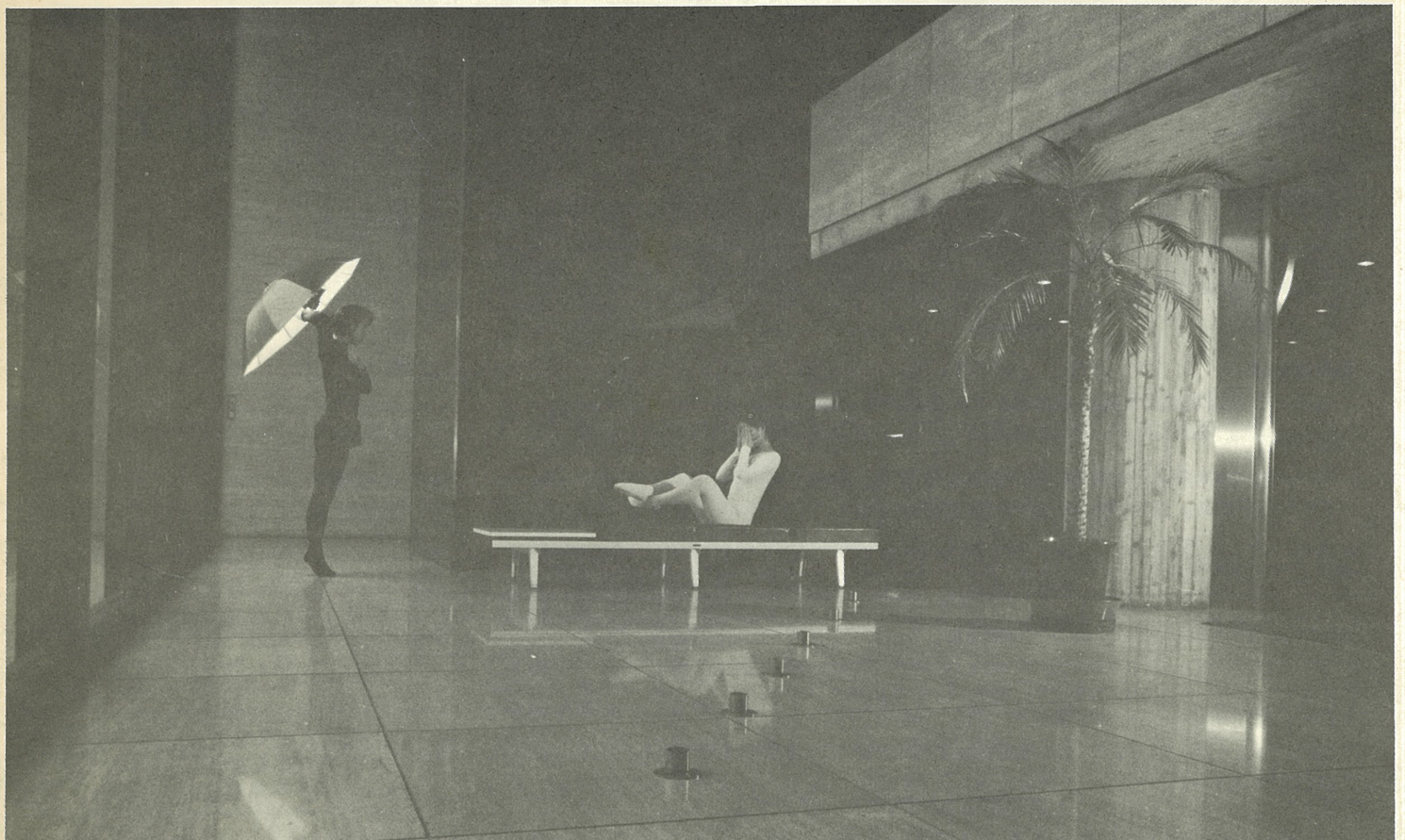


JID

MAY 1978

社団法人 日本インテリアデザイナー協会機関誌



特集

デザイナーの実務と報酬

●座談会	
料率規程とマンデイ計算	
出席者 三輪正弘・松本哲夫・矢吹 宏・今崎 務	3
●イタリアのデザイン状況	
喜多俊之氏に聞く インタビューアー・加藤帛子	8
●アンケート〔設計実務・報酬〕	
東京在住のJID会員19名	10
●参考資料	
FD デザイン料率表	16

連載

●デザイナーのための〔読むと得する話〕	
——木ねじ	
by 長堀映司	20
●テキスタイル感覚と実態	
——インテリアテキスタイル	
by 山岸柁史	23
●随 筆	
情緒と空間	堤 久夫 26
新しいガラス	小松嘯一 27
「普請」について思う	山腰 実 28
五感人間	安永一典 29
●女流訪問	
家具から公共施設まで幅広く活躍する大野美代子さん	30
●書 評	
「グレーの文化」黒川紀章著 by 光藤俊夫	
「日本の手道具」秋岡芳夫著 by 三輪正弘	31
●インフォメーション・ナウ	32

表紙のことば——Waiting……space 高島史於

出合うという事が、その空間の目的であるにもかかわらず、待つという状態を余儀なくされてしまう空間。待機している時間は、対象者（物）の出現による出合いによって、一瞬の内に無に帰してしまう。この待つという作業は、無に到着することを目的としている。そして、この目的化された無の存在を得んが為に、空間は余分を必要としている。

撮影場所 全国信用金庫連合会ビルB1

会報委員長	泉 修二
会 報 委 員	香月寿一(九州)
	堤 久夫(")
	中川千年(")
	中村隆一(関西)
	宇賀敏夫(中部)
	安藤 清(")
	林 寅正(")
	八代美知子(")
	長堀映司(関東)
	長谷川 六(")
	山岸柁史(")
	光藤俊夫(")

特集

デザイナーの実務と報酬

職域別特集の第一回目として独立デザイナーを選び、雑誌の性格上からは一見特殊に見えるデザイナーの実務—報酬について組んだ。

座談会とアンケートによって、独立デザイナーの当面している社会的状況と、体質や、対応姿勢を、インタビューによって対比的にイタリアの現状を知ろうと努めた。これらを通して、一つにはデザイン活動の影になって情報交換の行なわれにくい実務上の資料として、さらには、単に報酬の問題としてだけでなく、デザインの意味を問う機会になればと考えた。

特集に表われた結果からも、デザイナー個々による対応の大きな違いはデザインの本質をあらためて考えさせるが、プロダクト、インテリア、建築という領域によってもデザイン状況とデザイナーの意識の違いをみる。感覚を武器に進める独立デザイナーも、デザインの質を確保するための倫理感、一方において現代文明に関わる問題として、情報量と制御と総合力を必要とする。巨大な設備と組織を持つ企業との対応は今後に残された問題と言えよう。

■座談会

料率規定とマンデイ計算

出席者	三輪正弘	松本哲夫
	矢吹 宏	今崎 務
司 会	泉 修二	

司会——まず私から、今回の座談会について少し説明させていただきます。現在のデザイン状況は表現という領域だけにとどまらず、いわゆる情報、生産、消費を含めた領域、或いは経営、企画、販売、流通といった製造加工、また工業所有権などとデザイン業務自体が大変複雑化してきている。一方においては公取問題なども生じている。そこで本日皆様にお集まりいただき、デザイン業務の現状、そ

こから派生して企業との対応をどのようにして居られるのか、最終的にはデザインとはという話に繋がっていくと思いますが、その辺りを中心に発言していただきたいと考えています。最初はプロダクトデザインのことからでも……

今崎——実際問題として、設計料を如何にして取っているのかという……（笑）プロダクトの仕事をする場合、一番問題になるのは依頼料のことですが、現実に

私共の算出の仕方は大体実費計算です。ひとつのものの、ロイヤリティーに結び付くまでどれだけのワークをしたかということですね。ただ実費というのは個人各々違う訳で、予め年収がどれぐらい必要であるかということを基準に、それを時間で割っておく。その時間の基本料単価をワークに用いた時間と掛け合わせて一応計算している。

司会——ということは、企画とか進行の

なかで、パースを描く、デザインするなどという比重は一応含まれた全体的な内容として把える訳ですね。

今崎——そうです。

司会——分離して把えることは……

今崎——先ずないですね。製品化するまでのエネルギーは、金額によって自ずと限定されてくる。しかし、確かにデザインというものには金額で計算しにくいのですが、見合っていないという印象はありますね。実際のワークしている金額しか出ないのではないかと、それでも将来ロイヤリティーに結び付いていけば何とか還元はしていける。私も含めて、それがプロダクトデザイナーの現状ではないでしょうか。

司会——松本さんはどうですか。

松本——大体同じです。開発をするために必要な実費を頂戴する、誰れか人が動くのだから金は掛かる。しかし、出来上がった物が、ロイヤリティーに結び付くかは、デザイナーサイドだけの問題ではなくなることもかなりありますがね。

司会——企業との対応の上で成立するということですね。

松本——それに対する保障がないと、我々は一文も入らない。建築家協会の報酬規程に報償加算実費方式がありますが、この考え方を安全弁とするならば、要するに実費というのはそれに働く技術者達の給与の総額、それと100%である諸経費を足したものを称する訳です。それが妥当かどうかは別問題として、社会からの報酬がその実費の25%、デザイナーにしてみれば、性質としてそれがロイヤリティーに相当するものですね。妙な言い方ですが、品物が出来上がるまでは、メーカー側も我々も同じリスクを背負っていると考えると良いのではないかと思います。

司会——業務としての責任を等しく企業と一緒に背負うということですね。仕事の内容における軽重の問題は考えない。

松本——実費の額については話し合いで



決定していくということです。一応私共は昨年度の事務所の収入から一人当りの平均を導き出す。決算をすると嫌でも出てきますから、それについては具体的な数字は持っています。この数字は他の企業で働く大学卒とそれ程の開きはない。そうなるよう努力してますから……（笑）

司会——事務所によって、その数字は違ってきますね。

松本——その違いは当然出てしかるべきでしょう。誰れもが皆共通であると無理に決める必要はないと思います。

今崎——その方向がメーカー側も一番納得しやすいようです。各事務所によって過去の実績の評価や力関係で自ずと金額は違ってくる。一率にしたところで、余りそれには意味がないと思います。

矢吹——私はプロダクトとは関係が余りないのですが、ホテル・事務所などの設計の依頼があると、先ずフィーを計算します。勿論デザイナー協会のパーセンテージをひとつの目安にして契約する場合がありますが、先程今崎さんが述べられたアワリー・レイトで出す方法を採用することもあります。たとえば一時間働けば幾らというベースは大体できている訳で、それには利益から利益経費もすべて入っている。ですから、そのアワリー・レイトと基本設計に何人で何時間ぐらいでできるという見積りとでフィーが決定する。例を出しますと、これは外国の300室程のホテルですが、デザインフィーは3200

万円ぐらいです。ところが建築材料を全部輸入するという特殊な事情で建設するまでに3年掛かる。その為、現場監理費が6200万円なのです。国内では現場監理費は実費ですが、現場監理を契約に含める場合、このように工期の長短でデザインフィーも全然違ってくるといっておかしなことも起る訳です。これがアワリー・レイトの入れ稼業みたいな……（笑）

松本——その一時間幾らには、勿論ノウハウ料も含めてあるのですか。

矢吹——はい。ハーマンミラーとかノールでは、どのように契約しているのですか。

今崎——ノールの場合、これは或るところから聞いた話ですが、製品化に至るまでのワークに対しての費用は、メーカーで負担する。デザイナーに支払われる時間単価はケースバイケースで、デザイナーの能力、メーカー側の企画内容などによって、製品化に於けるロイヤリティーの料率も一様ではないようですね。またロイヤリティーは工場の出荷価格の5~10%と言っていました。

松本——確かアメリカのデザイナーがデスクを日本へ売り込んできた時、契約書を見て、その高いフィーにメーカーは吃驚したそうです。売上額のミニマムは当然要求してくるし、アメリカで取扱っている実績があるから、日本ではこれぐらいが当然という意識があるのですね。逆に言えば、売れても売れなくても、ミニ

マムロイヤリティーは払わなければならない。そして尚且つ売れた分についてはオーバーロイヤリティーを出すことが前提になっている。このように色々な状況がある訳で、辻褄を合わせるのは非常に難しい。

矢吹——ある外国商社では、契約書にデザインの著作権はデザイナー側にあるが、使用权は商社側にあると銘記してある。セレクトは別ですが……

三輪——買取りではなくとも、使用权はその商社側にあるということですか？

矢吹——そうです。手許に図面がありますから、その会社の建物のなかで使用する場合、幾ら使用しようが、デザイナーに一切断然なくても良い訳です。

司会——現在インテリアデザイナー協会にあるフィーのパーセンテージのベースを使用されるについては何か……

矢吹——数年前までは、工事高1億以上はなかった。(笑) 以後フィーの作り直しが繰り返し行なわれていますね。確かにフィーの問題は難かしいけれど、国内の顧客にはパーセンテージを使用するのが一番簡単です。その高い低いは別に、協会で決定されているという理由だけで、契約の時には強みになりますから大変便利です。特に外国系の事務所で、協会の料率表を見せて説明すると、外国よりずっと安いので、文句なくそのフィーで契約できますね。

松本——成程。ただ、フィーのパーセンテージを掛けるという方法で一番矛盾するところは、施主の為に工費を少なくなるように努力すれば、自分の設計料も減っていくという……

矢吹——私共の場合、最初は大雑把な工事額を出して契約し、それをフィックスします。

松本——その方が良いと私も思います。

三輪——建築も基本的には大体同じですね。予算編成にフィーレイトを掛け、それをひとつの基準値として、設計料を予算化します。

矢吹——そうですね。勿論、基本設計に影響を及ぼすような変更があった場合は、という項目は必ず入れておくべきですが。

司会——プランニングなどは、マン・デイ計算には乗りにくいので、大変難しい問題だと思うのです。或いは色とか情報収集なども……

今崎——どこで設計のフィーが決まるのか、その辺りはアイマイですね。

松本——画家が時間を掛けて製作するのと、書家がサラサラと書くのを対比して話すことが時々あるのですが、芸術家としての価値を作品に現われたところで評価しなければいけない。デザインの場合も、ファンクションで押込めないとすれば、その辺りをもう少し評価してもらえないと……。図面の枚数だけで算定されても見合わないですからね。

三輪——色彩計画は、マン・デイ計算では算定できないね。

司会——F Dのデザイン料の算定方法には、色は付加価値料として出ています。

矢吹——しかし、厳密とは言い難い。そういう意味では、マン・デイ計算にも、問題は多いようですね。

今崎——ドローするに至るまでの、自己のうちで悶々とデザインのことを考えている時間やエネルギー、それに加えてこれまでのデザイナーとしての蓄積などは計算できない。

矢吹——私共の場合は、ビジュアルなものはすべてデザイン契約の対象にします。我々がタッチするものすべてリストアップして、メニューを作る訳です。(資料)

三輪——するとメニューから、今回ここは必要ではないという論議が起ってくる訳ですね。そうすると、仕事量の内容とフィーの関係がハッキリしてきますね。

今崎——それは明解ですね。

矢吹——マン・デイ計算や料率とは別にスウェーデンでは、立米計算をしています。1立米幾らという、これは非常に明解で良い方法ではないかと思いました。

資料

インテリア設計監理概要書

1) 設計監理範囲

a) パブリックスペース

1 階：ロビー ラウンジ コンベンション
ロビー 店舗 エレベーターホール
便所2ヶ所 フロント

B1階：ホール エレベーターホール 便所

B2階：ホール エレベーターホール 便所
2ヶ所 室内プール及びロッカー
便所 男女サウナ 男女ヘルスクラ
ブ 理髪店 美容室

中2階：ラウンジ エレベーターホール 便所

18 階：ラウンジ エレベーターホール 便所

b) 飲食部門

1 階：メインダイニングルーム コンベン
ションホール バー

B1階：スペシャルレストラン A B メ
インバー オープンレストラン コ
ーヒーショップ

B2階：ゲームルーム バー

中2階：プライベートダイニング

18 階：ナイトクラブ バー

c) 客室部門 3階~17階 約700室

シングルタイプルーム 180室

スタジオタイプルーム 60室

ツインタイプルーム 383室

デラックスツインタイプルーム 15室

スイートタイプルーム 60室

ロイヤルスイートタイプルーム 2室

各室階エレベーターホール及び廊下 各15階分

2) 設計監理内容

a) 建築内装

予算見積 基本設計 実施設計 詳細設計
色彩計画 材料計画(仕様書) 工場製作監理
(一部海外出張) 現場監理 材料購入のアド
バイス

b) 照明

予算見積 照明計画 照明器具設計 詳細設
計 工場製作監理現場監理

c) 家具

予算見積 基本デザイン 実施設計 詳細設
計 色彩計画 材料計画(仕様書) 工場製作
監理(一部海外出張) 現場監理 一部既製品
の選択及び購入のアドバイス

d) カーペット

予算見積 基本計画 実施デザイン 色彩計
画 現場監理 一部既製品の選択及び購入の
アドバイス

e) カーテン

予算見積 基本計画 実施デザイン 色彩計
画 現場監理 工場製作監理

f) アートワーク

予算見積 基本計画 作家の選択 現場監理
一部デザイン 一部作品の選択

g) サイン(外看板 外部誘導表示板 室内看
板 室名等) 予算見積 基本計画 実施設
計 工場製作監理 現場監理

h) グラフィックデザイン

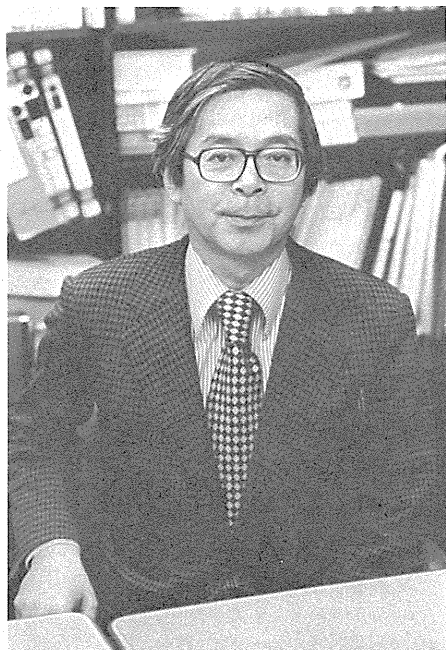
基本書体デザイン マークのデザイン 各
種印刷物のデザイン

i) ユニホームデザイン

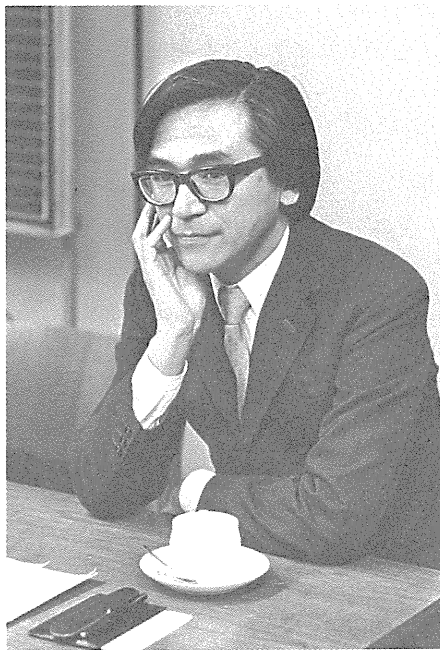
各種ユニホームデザイン 一部既製品の選択

j) 什器備品(リネン 各種食器 各種調理用
品 各種ワゴン 事務用品及び機械 メイ
ンテナンス用品)

