

# JCD

## Kansai

2007.5.Vol.61

# DAIKOが変わる 進化するクリエイター。

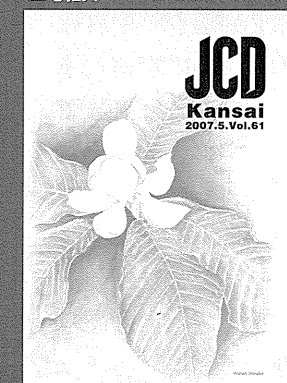
**tact** x **PLCT**  
Lighting Design Office Product Design Office



<http://www.lighting-daiko.co.jp/>

# JCD Kansai 2007.5 Vol.61

【表紙・デザイン】  
朴の木  
ピー・イー・テクノロジー(株)  
三宅雅夫



落葉高木。枝が柔らかく加工しやすいので古くから各種木工品に用いられてきた。枝先に大きな葉を傘のようにつけその先に白い大きな花を咲かせて芳香を放つ。葉にも芳香があり食器や料理に利用される。JCD関西の活動も全国総会開催を契機に花開く年にしたいとの思いで描いたもの。

2007年(平成19年)5月号  
vol.61 平成19年5月発行  
発行/社団法人  
日本商環境設計家協会  
関西支部  
〒559-0034  
大阪市住之江区南港北2-1-10  
ATCビル ITM棟10階A-1  
(財)大阪デザインセンター内  
Tel./Fax. 06-6613-5557

広報委員会  
指導 役/神戸 一生  
委員 長/三塚 穂積  
副委員 長/青野 恵太 岡島 昇  
塚田 佳弘 三宅 雅夫  
委員 /蒲 秀樹 瓦野 光貴  
清水 勝 原川 公一  
印刷/あいであプリンティング株式会社  
制作/グラフィックアーツベルテ

社団法人 日本商環境設計家協会 関西支部  
JCD KANSAI 2007年5月 第61号

04 ● 特集  
クローズアップ商環境  
神戸新聞ビル「M-INT」全体概要 ————— 西 達子

06 ● 研究委員会報告  
JCD関西 商環境フォーラム2007  
KYOTOのクリエイター「おもてなし」日本人の空間づくり ————— 藤村 正継

08 ● 特集  
JCD Product of the year 2007  
JCD Product of the year 2007について ————— 亀井 克二  
受賞作品 ——— グランプリ 松下電工株式会社 MFORCE(エムフォース)500クラスシーリングライト  
準グランプリ 株式会社サカイ サカイリブ 「リーフ」シリーズ  
準グランプリ 東陶機器株式会社 ネオレスト Aタイプ  
作品紹介

12 ● 特別連載企画  
床材最前線レポート  
注目の床材!!「セラミック・磨きタイル」 ————— 三宅 雅夫  
株式会社 DAINAONE ————— 大阪営業所 渡辺 展充  
株式会社 アドヴァン ————— 大阪支店 三森 武文  
株式会社 セルコンテクノス ————— 開発営業グループ 遠藤 洋造

14 ● ヴィジョン委員会報告  
ヴィジョン委員会活動報告  
関西支部ホームページの立ち上げに関して ————— 末浪 伸浩  
JCDデザインカレッジ構想提案 ————— 加藤 義行

16 ● 連載  
WORKING NOW  
新入会員紹介 ————— 山崎 康正・柳瀬 寛之  
新入賛助会員紹介 ————— (株)アシスト

17 ● 連載  
endress marathon communication  
九州の酒と肴の話 ————— 金子 洋伸

18 ● 報告  
JCD関西支部活動報告  
JCD関西 会員作品展「関西商環境デザイン黎明期を振り返る」 ——— 衣笠 和宏  
日本の空間デザイン2006 ————— 藤村 正継  
JCD&DAIKO連続デザインシンポジウム ————— 藤村 正継  
ユニセフへ寄付 ————— 中尾 晋也  
第27回DDA・JCD・SDA合同チャリティー絵馬展 ——— 市川 邦治  
るるぶ会 ————— 衣笠 和宏

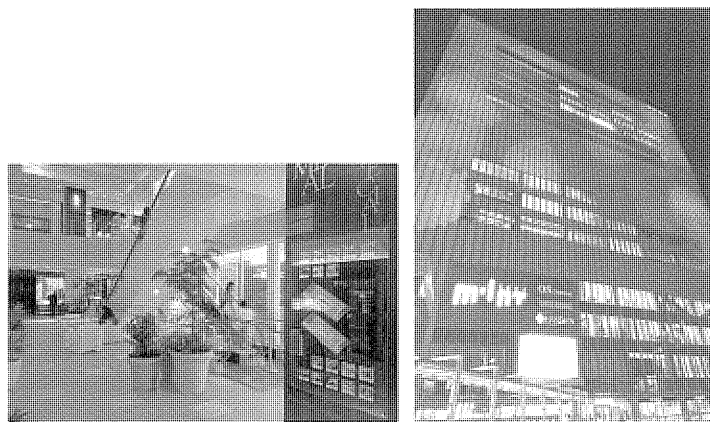
クローズアップ商環境

神戸新聞ビル『M-INT』

「ミント神戸 (M-INT KOBE)」はJR三ノ宮駅南側に商業・オフィス複合ビルとして、2006年10月4日にオープンした。この場所はかつて40年にわたって神戸市民に親しまれた「神戸新聞会館」があり、阪神・淡路大震災から11年の時を経て、ファッション・飲食・シネマなど65店舗（うち神戸初出店43店舗）とオフィスなど多様な顔を持った複合ビルとして生まれ変わった。地上18階・地下2階建、延床面積約41,000平方メートルのこのビルには、地下1階に阪神百貨店の食品売場である「さんのみや・阪神食品館」が入り、1階には高速バスのターミナルの機能も備えている。

■ 立地創造型の駅前立地

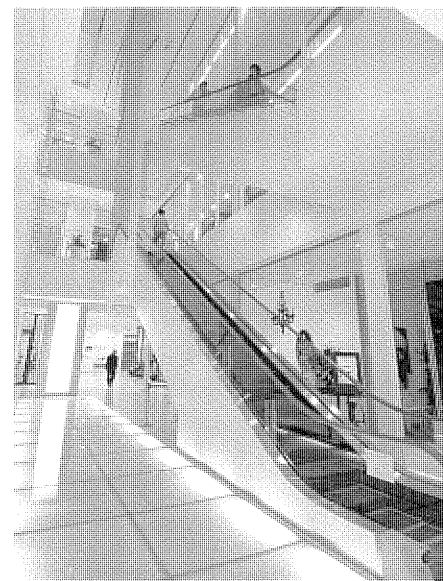
三宮はJR、阪急、阪神、ポートライナー、地下鉄をあわせて一日60万人強の乗降客があるビッグターミナルである。しかし主な商業集積はJR西側に立地しており、「ミント神戸」のある東側への人の流れは非常に弱かった。また駅前の競合施設としてすでに「そごう神戸店」「三宮オーパ」「神戸マルイ」のほか地下街や三宮センター街があり、さらに一駅先のJR元町駅界隈には神戸大丸を中心におしゃれな路面店が広がりを見せる神戸旧居留地地区があった。その中で「ミント神戸」が新しい商業施設として存在感をもって認知されるためには、集客力の強い施設開発により三宮駅東側への新しい人の流れを創り出すことが最重要課題であった。そのために既存施設と差別化できる以下の戦略コンセプトが策定された。



■ 差別化のための3つの集客コンセプト

神戸の商業施設は「神戸エレガンス」「母と娘ショッピング」などの言葉に代表されるようにレディースが強くメンズが弱い、カジュアルよりもコンサバエレガンスが強い状況にあった。しかし実際は神戸の男性はファッションにこだわる人が多く、その多くは大阪に流出していた。また夜の退けが早く、平日は夜8時前には街が閑散としていた。さらに駅前にまとまったレストラン街などがなく、デートや家族で食事をする場所も不足していた。このようなことから、  
 < 1. メンズ&レディースによるカップルコンセプト >  
 < 2. 夜までにぎわいが続く“夜までビル” >  
 < 3. 食関係の充実を >が3大コンセプトとされた。

まずカップルコンセプトについては、日本のファッション市場をリードするセレクトショップである「ユナイテッドアローズ」「ベイクルーズ」「トゥモローランド」の新業態店を誘致。さらに地元神戸の名セレクトショップ「ビショップ」によるロンドンの生活雑貨店「LABOUR AND WAIT」、北欧の人気テキスタイルブランド「マリメッコ」のオンリーショップなど、神戸ではここにしかない限定ショップも集積。25才～35才をコアターゲットにした「大人の男女のライフスタイル提案」を強化している。



次に夜間の営業強化については、8スクリーンをもつ三宮初のシネマコンプレックスを軸に、県下最大級のCD/DVDストアやレストラン街、文化センターなど、アフター5から

深夜までゆっくりと楽しめる施設構成とした。

さらに食関係の充実については、地下には阪神百貨店食品館とカジュアルな飲食ストリート「mキッチン」を、7・8階には2フロア体制のレストラン街が配置された。阪神百貨店は食品特化の都市型業態として出店。レストラン街は17店舗中、神戸初出店が16店舗というフレッシュな新業態の顔ぶれとなり、ビルの上層階で成功している事例が少ない中で、上層のシネコン、オフィス、文化センターとの相乗効果も大きく売上面でも非常に好調なスタートを切っている。

■ 「M」にこだわったビル名称

「ミント神戸 (M-INT KOBE)」のビル名称は、海 (Marine) と山 (Mountain) に囲まれ、待ち合わせ (Meeting) にぴったりの駅前の好立地に、情報発信企業の神戸新聞グループ (Media-mix) のプロデュースにより誕生。またシネマ (Movie) や食 (Meal)、流行 (Mode) のテナントも含め、ビルのさまざまな特色を象徴する「M」を集大成 (INTEGRATE) した、との意味が込められている。

ビル名称となった「ミント」には、「ハッカ」「新鮮な」「源泉」などの語義があり、外壁タイルの鮮やかなミントグリーン色とイメージを合わせ、爽快感、新鮮さを大切に、神戸市民の方々に広く親しんでいただけるよう、覚えやすさや言いやすさにも配慮された。

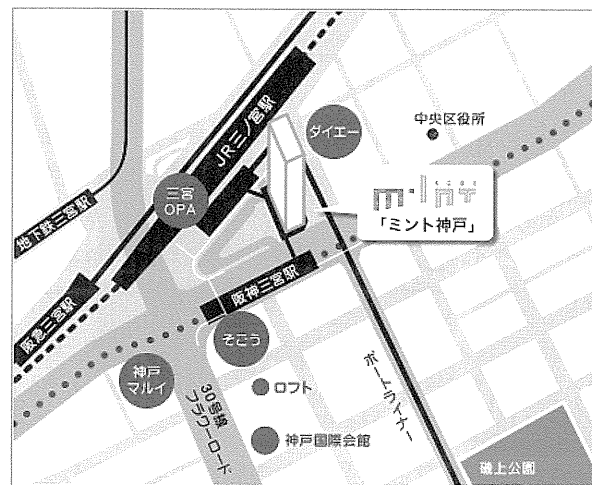
ロゴデザインは坂道の多い神戸の地域性をイメージし、文字の下端を斜めにそろえ、さらに“ミント”という女性的な響きと、シャープな男性的なデザインでユニセックス感覚を表現しました。



