工事共同企業体

「アスピア」のネーミング

整備される施設が人と文化のpier(棧橋)、海と街のpierの役割を果たし、都市の核になることを願い、中心市街地での都市型生活を提供する「明石の理想郷(ユウトピア)」を目指す決意を表現している。

建築デザインポリシー

1. 外観デザインについては、「明日の明石」をイメージする。
2. 外装及び外構については、ストライプ、格子(子午線)を生かし、時、水の流れをデザインに取り入れる。
3. 素材については自然素材を基調とし、自然石、石積等を積極的に取り入れる。
4. アクセントカラーとして赤色(赤石、鯛、蛸)を取り入れる。
5. シンボリックな形態的なアクセントとして塔屋、ドーム(天文台)、かもめをモチーフとしたデザインを取り入れた。
6. 星座をイメージする開放的なアトリウムを演出する。

商環境デザインコンセプト

「ユーロモダン&アーバンアメニティ」時、水をテーマに明るい都会的な環境を西洋的なエレメントを用いて表現する。



■施設概要

●商業施設

権利者店舗10店舗、誘致テナント78店舗、合計88店舗からなる大型複合専門店街で総売場面積は約16,000㎡ある。

B1階/食品と日用雑貨のフロア

1階/ファッションのフロア

2階/ヤングカジュアルとくつろぎのフロア

3階/生活とホビーと飲食のフロア

●駐車場

店舗用/自走式(662台) 住宅用/タワー式立駐(126台)

●公共公益施設

明石市生涯学習センター・あかし男女共同参画センター

●住宅施設

兵庫県住宅供給公社分譲マンション・権利者用住宅、合計159戸

■組合事業

事業経過

- 昭和47年 3月 「明石中心市街地再開発基本構想」策定
- 昭和56年 3月 東仲ノ町地区市街地再開発準備組合発足
- 平成 1年10月 都市計画決定
- 平成 3年10月 組合設立認可
- 平成 8年 4月 権利変換計画認可
- 平成10年 1月 建築工事着工

権利者数 169名

総事業費 約360億円

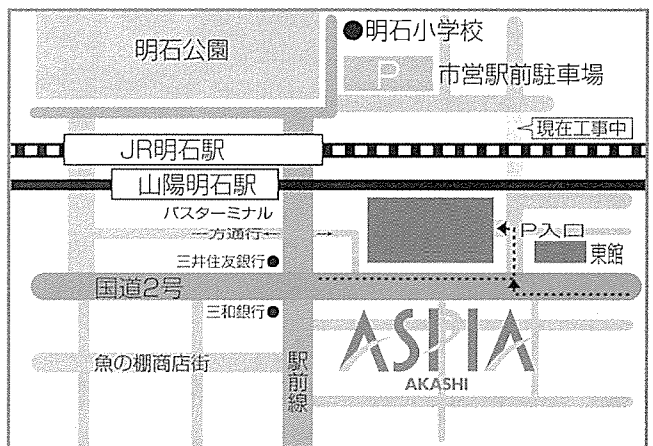
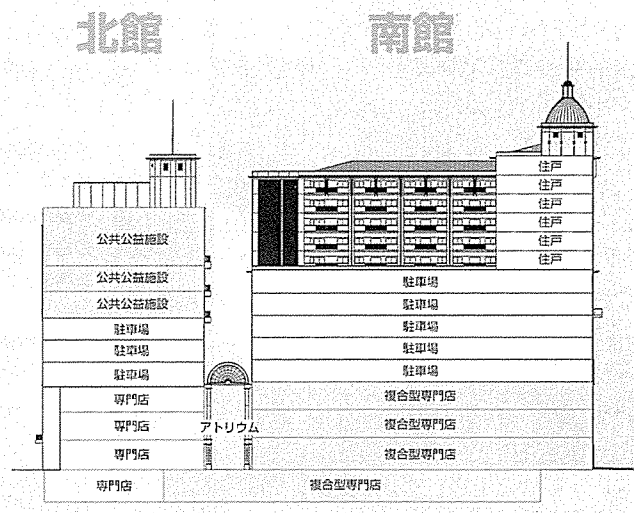
■TMO事業

事業経過

- 平成12年 3月 明石市中心市街地活性化基本計画策定
- 平成12年 4月 明石地域振興開発株式会社設立
- 平成12年12月 明石地域振興開発株式会社TMO認定
- 平成13年 8月 TMO事業計画承認

資本金 72億3,140万円(株主25名)

総事業費 約126億円(店舗・駐車場の取得及び開業費)

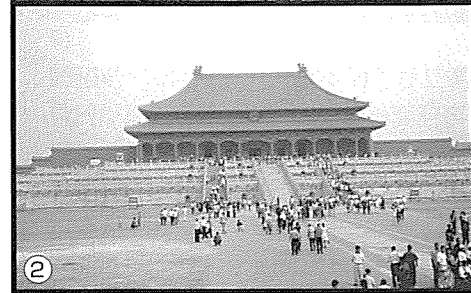
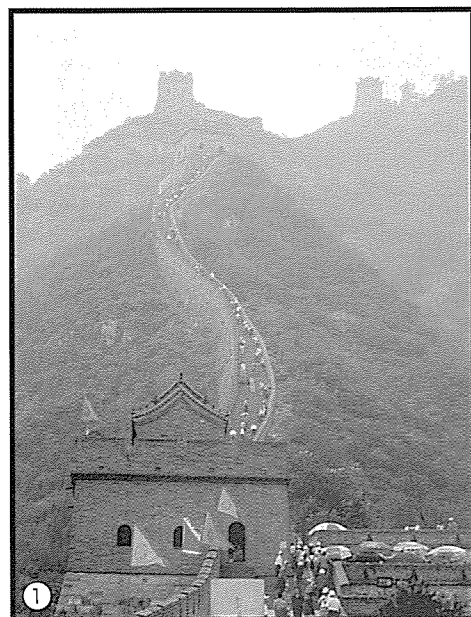


(情報委員会 神戸一生 記)

北京 BEIJING

白磁、青磁をこよなく愛する陶芸家の誘いによって初秋、北京・上海の旅をする。おりしもあの忌わしいニューヨークのテロ事件があった2日後に北京入り。郊外の山には万里の長城が続き、広大な北京の街を見るにはまず天安門周辺とある。北京に位置する故宮や天安門広場など、今も悠久たる1000年の歴史を誇る古都にして、中華人民共和国の首都。1970年代、街を囲っていた城壁が取り壊され、近代都市として整備された街は今、又、2008年北京オリンピック開催に向けて建築ラッシュの真ただ中でもあった。古宮の東側、メインストリートの王府井から東単に至る表通りの、近年の再開発は、華々しく、大ショッピングセンターあり、デパートあり、この日メインストリートは休日で歩行者天国になっており、人混みの中を右往左往。表大通りからすぐに横道にそれて、胡同(フートン)と呼ばれる路地裏に入ってみる。胡同に並ぶ家々は、四合院(しごういん)と呼ばれ中庭を囲んで棟が建つ。溢れ出る人混みに圧倒された表通りと比べ、胡同のゆったりとした空気の中を時折、路地の狭間から見る表通りの近代建築を背景にのんびりと散歩。北京空港から市街地に至るまでの、風景のあちこちに見られた40階はあると思われる洗練された高層マンションや最近の建築群にも目を見張るものがあったが、北京の路地裏は、まだまだのどかで人懐かしく、私の中の中国はこうでなければと、東洋の根源を満喫。古いものと新しいものが不思議なダイナミズムで同居し、独特の雰囲気や秩序よく保たれ、個性溢れる北京の街並が近年、胡同も四合院も再開発が急激にすすむ古い街並がとんとん姿を消していると思う。

