

THE
JAPAN
INTERIOR
DESIGNERS'
ASSOCIATION

JID

no. 60

1973. Apr. 20 th.

昭和 48 年 4 月 20 日発行

目 次

主集・テキスタイル産業をみる	
テキスタイル産業とデザイナー・山岸征史	1
今日のインテリアデザインとテキスタイル・岩瀬要三	2
テキスタイルデザイン考	3
調査・アンケートのこたえ	4
かるてつと	7
スウェーデン便り・中村 昇	8
だんわしつ	10

テキスタイル産業とデザイナー

—本 質 と 現 状—

山 岸 征 史

日本のテキスタイル産業は歴史的に着物という衣料の古い世界に代表され、時代が移行して来た。衣食住という言葉通り近年、衣食足りて住がもっとも大切な産業としてあつかわれる様になり、関連したインテリアテキスタイル産業も、第二次世界大戦後の生活様式特に住生活に於いては洋式化が進行しその結果急激にクローズアップされる様になった。しかしテキスタイル産業そのものは巨大な原糸メーカー、及び商社が存在し近代的産業と一見、一般的には見られる反面、末端の織屋、染屋の言葉で表現される中小企業生産者の古い伝統的な存在も又、大きなものである。

テキスタイル産業は衣料用、住宅用（インテリア用）、その他の産業資材の3分野に使用されており、その中でインテリアテキスタイル産業は歴史的にも需要量の上からももっとも新しい存在ではありながらその生産基盤の上からはもっとも古い産業形態をもつ着物の世界と同じである。

近年外国との交流が気楽に可能になり諸外国特にヨーロッパのインテリア

テキスタイルについての先進国の空気に直接に触れる様になり、オリジナリティの大切さを感じる産業人が当然多くはなっているが、いまだに外国のマネに忙しく、特にデザインの面では、建築のスペースを無視して安易に盗作をくりかえし、日本人と見れば警戒され敬遠される様になってしまった。意匠保全登録によるとりあえずの国内業者の規制は一応確立されているが、いまだに著名メーカーによる、特にプロパーな商品についての外国雑誌、サンプルのマネがどう見ても多くを占めている、もう一時的な混乱から抜け出て自己の個性を通したものを移行すべきであるのに、まったくなげかわしいことと同時に、そういったデザインを肯定しているスタッフデザイナーの無力と権力へのへつらいは、いつまでもたっても特に企業内で営業中心の従属した地位から脱却することが難しくはないだろうか。これはスタッフデザイナーだけのことでなくフリーで仕事をするデザイナーも同じことである。

糸の重量と織加工手間によりコスト

が決定され価値づけられて売られた製品が、そこから脱してそこにデザイン料のウェイトが大きく示め、デザイン料が売り物になるのは一つにデザイナー自身の問題である。

テキスタイルデザイナーと称する人達の内容について、その創造する範囲は、より量産的なものと一品的なものとの立場については、普通、一般的に一品的なものはアーティストとしての価値を主張し、量産的なものはプロダクトデザイナーとして技術的な問題を解決することが大きなウェイトを占めている面が感じられる。

フィンランドの著名なメーカーであるマリメッコでのパターンを創作する人達はそういった意味からはアーティスト的な立場にある。そして量的には問題としない位の量産の可能な日本のメーカーに於いてのテキスタイルデザイナーの役割は、普通アーティストとはおよそかけはなれた存在である。それでいながら多分、我々テキスタイルデザイナーはよりアーティストとして生きることが希望している面が多いのではないだろうか。これからがテキスタイル業界に於いてもっともデザイナー自身が自己のあり方について見つめる必要な時期といえる。

(3 頁につづく)

今日のインテリアデザインとテキスタイル

岩瀬 要三

昨年、正月、西独に滞在中の榎田さんから、クリスマスカードによせて、次のような感想を書いてきました。

「このカードはスウェーデン製ですが民家の様子は日本のそれと、とてもよく似ています。暖房効果のための低い天井、大きな暖炉、自在鍵、ブゴツイまでの食卓と椅子、それなりの機能は心を打ちます。そこに下げられた手織りの布。こんな事がヨーロッパ・デザインの源泉だと思われる様になりました。」

以上が其の節の便りでしたが、とにかく今日のインテリアデザインを考える前に、こうした生活文化の源泉をさぐる事が、出発点であり、人間生活のより所を考えるべきでしょう。

形はけっして偶然の産物でなく、人々の知性と情感とが作りだすものであって、そこに材料や技術が裏付となって時代的な様式を生むものでしょう。そして新しい時代は、新しい様式を創造しようとしています。

過日も「飛騨の里」を訪ねて、およそ250~300年以前の古い民家部落を見てきました。深い雪国での生活環境が作りだした素朴な民家にも、人間の智慧がいたる所に見られました。

農耕を主としたこれらの民家には、椅子座形式と、床座式が一体となって構成され、日常の生活用具の立派さにも、今日の量産化されたものは及ぶことのできない緻密な工夫と、材料がうまくいかされ、二世紀半の間にも使用に耐えていました。

今、職住接近という問題やら、過密都市の改造、公害の発生からの脅威からまろうとする生活なり、インテリアにももっと基本的な対策を考え直すことが緊急肝要な問題のように考えられます。

かって12~3年位前、アメリカのアспенで開かれた世界デザイン会議で討論されたものの中心点は、「人間とその解決すべき諸問題」であったように記憶しています。そしてその内容は大体下記の3点にしばられて討議された筈です。

- ① 人間の技術が発達して、ついに人間自身を破壊するような時代に生きるには。
- ② 我々の子孫が貴重な人間性を失わず、しかも国の要求する教育目的を満足させるにはどう教育するか。
- ③ 正しい創造的な仕事をやろうとし、生活の必要に迫られて妥協せざるを得ない場合どう対抗するか。

以上が重点討議の内容で、これらは私の記憶に残ったものを列記しましたから、多少間違いがあるかと思いますが。

要は、まったく今日我々が遭遇する点が、すでに十数年前のデザイン会議で多くの世界中のデザイナー、学者、企業経営者等を含めて論議されたことが思い出されます。さて、インテリアとテキスタイルは、室内構成に不可欠のものですが、自分なりの暮らしの設計ができにくいのが、日本の現状でしょう。

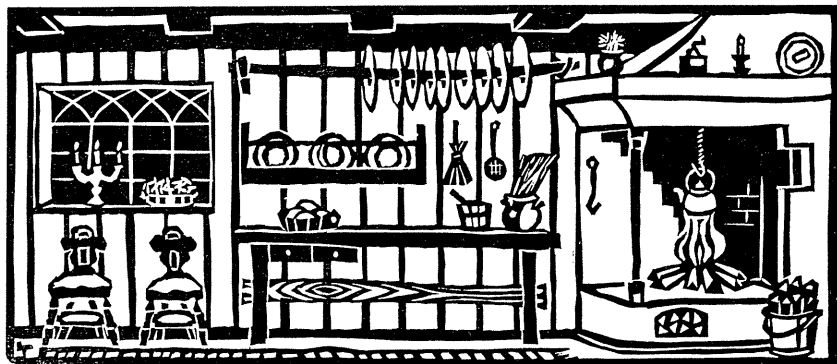
大部分がおまかせ的な方法というの

が、今日までの習慣のようであったのではないかと思います。それが自分なりの暮らし方に目ざめたのは、ごく近年のことで、それなりに急激な生活多様化が目立つようになりました。しかしこうしたことも、個人を大切に、自分の生活を創造してきた西欧の人達と、その出発点にかなりの相違があったわけですね。そして今日のテキスタイルの分野でも、色調、パターン、地合等その種類も驚くほど多種多様となりました。しかし一般のユーザーは強情で、インテリアを工夫することはまだまだ初歩的の囿におかれています。むしろメーカー側も大衆に迎合する商品構成に力を入れすぎて、よい品が出来にくい現状にもメスを入れねばなりません。勿論大衆消費者に対する教育も大切でしょう。