また『M』と『INT』の線の太さに強弱をつけることにより、ビルを訪れる多様な“カップル”がショッピングを楽しんでいる様子が表現されている。

10月初旬の開業以来約5ヶ月で来館者数が500万人を突破。予想を上回るペースでの集客に改めて駅前立地のポテンシャルの強さが浮き彫りとなった。加えてこの場所が、神戸新聞会館として長く神戸市民に親しまれてきた場所であったことが大きい。今後「ミント神戸」は神戸の街の新・ランドマークビルとして、神戸の美しい風景のひとつとして街に馴染み、神戸のさらなる発展の起爆剤として成長していくことが期待される。

(株)乃村工芸社 西 達子



敷地面積	約2,560㎡
建物規模	延床面積 約41,000㎡ 階数 地下2階、地上18階、高さ約92m
用途	<ul style="list-style-type: none"> <li>商業施設 (地下1階及び2～8階)</li> <li>シネマコンプレックス (9～12階)</li> <li>業務施設 (13～17階)</li> <li>バスターミナル (1階)</li> <li>メディア機能 (大型LEDビジョン・総合情報プラザ・サテライトスタジオetc)</li> </ul>
店舗面積	約15,000㎡ (シネマ、飲食含む)

## KYOTOのクリエイター「おもてなし」日本人の空間づくり



## KYOTOのクリエイター「おもてなし」日本人の空間づくり

出演：茶道家 木村 宗慎 (パネリスト)  
 空間デザイナー 杉木 源三 (パネリスト)  
 建築デザイナー 藤村 正継  
 (JCD会員・コーディネーター)

開催日時：2007年1月26日(金)  
 18:30~20:00 [セミナー]  
 20:00~21:00 [ドリンクパーティ]

開催場所：ライティングコア大阪  
 主催：JCD関西支部、大光電機株式会社

例年、商環境フォーラムはJCDデザインアワードの受賞者を招いてのトークと聞いていました。インフォーマルな人たちではありますが会員間の要望を聞いてみると、同業者の自慢話のようなトークは聞きたくないという主旨の意見を多く聞かされました。JCD主催のフォーラムは、JCDが社会に貢献する内容であり、また、JCD自体を広報する良い機会でもあります。また、JCDの会員・賛助会員のためのものでもありたいと考えます。

本年は私の本拠地が京都であることを利用し、京都からクリエイターを招き、今後の商環境について、会員の皆様へヒントになるような内容になればと、企画いたしました。

テーマである「おもてなし」については、昨今、商環境にみられる即物的な店舗展開を推進し続けるならば、今後の大きな物販の流れである“ネット販売をはじめとする無店舗販売”に有店舗は取って代わられます。今、デザイナーは根本から商環境を見直す時期にきていると感じたからです。

今後の商環境を考えると、「おもてなし」の原点でもある“茶の湯”にヒントを得、客を招くという行為はいったいどんなものなのか、TBS「夢のとびら」にもご出演された茶道家 木村宗慎氏とイタリア・ミラノで茶の湯環境の提案をされた空間デザイナー 杉木源三氏を招き、お話いただきました。

「茶道にとって“客を招く”と言う行為は亭主と客がギリギリの状態を保っていておしつけないのがベスト」と木村氏が話せば「店舗におけるクオリティも客とのギリギリのバランスで保っている方がリピーターを産む」と杉木氏、結局のところ敷居の高さがかえってリピーターを産む現実があり、店舗側が客を選ぶという選択肢が、店舗を永い間継続してゆくためには必要であるというような点を含め、亭主(店主)と客との心地良い関係を長続きさせる

根本的な考え方を聞くこともできました。

また、店舗のマニュアル化については、是非とも私がお二人に聞いておきたかったテーマで、昨今業績を伸ばしている店舗の特徴として、マニュアル化、それを利用してのフランチャイズ化が挙げられます。一方、どこの地方へ行っても同じような店舗しかなかったり、独自性のある店舗や個性的な“店主”に出会うことが少なくなりました。お二人にマニュアル化について質問しました。

茶の湯において、マニュアル化と同様な事柄は“作法”であると思いますが、木村氏によれば「作法が前に出過ぎる茶道は本当の意味での茶道ではない」とのことで、作法は茶の湯における“美しさを極限にまで簡略化したもの”で、作法さえ知っていれば、茶の湯を覚えたということにはならない。大切なのは、“おもてなし”であり、「“おもてなし”はいつも相手のなかに答えがある」という店舗にも通じる考え方をお話いただきました。

杉木氏も店舗空間をデザインするとき、「いつも客の“視線”を考え、また感じながらデザインする。」ということです。店主またはデザイナーが、客をイメージし、“あうん”の呼吸でサービスする(または、しつらえる)という空間づくりは、茶の湯の空間にも共通し、“おもてなし”がある店舗づくりに繋がっていくように感じました。

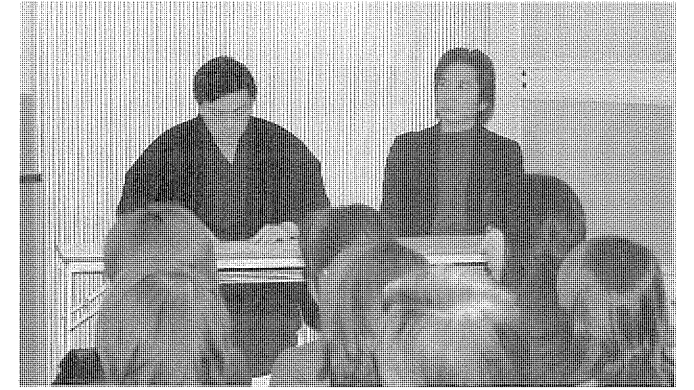
お二人とお話していくうえで、茶の湯と商環境の不思議な共通点を見出す発言も数多く出てきました。私達デザイナーは、商環境を創造する業に就いています。商品と価格さえあれば、売買が成立する、無店舗販売のような店舗ではなく、心に残るような「感動」のある商環境を創ってきたいものです。また、その空間が親から子へ、子から孫へと続くような、心地良い永続的な空間であり、いつの時代も店主(亭主)と客がもてなされるものでありたいと思いました。

また、会場からの質問で「茶道で本間の畳を使わない

茶室をどうするか」など深い内容の質疑応答にもなり、商環境の今後を示唆するヒントとなる内容のトークになったかと思います。

会場には100名を越す来場者があり、主催者側として非常に感謝する幸いです。その後開催されましたドリンクパーティへも、多くの方が参加いただき、出演者との楽しい談話がありました。これもひとつの“おもてなし”かなあ、などと考えながら、楽しいひとときが持てたことに、感謝しています。

研究委員会 藤村 正継

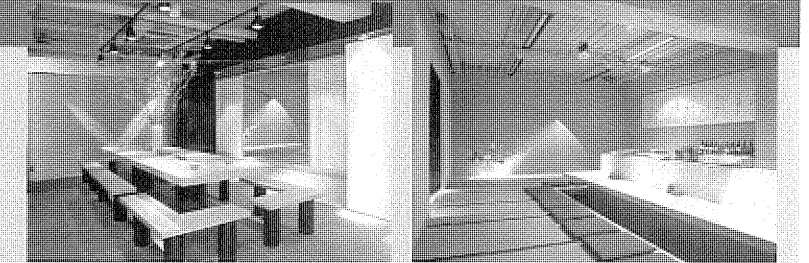


パネリストの茶道家 木村宗慎氏と空間デザイナー 杉木源三氏

## 杉木 源三氏作品

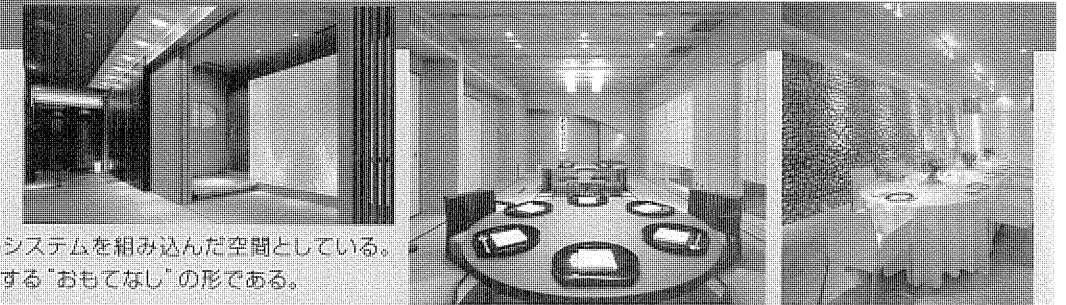
## うぶふ

この店は、今から20年近く前に京都の中心街に作られた。当時はテーブルチェック等、高級料亭のサービスを若者相手の居酒屋に取り入れた初期の店として話題となった。ここから接客が京都市的な「おもてなし」も含めてマニュアル化されるまでに至った。



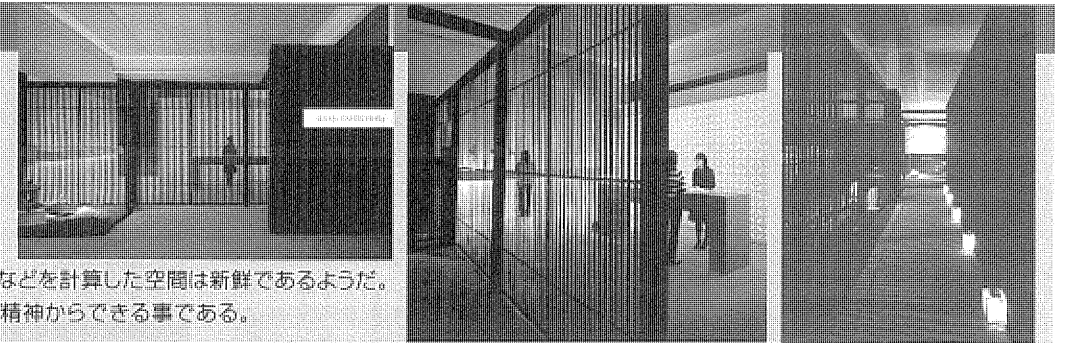
## 楽 粋

この空間はホテルの上顧客のためのゲストハウスとして計画された。いかような客の要望にも応えられるよう、和洋全てに対応できるシステムを組み込んだ空間としている。これも一つの顧客に対する「おもてなし」の形である。

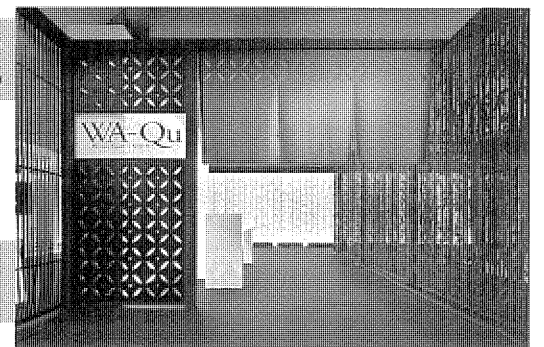
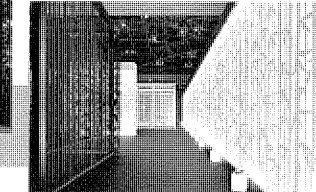


