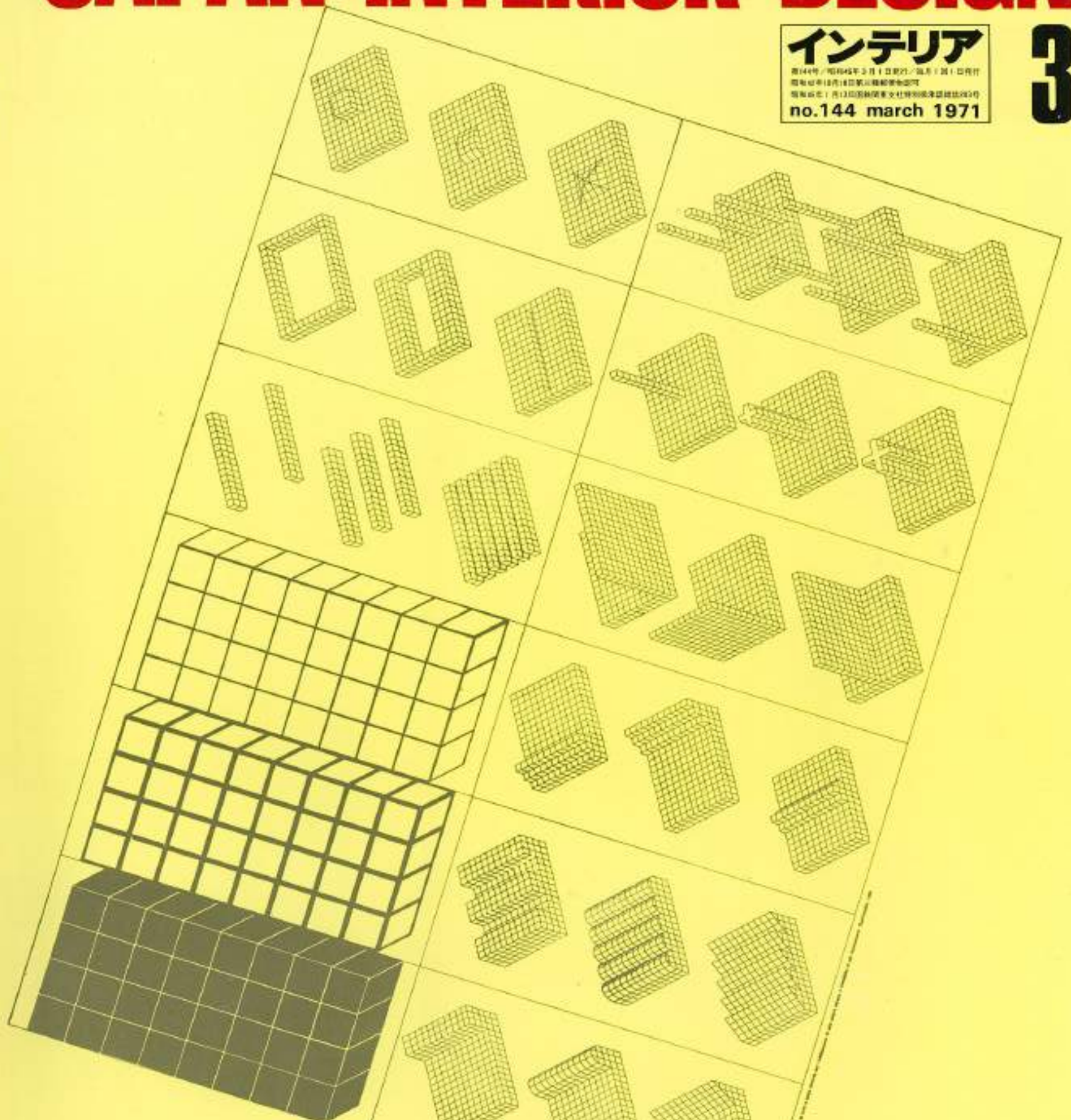


JAPAN INTERIOR DESIGN

インテリア

第144号 / 昭和46年3月1日発行 / 30頁 / 1冊 / 100円
〒100 東京都千代田区千代田1-1-1 日本郵政公社
〒100 東京都千代田区千代田1-1-1 日本郵政公社
no.144 march 1971

3



シングル・デザインの発想

〈建築家のための墓—精神的家具の立体図表〉

スーパースタジオ

別荘のためのカタログ

THE SINGLE DESIGN

〈THE ARCHITECT'S TOMBS—ISTOGRAMMI D'ARCHITETTURA〉

By SUPERSTUDIO

〈A CATALOGUE OF VILLAS〉

エアボンの製品はつねに最高の品質と完全な管理のもとに生産されています。



AIRBORNE FURNITURE COLLECTION "NEBELWEISS"



airborne

日本総代理店 株式会社 東京本社 東京都港区赤坂9-6-27 TEL 422-9461 FAX 408-5821 代
大阪支店 大阪市東区京橋1-7-7 OMMビル3F P.O.Box131 TEL 06-843-2219 代
日本エアボーン株式会社 東京本社 東京都港区赤坂9-6-27 東京ステーションビル217 TEL 422-9441 代
大阪支店 大阪市東区京橋1-7-7 OMMビル3F P.O.Box131 TEL 06-843-2219 代
様々な人材を広く求めています。お問い合わせ先 TEL 428-1570

JAPAN INTERIOR DESIGN

インテリア

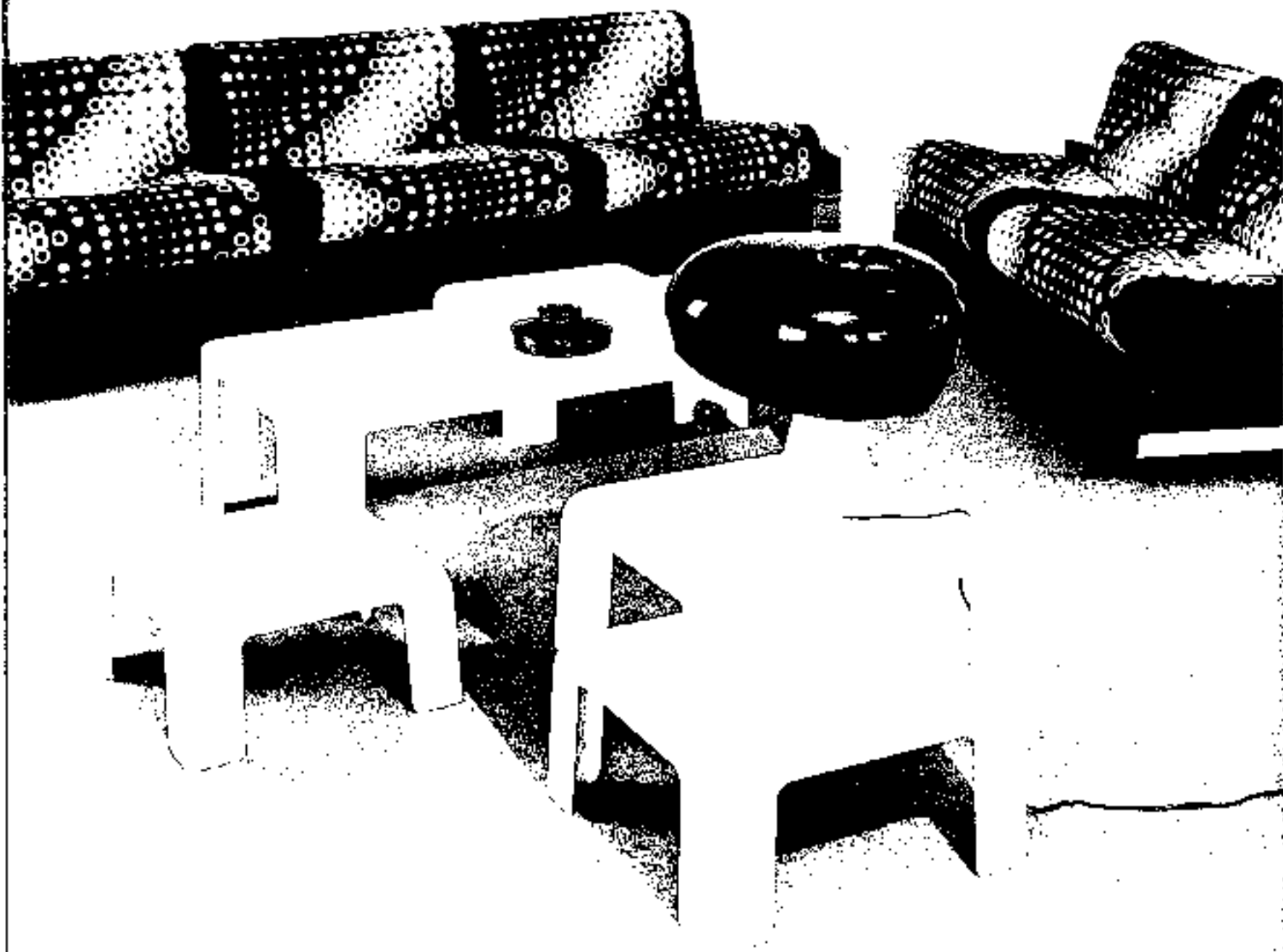
no.144

march 1971

目次

シングル・デザインの発想—スーパースタジオ	21
建築家の墓・精神的家具の立体図表、別荘のためのカタログ	
スーパースタジオの成立とその特徴 文・山口敏弘	
東京ビル	
東京日産ショールーム(オート・パサージュ) ホウトク六本木ショールーム	36
設計:日本設計事務所	
大沢商会本社ビル 設計 藤島雄健建築設計部	40
メンズ・シューズ(ジュントリハ) デザイン・タカミインテリアデザイン	44
マ・ビル・ショップ(ショップ) デザイン 大阪インテリアアライン	45
シストラップ(キャッスル・ブラバ) (ウカリハ)	50
インテリア・デザイン KIDアツシロフ	
オリエント・ふらぐのモット・マテニデュア	55
城ノ内ツのテーブル・ウェア 文 横山尚人	58
クパール・シリーズ(パール) デザイン 本浜和雄	60
世界のID...S(イタリア) プリオンベガ	69
高松次郎のインテリア・アート 企画・クラマクデザイン事務所	72
I氏邸 インテリア・デザイン アルファックス・シヤパン	74

表紙:スーパースタジオによる「建築家の墓」



amanta

デザイン・マリオ・ベッリニ

アマンタ、明快なミニマルなデザインが特徴的な家具。白い家具と黒い家具の組み合わせによって、生活空間にアクセントを添え、個性が表現されます。選りすぐられた材質とエレガントな色調が、あなたの空間に上品な印象を与えます。

C&B
JAPAN

代表：C&Bジャパン
 大阪 自由区東区小島1-1-1
 TEL: 06-6333-3333
 上海 蘇州路 200 号 4132
 TEL: 021-2311-5442

シングル・デザインの発想

スーパースタジオ

アルテ・ヌオーヴァ・カッレ、グロッセ・アーツ・ナラ、トリアコランゴ、カッレ・ダ・アリア、ピエーネ・カッレ・カッレ、カッレ・カッレ・カッレ

<THE SINGLE DESIGN>

by SUPERSTUDIO

ALTE NUOVA CARRE, GROSSE ARZT NARA, TRIACORANGO, CARRE D'ARIA, PIERNE CARRE CARRE, CARRE CARRE CARRE



1= コンティニアス・モニュメント
1= CONTINUOUS MONUMENT

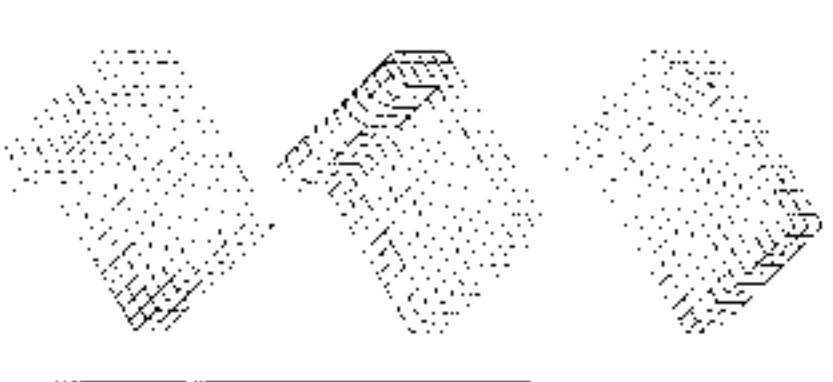
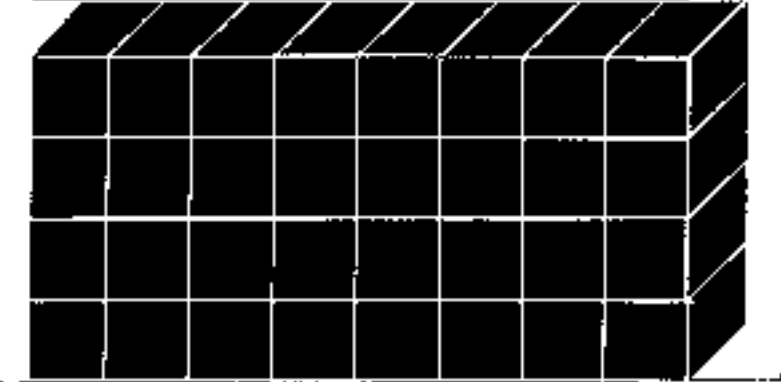
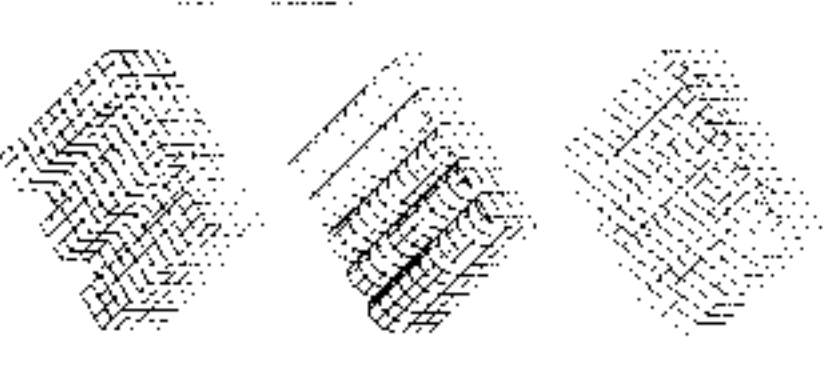
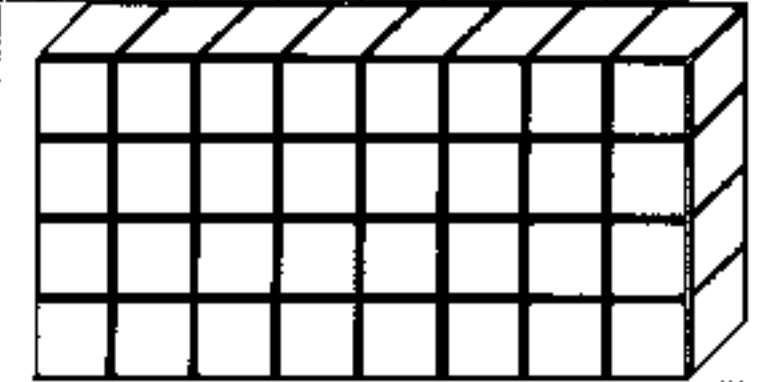
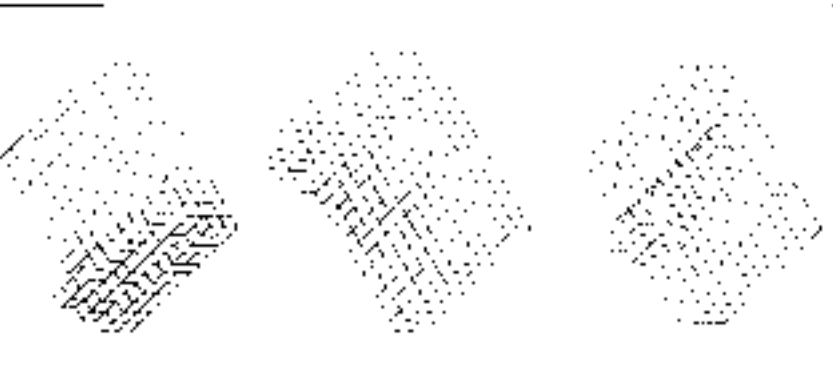
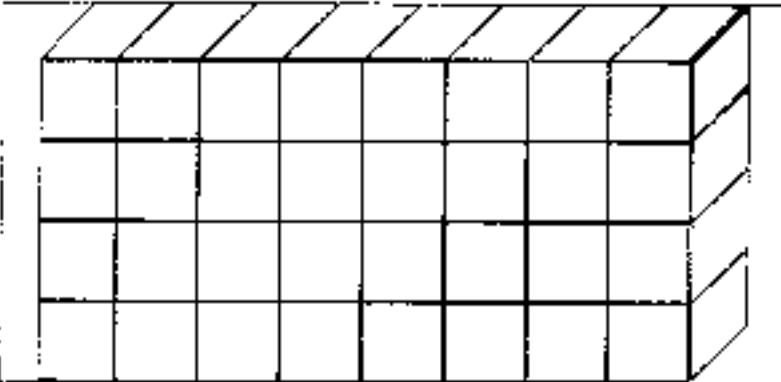
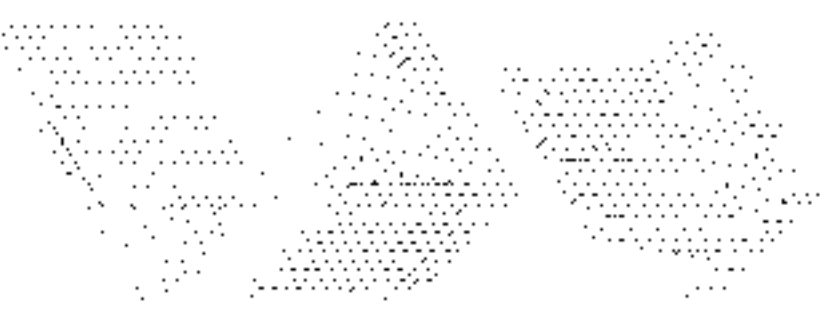
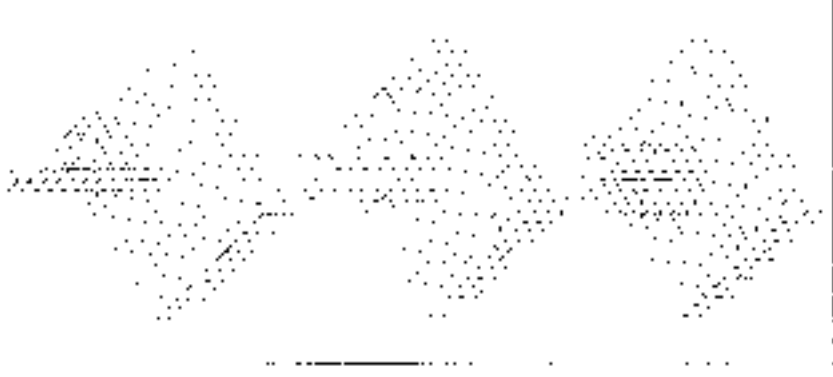
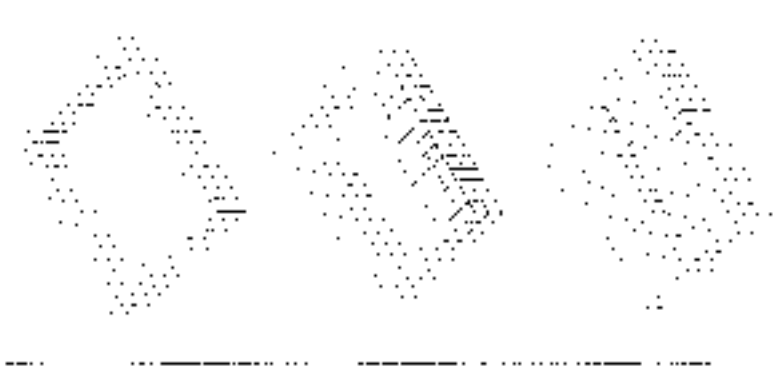
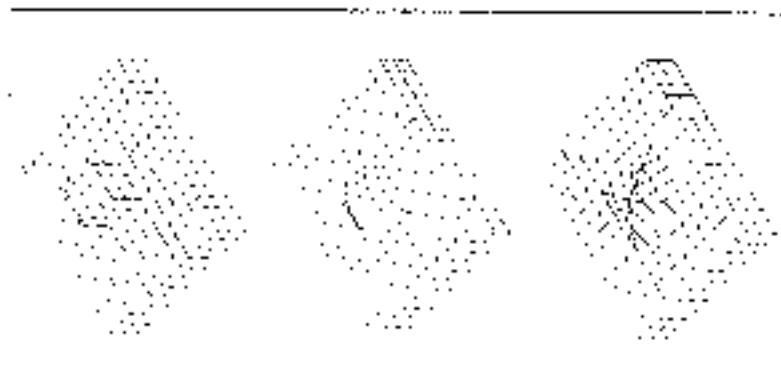
1 THE CONTINUOUS MONUMENT
Monument design for the Villa

2 建築家の墓 (精神的家具の立体図表)

2 THE ARCHITECTS' TOMBS
ISTOGRAMMI D'ARCHITETTURA

3 別荘のためのカタログ

3 A CATALOGUE OF VILLAS

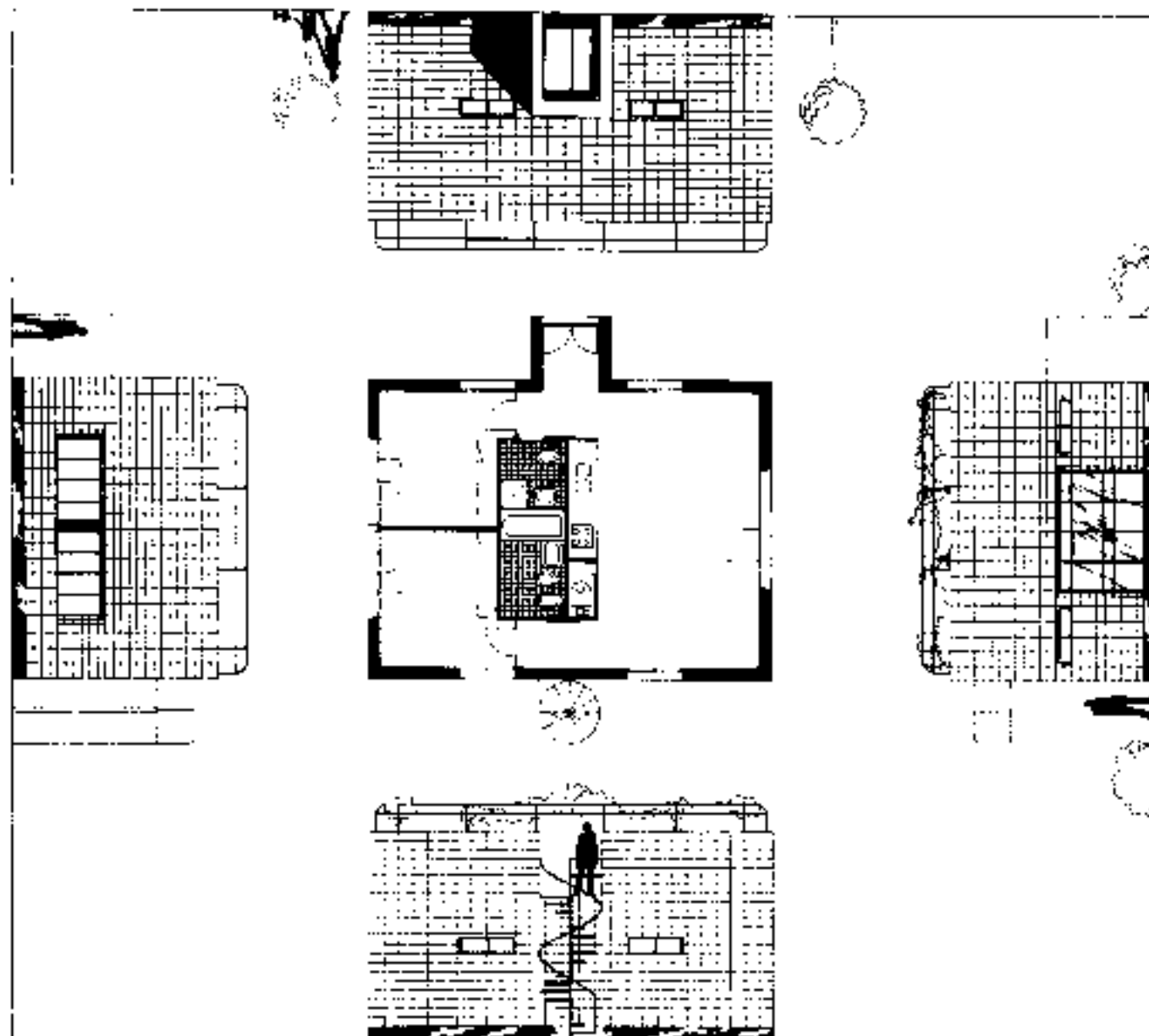
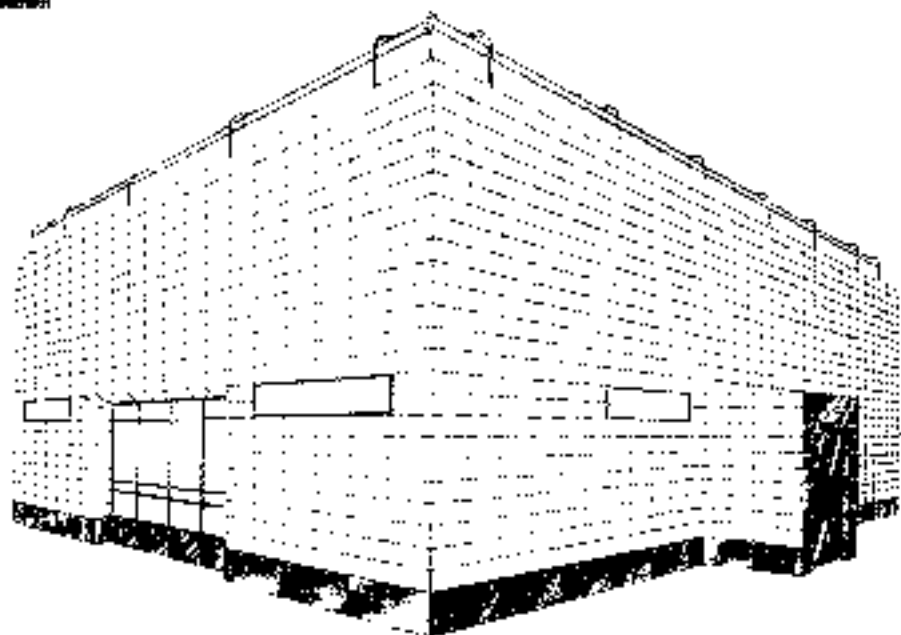


Copyright © 2000 by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved. This book is a registered trademark of The McGraw-Hill Companies, Inc.