住む楽しさ、創るよろこび、——こうしたものをよび起すようなものを作り出したいと願っています。

昭和48年は川島織物創業130年を迎えますので、これを記念して業界に少しでも役立てる目的で、織物を中心にした研修センターの建設に着手中です。(場所は京都市原の現工場に隣接する敷地内)敷地約6300㎡、建築面積1500㎡、アトリエ棟とドミトリー棟に分けられ、約50名の宿泊施設を含めての校舎です。9月には完成されますが、新しい時代の要請に応じた施設で、数

(3頁につづく)



Linoleumant Leif Tollefsen

テキスタイルデザイン考

——用途開発を期待する——

岡 本 賢 三

近來インテリアテキスタイルがいろいろ取沙汰されてきていますが今日の時流の中で一時的なものとしてでなく、生活空間に於けるテキスタイルの位置づけを、この機会に明らかにして置きたいものです。

本来織物は自然発生的な技法をもとに、職人の身を削る様な技術によって今日までに育成されたものでありますが、デザインと技術が常にバランスを失ってはならない種類のものではありません。私は織物は綾なして織りなす繊維の隙間に人間が入り込むつもりでデザインがなされ、単にパターンとか、色調以外に積重ねられた技術、伝統を見失うものであってはならないと考えます。

日本の住宅では、障子、たたみ、襖

があって、布の必要がなかったわけですが、今日の都市生活では、カーテンカーペットがないと生活出来ない程、建築の条件、環境は変化して、しかも企業は経済成長のなかで多様化と省力化と反する問題をかかえ、そのことに意をそそいできました。勿論他の産業と同様のことですが、テキスタイルデザインにそれらのことが良い結果をもたらしたとは思われません。しかし多様化はそれ自体悪いことでなく、むしろ多様化に対応する商品を如何にサービスするかが問題であって、テキスタイルは昔から、使用する例が自由に選択して自由に自分の場を創るために工夫したものであります。

その様な意味では、テキスタイルデザインは特異なものではなく、無名性で、自然に使われるのが一番良いデザインということになります。

最も古典的なパターンをもつもの、トラディショナルなもの、更には時流を受けて企画されるもの、数千点を企業の目標に合せることは一朝の論ではすまないことですが、それらが欧米の

真似事から脱して独自のインテリアテキスタイルが育っても良い程に、習練され、又従事する人達の層の厚さに期待出来る昨今であります。企業はそれらの人達に仕事の場を提供し、技術を公開し、テキスタイルが単に装飾としてでなく、私達が生活の中で追い求めて来た素材であることを再確認せねばなりません。

——用途開発——テキスタイルを如何に上手に使用するか、縫製加工、施工技術を含めて広範囲なデザイナーの提案、活躍が期待されます。親しみのない、不なれなカーテンを見るにつけても、裂地の性能と共に加工技術の未熟さが気にかかるというのですが………。

(1 頁よりつづく)

テキスタイル業界そのものの構成世界は、各種の業界誌から判断出来るが、その機構はかなり系列化と共に複雑さをもっている。

現在大きな工事関連事業に関しては、大手メーカー自身が自社で処理し、手間がかかり採算のとれないものについては系列化した小売業者又は問屋に依存する方法は、メーカーの独善でありながら当分それは否定出来ないことも云えるが、一方では生産者がすべて注文主直接販売していくことによって消費者がその恩恵をうける時代になりつつあるのは、私自身メーカーの仕事をしている関係上特に感じられる様になって来ている。

しかし価格面でいろいろな理由づけ

により安くはなりえないことも現状では当然である。ここ数年の間に生産する工場と、依頼する産地問屋、商社、メーカー等の間のバランスが、労せずして賃金の多い業種への人手移動による人手不足からその力関係に変化をきたしている。

テキスタイル産業は、一方では高速機械による量産でのコストの抑制が進められ、一方ではよりよいものを適当量、適正価格で売るという時代になりつつあることは当然の成り行きである。

更にテキスタイル産業のもう1つの問題として素材を考慮しなければならない。天然繊維、化学合成繊維ともその製品としての加工方法の公害、使用法についての防災等の規制問題がかな

りのウェイトをもって製品のコスト上昇を一般消費者に負担させていることである。今後これら規制は一層強化されるであろうし、特にすべての素材をそのほとんどが輸入にたよる現状で諸外国との競合については、特に業界として考慮されなければならない。

(完)

(2 頁よりつづく)

年前米国の企業内に大学院の企画をなしたのと同様、この施設の完成の上では協会員有志の御指導やら、御援助を得て記念事業の成果に華を添えていただきたいと念じています。

今日の生活空間は、いまや、テキスタイルを語らざるをえないほど密接不可分の関係にあるといえましょう。

このような今日的な現象とはうらはらに、各分野におけるデザイナーにおいて、はたして、テキスタイルへの関心度は如何ばかりか大いに疑問の余地があります。

ここでは、テキスタイル産業側からの直接的な言葉を通して明日のインテリア空間の在り方を吟味してゆきたい。

〈質問内容〉は下記の通り。質問対象会社は、当協会の賛助会員とし昭和48年1月実施いたしました。

〈質問内容の項目〉

■貴社の名称

■創業年月、資本金、年商額（昭和46年度）、従業員総数、企画開発担当スタッフ。

■貴社のいきの長い商品（またはベストセラー商品）をあげていただき、その特長についてひとこと。

■貴社の新製品開発は、社外デザイナーに依頼することが多いでしょうか。社内メンバーによる開発が多いでしょうか。

■他の関連業界の流行や状況なりが、大変気にかかるものでしょうか。また、それらについての情報キャッチはどのようにおこなわれていますか。

■インテリア・デザイナーまたは関連デザイナーへの注文なり期待することをひとこと。

尚、質問用紙配布先は次の通り。

住江織物株式会社、東洋紡インテリア株式会社、長谷虎紡績株式会社、藤井毛織株式会社、クラレ・インテリア株式会社、（株）小川商店、（株）川島織物、内一商事株式会社、（株）サンゲツ。以上。

株式会社 川島織物

■1843年（天保14年）創業、昭和13年5月株式会社、8億8946万円、110億円、1100名、28名

■当社の生産取扱い製品は、室内装飾用裂地（61%）カーペット（19%）車輛航空機用裂（17%）美術工芸織物（5%）帯地類（8%）以上は前期販売実績の動向を示すもので、これ等の構成比が示す通り、其の主体はインテリア・ファブリックスであることを示すものであろう。しかしこの部でも種別と其の内容も多岐にわたり、加えて時代的な要求もあって、其の激動による情勢下でのヒット作は決めかねる。強いて申せば住宅関連産業としての、インテリア・ファブリックスの総合製品メーカーとして、質と量がどう寄与されるかが重大であらう。