予算見積 既製品の選択 一部設計監理



三輪正弘環境造形研究所
三輪正弘



剣持勇デザイン研究所
松本哲夫



フォルム・インターナショナル
矢吹 宏

三輪——坪とか平米では、特にインテリアの場合、困ることが生じますね。

矢吹——高いホテルのロビーの吹抜けなど坪とか平米では……（笑）

司会——建築の契約と比較して、少し三輪さん御話し願えますか。

三輪——私の経験ですが、建築家協会の料率表のアイテムのなかにプロダクトデザインがないのです。それで少し研究したら、デザイナー協会のロイヤリティー制と売り渡し制では、後者の方が良いということが解りました。基本的には売り渡し制の内容は項目別ですが、マン・デイ計算です。ロイヤリティー制の問題が生じるのは、数量が或る程度出る時です。私の場合は比較的少量の売り渡し制ということで、プロダクトデザインの処理できる限界だった訳です。しかし、たとえばアルミの新しい断面を使って押出しをすると、型代償却で3000以上捌かないとダメだということは解るのですが、償却できるというバランスでプロダクトデザインになるかという3000ぐらいで

は……

松本——月産3000ぐらいで量産とは思えませんね。

今崎——家具でしたら、矢張りスチール製で、価格的には5千円を切るぐらいの商品でしょうね。木製家具の場合だと、これは7～8年前の話ですが、月産一万脚程度の生産をしなければ、企業としての利益を得ることはできないようでした。

三輪——建築に限って話しますと、建築は他のデザイン状況よりも歴史が古い為大変恵まれた時代があった。その時代の人達がフィーレイトを規準にして仕事をしていたのです。これは自分達の職能を守る意味もありますが、ユーザーにとって大規模な建築になると設計料を幾らに決定するか、大変難しい問題なので、経験的な数値や在来外国系のかかなり完備したフィーレイトを基に作った訳です。これは度々改訂されてきて、現在も残っています。ところが、このフィーレイトも建築士の増加、請負会社の設計組織の充実などが起因となって、崩れてきているのです。特に官公庁発注問題。指名願いを提出する設計事務所が激増している

為、それをセレクトする必要が生じる。

現在入札制を採っているところがかなりありますが、これはより安い設計料で設計を推行させるというカタチですね。確かに予算の有効な使途ということならば、競争によって一番安い所に落したという論理は成立します。しかし、営繕的とも言いますか、建築の質を考える場合は官庁サイドとしても最良の方法だとは思っていない。建築家の数が少なかった時代ならば、ストレートに指名することができたのですが、今では擬似コンペとか色々……

松本——確かに手続は厄介ですね。

司会——公取委の問題は、どの辺りから起きてきたのですか。

三輪——公正取引委員会が問題にしているのは、建築事務所の業務は利益を目標にしている事業所である、株式会社と提携している所が多いではないか、その辺りですね。これに対して、当時建築家協会会長の大江氏が異議申立をして、勧告を拒否した。その時点から建築家が何を成さなければならないか、それは次の論理の展開です。現在、行なっていること



今崎務デザイン研究所

今崎 務

のひとつは、職能法という法律を立法化させる活動です。これは先の長い話ですが旗印は掲げておいて、実際の活動は、官公庁を中心に民間までも広がっていくカタチで、どこまでフィーレイトを防衛することができるかということです。その周辺から生じる問題は数限りなくあるのです。建設省が設計料の基準値について、ひとつの方向づけを出す準備を始めました。基本的には、工費に対してのパーセンテージという算定の仕方が底流に残っていて、一方にはマン・デイ計算とか積上げ方式で算定するという方法も出ている。マン・デイ計算はアイテム別に仕事量があって、技術者の人件費を想定して掛けるのです。それにプラス経費という算定の方法です。それがベースになる。しかし、たとえば人件費に掛ける数値を2.5にして、具体的に算定してみると、2～3億の場合は妥当な数値が出るとしても、住宅とかでは18%という数値が出たりするのです。これはユーザーの側が困りますよね。ですから、積上げ式とパーセンテージ、その接点をどこに見つけるか、建築そのものの質をどこ

で歯止めするか、その為には設計料がどうしてもこれぐらい必要だという論理を作ろうということです。建築家協会と設監連とが同調して、職能法の確立へ向けて活動しているのが現状です。公取側から、これに関しては今年審決が下るのですが、矢張り事業所であるとするか、信頼において質に対する技術を提供する専門職であると認められるか、それによって今後のことも決定する訳です。

司会——建築家協会と同様に、デザイナー協会の抱えている問題のなかにも、質のことが重要な……

三輪——質の問題に尽きると言っても過言ではない。ましてこれからはユーザーに対する質の問題です。というのは、これまでユーザーと考えられていた人達とは別に、環境アセスメント、直接使用しなくともプラス、マイナスの影響を受けるユーザーも存在する訳ですからね。だから今後は、誰れの為の質かを明確にしていかなければなりません。商業施設では、さ程問題は生じないと思いますが、公共性の高いものは大きな問題です。

松本——独禁法のことですが、社会には競争の原理が存在しなければならないというのが大前提であり、自由経済社会が円滑に機能していくには必要な法律であると……

三輪——直接的にはそうですが、間接的には、第一のユーザーに質が確保されなければいけない。そこへ戻ってきて、競争の原理によってできるだけ安く、質の高いものが提供されなければならないのだけれど、その質を最低限確保する為には、設計或いは監理費も含めた作業の実施項目の明確化が必要だということです。これは質そのものと結び付いている訳でそれを入札のようにダンピングで競争していき、或る限界を割るようなことがあれば、基本的な質は確保できないではないか、というのがこちら側の論理なので

す。それが延々と噛合わないのですよ。

松本——公取側の意見を聞くと、安くする為に質が悪くなるのは建築家の職能として恥すべき行為というよりも、ありうべき筈がないと……競争の自由原理に何がしかの一線を引いて、皆がそれを守らなければいけないとするのは非常にまずいと言っていますね。

今崎——基本的には、建築家やデザイナーのモラルの問題ですよ。自由経済の上に立脚して、競争が存在しても構わないけれど、モラルさえ守られていれば良い訳です。

三輪——仕事の能力と質を守りぬくモラルですね。

松本——アメリカの州によっては、独禁法違反で、弁護士達の弁護士料の規定とかは破棄されてしまったところがある。建築家協会も料率規定の破棄を呑んだ州があると聞きました。

三輪——建築家も広い意味のデザイナーの一員ですから、ユーザーに提供される質の確保の為に、フィーのレベルを守っていかなければなりません。方式がマン・デイであれ、料率法であれ……

司会——まだまだ、大変な問題を抱えているというのが、どうやら結論のようですね。(笑) 本日は有難う御座居ました。

イタリアのデザイン状況

——喜多俊之氏に聞く

インタビュアー 加藤 帛子



喜多俊之（きた・としゆき）（株）IDKデザイン研究所代表取締役、BERNINI ITALIA企画。1961年堺市立工業高校工芸科卒。一連の家具デザインは、オッタゴノ誌に紹介され国際的に評価されている。1976年協会賞受賞。



加藤帛子（かとう・きぬこ）前川國男建築設計事務所家具設計。1958年聖心女子大学卒、桑沢デザインスクールリビングデザイン科卒。学習院大学図書館家具、紀伊國屋書店本店・支店家具、室内装飾。

加藤——イタリアでデザイン活動を始めたきっかけからお話し願えますか。

喜多——ストリ・インダストリアルという雑誌があったのですが、大変それに共感していて、機会があればイタリアへは行こうと思っていたのです。丁度その頃カシーナやベルニーニなどの会社のデザイナーが来日したので紹介してもらい、一緒に旅行をしたのです。その時話が良く合い、是非一度イタリアへ来ないかと誘われた訳です。

加藤——渡りに舟ですね。

喜多——全くそうです。

加藤——言葉の問題はありませんでしたか？

喜多——ええ、最初は一年半程滞在したのですが、全くイタリア語が解らなかったもので、「チャオ」ばかり連発していました。イタリア人の間でも極く親しい友達に対してしか「チャオ」とは言わない習慣があったので、私はおかげで皆と友達になることができました。その中にはマジストレッティとかマルベリーニなども居ました。イタリアでは企業の場合で

も、建築家とかデザイナーの世界でも、友達ということだけがお互いの関係を保つものなのです。

加藤——家族主義、友人主義のようなものですね。

喜多——当時（1969前後）は多くのデザイナーが出た時期で、あたかも量産しているかに思われるような奇抜なデザインのもの、実は人海作戦で一週間掛けで手で削って作ったものであったりするのは面白いことです。

加藤——私が1970年頃にイタリアへ行った時、家具の展覧会をミラノで見たのですが、例の蛇腹の照明器具が飾ってあったのです。このようなものがすぐ作品になっているのはすごいと思って、どのくらい作っているのかと聞くと、これ一点だけ……（笑）

喜多——どうしても私達にしてみれば、量産しなければ出品される訳はないと思ってしまいますね。しかし当時、アルキテット達は企業経営者達と友達のように気軽に食事でもしながら新しい家具の話をして、意見が合うとすぐにそれを作品

化しました。このような作り方で当時は多くの作品が生まれました。ウツタルノの人々、カシーナ、フロス、ベルニーニ等の人々が日本へも来ています。そして企業もデザイナーも同時に競争を始め、一つのブームを呼びました。

加藤——デザイナーと企業が友人関係で結び付きながら良い仕事できたから、あのように華やかな時代が到来したのだと思います。日本のようにデザイナー自身が鋸を削って営業しなくても良いというのはとても羨ましい。

喜多——イタリア人の人なつっこい性格が、企業家とデザイナーをうまく結び付けていった一つの背景になっていますね。丁度イタリアの経済が上向きであって、カシーナ等の人々はデザイナーのパトロンになっていった訳です。ペッシェなどは本来、家具からは縁遠い人だったのですが、カシーナは彼に投資しました。また個人経営の会社が、当時はそれだけの資金を充分に持っていたことも助けて、ミラノ中心に一つの流行のように広まっていきました。その中で、マジストレッテ

ィ、ベリーニ、スカルパが出てきました。

加藤——丁度その時期のイタリアをご覧になっていらっしゃる訳ですね。

喜多——ええ、私はあるデザイン事務所に月決め契約で働いていましたが、ベルニーニの勧めでフリーになることにしました。

加藤——フリーになられてからは、一つのデザインすることにデザイン料が入ってくるという形になった訳ですか？

喜多——はい。いわゆるロイヤリティーということはフリーになってからです。

加藤——フリーで始める場合、何か資格が必要ですか。

喜多——ありません。マレンコの椅子のように、どのような職業の人であれ、作品が良ければ受け入れられます。そして9月のサローネ・デ・モビリなどで発表します。これはメーカーがその場所を設けてデザイナーに依頼するか、あるいはデザイナーのプレゼンテーションを企業が試作するという場合もあります。試作したうちの6・7割は取り上げられませんが、それでも試作を盛んに行ない、合格したものをサローネ・デ・モビリやドイツのケルンのネッセンに出品して反響をみてから作り出すことになります。今はやや薄れましたが、このサロンが大きな発表の場ですね。

加藤——コンペなどはいかがですか。

喜多——当時もあまり流行っていなかったし、今ではほとんど廃れました。またイタリアでは営業部長、オーナー、販売部長、この三人の間の好み商品化に大きく左右します。このようにミラノを中心としたデザイン文化が一斉に花開き、海外へも波及していきました。特に雑誌の役割は大きく、ジオ・ポンティの作った「ドムス」、他に「アビターレ」「オッタゴーノ」「カザボーク」等がそのきっかけを作りました。現在ではかなり一般の人々までが新しい家具に対して大きな関心を示すまでに至っています。

加藤——値段も入手し易い範囲にしてあ

るのですか。

喜多——イタリア人の家庭では、大体一部屋に小型車一台分程、70～100万円ぐらいの十分な予算を掛けています。このような家具に対する消費者の意識が、現在の状況を作り出す潤滑油となっていることは確かです。

加藤——大体イタリアのデザイン状況を把握することができましたが、イタリアのデザイナーの社会的地位をお話し願えませんか？ と言いますのは、デザインフィーのダンピングがあつたりして、日本のデザイナーの心のなかには、かなりイライラが蓄積しているように思えるのです。

喜多——それは確かに感じますね。

加藤——イタリアはデザイナーにとって大変恵まれている場所だと思うのです。そこにはどういう土壤があるのか……

喜多——先程も申しましたように、イタリアの場合、あまり堅苦しくないという社会的背景があるのです。たとえば企画を依頼されたとしますと、その値段交渉の契約をしてから仕事を始めますが、持前の柔軟さで事はうまく運びます。

加藤——特にフォームはないのですか。

喜多——建築でもプロダクトでも、パーセンテージはありますが、個人によって違うようです。しかし大まかな通り相場は協会を立てているようですが、何パーセントにするべきだということは制約しない。ロイヤリティーも企業によって多少の差はありますが、その辺りは紳士協定で解決していきます。そして3ヵ月とか半年で、これだけ売れましたから、あなたの取り分はこうですとタイプを送ってきます。

加藤——割と短いインターバルですね。

喜多——プロダクトデザインとか量産する商品は日本と同じように、試作段階で幾らか支払い、残りはロイヤリティーにする。デザイン全部を買い取る、全くロイヤリティーだけを支払うという三通りがあります。これは話し合いで決めてい

るようです。

加藤——プロダクトではなくて、住宅とか建築を、他のグラフィックデザイナーや建築家と協同で作業をする時も、値段の決め方は矢張り話し合いですか。

喜多——漠然としたフォームは各々で持っているのですが、その状況によって話し合いで決めています。

加藤——話し合いで成立して、紳士協定が守られれば何も言うことはないですね。それで、比較的値段の出し合いはうまくいっている訳ですね。デザイナーどうしで仕事の取り合いはどうですか。

喜多——それはありません。競争して売り込んでもそのアイデアの質で選ばれる訳ですから……ただ日本の企業でデザインをする場合、イタリアと非常に違う点、ソフトにお金を払いたがらないことですね。

加藤——そうですね。特に建築、デザイン関係のソフトに対する価値感、企業も民間も低い。

喜多——確かに日本の場合、ソフトをプロにしている人達に対する一般の意識は低いようですね。ですから、そこに協会の重さを感じます。

加藤——矢張り感じられますか。

喜多——加えて、日本の一般住宅の現状に対して、デザイナーは深刻に考え過ぎるのではないかと、もっと陽気になっても良いように思う。イタリアの優秀なアルキテットが日本を旅した時、私の3DKのアパートにも来たのですが、日本のせせこましい状況を見て、次の新しいものはここから生まれると言っていました。だから悲観的に考える必要はないのではないか……

加藤——あらゆるものが出尽くして、次はそこから昇華したものが出ないと……

喜多——それができた時に、日本のデザインは国際的なところまで行くことができるでしょうね。

加藤——どうもありがとうございました。

■ アンケート

〔設計実務・報酬〕 対象者・東京在住のJID会員19名

設計の実務・報酬等について、当協会の報酬規定の質問を中心に、会員の独立デザイナー19人（東京在住）にアンケートをお願いしました。独立デザイナーとして共通の悩みもありますが、デザインを企業として成立する為の意識や、企業との対応姿勢も、対象とするデザイン領域の違いも含めて、それぞれのデザイナーによって異なっていることがわかります。

