

Design has been changed.

デザインは変わった。



現在、世界では金融不況、地球温暖化、人口爆発、食料危機などが起き、それに伴い経済の潮目も変わったといわれています。

これらは産業革命以降、経済を拡大し消費することが発展の原動力とされるなか、エネルギーを無限に使ってきたことに対する当然の帰結です。消費エネルギーを抑え、文化のエネルギーと創造の力で世界を変え、人々の生活を考える、本当の人類の英知が必要な時期が来たといえます。

TOKYO DESIGN FLOW はこのような問題意識のもと、都市の状況や人々のライフスタイルそのものをデザインの対象としてとらえ、それら全てのデザインを覆う傘となり、大きな流れを創り出す運動体となることを目指します。

TOKYO DESIGN FLOW は一つの事象を表すものではありません。

東京を中心にデザインを取り巻く状況を、マンスリーイベント「LAST THURSDAY」をはじめとするリアルイベント、ウェブサイト、紙媒体などを通し情報を発信していきます。

Design & philosophy

Design has been changing.

Designは変わり続けてきた。

産業革命以来、工業製品の複製を明確に指示する為の図面としての名詞のデザインから、現在は形態を含む概念を形成する動きや流れそのものの動詞として designと考えられている。

デザインが急に動き出した 21 世紀。日本では空間デザイン、建築、そして家具を含むプロダクトデザインはライフスタイルから生活の美を大きく形成し熱を帯びてきた。2008 年秋迄は不動産から金融まで空前のデザインブームがおきた。しかし突然の世界経済の破綻。2009 年秋。現在の日本と世界を包むデザインの状況は混迷を極め、もはやデザインが不要かのような議論や、デザインの時代は終わったかのような論調がデザイン誌にすら現れてきた。経済の拡大を前提とすれば、価格の低いデザインの匂いのする大衆商品が大量に生産されている。しかし多様な価値観、創造性の無限な表現方法。情報の流れをコントロールすることができなく成っている現実。これらの状況の中で 2009 年東京のデザインは在る。政治、経済の変化の中で、デザインのゴールなどという陳腐な設定はなくなり、流れる方向すらもアンフォルメル流体力学に左右されている。工芸—クラフトへの信頼。手作りへの回帰。不要とされたものの再発見、第二資源化などの流れの中で、より大きな概念でのデザインが要求される。狭義のデザインからより大きな動詞としてのデザインという単語を掘り下げて行くこと。それが新しいデザインの概念として蘇るであろう。それ迄の間は混迷を極める。その混乱がデザインには栄養に成るであろう。そして価値観の大きな変換と共にデザインの大展開が始るであろう。2009 年はそうしたことの芽を発見する時であろう。

どうも、MAT. です。久しぶり！元気してる？僕は元気だよ。え？いま？いや、まだ会社。てか、会社の電話からかけてるし。どう？最近忙しい？……僕ら？うん、毎年、今くらいの時期はうちの会社はけっこう忙しい感じなんだよね。ま、それはいいとして、実は今月号のペーパーのテーマはズバリ「デザイン」なんだ。昨年の今頃に出した号と同じだよ。このテーマは一年で一番メンバー皆が初心を思い出しながら、さらなるステップを踏み出すべく、渾身の力を込めてつくるんだ。……あ、もちろん他のテーマでも渾身の力は込めるけどね。まあでも、言ったら「TOKYO DESIGN FLOW paper」なわけだし。デザインってテーマは外せないわけ。……ごめんごめん。アツク語っちゃったね。それはさておき、どう？食事でも？なんなら、僕がCRAZYな食事会をデザインしちゃうよ？……え？ごめん、よく聞こえなかった。……ヤダ、ね。了解！全然大丈夫！あ、そうそう！ここ数ヶ月、携帯から電話するといつも運転中です、ってアナウンスなんだけど。それで会社から電話したんだけど……それって、もしかして……



Mat.



Image Credit: NASA

デザインは

Design has been changed.

今、デザインという言葉が包括する領域はモノに限らず、
ソーシャルデザインやコミュニケーションデザインなどに広がっています。
数年前「デザイン」が一般的に認知され、その周辺が盛り上がりを見せていた頃から、
さらに生活に浸透し、デザインされたモノに溢れています。
ですが、表層的でどこかで見たことがあるデザインが多いことも事実です。
そこで、ふと思いました。「そもそもデザインって何だったっけ？」
いま曖昧にぼやけてしまった「デザイン」の意味を、あらゆるデザインの第一線の方に聞いてみたい。そして、会いに行きました。
インタビューで発せられたデザインを巡る言葉の中には、デザインがどう変わったのか、もしくは変わってないのか、
紐解くキッカケが必ずあるはずです。

Design has been changed.

MAN-MADE OBJECTS

「ものづくり」に対する真摯な視点で支持を集めるランドスケーププロダクツ。
カフェから印刷、子供服まで手掛ける、その集団の代表・中原慎一郎氏が考えるデザインの在り方。

interview&text: 堀江大祐 (Media Surf) photo: Momoko Matsuki

今、中原さんはデザインをどう捉えていますか？

最近は、デザインをしないわけではないんですが、デザインという行為で物事を片付けなくていいようにしたいと思っているんです。もちろん最終的な手段として使うことはありますが、なるべくデザインという行為に頼らないようにしています。例えば、ファーマーズマーケットも、今は少し

ずつできていますが、まだまだ日本では根付いていないですよ。でもサンフランシスコのマーケットにいくと、すごく活気があって、いいなと思えました。それは表面的なオシャレじゃなくて、意識の面でちゃんと根付いているからだと思うんです。意識が変わらないと、定着しないで短命で終わってしまいます。そこで意識を喚起して、定着させるには人間的な力が必要で、僕はそうした力を使って物事を進めていくことに興味があるんです。そこに力を入れることができる人って少ないと思うんです。それに最初からデザインしようとしてしまおうと商業的に見えてしまったりします。まずは人間のちゃんと伝える能力があって、最終的な手段としてデザインが利用されるといいなと。そうすることで、ちゃんと人の繋がりが見えて、自然に見えるものができるんじゃないでしょうか。

それは広い意味でのデザインとも言えるかもしれませんね。

そうかもしれません。今、若いデザイナーを見ているとソロで見えるデザイナーが、いいと思っている子を多くみかける。でも僕は集団でいる方が楽しくて、個人として売れる売れないには全く興味がありません。集団としての会社で、まわりに環

境が作られていくことや、その意味が僕にとってはすごく楽しい。自分が生み出したものによって、そこからまた新しい環境が生まれたり。そういう意味でランドスケーププロダクツっていう名前をつけたのは良かったなと。ランドスケープは環境とか風景。それは何かを作り出す要素を生むことだと思っているんです。人間を動かしたり、都市を繋いだり、そういうことで何かが生まれるランドスケープを生み出していきたくて思っています。僕自身は手段としてのデザインはしなければいけないほどいいなと思っています。いいものづくりをしている人って環境を作るのもうまいんです。ものを作る風景というか。

個人として売れる売れない、というところでいくと少し前まではデザインそのものよりもデザイナーの名前が重要視され、デザインという言葉のまわりが異常な盛り上がりを見せていました。それはどう感じていましたか？

確かにそういう時もありましたが、デザインまわりが盛り上がったおかげで、クラフトが見直されて盛り上がったところもあるんです。例えばデザイナーがデザインしたバスケットがあっても、昔からある竹籠も良いものがある。そういった時に「竹籠

が良いな」という選択ができるようになったのもデザインがある程度定着したから。そうやってクラフトが残っていく日本は幸せだなと思います。

中原さんは早くからクラフト的なものを紹介していましたね。

有名なデザイナー、例えばイームズのイームズハウスに行くと、クラフト的なものがセンス良く置かれていて、すごく素敵だなと思っていました。それに土地の風土感というか、その土地でしか生まれないもの、その土地だから生み出されたデザインとか、そういうことを意識したいなと思っています。そこは無理に商業的なことを考える必要はなくて、むしろどこで生まれたかがはっきりわかるほうが、ものを長く扱ったり、持続可能な方法になったりすることが大切なんじゃないかと。作り手としても、納得して作ることができると思うんです。作り手も同じものを作らされていると飽きてきますよね。そんななかでもどこかしっくりくるものを作ってほしい。売れるものというよりは、そう考えています。

風土というお話がありましたが、今、鹿児島にもお店があるそうですね。

そうなんです。僕は今、月の半分は出身の鹿児島に行っていて、そっちにもお店があって、そこでファーマーズマーケットをやったりもしているんですよ。まだ1年くらいなのですが、だんだんと面白い人も集まってきて、いろんなことが起こりはじめています。僕は鹿児島を変えてやろうなんて気は全くないんですけど、その土地にない客観的な視点で良いところと悪いところを見ているというか、良いところは良いと強調したいと思っています。そういう意味で良い刺激になることができればと思っています。

本当にいろんなことをされているな、と思うのですが、今後の中原さんは？

僕はものづくりには昔から興味があって、デザインを自分ですることから始まったんですが、お店を作って、カフェ、印刷や子供服もやっていますが、全部その時の状況やまわりの人との巡り合わせから、自然に物事が流れていって、そこからまた何か生まれたり、と本当に自然発生的なんです。会社のコンセプトに「MAN-MADE OBJECTS」というのがあるのですが、人によって作られる、ということが大切で、「MADE」はデザインとも言えるかもしれませんが、その行為をするのは人。一人でやれることや、大勢でできること、巡り合わせ、そういったもの全てを含めてものづくりをしていきたいと思っています。



Shinichiro Nakahara
1971年、鹿児島県生まれ。ランドスケーププロダクツ代表。
鹿児島大学卒業。オリジナル家具等を扱う「Playmountain」、
カフェ「Tas Yard」、紙と印刷にまつわる専門店「PAPIER LABO」、
子どものためのショップ「CHIGO」、鹿児島に複合店「DWELL」を展開。店舗設計業務も行う。

変わった。

Design has been changed.

物質とかダサくね？ 対談 猪子寿之×針谷建二郎

メディアと次元を横断しハイブリッドなアウトプットを続ける東京二大ギルドの頭目が語り合う“デザイン”の向こう側。

moderator: 岡田智博 (Creative Cluster) text: 清田直博 (Media Surf)

ユーザー の参加

猪子: 最近よく言ってる話なんだけど、昔は流通もメディアも限られていたから、スゴいデザイナーがつくって、それを流通に乗せるみたいなのがなかった。でも、今はなんか、そういうのって消費者とかユーザーはあんまり、というか全く興味ないんじゃないかと思う。ユーザーが今まで関わらなかった部分に、関わられるようになったりする。ニコニコ生放送とか、初音ミクとか、そういうものの方が、今のユーザーに合っているような気がするし、僕もそっちの方に興味あって。そうすると、プラットフォームさえ作ればいいみたいな話がでてきて、一見デザイナーの役割とか減るように見えるんだけど、もちろんそんなことはなくて。今までとは違う役割になるんだけど、それでもデザイナーの役割はけっこう重要な気がする。最近、針谷さんには、ミュージシャンのセレクションとかまでお願いしてて……。 (Let's Noteをプラズマディスプレイ KUROに繋ぎながら) tofubeats (トーフビーツ)さんという方とか。なんて説明すればいいですか？

針谷: うーんとね、今まだ10代の、18歳。ニコニコ動画上とかで結構人気が出た神戸のトラックメーカーで、いま新世代の流れで注目されてきていて、チームラボに合ってるかなと思って。他にもいたんですけど、チームラボとやるんだったら、なんですかね、こういう民意を得てるっていう人が合う気がしたんです。やっぱりチームラボもネットカルチャーの中で民意を得てるじゃないですか。そういうところがいいなあと。(猪子さん Sketch Pistonをいじくりはじめる。ハマる。沈黙が続く……)

針谷: ヤバい、いつもと同じループにハマってきた (www) いっつも Sketch Piston やって30分くらい時間が経っちゃうんですよ。これ一回止めた方がいいですよ、面白いですけど (w)。

猪子: 音楽とかつくったことない人も、絵とかうまくない人も、ちゃんと音楽になって絵になるみたいな。

針谷: こういうの見てると、やっぱり猪子さんって任天堂リスペクトだなんて感じがしますよね。マリオベイントじゃないけど、プレイする人が関わる部分をつくってあげて、その、いわば隙間的な部分がデザインになるみたいな。

猪子: ……。

針谷: これ面白いんだけど、無言になるっていう欠点がありまして……。 (ww)。

規格外 のデザイン

針谷: 猪子さんと会ってから、けっこう意識的になったことがあるんですけど、猪子さんがやってることって、もう、その、グラフィックデザイナーとか、自分で手を動かすプロの人間から見たら、やっぱりありえない部分っていうのがすごくたくさんあって……。

猪子: ちよっと、言葉を選ばなくていいですよ。

針谷: 違う違う (www)。それが面白いと思っていて。自分たちにとって規格外のことをやる人たちがどう向かい合っていくかっていうのは、すごい意識的になったところ

があって。普通に伝統的なグラフィックデザイナーって感じの人たちの美意識だとわからないことをやってると思うんですよ。

猪子: 業界とか文脈からはズレてるし、支持も受けてないかもしれないけど、ネットユーザーから直接支持をもらってるっていう意味の民意ですよね。

針谷: 違和感があるけど、どこか馴染みやすいところがあって。自分たちの中に持ってる感覚というものをすごい大事にしてて、職人なんだけど、職人だけの視点になってないというか。例えば、印刷にもすごい特化してるグラフィックデザイナー、北川一成さんとか好きなんですよ。逆に一つの伝統的なものを突き詰めすぎて異能になってるんですよ。もう進化しようがなくなっているフォーマットの中で芸術的な表現になったりするものもあって……って聴いてないでしょ！