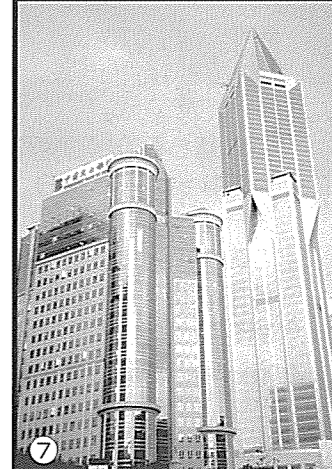
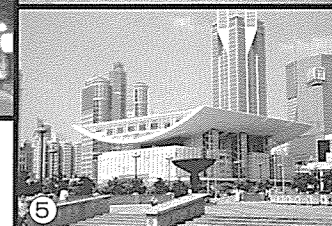
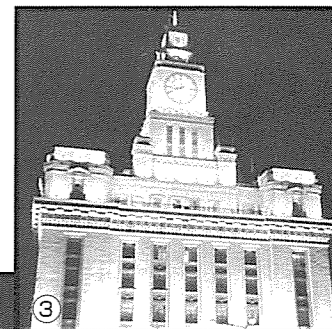
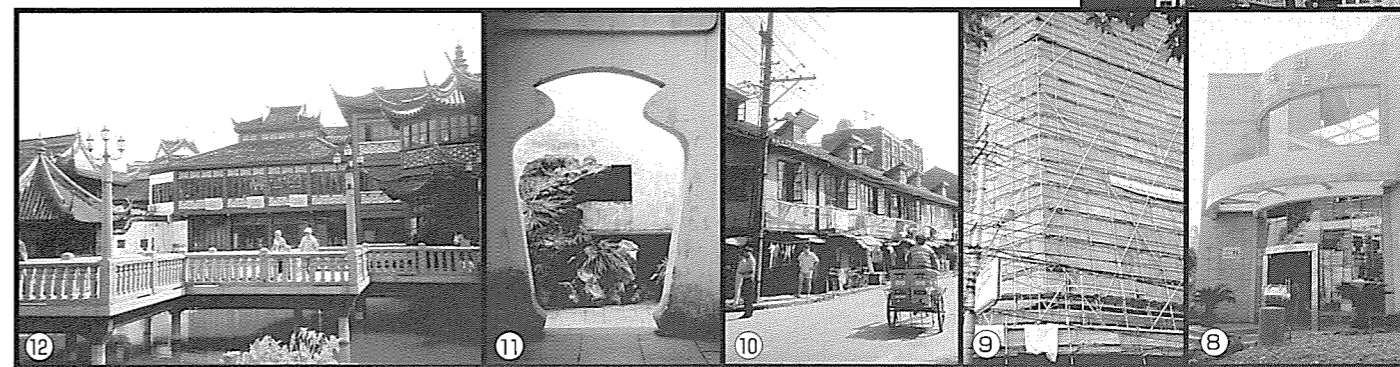
- | | |
|--------------|---------------------|
| ① 万里の長城 | ⑥ 四合院(住居の中庭) |
| ② 故宮 | ⑦ 胡同(路地裏) |
| ③ 天安門広場付近 | ⑧ 2008年北京オリンピックポスター |
| ④ 四合院(住居の入口) | ⑨ メインストリート王府井の景観 |
| ⑤ 胡同の公衆トイレ | ⑩ メインストリート東単の景観 |



上海 SHANGHAI

中国経済の中心地ともいわれる上海。上海は、やはり外灘からスポットを。ゆるやかに蛇行した黄浦江をはさんで西岸の外灘、南京路に位置する租界時代に建てられた古典様式や、アールデコ様式の壮麗な西洋建築群と東岸に位置する浦東新区の近年のめざましい開発によって誕生した、モダンな高層ビルが混在し、上海独特の景観を生み、20世紀初頭の郷愁と21世紀への未来が交差する街並となっている。1990年に東岸一帯が浦東新経済開発区に指定されてから、その開発もめざましく、対岸から見える東方明珠広播電視台(テレビ塔)をはじめ近未来的な、天を突く超モダンな高層建築物には北京以上に目を見張るものがあり、中国に対して、認識不足だった我が身を反省しつつ、まだ、心のどこかでまだもう少し古い中国らしい上海を求めて、租界時代より前の上海の顔、豫園へたどりつく。周辺には豫園商場と呼ばれる商店街があり、人、人、人のオンパレード。私の描く反省前の中国・上海の姿がここにあった。中国はまさに陰陽そのものの国、街並に至るまで表と裏が、古と新が対峙し、みごとにマッチしている。が、そこに住む次の時代をになう上海つ子達の感心は新しく出来たモダンなショッピングセンターや地下鉄などに向けられ、今を生きる彼らにとって上海は、退廃的な魅力をたたえた古街ではなく、アジア随一のマンモス経済都市だとか。再び上海を訪ねる頃は、もうミニニューヨークになっているかも。

- ①②③ 外灘に沿って並ぶ租界時代の建物(夜のライトアップ)
- ④ 黄浦江から見た東岸(浦東新区の景観)
- ⑤⑦ 浦東の新開発地区には高層ビルが林立する
- ⑥ 東方明珠広播電視台(テレビ塔)
- ⑧ 公園の中にある有料トイレ
- ⑨ 街中の工事の竹の足場
- ⑩ 路地には昔ながらの生活が残っている
- ⑪⑫ 旧上海城内にある豫園



見学会

9月 今年の猛暑もさわやぎ始めた頃、JCD様の年間活動の一貫として東リ工場見学バスツアーが行われました。 9月12日

朝9時30分、梅田よりバスにて伊丹へ。

伊丹工場では、工場見学に先駆けて社長岡田より挨拶、続いてDVDによる工場概要・説明が行われた後、ビニル床材、CFシート、グレースカーペット、ラックビル等、普段ご覧頂けない製造行程を現場で見させて頂きました。質疑応答コーナーでは、品質管理、環境問題への取り組みについて等々の熱心な質問を多数投げかけて頂きました。

午後からは再びバスに乗り、元町の竹中大工道具館、灘の菊正宗酒造記念館へ。竹中大工道具館では職業柄か、皆様大変興味深く見学され、真剣な面持ちでした。菊正宗酒造記念館では、お待ちかねの利き酒会があり、皆様の日頃の行いから運良く今年初の絞りたて原酒が試飲できご満悦のまま帰路につきました。

今回の見学会をヒントに新たな商品をインスピレーションされたのでは？ その時には是非東リ営業マンに声をかけて下さい。皆様の意見が活かせる商品づくりが出来る、それが製造メーカーです。

(東リ(株) 黒岡 ゆり 記)



鍋塾関西

鍋塾大阪に想う

専務理事 前田利昭



陽の落ちるのが次第に早くなり、少し風も寒く感じられるようになった10月12日、大人の秘密基地の風情を持つ、とある湖畔で、東京からのお客様を迎えました。(船をチャーターしてお出迎え!)野村理事長はじめ、杉本・奥平両副理事長、前田専務理事、大道寺理事、そして参加者全員の挨拶・自己紹介の後、メインである、会員手作りの2種類の鍋料理や、持ち込みの料理に箸を進め、会話も弾み、大盛り上がり。途中、気分が昂まり、トイレに行くついでに(?)河へダイブする参加者もあり、にぎやかに時間が過ぎてゆきました。ただ、当日の顔ぶれが、他の行事同様、レギュラー化しているのが、少し残念に思われました。会員の皆さん!忙しいとは思いますが、仕事の合間に、息抜きだと割り切って、積極的にひやかしに来られては如何ですか?面白い出会いや、チャンスがあるかも!?最後に、当日、忙しいにも拘らず、快く会場の手配をして下さった(有)藤本木工所の藤本社長、大変ありがとうございました。そして、自慢の料理の腕を披露して頂いた、組織委員会の白井理事・亀井委員長、ご苦労様でした。(未浪伸浩 記)