A-1 (落ちついた環境のための小さな別荘)

A-1 (A SMALL VILLA FOR SERENE PLACES)



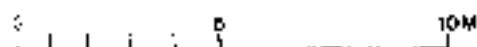
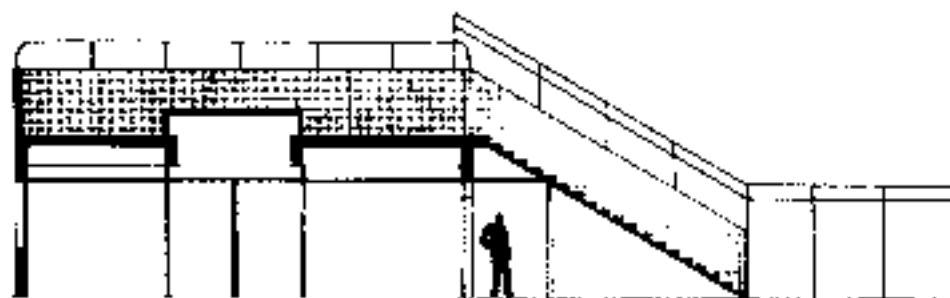
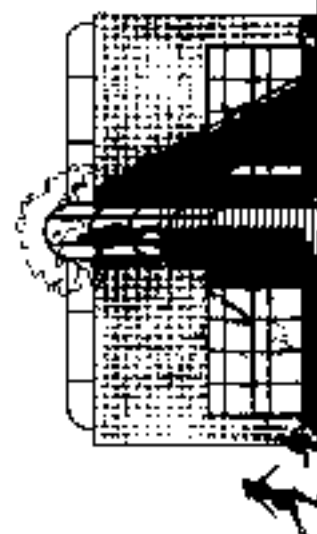
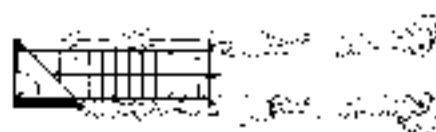
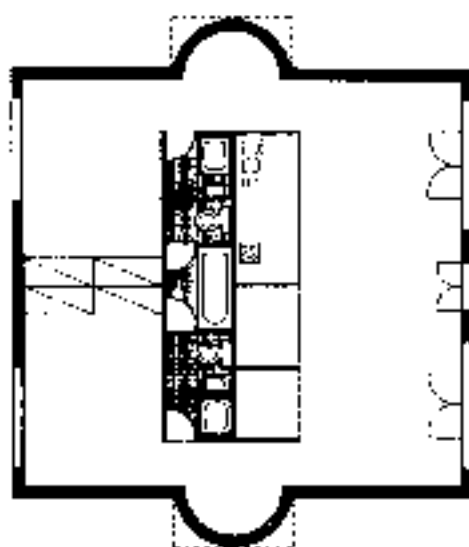
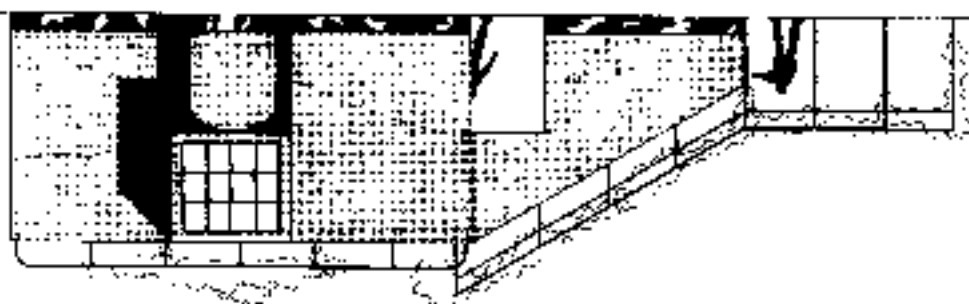
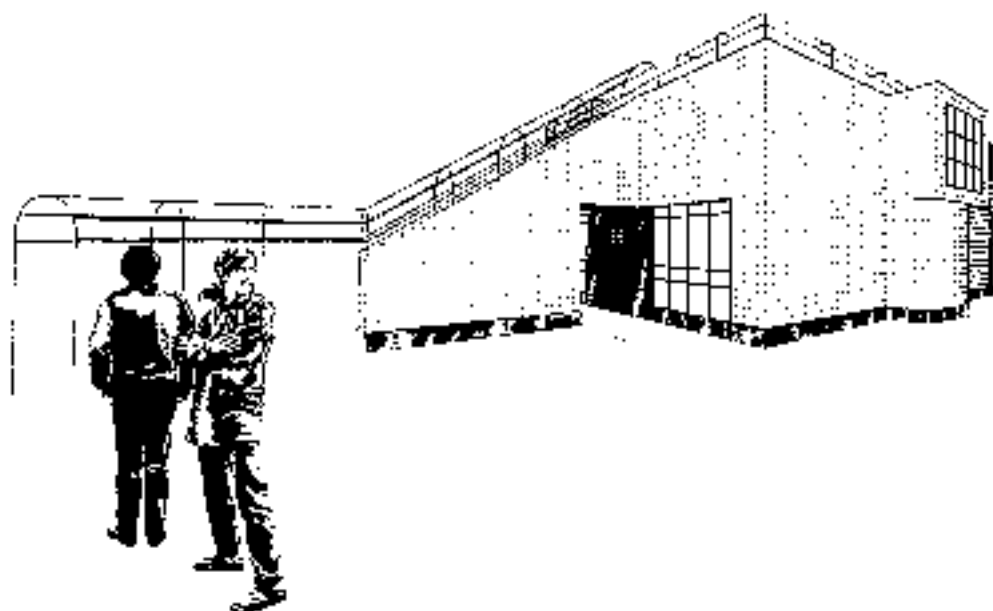
0 5 10 M

© 1994 SHIMIZU ARCHITECTS ASSOCIATION



A-2 <モニュメンタルな階段をもつ小さな別荘>

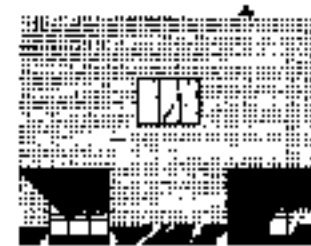
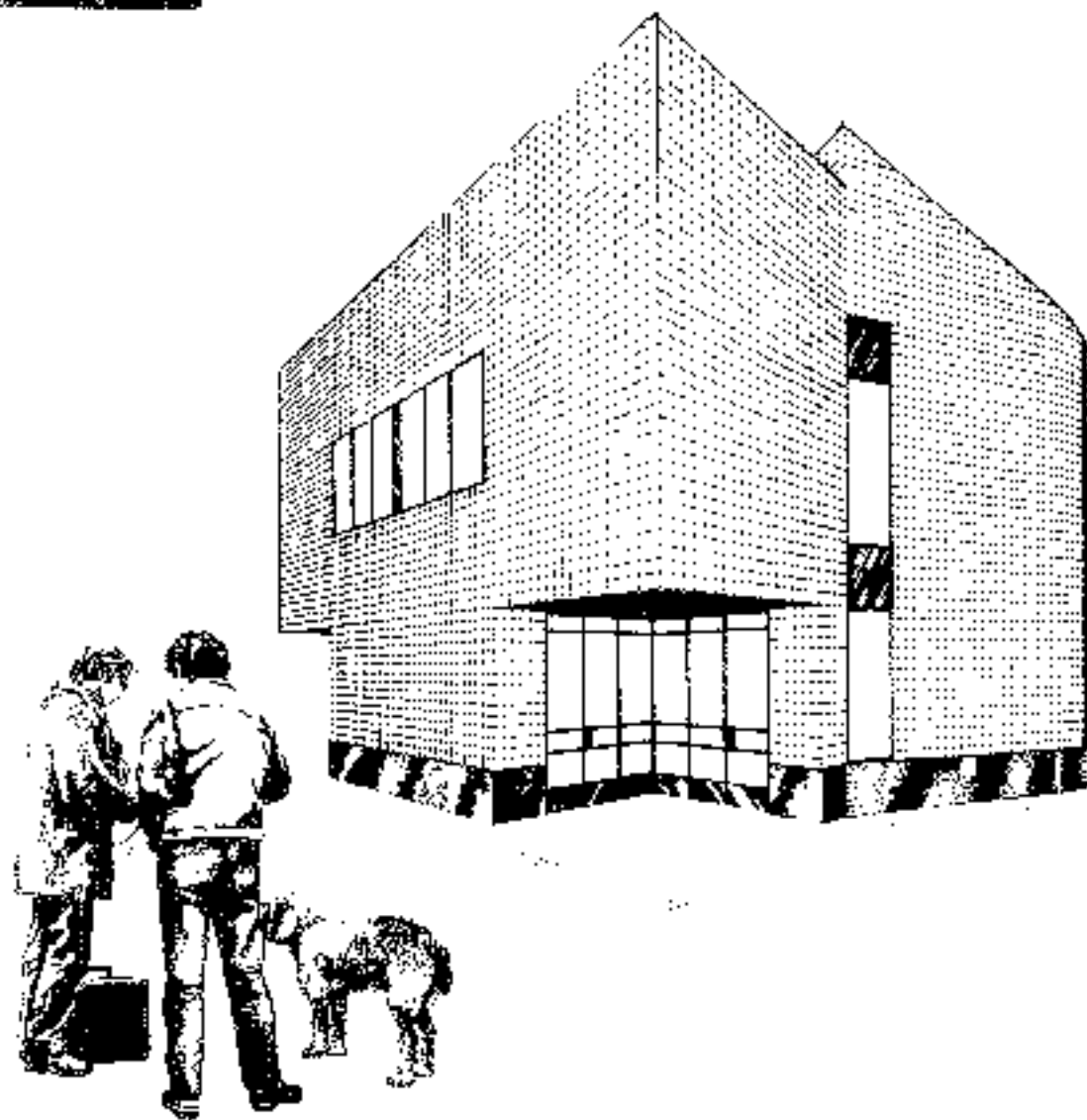
A-2 <A SMALL VILLA WITH AN ALMOST MONUMENTAL STAIRWAY>





A-3 活気にみちた2階建の別荘

A-3 'A VERY LIVELY 2-FLOOR VILLA'



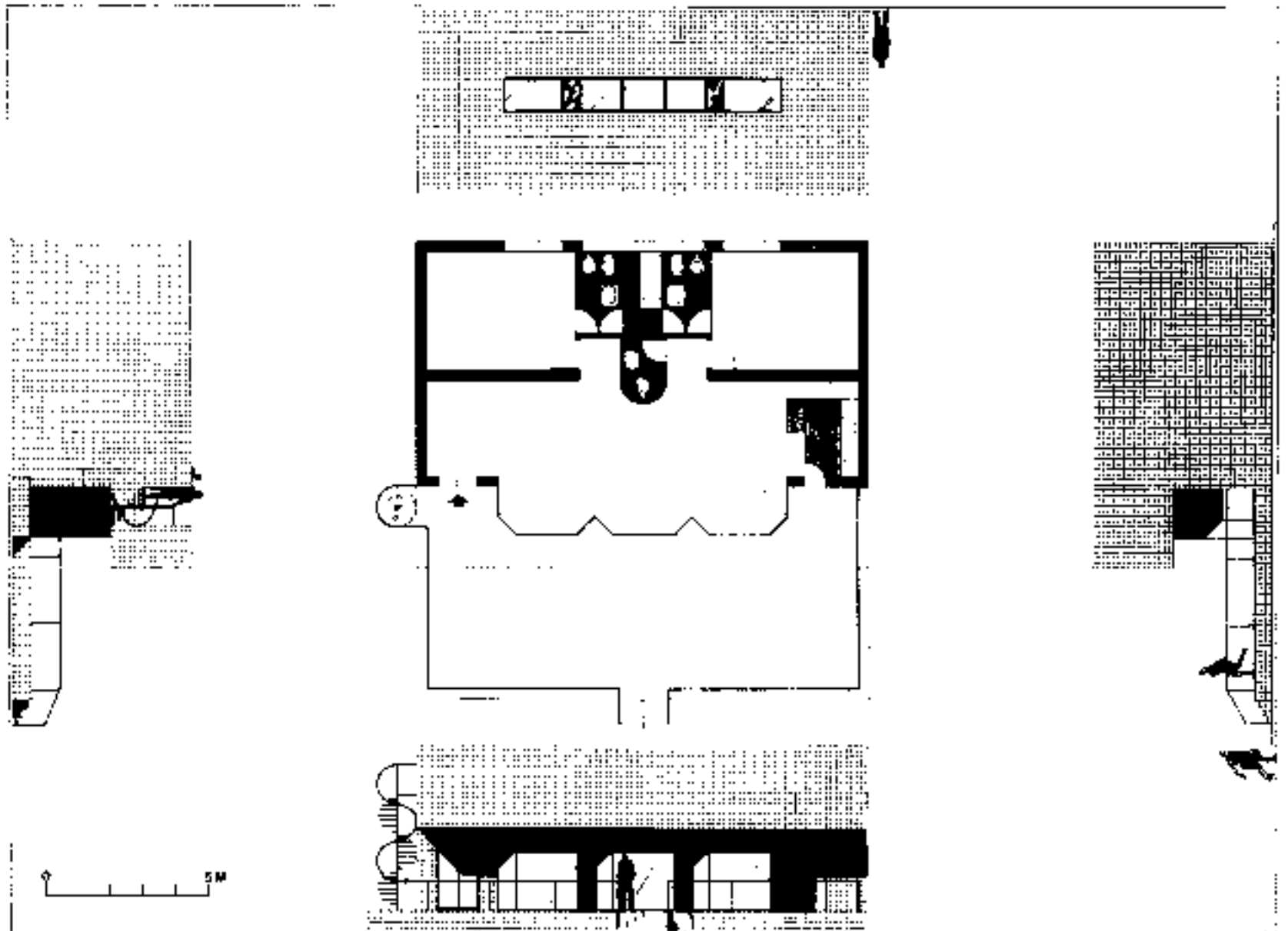
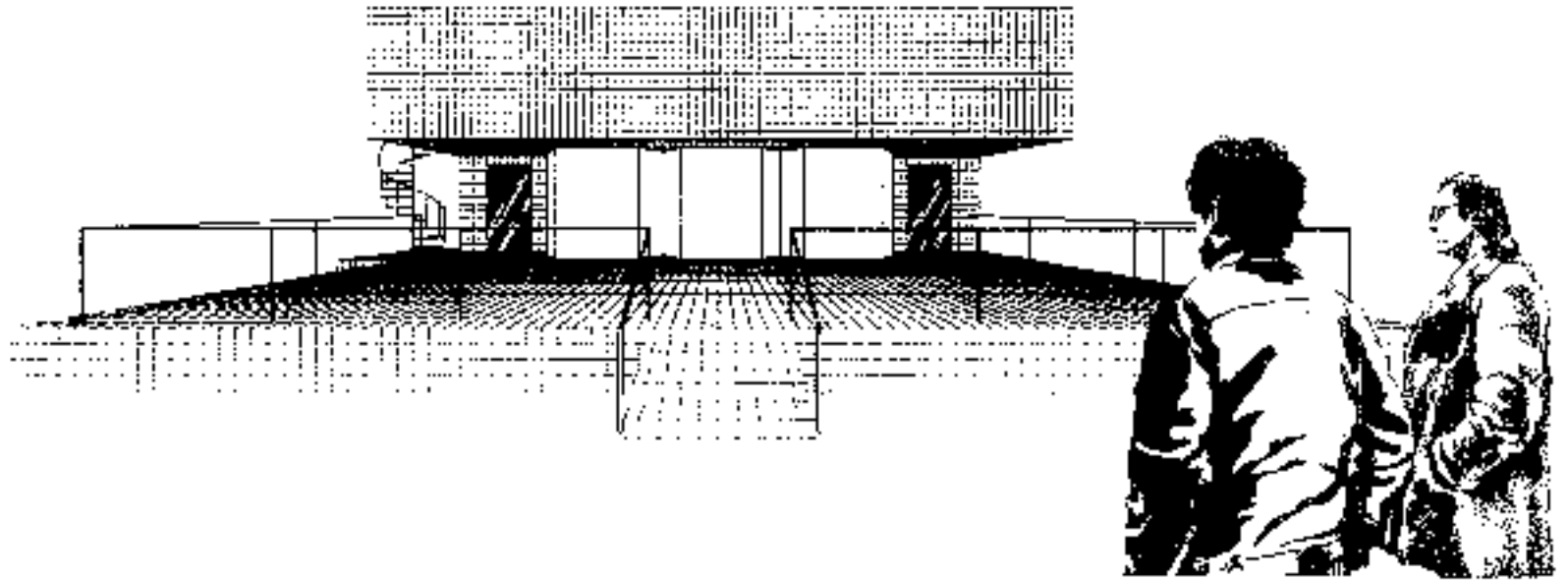
0 0 10 M

© 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025



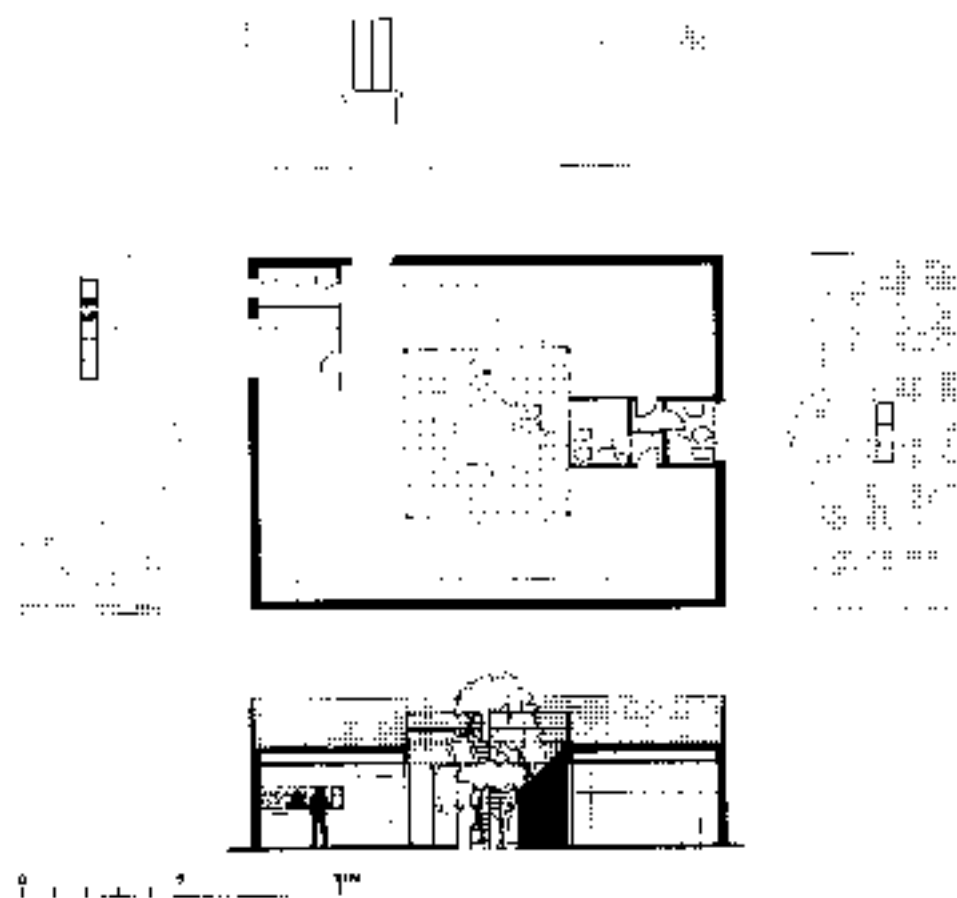
A-4 〈見晴し窓のある別荘〉

A-4 〈VILLA WITH PICTURE WINDOWS〉

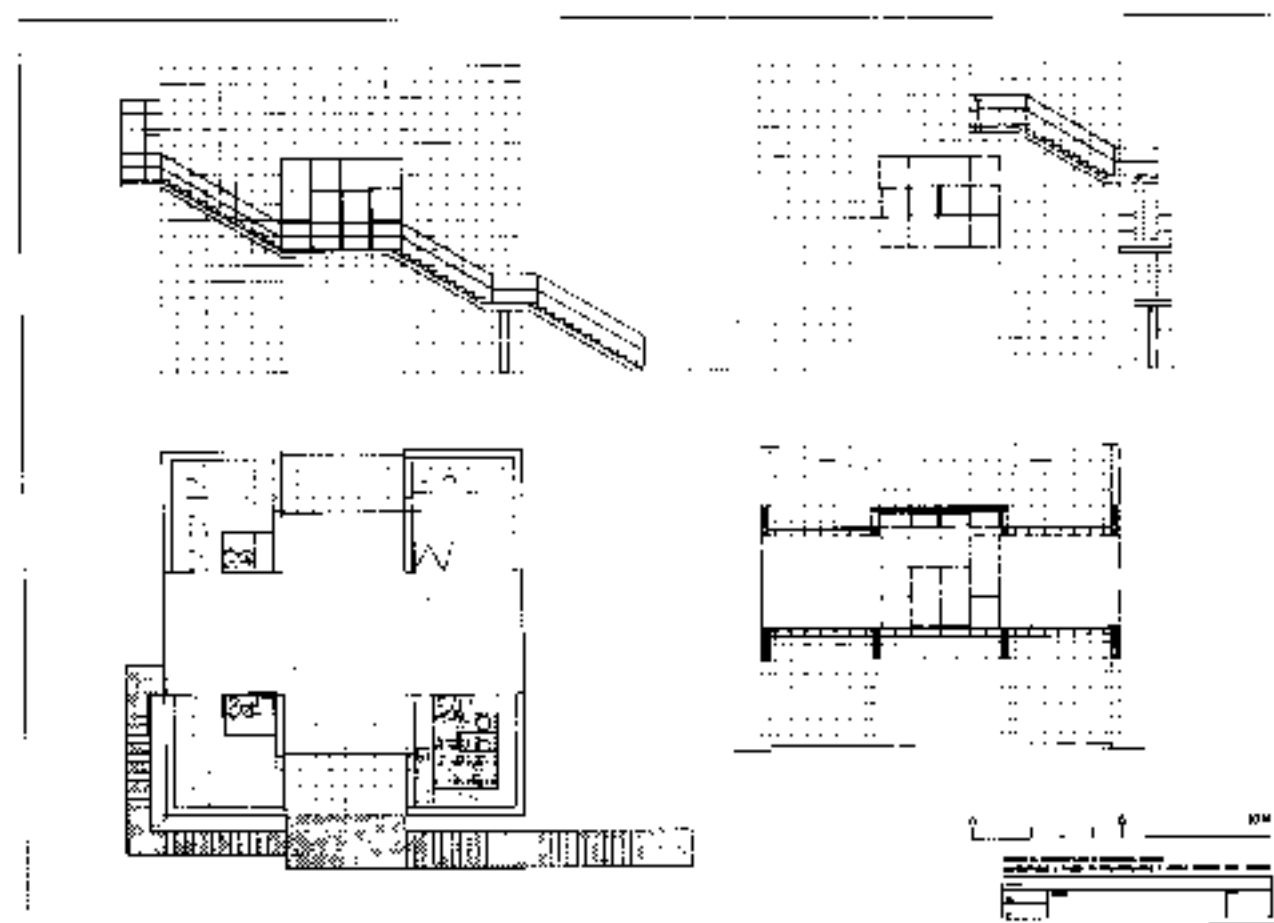


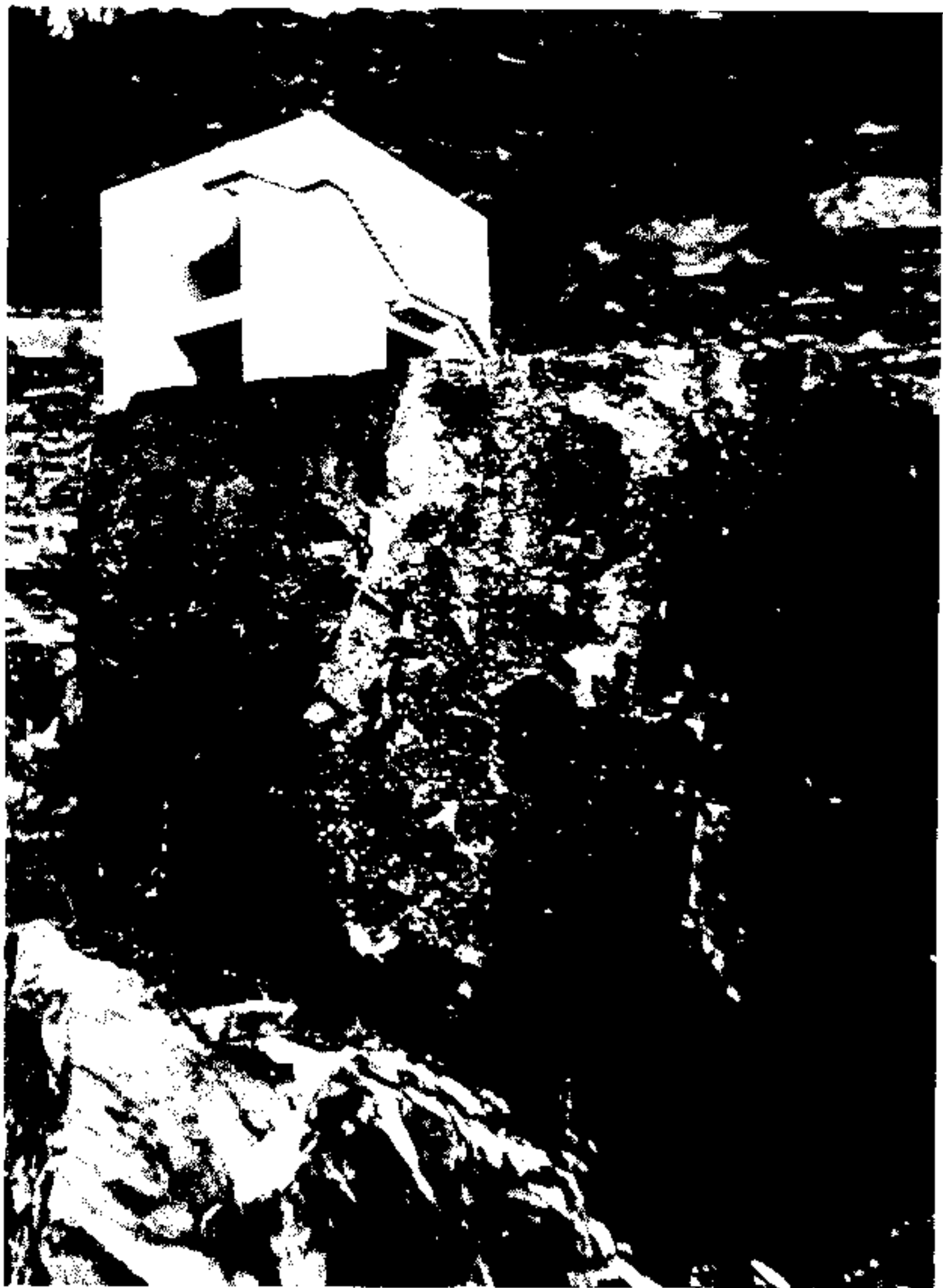


A-5 〈小さなパティオのある別荘〉
A-5 〈VILLA WITH SMALL PATIO〉



A-6 〈立方形の別荘〉
A-6 〈CUBIC VILLA〉



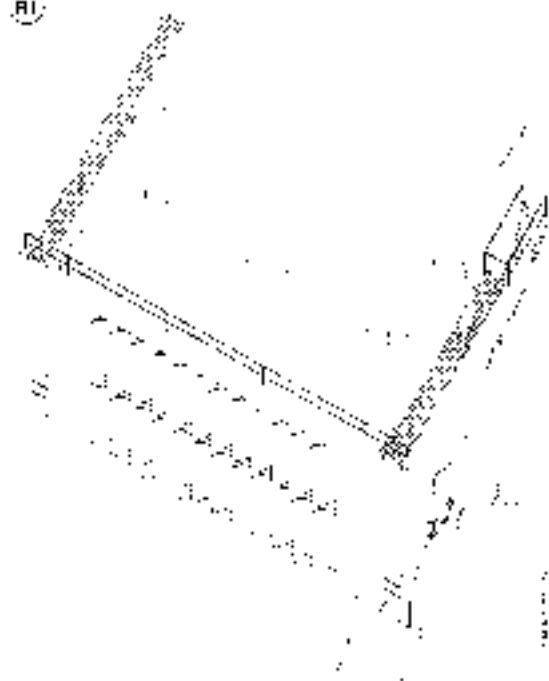


B-1 (大きな日よけをもった海辺の別荘)

