建築と社会

ARCHITECTURE AND SOCIETY●VOL.51

社団法人　日本建築協会
昭和45年5月25日発行　第51輯第5号
毎月1回25日発行
昭和24年3月19日第3種郵便物認可

特集
グッドデザイン運動
1970
昭和45年
5

●グッドデザイン運動のこんにちの課題／グッドデザインとGマーク／グッドデザインと消費者生活／消費者の立場からみたグッドデザイン





同じ建て坪なら　倍ぐらいには使えます

事務所・工場・倉庫など、中型構造物の建築をご計画中なら、ぜひ、住友のプレハブ骨組《スミフレームV》をご利用ください。中柱が不要で、間口、屋内スペースが広くとれ、同じ建て坪なら、まず、倍ぐらいに活用でき、合理的です。強靱で耐久性に富み、建築も簡単。 360種以上の標準設計を用意しています。

住友のプレハブ骨組

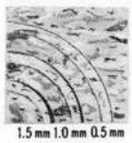
スミフレームV

住友金属

住友金属工業株式会社

大阪 ― 大阪市東区北浜5の15(新住友ビル) 電(203)2201
東京 ― 東京都千代田区丸の内1の8(新住友ビル) 電(211)0111
営業所 ― 福岡・広島・岡山・高松・名古屋・富山・静岡・新潟・仙台・札幌

いつまでも変わらない美しいロイヤルパターン



すばらしい立体感をもつ絵模様、ロイヤルパターン。
その、美しい気品ある絵柄は、0.5mm……1.0mm……
1.5mm……、どこまでいっても消えません。
しかも、マチコロイヤルは
摩耗に強く、きびしい床の使用条件に
耐えるタフさは抜群です。



ロイヤルの
美しさは
いつまでも
おとろえません

豪華な雰囲気をただよわせる最高級の床タイル

マチコロイヤルは、良い材料をすぐれた技術で加工、いっそう品質を高めた最高傑作です。色は、インテリアデザイナーが最も使いやすいようにまとめあげた6色。明度・彩度ともひかえ目。高級タイルにふさわしいエレガントな味をだしています。ロイヤルを敷きつめたフロアは、まさに“ロイヤルルーム”の風格です。

人通りのはげしい場所にはとくにおすすめします。

マチコロイヤルは、ビルのエレベーターホールや階段、廊下などに最適です。もちろん、オフィスにも使えます。ホテル、レストラン、喫茶店、銀行、デパート、病院など、人の集まる場所にはドシドシご採用ください。

ARCHITECTURAL FLOOR TILE
BY TOYO LINOLEUM

新発売

MATICO Royal

床材の総合メーカー

東洋リノリユーム株式会社

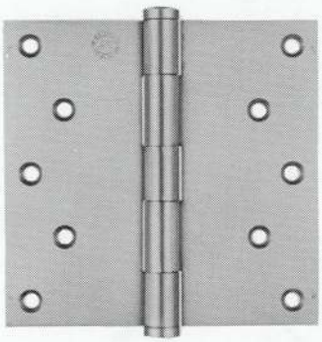
本　社／大阪市南区順慶町通り4－25(順慶町三和ビル)〒542　☎(06)252－2921代
東　京／東京都港区芝琴平町33(琴平町東洋ビル)〒105　☎(03)503－3021代
名古屋／名古屋市中区錦2－2－13(名古屋センタービル)〒460　☎(052)211－5458代
福　岡／福岡市大手門1－4－12　〒812　☎(092)75－0425

Art の製品には……

●ドアーを大切にしハウスキーパーの役目をはたす

アート ST-84（18－8ステンレス） ドアーヒンジ

RAシステム



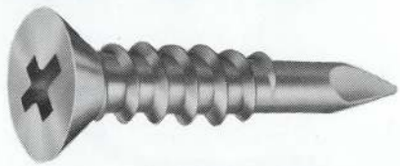
●仕上はサテン仕上です
●ＲＡシステム（90°抜け芯装置付）です
●高精度を誇り、耐蝕性・耐熱性にすぐれ錆びたり変色したりする事はありません
●18－8ステンレス、木ネジ付きです

寸法（㎜） 全長	横巾	板厚（㎜）	木ネジ穴の数	木ネジの太さ及び長さ φ ㎜	梱包数量（枚）
89	89	2.5	6	4.1×25	100
102	102	2.8	8	4.1×25	100
127	102	3.0	10	4.5×32	60
127	127	3.0	10	4.5×32	60

包装・２枚木ネジ付紙函入

●丁番の取付けが簡単、作業能率の向上！

木ネジの革命 スパイラー



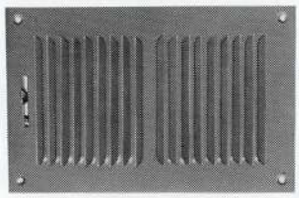
●錐でガイド（下穴）を設ける必要がない。
●全ネジ式ですから密着が良く振動のために抜けてくるようなことはない。
●釘状の部分で木部へ安定した嵌合が出来るのでドライバーの**横滑り**がなく製品を傷めずに固定出来る。
●**表面硬化**をしてあるためにネジ山の破損が少なく**反復作用**によく耐えます。
※〝アート〟のヒンジの中級品以上（ＤＲ-844. ＮＲ-64. ＳＴ-84. ＳＴ-ＳＬ-84-1）には**スパイラー**が附属されています。

●最新型ウォールレジスターセット

EWレジスター ●米国ＦＨＡ規格品

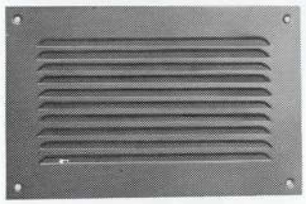
●自然換気により室内の空気はいつも爽やか。
●室内冷暖房の保温調節が容易。
●シャッター120°迄自在調節止め付。
●錆の発生、変色がなく湿度の高い所、バスルーム等にも安心して使用出来る。
●スッキリとしたデザイン中間色の落ちついた色調。
●風雨の晒す場所でも雨の吹込む心配がない。
●ソフトシートにて取付けの際のガタつきがなく、完全密着取付け施工が出来る。

レジスター No.55－R



取付部分切込み寸法 ㎜（吋） 縦	横	表面板寸法（㎜） 縦	横
150（6″）	260（10″）	195	295
150（6″）	310（12″）	195	345
150（6″）	360（14″）	195	395

グリル No.55－G 防虫網付



取付部分切込み寸法 ㎜（吋） 縦	横	表面板寸法（㎜） 縦	横
150（6″）	260（10″）	195	295
150（6″）	310（12″）	195	345
150（6″）	360（14″）	195	395

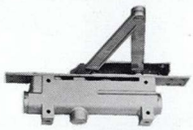
※鉄筋住宅のお部屋の換気、冷暖房装置の通風口には理想的な吸入、排気のレジスター、グリルをセットして使用ください。

Art ●JIS規格表示許可工場 住宅公団・建設省指定メーカー
永和工業株式会社

本　社　大阪市生野区巽矢柄町１２８　TEL大阪（751）1271－5
工　場　東大阪市布市町５０　TEL枚岡（81）５５６６
東京出張所　東京都千代田区外神田3-6-12　TEL東京（253）0317－8

NEW★STAR

NEW★STAR



ドアチェック 60シリーズ



ドアチェック 70シリーズ



ドアチェック 80シリーズ



フロアヒンジ

その他
ラバトリヒンジ
ピポットヒンジ
ドアハンドル

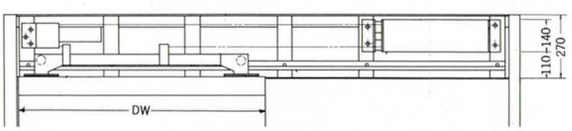


✳ 品質・性能ともに定評ある

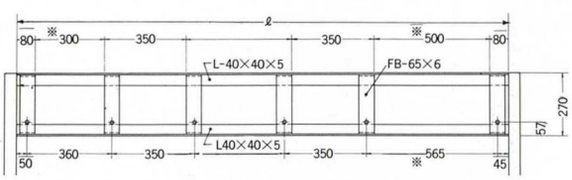
●スイング式・スライド式

ニュースタードアオペレータ

片引き戸内観図



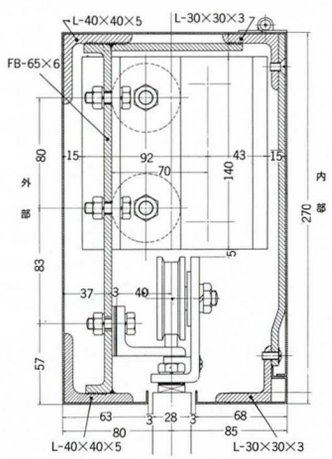
エンジン及ドア関係要領



レール取付板例図

※印寸法は守って下さい。
※印寸法NSL-4の場合は$^{535}_{600}$に変更されます。

上枠断面懸吊要領



※斜線部は客先工事分

■ニュースタースライド式ドアオペレーターの特徴

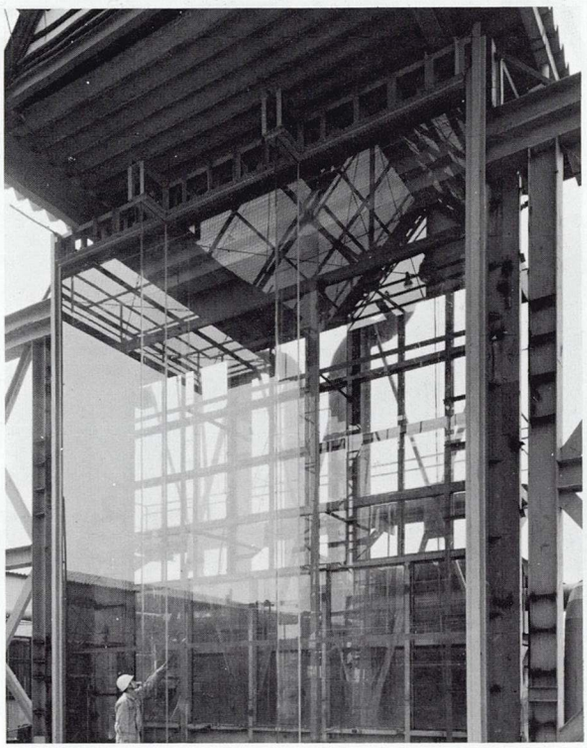
●油圧の長所と電気式の利点とを組合せた新製品です。●油圧装置がついているために閉る速度が「ゆるく」「なめらか」です。●バルブの調整で閉る速度が自由に変えられます。●閉る手前で一旦止って、その后ゆるく閉ります。●停電の場合、すぐに手で軽く開閉が出来ます。●価格が安く、別途工事がほとんどない。●取付工事、保守が非常に簡単です。

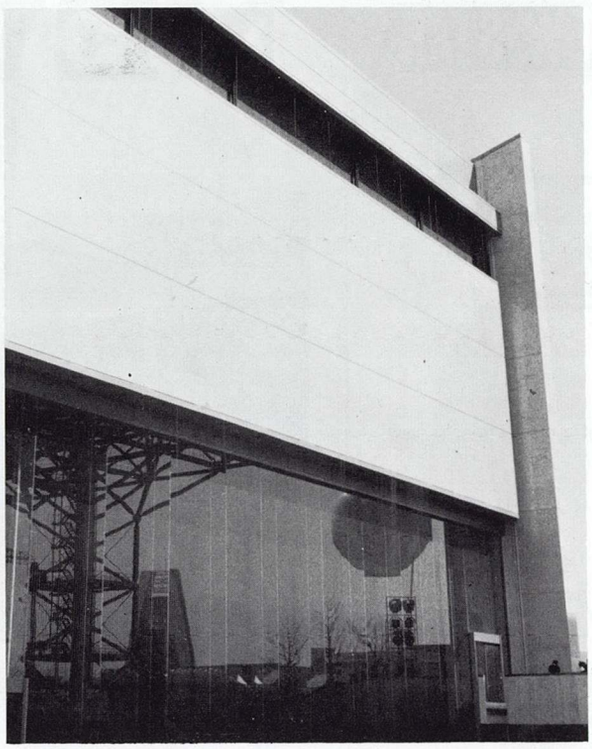
NEW★STAR 50 創業 周年

日本ドアーチエック製造株式會社

本社工場 大阪市生野区巽矢柄町２２２ 電話(06)(758)1251(代)
東京支店 東京都千代田区神田小川町2—12(信愛ビル) 電話(03)(293)4831～5
札幌出張所 札幌市月寒中央通り月寒３１４－１ 電話(0122)(86)8255～6
仙台出張所 仙台市北６番丁１８７ 電話(0222)(34)6049
名古屋出張所 名古屋市北区浪打町２－８０－２ 電話(052)(981)7531～3
広島出張所 広島県安佐郡佐東町緑井２０５ 電話(08287)(7)1611
福岡出張所 福岡市天神４丁目４番２４ 電話(092)(74)2372・3312







日本最大のガラス開口部を実現

万博ホールのグラサード

大板ガラスの特殊構法によるガラス・ファサード「グラサード」は、旭硝子の大型耐風圧・耐震試験機による過酷な実物テストをへて完成された構法です。「グラサード」発売以来4年間、事故やクレームがゼロという実績からも、その安全性が証明されています。

「グラサード」には、その構法によりF, SF, SM, 三つの種類があります。FはFrameless, SはSuspension, MはMetal Mullion を意味する記号です。

写真①は旭硝子研究所の大型耐風圧・耐震試験機にかけられた万国博ホールの「グラサードSF」実物テスト。

写真②は万国博ホールの「グラサードSF」高さ約10m×幅約30mの巨大な透視開口部を構成。

グラサード®

旭硝子

本社■東京都千代田区丸の内2－1－2
郵便番号100 電話(03)211-0411
支店■東京・大阪・小倉
名古屋・札幌・仙台

◀山陽新幹線神戸トンネル布引工区と神戸港ポートアイランドその他の見学会

日　　時　6月13日(土)13.20（集合）→16.30（神戸大橋にて解散）
・雨天でも参ります。

集合場所　国鉄三ノ宮駅山側降車口タクシーのりば・目標会旗。
タクシーで布引橋まで。

行程・解説

(1) 13.30→14.30　大阪新幹線工事局神戸工事区事務所（神戸市葺合区生田町1丁目，電話 078-22-6455）にて工事について説明をうけ，トンネルと新神戸駅および高架橋の基礎工事を見学する。

神戸トンネル工事の概要

設計監理　日本国有鉄道大阪新幹線工事局
施　　工　株式会社　奥　村　組
延　　長　7,970m
断 面 積　新幹線標準型（内空断面 66.3㎡）
掘 さ く　　70万㎥
コンクリート　16万㎥

神戸トンネルは新神戸駅(仮称)を出てすぐ坑口を設け，西に進み，碇山・鵯越を過ぎて神戸市須磨区車付近に至る上記延長の長大トンネルです。

本トンネルは地質的に硬質の布引花崗岩が大部分を占め，すでに昨年8月に全工区が貫通しています。

14.30　見学後，中央市民病院前からタクシーに分乗して神戸港の旅客船ターミナルへ。

(2) 15.00→16.00　旅客船ターミナルの見学

建築工事の概要

所 在 地　神戸市生田区新港町新港第4突堤
設計監理　日建設計工務株式会社
施　　工　清水建設株式会社

建築概要

S　造　3階建　延11,945㎡　1階は貨物，2・3階は旅客専用
〃　　3階建　延14,261㎡　駐車場2階―乗用車・3階―バス用
RC造　平家建　　3,245㎡　倉庫その他
〃　　3階建　延 8,785㎡　改造
工　　期　昭和44年3月→昭和45年7月（改造のみ未完成）

この旅客船ターミナルは現在中突堤以外に港に親しむことの少ない市民のために，ロビー，レストラン，ショッピングセンター，送迎用デッキに自由に出入することができるようにしてある。

(3) 16.00→16.30　神戸大橋とポートアイランドの見学

○神戸大橋の概要

構造型式　箱桁で補剛した3径間連続アーチ橋
等　　級　1等橋
橋　　長　319m
スパン割　51m+217m+51m
幅　　巾　上路車道　14m（未完成）
　　下路車道　14m
　　下路歩道　2×2.25m
主 橋 脚　ニューマチックケーソン基礎
側 橋 脚　鋼管杭基礎

神戸大橋は1日約5万台の交通量に対して計画され，わが国初めてのダブルデッキ（二重橋）の長大橋です。去る4月10日旅客船ターミナルとともに落成式が挙行され，渡り初めがありました。

○ポートアイランド埋立工事の概要

埋立土量　6,880万㎥
埋立面積　　425万㎡　見学時　15%完了

この土砂は昨年9月25日見学した須磨，高倉山からプッシャーバージにより海上16kmを運搬され，跡地には住宅地が造成されます。

ポートアイランドの完成予定は昭和50年度です。

定　　員　30名

申　　込　往復はがきに限ります。はがきには1枚1名限りとし，氏名・勤務先名および所在地・連絡電話番号・返信用宛名・郵便番号を記入の上5月31日までに事業課へ。ただし定員を超過したときは抽せんにて決定し，ご通知いたします。

◀本山アーバンライフ新築工事の見学会

日　　時　7月3日（金）15.00（集合）→17.00（解散）
（14.30　国電大阪発下り快速乗車，芦屋にて普通に乗換え14.50 摂津本山下車）・運賃は各自負担。

集合場所　国鉄　摂津本山，海側駅前・目標会旗。

施　　主　昭和土地開発株式会社
企画・販売　アーバンライフ株式会社
設計・監理　㈱アーバンライフ建築事務所
施　　工　株式会社　竹中工務店
所 在 地　神戸市東灘区本山町田中60
（電話 078-41-9942　竹中工務店作業所）
国鉄　摂津本山駅前・阪急　岡本駅から3分

建築概要

敷地面積　3,177.53㎡
建築面積　1,914.85㎡
総 面 積　10,894.00㎡
構造・規模　鉄筋コンクリート造　地上7階建，塔屋2階
戸　　数　90戸
ガレージ　37台
工　　期　昭和44年8月→昭和45年8月

定　　員　30名

申　　込　往復はがきに限ります。はがきには1枚に1名限りとし，氏名・勤務先名および所在地・連絡電話番号・返信用宛名・郵便番号を記入の上6月20日までに事業課へ。

◀ 定時評議員会決議お知らせ

昭和45年3月27日開催の定時評議員会におきまして，下記のとおり夫々承認可決されましたのでここに会告いたします。

1. **議長，副議長の選任**

議　長　小川　正氏（竹中工務店）
副議長　中野吉祢氏（住宅団地サービス）

2. **役員の選任**

会長，副会長2名　理事13名が選任されました。

昭和45年4月新・(重)任・留任理事氏名

	新・(重)任	留任
会長	東畑　謙三氏（東畑建築事務所）	
副会長	塚本　猛次氏（日建設計工務） 横尾　義貫氏（京都大学工学部）	松村　雄吉氏（松村組）
理事（技術）	岡橋作太郎氏（日建設計工務） 北垣　智造氏（大阪市建築部） 佐野　正一氏（安井建築設計事務所） 鳥田　家弘氏（神戸大学工学部） 西嶋徳太郎氏（大阪建築事務所）	石崎　潑雄氏（京都大学工学部） 中原　茂氏（中原茂建築事務所） 橋本　忠保氏（住宅公団） 堀内　三郎氏（京都大学工学部） 岩下　久哉氏（鹿島建設） 荒　敏雄氏（近畿地建） 福田　朝生氏（双星社竹腰建築事務所） 矢野　豊作氏（藤木工務店） 山田　義行氏（竹中工務店）
（総合）	浅沼猪之吉氏（浅沼組） 鴻池　藤一氏（鴻池組）	大林　芳郎氏（大林組） 白井　周二氏（清水建設） 銭高　輝之氏（銭高組） 竹中　錬一氏（竹中工務店） 松森　英雄氏（大阪建設業協会）
（電気）	小林　四郎氏（太陽工藤工事） 山本　憲三氏（ヤマト電気）	今元　康彦氏（近畿電気工事）
（管工）	知見　義夫氏（斎藤省三商店）	石田　憲二氏（朝日工業社） 本田　知之氏（大阪電気暖房）
（建材）	田中　政二氏（大鳥応用化学工業） 安田　誠一氏（安田レール）	井上　浄夫氏（井上浄夫商店）
（京都）		高橋　政吉氏（明和管工業）
（兵庫）		越智　隆晴氏（高橋建築事務所）
常務理事		福中定三郎氏（協会事務局長）

◀ 昭和45～6年度支部選出評議員の選任

各支部選出の新評議員に下記の方が夫々当選せられました。

（京　都）

高原道夫氏（京都工芸繊維大学）
中山　保氏（京都市住宅供給公社）
八田　実氏（生産開発科学研究所）
森田英一氏（伏見高等学校）

（和歌山）

宇治田政雄氏（宇治田建築工芸社）
井崎哲也氏（井崎工務店）

（中　国）

磯谷喜久一氏（広島県住宅供給公社）
武藤　享氏（広島県土木建築部営繕課）

（兵　庫）

置塩　光氏（置塩建築事務所）
坂本勝比古氏（神戸市監査事務局）
中川初子氏（神戸地下街㈱）
猪沢徳忠氏（兵庫県建築部営繕課）
岩佐直則氏（岩佐建築設計事務所）
大海一雄氏（神戸市住宅局営繕部）
} 任期1年

◀ 近畿建築会館建設資金借入金の一部償還当選お知らせ

先年会館設置に際し，建設資金として借用いたしましたものに就て，これの一部償還の抽せんを3月27日定時評議員会席上において執り行ないましたところ，下記のとおり償還が決定いたしましたのでお知らせ申し上げます。尚償還金のお支払は6月1日より行ないます。

記

㈱大本組	20,000円
奥村組土木興業㈱	30,000円
亀井㈱	50,000円
東洋建設工業㈱	10,000円
東陶機器㈱	300,000円
㈱長谷川工務店	20,000円
㈱青木建設	30,000円
五洋建設㈱	20,000円
安田レール㈱	50,000円
計	530,000円