■新製品開発は、特殊なものを除き其の多くは社内デザイナー（約40名）を中心に、研究開発部、総合調査企画部等の各部門別にプロジェクトチームが編成され、最終的には企画営業総括部を加えて協議によるもので、簡単には説明出来ない。

■情報を気にしない企業はおそらくなく皆無で、その情報も国内はもとより海外駐在員からのレポート、さらに年間数次にわたる視察出張等、その手順方法は企業内の秘に属する問題で、このようなアンケートには少々無理があるので回答致しかねる。

■別紙原稿御参照願います。

インテリア産業を知る

テキスタイルを中心にして

会報委員会が企画した「インテリア関連産業を知る」というアンケート中に、「いきの長い商品、またはベストセラー商品」という項目があったが、企業が今日成長する過程では、このよ

うなポイントをねらうこと事態が無理な注文であらう。

日々に情勢がはげしく動く時代では企業側も多品種、適量生産をものにそれぞれ改良されなくてはならないかと思う。特にテキスタイルは、一次製品の存在性が強く、実際にインテリアの中に加工されたり、室内に取付られてこそ、其の本質がはっきりされるわけである。このため当社は明治の中期より早くもインテリアに深い関心をもって、其の事業の発展につくしてきた。現実には赤坂迎賓館の改修工事に際して、かつて明治40年代に苦心製織された多くのテキスタイル織物が、今日の近代化された産業の中で、其の復元にも役立っている。古典から今日的な住宅産業の要求に応えることは、随分とむずかしいと考える。

さらに家具用裂地については、主体となる木工技術、FRPといった製品開発の工程にも多くの関心と、工学的な裏付けなり化学処理にも日頃の努力が肝要であらう。また先頃は生産面の改良策として、コンピューターによる紋紙工程の簡易化開発は、業界に一つのエポックを巻き起し、中国との技術提携による天津綫通の輸入は、当社独自のデザインによる指導になるもので、この方面でも国際化が緒についてきたといえよう。

いずれにしても今後消費動向の高級化、多様化を背景に一層の方策と工夫が必要と考えられる。特にゆとりのある生活として、新工芸運動の展開も見がすこととはできない。先頃この点ではアート川島で開かれた、「ベルギー国の文化交流を目的としたデ・ウィットのタペストリー展」のように、その国の工芸織物を代表する分野を、国際上の交流によって新しい展開にも、我々は多くの関心をもたねばなるまい。

K.K.川島織物 岩瀬要三 記

東洋紡インテリア株式会社

■昭和36年、8千万円、40億円、
230名、10名

■カーペット部門

タフテッド……ダイヤターフ

多素材を使用し高級品から値頃品
まで豊富に取り揃えています。

ウィルトン(シングル)……ダイヤトン
無地物……ウールマークの普及品で
広範囲にわたり常備していま
す。

柄物……洗練された独特の柄傾向と
組織で一般家庭向を主力にして
います。

ウィルトン(ダブル)……ダイヤフェイ
ス

主力商品で高品質のウールマーク
商品であり柄数も豊富に揃えてい
ます。

ラグ……ダイヤラグ

手織で斬新な柄付けをしており素
材はアクリル100%使いです。

カーテン部門

無地カーテン……ハイムテックス、マ
ルシェの2種類をやっており工事
用のポピュラー商品として愛用さ
れています。

先染ジャガード……伯爵、シラノの2
種類、一般家庭用価値商品でしか
も高級感をねらったものです。

ドレープ……家庭用高級ジャガード
物、ならびにハイセンスな工事も
柄物です。

レース……エステル100%使いの安定
したもので巾広い層から好評を得
ています。

■当社は東洋紡績(株)の全額出資会
社であり、同社の原料素材を主体にそ
の優れた技術とデザインに加え外注デ
ザイナーの協力を得て商品の企画開発
につとめています。割合は70%：30
%位の比率です。

■当社の誇る全国販売網から常時情報

をキャッチすると共に、内外の参考図
書雑誌から資料を蒐め、ファッション
傾向の把握に努めています。

■テキスタイル・デザイナーの内イン
テリア専門のデザイナーはきわめて少
く、近年の住宅産業の伸展と共に漸く
陽の当る場所に脚光を浴びてきたと云
う状態です。

テキスタイル・デザイナー・グルー
プ内において今後インテリア・デザイ
ナーに期待される面は増々広く深くな
るものと思われます。インテリア・デ
ザイナーは室内装飾設計の出来るトー
タル・デザイナーとして、発展するこ
とが望ましく、又最近の学校教育過程
をみても、そのようなデザイナー育成
に進んでいるように思われ今後の発展
が期待されます。

住江織物株式会社

■大正2年、16億6408万円、
177億7423万円、約1500名、30名

■マーシャル(タフトンカーペット)
ウール100%ウールマーク商品、ウ
ール独自の色が、きれいに色出ている。

万両(IM20カーテン)

日本の家屋によく調和する。

■メンバーによる開発点数が多い。

(割合8：2)