B-1 (VILLA BY THE SEA WITH LARGE SUN-SCREEN)

自然の奇蹟「崖」に立つ別荘。諸々の奥まで通じた窓が、崖に存在する自然の奇蹟「崖」に立つ別荘。諸々の奥まで通じた窓が、崖に存在する自然の奇蹟「崖」に立つ別荘。諸々の奥まで通じた窓が、崖に存在する自然の奇蹟「崖」に立つ別荘。

(B1)



B-2 (岩礁のための別荘)

B-2 (VILLA FOR A ROCKY COAST)

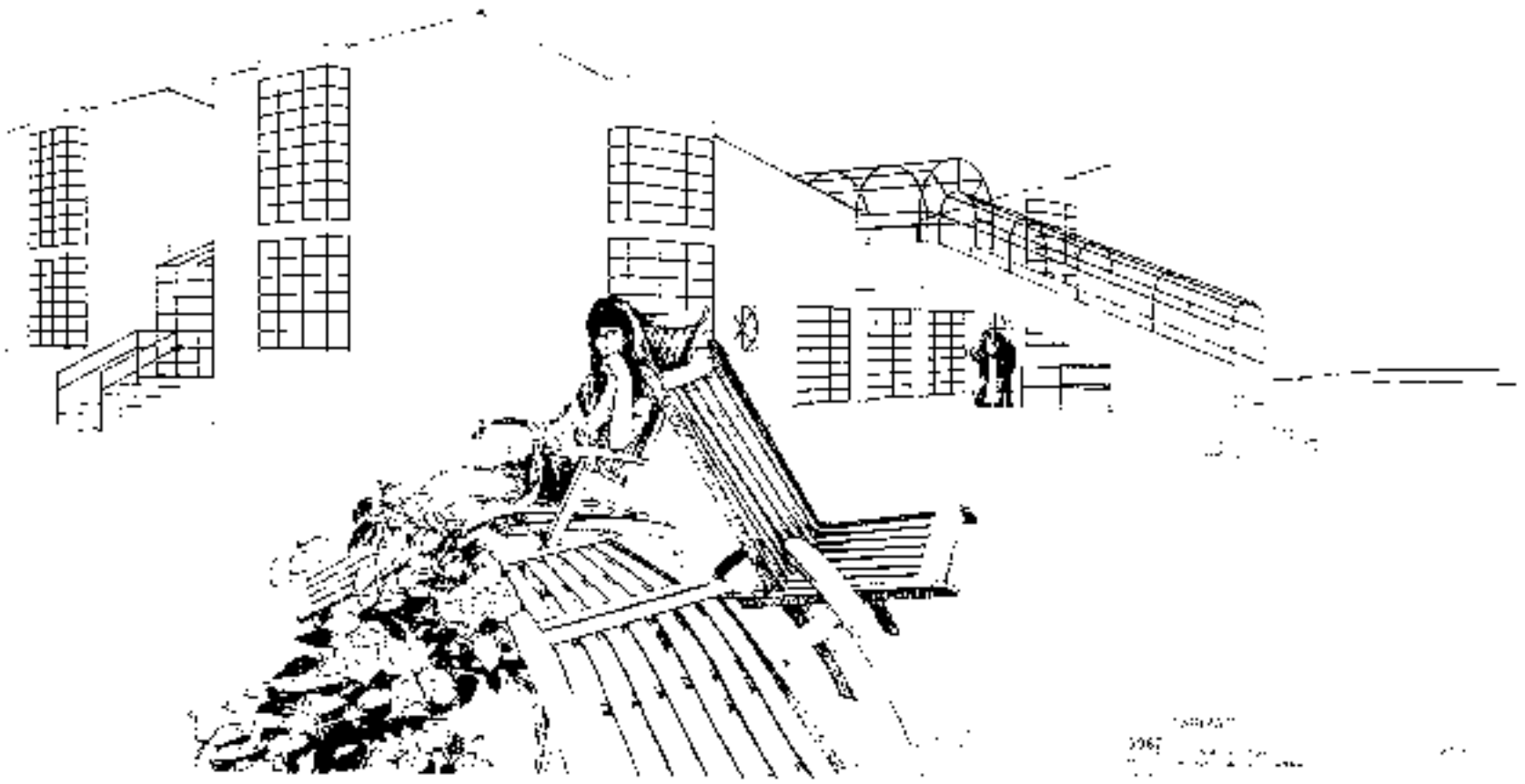
(B2)



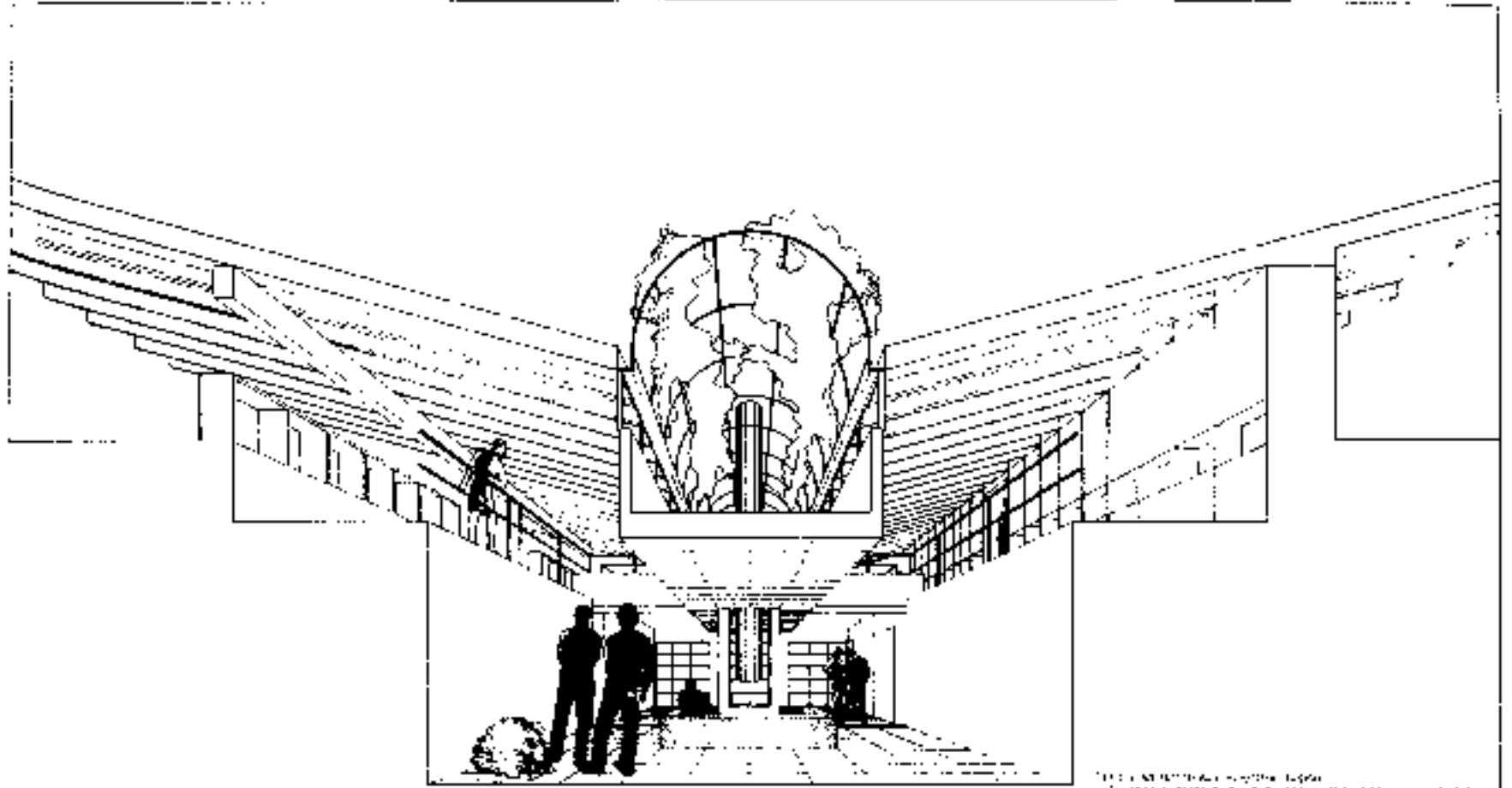
D-2 〈冬の庭園をもった別荘〉

D-2 〈VILLA WITH WINTER GARDEN〉

現在の建築家は、成長途上にある住宅の設計に多くの時間を費やしている。その中で、問題の最大部分を見出すことは、より多くの家を中世的なスタイルで設計することである。この建築家は、冬の庭園をもった別荘を設計することによって、その問題を解決しようとしている。



1996年
1996年



1996年
1996年



東日ビル
東京日産ショールーム〈オート・パサージュ〉
ホウトク六本木ショールーム

東京・六本木

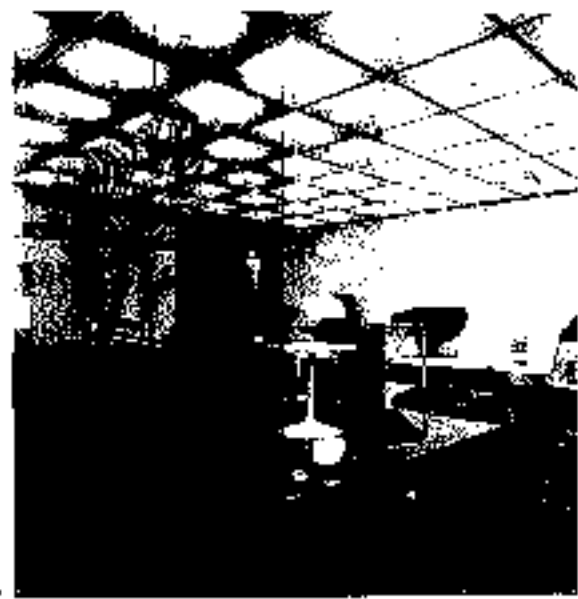
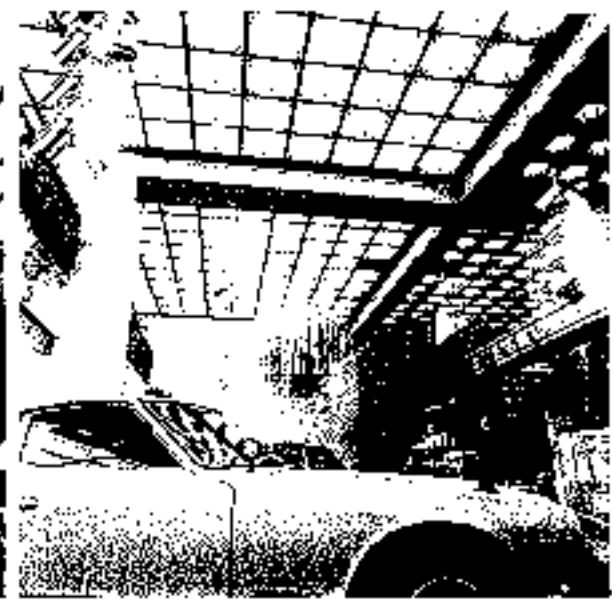
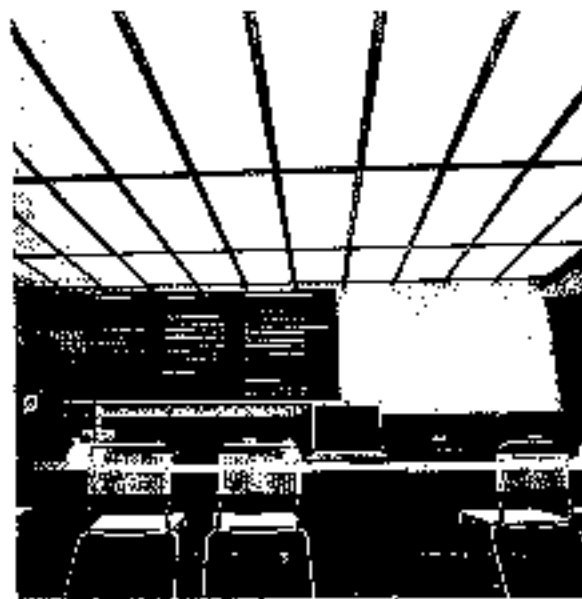
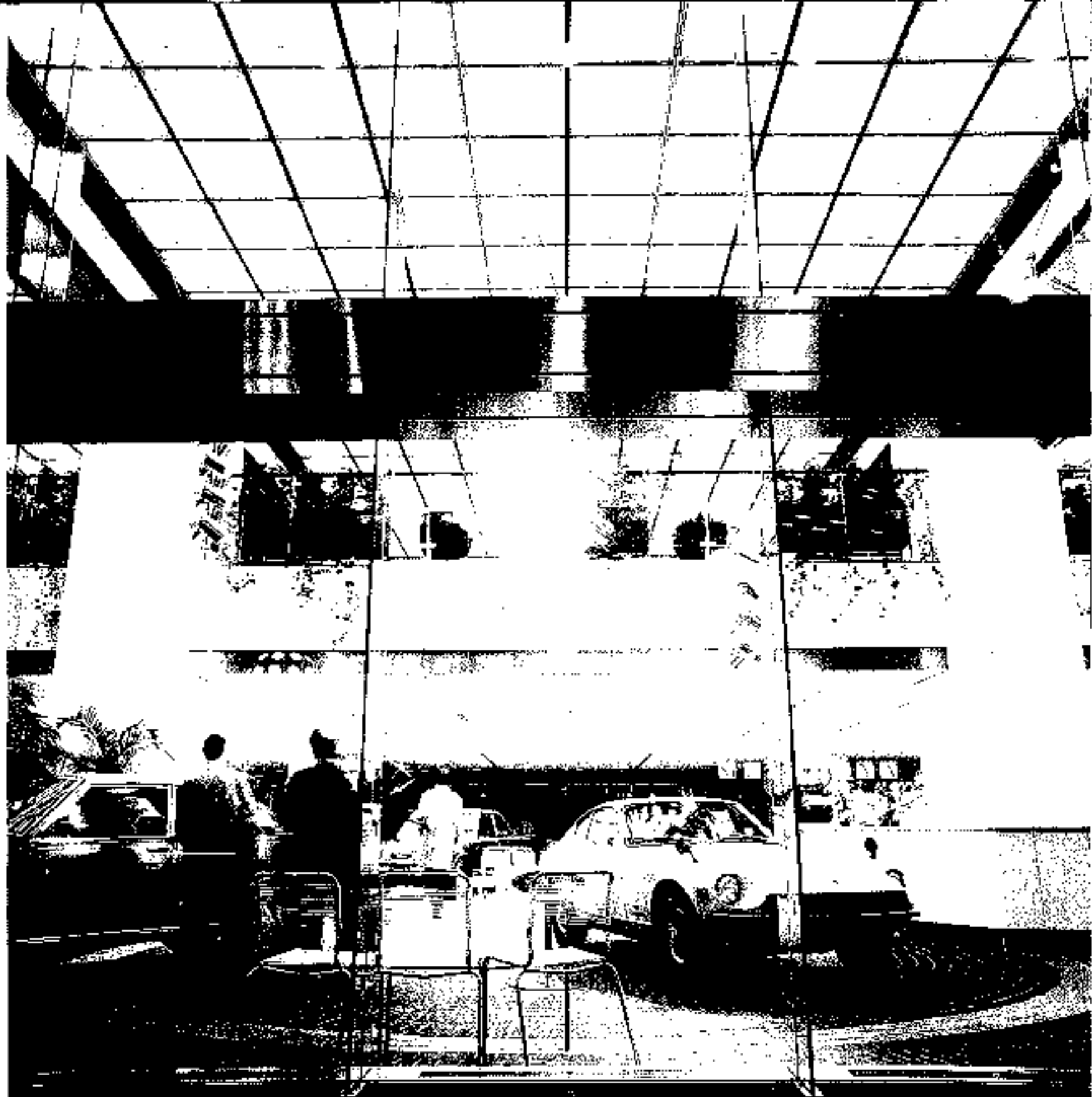
設計：東日建築設計事務所 中田久雄
施工：建設技術株式会社

TOKYO NISSAN SHOWROOM〈AUTO PASSAGE〉
SHOWROOM OF HOUTOKU METAL FURNITURE

Tonichi Building, Roppongi, Tokyo

design: Nihon Architects Engineer & Consultant Inc.
construction: Kajima Construction Co., Ltd.







1970.10.10竣工 大沢商会ビル

1970.10.10竣工 大沢商会ビル 大沢商会ビル 大沢商会ビル

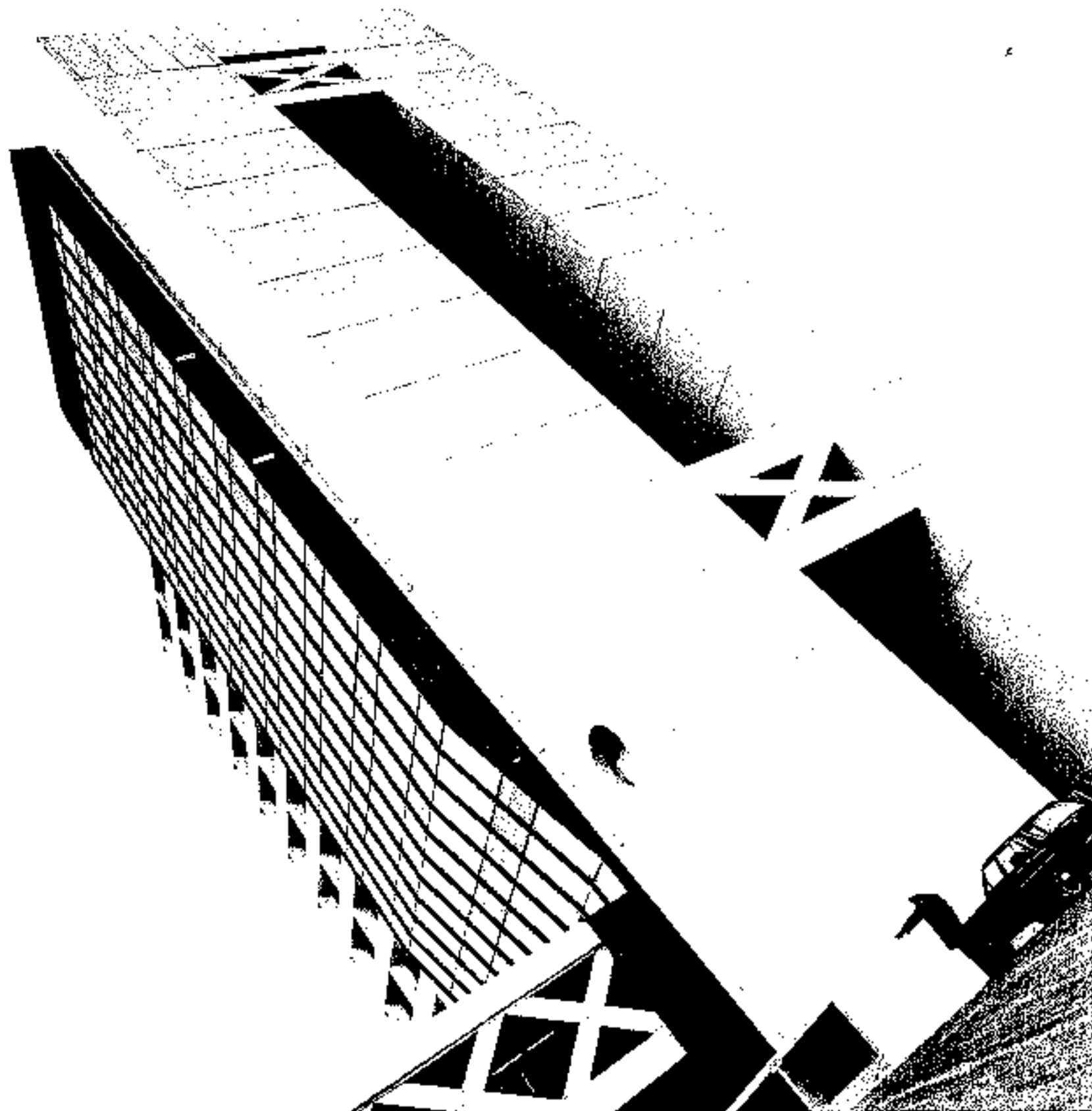
大沢商会本社ビル

東京・芝浦

設計：森島建設建築設計部
佐野急夫・森田一功・津原一夫
施工：豊島建設株式会社

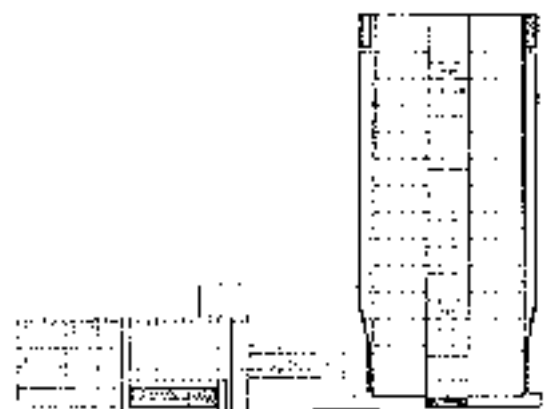
THE HEAD OFFICE BUILDING OF J.OSAWA CO.,LTD

design: Kojima Construction Co., Ltd.
Yuki Sano, Isao Mori Tanii, Takashi Tanaya
construction: Kojima Construction Co., Ltd.



816044 005A - 7/10/65 1000-1011

2.2.22 1000-1011 - 1000.000



1.1.117





1984年 12月10日・17日・20日

●大沢商会本社ビルは事務を中心とする商社の本ビルと見做し、取り扱う商品の種類、その展示、商品の成り立ち等および、営業活動を含む総合施設である。全フロアに分布する各支店の商品もまた、この本社機構の中に集約的に管理されている。取り扱われる商品も宝石、時計を初めとして、ファッションウェアの服飾及び製品、各種スポーツ用品、美容器具、光学関係機器、輸入家具等多岐にわたり、且その需要の急変に即応して、取り扱う商品各部間の変遷も促される。このビル全体の計画は増築を基軸、管理する営業課を軸と見て、中層はエントランスの中心、上層は各事業部とその営業スペースとなっている。地上の空間は品物と人とのを交する場であり、流通機能のために割り当てられている。1階は商品の出入り口が主体となる。流通経路上事務機能を補助する広さのスペースは商品管理の中核部で、店頭販売の情報処理、商品の出入庫の管理が行われる。

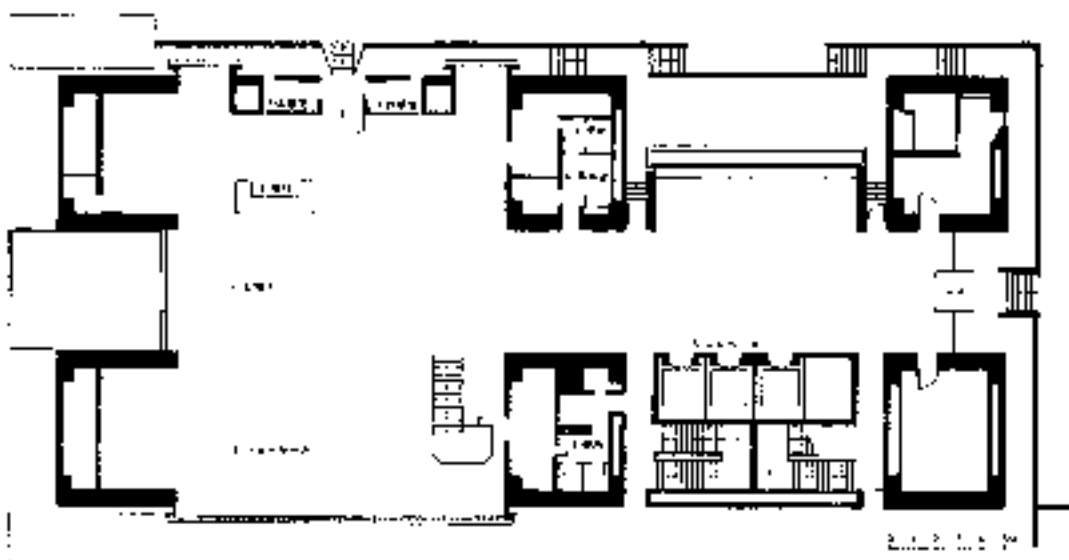
1つないし2つの事業部門の収容される事業部の事務空間は柱のない、フリースペースとなっている。22,500m²×15,000mの柱柱の空間を構成する柱の経済設計の範囲内で実現されるように計画されている。もう1つの22,000m²×18,000mの広さをもち、登壇は西側にほぼ対称に増築される予定のもう一つの柱柱空間の中央に位置し各事業部の核心。4層、接客室営業活動のスペースが全直動線との関係で設定されている。

従来の3本にわたる合成柱の内部の空間は、ルーブリカライターの空間を考えている。中央の4本は階段全体の機械的な代用機能に当てられ、空調ダクト、電気設備スペース、衛生設備スペースがおさめられている。外観の4本（親柱は2本）は一面オフィススペースに囲まれたコの字型に設計され、事務活動のためのルーブリカライターの空間を考えている。多くの階では非常口の格納、エレベーター等が利用されているが、アレンクス等の特殊設備や計算機の特殊空調設備等にも使われる。