猪子: (まだ Sketch Piston に没頭……) 聴いてる、聴いてるって (w)。

質量と有限

猪子: ぼく物質キライなんです。質量があるだけで、モノの輪郭があるだけでダサイと思っちゃう。せっかく情報化社会に入っなのに、って。物質じゃないところの方が、有限なものから開放されてハッピーになれると思うんですよ。物質ってどうしても有限だから、奪い合いとか独占することで価格を上げるとか。でも、物質じゃなくなるとシェアしても減らない。ドラクエの地図とか減らないからみんなシェアしまくるじゃないですか？

岡田: 猪子さんと和室好き？ 基本的に禅以降の和室って、情報で満たすわけじゃないですか。掛け軸ってモバイルだし、茶器もそうだし。

猪子: 情報が満たしてるよね。日本人ってもともとそうなんだ。

岡田: 焼き物とか絵を置くということで、場の価値がグッと上がるわけじゃないですか、

床の間もメディアだし。今の日本人は置き場所が無いって絵を買わないけど、昔の人は掛け軸がたくさん押し入れにあってその場の気分で変えてたわけですよ。

猪子: 本当は非物質にカネ払うべきなのに今はまだ物質の概念に払ってるよね。そういうの気持ちワルいよね、限定させることによって価値を作っていくというか。昔は浮世絵とか人気が出ればひたすら刷りまくってたわけじゃん。

岡田: 奈良 (美智) さんの絵が5万円で買ったのに今5000万ですよ、とか言っちゃうわけじゃないですか。

猪子: そういう概念がダサイ。有限のがすごいヤダ。日本って人口分布がいびつになってスーパー高齢化社会みたいになっていて。ノスタルジー、回帰みたいなパワーが超あって。iPhoneの説明するときも、「この持った感じがいいんだよ」とか言って、そんなわけなくて、絶対。世界中のみんなが魅力的だと思った理由って全然違って。インタフェースがカッコいいとか、アプリが無限にあるとかなのに、プロの人って「この肌触りが」みたいな……。

岡田: 「これ燕で磨いてるんだよお」、みたいな！

猪子: そそそそ！ どーでもいいんですよ！ あそこは本質じゃない！

俺、昇天なう

針谷: 今空間を作ろうとしてるんだけど、空間だけでは全然ダメで。その中にあるものとWEBメディアの連動とか、2Dと3Dの間の交換みたいなことはスゴい考えていて。このままWEBマガジンを継続するところで、どう新しい価値を付けてこうかという時に、やっぱり実際に体感させる空間というのがほしいなと思っていて。

猪子: ネットが普及すればするほど、体感ネットではできないってことに気がつく。2ちゃんとか盛り上がりれば盛り上がるほどオフ会が盛んになったりする (w)。

針谷: でも本当にそういうことだと思って、これから当たり前になってくるし。例えばデザイナーが場所を持つとか、もう絶対場所とメディアを連動させるっていう流れになってきてて。

猪子: ヤバいものとかいっぱい出てくるじゃないですか。「俺、昇天なう」、「俺、生存なう」みたいな (ネットで) あったじゃないですか、脈を計ってツイッターに流すっていう。でもギーク過ぎてマスプロダクトとして一生でてこない。でも体感してみたいっていう時に、それが置いてある場があるといいよね。ネットだけだと体感しにくいから。作ってるものを体感したい。そこ

には同じ人種が集まってるから、友達になれたりとか。

針谷: おれ、猪子さんと立ち位置とかやってることとか全然違うんだけど、やっぱり自分が持っていない遺伝子を持ってるんですよ、猪子さんは。だから関わることで新しい混血になっていけるかなって思うんです。で、さっき言ってたユーザーに開放していくっていうのは超全面肯定でステキなことなんですよ、それと職人としての……。

猪子: つくりたいってことでしょ、それはありますよ。自分でですありますよ、超つくり込みたいすから、ユーザー入るスキなし、みたいな。

針谷: わかるわかる。だけど同じもののじゃいけないし、混血になっていかないと自分たちも死んでしまう。だから、こっこの美意識を活かした上で融合させたいっていうのを、そのスキを探っていて。やっぱりチームラボがやっているのは絶対的にチームラボで、デザインとかもイイとかワルイじゃなくて……。 ごめん、そこを否定してるんじゃない。否定してるんじゃなくて、すごい好きなんです、チームラボのデザイン自体が。自分たちがやってきたことはまた違うところにあるから。チームラボの良いところはすごく吸収したいと思っていて、なんかそれをずっと探ってるんですよ。すごい好きなんです、チームラボのデザイン自体が。自分たちがやってきたことはまた違うところにあるから。でもそれも次のアップデートがないと面白くないし、チームラボのいいところはすごく吸収したいと思っていて、なんかそれをずっと探ってるんですよ。

Tomohiro Okada
社会構想家・キュレーター・ジャーナリスト・プロデューサー＝先端社会経済・デザイン・芸術領域。71年松本生まれで多摩育ち。ニューヨーク大学大学院 School Of Education を経て、九州芸術工科大学大学院および東京大学大学院学際情報学府を修了。NPOクリエイティブクラスター理事長 (横浜・京都・東京)、大阪市立大学研究員 (クリエイティブ産業振興)。マルチメディアアライアンス福岡、横浜知財・ITクラスター、キャンパ・デジタル・クリエーターズ・コンテストなど、地方から国家プロジェクトまでマルチメディア・コンテンツに関するクリエイティブ・ペー向と普及のための事業の立ち上げとともに、芸術・文化・デザインによる先端領域の普及と産業化のためのソーシャルイノベーション活動に執り組んでいる。自身が理事長を務める全国規模の拠点を持つ、NPOクリエイティブクラスターのプロジェクトは、IT時代の社会とライフスタイルの可能性を先端知とクリエイティブ・ペーによって回路を開き、現物化する。21世紀における文化芸術による社会や産業への貢献モデルとして国内外で注目をされている。今、この期間は11月21日に大阪初のパチャくちイベントを大阪市役所ロビーを会場に準備中。
<http://creativecluster.jp/>

Toshiyuki Inoko
ウルトラテクノロジスト集団チームラボ代表。77年徳島生まれ。テクノロジー、アート、デザインの境界線をあいまいにしながらインターネットからインスタレーションまで活動。07年 au Design projectでは、新しいインターフェイスの概念の携帯電話 actfaceを発表 (文化庁メディア芸術祭審査員推薦作品)。08年パリ ルーヴル宮で開催された、「感性展」では、映像インスタレーション「花と屍」を発表。
<http://team-lab.net>



Kenjiro Harigai
クリエイティブディレクター / アートディレクター / フィルムディレクター。1977年群馬県生まれ。2003年、グラフィック集団 [ADAPTER] 設立。設立以来、グラフィックデザイン、エディトリアルデザイン、WEBディレクション、ミュージックビデオ、CMなどの映像ディレクション、フリーマガジン、WEBマガジンのクリエイティブディレクションなど、ジャンルを問わない多岐に渡る活動を発信し続けている。また web マガジンを主体としたクリエイティブレベル [Public/image.label] の主催者でもあり、その活動範囲は年々広がっている。2007年クリエイティブカンパニー [ANSWR] を設立。5人程度で始めた [ANSWR] は、アートディレクション、WEBエンジニアリング、ブランディング、ムービー、メディアなどの様々な業種のメンバーから成る不思議なクリエイティブ集団に育ちつつある。2009年針谷は [ADAPTER] の活動を休止、 [ANSWR] でのクリエイティブディレクションを本格化。グラフィックの領域を超え、ジャンルを混ぜ合わせる作風を確立しつつある。
<http://www.answr.jp>
<http://www.public-image.org>



Design has been changed.

ドイツ工作連盟、バウハウス……近代デザイン運動が目指したもの

対談：向井周太郎 × 板東孝明

『デザイン学 思索のコンステレーション』出版記念トークショー

text: 清田直博 (Media Surf)

support: Aoyama Book Center



板東：バウハウスの造形作家とデザインとの関わりは多く語られますが、社会的な問題としてのデザイン、社会の仕組み、枠組みをどう作るか、どう対応していくかについては日本ではあまり多くは語られていません。しかしデザインの社会的な面は現在デザインが抱える問題に繋がっています。

1907年に結成されたドイツ工作連盟に端を発した、工業製品から住環境に渡る人間の生活環境の「質の向上」を目指すデザインの近代化運動。ドイツ工作連盟の運動に関わったメンバーには二人の政治家、フリードリッヒ・ナウマン（ワイマー

ル憲法の主要な起草者、ドイツ工作連盟の設立者の一人）とテオドル・ホイス（バウハウスの流れを汲むウルム造形大学の設立に尽力、戦後の西ドイツ初代大統領）がいます。「質の向上」、その「質」とは何か？についてホイスは、「礼節をわきまえているもの」「誠実な礼節の態度」を一つの答えとして引き出しました。

デザイナーはともすれば、「質」とは完璧な造形を作るとか、欲深くもっとよい形をと考えてしまします。しかしホイスは「礼節をわきまえろ」と、それが質に繋がるといのが非常に面白い。私が徳島の吉野川可動堰問題で運動していた時、梅

原猛さんが非常に面白いことをおっしゃいました。「下宿人、三杯目はそっと出し。それを自然に対してやりなさい。人間は自然に対する寄宿者である」と。自然に対する礼儀に気付かされました。人間が作るデザインというものに礼節を持つ、作り過ぎない、やり過ぎないということがヨーロッパでは既に模範にされていた。そして現代、1990年にウィーンで行われた中欧デザイン会議で採択された内容、「アメリカ型の消費社会のためのデザイン行為にはいっさい寄与しない」。これがデザイン会議で語られたというのは衝撃でした。

向井：いわゆるデザイン運動一つにしても、語られる面というのが専門分化してしまっていて、美術史、あるいはデザイン史というカテゴリーの中でのみデザインが語られる。デザインというのは美術的な、造形芸術的な問題でもあるけれども、社会的な問題でもあり、文明的な問題でもあり、文化的な問題でもあり、もっと多面的なものなんですね。社会思想史的な、あるいは政治史的な観点から見れば、ナウマンやホイスのデザイン運動への関わりというものは大変なものです。というのは、デザインが制度設計されて社会の中に定着していったわけですから。

ドイツ工作連盟の活動はヨーロッパ全体に及ぶのですが、それは戦前の出来事だと私は思っていたのです。バウハウスに影響を与え、ナチスの時代に解散させられて終わり。日本ではそれ以降のこと

はあまり語られていません。しかし私がウルムに行った時、ウルム造形大学の始業がドイツ工作連盟、スイス工作連盟の合同大会で始まったことに大変心を打たれた。そればかりではなく、東西ドイツの壁が崩壊して1年後の1990年にドイツが統一し、その数日後に中欧デザイン会議が開催された。1907年の出来事が現代に繋がっているのです。2007年の百年祭ではドイツ、ヨーロッパの各地で再評価の展覧会が行われました。そういう中でヨーロッパではデザインというものが語られているわけです。

近代というのは誰もが等しく豊かさを享受する社会、一人一人の生活、生存の基盤の確立を目指しました。1930年代半ばにはスウェーデンでは生存権ができ、さらに拡大されて生活権という権利が経済的に制度化されました。ヨーロッパはそういった話がデザイン運動とシンクロナイズしている。ドイツは戦後まず最初に住問題に手を付けました。同じ資本主義でもドイツでは、土地は市場の規定には沿わないもの、と除外しています。1960年くらいにはほとんど国民の住宅が整備され、いわゆる「ウサギ小屋」でないものを確保し生活できている。そういう状況がドイツではでき上がっていた。そういうことがドイツの質の規範というものに寄与しているわけです。デザインというものは社会的なもので、単なる市場経済のものでもないのです。

Shutaro Mukai
1932年東京生まれ。武蔵野美術大学名誉教授。早稲田大学卒業後、ドイツ・ウルム造形大学に留学。同大でマックス・ビル、オトル・アイヒャー、マックス・ベンゼなどに学ぶ。帰国後、豊田デザイン研究所などを経て、ウルム造形大学やハノーヴァー大学の研究所でデザインの研究開発と教育に従事する。65年帰国後、武蔵野美術大学で新設学科として基礎デザイン学科(67年発足)の起案と設立を推進。以後、デザイナーとして活動する一方、同学科において新しいタイプの人材の育成とデザイン学の形成に力を注ぐ。

