

JCD

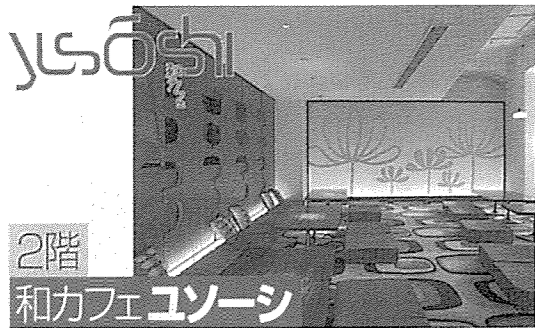
Kansai

2003.4.Vol.53

NEW
商環境



1階
パステチェリアバル
ピアノビアーノ



2階
和カフェユソーシ



2階
カフェロイスカフェバサラ



3階
フレンチレストラン
デザートカフェ
クィーンアリス



4階
イタリアンレストラン
メンザポンテベッキオ

NOW&THEN “昔も今も食べることは楽しい”

阪急ダイニング

平面型からタテ型へ(単独棟テナントミックス)
もはや飲食は施設を利用する客の便宜施設ではなく

大阪で阪急といえば、超有名ブランドでありキタで阪急村を構成するコンツェルンであり、郵便物も大阪・阪急で配達される、

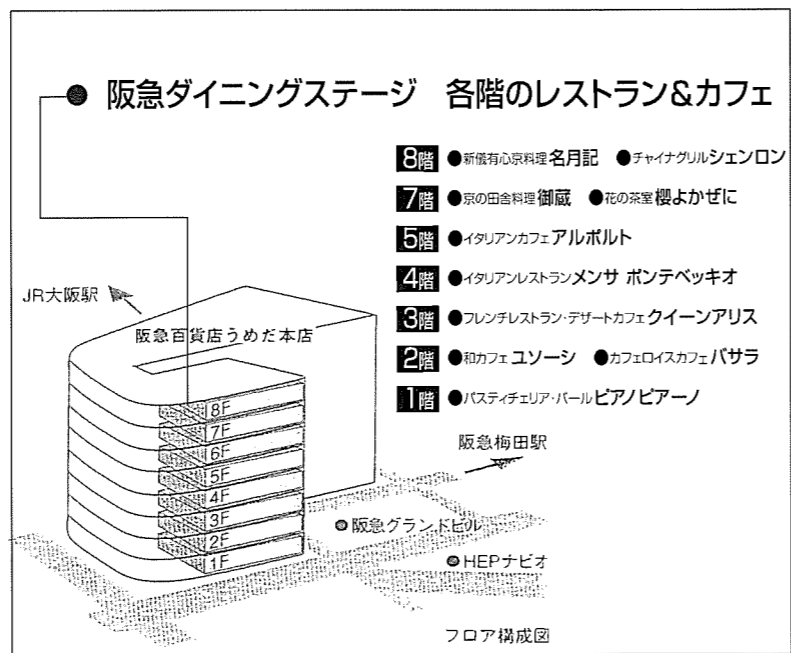
そのグループ企業の中でも百貨店は最も集客力があり、いわゆる巨艦店で知られている。

しかし新しい商業施設に押されて、低迷が続いていて、老舗店舗ほど大改革に踏み切れずに売上減少の状況が続いている。とくにこの場所は以前から回遊性も乏しく、使い勝手が悪く、文化教室や写真室・社員食堂や診療所という、あまり集客力のない後方部門的な場所であった。延床面積の中で特に活性化の必要のある場所でもあった。

近年、グルメブームそして女性の社会進出や高度成長などで一層の活況を呈して来た飲食部門を、再構築して全店の活性化策が意図された。東西の人気店を集め、それを垂直展開による“食のテーマパーク”化の様になっている。設備等の構成も平面化よりも、より効率が良いのは歴然としている。テナントミックスのうえでは知名度の高さが要因のひとつだが、垂直展開による集積度の高さが、客側のニーズに合った感もある。

通常の平面構成テナントミックスでは、店舗位置や面積の大小やパブリックスペース範囲や客の回遊性などの条件で、誘引力の高いテナントを集めるというのは不可能と考えられる。立割の区画、フロア当たりの店舗に対する面積など、より個性化がはっきりしたのも強みと考えられる。

使いあぐねていた部分を「大阪でいう銭」に変えたこの開発は逆転の発想から来ているのがわかる。



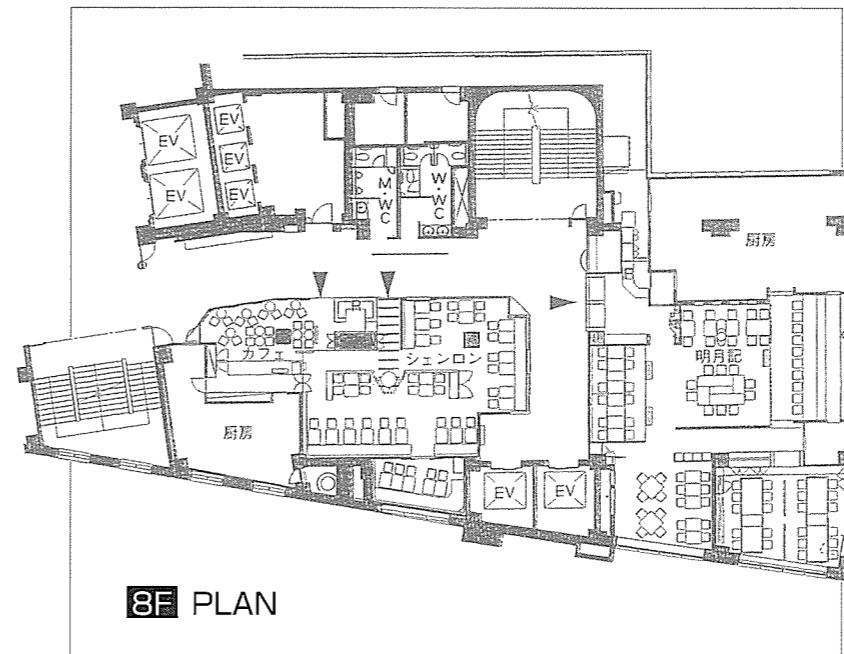
ステージ (大阪市北区 阪急百貨店うめだ本店)

デパレス(百貨店飲食部門)の新提案
“売るため”の集客装置である”

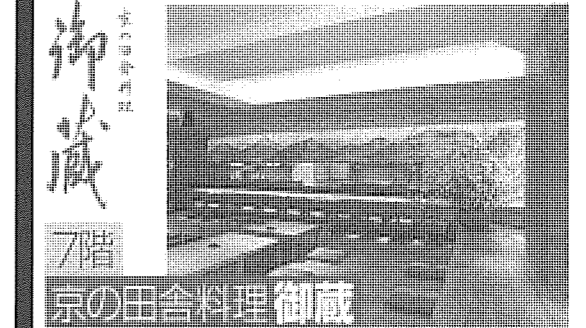
また続いて8階のヨコに展開する昔ながらの大食堂部門は「デパレス」のお手本になった食空間であったのが、コンビニエンス性と専門性を付加して、客のニーズに答えている。この部分は誰にでも食をたのしんでもらうという創業時からのコンセプトどりに気軽に誰でも立ち寄ってもらえるレストランとして、位置づけられ、テナントも以前からの店舗のリニューアル、客のニーズに合った新しいタイプの店舗が価格や業種で構成されている。

ある業界誌に、この開発の特徴は

- ①専門性とコンビニエンス性の融合
伝統の大食堂の信頼性、安心性。ファミリー性に対して味の今日的再生。
- ②客のニーズに応じたオペレーション
5店舗の名店の味が同じ席で一度に楽しめるオーダーシステムにして個食化対応。
- ③子供連れに安心と寛げるレストラン導入
子供に気遣ったメニューや設備。
- ④ライフスタイル、ニーズに対応した選択肢の拡大
開店時間を延長し、食に対する時間消費の拡大化。



5階
イタリアンカフェアルポルト



7階
京の田舎料理 御蔵



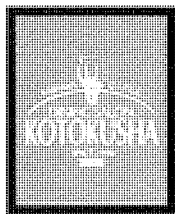
7階
花の茶室 櫻よかぜに



8階
新儀有心京料理 明月記



8階
チャイナグリル シェンロン



日本の胎動期に業して輝いていた「大正建築」の建物再々生

ダイニングサロン「弘得社」

大阪市中央区今橋2-1-1「北浜・新井ビル」



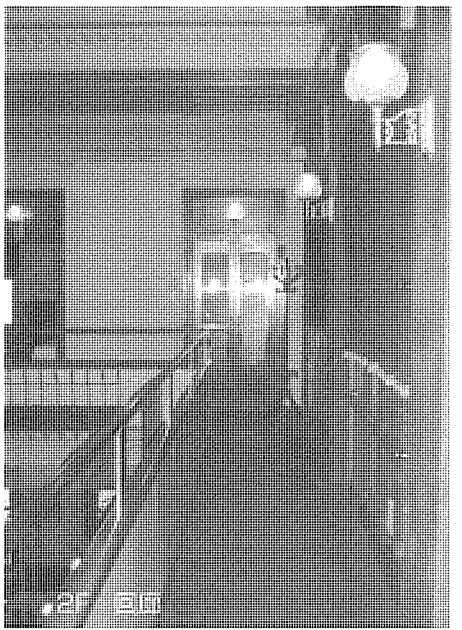
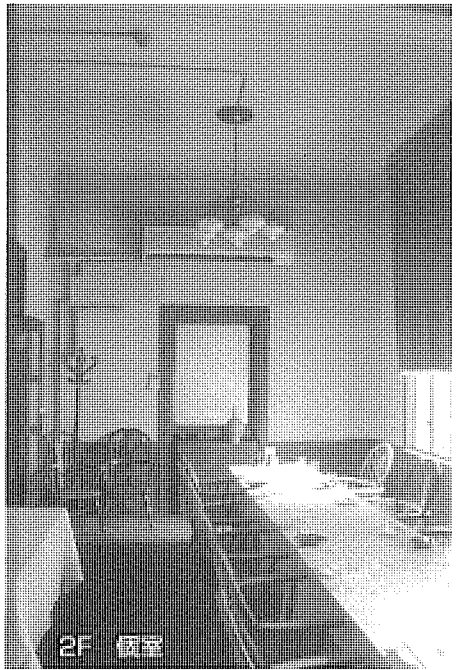
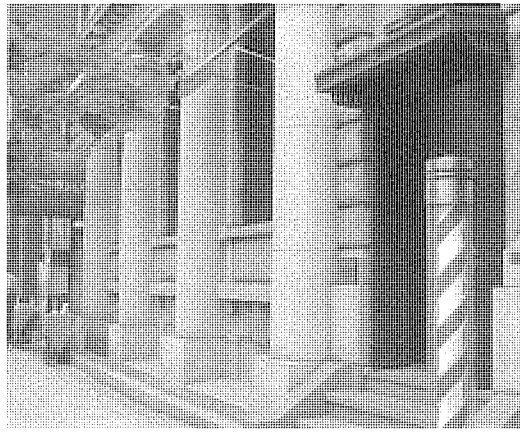
1F ダイニングサロン

阪急ダイニングステージが、平成の新しいコンセプトで輝いたのと同様に、昔のままの姿に、ちょっと手を加えて、息を吹いた建物が、北浜にある。

大阪建築さんぽというネットの中でも紹介されている大正11年(1922年)竣工。河合浩蔵設計、清水組建築になる鉄筋コンクリート造、地上4階、地下1階の建物で、当時は「博徳銀行」大阪支店。今も地下1階～2階は店舗、3階～4階迄はデザイン事務所や建築設計事務所が入居している大

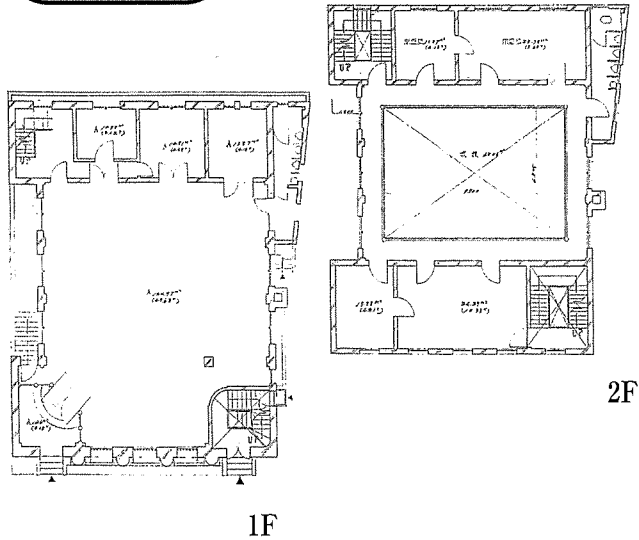
阪でも風格のある建物である。文化庁の有形文化財にも指定されていて、見学者も多い。