■大いに気にかかる。

各々専門業界誌、専門新聞、サークル
での意見の交換、各得意先との意見交
換。

■現在、一般ユーザーとデザイナーの
間にかなりの開きがあると思える。

デザイン(商品)を最終的に消費す
るのは、一般ユーザーではないのだろ
うか。一般ユーザーとデザイナーの間
がより密接になるよう希望する。

言い方をかえれば、一般ユーザーに
も理解できるようなデザイナーであっ
てほしい。

~~~~~  
'73 デザインイヤー  
のシンボルマークは、  
この運動が生活のなか  
へ、そして世界へと広  
がってゆき、さらに、  
新しい輪が多次元の分  
野にも波紋のように伝  
わってゆくことを願っ  
てデザインされました。  
デザインは、グラ  
フィックデザイナーの  
亀倉雄策氏です。



デザイン・イヤーのシンボルマーク

## 株式会社小川商店

■創立年月 昭和25年

資本金 1千5百万円

年商額 17億

従業員総数60名

企画開発担当スタッフ 5名

■当社ベストセラー商品

1 リバコ椅子張生地関係

平織タイプの67を中心に、杉綾タイプの70を加え、いずれも材質を特に吟味し、広く皆様より好評をいただいております。

価格別にも普及品のロンソフトを加え、一連の無地物椅子張生地に於いてはユニークな存在と自負致しております。

2 リバコの商品は椅子張生地の他に、壁製・カーテン・カーペット・床材があり、特に壁製のビニオールは、昭和31年より住宅公団関係への採用に始まり当社のベストセラー商品の一つとなっております。

■新製品開発については

デザイン面では社外デザイナーへの依頼度が高く、具体的な商品化は社内が中心です。

(10頁よりつづく)

(5) そして、室内関連業者への指導と管理の在り方は、必然的に室内関連業法（建設業法に似たもの）の必要となり、業者のランクづけにも波及するであろう。

むすびにかえて

今日、室内装備内容の高度化や技術の進歩にとともに、益々技術能力の検証が必要を増してきている。このような時点にあたって、当協会としても目標を的確に把握しつつ、会員の衆知を集め、積極的に前向きな姿勢で協力し推進してゆくことが必要なのではないだろうか。

## 商業施設技術士 アンケートについて

先般おこなった商業施設技術士アンケートについての会員の皆様のご協力に感謝いたします。

アンケートについて集計の結果は下記のとおりです。

1. 発信（依頼数） 402通

2. 回答数 117通（29%）

回答率は29%と、良好とはいえませんが、これは情報不足が大きな原因ではないかと思われます。情報不足を申して来られた方は、

わからないの項に 2人

関心があるの項に 1人

計3人ありました。

その他下記のような希望事項がでてきます。

1. 世間的に統一して行く傾向にあるなら希望する。

2. 技術士法との関連で、まぎらわしさはないか？

3. 資格取得について、さらに詳細が知りたい。

4. インテリアデザイナー（内装）に関係するものとして、商業施設の規準その他に関して疑問が多い。セオリーとして賛意は表すが……。協会として全会員のために検討されたい。

第1表では、“資格をとりたい”または“関心がある”を合わせて68%、不要であるという人は20%、その理由は不明である。

第2表から、会員の関心度をみるとその回答率は

正会員 80%

40才以上の人 70%

実務経験年数15年以上の人 63%

と比較的年配の方の回答率が多い傾向をみせている。（事務局調べ）

第1表 資格に関する地区別会員の関心度一覧

昭和48年度

| 項 目       | 人数          | 備 考               | 地 区 別 内 訳 |    |    |    |
|-----------|-------------|-------------------|-----------|----|----|----|
|           |             |                   | 東京        | 関西 | 中部 | 九州 |
| 資格をとりたい   | 35<br>(30%) | うち、関心があると併記したもの 5 | 18(2)     | 9  | 5  | 3  |
| 関 心 が あ る | 44<br>(38%) | うち、わからないと併記したもの 1 | 31        | 12 | 1  | 0  |
| 不 要 で あ る | 23<br>(20%) | うち、反対であると併記したもの 2 | 18        | 4  | 1  | 0  |
| 反 対 で あ る | 1           |                   | 1         | 0  | 0  | 0  |
| 無 視 す る   | 1           |                   | 1         | 0  | 0  | 0  |
| わ か ら な い | 10<br>(8%)  | 情報不足と注書きしたもの 1    | 7         | 2  | 1  | 0  |
| そ の 他     | 3           | 無 記 入             | 2         | 1  | 0  | 0  |
| 計         | 117         |                   | 78        | 28 | 8  | 3  |

注 (2)は北海道で内数

第2表 資格に関する会員の関心度一覧

| 項 目       | 人数  | 会 員 別 |    |   | 年 令 別 |       |       | 実務経験年数別 |       |       | 建築士資格別 |       |    | 職 務 上 の 立 場 別 |          |       |            |        |        |     |
|-----------|-----|-------|----|---|-------|-------|-------|---------|-------|-------|--------|-------|----|---------------|----------|-------|------------|--------|--------|-----|
|           |     | 正     | 準  | 賛 | 29才以下 | 30才以上 | 39才以下 | 40才以上   | 10年未満 | 10年以上 | 15年未満  | 15年以上 | 1級 | 2級            | 設計事務所代表者 | 同左 役員 | 設計製作施工会社関係 | 販売会社関係 | 教育研究関係 | その他 |