◀日本建築協会昭和45年度収支予算

——去る3月27日開催の定時評議員会において承認されました。——

一般勘定

収入の部

科目	費目	金額
会費収入	正会員	14,700,000円
	団体会員	7,800,000
	地方会員	840,000
	准会員	1,260,000
	計	24,600,000
事業収入	雑誌収入	17,000,000
	講演講習会収入	3,340,000
	集会収入	1,925,000
	契約々款売上収入	1,500,000
	図書出版収入	11,575,000
	データシート収入	2,560,000
	住宅相談所収入	3,800,000
	会員名簿収入	5,350,000
	雑	1,070,000
	計	48,120,000
雑収入	雑収入	50,000
	計	50,000
合計		72,770,000

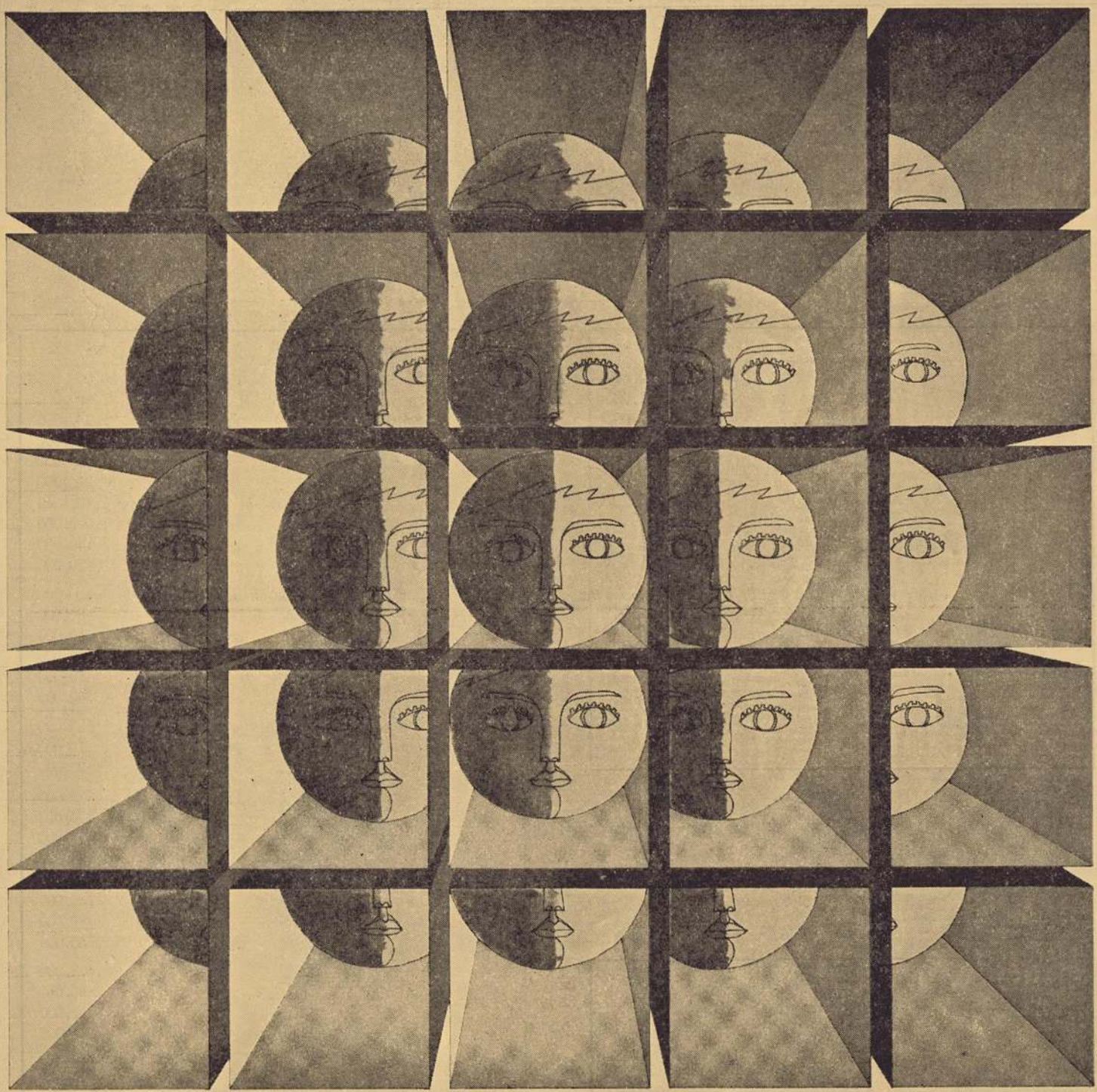
支出の部

科目	費目	金額
事業費	雑誌費	20,000,000円
	講演講習会費	2,820,000
	集会費	2,200,000
	図書出版費	9,400,000
	データシート出版費	2,560,000
	調査費	200,000
	住宅相談所費	3,600,000
	会員名簿発行費	5,000,000
	雑	3,140,000
	計	48,920,000
会議費	総会評議員会費	200,000
	理事会費	80,000
	部会費	50,000
	常設委員会費	420,000
	特別委員会費	50,000
	計	800,000
支部費	支部交付金	560,000
	支部補助金	120,000
	計	680,000
事務費	電話料	420,000
	通信費	30,000
	旅費交通費	480,000
	集金費	1,170,000
	印刷物費	240,000
	文房具費	240,000
	雑費	180,000
	計	2,760,000
給与	本給	9,623,000
	家族手当	60,000
	役職手当	552,000
	超勤手当	200,000
	賞与	3,609,000
	計	14,044,000
厚生費	健康保険料	360,000
	厚生年金保険料	222,000
	失業保険料	84,000
	労災保険料	30,000
	職員福利費	180,000
	計	876,000
賦課金	賦課金	60,000
	計	60,000
会館勘定繰入金	会館勘定繰入金	2,600,000
	計	2,600,000
退職金引当金	退職金引当金	800,000
	計	800,000
償却金	什器償却金	50,000
	計	50,000
予備費	予備費	1,180,000
	計	1,180,000
合計		72,770,000

会館特別勘定

科目	費目	金額
収入の部		
繰入金	第2繰入金	2,600,000円
貸室料	貸室料	300,000
雑収入	雑収入	120,000
合計		3,020,000
支出の部		
支払利息	借入金利子	182,000
経費	電気料	135,000
	瓦斯料	156,000
	水道料	24,000
	借地料	725,000
	火災保険料	16,000
	公課	169,000
	修理費	150,000
	給与	512,000
	雑費	240,000
	計	2,127,000
償却金	建物償却金	587,000
	什器償却金	90,000
	計	677,000
合計		2,986,000
差引剰余金		34,000

ARCHITECTURAL CONVENTION
OF JAPAN



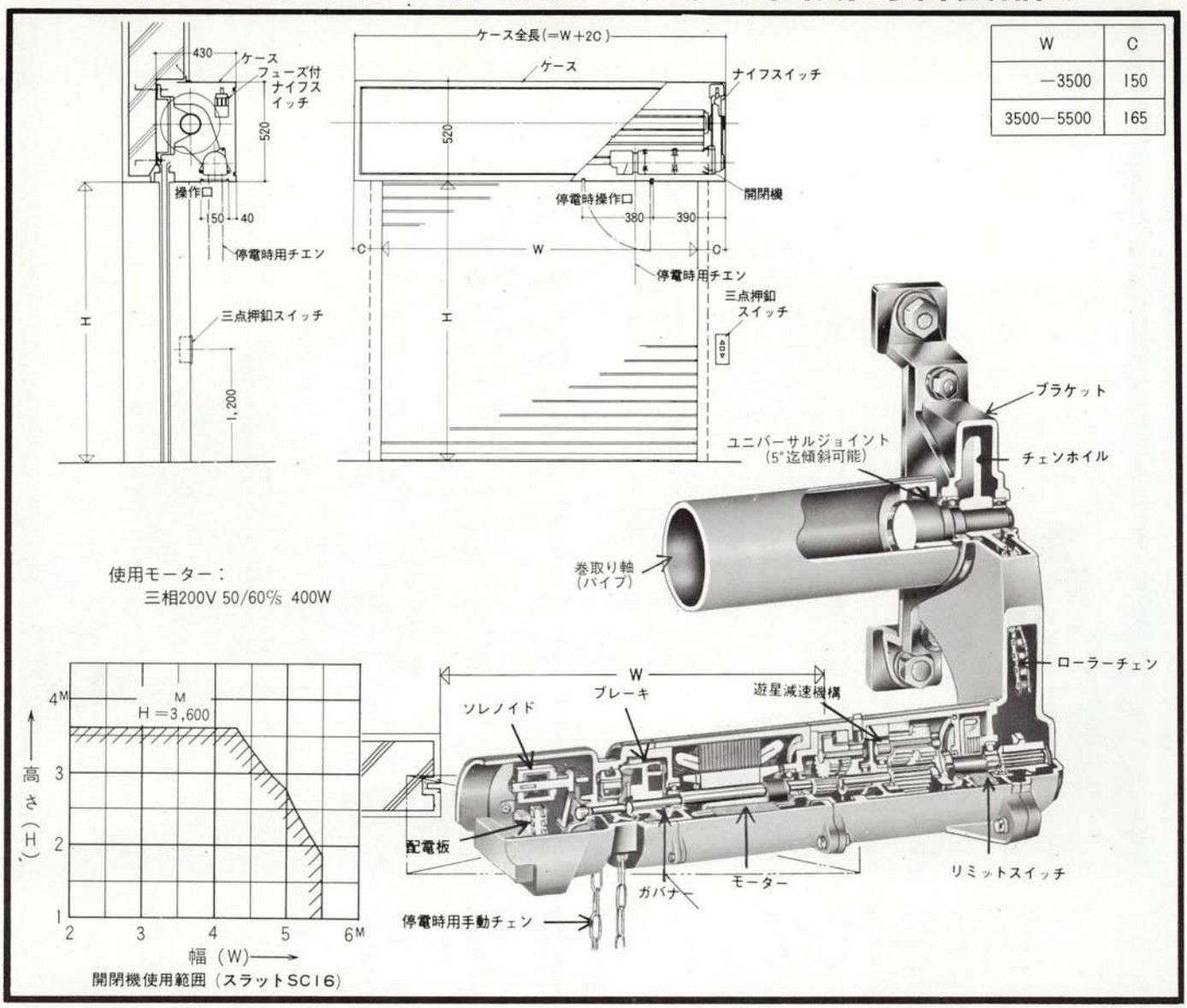
第2回 日本建築祭

●EXPO'70日本万国博記念　●建築8団体連合
●大会——7月23日(木)午前10時より—万国博会場お祭り広場にて
●懇親会——7月23日(木)午後6時より—太閤園にて
●記念講演会——7月24日(金)午後1時より—朝日生命ホールにて
●記念出版——日本万国博建築写真・資料集刊行

■共催団体——建築業協会・全国建設業協会・全国建築士事務所協会連合会・全日本建築士会
日本建築家協会・日本建築学会・日本建築協会・日本建築士会連合会

■後援——建設省・通商産業省・大阪府・大阪市
日本万国博覧会協会

日本のシャッター界をリードする画期的新製品!!



W	C
—3500	150
3500—5500	165

開閉機使用範囲(スラットSC16)

L型 電動開閉機

出願中　特許　リミットスイッチ　ガバナー機構　手動機構　実用新案　巻取り軸との連結機構　およびL型機構　チエン収納箱

L型電動開閉機は、日本シャッター技術研究所において、長年にわたり、国立大学精密機械工学部諸教授の指導をあおぎつつ、当社技術陣が総力をあげて研究開発し、遂に従来の開閉機の概念を破って完成した画期的な新製品です。

この開閉機には独創に満ちた新機構が数多く取り入れられており(特許3件、実用新案2件を出願中)、減速機、モーター、ブレーキ機構、停電時用手動装置はもとより、リミットスイッチ、配電板に至るまで、すべてを一つの円筒内にコンパクトに納めてあります。

従って、建築設計上の納りが非常に簡単で、しかも、取付やその後の保守点検等も楽にできるよう考案されております。

これらの点から見て、従来の製品に比べ総ゆる点に秀れており、シャッター開閉機の決定版といえるでしょう。

●特長●

1. 開閉機を設ける場所の心配がいりません。
2. 凸部のない真直なシャッターケース。
3. 袖壁は不用です。
4. 減速機構はすべて完全密閉式です。
5. 小型で耐久力に富む減速機構。
6. 給油の必要がありません。
7. エンドレス強力ローラーチエンの内造。
8. リミット・スイッチを完全に内造。
9. 手動操作をひとつにしました。
10. ヒューズ装置の取付けが可能。
11. 一斉・両面・遠隔操作いづれも可能です。

株式会社 日本シャッター製作所

本　　社　大阪市東淀川区田川通6丁目38番地　電話代(301)3656
枚方工場　枚方市大字招提　大阪府中小企業団地内　電話(0720)(57)4535～6
東京工場　川崎市新丸子東3丁目1159番地　電話代中原(41)6325
名古屋工場　名古屋市中川区北江町2丁目12番地　電話代(361)7441
九州工場　福岡市粕屋町仲原釜屋2727番地　電話代(65)6131

営業所　仙台・東部・城西・横浜　静岡・北陸・神戸・岡山　高松・広島・北九州・大分　宮崎・鹿児島



新時代の建築をリードする!!

ダイケンサッシのDR-60

レディーメード・アルミサッシ

■耐風圧強度　風圧200㎏/㎡の大型台風にもビクともしません。

■気密性　すぐれた気密性を持ち、遮音暖冷房負荷にも好結果をもたらします。

■割安の低価格　枠見込70㎜にまさるとも劣らない高性能を持ち、しかもお値段がグーンと低いお買い得サッシです。

JIS表示許可工場／KJA認定工場

ダイケンサッシ株式会社

■本社・工場　堺市松屋町1-6　TEL.0722(38)1141大代表

法令コーナー

33

日本建築協会法規委員会

質疑などの投稿をお待ちしております

◇ 法 令 解 説

風致地区内における建築等の規制に関する大阪府条例の制定について

新都市計画法が昨年6月に施行になりましたが，風致地区における建築等の制限については，同法第58条で「風致地区内における建築物の建築，宅地の造成，木竹の伐採その他の行為については，政令で定める基準に従い，都道府県の条例で，都市の風致を維持するため必要な規制をすることができる。」となっており，都道府県（指定都市を含む）で条例を定める必要があるわけです。

一方，同法の施行法第5条で，経過措置として「新法の施行の日から起算して一年を経過するまでの間は，なお旧法第11条の規定の例による。」こととなっており，したがって，本年6月13日までは，旧都市計画法第11条および，同法に基づく府の規則によるわけですが，昨年の12月に，法第58条の規定に基づいて「政令」が公布され，規制の基準が示されましたので，この度，大阪府では，この政令の基準によって「風致地区内における建築等の規制に関する条例」が制定され，本年6月14日から施行されることになりました。

次にその概要を紹介してみましょう。

旧法による規制と異なるところは，従来明確でなかった点を改め，風致地区行政の目標および規制の内容をできる限り明確にするとともに，大規模な宅地の造成についての規制が強化されたことです。

許可を要する行為として，**第2条**で

「風致地区において，次の各号に揚げる行為をしようとする者は，規則で定めるところにより，あらかじめ，知事の許可を受けなければならない。

1. 建築物その他の工作物の新築，改築，増築，または移転。
2. 宅地の造成，土地の開墾その他の土地の形質の変更。
3. 水面の埋立てまたは干拓。
4. 木竹の伐採。
5. 土石の類の採取。
6. 建築物等の色彩の変更。

と規定しており，一方，許可を要しない行為として都市計画事業として行なう行為，10㎡以下の建築物の新築，改築，増築，移転等の軽易な行為を規定しています。

また府，国または大阪市の機関が行なう行為については，許可を要しないが，あらかじめ知事と協議しなければならないことになっています。

第3条では，適用除外として，国土保全施設，道路交通施設，気象等の観測施設，都市公園施設の設置などの公益的施設は，許可または協議を要しないが，あらかじめ，知事に通知しなければならないことになっています。

許可の基準については，**第4条**で

「知事は，第2条第1項各号に揚げる行為で次の各号に定める基準に適合しないものについては，同項の許可をしてはならない。」と規定しています。

この許可の基準は，まとめてみますと**表1**のごとくになります。

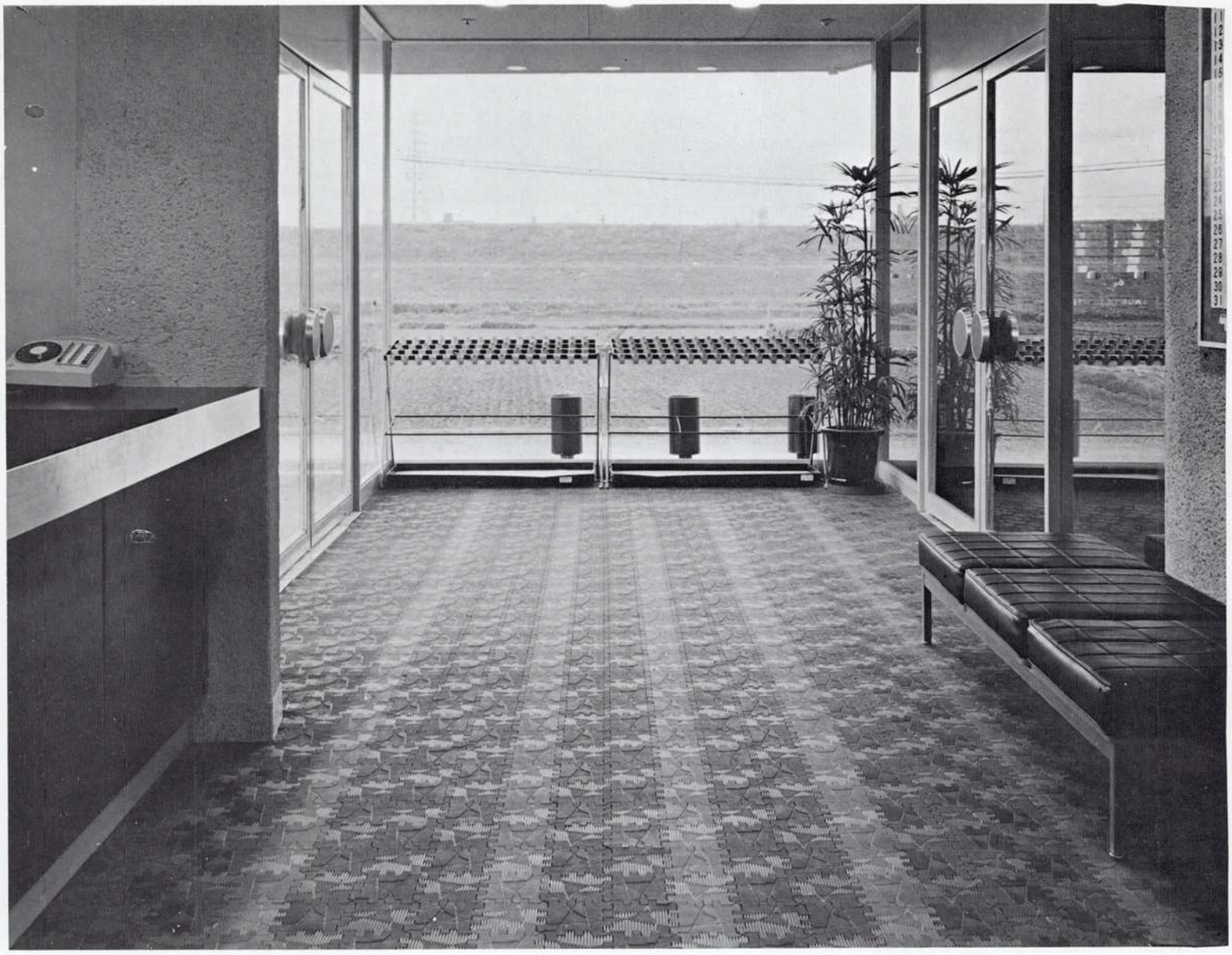
風致地区内における建築物等の規制に関する条例は，大阪府以外の都道府県，指定都市においても同様に制定されるものと思いますが，地方の実情によって若干規制の内容が異なることがあるものと考えられます。

なお大阪府では，本条例の施行に際して，規則の制定，ならびに現行風致地区の改廃が行なわれる見込です。府における事務取扱いの窓口は，土木部公園課になります。

（大阪府建築部　**片田俊彦**）

表1：許 可 基 準 の 概 要

			(1) 高さ制限	(2) 建ぺい率	(3) 敷地境界線からの壁面後退 道路側	(3) 敷地境界線からの壁面後退 その他	(4) 当該土地，及び周辺の土地における風致との調和	(5) 敷地が造成された土地等である場合	(6) 構造
1. 建築物等の新築，改築，増築，移転	イ．建築物（仮設及び地下に設けるものを除く）	新築	15m以下	1/10 以下	1.8m以上	1.0m以上	位置，形態，及び意匠について著しく不調和でないこと	植栽その他の措置を行なう	—
		増築						—	—
		改築	改築前の高さ以下	—	—	—		—	—
		移転	—	—	1.8m以上	1.0m以上	位置について著しく不調和でないこと	—	—
	ロ．工作物（仮設及び地下に設けるものを除く）	新築増築	—	—	—	—	位置，規模，形態，及び意匠について著しく不調和でないこと	—	—
		改築	—	—	—	—	規模，形態，及び意匠について著しく不調和でないこと	—	—
		移転	—	—	—	—	位置について著しく不調和でないこと	—	—
	ハ．仮設の建築物	新築増築	—	—	—	—	規模及び形態について著しく不調和でないこと	—	容易に移転し，又は除却できるもの
	ニ．地下に設ける建築物等	新築増築	—	—	—	—	位置及び規模について，支障を及ぼすおそれが少ないこと	—	—
2. 宅地の造成，土地の開墾その他の土地の形質の変更	植栽その他の措置を行なうことにより，変更後の地貌が周辺の風致と著しく不調和でなく，かつ木竹の生育に支障を及ぼすおそれが少ないこと				面積が1haをこえる土地の形質の変更について 1)高さが5mをこえるのりを生ずる切土，盛土を伴わないこと 2)風致の維持上，特に枢要であるとして指定された1ha以上の森林の伐採を伴なわないこと				
3. 水面の埋立て，または干拓	同上				—				
4. 木材の伐採	周辺の風致をそこなうおそれの少ないもので，かつ次のいづれかに該当するもの (イ)建築物等の建築，宅地の造成をするため必要最小限度の木材の伐採　(ロ)森林の択伐 (ハ)伐採後の成林が確実な森林の皆伐で1ha以下のもの								
5. 土石類の採取	周辺の風致の維持に支障を及ぼすおそれが少ないもので，かつ露天掘りによらないもの，または露天掘りにあっては，必要な埋もどしまたは植栽をするものであること。								
6. 建築物等の色彩の変更	周辺の風致と調和するものであること								