大理石の腰壁、シャンデリア、回廊を巡らせた高い天井の吹抜空間や階段手摺や窓枠に大正建築の美しさと職人の手作りの美しさが随所に見られる。リニューアルする前は、タウン誌や情報誌に度々とりあげられていた「ピフテキのスエヒロ」の前身である北浜「弘得社」として紹介されている。

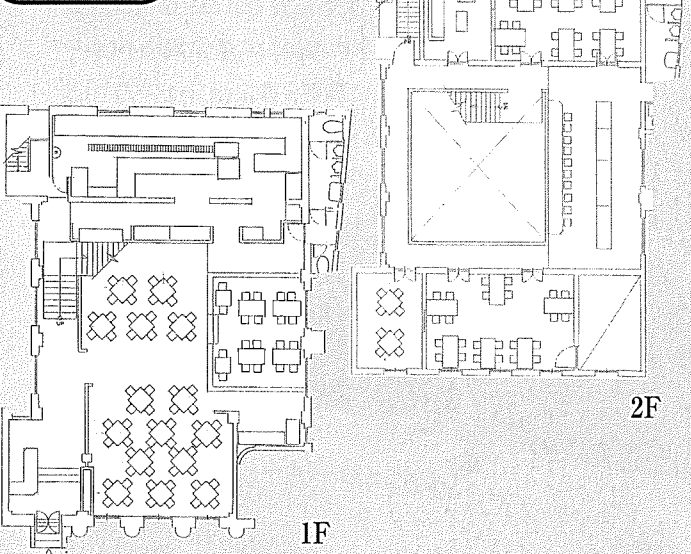


店舗・建物ともに歴史と文化的要素を含んでのリニューアルでは、建物の外部は制約があり、殆ど手が入られず、内部の梁・建具・照明などのディテールを残しながら、また2階へのアプローチが奥のため、デザイン的な配慮をしながら正面に階段を新設して、吹き抜け部分がこの階段に拠り、一層、昔の輝きが増した感じがある。
(クリエイティブサポート 一色勝美 記)

Before



After



Overseas Report

1985年(昭和60年)のプラザ合意以降、為替レートが大きく円高へ動くなかで、いろいろなかたちで海外の流通業が日本の市場に参入してきた。こうした国際化の動きは、わが国の流通に非常に大きな影響を及ぼしてきた。特に米国の流通事情は、わが国との人口動態の違いから10年先を進んでいるといわれている。

米国の大型小売業は、原則チェーンオペレーションを拡大していくことによって、その手法を確立してきた。ウォルマートはウォルマートなりの経営手法を持っている。それを駆使して米国内のマーケットを中心に成長してきたのだが、ある段階までくるとそのマーケットは当然飽和してくる。そこで、つぎなる手段として、既存店で新しい商品やサービスを導入していく手法(これは、現在の日本国内でいうならば、コンビニエンスストアが薬剤を取り扱ったり、郵便ポストを併設するといった動きがそうである。)ともう一つは、その独自の経営手法を駆使して海外にうつでる(ウォルマートやカルフルなどはその代表格である。)という二つの考え方がある。

日本の流通業という観点からみたら、そうした外資系の参入はやはり大きな脅威である。外資系が参入することによって日本の流通が淘汰されるというのではなく、それに対抗して変わっていかねばならない。そういった側面からも外資系企業の参入は、良くも悪くも日本の流通業の変化の原動力になっている。

そこで、先日視察に訪れた全米でも有数のスーパーマーケットなど小売業の激選区である、南部ダラスとアトランタを中心に米国の流通事情を少し紹介させてもらうことにする。

①セントラルマーケット



1905年にテキサス州サンアントニオでリージョナル・スーパーマーケットを創業した老舗、H.E.Butt社が1996年に開発したニューエイジ・グルメ・スーパー。サンアントニオ、オースティンに次ぐダラスでも新しい、グルメ・エンターテイメント型の食品専門店である。ボストン・チキン、イーチーズで開拓されたフォーマットを完成度の高い運営で成功させている。食品販売におけるリーテイル・テイメント性を戦略として、高額所得者をメインターゲットに、幅広い購買層を狙っている。店舗内装、導線計画、VMDにいたるまで、かなり興行が深くわれわれ日本人にも理解でき、見習うべき点が非常に多い。

②イーチーズ



アメリカ食品市場において惣菜デリ・ブームの波が押し寄せた1990年代後半、ボストン・チキンの成功を追うように登場し、ボストン・チキンの不振を尻目にダラス、ヒューストン、アトランタと店舗展開し売場面積が100~150坪であるにもかかわらず各店舗年商10億円という実績(月坪60万円程度)を誇るまさにニュー・エイジのグルメ惣菜市場業態。ニューヨークを中心に展開しているゼイバース、バルドウィッチス、といったこれまでのグルメ型食品専門店に加え、惣菜とケータリング展開に戦略ポイントが置かれている。店内で詳細にわたり各コーナーごとにいる従業員が自から展開するVMDも圧巻である。

③トムサム

ダラスを拠点とするコラム社によって開発され、姉妹店のページ・サイモンデイビッドと合わせて59店舗のスーパーマーケットとドラッグストアのコンビネーションで根強い地元人気を誇る。1992年にヒューストンの名門スーパー、ランドールスに買収されるが、その高感度な

これからの日本の流通—米国の流通事情を通して

株式会社 阪急百貨店 SC事業部
企画開発担当
部長代理 西田 拓司

テイストと顧客サービスは変わりなく、現在もダラスではトップクラスの人気と顧客定着度を誇っている。清潔感があり、整然とした内装に、充実した商品のアイテムとボリュームが印象的だった。



④ホールフーズマーケット

1978年テキサス州オースティンに創業の自然食品スーパーマーケット。全米で総売上規模65億円といわれている自然食品マーケットの中でも、最も売上と営業効率の高いチェーンとして知られている。1996年にロサンゼルスのみセス・グーチャーを傘下に収め、1992年には自然食品業界としては異例の株式上場ををはたし、順調に売上を伸ばしている。店舗の内装、陳列などは特に目新しくはないが今後日本においても成長すると思われる市場で何よりその品揃えには驚かされる。ただし米国内においても、文化度や所得層の高い住宅街に限定して出店しており、日本においても今後展開する場合も出店場所には頭を悩ませるところだ。

④クローガー



1883年創業の老舗スーパーであり、また積極的な買収合併戦略により、現在グループ店舗総数2200店舗と、全米で最大手のスーパーマーケットチェーンの座を守っている。

1990年代のウォルマート、Kマート、ターゲットといった、3大大手GMS異業種参入から受けた危機感が、この大型グループ化推進の原動力となっている。現在旧型のコンベンショナルスーパーを続々と統廃合および近代化し、サービス性とエンターテインメント性の高い高付加価値パワーレタイラーへと店舗改善を進めている。日本において500~1000坪クラスのスーパーにはスケールのにも参考になるところが多いと思われる。

以上の5チェーンストア以外にも記述したい店舗はまだまだあるが、誌面の都合上省かせていただくことにする。

店舗を視察するなかで常に気をつけなくてはならないことは、米国の店舗をそのまま日本に導入しても多くの場合は失敗するという点である。米国では日本と消費構造上最も違うのは、所得構造が日本のように総中流的にひとつの山のかたちをしてははなくて、ふたこぶ駱駝の形状をなしている。要するに消費者カテゴリーの明確な差別化が日本以上にはっきりと進んでおり、それによってかなり店舗創りや品揃えが変わってくる。その所得構造構成の違いの中でセールスマーケティングやVMDの提案をするだけでなく、ライフスタイルマーケティングを消費者に提案していかななくてはならない。

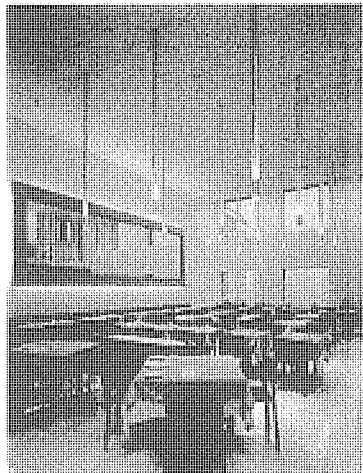
米国においていまやスーパーマーケットの24時間営業店は半数を超え、日本においても年中無休店舗の増加や休業日数の減少などその競争は一層激化するものと思われる。また近い将来、所得の内に占められる百貨店やスーパーマーケットなどで消費するパーセントが欧米並みに現在の半分近くになるかもしれないといわれる中で、いかに固定客を獲得し、お金を落とさせる仕組みを作るかが急務となる。これからは、ワンストップショップいわゆる消費完結型の時間消費型店舗や施設へのシフトが必要となるであろう。

追記として、フロリダへ行かれる際には是非オールドタウンを視察することをお勧めしたい。(夜間は非常に危険なので平日の昼間をお勧めしたい。)その名のとおり、典型的な米国の古い街並を、そのままショッピング街に作りあげたユニークなリーテイルテイメントセンターである。有名ブランドはないが、地元ならではのノベルティーやおみやげ屋が多数揃っている。地域密着型の商業開発と活性化の模範的な実例として習うべきところが多い。

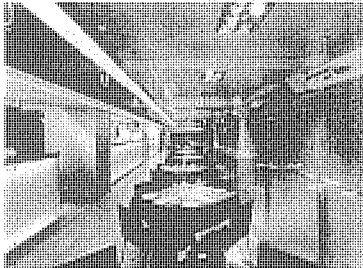
はじめまして。日建スペースデザイン大阪建設室の米澤研二です。

この度はJCDデザイン賞の御縁で御一緒させて頂く事になりました。

どうぞ宜しくお願いいたします。最近はいくつか店舗の仕事が多く大阪キタでは右のようなイタリアンレストランをパッケージデザインから食器デザインまで楽しんでさせて頂いております。まだまだ経験も浅く勉強不足ですので、また皆様の御指導御鞭撻の程よろしくお願いいたします。



mensa "ponte vecchio" (西梅田・安田生命ビル30F)



mensa "ponte vecchio" (梅田・阪急百貨店4F)

株式会社 日建スペースデザイン 米澤研二
 add. 〒541-8528 大阪市中央区高麗橋4-6-2
 tel. 06-6203-2655 fax. 06-6203-5967
 email. yonezawa_sd@nikken.co.jp

はじめまして。

JCDデザイン賞2002で奨励賞をいただき、それを機会に誘われて入会いたしました。

これまでは都市、建築という視点から商業施設にアプローチしてきましたが、今後はインテリアという内なる視点とのインタラクションのなかでデザインに取組みたいと考えています。

都市、建築、インテリア、ディスプレイ、サイン等の境界がますます曖昧になりつつある現在、デザインに関わる私たちには総体的な環境の創造が求められています。私もJCDへの入会を機に、一度自分自身をリセットして新たな世界にチャレンジしてゆきたいと考えています。

どうぞよろしくお願いいたします。

野村 充

竹中工務店設計部

〒541-0053 大阪市中央区本町4丁目1-13

TEL:06-6252-1201

E-mail:nomura.mitsuru@takenaka.co.jp

はじめまして

この度JCDに入会させて頂きましたスペースの森田です。ご先輩方の活動に参加でき、又お会い出来る事を楽しみにしております。

この業界に入り12年になりますが、日々の業務に追われる毎日でなかなか自分の「幹」止る部分が太くなっていないように感じれます。枝葉ばかりが付いてこのままでは幹が折れるのではないかと・・・

もう一度初心に戻り、自分の学ぶべき道を見据えたいと思っております。この会を通じて少しでも多くの事を学び取り、活動に参加させて頂こうと思っております。

よろしくお祈りいたします。

株式会社 スペース 大阪本部
 森田 昭一
 大阪市西区靱本町3-8-19
 TEL : 06-6444-1992
 FAX : 06-6444-1009

【近況報告/内田巧;(株)地域開発総合研究所/42才・独身】

- その① ここ数年担当してきたプロジェクトの「都市計画決定」が今年度告示され、ようやく1つのハードルを越えることができ、一寸だけ“ホッ!”
- その② その間すっかりJCDをご無沙汰してしまい、申しわけございません。(反省…)
- その③ 気が付くと、“再”独身生活も4年目に突入しようとしており、その上、勤務地が東京になったことも重なり、「少しばかりの老い」と「大いなる孤独」を感じ始めた今日この頃。
- その④ その孤独感からか、インターネットの「パートナー紹介」という甘い言葉に釣られ、結婚紹介企業のHPを検索したら、電話で呼び出され、そこで精神分析を受けると「軽い引き籠もり状態」と診断され、かといって40万円もする会費を決断できずに、結局、孤独なクリスマスと年末を過ごす破目に…

そこで、三句…

ジェイ・シー・デイ
 すっかり敷居が高くなり

気が付けば
 老いと孤独が忍び寄り

東京は
 お金と暇が有ればよし
 無ければ軽く
 引き籠もざるを得ず(学余り)