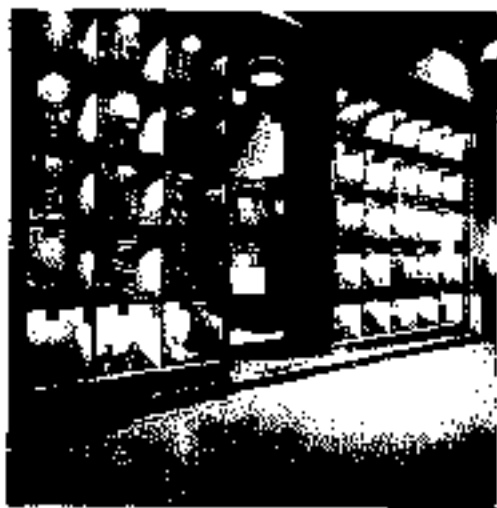
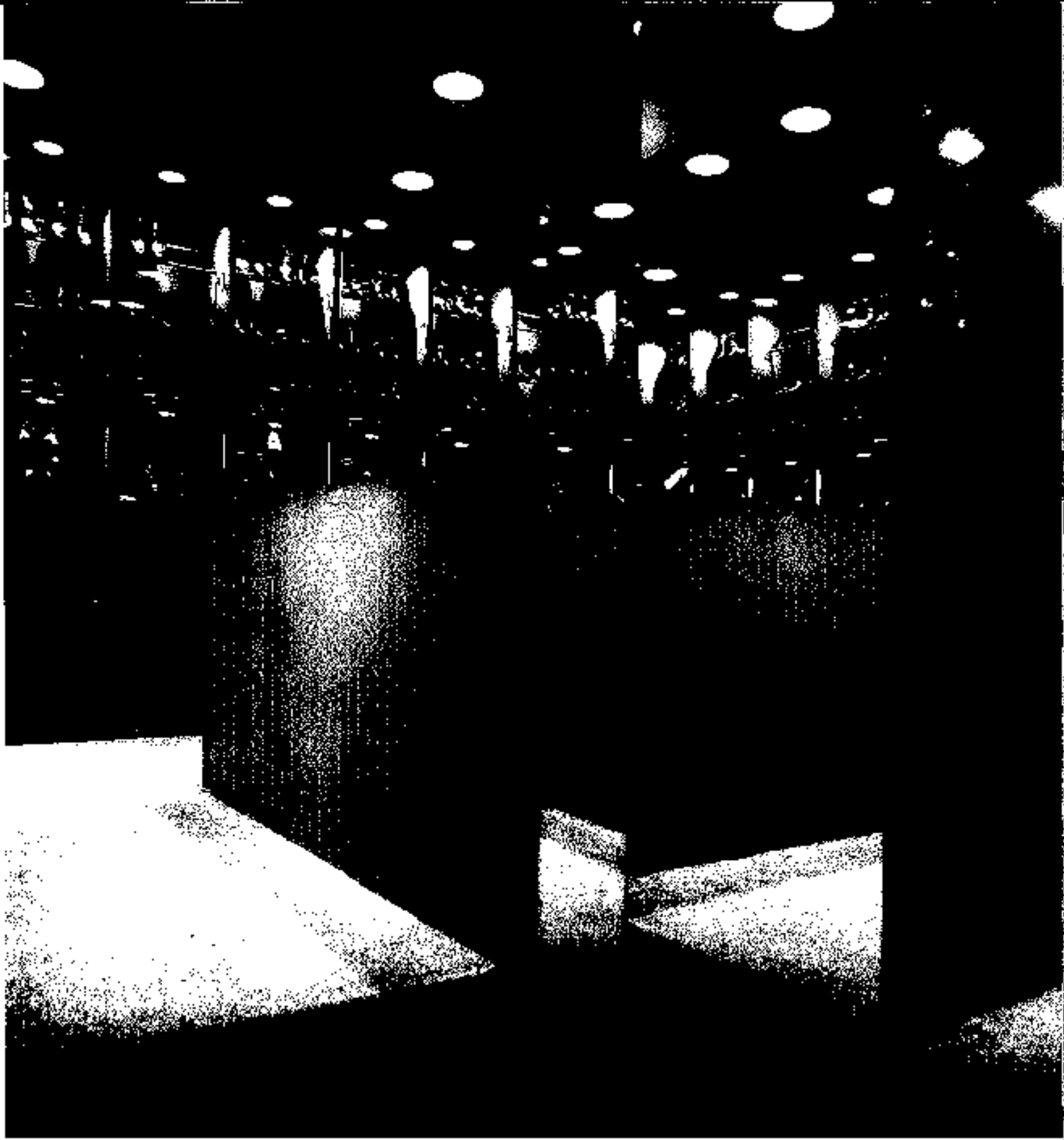
最上階（白銀階）は役員のためのフロアである。南北の窓並に役員室と大会議室を配し、中央に役員食堂兼少会議室、比較室と手洗室が配置されている。役員スペースは各支店にはさまれたようにあり、も字型にブロンズペーンで囲まれている。またここには受付も兼ねている。各部屋は、エコーン塗（中木、プラスチック、白色）で仕上げられているが、一部必要に応じて、ナール塗のワラッシュペナルで出来た収納家具で仕切っている。また階段の扉下下面する2面の動仕切は、応接室の収容しさと、扉下の閉鎖された奥行きを築けるべく、ブロンズペーンを使用されている。床のカーペットは、両面鏡全面にグリーン系、扉下・役員室にパープル系イエローカーのソートで統一している。建物の色については、ビルの性格である営業活動のカラー・ポイントと、このビルと、日本人の

色という観点から考えた、外観一面の白いペンスは社会の側面に訪れた時に営業として考へたもので、ペンスには重量や質量といった、物質の存在感を求めない。それは素材ではなく、また特に白でなければならぬ現象もなく、個別的に建築の立場から選ばれたわけである。いずれ時が経ち、スモッグで覆われたときペンスの塗り替えが必要となるであろう。

1階のコピーは、一般のオフィスビルのコピーとは違い、このビルにとっては必要をショールームである。多種多様な品物がディスプレイされ定期的に、ディスプレイの展開がなされるであろう。そういうショールームとして変化に対応できるように、白が選ばれたのである。基準階の床は、スカイブルー、コイセルブルー、ライトグリーン、ペーブル、赤の5色が各フロア1色で塗られて一本、床主人、特にアメリカ人においては、一般的に色彩感が非常に豊かであり、白を明るく、世話をしるが、日本人にその点においておろそかと思われる。そこで床に色をつけることにより、明るく、リフレッシュする空間を求めた。この会社の社色でもあるが、このビルの最も人の動きのある、中2階と地下2階及び、エレベーターの床に使用され、エロビールのシャギーカーペットの床は原価の約1.5倍（建築設計社「エロビール」社より提供）



- 1 entrance hall
- 2 show room
- 3 reception
- 4 office
- 5 private
- 6 private
- 7 parking place



100

101

102

103

104

105

106

107

108

109

110

111

112

113

114

115

116

117

118

119

120

121

122

123

124

125

126

127

128

129

130

131

132

133

134

135

136

137

138

139

140

141

142

143

144

145

146

147

148

149

150

151

152

153

154

155

156

157

158

159

160

161

162

163

164

165

166

167

168

169

170

171

172

173

174

175

176

177

178

179

180

181

182

183

184

185

186

187

188

189

190

191

192

193

194

195

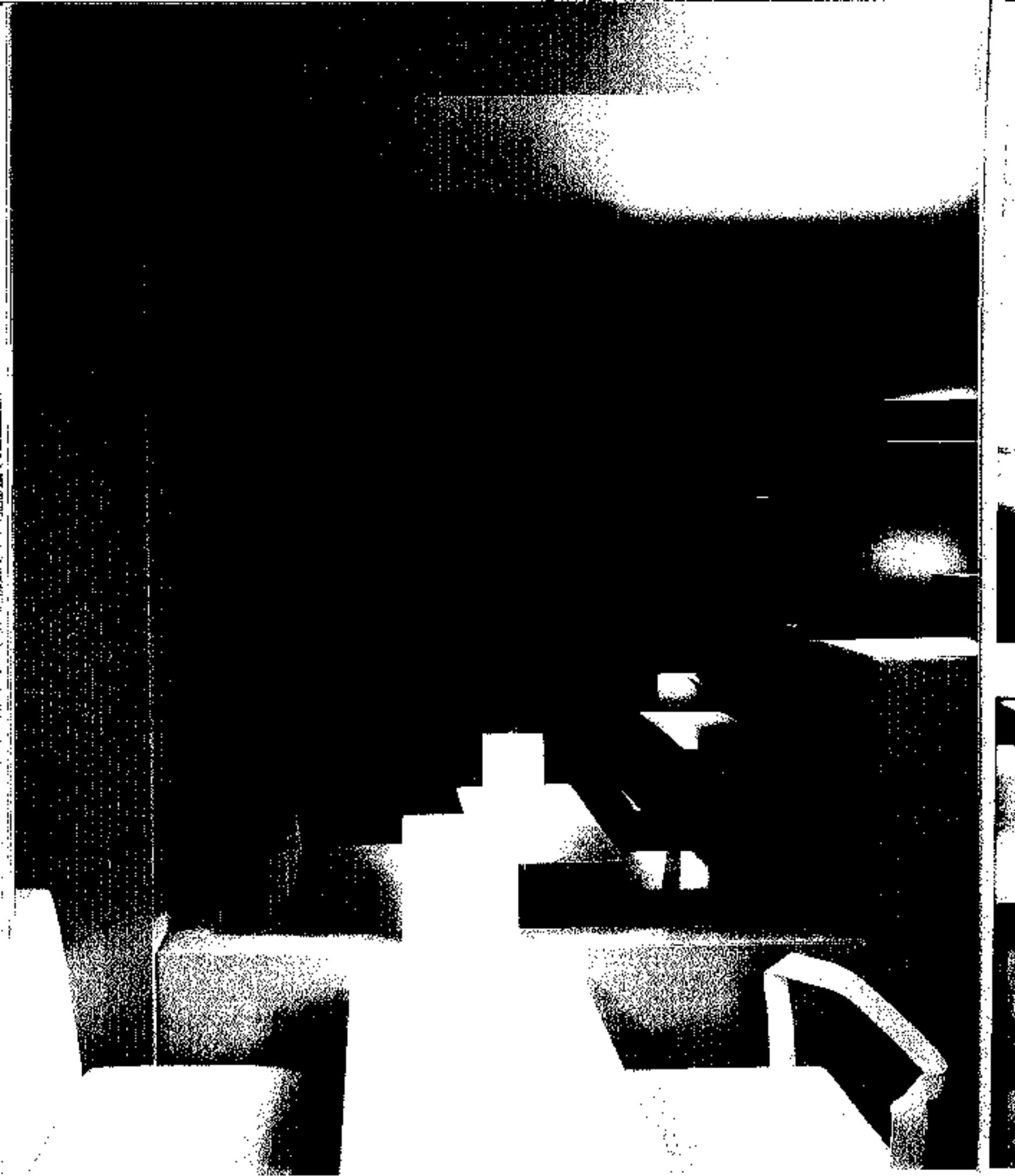
196

197

198

199

200



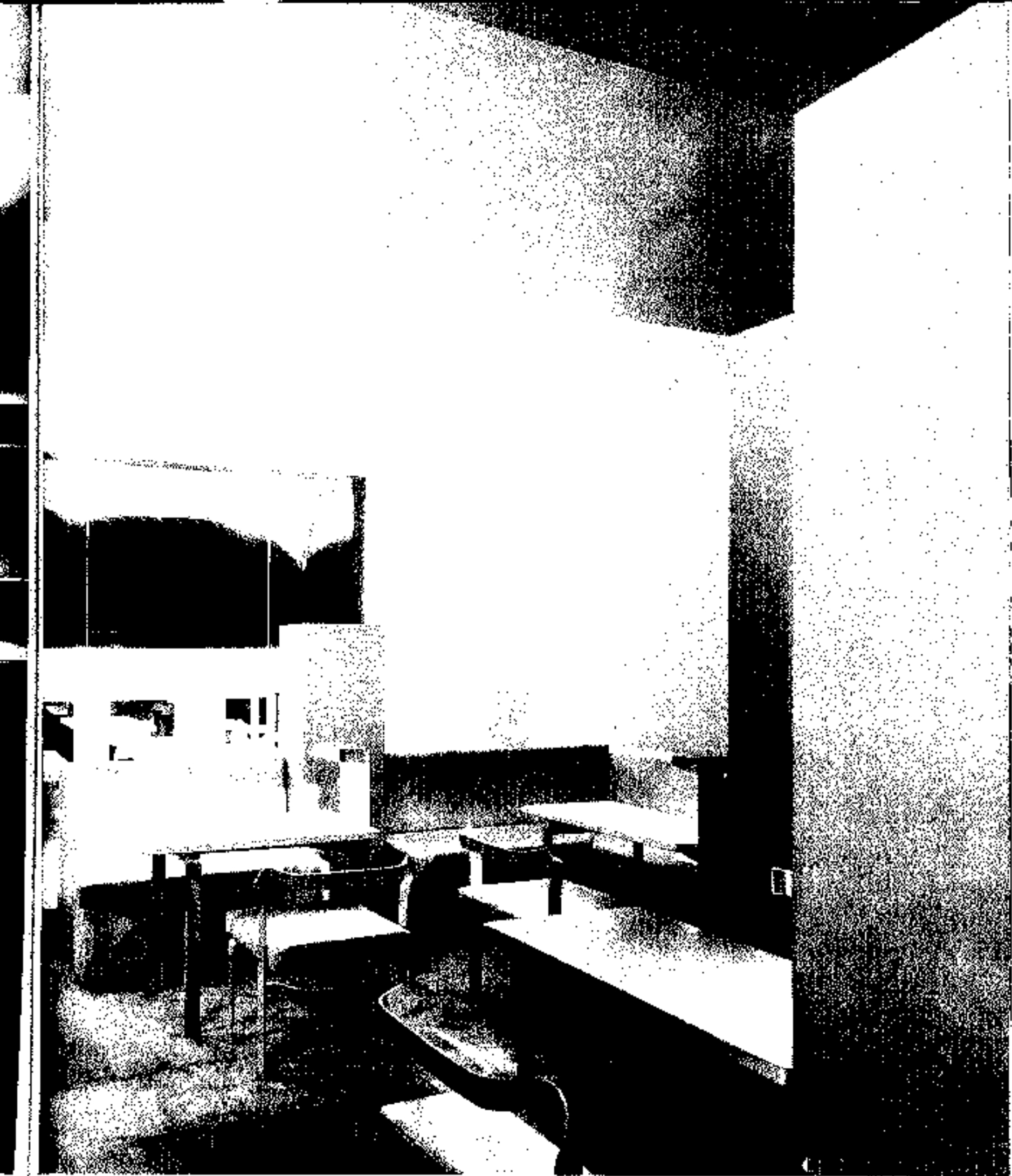
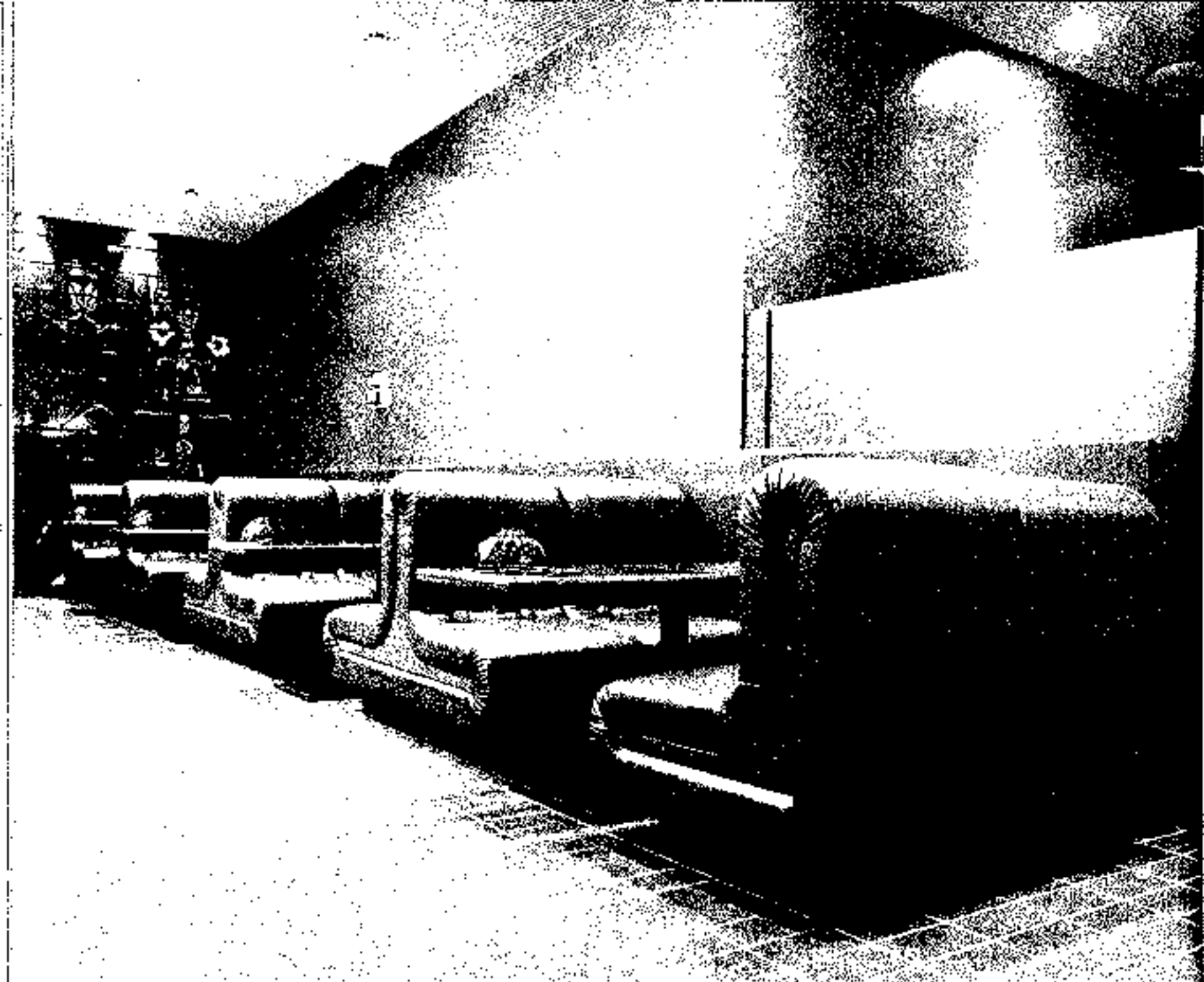


图 1-1-1 某餐厅内部环境



チェコ・レストラン「キャッスル・プラハ」&「ウカリハ」のインテリアデザインは、K.I.D.アソシエイツの北原 進・荒井 雄一、青戸 修・亀山 孝子による。

チェコ・レストラン「Castle Praha」&「Ukalicha」のインテリアデザインは、K.I.D.アソシエイツの北原 進・荒井 雄一、青戸 修・亀山 孝子による。

チェコ・レストラン
〈キャッスル・プラハ〉〈ウカリハ〉

東京・六本木 築日ビル17階

インテリア・デザイン：K.I.D.アソシエイツ 北原 進・荒井 雄一
 青戸 修・亀山 孝子

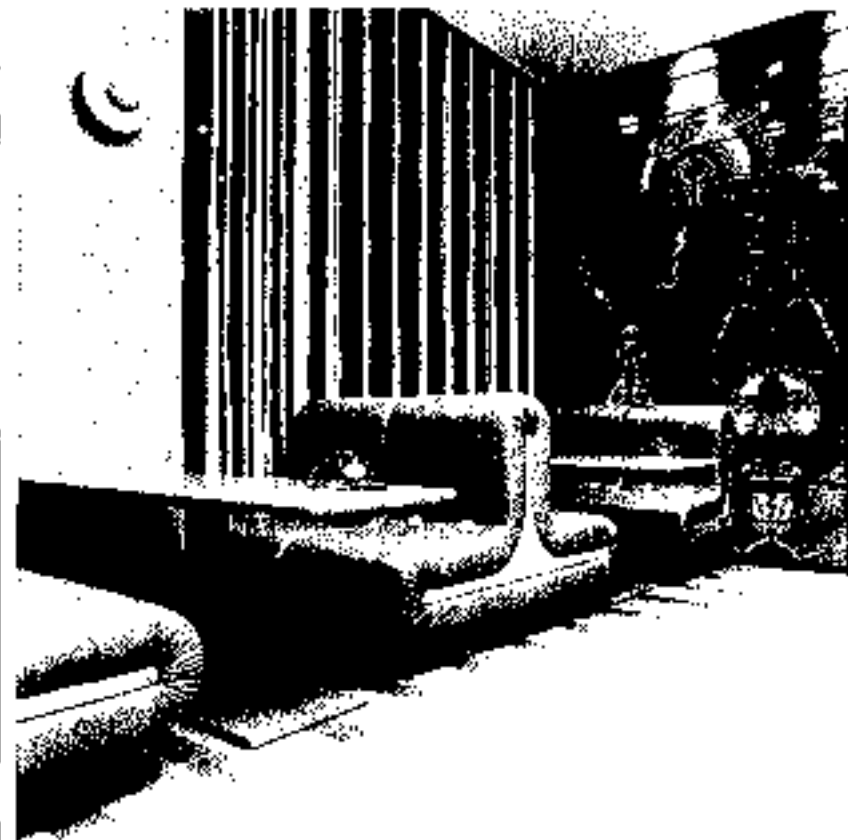
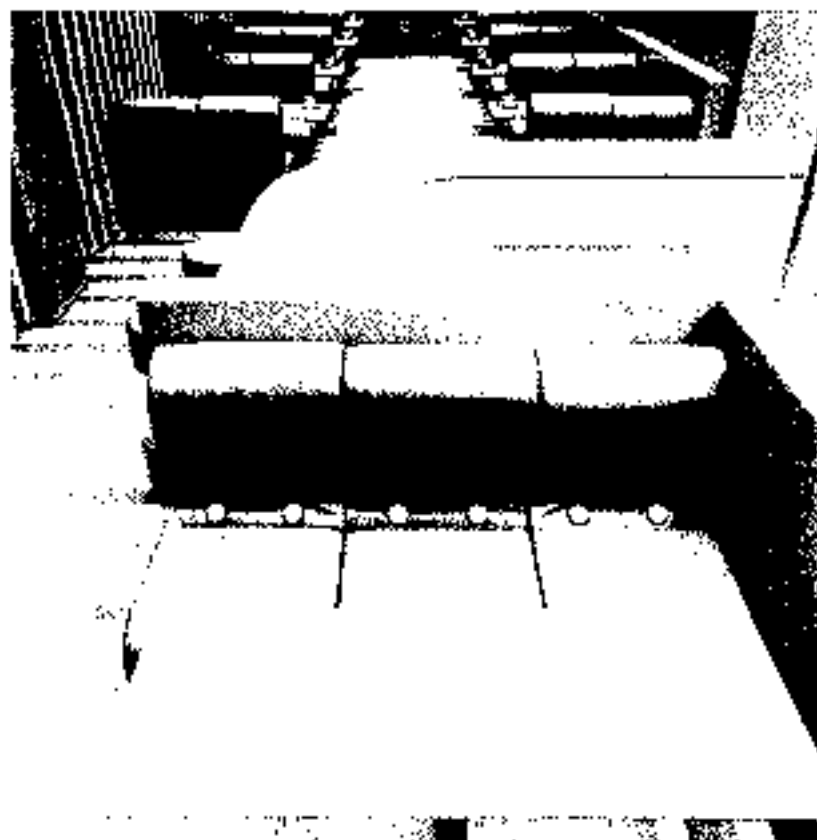
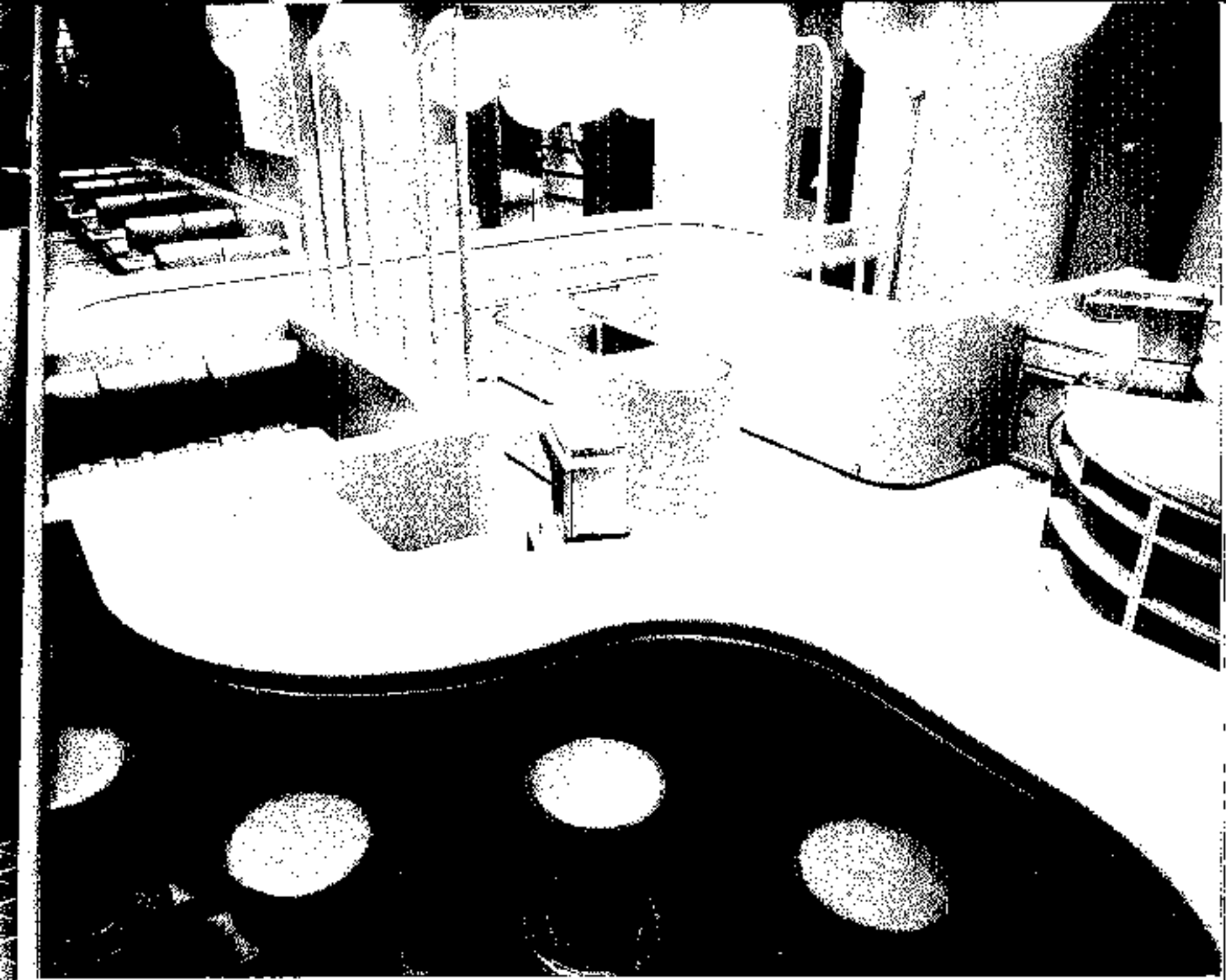
施工：東京百貨店家具装飾部 大塚工芸