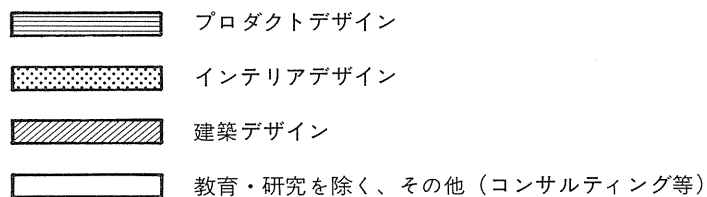
アンケートは企業主年齢とスタッフ数を考慮して選ばしていただき、解答は面接及び電話によっていただきました。なお各質問の下に打ってある数字は解答者番号で、各質問における同番号は同一デザイナーの解答です。

編集部の都合によって、解答をいただいた方の氏名は無記名、スタッフ数も一括して記載いたしました。

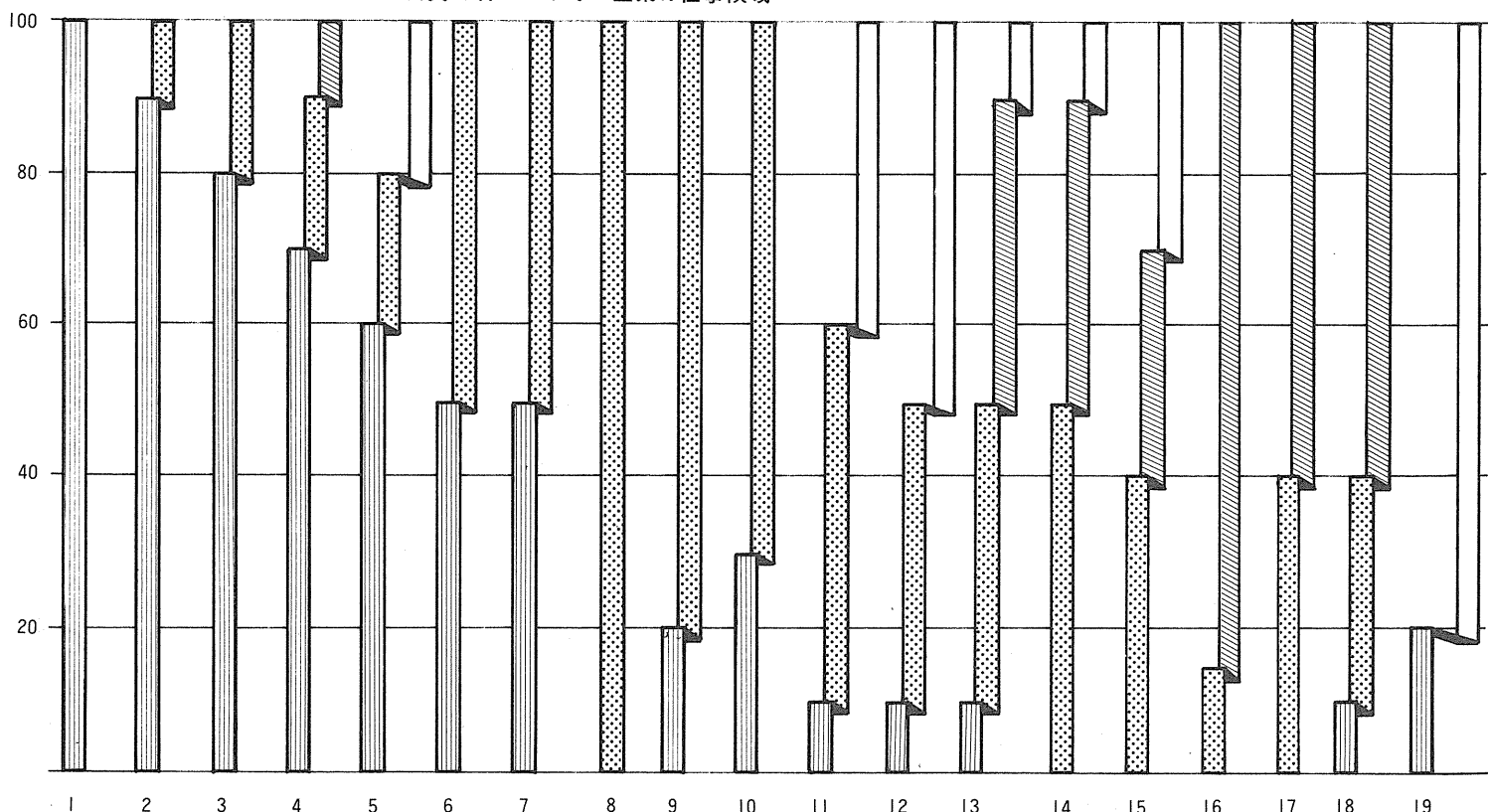
スタッフ数	企業所数
0	5
1	7
2	3
3	1
4	1
5	1
9	1

アンケート対象19デザイン企業の1カ所当りのスタッフ数

計19



① アンケートの対象になった正会員19名のデザイン企業の仕事領域



※ %は仕事件数、売上金額等の定量的な数ではなく、経営者自身の極めて感覚的なおさえによる。

② 施主や企業規定によって差はあると思いますが、デザイン料をどのような方法で算定しますか。

㊟—プロダクト ㊞—インテリア ㊟—建築

MAN-DAY 制		㊟ 単価(時) 3000～4000		㊟ 単価(日) 50000程度	㊟ 単価(時) 4000～6000	㊟	㊞		㊞	㊟
点 数 制							㊟ 単価を下げて 使用			
施行価格、 製品価格の %	㊟	㊞	㊞ JID規準の -20～-30%	㊞ JID規準	㊞	㊞ JID規準の ±20%	㊞ ㊟ JID規準	㊞ JID規準の 0～-50%	㊞	㊞
製品分類%										
ケースバイケ ースで世間常 識に対応				㊟		㊟	㊟ ㊞	㊞	㊞	
ロイヤリテ ィー制	㊟	㊟	㊟		㊟	㊟			㊟	㊟
そ の 他										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

MAN-DAY 制			㊟							
点 数 制									㊟ 単価はFDよ り安くしている	
施行価格、 製品価格の %	㊞ JID規格の ±0～-30%	㊞ 施工共にする 為、不明瞭		㊞ ほとんど ㊟	㊞ ㊟	㊞ ㊟	㊟	㊞ JID 基準より 高くしている ㊟ 建築家協会フォー ムを高くしている		
製品分類%			㊞ ㊟							
ケースバイケ ースで世間常 識に対応				㊞ わずか			㊞ ㊟			
ロイヤリテ ィー制									㊟	
そ の 他		㊟ 企業によって 異なる					㊞	㊟ JID 規準を高 くしている		
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

..+20%から-50%まで、差が著しい。

③ デザイン行為に含まれる進行の為の基本行為や付加価値にどのように対応していますか。

	業務拘束・長期契 約など含めて、ロ ーヤリティーが主。	原則的にはサービ スしない。ローヤ リティー制は新た に時間単位規定。	ケースバイケース で親戚ならサービ ス、長期契約が自 分の保障となっ ている。	単品ではサービス、 長期契約の場合は 顧問料、拘束料を 貰っている企業ス タッフと協同の場 合は、労働料とし て貰う。	工業所有権自分で 持つが、費用は相 手にもらう。他は サービス。	サービスのことあり。 コンサルタン ト料含むことあり、 工業所有権は当方 使用権を渡す。	サービスあり、加 算料あり(話し合 い)	サービスもあり、 日当としてとれる ものもある。	サービス、著作権 は当方とする。使 用権は相手にある 場合が多い。	サービス。
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	コンサルティン グ料に含める。時 間単位だが相手 により%の増減。	施行でとるから 中に含める。	サービスが多い。	ケースバイケース (サービスもある。 日当・コンサル ト料を一般的には とる。)	ケースバイケース。		ケースバイケース。	プラスαの決定は 企業との相談。	口答と文書と図面 の3段階(コンサル ティングでは図 面がサービスにな ることあり)	
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	

..極めて流動的だが、サービスの傾向が大。

④ プロダクトの場合、ロイヤリティー制ですか、売渡し制ですか……。

ロイヤリティー制	生産数量によって 2%～5%	仕量の7% 2%～5%	出荷価格の 2%～5%	1.5%～5%	5%を最低のギャ ランティー		仕量の20% 3%		工場原価の5% 小売価格の3%	工場出しの7%～ 3% (平均5%)
売 渡 し 制		仕量の30%					経験による独自の 点数計算、特注は J I Dを規準			MAN-hour
そ の 他		ロイヤリティー制 の場合、前渡し金 なしのストレート が20%、前渡しと アドバンス制80%	3%が一番多い 下限1.5% 上限5%	以前に嘱託料でと ったことがある	イニシャルフィー 及びアドバンスフ ィーのもの、スト レートのもの、両 方がある	売渡しの場合、 MAN-DAY + a aは企業により 流動的	給与制		販売数量が規準	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ロイヤリティー制	5%								箱物の場合 3%	仕量の大部分が 3%、1%もある
売 渡 し 制		ロイヤリティーの計 算を規準に一定生 産量を掛けたもの								
そ の 他	前渡し金内で生産終 了が多い		月給制							
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	

⑤ 契約時に、どのようなフォームを使用されますか。 ㊦…プロダクト ㊧…インテリア ㊨…建築

協 会 発 行	㊦	㊦	㊦ ㊧	○	㊦ ㊧ 内容補促	㊧	㊦ ㊧	㊧		㊧	㊦ ㊧		㊧		㊧		㊧ 建		㊧ 建 建築学会		
協会参考の自社			㊦									㊦	㊦ ㊧ 建						㊦ ㊧ 建 建築家協会	㊦	
独 自 製 作	㊦	㊦	㊦	㊦		㊦ ㊧			㊦		㊧					㊧					
契 約 企 業	㊦	㊦	㊧	㊦			㊦		㊦	㊦								㊧ 建			
憶 え 書 程 度						㊦								㊧ 建 信用	㊧ 建						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19		

…JIDフォームが一応の規準。施主との結付きの中で信用も……。

⑥ 協会による報酬規定の設定について該当するところに○を付けてください。

⑦ 現状の報酬規定の問題点は？

どうしても必要			○	○	○			○	○	○
あった方がよい	○	○				○	○			
全 く 不 必 要										
	ローヤリティーの場合生産量を低くみているように思う。経験を基に独自につくる企業にとってこのままでは無理。	ラフすぎる。(やるなら、何種類か、きめ細かく作るべきだ)	プロダクトの場合、生産額が実際のでない。販売価格の方が実際の。書式がもう少し細目にわかって欲しい。	問題が起った時の資料としてたまたまに使うだけなので現状で良い。(どんなケースが多いか知りたい)	種々の対応があるが現在では不備。しかし、満足させることはできない。	守ると取れない場合も生じる。	もう少しガッチリしたものが欲しい。	なし	工事金額が高額の場合、不適當。現実的でない。	建築家の規定より料率が低い。
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

どうしても必要	○	○		○	○				○	
あった方がよい			○	○		○	○	○		
全 く 不 必 要										
	生産数(販売数でなく)を基礎にすべき。	相手があること一率に決められない。日当等不況でとれなくなっている。	なし	個人的には、もっと謙虚になるべきだと考えている。		細かく規定しない方が利用できる。	漠然としていて利用しにくい。	目安としては良いが低すぎる。	目安としては良いが低すぎる。	
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	

△目安としての使用が多い。プロダクトフォームに問題、現実的に使用しにくい。

⑧ 市場に商品を送り出す迄の一環した仕事以外に、どのような仕事が分離された形で増えていますか。

	なし	商品企画	コンサルティング	ノウハウ調査、企業相談、ユーザー教室	コンサルティング、社員教育	商品企画、コンサルティング(セールスプロモーション)	商品企画、コンサルティング	商品企画	なし	なし
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	企業企画、商品企画	コンサルティング	開発会議などに引き継ぎ出される	なし	コンサルティング	なし	開発のみの仕事が増加	資金面の調達相談	商品企画(長期計画)	
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	

△デザイン業として成立する為には、ディレクターとしての能力や経営手腕も多分に必要とされる。

⑨ 企業や施主との対応を含めて、デザインワーク全般について。

やり易くなったこと	なし	なし	なし	なし	デザイン業務の理解が深くなった。	企業がデザインに関して真面目になった。	理解が深くなった。	なし	デザイナーを使うケースが増えてきた。	なし
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

やり易くなったこと	なし	なし	施主次第	なし	なし	なし	なし	設計料が貰いやすくなった。	ソフトに対して企業の理解が深くなった。	
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	

やりにくくなったこと	不況	不況(ダンピング、他分野の進出)	不況、提案しても企業が決断しないことが多くなった。	設計料がとりにくくなった。開発点数がへった。意図不明の時点からの協力が多くなり、結果的に時間が掛りすぎたり、中止するケースが増えた。	メーカーサイドのスタッフとの協同が難しくなった。	企業が経済的に追われていてデザインに廻す金がなくなった。	より広範囲に仕事が入り、販売なども含めてデザイナーの仕事がディレクター的な要求をされるようになった。	競争が激しくダンピングが増えた。	不況	不況
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

やりにくくなったこと	不況	不況、家具屋が消極的。	施主次第	なし	なし	施主がデザインを依頼することの意味を知らない。信頼をもって設計をたのんで欲しい。施主、施工、設計のチームワークを取りたい。	なし	他設計者のダンピングが多くなった。	企業スタッフ(営業マン)の知識が高くなった。	
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	

..やり易くなったことに、“なし”が多数を占める。逆に、やりにくくなったことに不況が7/19を占める。

⑩ 不幸にして途中でキャンセルになった場合、デザイン行為に対する請求は、その算出法？

必ず請求してとる	○		○	キャンセルなし					○		キャンセルなし	キャンセルなし		○	○	○		キャンセルなし	
とれないこともある		○			○	○	○	○		○			○						○
ほとんど駄目																	○		
算出法	実費日割計算 20000～25000	対象によって話し合い(日当ベース)	時間計算、ローヤリチーの場合はなし		MAN-DAY算出とJIDフォーム。	ケースバイケースJIDフォーム使用。	MAN-DAYを基にした話し合い。	曖昧だがJIDフォームを参考。	自社の契約書にどこまでやったかで%を算出できる。	相手からとれるだけ。			時間計算。	ケースバイケース、日当、計算基礎は良識にまかせる。	進行までの基本料金。	交通費プラスアルファ。		キャンセルなし。	FD計算
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19

..日当計算がベースだが、企業の労働に対する良識も……。

⑪ 現在、最も問題に感じていることは？

企業・施主 に対して	デザイン以前の仕事が増えている。 (リサーチ)	本質的にサービス業に関する理解がなく年間予算に組入れられていない企業多し。	生産販売に懸命になってくれない。	工業所有権など基本的ノウハウを設計者に無許可で他へ転用する企業がある。	概してI.D.はスムーズだが家具企業は良くない。試作がモタつきONLINEがむづかしい。	各種タイプがあり答えられない。	不況下でデザインが魔法の杖扱いになり正当評価されていない。(報酬が正当評価されていない)	施主が浮気。デベロッパーとデザイナーの関係でくずしが始まることあり。	インテリアデザインの重要性を理解していない。	頭脳活動に払うべき報酬に対する理解が足りない。
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

企業・施主 に対して	施主の性格が売上げ本位。	デザインの理解が足りない。	建築家と組んだ場合手間がかかりその報酬がとりにくい。	デザイナーに対応しかたの理解が薄い施主がいる。	なし	施主がデザインを依頼することの意味を知らない。信頼をもって設計をたのんで欲しい。施主、施工、設計のチームワークを取りたい。	なし	施主に、施行会社とデザイン事務所の責任範囲がわかってもらえない。	なし	
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	

デザインワーク側 に対して		なし	いかに収入を上げるか、受注量の問題。	積算能力、情報収集能力。(時間、技術がたりない)	なし	ワーク量、仕事件数と事務所経営のバランス。	事務所経営と、依頼される件数の扱いのアンバランス。	物価上昇とデザイン料のバランス。	株式会社として、雇用契約の方法等を考慮した新しい組織を考えるべきだ。(年間契約等)	仕事量に波が多く安定しない。
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

デザインワーク側 に対して	年令による体力。	プロダクトー現在反省するべきである。形だけでない、商品として生活面にわたるデザインを考えること。インテリア既製品が多く、オリジナルが少ない。	なし	謙虚になるべきだ。	なし	初めての旅行者と接した時。	なし	仕事によってバランスがとりにくい。(ウェイトのとりかた)	デザインがしたい。	
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	

⑫ 所員について何か問題があれば……。

	育てることが苦しい。	デザイン料がスタッフを雇うまでの経済状況でない。安く仕事をする連中が多すぎる。	なし	なし	給与のアップパリティがある。どう対応するか悩み。	質問No.11に同じ。	永年雇用が難しい。	スタッフ人件費と収入のバランス。	質問No.11に同じ。	なし
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

	なし	なし	オールマイティのスタッフが欲しい。	なし	なし	なし	なし	スタッフの給与と仕事量。	30才停年制をとりたいたい。	
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	

⑬ デザイン能力の伸びと経験に対する給与の問題。

FD

(中小企業デザイン機構の略)

契約条項が点数制によって完備している中小企業デザイン機構発行の付加価値料を加えた契約フォームをサンプルとして掲載させていただきました。他にワーク料中心の書式もあります。入要の方は下記の所へ連絡して下さい。

〒164 東京都中野区2-12-5メゾンリラ301

Tel 03-382-6448

1	デザイン料 請求 見積	書
---	--------------------------------	---

No.