杉本氏はシンガポールから駆け付け、ホテルで4人と合流し、企画されたボートで運河から鍋塾の会場ポートハウスにはいった。意外な展開の鍋塾の始まりだった。奥平氏は少し遅れて会場で予定通り合流をした。大阪での鍋塾が始まった。オプラディ・オプラダーといったジョンレノンのり方は東京の鍋塾とまったく同じだった。まるで同じ人が大阪に来ているようだった。僕らもすぐに馴染んで酔いが進み、初めての人たちが多かったが、もっと以前から知り合いだったような錯覚に陥った。そのせいか、結構、言いたい放題だったような気がする。とにかく東京組は気分が良く、すぐにホテルに帰ることはできなかった。みんな同じにのい仲間なんだなあ、強い実感を皆が持った。だいぶ時間も経った今でもその実感は風化していない。

そんな鍋塾が秋田でも、九州でもあった。2月3日には札幌でも、広島でも企画されている。支部の垣根が音をたてて外れているような気がしている。新生JCDの開幕のベルが鳴り始めた。

喝采。

クリスマスパーティー

21世紀の初年となった今年はいへんな世紀のスタートを予感させる年となりなした。その年を締めくくるパーティーぐらいは力強く賑やかにやりたいという思いと、準備段階でも個々の組織単位のパワーが低下している今、「共同で新しいネットワーク」を目指してDDA・SDAを含めた、三協会合同のクリスマスパーティーをやりませんか?と提案してみました。がしかし私の力及ばず実現せずに従来通り個々での開催となってしまいました。会場はできるだけ大きなフロアスケールの店舗でと考えていたところ、ちょうど一ヶ月前に西大橋交差点南にOPENしたばかりの「ライム」が確保できました。当日500円相当のクリスマスプレゼントをご持参下さいと案内したところ参加者全員もれなく用意され、参加意志のある方々のマナーの良さにびっくりしました。受付で今日のパーティーの目玉である、抽選によるサンタクロース選びを行い(ご本人にはその時点で詳細はお知らせしていません)パーティー途中からのプレゼント交換やドリンクサービスのホスト・ホステスとなってもらいましたが、5人のサンタクロースさんは会場を走り回り、ご本人達も十分楽しんでおられる様子で参加者にも非常に好評でありました。料理のボリューム・メニューについては、幾分ご不満なご意見が聞かれましたが、会員、賛助会員、一般参加の皆様の交流も十分になされたよ

うで、楽しい一時を過ごしてもらえたと自負しています。来年早々の絵馬展を機に冒頭に記した三協会や他団体の緊密な連携を通して、より一層アクティブな協会活動を上げていきたいものです。(組織委員会 白井 進 記)

●ひにち 平成13年12月4日(火)
 ところ カフェダイニング「ライム」
 大阪市西区北堀江2丁目3-3 TEL(6578)8889

参加者	{	会 員	19名	}	合 計 50名
		会 員 外	5名		
		賛助会員	26名		



絵馬展

案内もしなかった人から「絵馬展を見ましたよ!」と声をかけられて驚くことが2回もありました。今年も新春吉例の第22回JCD、DDA、SDA共催のチャリティー絵馬展がOAPタワー1Fエントランスホール特設会場ギャラリーで開催されました。この絵馬展も、年々人と人とのつながりが大きく広がっているなあと感じさせられたのは、JCDを残念ながら数年前に退会された方から勧められて見に来たら、あなたの作品があってびっくりしました。ついに入札して帰ってきましたよ。との事で詳しく聞くと、その方は退会されたKさんと非常に親しくおつき合いをしておられるらしい。また一方では私のランニングクラブの仲間が職場の人に勧められて来たら、偶然あなたの絵馬があって、テーマがウルトラマラソンだったのですぐにわかりました。と言う。「世の中狭いもんですなあ!」で済ませるにはあまりにももったいない話でついつい嬉しくなってしまいます。絵馬展にもファンが結構付いて来たもんですね。昨年も同じ事があったのですが、「毎年楽しみにしている3人だけど、いつからですか?」と設営の時に声をかけてくれる人もいます。ただ会場については「もっと人の集まる場所があるのでは?」と3協会の準備委員会で話し合っています、予算の制約もあり、これといった妙案が出ないでおります。どなたか会場のご提案をいただけたら幸いです。さて、肝心な報告ですが、今回は出品依頼の戦略を少しばか

り変えたのが効を奏したのか、皆様のご協力のお陰で昨年より30点も多い120点の作品が寄せられ、会員からは28人、51点の出品がありました。最後に次回までには会場や、来場者へのサービス(入札方法の徹底他)設営、撤収をはじめ、整理発送まで全てにわたり改善、システムアップを計る必要があると考えます。

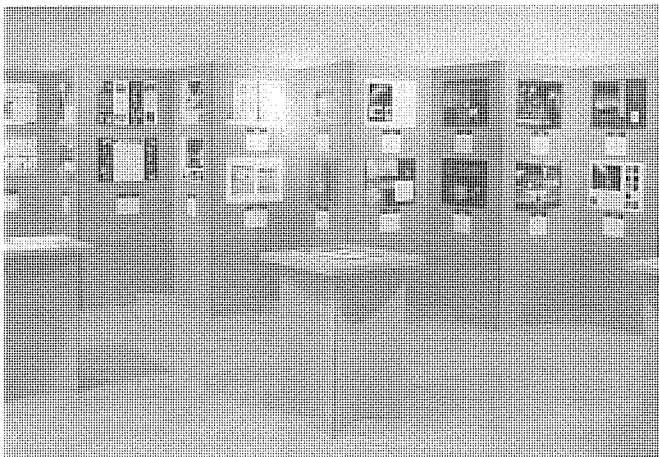
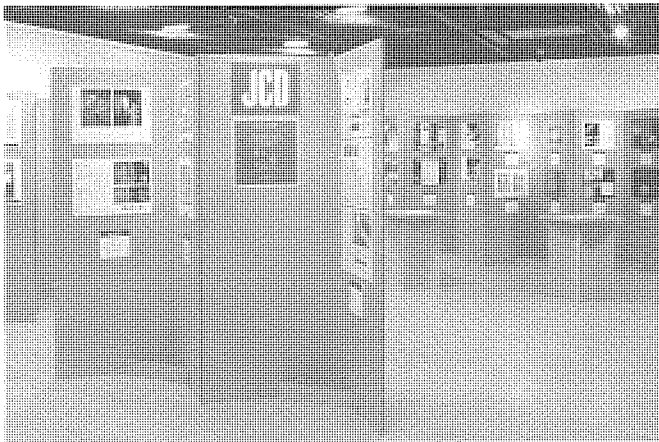
(組織委員会 白井 進 記)