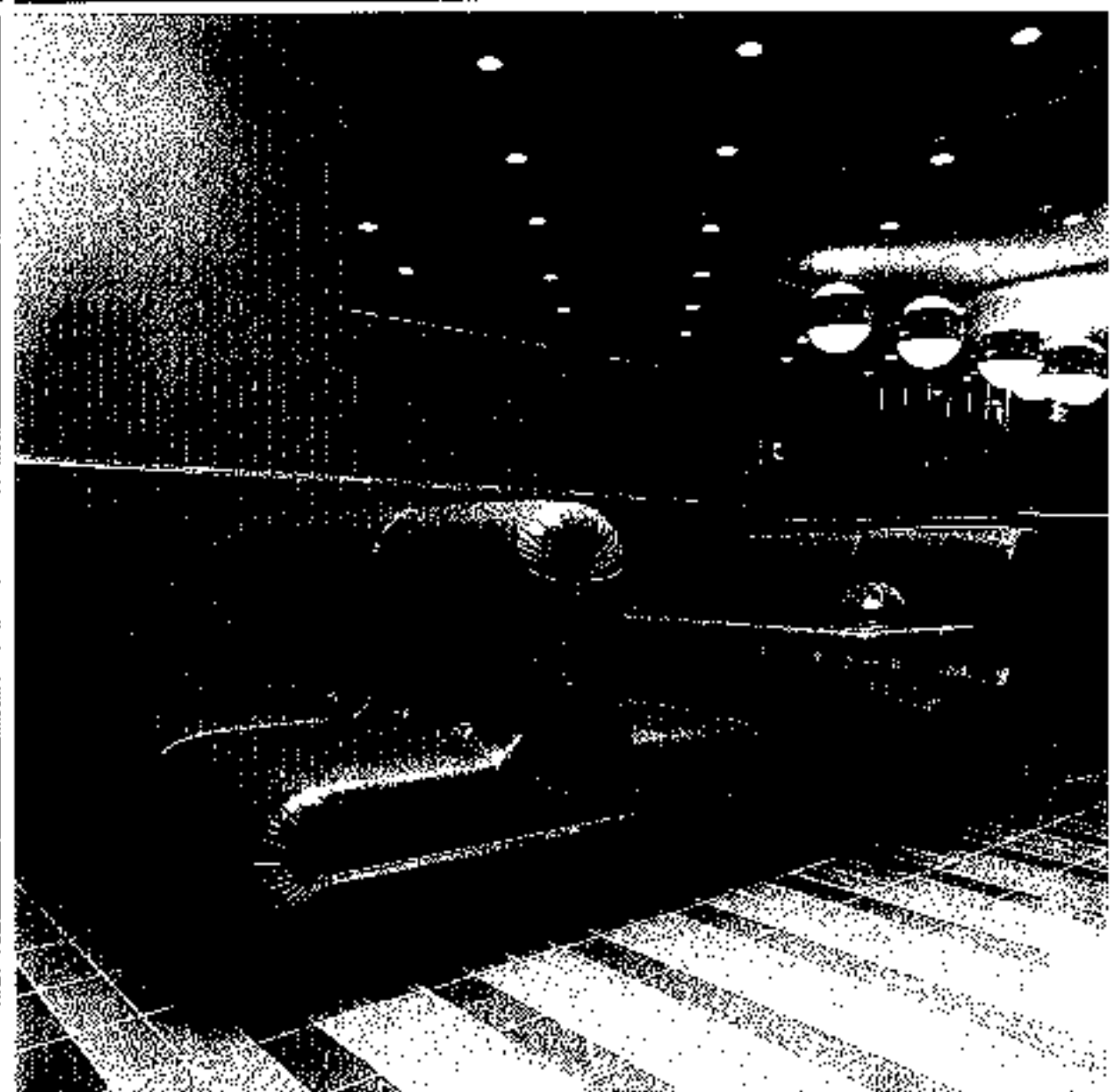
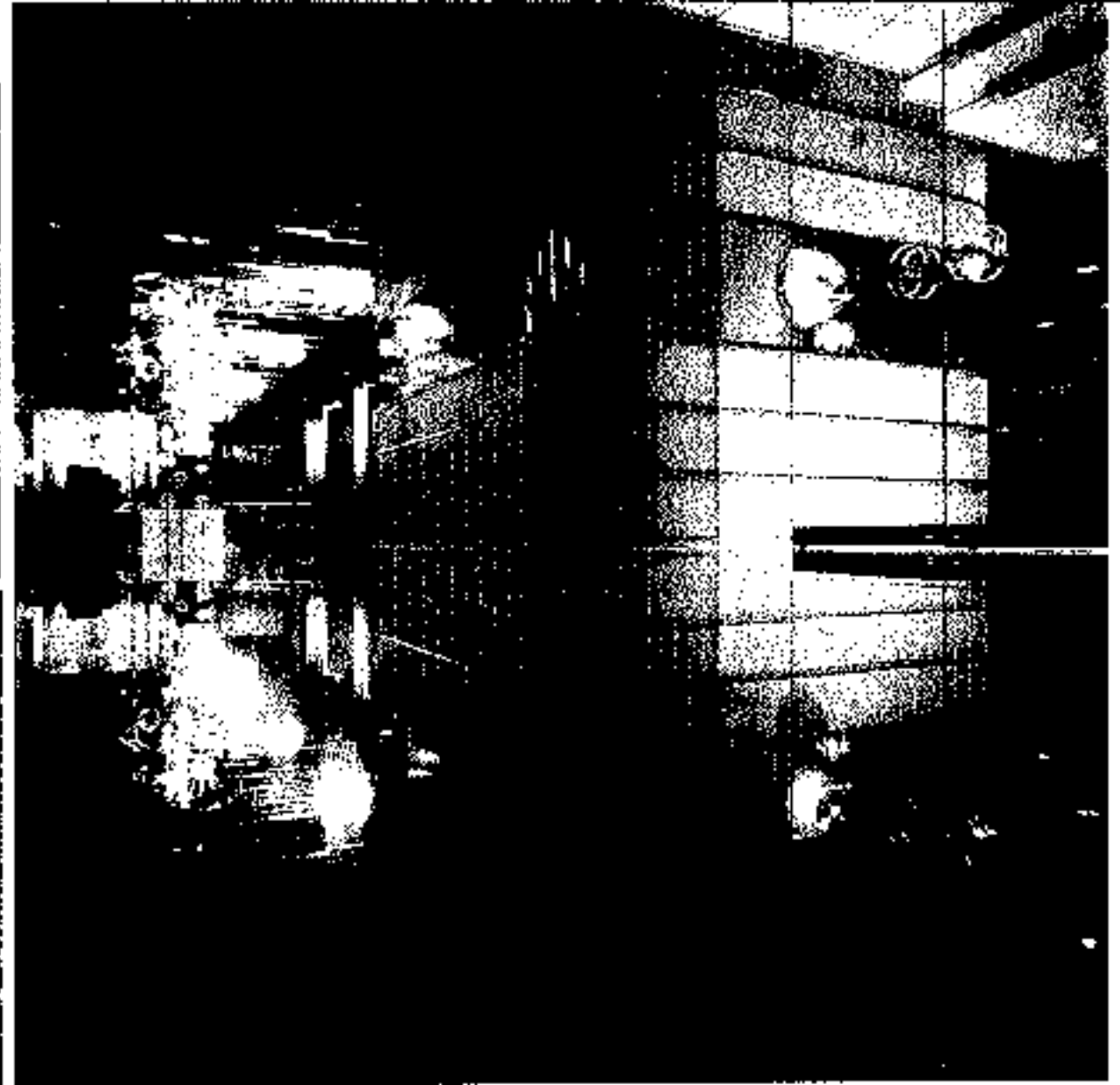
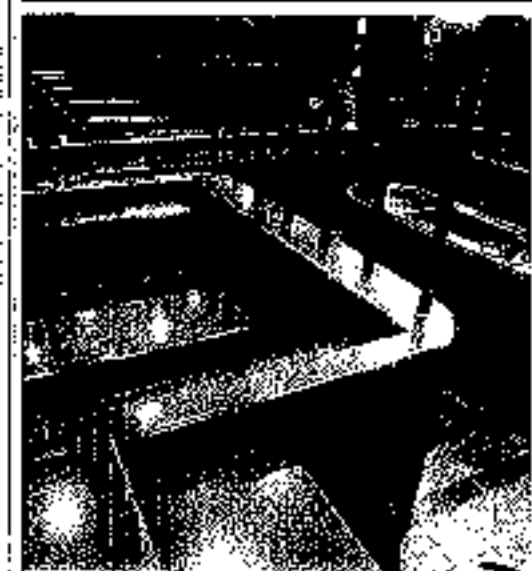
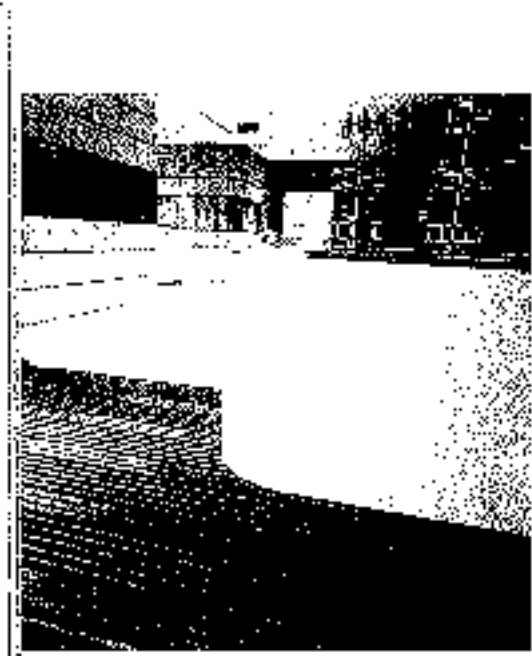
CZECH RESTAURANT
〈CASTLE PRAHA〉〈UKALICHA〉

Tahnichi Building 17F Roppongi, Tokyo

interior design: K.I.D. Associates, Susumu Kitahara, Yuichi Arai,
 Osamu Aota, Yoko Kameyama

construction: Tokyu Dep't Store Interior Design Section
 Iaiyokogei Co., Ltd.



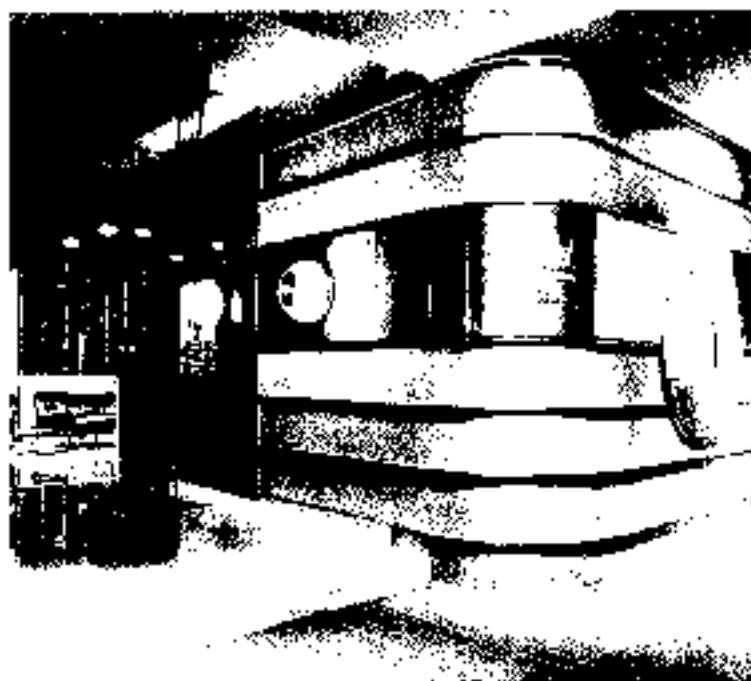


1
4
2

1. 建築設計事務所
2. 建築主
3. 建築監理
4. 建築費



建築設計事務所 建築主 建築監理 建築費



▲「オズ」のイメージ。上から左へ「壁」・「柱」・「天井」・「床」・「照明」

〈アートワーク〉

キヤッスル・ブラハ、窓車オブジェ（伊藤隆道+LD）ヤマキワ研究所

キヤッスル・ブラハ、ガラスオブジェ・デスコ（バ）

キヤッスル・ブラハ、シェキ、ラダー（吉岡英子）

ワカリハ、念スグリーン（栗池 博）

ワカリハ、絵画イラストレーション（同名網球）

〈グラフィック・デザイン〉 石黒紀夫

総合プロデュース：東洋百貨店器具装飾部

●現在我々をとりまいて、めまぐるしく変動する社会状況の中で、時間が果たず変異がこれ程大きなウインドを叩める時代はない。かつて、100年の間に起った変化が、2、30年の間に、あるいは数年位の間に起ってしまう。

めまぐるしい科学技術の進歩は、トランスポーターや通信技術を発達させ、それが物理的な空間空間の消滅作用を誘発し、ここに大きな意味をもち、時間を軸にした座標空間というべき次元の世界が出現してくる。このように時流を軸にしたコミュニケーションシステムの急進の姿は、職工業化社会とか、情報化社会とかいわれ、この電子的にも機械的にも圧倒的な力で増殖を遂げる情報洪水の中に、いやおうなく我々は立たせられていく。

この地球上に端の目的に振り回らされたネットワークから派生される情報は、その拡散効果の特性により、老若男女の思考の差をなくし、地域性と階級性を、あるいは、国境の存在をも消去させてしまう。

この情報化社会で最も重要な事は、それが一向の領域ででのナショナリズムを超越したインターナショナルな行きと帰りの事だろう。自国のナショナリズムの利益のために、工業国家がその生産した物質のための市場拡大とより富的を目標を他国に求め、利害の反する国家間で、経済競争という形で、それが衝突している。しかし、間接的にナショナリズムへ利益をもたら

すと思われる情報には物理的な差や、コミュニケーションの肉体的なハードルもなく、それが国境を飛び越え、各家庭の受信端末器の中に、ネットを情報として、ストーリーに飛び込んで来る。地域現象が、例えば、イタリのコスチュームのコレクション、あるいはイタリアのファッション・アーコレクションが、そのラインに乗って、またたく間に全世界に拡散される。この様な状況下に適応させられている我々も、このフリーリンク時代には、一言もいえず、とられる事への怖れからか、ホットな情報を一知も早く収集する事に身をまかせ、船着から新年度へ、アトックスから通信衛星へと、現象の同時性を求めて、メディアをますますネットワークさせている。

しかし我々は、この莫大な情報を自身の手で選択する事ができず、整理済みの情報の一方的な受身にすぎない。そのネットワークを制御する人間の思想次第では、それは何やら階級化などという情報を当然の前提としないでもない。このオン・ラインされるホットな情報の中にある、本来の志向するラディカルな思想が、それを享受する事で、標準的な性へのフィールドバックがなされない表面的な現象面だけへの志向となって、パターン化されて出現される事は、全体主義的な、人間を制限する非道に危険な兆候ともいえる。

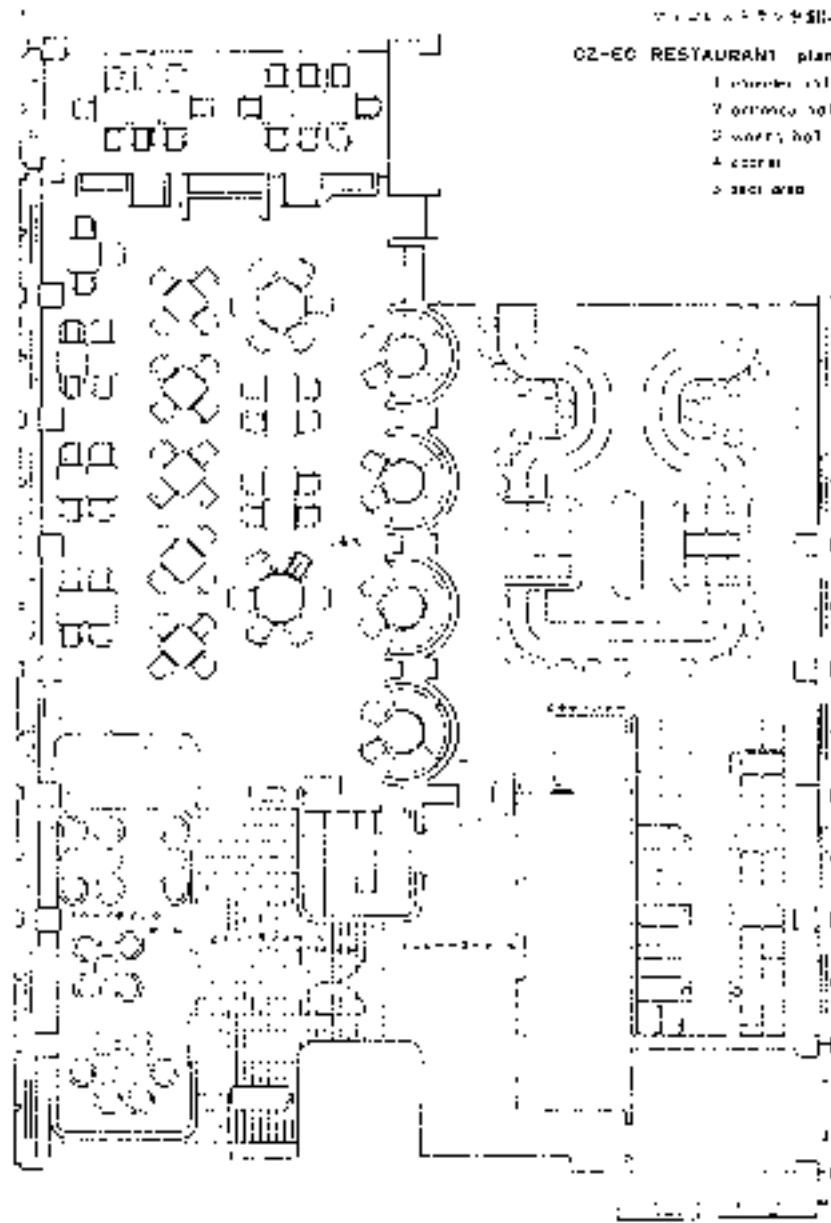
この莫大な情報の一方通行の受手として異文化

たる我々は、再び人間性探求のための新しい生活空間としてのサロンとか、シアターとかいような、小コミュニティを欲求するのは、ごく当然のことだろう。

パリやニューヨークにある、日本料理屋が、レストランと成りかねて日本を中心とした情報の結核あるいは、必携場所として、小コミュニティの役割をになしていると同様に、このチョコレートストラも、食事をするとはず実質的な機能以外に政治的なイデオロギーに關連するものを脱いた以外のナショナルイズムの情報の場としてこそ、その存在の意義を帯びているのである。

適宜に自由選択から流れる種々開放的な情報の集積がほとんどない、そのための政治的な事以外に止むべきのナショナルイズムのイメージを持たない我々が、地にその情報の提供者にならざるを得なかった事に対するむすかしさが、やはりこの空間に如実に現れているように思われる。このプロジェクトには、当然、日頃ア・ブローネするインターナショナルイズムの志向の中で、一国を代表するものとしての、しかも他国のナショナルイズムを対のよき形を形成同化させるかどう事について、随分考えさせられたか、いまだに明確な答えをみつけ出せていない。

（インテリア・デザイン 志原 達）

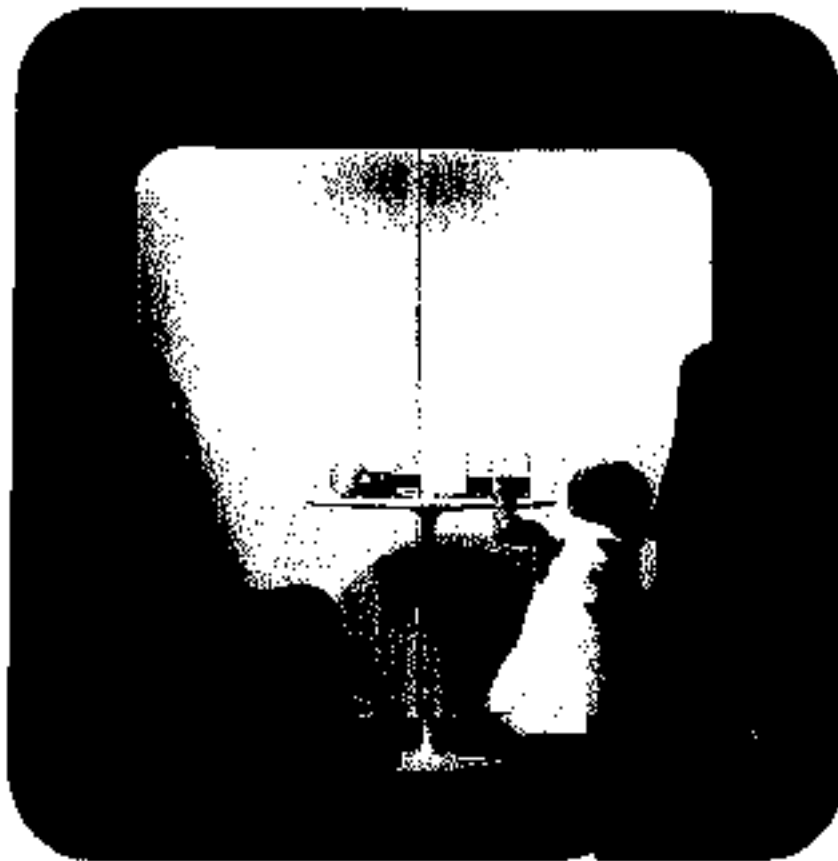
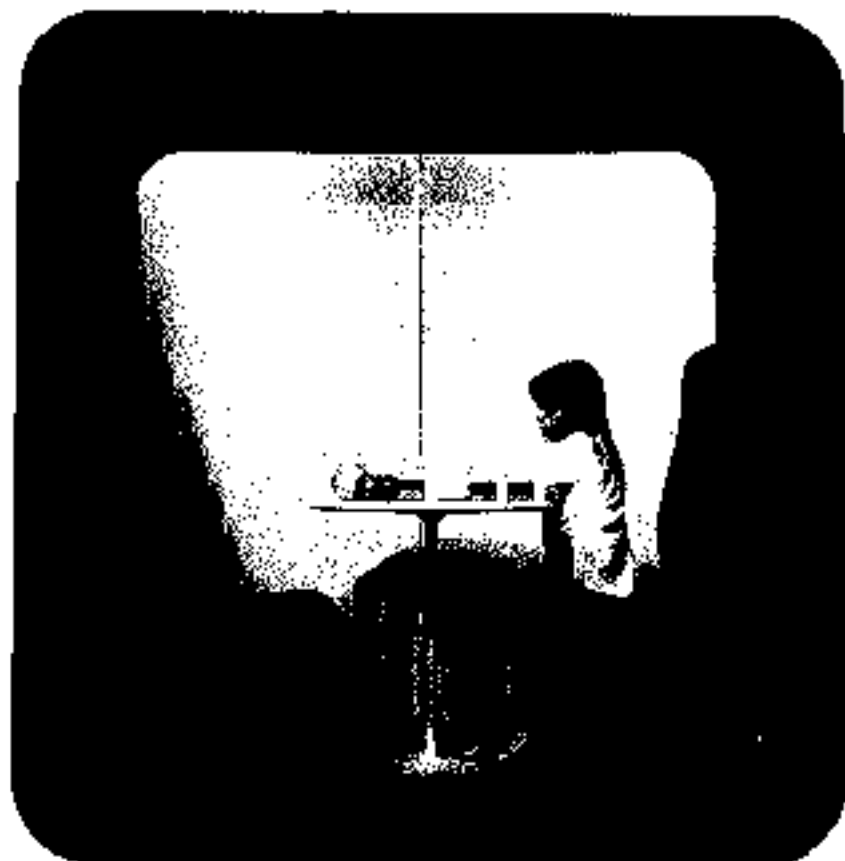