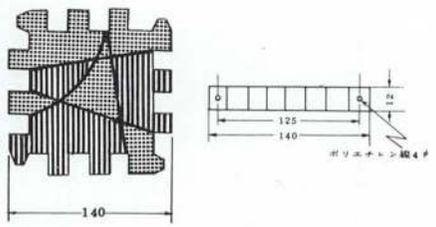


各種玄関マット設計製作　ミヅシマ

ウルトラインマット

（ウルトラセン）

〈詳細図〉



〈規格色〉赤・白・緑・鼠・青

玄関に
ハイセンスを！

マットは
トップメーカーの
ミヅシマ製品を
お選び下さい

ウルトラインマット試験表

- **耐摩耗試験**－摩耗減量 0.0035グラム
  試験条件 テーバー摩耗試験機 荷重 500グラム
  回転速度 57r.p.m.1000回転
- **熱収縮試験（膨張）**
  40℃±1℃3時間変化なし－5℃3時間 縦（－0.10%） 横（－0.17%）
- **耐薬品試験** 浸漬条件30℃×31日間重量変化率
  3%H_2SO_4（≦0.1%）10%NA_0H（≦0.1%）
  植物油（白絞油）（5.2%）（30℃×5日間）
- **耐水試験** 浸漬条件23℃×24時間0.07%

ミヅシマ

おそうじ百貨

ミヅシマ工業株式会社

営業本部／大阪市西区北堀江上通一丁目20　TEL（531）7571～4
本社工場／京都市南区久世築山町 380の2　TEL（921）6361～3

〈営業所〉
東　京／TEL（667）8844（代）
名古屋／TEL（911）4306～7
京都第1／TEL（221）5363・0214
京都第2／TEL（312）6051
大　阪／TEL（531）7571～4
福　岡／TEL（27）2331（代）
北九州／TEL（57）3579

読者の頁

投稿をおまちしております。掲載の分には規定の稿料を差上げます。

□ 大正区千島開発計画

（本年3月号の続き）

Ⅵ 計画手段の策定

前述の目標に沿って進められた本計画は，

1. 配置構成上，住棟と公園が一体化した公園住区を計画すること。
2. 高密度化した大正区民の避難，救助，復興の拠点，いわゆる防災拠点としての機能を持つこと。
3. 災害時には避難路として機能し，日常生活においては自動車から開放された歩行者のみの空間，すなわち歩行者軸というネット・ワークを大正区全域にはりめぐらす。
4. 巨大化し，煩雑な街と化した大阪市全域を視覚的にも判りやすい街にするため，西部大阪のシンボルとしてランド・マークをセットすること。

等の手段により施設計画を配慮し，大正区のセンターとして機能し，大正区全体のイメージアップをはかるよう策定している。

1. 公園住区

大都市においては，都市生活の質という意味において，オープン・スペースの重要性は言うまでもない。そのオープンスペースを生み出す方策として，特定街区，容積制等種々の手法が検討されているが，全体として量を確保するに致っていない。また面開発住宅建設事業により生み出されるオープン・スペースも，用地費および家賃等の制約があるため，容積率200％以上を要求される住棟間のプライバシー・ゾーンであったり，眺めるためのオープン・スペースだったり，駐車場であったりしての機能しか持ち得ず，狭少なオープン・スペースしか生み出していない。

本計画においては，当初大阪市が全体敷地を公園にする計画から出発し，全体敷地17haのうち5haを住宅用地として公団が買収し，住宅建設を行うと発表してきたものであるため，都市計画公園事業と住宅建設事業の相互融合的計画として，敷地割り配置計画が練られた。

住棟配置においては住宅部分を極度に圧縮し，容積率212％という高密度にした。一方公園のオープン・スペースが住宅入居者用のものでなく，広く大正区民のための有効オープン・スペースとして広々としたスケール感を与えるべく，南側，西側は大きく開けたオープンスペースとして機能するよう計画された。また，各種都市施設を当計画に導入することにより，利用度の高い有効オープン・スペースとなるよう計画された。

今後もこのように，再開発公園が生み出されることと思われるが，自治体の積極的指導，援助が期待される。しかしながらメインテナンスの問題，建物ファサード等今後の細部設計において検討されるべき点が多く残っている。

2. 防災計画

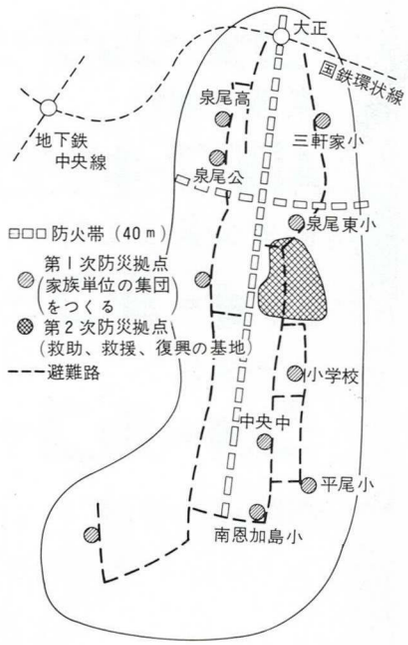
近来，大都市においては，エネルギー源の大幅な増大により，災害時の危険性は年々増大している。特に，街中においては，ガソリン・スタンド，工場の危険物，ガソリンをかかえた自動車等，爆発の危険性のあるもので溢れている。一方，市街地のオープン・スペースは減少し，都市の安全性が低下し，危険性が増大してきている。これらのもたらす大地震時の災害の悲惨さは予想もできず，関東大震災が物語っているように単なる建物倒壊にとどまらず，種々の災害が重複した複合火災となる。すなわち，地震により建物倒壊がおこり火事を発生させ，ガソリン・スタンドなどの危険物を爆発させ，これらが避難障害をまねく。またつぎ足しで高くした構造的に弱い堤防は破壊し，浸水し，種々の油類を浮遊させ，火災延焼速度を増大し，大災害となる。

これらに対処すべく，東京江東地区においては，防災都市計画が策定され，再開発事業への説得の論理として推進の大きな力となっている。大正区は，地形，都市形成過程において類似点が多く，防災計画を当計画においても展開してみた。

大災害時には，あらゆる都市施設および供給施設は，破壊，分断されるため，外部の火炎，有害ガス等から安全な避難，救助，復興の基地である防災拠点と，老人，子供が安全に歩いて達せられる避難路のネットワークを確保する2点が重要である。

災害時の避難システムは，家族単位で住宅付近の学校等の空地(第1次防災拠点)に集まり，ここで混乱のない集団行動の単位をつくる。集められた家族単位の集団は，リーダーに導かれて当計画敷地(第2次防災拠点)に移る。この第2次防災拠点として機能するため，当計画敷地はO.P.7m以上に盛土をほどこし，浸水から安全であり，救助，復興の拠点としてのとりでとなる。各種施設としては，避難者を指揮する機関として，区役所・警察署，救助機関として保健所・診療所，また復興機関として市の工営所等が考えられる。また避難時の食料としては，地区内のスーパー・マーケット，その他店舗があてられ，飲料水としては住宅の受水槽の400tが区民10万人の4日間分としてあてがわれる。

配置計画上は，火災時の火災の輻射熱から安全なよう考慮されねばならないが，これは周辺の可燃建築物および危険物の関係で決まるものであり，当計画においては当敷地西側の本田大運橋線（40m）が防火帯となるので，東側の木津川沿岸工場群からの火災にそなえ熱を遮断すべく，棟配置が考えられている。



防災システム図

3. 歩行者軸

住宅地における道路は，車という侵入者が街を犯していなかった頃は，メンコ・石けり・とおりゃんせなど子供達の喜びの声で満ちあふれ，子供の楽園であった。また大人達にとっても，立話や縁台将棋，お祭りのパレード等個人と社会の接触の場であった。しかしながら，現代は「遊びません，こわい車の通るみち」という交通標語が表現しているように，人間をかっての楽園から追いやってしまった。

当計画においてはこの計画敷地を通り，周辺地域にのびる歩行者軸を計画した。歩行者軸は，児童公園，運動公園，社寺等を結ぶ1種のパーク・ベルト(park belt)のようであり，自然と馴れ親しむと同時に，商店街，娯楽施設等も結び，夜も活気ある，人が真に人たり得る空間の連続したものである。また時には，瞑想し，内省し，審美する空間であり，また時には都市住民であることを感嘆し，よろこぶ空間が有機的につながった多様性のある空間である。

またその構造は，自動車路とは立体で交わり，自転車，乳母車は自由に通れ，大災害時には日常親しんだこの歩行者軸が避難路となり，防災拠点へ達することになる。

この歩行者軸の設定に当たっては，商店街アーケード・公園・社寺等の公園施設，バス停留所・駅等の交通接点，幼稚園・保育所・小学校等の教育施設，その他日常生活諸施設を結んでいった。これにより歩行者軸は，人間の密度が高まることによりポテンシャルが増し，新たに再開発の機能を生むこととなる。まさに道路拡

美装塗床仕上材

チッピー

美装塗壁仕上材

ウォールチッピー

間隙充塡材

ABCコーキングウレタン

内壁美装仕上材

ウォールコートM

内外装材

ウォールコートS

照明器具各種

通気性吸音板

カラ・クリート

フェロ・コン

機械台座用材

ノンシュリンク

コンクリート用接着補修材

クリートボンド

不燃性吸音吹付仕上材

ミクライト

着色耐摩耗性床材

アームストロング

通気吸音板

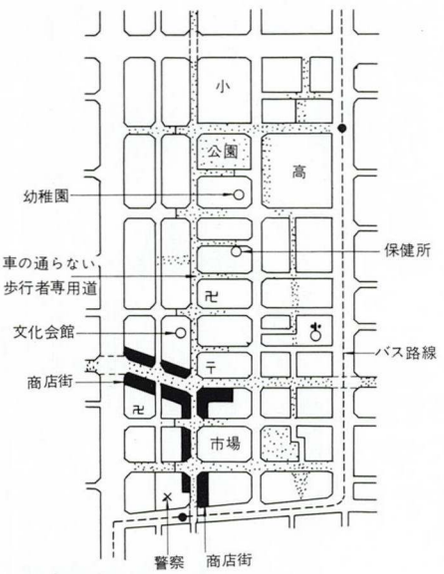


大阪支社
大阪市東淀川区中島町4-8-3
TEL 大阪06－303－1171(代)
水島営業所
TEL 倉敷0864－46－1515
四国営業所
TEL 高松0878－62－6221
神戸営業所
TEL 神戸078－32－2928
京都営業所
TEL 京都075－671－1818

本社
東京都千代田区永田町2-12-14
TEL 東京03-580-1411(大代)
出張所
名古屋・札幌・仙台・北陸
広島・福岡
営業所
北関東・横浜・静岡・宇都宮
千葉
駐在所
金沢・鹿島・長野

幅事業が線型に再開発の要因となり，地区の再編成を行ったと同じように，新らしい地区再編成要因となると思われる。

特に，大正区北部の住工商の混合地区においては，新たに歩行者軸をセットし，人間の強い動線を設定していくことは，用途純化の大きな力となるものと思われ，ネット・ワークとして組み込むことは，周辺に対し与える波及効果は大であると思われる。事業化についても車に対する規制のみで，建物の建て替えをそれほど伴わないため，ある意味では，環境を保ちながら事業化へと進めることができる。千島周辺の空閑地の開発に対しては，このような軸が組み込まれて開発されることが望ましいが，1度に自動車交通をシャット・アウトすることは各戸へのサービス等の点でまだ難点があり，大正区全域にいつの日かこのネットワークがはりめぐらされるような時点を想定しつつ，今計画においては本敷地のみで考えている。



歩行者軸

（既存の街並も街区単位で自動車の通り抜けをなくし，連続した安全な外部空間は都市施設をつなぎ人々のコミニュケーションの場となる。）

4. ランド・マーク

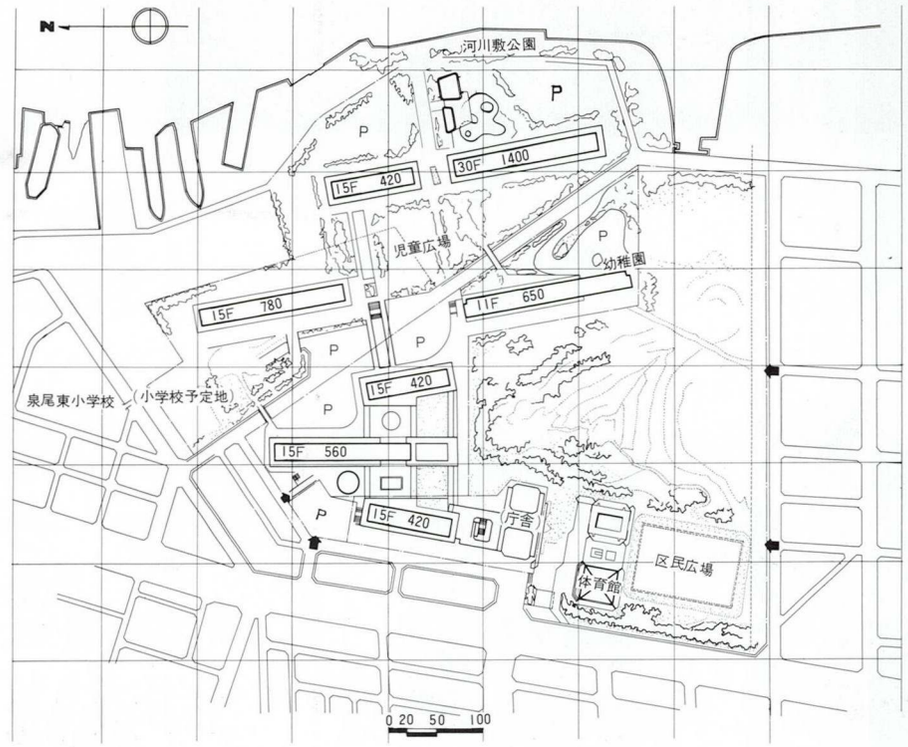
アメリカのアーバン・ディザイナーのケビン・リンチの提案の中に，わかりやすい都市——レジビリティ——という概念がある。都市内において人は，そこでの出来事や眺めを目で見るだけでなく，耳で聞き，周辺の情況を感じながら，次々に生じる出来事・過去の想い出などと有機的に結びつけ，全体を組立て，都市のイメージを構成していく。この中で人は単なる光景の観察者としてだけでなく，環境の中で能動的に働く。都市のイメージの感じ方は一様でなく，個人差はあるが，一般に人が感じるパブリック・イメージが存在する。

パブリック・イメージは都市の各部分を認識しながら，さらに一つの筋の通ったパターンに構成していく。

それには地図，道路標識，高速道路，駅，高層建築，広告塔といった各要素を通じて環境を組み立て，自分の都市内での存在を認識する。自分の都市内での位置方向を感じることは，都市内を自由に動きまわれることに通じ，単なる都市生活上の能率のみか，生活の存在そのものにとっても欠くことができない。そして人間のこの認識は人間の行動を円滑にし，その人の行動，信念，知識を組立てるうえにも大きな助けとなる。一方，地下道とかさかり場でみられる迷路のような“わかりにくさ”は，生活の薬味としての意味はあるが，あくまでこれはわかりやすいパブリック・イメージの枠内で生ずるべき事柄である。

本計画は大阪市をパブリック・イメージの構成しやすい“わかりやすい都市”にするための方策をそなえているべく計画が練られた。

当地区を視覚的にとらえるには二つの視点，すなわち第二阪神高架道路と，国鉄環状線からの視点である。第二阪神高架道路を神戸方面から走行して来る際，大阪の街並みから特出したこの港のみえる丘上の建築群はビスタ・ポイントとなり，遠方で見るときは一種の好奇心を呼び，近接するにしたがい，当地区の建物，丘の緑来は，“大阪にた”と感じると同時に，大阪のイメージを最初に感じる大阪の顔となる。また国鉄環状線の車窓から何気なくみる景色の中にある当地区の建築群と緑は，大阪西部のイメージ・アップの一助となろう。また電車内からの時間的，空間的変化により，移りゆく景観の変化を楽しむこととなろう。このように変化する視点から住棟配置がねられ，ランドマークとしての超高層住宅も本計画に盛り込まれている。



千島計画

Ⅶ 施設計画概要

目標の項で述べたように，周辺地域の持つ都市的欠陥を除去するという目標にしたがい，現在大正区民都市施設で老朽化した施設，また生活関連施設で大正区に欠けている施設および地区のイメージを高めるに役立つと思われる施設を中心に大阪市と接渉し，下記のような施設を建設する方向で市当局も積極的に計画中である。なお大阪市の施設は公団一般市街地の融資により建設する予定である。

○区センター施設

区役所	6,100㎡（区民ホールを含む）
保健所	1,460㎡
総合福祉センター	1,140㎡（集会室・結婚式場・和室等）
図書館	1,000㎡（児童読書室・一般用図書室）
警察署	4,500㎡

○公園施設

体育館	3,080㎡（練習用バスケット・2面運動広場用の更衣室）
プール	25×25m（幼児用プール・一般用更衣室・シャワー室）
運動広場	（サッカー場等）

○住宅施設

購買施設	スーパーマーケット 1000㎡ 小売店舗 50店舗 一般小売店舗 32店舗 飲食店 10店舗 サービス店舗 8店舗
銀行	130㎡
郵便局	115㎡
派出所	66㎡
管理事務所	67㎡（含 管理作業所）
集会室	400㎡
診療所	240㎡（内科・小児科・歯科・産婦人科）
幼稚園	420㎡ 3クラス 園児 120人
保育所	350㎡ 園児数 97人

Ⅷ 地区計画概要

	敷地面積	計画戸数	人口
千島計画	264,000M²	4,640戸	13,700人
第1次計画	178,350	2,040	6,000
面開発	50,000	1,620	
一般市街地	12,600	420	
公園	116,750	—	
第2次計画	85,650	2,600	7,700
O住区	35,500	780	
K住区	50,150	1,820	

人口密度	970人/ha
容積率	215%
駐車場 第1次計画	680台
駐車場 第2次計画	600台
建ペイ率	21.2%
建物延床面積 住宅	268,000㎡
建物延床面積 施設	25,000㎡

日本住宅公団計画部市街地住宅課 西野 公
社本孝夫



日進式ボード下地天井
日進式遮音パーティション

軽量・強度・耐火・耐震・遮音・合理的施工法

天井・間仕切・アルミニウムのことなら 何でも ご相談下さい

株式会社 奥村重兵衛商店

大阪市北区木幡町60　電話大　阪（364）4131
福岡市住吉松月町293　電話福　岡（29）0459
東京都太田区南馬込4－1－18　電話東　京（772）7856
名古屋市中村区志摩町4の7　電話名古屋（551）3013

建築と社会
ニュース

ニュース原稿をお送りください。

■ 千里中央地区センターの各施設

大阪市の中心部から北へ15キロメートルに位置する千里ニュータウンは，面積1,160ヘクタール，戸数37,300戸，人口15万人の規模をもつわが国最初の「作られた住宅都市」である。

ニュータウン全体は12の住区から構成され，1住区は2,000～3,000戸からなる。そしてこの住区がそれぞれ3～4個集まって中央，北，南の3つの地区に分かれている。全体の土地利用の比率は，住宅用地44%，道路22%，公園緑地24%業務公共用地10%となっている。

中央地区センターは，御堂筋線，中央環状線，千里北通に接する約30ヘクタールの敷地に建設される大阪北部の副都心である。

全体の敷地は，大きな幹線道路によって中央ブロック，東ブロック，西ブロック，南ブロックの4つに分けられ，中央ブロックには地下鉄を軸にした専門店街や，これと交差する2つの百貨店，センタービル，公会堂，文化会館，娯楽センターなどがあり，東ブロックにはホテル，西ブロックには事務所と冷暖房プラント，南ブロックにはドライブインなどの施設が配置されている。