巢林一枝



老田 徳廣

景気良く仕事も有り毎日忙しい時など、良く遊び、飲み良く遊ぶから物事に興味も持て、忙しい時の時間だから又どん欲にうまく時間も使う。そして楽しい事、仕掛ける事に喜びを感じ知恵を使い、仕事にも繁栄できる。当たり前的事である。そんな時今度暇になれば、あれとこれとは、必ずやろうと考えているがイザ暇になると次の仕事探しに走り回る有用。若い時今別に慌ててしなくてもこれから何時でも出来ると思っていた浮気。ふと気が付いて自分を見るに腹の出っ張ったオッサンに成り、どこの女が振り向くカッテ感じ、やっぱりしたい時、ほしい時に何でも物にしとかんとアカンと言う事。「巢林一枝」と言う言葉が有り、簡単に言うと分相応で納得せよ!だが私の分相応とは、その時その時に分を高め、若い内、金の有る内、女の抱ける内に抱く事が、大事と思う。若い人!我慢は禁物デザイナーはワガママに成り、自分を楽しませてトキメカせてやらないと仕事せんヨ!私はもっと、もっとワガママに成りたい。



- トヨタ自動車ディーラーショールーム設計・施工
- トヨタ関連企業店舗設計・施工
- ショッピングセンター内テナント店舗設計・施工
- 飲食・物販・路面店設計・施工

板垣 順治

〒650-0023 神戸市中央区栄町通2丁目9番4号/川泰ビル3F
PHONE (078)332-7251 FAX (078)331-1659 HP 090-3267-5190

JCD日本商環設計家協会会員
インテリアプランナー
<http://a-idesign.hoops.ne.jp/>

神戸デザイナーズ協会会員 神戸商工会議所店舗指導員
神戸芸術文化会議会員
Email a-i@net-hyogo.co.jp

近況報告(私のとおきの楽しみ)

エリートランナーのマラソンシーズンは3月2日に行われる、びわ湖毎日マラソンで終わり、市民ランナーも同日開催の篠山ABCマラソンで終わりを告げる。そしていよいよ春がやってくる。

ちょうどこの頃になると、あれこれと想いを馳せる楽しみが私にはある。それは「全国のランニング大会ガイド」とやらを手にも大会数もずいぶん増えたウルトラマラソンへの参加プランを立てることだ。

ウルトラマラソンはフルマラソンから100キロまでをショート、100キロから200キロまでをミドル、200キロ超をロングと表現する人がいるが、全国各地で大小合わせると50〜60レースぐらい行われているようだ。速くまで足を伸ばしてという思いは強いが、時間と費用(交通費、宿泊費、参加料)がばかにならないので参加できる地域はある程度限られてしまうのが淋しい。土曜日の朝大阪を立ち前日宿泊、日曜日のレース後きついで夜行の長距離バスやフェリーなどを乗り継ぎ、とにかく月曜日の朝の仕事に支障なく帰阪するということになる。

去年は5レースに参加し、今年もそのうち4レースに連続参加をと考えているので、もし2レースを別に選べば年間6レースになる。

ちょっと多いかな?…いやそうでもないか?…。その都度出会う自然の美しさや地元のボランティアの人達との暖かなふれあいを思うとついついその気になってしまう。来年の絵馬展の絵になる風景(ネタ)も仕入れに行かなきゃならないし…。あれこれとレース中の出来事をイメージしながら思い、迷う…。仕事の合間の気分転換はこれで当分楽しめそうだ。

有限会社 現代店舗 白井 進

『たいへんダァ〜』

不景気で仕事も途切れがちな年末に、ゼネコンの設計の下請をつい引き受けてしまいました。RC造8階建・36戸のマンション。基本設計がなかなか決まりません。それなのにスケジュールだけはしっかり決まっています、どんどんメ切が近づいてきます。構造・設備と調整しながら、担当者の変更点やチェックを受け、意匠図を制作しています。約1ヶ月程、ろくに横になれない日が続いています。40歳を越えた身にはかなり辛い。

そんなときに限って、住宅の設計や焼肉屋の改装計画の依頼が舞い込んでくるのです。ありがたい事なのですが、体力が……。日頃から、「**デザインは体力だ!**」と言っている私にとって断るわけにもいかず、頑張ってます。いつも不思議に思うのですが、どうして仕事ってもっとバランス良く発生しないのでしょうか。

そんな事を愚痴りながら、この原稿を書き終えたら、又図面を描かなければなりません。今夜も徹夜になりそうです。いつになれば、私はゆっくりと眠れるのでしょうか。

布団がすごく魅力的に感じる今日この頃です。

そんな日々を送っています。

DesigningProduceALGO 末浪伸浩

〒639-1053 奈良県大和郡山市千日町9-1

TEL:0743-52-1354 FAX:0743-52-1374

e-mail:d.p.algo@h5.dion.ne.jp

最近 思うこと

ここ10年ほどの仕事のやりかたの変化は著しく、
ペンからキーボードへとアツと言う間の出来事でした。

これが社会の変化なのかと思いつつも、図面書きにとってブラウン管やOSの中に集約されつつある
思考回路から抜け出すことの出来ない道を歩んでいるようで。

ふと不安になったり、考え込んでしまったり。

最近やたらとガラスが増えたのは このPCのせいでは? と考えたりもします。

昔はガラスは重かった。 **今**はガラスは軽くなった
昔はガラスを絵に描くのが難しかった。 **今**はガラスを絵に描くのがたやすくなった。

AMUSEMENTに手を染めて約10年。

アミューズメントバブルから今に到るわずかの間に、施設やデザインを観る目も大きく変わりました。

しょうゆ味から昆布だし、**濃口から薄口**へと
変わっていくのは年齢だけのせいではない様に思えます。

(株)乃村工藝社 前田穂積

千載一遇のチャンス!

(^0^) 笑い顔、 (;_;) 泣き顔
(>_<) 困った顔、 (-_-;) 冷や汗
\' (^0^) / 万歳、 (▼▼) サングラス

さて、あなたはどれだけ使っていますか、コンピューターの顔文字が世界で初めて登場してから20周年。20年前、アメリカは日本の繁栄に嫉妬していた。世界100社の中に日本企業が51社。「ジャパン・アズ・ナンバーワン」が売れた。

それから20年、経済環境は完全に变化した。アジアの生産能力は急激に高まり、安価な製品が世界に流れ、世界が今までにないほど供給過剰になった。

そして日本は金持ち国なのに国民は豊かだと思えない。一所懸命に働いていると自負しているのに、いつまでたっても豊かさを享受できない。デフレ経済でも教育費は高騰。生活が苦しくなるから子供も生めない...

75歳以上が1000万人突破、65歳以上が2362万人、健康保険負担アップし老後の先行き不安で持て余し気味の貯蓄も使えない。国民の70%がサラリーマン。国や企業は構造改革・リストラと改革を迫る。生活者が求めるのは安定。

知識労働者の8割が、誰も読もしない書類作りにパソコンに向かう(本文も...?笑)何かがおかしい? でも、おかしいと気付いたときに変化が始まる。SONY会長 出井伸之氏によれば現在は「デジタル革命」、明治維新→第二次世界大戦→デジタル革命。「アトム」を「ビット」で売る、「ハード」を「ソフト」で売る。工業会社と違ったルールが存在する。

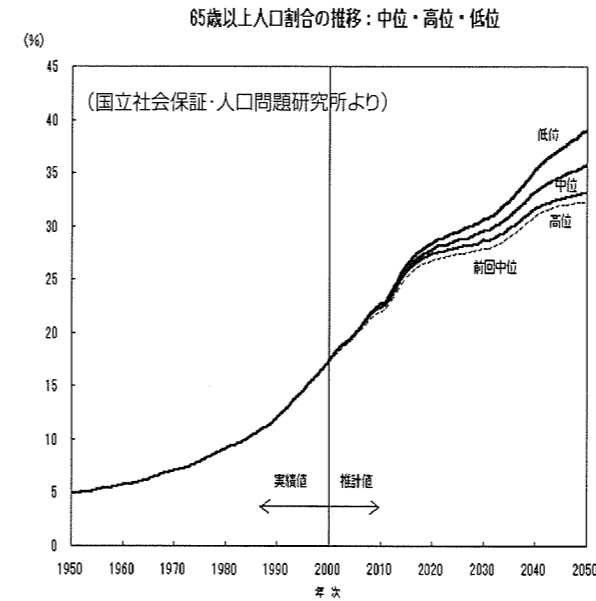
新しいルールとは、新しいメッセージの発信、それを常に探し続け、発信し続けることがデザイナーの役割。人はモノではなくメッセージに価値を見いだす。ルイ・ビトン表参道ビル開店初日売上高は1億2500万円。数量限定バッグ即日完売。ルイ・ビトンと言うメッセージを求めた。飲食店で素人が作った様な店が流行る。これもメッセージ...?

日本は戦後40年で頂点に立った。1985年から20年間下り坂だった。下り坂があれば登り坂もある。その坂に案内してくれるのが団塊Jr.と元気印の60歳代!日本百貨店協会が、66歳は「緑寿」と新たな慶事提唱をしている。彼らが求めるメッセージとは何なのか?冒頭の顔文字を使いこなしている元気な60代と団塊Jr.に期待している。混沌とした時代こそ我々のチャンス!

松下電工株式会社 市川 邦治

“バリアフリーな発想”

■「2025年問題」というのをご存知でしょうか?
これから先2025年に我が国は、老人人口のピークを迎え国民三人に一人が65歳以上とされています。
とあるシミュレーションでは、その老人大国になった時、税金等



の国民負担分が想像を絶する額になると試算している。他人事でなく、私は75歳になっているはずだ。
自分が稼いだ所得の60%、およそ3分の2が税金等で国へ持っていられるのだ。(年金にも課税されるだろう)
恐ろしい未来である。
ふと逆に考えると、未来には大きなビジネスチャンスがある事に気付く事だろう。そう、シルバー産業だ。これからきっと爆発的に伸びる筈だ。

そこで真剣に考えてみた。何をすれば儲かり、その時代を生き抜けるか?

1. やはり老人だけに体に優しく気持ちのいいものでなくてはならない。
2. 歳をとっても欲望はある、欲望は利益を生む。
この2点を軸に成功すると思われる業態は何か?

...長考...

「老人向けバリアフリー風俗」(パイアグラ付き)
ああ、...すいません、貧相な発想で...

(株)近鉄百貨店 大森 貴夫

「退社」-「ネットワークづくり」-「街づくりサポート」

昨年2月に会社代表を退任し、街づくりをビジネスとする会社経営から開放された。その後、気の合った仲間と協同組合を設立し、街づくりのフォーラムを開催しながら行政、商工会議所、商店街の方々とネットワークを築いていると、「中心市街地活性化法」に基づいて街づくりを進めている地域からの相談が来るようになった。行政からは街づくりの担い手の組織化、商工会議所から合意形成の仕方、商店街からは事業の採算性についての相談が多く、コンサルタント会社は立派な計画書を作成してくれるけど、納品するとさささと引きあげてしまうといった不満をよく耳にした。かつてはそうだった私には耳の痛い苦言だけど、補助制度がそうなっている以上やむを得ないと勝手に自己弁護をしてしまう。

現在は、西脇TMOの立上げ、鳥取TMOが計画しているコミュニティ施設の事業計画作成、宝塚TMOの事業推進指導、宝塚市内に立地する再開発ビルの再生計画アドバイス等を行っており、TMOの事業をサポートする仕事を中心である。1ヶ所だけ異色なプロジェクトはJCD会員からの紹介で、現在JCD会員と仕事です。初め、京都の大宮と聞いたので京都市内と軽く受けたのですが、後程電話で場所を確認すると奥丹後の大宮町と分かって、後の祭りでした。しかも、観光物産館の設計が出来ているので運営計画を提案して欲しいということで、現地に行ったのですが、会議に出席する度に仕事が増え、結局約50,000坪の工場敷地の遊休地活用計画をする羽目になった。しかし、感謝されながら楽しくやっています。

紹介者には近く奥丹後の特産品が届けられるであろう。

(協)TMネット 都市商業研究所 神戸一生



大宮町計画地



宝塚TMOの管轄する商業地大宮町計画地

洋酒 吉田バー〔YOSHIDA'S BAR〕

38年前の1965(昭和40)年、私が(株)乃村工藝社に入社した頃当時の大阪社屋から賑橋を超えて徒歩で12、3分位のところに先々代(初代)の吉田バーがあり、同僚の女性に「女の人でも安心して飲めるバーがあるよ…」と紹介されて行ったのが最初でそれからの付き合いになります。創業は1931(昭和6)年大阪の洋酒界切っの草分け的存在で、現在の場所より70メートル程北寄りの、「富久寿司」のあるあたりに在り店舗、家具、什器をそのままに移築され、壁面を埋め尽くす無数のミニチュア瓶のコレクションともども雰囲気も当時のままに確保されていて好ましかぎりです、営業スタイルも変わることなく午後4時開店、10時になると英国製の丸型の大きな掛時計が鳴りオーダーストップ、10時30分閉店、酔っ払いと大声は御法度で年齢、性別、人種を問わず、一見でも常連でも公平に接客される姿勢には敬服させられます。