オリビエ・ムルグのユニット・ファニチュア

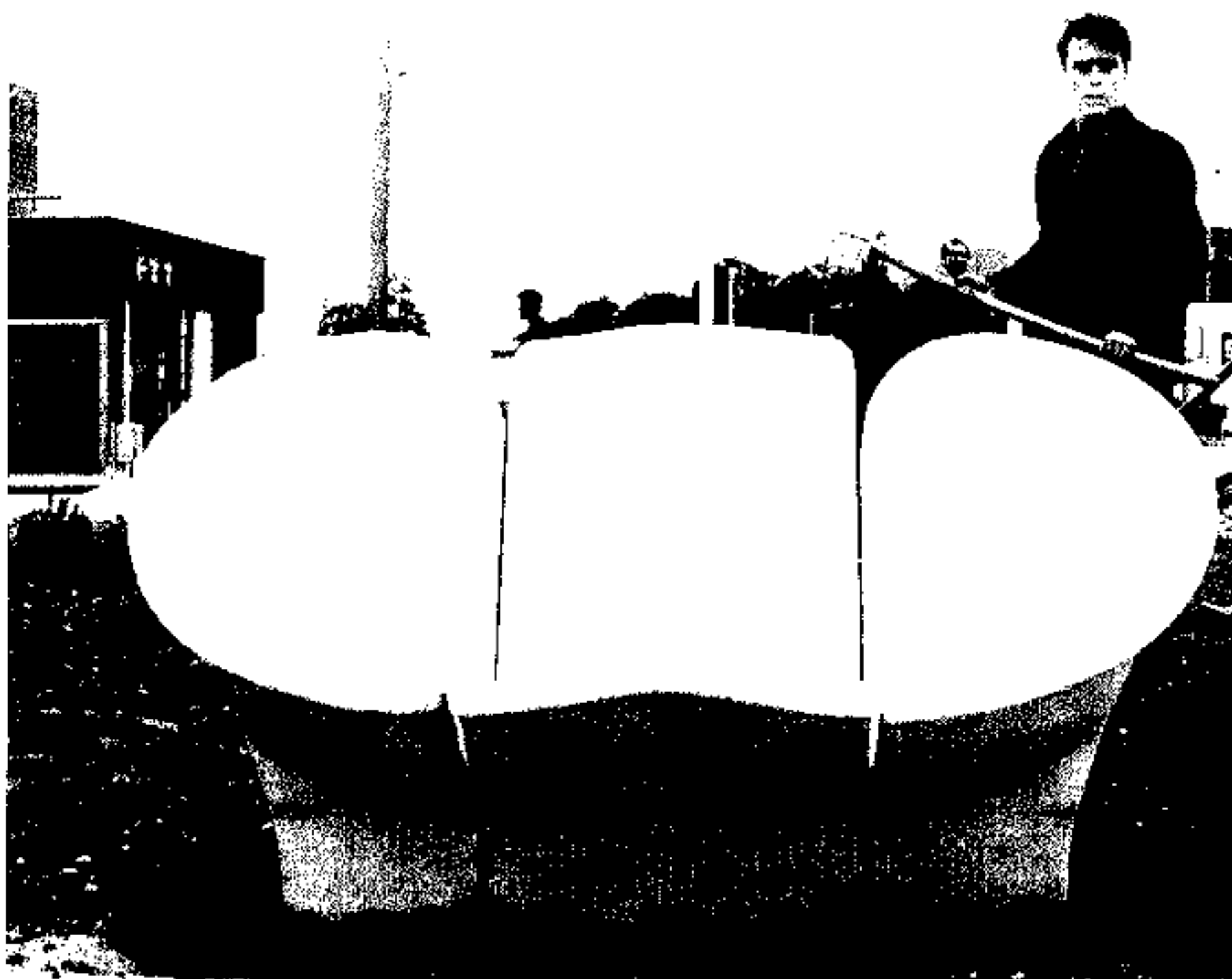
オリビエ・ムルグのユニット・ファニチュア

UNIT-FURNITURE DESIGNS BY OLIVIER MOURGUE

design: Olivier Mourgue







この写真は、東京電力の社員が、組合員と、A種1号の電線を、電柱から取り外す作業の様子を撮影したものである。撮影者は、東京電力の社員である。

西ドイツのテーブル・ウェア

協力：インダストリアル・アモルム、西ドイツ・エッセン

TABLE-WARE OF WEST GERMANY

cooperation. Industrial Form, Essen, West Germany

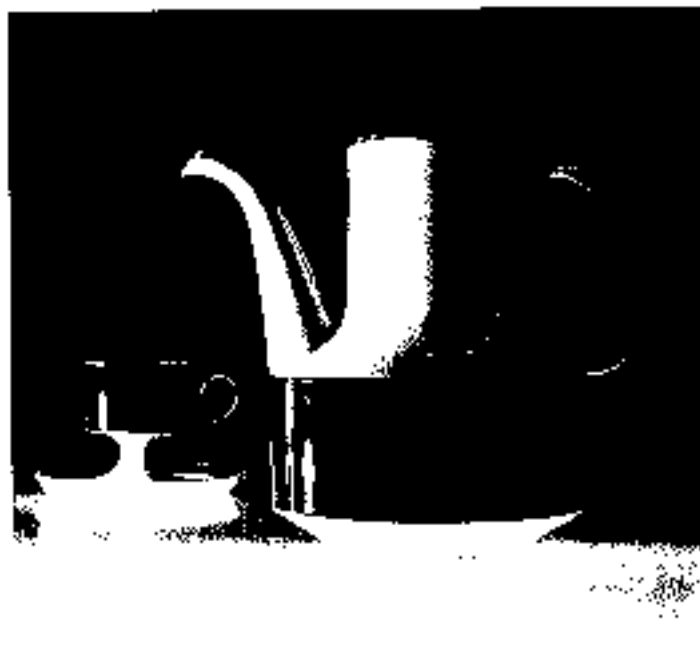
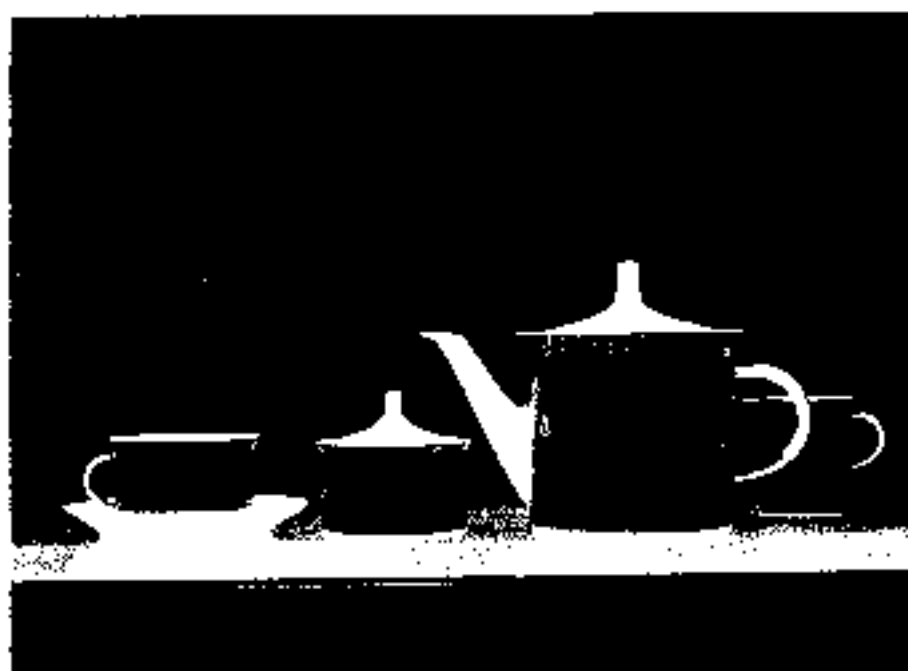
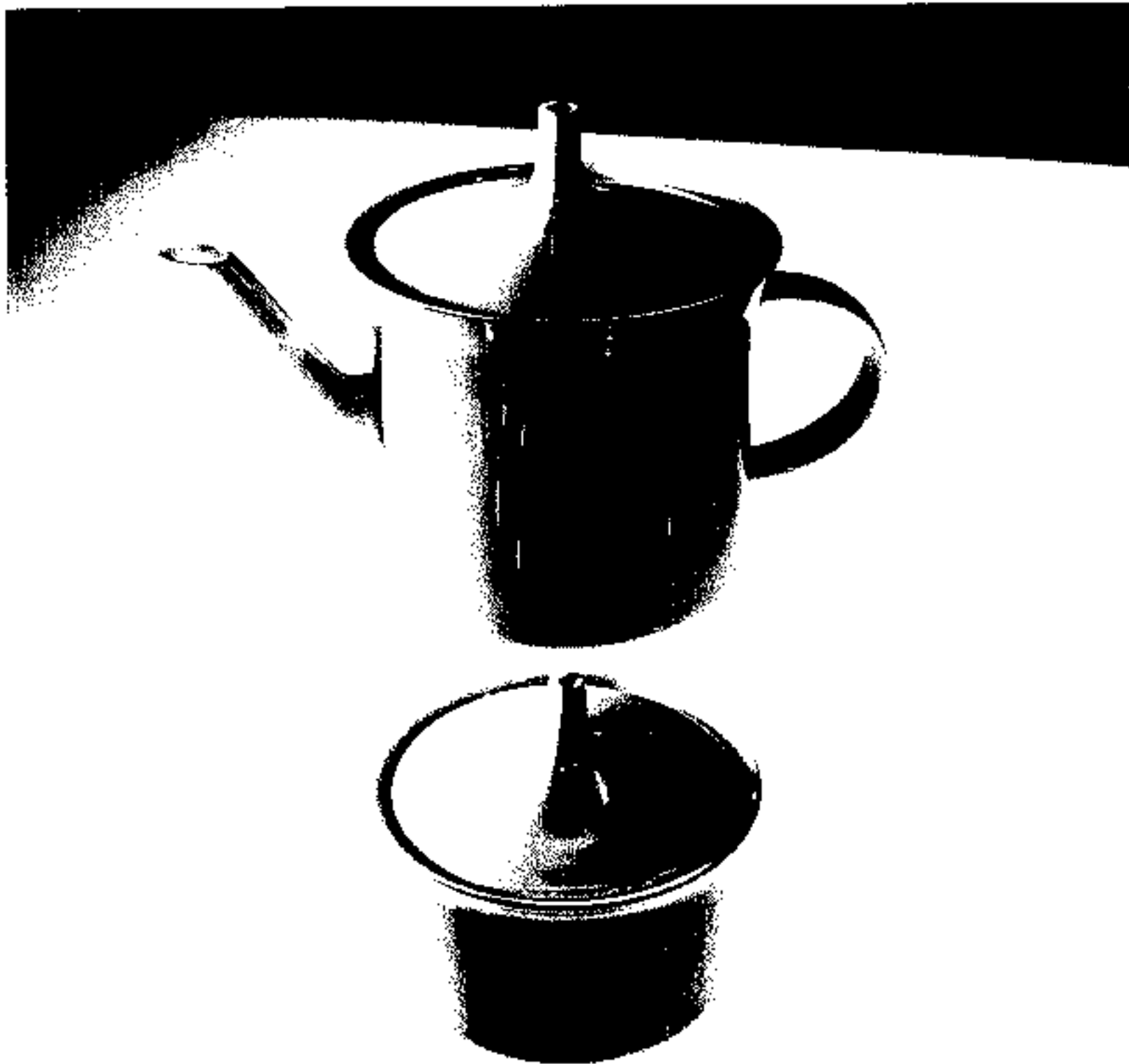


茶壺セット (1) : Ambrogio Pozzi

(2) 茶壺・茶碗・茶碟 (1) : Ambrogio Pozzi

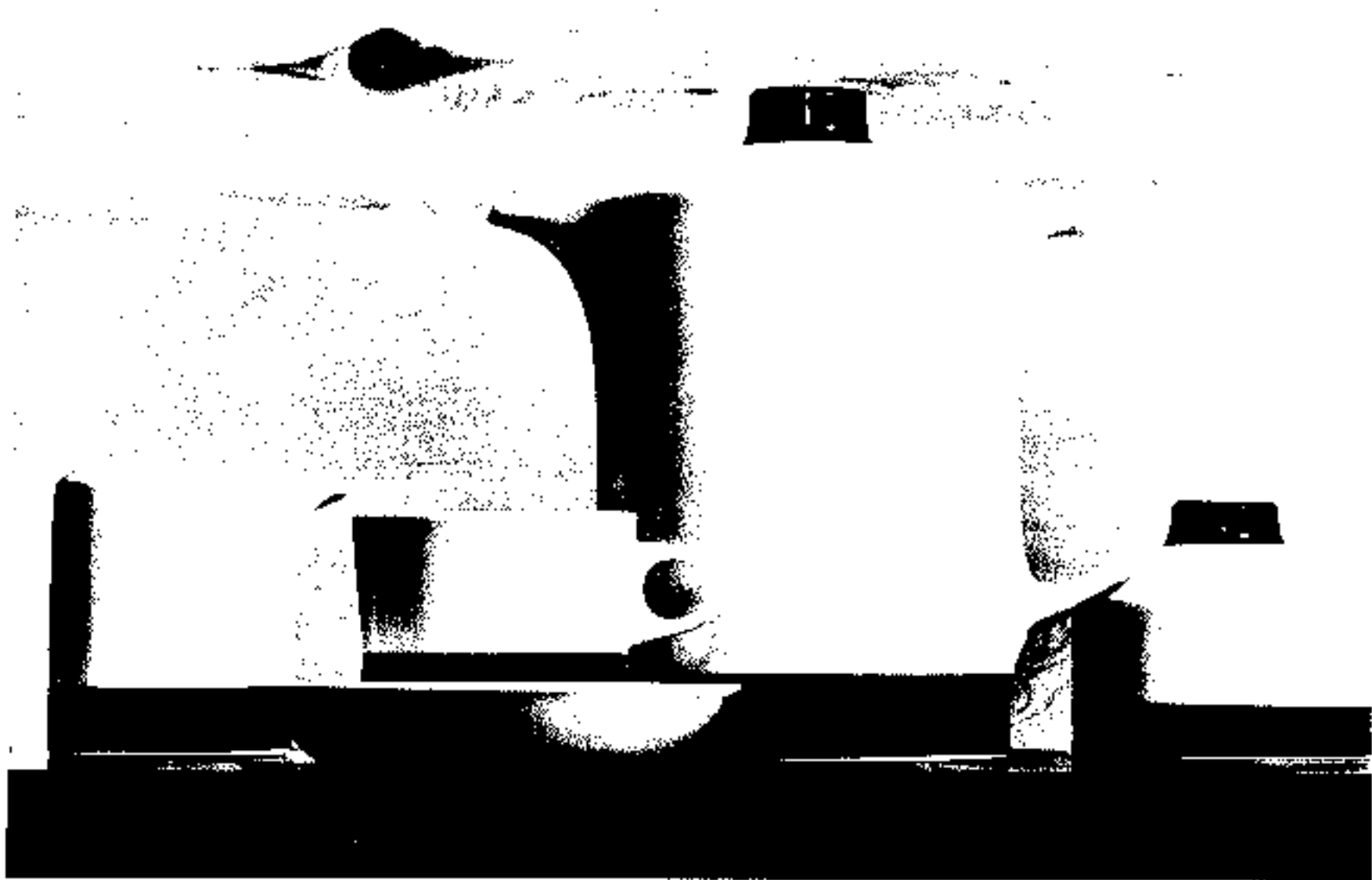


テーブルウェア 2A・77068
J: Ambrogio Pozzi in 1973, 1974
イタリアのデザイン・センター





1944-1945: Major H. Engler in Parachutist's Corps, Hurler's Division



1944-1945: Major H. Engler in Parachutist's Corps, Hurler's Division 61

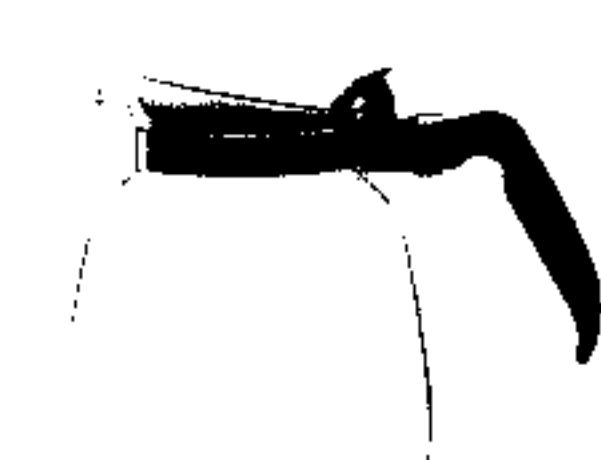


44. Rietveld: GLASWARE (1930) (Foto: G. Pirra) GEBRUIEDER KUNST SEKONNACH GERM.

45. A. Hirsch: Löffelbecher (1930) Glaswerk Sekonns-Ges. Mainz

個性的な作品とその国際性

——— 横山尚人



人間の「食べる」という普遍的な行為は、デ・ブルワネフ（物にフォーク的なディナー・ウェア、システムウェア）を一つのパターンに固定化してしまった。システムウェアにおいては、フォークから始まり、ナイフ、シランパン、プレートとアルコール碗の強いものから順々にキャビンディが大きくなり、一家のプロポジションまでできてしまった。このように人間の体の要素に応じて自ら固定化した物象ごとがあり、その規約の中のみそれらをデザインすることが許されるといつては過言であるが、しかし花びらや笑顔のようにはたして人間の生理面にかかわりのない、しかも単一的なアイテムにおいては、自由な表現が可能である。イタリヤのアルテ・マセキやアスナ・ガ非定に個性的な作品を作っている。またイタリア在りの運油機がデザインしたパトリックのナイフとカップ（正しく流符みの発想）のように、フォーナルを器を破ったところへ新しいデザインを求めようとする動きもあるが、由イタリヤのシステムウェアに注目する点、普遍的な規約から脱却することなく解決にそれらのデザイン、

オパール・シリーズ〈マリン〉 THE OPAL SERIES LAMP〈MARINE〉

デザイン 本沢和雄
製作 ヤマギワ電気株式会社

design Kazuo Motuzawa
maker Yamagwa Electric Co., Ltd

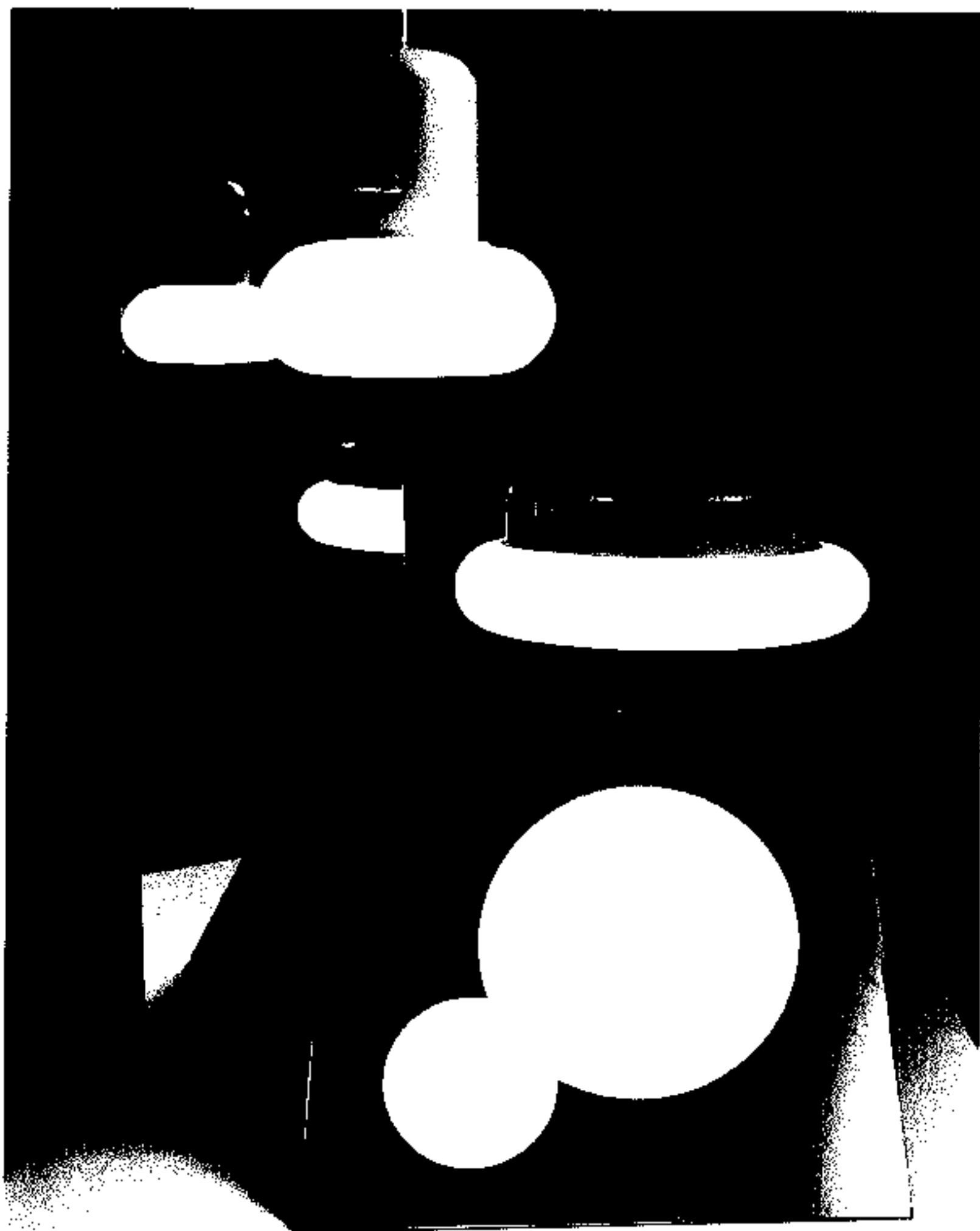


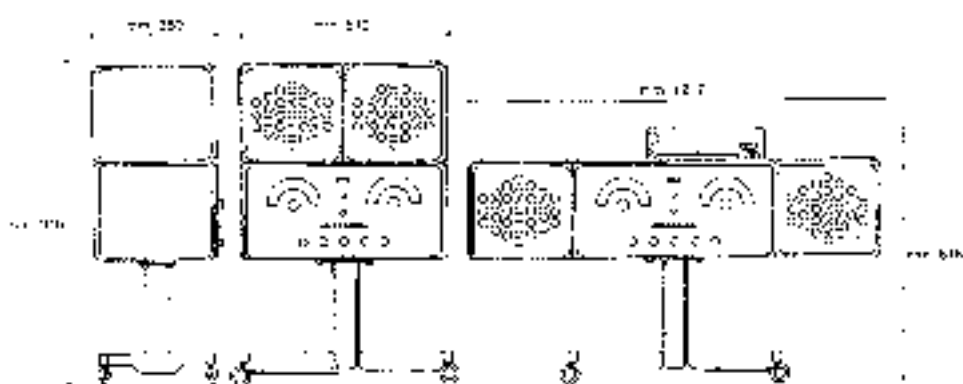
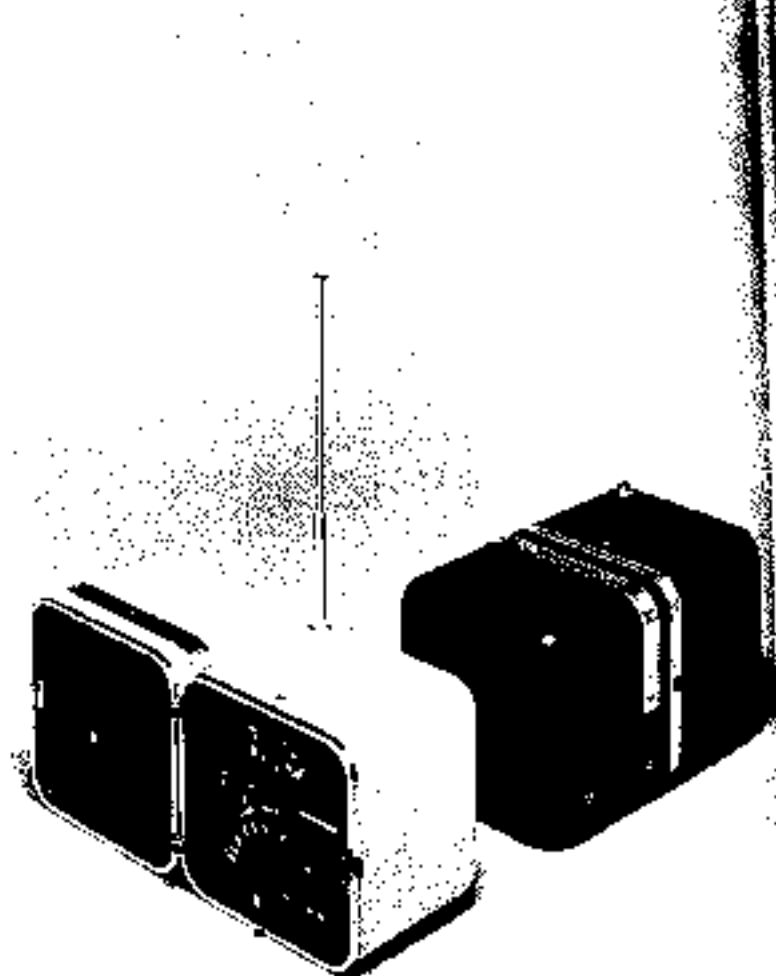
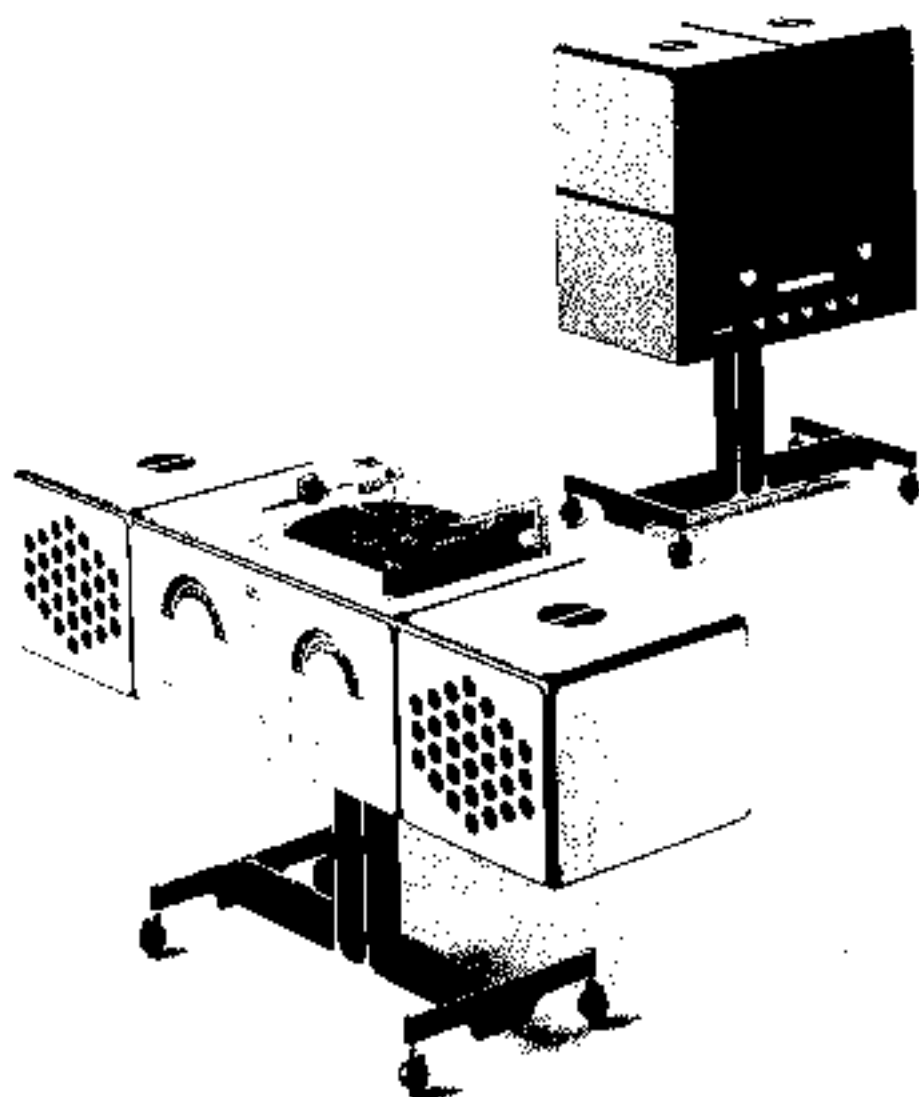
オパール・シリーズ〈マリン〉のランプ。写真：佐藤 誠

●インテリア・エッセントの中で、照明器具はムードを作りだすものとして大きな役割を果たしている。照明器具のデザインは、実在したインテリア・エッセントを作ることであり、単に器見のフォルムのみをデザインを意味しない。それは器見のフォルムから放たれる光を機能的、生産的、精神的な面でより効果的なものにするための事象だと考えらるからである。その上で器見のフォルムをよりよくコーティングさせることが必要であり、それは器見本来のデザインの良し悪しを決定することになる。そのためにはラ

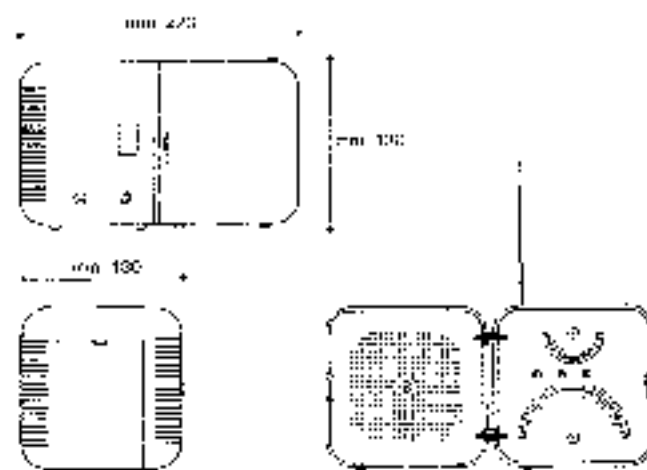
デザインする時点で、使用されるインテリア空間と器具のイメージをはっきり開きおぼせなければならない。また素材の良し悪しをおさえて効果的に光がまはらさねばならない。今回のオパール・シリーズ〈マリン〉においては、光の伝わり、方向性、機能に対する光のとらえ方の面で、ある程度目的を達成したように思う。オパール色のガラスでカバーされた光源による光のゆらぎの弱さ、オレンジ色の光、また水面に投げた石でできる波紋のように、空間全体に向って光を放っている。