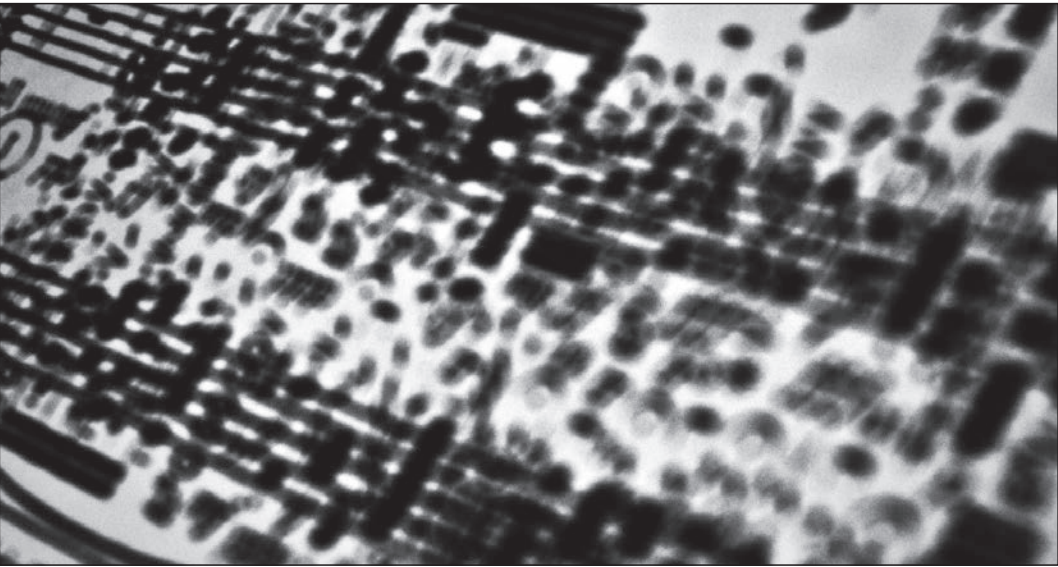
Takaaki Bando
1957年徳島生まれ。武蔵野美術大学教授。デザイナー。武蔵野美術大学で向井周太郎氏に学ぶ。卒業後、清原悦志氏の下でタイポグラフィを学び、85年に独立、郷里の徳島に事務所を開設。デザイナーとして多くのブックデザイン、ポスターなどを手がける。吉野川可動堰建設では市民運動の代表を務め、デザイナーがどのように社会貢献できるのかという視点に立ち、近年はパッキンスタワー・フラーのシナジェティクスに関する研究、応用開発に従事している。



『デザイン学 思索のコンステレーション』
向井周太郎
武蔵野美術大学出版局
税込3,150円

創造の不可能性としてのデザイン、或いはパンツ

text: Aznyan Ultimate



「デザイン」は含みのある言葉だ。それは現実の厚みである。デザインが分厚い美学の本を読んで終わるなら「技術への問い」などと言って済むのなら、幾らか警句を並べればよからうし、TDFなるペー

パーが作られることもたぶんない。デザインなる言葉により示される何らかが今日的な作る行為の中心にある。過去に芸術や技術があった位置の近くにデザインがある。しかしここで例えばテクネーの語源な

ど追いはしない。限定して日本語の「デザイン」を見てみよう。

環境はデザイン可能か？音や声はデザインし得るだろうか？少なくともこれらは技術とも芸術と呼び難いがデザインとなら言

えなくもない。真実や事実とはデザイン出来るだろうか？言葉の据わりがよろしくない。誰もが偉大な芸術と認める絵画や音楽、芝居はデザインとは呼ばれない。「家具の音楽」なる表現は示唆的だ。現代の家具はデザインされ得るものだろう。また音楽の全てがデザインでないとは言えない。アンビエントやサウンドスケープ的な音にはデザインと言うべき部分も多からう。サウンドは本質的に「作る」ことができない。伝統的な楽器も電子音も声帯も、無限に音が作れたところで作り手は所与の音の変形としてしか音を想像できず、作り得ない。波の合成としてどんな音も作れると主張しても、巨視的にも微視的にも至る所で時の流れに阻まれて素材無しに作ることは考え難い。例えば音楽、音は時間方向にそのままは拡大縮小できず、極限としての比較でしかないが画像のように点を打ち全てを取り尽くすことを想定し難いのだ。

ウィトゲンシュタインは建築家だろうか？執拗に論理を追究した彼の、当時現れつつあったモダニズムの様式の建築はパンツを丸出しにしてしまった(窓の一つを覗くとパンチラが見える、らしい)。デザインが建築を含むなら、その困難はここにも現れている。社会と交渉しないデザインは存在せず、その建物は結局デザインではなかった。

古風な真善美と異なりデザイン「を」目指すことはできない。どんな真実とかいうのも仮説でしかなくね？という以上に常識的な意味で仮説である。服は必ず古びる。普

遍性が声高に叫ばれなければデザインは普遍たり得ない。素直には表現の試みとも言い難く、受容者も目的を実現しないデザインを許容しない。デザインは、無限に細分化できて解釈可能な現実・対象・手段を半ばブラックボックスのまま有限な手続きで編成する必要に迫られる。デザイナーの人生に終わりがなからうが、デザインに終わりがないと返答することは許されない。終らぬものなど芸術に食わせておくがよい。だがそれ故デザインの領域は広大だ。取捨選択はデザインであり、それもデザインする前に終わっているのかも知れない。作るのか作られるのかと類型的な議論は尽きないが、少なくとも、自ら為すと信じ、目的の存在を仮定し、可能性を取捨し、実現に向かわせようとする意志こそはデザインであろう。ところで『ストライクウィッチーズ』に於いて見えているパンツをズボンとして提示したことはデザインだっただろうか？

Aznyan Ultimate
紅茶・珈琲が手放せないありふれたカフェイン中毒者。紅茶をこよなく愛するとは言い難く、飽くまで嗜む程度と言うべきでしょう。さほど取柄はありませんが写真とか多少いじります。どちらかと言えばあずにゃんより滞の方が萌えます。時事ネタ由来の名前は恥ずかしくなるのが自明なので変更する可能性を否定出来ません。ほっこりした生活を目指したいです。にゃあ。

Design has been changed.

今、浮き彫りにされるデザイン

アートディレクターでもあり、東京芸術大学准教授でもある松下計氏が感じる今を、デザインと紐づけながらお伺いしました。

interview & text: 若菜公太 (Media Surf)

今、デザインについて感じていることは？
5、6年前は、とにかくモノと情報が増えていく時代で、戦後の豊かな時代の象徴だったと思います。それが一転、今回のリーマンショックを契機に本来の形、つまり「本当に必要なものとは何だろう？」といった本質を少しずつ探ろうとしている状況だと思います。ものも情報も多すぎる状態で、デザインしすぎてしまっているというのは多くのデザイナーが抱えている危機感だと思います。もとは必要の母がいて、それが必要だから生まれてくるはずですが、産業革命以降、量産が前提になってあれば便利なもの、つまり必要の母がないマザーレスチャイルドがたくさん生まれてくるようになりました。それが一見豊かに見えていたけれども、実は違って、今になって第二の必要の母を探さなくてはいけない状況に立ち会っているように感じます。精神的な豊かさとはどこにあるのかをもう一回考えて、そこにどうデザ

インが寄与できるかは今後の非常に大きな目標だと思います。



野田英樹 東京芸術劇場芸術監督就任告知ポスター

以前、デザインは人を動かすものとおっしゃっていましたが、今もそうお考えですか？
それがファインアートとの違いかなと思います。デザインの方が良い意味でも、悪い意味でも経済との結びつきが深いと思います。例えば、広告をうったところで商品が売れなければ意味がない、といったシビアな視点でデザインが判断されることがあります。広告がうたれた後に人がどう動くのかということに対して、もっと注視して制御していくことがデザインでは非常に重要視されているように感じます。一方、ファインアートはその逆で、相手を制御するというよりは、自分が思っていることをするどく提案することだと思います。どちらも重要な表現方法で現状、ファインアートとデザインというものが渾然としてきているように感じます。ファインアートでもそのあとどう人が動くかに注視しているし、デザインにもファインアートのような伸びやかな発

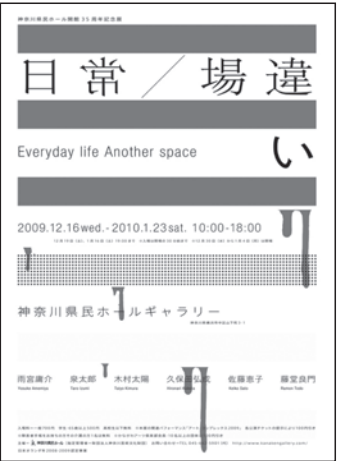
パーソナリティを超えて

グラフィックデザインの領域で美術展のポスターなどアート系のデザインワークを多く手掛け、活躍する加藤賢策氏。直感的にデザインの背後にある何かを感じさせる、その何かを探る。

interview & text: 堀江大祐 (Media Surf)

今の仕事に繋がるキッカケって何だったのでしょうか？
僕は中学生の頃からポップアートやフルクサス、映画だとゴダールだったり、音楽ではヨーロッパの60～80年代のものにハマったりしていたサブカル少年でした。その中で、カルチュラル・スタディーズという70年代のイギリスで始まった、文化を領域横断的に考える学問があって、当時まだ若手だった上野俊哉さんがアート系の媒体でそれらを紹介していました。そこでは、アートもサブカルチャーも政治も哲学も全部一緒にダイナミックに語られていたことに驚き、とても惹かれました。今思えばそれはアートと実践の問題ですが、デザインはそれらが共存できる領域だという気が何となくしていたんです。そんなふうに何かのビジュアル表現からというよりも、社会論に繋がることにずっと興味を持っていて、そこからデザインを考えるこ

とが多いのかもしれないです。
今はどんなことに興味があるんですか？
今ちょっと興味があるのはデフォルトのイメージ。ティッシュの箱に描かれている花柄とか、工事現場の囲いになぜか描かれる草木の絵、写真のサンプルとかによく登場する金髪女性。それらの何も意味しない感じ、というかゼロ感。イメージの出発点として、文化的な背景も要因として含めて、それが一体どう捉えられているか。ほかに企業のロゴのかもしれないけど、安心感とは何か？形どうこうではなく、なんとなくの信頼感。それはデザインを越えたところなのか、デザインの始まる前なのかはわからないですけど、なんとなくのイメージが成立する信頼感のボーダーラインがどこにあるのか、興味があるんです。無意識のうちになんとなく感じていること、そういったゼロイメージの上にデザインがある気がしています。
デザインをする時に大切にしていることは何ですか？
最終的なデザイナーとしての決定的な理想像はないんですが、毎回の仕事で一つは何かしら発見したいと思っています。関わる人たちとのやり取りから思わぬ物ができて、なんとなく自分のデザインによそよそしさを感じるくらいが一番面白い。意外とクライアントの提案は素直に聞いて、アイデアとしては自分になかったものだけど、咀嚼してそれ以上のものを返す作業は面白いですね。僕というパーソナリティを超えて何か違うものを見たい。デザイナーとしてではなく、一個人としても。誰が見ても自分だってわかるものを作らなきゃだめだって言われるけど、あんまりぼくはそこにこだわりはないんです。パーソナリティからどれだけ逃げられるかというか。でも手癖というか傾向は



「日常／場違い」展ポスター

絶対にデザインに出てしまう。そうした傾向を自分で意識してやっている人もいると思いますが、ぼくは今のところ入口を限定したくないので、意識しないところで、経験の蓄積から引き出しが開けられて、そこから新しい引き出しがまた増えるように、できるだけメタな視点で物事を相対的に捉えようとしているような気がします。なので、まだまだ何事も勉強ですね(笑)。



Kensaku Kato
株式会社東京ビストル取締役／グラフィックデザイナー。1975年生まれ。武蔵野美術大学大学院視覚伝達デザインコース修了。2006年企画編集の草薙洋平とともに株式会社東京ビストル設立。武蔵野美術大学非常勤講師。

SL機関車人間 D51号

text: Alexander Lee Chang

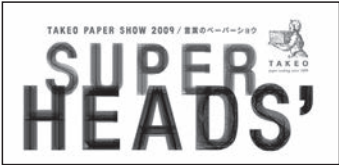
デザインという言葉をやってみた。「ある問題を解決するために思考・概念の組み立てを行い、それを様々な媒体に応じて表現すること」って書いてある。
僕は服のデザインをしているのだが、よくある一つ目として、古着で格好いいデザインだが、シルエットがイマイチ、素材がイマイチ。ということで、今の時代にあったシルエット、素材に変え、アップデートレプリカデザインがある。先駆者が作った良いアイデアを未来永劫伝え、味付けを変え、より良くさらに深い味にしていくこと。もう一つは、気候、人間の行動、欲、資源の変化により、「こんなところにこれがあったらいいな!」という「かゆいところに手が届く」ファンクションに重きを置かれた気が利くアイデアデザインも存在する。さらにあるのが、説教ウンチク押し付けスタイルデザイン。～カルチャーのウンチク、～という詩人のウンチク、～の政治観のウンチクなど。メッセージTシャツ等にも多い手法。

それぞれ3つの手法によって、表されている服のデザインだが、僕は「かゆいところに気が利き、先駆者をリスペクトして、ウンチクを押し付けること」を、さりげなくデザインを落とし込むことに努力している。完全なる欲張りだが、一人っ子の僕は昔から好きな物は“全部ほしい”たちの欲バリバリ権化なのである。

そもそも、デザインをする人間は欲張りなタイプが多いと思う。欲張りな人間は昔から人から煙たがられるのが落ちであって、僕は煙たがられるのは大歓迎である。だって、人より目立てるし、全ての煙が悪い訳ではないから……。

しかし、今日、手を繋いで仲良くウンチクを並べてスタイルを打ち出す人が多い。人から煙たがられるのを嫌い、孤立するのを嫌うサークルスタイルであ

ザインとは何ですか？
一言で言うと「発見のあるもの」という感じがします。今まで見た事もないような「発見」もあるし、知っていたけれどこれは確かにそうだねっていう「発見」もある。見た人、触れた人の心の中にボンッと小さなあかりが灯るようなものを作るために力を貸しているような感じがしています。



TAKAO PAPER SHOW 2009 言葉のペーパーショウ SUPER HEADS' ロゴデザイン



Kei Matsushita
1961年横浜生まれ。東京藝術大学美術学部デザイン科卒業。同大学院修了後、松下計デザイン室設立。現在、同大学デザイン科准教授。AGI会員。最近の仕事に、資生堂・サントリーの商品デザイン展総合ディレクション、竹尾ペーパーショウ 2009アートディレクションなどがある。JAGDA新人賞、ADC賞、文部科学大臣賞、グッドデザイン賞受賞。

る。カルチャーというのは一人では作れないが、それぞれの煙を吐くSL機関車人間達が手を繋ぎ、人々に温度の高い厚みのある良い煙を吐き、みんなで一般の人々を毒してしまうことだと思う。それ以降、煙に毒された人々達はSL機関車の僕たちを見て、「新しい時代だ!新しいデザインだ!」と幻惑させて納得させてしまうことができてしまうのです。
今現在、カルチャーを変化させることにより、新しいデザインの可能性も増えてくる。カルチャーを変える(増やす)ことにより、もっと自由な温度の高い厚みのある新しい未来もあると僕は思う。そういう日は僕たちの努力次第で近い未来そうなるような気が僕はする。楽しみだなあ。この辺で話が長くなるので今日はやめておきます。ありがとう!