昭

A 様

B

■ 件 名

■期 間 自昭和 (月 作 業 分)

下記の明細および添付の①②デザイン基本料③デザインワーク料に基づいて

右の金額をデザイン料として御 申し上げます

請求総額 ￥

源泉徵收稅額

差引お支払額

内訳□デザイン基本料 契約書またはデザイン基本料規程に基づき、デザイン基本料計算書により該当項目を集計・算出した□□進行基本料□□付加価値料それぞれの合計をここに転記し、明細はその計算書を添付します。

① 進行基本料

FD基本料単価 進行基本係数合計 稼働相当日数

@ ¥5.000 × ×

 = ¥

1

② 付加価値料

FD基本料単価 付加価値係数合計 稼働相当日数

@ ¥5,000 × ×

$$\frac{\text{Revenue}}{\text{Costs}} = \text{Y}$$

2

③ デザインワーク料 デザインワーク計算書に定める作業内容それぞれの基本点数と作業に要した時間との積としての合計を、FD単価に乗じて算出し、その要点をここに転記し、明細はその計算書を添付します。

F D 単 価 下記のデザインワーク点数合計

@ ¥ 500 ×

人民币

3

頁・件名					各頁の合計 点	または件名毎の通算合計 点
					点	
					点	
					点	
					点	
					点	
					点	
					点	
デザインワーク点数 合計					点	

デザインワーク点数 合計 点

■ 契約によるAの支払 月 日限 ☐ 現金郵送 ☐ 現金基金 ☐ 銀行振込

■ Bの取引銀行・口座

銀行

支店

☐ 当座☐ 普通

口座名義または No.

FD中小企業デザイン機構 S-I

2 デザイン基本料 計算書

No. _____ P _____

A 様

■ 件名

■ 期間 自昭

至昭

■ デザイン基本料 デザイン基本料規定に基づいて契約または業務進行の前後にAの了解を得た基準により、この計算書で集計した数値をデザイン料請求(見積)書へ転記します。またこの計算書を請求書に添付します。

① 進行基本料

$$\begin{array}{l} \text{FD基本料単価} \quad \text{進行基本係数合計} \quad \text{稼働相当日数} \\ @ \text{ ¥3,200} \quad \times \quad \times \end{array} = \text{ ¥}$$

	基本係数	計上値記入		基準係数	計上値記入
係数 ☐ 1 契約基本料(各月当り).....	3以上		☐ 5 業種拘束料(各月当り).....	10以上	
☐ 2 長期契約料(各月当り).....	3以上		☐ 6 品種拘束料(#).....	5以上	
☐ 3 進行優先料・特急料.....	2以上		☐ 7 プロジェクト・チームなどデイレクト料(#).....	5以上	
☐ 4 相談・指導料(各月当り).....	5以上		☐ 8 その他.....		

該当項目の計上値記入による合計

■ 進行基本係数合計

■ ② 付加価値料

$$\begin{array}{l} \text{FD基本料単価} \quad \text{付加価値係数合計} \quad \text{稼働相当日数} \\ @ \text{ ¥3,200} \quad \times \quad \times \end{array} = \text{ ¥}$$

	基準係数	計上値記入		基準係数	計上値記入
係数 ☐ 11 工業所有権に関する諸権利の譲渡などに対し	3以上		☐ 14 意匠権の使用設定.....	10以上	
☐ 12 実用新案の出願申請.....	5以上		☐ 15 実用新案権の使用設定.....	15以上	
☐ 13 特許・商標の出願申請.....	10以上		☐ 16 特許・商標権の使用設定.....	20以上	
☐ 17 その他.....	係数				
☐ デザイン原案原形が他の機種などへ転用・応用されることにに対し			☐ 23 部分的な転用・応用.....	10以上	
☐ 21 色彩・表面処理案の転用・応用.....	5以上		☐ 24 その他の転用・応用.....	5以上	
☐ 22 全体または大部分の転用・応用.....	20以上				
☐ 25 顕著な部品の原案の転用・応用.....	3以上				
☐ 経営・企画・販売・流通などに関する有効な提案・貢献に対し			☐ 37 関係のデザイン着想・考案.....	5以上	
☐ 31 経営戦略・商品計画・商品化の案.....	10以上		☐ 38 デザインポリシー・統合戦略.....	15以上	
☐ 32 販売計画・流通対策・販売実績.....	5以上		☐ 39 デザインワークのシステム化.....	5以上	
☐ 33 広告・宣伝・陳列の計画・方法.....	3以上		☐ 40 商品効果への著しいデザイン提案.....	10以上	
☐ 34 使用・維持・修理などのための案.....	3以上		☐ 41 その他のアイデア提案.....		
☐ 35 廃棄・環境保護などのための考案.....	10以上				
☐ 36 資源・材料の有効利用の考案.....	5以上				
☐ 生産性・製造・加工・機構などに関する有効な提案・貢献に対し			☐ 56 生産性向上への著しい着想・考案.....	8以上	
☐ 51 機構・構造・設計への考案・提案.....	3以上		☐ 57 コストダウンの著しい考案・提案.....	5以上	
☐ 52 材質の活用の著しい着想・提案.....	5以上		☐ 58 組立て合理化の著しい考案・提案.....	3以上	
☐ 53 加工・処理への著しい着想・提案.....	5以上		☐ 59 包装システムに関する考案・提案.....	10以上	
☐ 54 包装の材質・構造・方法の着想・考案.....	3以上				
☐ 55 搬送・流通・在庫対策への提案・考案.....	5以上				
☐ その他の有効な提案・着想・考案・貢献などに対し					
☐ (説明).....	係数				

該当項目の計上値記入による合計

■ 付加価値係数合計

3 デザインワーク料計算書

No. P

A 様

■件名

B

期間	自昭 至昭	月/日	日	月	火	水	木	金	土	点数×時間計=点数計	備考
■情報	1	条件聴取 見学 他								10 × h	
	2	資料 閲覧 測定 実験								10 × h	
	3	市場 観察 調査 分析								12 × h	
	4	資料 作成 文書 図表								10 × h	
	5	電話による情報交流								6 × 回	
■進行	11	会議 参画								12 × h	
	12	打合わせ連絡								10 × h	
	13	会議打合わせ傍聴								6 × h	
	14	部内会議A								10 × h	
	15	B								8 × h	
	16	外注 打合わせ 制作指示								10 × h	
	17	付随業務 連絡事務 コピー他								5 × h	
	18									× h	
■構想	21	スケッチによる考察								12 × h	
	22	模型による考察 造形								14 × h	
	23	図面による考察 造形								14 × h	
	24	文書 図表 写真 テープ その他による考察								15 × h	
	25	計画 色彩 印刷 他								14 × h	
	26									× h	
■表現	31	フリーハンドスケッチ 線画 見取図 その他								10 × h	
	32	簡易レンダリング								12 × h	
	33	レンダリング								15 × h	
	34	模型 制作 塗装 組立								10 × h	
	35	色彩 仕上処理他 指定								10 × h	
	36	図面 A 詳細図								14 × h	
	37	B 概要図								10 × h	
	38	C トレス								8 × h	
	39	文書 図表 その他								12 × h	
	40	版下 イラストレーション								15 × h	
	41	文字 マーク レイアウト 選択指定 校正 他								12 × h	
	42	写真A 撮影指示 撮影								15 × h	
	43	B 仕上指定 選択 現像等の作業								10 × h	
	44	C付随業務 撮影助手								6 × h	
	45	電話による指定 表現								8 × 回	
	46	スライド テープ等編集 その計画 制作 その他								14 × h	
	47									× h	
■出張	51	交通時間A								14 × h	
	52	B								12 × h	
	53	C								10 × h	
	54	D								8 × h	

■ B の担当デザイナー名

■ デザインワーク点数 この頁 計 点

■ ー 頁 通算合計 点

FD中小企業デザイン機構 W-1

4 外注費 立替金 等 請求書

No. _____
昭

A _____ 様

B

■ 該当デザイン件名

■ 主 な 使 途

■ 支 払 代 行 期 間 自昭 _____ 至昭 _____ (_____ 年 _____ 月立替分)

右の金額を立替金として御請求申し上げます

■ 立替金総額 ￥

立替金等内訳 (外注費・材料費・出張交通費・通信費その他の立替金であるもので、立替金請求規程に基づいて、契約または業務進行のはじめに申し合わせ、Aの了解を得た基準により下記の明細を集計します。)

材料費等 (立替金として請求する場合)	品目	種類	数量	単価	支払先	枚数	サイズ	その他	¥	小 計
☐ 図面	☐ コピー等	☐ 電子複写等								
☐ 用紙	☐ 色材									
☐ 特殊消耗材料										
☐ 輸 入 画 材										
☐ 模 型 材 料										
☐ 模 型 費										
☐ 加 工 費										
☐ 資 料 そ の 他										
☐										
☐ 写真フィルム	☐ カラーN・R	☐ モノクローム								
☐ 写真現像費	☐ カラーN・R	☐ モノクローム								
☐ 写真感光剤										
☐ 写真処理費	サイズ	枚数	モノクローム	カラープリント	スライド複写	その他				
☐										
日当手当を除く										
出張旅費／通信費										
☐ 出 張 旅 費	☐ 船輪	☐ 航空	☐ グリーン券	☐ 新幹線超特急券	☐ 特急券	☐ 急行券	☐ 準急券	☐ 指定席券	☐ 乗車券	
☐	☐ ハイヤー	☐ タクシー	☐ 交通機関利用に相当する自家用車経費	☐ 道路使用料	(区間)					
☐ 宿泊費 滞在費										
☐ 電 話 通 話 料										
☐ 通信費 送料	☐ 郵便料	☐ 速達料	☐ 書留料	☐ 簡易書留料	☐ 小包料	☐ その他の送料				
☐ その他 (明細)										

上記内訳の加算額
立替金合計 ￥

■ 契約によるAの支払 月 _____ 日限 ☐ 現金郵送 ☐ 現金集金 ☐ 銀行振込
■ Bの取引銀行・口座 銀行 _____ 支店 ☐ 当座 ☐ 普通 口座名義または No. _____

■デザイナーのための〔読むと得する話〕



長堀映司

「木ねじ」と書いて普通は「もくねじ」と呼ぶが、人によっては「きねじ」と呼ぶ人もいる。「黄銅ねじ」、「ステンレスねじ」、という場合は、ねじに使っている材料の名を頭にもってきて呼んでいるが、木ねじについては、木で作った「ねじ」という意味でなく、「ねじ」で締付ける相手が木であるため、この呼び名がある。JIS規格では、すりわり付き木ねじ(図1)を単に「木ねじ」と呼び、十字穴付き木ねじ(図2)と呼び区別している。

現在の木ねじはほとんど切削ねじで、転造法(ボルトや小ねじは転造法で作られている)で作られている木ねじは少ない。今までの木ねじは木だけが相手であったが、最近はプラスチック玩具の組立てや、焼入れされた木ねじを使ってアルミ合金の締付けに、タッピンねじ代用として使われる等、木以外の相手にも用いられ用途も広がっている。

(1)木ねじの種類

木ねじの種類は頭部の形状によって、「さら木ねじ」、「丸木ねじ」、「丸さら木ねじ」の3種類がある。(図1、2参照)

(2)木ねじの材料

木ねじの材料はJISによって原則が決まっており、鉄鋼製木ねじには軟鋼線材の3種(記号S W R M 3、炭素0.15以下、ケイ素0.30以下、マンガン0.60以下、リン0.060以下、イオウ0.060以下)、黄銅木ねじには黄銅線の2種(記号B S W 2、

銅65%、亜鉛35%)が多く用いられているが、最近はステンレス材を使ったものも増加している。ステンレス材の木ねじは、その特性からいって耐蝕面にポイントをおいた材質の選定が行なわれることは当然であるが、ねじの成形時のヘッディング作業が比較的苛酷な条件であるので、ニッケルを増量したり、炭素やクロムを減量して加工による硬化を低減する材質を選ぶ。そのため、ネジ用のステンレス鋼は鋼種が限定されることはやむを得ない。また、これら材料のJIS規格には、化学成分の上限の指定はあっても、下限については規定されていないために、市場で売られている木ねじも強度上のばらつきは避けられない様である。

(3)木ねじの規格と呼び方

現在、市場で売っている木ねじのサイズをまとめると「図3」のようになる。長さが10mmの木ねじは軸径の太さが1.6mmから3.1mmまで6種類しかないが、長さ40mmの木ねじは軸径の太さが3.5mmから8mmまで12種類もあることがわかる。しかし、軸径や長さの寸法には許容寸法差があるので、実測寸法で木ねじを呼ぶと間違えることがある。また、木ねじの長さは「図4」の様に「丸木ねじ」、「さら木ねじ」、「丸さら木ねじ」と長さの測り方が違うので注意を用する。

ねじ屋さんで、「木ねじ」を注文する時は「鋼のさら木ねじ3.1×25」、「黄銅丸さら木ねじ3.8×40」という呼び方をすればよい。

(4)木ねじの各部の名称(図5)

(5)木ねじの製造工程

木ねじの製造工程は次の様になる。

伸縮工程線	巻いた線材を伸して線にする。
↓	
圧造工程	線を切断して頭部を冷間成形する
↓	
すりわり工程	リベット頭部にみぞ入れを行なう
↓	
ねじ切り工程	リベット軸部にねじ切りをする
↓	
包装	検査をして箱に入れる

1.伸線工程

線材メーカーから入って来た線材を、3%~8%の硫酸水または塩酸水で錆落とし処理をして水洗いをした後、石灰被膜をつけ乾燥する。これを伸線機のダイスを通して希望する太さに伸線加工する工程。

2.圧造工程

伸線した銅線または黄銅線を一定の長さに切断し、コールドダブルヘッド(冷間二段打製鋳機)により第一段階で、予備打パンチをし、第二段階で仕上げ打パンチをして頭部成形をする。(図6)

普通は毎分60本(太物)から150本(細

物)ぐらい成形加工ができる。

頭部成形の終わったものを「リベット」または「ねじ下」と呼んでいる。また、十字穴付き木ねじは第二段階の仕上げパンチの時に十字穴部分と頭部の仕上成形を同時に行なうので、「すりわり付き木ねじ」にくらべ工程数も少なく、「バリ取り」の作業がないので量産向きである。

3.すりわり工程

頭部成形の終わった「リベット」の頭に自動すりわり機械で、みぞ入れを行なう。この機械は2種類あり、一つはリベットが固定された所へカッターが上下に作動してみぞ入れする「ヤゲン式」とカッターが一定の場所にあって下部

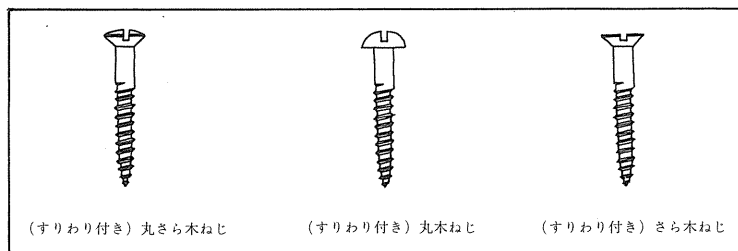


図1 木ねじの種類

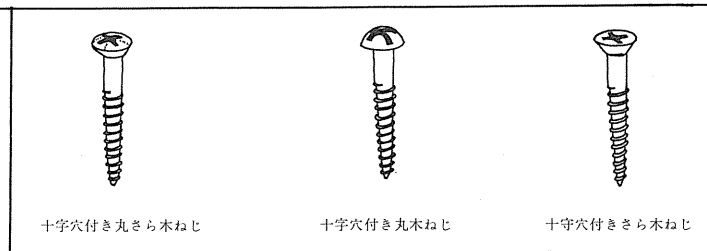


図2 木ねじの種類

呼び 長さ mm	1.6	1.8	2.1	2.4	2.7	3.1	3.5	3.8	4.1	4.5	4.8	5.1	5.5	5.8	6.2	6.8	7.5	8.0
6.3																		
10																		
13																		
16																		
20																		
22																		
25																		
32																		
38																		
40																		
45																		
50																		
56																		
63																		
70																		
75																		
80																		
90																		
100																		

図3 市場で売られている木ねじの規格
(例・黄銅の丸さら木ねじ軸径3.1×長さ25
という呼び方をする)

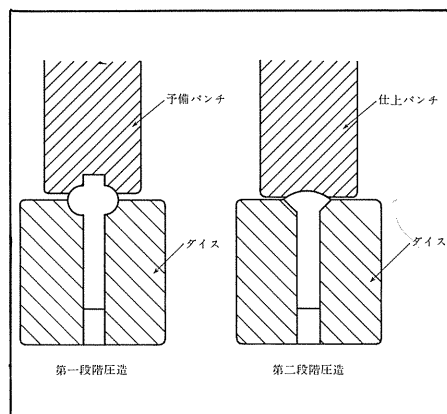


図6 圧造工程

または周囲をリベットが移動してみぞ入れをするタイコ式とがある(図7)。しかし、どちらの方法でも回転しているカッターによって、みぞを入れるため、どうしてもみぞ端に「バリ」が出るので、各種のバリ取り機械によって「バリ」を取るようになる。すりわりのみぞは使用上や外観上最も重要視されるので、みぞがセンターからずれていたり、みぞが浅かったりした製品を作った場合は、メーカーの責任であるが、木ねじを使用する側も、下穴をあ