グラスは透明の薄手でシンプル、なんの銜もなく何時も冷たく凍っています、オードブルもシンプルで夏は皮付きのピーナッツと塩茹で豆、冬は芽葱と塩茹で豆と決まっております他には絶品のポテトサラダとサンドイッチ、カナッペと温かいオイルサーデンがあればよし、ごちゃごちゃと造らないのが心憎い、雨が降り出したら「この傘捨ててください。」とそっと差し出された2代目芳二郎氏も近年亡くなり、現在はお嬢様があとを継がれて健在です。

〒542-0076大阪市中央区難波2-4-6

TEL.06-6213-1385

Open hour/pm4:00~pm10:30 (Last order10:00)

日祝休業

紹介者:乃村工藝社 郷力憲治



BAR & GALLERY NINETEEN

好きな酒が楽しめるとおおきの隠れ家があります。大丸そごう間の道を東へ市立南小学校を曲がると細長い建物が見えます。店内に入ると、およそ19mにまで吹き抜けとなった、いきなりNYのストリートに迷い込んだかのような不思議な空間。ここは、お仕着せのコンセプトなどありません。ルールはただ、思い思いに寛ぐこと。ありのままの自分を語れる人の「場」それがナインティーン「19」です。

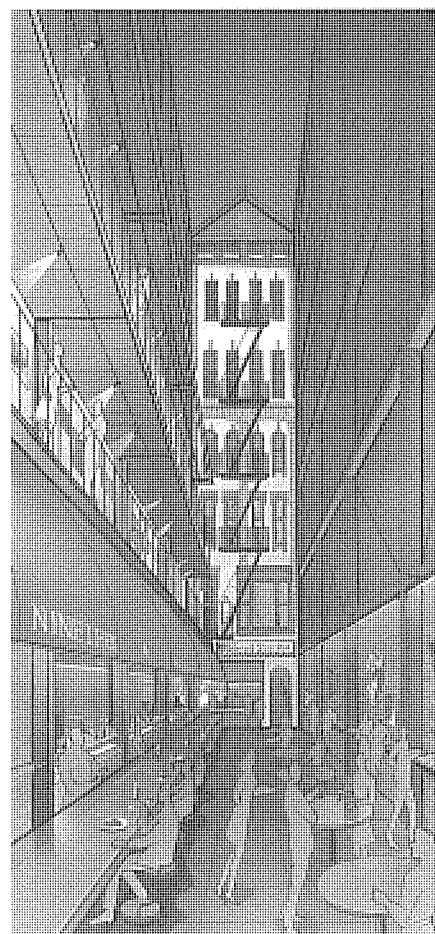
スコッチ、バーボンはもちろん、カクテルは人の数だけ。

気分の色だけ。キャッシュオンデリバリーで一杯、気兼ねなく本当に好きな仲間とだけ、ゆっくり寛いでください。

大阪市中央区東心齋橋1丁目7-20

TEL:06-6241-8866 Open・6:00pm ▶ Closed・3:00am

紹介者:乃村工藝社 久保 茂



堂島サンボア

大阪市北区堂島1-5-40 TEL.06-6341-5368

ご存じ、大阪では永い歴史を刻んだ代表のBARである。サンボア・バーは各々歴史の経過を経て生まれ、現在大阪に6店、京都に2店存在しているとおもうが、その歴史は神戸花隈町に端を発し1918年(大正7年)にさかのぼる。この堂島サンボアは、昭和10年(1935年)中之島に創立され、旧毎日新聞社南に店があったのを、昭和22年に現在の場所に移し、昭和32年に2階建てとなった。一部を増築したが、バー部分など一部を補修しながら当時の形を守っている。カウンター部分は昭和32年当時のままである。カウンター部分の壁に飾られた絵皿は、毎年デンマークから取り寄せているようで店の歴史の一部である。

SAMBOA「サンボア」の名前は、ZAMBOA(ザムボア)ポルトガル語の意からきている。創業者が愛読していた北原白秋の詩集から命名したという由来がある。

古い馴染みのお客は30年近い方もおられるようだが、この店で酒を楽しみながら(いい時)を過ごした多くの人達は無論、訪れた人達は皆この永い歴史を経てきた空間に最初から親しみとくつろぎを感じるのではないだろうか?いつまでも残ってほしいBARである。



紹介者:DOING DESIGN 里吉 明

THE CAMPBELL APARTMENT

as it appeared in the 1930's

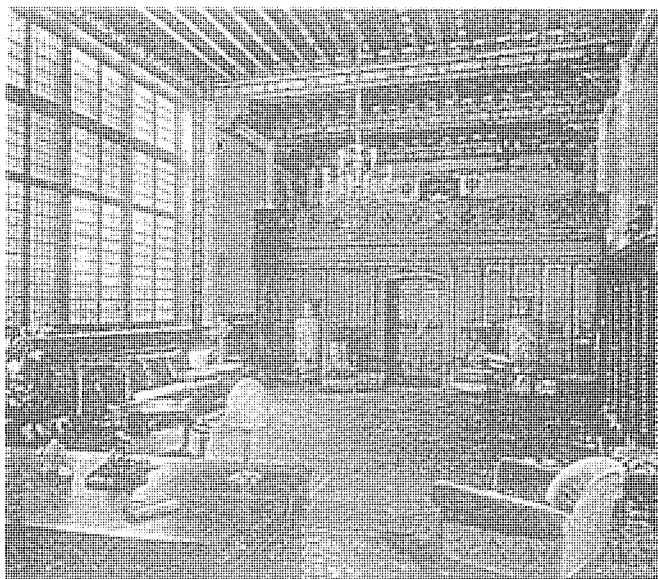
ニューヨーク、グランドセントラルターミナルの南西角WESTBALCONYの階段を13階上がると4年程前に開業したアンティークなBARがあります。ここは嘗て地権者で実業家のJohon W.Campbell氏のオフィス兼応接間として1923年(大正12年)に完成しパイプオルガンやグランドピアノによるコンサートが催され、さまざまな人と人との交流拠点として利用されてきました。

面積は1800平方フィート(約50坪)で天井高さは25フィート(約7.6メートル)あり、ヨーロッパの家紋のようなシンボルにより豪華に装飾された木製梁型で埋め尽くされ、梁型にとどくステンドグラスとのコントラストが印象的で家具類は当時のままにリメイクされた博物館にいるような錯覚を覚えます、正面の壁にしつらえられたマントルピースにディスプレイされたネーム入りの大金庫が実業家としての存在感とアメリカの富を象徴し、常時300人を超す大人の男女が満ちあふれステンドグラスの前のカウンターにはほとんど座れない、世界的に不況感の漂う今日このごろ外は摂氏-8度厳寒のニューヨークにおいてTHE CAMPBELL APATMENTはそのような日常を忘れさせてくれる。

THE CAMPBELL APARTMENT
COCKTAILS FROM ANOTHER ERA

GRAND CENTRAL TERMINAL,15 VANDERBILT AVENUE
ENTRANCE, NEW YORK, NY 10017 TEL.1-212-953-0409

紹介者:乃村工藝社 郷力 憲治



まち歩き!! (トレンド探し!!)

この企画は、2002年度に改組した研究開発委員会の3テーマ「環境」「まち」「TMO」の内、「まち」研究を取り上げたものです。月一の委員会の定例会議で、各委員が身の回りのまち、あるいは感心のあるまちを探索・分析し、ビデオでスライドで、デジカメ映像でそれぞれにプレゼンテーションしてディスカッションした結果をここにまとめるものです。今回、小宮が「岡本」を前田泰弘が「大須」をレポートします。以降、様々なまちが登場します。ご期待ください。

その1 ●阪急岡本界隈●

■立地

阪急岡本とJR摂津本山駅の間、直線距離で約300mの商業集積のまちです。地形的特徴は、メイン道路が直線ではなく、くの字・鍵型に曲がっていること、六甲山麓のまちの常で、坂道があることです。このくの字と坂道の組み合わせが、なかなか心地よい3次元+時間の空間を作っているのです。登りもよし、下りもよしです。この地区は、神戸市の景観条例による都市景観形成地域の指定を受けていて新築・改築等は市の都市計画局アーバンデザイン室に届け出てチェックを受けなければなりません。

■商圈・商店構成

甲南大学、甲南女子大学の学生と近隣の住民が商圈です。阪急の線路の北側はちょっとした高級住宅街です。日常の最寄り品や食料品は、岡本駅のコープこうべと中程のダイエーのグルメシティーで間に合います。したがって買い回り品のファッション用品・日用雑貨は、おしゃれな少々値の張るものを置く店が並びます。パンは地元のフロイン堂、チェーンのケレン、ドンクがあり、ケーキはケーニヒスクローネ、CHEZ COPINが、シュークリームのタカトラがあり、アイスクリームのハーゲンダッツが角店であります。日用雑貨はキッチンキッチンとハンデインハンが店構えがお洒落で、トレンドな商品を揃えています。

ファッションでは、ラビリンス山本が奥まったガレリオ風に4店舗入っていてヤングからアダルトまでカバーしています。昨年開店したディアプリンスはヤンググレーディーです。残念ながらメンズは一件ありません。メガネのイブシロンは店員もお洒落な若者で、ファッショングラスを扱います。震災後の開店です。

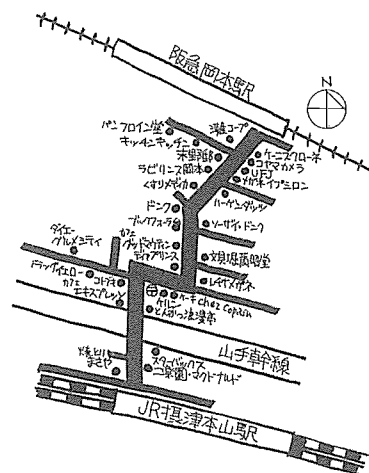
カフェは震災後、エクスプレッソとスターバックスが進出して来ました。震災前からあるグッドマウンテンは店前にカフェテラスを持っていて、近隣の外国人が家族で友人でカフェしている、パリの街角とも思えます。

■トレンド

以上の様なことから、「おしゃれ」「こだわり」「変化の速さ」をあげることができます。「おしゃれ」「こだわり」は、やまてのお嬢様、奥様、女子大生が顧客であり、芦屋と三宮の中程に位置するとすれば当然の帰結であります。

「変化の速さ」は、私が近くにもう15年程住んで見てきたから言えますが震災や、銀行の撤退の影響以前からのことです。何がそうさせているかと言うと、まず学生顧客は、毎年新入生がまちに現れ、卒業生は去っていきます。この新陳代謝に、まちがついていく、商品構成がついていかなくては商売が成り立たないのです。近隣の住民は、やはり神戸人です。この変化をトレンドとしてのこだわりを楽しんでいるのです。

時代の息吹き、トレンドと共にいつも「おしゃれ」に変化するまち岡本界隈でした。



阪急岡本駅から下ってドンク(右側)の所でくの字に曲がる。



店構えもディスプレイも、おしゃれな「キッチンキッチン」



ガレリオ(廊下状)の引き込みが高級感の「ラビリンス岡本」

その2 ●名古屋大須地区●

■立地

大須、この地名は多くの名古屋っ子にとって、下町情緒たっぷり残すなつかしい街並を、思いおこすだろう。

古くは名古屋城から宮の宿(熱田)に通じる街道である、本町通りに面した南寺町地区の一角にあり、付近には西本願寺別院、東本願寺別院をはじめ神社仏閣が多い。

現在の行政区分で言うと名古屋市中区になり、現在名古屋で一番にぎわっているストリートである大津通りと、名古屋中心部を南北に縦断する幹線道路19号線(伏見通り)に挟まれた地区で、北は100m道路(若宮大通り)南は大須通りに囲まれた地区をいう。

■商店構成

現在も19を数える神社仏閣を抱えるこの地区に8つの商店街と363の商店が所狭しと並んでおり、「何でもあり」の商店街のようである。

しかし各々の商店街にも、それぞれ特徴があり大津通りの1本西側を南北に走る新天地通りの商店街はパソコンショップが並ぶ電気街になっており、この中心がアメ横ビルである。又東西に走る万松寺通り商店街と仁王門通り商店街の西側には古着やアクセサリなどを扱う店が多く、新天地通りと共に東海各地より若者が集まる。又この地区にはコメ兵と言うバラエティ&リサイクルデパートもあり、ちょっとした百貨店なみの品揃えを誇る店である。

しかし街も西側に進むと、門前町の雰囲気の色濃く残っており、こちらは東海地区唯一といえる常設寄席の大須演芸場があり、この周辺には名古屋名物であるういろ専門店の大須ういろ、青柳ういろ、をはじめ熟年層が好みそうな商品を販売している店とか飲食店が多く集まっている。