このシリーズが他のインテリア・エッセントとどうも融合することを願っている。そして、またまたが一般家庭的なインテリアの中で、私をデザインする。シリーズランプ、ファンタジー、スタンドと器具のコーディネート化をはかり、インテリア・エッセントのオーガニカルなコーディネートへと発展させていきたいと思っている。 「インテリアマガジン」 本沢和雄





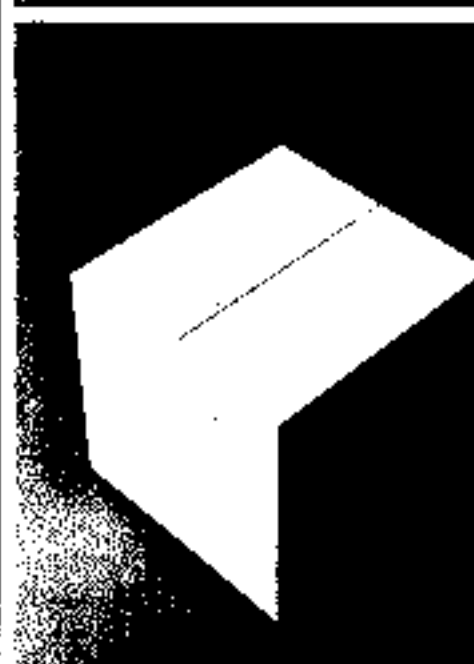
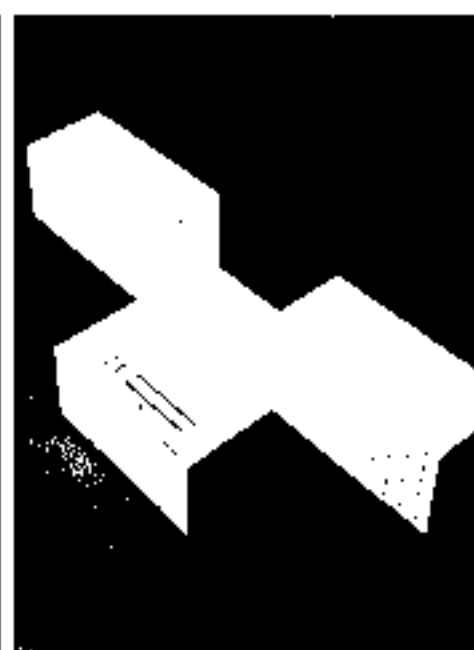
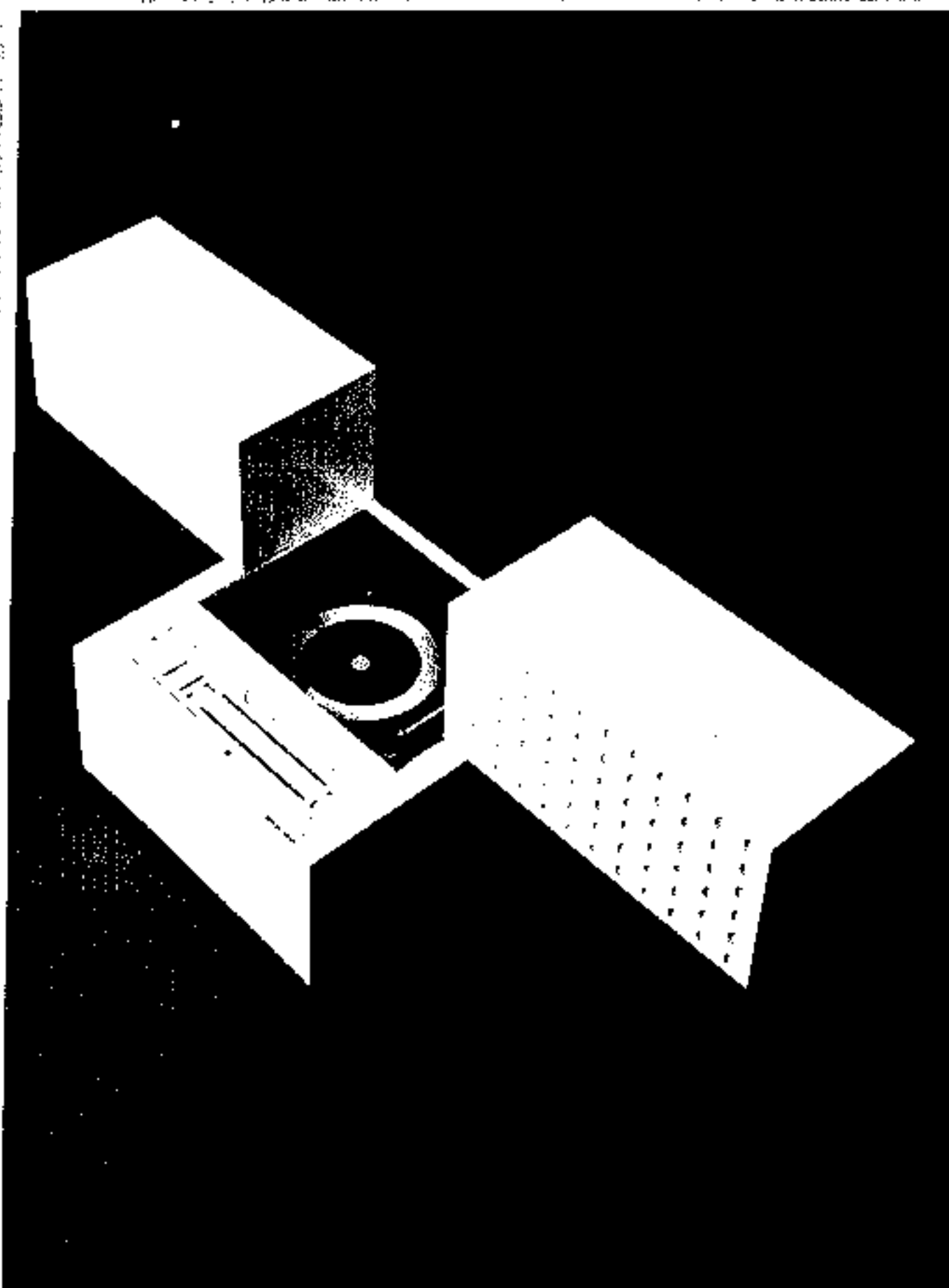
11125 1950年製ブリオンベガくイタリア製200V
125mm x 210mm x 250mm 11.5kg 1.5馬力 1.5馬力 1.5馬力

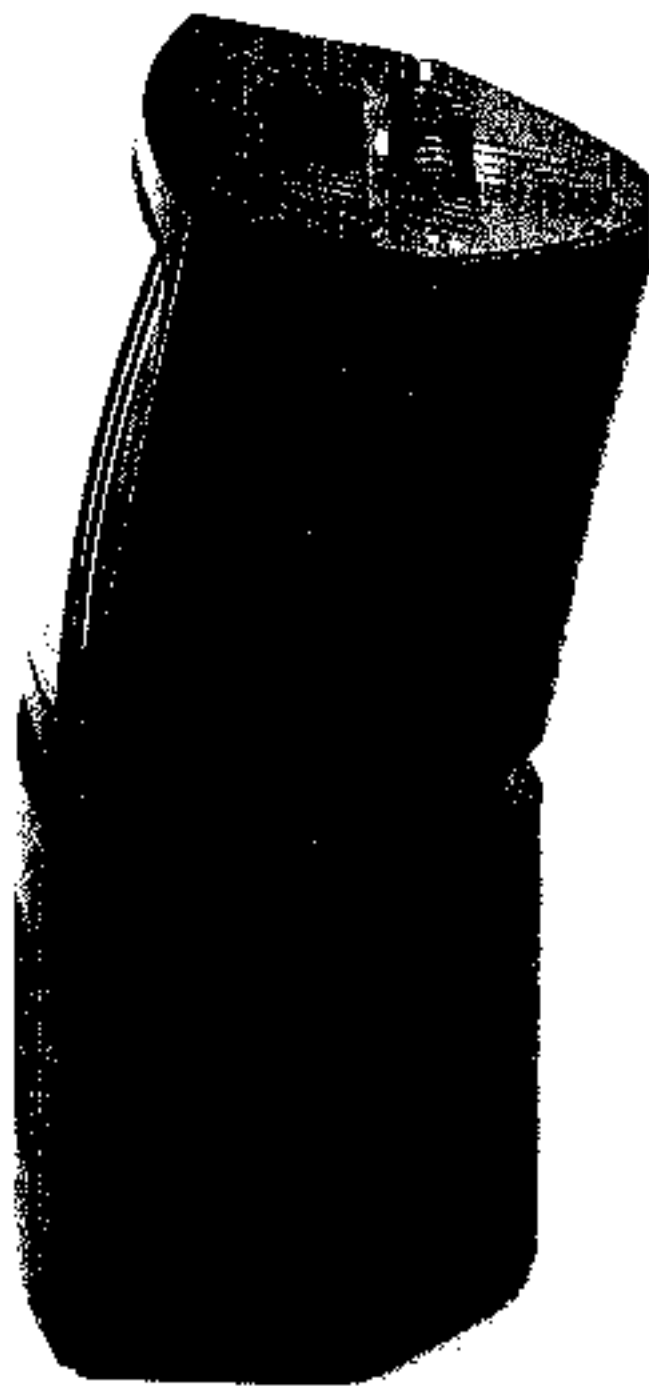
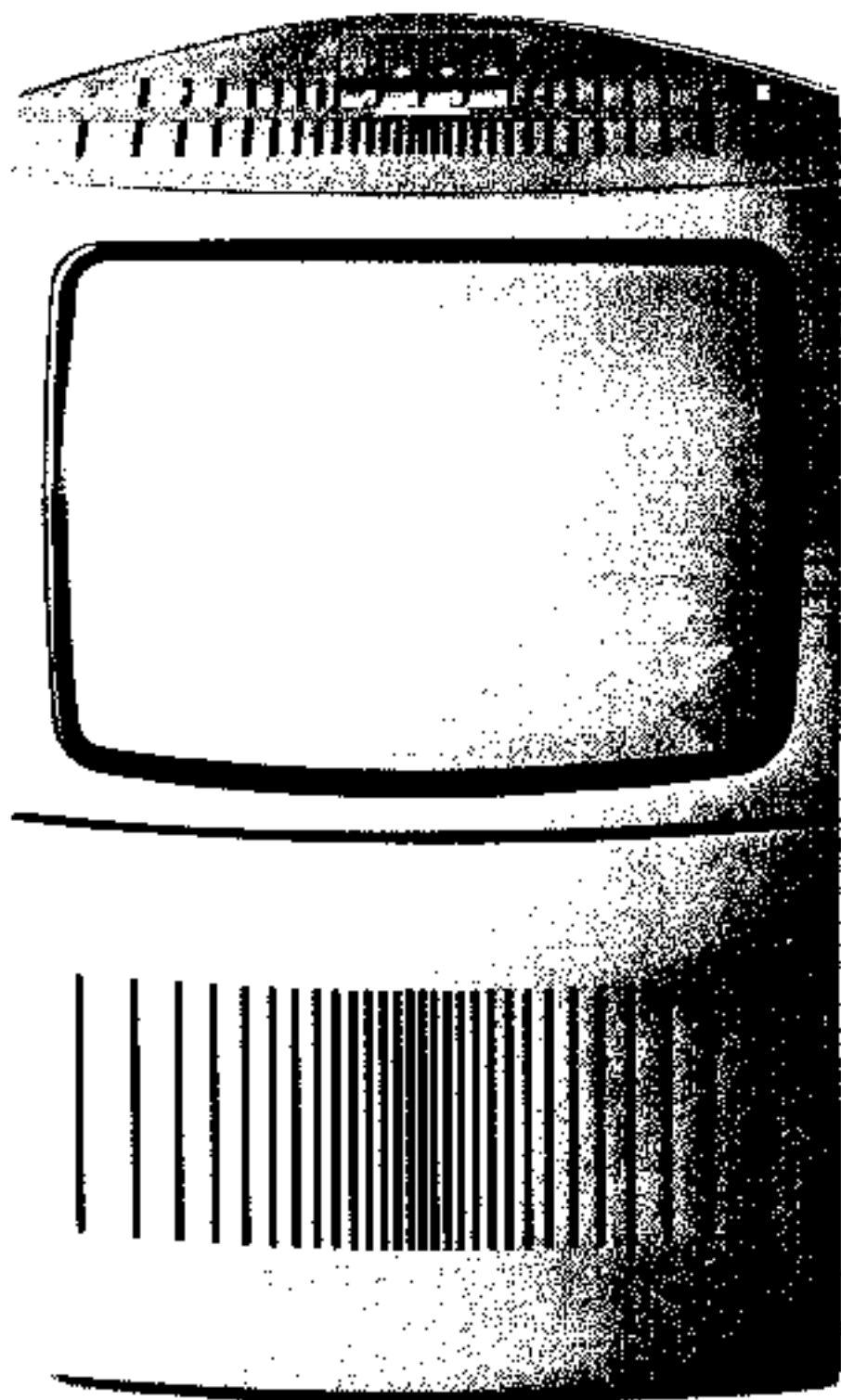


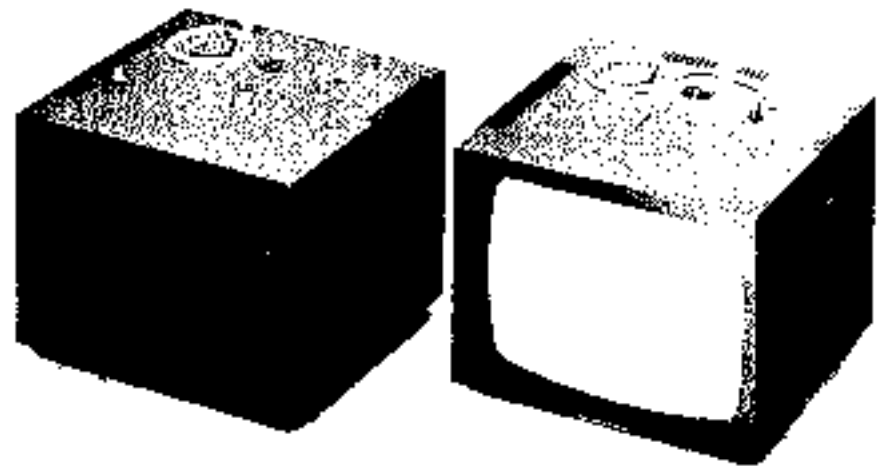
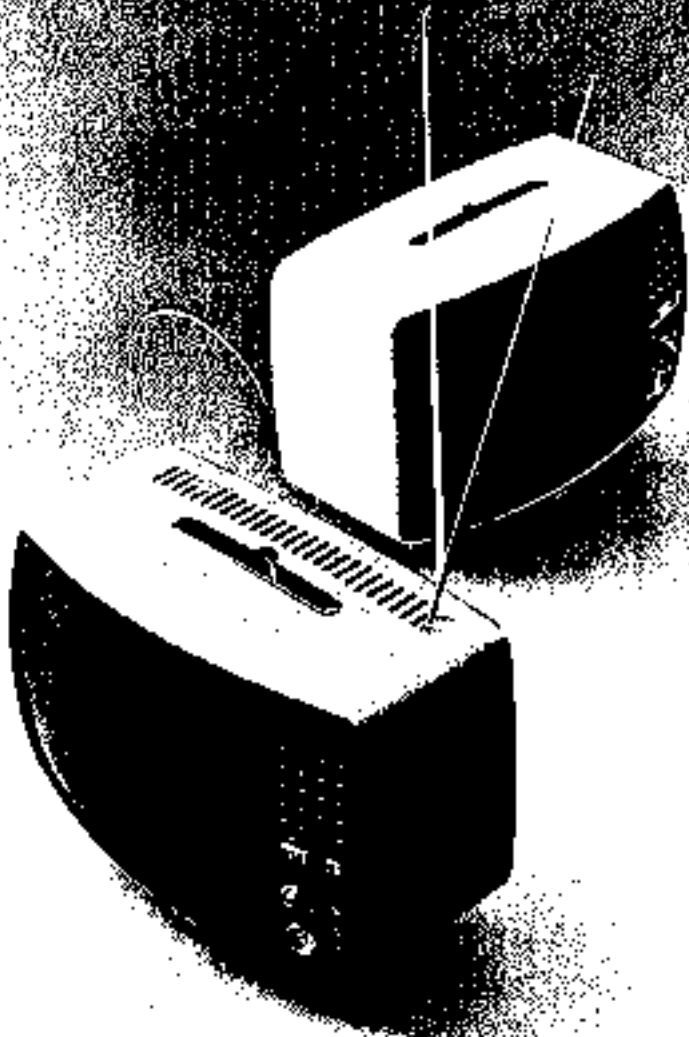
11126 1950年製ブリオンベガくイタリア製200V
225mm x 170mm x 110mm 1.5kg 1.5馬力 1.5馬力

BRIONVEGA

TELEFONO 111 19-84 00 AM. FINESTRE AC 115 160 200 250 300 350 400 450 500 550 600 650 700 750 800 850 900 950 1000 1050 1100 1150 1200 1250 1300 1350 1400 1450 1500 1550 1600 1650 1700 1750 1800 1850 1900 1950 2000 2050 2100 2150 2200 2250 2300 2350 2400 2450 2500 2550 2600 2650 2700 2750 2800 2850 2900 2950 3000 3050 3100 3150 3200 3250 3300 3350 3400 3450 3500 3550 3600 3650 3700 3750 3800 3850 3900 3950 4000 4050 4100 4150 4200 4250 4300 4350 4400 4450 4500 4550 4600 4650 4700 4750 4800 4850 4900 4950 5000 5050 5100 5150 5200 5250 5300 5350 5400 5450 5500 5550 5600 5650 5700 5750 5800 5850 5900 5950 6000 6050 6100 6150 6200 6250 6300 6350 6400 6450 6500 6550 6600 6650 6700 6750 6800 6850 6900 6950 7000 7050 7100 7150 7200 7250 7300 7350 7400 7450 7500 7550 7600 7650 7700 7750 7800 7850 7900 7950 8000 8050 8100 8150 8200 8250 8300 8350 8400 8450 8500 8550 8600 8650 8700 8750 8800 8850 8900 8950 9000 9050 9100 9150 9200 9250 9300 9350 9400 9450 9500 9550 9600 9650 9700 9750 9800 9850 9900 9950 10000

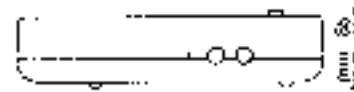
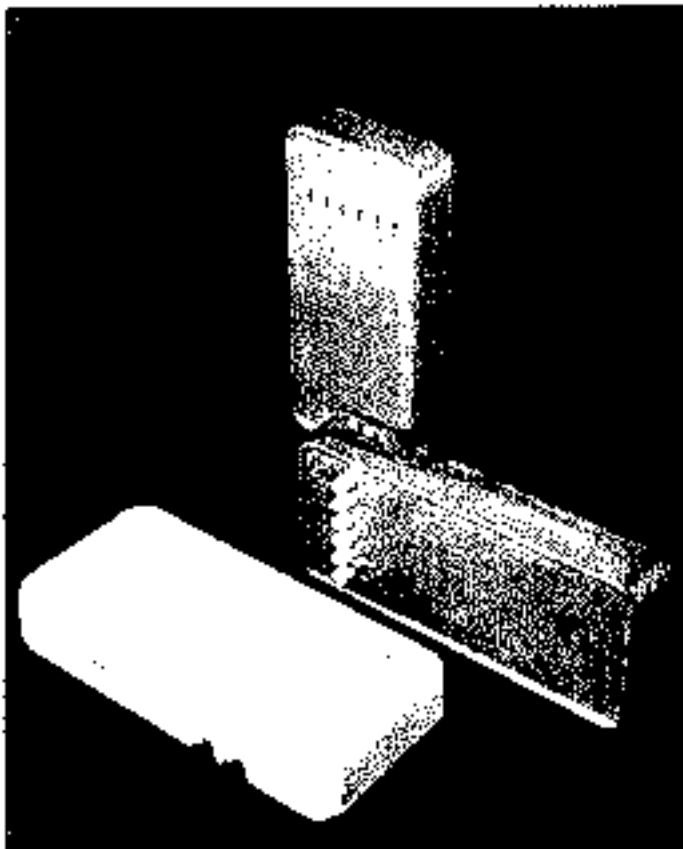






Трансформаторы серии ТН-АК 125-160-200V, IV, 70V, η 1,7; 1,57; 1,34; 1,24mm, 4, 6, 16 Шг. \times 10³mm, Герман-Восток

ТН-125-160-200V, IV, 70V, η 1,7; 1,57; 1,34; 1,24mm, 4, 6, 16 Шг. \times 10³mm, Герман-Восток



mm 100



ТН-125-160-200V, IV, 70V, η 1,7; 1,57; 1,34; 1,24mm, 4, 6, 16 Шг. \times 10³mm, Герман-Восток



高松次郎のストリート・アート

東京・銀座 カリオカ・ビル現場

企画：カラファタ・デザイン事務所

<STREET ART> BY JIRO TAKAMATSU

銀座、Tokyo Karoka Bldg

planning: Kuramata Design Associates

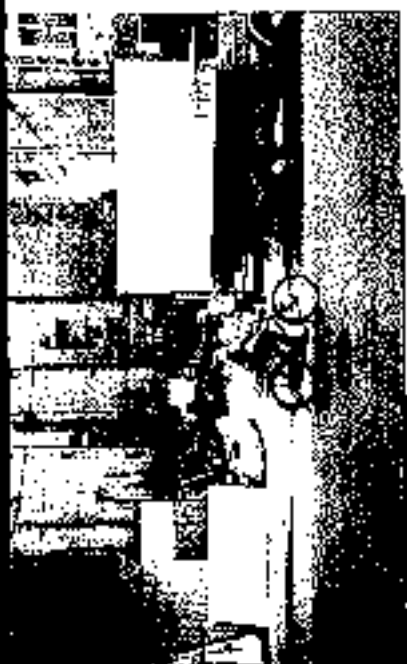
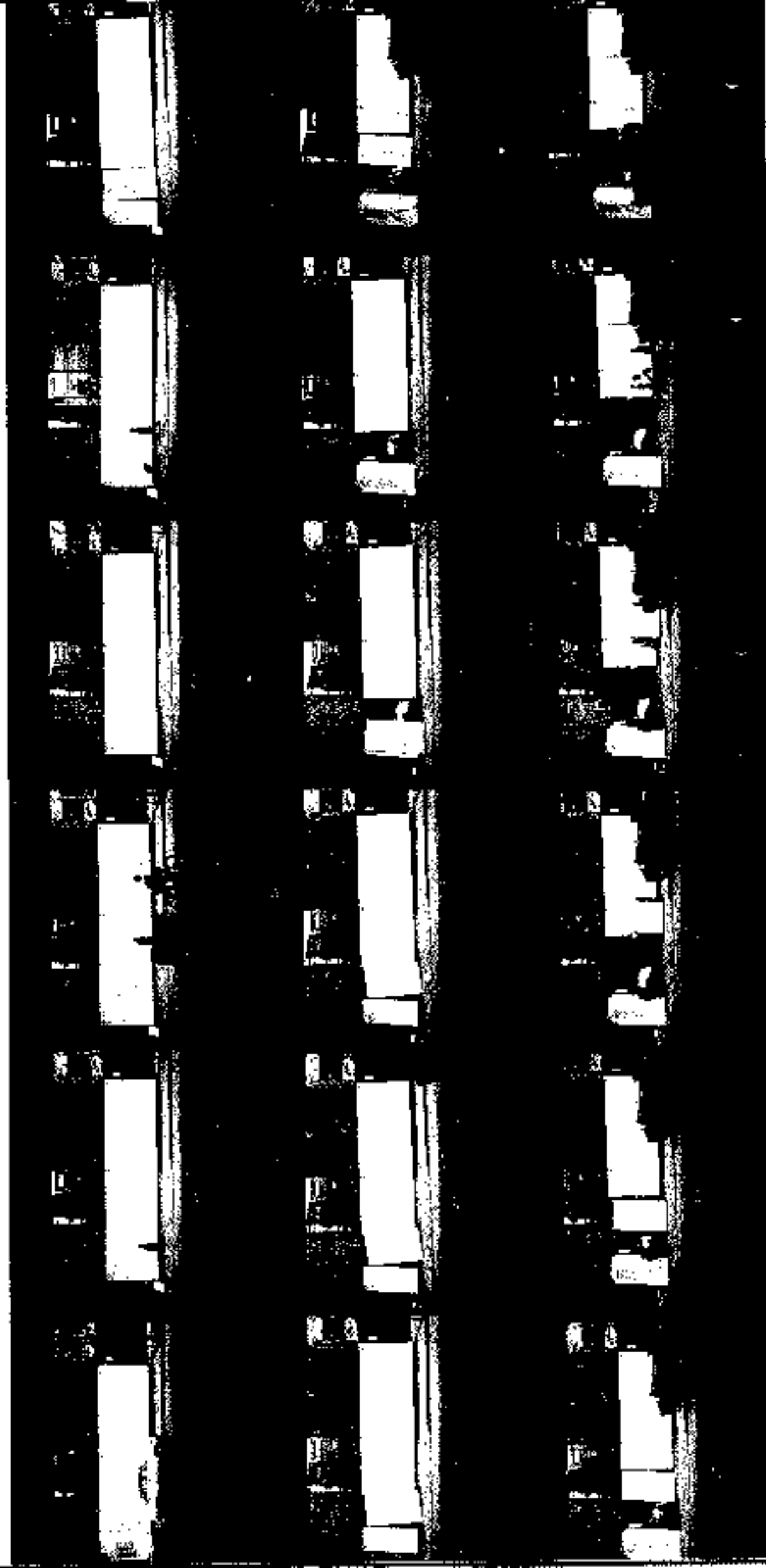


写真: 高松次郎 photo: JIRO TAKAMATSU Fujitoku



©2008 AIAA. All Rights Reserved.