## サローネ

京都市的な導線の世界に通じるという事を実感した展示会である。日本のものは日本の空間で表現するのが海外の人に一番解りやすく、視線の移り変わりなどを計算した空間は新鮮であるようだ。これも「おもてなし」の精神からできる事である。

インテリアトレンドショー  
第24回 JAPANTEX2005

ディスプレイデザイン優秀賞を受賞した「和空」ブース



JCDプロダクト オブ ザ イヤー2007について

賛助委員会 亀井 克二

第一回JCDプロダクト オブ ザ イヤー2007にご応募いただいた賛助企業の方々、ならびに投票にご参加いただいた会員の方々に、厚くお礼を申し上げます。

プロダクト オブ ザ イヤーが今年度に生まれ、実行された経緯を簡単にお知らせしておきたいと思えます。

昨年、18年度のJCD関西支部の事業計画をたてるに当たり、白井支部長より「運営組織の改革の一貫として関西支部においても従来の交流、研究、広報、ビジョンの4委員会のほかに新しく賛助委員会を設置し、会員と賛助会員の間に埋める活動を行いたい。そして正会員にとっても賛助会員にとっても相互のメリットが生じるような連携の強化を図りたい」との意向を受け、委員長を(株)日照の安田社長にお願いし、副委員長を担当していただけないかとお話があったのですが、安田社長が日頃の業務の多忙さで委員長を固辞され、副委員長として補佐に廻りたいとの意向で私が委員長をお引き受けすることになりました。

昨年5月25日にその第一回の賛助委員会が開かれ、(株)日照の安田社長始め賛助会員を含め15社16名の方々に委員として登録いただき、当日は支部長始め7社11名の方々にご出席をいただきました。

その第二回目の協議に様々な要望や意見が出され、その中の一つの議題として賛助会員より「デザイナーを対象にした商環境デザイン賞と近いもので、JCD賛助企業製品を対象にした製品コンクールのようなものを設定し、分野別で、毎年優れた製品の表彰をカーオブザイヤーのように行うようなことができないだろうか?」との提案から始まりました。協議を重ね、本部賛助委員会の委員でもある中尾副委員長より本部報告を行った結果、本部事業として取り上げられ12月理事会にて採択実施決定された訳です。関西支部発の新施策です。

第一回JCDプロダクト オブ ザ イヤー2007への応募作品は参加企業数21社、参加応募点数39点でありました。その応募に対し今年が初めてのことであり、認知度を高め正会員の方々にも興味を持っていただけるようにと全国正会員の方々によって、応募製品に対しての投票方式をもって評価をいたごうと今回の実行となったわけです。

正会員皆様方には幾度ものメールやファックスの投票依頼に不快を感じられた方もおられたように聞き及び

ますが、過半数程度の正会員の方々の投票参加がいただけないとなると日頃ご支援、お世話になっております賛助会員に対し、また応募企業の方々に対して失礼にも当たるとのことでもありましたので、重ねて参加を呼びかけさせていただいた訳です。

初めての施策でもあり、やや先の読みにくい状況の中、内容の異なる商品群に対し、いかに優劣をつけていくのか、また支部賛助会員の方々には応募いただけない等の問題も残しております。

また、投票方法もインターネットによる今回の方法が投票を行う正会員各位にとって参加しやすかったのだろうか等の評価も残しておりますが、毎年度これを続けてゆき商環境デザイン賞のような評価の高い企業製品の表彰制度として定着するようこれからも努力をして参ります。投票率アップの為、会員の方々、特に関西支部会員の方々には今後もご理解とご協力のほどよろしくお願い致します。

なお今回の投票率は、17%から41%と支部ごとにばらつきがあります。発案者の関西支部が41%と最高で、平均を上回っているのは中部38%、北海道30%でした。来年度は50%を目標にしたいと思います。

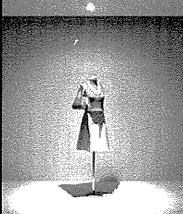
今回の第一回JCDプロダクト オブ ザ イヤー2007の審査委員会は飯島理事長、奥平副理事長、大道寺副理事長、太細専務理事、鈴木業務委員長、白井関西支部長、藤村関西支部研究委員長の参加で4月25日にJCD本部事務所にて行われ、各々1位は3点、2位は2点、3位は1点の点数を付け集計され順位が決定されました。その結果、以下の賛助企業の製品が受賞されました。おめでとうございます。

グランプリ(1位)  
MFORCE 500クラスシーリングライト  
(松下電工株式会社)

準グランプリ(2位)  
サカイリブ「リーフ」シリーズ  
(株式会社サカイ)

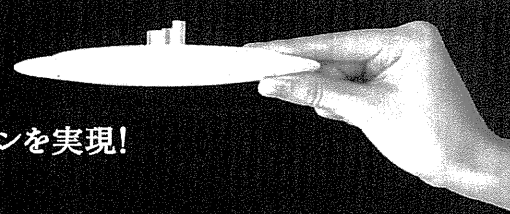
準グランプリ(2位)  
ネオレスト Aタイプ  
(東陶機器株式会社)

グランプリ 松下電工株式会社 MFORCE(エムフォース)500クラスシーリングライト



MFORCE 500クラス シーリングライト

独自の「器具・ユニット完全一体化技術」により、器具厚さ約10mmという世界最薄<sup>※1</sup>の器具デザインを実現!



世界最薄<sup>※1</sup> 厚さ約10mmの器具デザイン。

「器具・ユニット完全一体化技術」により、世界最薄、約10mmの器具厚さを実現。スペースの限られた場所などにも設置可能。  
※1 2007年2月1日現在(当社調べ)。

業界最高<sup>※2</sup>の明るさと長寿命を両立。

業界最高60形白熱灯器具相当の明るさと40,000時間の長寿命を両立。約10年間<sup>※2</sup>、ランプ交換不要<sup>※3</sup>。  
※2 2007年2月1日現在(当社調べ)。 ※3 1日10時間点灯時。  
※4 3年に1回は専門業者による点検をお受けください。

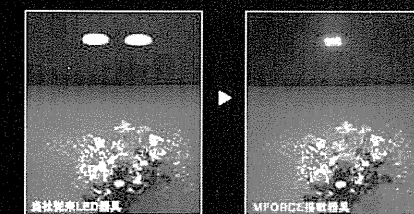
業界最高<sup>※5</sup>の演色性<sup>※4</sup> Ra90<sup>※7</sup>以上を実現。

赤と緑を混ぜた「RGB蛍光カップ」の採用により、LED業界最高の演色性「Ra90以上」を実現。照らされたモノの色を忠実に再現。  
※5 2007年2月1日現在(当社調べ)。 ※6 標準となる光に比べての色の見え方の評価。  
※7 平均演色評価数(白熱電球は100)。



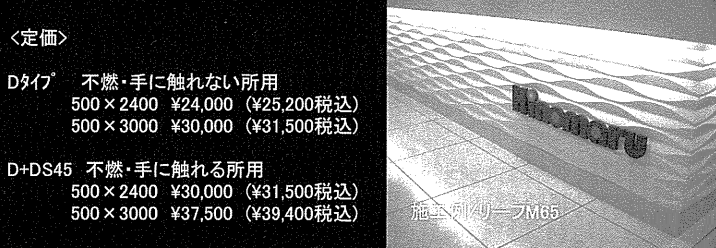
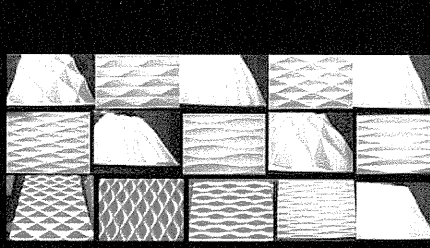
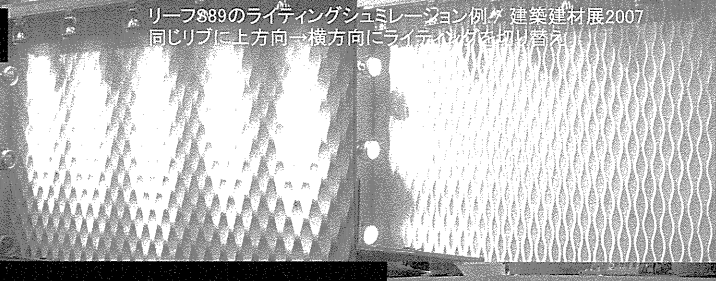
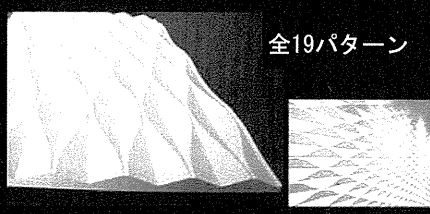
平均照度	約60 lx	約70 lx
寿命	約2,000h	約40,000h
消費電力	約60W	約17.5W

条件: 照射距離: 高さ3m、2m×2m水平照射範囲内の照度分布(計測高さ: 1m)



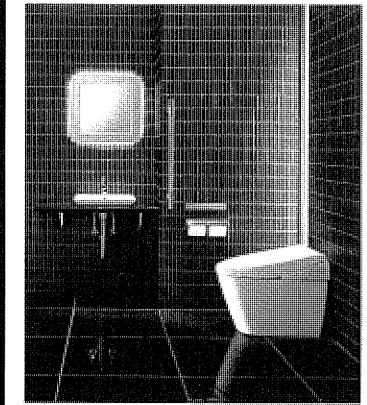
準グランプリ 株式会社サカイ サカイリブ「リーフ」シリーズ

サカイリブ「リーフ」



準グランプリ 東陶機器株式会社 ネオレスト Aタイプ

wasHLÉT NEOREST



すっきりデザイン 無駄な凹凸や隙間がなく、空間になじむシンプルデザインです。

快適な座面 背中と便座の間の空間が広く、ひろびろ座れます。お子様のトイレ時や介護の時などもラクに動作できます。

節水・節電 洗浄水量8L⇒6Lへ。環境にやさしく、経済的な便器です。

汚れがつきにくい TOTO独自のセフィオンテクト仕様。

フチなし便器とラインを便器に合わせたフチなしウォシュレット。凹凸がなくお掃除ラクラクです。

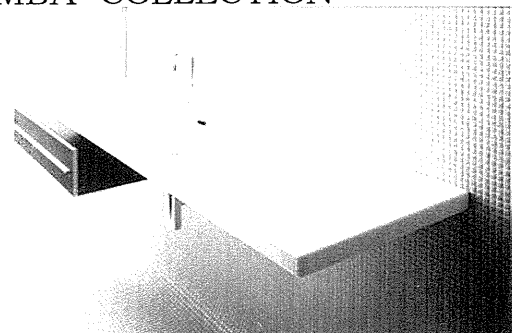
従来品 セフィオンテクト仕様

商品詳細はTOTOホームページをご覧ください。 <http://www.toto.co.jp/products/toilet/t00016/index.htm>

上位応募作品

セラトレーディング株式会社  
パロンバコレクション洗面器

PALOMBA COLLECTION



AU14808 洗面器 W1600×D500 実容量9.5L 重量37.0kg ¥375,000(税込¥393,750)  
※上記Vola水栓セット価格¥529,600(税込¥556,080)



Roberto+Ludovica Palomba  
(ロベルト+ルドヴィカ・パロンバ)  
現在ロベルトとルドヴィカは2人でデザイン事務所「THE PALOMBA-SERAFINI STUDIO」を主宰。建築設計、芸術ガイダンスやマーケティングコンサルタントなど幅広く活躍中。

株式会社遠藤照明  
エクステンドミラー・シリーズ

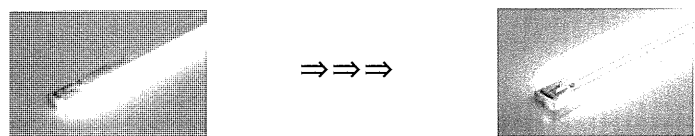
EXTEND MIRROR SERIES product catalog with technical drawings and prices.