会 期 平成14年1月12日(土)~1月20日(日)
 総入場者数 1662名
 入 札 数 168
 落 札 数 82
 義援金総額 ¥216,317



日本の空間デザイン2001展

毎年恒例となった「日本の空間デザイン展」は11月22日から27日まで、大阪南港のATCにある大阪デザイン振興プラザデザインギャラリーで従来から参加のJCD、DDA、SDA、JIDに加え今年新たにKIPA関西インテリアプランナー協会が加わり5団体の競演となりました。JCDコーナーではJCDデザイン賞の受賞作品が展示され、幅広い“商業施設”を多数の方に見ていただく事ができました。開催に先立ち、研究開発委員会のメンバーが設営とその後のパーティーのプロデュースを担当しました。当日大阪デザインセンターの吉田課長の挨拶に始まり、JIDの八十支部長のお礼、KIPAの石橋副会長の新規参加挨拶と続き、DDA藤井支部長の乾杯、SDA吉田代表幹事の中締め引き続き、財団法人大阪デザインセンター栗原専務理事にもご挨拶をいただき、各団体の参加者とも親睦を深めていただきました。それぞれのデザインの世界で活躍する皆さんのデザイン談義は尽きる事はありませんが、JCD山田支部長の締め挨拶でJCD会員も多数参加され、非常に盛り上がったパーティーはお開きとなりました。次回も是非多くの会員の参加をお待ちしています。



第69回コアトークin OSAKA

JCD関西支部・研究開発委員会
中尾 晋也



JCD/DAIKOコア・トーク in OSAKA は、2001年も押し迫った12月14日に大光電機ショールーム・ライティングコア大阪で開催されました。本事業は研究開発委員会がJCD創立40周年の関西支部記念事業の一環として企画しました。その内容とは、21世紀が始まり、都市社会の抱える問題は山積みしています。その中で近年、都市の空洞化が問題とされ、都市の再構築が求められています。都市と商業は古くから深く関わり合いを持ち、まちづくりの中で重要な役割を果たしてきました。時代の変容の中で、まちづくりに対して商環境がどう関わり合いを持ってきたのか、またデザインがどう向かい合ったのかを検証し、今後のまちづくりと商環境のプランニングのメッセージとなれば幸いと考へ、今回は歴史伝統文化の違う関西三都市からまちづくりに携わっておられる方々をパネリストとして迎え、いろいろな角度からまちづくりと商環境について語っていただきました。山田支部長の挨拶に始まり、基調講演はJCD会員の出口巴幸研究開発委員会副委員長に『まちづくりと商環境—海外事例から』をテーマに欧米の都市におけるまちづくりの現状を、ビジュアルな表現でわかりやすく解説していただきました。最後に主役はそこに集う人間である事を強調した有意義な内容でした。

JCD商環境フォーラム2001

(第69回JCD/DAIKOコア・トークinOSAKA)

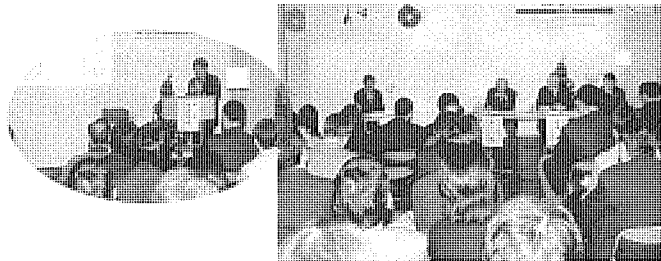
テーマ「まちづくりと商環境」

JCD関西支部・研究開発委員会 (株)エフ・ピーシー 大阪オフィス
出口 巴幸

都市の顔である中心市街地は、地価の高騰やモータリゼーションの発達により、郊外へのスプロール化が促進され、衰退し空洞化が著しい。

今回、まちづくりの先進国である欧米で成功している商環境とまちのマネジメントの事例を基調講演で紹介。関西を代表する3都市(京都、大阪、神戸)のまちづくりに直接携わっている方々と「まちづくりと商環境」を考えていくフォーラムである。

第1部	基調講演 テーマ「まちづくりと商環境--海外事例から」 講師：出口巴幸(JCD会員、(株)エフ・ピーシー大阪オフィス取締役所長)
第2部	パネルディスカッション テーマ「まちづくりと商環境--京都、大阪、神戸」 コーディネーター：金沢明彦(JCD会員、(株)ゼンヤ取締役代行/ILCA) パネリスト：松井 薫(京・町屋再生委員会/京都) ：田島 等(ミナミ街づくりフォーラム専務理事/大阪) ：東 充(元久二塚街づくり協議会事務局長/神戸)



2. パネルディスカッション

(1) 3都市のまちづくり

大阪・京都・神戸は、21世紀に向けてどのようなまちづくりを目指しているのか。

京都では中心部に町屋が現在約24,000軒あり、まちづくりを目指していく京町屋再生委員会が設立された。すでに約300軒が町屋空間の魅力をうまく発揮している。

大阪のミナミでは、ミナミが好きな人や企業等が集まり「ミナミまちづくりフォーラム」を15年前に設立し、まちづくりへの取り組みを始めている。コンセプトは「入場無料の博物館」。具体的には道頓堀の活用や堀江のまちづくりの応援である。

神戸では阪神淡路大震災の後、復興に取り組んできた。こうした活動により商業のみのまちづくりから、横の関係の広がりがあるものになってきている。現在の活動は震災関係の資料を積極的に収集し、復興を図るため活動をしている。

(2) 中心市街地の活性化

京都の町屋では、古い町屋を取り壊しビルに建て替えたいという思いと、古い街並みこそが人を呼ぶ大きな力となるので町屋の良さを活かしていこうという考え方の違いがある。

「大阪は日本のタンツボ」という言葉をミナミは受け入れるという気質がある。いろいろなものがあり、エキサイティングなまちである。ミスマッチの繰り返しはミナミである。

神戸の三ノ宮は震災後、大丸百貨店の復興によりブランド店や東京系の店舗が周辺に集まり賑わいを見せてきた。三ノ宮から元町やハーバーランド方面の出が多くなっている。

(3) まちのアイデンティティ

京都のまちなかでは郊外から戻ってくる高齢者が増え、独居老人も多く安全に便利に暮らすことができるまちづくりがポイントとなってくる。

アメリカ村は20~25年前からまちが形成され、以前は心斎橋の商人が住んでいたまちであり、今は堀江地区に住むまち。こう見れば商売人がまちをつくってきたとも言える。

神戸の長田では、一般の高齢者も商売している高齢者も一緒に老人にやさしいまちづくりを目指している。

(4) 21世紀のまちづくりは

京の町屋を活用し文化的なおいのある商売があるというまちづくり。ミナミは「入場無料の博覧会」を目指し、神戸は若手の育成やNPOとの連携によるネットワークを目指す。

3都市の現況を聞く中で、今後の21世紀に求められるものは、基本的には持続的なまちづくりであろう。

1. 基調講演

欧米では我が国よりも早く都市の空洞化が顕著となり、中心市街地への投資を増やし魅力を高めていくことが重要であると認識され、まちづくりの取り組みが行われてきた。

(1) ノッティンガム(イギリス)-----魅力ある賑わいづくり

ノッティンガムは、地域の商業・文化・行政機能の中心都市であり、かつて繊維産業や炭鉱で繁栄しロビンフットでも有名である。中心市街地は駅の北側に位置し、中央の市役所や公園を中心に2つのSC核があり、その間を商業施設が集積し、歩行者専用区域となっている。中心部に十分な駐車場が確保されている。まちの賑わいを高め、賑わいを維持していくためには、まちづくりプランを策定し、各事業の促進等を実施している。

(2) ウルム(ドイツ)-----歴史を活かしたまちづくり

南ドイツのウルムは、歴史的な建物として世界一高い大聖堂で有名である。またアインシュタインの生誕地でもあり、戦後学術文化都市として発展してきた。駅から大聖堂にかけて中心市街地を設定し、歩行者専用地域や広場の整備、路面電車の活用や駐車場の整備等を行っている。商環境面では、郊外型SCを抑制し市街地への積極的な誘致を行い、中心部の商業集積度を高め、魅力の維持向上を図っている。