図7 すりわり工程

けなかったり、適正なドライバーを使うことなど、注意が必要である。

4. ねじ切り工程

すりわりを行なったり、ベツ軸部に自動木ねじ切り機でねじ切り作業を行なうが、機械には、ねじ切り作業だけを行なう単能機(自動木ねじ切機)と、頭仕上、みぞ入れ、ねじ切りの3工程を1台で作業する全自動木ねじ切機の2種類がある。木ねじのねじ部は適当なテーパを付け、ねじは最先端まで巻いていなければいけないので少し特別

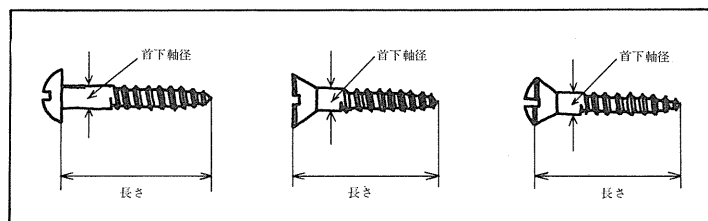


図4 木ねじの長さ

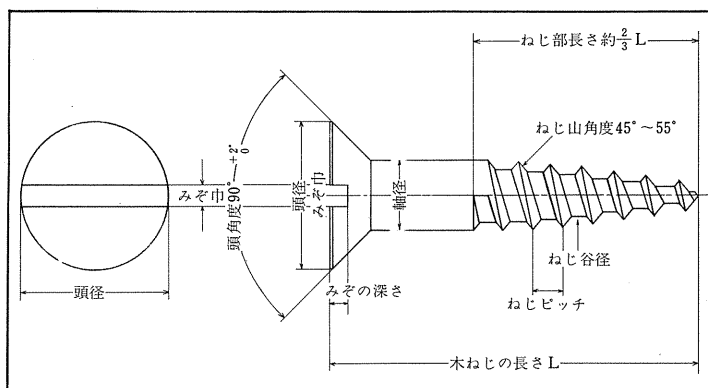
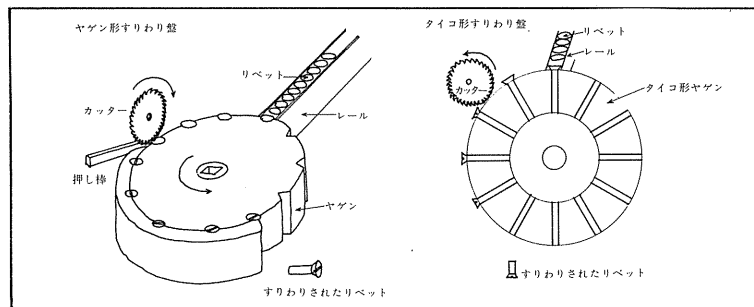


図5 木ねじの各部名称



な装置になっているため、言葉で説明するのは大変むずかしいが、単能機の作業順序は次の様になる。

すりわり加工したリベットを機械上部のホッパ(受け皿)に投入する→ホッパ内のリベットは上下運動する扇に頭部を上にした形ですくい上げられてタテのレールに移る→レール上を下に流れたりベットはレールの先端で横になる→ピンセットがリベットをつまんで下降し、スピンドル先端のチャックにリベットをくわえさせる→チ



■ 事業内容

“シンコール”これは当社が企画販売している装飾用織物の総合ブランドです。使用される繊維の種類、生産のメカニズムは広域であり、各種織物の中でも最も高度な多様性を有する織物群であります。従って、用途も非常に多様性があり、それを一つの特徴としております。当社は椅子張り用を中心に履物、寝袋、袋物、用資材など幅広い商品展開を行っております。



東京シンコール株式会社

〒116 東京都荒川区東日暮里4丁目12番1号
電話・東京 (03) 802-3211 (大代表)

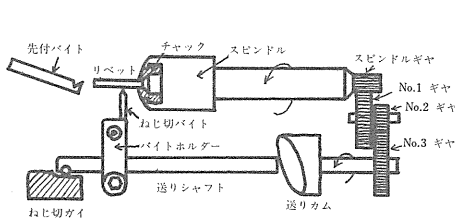


図8 ねじ切り盤

チャックされたりベットは先付バイトで先端を円錐形に切削される。→続いてねじ切りバイトが左方向へ移動しながらねじ切りを行なう。ねじ切りは段カムの操作で3回～5回くり返して切削して出来上る。以上が大体の工程であるが、この作業を連続的に行なうので、小さいもので8時間12000本、大きいもので5000本ぐらいの木ねじを作る。次に単機能のチャックにくわえられたりベットが実際にねじ切りされる工程を図8に書いた。

スピンドルに与えられた回転はスピンドルギヤによりNo.1、No.2、No.3ギヤと順次伝導して送りカムが回転する。送りカムが回転することにより、送りシャフトはカムの一番高い所で最も左へ移動し、カムが低くなるにつれてパネの引張力により右へ戻って来る。木ねじのリベットはチャックに固くくわえられているから、スピンドルと共に回転する。そこへ左方向へ移動するねじ切りバイトが接近して切削切り込みを行なうと、丁度回転している棒に糸を巻くようにリベットにねじ溝が切削される。スピンドルが何回か回転すると送りカムが1回転して木ねじの頭に近い方から先端まで1回のねじ切削が行なわれることになる。No.1ギヤとNo.2ギヤは同軸で固定され、一緒に回転する。またNo.3ギヤと送りギヤと送りカムも同軸で固定され一緒に回転する様になっている。仮にスピンドルギヤの歯数16枚、No.1ギヤ80枚、No.2ギヤ40枚、No.3ギヤ80枚とすると、スピンドルが10回転すると送りカムが1回転することになる。そして、スピンドル

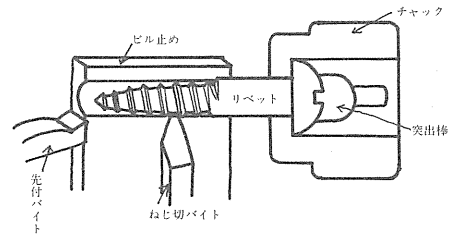


図9 ねじ切削図

が10回転した時、送りカムによってねじ切りバイトが25mm左へ移動すると、25mmの間に10本の溝が切られるので、ねじ山ピッチは2.5mmとなる。

ねじの切削を大きく書くと図9のようになる。木ねじは適当なテーパがあってねじが最先端まで付いているので、一種のならい装置になっている。ねじ部にテーパを付けねじ先を巻くには、図8のねじ切ガイドがならい切削をさせる役目をもっている。チャックはリベットをがっちり押え、突出棒は木ねじの頭の形に合せて作られており、ビル止めはねじ切り中リベットが向う側へ逃げるのを押える役目をはたしている。先付けバイトは木ねじの先端をすどく切削加工するバイトで、ねじ切りバイトはねじ切削を行なうバイトである。木ねじのねじ切削を行なうに当って一番大切なことは、チャックされたりベットが回転した際、正確に中バが出ないということである。でなければ良い木ねじは出来ない。

以上の工程により出来上った木ねじは、メッキ（ニッケルメッキが多い）をかけて仕上るものと、メッキをかけずにそのまま箱詰めされるものがある。

5. 包装工程

完成した木ねじは完成品検査をして紙箱に箱詰めされる。現在箱入りで売られている単位は1グロス入りが大部分である。1グロスは1ダースの12倍のことで144本入っている。大口需要用として10グロス単位のものや500本、1000本入など本数単位のものもある。

長堀映司（ながほり・えいじ）1939年東京に生まれる。1958年東京都立工芸高校木材工芸科卒。有限会社フォルマ・デザインスタジオ代表取締役。社団法人日本インテリアデザイナー協会正会員。

インテリアテキスタイル

山岸 稯史

量産されないもの

手織りのこと

インド産の手織生地が多く市場に出廻っている。価格は手織生地としては比較的安い経糸は6~10番双糸を使い、緯糸は太さに変化のある2番とかもっと太い手織でしか織ることが出来ない手紡ぎの糸で平織、または変化平織のものが多く、ザックリとした感触が素朴で、自然の色彩を中心に木綿の味を出している。

アメリカでは椅子張地にも使用されているが、綿屑がとぶので最近のものはその風合だけ生かしナイロン糸を使い、裏にコーティングしたものを作っているが、いかにも機能的なものに素朴さを表現しようとしているのがわかる。より一層の自然をもとめるということからか、また価格的にも安価であり、今年には婦人雑貨の分野にも進出しハンドバックにも使われている。

手織=手創の感覚がインテリアの分野にも、ファッションの分野にでも共通した現在の流行である。

手織りは一応どんなものでも制約もなく少量で制作することが出来るのが特長となっているが、何と云っても価格的高くなってしまふのが問題である。その点、開発途上国の人件費がまだ低いため、こしばらくは手織製品の輸入物はそれなりの利益をもっているといえる。またデザイン的にも輸入国からの要求を入れてそれなりに適したものも作られはじめている。

庭先の牛がいるそばで、家内工業的に染色され織られているだけに、染色堅牢度では問題があったものの、改良されてきている。しかし高級品として知られるペルシャジュタンでもだんだん価格も上昇し、それに従事する人も減少していて、最近ではインドの手織ジュタンの生活が増加しているという。これはインドの人口が多く、父親が4~5人の自分の子供を連れて、チームで工場で働くことが増加しているという。

日本では手織製品は着尺で多く市場に見られるが、インテリア関連としてはやはり限定されてくる。その代表的なものとしては緞通があるが、現在では、山形で少量産されているにすぎない。その他には、緞帳、タピストリーがあるが、日常生活の中で一般的に使われるものでなく、その存在は特殊なものである。

インテリア織物についての手織についてはまだまだ開発途上国に類する日本では、日常生活の中での手織製品は生産価格からいってもその流通からも難問がある。従って現在ではショップまたは消費者への直売方法でなければ流通マージンに問題が生じ、成り立たないと云える。その上まだまだ一般消費者による手織商品への認識が増大しないかぎり前途多難である。

手織製品では量産品(機械による)ではないということが一目瞭然としていなければ、商品としての価値が認められないということである。手織の"もの"は、人間の手で直接織られた単品としての場



手織(試織・綜縞通し)



手織サンプル

合とそれを量産品としての機械織に写しての試作品の2通りがあるが、量産品への移行をする場合には、必然的に技術的にも可能であるものをデザインしなければならない。そして、そのおのおのにも限界があることを知っている必要がある。

フィンランドのドラユング(DURAJUNG)はダマスクによるタピストリーを作っているが、それをタンペラの工場ではテールクロスに写して量産をしているといった場合も見られる。

手染めのこと

手織りのものに対してテキスタイルではもうひとつの代表的表現方法として染めものがある。機械によっての量産ではなく、あくまで手作業によるもので、江戸小紋、沖縄の紅型等是有名である。インテリアスペースで使用される代表的な手染めのものとしてはノレンがある。ノレンは宝町以後に暖簾の名で家のしるしとして飾られ、家の日除けとして元来は用いられた。ノレンは形態的に、のれん、水引きのれん、長のれん、日除けの4タ

イプがある。

水引のれん 軒に吊す横長ののれん
長のれん 軒から地面近くまでの長いものこの長のれんには土間にかけるのではなく座敷にかけるものがある。
結婚し花嫁が持参して若夫婦の部屋の入口にかける、加賀、本荘地方を中心に風習として存在したのれんがある。
現代のスペースディバイダーのはしりである。

日除け 長のれん的一种で全部裾まで縫い合せ、裾におもりをつけたもの。

これらのレノンはいわゆるプリント生地と異なり、表裏に糊置きをしたり、ろう描きをして防染し着色したもので、厚手の綿生地、薄い麻生地が主として使われ、すし屋、そば屋等に必ず使われている。一般家庭では廊下、玄関に使われているが、本格的な手染めのもの、それを量産化したもの、がある。量産化したものも含めて、インテリアテキスタイルの小物の全売上げの $\frac{1}{3}$ の量を示めている主力商品である。

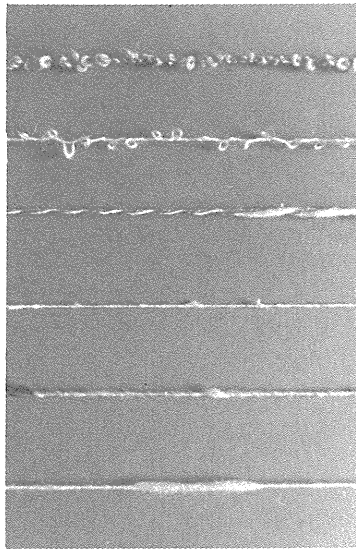
その他では主として民芸売場で見られる風呂敷、テーブルセンター、座ボタン等、また特注による襖とか額に手染めによるものが見られる。今後は手織りのものと同じに手染めのオリジナル物は価格的に高価であるが、そのコピーはその味を生かしての量産化がさらになされることと思う。

量産されるもの

染色のこと

テキスタイルに染色はつきものである。色柄の表現には、染色しなければならぬ。しかし最近ではなるべく染色しない自然色を利用することも多くなってきているが、その場合でも下ざらしをしたりして一応の加工がなされている。

糸になる前に染められるトップ染めでは、安定色の再現性、堅牢度等の度は高



糸のいろいろ

いが、糸染めでは少し低く、布の状態での染めではもっと低くなる。糸の状態で、経糸、緯糸でかりに1%づつ色の狂いがあると、織上ったものは、見た目に10%以上の狂いを感じる結果にもなる。また、天然繊維では、産地、生産年によっても違ってくるし、染色時の気候にも影響されることがある。

その点合成繊維は一般的に安定度が高くコントロールがしやすい。価格的にはやはり合成繊維では安定した価格を保ちやすいが、天然繊維の方が高価である。

特に麻の濃色染では、糸素材より高いことがある。堅牢度を特に要求されるタオル地では染色の程度で最終価格が大きく異なってくる。堅牢度は一般的にはやはり合成繊維が安定している。天然繊維の方がそのブレが大きい。最近、混紡製品が多くなり、染色も2浴染の必要が多くなり、価格の上昇になっている。一般的には合成繊維ではナイロンを除き、分散染料、またはカチオン染料を用い、セルローズ糸の天然繊維（綿、麻、化学繊維であるがパルプ素材のレーヨン）は反応染料、スレン染料を用い。動物系の天然絹（絹、毛）と合成繊維のナイロンでは酸性染料を使う。その他プリントでは顔料がすべての繊維に適合する。しかし一般的に、顔料は湿摩擦堅牢度が低い

ので、洗濯の頻度の高いものは避けられる。また、合成繊維の中ではポリプロピレンのようなものは、原液着色のため、最小染色量が数千キログラムといった多量でなければ生産されないものもある。

編物のこと

ニットのインテリアテキスタイル製品が増えている。その量多量のもはレースカートンである。

最近では、コンピューターニットが現われ、柄の表現が細かく自由にされるようになったが、ニットでは、まだ衣料ほどその他の製品に使われていない。これからの市場開発の分野と云える。ただ現在では椅子張にも使われているが、また素材面で風合に幅がなく、やや安物の感じを与えているが、これからはもっと表情のあるものが作られる様になると思われる。一応の最少生産量は約1000m位からである。クッションのようなものでは手編みもあり、少量でも作られる。編物の特長は糸素材によらず、伸縮すること、生産性が高いことであるが、製品の表現に限度がまだ織物に比べてありすぎることである。

織物のこと

ジャガード織ではある程度、自由に柄も作れるが、価格面で紋紙代も必要となり高くなる。もっとも問題なのは最少生産量の多いことである。

カーペットでは一応300m²位から、カーテンでは紋紙代を別途として1000m位、タオルでは約6ヶ月の織機の生産量（1ヶ月約600m位）が必要になる。

最近では、繊維業界の経済悪化で少量多品種化が進んでおり、かなり少ない量でも織られるようになって来ている。しかし、あくまで量産化しないと、価格的にはダウンが不可能である。高景気時代には開発された高速織機も、速度を落して手のこんだ織物を作るようにしたり、古い低速の織機が使われることが逆に増え

ている。しかも繊維素材の多様化と糸の表情の複雑さから、さらに速度を落さないとい織れないものが多くなっている。

素材のこと

ここ20年の間に繊維素材は急速に増化し、それにともない染色、織、編の技術も新しいものに対応してきている。最近では、また自然指向とかで天然素材が増加している。

インテリアテキスタイルの一般的な使用は下図の様である。

カーテン

プリント物—綿 麻

ドレープ —アクリル レーヨン ポリエステル カネカロン ポリクラー

レース —ポリエステル

ポリエステル+レーヨン

ケースメント—アクリル ポリエステル 麻

その他混紡品も多い。

カーペット

毛 アクリル ナイロン

レーヨン

混紡品がやはり増加している。

寝装品 (ベツスプレット)