松下電工株式会社  
MONE (モネ)

MONE lighting product catalog highlighting 'Minimum' and 'Originality' features.

ダイア蛍光株式会社  
シームレススリムたなライト SHP

光源にシームレススリムを採用し、タークゾーンを遠放することこだわった究極のたなライト。新開発の回転式ソケットの採用により照明器具が固定されていてもランプは90度可動します。この動きで今まで困難だったシームレススリムの前面カバー付き照明器具のランプ交換が容易になり棚照明器具の光源としての用途が広がりました。



器具全長 559mm~1459mmまで7種類の長さをご用意。  
価格は¥16,800~¥18,900 (ランプ・オプションパーツは別売)

Technical diagram and text for the Palomba washbasin lighting system, including a cross-section of the mirror and lighting components.

東陶機器株式会社  
ハイクオリティ化粧鏡

BabyArm lighting product information, including a diagram of the arm and its installation process.

株式会社ロイヤル  
ベビーアーム

Dtecnic LED lighting product information, featuring images of the LED modules and their application in a lighting fixture.

大光電機株式会社  
ディーテクニコ  
レッド Dtecnic LED

応募企業・作品名

Table listing participating companies and their products, such as Minimal 100, BabyArm, and Dtecnic LED.

応募企業21社 応募作品39点

空間に清潔感・高級感/メンテが簡単

注目の床材!!  
『セラミック・磨きタイル』

連載企画「床材最前線」の第2弾として注目の「セラミック・磨きタイル」に焦点を当て、メーカー各社(賛助会員)への取材を通じて現状と変化、メーカー各社の特色や新たな取り組み等について特集。

### 1. 業態を問わず拡大傾向にある「セラミック・磨きタイル」

従来から高級なイメージが要求されるホテルや百貨店のよう業態が、天然石(大理石・御影石)を採用しクオリティの高い空間を訴求してきた。天然石はエレガントでトレードショナ本物の質感を持ち、産地によって色や柄も異なり空間創造の選択肢は非常に広く、人工物とは違う高級感/風合いを特長としてきた。

この天然石に変わる新床材として磨きタイルを4年位前よりメーカー各社が商品の提供を始めた。注目の理由は天然

石の持つ高級感と光沢性を兼ね備えつつ、超硬質床材としての性能面(耐久性/光沢性/平滑度)で品質が向上してきたこと、施工性/メンテ性や価格面(当初は高くともランニングコスト削減)でもメリットがあり、業態を問わず拡大の傾向にあるようだ。当初は(3-4年前)食品スーパー/アミューズメントから始まり、モール/ショールーム/専門店/百貨店へ、今ではコンビニ/ドラッグストア/大型書籍店等への拡大をメーカーは考えている。

### 2. 「セラミック・磨きタイル」の特長

超硬質光沢感と美観を保ち清潔/高級感の印象を演出でき、店舗空間に求められるクオリティを高める床材として注目されてきた。

#### ・ワックス不要、ランニングコスト削減

セラミック・磨きタイルはヒールマーク等の汚れも付きにくく、また、よごれが付いても除去が簡易。吸水性が低く染み込み難いため、日々のメンテナンスも乾・湿モップによる清掃、洗浄で簡単長持ちメンテナンスコストが低減できる。

#### ・抜群の耐久性 摩耗性

天然石を原料とし、超微粒子に粉砕した後、高圧プレスで成型され高温で焼成されます。密度の高い均一な製品のため、耐久性は天然石(御影石・大理石など)や人工石(テラゾーなど)以上、表面はガラス以上で摩耗性に優れている。

また耐薬品性についても優れており色の変化もほとんどない。

#### ・光沢性の維持

塩ビ系タイルはワックス塗布で光沢度を高めます。メンテナンス方法において、使う場所によってはワックス選定が重要になる。また御影石、大理石も条件によってキズがつき光沢度は低下する。セラミック・磨きタイルは素材自身に光沢があり、常に高級感のある輝きを持続するのが特長である。

#### ・低コスト・施工性に優れる

天然石に比べコストも安く、硬度が硬いため厚みも薄く運搬・作業性に優れ、工期も短縮できる。また天然石の300/400角に対し、600角の大判が標準で目地が目立たない、豪華な床面が可能である。(天然石の厚み20mmに対して磨きタイルは10mm、重量も約半分)

### 3. 新技術!!新素材「工場で作られた天然石」

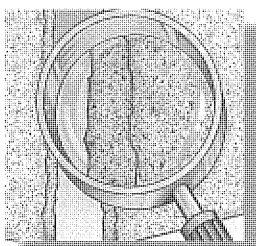
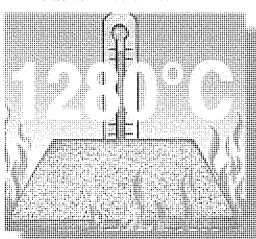
天然石の風合いとセラミックの持つ特性を融合させた、天然石をはるかに上回る新素材が「セラミック・磨きタイル」です。天然石の最高純度の原料を超微粒子に粉砕し、高圧プレスで成型、天然石より緻密で均質な商品の基が作られ、超高温(1250℃~1300℃)で焼成、超硬度で耐摩耗性、耐薬品性、耐凍害性すべてに優れた性能を発揮する。

天然石に比べ吸水がすくないため汚れがしみ込みにくく清掃性が良いことが性能面での最大の長所。一般的にタイルの寿命は釉薬の耐久度に負うが、全体が無垢の成型品であり内面も外面も一層構造で、たとえ磨耗しても色の変化はない。白さをさらに引き立たせたいと言うニーズに対して、基素材の上に純白層を形成し二重成型した商品もある。また、粉砕した微粒子のプレス品のため大理石調のデザイン柄は焼成する前に印刷をすることで対応している、焼成後磨き加工をするが消えることはない。光沢の耐久性はこまめにモップ掛けをすることで耐久年数を延ばすことが重要である。使用状況でツヤがなくなった場合は再研摩による方法もあるが、再生より張り替えの方が安価につくとのことだ。

種類は大理石、御影、白、ベージュ、純白といった柄・色が一般的で、大量生産で輸入品のためロットが大きく、在庫

商品のバリエーションは限定される、しかし生産地ではビビッドな色、自然な柄から人工的な柄まで、豊富なデザインのバリエーションを生産しており各メーカーでは個別に対応できる体制を整えている。生産地は大半が中国製でイタリア、スペイン、エジプト、ブラジル製など種類は豊富で、あらゆるニーズに答えてくれる。

サイズは600角以外に400角も用意されていて、現在でも800角や1200角も生産可能で、600×1200角など厚みはそれぞれ増えるが新たな価値を生み出す店舗の床材として、デザイナーのニーズにメーカー側も対応していきたいとのこと。各社の連絡先は右ページに掲載しています相談してみてください。



(写真・イラスト提供: 株式会社セルコンテクノス) 三宅雅夫

### 各メーカーの動向/取り組み

#### 株式会社DINAONE

今や「磨きタイル」を見かけない場所はないと言われるほど、「磨きタイル市場」は急拡大しています。タイルメーカーだけでなく、商社、工事店、オーナーが直接調達する時代になり、商品の選択肢が広がる一方で、サプライヤーのレベルによって、汚れ等のトラブルもでてきます。

当社商品「ピエトラダ」は、まず第1に、サプライヤーを厳選、厳しい品質管理で差別化を図っています。例えば、最も難しい色合い管理も、国内入荷ロット毎に識別する体制を敷き、皆様にご満足いただける商品をお届けしています。第2に、デザイナー、オーナーのニーズに応えるデザイン加工に注力しています。大丸心斎橋店2Fの六角形カットは好評でしたし、大丸東京新店1Fにもデザイン特注カットの納材を予定しています。

新しい磨きタイルの魅力を伝えるDINAONEを今後ともよろしくお願ひします。

大阪営業所 渡辺 展充

〒550-0012 大阪市西区立売堀1-3-13 第三富士ビル

TEL.06-6539-3604 FAX.06-6539-3523

URL:http://www.dinaone.co.jp



#### 株式会社アドヴァン

弊社は様々なセラミックタイルを輸入販売させていただいております。特に「セラミカギヤマンテ」を商業施設の床材としてご提案します。特徴をいくつかご紹介します。

1. 低価格です (7000円/m<sup>2</sup>~)
2. 色が豊富です (20色以上)
3. 御影石以上の硬度があります→傷が付きにくく光沢が持続します
4. 吸水率が低いので→汚れにくいといえます
5. 寸法精度が良く目地幅2mmの施工が可能です→カートや台車を押してもガタガタしにくいです
6. ワックス掛けが不要です→メンテナンスコストの大幅削減となります
7. 耐久性があるので改装のサイクルが長くなり建物の維持にお金がかかりません
8. 豪華に見え、商品も映えます
9. 清潔感が生まれ特に女性のお客様に好評です

大阪支店 三森 武文

〒541-0053 大阪市中央区本町3-3-12

TEL.06-6245-0975 FAX.06-6245-0976 URL:http://www.advan.co.jp



#### 株式会社セルコンテクノス

近年、商環境施設のマーケットで、塩ビタイルと並ぶ硬質床材としてセラミックタイルが注目されています。

理由としてメンテナンス性・耐久性・デザイン性などがあり、フロア環境を維持管理していく上で非常にメリットの多い商材です。

セルコンテクノスでは食品スーパー・ショッピングモール・パチンコ店ホテル・ショールームなど様々な空間においてセラミックタイルの納入実績を持ち、価格・商品クオリティーについてもお客様のご要望に合わせた商品提供を柔軟に対応しています。

営業開発グループ 遠藤 洋造

〒532-0003 大阪市淀川区宮原5-8-37

TEL.06-6394-4400(代表) FAX.06-6394-4405

URL:http://www.selkontechnos.co.jp



ビジョン委員会活動報告

関西支部ホームページの立ち上げに関して

関西支部のホームページに関しましては、様々な方からの意見をいただきながら、VISION委員会の活動の柱として検討を重ねてまいりました。

具現化するにあたり、会員の方々の情報をデータとして集めさせていただき、今年1月に郵送にて資料を届けさせていただいております。しかしながら現時点での登録が6名という、実現化させるには厳しい状況です。