| 資格をとりたい   | 35  | 26    | 7  | 2 | 3     | 16    | 16    | 5       | 10    | 20    | 5      | 3     | 7  | 3             | 16 (10)  | 1     | 4          | 4      | 4      | 4   |
| 関 心 が あ る | 44  | 34    | 9  | 1 | —     | 14    | 30    | 7       | 9     | 29    | 4      | 6     | 15 | 1             | 12 (9)   | 4     | 6          | 6      | 6      | 6   |
| 不 要 で あ る | 23  | 21    | 1  | 1 | 1     | 7     | 15    | 1       | 7     | 15    | 6      | 4     | 11 | 4             | 2        | —     | 0          | 0      | 6      | 6   |
| 反 対 で あ る | 1   | 1     | —  | — | —     | 1     | —     | —       | 1     | —     | —      | —     | 0  | 0             | 0        | 0     | 0          | 0      | 1      | 1   |
| 無 視 す る   | 1   | 1     | —  | — | —     | 1     | —     | —       | 1     | —     | —      | —     | 0  | 0             | 0        | 1     | —          | 0      | 0      | 0   |
| わ か ら な い | 10  | 7     | 1  | 2 | 0     | 6     | 4     | 1       | 4     | 5     | 1      | —     | 4  | 0             | 3        | —     | 1          | 2      | 0      | 0   |
| そ の 他     | 3   | 2     | 0  | 1 | —     | —     | 3     | —       | 3     | —     | —      | —     | 0  | 0             | 1        | —     | 1          | 1      | 0      | 0   |
| 計         | 117 | 92    | 18 | 7 | 4     | 43    | 70    | 14      | 30    | 74    | 16     | 13    | 37 | 8             | 35 (19)  | 7     | 13         | 17     | 17     | 17  |

注 ( )内は当該関係の役員数

## 多くの人達にデザイン理解の場を

—— バライティ 6 に参画して ——

峰 尾 武

食事の空間というテーマについて考えた時に、私なりに常に一つの感覚を持っていたはずであるが、実際に追求してみるとそれがその場での適切なものであったかという疑問が生れる。

クラフトデザイナーとの協同で、食事の空間を演出するという作業の中で、クラフトデザイナーは私達と違った方向から常にインテリアの問題をとらえている。互にディスカッションを重ねていくうちに一つのパターンが出来上り、それを演出する。しかし形になったものは既存の商品のコーディネートである以上世間とそれほど違った

ものが出来るわけでもない。

しかしながらその中に流れる精神的な面では私なりに今までと違ったフレッシュなものがあつたはずである。

それが充分に演出しきれなかったことは残念であるが、違ったデザインジャンルの人達とのディスカッション、又協同作業という中に大きな意義があつた様に思われる。

私などは常に忙がしきにかまけ直線的な追求に落ち入り易い。その様な中で一つのインテリア空間をとらえる場合、あらゆる角度から、又もろもろの要素を合せ考えなければならないので

はないかと再認識した次第。

常に承知している事柄がなかなか出来ないのが日常である。

今後も私達は大いに違ったジャンルの人達との交流を続け互いに発展して行かなければならないと感じました。

これからもこの様な企画を行ってゆくことは良いと思いますが、問題点として、企画されたものをどの様な人達に見てもらうかが問題であると思う。せっかく意義ある企画をしても、この点がマッチしないとなにをやったかわからないものになってしまうのではなからうか。訴求の方法、展示場の場所の問題等、多くの人達にデザインという事柄を理解してもらうために、今後研究する必要がある様に思われた。

## 密度の高いデザインワークを

—— バラエティ 6 に参画して ——

森 谷 延 周

去る11月27日より12月7日まで世界貿易センタービルにおいて、一般消費者へのデザイン啓蒙を目的としたバラ

### 特別展バライティ 6 について

主催 (財)日本産業デザイン振興会  
(社)日本インテリアデザイナー協会  
日本デザイナークラフトマン協会

日時 昭和47年11月27日～12月7日  
場所 日本産業デザイン館  
テーマ “食事の空間”

①食事スペースがワンルームの中にある若者の城 ②お茶の時間 ③中流家庭のダイニング ④フォーマルなダイニング ⑤若いカップルのためのダイニングスペース ⑥家庭の中のパーティー

参加メンバー ディレクター—島崎 信氏、高木晃氏 デザイナー (当協会のみ)—秋山修治氏、長沢精一郎氏、峰尾武氏、垂水健三氏、森谷延周氏、木村戦太郎氏  
以 上

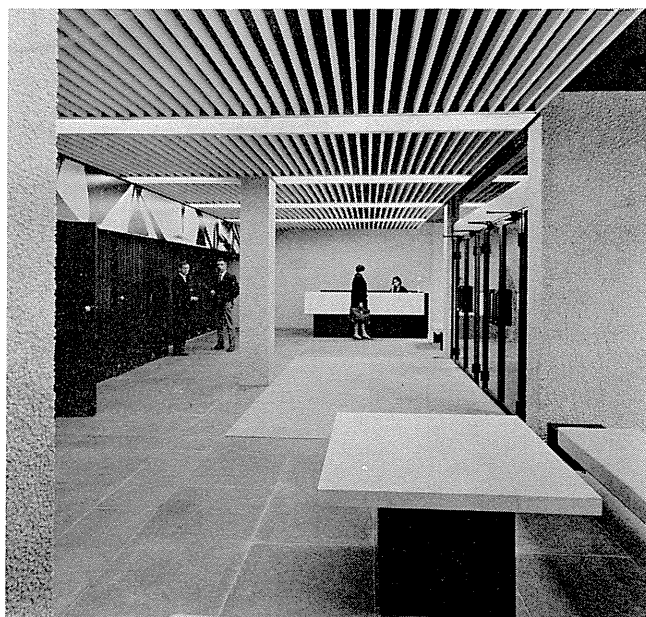
エティ 6<食事の空間>特別展が開催された。参画依頼を受けた者の一人としてその時を振り返り、思うこと、感ずることを記してみたい。