アクリル 綿 毛

テーブルウェア

綿 麻

タオル

綿 麻

壁装材

レーヨン 麻 カネカロン ポリクラー 絹 紙糸

特注について

自社企画製品では約6ヶ月の企画でサンプル作成、サンプル帖を作り発売されるが、特別注文では、納期に合わせたスケジュールを作成し、制作することになる。この場合にもっとも問題になることは、期日及び価格、量のことである。期日は絶対的なものであり、譲歩することが不可能である。量と価格は相互の関係によって大きく作用される。

標準的な発注の必要制作期間は、下図の通り

織 物 約45～60日

プリント 約30日

編 物 約30日

カーペット (フックドラッグタイプのもの) 約25日

(ウイルトンタイプのもの)

約25日～60日

インテリアテキスタイルは、どうしても建築物の部分では最終の表面仕上材と

なるので、発注遅れが起りやすくなり、納期が少なくなり、十分なデザイン検討期間と試作期間がとれず、不満足なことがおこりやすい。その上、予算が使われてしまい、そのしわよせが最後のテキスタイル部分にくることも多い。

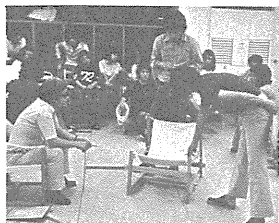
テキスタイルでは、デザインを表現するために、糸を選択すること。生地を選択すること、品質サンプルを作成することがデザイン表現の極め手となる。そして適合する糸、生地等は市場に普段流通しているものではほとんど適合せず、特注となる。生地を作るのに糸が必要であり。糸を作るため素材が必要となる。それらをつづつ作ってから最後のカーテン・カーペットにしていくにはどうしても3ヶ月位はかかってしまう。従って在庫のあるものを探し出して作ることが必要となるが、これがなかなかの至難のことである。

インテリアテキスタイルでは、最後の色をつけ柄をつける前の作業より、その用意準備をすることに数倍の時間がかかることを知っていなければ、良いものは創り出せない。

山岸征史 (やまざし・まさふみ) ジャパン・インテリア・デザインセンター代表取締役。社団法人日本インテリアデザイナー協会正会員。

専門学校 インテリア センター スクール

専修学校制度による専門学校としての新しい出発



●昼間部●

インテリアデザイン科
インテリアデコレーター科
研究科



●夜間部●

インテリアデザイン科Ⅱ部
透視図技法科
基礎製図科
基礎デザイン科/美術科



●通信教育部●

校長/柄澤立子

東京都目黒区碑文谷5-15-12 〒152 ☎710-4495 東横線・都立大学駅(渋谷ヨリ10分)徒歩7分

— 随 筆 —

情緒と空間

堤 久 夫



堤 久夫（つつみ・ひさお） 有限会社堤デザイン工房代表取締役。1920年に生まれ、京都高等工芸学校図案科（現・京都工芸繊維大）卒。

協会10周年記念出版の〈日本のインテリアデザイン〉に豊口克平氏が総論の中でのおられる各種分析は、その後10年を経過した今日でもまだ通用しそうだ。10年の年月は相当の変化が見られた世相からすれば、その変化が停滞であったとするならば、インテリア界の停滞もやむを得なかったということであろうか。

氏は同書の中で「インテリア・デザイナーは活躍の余地のないこれらの庶民住宅を放棄して、小数の公共建築、オフィスビル、商社の遊興的建築の内装などが主体になっている点、日本のインテリア・デザイナーの社会的、職能的独立にはまだまだ日時の経過を要するものといわなければならない」といっておられる。この中の商業的遊興的建築というのは、この頃は商業施設と呼びならされ、商業施設士という職能を確立しようとする現状は、協会内にも69名（52.11.30）の商業施設士がおられる事でご存知の事と思う。

ここで日本ディスプレイデザイン協会(dda)の事をお知らせしたい。ディスプレイとは、何だということに関してインテリアと無関係でないで、現在完全に一致した意見でないかも知れないが要約してみたい。ご存知の如く、狭義には商品の展示陳列、博覧会展示会等の展示構成をいうが、観衆の感情、情緒に訴求して空間をドラマティックに構成するデザインを、ディスプレイというのであるが、それから派生して、現在はもっと拡大された

意識をもっている。人間生活の空間を環境としてとらえる時、インテリア空間も、建築も街路も、村落も、都市も、その環境構成は、工学的機能的のみで構成されることを排し、情緒性が豊かに表現または内包された環境であり、またローカル性、社会性、文化性等の点でも、更には質的にも秀れた愛される楽しい環境構成（それは我々が経過して来たいろんな主張の時代、デザインという意識が上って来た時以来）のいろんな考え方がすべてを包括して、環境構成はディスプレイデザインでなければならないと考える。

この空間、情緒という事については、日本店舗設計家協会(JCD)とddaが合同で「情緒と空間のシンポジウム」を昨年9月箱根で行なった。近くはまた大阪でもという話が出ている。空間創造の核心は、機能性や見てくれの造型だけを意識したものでなく、情緒的現代感覚豊かな大衆が持つ潜在的希求に応える新しい情緒性を掘りおこすことではないか。その為に空間情緒工学への提案を、高村英也氏が行なって、三分科に別れてのシンポジウムが行なわれた。このJCDとddaとの二会が、協同行なった事は、すでに空間構成の未来についての認識があったからだといって良い。同じ空間構成を職能とするインテリア・デザイナーは「閉じた空間」と見られるようなものから、もっと開かれた環境というものにまで発展する意識をもち、人間→生活→空間→建築→ということは変わらないが、環境→建

築→インテリアの意識も併せて考えても良いように思う。私自身の研究不足のため、脈絡もなく書きならべた感があるが、協会が今後どのような方向を目指すのか、インテリア・デザイナーは今後どのようなようになるのかの疑問がこれを書かせたといえる。

私は店舗関係を主体とした業務が多い。したがってddaにも所属しているが、豊口氏のいう「…日本のインテリア・デザイナーの社会的、職能的独立にはまだまだ日時の経過を要するものといわなければならない」ということには、すでに空間構成を業とするという観念から、インテリアの語句に関係なく、どんどん変化して来ているし、変わらざるを得ないし、拡がった場に立っていると考えた。だからといって本来のインテリア・デザイナーの職務を云々するのではなく、私としてもインテリア・デザイナーとして職能的に独立し、建築家と真の協同の仕事が出来るようにして社会的地位を確立するのも悲願である。建築家に脱落しているデザイナー的感覚、情緒が生かされて、よりよいものを創り出すには、インテリア・デザイナーが、もっとそれ以外の所でも活動せねばならないのではなかろうか。そうするとJID、JCD、ddaも結局同じ空間構成、環境構成を志す会としての理論的な発展を目指す必要があり、その先見性こそ、職能の確立に役立つのではなかろうか。寸足らずの妄言、おゆるしを。

新しいダラス

小 松 暁 一



小松暁一（こまつ・りょういち） 金沢美術
工芸大学産業美術学科助教授。1932年生まれ、
1953年金沢美術工芸大学油画科卒。

ジョン・F・ケネディが凶弾に倒れた都市ダラス市に寄ったのは、最近アメリカの各企業の本部が東部のニューヨークやシカゴから南部の都市ダラスに移り始めていると耳にしたので、どんな都市に興味を持ったためである。

友人の紹介でテキサス大学医学部で研参しているN君がホテルまで迎えにきてくれる。しばし、話をしていると、「今、アメリカでは南北戦争が始まっており、南部がリードしているのですよ。」と語りかけるので首をかしげていると、それは1860年の血を流す戦いではなく経済戦争であった。

南部がリードしている要因は、その豊かな産出する物質を裏付ける強大な経済力と労働力であるといわれている。今南部人はそれを大きな誇りに思い、今後アメリカを進展させるのはニューヨーク、ワシントン中心の政治路線ではなく、シカゴ、ロサンゼルス、ダラスの経済ベルトであると云っており、特にダラスを中心とする南部開発は重要であると自負している。その具体的なノウハウとして設立されたのがノース・テキサス・コミッションであり、1971年に設立されテキサス州の11郡と16の自治体、55の商工会議所が参加しインターナショナル的な総合開発計画が作成されている。組織は豊かな経済力を背景に、産業の生産性、発達する輸送網、優秀な労働力づくり、教育、都市環境、税制面の対策などあらゆる分野に大胆かつ計算された計画をもって

いる。
先ず現実化として、サウス・ウエスト・メトロプレックス（南西大複合都市）構想は、ダラスと隣りのフォートワースの二つの都市を中心に8つのカウンティー（州都市）の豊

かな土地、資源、強力な資金をバックに生活環境、その成長性から地域に余裕あるメガロポリスを目標としており、21世紀を目指す、アメリカの力強い姿ともいえよう。その象徴的な計画として、先ず新ダラス・フォートワース空港や国際貿易の中心を目指して造りあげられたワールド・トレードセンターをあげることができる。

新ダラス・フォートワース空港はまだ完成はしていないが、1973年9月オープン、急速に北米大陸の交通輸送の一大センターになりつつある。5億ドル（1325億円）をかけて造られた空港施設は、17000 エーカ（約2千万坪）に及び、ニューヨークのケネディ空港の3倍、マンハッタン島より大きく、またダラスやフォートワースの中心から車で20分という近距離にあり、現在各地の既存空港が直面している諸問題をこの空港は解決したはずであると、逢って載いたリチャード同コミッションの専務が説明してくれた。

現在1日の乗降客は5万人であるが、完成後は225の搭乗ゲートと13のターミナルビルに年間5500万人の旅客が利用することになっている。フリーウェイが空港のターミナルまで続いており、またフリーウェイが空港のまん中を走っており、飛行機がその上を滑走し立体交差できるようになっている。騒音等の公害も広い故に現在のところまったくなく、国内の主要都市には3時間、世界の主要都市には14時間をうたって世界の交通の中心になろうとする意欲を感じさせた。

ワールド・トレードセンターはダラスの中心より車で10分、空港からも10分の位置にあり、10万坪の駐車場がそれほど広く感じないのは、周囲があまりに広大過ぎるせいである

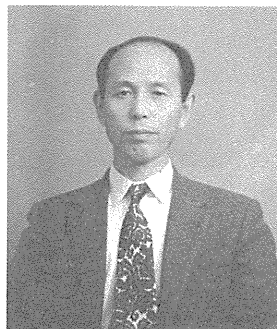
う。延べ9万坪強のショールームには5千種の家具、室内装飾品と7千6百種の衣服と靴等が展示されている。昨年1年間のセンターへ40万人のバイヤーが訪れ、42億ドルの売上げがあったといわれている。

マーケットセンターは、家具マート、室内装飾センター、マーケット・ホール、トレード・マート、衣服マート等に分かれており、家具マートには約300の家具メーカーの製品が展示され、小売店からの買付け、契約のあるバイヤー、あるいは室内装飾デザイナーの出入りが激しい。室内装飾センターは最高級の家具、ジュタン、その他高級装飾品が展示されている。マーケット・ホールはアメリカの最大の個人所有の展示場であり、約1千の展示場がある。トレード・マートは425のショールーム、衣服マートは1250の常駐ショールームと350の臨時ショールームなどがある。

ダラス・ワールド・トレードセンターは、このように輸入・輸出、運送、または政府機関、通関などの諸機能を持ち、多くの人々が活気をもって、新しい情報にもとずいて商品の売り込み、買付けを行なっている。船舶港を持たない国際貿易の中心地として世界最大の空港を持つダラスは、確かにこれからの発展に大きな期待がこめられているように思えた。また流通ばかりでなく、この地域には製造工場、倉庫業なども発達しており、日本の企業も日産自動車、日立、松下電器、ホンダ、小松製作所など多くが進出しており、空港からフリーウェイの両脇にそれらの建物や看板が目についた。

「普請」について思う

山 腰 実



山腰 実（やまこし・みのる） 岐阜県工芸試験場意匠科長。1928年に生まれ、1947年岐阜県立高山工業学校木材工芸科卒。

私は奥飛驒の生まれである。少年時代を過ぎた村の中央には、南北に走る主要村道があった。現在のように拡張、舗装された立派な道路ではなく、バスも通っていなかった。雨が降ると直に路面が荒れるので、「道普請^{みちふしん}」といって、村人達は度々、各戸から人足を出し合って路面の修理に当たっていた。また家を建てたり、改築することも、一般に「普請する」という言い方がされていた。現在、この言葉はあまり使われていないようであるが、私の少年時代には、日常生活における一般用語として、極く普通に使われていた。

ある時、親戚や隣り近所の方々を招いて先祖の法要が営まれた。仏事に招かれた坊様は、お経が終った後で、2～3分から5～6分程の短い説教をすることが通例のようであったが、たまたま、その日のテーマは「普請」という仏教用語に関するものであった。要約すると、あまねくこい願うこと。お金さえあれば、どんな立派な家でも、自分の力だけで建てられるのだと考えるのは間違いであり、例えば、大工さんが木を刻むのに用いるノミやノコギリ一つをとり上げてみても、山から鉱石を掘り出すことにはじまり、鉄に仕上げ、ノミ、ノコギリという製品に仕上げ、遠くから大工さんの手元へ道具として届く間には、何千、何万の人々が関与し、ふだんはあまり意識していない無数の人々のお力添えがあっ

てこそ、はじめて家が建てられるのであるから、お陰様という感謝の気持ちが何よりも大切であること。更に歴史をさかのぼって、鉄の発見とか、技術の進歩、発展にまで考えを及ぼすならば、世界の平和、ひいては人類の平和とも深くかかわり合っているのである。というような主旨であった。

飛驒は椅子やテーブルなど、いわゆる脚物家具の産地でもある。最近ブランド製品の生産、販売が増えつつあることは、日頃、県内木工業界を対象にしたデザインや工業所有権に関する業務を担当している立場から、大変好ましい傾向として喜んでいる。ただし、少々気にかかることは、「飛驒の家具。飛驒路の家具。飛驒高山の家具。奥飛驒の家具。飛驒匠の家具。飛驒高山の細工家具」など、やたらに「飛驒」が多く、安易に使われているのではないと思われることである。

「飛驒の家具」ってどんな家具だ、と問われても、明確な解答は困難である。強いていうならば、「飛驒という地域で生産されている家具」とでもいえるのか。飛驒とは藩政時代の行政区割として理解するケースが一般的であり、現在の岐阜県高山市、大野郡、吉城郡、益田郡のほぼ一市三郡に相当する地域である。最近では、この地域以外で生産される家具にまで用いられていることがある。

飛驒は風光明媚な自然・風土と伝統的・文

化的遺産など、豊富な観光資源が、週刊誌などマスコミの紹介にともない、全国的な観光地として知られるようになり、高山市を訪れる観光客だけでも、年間二百万人に達している。

このように、全国的にクローズアップされてきた飛驒のイメージを、何とか自社製品の販売促進に結び付けようとしたのが、前記のネーミングではないだろうか。「飛驒は木の国、山の国、匠の国、そして豊かな自然風土と伝統的・文化的諸要素」、これらの恵まれた環境の元で生産される木製家具。それは確かに良質の木材とすぐれた技術の結晶として、さぞかし、都会人の心をいやしてくれるのにふさわしい家具として期待される。若しもそうだとすれば、飛驒というイメージの背後にひそむ、恵まれた環境とは、現代の人々が形成したものとは言い難く、すべて先人が長い歴史の中で、はぐくみ育て、今日に残してくれた飛驒全体の共有財産とすべきものであり、単なるセールスポイントとして考えるならば、早晚、消費者の信用を失い、遺産の喰い潰しに終るであろう。地場産業全体の問題として、普請すること。マーケティング戦略の確立が痛感される。

五感人間

安 永 一 典



安永一典（やすながかずのり）（株）大丸
装工部。1935年生まれ、1958年京都工芸繊維
大学意匠工芸科卒。

ノルウェーのある船主監督官が、数ヵ月の間、九州の造船所に駐在し、ある日大阪の吾々の事務所を訪れ、内装や家具等の打合せを行なった時のことである。検査や打合せも終り応接室でのコーヒブレイクとなった。欧米人がスープやコーヒを飲む時に、音をたてるのがマナーに反することを、重々注意していた吾々は、そのような気持でコーヒを飲もうとした時、突然そのノルウェー人が、ズルズルと大きな音をたててコーヒを綴ったものである。いささか慌てた吾々ではあったが、一応平然と音もたてずにコーヒを飲んだ。今度は彼の方が慌てたらしい。何となく照臭さそうに目を合せてニヤツとしながら、二口目からは、いかにもヨーロッパ風に、優雅にコーヒをあしらったのである。「郷に入らば郷に従え」を先取りしたのか、吾々に恥をかかせない心くばりか知るよしもないが、彼の態度にいささか感心したものである。このような小さなことと思えることでも、色々感じさせることがあって面白い。この際、マナーとか教訓は置くとして、その点、吾々日本人は聴覚に対して、非常に寛容であり、繊細でもあるな、と思ったのである。

そばやうどんを食べるのに、音をたてずには難かしかりうし、第一、落語でもその所作に困ることだろう。お茶会でもまたしかりで、その他、口から出す音以外でも、手拍子、三三七拍子、三本じめ。風鈴、猪おどし、虫の声を聴いて、涼しがったり、静かさを感じたりして喜んでいる人種も、かなり珍らしいのではないだろうか。これは色に対してでも同じようなことで、青を、アイ、紺、水色、空色、アサギ、青磁等、幾らでも云い方があ