そして将来の自動車交通量を予測して，最終的に約8,000台の駐車スペースが計画されている。

専門店街

中央ブロックのほぼ中央を，南北方向に約200の専門店が長さ530メートルにわたって対面して並び，その地下2階には高速鉄軌道プラットホームがつくられる。

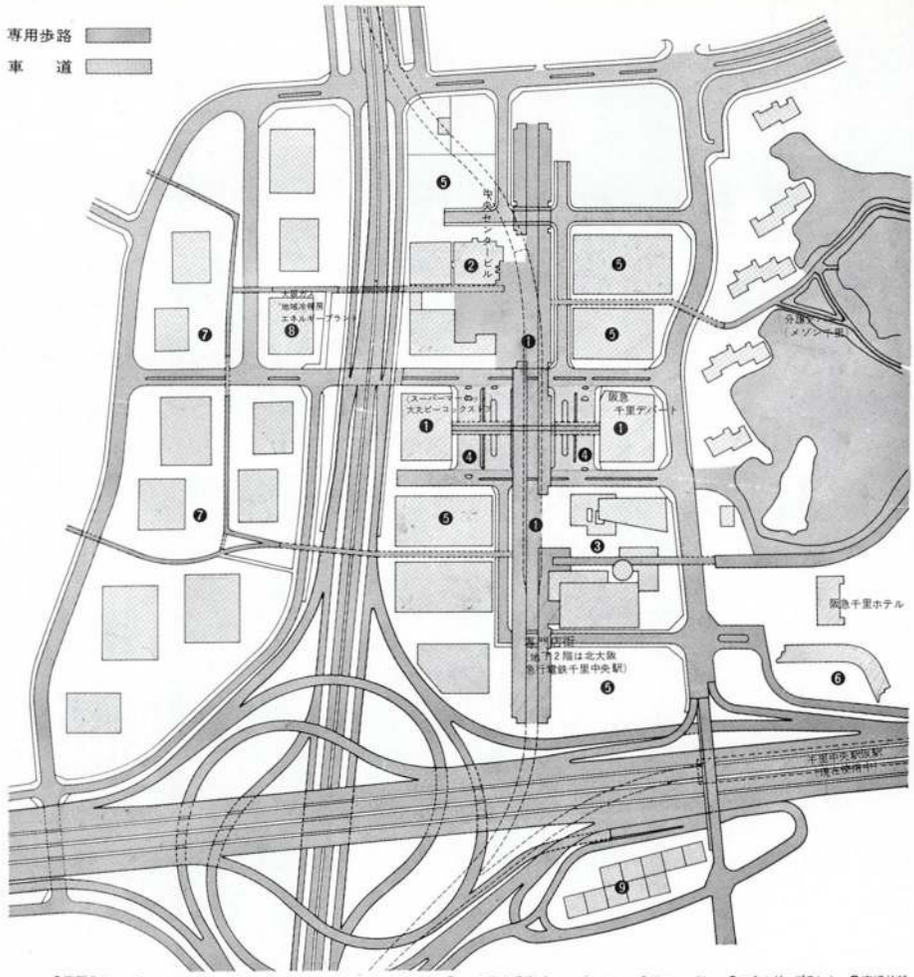
専門店街は，エレベーターおよびエスカレーターによって地下2階から地上4階まで連絡され，横方向には地下街とペデストリアンデッキによって東西2つの百貨店に結ばれる。したがってこの商店街は中央地区センターへ集まる人々を通す管であり，都市的賑いの中心となる。



断面図

設計
日建設計工務

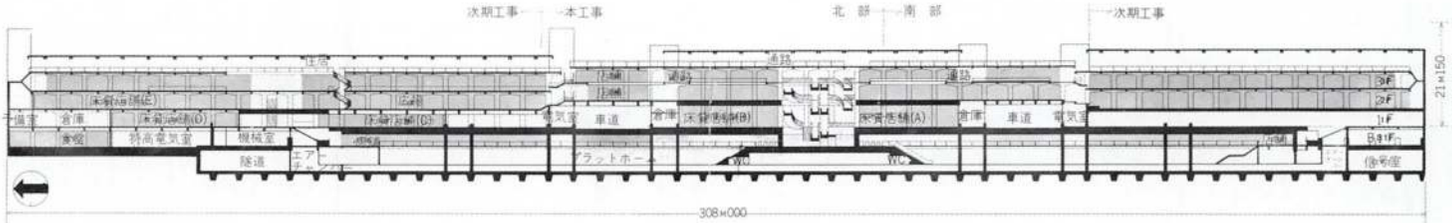
施工
南部：鹿島建設KK
北部：KK竹中工務店



中央地区センター計画規模表

内容		敷地面積	建築延床面積
中央ブロック	①商業施設	30,200	82,500
	専門店街	22,600	55,400
	百貨店（阪急）	4,100	18,800
	百貨店（大丸）	3,500	8,300
	②シビックセンター	12,500	21,500
	センタービル	7,100	7,000
	公会堂	2,900	6,700
	文化会館	2,500	7,800
	③娯楽センター	13,000	25,000
	④交通施設	64,500	67,700
	ガソリンスタンド	1,900	
	駐車場ビル	25,700	60,000
	駐車場	14,500	
	駅前広場	7,000	
	道路敷	15,400	
	地下鉄		7,700
	⑤リザーブ用地	16,800	
	小計	137,000	196,700
東ブロック	⑥ホテル	18,400	30,000
	交通施設	7,300	
	ガソリンスタンド	2,600	
	道路敷	4,700	
	小計	25,700	30,000
西ブロック	⑦事務所	79,300	215,000
	⑧冷暖房プラント	4,000	13,300
	道路敷	18,200	
	小計	101,500	228,300
南ブロック	⑨交通施設	22,200	
	ドライブイン	10,600	
	道路敷	11,600	
	小計	22,200	
	総計	286,400	455,000

断面図



ここにも生きている
ビニロイド防水



屋根と室内にビニロイド防水を施工した霞ヶ関ビル

どんな地域でも　どんな構造の建物をつくっても完全な防水ができたら――それを実用化してすでに 250 万 m^2 の施工実績を示しているのが**〈ビニロイド２号〉**です

防水下地にキレツができても破れず　寒冷地の冬にも丈夫で　どんな場所に使っても腐りません　それは弊社が合成繊維による不織布の独特な方法で加工した　技術の成果です　霞ヶ関ビルにも **ビニロイド２号** による防水工事をご採用いただきました

営業品目

●ビニロイド防水工事　●アスファルト防水工事
●三星ソフトンタイル貼工事　●保温・保冷工事
●三星プラスオール　●三星コーキン販売・工事
●シポレックス工事

三星産業株式会社

東京都千代田区岩本町３－11－13
ＴＥＬ〈866〉0271～６・6121～９
出張所／札幌〈72〉6031　仙台〈21〉5366－７　名古屋〈941〉3751
〈971〉4574　大阪〈443〉9721－３　福岡〈76〉2076〈75〉0298



▲大丸ピーコック



▲阪急百貨店

百　貨　店

設計施工　KK大林組

最近の自家用車の激増や，一般人口の郊外疎開という，いわゆるドーナツ化現象などにより，郊外にも百貨店の必要をきたしている。

ホ　テ　ル

設計施工　KK竹中工務店

ニュータウンの総建設戸数37,300戸の大部分を占めるアパート形成の住居は，まだ一般的には狭少であるので，訪問客のための宿泊施設が切望されている。また，週末のリゾートホテルとしての要望も強い。このほか，西ブロックの業務地区のため，あるいは新幹線や空港からわずか10分という地の利は，大阪都心の業務機能に附随するビジネスホテルとして非常に高い価値をもっている。このような意味から，敷地内の駐車台数200台という点も利用して，ドライブインの機能を加味したエコノミカルなホテルがここに計画されている。



▲千里阪急ホテル



センタービル

設計　槙総合計画事務所

施工　鹿島建設KK

中央地区センターのセンタービルは，ニュータウン全体の管理機能を果すために，住民のサービス機関である開発センター，市役所，銀行電気，瓦斯などの各種営業所を収容するほか，結婚式場，宴会場，各種事務所，借室などの施設があり，千里全体の市民生活のよりどころとなる。またセンタービルは，この地区に計画されている公会堂や文化会館と共に一連のシビックセンターを形成して，単に千里ニュータウンに住む人々のためだけでなく，北大阪100万人の文化活動の中心として計画されている。

■ 創立記念日の集い

第53回日本建築協会創立記念日の式典が，去る3月30日(月)午後2時より，東洋ホテルで開催された。本年は大阪で行なわれる万国博覧会に因み，日本万国博覧会協会建設部長山本康雄氏より「万国博工事を完成して」のテーマで，講演があり，つづいて，万国博の映画が上映された。3時半頃より祝賀パーティが，東畑会長の挨拶，塚本副会長の乾杯の音頭ではじまった。滝沢真弓氏，青盛繁男氏，諫早信夫氏らのスピーチがあったあと，鈴木末尾氏の音頭でバンザイを三唱して散会した。



■ 日本万国博建築写真・資料集の刊行

第2回日本建築祭を記念してEXPO '70の建築を「**写真集**」(本冊)と「**資料集**」(別冊)の2冊に収録し，発行される。「**写真集**」：各国パビリオン・広場・乗物・装置関係等につき視点と景観との関係を重視した立体的構成。「**資料集**」：館名，敷地面積，建築面積，延床面積，高さ(深さ)，構造，主要使用材料，展示テーマ，設計者，協力建築家(外国館)，施工者，主要業者を収録。**サイズ**…A4版変形。**印刷**…「写真集」グラビヤ，カラーもあり。「資料集」活版。**頁数**…「写真集」240頁。「資料集」96頁。詳しくは前号の会告の頁を参照して下さい。

■ 役員・委員懇親会

去る4月11日，昭和44年度役員，委員の懇親会が例年通り行なわれた。12時半頃，2台のバスに分乗し，中之島を出発，清水焼団地を見学し，楽焼に染筆した後，新しくできたオリエンタルホテルに向かった。同ホテルを見学したあと1階宴会場にて懇親パーティが開かれ，7時頃散会した。



□ 明治建築土木史年表・関西篇（その38）（自明治11年10月24日～至25日）□

明治

11年10月24日　東京市ケ谷左内町の通運会社本社で，各府県ごとに料金表を印刷することにした。従来十里ごとに増加した料金が，五里ごとと実質値上げしたらしい。

〃　〃　〃　西京新京極通り中の町の写真師吉田省三郎は先に神戸寄留の外人コールトから等身大撮影機を買って話題になったが，今度は縮緬，羽二重その他の絹織物に直接焼付出来る機械を買込んだ。代価は八，九円という。

〃　〃　〃　東京日本橋の川凌いの記事があるが，当時の夜間土木工事の模様を描いていて面白い。「親父橋と思案橋（共に今から十七年位前まで残っていた）との間の川凌ひは急ぎと見え，夜るも蠟燭数百本を灯し人足が蟻のように集って土を運び，橋の上から見ると筑紫の不知火の気色があります。」

〃　〃　〃　麹町中六番町桜井女学校（日本最初の日本人経営のミッション女学校。後の女子学院。現存）の二周年式典。「電気の施術もあり」。25日には軽気球を打あげた。軽気球といっても今のアドバルーン程度の物らしい。

〃　〃　25日　大阪西道頓堀旧加州邸と上等裁判所跡を三井物産会社が府庁から借受け，九月下旬紅茶製造所を開業したが，「其製法の良好なる我国紅茶の第一等とも云べきか」といわれ，既に神戸の貿易会社に売渡した額は，二万千八百七十円五十銭五厘に上るという。

〃　〃　〃　静岡県平民大木留太郎は，東京麻布金井町士族寺邪静衛と共同で軽弁風呂釜を発明。従来の物に較べ，薪が少なく沸騰は早く，価も安く，火災にもなり難いとあるが，構造は不明である。

（東京都北区神谷2ノ22ノ13　**須藤欣二**）



全く新らしい床タイルです

三星ピサロンは、従来のビニールタイルとは製法、原料配合が全く違います。塩ビの他に最近開発された新らしい共重合体の特殊樹脂を用いた画期的な新製品です。

軟質プレスタイプの床タイルに比べ、仕上り安定性がよく、カレンダー方式の流れ模様とは対照的な静止した現代模様。ピサロンの持つエラスチックで高級な質感、すぐれた歩行感は、床タイルの新らしい世界を開きました

協同組合員が責任をもって施工いたします

三星ピサロンは、材料だけの販売はいたしません。責任施工の出来る協組員が入念な仕上げをします。

これからはピサロンの時代です

三星ピサロンの新らしい色調、パターンは現代のインテリアデザインに要求される個性的な床造りには欠かせません。

神戸商工貿易センタービルの24階会議室に使用されているほか、東京浜松町の超高層世界貿易センタービルの各階エレベーターホールにも使用されております。

〝三星ピサロン〟はその模様がフランスの画家ピサロのタッチに似ていることから命名されたものです。

東日本床工事事業協同組合
西日本床工事事業協同組合
専用品

三星タイル
ピサロン

★規格＝333・3×333・3×2㍉　9枚／㎡
★色調＝18色
★価格＝1200円／㎡（300㎡以上）小部屋割増・階段40％高

三星Pタイルの
製造元＝田島応用化工株式会社

EXPO '70 NEWS

日本万国博建築ニュース

13

■各館に集う人々

テーマ館
太陽の塔
カナダ館
ブリティッシュコロンビヤ館
スイス館



カナダ館中庭と人々。水上ステージで舞踏がはじまる前　70.4.9



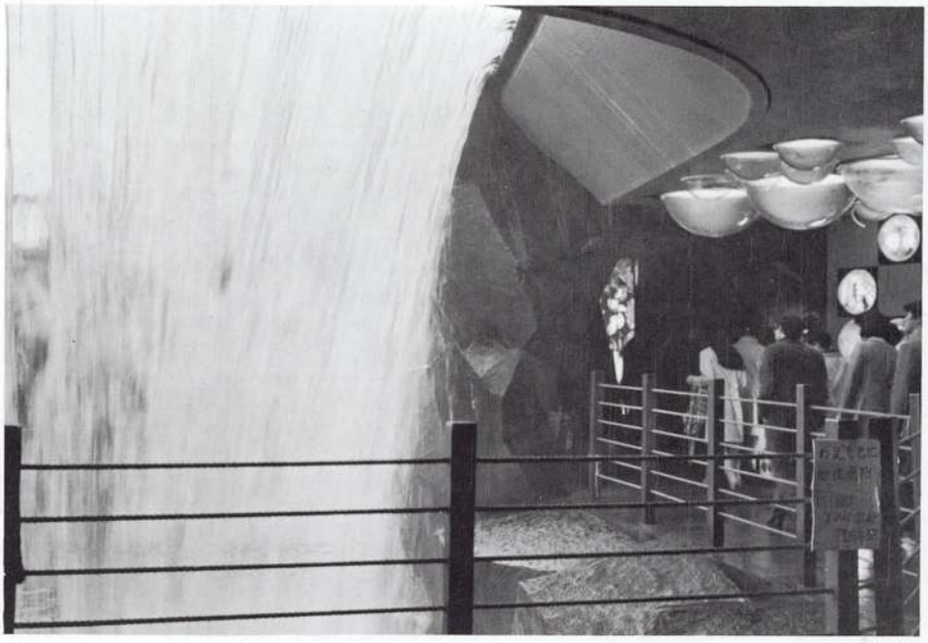
カナダ館内部のある壁面と群衆　70.4.9



大屋根にあるテーマ館



母の塔と太陽の塔の顔



ブリティッシュ・コロンビア館内よりみた滝の水　70.4.9

いかなる苛酷な条件にも耐えて
このすばらしい特性が
建築を守ります

特許

強力ギルソイド・アスタイト防水

※新アスタイトの開発に成功—4種類から2種類へ—
※建築構造の多様化に即応した特殊防水仕様の採用
※建築物の大型化に備えた歩行用及び室内、地下防水仕様の強化
※強力ギルソイドー主材料として特に重点的に改良
※ベースルーフィングの採用—欧米に比べて湿気の多い我が国独自な配慮
※ギルボード採用によるインシュレーション仕様の確立



折曲げ試験に耐えきれず
に破断した一般防水層



折曲げ試験ですばらしい
柔軟性を示すギル・アス防水層

責任施工組合員名簿（西アス会員）

S．44.5 現在

近畿地方	日本瀝青工業㈱大阪支店	㈱名建商会	㈱小島工務店	正和商事株式会社	
㈱久保商店	石井建材株式会社	高橋建材店	**中国・四国地区**	**九州地区**	
㈱木下謹三商店	㈱中出商会	日東物産株式会社	青盛建材株式会社	青盛建材㈱福岡営業所	
㈱井上浄夫商店	千代田建材株式会社	太田建材株式会社	青盛建材㈱岡山営業所	高稲工業株式会社	
㈱大和商会	㈱タテバヤシ商会	**北陸地区**	㈲小野甚商店	高稲工業㈱北九州営業所	
高山工業㈱大阪営業所	田島応用化工㈱大阪営業所	北川瀝青工業株式会社	㈱浜原豊商店	石素産業株式会社	
内外工業株式会社	**東海地区**	北川瀝青工業㈱富山出張所	㈱浜原豊商店防府営業所	高稲工業㈱大分出張所	
旭化建工業株式会社	岡田建材株式会社	北川瀝青工業㈱福井出張所	古市断熱工業株式会社	高稲工業㈱熊本出張所	

東日本アスファルト事業協同組合
西日本アスファルト事業協同組合

東　京・千代田区岩本町3の11の13田島応用内　TEL代表（866)6101
大　阪・大阪市西区京町堀1の7　4　TEL代表（441)5951
札　幌・TEL（22）6038　福　岡・TEL（28）2807
仙　台・TEL（22）6413　広　島・TEL（21）2281
名古屋・TEL（571)6361　岡　山・TEL（24）2692

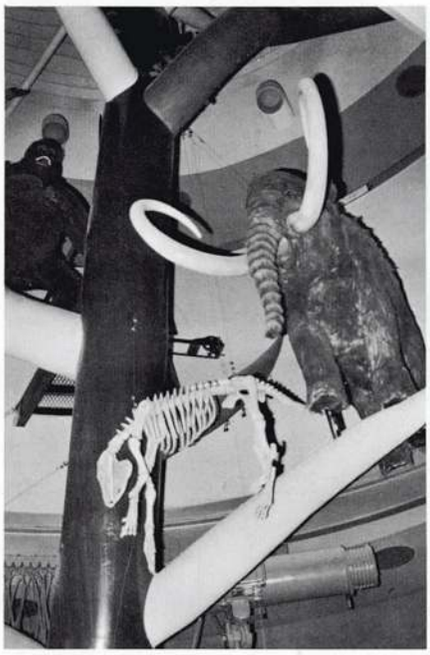


太陽の塔内部・太陽の空間



スイス館のインフォメーション壁面

70.4.9



太陽の塔内部・生命の樹



太陽の塔内部にて



スイス館内部

70.4.9

すぐれた居住性を創造する

軽量気泡コンクリート

シポレックス



日本政府館
設計　日建設計工務
施工　清水建設J.V.
使用場所　屋根

軽　　量（比重 0.5コンクリート¼の重量）

断　　熱（コンクリートの１０倍の断熱性）

耐　　火（法　定　耐　火　材　料）

◆シポレックスは工場、住宅から超高層ビルまで
あらゆる建物の屋根・床・壁・間仕切・耐火被
覆に使用されますが次の建物には特に最適です

1　工期短縮を要するすべての建物
2　空調を要する工場・倉庫事務所住宅等
3　鉄骨大張間の工場・体育館等
4　軽量化を要する高層建築物・軟弱地盤の建物
5　鉄骨耐火構造の建物

SIPOREX

シポレックス販売株式会社

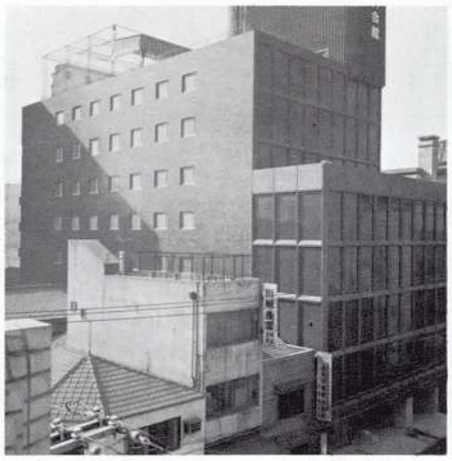
本　　社　東京都千代田区岩本町２ノ１ノ16(森川ビル)
電話　東　京（861）代　表　７　２　４　１
大阪支店　大阪市西区京町堀通１ノ125(東洋ビル)
電話　大　阪（443）代　表　７　７　４　１
名古屋支店　名古屋市中村区広小路西通３ノ２(大商ビル)
電話　名古屋（581）代　表　７　４　２　１

□ 写真と概要をどしどしお送りください。
凡例：a．所在地　b．建築面積　c．延面積　d．構造規模　e．工　期



532. ＫＫ豊和相互銀行

設計：日建設計工務ＫＫ
施工：ＫＫ大林組
a．大分県別府市大字別府字北町
b．435.97㎡
c．2,258.91㎡
d．ＲＣ造（一部ＳＲＣ造），ＭＢ１，５Ｆ，ＰＨ１
e．昭和43年10月～昭和44年10月



533. 大阪塗料会館

設計：ＫＫ日新建築設計事務所
施工：飛島建設ＫＫ
a．大阪市東区南久太郎町2丁目1の1
b．554.46㎡
c．4,845.71㎡
d．ＳＲＣ造，Ｂ１，８Ｆ，ＰＨ３
e．昭和43年12月～昭和44年12月



534. 日本万国博プレースセンター

設計：ＫＫ杉建築設計事務所
施工：ＫＫ浅沼組　大日本土木ＫＫ
a．大阪府吹田市山田万国博会場内
b．4,624.76㎡
c．9,108.34㎡
d．Ｓ造，ＲＣ造，３Ｆ
e．昭和43年10月～昭和44年10月



535. 甲子園ボウル

設計：阪神電気鉄道ＫＫ
ＫＫ大阪建築事務所
施工：阪神土木工業ＫＫ
a．西宮市甲子園八番町一
b．4,968㎡
c．9,672㎡
d．ＲＣ造及Ｓ造，２Ｆ
e．昭和44年１月～昭和44年８月



536. ヤンマーディゼル株式会社中央研究所本館および付属棟

設計：ＫＫ大林組
施工：ＫＫ大林組
a．大津市瀬田南大萱町２１６２
c．3,757㎡
d．ＳＲＣ造，５Ｆ，３ＰＨ
e．昭和43年11月～昭和44年12月



537. 大阪大学工学部

設計：ＫＫ地域建築研究所
施工：清水建設ＫＫ
a．大阪府吹田市山田上
b．9,959㎡
c．24,343㎡
d．ＲＣ造，９Ｆ（最高）
e．昭和43年８月～昭和44年９月