- その理由として、
- ・郵送資料を失くしてしまった。
  - ・データ化して送る手順がわからない。
  - ・興味が無い。

等々があると把握しております。今回は記事を利用していただき、改めてその手順を掲載させていただきます。

**ホームページに掲載させて頂く内容は下記の通りになります。**

**① 顔写真**  
4×3cm  
(113×85pixel 解像度72dpiのJPGファイル)

**② 個人データ**  
氏名(和文・英文)、所属  
連絡先(住所、Tel、Fax、メール等)  
※個人情報ですので、掲載可能なもので結構です。

**③ プロフィール**  
経歴等

**④ 作品1点**  
9.5×7cm  
(270×199pixel 解像度72dpiのJPGファイル)

以上のデータを、JCD関西のテキストサイトのBBSに投稿してください。

**I. テキストも写真画像もデータで送って頂ける方**

○JCD-KANSAINETWORKのテキストサイト <http://www.jcd-kansai.net> の掲示板より、入力をお願いします。テキストを書き込み、画像を送信して下さい。その際、画像データの大きさに制限があります。拡張子gifまたはjpgで、**500×700pixel以下**、保存画質は**8以下**です。

画像は、1回の投稿につき1枚ですので、顔写真と作品を送っていただく場合は、お手数ですが、2回に分けてご投稿ください。

○メールで送っていただく場合、本文にテキストを書き込み、画像は添付書類として送信をお願いします。この場合画像は複数枚送れますが、総容量**3MB以内**にしてください。

メール送付先：  
**info@a-ii.net** 門脇 様宛

**II. テキストも写真画像もプリントされたものを郵送で送って頂ける方**

○手書きの原稿やプリントされた文字原稿は、データに変換させていただきます。又、写真画像は、プリントされたものをスキャンしてデータ化させていただきます。

送付先：  
東京都品川区大崎5-7-1-103  
株式会社ジーマ  
TEL: 03-5740-7517  
FAX: 03-5740-7518

以上が、皆様のデータを集めさせていただき手順になります。

データ送付に関しまして、ご質問等がありましたら、下記あてにFAXを頂きましたら、できる限り早急にお答えさせていただきます

VISION委員会：末浪 伸浩  
FAX: 0743-52-1374

又、会員の中には、『興味が無い』という方もいらっしゃるかと思いますが、先だって郵送させていただいた中にも明記しておりますとおり、当ホームページは、名簿掲載の形式的なものではなく、商業施設の業務に従事しておられる方々の“ポータルサイト”を目指し業界紙に代わる存在となるべく、コンテンツも利用価値の高いものとして作り上げていこうと考えております。皆様のご協力を、何卒宜しくお願いいたします。

ビジョン委員会一同

JCDデザインカレッジ構想提案

2006年度関西支部事業計画における『希望に満ちた人材の創出』と『賛助会員との連携』の2つを実行するための方策として、「向学心があり、将来の担い手となる学生や若手の人材」と、「インキュベート活動に注力したいと考えている賛助会員等」を結びつけるようなコミッティを形成することを本VISION委員会で現在企画構想中です。

前回の第60号で提言させていただいた企画について本委員会で協議を重ね、構想提案を作成いたしました。

JCDデザインカレッジ構想

**目的**：商環境に携わる若手設計者もしくは空間設計を志す学生を対象に、商環境設計のプロフェッショナルが直接指導し、商環境設計の基礎的な知識を習得しながら人脈形成も行っていくことができる。また、意識の高い若い世代と賛助会員を結びつける橋渡し役としてJCDがサポートすることでJCDへのロイヤルティの向上もあわせて図る

**対象**：建築・内装設計事務所の若手もしくは空間設計を志す学生  
**開講時期**：2007年10月～2008年4月までの隔月開催で計7回

**募集人員**：約50名  
**指導分野**：①建材(床材・建具・衛生陶器・照明など)との関わり方について  
②業態別(飲食店・物販店・美容室)の設計トレンドについて(事例を交えて)

**開催場所**：各賛助会員の会議室  
**参加費用**：運営実費が賄える程度の実費を検討  
**参加費用の使い道**：教材費・講師謝礼・会場費用など実費発生レベルのみ使用  
それ以外はJCDの財源として利用する

従来型の講演会やトークセッションでは単発で一方向的に演者が情報を伝えるスタイルであるが、本カレッジでは、一定期間にカリキュラムされた一連の流れがわかるメニューを双方向のやりとりで学ぶことで、“明日から役立つ有効な情報”を業界のプロが直接指導するということところが新規性の高いアプローチと考えております。回を重ねることで、仲間意識も形成され、学生・デザイナー間だけでなく、賛助会員やJCDメンバーともより深い人脈形成が可能となるのではと考えます。

次に、実施スケジュール案と開催期間については以下の通りです。

まずは、原案というカタチで本委員会より主旨を提言させていただき、各委員会とも連携を図り計画通り推進できるべく準備を進めていきたいと考えております。

本活動を軌道にのせるためには、JCD正会員および賛助会員のお力がなくては実現はありませんので、ぜひともご理解いただけるようお願いいたします。

**■実施案(スケジュールと開設準備)**

**■年間スケジュール**

10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
← Phase①建材と空間の関わり方 →			← Phase②業態別の設計トレンド →			
照明	床材	衛生陶器	建具	飲食店	物販店	美容室

指導分野：①建材(床材・建具・衛生陶器・照明など)との関わり方について  
②業態別(飲食店・物販店・美容室)の設計トレンドについて(事例を交えて)

**■開設までのスケジュール**

6月	8月	10月
← 賛助会員へお願い →	← 指導概要調整 →	← 募集期間 →
← 正会員へお願い →	← 場所・講師決定 →	← 最終教材決定 →
← カリキュラム案作成 →		← オリエンテーション →

また、本内容について、ご意見・ご要望などがございましたら、ビジョン委員会の委員長・副委員長までご連絡いただけますようよろしくお願いいたします。

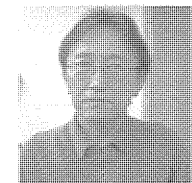
ビジョン委員会 加藤義行



## 新入会員紹介

### 山崎 康正

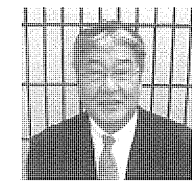
30年程飲食を中心に商業施設のデザインをしてきました、50を過ぎた新入会員です。  
20年前戴いた佳作賞を施主に報告した折、賞取る店はいいから売れる店を作ってくださいと大阪を痛感させられ、繁盛店を作ることを念頭に仕事しています。



山崎 康正  
(株)乃村工芸社  
商環境カンパニー  
第2事業本部  
デザイン2部



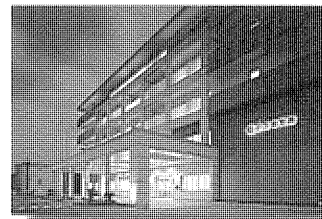
### 柳瀬 寛之



株式会社ヤナセライティング  
代表取締役 柳瀬 寛之  
照明器具メーカー勤務照明専門  
共同設立を経て平成元年創業設立。  
平成3年より中央工学校OSAKA  
インテリア設計科「照明計画」講師。  
[本社]〒556-0016 大阪市浪速区元町2丁目13番10号  
tel:06-6645-1721 (代) fax:06-6645-1720



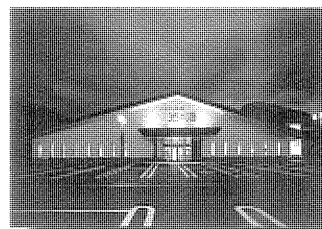
和匠肉料理屋 松屋



牧方保育園



和匠肉料理屋 松屋



たかお温泉光の湯

### ひとつひとつの光源を生かして...

太陽の光で地球が輝くように  
照明の光で空間を輝かせ  
空に星がまたたくように  
イルミネーションで夜を飾り  
ライトアップで感動のシーンを演出します。  
私たちの仕事は、まるで小さい天体を  
手にしていると言えるのかもしれない。  
この手にある天体を大切に生かして  
心を照らす光の世界を創造します。

yanase-lighting.com

## 新入賛助会員紹介

### 株式会社アシスト

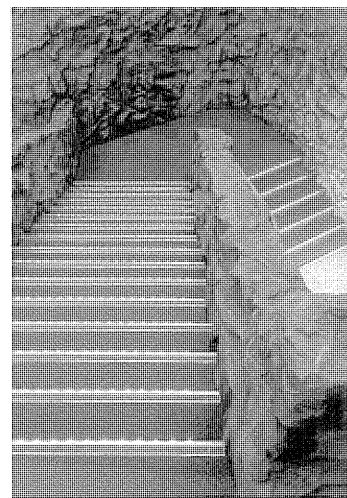
階段が感動をもたらします。

JCD会員の皆様、この度(株)アシストは新入賛助会員になりました。どうぞよろしくお祈りします。

(株)アシストは、階段のスベリ止め、床材押え金物などを中心に、長年「足元の環境づくり」に取り組んで参りました。その甲斐あって現在では商業施設、学校、病院、オフィス等至る所に使用して頂いております。

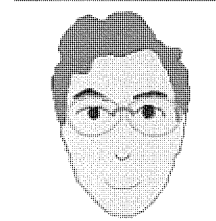
近年ではLED内蔵一体型ステップ「グランツ」を販売し、階段という室内空間に新しい創造性を発揮することができました。また今後LED内蔵の床見切り、手摺り等の販売も近々に計画しており、今回のJCD会新規加入の折りに、会員の皆様には、アシストを知って頂くよい機会になればと思います。

今後とも(株)アシストを宜しくお願い申し上げます。



### 株式会社アシスト

〒546-0003 大阪市東住吉区今川4丁目11番3号  
TEL.06(6703)5670 FAX.06(6702)0473  
www.assipie.co.jp 担当:サポートセンター 涌田 弘行



### 金子 洋伸

株式会社乃村工芸社  
九州支部  
〒810-0004  
福岡県福岡市中央区渡辺通4-10-10  
柳屋天神ビル  
TEL:092-781-1433  
FAX:092-771-2378  
E-mail:hironobu\_kaneko@nomurakouge.co.jp  
JCD九州支部 支部長

### 九州の酒と肴の話

#### <至福の時>

私は今、自宅のテラスでビールグラスを傾けている。目の前の木製テーブルの上の燻製器からは煙が立ち昇り、温度調整しながら至福の時を過ごしている。

燻製をはじめたのは約20年前。溪流釣りを趣味とし、釣果は少ないものの、やまめが数匹釣れば塩焼きにし、食するのを楽しんでいたが、ある時同じ趣味を持つ知人から「自分は燻製にする」と言う。早速燻製の作り方を習い、本まで買って準備万端整ったが…やまめが釣れない。坊主で帰ること数回。とりあえずやまめの燻製は後回しにして、チキンやタマゴの燻製から始めたものの失敗続き。試行錯誤を繰り返し、1年後にやっと失敗なく作れるようになり、人にもプレゼントできるようになった。