り、その時々で巧みに使い分けているかと思えば、交通信号の緑色を「青信号」と云い、かなり大胆であってはばからない。このように、感覚的に一面デリケートなところがある一方、完全に無頓着なところもあるのだが、私はその繊細さの方を重視したいと思うのである。

日本語には桁はずれて疑音語が多い、ということから考えても、それはうなずけるかも知れない。サラサラ流れる小川、風がソヨソヨ、ビュービュー吹き、雨もザーザー降ったり、シトシトも降る。ところが、この疑音語の中でも、ザラザラ、スベスベという風な触覚に関するものが一番多いのだそうである。その点で、意外にも日本人は触覚にもうまい人種のようなのである。素足の裏に感じる畳や桐の下駄のあの感触は、石やカーペットなどの床を靴革一枚通してでしか感じない人種には、とうてい理解されるはずもない。装飾や床の庇護、または防音機能として求められている欧米のカーペットにも、吾々は疊的触覚機能を重要なものの一つとして求めているのではないかと思う。果物を買うにしても、日本程寛容に触れさせてくれる果物屋は、とうてい欧米では考えられないだろう。リンゴやミカンを押してみたり、西瓜にいたってはコンコン気の済むまで叩かせてくれる。店頭のものとは見本であり、ディスプレイであるという国とはいささか異なるのである。最高のフランス料理といえども、あの物理的冷たさのナイフ、フォークで食べるより、多分、木の箸で食べる方が美味しいのではないかと思える。ソールムニエル等、箸の方が雰囲気的にも、その口触りにとっても、数段良いと思うのだ

が。

ところが、最近の小学校の給食では、すべてスプーンを使うのだそうである。洗い易く、衛生的だということなのだが、うどんまでスプーンで食べさす、ということを聞いていささか驚かざるを得ない。まず、技術的にも、うどんをスプーンで上手に食べ得る大人があったら脱帽したい。姿勢とか行儀が悪くなる等という生易しいものでもない。箸が最高のものという訳でもない。手でうどんをスプーンにのせたりしながら、子供達が悪戦苦闘して食べている様子が目に浮かぶようである。唯でさえ、受験地獄の世界に少年時代を送り、豊かな情操や素晴らしい文化遺産を吸収する時間も持たないまま大人になってゆく子供達の食生活の時間に、洗い易く衛生的、という大義名聞のもとに、使い易さや感触の良さを無視させること自体、もう嘆かざるを得ないのである。相も変わらず、発展途上の無感覚人間を育て、G N P 優先の社会を造ることが目的としか思えないではないか。このような学校生活からは、将来、豊かで文化性の高いものが生まれ、理解される箸は決してなからう。

インテリアの世界でも、専門家同志の議論や自己満足だけで、良いものが出来るとも思えない。五感の豊かな吾々日本人が、その恩恵を感じつつ、少年少女時代の人達にも、その意識を知らず知らずのうちにでも植えつけていく努力をしなければ、永遠に文化性が不毛な、技術優先の世界から脱出出来ないように思えてならない。反省を含めた最近の疑問なのである。

大野美代子さん。彼女のことを語るには、まず、彼女が主宰するデザイン・オフィス、M+Mが果した4つの仕事を紹介するところから始めよう。

・ヒノキのダイニングセット

ヒノキ材を洋家具材として使うことを考えた作品。木材の間屋である池田木材との提携で松屋インテリア展に出品した。細いが確実な1本足で支えられ、収納部分を有したダイニングテーブルである。この作品は、mobiliaの1973年5月号に“成功した作品である”と紹介され、これを契機にドイツアスコで商品化された。ドイツアスコではミュンヘンのショールームで販売されたが、ドイツ国内で売られた数の方が、日本より多く、フェーリエン（休暇）ハウス・キッチンとして、バケーション用住宅に販路があったようである。

・リビングスペースユニット 1973年デザインイヤー展に出品した。リビングスペースに家族各人のパーソナルスペースを持ちこんだもので、各自の個室は最小限におさえ、リビングスペースを多くとるという考え方による。家族各人の約9種類のパーソナルユニットを基本にして展開している。これは集合住宅化するという予測のもとに考えられている。日本産業デザイン振興会からの指名によって制作。

・藤代建生病院リハビリテーションルーム 1976年。ヨーロッパの精神病院を視察した院長が、インテリアの豊かさを認め、医療にとり入れることを決めて指名があった。藤代建生病院は弘前にあり、一年の多くは雪にとざされた暗いところであるから、それだけにヒューマンなやさしい肌ざわりのインテリアが求められた。それを受けて、全体にナラを使

女流訪問

家具から公共施設まで 幅広く活躍する 大野美代子さん



った暖か味のある構成。空間として豊かであって親しみが持て、楽しく、日常性を誘発し、社会と交わりができるような配慮がゆきとどいてる。この病院では、ベットをタタミ敷きにする提案も行ない。医療の内部へくい込む意欲をみせた。

・新しい歩行空間 1977年3月完成。板橋区蓮根町に完成した巨大なY字型歩道橋のデザインもM+Mの作品である。ここには盲人点字の方向指示、床の盲人ブロックをはじめ、手すりが全延長に取りつけられている、また休息のスペースがある、など、こまかい配慮が積み重ねられており、地域の人たちに楽しんでもらっている。このY形歩道橋には趣意書づくりから完成までトータルなかかわり方

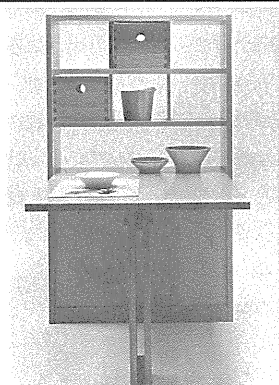
をされたようである。

大野美代子さんは、協会の会合に時折姿を見せる。会議が始ってからそっと姿を見せ、終ると影が消えるように去ってゆく。実に静かなたたずまいを見せる人である。原宿の彼女のオフィスも、モノトーンで統一され、落付いた雰囲気を持っている。オフィスは、創設以来のパートナーである竹内きょうさんをはじめメンバーは女性だけ、なごやかな、ひたむきな心のつながりがうかがえるオフィスである。

デザイナーの仕事の軌跡は、その人の人生よりもドラマチックな表情を持つことがある。紹介した大野さんの4つの仕事は、彼女や彼女のオフィスが持つ女性らしいこまやかなころづかいを秘めながら、そういった性別を超越した厳しい現実のなかで果した仕事といえよう。それが彼女たちの資質であるように思える。

大野さんは1963年多摩美術大学デザイン科インテリアデザインコース卒業。剣持勇主任教授のもとでみっちりしごかれ、卒業後は松屋室内装飾デザイン室勤務。松村勝男、白石勝彦氏らがここで活躍をしていた頃だ。66年にはジェットロ海外留学生試験に合格、スイス・チューリッヒのオットーグライウス建築設計事務所に1年余り居たのち帰国、しばらくフリーで仕事をしたのち、71年にM+Mデザイン事務所を設立、今日に到っている。このキャリアでもわかるように、若手女流デザイナーとして、将来が囑望される人材といえよう。

〔訂正〕 前号の市村孝子さんの文章中にある「デザイン室に通うかたわら……」を、「坂田種男研究所」と訂正致し、お詫びします。



●書評●

グレーの文化

黒川紀章著 創世紀刊

今年のファッション界では黒が流行るのだそうです。冠婚葬祭いづれにも通用する実利性があり、なにしろ高貴で優雅、色の中でこれ以上のものはない、というのがその理由です。なるほどと理解できるものの、しかしそれが何故突然に今年の流行となるのか、曖昧模稜としています。

曖昧模稜と言えばグレーはその最たるものです。いわゆる灰色とかねずみ色と称されているこの色が、そしてことに日本人が好んで用いて来たのにはちゃんとした由来があるようです。「凶色として古くはあまり好まれた色彩では」なかったのに、「利休色と呼ばれるようになり、江戸後期になると茶色や藍色とともに《いき》な色として好まれ、非常に流行をみるように」なったと言うことから、「茶の普及とともに」また、わび、さびの心によってそれは定着し、爾後何事にも慎み深く振舞うことを徳とする教えや性格と対照的ななりわいで確立した、という解釈です。それはたとえば京都のそれのように「日本の伝統的な集

落空間」の夕暮れでの美しさ、「瓦の色、白の漆喰壁の群れが、グレーの色彩に溶解して相互の距離感を失い、立体感を失い、三次元の世界から二次元の平面の世界へ転化していく、西欧の地ではおよそ味わえない、そんな特異な情景を愛でる気持ちとも、おおいに関係のあることのように思います。

しかし慎み深いと言うことで無主張、無個性ととられ、損をすることもままありました。日本を訪れる外人の多くは、この国には色が無い、とよく言います。ことに団地でのそれを取りあげて、まるでどぶねずみの集合だ、などと評します。言われてみるとその通りで

一言も無いのですが、だからと言って各戸が思い思いの色を塗りたくればどうなるだろうと想像すると、これもまたほめられたものでないのは歴然です。そしてよしんばそれがしかるべき計測のもとにカラリングされるにしても、果してこの国の地勢や風土が快く受け入れてくれるかどうか、実は心配なところもあるのです。

それはともかく、グレーが持つ「矛盾するいくつかの要素を衝突させて、相殺することによって得られる共存的連続の状態、あるいは非感覚的状态」に大いなる興味を抱き、その曖昧性や多義性、両義性などについて積極的な論旨を展開する著者は、その作品の上でも、きわめて具体的に反映させて行くのです。

「グレーの文化」には、「まじめすぎて愚作となってしまう現代建築の陳腐さ」に対する批判もありませ、日本の伝統や美学をいま一度見直してみる必要性、そしてこれからの都市や建築の方向性についての、さまざまな示唆がこめられています。(光藤俊夫)

日本の手道具

秋岡芳夫著 創元社刊

本は読むのが本すじだが、たまにはこんなふうに、開いたり閉じたりしながら写真をためつすがめつして、ところどころ話を拾ってみる……といった本があってもいいじゃないか。——それがこの「日本の手道具」という本の印象である。著者の秋岡芳夫さんはJIDA(日本インダストリアルデザイナー協会)の創立のときからの会員だったのだが、何年か前に考えるところあって退会した。生粋のインダストリアルデザイナーなのに、日本のクラフトに強い傾斜をしていった。クラフトといっても工芸家や意匠家の手になる値打物でなく、ひとびとがふるくから使いこなしてきたありふれた道具や什器が、そしてそれを作る技術も職人もが、どんどん消えていってしまうのが、秋岡さんにとってはたまらなく口惜しかった、おそらくそれは、民芸への郷愁とか伝統の讃美といった趣味的な動機ではなく、それどころか、まさに彼が現代に生きる一個のデザイナーとして、すぐれたデザインが死に絶えていくことに、耐えられなかったのだろう。

この本は、木工と木工具のことを中心にズバッとすじが通されているが、全体の組立ては、むしろ道具箱のひとつひとつのように、

あるいは抽出しのひとつひとつをひき出してはみるように、細かく分れている。もともと「室内」という雑誌に連載されたものだからそんなふうに思えるのかもしれないが、その折おりに書き溜めてきた、というそのつくり方が、こうした題材には、これまたぴったりなのである。

それぞれの写真と文章でつくられた各項は、5つの章に(おそらく便宜上そうされたのだろうが)分けられている。それは——■道具と私、■道具と日本人、■職人の生命・道具、■道具拝見、■木工具コレクション考、といったふうに。■道具と私の章のなかの冒頭にある「工具と道具」はこんなふうにはじまる。——「この間ある本に、道具とは職人の手に

生えた工具である。爪が人間の指先に生えた工具であると観る私は、同じ見方から、ハンマーを職人の腕に生えた道具だとも観ずる。歯や爪が、物を食べたり敵と戦ったりするための工具として、人間の体に生えてきたように、物を創る人間どもの指先や腕にもいつの間にかいろいろな工具が生え揃ってきたのだと思う……。」あといろいろな道具を手に入れるいきさつが語られるうちに、丸鉋や錐の、はたらきや美しさや、が執念ぶかく語られるのだ。■道具と日本人は、とくに消えゆく道具を散逸しないようにと気を配る著者の心を、■職人の生命・道具と■道具拝見のところは、産業ニッポンのつくりあげた一億総素人時代の到来をなげきながら、ひとつひとつ、ひとりひとり道具と職人を訪ねながらの、味わい深いルポルタージュなのだ。

わたしたちは、この本から多くの共感と、すぐれた眼の見るこわさを受けとるにちがいない。(三輪正弘)

協会賞の選考に当って

昭和52年度日本インテリアデザイナー協会賞は先に会員の選挙で選ばれた次の10名の選考委員(白石勝彦・長大作・渡辺力・渡辺優・中村圭介・三輪正弘・狩野雄一・泉修二・山口勇次郎・榎田均)による選考委員会によって進められた。まず第一次審査会は3月10日審査長を狩野雄一とし、17名候補者の中から慎重に選考、6名を選び、更に4月7日行なわれた第二次選考委員会に於て賞の主旨や作品の内容などについて選考委員相互の自由な意見を重ねた。その結果、最終的に次の三旨を決定した。

- ① 水之江忠臣(水之江インテリアデザイン研究所)「イスを中心とした永年のデザイン活動と作品」
- ② 垂見健三(垂見デザイン事務所)「合板家具の開発と展開」
- ③ 西邨正貢(西邨正貢デザイン研究所)「ガラス板による展示器具のデザイン」以下3氏の作品の概要について感じたことを述べる。

①水之江忠臣のイスを中心とした永年のデザイン活動と作品。

同氏は協会が創設された昭和33年末の会員である。私事でまことに恐縮であるが、独身時代拙宅(練馬)の近くに住んでおり、度々来訪もうけたものである。当時から来訪時の話題は必ず家具(特にイス)のデザインについての真剣な話題で、氏は当時からイスのデザ

●インフォメーション・ナウ●

インについては、特に強い関心と限らない探求心をもっていった。氏の主張と持論は、家具のデザインはメーカーとデザイナーが対等の立場にあって成立つものである。どちらが主になり従ともなっても、不自然であることを強く主張していたことが昨日のことの様に思われる。そのような立場から検討に検討を重ねた結果、生れた作品が天童木工株式会社製のチーク材を用いた食堂セット(イスと食卓)で、現在協会事務局の会議室で使用されているもので、すでに長い間安定し、かつ定着した家具商品として現在も生き生きとしている。前川建築設計事務所のインテリア担当者としての活動を経て、フリーデザイナーと松屋のデザインコミッテ展、或いは松村勝男、長大作氏との三人展など、諸作品は常に、何物かを訴え主張して止まない。述道心と探求心、その旺盛な創作意欲は、その作品を見る我々をしてある種の感動を与えるのに充分であった。

不幸にも昨夏急逝されたが、イスデザインに対する限りない創作意欲は、更に新しい作品を世に出したであろうと思うと惜しまれることである。

②垂見健三の合板家具の開発と展開

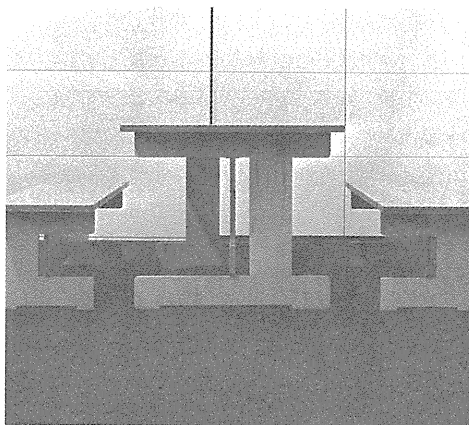
合板(特に原合板)は家具材料として興味ある素材の一つである。垂見氏はここ十年来、原合板を素材とした家具デザインによる意欲的作品を、新制スペース・デザイン部門に出品してそれぞれの評価をうけている。それ

までの体系的作品の集大成として、昭和52年、展覧を発表している。それは従来の長い伝統的家具製作が接着剤を使用する接合技術を行なっているだけに、複雑な製作工程から脱却して、原合板のもつ嵌合性あるいは組合せ効果をたくみに利用し、椅子及び箱物は家具デザインの新しい方向性として、氏の造形力と相まって、ユニークな家具デザインを作っている。これは長い間、氏の心の奥にたたためていたアイデアの発露ではなかろうか。

③西邨正貢のガラス板による展示器具のデザイン

板ガラスという素材は、家具インテリアとしては興味ある材料であった。殊に近代の製造技術の進歩から素材のもつ平滑性と透明性と相まって、魅力にみちたデザインの対象である。ガラスは多言な素材であり、取扱われるディメンションによって様々な魅力を発揮する。この様な硬質な材料の加工や造形に対し、部材の組合せ技術やジョイントとシステムによる多様な造形を作ってくれる。氏の店舗システムショーに発表されたものは、板ガラスという素材を家具のスケールで扱い、物として体系付けた試みは、新しいディスプレイ家具として、その加工技術と相まって、良質化の点で評価されるべきものである。

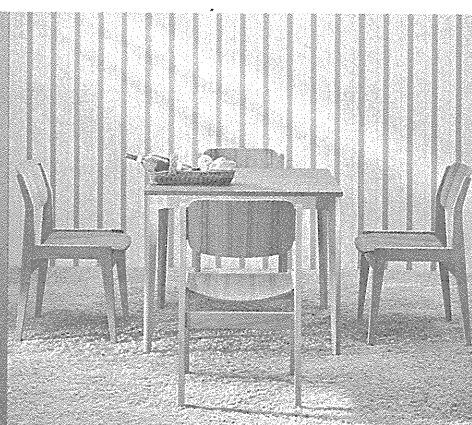
特にインデクラAFシリーズ、CFシリーズ、EFシリーズと3年間継続した氏の仕事は、プロダクトデザインとしてガラスを主体にした「ディスプレイファニチャー」とでもいうべき新分野を開拓し、同時に物品販売の計器類として評価したい。



垂見健三(たるみ・けんぞう) 1933年東京に生まれ、1961年千葉大学工業短期大学部木材工芸科卒。1972年までQデザイナーズのスタッフ、同年、垂見健三デザイン事務所を設立。



西邨正貢(にしむら・まさつぐ) 1939年京都に生まれ、1964年京都市立美術大学工芸科デザイン専攻卒。1970年より東京造形大学専任講師、1972年House 4・西邨正貢デザイン研究所を設立。



水之江忠臣(みずのえ・ただおみ) 1921年大分県に生まれ、1941年日本大学専門部工科建築卒。1963年水之江インテリアデザイン研究所を設立。1971年「ファニチャー・コレクション3人展」開催。1977年に逝去。

スウェーデン・日本インテリア市場討論会

講師 Bruno Mathsson, Sture Eng.