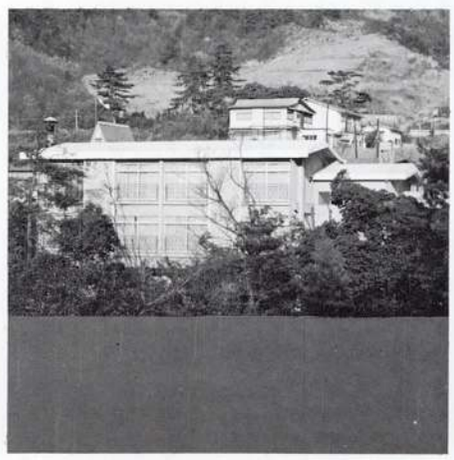
538. 近鉄上本町ターミナルビル

設計：村野・森建築事務所
施工：ＫＫ大林組　大日本土木ＫＫ
a．大阪市天王寺区上本町6丁目1−1
b．2,175㎡
c．37,300㎡
d．Ｓ造，ＳＲＣ造，B4,12F，PH4
e．昭和43年２月～昭和44年11月



539. 茨木・永代ビル

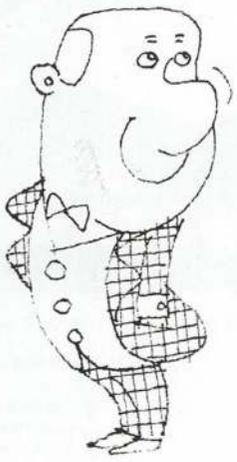
設計：共同設計ＫＫ
施工：ＫＫ大林組
a．茨木市永代町
b．8,776.8㎡
c．21,852㎡
d．写真(右)永代ビルＲＣ造，Ｂ２，４Ｆ(右)茨木ビルＳＲＣ造，B2,6F
e．昭和43年７月～昭和45年４月



540. 鹿野園温泉旅館

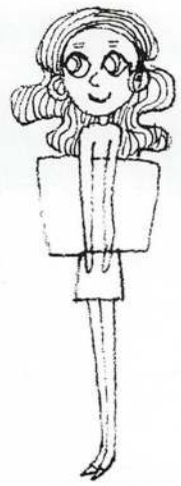
設計：近畿設計事務所
施工：大日本土木ＫＫ　大阪支店
a．奈良市鹿野園町
b．158.9㎡
c．559.18㎡
d．Ｓ造，３Ｆ
e．昭和44年５月～昭和44年12月

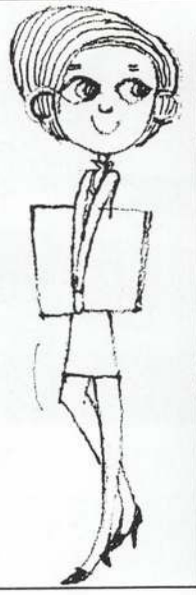
優れた製品は実績が評価します



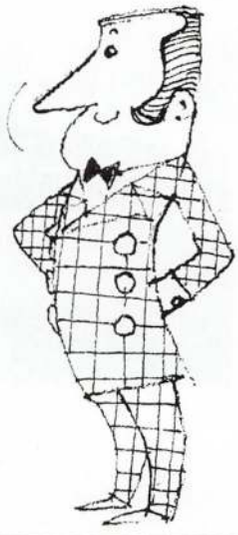
全国にひろがる
ユニパート







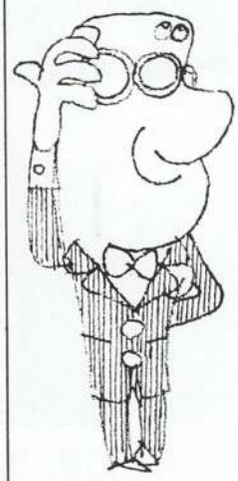


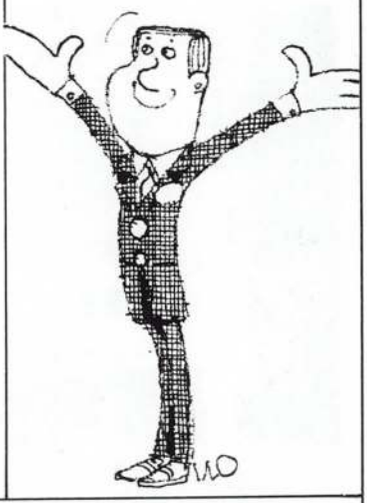


可動間仕切

UNI-PART®

耐火テスト60分に合格
熱貫流抵抗値1.1㎡H℃／Kcal
平均透過損失42dB
層間変位1／150に耐える





NBP 日米パーティション株式会社

本　社　東京都中央区日本橋江戸橋3－7　TEL（272）2011(代)
工　場　神奈川県愛甲郡愛川町中津桜台　TEL 0462（85）0462(代)

総販売店　三井物産㈱　三菱商事㈱　住友商事㈱
製　造　**日米ブラインド工業株式会社**
●誌名記入の上　カタログをご請求ください



クラスメート

60〔彦根工業学校　昭和16年卒〕

左より（敬称略）

青木泰三（共和建設ＫＫ代表取締役）

伊藤康雄（滋賀県立彦根工業高校建築科長）

辻　喜造（戸田建設ＫＫ京劇ビル作業所所長）

若林重雄（ＫＫ竹中工務店大阪本店作業所所長）

谷口順三（奈良市建設局建築課営繕係長）

江畑　博（鹿島建設ＫＫ堺建築出張所所長）

志賀修一（ＫＫ藤田組大阪支店副支店長）

上田　弘（ＫＫ井上建築設計事務所取締役次長）

中之島公園にて　昭和45年４月13日

昭和11年、彦根工建築科創設、初代科長水原大造先生から「お前らは礎石だ、捨石だ、頑張れッ」と、ハッパをかけられ、艱難辛苦？の末、昭和16年、ようやく第１期生として、27名が送り出された。幸い、２回生、３回生……と優秀な後輩連中が続いてくれたので、こゝに35年の歴史を閲することができた。卒業後間もなく大東亜戦争に突入、池田、栗生、小林、斉藤、杉本、高木、山田、山本らが戦死した。いずれも豪傑連中で、今生きておればと悔まれてならぬ。だが残りは戦後１人も欠けることなく健在なのは嬉しい限りである。

青木　最年長者、入学式のときは付添の父兄かと思った。東鉄管理局から入営渡満、終戦からシベリヤ抑留４年、復員後郷土石部町の町政にタッチ。町会議長２期、町長２期を勤め、現在、政界返り咲きを狙っている。

伊藤　マジメな努力人間、在学中は級長、卒業後彦根工専に進み、母校建築科教諭となり、優秀子弟の育成に励んでくれる。今もクラスの要となってくれている。

上田　戦争中マラリヤ、戦後胃剪除と２回死神から見放された男、野球好き。戦後滋賀県庁入り、建築主事、営繕主任等歴任、現在滋賀県建築士会副会長。

江畑　足の速い男、カケッコはいつも一番、勉学の方もキバってたナ。持前の芸に磨きがかゝり、座敷にかけては天下一品。堺に久しく、曽呂利のお株を取るか。

志賀　秀才のクセに勉強した男、神戸高工に進む。白いエビス顔は昔からモテモテ。老いも若きも信者が多そうだ。が、仕事になれば謹直そのもの。

谷口　画才に恵まれた陸上中長距離の名ランナーだった。戦後、病魔と斗い、よく勝ち抜いた意志の強い男。油絵をよくする。

辻　器用で熱心。音楽を好む一方で弓を引く男。芝浦工専に進む。京の三条のドマン中、健全な遊び場を造ってくれている。

若林　長身の剣士。竹刀さばき鋭く、よくこたえたな。日本企業東南アジア進出の先陣として数年前にバンコク（タイ）へ乗込み、三年間建設の衝に当り見事その大任を果してきた。今は千里でその腕を撫している。

以上の外、止むを得ぬ出張で和泉一雄（井上建築設計事務所取締役設計部長）と水谷裕（建設機械調査㈱）が欠席したのが残念。なお、石田東作、坪田要（京都産業大学）、山口忠司（光陽建設社長）、後藤建三（金沢鉄道局助役）坂本宗三郎（鹿島建設名古屋）、谷沢敏男（アパート経営）、沢田 政雄（米国）、平居亘（三立建築事務所長）安居憲治（名古屋鉄道局助役）が健在。再会を楽しみにしている。

（上田記）



倉敷レイヨン中央研究所

●特許建築用内装・外装化粧材
砂粒状陶磁器の吹付

セラスキン

●建造物の内外部に!!
粉状陶磁器の吹付

セラコート

●粗粒状陶磁器の吹付

セラカット

セラスキンとは陶磁器の皮（CERAMIC SKIN）と云う意味で砂粒状の有色陶磁器と結合剤とを混合、液状としたもので、これをスプレー（コンプレッサー使用）ガンにて建造物の内・外、壁面、天井etc に吹付け、防水性と装飾を目的とする建材です。

特　徴

- ●色　彩　高熱焼成（1250℃－1350℃）にて発色した陶磁器を主材料にして顔料、色素を使用しない為雨風、太陽光線による色彩の変化は起りません。
- ●防水性　通気性、防水皮膜を形成します。
- ●耐薬品性　弱酸、弱アルカリに対しては変化を起しません。
- ●耐寒性　－20℃に4時間冷凍しても亀裂その他の異常は認めません。
- ●下　地　コンクリート打放し、モルタル、ベニヤ板、和壁、ブロック、スレート、テックス類etc.
  鉄類の場合は錆止塗料を塗って下さい。

山本窯業化工株式会社

本社・工場　大阪府摂津市別府365　☎(06) 381－9131～5
東京出張所　東京都千代田区麹町3-6(藤井第2ビル)　☎(03) 265－8888～9
名古屋出張所　名古屋市中区栄3－23－14(山市ビル)　☎(052)262－6774～5
仙台出張所　仙台市堤通り30　☎(0222)22－1299
瀬戸工場　愛知県瀬戸市大字山口字南山138

建築の眼

早川文・夫
名古屋大学教授・工博
越智隆晴
高橋建築事務所会長
泉資一郎
日本万国博協会建築指導課長
松田悦彦
日本マイウォール工業KK取締役社長

この四つの主張のそれぞれに対して、会員読者より、ご感想・ご意見を求めます。読者の頁欄に収録します（薄謝呈上）

（正月号より六月号まで上記の四人の執筆者で担当してもらいます。）

防災か公害防止か

昭和34年の伊勢湾台風で、名古屋南部に浸水し、数日に互って水が引かなかったことについては、多くの人がにがい記憶を持っている。このようなことが再び起らないようにと、多大の経費と歳月をかけて、港を囲む立派な高潮防波堤がつくられた。

ところが困ったことには、防波堤の中では潮の干満が十分に行われないため、堤内の水の汚染がだんだんひどくなって来た。折角つくった防波堤をこわすことはできず一こわせばまた台風で浸水する一かと言って、海水汚染防止の妙案も無しと、当事者も市民も思案なげ首と言った次第。

もちろん、根本的には汚水を流しこまないような規制が必要であろうが、この事実は一つの大きな教訓を含んでいると思う。すなわち、自然の形を変える場合は、よほど慎重な考慮をめぐらさないと、思わぬしっぺい返しをされるということである。今度の場合も潮の流れがどのように変って、どのような影響が起るかをもっと周到に配慮したら、模型実験などを重ねて、よりよい条件にする形を考え得たのではあるまいか。とも角、人間のさかしらのふるまいを自然に笑われたような気がする。

（Ha）

さ・え・ら（5）

マナーと言葉と文字に極度に弱いのが現代の青年の特徴だといわれる。ある日、アルバイト女性が右手をそっと添えて、お茶をさしだすマナーの優雅さにハッと心を打たれた。彼女は、よき伝統を生活の知恵として身につけていたのであるが、当然のこの振舞いがかくも美しくみえたのは、片手でのサービスにならされていたせいであろう。

さる訪問先の控室で、連れの一人が真っ先に主人席に着席した。やおらたしなめて事なきを得たが、これにこりてか、次回はとまどって突っ立っていた（悪言多謝）。一般に、土臭いと評される造形は、この種のno mannerと無縁のものではないらしい。

某短大で、試みにテキストを読ませてみた。術語でもない文字に所々ゆきづまる。リポートにも誤字やアテ字が目立つ。ついに、「変しい変しい××様……」の、恋を変にまちがえて失恋した笑話をもちだし、これは決して「人ごとではない」といっておどかした。しかし、こんどは人ごとでない。進歩的であるはずの青年建築士が書いた特記仕様書などに現代以前の文体を見る。法律用語の平易化に伴って文語調は消えて久しい。ここらで、全人的な教養に資する頁が専門誌にもあってほしい気がする。

（O）

未来都市と農協さん

日本万国博も開幕後約半月を経過した。連日、入場者数30万人を越える盛況である。今の所、この入場者の大部が北海道、東北或は九州等からの農協集団である。先頭に立つ若者は小旗をうちふり吾に続けとつき進み、何れもそろいの法被或は帽子をかぶった爺さん、婆さんの大群が先頭の若者におくれじとすさまじい形相をしてまっしぐらにつき進む。とても万博を楽しむという顔つきではない、少なくともモントリオール博ではこのようなすさまじい集団はみられなかった。芝生の植込みも、展示館廻りの白砂敷きも、最短距離をつきすゝむこの集団の足跡でたちまちのうち無残に破壊されてしまった。便所も、よごれた下着類、手拭などが捨てられて連日の如くつまる。洋式便器の便座の上には両側に下駄でふみつけられた跡がくっきりと残っている。この上にあがるのであろうか。未来都市の面目まるつぶれである。成程、会場計画はすべて都会人が都会人のセンスで未来都市を目標に設計した。動く歩道も、連日の通勤ラッシュや都会の乗物に慣れた都会人の利用施設である。こゝに生れて始めてエスカレーターに乗り、生れて始めて、水洗便所、洋式便器を使う下駄バキの農協集団がおしかけて来たのである。未来都市の設計も、農協集団という素朴なしかし偉大なエネルギーにかきまわされたという皮肉さである。

（I）

建築Planningへの夢

元来、音と言うものはあらゆる動物にとって、日常生活上不可欠の生活要素の一つである。反面音波が騒音となり遂には公害ともなり我々の生活環境をおびやかすことにもなるのである。この問題解決こそ急務であり目下社会問題として大きく取上げられているところである。

我国古来の日本建築での大黒柱のあるプランニングは建物の空間区分利用効率と経済性の点では極めて優れているところであるが、襖での仕切では遮音性の点では零に近い。それが最大の欠点であろう。先ず室内での遮音性の問題の解決から考えて見たい。

日常われわれの周辺には聞かれたくないもの、聞きたくないものが何と多いことであろう。こんなとき今仮りに一枚の遮音紙なり遮音カーテンと言ったものが開発され利用されるならばそれこそ画期的音の世界が開かれるであろう。確実に音波を自動的に受信管理ができるか、音波の合成消滅調整が可能となるならば、未来の音の空間と夢の建築プランニングが生れるであろう。

盗聴器の悪用を防ぐため、重要シークレット会議にはスイウッチ一つで遮音カーテンをおろしたり、可聴音波消滅装置が開発され、音の消滅操作が一般化される日も近いと思うのである。

遮音・騒音・公害の問題解決は単に材料面の開発のみならず、工学的解決が可能になることを信じ、これの実現は未来遮音工学への課題であろうかと思うのである。

（Ma）


塩化ビニル樹脂系粉体塗料
エバクラッド
關西ペイント株式會社

建築と社会

The Architectural Association of Japan

特集：グッドデザイン運動　1970年 Vol. 51 **5**

会　告　山陽新幹線神戸トンネル布引工区と神戸港ポートアイランドその他の見学会・本山アーバンライフ新築工事の見学会・定時評議員会決議お知らせ・昭和45～6年度支部選出評議員の選任・近畿建築会館建設資金借入金の一部償還当選お知らせ・日本建築協会昭和45年度収支予算・第2回日本建築祭 …… 5

法令コーナー　33. 風致地区内における建築等の規制に関する大阪府条例の制定について……大阪府建築部　片田　俊彦… 11

読者の頁　大正区千島開発計画…… 13

建築と社会ニュース　千里ニュータウン中央地区センターの各種施設・創立記念日の集い・役員，委員懇親会・明治建築土木史年表(その38)…… 17

日本万国博ニュース　13. 各館に集う人々（テーマ館・太陽の塔・カナダ館・ブリティッシュコロンビア館・スイス館）…… 21

スケッチブック　最近竣工の新建築9点（No.532～No.540）…… 25

クラスメート　60. 彦根工業学校　昭和16年卒…… 27
（青木泰三・伊藤康雄・辻喜造・上田弘ほか4名）

建築の眼　担当：早川文夫・越智隆晴・泉資一郎・松田悦彦…… 29

海外写真　憩の空間5（緑の大地の自由時間　トロント）
……写真と文・中村　淳… 33

作品作風　京都オリエンタルホテル……設計・施工：KK大　林　組… 34
千里佐竹台メゾネット……設　計：大阪府住宅供給公社… 36
施　工：東急建設KK

特集 ＝＝ グッドデザイン運動

1 グッドデザイン運動のこんにちの課題 …… 我妻　栄… 38

2 各論

グッドデザインとGマーク …… 明石一男… 42

グッドデザインと消費者生活 …… 三輪昌子… 45

3 消費者の立場からみたグッドデザイン（座談会） …… 47

出席者　芦森慶子
衛藤圭子
中井照子
司会　館　哲郎

技術の頁　93. 材料部門　建築用ガスケット……越本昌弘… 52

生活と空間の原理　―京の町内8……U D O… 57

日本万国博跡地開発計画 8 ……TEAM BARK（奥保・小北ほか）… 61

月報　日本建築協会月間の動き（昭和45年3月分）…… 63

編集人　松井昭光
印刷　昭和45年5月20日
発行　昭和45年5月25日
発行人　福中定三郎
発行所　(社)日本建築協会
大阪市東区北浜3―37
電 大阪231―9648
振替口座大阪39975

印刷者　網野　栄
印刷所　(株)研文社
大阪市北区堂山町66
電 大阪361―2091
売価　1部　300円・送料共

表紙デザイン：表紙デザイン小委員会 & 山元清重

KENTIKU TO SHAKAI

No. 5 Vol. 51, May 1970

(Architecture and Society)

A Journal of "The Architectural Association of Japan"

Cover design: K. Yamamoto

Editor: *Akimitsu Matsui*
Publisher: *Teisaburo Fukunaka*
Published by
The Architectural Association of Japan.
37, 3-chome, Kitahama, Higashi-ku, Osaka, Japan
Price: *single copy price ¥300*

CONTENTS

Column for Laws & Ordinances about Architecture *11*
Column for Readers *13*
News for Architecture and Society *17*
EXPO '70 Architectural News *21*
Column of New Buildings *25*
Class-mates *27*
Essayes ("Kentiku no Me") ..... *29* — by *Fumio Hayakawa, Takaharu Ochi, Tomoichiro Izumi, & Etsuhiko Matsuda*

Photograph: Restful space (Free Time in the Fresh Verdure Land-Toronto) ..... *33* — Photo: *Jun Nakamura*

WORKS OF NEW ARCHITECTURE ASSESSED

Kyoto Oriental Hotel ..... *34* — *Design & Construction: Obayashi Gumi Co., LTD*

Senri Satake-dai Maisonette ..... *36* — *Design: Osaka Prefectural Housing Corporation*
Construction: Tokyu Construction Co., LTD

SPECIAL FEATURES ON GOOD DESIGN MOVEMENT

[1] Today's Subject Towards Good Design Movement ..... *38* — by *S. Azuma*

[2] Special Treatise

Good Design and G-Mark ..... *42* — by *K. Akashi*

Good Design and Consumers Living ..... *45* — by *M. Miwa*

[3] Good Design from the Consumers Standpoint (Symposium) ..... *47* — Present: *K. Ashimori, K. Eto, T. Nakai, T. Yakata*

COLUMN OF ENGINEERING

93. Gasket for Construction Use ..... *52* — by *M. Koshimoto*

A Design Survey in Kyoto (8) ..... *57* — by *U D O*

Redevelopment of EXPO '70 Site 8 ..... *61* — by *TEAM BARK*

BULLETIN *5, 63*



海外写真

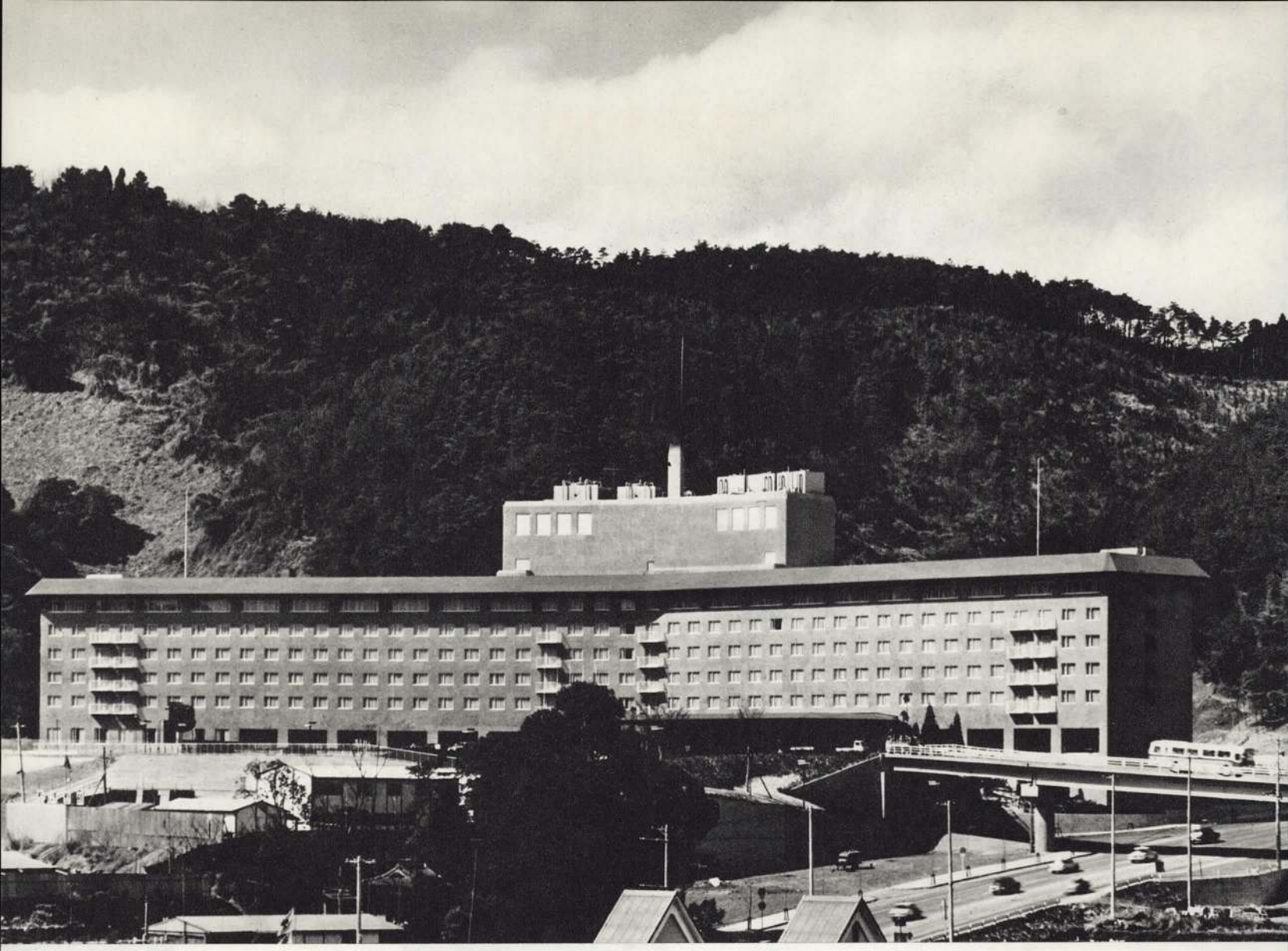
憩の空間

緑の大地の自由時間

写真と文　中村　淳

トロント

緑の大地が無限に広がるトロントの郊外には、自然の空間を活用したショッピングセンター、高層アパート、インダストリアルパークなどが点在している。このスカボロ大学もカナダの豊かな大地の中にあり、岩峰を思わせるコンクリートの造形美は、白樺の木立の間に躍動する若者たちに明日へのエネルギー創造の場を与えている。