その中心となるのは、この街のシンボルである真福寺(通称大須観音)であり、ここの境内では毎月18日と28日に骨董市が開催されている。

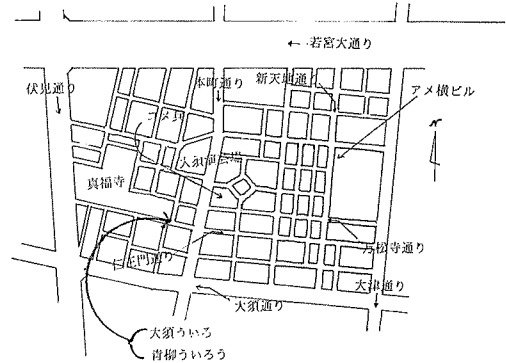
この骨董市には、老若男女を問わず、かなりの人出があり、アンティーク好きの目を楽しませながら販売されており、これも大須に人が集まる要因になっている。

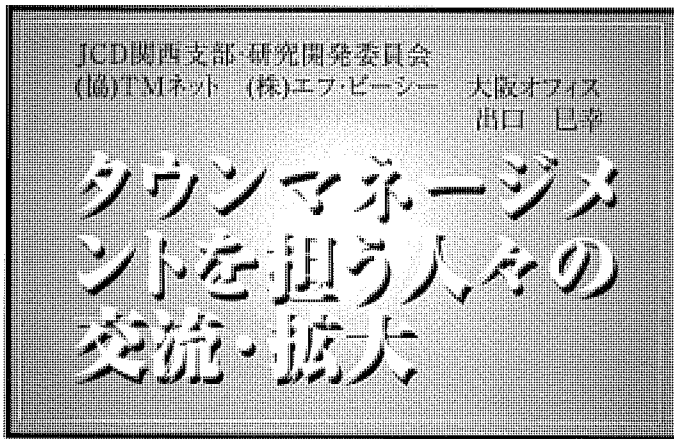
■商店街再生期

私をはじめこの地区を訪れたのは、大阪で万博が開催される3年前の事である。当然この地区は空襲により壊滅的な打撃を受けた上に、戦後の都市計画により100m道路が建設されそれにより名古屋第一の繁華街である、栄地区からの来街者はこの道路のため通行を阻まれてしまい、大須の各店舗の経営は青息吐息の状態であったと思う。

しかし地下鉄3号線開通と昭和53年のアメ横の大須進出により除々に息を吹き返し、現在のような魅力的な商店街にみごと復活した。

大阪で言うと、天王寺+天神橋筋+日本橋筋+アメリカ村と言うような商店街であるが、核家族があたりまえであり、商店街も若者と女性のみが呼び込める商店街が模索されている現在泥臭さを前面に出し老若男女が訪れられる全国でも数少ない商店街として復活した大須に最大級の賛辞をおくりたい。





中心市街地の活性化を目指して、JCD関西支部の研究から生まれた(協)TMネットは、初年度フォーラムを通じて様々な街づくり機関(TMO)や行政、商工会議所、関係者等タウンマネージメントを担う人々と交流し、大きな成果を得ることができた。

フォーラム6回、延べ参加者数約500人。共通の問題点や課題を抱えた議論により、それぞれの推進状況に応じて取り組むべき課題や解決に向けての方策が明らかとなってきた。

1. 導入上期の課題

中心市街地活性化対策事業に取り組みを始めた段階においては、次のような問題点や課題を抱えている。中心市街地活性化基本計画が策定され、これに基づいて取り組んでいくときの問題点や課題は、地元の合意形成づくりが圧倒的に高く、事業資金の確保や人材の確保、TMO等組織づくりの順である。合意形成については、行政主体の基本計画づくりであったことや庁内内部での横断的な取り組みができていなかったこと、策定期間が短かったこと、そのため議論が足りなかったこと、計画づくりが先行し市民や商店街へのPR不足、土地建物権利者の理解協力が得られ難いこと、などである。資金や人材面では運転資金はどう確保していくのか、再開発事業等で持分をどうするのか、テナントミックスなどでは高度な知識や経験をもった専門家をどう確保するのか、等が問題点である。TMO構想策定時における問題点や課題は、地元商業者の取り組み姿勢についての問題点が高く、有効な事業の選定、商業者・市民とのコンセンサスの形成や事業財源の確保などである。まちづくりについてかなりの温度差があり、地元商業者の取り組みへの熱意が不足であるので、理解を得ることが必要であること、またいかにして地元の意見を集約し、事業の絞り込みをし、投資効果を十分に検討し、合意を得ながら事業資金等の確保を図ることが必要であること、が課題となっている。TMO計画策定時における問題点や課題は、商業者・市民とのコンセンサスの形成や資金調達・借入れに多くの問題点があり、地元商業者の取り組み姿勢や事業実施のための人材などとなっている。事業を実施するための計画段階になると、計画内容の具体的な調整や事業資金の確保、負担額の調整、事業スケジュール調整など、商業者や市民、事業所、他関係機関とのコンセンサスの形

成が非常に重要な課題となっている。計画を策定しているTMOの多くはこの問題に直面している。具体的な事業を実施していくには、地域からも行政からも信頼され、地元商店街活動を実践しているリーダーとして人材が不可欠となっている。

2. 導入中期の課題

少し慣れてきた段階においては、次のような問題点や課題を抱えている。TMO事業の選定についての留意点は、事業効果が期待できる事業を選定し、緊急性や迅速性、意見集約、取り組みやすさなどである。事業効果優先のTMOは多いが、一口に効果といっても、中心部の地域全体の活性化が期待できるというどちらかといえばソフト事業と、点や線の狭い範囲での事業採算性を問うというハード事業とがある。効果の測定は別として、前者は商工会議所等が、後者は3セク会社等が主に事業の対象としている場合が多い。

緊急性・迅速性では、例えば市街地再開発事業や土地区画整理事業等大プロジェクトが既に計画調整段階を終え、施行スケジュールが決まり実施に向けて作業中であれば、関連する中心市街地活性化事業は、急いで関係者との合意形成やそのスケジュールに対応した各種の事業推進を図っていく必要がある。タイミングが合わなければ、事業の活性化効果を十分に発揮できないことになる。TMO実施上の問題点や課題は、地元とのコンセンサスの形成から事業継続のための財源問題、事業のプロデュース能力、それを支えるスタッフの確保の順である。事業を計画し実施していく段階でも重要なのが、地元とのコンセンサスづくりである。地元商店街への啓蒙や意識高揚を図りながら、関係者間の合意形成に配慮した事業推進が求められている。事業を継続していくためには組織の維持・継続が必要であり、その運営経費の確保が不可欠となる。事業全体を効果あるものとしていくためには、当初は外部より専門家を要請するにしても、プロデュース能力の向上が課題である。また、欧米のまちづくり機関事例のように優秀な人材を外部よりヘッドハンティングするくらいの対応が必要かもしれない。意欲あるタウンマネージャーや専門スタッフの確保等で、TMOとしての組織力の強化がこの段階で求められている。

3. 導入下期の課題

本格的に事業活動を進めていく段階では、次のような問題点や課題を抱えている。欧米と比べて、まちづくりに関するタウンマネジメントという意識は低く、その啓蒙活動も含めて根気よく合意形成を図る必要がある。特に地元商業者の取り組み姿勢や意欲を高めていくためには、コンセンサス形成は最も必要である。タウンマネジメントに少しずつ慣れていくことが肝心であり、大きな事業をいきなり計画していくよりも区域全体に資する実現可能なソフト事業からの取り組みが適している。また、従来からの市街地再開発事業のように建物(ハード)自体に関心がいき、肝心の中味(ソフト)は中途半端となり、多くの失敗事例を出しているの、賑わいある街を持続していくためソフト事業に留意すべきである。

少子高齢化や環境問題等は今日的な課題として非常に重要ではあるが、その活性化効果と事業化効果などのバランスを考えた上での事業選択も大事である。「カネ」については、例えば駐車場や商業施設等のハード事業に取り組んでいくには、インシヤルコストやランニングコスト、稼働率等を十分に考慮していく必要がある。資金調達ではリノベーション補助金や高度化融資等の支援策を活用して、採算性を十分に検討した計画づくりが必要である。また、3セク会社の場合、例えば再開発の商業床等を確保し安定した収入のある事業展開を図り、組織の事業費を捻出していく。商工会議所等では、行政等からの継続的な支援財源の確保を図る必要がある。組織体制では、中心市街地活性化区域内の事業者だけではなく、市民団体や自治体、NPO、地権者、事業所等、関係者との合意形成を図り、連携し、事業を推進していくための体制づくりが必要である。具体的な運営方法や財源問題、人材問題等の実施体制については、これらの関係者と十分に検討し、場合によっては3セク会社のように責任を明確にした組織体制も選択肢とすべきである。

最後に「ヒト」については、商工会議所等でのTMO担当者の多くは、兼務であり、業務と責任・権限が中途半端な状態となっている。専従者を置き事業の調整推進を本格化させていく必要がある。専門家の確保は、タウンマネージャー派遣制度やTMO協議会の人材バンクの上手な活用、米国のようにSCマネージャーをスカウトするなど、プロスタッフの充実を図るべきである。また、行政からの専従者の確保や天下り型役員の排除等も考慮しなければならない。こうした段階毎の課題に対して解決の糸口を見出していくために、TMネットでは段階ごとにテー

マを設定し、各地でフォーラムを開催してきた。

和歌山TMOの(株)ぶらくり

TMOを大きく分けると企画調整型と事業実施型のタイプがある。前者は商工会議所がTMOとなり、後者は第3セクターのまちづくり会社がTMOとなっている。

TMフォーラム尼崎で講師として招聘した和歌山市の島社長(株式会社ぶらくり)よりご講演をいただいた内容を紹介し、TMO活動への理解を図りたい。

平成10年度中心市街地活性化法が施行された年度に、中心市街地の商店街が中心となり「和歌山市中心市街地活性化基本計画」を策定した。次の年度には引き続き検討し「TMO構想」を策定。同時に和歌山TMOである(株)ぶらくりを設立。12年度から具体的な活性化事業をスタートしている。

TMO組織について、役職者は全員事業者、専従職員を置き具体的な活動は商店街青年部が対応を図るという「民」主導の形態である。

具体的な活性化事業内容は、年度別に下記の通りである。12年度からスタートし、今年度で3年が経過した。店舗運営である楽市楽座事業から、共通駐車券事業、イベント事業、空き店舗対策事業など確実に成果を上げている。

会社である以上経営についての厳しさが要求されている。赤字の垂れ流しでは社会的に存在できないということから努力し、初年度は僅かに赤字であったが、次年度以降黒字経営となっている。

	平成12年度	平成13年度	平成14年度
わかやま 楽市楽座運営事業	<ul style="list-style-type: none"> ●管理運営事務受諾 ●チャリティイベント 	<ul style="list-style-type: none"> ●中心市街地の出店(3店舗) ●ポップコーンギャラリー(12展利用) 	<ul style="list-style-type: none"> ●出店促進対策 ●出店者講習会 ●特定業種コーナーの設置
共同駐車場 管理関係事業	<ul style="list-style-type: none"> ●事務管理運営の事務移管調整 	<ul style="list-style-type: none"> ●5月より事業開始 ●ぶらびー営業開始(100円パーキング) ●広告看板の設置(広告料収入) 	<ul style="list-style-type: none"> ●PRと利用促進 ●附帯サービス研究及び実験 ●その他
TMO基金事業他	<ul style="list-style-type: none"> ●新業態開発事業計画(TMO計画) 	<ul style="list-style-type: none"> ●フリーペーパーの発行 ●コミュニケーションサイトの設置 ●ミニFM運営 	<ul style="list-style-type: none"> ●フリーペーパーの発行 ●コミュニケーションサイトの設置 ●ミニFM運営
その他事業	<ul style="list-style-type: none"> ●商店街活性化(ワイワイぶらくりカーニバル等) ●市民モニター制度 ●インターネット事業(ホームページ) ●ぶらくりカードの導入研究 ●空き店舗対策(不動産紹介システムの研究) 	<ul style="list-style-type: none"> ●商店街活性化(アーケードディスプレイ受託) ●空き店舗対策(不動産業者と提携) ●プロデュース(視察者への宿泊等紹介) ●フリーバック(企業広告) 	<ul style="list-style-type: none"> ●商店街活性化(夢くじセール) ●空き店舗対策(高齢者向け休息所) ●プロデュース(企業共同事業) ●フリーバック(企業広告) ●各種保険代理店業務(共同事業)

鈴木進一郎

株式会社丹青IDS

チーフデザイナー

東京都台東区上野5-2-2

tel.03-3836-7407 fax.03-3836-7675

e-mail:sisuzuki@tanseisha.co.jp



JCD関東支部 理事

本部業務研究委員会委員長

東京都武蔵小金井市の小金井公園内に「江戸東京たてもの園」という かつて江戸、東京に存在した歴史的建築物を移築した屋外建物博物館がある。

三井財閥の三井邸や、田園調布の洋館、銭湯等もあるが、興味を惹かれるのが「荒物屋」「醤油屋」「文房具屋」「花屋」等の商業建築である。店内には当時のままの商品が陳列されており非常に面白い。