パネリスト 榎田 均 長岡貞夫
大野美代子 木村戦太郎

司会 川上信二

主催 日本インテリアデザイナー協会
関東事業支部委員会

日中降り続いた雨は上ったものの、花冷えの夕刻。集まりが心配されたが、会員・非会員半々の約60名、それに多数の報道関係者の入場があった。

今回の討論会は、'74年にマットソン氏が来日した時に行なわれた「囲む会」の好評をうけて企画されたものである。同年より氏の作品は天童木工で製品化されている。エング氏は40代半ばの中堅デザイナーで、同氏の作品も'76年より日本で製品化されている。両氏の日本での経験、スウェーデンとの比較を中心に、パネリストが質問するという形式で進められた。

●日本人の生活、住宅事情をどうとらえたか。
マットソン氏は、体形の違い。そして歴史・風土の違いから来る床に対する意識・親密度の彼我の差から床面に近い座姿勢を提案している。エング氏も製品化に際し8%のスケールダウンを行なっている。両氏共、椅子の歴史を持たない日本では、じっくり時間をかけた導入が望ましいとの考えである。

●家具の品質

スウェーデンでは、素材・完成品に対する、メーカー・公的機関の試験が徹底している。マットソン氏の場合、キャンバス地の耐用年数15～20年の試験済のものを使用している。この高品質を支えているのは、買手の認識の高さであり、メーカーも良い物を出さざるを得ない。日本でも買手の知識のレベルアップが必要ではないか。

●デザイナーの立場・メーカーとの関係

スウェーデンでもここ数年の不況もあって家具デザインだけで生活するのは困難な様である。エング氏はメーカーにデザインを売込むのではなく、自分の家具に対する哲学を徹底的に売込むという。そうして出来た人間同志の密接な信頼関係が良い物を生み出すと考えている。マットソン氏はデザイナーもビジネスマインドを持つべきだと言う。世界的に状況はきびしいがどこかに食いついて足がか

●インフォメーション・ナウ●



りを作るべきで、特に若い人はくじけてはいけないと言う。

●家具に取組むデザイナーの姿勢

エング氏は、スケッチが出来ると工房でみづからフルサイズのモデルを作り、掛心地等を検討する。人間の体との関係を線(図面の)で表現するのは不可能だからだと言う。そしてメーカー対策を行ない最後に図面化する。商品化の段階での市場調査・販売にもタッチする。ユーザーへの働きかけも必要だと言う。デザイン50%マーケティング50%位に考えているとの事。マットソン氏も製品化の後が大事だと強調した。市場に出した製品のデザインは弱点が出て来るものであり、丁度子供が成長する過程で病気になる様なもので、出来るだけ早く改良すべきである。そうしてそのデザインは段々良くなって行く。経験は最大の教師だと言う。

以上、話題の要点を列記してみた。両氏の気取らない誠実な人柄もあって、会場はなごやかに、活発に意見の交換が行なわれた。心に残る言葉は幾つかあったが、マットソン氏の「デザイナーは自分自身でいる事、自分をつかんでいる事が必要である。秀れたデザインでユーザーのニーズをリードするようでありたい」という言葉が心にしみた。

尚今回の企画は、川上信二・玲子両氏の尽力により実現したものです。(木村戦太郎)

第8回世界クラフト会議・京都(WCC・京都)

WCC(World Craft Council)は下記の五つの地区に分けられ、各地区よりの参加予定は次のとおりです。

ヨーロッパ(150名)、アフリカ(50名)、アジア(150名)、北アメリカ(350名)、南アメリカ(100名)、計800名です。

海外からの参加者は、ほとんどが専門家、よりすぐれた人が多く、趣味の人は少ないとのこと。

日本国内からの参加者のために基本的な条件が設定されました。

参加登録料は、1名 ¥35,000

で、1,400名で、一人でも多くの方々の参加が要請されている。

第8回世界クラフト会議：京都

●テーマ 工業社会におけるクラフトマン
(The Craftman in Industrialized Society)

●会期 1978年9月11日(月)～15日(金)

●旅行計画

□会議前

- A. 東京都内→金沢(加賀友禅、輪島塗、九谷焼等見学)→京都
- B. 東京都内→高山(春慶塗、木工細工等見学)→京都
- C. 東京都内→伊勢(三木本真珠等)
- D. 東京都内→京都

□会議後

- A. 京都→福井(越前焼、越前和紙)→金沢(同前)
 - B. 京都→倉敷(備前焼、倉敷民芸館)→東京→益子(益子焼)→京都
 - C. 京都→広島→松山(砥部焼)→高松→岡山→東京
 - D. 京都→米子(弓浜紐)→松江→出雲→東京
 - E. 京都→東京→盛岡(南部鉄器)→平泉→仙台→東京
 - F. 京都→福岡→唐津→有田→長崎→東京
- この旅行計画も貴重な国際会議の中みで、WCC京都を核にして、クラフト文化の波長が、日本全土に振幅することが祈念されている。

●クラフト関連展の計画

WCC・京都を形成する主要展として、全国伝統的工芸展の他に、2つの主要展が実現へ動きは始めている。

工芸美術作家連合展(仮称) 於京都市美術館。さらに、日本クラフト・コンペ京都(テーマ：新しいクラフトを求めて)の実行委員会が活動を開始したという。

協賛展

文化庁コレクション展

日本クラフト・デザイン協会展

日本グラス工芸協会展

日本ジュエリー・デザイナー協会展

宝生流能衣裳展

●第8回世界クラフト会議実行委員会

同上 事務局

所在地 京都市中京区烏丸通り夷川上

京都商工会議所内

TEL. (075)231-0181(代表)

取材 WCC・京都、Bulletin No. 6

(工藤広忠)

事務局の人事とこれから

本年は、当協会創立20周年を軸にして、より一層の会の活動を期する年でもあります。

一方では、会の機関誌のより拡大・充実の結果、立派な機関誌の登場をうながし得たわけでありです。しかるに、諸般の情報は、安定成長への切りかえにより、諸事にわたり従来の考え方では通用し得ない面も出てきております。

このような今日の多難な時代を迎えて、平常の協会活動の活性化や協会自体の社会的な位置づけも含めて、事務局に対して多くの注文なり条件が出ておりました。勿論、それらは、これからの時代に対する事務局主導型といかなくとも、補佐型以上の何かを期待している面から見受けられたのであります。

さて、前段はこのくらいで、ここに事務局の人事にふれておきます。

長らく事務局長としてお骨折り願った工藤さんは勇退し、新たに山品元氏に登場していただき、4月より参画ねがうことになりました。

彼山品氏は、当協会の正会員でもあり、クラレインテリアで家具を中心に活動していた方です。とかく、事務局への負担をおもんばかって事業活動の円滑さが欠落していたとの声もちらほら。といって、新入の方に万般を負担し得ない面もあり(週3日のみ)会員並びに各委員の尚一層の御努力が必要となるやも知れないわけです。

兵隊さんは大好きだ

私が、はからずも、当協会・JIDの事務局長を依囑されて、いつの間にか足掛け10年の年月を経過しました。この10年は私にとっては、

●インフォメーション・ナウ●

いわゆる最終コースといえるものですが、私の本心はこのような言葉を用いることをきらっております。これは、ほんとうに楽しい10年間でしたと、ただ、そういいたかったに他ありません。

楽しく退任させていただきます。

会員の皆様の、広いご交誼なしには、こうした言葉はでてこない筈です。

心から、厚くお礼を申し上げます。

私、元来の音楽ずきで、音楽には一応幅広く足をつっこんでいるにかかわらず、ついに「楽典」というものは読まずじまいに終り、楽典の本は積読(ツンドク)に止まりました。むしろ苦手として、敬遠したというのが当てていましょう。

協会の仕事の面でも、この楽典ざらいは、定款苦手に通じてしまったようです。定款協会の憲法というべきものですが、事務局長という職にあるものは、これを空んじている位でなければいけないものを、遂に、それができないままに終ってしまいました。これは決して忠実なる事務局長でなかったということに通じると思います。いささか、手おくれの感がありますが「きつくおしかりおき」下さい。

はじめに「兵隊さんは大好きだ」という歌詞の一節を書きましたが、これは私にとって非常に大切な言葉だからです。

皆、いい兵隊になろうではないかということとは、私の身上としてのことです。この身の下に、私は働いて来たようです。

また、かつて「国民皆兵」という言葉もありました。これも、何とか現代風に解釈してみたいものです。

いい兵隊さんの多い会社は、もうけもいいようです。

却説、最近発行された「中日辞書」によると、兵という文字には「兵隊」あるいは「つわもの」というような意味は見当りません。

兵:iPing凝音詞とあるだけで、兵兵とならべてPing Pangとなっています。意味を強いてとると「響」ということです。兵と響、これを現代の中国文字で書くと「兵响」となり、発言はPing Xiangとなりゴロもよいようです。新語を作りたくくなります。新語を作るとする

と、むしろ响兵Xiang Pingの方がいいと思います。

私とすれば、响(響)とあれば、反射的にハーモニーと考えてしまいます。ハーモニーのわるい响(響)は好みません。

もし、今、响兵という新語が許されるならば、私のいう「いい兵隊」や「大好きな兵隊」はこの言葉の中に含めてもよいようです。私は、別に「响兵待望論」をブツつもりはありませんが、响兵は「ハモルひびき」また「ボランティア」の意にも通じるものがあるようで、意外に幅広い意味をもつ速成の新語ができて嬉しくなってきました。

協会の発展に「响兵」を真剣に考えたくもなりました。

私のこれまでの生涯を通じて楽しかったこと一東ゴビ砂漠探検参加。楽音50人。北海道生活8年。そしてJIDの10年一です。

最後に、会員の皆様のご健康を祈り、重ねて、厚くお礼を申し上げます。 工藤広忠

「新入一年生のことば」



桜の季節を迎えて会員の皆様もお忙しいことと存じます。さて、私も早いもので正会員になって10年になります。今回、はからずも渡辺力先生のお口添えで、新しくJIDの事務局で皆様のお手伝いをするようになりました。今までの仕事とは若干事務のこととて不馴れですが、本質は皆様のデザインという仕事の女房役ですから、それに徹してやって行くつもりです。

協会も20年記念事業や財源面のことをはじめ、難問題山積みです。過去のアンケートを見ても、まず会員であることのメリットを望む声が少ないので、その面での微力は注ぐつもりです。ベテラン工藤さん同様、新米事務局長にも、会員諸兄の変らぬご協力を心からお願い致します。 山品 元

■出版

家具木工用樹種アラカルト

編者 原哲雄

株式会社・日本家具新聞社

発行 株式会社・日本家具新聞社

価格 12,000.-

実物を示さずに、いかに其のリアリティーを傳へるかの努力は不断に続けられてきました。繰返し出版される図鑑の数々を並べてもそれは一目瞭然でしょう。しかし、その一冊づつを手にとってみると、その手段や技術の発達と常に平行していることがわかります。性格の違いも、時代の要求の反映と言えます。

家具界のニュースを、ユニークな家具新版として全国に流している日本家具新聞社が、原哲雄氏を編者に新しい材料図鑑を出版されました。

現在、業界で使用されている用材を中心に、国内産材37種、外国産材73種が材料現寸大の大きさでカラー印刷によって構成されています。裏頁に付された材料名称、産地、加工特性、加工難易産、塗装の乗り具合等、その解説もやさしく丁寧です。程度を表わす言葉以外に数字は全く使われず、逆に、徒然草の文章や短歌等、文字的記述が折にふれて見えるように、形式的に材料学の体裁を持ったものとは本質的に異なっています。気軽に、興味を持って材料に接してもらおうという意図がここにもはっきり表われています。

■編集後記

次号から、JIDをインテリアデザインと改題します。これを期に、増々雑誌の内容の充実を企つつもりです。乞う御期待。

機関紙・JID NO.81

発行人——白石勝彦

編集人——JID会報委員会

発行所——社団法人日本インテリアデザイナー協会

〒150 東京都渋谷区神宮前2

ー3-16 建築家会館3階

電話 03(403)3649

発行日——昭和53年5月15日

印刷所——広洋印刷株式会社

定価——900円

振替——東京・76389

柴田書店出版案内

**椅子の
フオークロア**
鍵和田 務著 / 2000円
椅子は権威の象徴を表わすものとして発
生した。本書は椅子の起源から説き起
し、座る姿勢にもふれた椅子百科。

**あかりの
フオークロア**
照明文化研究会編 / 2000円
本書は日本のあかりに限定して、その歴
史と現在を平易にまとめたもので、初め
て試みられた「あかり博物誌」である。

台所道具の歴史
味覚選書シリーズ 8
栄久庵憲司著 B6判 980円
初めて試みられた台所道具論。道具に
込められた人間の知恵をさぐりだす。
道具の歴史は即味覚の歴史である。

柴田書店 東京都文京区本郷3-33
☎03(813)6031(代)

家具・建築設計家
必携の木目図鑑

木目柄がひと目でわかる

『家具木工用樹種アラカルト』

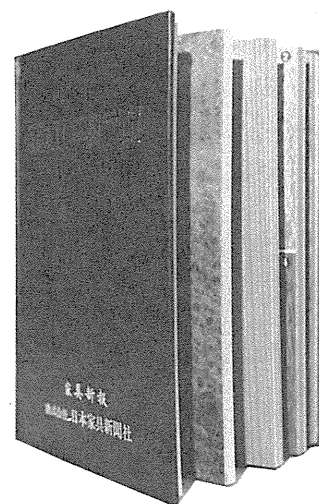
内外の樹種の木目柄150種を

自然の木目同様にカラー印刷で複製！

頒布価格 ¥12,000(千共)

B5判本製本 初版限定 2000部発行

案内パンフレットご希望の方は
下記発行所へご連絡下さい。



編纂・発行所

(株) 日本家具新聞社

〒105 東京都港区新橋4-17-8

TEL03(432)2705 (431)3413

INTERIOR DESIGN 81 INDEX

SPECIAL FEATURE

PRACTICAL BUSINESS AND REMUNERATION OF INTERIOR DESIGNORS

●CONVERSATION

A METHOD OF COMPUTATION, FEE RATE OR MAN-DAY

Those present **MASAHIRO MIWA**
TETUO MATUMOTO
HIROSHI YABUKI
TUTOMU IMAZAKI

Chairmanship **SHUJI IZUMI**

There are big different services among each designor. This is formation making question for us, "What is the substance of design?". We can find the difference between circumstance of design and designors conscious, in the products, interior and construction. Only good sence can make strength or those independent designor. So that there are required their out look on morals to quality, and capacity of synthesis to arrange a lot of information is also requirer for the designor who is concern this modern civilization.

3



INTERVIEW

●THE DESIGN STATE OF ITAIY

An Interview with Mr. **TOSHIYUKI KITA**
Interviewer **KINUKO KATHO**

8

OPINIONAIRE

●PRACTICAL BUSINESS AND REMUNERATION
A Member of Japan Interior Designors
Associatin

10

●REFERENCE DATA

FD-Design Fee Rata.

16

SERIAL

●(PROFITABLE READING) FOR DESIGNERS—SCREW

by **EIZI NAGAHORI**

The 5th of a popular series. In this issue, variety and process of screw are introduced. He illustrates with full figure.

20

●TEXTILE SENSUOUSNESS AND FACTS FABRICS—INTERIOR TEXTILE

by **MASAFUMI YAMAGISHI**

23

●MISCELLANEOUS WRITINGS

—EMOTION AND SPACE

by **HISAO TUTUMI**

—CHANGED DALLAS

by **RYOICHI KOMATU**

—THINKING OF "CONSTRUCTION"

by **MINORU YAMAKOSHI**

—THE FIVE SENSES MAN

by **KAZUNORI YASUNAGA**

26

●MEET THE LADY

Visiting **MIYAKO OHNO**

30

●BOOKS IN REVIEW

—Culture of gray—

—Handy tool of Japan—

31

●INFORMATION NOW

—THE PRIZE OF INTERIOR DESIGNORS ASSOCIATION

—MR. BRUNO MATHSSON Arrived in This Country

32