京都オリエンタルホテル

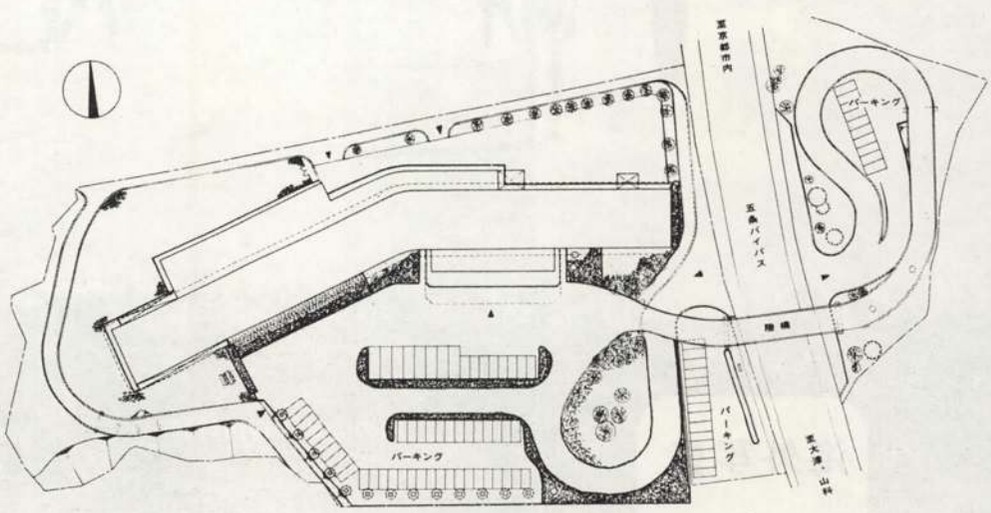
設計施工　株式会社 大林組

建 築 主　日本生命保険相互会社
所 在 地　京都市東山区山科上花山桜谷町
地域地区　住居地域法第22条指定区域
　　宅地造成工事規制区域
敷地面積　19,948.72㎡
建築面積　 3,676.61㎡
延床面積　19,406.31㎡
構　　造　地上6階、地下1階、塔屋2階、PC造
　　客室　計400室
工　　期　昭和44年1月～45年2月

設計者のことば　　右田 廣

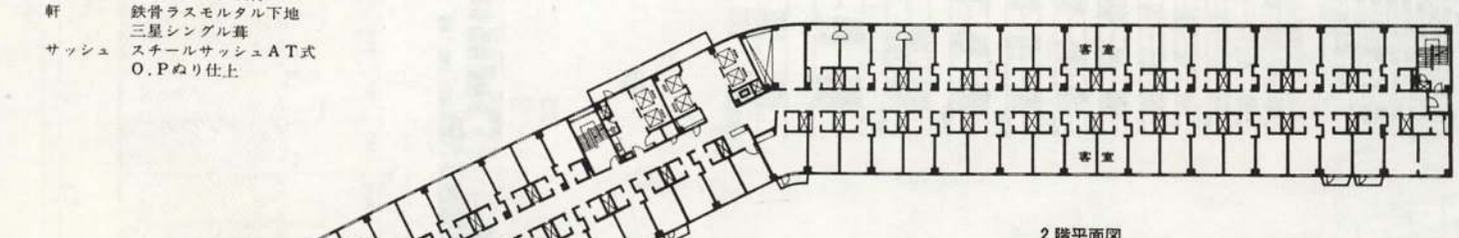
情報化社会の多忙な日常生活の連続の中で旅に出た際には自然の美しさや古い史跡に接し、心のいこいを求める傾向が強くなってきた。そのような求めにおうじて、山科の静かな田園風景の中にツーリストクラスの宿泊を主体としたホテルが企画された。

平面計画はシンプルにまとめられ、1階はパブリックスペース、2～6階をすべて客室に当て従来のホテルに見られない新しいタイプのプランになっている。将来は敷地内にプールやレストハウスの建設も計画されており、完成時には京都の代表的なツーリストホテルとしてユニークな存在となることと信じます。

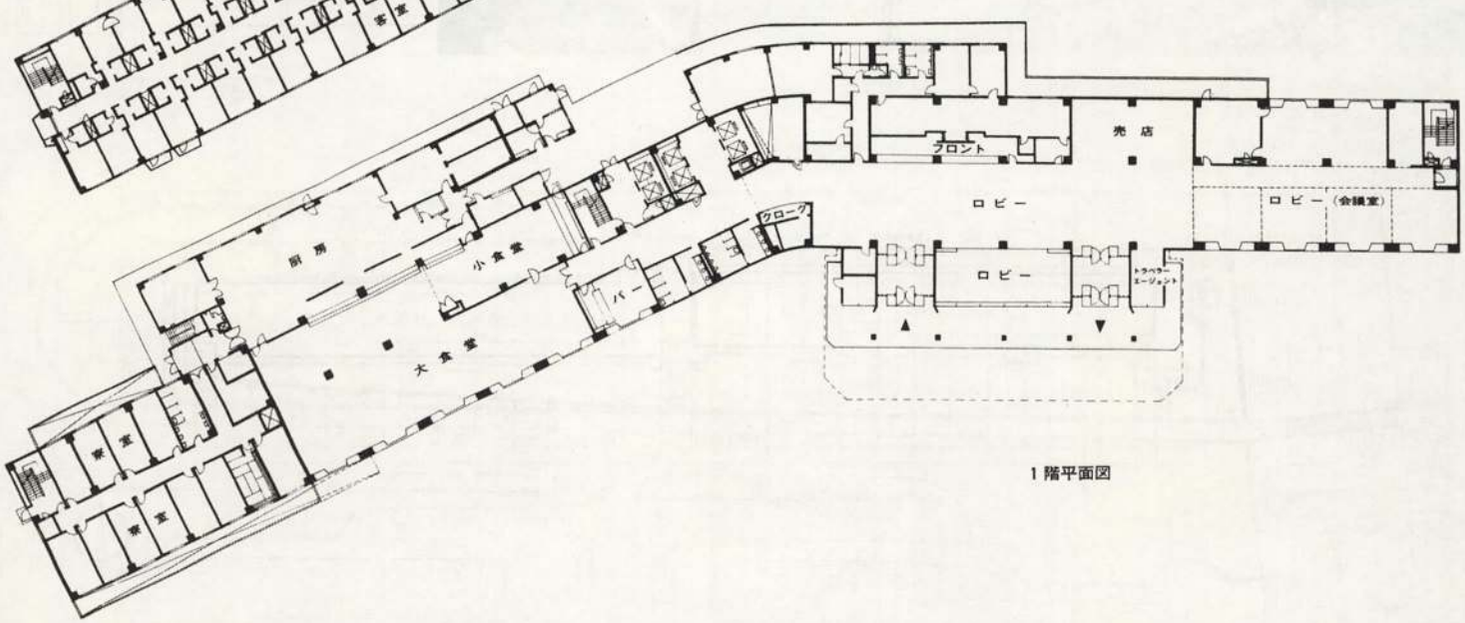


配置図

外　壁　ベニヤ型枠打放し
　　ダイヤロック吹付
軒　　鉄骨ラスモルタル下地
　　三星シングル葺
サッシュ　スチールサッシュAT式
　　O.Pぬり仕上



2階平面図


客室
客室
客室





千里
佐竹台メゾネット

設計　大阪府住宅供給公社建設部
施工　東急建設株式会社大阪支店

所在地　吹田市佐竹台
敷地面積　5,913.07㎡
建築面積　1,388.480㎡
床面積　7,943.586㎡
構造　鉄筋コンクリート構造
地上6階建、共同住宅
メゾネットタイプ。
規模　戸数72戸（管理人室1戸を含む）
1戸当り住戸面積
専用面積　98.172㎡
共用面積　13.709㎡
合計　111.881㎡
工期　44年4月～45年3月

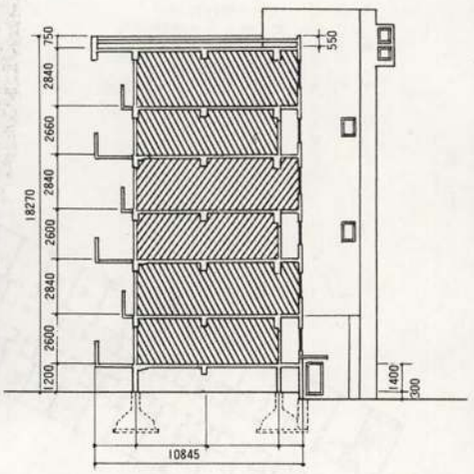
設計者のことば　藤川　重一

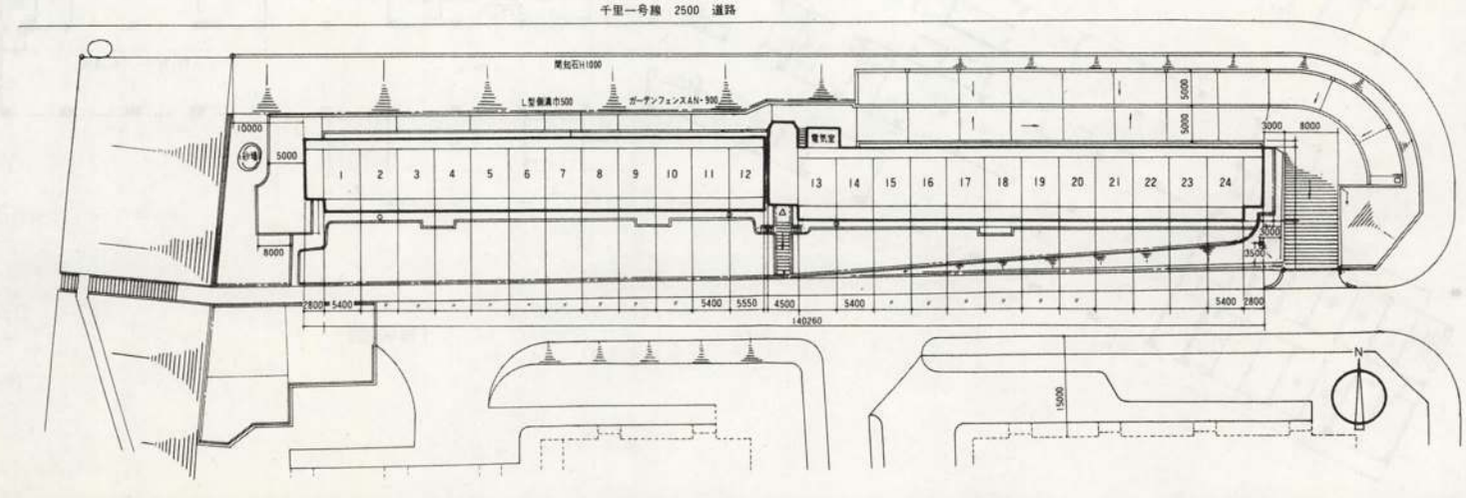
建設地は千里ニュータウン南千里駅前で、1棟6階建72戸（管理人室1戸を含む）メゾネットタイプで形成している。

1階には、ウォーターセクション、および接客談話室をとり、2階には私室をとってプライバシーを保てるよう配慮した。今までの小部屋（6帖まで）単位でなく、1階談話室は3,600×4,000 2階には8帖床の間およびタンス置場をつけ、広い空間をもつことによって人間の住み心地にゆとりをもたせるよう配慮した。

高層化することによって幅のせまいバルコニーは高さの恐怖心をあおるので、幅を1.80mの奥深さに作り、持ちあげられた庭をつくることによって日本人の土に対する郷愁（植木鉢等を置く）に答えるとともに、住生活に必要な補助的な戸外の空間としての役割を果たしている。

北面外観は千里一号線に面し、その向かい側には南地区センタービル、将来は業務高層ビルが建設されるので、その地区に適するよう、アパートらしからぬようカラコンモザイクタイル3色混色貼りとし、サッシュもロイヤルブロンズ色とした設計をした。





特集：グッドデザイン運動

総論：グッドデザイン運動のこんにちの課題／我妻栄

各論：1　グッドデザインとGマーク／明石一男

各論：2　グッドデザインと消費者生活／三輪昌子

座談会：消費者の立場からみたグッドデザイン

／芦森慶子・衛藤圭子・中井照子・館哲郎

グッドデザイン運動のこんにちの課題

我妻　栄

18世紀の終り頃から19世紀の初めにかけて，イギリスに起こった産業革命から約200年，現在の情報化時代を第二次産業革命と言っています。いわゆる第一次産業革命は紡績機械とか，印刷機械，蒸気機関などの発明によって，それまでの手工芸的な技術が工業化されて機械生産による工場工業制が確立したことを言っています。いいかえれば，手工芸品を機械化して量産したわけです。工場工業制の確立によって，資本主義社会が完成することになるのですが，そのために生産力の偉大な発展をみることになります。そしてデザインという仕事の芽生えが始まります。

第一次産業革命の後半，20世紀に入ってからの機能性とか合理性とかの追及によって，文化は急速に進歩をして，私達に新しい数々のものを与えてはくれましたが，それは，あくまで物質的なものだったと言えるでしょう。商品が超量産されるにしたがって，規格品的になり人工的になるのは当然で，私達人間生活の中から大切な感情を追いだしてしまうのではないかと心配されたものです。しかし，この物質的な量産商品は文化を平均化して，大衆の中へどんどんはいってゆきました。例えば，ワシントンの大統領のコーヒー茶碗もミネソタの山奥の百姓のコーヒー茶碗も，厚手で白い，シンプルな形の硬質陶器を使うことになります。人間をひとつの単位とした熱帯魚的な生活に追い込まれるのではないかという人達もいたものです。

20年位前からの量産システムの中で，工業デザインが受け持った役割は周知のように，大量に造りだすためのシンプルな形，できるだけ節約した色彩，機能性を追及した構造とか競争に打ち勝つための価格の設定への協力などでした。工業デザイナーという新しい職能が大きい推進役を受け持って，文化の浸とうと平均化に協力したことは認められています。商品の市場性を左右するものは，グッドデザインとグッドアイデアであることを認めさせることはできたと思いますが，反面で，ひんぱんなモデルチェンジが行なわれるようになったり，殺風景なアピアランスのものが多くなったりして，消費者をとまどわせる結果も見られるようになりました。何年か前に，アメリカでスカンジナビアブームとか日本ブームともいわれた時期がありましたが，これは，それらに対する人間のひとつの抵抗の表現であったと思います。

全部ではありませんが，日本の初期の デザイン 運動は バウ・ハウス の影響を多分に受けついでいましたので，極端ですが，コルヴィジエの「家は住むための機械である」などという言葉が，商品に，もり込まれていたといっていいでしょう。例えば，芸術家がデザインの仕事をしても商品である以上その造形は芸術ではないと言われていましたし，デザイナー自身もそう思っていたのですが，そのために美的な感覚を忘れてしまったり，故意に抹殺してしまっていたようにも感じられます。いいかえれば，その当時のデザインの仕事は，いつもメーカーの方を向いて行なわれていたのだと言ってもいいでしょう。その頃，「消費者は王様」といわれながら，言っていることと行なっていることがずいぶん違っていたことに消費者が抵抗を感じたのだと思います。

動物は機会をつかんだら野性にかえろうとする本能的な素質を持っていますが，私達人間もそれに近いものを持っているといっていいでしょう。現在，自然を愛し，自然に浸ろうとする本能が生活の中のあちこちに見ることができます。土曜日の午後から，若いサラリーマンやＯＬ達が山や野に飛び立ってゆくのもそうでしょうし，味のあるクラフト的な商品の需要が多くなったのも人間的な手工芸に愛着を感じだした結果だといっていいでしょう。いいかえれば，現在の工業的で規格品的な商品に強い抵抗を感じているということです。

何年か前に，デンマークやスェーデンを中心としたスカンジナビアの家具がアメリカを始め，日本も含めて世界に浸とうしました。北欧の強い個性が新しい 感覚として，私達の心に深 くきざみこまれたからでしょうし，現在でも日本の家具の何十パーセントはこれに近い姿をしているのですが，これは古い歴史を持った北欧の味と日本人の趣好性とに相い通じるものがあったからでしょう。

資材の少ないデンマークの家具企業は，その材料を遠い国から輸入しています。その大切な材料を上手に利用して美しい家具を作りあげていますが，近代企業にのった量産商品に豊かな個性を持たせているところにデンマーク家具の良さがあります。その大部分の量産形式にのった生産工程の最後の何パーセントに手工業的工程のあるのがデンマーク家具の秘密だといえるようです。

18世紀末の産業革命以前のいわゆる工匠時代に作られたたくさんの道具には，それが指し物師であっても，

陶工であっても，そのひとつひとつに責任を持っていたし，良いもの美しいものを作ることは彼等の誇りでもあったのです。そして現在の商品にその責任と誇りがほしいのです。

19世紀末のイギリスのウィリアム・モリスも，粗悪なたくさんの商品が市場にはんらんするのは機械生産の結果だと考えて，機械の発明される以前のように，すべてを手仕事で作れと主張しました。これが前述のバウ・ハウス誕生のきっかけの役割として知られているいわゆる美術工芸運動の原理だったのです。

もっとも，機械による多量生産は，近代文明のバックボーンであり，これを無視したのでは社会の繁栄は望めませんし，その点では，モリスの運動はひとつの誇りとして考えていいでしょう。そして彼の良質生産という主張は今日のデザイン運動に，そのまま生きているのです。その後，20世紀にはいって，フランスやベルギーのアールヌーヴオ運動，オーストリヤやドイツのセセッション運動と相反する装飾様式が生まれましたことは知られていますが，どちらも機能造形としての核心にふれていなかったといえましょう。

そこで1919年に起こったドイツ工作連盟の運動が現在のデザイン政策のひとつの方向を示すことになり，機械時代には，それにふさわしい造形の形式が必要だと主張して美術工芸と工業，いいかえれば手工業と機械工業との調和をはかろうとしたのです。このドイツ工作連盟のたくさんの同志の中にグロピウスがいて，彼の建築を主体とした総合的なデザイン運動をバウ・ハウス設立という具体的な形に発展させました。そしてこれは，機械時代の多量生産システムの中でデザインの仕事がいかに大切であるかということを理解させましたし，20世紀の造形美学を基礎づけたともいえますし，デザイナーという新しい職能を誕生させました。現在の日本の指導的立場にあるデザイナーや先輩達の大部分はこの運動のくんとうを受けているといっていいでしょう。

ナチスの政治的な圧迫のために，同志の大半が海外に亡命して，アメリカに渡ったグロピウスとナギーによって，ニュー・バウハウスがシカゴに発足してアメリカのデザイン運動の拠点になりました。これが機能主義の流れの強いアメリカのデザイン傾向の出発になりました。わかりやすくいえば，「従来の飾れば美しくなるという考え方から，それぞれの用途に応じて，最も役に立つように工夫したものが最も美しい」というのが新しい機能主義的デザインだったのです。

ですから，前述しましたようにアメリカで発展して日本に持ってこられた工業デザイン運動も，この流れからきていることになります。極端ですが，コルヴィジエの言ったように，よけいな装飾をはぶき，それぞれの目的や用途に応じて最もよく機能をみたす建築，工法が最も合理的で美しいということになります。

エマーソンの言った「美しいということは能率がよいことである」とか，サリヴァンが言った「形は機能から生まれる」などという言葉もみな機能主義中心の思想からでたものであって，考え方としては正しい面を持っています。とにかく，飾れば美しくなるという皮相的な考え方からは何歩でも出ているのですから。

例えば，人間でいえば，婦人が口紅をぬったり，眉を引いたりするという化粧や着飾るということよりも，適度の運動と栄養と睡眠をとって，いつも身体の調子をととのえ，教養と知識を身につけて，内からわき出てくる円満な健康美をもととして，それをいかに生かそうかと工夫することが新しい機能主義的グッドデザインの考え方であるといっていいでしょう。

機械と多量生産の社会では，工業デザインの良し悪しが，その時代の造形様式を左右します。そしてデザインの向上ということは，ただデザイナーの質的向上の問題だけではなく，商品を生産する企業の問題であり，それを販売する商業の問題でありますし，なによりもまず，それを使用する消費者一般の問題であります。