なかでも私が特に好きなのが居酒屋の原型とも言える「一杯飲み屋」である。カウンター席の奥には、居間と客席兼用の小部屋があり、丸い「ちゃぶだい」が置いてある。

2階に上がる急な階段も 泣かせるほど当時の生活を感じさせる。

私は歴史物、時代物の小説が好きで、文中江戸市中の上野、日本橋、神田など等が描写される場面があると現在の町を思い浮かべ「ああ、あの辺りか…」と想像したり行ってみたい。

「あの橋のふもとに、あの場面の小料理屋があったら是非行ってみたいなあ」等とあらぬ期待をしたりするのであるが、あるはずもない。

江戸に限らずその土地にかつてあったらう庶民の生活の場面に会ってみたい。そして秋山小兵衛氏に会ってみたいのである。

親父の頑張りで店を存続させてゆくのは難しいからこそそうした店が見られなくなってきたのであろうが、私は自分の仕事の範囲でそういった生活文化を少しでも再現してゆく提案をしてゆきたいと思っている。

皆さんの町ではいかがですか？

安井 秀夫

安井秀夫アトリエ 代表取締役

東京都港区南青山6-1-32 南青ハイソ604

tel.03-3498-5633 fax.03-5466-7621

e-mail:yasuia@blue.ocn.ne.jp



JCD関東支部 デザイン賞委員会 委員

新日本建築家協会

趣味:旅行・ワイン

ブッシュはイラクを攻撃するのか？

この原稿が印刷され、会員の皆さんに配布された頃には結果は出ているであろう。イスラム圏の世界が好きで、多くの地域をカメラ片手に一人旅してきた。ざっと挙げればモロッコ、トルコ、レバノン、シリア、エジプト、イエメン、ウズベキスタン、インドネシア。多くのイスラム建築、イスラムの人々と接し西側世界とは、まったく違う世界に感動しっぱなしの旅であった。

イラクは湾岸戦争以来、旅の計画を何度も立てるにもかかわらず、きな臭い事情ゆえに行った事がない。世界4大文明発祥に地ゆえに貴重な古代建築が多く存在している。また、その建築物は、日々、人々の暮らしに根ずき生活の中で使われている。モスクしかり、バザールしかり、何千年と時を経て街の一部として活き活きと機能している。西洋文化の近代建築に慣れた者にとっては、異文化を理解するには最適な旅になるものである。また、訪れる地域で接する人々の屈託の無い笑顔には、宗教感の違い、争いなど存在しない。何時も争いの絶えないとされる中東のシリアレバノンを旅した時も街の人々の生活は平和そのものであった。

ブッシュの攻撃は、この笑顔が大好きな人々、文化遺産をどのように扱うのであろうか。去年のアフガン攻撃では、アメリカ軍の執ような空爆によって、貴重な人々の生命と一緒に、殆どの文化遺産は破壊されたとの事である。アフガニスタンは西洋と東洋の文化の融合点で、素晴らしい文化が花開き、最近までは残っていたにも関わらず、全てが破壊された。あの巨大な二つの近代建築の代償に、跡形も無く破壊尽くされてしまった。

その昔、アメリカは日本への攻撃では京都、奈良などの文化遺産を守りながら、本土空爆を行った。それゆえに日本の文化遺産は守られた。今のブッシュ・アメリカには、そのような余裕は無いのか？デザイナーごときが、戦争の是非を語ろうとは思わないが、無駄な争いで人々の生命は勿論だが、文化遺産まで破壊されていく事には、異を唱えたいと思っている。日頃、物を作る側にいる者として、作られた物が勝手に破壊されることには絶えられない感情を持つであろう。何か出来る事は無いかと考える日々である。

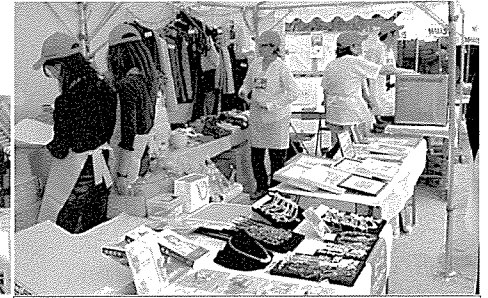
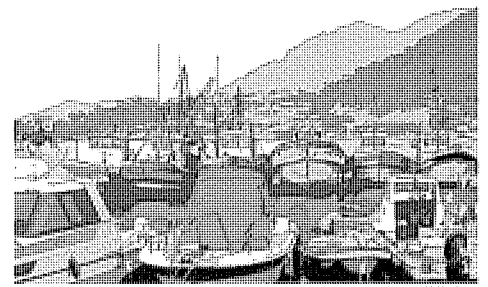
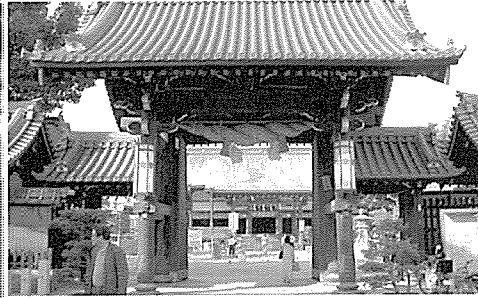
しかし、イラクもアフガンのように破壊行為は短期間で終り平和？を取り戻したら、この国の脳天気リーダーは「大した事はなかった」などと嘯くのであろうか…。

大阪デザイナーズストリート

デザイナーズ・フリーマーケット報告
 門前町商店街サミット併催イベント

2002年10月19日(土)
 天神橋天満宮境内

USD-O大阪デザイン連合機構による催しとしてフリーマーケットが開催されました。多くのJCD会員から絵画・ガラス器・小物雑貨書籍・Tシャツなど出品していただき販売実績は他団体を圧倒したのではないかと思います。ご協力大変ありがとうございました(三宅記)



他団体メンバーの陶器や錫器の展示販売		JCD会員のデジタルアート出品作品
JCD会員より出品の絵画の展示販売	大阪天満宮	他団体メンバーの衣類やアクセサリの展示販売
共催のベトナムフェスティバル		少し暇そうな感じ

松下・山岡見学記

平成14年11月1日(金)
 松下電器技術館～山岡金属工業見学会

雨上がりの午後、京阪守口駅に集合、タクシーに分散し松下電器技術館へ、7000万円の巨大なプロジェクターの説明から始まり、日用最寄り家電製品の技術、ハイテク音響機器、IT技術まで体験しながら進んでいく「ホー」「ヘー」と言いながらあっという間に時間が経った。

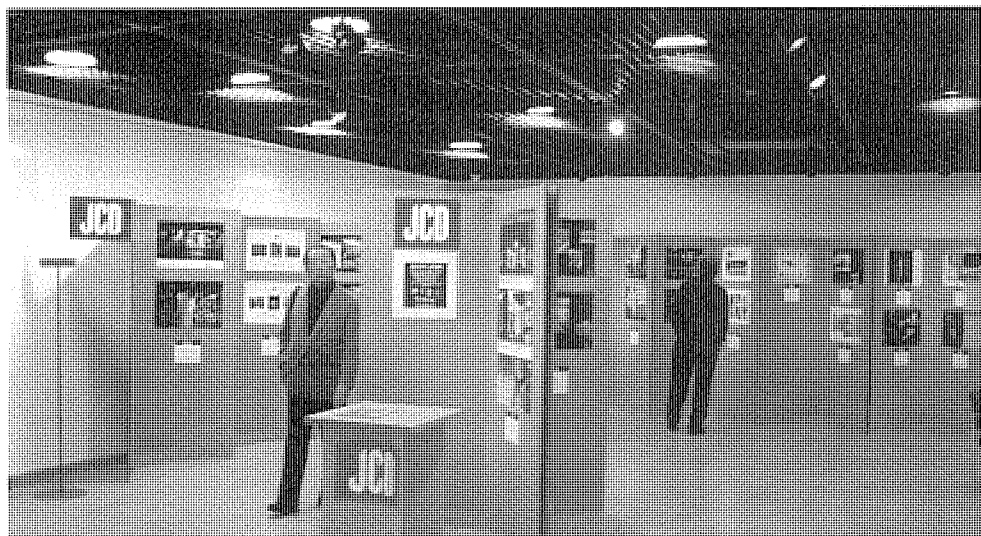
そして次の目的地「山岡金属工業」に。山岡金属工業には「夢工房技術文化館」と、「夢工房技術開発館」の2ヶ所があり前者はショールーム風、後者は実験工房風になっており、オーナーや店舗設計者の意見を聞きながら、商品開発していくためにある。近々に創業50周年記念の「たこ焼き文化館」も設立予定とか、顧客志向の企業姿勢が良く見える。昭和11年生まれの社長さんは見た目も行動も若く、企業理念をお持ちの経営者です。ちょうど2日後の日曜日に大阪城西の丸庭園にて直径8mのジャンボお好み焼きを作るNHKイベント番組「おい大阪」があり、その経緯も熱く語っていただきました。見学後は直営店「炭火庵」で最上のお肉を特別価格で舌鼓。本当に「ウ・マ・カ・ッ・タ」。

(組織委員会 市川邦治記)



日本の空間デザイン展2002

毎年恒例となった「日本の空間デザイン展」、今年は12月12日から17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JCD、DDA、SDA、JID、KIPAの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。今年の大賞は、デザイン賞委員会の公開審査でも文句なし全員一致の「日産銀座ギャラリー」。DDAやSDAのコーナーでも日産の受賞が目立ち、昨年度の空間系デザインは「NISSAN YEAR」と言った感じでした。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川上部長の挨拶に始まり、出展・共催各団体のご代表の挨拶のあとパーティーとなり、会場内は各団体の参加者との親睦の輪が大きく広がりました。今年はJID-ACTの会の学生さんもパーティーに加わり、平均年齢がうーん



と下がったせいかな？ いつもとは少し違う熱気に包まれました。参加者の皆さんのデザイン談義は尽きる事はありませんが、JCD野村理事長の締め挨拶で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。会期中は研究開発委員会のメンバーが輪番で受付に当たりました。次回も是非多くの会員の参加をお待ちしています。

(研究開発委員会 中尾晋也 記)

第77回

コアトーク in OSAKA

第77回JCD/DAIKOコア・トークin OSAKA は、2002年10月17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年間を通じて大光電機と共催しているセミナーの一環として企画、今回はJCD研究開発委員会出口副委員長の紹介で(株)エフビーシーのグラフィックデザイナーの宮川幸浩さんをお迎えしての開催となりました。21世紀が始まり、商店街の活性化が叫ばれる昨今、大切な事はその商店街を構成する各個店の個性化が決め手の一つ。個店の個性化とは？その店で売るもの、サービス、メニューが魅力的で他には無いものを持つ、これほど強いものはないと、グラフィックデザイナーの宮川幸浩さんは熱く語りました。商業施設を作ってから事業運営の中で、顧客囲い込みの大切さ、そしてファンづくりとしての宮川さんが提唱する「一店、逸品運動」はそんな思想から生まれてきたものです。なんでもいい、その店に行ってみないと買えないもの、ちょっとアイデアを出したもの、商品でも、もちろんサービスでもそんな「一店、逸品運動」を実例と共に詳しくお話していただきま



した。明日の商業の販売促進を考え、個店を魅力的にするには？商環境を考える上でもっとも大切な要素です。いつもとちょっと違った視点で考えて見ることができたコアトークでした。

(研究開発委員会 中尾晋也 記)

クリスマスパーティー

12月2日大阪道頓堀沿いの居酒屋コヤギにて、恒例のクリスマスパーティーが盛大に行われました。

私、萱野と南原氏の2名が指名され、会場探しと進行係を行いました。

居酒屋コヤギは、隣に料亭やぎという店があり、その姉妹店です。営業は30年以上も続いています。最近、台湾出身の若い美人の林(りー)サンという方が、総責任者で取り仕切っているというのを聞き、この会場に決めました。

当初、りーさんが日本に来たときには、日本語もあまり上手くなく以前から仕事をしていた、板前さんや支配人などとの間で、かなりの確執があった様である。

(興味のある方は、利用してみたいかですか)

失敗の無い様にと思いましたが、何分大人数の事なので不安の方が先走ってしまいました。

会場は、料理がうまく、飲み放題、料金が交渉次第、交通のアクセスが良いかなと思える、ところを考え居酒屋コヤギに決定いたしました。

当初第一回出席者を集計したときには、31名、会場交渉の時には、約70名程度集まるので飲み放題、料理は満足できるようにと、交渉していたので、これはどうなるのかと一瞬不安になりました。