当初参加依頼を受けたメンバーの集まりの中で、この展示会の意義に関する疑問、準備期間の不足、協力出品の依頼の仕方と搬入・搬出の仕方に対する疑問、諸経費の負担と予算不足などそれらにかかわることから派生する全体効果に対しての責任所在など様々の事柄が持ち出された。一時は会期延長、テーマの変更ということも論ぜられたがいずれも時間的なことから不可ということになり、当初の計画通り可能な範囲で全力を尽くそうということになった。ワークの進行に伴い、当初懸念していた事柄のいくつかが表面化した、とにかく会期だけは無事に終

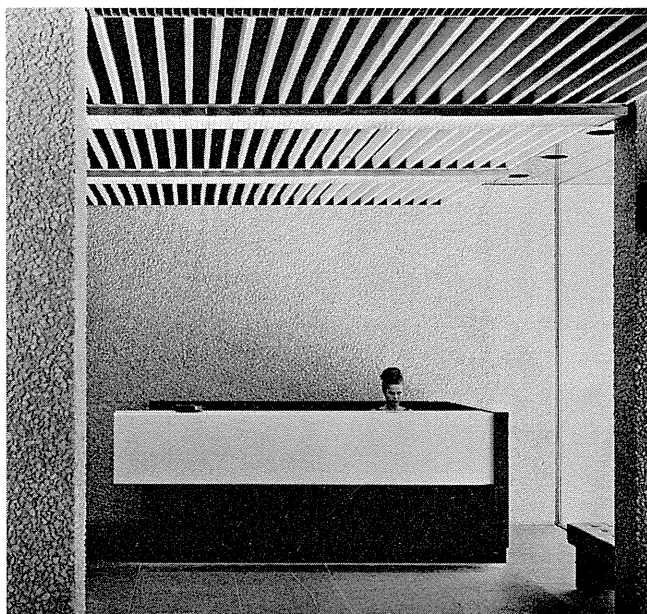
え、そしてほっとしたのは私だけではないようだ。

いつの場合でも仕事というものは結果が大切であり、結果が評価される。その間にどんなプロセスがあろうともそれは第三者にはわからない。逃げ口上を言うわけではないが、今回参画してみて、良い仕事を生み出すための前提条件の解決を痛感した。そして悲観的な話の一方にこのことだけは良かったということが一つある。それは、私達の協会のメンバーと日本デザイナークラフトマン協会のメンバーとが交流し、2人3脚の形で協同の力を出しあったことだ。まだまだ十分とはいえないにしても両協会が手を結び合って一つの仕事をこなすことの意義は大きい。これからは益々このような連携プレーの場を多くし、密度の高いデザインワークを展開してゆくことが必要であろう。

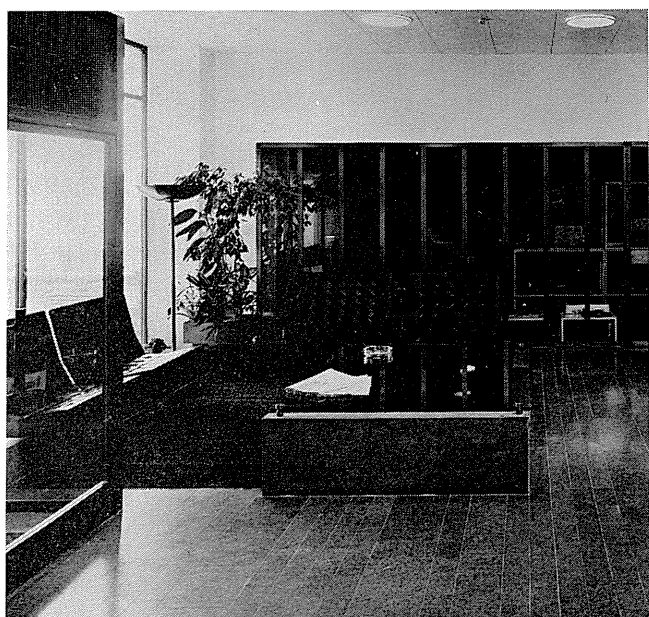
ディレクターとして、いろいろな取りまとめにあられた島崎 信、高木晃両氏に感謝致します。



レセプション及び受付



レセプション



受付ホール



廊 下

## ス ウ ェ ー デ ン 便 り

スウェーデン在住4年弱になります。今春は帰国を考えておりますが、今迄に家具・インテリアの資料少々集めました……と申ししても、デザイナーの紹介程度であまり充実した資料とも云いきれませんが、協会で御利用いただけたら幸いと思い別便でお送り致しました。

ストックホルムにオフィスを持つ名の知れたデザイナーを重点に訪問と共

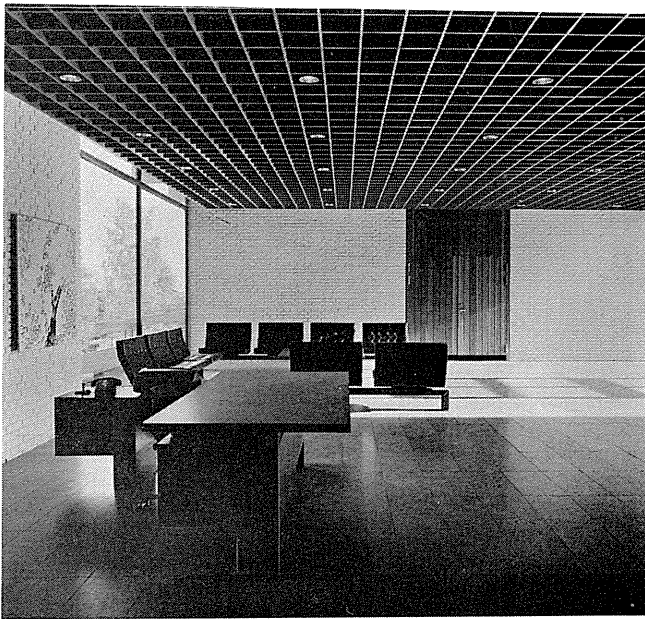
に資料を集めました。地方に住むデザイナーにつきましては、経済上の都合から訪問できませんでしたので、手持の資料の中から選びました。この意味でフレッシュな資料ばかりを集め得なかったことをお断り致します。

4年程前になりますが、政府の経済緩和の一貫として、20%の建築特別税制がしかれ、このあおりで新築を見合せるところが増え、仕事の量がかなり

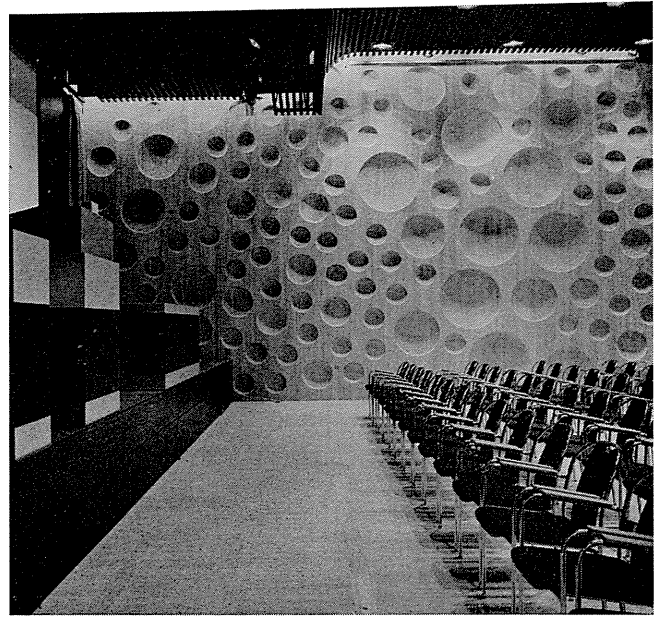
## 中 村 昇 (在ストックホルム)

削減されてきておりました。この税制は期限付きでしたので、多少の遅延の後解除されました。

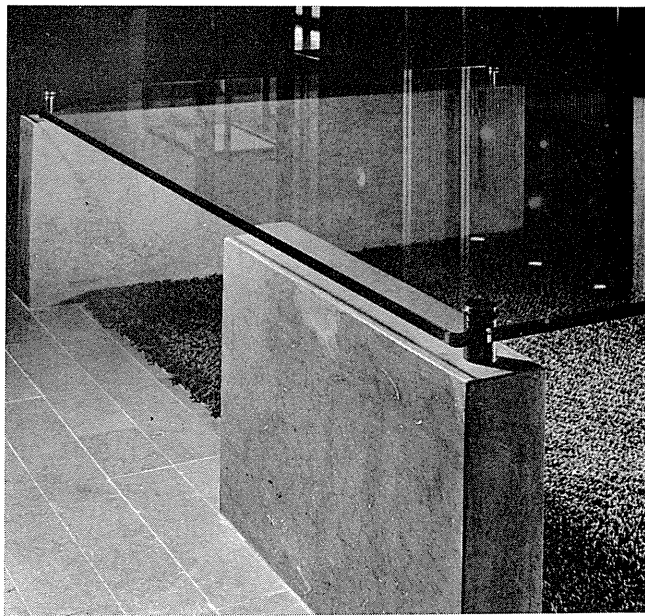
しかし、再び今度は一般住宅、アパートの建築、昨年度比25%削減を打ち出し、建設業者及びその労働者、更に、これらに付帯するインテリア・家具その他の分野に大きな打撃を与えております。現在特に多い建築労働者には職業転換を奨励しています。



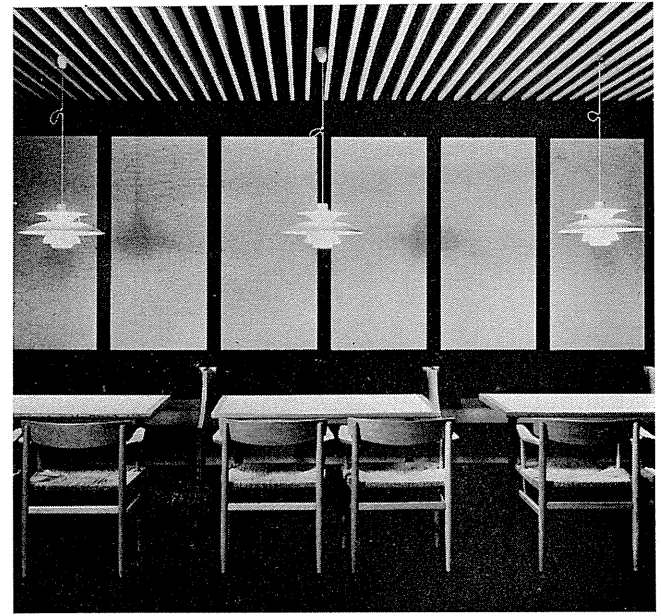
聴講ホール



レセプションと受付



テーブルのディテール（受付ホール）



ゲスト食堂

消費組合KFでは、インテリア・ブランドを持っていますが、この不振の影響で存続が難かしく解散するという話しが流れております。

又、オフィスメーカーのNK デパートのインテリア部門と、コーゲンス (KAGÉNS), ルーセングレックス (ROSENGRENS) の3社、国内では知名度の高いメーカーですが、昨春秋に合併されました。国内需要の飽和状態から過当競争をさける意味合いと、海外進出のための強力な組

織の必要から合併されたと聞いております。

このようなケースは、この先もっと増えるのではないかと判断しています。この状況は、デザイナー達にも似たような、海外進出を促すことになるでしょう。既に積極的に活動をしている人も、かなりあると聞いておりますし、私の訪問した、オフィスでも90パーセントは何かの形で日本の企業とコンタクトを希望し、日本のデザイン・マーケットに大きな魅力を感じて

いるようです。このような状況が幸いしたか……と思われませんが、資料集めの訪問では、多くの人から積極的な協力をいただいたものです。

（注）掲載写真は、中村氏から郵送された一部ですので、次号にも引きつづいて掲載してゆく予定です。

写真は、プロジェクト・スコンスカ キャストセメント株式会社のインテリアと家具であります。

## 新たな会員の意欲に期待する

但 田 孝 義

私は9月に正会員になったばかりの新入会員ですので協会の活動について具体的に参画する機会が少なく意見を申し上げる立場ではないが、先日、ビクター大和工場の見学、及びICE招待によるイタリー報告会に参加して感

じた事を申し上げます。まず、何よりも参加者の少ないのに驚きました。私は会員になる時に協会の会員になる事自体に意義を感じるのではなく実際にその活動に参加する事によって始めて意義があるのだと思ったのです。

J. I. D. No.58に山岸氏が「ヤング諸氏の実際的な参加が必要……」と書いていらっしゃるが正にその通りだと思う。会費を払うのみで、ほとんど活

動に参加しない会員の何と多い事か。これでは会の組織化はありえないのではないかと思われる。会員のモラル、意欲の問題と合わせてそのような状況を作り出している原因を究明すべきではないか。委員会により多くの人をといわれるが果して容易に参画できる雰囲気であるかどうか疑問を感じざるをえない。

## 資格制度化への問題

——これからの協会の在り方——

尾 上 孝 一

今日、超高層建築の登場や内装制限の強化などから、新たに室内関係技術者の資格制度化の動きが活発化している。たしかに、このような技術分野の整備・充実のために、なんらかの資格制度化は大いに必要であろう。ここでは、これら資格の先輩格として今や22年を迎えた建築士資格の道と、これからの協会の在り方について言及してみたい。

### 建築士法制定の教えるもの

はじめに、建築士法の制定の経過をみると昭和25年5月制定。当時の思い出話では、「無理にしてもらった」というような気分とか。そして、資格の名称にしても、建築士、建築工務士、建築工事士などがあって技術と技能が問題にされている。

翌昭和26年6月、最初の書類選考によって約3万名の建築士が誕生。今日では、総計30万の建築士（内8割が二級）を生んでいる。