消費者のデザイン感覚が高くならない限り，いつまでも，みにくい商品や粗悪な商品が市場で過当競争をやっていることでしょう。グッドデザイン運動のひとつの大きい目的もそこにあります。複雑，多様化された無数の商品の中から優れた商品を選択することのできる目を，消費者が持たなければなりません。

使い勝手という言葉で，人間工学が平和産業に取りあげられているのも，消費者の立場を考えてのデザイン運動のひとつでしょう。むしろ消費者に背を向けていたと思われるデザインの仕事が，本当の意味で「消費者は王様」と認識しはじめたことになります。

日本の工業デザイン運動は，約30数年前にはじまった産業工芸運動の中にも，その機運は見られますが，デザインとはなにかということを探ることから始まり，戦争の苦難の道を歩み，やがて戦後の経済発展の時代を迎える昭和25年頃から，ようやく工業デザインの必要性が問われ始めました。急速にもりあがった運動は，通産省にも取りあげられて，ラッセル・ライト計画事業になり，Gマーク選定事業になり，35年にはデザイン・

イヤーとして世界デザイン会議が日本で開催され，東京と大阪にデザイン・ハウスが設立されることになりました。輸出デザイン法が設定されて日本商品の優れたものを海外に出そうとする運動と具体的な機関が発足したのも，その2年程前のことでした。

科学技術の驚異的な進歩と幅の広さは，産業，経済，社会とか文化に大きい影響を与えています。この力は激しく産業構造を変えて，生活革新とまでいわれ，ますます複雑化し，高度化してゆきます。特に現在の情報化時代の大型化，スピード化する社会と産業と生活の間にある人間を確認するためには，デザインに解決をせまられる重要な問題が山積みしているように思います。

商品の性格によっても違いますが，消費者の立場からみたグッドデザインの商品とは，形が美しく色彩の調和や模様が美しいというばかりではなく，使いやすいという使い勝手の条件と，商品である以上価格につながる造りやすいという製作上の条件がそなわっている必要があります。私達が使ってみて，なんの抵抗も感じられない素直なことが大きい条件になったのです。

生産者の立場では，使い勝手とか造り勝手という合目的性と，訴求的な形とか色彩をさす審美性と，さらに独創性，経済性などの条件も検討して，それらが互いに有機的なつながりを持って秩序づけられていなければならないと思います。

合目的性とは実用性といいますか，知的であり客観的であり，科学的思考の上に立つものであるし，審美性とは感情的であり，主観的で美意識の上に立つものであると考えられます。商品としての独創性，経済性については言をまつまでもありません。模倣とか盗用などということは大きい罪悪ですし，あくまでオリジナルな精神と知識を消化することが大切だと思います。また与えられた予算を効率よく使って，最大の効果をあげることが必要条件でしょう。こうして，消費者にも生産者にも利益を与えるためにデザインの仕事の潤滑油的な役割を認識すべきだと思います。ですから，最近のデザインの使命は，もちろん合理的，能率化について考えなければなりませんが，人間としての生活文化の向上に役立つプラス・アルファがなければなりません。そのプラス・アルファには，例えば手細工の味とか楽しさとか，うるおい，人間性，郷愁，流行，嗜好なども含まれています。特に流行については，敏感な反応に対処するために必要なリサーチとか計画，決断などが要求されるでしょう。常に新しい方向をキャッチすることが商品企画の段階で考えられている必要がありますし，それからあとの商品の販売，市場性を左右することを知っていなければなりません。

最近の商品のデザイン的な方向として2つの違った傾向を感じますが，これは企業のデザインポリシーが次第に確立されつつあることの裏付けとして受け取られます。例えば2つの傾向のひとつはメカニカルな表現であり，もうひとつはムード的表現です。前者は機械的な表現を誇示して，その商品のシャープな性格を訴求していて，対象としては若い消費層をねらっているようです。商品としては社会的に落ちついた段階にはいったものが多いようです。例えば，トランジスターラジオとか黒白のテレビ，電気カミソリとかがあげられます。

後者は，ムード的な表現を誇示して，楽しさ，うるおい，調度的なものを訴求していて，消費層としては中年層，女性などを対象としているようです。例えば新しい商品としてのカラーテレビ，セパレートステレオ，クーラーなどがあげられます。

アメリカでもその例がありますが，例えば，現代アメリカのリビングアートの底流にも大別して2つの傾向があります。それは現代アメリカ文化の一般の底を流れているものと共通のものであるといわれています。

ひとつはきわめて機能的な合理性に立つ尖鋭な機械主義であり，それを人々の実生活に結びつけようとする機械主義の新しい美観であるといわれていますし，他のひとつは，アメリカの建国以来の伝統とも見られる剛健ともいうべき一種素朴で平易，卒直な趣味のものであるとされています。いいかえれば，前者は合理性であり後者は郷愁であるとも考えられます。そしてその前者を代表するものが，ジョージ・ネルスン，チャールス・イームズ，ミース，ブロイヤー，サーリネンなどのハマンミラーとかノルの家具であり，後者がアーリーアメリカン調といわれるヘィウッド・ウェイクフィールド社などの家具のバリエーションをさしています。

いよいよ，商品の競争は，オリジナルなアイデアとデザインで勝負しなければならない段階です。その際，その企業の基礎となるべきデザインの方向を確立しておかなければなりません。広い意味でのデザイン政策，例えば企業の性格，商品の性格によって，それぞれ違ったポリシーとキャラクターを決定する必要があります。

デザインポリシーの確立とか企業のキャラクターの統一などといわれているのも，特に複雑，多様化した産業構造の訴求力を社会に印象づけるための大切な条件になりつつあるからだと思います。企業を通じてのデザインの一貫性ということも考えられますし，デザインばかりではなく，その会社の統一されたキャラクターによって，その企業を強力に社会へ印象づける必要があるからです。企業の印象を深めることは，そのまま企業の信頼にもつながります。市場調査から始まって，商品企画，生産，宣伝，販売を通して消費者にいたるまでの，その商品のいわゆる，旅路のどのひとつを取ってみても，なにかの形で有機的な関連性が持たれている必要があります。特定の人の独断的な経験とか六感で，デザインポリシーが決定されることは大変危険なことですし，判断を誤らないための方策がとられなければなりません。例えばトップマネージメントの中にデザイナーを含めた商品の企画会議が持たれることを希望したいのです。

大企業，中小企業または零細企業のそれぞれの立場でのデザインポリシーが考えられます。例えば大企業の超量産商品と小企業のクラフト的な商品とでは，商品の性格もちがいますし，消費者の対象も違うはずです。その消費層を適確に把握して，自分の商品の性格を決定すべきでしょう。ですから，それぞれの立場と段階での商品企画を計画的に進める必要があります。例えば，材料仕入，設備の段階から加工，仕上げ，宣伝，販売にいたるまでの一貫した性格とか企業のカラーを充分に繰りかえし主張することだと思います。

ですから，企業の中でのデザイン部門はかなり高い位置にいなければなりませんが，位置だけが高いのではなく，デザイナーにそれぞれの責任を持つ覚悟がなければならないと思います。比較的新しい，しかも幅の広い仕事ですし，企業にも消費者にも納得される仕事をしなければなりません。

新しい商品の生産とか商品の改善にあたっては，市場とか消費層の正確な調査資料が必要でしょう。マーケット・リサーチによる資料の確率がその商品の市場性を左右するとまでいわれています。例えば，自分の商品は，どの消費層を対象にしているか，その消費層に，どういう状態でアッピールしているかということを知る必要がありますし，また機能とか形状とか色彩あるいは価格などについて，その消費層の欲求はどこにあるか，あるいは，よく売れる競争商品の生産状態とか小売店での販売状態などはどうなっているか，など多彩な問題があります。

正確な調査資料に忠実であることも必要ですが，前述しましたように，商品にはプラス・アルファが大切です。現在の情報化時代における情報的機能としてのデザイン的な仕事の中には，このプラス・アルファが含まれています。そして，それがその企業の特徴であり，その商品の個性でもあります。個性と創造性が商品の過当競争に打ち勝つ武器であり，社会の信頼を獲得する条件でもあります。

結論として私は現在の商品に必要なデザイン的な条件として，使い勝手，造り勝手，訴求性の3つをあげたいと思います。海上にある氷山にたとえると，使い勝手と造り勝手は海水の下の部分で，海上の何倍かのボリュームを持っていて，海上の氷山を支えています。私達の眼にうつる美しい氷山は，この海水面の下のボリュームによって決定します。

ですから私達が商品の購買動機を左右するデザイン的な条件の大きい役割を使い勝手と造り勝手の良否に期待します。直接眼にふれる氷山の部分は，形だとか色彩の調和だとか流行性という美的感覚を持った訴求性と考えたいものです。いいかえれば，訴求性は直接的な動機につながり，使い勝手と造り勝手は間接的動機といえるでしょう。この3つの条件が上手に融和されて，安定した円満な商品であれば，グッドデザインの商品であるし，消費者にも歓迎される優れた商品ということができます。

（あづま さかえ　大阪デザインハウス常務理事）

電話機のデザイン変遷



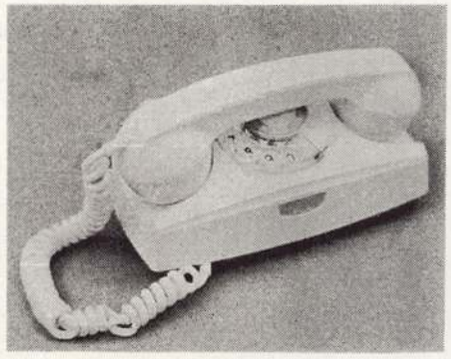
昭和21年10月富士通株式会社3号型



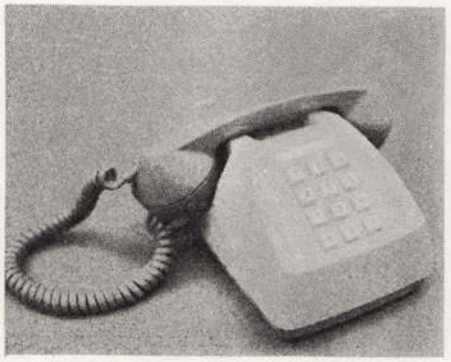
昭和25年4月富士通株式会社4号型



昭和38年12月富士通株式会社600型



昭和40年10月富士通株式会社600型小型



昭和44年5月富士通株式会社600P型

グッドデザインとGマーク

明石一男

グッドデザインの総括的なことについては，我妻栄氏が書かれるので，わたくしは日本の政府（通商産業省）が実施しているグッドデザイン政策，いわゆるGマーク制度を中心とした諸問題に触れてみたいと思う。

Gマーク制度

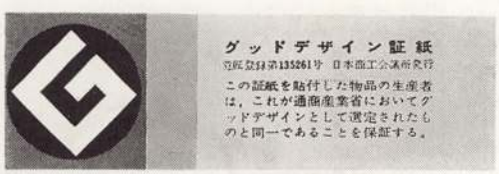
日本にGマーク制度ができてからすでに10年以上の時間が経ってしまった（昭和32年制定）。そして一応定着したかに見えるが，問題がないわけではない。

そもそも，このGマーク制度は正式には，「グッドデザイン商品選定」という制度で，通商産業省が「グッドデザイン商品選定要領」という規則にもとづいて実施しているお役所の仕事である。そしてこのお役所仕事の仕組みはおよそ次のようになっている。

あるメーカーが，自分のところの製品にGマークが欲しいと思いたったとする。するとそのメーカーは希望する製品を政府に提出し，Gマーク制度の定めるところのグッドデザインに選定してもらわなければならない。そのために一定の様式の申請書を1年間のある時期（締切期日がある）までに，貿易振興局長宛に提出する。そうするとそのメーカー宛に，いつまでに，どこへその製品を持ってくるようにという通知がある。製品を運ぶとそこには同じようにGマークをもらいたい製品が沢山運びこまれている。これらの製品は，機械，雑貨，家具の3部門に分けられ，貿易振興局長が委嘱した審査委員（各部門10名位）によって選定される。その選定基準は次のように決められてある。

(1) 用途に即して適切な材料を有効に使用し，機能的に他の同種の商品と比べてそん色なく，かつ，美的感覚を満足させるよう総合的に造形されたもの。
(2) 独創性のあるもの。
(3) 量産に適し，合理的価格であるもの。

過去の実績によれば，年によってかなりの凹凸はあるけれども，およその目安は選定競争率1：10～1：5位のようである。そのような，かなりの競争相手の中から幸いに選定されると，その申請者であるメーカーに選定通知があり，通商弘報などで公表され，グッドデザイン選定証が交付され，最初の希望通り製品にGマークを貼ることができることになる。



製品に貼りつけるGマークは正式には，グッドデザイン証紙といい，日本商工会議所が1枚いくらかで頒布することになっているので，グッドデザインとして選定された製品の申請者は，売ろうと思う製品の数だけ日本商工会議所からGマーク証紙を買いとって該製品に貼りつけるわけであるが，もちろん，貼りたくなければ貼らなくともよい。実際には，選定されたという資格をとっただけで，Gマークを貼らない製品もかなり市場に出まわっている。

制定当時のいきさつとＪＩＤＡの反対

Gマーク制度は通商産業省所管事業として，昭和32年実施になったが，これよりさき，特許庁の意匠関係の部局で，Gマーク制度にほぼ近い形で，グッドデザイン選定の仕事をやりはじめていた。当時，政府の中ではデザインを取扱う部局はここしかなかったからである（もっとも，デザインの研究的な仕事は工業技術院傘下の産業工芸試験所が担当していた）。輸出貿易におけるデザインの重要性が認識され，また，政府のデザイン行政の強化が要望された結果，通商産業省内にデザイン行政を担当するデザイン課が設置されたので，特許庁がやっていたグッドデザイン選定の仕事が，発展的な形でデザイン課に引きつがれ，Gマーク制度となったのがそのいきさつである。

アメリカではそれより早く，グッドデザイン運動が展開され，ニューヨーク現代美術館とシカゴのマーチャンダイズマートとの共同によるグッドデザイン・ショウが世界のデザイン関係者の注目を浴びていた。同じくアメリカ国内では，グッド・ハウスキーピングなどという形で，家庭・婦人雑誌が家庭用品のグッドデザイン推奨を盛んにやっていた。日本でも，工業デザインの振興とともに，当然グッドデザイン運動が起こってくる趨勢にあり，それは消費者にとっても，またメーカーにとっても歓迎すべきことだとわたくしどもは考えていた。しかし，これを国が直接手がけるということについては，強い疑問をいだかざるを得なかった。というのは，だいたいデザイン良否の完全な判定ということは，非常に困難な仕事で，不可能に近いともいえる。国自体が決定し権威づけるということは，影響するところが極めて大きいゆえに，もし間違った結果のものであった場合には，デザインの振興どころではなく，企業発展の妨害にもなりかねないことが懸念される。むしろ，こういう性格の事業は，民間団体がその責任において行なうことが適切と思われるからである。

そこで，わたくしどもの所属する日本インダストリアル・デザイナー協会（略称ＪＩＤＡ）は政府に対して，この点をよく考えてくれという要望書を昭和33年11月に出した。これがいわゆる，Gマーク制度に対するＪＩＤＡの反対声明である。参考のために次にそれを掲げる。

政府で行うグッド・デザインの選定について

昭和33年11月28日

日本インダストリアル・デザイナー協会

政府においては，先年，意匠奨励審議会を設け，また今年よりは通商産業省にデザイン課を設置せられるなど，産業デザインに意を用い，その振興を期せられていることは，誠に結構なことと思います。良いデザインの認識や普及によって産業製品の向上を促し，もって輸出の進展，国民生活の向上をはかることは現在の急務でありますが，もとよりこの実施に当っては充分，企業の実体や使用者の実状に即して行われなければならぬことは申すまでもありません。

然るに昨年来，意匠奨励審議会で取扱われているグッド・デザインの選定については，必ずしもこの事情に即さないものがあると考えます。産業製品は企業の規模や設備，技術の程度，需要の向きに応じる

など，多くの条件の総合体であります。これらの条件は業種，業体によって極めて複雑であり，起伏の多いのが実状であります。従ってこの仕事に参画するデザイナーの在り方は各々の企業を深く理解し，企業の実状に則してバランスの取れた商品を作る事に協力し，尚創意をもって活路を見出し，より優れた商品にするよう，努めることにあります。このような地味な努力の結果が販売成績を向上し，さらにより良い生産条件と市場の信頼を得，なおより良い商品の生産を可能とする筋道と信じます。

一つの商品もこのように多くの条件の中に着実に織り成されて出来上るものですから，企業における商品の全体の成り立ちから見れば，その結果だけを取り上げて一律に云々することは，誠に危険多いことであると考えます。しかも企業や市場に機微に触れて，グッド・デザインを選定することは極めて困難であり，事実上不可能のことと言わねばなりません。政府で行う選定は，その影響するところ極めて大であると考えられますからもしそれが，企業の実体や，市場の実際に触れ得ぬことがあるとすれば，産業デザインの振興上最も重要な提携を必要とする企業とデザインの遊離，或は使用者との離反さえ憂慮致されます。勿論，このような状態のもとで，堅実な産業デザインは振興され得ようもありません。

日本インダストリアル，デザイナー協会は，このような見解から政府で行うグッド・デザインの選定は極めて遺憾な施策であると認めざるを得ません。なお，産業デザインの振興策は，生産者側や販売者，使用者，又，デザイナーに対して側面からする援助，即ち良いデザインが為され，行われ，用いられるような産業デザインに必要な各種の前提条件を整備し，育成することに懸けられることが望ましく，そこに堅実な発展と良い成果が期待出来ると考えます。日本インダストリアル・デザイナー協会は，ここに政府の行うグッド・デザイン選定について見解を述べ，施策に誤りのないよう，要望致します。（以上）

ＪＩＤＡの会員規定によると，ＪＩＤＡとして協調しがたいと認定された催しや審査などには参加することができない旨が明確になっているので，それまでにグッドデザイン選定の審査委員を委嘱されていた会員は，この声明と同時に審査委員を辞退した。それ以後は現在まで会員は審査委員を引きうけていないはずである（ただし，会員中には通商産業省所属の公務員もいるので，これらの人達は職務上止むを得ないということから，例外とし強制しないことにした。筆者は当時この条件の一人であった）。こうしてＪＩＤＡはＧマーク制度のなりゆきを静かに注視して今日にいたっているが，はたして，声明で指摘したようないろいろの問題が起こってきている。

Ｇマークの功罪

Ｇマークに関する問題は決して少なくない。功，罪とも気のついたままに記してみよう。

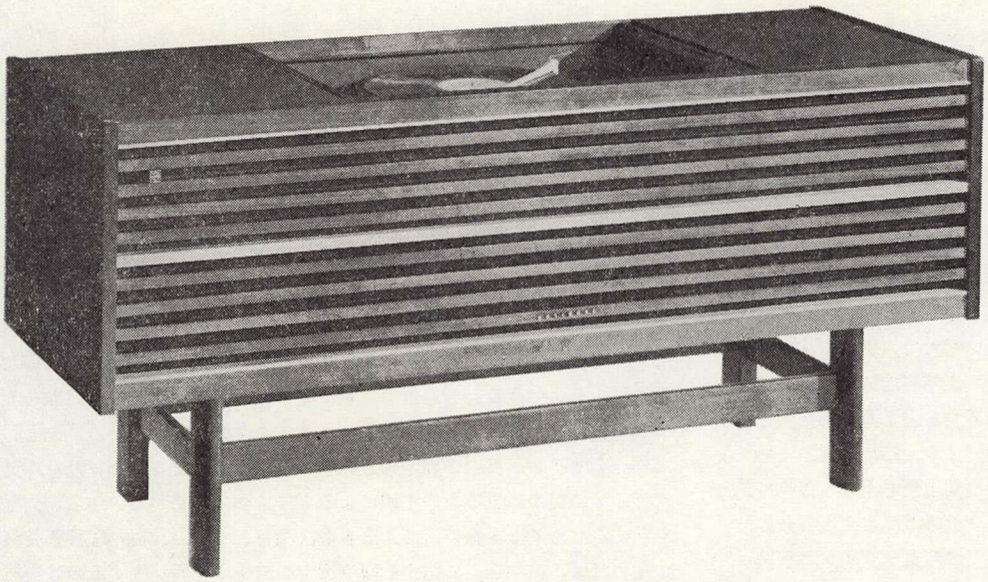
まだ特許庁が担当していた初期のころであるから，正確にはＧマーク制度以前であるが，すでにまぎれもない不祥な事実があった。審査委員の某が，選定をうけるために申請をしたメーカーのところに現われて，お前のところの製品は実はこういう点が良くないから選定の線から落ちるかも知れない。もし選定に合格したければ，こういう点をこういう工合に改良した方がよい。というようなことをアドバイスして歩いた。アドバイスされたメーカーでは，もしもそういうことで合格できれば有難いので，若干の黄白を用いてその好意？にあやかったという。しかし，このようなことが知れずにすむわけがない。その審査委員はその後再び審査委員になることはなかった。これは当時かなり有名な話として，わたくしどもの間ではその名前が記憶されている。ところが驚いたことには，最近の審査委員の中で同じようなことを言ったり，やったりしてメーカーの間を廻って歩いている人がいるということを著名の電気機器メーカーから聞いたが，困ったことである。

一般論として，審査，選定の結果ははたして全面的に信頼できるものかどうかということが問題視される。わたくしがある期間審査委員としてその任に当ったときの経験からすれば，Ｇマーク選定の態度は厳正かつ公平であった。が，一般論としてみた場合，問題がないわけではない。人間のやることであるので，絶対に間違いがなかったとはいいきれない。