1氏邸

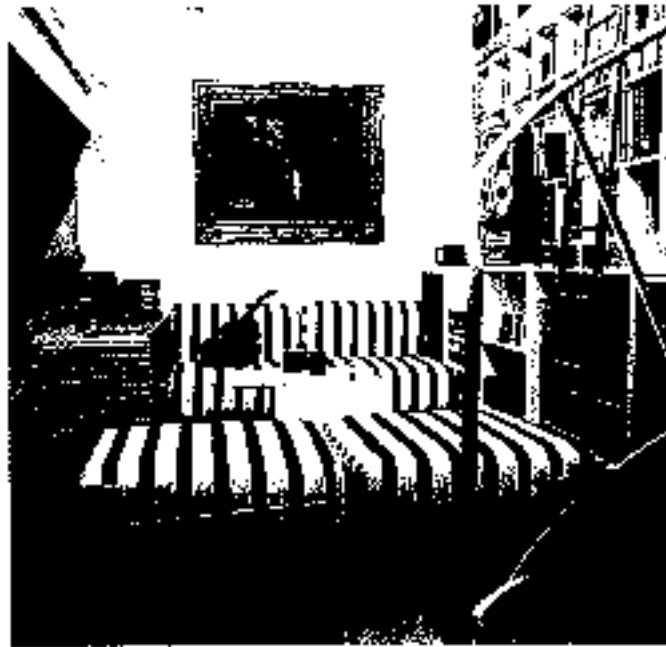
東京・品川

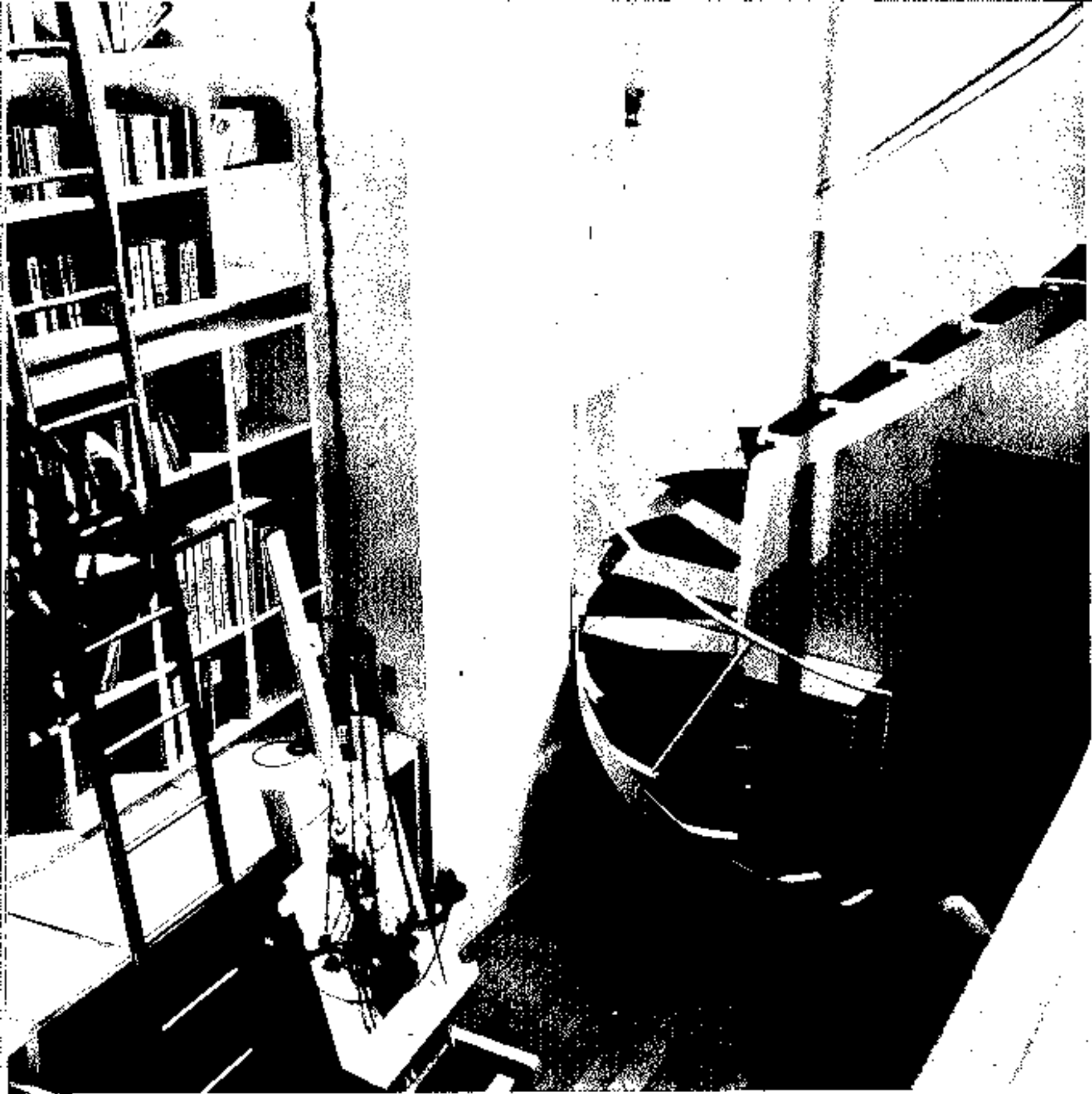
インテリア・デザイン：アルフレックス・ジャパン 小池 崇・宮藤 悠
施工：カサリエゼ、石塚製作所

AN ACTOR'S APARTMENT

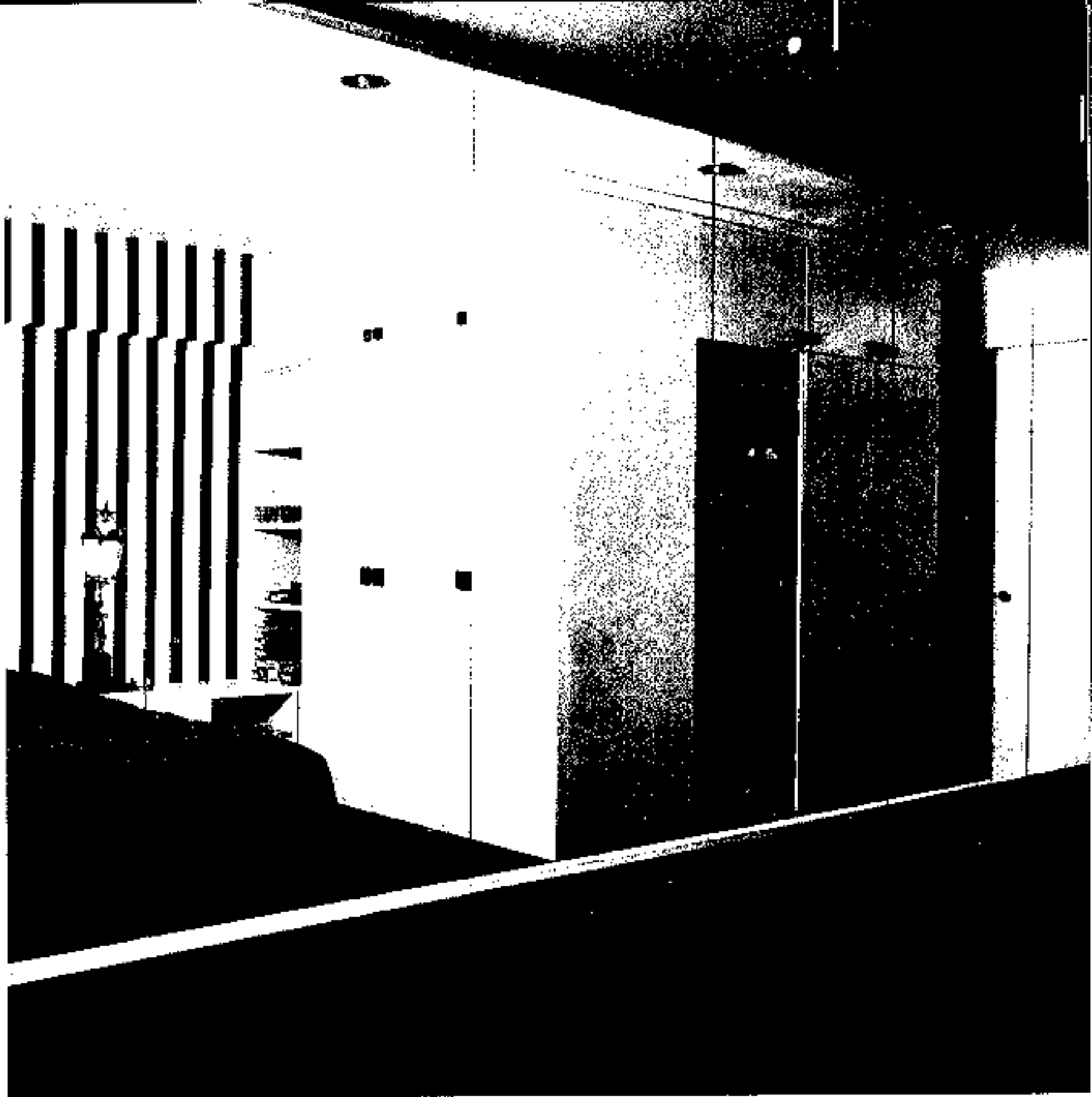
H100, Tokyo

interior design: Arflex Japan, Atsushi Kanishi, Toyahiko Muto
construction: Kasari Eze, Ishizaka Seisakusho Co., Ltd





2020 AMERICA'S BEST BOOKS



TRACY MURPHY ARCHITECTS

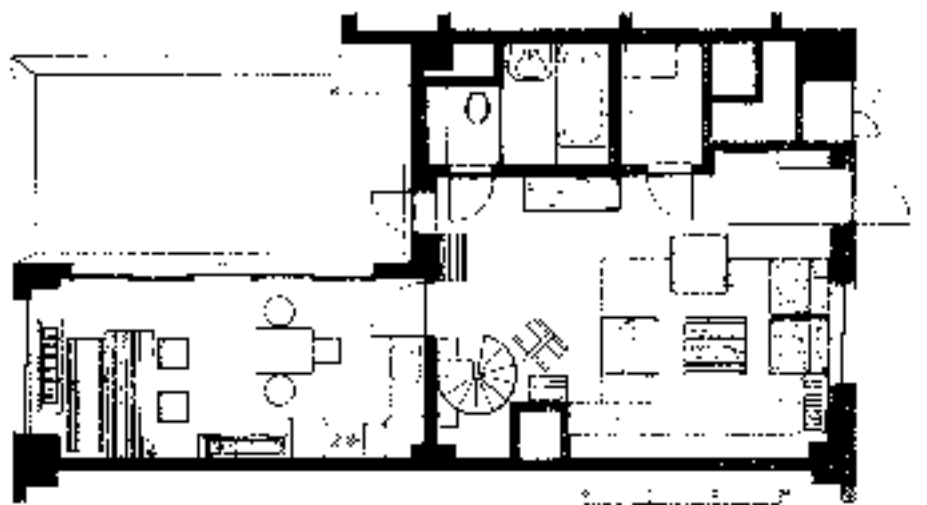




写真1 住居の一角、リビングの一角（写真：住居の一角）

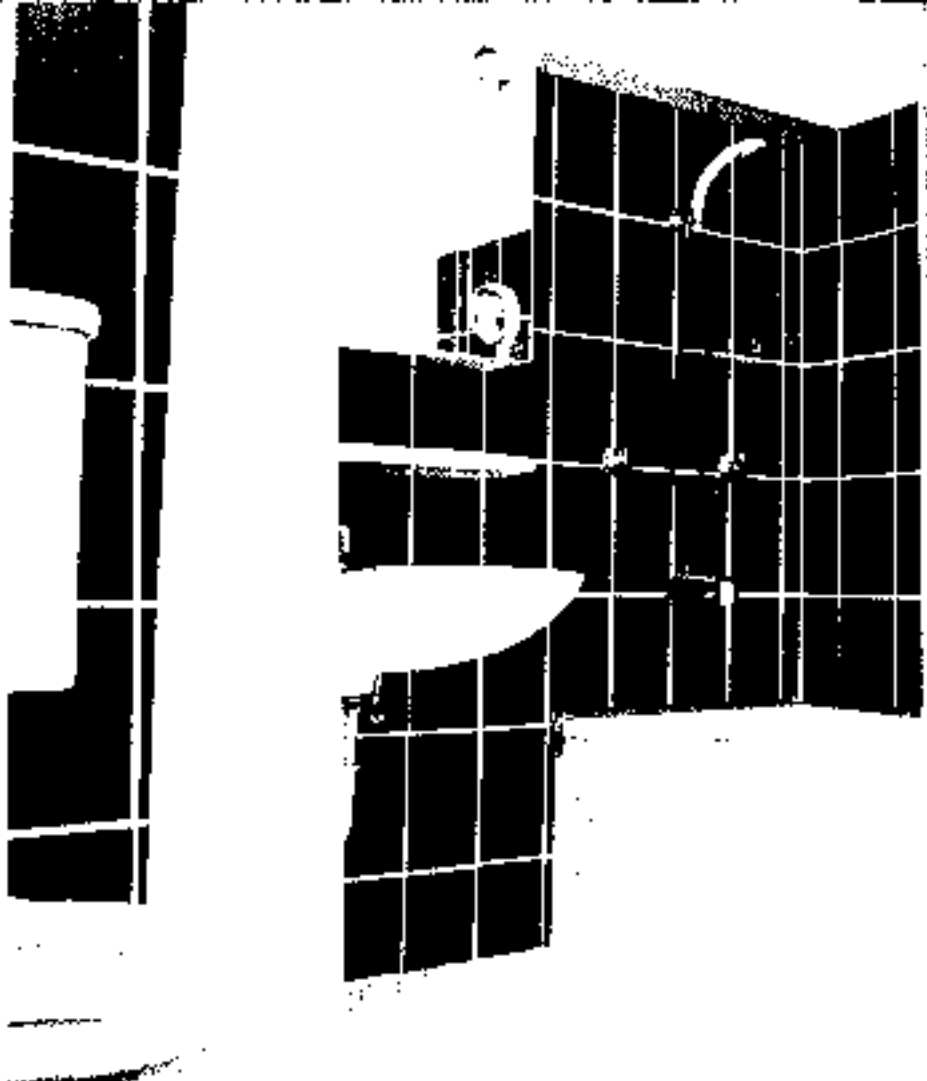


写真2 トイレ、バスルーム

マンションの一角

一戸建の場合

その前に、
最近、犬があるには「マンション」によるほど家中のマンション建設はすさまじい。
この犬から犬へとマンションが建ちはじめると
建つとしては、いろいろの手を動かす、昔ながらの
百手百足を考えなければならない。
しかし、いろいろな競争がはじまるにつれて、
「他の商品が手をつけている（あるいは外見で
はマンションを模倣する事もある）が、実
は、更だ、工場のあり……
今はまだ、金色に輝く高級マンションが建つ
にはいかない。
ヨーロッパ、
ある人が家を建てるのに、建築家に自分の愛用
している安楽イスを見せて、「私はこのイスが
とても好きだ、このイスでくつろげる家を建て
てほしい」と言ったと聞く。
他の家は、おそろしく他人の家にいる、おそろ
ぎのある他人の家のものでもあったりもない。
非常としらべてマンションの場合は、いろん
な制約がある、何十軒、何百軒という他人の
ある程度の最大公約数を基にした法はないが
なし、老若男女好むの物は、大変だ、しかし
その一軒一軒が入るすべて、自分達の生活の
場を求めて、移っていくのがという事を知ら
なければならぬ。
我が、家やインテリアにたずさある人は特
人のもの、住宅作りであるという事を、もっ

っと認識するべきであると思う。
上宅の実際
インテリアの設計の決の手は、単純な理由を理
由で、輸入とのコミュニケーションのやりとり
で入る
上宅の場合は、時間には限られるが、
大抵の男性であった。
また、この必要は、居間が吹き抜けになってい
ることであった。
マンションの場合、この吹き抜けの希望を満
たすのは容易なことではない。
仮に、建築上、それが可能になったとしても、
その価格を現実的なものにするには、平家の
解決法だけではすまなくなってしまうからである。
そこで、1階居間、ダイニングキッチンルーム
と、2階リビング、それに2階リビングへつながる階
段が、重要なポイントとして出てきた。
階段スペースを少しでも場所をとらずに有利に
配することは当然ながら、その場所が居間に接
するがために、造形的に美しいものでなければな
らない。
通常のラセン階段の集合だと重感がありすぎ
て、あまりにも居間には相性があつた。
そこで、この場合は、戻りながら、2階へ結
ぶるツタの様な形状にする事によってはの重々
しさをやわらげることにした。
開放のマンションの場合、とんでもない所に
ドアや窓がはいっている事がある
上宅の場合も、2つの窓も、2つのドアをなく
すこととなった。

吹き抜けは、たいていのための階高は、何でも
自分の好みの高さを提供しなくてはならない、そ
のためには時には、不必要な壁は、壁面として
処理してしまつてしまつてしまふ。この吹き抜
けの上方の階高は、高さ2.5Mという大変高い書
棚となった。
新しい暮らしを送る上民にとって、ご自分が愛
される階高にかかっているのは、必ずしも
求める上での手段になる。
2階の役目からも、ガラスの壁面を通して、こ
の高い書棚が見渡せるようになってくる。
この書棚はドアがない。
1階以外の上民にとっては、ある時は、この部
屋全部が窓であり、居間であるだろう。居間
であるオーブンの窓は、ガラス階段を登って
視界の中心にもとてくことになる。
白い居間から、ドアを開くと、黄色で統一さ
れた、ダイニングキッチンが溢れる。
この部屋の場合、作る、食べるという機能を重
視し、それをしつらふため、それに、上民が愛
用のアンティーク家具を調製させている。
即ちのコンクリートの中のこの部屋で、特に、
食卓かこのが丸、スモックの肘を忘れて、この
テーブルの手で好きな姿勢作りをするのが、上
民の1番の楽しみかた聞いている。
住宅のインテリアは住む人かためのすずらな
場であつてほしい。
又、そうなくてはいいものなと、設計者は
考えているはずである。
（写真：住居の一角、リビングの一角）

純毛カーペットの必須条件

ウールマーク品質基準

●カーペットに対するウールマーク品質基準

品目	試験項目	検査会社	単位面積当りのパイルの総重量 (パイル糸の目付)	防虫性	布帛の単位面積当りの重量 (布帛の目付)	シクロロメタン可溶物質 (油分率)
カーペット	羊毛中に染料・パイルを含まない純毛カーペット	(パイル糸についてのみ適用)	915g/m ² 以上	W.T.O.基準	布帛の単位面積当りの重量 (布帛の目付)	1.5%以内
	羊毛中に染料・パイルを含む純毛カーペット	羊毛繊維以外の繊維の総重量 0.3%以内	600g/m ² 以上 *1630g/m ² 以上†			
	タフトカーペット	羊毛繊維以外の繊維の総重量 5.0%以内	915g/m ² 以上			

※この試験においては、羊毛中のパイル糸が大きい場合は測定値の信頼性を確保するため、実際の重量は 620g/m²以上とする。

ウールの良さを最高の基準にしているウールマークカーペットは、カーペットの不可欠な要求が規定されています。

●繊維含有率について

カーペット工学では、規定として羊毛は打平の羊毛の99.7%以上を定められています。したがって製造業者は1度使用された繊維を回収して再び使用するものは、もったなく使用できないおかげで、再生羊毛を混雑混雑見ると、繊維が非常にいたんべいになり、この様な繊維は粗毛件と見做し、羊毛の特性をいかに失くして低下させるため、高級カーペット製品には向きません。

この点純毛は粗毛件・変質者に高み、羊毛の特性を最大限に保ち高級カーペット製品として必要十分な品質のものとなります。

●単位面積当りのパイルの総重量

これは1㎡当たり、織り込まれた(またはタフトされた)パイル糸の目付を意味し、製品の種類によって多少変動が見られます。

カーペットはパイル糸の打込みの密度や長さによって踏み心地が全然異なり、浮度があるときとないとき、裏面のパイル糸が見えなくなり、またパイル糸が短かくなると、使用しているうちに踏み込みなどによりすり切れてしまい、ついでには表面に粗面が現れやすくなるので、カーペットとしての寿命をよっぽど長くしていただくことにもつながります。このため、カーペットとしての弾力性や耐久性を確保するためには、それ相当の高目付パイル糸が必要となるわけですね。

最高度の品質、ウールマーク製品として必要十分な目付と繊維長の組み合わせを確保しているのがこの基準です。

●防虫性

世界の最も多い害虫として、シロアリ・クオゾムシ、ムカ、ヒメハダ、クノゾウムシ等の害虫があげられ、それらの害虫は幼虫期間にカーペット、マットなどを食害の害を及ぼします。ウール糸の目付が約300倍に及び、1㎡に及ぶ羊毛の量は300gで、1㎡

のウールとその子孫が1年間に与える害は半毛(23kg)にも達します。

このため室内に敷かれた直射日光をあまり受けないカーペットには、特に防虫性が要求されるわけですね。防虫加工には、樟脳、ナフタリン、パラジクロールベンゼンなどの揮発ガスによる殺虫剤の塗布による効果がありますが、かたまたま一時的効果しかない方法や、チオール系、アミン系、オイロン、モッチンなどの永久的効果加工がよりよい。

カーペットの機能性から、ウールマーク製品では後者の永久的効果加工が実施されています。したがって、ウールマークカーペットは害虫による被害の心配はまったくありません。

●布帛の単位面積当りの重量

この基準はタフトカーペットのみに適用されています。ウルトンの様な織りカーペットと異なり、パイル糸を布帛に固定するための方法のため、パイル糸が抜けないようにジュートを用いたり、またタフトの作りによる粗加工をして補強されています。

●シクロロメタン可溶物質(油分率)

羊毛繊維を染色する場合、圧染に応じて色々の染料を混ぜ合わせたり糊糊し、その際に油を加えて染め合わせるわけですが、油が多すぎると羊毛が硬くなり、また糊糊しやすくなり、織りにくく生産性を低下させるおそれがあります。そのため、これらの条件を満足させるためにはこの基準が定められているわけです。

☆

以上の基準をほぼ前掲の品質基準に適合したカーペットにはウールマークが表示されるので、安心してご使用いただけます。

なお、ウールマークカーペットには、必ずウールマークと共に生産または販売の責任の所在を併記してありますから、ご不幸の場合は「再生産・販売会社」または「国際羊毛事務局」へおたずねください。

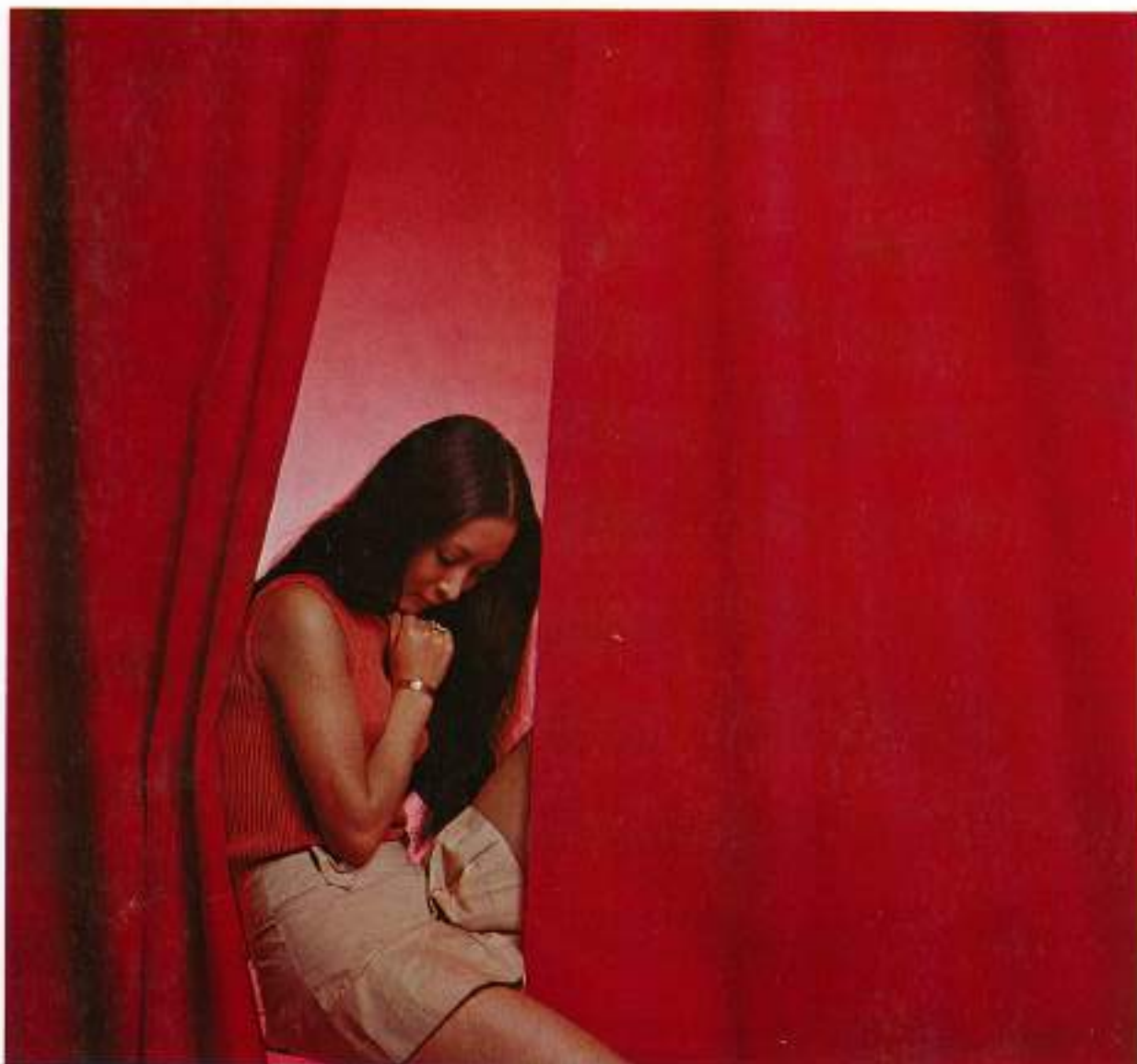
●ウールマークカーペット ライセンス一覧

認可会社名	認可番号	品名	品名
日本毛織物	1	タフト・ウルトン	
東洋毛織物	41	タフト・ウルトン	
糸紡毛織物	85	タフト・ウルトン	
ニッポン	91	ウルトン	
大和毛織物	211	タフト・ウルトン	
東川毛織物	249	ウルトン	
東洋毛織物	258	ウルトン	
東洋毛織物	439	ウルトン	
東洋毛織物	450	ウルトン・ウルトン	
東洋毛織物	479	ウルトン	
東洋毛織物	520	ウルトン	
東洋毛織物	526	ウルトン	
東洋毛織物	537	ウルトン	
東洋毛織物	538	ウルトン	
東洋毛織物	539	ウルトン	
東洋毛織物	532	ウルトン・タフト	
東洋毛織物	205	ウルトン	
東洋毛織物	265	ウルトン・タフト	
東洋毛織物	474	ウルトン	
東洋毛織物	478	ウルトン	
東洋毛織物	354	タフト・ウルトン	
東洋毛織物	1202	ウルトン	
東洋毛織物	1404	ウルトン	
東洋毛織物	1435	ウルトン	
東洋毛織物	1504	ウルトン	
東洋毛織物	1125	ウルトン	
東洋毛織物	1511	ウルトン	
東洋毛織物	1515	ウルトン	
東洋毛織物	1516	ウルトン	



約90%世界の産地の品質基準に合格したウールです。

国際羊毛事務局
東京都港区赤坂區区内



ドムスインテリアテキスタイル アリア UD 004 アクリル系(おきおロン)100%

場と人とドムスの出会いです。

空間を覆い、見せ、区切りながら新しい皮膚感を創造するのがドムス・インテリアテキスタイル。

目を楽しませる色の広がり、生活をもりあげるパターンの動き、それらをふくんだゆたかな感触を大切にしました。

ドムスは素材と織と柄と色のからみあいをどこよりも入念にチェックします。そして、できあがった一枚の布地が見知らぬ所で大胆な変貌をとげ、ささやかな充実に参加することを望みます。

ドムスインテリアテキスタイル



ドムス株式会社

大阪 TEL(251)5931

福岡 TEL(20)5436

東京 TEL(502)0651

北九州 TEL(57)2331

札幌 TEL(63)3271

名古屋 TEL(962)7731