山田支部長に電話をし、えらい少ないでんなど話をすると、い

つものことから、何とかで、と言う力強い返事をいただき安心致しました。

当日、組織委員会の皆様で、イベントの用意をしていただき、会場で準備をしました。

50数名から始まり、後で何人かくるで、と言う声が聞こえましたが何人増えるのか分からない中でパーティーが始まり、最終的には70名近い人数になりました。

料理の追加追加の連続でした、途中何人分注文したのか訳が分からなくなりましたが、さすが居酒屋、小鉢の分で人数が分かるようでありました。

組織委員会での会議で、JCDとは何なのかとやっと分かりかけてきたところでしたが、パーティーを担当し、この盛り上がりを見ると、また訳が分からなくなりました。

予算の関係で、小さい会場になり、マイク関係の手配を忘れてしまい、皆様にはご迷惑をおかけしたと思いますが、研究開発の会議や、準備を含、PM5:00からPM9:00頃までの時間を借り切ることが出来ました。今回野村理事長が仕事の都合でこられなかったことが残念ですが、会員30名、賛助会員26名、新人3名、その他9名、総勢68名の方々が参加していただき、この不況の中、盛大な14年度クリスマスパーティーを行うことが出来ました。

(組織委員会 萱野光一 記)

絵馬展

今年もJR桜ノ宮で下車、源八橋から下流に目をやると、大川をわたるつめたい風の中、数十羽の真っ白いユリカモメがゆったりと空中を舞い、川端の桜並木の蕾はまだまだ固くネズミ色で、厳冬に耐えじっと春を待っている<昨今の景況の>ようでありました。

さて、正月吉例「DDA・JCD・SDA合同チャリティ絵馬展」は今回で23回目を数え、会場の「OAPタワー特設ギャラリー」にて、にぎにぎしく開催。会員ならびに賛助会員の皆様方のご協力により無事終了致しました。

本当に有り難うございました。

私事で恐縮ですが、一昨年の年末に一枚の真新しい杉板が絵馬展の趣旨とともに自宅に送られてきました。意気に感じながらも絵を画くなぞ三十数年振りゆえなんとも不安なままおっかなびっくり絵筆をとり初参加。翌正月、諸先輩方の立派な作品の中に自分が画いた絵馬板を見つけた時いかにも素人臭くて穴に入りたい想いに駆られました。あんのじよう最終日まで入札マークがつけられることなくさみしく我が家に連れ戻しましたが今回はなんと3枚もの杉板が自宅に届けられたのでした。

そして正月、女房に「やっぱり下手糞やなあ」といわれつつも悪戦苦闘し、日本酒すすりながら3枚画き上げました。我が家の絵馬がこれで4枚目になるなあと思いながら……。

しかし、まさか、驚いたことに、なんとなんと、そんな私の素人絵

に入札して下さったお客様が三人もいらっしゃったのです。感謝感激雨あられ。嬉しかったです。又来年も頑張ろうと誓った次第です。

(組織委員会 大森 貴夫 記)

会期 平成15年1月11日(土)～1月19日(日)

総入場者数 1,418名

入札数 149枚

落札数 88枚

義援金総額 228,268円

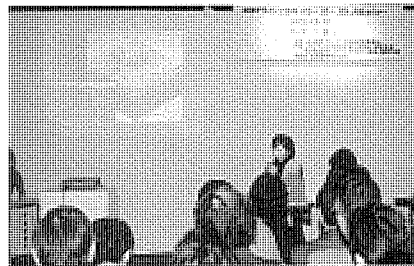
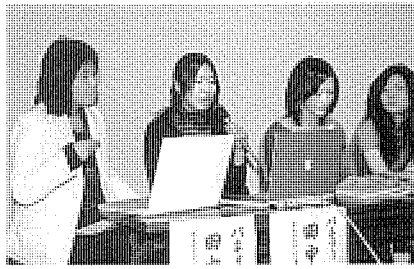
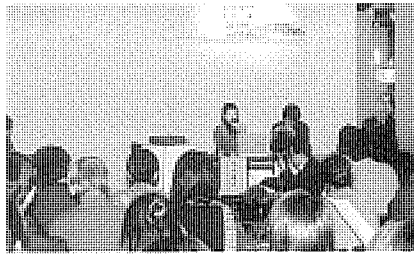


関西デザイン3団体 JCD+JID+JIDA 協同セミナー

JIDA日本インダストリアルデザイナー協会関西ブロック平成塾運営委員会が主催する「平成塾」にJCD日本商環境設計家協会関西支部と、JID日本インテリアデザイナー協会関西事業支部の関西デザイン2団体が共催して3団体による協同セミナーを大光電気(株)の協賛・協力により東成区中道の同社ショールームライティングコア大阪で2002年12月17日に開催されました。テーマは「道」学生の選抜チームをパネラーに迎え道と関わるデザインについて、ストリートファニチャー、照明、ペービング、アートなどを取り上げ、ディスカッション形式で語り合いました。

まず宮本靖子+小林弘和のJCD推薦の大阪芸大チームが「一万円を二千円、五枚に替えてください」をサブテーマに道路上の放置自転車とゴミ問題を取り上げ、通りごとに色分けした、寝転がった人型の自転車スタンドやダストシュートから地下に落とされたゴミを地下鉄の線路に敷設されたコンベアで処理場に運ぶユニークなシステムを提案しました。

続いて立松三智子+和泉智香子のJID推薦の大阪芸大チームが「一期一会」をテーマに、一つの道によって人が支え合い、励



まし合う場所として、昨年火事で一部が被災したミナミの法善寺横町を取り上げ「大阪独特の文化があり、このままの形で残してもらいたい」とその復興を訴えました。

最後に田中信子+田中裕子のJIDA推薦の創造社デザイン専門学校チームが「走らないバス」をサブテーマに、廃バスを利用したバス・ストップを使って、地域の環境に合わせたデザイン提案を行いました。

この内田中・田中チームは廃棄バス・ストップにリサイクルしてしまおう、「逆転の発想」で会場を湧かせた。ナンバから大阪駅までの実際の距離を例に、車体の一部をカットしたり縦半分にカットしたりと、停留所周辺の環境に合わせてプレゼンテーションを展開。

「再生に視点を変えると、いろいろな利用方法が見えてくる。バスに関わらず、これから再生するものはもっとあるのではないか」と語り、来場者の大きな拍手を浴びました。

これを機会に若い世代とも交流を深め、関西デザイン3団体の友好の輪を広げていきたいと思ひます。

(研究開発委員会 中尾晋也 記)

JCD/DAIKO 商環境フォーラム 2003年2月23日

JCD/DAIKO商環境フォーラム

2003は、大阪玉造ライティングコア大阪で、第79回JCD/DAIKOコアトークinOSAKAとして開催されました。当時は、第1部にJCDデザイン賞委員会委員長の飯島直樹氏を東京からお迎えし、「JCDデザイン賞の今を語る」と題して、これ迄の受賞作品を



を観ながらその時々のデザイン賞の考え方や経緯・審査の内容を、裏話的なエピソードを交えながら話して頂きました。デザイン賞の結果に対しては兎角高い感心を持っている関西支部の面々を前にしながらのテーマトークではありましたが非常に解り易く納得できるものでした。第2部はパネラーとして飯島氏、そして関西支部の小宮容一氏・平井隆嗣氏が加わり、コーディネーターとして金沢明彦氏に「商環境デザインのゆくえ」をテーマに進行して頂きました。各々の立場での発言はとても興味深く、会場内の方々も熱心に聴いておられる様子でした。



中でも、専門学校の講師もしておられます平井氏の「学生には真似をしてはいけないデザイン」云々のくだりには拍手をして喜んでおられる方もいらっしゃったようです。

充実した内容に時間が早く流れ、最後にJCD理事長の野村武彦氏の挨拶でフォーラムは締め括られました。

(情報委員会 末浪 伸治 記)

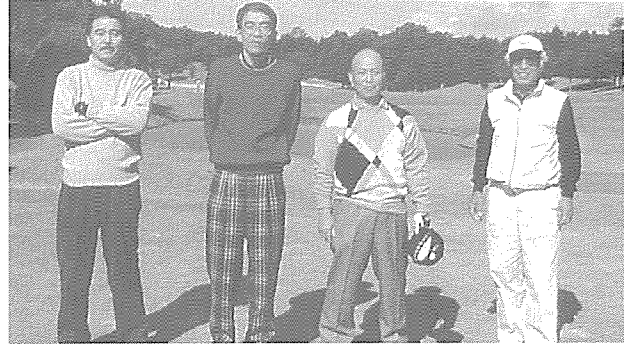
恒例の関西のデザイン団体が一堂に会するゴルフ大会が、平成14年11月6日(水)北六甲カントリー倶楽部(西コース)で開催されました。

参加団体は、JCDと/DAS(社)総合デザイナー協会/SDA((社)日本サインデザイン協会/KDOS(協)関西デザインオフィスユニオン/USD-O大阪デザイン連合機構

計7チームのエントリーで、昨年より参加団体が減って、ちょっと寂しい大会となりました。JCDからは、野田秀雄、宮崎輔、斉藤芳一、久保田博文がメンバーとして参加しました。鋪

当日は少々風がありましたが天候にも恵まれ、また、ハンディキャップと参加チームが少なかったことが幸いして、そしてそして、個人優勝に輝いた斉藤氏の活躍で、我がJCDチームは初参加以来の準優勝に輝きました。商品に三田コロッケを沢山いただいて帰路につきました。

(野田秀雄・久保田博文 記)



JCDチーム成績

氏名	OUT	IN	CRS	HDCP	NET
野田 秀雄	58	50	108	28.8	79.2
宮崎 鋪輔	43	46	89	13.2	75.8
斉藤 芳一	47	48	95	21.6	73.4
久保田 博文	48	51	99	22.8	76.2

紅葉

秋の るるぶ会

城下町とベンガラの村 吹屋探訪スケッチの旅

とき:平成14年11月16日(土)~17日(日)
参加者:大菅・金沢・原田・山田・菅野・亀井
特別参加:前田・市村

深まる秋の週末、岡山県の旭川沿いに古い街並みが残る城下町勝山町と、江戸時代初期から大正時代初期まで銅山とベンガラの町として栄えた吹屋にメンバー8人と共に訪ねた。城下町勝山に到着すると、スケッチポイントを探し訪れる人や、街並探索する人らに別れそれぞれの思いのままに散会し集合時間までの自由時間を過ごす。中には1枚のスケッチもせずに御前酒造元をたずね、地酒を賞味し昼間からすっかりよい気分になるひもいてそれぞれの楽しい時間を過ごした。昼食を済ませた後は、日本の滝百選に選ばれ紅葉たけなわの神庭の滝へ。野猿の群に歓迎を受けながらしばらく山を登ると、やがて深い森と紅葉に包まれ白い飛沫を上げる神庭の滝がメンバーを迎えてくれ、ここで記念写真をパチリ。日帰り組とはここで別れて、宿泊組はもう心は今夜の宿泊地、湯原温泉での露天風呂や夜の宴会に思いをはせ車中は楽しい話題でいっぱい。期待に違わず、すばらしい露天風呂に浸った後、おいしい料理と、きれいな中居さんとの会話や、記念写真をとったりの楽しい話題の宴のひとつを過ごした。

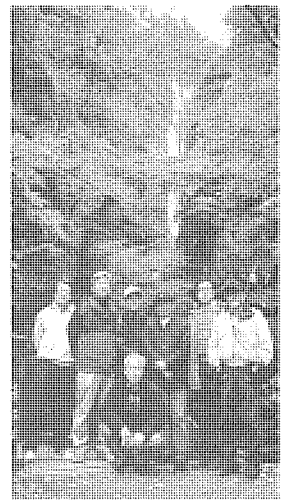
翌日は、吹屋のふるさと村へ。驚くほどの深い山中に、よく保存されたベンガラ格子と街並に感動を受け、皆、一心不乱にスケッチを行った。その後、映画「八つ墓村」のロケが行わ



れたという、山岳地の急斜面を利用し、雄大な城郭を思わせる《広兼邸》へ。ここでもその雄大さに感銘を受け、邸内を見学し名物の草餅などをほうばって、紅葉の移りゆく秋のゆっくりとした時間を楽しんだ。
=もっと楽しい時間を過ごしたい= と思っても、時間は容赦なく終りの時を迎える。ここでのるるぶ会秋のスケッチ旅行は解散と相成った楽しい旅の企画に感謝。

会員みなさん、機会があればぜひ一緒にご参加ください。楽しいひとときをご一緒に過ごしましょう。

(亀井克二 記)



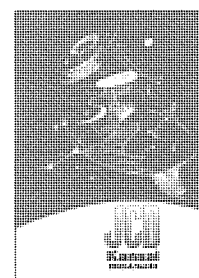
編集後記

今回「53号」編集にあたり、委員長をはじめ、各委員がそれぞれの記事を担当、そして原稿収集までの作業を責任分担。いつもとはちがい思いの外スムーズにコトは運び無事発刊に至りました。前「52号誌」では誤字、脱字がありましたこと、皆様には深くお詫びいたします。「JCD-kansai」は会員皆様の情報発信により成り立っている機関誌。これにこりませず今後共、原稿依頼のおりにはご協力の程を又、ご愛読の程よろしくお願ひ申し上げます。(友田みのり 記)