Design has been changed.

モノの存在意義はどこにあるのか？

今年のミラノサローネでの出展も評価され、海外にも活躍の幅を拡げる倉本仁氏。
去年のデザイン特集号 (N4) にも登場してくれた彼の1年後の思考。

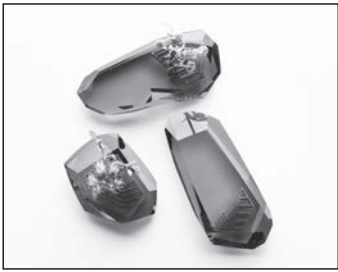
interview & text: 堀江大祐 (Media Surf)

今年のデザインウィークではどんな展示をされるんですか？

今年のミラノサローネで展示して、まだ日本では発表していない花器の作品と新作の椅子を出展します。自分の中で、クライアントがいて連携しながら協業的に物を生み出す仕事と自分個人のライフワークとして制作する作品は少し違いがあって、ミラノサローネやデザインウィーク等の

exhibitionは自分自身のクリエーションの基礎となる部分に対して問い掛けるいい機会になっています。こういったイベントのタイミングで自分の志向性や価値観がどんな状況であるかを自分に問いかけ、確認作業をしているのかもしれない。今はどんなことを考えているんでしょうか？

去年と根っこのところは変わっていない



Rock

ですが、よく思うのは「デザインってどこまで必要なんだろう？」ということです。物質的な存在認識よりも、大事な人からのプレゼントとか、形見とか、思い入れのような前後関係のストーリーのほうが実際にそこに存在するモノ以上に、存在感を強く示すことがあったりすると思います。僕は、旅行に行ったり、田舎に帰ったりした旅先で出会う商品としてデザインされたものじゃなく、例えば職人さんが「ここに台がほしい」とありものでパッと作ったような「作り人知らず」なものを写真アーカイブとして撮り貯めているんです。素材も適



Life photo by Takumi Ota

に展示して見せるつもりです。行為まるごと楽しめる状況をプレゼンテーションしたいと思っています。



Jin Kuramoto
1976年、兵庫県生まれ。99年に金沢美術工芸大学 産業美術学科 工業デザイン専攻卒業後、家電メーカー勤務。2008年JIN KURAMOTO STUDIOを設立。

IF Design 賞、Good Design 賞等、受賞多数。
<http://www.jinkuramoto.com>

すべての文脈、その先にあるデザイン

生活の中での新たな価値による喜びやこれまでになかった
気づきを与える作品で国内外問わず注目を集める
坪井浩尚氏のデザイン背景を聞いた。

interview & text: 堀江大祐 (Media Surf)

坪井さんがデザインという行為をする時に、「これが大切」と考えていることは何でしょうか？

多くの人が求めるものを提示することが大切だと考えています。

インダストリアルデザインでは対象がマスです。既知・未知含めて今という時代の需要を読み解き、相手の求めているものをしっかりと掴まないと、簡単に消費されてしまい、ゴミを生み出すことに繋がります。その責任はデザイナーに依る所も大きい。

そうならないために、モノに潜むコンテキスト(文脈)をしっかりと読み解くことが大切なんです。歴史・文化・哲学・人格・思想・環境・産業等、ありとあらゆるものがデザイン行為やモノを成立させるためのコンテキストで、一つとして切り離すことができません。

以前にガラスをデザインしたのですが、コップ一杯の水を飲むときに生じる行為や結露の現象をガラスの形態に落とし込みました。形が丸か四角かであるは好みですが、そこでおこる現象は全ての人に接

続します。自分がほしい・自分の形ではなく、偏らず、肩の力を抜いてスッと全ての環境に自分を溶かすことが僕にとってのデザインの秘訣です。すべてがコンテキストとしてつながっている。確かにそうですし、客観的にも主観的にもどちらかに偏ってしまうと、ちゃんと状況を理解しているとは言い難いかもかもしれませんね。

コンピューターのパログラミングなどの世界で使われる「オープンソース」という言葉があります。公開されたプログラムを誰もが使え進化させていくという概念ですが、デザインにも似たようなところがある。過去にインペーティブだったものが、今同様に新しく世の中に映るかと言えばそうではありません。また古き良きデザインも、元々は全く新しい概念や製法だったものが時代淘汰されずに定着し「古き良き」に変わっていることも多く、その要素だけを抽出することはできません。

僕は、全ての前提を引き受けて「今」世の中に新たに映るものをデザインしたいと考えています。流行も著名デザイナーにも傾倒せず、しっかりと世の中が望むものをフラットに考えていきたいと思います。デザインをする時のモチベーションは何か

でしょうか？

何かをデザインするときには、必ずわくわくしたり、ドキドキしたりするような予知や期待感のようなものを感じます。世の中に対しての好奇心や探究心はモノを作るモチベーションだと思います。

また、きれいな景色を見つけて、誰かに教えたくなる感覚と同じように、自分が感動した事を相手と共有したいという気持ちもあります。

ただ必要だから持っているモノから意志的な所有への転換がモノという媒体を通してデザインできたらうれしいです。

筆とペンでその文筆に差が生まれたり、女性が着物を着ると自然としゃべり方や仕草まで影響を与えるように、僕たちが意

識していなくてもモノから非常に多くの影響を受けて生きているのです。



Lamp / Lamp



Hironao Tsuboi
1980年東京生まれ、静岡県育ち。04年多摩美術大学環境デザイン科卒業。06年Hironao Tsuboi Design 設立。

現在デザインブランド100%Inc.のDirector / Designerを務める。家電製品や家具・日用生活品のデザインを中心に国内外で活動中。受賞にはred dot Award (独)、D&AD global awards (英)、Good Design Award等。08年度のI.D.Magazine(米)「world emerging designers 40」に選出。09年D&AD (英)「Creative Faces」Japan's most exciting new design talentに選出。info@hironao-tsuboi.com

出発点は、生活者としての自分

若くしてフリーランスデザイナーとして Good Design Award を受賞するなど活躍が注目される熊谷彰博。
同じ1984年生まれの友人で仕事仲間でもある印刷の余白Lab.野口が、そのデザイン観について聞いてみました。

interview & text: 野口尚口 (印刷の余白Lab.)

野口：アキヒロの手がけるものって、アタマで考えなくても使える……というか格好つけなくても使えるものが多いよね。デザインプロダクトって銘打たれてるものって、持つ方もなんだかがんばってる感じがしちゃう。

熊谷：製品を手掛けるときは素直に生活に入り込んでいくものを意識してる。OLYMPUSのカメラバッグ「CBG-2」(2009年度グッドデザイン賞受賞)はデザ

イナーで持ってくれてる人も多いよ。それはプロダクトに作家性を出さないようにしているからだと思う。

野口：確かに。普通の人が、普通に選べるもののような気がする。

熊谷：そこは「デザインを考える前の自分」みたいなのがいて。コンセプトと作家性の強い、限られたコレクターに選ばれるようなものにも憧れるけど、クライアントワークの場合、そのモノとコストの balan

スとか使用されることに自分が責任感を持てるものって、生活してる一個人の目で見てるものだと思う。だから、口が滑ったとき以外は(笑)、自分の「作品」って言わないように気をつけてる。作品じゃなくて「仕事」って言いたい。

野口：見せ方には相当気を使ってるよね。今作っているものって、誰に向けて伝えたいもの？例えば iida LIFE STYLE PRODUCTSとか。

熊谷：iidaの場合だと、自分がプライベートで遊んでいる30歳前後のアパレル、美容師、スタイリストの友達が理解してくれるんじゃないかなと思って作ってる。自分の周りにいる人たち、親とか友達とかに伝わることってすごく大事だと思っていて。基本的には自分がほしいと思えるものをつくるのを信条としている。じゃなきゃ相手に絶対伝わらないから。

野口：なるほど。それが明瞭だからデザインがブレにくいのかも。あとはマメにデザインもアートも見る印象。こまめに情報集めて足を運んでるのはエライなって。熊谷：うちの場合、なんとなく学校入ってデザインについて考えたり触れたりする機会があったけど、何かを初めて考える時に一番大事なのは個人的な経験とか

ルーツのようなもので、それって自分が好きなものでしかないよね。はじめから「デザイン」が好きな人なんてそうそういない。となると、俺は美味しいもの食べるのが好きだから食事を通してデザインを理解できる。それは他の人にとっては音楽でもなんでもいいんだけど。美味しい料理は素材が良かったり、味付けや作る人が良かったり、スキルはやるだけ上手くなるけど美味しいもの食べてないとか何が美味しいのかは分からない。それはデザインにも言えることで、しかも「食べる」のは生活には欠かせない行為。だからこそ普遍的な目線でデザインを考えられるのかも知れない。

野口：デザインをみんなに説明するのは難しいけれど、ご飯の美味しさは素直に理解できる。そうした素直に受け入れられるものを作ってる感じだね。

熊谷：結局ね、すごく理解力のある人間じゃないんだよ。難しい話をそのまま伝えようとすると、忘れちゃうから(笑)。感覚的なことを理解して相手に伝えようと思ったら、料理とか分かりやすいことに翻訳しないといけないんだよね。デザインも自分の分かることに翻訳して、カタチにするんだと思う。



iida LIFESTYLE PRODUCTS「Design Sheet」



オリンパス純正カメラバッグ「CBG-2」

Akihiro Kumagaya
デザインディレクターとしてプロダクトデザイン、CI・VIのブランディングなどのコンセプト・デザインを手掛ける。グッドデザイン賞、SDA賞など受賞歴多数。
<http://ak.alekole.jp/>

Naoko Noguchi
印刷専門の制作・デザイン事務所、印刷の余白Lab.代表。紙と印刷に詳しくなる講座、紙ラボ!も開催。
<http://yohaku.biz/>

Design has been changed.

デザインの宿題

Design Association 代表川崎健二氏に今年のTokyo Designers Week 2009についてインタビュー。

interview & text: 清田直博 (Media Surf)

Tokyo Designers Week 2009 (以下 TDW)のテーマは？

今年は「GREEN」です。ずっとLOVEをテーマでやっていたので、地球を愛す、人を愛す、モノを愛すという意味で、今年は地球にフォーカスして、「LOVE GREEN」ということを基本的なテーマにしました。

コンテンツ的には、環境省とDesign Association (以下DA) が共同主催で、鳩山さんが宣言したCO2の25%削減、その取り組みを応援するためのアワードを東京デザイナーズウィークで発表していきます。このオブジェは隈健吾さんが担当し、50人のクリエイターたちがエールを送る、それらの展示を会場で行い、11月から12月の2ヶ月間に渡って作品を募集します。“Warm Share” (ウォームシェア)という言葉ですが、例えば各部屋にあるテレビを居間に一つだけにする事で電気を節約しましょうとか、肉を食べるのを週に一回にしましょうとか、それだけでも実はすごい削減になるんです。電気だけの問題じゃなくて、ライフスタイルのデザインを根本から変えていくというようなことをやっていこうと。

アワードのテーマ「デザインの宿題」っていうのは、今2009年なんですけど、これを2020年までに達成させようということなんです。もしそれが達成できなければ将来僕らの子孫がひどい目に遭うわけじゃないですか。ですから未来の人から今の人達への宿題という意味で、25%の削減に対してデザイン界ができるアイデアを広く求めようというものなんです。

これからモノを作っていくという時にね、自動車なんかは正にそうなんですけど、環境を考えないでモノは作れないじゃないですか。それは他のプロダクトにとっても同じ話だと思うんですよね。ナイフとフォークのデザインをする時に環境は関係ないじゃないか、という人がいるかもしれませんが、それはちょっと違う。そのような問題に対して、クリエイターの方たちがどのように感じるかですよね。

20世紀型のトレードショーというものも

僕はもう終わったような気がしています。TDWは単なるクリエイターの発表というのではなく、発表の場作りなんです。また、これからどのようにデザイン界が進んでいくべきかということについても、TDWとしてぜひいろいろやりたいですね。

Kenji Kawasaki
特定非営利活動法人デザインアソシエーション理事長、100% Design Tokyo 日本代表、東京デザイナーズウィーク総合プロデューサー
Tokyo Designers Week 2009
http://www.design-channel.jp/tdw/