(3) バルチモア(アメリカ)-----再開発を活かしたまちづくり

米国北東部の中心的な都市であるバルチモアは、70年代末のウォーターフロント再開発で有名。その後民間主導のまちづくりが盛んになり、タウンマネジメント組織が設立され、まちづくりが本格化してきた。中心市街地の再開発から地区再開発、モール化等を中心にまちづくりが進んできた。タウンマネジメント活動も同時に行われている。

(4) 欧米のまちづくり

各都市で重視しているのが、まちづくりにおける商環境の重要性である。そうした認識から都市計画での商業機能が明確に位置づけられ、強制力を持ったまちづくり計画となっている。各セクターがバラバラに対応するのではなく、官民一体の参画によりコンセンサスづくりを図りながら推進している。また、タウンマネジメント手法を活用し、まちづくりを推進していく組織が出来上がっていることも欧米の特徴である。

チ ス

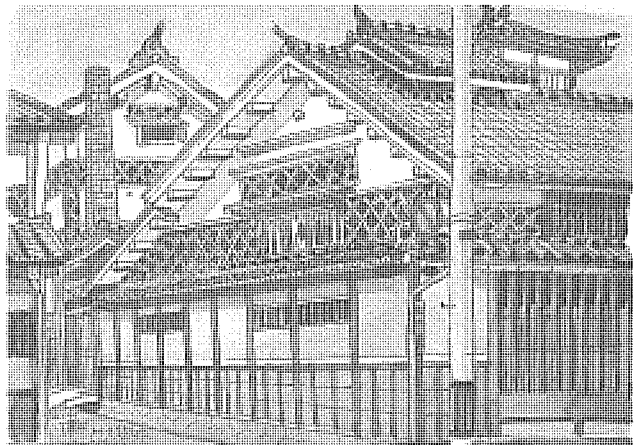
智頭・湯郷 探訪 スケッチの旅

秋の
るるぶ会

と き：11月24日～25日
参加者：会員9名 会員外4名

秋のるるぶ会は秋気いよいよ深まり深紅に色づく中国路を探索するスケッチの旅です。総勢13名は大阪駅を7時45分定刻通り出発、一路智頭をめざす。

午前中は智頭の町並みを散策、昼食はもみの木亭で郷土料理を楽しみ、各自思い思いの場所でスケッチを…小生は町並みを楽しみながら諏訪神社に参拝、境内にあるもみじの紅葉の素晴らしさに、思わずカメラのシャッターを連打。時の流れと共に移りゆく紅葉の色、朱・紅と色のコントラストを堪能した。その夜は湯郷観光ホテルで、露天風呂、夕食を済ませると各自が描いたスケッチを肴に時間を忘れ、話が盛り上がりました。



津山の古いまち 大菅満義 画

翌日は津山に向けて、朝霧の中を出発。津山では町並みをバックに地元の駅伝大会もあり、応援をしながらのスケッチでした。午後は津山城跡を見学、又この紅葉は素晴らしく、何もかも赤く染まり、ただただ「感動！」の一言。今回は岡さんの奥様の参加があり、これからは家族同伴の参加が多くなり、JCDるるぶ会が益々発展する予感がいたします。

次回は奈良方面の予定です。どしどし参加して下さい。
(山田悦央 記)

JCDゴルフ同好会

ゴルフ同好会をH13年12月12日(水)奈良・八重桜カントリークラブで開催しました。
当日の成績は下記の通りです。

氏名	勤務先	OUT	IN	TOTAL
久保 茂 (正会員)	乃村工芸社	54	49	103
久保田博文 (正会員)	まちかど企画	47	47	94
久米川 斎 (賛助会員)	TOAカラーワークス	80	76	156
斉藤 芳一 (賛助会員)	タジマ	51	56	107
菅野 哲爾 (正会員)	TSプランニング	46	50	96
野田 秀雄 (正会員)	ノダフィルズ	51	53	104
別役 禎彦 (O B)	アート建築デザイン	59	50	109

当日の天候は快晴無風で日頃の寒さも忘れる絶好のゴルフ日和のなか、大いにプレーを楽しんだ。

今回は初めて女性会員(賛助会員)の久米川女史が参加され、日頃は怖いおじさまメンバーも、とても優しい親切なおじさん?に変身してエスコート。

とっても楽しい一日でした。

同好会はゴルフ大好き人間の集まりです。女性の参加者大歓迎!スコア・キャリアの多い少ないは問いませんので遠慮なく参加してください。

(組織委員会 菅野哲爾 記)



ゴルフ同好会春期例会
H14年4月3日 奈良・八重桜カントリークラブで開催。
当日の成績は下記の通りです。

氏名	勤務先	OUT	IN	TOTAL
片岡 正範 (賛助会員)	大光電気(株)	47	52	99
赤迫 直行	(株)ノア	54	49	103
別役 禎彦 (O B)	(株)アート建築デザイン	49	55	104
野田 秀雄 (正会員)	(株)ノダフィルズ	56	50	106
久保田博文 (正会員)	(株)まちかど企画	55	51	106
西川 哲史	西川自動車	58	55	113
馬田 勲 (正会員)	(株)船場	58	59	117

今年最初のコンペでした。

今年は桜の開花が早く、ここ八重桜CCでも例年遅い開花が既に始まっており、当日は今春一番の高い気温で24度もあり、半袖でも汗がにじむ絶好のゴルフ日和に恵まれた一日で、皆さんご健闘されました。

(組織委員会 野田秀雄 記)

JCD Kansai

40周年記念特集号発刊オークション

総額¥107,500.ご寄付いただきました!
ご協力ありがとうございました!

◆オークション品 寄贈者名:

亀井克二 郷力憲治 小宮容一 里吉明
白井進 山田悦央 久原鉄秀 (株)アイデック
(株)キノシタ (株)サンゲツ シャープ(株) (株)タジマ
TOA-カラーワークス(株) 東リ(株) 名古屋ザイク(株)
ニッポ電機(株) マックスレイ(株) 松下電工(株)

◆オークション品 入札者名:

足立和夫 秋本安典 市川邦治 今村正樹
岡本修一 尾向雅典 要信行 亀井克二
神戸一生 吉川智越 木下喜量 久保茂
久保田博文 久米川斎 郷力憲治 小宮容一
斉藤芳一 桜井敬三里吉明 杉下康宏
高城茂四郎 名取千里 藤川明快 羽原清明
三宅雅夫 村田朗浩 森本照善 山下敏夫
山田悦央 〈敬称略、順不同、金額略〉

40周年記念特集号発刊 オークション 「仮想オークションの解説」

副支部長 里吉明

JCD40周年記念のための 本部の計画事業とは別の
支部独自の記念事業ということでJCD-Kansai記念特集
号発刊の運びとなりました。発刊に伴う費用補填のため、
6月11日の支部集会において会員、賛助会員の皆様より、
各種の品々を持ちよっていただき、それをオークション形
式で、売上金を寄付するということになりました。皆様のご
協力の結果は別記のとおりです。お陰様で本号発刊の運
びとなりました。厚く御礼申し上げます。