そして今、目の前の燻製器には最も得意とするチキンが入っている。後1時間ほどで燻製は完了し、チキンにブラックペッパーをたっぷりふりかけ、風乾すれば明日の夕食の一品となる。薄くスライスして、玉ねぎのスライスとケッパーを用意。そして酒はとりあえずビール。そして、赤ワインやシェリー酒が良く合う。さて誰をお招きしようか。

#### <九州の酒と肴>

九州といえば焼酎と言われているが、北部九州では日本酒の蔵元が多く、逆に南九州は焼酎メーカーが多い。中九州は半々くらい。

そして、肴も地域色が濃い。

福岡や長崎、大分は新鮮な魚が豊富で日本酒との相性が良い。

関門のふぐを今年も宅配したがやはりうまい。ふぐのひれ酒もうまい。

長崎の茂木港に二見という割烹があり、総ガラス張りの客室からは天草灘が一望できる。この二見で出てくる魚は全部活きもの。鯛、平目、カレイ、コチ、オコゼ、メバル、あらかぶ(かさご)、ぶり、アジ、などなど地物ばかり。刺身だけでなく煮ても焼いても新鮮な魚は味が違う。やっぱり日本酒が合う。

ところが、北原白秋で有名な柳川の沖の端の魚屋を覗いたときは驚いた。魚の形をしているのはコイとフナ。そして名前も変わったものが多い。「ムツゴロウ」は有名。舌平目を「クツゴ」。靴の底ですよ。「ワラスボ」はハゼ科だ

が、ヘビのように細長く、ギザギザの歯がある。「ワケノシノス」はイソギンチャクのこと。若者のお尻の穴という意味。これも煮て食す。日本酒も焼酎も合う。

福岡の隣の佐賀は最近「がばいばあちゃん」で有名になったが、食材では呼子のイカが有名。イカの活き造りの身は透明で歯ごたえがありながらも歯切れがよく、やわらかく甘い。刺身を食べて終わってもまだ足が動いている。その下足を全刺(全部刺身)か天ぷらか塩焼きにしてくれる。これで1000円…安い。やはり日本酒が良く合う。

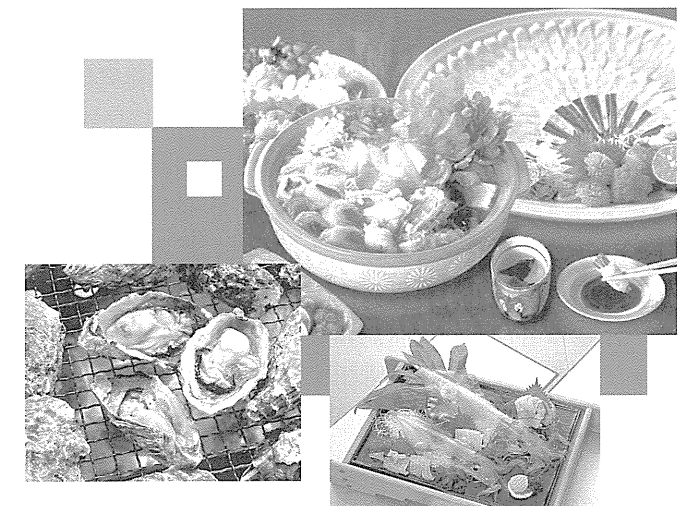
佐賀、長崎は牡蠣が良く採れる。養殖も盛んで1キロ当たり400円程度。生でよし、炭火で焼いてよし、レモンを絞っていただく。日本酒、焼酎、白ワインが良く合う。

宮崎には「ちんこ料理」あり。何のちんこか?実はカツオの心臓。煮て食すがやはり焼酎が合う。

熊本は「辛子れんこん」「馬刺し」が有名。こちらは日本酒、焼酎どちらでも合う。だから蔵元も半々…納得。

鹿児島は「黒豚」「さつま揚げ」「きびなご」「角煮」が有名。これは絶対焼酎。日本酒が合わない。因みに鹿児島で「酒」と言ったら焼酎が出てくる。「日本酒」と言えば出てくるが鹿児島でうまい酒を呑んだことがない。やはり肴との相性か。

最後に沖縄。沖縄料理は好きな人と嫌いな人に分かれる。沖縄に初めて行った時、知人に郷土料理店に連れて行ってもらった。知人は「これは豆腐の泡盛漬け」「これは豚の耳」「これはヤギの〇〇」などと説明をするが一向に食べない。聞くと、大嫌いという。確かに材料も調味料も日本本土とは違い、好みも両極端に偏るようだ。市場に行けば、色とりどりの熱帯の魚が並び、豚の顔がお面のようになっている。海蛇(イラブアナギ)の干物も不気味だ。後日、地元の人のお宅に昼間から招かれて家庭料理をご馳走になったが、やはり、「ゴーヤチャンプルー」は美味しかった。「かつおのタタキ」も泡盛と良く合う。沖縄料理に日本酒は合わない…やはり泡盛。(昼間からの泡盛は足に來ますぞ)。九州の各地方の食材を使った地肴にはやはり地酒が一番ということでジャンジャン。



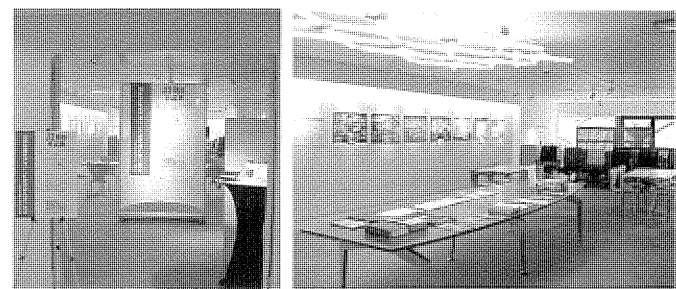
# JCD関西支部活動報告

## JCD関西 会員作品展 “関西商環境デザインの黎明期を振り返る” 交流委員会 衣笠 和宏

JCD関西 会員作品展は2006年12月4日から9日まで開催されました。

この企画は約1年半ほど前、交流委員会の席上で委員長「新しい企画、提案について…」の話から「賛助会員と正会員の交流の場を作る」という主旨で正会員の方々から仕事内容に捕らわれない自由な発想で、平面、立体、造形等の作品を募集し、賛助会員様のショールームの一部の場所を借りて展示しJCD内外の方を招いたコミュニティの場を設けられないかという事からでした。

いざ、進めるとなると、費用の問題や管理の方法など色々な問題点が発生し中々進まない。そこで主旨、目的を含めて考え直す事になり、最終的にJCD関西創設45周年という歴史を踏まえ、「当時の時代状況の中でデザインと環境を表現、紹介する」というテーマに絞り、過去から現在までの自治ニュースや流行った歌などを盛り込んだ年表を作り、そこにリンクさせた



作品の紹介と資料を作るようになった。

しかし、流石に45年前の作品や資料を揃えるとなると大変で、当時の先輩方の消息を調べ過去から現在までの作品や資料を提供願おうにも中々残って居らず、関係各位に多大なご協力頂いた結果、記念写真30数点、完成パース10点、店舗写真46枚をB2パネル34枚に収め、そのほか昭和40年代の現場で使用した図面ファイルや、「職能の確立」というテーマで作られた辞書にも勝る資料数点等、貴重な資料をご提供頂き無事開催に至った。

賛助会員の「ヤマギワ」様のご協力で御堂筋に面したロケーションのショールームの2階側の約47坪のスペースを提供頂き、初日は支部長のはからいでクリスマスパーティと合同にし、60名以上の賑わいで、会期中も現役の大学生や他業種の方の来場などがありました。

今後はまた新たな視点での展示会を開催し、広報活動や関係各所へのアナウンスも増やし、一般の方や商環境、店舗関係の方々にも来場いただけるようにしていきたいと考えております。

最後になりましたが、賛助会員“ヤマギワ株式会社”近畿営業部 富田部長様をはじめ御担当の方々、関西支部の大先輩の方々、支部長以下各委員の方々に大変お世話になり無事終えることが出来ました。感謝の言葉と共に今後もこの展示会が継続されることを願います。

## 日本の空間デザイン 2006

研究委員会 藤村 正継

日本の空間デザイン2006展は、デザイン各団体主催の各受賞者の作品を写真もしくは現物にて日本全国、持ち回りで展示されます。JCDは「JCDデザインアワード」の受賞作品を写真パネルにて展示いたしました。来場数は約200名。5団体による懇親パーティは約50名の参加でした。

関西5団体による共催というかたちは、団体間の交流や情報交換の場所として、大変良い機会であると思われまます。懇親会では、各団体の特徴も現れ、団体が抱える課題なども聞く事ができました。より一層の充実を図る事で、関西デザイン界が盛り上がることを期待したいと思います。

展示場は各団体、当番制にて受付いただきましたが、来場者が非常に少なく、私も担当時間を持て余すような状況でした。各団体の展示物を拝見すると、賞に値する素晴らしい内容のものが多く、学生はもとよりプロでご活躍の方も参考になる内容であるのに、来場者が少ない

**日本の空間デザイン 2006**

開催時期：2006年12月6日(水) [懇親会]、  
7日(木)～12日(火) [会期]

開催場所：ATC10階 大阪デザイン振興プラザ  
デザインギャラリー

主 催：大阪デザイン振興プラザ  
アジア太平洋トレードセンター

協 力：大阪デザインセンター

共 催：JCD・DDA・SDA・JID・KIPA

というのは非常に残念であり、反省するとすれば、開催場所・開催内容(シンポジウムを併催するなど)を来年度検討する必要があると思われました。

また、開催の主旨をもう少し明らかにし、集客を要するのかどうか、誰に対する展示なのか、開催に際し目標を設定すべきではないかと感じました。

(NHK教育番組は視聴率がいくら低くとも、放送をやめないように。)

## JCD&DAIKO連続デザインシンポジウム SECTION40&41

研究委員会 藤村 正継



### それぞれのデザイン～ソファでTALK～(大阪)

出演：インテリアデザイナー 折原 実紀  
インテリアデザイナー 笠原 英里子  
環境グラフィックデザイナー 菊竹 雪  
和紙ディレクター 堀木 エリ子  
エディター 関 康子 (コーディネーター)

開催日時：2007年2月13日(火)  
17:00～19:00 [パネルディスカッション]  
19:15～20:45 [ドリンクパーティ]

開催場所：大阪市中央公会堂  
主 催：JCD、大光電機株式会社

デザインは今やインテリア・グラフィック・プロダクトなど、かつてのように大別して語れなくなってきています。今回のシンポジウムではデザイン界で活躍する女性デザイナーに、それぞれのデザインに対する考え方を語っていただき、現代社会の側面と方向性を垣間見る内容になりました。

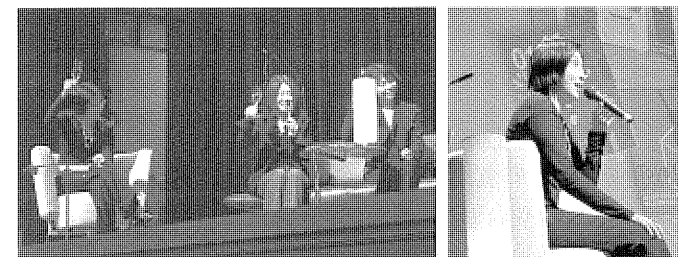
今回の趣向は、“ソファでトーク”というサブタイトルにあるように、コーディネーターの関氏の部屋にそれぞれのデザイナーがお土産を持って遊びに来るという設定で、フランクな雰囲気の中、女性クリエイターのプライベートにも及ぶトークとなりました。