Serene High Res
思いがけない素材から生まれた、環境にやさしいデザインを見せてくれるのは、カナダに拠点を置く 100% Design Tokyoでおなじみのカナダ・からダ (Kanada Karada)。TDW Green Projectの一環として、腐木、毒カビ被害による枯木などを使った作品を特別に出版しています。TDWメイン会場エントランスでは、フレント・コンバー氏が、路上や建築現場に放置されていた杉、モミの木、ハンノキなどを削った家具やオブジェを展示。木材にこだわるコンバー氏は、人々の目を引き、触れてみたくなるような作品づくりを目指しています。100% Design Tokyoのエントランスでは、ジャッドソン・ビューモント氏による松の木で作ったゲートが目印です。ビューモント氏は、マウンテン・バイン・ビートルという昆虫により、変色した木材を使用しています。ビューモントは、色合いゆえに見過ごされがちなこの木材に、人々の関心を集めようとしています。彼はまた、同じ木材を使って、今年の TDW アワードのトロフィーも制作しています。



デザインの宿題
DESIGN ASSOCIATION NPOと環境省の共催アワード「Low Carbon Life-design Award 2009」のキックオフ・エキジビション。建築家 隈研吾によるインスタレーションとともに、トップクリエイターたちによるメッセージを展示。デザイン界から「CO25%削減」へのエールを贈ります。



学生作品展 テーマ「GREEN LIFE」
毎年約 40の国内外の学校が参加し、フレッシュなアイディア 400作品を明治神宮外苑から発信する合同学生作品展。地球、自然、海、山といった自然環境からアプローチするのではなく、生活のまわりの住空間からアプローチし、自分の身の回りから環境を考える GREENデザインプロジェクト。今年は学生たちのエネルギーを体感できる、屋外展示になります。



100% Café
今年の100% Caféは、未来のファーストフード・チェーン・モデルをサブウェイ(リンク: http://www.subway.co.jp/index.html) がデザイン。多段式の集約的な栽培施設を店舗に導入するという設定にて、農業や運搬コスト削減(フードマイレージ)による環境負担の低減を提案。これは、経済産業省「先進的植物工場推進事業」の一環で、建築家の長岡正芳氏と株式会社「丸幸弘氏(農学博士) によって開発された植物工場モデルとして、サブウェイに設置されます。



idea of a tree
100% Design Tokyoのテントの外では、オーストリアのデザインを集めた Spot On Wienが TDW Green Projectの一環として、太陽エネルギーによる新しい発明品を紹介し。ミッシャー・トラックスラ (Mischer' traxler) スタジオのカタリーナ・ミッシャーとトーマス・トラックスラーによるベンチ (Bench Tioat) は、太陽光線のエネルギーを利用して作られた商品です。マシンの中で、ベンチは時間をかけて成長していきます。色づける装置と接着剤の入った容器を通した紐を型に巻きつけることで、ベンチの形状ができあがっていくのです。その日の太陽光の強度によって、厚みと色の深みが決まるため、それぞれのベンチは日々の太陽エネルギーの成果ともいえるでしょう。来場者はこの製造工程をエンツィ (ENZI) という多機能の要素をもったオーストリアン・ストリート・ファニーチャーで、ゆっくり見学することが出来ます。

伝承が生む新しい価値

「CIBONE」などを手掛け、包括的なライフスタイルの提案をし続けている横川正紀さんにインタビュー。

interview: MAT. (Media Surf)

CIBONEなどを経営されていて、お店に訪れるお客さん(消費者)のデザインに対する意識は今のようになっ変わってきていると思いますか？

一時のブームの頃のような表層的なモノや、デザイナー名に頼ってモノを見ていた頃と違い、そのものの背景や作り手の物語を大事にする傾向があると感じています。もちろん、その中には今の時代の流れとなっている手工芸や環境に関する興味も含まれているのだと思いますね。横川さんが、このデザインを紹介したい、お店で取扱いたいと思う時に、何か判断基準になるもの、大切だと思っていることを教えてください。

その用途にもありますが、やはりそのものの背景、作り手から発される物語、その人の考え方のルーツです。そういった部分に魅かれます。CIBONEや飲食店やイベントまで含め、横川さんが手掛けられるもの全てを通して、伝えたいことはなんですか？衣食住のすべてにおいて、真摯な作り手たちのものづくりの素晴らしさとそういった想いに囲まれる豊かさを伝えていきたいという想いはずっと持ち続けています。これから未来に向けてデザイン (という行為、という概念) が果たす役割はなんだと思いますか。

普通ですがやはり、伝承。そして、伝えていくだけでなく、そこから繋がる新価値の創造が重要になってくるんじゃないでしょうか。



Masaki Yokokawa
1972年東京生まれ。株式会社ジョージズファニチュア 代表取締役、株式会社ディーンアンドデルーカジャパン 取締役。インテリアショップ「George's」の展開を進めながら、2001年にライフエディトリアルストア「CIBONE」をオープン。同時にカフェ「ask a giraffe」、「TMS」も併設し、住空間を中心にファッション、カルチャー、フードなどあらゆる分野を独自のスタイルで繋ぎ合わせる。2002年には、ニューヨーク発「DEAN&DELUCA」の日本での展開も手がけ、その活動の場をトータルライフスタイリングへと広げている。

「タダ同然」&「あって当然」ブロイラー化するデザインの時代

text: 深沢慶太 (フリー編集者)

「デザインという“言葉”には、もう飽きました」……と聞いて、「何を浅薄な!」とお思いか。でも、デザイン雑貨、デザインホテル、デザイナーズ家具、デザイナーズ住宅、デザイン系の“人”に至るまで、デザイン“ブーム”に飛び付き、ウンチクを振りまいて自己充足していた人々の間にそのような気運が充満していること、これは厳然たる事実と思う。

しかし、刻苦勉強を重ね、日々デザインの奥深さや問題山積の現実とに直面している諸兄にしてみれば、彼らはいったい、デザインの何に飽きたのか? いや、むしろデザインの何を見ていたのか? 不可解の極みと想像する。しかも問題は、ブーム終焉などといった単純な話ではない。

編集者であり、売文業でもある戦手柄、いままさに痛感しているのが、「文章や写

真などのコンテンツ、さらに情報はタダ」と信じ込む風潮だ。ある人が言った。「ブログは誰にでも書けるし、写真は誰にでも撮れる」。だから制作に割く労力もタダ同然で当然。でも、彼は自社の営利を目的とするコンテンツの展開者だった。企業の経済活動に利用される戦略的宣伝ツールと、ご執心のブログ(投稿数は世界一ながら「感想を吐き出すだけで、社会的意味は薄弱」な日本の名物)とを混同している。それはメディアではない、単なる宣伝だ。

現代において最も看過されていること。それは、「我々が通常アクセス可能な情報は、善し悪しは別にして、そのほとんどが恣意的なものである」ということだ。すべての人工的な情報は発信者の恣意に基づいているが、その多くが広告主や公的機関によるキャンペーンで、それを受けた個

人が発する口コミ効果を期待してのもの。新商品情報であれ、報道ニュースであれ、なぜそれらは“タダ”なのか。無料で閲覧可能なネット上の情報であっても、そこから誘発される購買行動や税金など、回り回っての課金システムが存在していることすら、私たちは忘れてしまっている。

人に何らかの行動を惹起させる意図を持って放たれたもの。これはデザインに他ならない。しかしそれをそう認識しないまま、「タダで存在して当然」と思い込む。webであれ雑誌であれ、工業製品や食材など商品、はたまたサービスであれ、いまやデザインは“あって当然のもの”らしい。恣意的な“最新情報”を、自ら咀嚼し判断することなく、鶏舎のプロイラーのようにつぶみ続ける。我々こと“消費者”は、いったい誰のためにその肉を肥やしているのだろ

う。携帯電話のメモリがいっぱいになると、「古いから」という理由で写真や楽曲を保存せず捨てていく若者たち。万事が“あって当然”な即物的世界に生きているからこそ、「飽きた」などという物言いはもばからない。まさに鶏並みだ。

人知れず生活に溶け込み、“人知れず”アフォーダンス的に人間の用に供する社会的使命と、消費システムの急先鋒として自らもまた消費されていく運命の狭間でデザインは、“あって当然”ではなく、“なくてはならない”ものとして、時に意識される必要がある。その意味で、今年のデザインウィーク期間中にスタートする、パリ在住のアートディレクター大類信 (おおるい・まこと) 氏所蔵のフレンチ・ピンナップ写真展は、欲望を即座に充足できる現代にあって、不足情報を渴望する姿勢が逆に美や感傷を湛えた理想的世界観を形成するという、皮肉に満ちた道理を気付かせてくれることだろう。詠み人知らず、被写体も撮影者もほぼ不明なまま、ロマンを湛えて愛されるオールド・ヌードの気品と幻想。“あって当然”のプロイラー肉のごとく陳列された、“新しい”デザインの乱脈に“飽きて”しまったなら、ぜひこちらへ。



Photo Exhibition「the far fog」
2009年11月1日(日)～13日(金)
VACANT 1階
(渋谷区神宮前3-20-13 tel.03-6459-2962)
www.n0idea.com
1940～70年代にパリで発行されていたヌード・グラビア誌「PARIS-HOLLYWOOD」などのために撮影されたヴィンテージ・プリントを展示販売。

Keita Fukasawa
フリーエディター。1974年生まれ。『STUDIO VOICE』編集部を経て、現在フリー。『Numéro TOKYO』(扶桑社)コトリビュエティング・エディター。『AXIS』『NYLON JAPAN』など雑誌へのデザイン～アート関連記事の寄稿、webや書籍の編集のほか、企業プロモーションなどにも携わる。編集を手掛けた書籍に、『Design Tide A Message from Tokyo』(BNN新社)、編集者9名へのインタビュー集「記憶に残るブック&マガジン」(BNN新社)など。

Design has been changed.

デザインの本。本のデザイン。

2009年、渋谷に誕生したエッジのきいたデザイン、アート、写真集などを取り扱う古書店・東塔堂。店主である大和田悠樹さんに、本とデザインについてお聞きした。

interview & text：鈴木美波 (TOKYO BRAIN)

書店を立ち上げた経緯を教えてください。
もともと神保町の源喜堂という古書店で4年半くらい働いていて、そこでいろいろ学んでから麻布台で通販だけの書店を始めました。そうしているうちに自分でお店を持ちたいと思ってこの場所を作りました。そもそも僕は昔写真をやっていたんですけども、その神保町の古書店には写真集がたくさん置いてあったんです。多くの写真集に触れることで写真の勉強になるかなと思って、働き始めました。実際働いてみると写真よりも本のほうが面白くなっちゃって。それからこっちの世界に入り込んでいきました。

本のデザインという面で、選書する際に欠かせない基準は何ですか？

装丁とか印刷、紙の感じとか、感覚的なものが大きいですね。やはり何か欠けているもったいないなあとと思います。逆にそういった細部にまでこだわっていると、びっくりしますよね。素晴らしいとしか言えません。本のデザインという点で見ると、デザイン自体が前にでるのではなく、最も伝えるべきなのはその本の内容ですよね。デザイナーさんは本来裏方の仕事ですから、彼らが忠実に裏方をなさっている本を見ると、しびれます。ついつい書籍を選んでいると、デザイナーさんに目がいきがちなんですけれども、裏方として存在しているというのが本当はいいですよ。

デザインを今後どう見ていきたいですか？

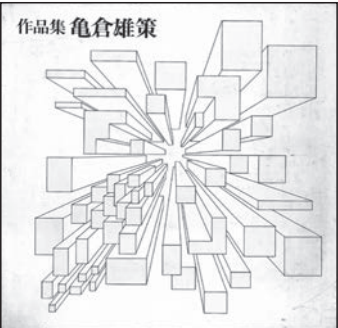
やはりデザイナーって何かと何かを繋ぐお仕事じゃないですか。コミュニケーションですよ。いつの時代も、「情報を相手に伝えていく」というのがデザイナーの役割で

あり、あるべき姿だと思います。それは前提として、今は表に出るデザイナーが増えてきて、評価されていく流れがあります。「人に伝える」ということをお仕事にしているだけあって、文章で伝えることも非常にうまいですし、その流れも面白いとは思いますが、これからも続くと思います。けれどもそういった中で、あえて表に出ず、真摯にデザイナーという仕事を全うしている人もいるということをしっかりみていきたいと思っていますね。そういう仕事をする人がずっといてほしいと願っています。

Totodo 東塔堂
〒150-0032
東京都渋谷区鶯谷町 5-7 第2ヴィラ青山 1F
tel & fax: 03-3770-7387
mail: info@totodo.jp
営業時間
月 - 土 12:00-20:00 (日曜定休)
http://totodo.jp/

TOKYO BRAIN
2009年6月に創刊した「本にまつわるインデペンデントマガジン」。本、そしてファッションを結びつクトウキョウを切り取っていく。2009年7月10日～12日に開催された「ZINE'S MATE」にも参加。
http://tokyobrain.blogspot.com

東塔堂店主 今こそ読んでほしいデザイン書籍3冊



作品集 亀倉雄策

亀倉雄策 著
美術出版社 1971年

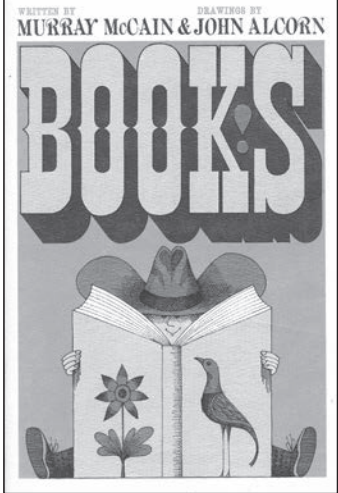
「ちょうど今明治のパッケージデザインが、亀倉さんのデザインしたものから、丸みを帯びた柔らかい感じの今っぽいデザインになったと思います。デザインには時代によって変わるから優劣がどうかとはないですけども、そんな時だからこそ、亀倉さんの初期のデザインを振り返ることができるこの本は大事だなと思います」。ポスターや実現していないコンペ案などまでが載っている作品集。70年頃の亀倉さんが装丁を手がけた本は、白い箱に入っていてキリッとした明朝体が印象的な、こだわを感じる装丁が多い。「今はやはり女性的なデザインが多いんですけど、亀倉さんならではの父親のような、男性的で力強いデザインはいつになっても良いものだと思います」。



ルウ・ドーフスマン デザインワーク

ディック・ヘス / マリオン・マラー 著
秋山亮二 訳 講談社 1987年

「CBSの企業デザインに関する本です。今だと企業デザインのトータルプロデューサーというのは有名デザイナーさんもお仕事されていますけど、これはそのハシリのような本です」。デザインは常に時代と人に合わせて変化しているもので、本来美術品とは違う。だからこそ、すぐに実物が消えてなくなってしまうものもたくさんある。そういったものが一つの企業を切り口として体系的に見られるのは、本の良さ。そのデザインを見れば、その時代や人の感覚がわかるということ。デザインは本来そういうものである。



Books !