さて、その節、最後に私が「手の平」をかざし、何も見えな
い物を、3名の方に落札して頂きましたが、理解できなかつ
たという方がおられるとのこと。解説させていただきます。
このオークションは、オークションといっても、最終は記念
誌発刊のための寄付金が目的のわけで、オークション品と
いう、物を介在してのご寄付と、物を介在しない、単純な寄
付行為として「手の平の上の、見えない物ー仮想オークシ
ョン」のパフォーマンスでした。私が示す見えない何か=つ
まり寄付という意志に対しての協力。それをご理解頂いた
方が落札頂いたわけです。今回のオークションは皆様の
熱いご協力のもと、ハートフルな楽しいすばらしい時間で
した。関西支部をご支援頂く皆様の深い熱意を感じ合え
る機会でした。本当にご協力ありがとうございました。

編集後期

協会設立40周年の節目にあたり「JCD-Kansai」もそ
の足跡を紙面にとどめ、将来への糧としたい。との思
いで委員会に諮り、記念特集号の編集発刊を決定し、
支部会員全員の参加とヒストリー・ドキュメントへの期
待がたかまり、委員長、副委員長の諸氏に多大なるご
苦労をおかけすることとなりました。最終的には支部
長や副支部長、協会本部及び各支部役員の方々をも
巻き込んでの大編集となりました。誌面も序々に増え
編集と校正に多くの時間を費やしながらいよいよ発刊
にこぎつけることができました。関係諸氏の努力と熱
意に感謝致します。

(郷力憲治記)

今回の記念号の編集方針として、全員参加を掲げて
作業に取り掛かりましたが、結果として約6割の参加
率に留まりました。私が担当した「都市商環境の展望」
では執筆者の個性?がそのまま誌面に出ており、「全
会員メッセージ」ではメディアに対する評価に個人差
が感じられました。

(神戸一生記)

久しぶりの情報委員。長くもあり短くもあり、JCD40
周年の記念特集号に携わることも出来、「単子、線と成
らず、弧木、林と成らず」を身をもって体験させて頂き
ました。皆々様ご協力ありがとうございました。

(友田みのり記)

JCD40周年記念特集「座談会」にて創設時よりのお
話を先輩からお聞きした。個性的な方々がそれぞれ
活躍していた時代から、時代の変遷とともに売り手や
買い手のコミュニケーションが変化する商業施設に我々
が参画して来た昨今、これからも商環境は変化してゆ
くようです。10年後の50周年記念号を楽しみにして
JCDとしてこれからも発信を続けたい。

(久保茂記)

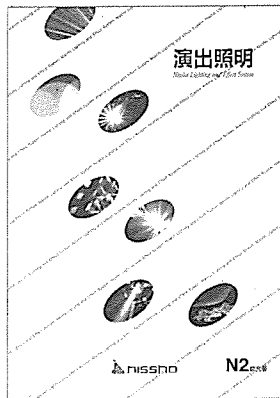
今期2年は副委員長で50号の編集と51号の年表・商
環境の歩みを担当しました。と言っても多くは、郷力氏
と神戸氏に仕切って戴きましたし、久保氏・友田氏・里
吉氏・大菅先輩に助けて戴き気楽に編集窓口をいた
しました。むしろ担当記事「ルーツを探る」と「年表」
の苦労が思い出となりました。皆様に感謝。

(小宮容一記)

[編集委員] 大菅、太田、郷力、神戸、久保、小宮、
友田、岩下、大和、笹木、辻村、野井、原田、平井、藤谷、
間宮

[サポート] 山田支部長、里吉副支部長、白井理事

Needs & News



小さなスペースでもパワーを発揮する、コンパクト設計の本格派。
 組み合わせは自由自在。ご予算レイアウトに合わせてシステムアップも思いのまま。
 操作はやさしく、施工も簡単。プロ並の照明が手軽に実現できます。

株式会社 日照

〒566-0035 大阪府摂津市鶴野3-8-7
 TEL.0726-34-1231 FAX.0726-34-1239



デジタル技術を通じて
 視覚伝達をサポートします。

- ・大型グラフィック制作
- ・プロモーション映像制作
- ・ホームページ制作
- ・CGアニメーション制作
- ・グラフィックデザイン

「私達がお伺いします。」



株式会社 ニップコーポレーション
 コンパート事業部

東京 TEL 03(3407)6861 FAX 03(3407)6862
 大阪 TEL 06(6533)6673 FAX 06(6541)1619



MAXPANEL マックスパネル



ペーパーポスターが使用可能
 これまでの常識を変えた画期的なライトパネル
 B0サイズも加わりスケールアップして新登場！

- 明るい** 明るさ感が大幅アップ、ペーパーポスターが使用可能。
- 薄い** 本体の厚みが45mm、空間へもスッキリと収まる薄型設計。
- 鮮やか** 三波長域発光形蛍光灯の採用で、ポスターが鮮やかに発色。
- 簡単** メンテナンス（ランプ交換、ポスター交換）も簡単。
- ローコスト** 従来の当社同等品と比較して、約60%の大幅なローコスト化。ペーパーポスターが使用可能で、従来のフィルムポスターに比べてランニングコストも大幅に低減。

●サイズは、B0、B1、B2タイプの3種類、カラーは、ホワイト、クローム、ゴールドの3色(B0タイプはホワイトのみ)をご用意しています。

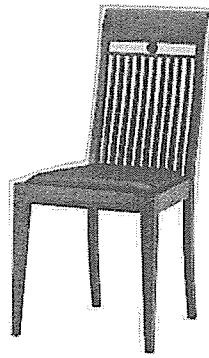
●ホームページ <http://www.maxray.co.jp/>

最新の施工実績を紹介するコーナーを中心に、新製品情報などをリアルタイムに発信しています。また、CADデータがダウンロードでき、商品検索や商品データもご覧いただけます。ユーザー登録も受付付けておりますので、どうぞご利用ください。

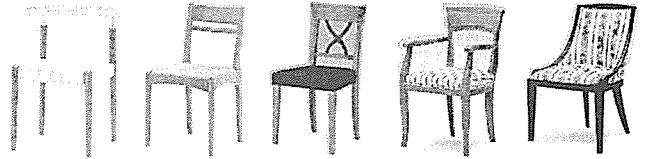
マックスレイ株式会社

〒536-0014 大阪市城東区鶴野西2-18-6 TEL.06-6967-0140
 TOKYO OSAKA NAGOYA FUKUOKA

Needs & News



zaboz



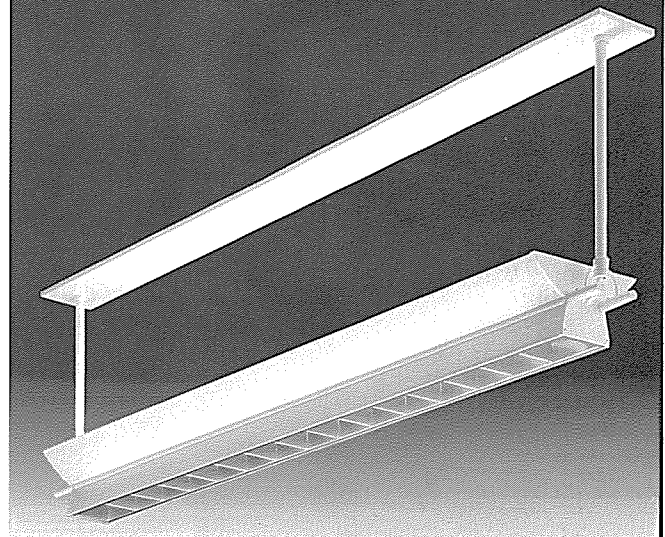
株式会社キノシタ KINOSHITA

本店ショールーム 〒556-0005 大阪市浪速区日本橋4丁目9-22 ☎06-6644-5541(代)
 東京支店 〒114-0014 東京都北区田端1丁目11-1 勘五郎ビル1階 ☎03-5685-6401(代)
 名古屋営業所 〒458-0035 名古屋市緑区曾根2丁目264 ☎052-624-6660(代)
 出雲工場 〒693-0043 島根県出雲市長浜町516-45 ☎0853-28-0311(代)