ソファは賛助会員である“アイデック”様と“ベル・ファニチャー”様の協力のもと、スタイリッシュな部屋づくりが出来、トークがはずんだものと思います。

大阪・東京とも、パネリストの皆様は女性を意識せず、活動しているとの事でしたが、女性ならではの感性やパートナーとの係わり合いなど、興味深い内容のトークが続きました。

大阪会場の来場者数約650名、東京会場の来場者数約850名、そのほとんどの方がドリンクパーティにもご参加いただき、賑わいました。ネット台頭の時代であるからこそ、生の声、人と人のコミュニケーションが大切だと感じる、感性の鋭い方たちが集まっていたと感謝しております。

シンポジウムでこのように永く続いて開催しているものは非常に少ないと聞き及んでおります。今後もJCD主催のイベントとして、より多くの人に夢を与えるようなシンポジウムとして継続していきたいと思っております。



2007年2月20日(火)東京会場の出演は、次の方々でした。

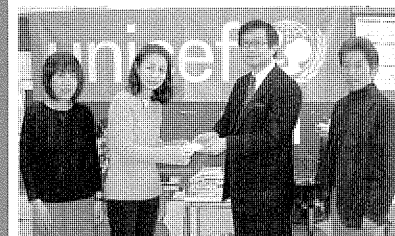
インテリアデザイナー 五十嵐久枝  
プロダクトデザイナー 柴田文江  
建築家 内山敬子  
建築家 手塚由比  
エディター 関康子 (コーディネーター)

## ユニセフへ寄付(於：JCD/DAIKO連続デザインシンポジウム)

中尾 晋也

去る2月13日、大阪・東京で開催されましたJCD/DAIKO連続デザインシンポジウムSECTION40&41のパーティー参加者に、「世界の恵まれない子供たちに」と寄付を訴え、大阪・東京両会場合計で昨年の334,834円を上回る389,994円のご寄付をいただきました。

お預かりしました両会場の



淨財を3月16日に主催者のJCD、大光電機を代表して白井関西支部長と私、中尾が財団法人ユニセフ協会大阪支部へ持参し手渡してまいりました。

財団法人ユニセフ協会 宮島事務局次長から「大変多額なご寄付を毎年頂戴し感謝しております。皆様のご好意を無駄にすることなく、開発途上国の子供たちのために有効に使わせていただきます。」とお言葉をいただき、主催者宛に感謝状が届きましたので、JCD本部ならびに関西支部でお預かりいたしました。

今後も、JCD/DAIKO連続デザインシンポジウムSECTIONでは、社会貢献の一つとしてこのような活動を行ってまいりたいと思っておりますので、ご協力をよろしくお願いいたします。

第27回DDA・JCD・SDA合同チャリティー絵馬展

交流委員会 市川 邦治

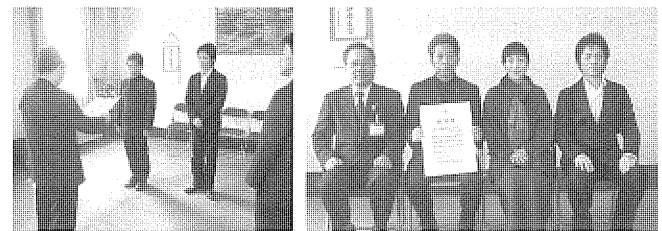
第27回新春吉例のDDA・JCD・SDA合同チャリティー絵馬展が、OAPから会場を「京阪シティモール・天満橋」に移し、1月7日(日)～14日(日)まで開催され、JCD関係者の作品143点が展示されました。会場は大川沿いの2階北側のレストスペース。昨年よりアクセスも良くなり、また(株)京阪流通システムズさんの活発な広報活動で、例年以上の来場を期待しておりましたが、ほぼ例年並でした。今後も応援いただいた方の名簿を蓄積し案内状をお届けするなど、来場者の増加を図ってまいります。

最高額で落札されたのはOBの岡修作さんの作品(写真)でした。また今回より会場を提供いただいた京阪さんに感謝と、沿線の来場者が多いとの推測からテーマ「京阪沿線」を設けました。会員の中尾さん(日本バス友の会)からは、ナ・ナント京阪バスの車両(写真)が絵馬に。

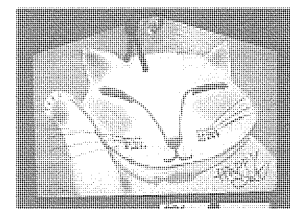
落札いただいた方へ1月末に作品の発送を終え、皆様からいただいた義捐金は2月に大阪府福祉基金に寄付し、3月末には感謝状をいただきました。出展いただいた方、当番の方など多くの方々のご協力に感謝いたします。



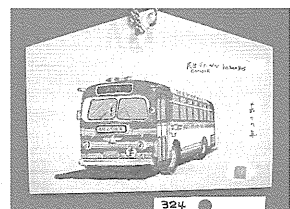
会場風景  
来場者数 約1,100名  
出展作品数 143点  
応札総数 158件  
落札件数 88件(落札率62%)  
義捐金総額 約22万円



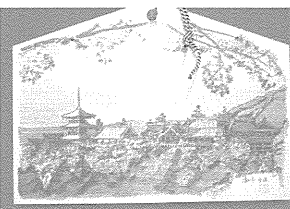
感謝状授与



いつも人気の友田さんの猫



皆を驚かせた中尾さんの京阪バス



白井さんの京都東山



最高額で落札の岡修作さんの作品

るるぶ会 倉敷スケッチの旅

交流委員会 衣笠 和宏

去る6月23日・24日、「るるぶ会スケッチの旅」は倉敷と播州路を探索しました。

快晴の中、大阪駅で総勢16名が集合し、阪神高速から中国自動車道へと入り、途中の吉川I.C.で休憩を取り10時過ぎに倉敷市内へ到着。早速「るるぶ会」名物「昼食予定の「江戸切り蕎麦 石泉」へ。趣のある店構えに店主の手打ち蕎麦へのこだわりを想いながらまずは予約。その後、倉敷美観地区へ。



自分が写っていないのが残念。

その昔、幕府直轄の地「天領」として栄え、倉敷川畔には商人の町屋や白壁の土蔵が並び柳並木が水面にゆれる、まさしく美観地区である。中には実業家の「大原孫三郎」氏設立の「大原美術館」があり、門をくぐるとロダン作「洗礼者ヨハネ」「カレーの市民」の像が迎えてくれる。倉敷川から東西に「本町・東町」の塗屋造りの町屋が並ぶ庶民的な雰囲気の中でスケッチ拠点を求め探索。昼食は期待通りの蕎麦の香りとど越しを味わい、大満足で蕎麦屋をあとに。

夏のような日差しの中、川沿いでスケッチし、風情あふれる店構えの「エルグレコ」でコーヒーと会話を楽しみ、お土産に銘菓「むらすずめ」を買い、日帰り組と別れ、夕食の買物をし今夜の宿へ。鍋物とBBQをたらふく食べ、お酒もはいつて舌も滑らかになった頃、恒例の?スケッチお披露目会(厳しいながらも優しさあふれる雰囲気にと安心)。

翌日は播州路へ。極楽山浄土寺で心が洗われるような阿弥陀三尊立像を拝顔し大先輩の奥深い解説に驚きながら御嶽山播州「清水寺」でスケッチ。

緑に囲まれた初めての「るるぶ会スケッチの旅」、思うような絵は描けませんでしたでしたが新たな楽しみを頂いた気がしました。

多種多様の演出照明を商空間へ。  
演出照明のことなら、日照へ  
お気軽にお問い合わせください。

株式会社 日照  
〒566-0035 大阪府摂津市鶴野3丁目8番7号  
TEL 072-634-1231(代) FAX 072-634-1239  
E-mail: info@nissho-osk.co.jp http://nissho-osk.jp

# Needs & News

AIDEC MODERN  
株式会社 アイデック  
〒550-0013 大阪府西成区新町1-10-2  
大阪産業ビル/大阪ショールーム  
tel 06-6534-0258  
fax 06-6532-4876  
URL: http://www.aidec.jp

http://www.tajima.co.jp  
TAJIMA URBAN FLOOR DESIGN  
素と色のやすらぎ  
Vinyl Composition Tile Dolce and Dolce Chiroma  
現代の建築空間の中心で、人々に憩いと安らぎを与えるものは、自然においをもつ素材感覚と共鳴し合う色彩だと言えます。  
タジマコンポジションビニル床タイル  
ドルチェ/ドルチェクローマ  
株式会社 タジマ  
〒550-0003 大阪府西区京町堀1-10-5  
TEL:06(6441)5951 FAX:06(6444)2596  
Vinyl Composition Tile

TOLI  
光と影による  
自然な繋がり無限の広がり  
東リグラフィックタイルカーペット  
底至りクラシック  
● 2柄×7色 全12アイテム  
● 寸法 500mm×500mm  
● 9,100円/㎡(材料価格 税抜き価格)  
底至り  
SOKOITARI CLASSIC  
東リ株式会社 http://www.toli.co.jp

編集後記

- 毎回毎回遅れながら発刊にこぎつけているという状態で、今回は総会の日程も絡みヒヤヒヤものです。次号こそは何とかこの状態から抜け出せるようにしたいものです。(三嶽)
- 早くから準備をして、今度こそは原稿締めきり迄にまとも余裕のゴールをいつも目標とするのだが...新聞発行のスピードは「信じられない」(三宅)
- 新入会員・新規賛助会員の皆様、原稿をありがとうございます。編集のつごうで多少原稿の変更をさせていただきました。なかなか思うようには進みませんが毎回皆でがんばっています。(岡島)
- 原稿をお願いいたしました方々、お忙しい中ありがとうございました。また協会の為によりしく願っています。(蒲)

DINAONEは、ヨーロッパをはじめ、世界中から選りすぐったタイルおよび石材を幅広く揃えています。

新カタログ完成

DINAONE  
DINAONE大阪営業所  
〒550-0012 大阪府西区立売堀1-3-13第三富士ビル  
TEL: 06-6539-3604 FAX: 06-6539-3523  
DINAONEショールーム  
(同上第三富士ビル1階 I N A X THE TILE space内)  
TEL: 06-6539-3721 FAX: 06-6539-3723  
営業時間 10:00~18:00 休館日 土日祝・年末年始・夏休み  
URL: http://www.dinaone.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。

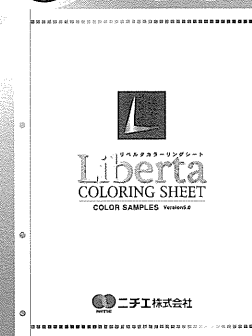
株式会社サンゲツ ホームページ <http://www.sangetsu.co.jp>

●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

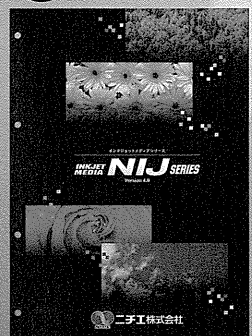
## 商業空間の演出、ブランドイメージの定着に 多彩な視覚表現をサポート!