Murray McCain 文 John Alcorn 絵
Simon and Schuster 1962年

イラストレーターのジョン・アルコーンという人が手がけた本についての本。カラフルなイラストと共に、本についてのメッセージがたくさん載っている。「これは紙にもすごくこだわっているのが伝わってきますよね。厚めの少しざらざらした感じとか、さわることでとの感覚を楽しめるというのは本の醍醐味だと思います」。紙やサイズ感にも十分にこだわったデザインは、本自体のかわいらしさを「感覚的に」伝える力を持っている。

世の中に提示しないと、何も変わらない

プロスケーターとしてはもとより、アパレルデザイナー、アーティストとして独自のクリエイションを展開する Alexander Lee Chang。彼のデザインの源泉を聞いた。

interview & text: MAT. (Media Surf)

デザインを仕事にしたきっかけって何だったんでしょうか？

もともと、人に自分がデザインしたものや作ったものを売りたい、っていう考えはなかったんですけど、たまたま自分がスポンサーを受けていたブランドだったりに文句

を言ったりしていたんだ。そうしたら、13年くらい前だったんだけど、ブランドを任せられるようになったの。それを「やりてえ!」って思ってそこから始まった、という感じ。それまでも、マッキントッシュに触れる機会だったり、クラリスワークスやイラストレー

ターに触れる機会もあったりして、神様がタイミングタイミングでキッカケを与えてくれたのかもしれないな。で、後にPower PCを自分で買ったりして。でも、もともとスケーターって絵を描く人が多かったりするんだけど、僕も高校生くらいから自分のノートに絵を描いたり、レシートや手に入れたステッカーとか、いろんなものでコラージュをするのが好きだったわけ。日記をつけるのは苦手だったけど、これ(ノート)は記憶としてあとで見ても、そのときの感じが甦るじゃない？もともと本当に好きなんだよね。いまだにそのコラージュノートはやっています？

最近はずいていないなあ。昔なんかの雑誌でみたポール・スミスさんの革のノートがいろいろと貼ってあったりして、閉じられないくらいふくれているわけ。それがカッコよくて。今でもやっていたら面白いらしいかなあ、と思うけどもね。最近、インスピレーションを受けるものは？

環境的に優しくて、良いもの。例えば、そういったことを言っている人たちの言動だったり、商品だったり、素材だったり

か。結局は「根本的に人間はどうあるべきなんだろう」という部分に戻ってくるとは思うんだけど、そういった点に重きを置いている人の言動やモノにはインスパイアされるよ。映画なんかも然りだしね。

極端な話、オーガニックコットンを使うことは人間には優しいかもしれないけど、生産過程で環境を犠牲にしていることは変わらないじゃないか、とかっていうことでは僕の場合なく、どういう風に環境に優しいっていうことを違うアプローチで打ち出していけるか、っていうことを突き詰めて考えるわけなんだ。なるほど、インスピレーションを直接的にプロダクトに落とし込むのではなく、ご自身の思考がインスパイアされるって感じですね？

そうだね。政治観だとかといったことから受けるわけだしね。要は、見たかっこいいものをそのまま出す、っていうことはデザイナーとしての欲は満たされていないくて、理由があって、かっこ良くなっちゃいけなくて、さらに今の時代に必要なものでなければならぬわけ。その三点がすべて成り立たないとダメだと思うんだ。リー君にとってデザインって何ですか？

可能性を生み出すことだと思う。人に対して新たなオプションを提示することもそうだしね。プロトタイプを世の中に提示すること。良くないプロトタイプであれ。今、このご時世で足りてないものってないように見えるけど、よく考えると沢山あるんじゃないか、と。僕の場合は僕なりのフィルターを通して「これ足りてくない？」って出してあげるわけ。人が自分にとってそれが必要か否か考えるキッカケを生めると思うんだ。何も提示しなければ、何も変わらない。それを提示するのがデザイナーだし、デザインという行為だと思う。ずっとそう考えて作ってきたし、これからも変わらないよ。



アレクサンダー・リー・チャン
1975年サンフランシスコ生まれ。アパレルデザイナー／プロスケーター／アーティスト。幼少期のカリフォルニアにてスケボーと出会う。10代の頃からプロスケーターとして活躍。96年より7年の間、アパレルブランドのディレクターを経て、03年独立し[Chang Co., Ltd.]を設立。04年S/Sよりスタートした[AlexanderLeeChang]ではアーティストとしても活動する彼のDIY精神で凝ったディテールと構築的なフォルムのプロダクトを生み出している。立体作品、コンピュータグラフィックなどが得意。



Design has been changed.

デザインを「伝える」ということ

2008年10月に創刊したクリエイティブジャーナル『QUOTATION』。
デザインの本質に近づかんとする切り口と作り手の気概を感じるその雑誌の編集長・蜂賀亨氏に今何を伝えようとしているのか聞いた。

interview & text: 堀江大祐 (Media Surf) photo: Momoko Matsuki

『QUOTATION』創刊に至った経緯は？
まず雑誌の役割が変わってきているな
という感じを覚えている、ビジュアルを見せ
るだけじゃなく、もっとデザインを語るとい
うか、読ませるものが必要だと思ったん
です。昔は紹介されたデザインを見て、参
考にということでしたが、その役割は終
わったと思っています。デザインがいいの
は当たり前で、そうじゃなければ世の中
に出ることは少ない。それに今までの作
品集やカタログ的なものは、フォーマット
を作ってしまう、ある程度簡単にできてし
まう。それは作り手としても、本当の意味
で雑誌を作ることの楽しみがない。表紙
もデザイナーに作ってもらってロゴを載せ
るだけ、というのもつまらない。僕はやっ
ぱり自分で作るのが好きだから、ディレク
ションしながらデザイナーと作り上げてい
きたいと思って、雑誌の役割の変化、作り
手としての楽しさ、そういった部分で今ま
でと違う雑誌を作ってみようと思いました。
デザインを語る、読ませるとは？
デザインはアートと違って、ターゲットが
ある程度想定されるものなので、ターゲ
ットには伝わったとしても、ターゲットじゃ
ない人は「何これ……」「ひどいな」とか
平気で言えてしまうこともあり、見る人
によって受け取り方は全然変わってきます。
でもデザインには表面を見ただけではわ
からないバックボーン、歴史や目的があ
る。そこを考えずに見た目だけで判断し
て、言葉にするのはとても怖いことだし、
ジャーナリズム的なところではやってはい
けないことだと思います。そのデザインの
バックボーンをちゃんと伝えることで見る
側、読む側、聞く側もすぐデザインの奥
深さがわかってくる。もちろん見た目にお
いての「カッコいい」とかエモーショナル



な表現も時には必要です。デザインの世
界は言葉での伝え方は難しいし、ジャー
ナリズムを成立させることはなかなか難
しいですが、単純に「カッコいいじゃん」
ということだけで、デザインが出てきてい
るのではないことを書き手が説得する、と
いうことが必要だと思っています。「そん
なのどうでもいいじゃん」という人もい
るけど、僕はデザインが好きだし、ずっと考
えてきているから、そこは言葉が必要だ
と思うし、こだわっていきたいんです。
そういった必要性は時代の流れからも感
じますか？
「デザイン携帯」や「デザイン家電」
などデザインを利用したビジネスが成立
している中で、実際に「デザイン」につ
いて触れられているものがどれだけあるか。

誰がデザインしたか、ということばかりで
すよね。本質的にデザインをウリにするの
であれば、語られる時に、そのテーマ・
目的によって、こういうデザインになり
ました。それで最後に誰がデザインしたか、
ということでもいいし、本当は無名でいい
とも思います。
デザインの主眼を置くべきところを間違
えていたんですね。
もちろんデザイナーは良い仕事をすれ
ばちゃんと評価されてしかるべきですが、
過度にデザイナーを奉った時代があり
ました。その時期には雑誌でデザイン特集
もたくさん組まれていましたが、そこで語
られていたのはデザインのことではなく「
デザイナー」のことでした。「どんな音楽
が好きですか」とかは、あくまでもデザ

インの補足的な話であって、デザインの
本質ではないですね。確かに、そうい
った時代があって、「デザイン」という言
葉が広く伝わっていったということもあ
りますが、「わあ、デザイナーってかっ
こいい」というレベルではなく、今一度
ちゃんとデザインを見たい、伝えたい、
語りたいということで『QUOTATION』
なんです。そういう世界観を求めている
人は増えてきています。人間って本質
はすごくしっかりしているし、意識も
教養も持っている生き物だから、デザ
インの本来のところに戻ってきている。
何でもデザインだということが認識さ
れて、誰もがデザイナーになれるとい
う時代の中で、ただカッコよければ、
楽しければいい、という世界観だけ
じゃ満足できなくなっているんじゃない
かなと思います。



現在 No.5 が発売中

Toru Hachiga
大学卒業後、ピエックスを経て、ク
リエイターマガジン「+81」を企画／
創刊し、11号まで編集長を務める。
その後「GASプロジェクト」開始に
あわせて、クリエイティブディレク
ター、エディトリアルディレクター
として、書籍シリーズ、DVD、GAS
SHOPのディレクション、展覧会
の企画等を担当。2008年11月に、
世界のクリエイティブジャーナル誌
「QUOTATION」(BNN新社刊／季
刊)を創刊させ、編集長を担当する
など、クリエイティブをテーマに様
々な分野で、企画／プロデュース、
執筆、デザイン、ディレクション
などで活躍中。
<http://www.quotation.jp/>



絵: 長場 雄
Design Tshirts store graniphのグラフィック制作を中心に、アーティストPV、テレビ、雑誌等の媒体でイラスト/デザインを制作。またオリジナルキャラクター「かえる先生」の生みの親。
<http://kaerusensei.com>

脚本: MAGNAROID/マグナロイド
音楽活動 (OROTI/M.A.G.M.A) では作曲、ステージ演出、MCを担当。ソロ活動ではナレーターやイベント、結婚式の司会も務める。’07年より、アーティスト長場雄の4コマ漫画作品の脚本も手がけるなど、その活動は幅広い。
<http://www.myspace.com/orotidub>

領域の横断

「本」を中心とした、これまでにない試みでアイデアをカタチにしているブック・コーディネーターの内沼晋太郎氏。
現在、本以外の領域にも活躍の場を拓けている彼のデザイン観。

interview & text: 堀江大祐 (Media Surf)

本を中心に活動されていますが内沼さんはデザインをどう捉えていますか？
本にまつわる様々な仕事に加えて編集やライティング、イベントの企画やDJなども行っていて、場合によってはよく自身がアートディレクションやグラフィックデザインを行うこともあります。僕の中ではそれら全部がデザイン。わりと最初のうちから、当たり前のようにデザインだと思っていました。
どうしてそう思うようになったのでしょうか？
おそらく数年前デザインという言葉が盛り上がり広がっていたような頃、僕は学生でしたが、骨董通りにあったアイデアの前のスペースで仲間と作った冊子を売っていたり、編集者の後藤繁雄さんのスクールに通ったりしていて、デザインや編集という言葉を正しく、未来を向いた広い言葉として使っていた人たちのまわりにいることができた。それが大きかったと思います。大学時代の専攻がブランディング

だったのですが、ブランディングもデザインも編集も、僕にとっては一緒のことに思えていたんです。デザインは一言でいうなら「バランスを取ること」。バランスを崩すことまで含めて、良く見せるためにバランスを取る。それは編集もブランディングも、全部一緒なんです。
僕自身も自分を良くデザインしようとしていて、本に関わることでスペシャリティがあるように見せている一方で、僕はそれだけをやっというとしているわけではなくて、特定分野のスペシャリストには憧れますが、いろんなことをバランス良くできたほうが状況を想像しやすいし、スペシャリストがうまく活躍できる環境を作ることができると思うんです。広い意味でのデザイナーでありたいと考えてきたのだと思います
だから本を中心にしつつも、仕事が多岐に渡っているんですね。
僕はもちろん本は大好きですが、本の