然るに、この士法も今日まで約8回ほどの改正をみ、制定された当時は細かいところまでは書かず自主的に建築士の団体がやるべきであるとされ、よく読んでもわからなかったとか。また一方、建築基準法は、書きすぎているためによめばよむほどさっぱりわからなくなるとの評判。

さて、士法が制定されるにしても、これを完全に運用して社会に定着させてゆかなければならないとして、その準備段階として士会が中心となって、「建築技術者の資

格に関する調査委員会」をつくっている。こうして生まれた建築士も、今日では、かつての自然人としての建築士が一人でやるという思想がくずれ、全く社会のテンポに合わなくなってきて多くの問題をなげかけてきている。

また、士法成立22年といっても、弁護士や医師法に比べれば約四分の一の経過年数しかない。近年では、昭和45年に土木施工管理士、翌年消防設備士が生まれ、また、建築設備の増大から建築設備士の声も俎上にあがっている。

### 建築士試験と建築教育の教えるもの

建築士法の目的をみると、「この法律は、建築物の設計・工事監理等を行う技術者の資格を定めて、その業務の適正をはかり、もって建築物の質の向上に寄与させる…」とある。この技術者の資格を定めるのが毎年の建築士試験。その方法も、最初の選考次の全五科目を五年間で合格すればよいから、今日では四科目を合格ののち翌年に設計製図を受験するなど建築技術の進歩に対応して変化してきている。しかし、これとても時代の要請している建築士の技術能力の検証に最善であるかが問われており、とくに択一式出題形式については多くの批判がある。

然るに、資格試験の目的は、少なくとも最低限度の業務を行うに足る能力がそなわっているかを問うわけで、能力不足者をふるい落すのが趣旨ともいえよう。こうした社会の動きに対応した建築士試験と建築教育の在り方とが、今日、微妙にゆれ動いている。（たとえば、試験では法規・施工に関するウェイトが増し、建築史は全く〇に近

くなってきているなど）

かつ、建築産業の拡大化や多様化は、教育そのものを益々予備校化させているとも危惧されている。とくに、設計教育の目的は、設計課題の数や枚数よりもむしろそこでの基本教育の密度——普遍的な基礎知識、設計の進め方、チェックポイントなど——に重点をおくべきであることも強調されている。

### 資格化への問題点をさぐる

ひるがえって、インテリア業界をみると、これら先輩格の建築士のたどった問題が性格のちがいきそあれ、同じような問題として抽出されてくるのではないだろうか。

(1) 資格名称にしても、室内設計士、室内技術士、室内店舗装飾士、室内施工管理士とか、最もわかりやすいインテリアデザイナーなど。とくに、防火規制を主体としたものとすれば、内装装飾工事にウェイトがかかってくるだろう。

(2) つぎには、インテリア教育の体系化とその整備・充実。

ここで、建築士試験になぞらえて資格検定試験が生まれたとすれば、次のような科目が一考されるか。

- |          |        |
|----------|--------|
| ① 室内設計製図 | ② 室内設計 |
| ③ 室内装備   | ④ 室内施工 |
| ⑤ 室内法規   |        |

(3) また、インテリアに関する最低限必要な技術知識とは何をさすのか。あるいは、より現実的に考えて始めから専門別に細分化した方がよいのか。

(4) 各種標準仕様書や規格・規準の作成・整備。 (6頁につづく)

## 賛助会員紹介

**朝日木工株式会社 豊川工場**  
愛知県豊川市豊川町幾通り15  
豊川 (05338) 6—4171

**株式会社 コスガ**  
東京都中央区東日本橋2—15—4  
東京 (03) 862—6711

**株式会社 天童木工東京支店**  
東京都港区芝浜松町2—11  
東京 (03) 432—0401

**飛驒産業株式会社**  
岐阜県高山市名田町1—82  
高山 (0577) 32—1001

**富士ファニチャ株式会社大阪支店**  
大阪市福島区上福島北2—89 淀川ビル3F  
大阪 (06) 531—9740

**ネコス工業株式会社**  
横浜市戸塚区飯島町久保890—1  
横浜 (045) 851—5761

**古川工業株式会社**  
大阪市大淀区中津浜通4—5  
大阪 (06) 371—0849

**株式会社 ホウトク**  
名古屋市中区錦2—15 協銀ビル  
名古屋 (052) 201—4101

**フランスベッド株式会社**  
東京都昭島市中神町1148  
昭島 (0425) 43—2111

**株式会社オリエンタル中村百貨店**  
名古屋市中区栄3—5—1  
名古屋 (052) 251—2111

**株式会社 大丸装工部**  
大阪市南区鰻谷中ノ町38  
大阪 (06) 252—0641

**国際インテリア株式会社**  
東京都豊島区南池袋1—18—21  
東京 (03) 983—9151

**株式会社 モダンファニチャーセールス**  
東京都千代田区大手町2—2—1 新大手町ビル  
東京 (03) 211—8351

**日本総業株式会社 (エアボン)**  
東京都港区麻布飯倉片町10  
東京 (03) 582—3341

**クラレ・インテリヤ株式会社**  
東京都港区六本木5—2—1  
東京 (03) 403—9721(代)

**株式会社 ホクサン**  
東京都江東区木場3—15—4  
東京 (03) 641—5111

**株式会社 木利屋**  
東京都港区新橋3—6—7  
東京 (03) 503—1920

**三好木工株式会社**  
東京都文京区湯島4—9—2  
東京 (03) 813—5481

**愛知株式会社**  
名古屋市東区赤萩町3—8  
名古屋 (052) 941—6226

**株式会社 寿商店**  
東京都千代田区有楽町1—14  
東京 (03) 591—1311

**株式会社 セミカインテリア**  
東京都豊島区南池袋1—18—21  
東京 (03) 984—2211

**チトセ株式会社**  
東大阪市玉串町東2—1—1  
東大阪 (0729) 62—1141

**住江織物株式会社東京支店**  
東京都港区西新橋3—23—1  
東京 (03) 433—4171

**トーソー株式会社大阪支店**  
大阪市城東区古市南通3—20  
大阪 (06) 939—5721

**東洋紡インテリア株式会社**  
大阪市北区梅ヶ枝町108  
大阪 (06) 361—6771

**長谷虎紡績株式会社**  
大阪市東区横堀2—10  