NEW WAVE. A SENSE OF LIFE
KOIZUMI

オフィスの一歩進んだ 光環境。

ID-VMは直接光と間接光を
 バランス良く組み合わせ、
 オフィス全体をフラットな光で包み込みます。
 グレアやOA機器への映り込みをなくし、
 人にやさしく、しかも高効率なライティングを実現します。



ID-VM
 オフィス空間照明

小泉産業株式会社

照明事業本部 / 〒579-8025 大阪府東大阪市宝町12-3 TEL 0729-86-5061
 大阪施設照明営業所 / 〒541-0051 大阪市中央区備後町3丁目3-7 TEL 06-6266-4823

大型グラフィックで空間を演出する



アーキテクトとグラフィックの融合。
 それが私たちのビジネスです。

例えば、たくさんの人を引きつける集客力。
 あるいは心地よさや楽しさを感じさせる演出力。
 建物にあるテーマが与えられた時、
 グラフィックは効果的な力を発揮します。
 アーキテクトの持つ美しさや機能性と、
 グラフィックが持つ強いメッセージ。
 私たちは、その2つの融合によって新しい世界を創造します。

株式会社オックスプランニング 大阪営業所
 〒541-0058 大阪府大阪市中央区南久宝寺町4-4-12 1・Bセンタービル2F
 TEL:06-6245-2262 FAX:06-6253-7410 /担当:日野

Needs & News

高級意匠鋼板製造

建材・内外装、エレベーター、サインボードからモニュメント、オブジェ、壁画・・・設計・製作・施工

月星アート工業株式会社

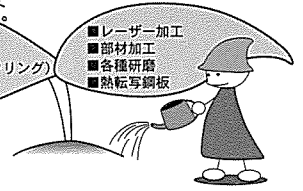
本社 〒661-0965 尼崎市次屋2-2-24
TEL (06)6499-1157(代)
FAX (06)6498-6060
http://www1.biz.biglobe.ne.jp/~TS-ART/
E-mail:msart@nth.biglobe.ne.jp

東京営業所 〒101-0052 東京都千代田区神田小川町1-1-15
D&F御茶ノ水ビル9F
TEL (03)3219-7681(代)
FAX (03)3219-7684

ステンレス育てます。

■デザイン制作 ■ノイエス
■エッチング (スパッタリング)
■カラー発色 ■色入れ

■レーザー加工
■銅材加工
■各種研磨
■熱転写銅板



TSUKIBOSHI ART

A L M A



AIDEC

大阪市西区新町1-10-2 大阪産業ビル
TEL 06-6534-0258

適材適床

建物は用途や使う人々によって様々な種類があります。
病院・医療施設、福祉施設、学校・文教施設、
幼児施設、商業施設、オフィスビルなど
夫々に特長や性能を求められています。
床も建物によって求められる特長や性能が異なります。
建物には様々な部屋や場所があります。
やはり夫々に求められている環境や特性が異なります。
タジマは、適材適床を考えています。
建物別、部位別、機能別に
商品開発、床づくり提案をいたします。

株式会社 **タジマ** 大阪営業所
〒550-0003 大阪市西区京町堀1-10-5
TEL.06(6441)5951(代表)
FAX.06(6444)2596

2000年10月
東りのホームページ
が変わります!

CLICK! TOLI

<http://www.toli.co.jp>

東り製品を簡単にネットで検索、シームレス加工した画像データのダウンロードや、建物別の適材適の選択など、便利な機能も充実。立ち上げは2000年10月の予定です。
タイムリーな情報をご希望の方は、今からホームページで TOLI onlineに会員登録を。お待ちしております。

快適空間創造企業

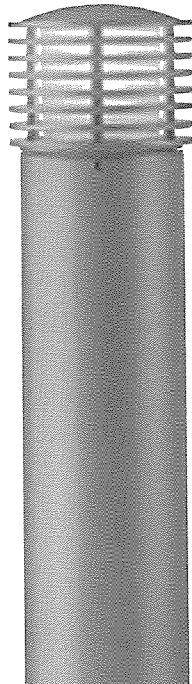


東り株式会社

西日本商業施設部

540-0008 ☎06-6943-1647
大阪市中央区大手前1-7-31 OMMビル7階

WE-EF社はドイツを本拠地とするアウトライトの専門メーカー。優れた技術力と機能的なデザインで、現代建築に調和する照明器具づくりには定評があります。日本ではDAIKOが10年以上に及ぶ協力関係にあり、万全の体制でキメ細かなサポートをしています。



外観が映える。景観に映える。

we-ef

WE-EF LEUCHTEN

Towards the middle of the twentieth century, mass production and technological advancements dominated the landscape. This age of dramatic change spawned industrial design and a conscious search for a modern identity. Inspired in part by aerodynamic experiments, a design style known as streamlining gradually emerged as the dominant aesthetic influence of the era. Emblematic of speed and efficiency, streamlining merged forms together with transitional curves and eliminated extraneous details. Visually defined by contoured edges, smooth surfaces and low horizontal profiles, the efficient sleek outline of the streamlined form came to symbolize progress and the promise of a better future. Decades later, the timeless attributes of streamlining have inspired the design of WE-EF's new family of luminaires, the Modern Classic series. Both the Xeda and Tharos product groups embrace the heritage of streamlining for a new generation of architectural lighting solutions. WE-EF designs, develops and produces high performance luminaires for projects worldwide. The new Modern Classic series continues in the WE-EF tradition of product development that is renowned for innovation and functional applications. Easy to install, maintain and able to withstand demanding environments, the entire product range reflects WE-EF's commitment to excellence in design and engineering.



WE-EF社製アウトライトの詳細は
[D's PRO]カタログをご覧ください。

DAIKO

TEL (06) 6972-6280 FAX (06) 6972-6281
<http://www.lighting-daiko.co.jp>
info@lighting-daiko.co.jp

Needs
&
News



●いいインテリアのある場所には、いい生活がある。

壁紙・カーテン・床材・イス生地・・・。
サンゲツなら、たくさんの商品の中からお気に入りのインテリアがトータルに揃います。
さあ、あなたも素敵な部屋づくりをはじめませんか。

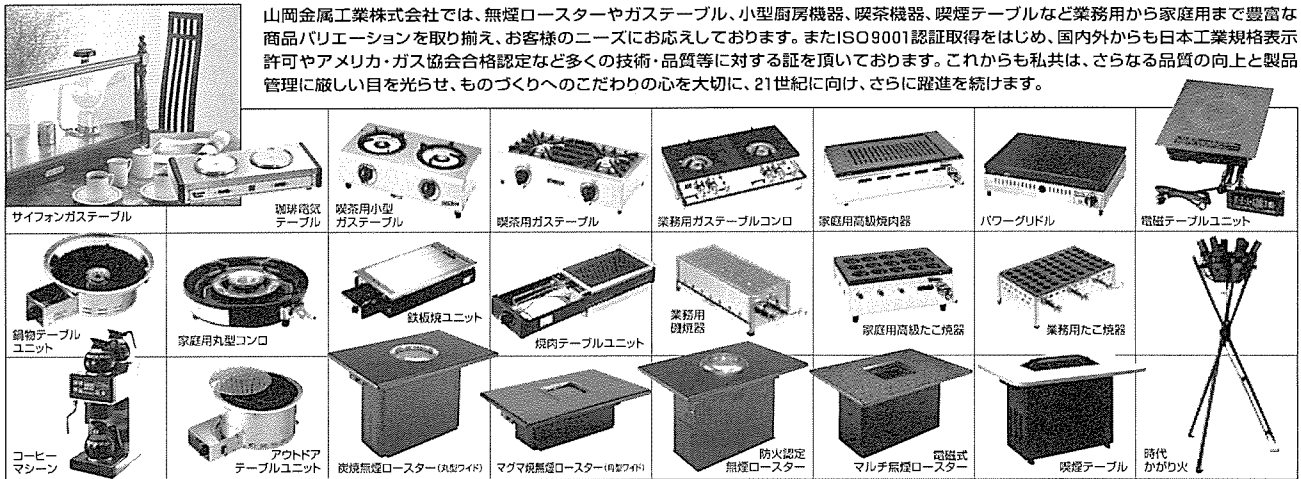
株式会社サンゲツ ホームページ <http://www.sangetsu.co.jp>