仕事をするのが目的になってしまっ
てはいけないと思っています。本を取り
巻く環境が理想的な状況になってい
たら、究極的には僕の仕事はいらな
くなるんです。それならば、そのほ
うがいい。今はそこに僕がやれるこ
とがあるから仕事のメインになって
います。世の中に対して今までな
かったものを創り出して、お金にな
らないかは別として、とりあえずや
っちゃう。そうやって仕事そのもの



ていきたいんです。例えば、箭内道彦さんや菊地成孔さんのように、一見いろんなことをやっているように見える人たちはみな、本人は別に自分のやっていることがばらばらだなんて考えていない。全部繋がっていて、自然に領域を拓けていった結果、自分のポジションができています。
物事をすごくフラットに見ている感じがしますね。
デザインは対象について良く考えることでもあります。そもそも何だっけ？から考える。そうしないと「これだ」というものは出てこない。いい仕事には、最終的なアウトプットには必ずしも見えてこないものがあります。それは膨大な時間考えた痕跡であったり、逆に瞬間の思いつきに至る経験の蓄積であったりします。先入観を持たずに、フラットに見れないと、考えられないし、仕事にならないですね。

今後の内沼さんは？
やっぱり領域を横断して、この人の職業はこれですって言い切れない人になりたいです。結局何している人なの？と言われてはいるほうがいいの？何がやりたいって聞かれるとわからないんですが、こういう時間の過ごし方をしたいというのはあります。そこでいくと今はとてもいい感じで、多くのデザイン領域が広がっている感覚がありますね。

Shintaro Uchinuma
1980年生。一橋大学商学部商学科 (ブランド論) 卒。2003年、本との偶然の出会いをプロデュースするユニット「ブックピックオーケストラ」を設立。その後2006年、自身の「本とアイデア」のレーベル「numabooks」を設立、のちに法人化。ブック・コーディネーターとして「TOKYO HIPSTERS CLUB」「HANSEL & GRETEL」(ともに株式会社ワールド)「TOKYO CULTUART by BEAMS」(株式会社ビームス) など数多くの書棚を手がける一方、同名義でクリエイティブ・ディレクター、美術作家、DJなどとしても活動している。2007年、サロンスペース「EAT TOKYO」をオープン。本とウェブの相談所「book bureau」を2009年から本格始動予定。
<http://numabooks.com/>



Design has been changed.

デザイン＋生物多様性＝バイオミクリ !!!

自然界を搾取した時代から、自然界から学ぶ時代へ。

text: 兼松佳宏 (greenz.jp)

さてここで、アンケートです。次の中で、当てはまるものをチェックして下さい。

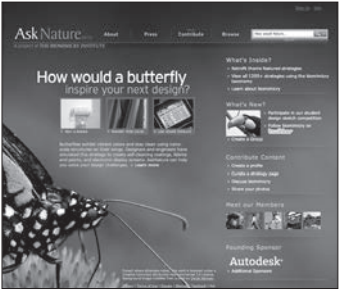
- ☐ 危険を愛している
- ☐ 死に物狂いで攻撃に走りたい
- ☐ スピードこそ、世界を美しくする
- ☐ 戦争こそ我らの健康法だ
- ☐ ゴテゴテのマフラーからすさまじい爆音をあげ、機関銃のように疾走する自動車は、どんな美術品より美しい

3つ以上あてはまるあなたは、未来派野郎です。

これはちょうど100年前に発表された、イタリアの詩人マリネッティによる「未来派宣言」の抜粋だ[1]。モリスのアーツ&クラ

フト運動からグロビウスのパウハウスにつながる、初期モダニズムの過渡期のアンビバレンス（両面性）を、いかにも象徴している悩ましい。労働者階級の解放のツールだった僕たちのデザイン運動は、固定観念を強烈に翻弄して政治に飛び火し、ロシアやドイツで革命さえ引き起こした。そのとき追及された“平等”の精神は、今でも西洋的なデザイン教育の正統として継承されている。

一方、内に秘めていた破壊的な美学は、やっと解放された庶民の消費活動を加速した。20世紀的価値観は未来派宣言そのままに、森を狩り、海を埋め立て、取り返しのつかないところまで地球を破壊してしまったのだ。もうすぐ『百年の愚行』[2]のツケがやってくる。今を生きる表現



AskNature.org

者たちが取り組むべきは、危険ではなく自然を愛し、いのちの多様性を祝祭するような新たな未来派宣言なのである。

じゃ、どうすればいいの？ その糸口はまさに自然の中にある。デザイン+生物多様性=「バイオミクリ」という手法が、デザイン業界でも注目され始めているのだ。デザイナーよ、書を捨てて森へ出よう！

greenz.jpでも以前取り上げた[3] バイオミクリは、「バイオ（=生命）」と「ミミック（=真似る）」の造語で、生物の生体機能を活かしたプロダクトおよびサービスのデザイン手法のことを言う。わかりやすく言えば、デザイナーと生物学者のコラボレーションだ。あのIDEOも注目しており、既にナイキやP&G、ハーマン・ミラーなど様々な製品に応用されている。身近な事例は既にたくさんある。例えばマジックテープは、犬の体にくっ付いたオナモミの実がインスピレーションとなった。空気抵抗を抑えるように設計された我が国の新幹線も、ネタ元はエサを採るために高速で水中に飛び込むカワセミのくちばしだ。本棚にはない豊

富なアイデアソースが、意外なところに隠されているのである。

バイオミクリの母とも呼ばれる生物学者、ジャン・ベニユ氏はこう言っている。「自然は38億年もの時間をかけてR&Dを繰り返してきました。エネルギーが効率的なもの、毒性物質を使わないのも自然界では当然です。自然は何が機能して、何が持続するのかということをよく知っているんですね。私たちはその叡智を翻訳して、いのちや地球に最適化されたサステナブルな解決策を導き出します。バイオミクリは21世紀に必要なデザインプロセスなのです」。

困ったときは、自然に聞いてみよう。そこで彼女はAskNature[4]というデータベースを立ち上げた。冷暖房なしで室内温度を保つにはシロアリの巣を見に行こう。高効率のディスプレイを開発するなら、蝶の羽根を観察してみよう。まるで森で遊んでいるような心躍るヒントが、クリエイティブコモンズで共有され、世界中のデザイナーを魅惑している。

自然界を搾取した時代から、自然界から学ぶ時代へ。未来派宣言には、メンターとしての自然という視点で、ちゃんと赤入れしておこう。

最後にこちらのアンケートにご協力ください。

- ☐ 自然を愛している
- ☐ 楽しみながらいのちを守りたい
- ☐ サステナビリティこそ、世界を美しくする
- ☐ 平和こそ我らの健康法だ



シロアリがつくった最前線のグリーンビルディング

- ☐ 自然に学んだデザインは、機関銃のように疾走する自動車より美しい

3つ以上あてはまるあなたは、21世紀へようこそ！

[註]
1―意訳はURLのページより抜粋
<http://www.tanken.com/miraiha.html>
2―Think the Earth 発行
<http://www.thinkearth.net/jp/book/>
3―<http://greenz.jp/2009/02/10/biomimicry/>
4―<http://www.asknature.org>

Yoshihiro Kanematsu
79年秋田生まれ。クリエイティブディレクター／グリーンジャーナリスト。『ソーシャルクリエイティブ』をテーマに、アースデイマネー、Merry ProjectなどNPOのウェブ制作に関わり、2006年にgreenz.jpの立ち上げにウェブデザイナーとして参画。現在はgreenz.jp共同代表、株式会社バイオビオ取締役として、ウェブディレクションやイベントプランニング、執筆活動などを行っている。



クリエイティブで持続可能な未来を考えるウェブマガジン。グリーンビジネスや農業、Twitterから政治まで国内・海外の世界を変えるアイデアを日々アップしている。ニュースサイトの他に、再生可能な水素（R水素）を広めるキャンペーンや、気軽に集まれるエコ飲み会など、リアル方面でも活躍。
<http://greenz.jp/>

僕の「デザインムーブメント」

デザインとは時代の残滓を清掃するバクテリアみたいなもの

text: 草薨洋平 (東京ピストル)

「お前の家のシーツ、英字新聞柄じゃないか!」

「ゴミ箱はマルボロ柄だぜ。いいだろう!」
中学生のとき、世田谷在住の僕らにとって最大のインテリア・ステータスは部屋にあるものが「英字新聞」柄か「タバコ」柄であるか、であった（80年代）。それらは部屋に友人を呼んだとき、自慢できるモチモチアイテムでもあった。おそらくヤンキーブーム発祥の、センスが一切感じられない愛すべきファブリック&雑貨たちは、今思えば、

英字新聞=読めない=カッキー!
タバコ=吸えない=カッキー!

という僕らの頭のなかと一直線でつながった関係性だからこそ存在していた（その後の凋落ぶりもハンパなかったが）。いまあの頃のことを振り返れば、かつての「デザインブーム」にむかっていく原動力になったタサイものたちが、この時代には大量に制作されていたのだとつくづく思い当たる。ヤンキーグッズ、いやげもの…etc。

そもそも90年代後半にデザインムーブメントがあった、と書いても、いまの20代

は何のことか分からないだろう。それくらい「デザイン」という言葉の持つ意味合いはごく一般的な場所にまで押し下げられ、当時持っていた魔法のような魅力を失ってしまった。現在「エコ」や「農業」が雑誌の顔になっているのと同じように「インテリア」や「デザイン」を中心とした運動なるものが、1995年～2005年の約10年間にかけての東京には確かにあったのだ。それは「エコ」や「農業」が地球温暖化や中国輸入食品の不安感が発端となっているように、バブル時代を前提とした必然的な運動であったといえる。

1980-1990年代初頭のバブル景気によって、日本中は文字通り「濡れ手に泡」と化した大金を手にした人々でいっぱいになった。1991年から1994年までであったバブルを代名詞とする伝説のディスコ「ジュリアナ東京」を彩った“お立ち台”“ボディコン”“扇子”といった装飾品がこの時代の代名詞になったように、「成金趣味」なこの時代を端的に表している。バブル後の世代に残されたのは「不況」と「就職難」といったバブルの後始末でしかなかった。終わってみればまったく理解できない建造物やタサイ装飾品。

「虚飾ではなく、もっと本質的な良いものを作っていく」。そう、バブルを受容できず、バブル後の世界にうんざりしていた世代の敗戦処理として、デザインムーブメントははじまったのである。

その中心となったのが表参道・青山にあった黒崎輝男率いるインテリアショップ「イデー」であった。マーク・ニュソンをはじめとする海外のスターデザイナーを抱えていたイデーは、2000年初頭に「東京デザイナーズブロック」を開催。一躍時代の寵児として、「デザイン」を旗印にインテリア、花屋、雑貨、ブックストア、カフェと多層的に展開し、その幅の広さをセンス一つで切り抜けたところが他社の追従を許さない最大の売りでもあった。

当時筆者は偶然にもイデーで働いていたのだが、その威光まばゆいばかりで、時代の熱狂とはこういうものだと思い知らされたものだった。みんながデザインという言葉で日常会話として使っていたのにビックリした記憶がある。それぐらいデザインという言葉は新しく、パワーが宿っていた。そして、だれもが自分たちのセンス一本で時代を塗り替えることができると信じていた。



そんな「デザインムーブメント」は2005年頃から急速に冷えてきたように思えるのは、デザインという言葉が過度に消費されただけではなく、時代の役割を終えたからなのだろう。古い商店街にもデザインされた店舗やオサレなデザイナーズマンションが共存し、バランスの良い理想的な町となるとともに、ついにデザインが日本中に浸透し、地に足が着いたのだといえる。それと同時にムーブメントは収束、雑誌の見出しにも踊らなくなってしまったのはなんと皮肉なことではあるのだが。
今年もデザインイベントがいたる所で開

催されているが、それにどうにも僕が乗り切れないのは、彼らがデザインで何を変えようとするのか目標物が見えてこないからだろう。そんな時代にモノ作りをするということは一つの罪悪なのだ。デザインとは時代の残滓を清掃するバクテリアみたいなものだ。そう思うと同時にデザインが面白かった時代は僕の中ではとっくの昔に過ぎてしまった。

Yohei Kusanagi
「東京ピストル」代表。編集者。東京ピストルとして数多くのデザイン製作にも従事している。現在ビートニクと拮抗するニートニク運動を起こすべく、無職団体「ニートニク」を構想中。

NEW WORK, NEW LIFE.