大阪 (06) 203—5921

**藤井毛織株式会社東京事務所**  
東京都中央区日本橋堀留町2—3  
東京 (03) 663—6631

**内一商事株式会社東京営業所**  
東京都荒川区東日暮里6—36—12  
東京 (03) 802—4471

**株式会社 カワキチ**  
東京都新宿区西大久保2—223  
東京 (03) 209—7001

**株式会社 サンゲツ**  
名古屋市西区小舟町2丁目14  
名古屋 (052) 565—1133

**アイカ工業株式会社**  
愛知県西春日井郡新川町西堀江2288  
新川清洲 (0560) 40—5311

**住友スリーエム株式会社**  
東京都港区赤坂7—1—21  
東京 (03) 403—1111

**東洋ゴム工業株式会社**  
大阪市西区江戸堀上通2—5  
大阪 (06) 441—3580・8801

**富国株式会社**  
東京都中央区日本橋小伝馬町2—2  
東京 (03) 662—1901

**株式会社 高島屋**  
大阪市南区難波新地6—14  
大阪 (06) 631—1101

**株式会社 高島屋東京支店設計部**  
東京都中央区日本橋通2—5  
東京 (03) 211—4111 内2157

**株式会社 ニック (N I C)**  
福岡市中央区天神1—11—17 福岡ビル  
福岡 (092) 77—2234

**株式会社 ハヤミズ家具センター**  
東京都台東区下谷2—7—2  
東京 (03) 876—1111

**揖斐川電気工業株式会社建材事業部**  
岐阜県大垣市神田町2—1  
大垣 (0584) 81—3111 内線368

**株式会社 トップトーン**  
東京都葛飾区東四つ木3—44—15  
東京 (03) 692—9097(代)

**株式会社 佐野紙芸インテリア事業部**  
京都府亀岡市曾我部町犬飼馬の上1  
亀岡 (07712) 3—0661~4

佐治タイル株式会社  
名古屋市北区山西町3—106  
名古屋 (052) 981—9531

東濃陶器株式会社  
岐阜県土岐市駄知町1435  
土岐 (05725) 9—3131

株式会社 アイ・エム・エス  
東京都港区南青山4—21—27  
東京 (03) 402—1855

株式会社 日建設計  
大阪市東区横堀2—38  
大阪 (06) 203—2361

株式会社 カファドハウス  
東京都港区西麻布2—13—12 早野ビル  
東京 (03) 407—2428

株式会社 竹中工務店東京支店  
東京都千代田区神田錦町1—9  
東京 (03) 294—2111

株式会社 ファースト東京支社  
東京都港区赤坂4—1—32 赤坂ビル6F  
東京 (03) 585—2046

株式会社 商園  
東京都渋谷区東1—26—26 富士ビル8F  
東京 (03) 407—8171

有限会社 フカツ商店  
静岡県静岡市中島390  
静岡 (0542) 82—3681

株式会社 小川商店  
東京都渋谷区松涛2—18—2  
東京 (03) 460—5771

株式会社 川島織物東京営業所  
東京都千代田区永田町2—14—2  
山王グランドビル5F  
東京 (03) 580—4511

株式会社 東光堂書店  
東京都中央区日本橋通1—5 中内ビル  
東京 (03) 272—1966

日本電気設備株式会社  
大阪府東大阪市花園西町1—14—11  
東大阪 (0729) 61—6321

松下電工株式会社  
大阪府門真市大字門真1048  
大阪 (06) 908—1131

ヤマギワ電気株式会社  
東京都千代田区外神田4—1—1  
東京 (03) 253—2111(大代)

ヤマギワ電気株式会社 各古屋支店  
名古屋市中区新栄町6—9  
名古屋 (052) 931—2111

共同通信工業株式会社  
東京都千代田区内神田1—17—11  
東京 (03) 292—7671

## 新 加 入

株式会社 松坂屋  
名古屋市中区栄三丁目16—1  
名古屋 (052) 251—1111

株式会社 新宮商行東京支店  
東京都中央区日本橋1—3—13  
東京 (03) 273—7841

株式会社 フジエテキスタイル  
東京都渋谷区千駄ヶ谷4—7—12  
東京 (03) 403—3371

株式会社 アルフレックス ジャパン  
東京都港区北青山3—5—6  
東京 (03) 403—5351

(順序は業種別による)

■花見も終り入学式そして始業、街には新入社員がひしめく今日この頃。

昨今の商社性悪論、また企業の社会性への認識のこと—食用油の一件などまさに世をあげて倫理の時代に突入した感あり。論理の時代から倫理へと。

かつては、輸出々々でかせげかせげの通産省も、今や、消費者不買運動の旗印をあげるなど、世は一変。

貿易収支の黒字をにらまれ、円再切

## 編 集 後 記

り上げにやっきとなった日銀・政府もいつのまにか連続14ヶ月の卸売り物価の急上昇の記録をつけるなど。

世は、まさに花見どころではなさそうともいえる。嗚呼、ことは乱世か。

■さて、当協会も新事務所へ移転。久しぶりの土曜日、新事務所での校正。春うららの陽光を浴びて、国立競技場

わきを散歩しつつ到着。今までの地下とちがって、となりの屋根がみえ、日照バツグン。ああ、このように協会にさんさんと陽のあたる活動を期待するとともに、しなければならないのではないだろうか。自問自答。

■新しい年、大変発行が遅延つとに御寛容の程を。新事務所と共に新しいテーマと自由な発言発表の場として、皆さんの御協力を。よろしく (尾上)

機関誌・J I D Vol.14 No.60 定価 200 円  
昭和48年 4 月発行 印刷 広洋印刷(株)  
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—3—16建築家会館3F  
振替・東京・76389番 電話 (03) 403—3649  
The Japan Interior Designers Association

発行人・白石勝彦 編集 社団法人 日本インテリアデザイナー協会 会報委員会  
担当理事 川上信二・川崎浩  
委員長 (関東) 尾上孝一●三宅征郎・加藤帛子・織田武己・高田紀久枝・山岸征史・泉修二  
(関西) 本田安治●柏原秀夫  
(中部) 林寅正●八代美代子・若園晃・宇賀敏雄・安藤清  
JAA-Bldg., 3-16, 2-chome, Jingumae Shibuya-ku, Tokyo, Japan.