【編集委員】杉山・神戸・久保・友田・寺井・末浪・一色・岩本・内田・遠藤・老田・権藤・佐藤・桜井・辻村・西澤・橋本・畑中・藤谷・藤村・前田(穂)・山口

【指導補佐】郷力

【サポート】山田支部長・里吉支部専務理事

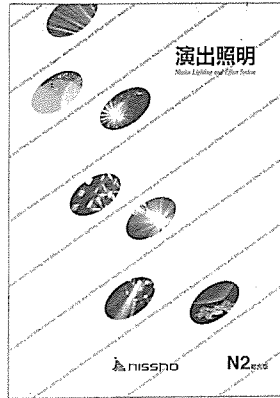


表紙/デザイン「宇宙都市」

ポーッと空を眺めながら何億光年かなたの宇宙都市を観る…。

(ミーノクレ友田みのり)

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

A L M A



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

AIDEC

大阪市西区新町1-10-2 大阪産業ビル
 TEL.06-6534-0258

やすらぎを演出する色彩と深みのあるテクスチャー。
 ナチュラルからモダンなテイストまで。

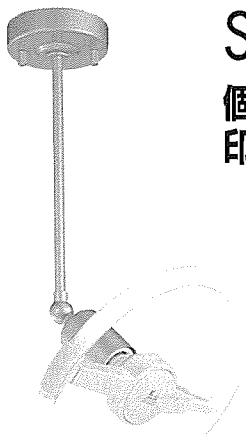
グラフィックタイルカーペット GXシリーズ

高いデザイン性と、豊富なバリエーション。商空間へ彩りを添えます。

バリエーションは、12種類。
 その他に空間構成にかかせない無地タイプ26色のカラーパレットGX200もあります。



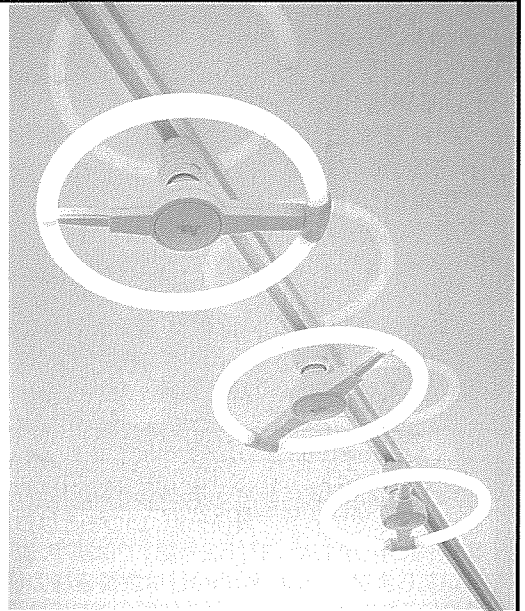
東リ株式会社
 (URL) <http://www.toli.co.jp>



STEER LAMP ステアーランプ

個性的な空間演出を可能にする、印象的なデザインの蛍光ランプです。

- 小型インバータを内蔵した、口金E26の使い易いランプ。
- 管径18mmのスリムな環形蛍光灯。
- ランプは22W(直径180mm)と32W(直径240mm)の2種類、それぞれに電球色(2700K)と昼光色(6200K)をご用意しています。



maxRAY
 A Harmony of Light and Space

照明器具の専門メーカー
マックスレイ株式会社

大阪市城東区鳴野西2-18-6 〒536-0014
 TEL.06-6967-0140 FAX.06-6962-5988
 ホームページ <http://www.maxray.co.jp>

東京 03-3791-2711

大阪 06-6967-0123

名古屋 052-252-9556

福岡 092-431-7824

TYPE1

TYPE2

進化するスポット。

tec n i c o

TYPE3

TYPE4



大光電機株式会社

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、あなたも素敵なお部屋づくりはじめてみませんか。

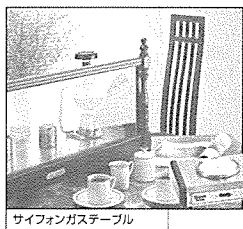
株式会社サンゲツ ホームページ <http://www.sangetsu.co.jp>

- 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 ヤマケン 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。



サイフォンガステーブル



喫茶電気テーブル



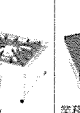
喫茶用小型ガステーブル



喫茶用ガステーブル



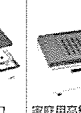
業務用ガステーブルコンロ



家庭用高級焼肉器



パワーグリドル



電卓テーブルユニット



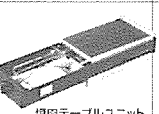
鍋物テーブルユニット



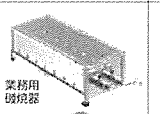
家庭用丸型コンロ



鉄板焼ユニット



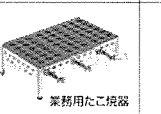
焼肉テーブルユニット



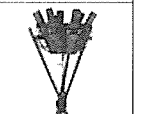
業務用焼肉器



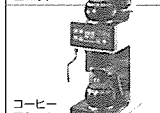
家庭用高級たこ焼器



業務用たこ焼器



時代かがり火



コーヒーマシン



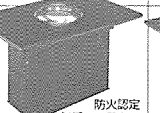
アウトドアテーブルユニット



炭焼無煙ロースター(白型)



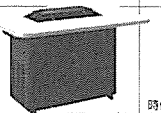
マグマ焼無煙ロースター(白型)



無煙ロースター



防火認定



マルチ無煙ロースター



電卓テーブル

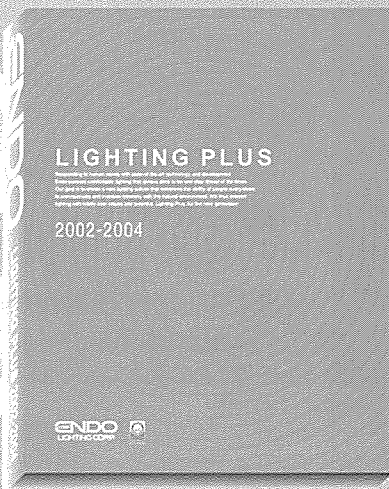
ISO9001 認証取得工場・日本工業規格表示許可工場
山岡金属工業株式会社

- 大阪/〒570-8585 大阪府守口市東郷通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 新稲神ビル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

LIGHTING PLUS 2002-2004



新・総合カタログ
「ライティングプラス 2002-2004」発行

UPER
EFLECTOR

スーパーレフレクター

抜群の明るさを誇るマイクロビームハロゲン球に、新開発スーパーレフレクターを組み合わせることで、驚異のパワーアップを実現します。



新・CD-ROM カタログ
「ライティングプラス 2002-2004」発行

- 収録内容
- 製品検索 / HTML (JPEG 画像)
- LIGHTING PLUS 2002-2004 / PDF ファイル
- ABITA EXCEL vol.10 / PDF ファイル



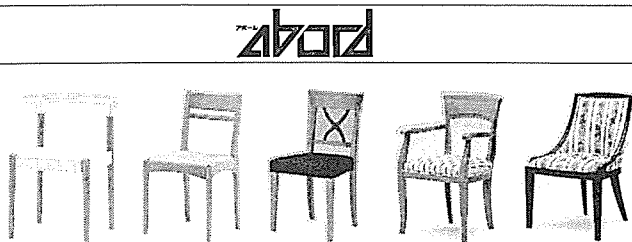
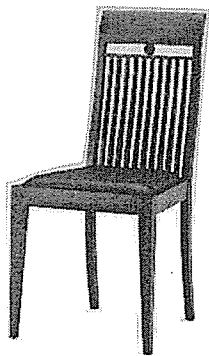
株式会社 遠藤照明

■ お問い合わせ先 ■

- 名古屋 TEL: (052)249-2820 福岡 TEL: (092)551-1777
- FAX: (052)249-2810 FAX: (092)552-5189
- 東京 TEL: (03)3845-1120 大阪 TEL: (06)6533-9180 札幌 TEL: (011)815-8161
- FAX: (03)3845-1144 FAX: (06)6533-9197 FAX: (011)815-8162

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

Needs & News



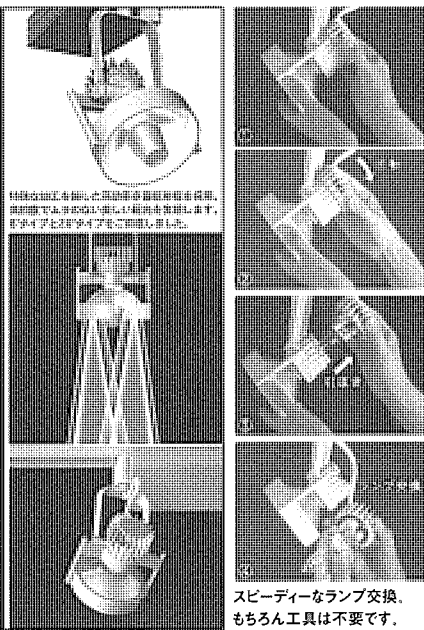
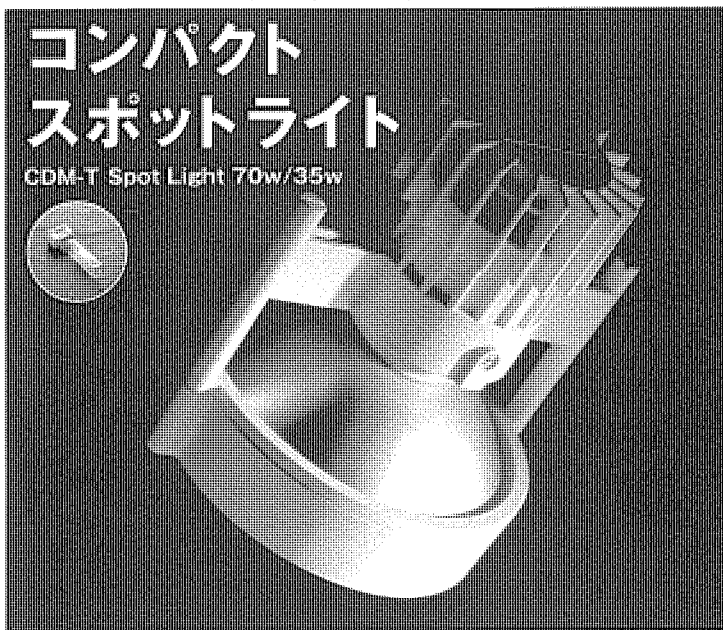
株式会社キノシタ KINOSHITA

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)



光の本質を最大限に引出す、ATTRACTAシリーズ誕生!

あかり、コイズミ60周年



スピーディーなランプ交換、もちろん工具は不要です。

小泉産業株式会社 照明分社 大阪市中央区備後町3丁目3-7 〒541-0051 / 東京支社 東京都千代田区神田佐久間町3-12 〒101-0025
 大阪店舗開発営業所 大阪市中央区備後町3丁目3-7 〒541-0051 TEL.06-6266-4823 FAX.06-6266-4826

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



人と地球の健康をめざして

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

National 松下電工

SAVING

業界初!セバレートタイプだからできた
30%コスト削減。

ミラー・ランプ・本体が分離型なので、球切れ交換はランプ部分のみ。メンテナンス費用の大額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抑えられ、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

- ファン破損に備え、ミラー前面をプロテクターで保護しました。
- 光學ミラーとランプとの組み合わせで、熱傷を60%カットしました。

SIMPLE

シングル&コンパクト



レギュラータイプ NL02631WK
光束径8,900mm

調節自在タイプ NL82638WK
光束径12,900mm



コンパクトタイプ NL02621WK
光束径10,700mm

新規格品タイプ NL72642WK
光束径14,400mm



リモコンタイプ NL02641WK
光束径8,900mm

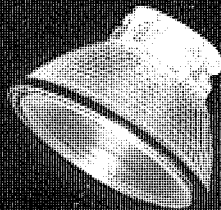
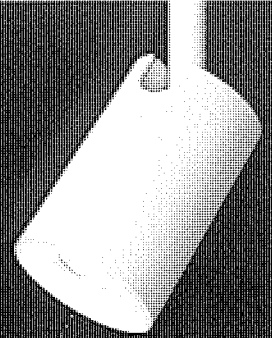
ユニバーサル
ダウンライトも
ご用意
しております。
他型でもア
ダプター
取付可能。

●選べる色温度&配光

セバレートタイプなので、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	●	●	●
90SEK			
ナチュラルタイプ	●	●	
35SEK			
クールホワイト	●	●	
42SEK			
調光用		●	
射角用			●

セバレートタイプ。



ミラー・ランプ・本体分離型ハロゲンスポットライト

S-SPOT

※1. 予備1911月現在 | 価格表 | ※2. 価格表 | ダイナミック照明 | 10W26W | S-SPOT | 110W26W | 価格比較
© 権利 © 2011 株式会社 松下電工 | 大阪府門真市門真4-4-4 | 松下電工・電機分社 電機営業部 照明マーケティング部 | TEL. 06-6526-4151 | FAX 06-6526-4152
© 松下電工ホームページ | A&I 快適館 | <http://www.aai.jp/>