Cooperated by 東京仕事百貨

TOKYO DESIGN FLOWと東京仕事百貨が、読者のみなさんによりよく生きることと働くことが一致するような、意義ある仕事への入口をご紹介します。

東京仕事百貨

東京仕事百貨は「生き方を探す人の仕事探し」をサポートするプロジェクト。そこにある生き方・働き方を見つめて、自分の言葉にしています。給与やネームバリューで選ぶのではない、オルタナティブな仕事ととの出会いを提案しています。
<http://shigoto100.com/>

ハーブマンと旅をする

EARTHSCAPE inc.,

今年の夏、越後妻有アートトリエンナーレに行った人も多いのでは？その中の作品のひとつ、Medical Herberman Cafe Project (MHCP / www.mhcp.jp)。このMHCPを進めると共に、ハーブマンと各地を旅してまわる専任スタッフを募集します。具体的な業務はMHCPの運営に関わる全て。コンテナの搬入出作業をしたり、カフェ店員になったり、時には専用の移動販売車に乗り都内近郊を移動販売しながら走ったり。最終的には発展途上国でのプレイグランド制作にも参加すること。ハーブマンと公私共に運命共同体となり、プロジェクトの顔になり得る人。仕事で人生がつくられていき、人生によって仕事ができていると思える人は勇気を出して応募して欲しい。



【業務内容】
MHCP運営、運営管理、設営作業、移動販売車による移動販売業務など
【募集職種】
契約社員(各種保険完備)
【給与】
当社規定により応相談
【勤務地】
プロジェクトの移動先に準ずる
(EARTHSCAPE / 東京都渋谷区恵比寿2-14-6)
【勤務時間】
応相談
【応募資格】
普通自動車免許(MTの方優遇)
【選考基準】
薬草、旅、食に興味のある方
ものづくりが好きな方
【その他】
普通自動車免許AT限定の方で、採用後に教習所に通いMT免許を取って頂けるガッツのある方は優遇させていただきます。

さらなる詳細は東京仕事百貨へ <http://shigoto100.com/>

もうひとつの我が家

青家

世の中には「こうあるべき」というようなマニュアルをよく見かけるけれど、青家で働く方や提供される料理への考え方を聞いていると、そういうものとはまた違ったものがあることに気づく。中目黒の路地の奥、古いどんつきの一軒家がほどよくリノベーションされた場所がある。中目黒でも美味しいおばんざいが食べられるお気に入りのお店。そんな青家でスタッフを募集しています。前回、募集したときは大人気だった。何がこうみなさんに響くのか、まだ確信はしていないけれど、仕事百貨の考え方に似ていることが印象的だった。小さなお店だからこそできる働き方がここにはある。



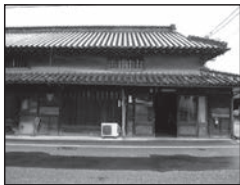
【業務内容】
キッチンスタッフ
【勤務地】
東京都目黒区青葉台1-15-10
【勤務時間】
応相談
【応募資格】
青家が好きな方
【選考基準】
一緒に働きたいと思える方。

さらなる詳細は東京仕事百貨へ <http://shigoto100.com/>

まちの女将さん

仏生山温泉

仏生山温泉の女将さん、募集します。でもただの女将さんじゃない、まちの女将さんなんです。仏生山は、高松藩の菩提寺がある門前町として栄えた場所。ここで「まちぐるみ旅館」というプロジェクトがはじまった。これは“まち”をひとつの旅館に見立てる、というもの。町家を家主から借り、客室や飲食店、物販店として利用してもらう。浴場は仏生山温泉に入ってもらおう。さらに既存のお店も含めて、まち全体として魅力を高めていく。女将さんの役割はこのプロジェクトの企画・運営。四国なので漠然とした不安があるかもしれない。でも漠然とした期待をそのままにしておくのもったいない。



【業務内容】
「まちぐるみ旅館」の企画・運営
【勤務地】
香川県高松市仏生山町

さらなる詳細は東京仕事百貨へ <http://shigoto100.com/>

仕事百貨の仕事

株式会社シゴトヒト

東京仕事百貨は「生き方を探す人の仕事探し」をサポートするプロジェクト。仕事を探して取材し、そこにある生き方・働き方を見つめて、自分の言葉にするのが主な仕事。給与やネームバリューで選ぶのではない、オルタナティブな仕事ととの出会いを提案している。まもなくスタッフの募集を開始！詳細は東京仕事百貨ホームページ(shigoto100.com)で近日中に発表予定です。

【業務内容】
営業、取材、編集
【募集職種】
業務委託スタッフ
【給与】
応相談
【勤務地】
東京都港区南青山3丁目8-5 DeLCCS 2F 表参道駅徒歩4分
【勤務時間】
応相談

さらなる詳細は東京仕事百貨へ <http://shigoto100.com/>

東京仕事百貨

掲載のお問い合わせはinfo@tokyodesignflow.comまで。

SUPPORTER'S NEWS

自転車で働こう。
移動店舗用三輪自転車販売中。

自転車でコミュニケーションを楽しみながら売る。がんばっていることもちゃんと伝わるし、謙虚さも自然に伝わる。そして徐々に支持されてることを自分でも感じられるようになる。そうなればリピーターも初めての人も、出会えたらラッキーだと思ってくれて、つい買いたくなってしまふ。そんな移動式のお店を街中に自転車で働きたい人と巡り会いながらゆくりと丁寧に、仕事用の三輪自転車を増やしていきたい。そんな自転車を見たら声を掛けてください。生活がちょっと楽しくなるはずですから。



荷台付き三輪車(前輪2／後輪1)

＊商品は写真をご覧ください。
オプションで塗装、荷台改造なども。
お試しレンタルシステムもあります。
詳しくは下記アドレスまでご連絡下さい。

IID 世田谷ものづくり学校1F
R自転車集団内
サンリン自転車生活社 三輪ノブシ
nmiwa007@yahoo.co.jp

AFTER WORDS

本誌が現状のサイズになった最初の号がN4「デザイン」特集号でした。そして1年経った今、今回の特集を作るにあたってもう一度振り返ってみると、これまでは本質的なデザインに対する議論が、商業的な動き(もちろん商業的な観点は重要。この場合、モノの良し悪しに関わらず「デザインされた」という事実だけに焦点が当たっていること)の中ではほぼ顧みられていなかったのに対し、特にこの1年で、デザインは生活の中にある普遍的な行為だ、という認識が広まってきている、と感じました。職業としてのデザイナーにおいても、そうした広義に捉えたデザインへの思考がより深まっている気がします。僕は数年前、所謂「デザインおたく」でした。今は「デザインギーク」と言うのかも知れません。朝から晩まで、ショップに行ったり、ネットや本でデザインのとにかく情報収集したり。そうすることが面白い時代でもありました。何より、そこにある期待感や高揚感がたまらなかった。それから僕なりに今までデザインについて考えて、考えて、考えてきた中での現時点での答え＝今後への問いかけ、が今月号に詰め込めたと思っています。実は、そんなわけでインタビューが楽しすぎて、自分の担当がかなり多くなってしまい、ちょっと大変でした。スケジューリングは重々わかってはいたんですが……。そんなわけで来月号にもデザインについてのインタビューは掲載していきます。お楽しみに。

編集長 堀江大祐

配布店舗募集 我々の考え方に共感し、『TOKYO DESIGN FLOW paper』を応援してくださる店舗様を募集中です。興味のある方はinfo@tokyodesignflow.comまでお問い合わせください。

ネット販売 雑誌のオンライン書店「Fujisan.co.jp」にて『TOKYO DESIGN FLOW paper』をお買い求め頂けます。<http://www.fujisan.co.jp/magazine/1281683108>

定期購読のお申し込み 定期購読をお申し込みいただけます。info@tokyodesignflow.comに「定期購読」と件名に記入し、お名前、住所、電話番号、部数をご記入の上、お申し込みください。

LAST THURSDAY

9.24 2009 REPORT

POLITICS!

text: TOKYO DESIGN FLOW

9月のLAST THURSDAYは、DJ陣に本誌でも連載中のAlexander Lee Chang(ALC)、さらに、3回目の登場となるDJ NaL、最後を飾るのはDJ大貫憲章さんです。そして、ライブペイントは2回目の登場となるmako氏(hatos)が同日発行のTDFpaperのテーマ「POLITICS」と連動したイメージを描き上げた。ライブでは、Kanye WestやAlicia KeysなどをバイオリンとDJのコンビで演奏するYUKI+DJ SIBAが登場。そして会場にはフルーツと野菜のディスプレイが飾られ、会場を彩った。そして今回のNIGHT PEDAL CRUISINGの目的地は駒沢オリンピック公園。残念ながら2016年夏季オリンピック開催地からは落選してしまったが、少し涼しくなり出した空気の中を疾走した。



NEXT LAST THURSDAY>>> 11.26 2009

Swedish Love Stories @ 表参道ヒルズ

Swedish Love Stories 10th anniversary of swedish style in tokyo

1999年より開催してきたSwedish Style in Tokyoが今年で10回目を迎えました。これまでに、たくさんのスウェーデンアーティスト達が最新のスウェーデンファッション、フィルム、写真、デザイン、アート、音楽そして食を共有しに東京を訪れました。

今年のタイトルは「Swedish Love Stories」。サステナブルなアーバンライフスタイルに焦点を当てました。スウェーデンでは、良いデザインが日常生活の改善を助けることができる、という確信によって常に様々なものがデザインされています。このずっと行われているアプローチと、自然や素材に対する深い認識はスウェーデンの人々と日本にいる私たちが共有しているものです。そこにはたくさんのラブストーリーが、例えばスウェーデンと日本のデザイン間にもあります。家具などのデザインだけでなく、それを取り巻くスウェーデンのライフスタイルそのものを体感できるイベント。デザインのクリエイションの基本である“愛”をテーマに、全ての物事の裏にある「Love Story」を様々な視点から切り取り、来場者の皆様に体感して頂けるイベントになります。

Exhibitors at Space O

- Askul
- Bantie - textiles
- Blå Station – furniture
- Capti Design- furniture
- CKR
- Evert- wooden clogs
- Indumedia AB I Lund
- Kosta Boda / Orrefors - crystal glass
- Lena Nilsson Wärff – carpets
- Mairo
- Mateus – ceramics
- Plastisock
- Tuss
- Scandinavian Wave
- Stefan Borselius
- Stoc kholm Design Lab
- Swedes – furniture
- Torbjörn Johansson
- Vincent Shoe Store

VINTAGE

- Erik Höglund
- Bruno Mathsson
- Lisa Larsson by Gustavsberg

Open hour

10.29 (木)–11.3 (火) 11:00–21:00

表参道ヒルズ スペースオー
東京都渋谷区神宮前4-12-10
<http://www.swedish-style.org/>

Project Manager : Caroline Heiroth

10月31日(土)には毎週土日、青山の国連大学前にて開催されているFarmer’s Market @ UNU会場にて15時よりSwedish Style Tokyoが主催するOrganic Cake Partyも開催されます。

<http://www.farmersmarkets.jp/>



STAY COOL
HAVE^R FUN
GREAT^{ER} LOVE

ABOUT

The Megane - Zine was published by Yoshi Shimura / Star Graphics
Star Graphics formed in Tokyo in 2003 is a special team. We were same special school students. We love music, art and design something. The "Megane Zine" is issued by them in Los Angeles. I know a lot of young Japanese artists whose work is very good. I want to introduce them to The United States, so I will publish a lot of their works in my magazine, "Megane Zine." I want to show it to you. It contains art works of up-coming Japanese Artists, 6 major artists from the USA are also participating in the 1st "Megane Zine."

"Megan Zine" is kind of portfolio of young and up-coming Japanese artists. This zine will be published regularly and will show great work of them. I named this zine as "Megan zine" hoping that people will focus on this magazine because Megan means glasses in Japanese.

WEB: <http://www.stargraphics.jp/> EMAIL: star@stargraphics.jp

CONTACT

TWITTER

http://twitter.com/Megane_Zine

Our logo designed by Jesse LeDoux : <http://ledouxville.com/site/index.php>
HVW8 : <http://www.hvw8.com/>

Yu Nagaba : <http://blog.kaerusensei.com/>

ANAMACHY PAINTING : <http://www.anamachy.com/>

Yusuke Hanai : <http://hanaiyusuke.com/>

LNKS Yusuke Hanai : <http://hanaiyusuke.co>
Tortoise : <http://www.tortoiselife.com/>
Blends : <http://www.blendsus.com/>

Tortoise : <http://www.tortoiselife.com/>
Blends : <http://www.blendsus.com/>



2009

THE

1ST ISSUE THIS JUST IN!

megane

Magane

MEGANE

MEGANE

NEWS 2
as well..

About the 1st issue of Megane Zine

The messages

I was given short, written messages of encouragement to these young artists by famous American artists. Then, I printed their messages in the 1st Megane Zine.

There are the messages:

Mike Mills "PROTEST AGAINST THE RISING TIDE OF CONFORMITY."

KAWS "It's not that important for young artists in Japan to worry about reaching an American audience. Create your own scene & let America worry about finding you!"

Raymond Pettibon "Japanese artists / musicians / wrestlers are among our (the world's) best and an inspiration to me."

Ed Templeton "To young artists: Spend time, lots of time, working hard on what you love. Hard work does not make success a certainty, but there is certainly no success without hard work."

John McCambridge "Follow your heart and keep your friends close. Never stop creating."

Alma Allen "Very cool. Keep up the great work!"

The 1st Megane Exhibition in LA (PAST)

The select shop "MONUMENTS" which is placed in down town of LA had the release party of the Megane Zine on 30th of May. More than 300 people came there. It seems like there was lots going on in this opening. The exhibition of the new work by three artists include Yu Nagaba, Anamachy Painting, and Yusuke Hanai was there. Also there was a live performance played by French musician unit "Le Branche" and the space became place to come for artist to discuss, young LA kids, for those who love art to hung around and went on till midnight.

Star Graphics / Tokyo - Los Angeles / Megane Zine / e-mail star@stargraphics.jp
Copyright(c) Since 2004 Exterior Star Graphics (Y. Shimura) All rights reserved.





東京のデザインの流れを創造する。

MONTHLY EVENT ~~TOKYO DESIGN FLOW~~

LAST THURSDAY

ART, FASHION, FOOD, TRAVEL, SPORTS, MUSIC and DESIGN.

www.tokyodesignflow.com