- 本社/名古屋店 TEL.052-564-3111
- 東京ショールーム TEL.03-3505-3300
- 名古屋ショールーム TEL.052-564-3225
- 大阪ショールーム TEL.06-6440-5011

SILK ROOM ヤマキン BLUEMAC

多彩なバリエーションと確かな品質。

山岡金属工業株式会社では、無煙ロースターやガステーブル、小型厨房機器、喫茶機器、喫煙テーブルなど業務用から家庭用まで豊富な商品バリエーションを取り揃え、お客様のニーズにお応えしております。またISO9001認証取得をはじめ、国内外からも日本工業規格表示許可やアメリカ・ガス協会合格認定など多くの技術・品質等に対する証を頂いております。これからも私共は、さらなる品質の向上と製品管理に厳しい目を光らせ、ものづくりへのこだわりを大切に、21世紀に向け、さらに躍進を続けます。



ISO9001 認証取得工場・日本工業規格表示許可工場
山岡金属工業株式会社

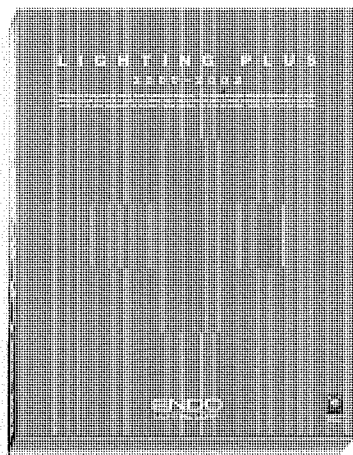
- 大阪/〒570-8585 大阪府守口市東郷道2-7-30 TEL.06-6996-2351 FAX.06-6997-3045
- 東京/〒101-0052 東京都千代田区神田小川町1-6-4 新福神ビル9F TEL.03-3255-6755 FAX.03-3255-6722

商品に関するお問い合わせは **0120-47-2351**

■商品に関する詳しい内容は、ホームページや電子メールでもご覧いただけます。
(ホームページ・アドレス) <http://www.silkroom.co.jp/>
(電子メール・アドレス) silkroom@po.infosphere.or.jp

●ATCショールーム開設 ●〒559-0034 大阪市住之江区南港北2-1-10 ATCビルITM棟「商い繁盛館」内

LIGHTING PLUS new
2000-2002



新・総合カタログ
「ライティングプラス 2000-2002」発刊

100φ High-Power Down Light Series

φ100ハイパワーダウンライトシリーズ
業界最小を誇るφ100ハイパワーダウンライトシリーズ。
セラミック発光管コンパクトメタルハライドランプとの
組み合わせでシャープな光を実現します。



#100 HIGH-POWER UNIVERSAL DOWN



パナセウム70W



新・CD-ROMカタログ
「ライティングプラス 2000-2002」9月発行

- 収録内容
- 製品データ検索/HTML(JPEG)
 - LIGHTING PLUS 2000-2002/PDFファイル
 - ABITA EXCEL vol.9/PDFファイル
 - OUTDOOR/インプレット/PDFファイル
 - 配光データビューアー&簡易照度計算アプリケーション/ライティング Ver. 2.0
 - 照度分布図作成アプリケーション/プランナー Ver. 1.0
 - 会社案内/PDFファイル



株式会社 遠藤照明

- お問い合せ先
- 名古屋 TEL:(052) 937-3288 福岡 TEL:(092) 551-1777
- FAX:(052) 937-3293 FAX:(092) 552-5189
- 東京 TEL:(03) 3845-1120 大阪 TEL:(06) 6533-9180 札幌 TEL:(011) 242-5301
- FAX:(03) 3845-1144 FAX:(06) 6533-9197 FAX:(011) 242-5302

ENDOホームページ
<http://www.endo-lighting.co.jp/>

SAVING

業界初!セバレットタイプだからできた
30%コスト削減。

ミラーランプ本体が分体型なので、球切れ交換はランプ部分のみ。メンテナンス費用の大幅コストダウンが実現しました。さらに、省エネ光源の採用により消費電力も削減され、1年間の経費を約30%削減。ランニングコストダウンを追求した、ハロゲンスポットの新基準です。

SAFETY

セーフティ設計

- ランプ接続に備え、ミラー前面をプロテクターで保護しました。
- 光学ミラーとランプとの隙みをすべて、樹脂を95%カットしました。

SIMPLE

シンプル&コンパクト



レギュラータイプ NLD2631WK
標準消費電力26.3W
壁面取付タイプ NLD2632WK
標準消費電力26.3W



壁面取付タイプ NLD2621W
標準消費電力26.2W
レギュラータイプ NL72642WK
標準消費電力26.4W

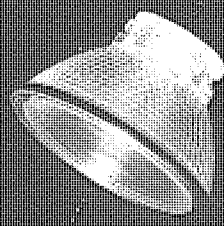
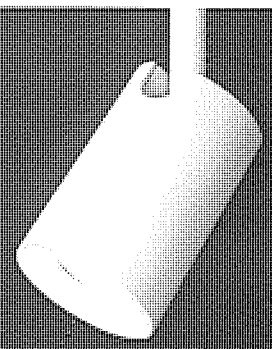


ユニバーサルタイプ
ワンタッチ取り付け簡単
17W消費電力
消費電力25.7W
電圧100V・50/60Hz

●選べる色温度&配光
セバレットタイプなので、色温度・配光など、用途に合わせてミラーの変更が可能。配光角は10°, 20°, 40°の3種類で展開しています。※ミラーは別売です。

配光角	10°	20°	40°
ノーマル	●	●	●
3535K	●	●	●
4700K	●	●	●
5000K	●	●	●
6000K	●	●	●
7000K	●	●	●
8000K	●	●	●
9000K	●	●	●
10000K	●	●	●
15000K	●	●	●
20000K	●	●	●

セバレットタイプで注目の「S-SPOT」。



ミラーランプ本体分体型ハロゲンスポットライト

S-SPOT

©1997 National Panasonic (株) 国産。 株式会社松下電工(2000年)とS-SPOT (NLD26)との登録
 白熱灯の消費電力は、17.35W。LED灯は消費電力10W。松下電工・資料分社 産業開発部 照明課。 小田原工場 TEL:046-266-1515(各代線)まで。
 株式会社エー・ピー・エス(株) 印刷部 TEL:076-944-1111



JCD-Kansai Vol 51
創立40周年記念特集号

発行 2002(平成14)年6月

編集 (社)日本商環境設計家協会 関西支部

大阪市住之江区南港北2丁目1-10 〒559-0034

ATCビル ITM棟10階 (財)大阪デザインセンター内

TEL/FAX 06-6613-5557

印刷 あいであプリンティング株式会社