マーキングフィルムの『リベルタ カラーリングシート』  
インクジェットメディアNIJシリーズ  
ガラス用装飾フィルム『サイングラス』  
ニチエの3大シリーズが充実度UP!  
視覚表現を力強くサポートいたします。

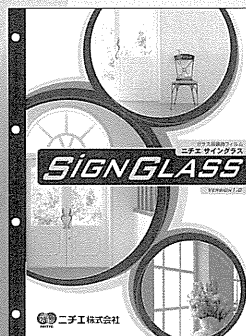
NEW! 『リベルタ  
カラーリングシート』  
Ver.5.0 (全150色)



NEW! 『インクジェットメディア  
NIJシリーズ』  
Ver.4.0



ガラス用装飾フィルム  
『サイングラス』 Ver.1.0



**ニチエ株式会社** 大阪本社 〒532-0033 大阪市淀川区新高1-6-28 TEL.06-6399-6601 FAX.06-6399-7501  
東京営業所 〒162-0044 東京都新宿区喜久井町19 TEL.03-3202-5481 FAX.03-3203-6735

ホームページ リニューアルいたしました! <http://www.nitie.co.jp>

### A Harmony of Next Light and Next Space

マックスレイは2007年、創業50周年を迎えました。  
光と空間の調和。五感に響く光。  
マックスレイの企業理念は時代とともに輝きを増し、  
そのフィールドは様々な分野へと広がっています。

あかりで人々をもっと幸せな気持ちにしたい。  
自然を敬い、守りつづける存在でありたい。

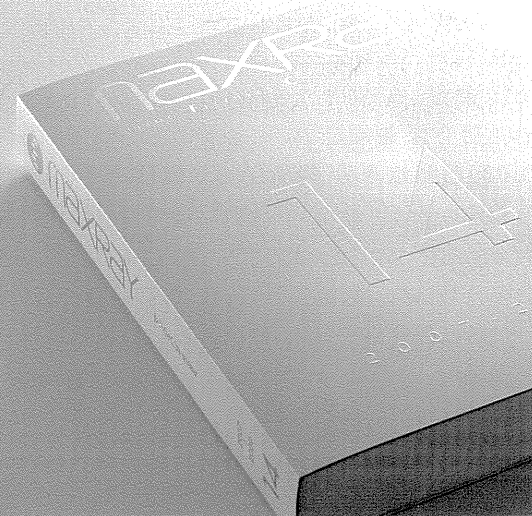
A Harmony of Light and Space. から  
A Harmony of Next Light and Next Space. へ

次代のあかりと、  
これからの空間のハーモニーを創造するマックスレイとして...

様々な技術や感性を人々の未来に活かすために、  
また新しい進化をはじめます。

50th  
Anniversary  
1957-2007

### マックスレイ総合カタログ Vol.14 発刊

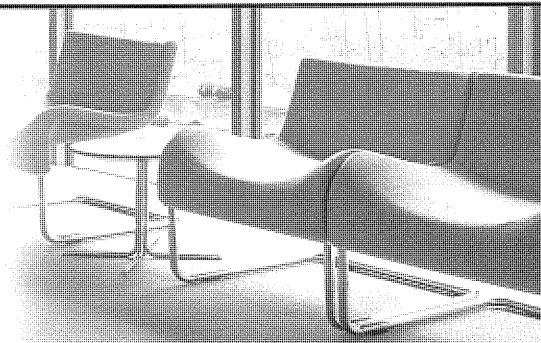


マックスレイ株式会社 <http://www.maxray.co.jp>  
〒536-0014 大阪市城東区鴨野西2-18-6 TEL.06-6967-0140(代) FAX.06-6962-5988  
東京 03-3791-2711 大阪 06-6967-0123 名古屋 052-252-9556 福岡 092-431-7824

環境マネジメントシステム  
ISO14001を  
認証取得しています。  
EJ 01838 /  
JIS Q 14001:2004



NEW LINE UP 2006-2007  
<Vol.17>



Needs  
&  
News

株式会社キノシタ  
<http://www.kk-kinoshita.co.jp/>

本社・ショールーム  
〒596-0005 大阪市浪速区日本橋 4丁目9-22  
Tel.06(8844)5541 Fax.06(8844)5544・5583

東京支店/Tel.03(5685)6401  
名古屋支店/Tel.052(824)8880  
出雲工場/Tel.0853(28)0311



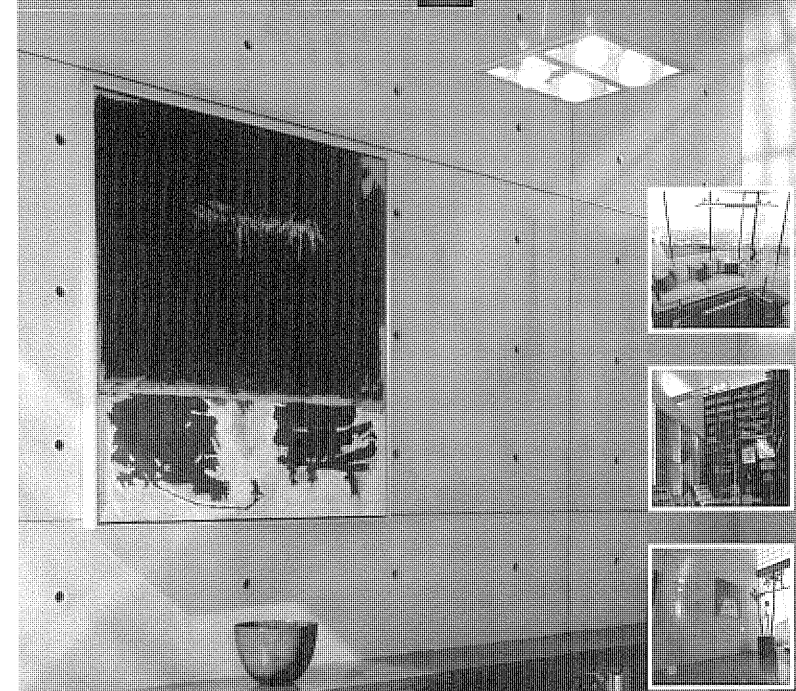
## 空間に 浮遊する ペンダント

モダンデザインとは何だろう?装飾美ではない、機能  
美と言ってしまうまでもだが、空間やモノに  
対する創り手の思想をはっきりストレートに読み取れる  
ことであり、心地良い空間体験であることと定義づけ  
られないだろうか。潔さは、実にスタイリッシュだ。

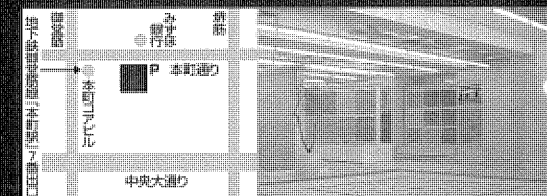
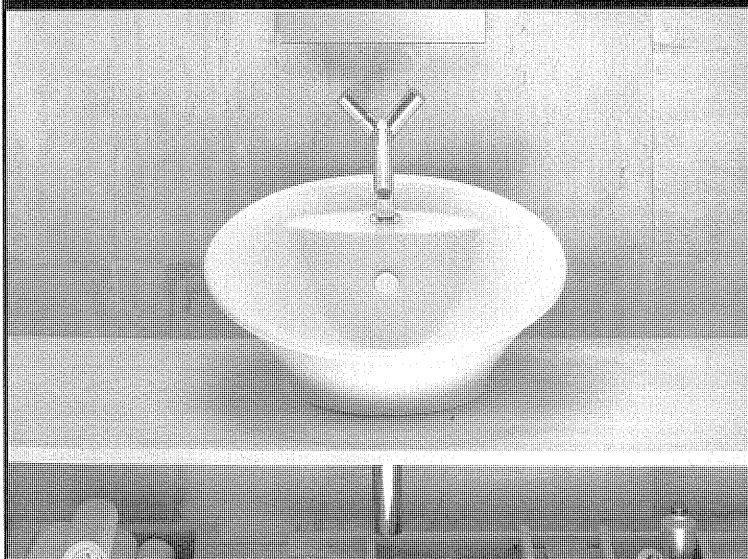
### コイズミ照明株式会社

本社 大阪市中央区船場町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  
<http://www.koizumi-lt.co.jp/>

(Directional Task Lighting) D.T.L.



アドヴァンのショールームは、選りすぐった「良いものを世界から」集め、  
ハイセンスな商品約5,000点を常時展示しています。  
プロの設計士はもちろん、インテリアコーディネーターや一般の人まで、  
あらゆる分野の方からご利用いただいています。  
ぜひ一度ご来店の上、実物に触れてみてください。



大阪・本町ショールーム  
〒541-0053 大阪市中央区本町3-3-12  
TEL.06(6245)0976(代) FAX.06(6245)0976

<http://www.advan.co.jp/>  
**ADVAN** 株式会社 アドヴァン

# National

## 脚光を浴びる光、募集。

ナショナルライティングアワードは、高品質な光が必要とされる  
商業施設の照明設計コンテストです。  
明日の照明空間を変えてゆく、若い皆様方のご参加をお待ちしております。

## NASHOP Lighting Awards '07

商業施設の照明設計コンテスト 作品募集

### ■ 応募期間

2007年4月1日～7月31日(必着)

### ■ 対象作品

・物販部門  
・飲食部門  
・サービス部門(大型専門店・スーパーマーケット含む)

1. 2005年4月1日～2007年6月30日迄に完成し、  
オープンした施設を審査員に実証可能なものを対象とします。

2. 新設(新築)およびリノベーション(増改築)と  
ともに対象とします。  
※日本国内の物件に限ります。

### ■ 応募資格

1. 応募作品に責任のある立場で関与したクライアント(業主)、  
プランナー、設計者、デザイナー。

2. 応募者の国籍は問いません。  
※連名での応募はご遠慮ください。

### ■ 審査員(候補者)

飯島直樹(デザイン) 佐々木 隆  
A.N.D.  
計野口拓也(デザイン) 事務所+ムーン+バランス  
ICE(照明環境照明研究所)  
NAP(照明設計事務所)  
「日本照明学会」事務局

### ■ 主催

松下電工株式会社  
ナショナルライティングアワード事務局

### ■ 協賛

・社団法人 日本商業施設照明協会  
・社団法人 日本ディスプレイデザイン協会  
・社団法人 照明技術者・団体連合会  
・株式会社 商店建築社

### ■ 賞金

グランプリ100万円(最優秀賞から1作品)  
最優秀賞30万円(各部門1作品、計2作品)  
優秀賞10万円(各部門3作品)  
その他各賞

飯島直樹  
小坂 竜  
辻村久徳  
石江 立  
中村 裕志  
及川 浩

[biz.national.jp/Ebox/NLA07/](http://biz.national.jp/Ebox/NLA07/)

松下電工