例えば，機械的なものの性能や構造的なものの強度などは，産業工芸試験所（現在の製品科学研究所），工業品検査所で試験をすることができるようになっていたが，時間の関係から，申請されたもの全部について行なうことはとうていできない相談で，結局，性能，強度については一応メーカーのデータを信用できるものとして判断することも止むを得なかった。そういうこともあって，物によっては「美的感覚を満足させるよう総合的に造形されたもの。」という選定基準の条文に則とり，主として外見デザインが良否の判定のきめ手となる場合もまた多かった。外見デザインの良否は見る人の主観によるよりほかに方法がないから，公平を期するためには審査委員による多数決制をとる。したがって，審査委員が変われば，美的感覚に関する限り選定の結果に差異が生ずるのは当然で，つまり，見る人によっては，選定された製品より選定されなかった製品の方が良いデザインであり得る。また，性能でも全体の比較試験が時間的な理由で不可能な結果，選定された製品より不合格の製品の方に良いものがある場合があり得る。もしこのような間違った結果がかりにあったとしても，間違った結果のまま国という大きな力によって資格づけられてしまうことになる。そういうところに問題が伏在するのである。

審査委員の名前は公表されないことになっているが，しかし，手をまわせば簡単にわかる。Ｇマークの欲しいメーカーで，審査委員のところによろしくお願いしますといって，ひそかに頼みにやってくる者がいないといえば嘘になる。頼みに裏口からくるとなれば，多い少ないのちがいはあるだろうが，手ぶらということはない。断ったり送り返したりするのが面倒だから，たいていはそのままにほったらかしておくことになると思うが，そのために選定の上に手心を加えたりする審査委員はいないだろう。しかし，前述したように，某なる審査委員が存在したことは確かであり，最近また某的な行動をするものもあるというから，ここにもやはり問題の種はある。

功罪の功にあたるものとしては，デザインへの影響力ということがあげられる。例としてステレオの日本調がある。そのころのステレオはテレビと同じように，コンソール・タイプが幅をきかせていて，ギンギラに金銀色の飾りをつけ，四方ころびの脚をつけた，きまり切ったデザインが氾濫していた。Ｇマークの選定に持ちこまれるのもほとんどこのタイプで，審査委員たちもこの中から良いデザインを選びだすのに苦労をした。そして，どこかのメーカーあるいはデザイナーがこのマンネリズムを打ち破ってくれないだろうかと，ひそかに念願していた。そうしたあるとき，ギンギラの飾りを全くつけない，木材の生地がにおうような，簡素にして控え目な，それでいて格調の高いデザイン，日本調という言葉がぴったりするような美しいデザインが現われた。「あすか」というニックネームが付けられていた。審査委員全員一致で選定を決定したことはいうまでもない。これがＧマーク選定として発表されると，ステレオのデザイン全般にかなりの手ごたえがあったように感じられた。はたして，次期のＧマーク申請に「あすか」調のものが陸続として現われてきた。中には似て非なるものもあったが，全体としてはかなり良いものが揃い，今までの行き詰ったステレオのデザインを快適にも打破してくれたという感を深くした。そしてまた，この日本的なゆかしい感覚がテレビのデザインにもよい影響を与えた。Ｇマークに選定されたからこそ，これだけの影響が速かにかつ広くあったのだ，といえる。Ｇマーク制度のプラスの面である。



ステレオ「あすか」
昭和39年Gマーク選定
日本調デザインとしてその後のステレオのデザインをリードした。

メーカーがGマークを狙う大きな目的の一つは宣伝である。国による選定ということが,広告などに誇大に利用されないようにとの配慮から,制定の当初はGマークに選定された製品であるということを極端な宣伝の具に供さないようにというのが当局の指導方針であったと聞いている。が,いつの間にか巨大な宣伝の具に供されてきた

初期の頃からかなりの期間にわたって,「グッドデザインは売れないデザイン」という定評が巷間に広がっていたことがあった。恐らくそれは,審査委員のデザイン鑑識力と一般大衆のそれとのズレの大きさに基づく事実の反映であったのだろう。であるから,Gマークそのものが宣伝の上でそれほどの力もなく,メーカーも余り気にしなかったため余り問題がなかった。ところが,おいおいとGマーク製品が売れるようになってくると,メーカーの側はGマーク選定を大々的に宣伝の具に使いはじめた。某社のごときは,昭和42年には新聞1頁大の広告をGマーク選定の宣伝に提供した。また他の某社は「政府の選定したグッドデザイン賞」というようなあやしい表現をあえて使いだしてきた。なにも政府がグッドデザインに対して賞を与えたわけでもなく,その製品がデザイン・コンクールに入賞したのでもないから,賞とは誤まりもはなはだしいといわざるを得ない。ここまでくるとまさに誇大広告で,むしろそれによる弊害が憂慮されなければならなく,当局がメーカーの自省をうながすべき指導的措置をとる段階にきているように思う。

Gマーク制度がデザイナーにどのような影響を与えるだろうかということも重要な問題である。

「グッドデザインは売れないデザイン」であるといわれていた時期にはメーカーも余り強い反応を示さなかったが,Gマークが販売の上に効果があるということになると,にわかにメーカーはデザインに関して貪慾となり,デザイナーに対して,Gマークのとれるようなデザインをやってくれと要求するようになってきた。デザイナーにとってはこういうのが一番いやな注文である。デザインとしては甲乙のないものが,選定という人為的な関門で格差がつけられてしまう。しかも選定不合格となると,あのデザイナーはまずいという烙印が押される。そうならないためには,デザイナーのほうで審査委員の顔ぶれ(公表されないから,ひそかにその顔ぶれを調べて)を見てその人たちのデザイン鑑識の癖を検討し,うまく選定の線にのるようなデザインに心ならずも妥協することになりかねない。会社に所属するデザイナーは,Gマーク取得の数によってデザイン力の評価がなされるようになりかねない。これらのことはいずれもデザイナーを鼓舞するというよりは反対に萎縮させる結果となる。つまり,Gマーク制度は今のままでは決してデザイナーに好ましい影響を与えているとはいえないようである。どのデザイナーも現制度のGマークを決して快く思ってはいないようである。

Gマーク制度に望む

市場に氾濫する無数の商品の中から俗悪なものを排除し,良質・良デザインのものを選定し,一般消費大衆に対してデザイン啓蒙をすること,すなわち,グッドデザイン運動は,消費者のデザイン理解の向上を図り,小売業者・メーカーのデザイン意識を指導する点において全く望ましいことである。Gマーク制度もそのねらいとするところは,

(1) 選定を通じて,グッドデザイン商品の開発,研究に関するデザイン上の指導と助言を行なう。
(2) 選定された商品にGマークの標示を認め,これを内外に紹介することにより,デザインに対する一般消費者の関心を高める。
(3) グッドデザイン商品を選定することにより,一般のメーカーおよび業界に対するグッドデザイン商品の開発研究を勧奨する。

などであって,グッドデザイン運動の実施として重要なことである。が,Gマーク制度が政府によって行なわれるところに問題がある。Gマーク制度の功罪の項であげたいくつかの事例も,その多くは,政府が直接これを行なうところに問題が存在するのである。その理由は,JIDAの反対のところで説明した通りであるが,真に優劣のさだかでないものが国という絶対権力によって断定されるところに企業やデザイナーに与える影響も大きく,否定的な結果については深刻さが余りにも大きすぎるのである。発展に対する鼓舞の面より妨害の面の大きいことが憂慮されるのである。しかも1日という全くとるに足りない短い時間の審査で選定の大勢がきまってしまうということは,どう考えても問題である。

わたくしどもはGマーク制度のごときものはしかるべき民間団体が行なうべきであることを当初から主張してきたのである。聞くところによれば,デザイン振興に関する通商産業省の外廓団体として昨年発足した日本産業デザイン振興会が,通商産業者から肩がわりをしてGマーク制度の実施に当ることになっているということであるが,もしそういうことであれば,わたくしどもが主張し続けてきたこととまさに一致するわけで,わたくしどもはそのことの1日も早く行なわれるよう切望するものである。

(あかし　かずお　東京教育大学教授・工業デザイン)

グッドデザインと消費者生活

三輪昌子

高まったグッドデザイン志向

戦後強くなったものは女……などといわれる。本当に強くなったかどうかは別として，女一ことに主婦の仕事の中身が変わり，従ってくらし方が変ったのは事実だ。そしてその大きな変革は，実は，戦後などといっても古い時期ではなく，戦後は戦後でもまだほんの10数年来のことなのである。戦後すぐの貧しいころには生活の中身まで考えるゆとりなどなかった。それが少しずつ落ちついて，やがて電気掃除機，電気洗濯機，電気冷蔵庫などといった家庭電化製品が主婦の生活に新しい展開をもたらすようになると，生活そのものの意識もまた別の窓を開いたのである。グッドデザインということばが一般の中にクローズアップされたのは，こうしたころである。曲がりなりにもくらしにゆとりができ，時間の余裕も持てるようになって，ゆっくりとまわりを見まわした時，割れナベにトジブタの生活用品ではあまりにも物悲しく，美しいものへのあこがれが胸にわき出たのも当然といえよう。そして一方では，純日本風の親から受けついできた生活様式もまたそれを表現する手段としての道具類も失なってしまい，アメリカを中心とする洋風の生活が，新しい道具の出現を促したわけだ。こうして，今日の主婦像の確立と共に芽をふいたグッドデザインへの志向は，10余年の月日を経てポピュラー化され，今ではグッドデザインということばを知らない主婦はまずおるまいと思えるほどになってきた。デザインに対する女性の関心度は（作り手よりも使い手として）非常に高く，デザイン感覚も鋭くなってきている。また，それにこたえるようにデパートなどでは，グッドデザインコーナーやそれに類するものを設けて，いかにも楽しげなディスプレーで買気をそそろうとしている。

グッドデザイン・コーナーの罪

しかし，そうしたところの品々が，はたして本当にグッドデザインであるかといえば，少々首をかしげざるを得ないのである。グッドデザインコーナーに品物が並んでいる限り，それらは形も美しく，しかも便利そうに目に写る。そうしたものを自分のまわりに，また我が家におくことで，その時点から新しい生活のフィーリングが自分のくらしの中に生まれる，心が豊かになる——そんな思いを抱かせるのだが，実は，一日，二日は満足しても使っているうちにどうしてこんなものを買ってしまったのだろうとくやまれる場合が必ず出てくるのだ。我が家とて例外ではない。私自身割合い"教唆扇動"に乗りやすく"暗示"にかかりやすい上，自他共に許す"エクスペンシブ・ワイフ"なものだから，グッドデザインの宣伝にひっかかりやすい。従って親子四人住むには余りにもせますぎる3Kの公団アパートに「これでもか，これでもか」と天井一杯まで物を積み上げ，詰めこみ，とんでもないグッドデザインを家中に展開している。しかし，それでもまだそれらが楽しく使えるうちはいい。「しまった買うんじゃなかった」と思った途端，その物の占める面積は実際よりも何倍も大きく思え，そうしたものを買い込んでしまった自分の不明にわれながら腹立しくなる。それがまた誰かに頂いたものだったり，家族の誰かがとくとくと買ってきたものであったりすれば，その厚意の嬉しさだけ，余計情なくなってしまうのだ。

グッドデザインが迷惑がられるとき……

では，どうして，折角のグッドデザインがそんな風に"迷惑な存在"になってしまうのだろうか。もちろん，大ざっぱに言ってそれには二つの側からの責任が考えられる。その一つは，買った側の考えの足りなさだ。家庭にはそれぞれ何年かの歴史がかもし出した個性というものがある。昔風にいえば一種の家風なのだ。その個性を無視してAさんの家で見かけてすてきだったからと買いこんでみたところで，それがBさんの家にぴったりするとは限らない。飾りものでなくても，もっと実用的な道具，たとえばおでん鍋を考えてみてもよい。A家は御夫婦二人きり，B家は子供三人におばあちゃんも御一緒というのでは，どんなにA家のおでん鍋がグッドデザインでもB家で全く同じものを用いるわけにはいくまい。そして大きさを変えた場合，それがはたして形としてまとまりがよく美しいかどうか保証できないのだ。

もう一つの責任の所在は，作り手の方である。"用"が十分に考えられていない品を目先の色や形の美しさで売ろうとするものだ。たとえばカラフルな色つきのグラスは食器棚に並べておくのにはきれいで楽しいが，一体どんな飲み物を入れるとよいのだろう。紫色のグラスにはいったオレンジジュース，赤いグラスに入ったビールなど考えるだけでノドの乾きがとまってしまいそうだ。むやみに花模様を入れた台所用品や電気機器なども，一つ一つ単品でみている時はかわいらしく，つい欲しくなるのだが，台所でそれらの模様がぶつかり合うことを考えると，うっかり買えないぞと思いなおしてしまう。

機能的ということ

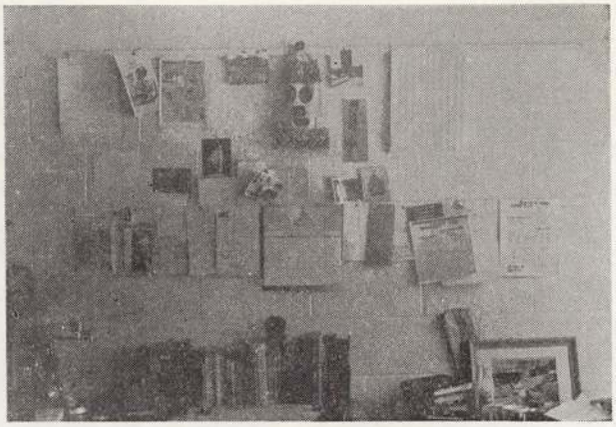
そうしたことが一つや二つではなく，余りに多くありすぎるのだ。もちろん，最近は見た目だけではなく，機能性を強調したグッドデザインもふえてはいるが，その機能性が思いつきにとどまっていたり，半端だったりすることも多い。たとえば，ワンタッチで点火するガスコンロのつまみが掃除しにくくていつも汚れっ放しだというのであれば，折角のワンタッチの機能も不潔ということで相殺されてしまう。一方に注ぎ口のついた中華鍋は，口のつかないものよりは親切な作りなのかもしれないが，鍋を左手に持った場合，口が左側になって用を足さない。これなどを使っていると世の中は左ぎきで占められているのかと思いたくなる。ミルクわかしのような小さな片手鍋はからの時の安定が悪く，ひっくり返って仕方がない。このようにどこか行き届かないところ，不親切なところがあると，もうその品に愛着を感じられなくなるばかりか，そのメーカー，ひいてはそうしたものを堂々と売る店にまで信用をおけなくなってしまう。"坊主憎けりゃケサまで憎い"という心理は，品を選びまた使う場合とて例外ではないのである。

形容詞としてのグッドデザイン

こんなことを考えると，グッドデザインということばが普及し，また定着しているのに比して，真の意味のグッドデザインが作る側にも，使う側にも十分育っていないのではないかと思われてくる。ことばだけが先行し，中身が伴われていないようだ。それはちょうど文化ということばが安直に"文化ナベ""文化アパート"はては"文化オシメ"……といった形で使われ，何となく便利で一歩進んだものというイメージを与えながら，本来の「文化とは何か」が十分理解されていないことに似ている。文化ということばの歴史と，その深い本質を考えれば，そう簡単に文化などということばを形容詞的に扱うことはできないはずだ。グッドデザインもまたそうである。「グッドデザインははたして"グッドデザイン"か」と問い直せば，お手軽に一種の宣伝文句としてグッドデザインなどといえないはずであろう。もちろん，そうしたことばの暗示にかかる消費者自身にも責任はあるのだけれど，そんな欺瞞はいつまでも続かないことをメーカーも売る側も決して見すごしてはならない。

インテリア・デザインとインテリア・デコレーション

消費者の錯覚の中で大きなウエイトを占めるのが，デザインとデコレーションとの混同である。それが端的に表われるのがインテリアであろう。グッドデザインということは何も住まいの品々に限ったことではないが，服飾よりも，生活の道具にかぶせられることが多い。というのも服飾の場合，すでに一応グッドデザインというのが前提に立っているから，何を今さら……ということになるからだろう。そういう意味で生活



アメリカ・ボストン市にある学生夫婦のアパートの居間。コンクリートむき出しの壁面に白く塗った棒を二本打ちつけただけだが，部屋にアクセントを与えるとともに，さまざまな書類をとめつける用をなしている。日本の公団アパートでもこんな配慮が欲しいものだ。

の道具はかってデザインなどのない（意識として考えられずにきた）ものであっただけ，事新しく取上げられるわけだ。それはさておき，生活の道具に重点をおくということは，とりもなおさずインテリアデザインに結びつく。本気でインテリアのグッドデザインを考えるなら，人形をどこへ飾ろうかとか，ドライフラワーをどんな風にぶらさげようか……といったことにかかずらうのは後回わしでよいのだ。カーペット，カーテン，家具など，その室内に人がくらすに必要な品々の持つそれぞれの機能や，それらがそこに住む人，そこを訪れる人にどんな影響を与えるか等を総合的に考えて設計することが先決なのであり，それがデザインだと私は考える。花や人形を飾ることはしかるのちにプラスアルファのムードづくりとして考えるべきことであり，それはデコレーションなのである。このように本来，デザインということは機能と美しさの調和とを第一義に考えるものであって，無駄な飾りで不備をごまかすなどということであってはならない。ましてや，そんなデコラティブなものをグッドデザインと称して売るなども消費者をあざむくことになろう。

選ぶこと，捨てること

もっとも，もうそろそろ消費者も"ほんもの"と"にせもの"を見分ける目を持ち，主体性を取り戻そうとしつつある。メーカーや売り手が，どんなにユメありげなムードで買い気をあおっても「何が自分に必要か，また何がどんな時にいるか」を人々は考え，その上で買い求めるなり，用いるなりしようという方向に向かっている。つまり，消費者が選ぶ時代へ入ってきたのだ。たしかに今日のように物質がはんらんする時代には，選ぶこと，捨てることも大切な生活条件になってきている。

私自身，年に何度か目をつぶって一挙に物を捨てる。戦後派というより心情的には，戦中派といえる中年の主婦である私にとって物を捨てる——それもまだ真新しい食器やルームアクセサリーなどを思い切りよく団地のゴミ捨て場に積み上げることは決して愉快なことではない。それどころか心の中で「ゴメンナサイ」と何ものか（神のようなもの）にあやまり，罪の意識にさいなまれ，さらに誰かに見られないように深夜足音をしのばせて捨てに行くのである。それほどまでにして物を捨てねばならないのは，私が私らしいくらしをしたいからであり，黙って我が家にもたらされるもの（香典返しや手土産代わりの道具から景品まで）を受入れていたら，雑然混とん息がつまりそうになるからだ。捨てる自由があるところにはじめて選ぶ自由が許されるのではなかろうか。

買う自由，買わない自由

同じようなことが"買う自由と買わない自由"にもいえそうだ。どんなにグッドデザインの商品であるかを強調されたところで，それが自分の生活に必要か，何のために買うのか，他のもので間にあうのではないか，使う目的にふさわしいか，個数や大きさがこれでよいか，手入れや保存さらに収納の便利はいいか，危険はないか，そして（これは大事なことなのだが）価格は適当かといったことを考え合わせた上で，買うか買わないかをきめることが消費者の正しい態度なのだ。長い間，「消費者は王様」とおだてられて財布のひもをゆるめていたばかりに，王様は王様でもハダカの王様だったことを昨年来クローズアップされてきた食品公害がばくろした。そこで甘いことばに乗っていたのでは，どこにどんな落とし穴があるかわからないと，やっと気付き始めたのである。しかもウソツキ商品だけではない。あらゆる品に及んでいるわけだ。それをチェックするのは消費者の考え深さと買わない自由の駆使においてしかないのである。

品物の多様化，個性化

選ぶ目を持ち，買わない自由，捨てる自由を身につけた消費者に対する時，ウソツキ・グッドデザインはおのずから追放されてしまう。つまり，生活に密着していないうわべだけのグッドデザインは，どんなにカネやタイコで宣伝してみても自然淘汰されるであろう。

しかし一方，作り手の側からみれば消費者の主体性や個性の主張は，非常に厄介で面倒で，また，とりようによってはワガママに思えるに違いない。選ばれる対象としての多様性と個性化がさまざまな生活用具に求められるからである。あるものについてはマスプロの無装飾，機能一点ばりが喜ばれ，またあるものについては手づくりの暖さを必要とする。しかも一方では，だんだん使い捨て文化が育ってきている。その中で一生使うものと，使い捨てられるものとはあらゆる点で違っていて当たり前なのである。たとえば風俗の世界でも，目まぐるしく動く流行と，ゆったりと長いサイクルで移っていく流行とがある。サイケだの，ネオロマンチシズムだの，アールデコだの，ヒッピー風だのというのはごく短いサイクルの，どちらかといえばモードの薬味的な意味あいの流行なのだ。それに比べて全体のシルエットとか，スカート丈だとかいうのは本筋の流行なのである。本筋を大河に見立てるならば，短いサイクルの刺激的なファッションは一種のアダ花にすぎない。アダ花だからこそその時点ではいっそう強調もされ，人目もひくのだが命は短い。用具のデザインにもこの二様のあり方は認められるべきだ。一方では一生道具として，また中には子や孫の代まで残すべきものとしてのデザインがあろう。そして他の一方には，今日それを身の回わりにおくこと，使うことで使い手が生活の喜びを感じるようなもの，その代わり，ある時期がすめば飽きて（またはこわれて）捨てさられるべきもの（もちろん，安いものでなくてはならない）が必要なのだ。それは使い手にも使い分ける賢さを求めることになるが，作る側にも"自分たちはいま，どんな物を作っているのか"といった自覚を必要とする。

人間性のある用具

大がかりな労力と莫大な費用，そして現代日本の叡智を集めて作り上げたはずのＥＸＰＯ'70なのに，蓋をあけてみると，「まるでオモチャ箱をひっくり返したようだ」「不調和のシンボルだ」という声がすでに上がっている。しかし，丹念に一館ずつのぞいていけば，それはやはりみごとな結晶である。にもかかわらず，全体としてとらえられた時，いかにも雑然とした印象を与えるのは，個々の主張が強すぎてハーモニーをかき乱しているからだ。それと同時に，あまりにも未来社会の先取りを急ぎすぎて，"今，生きている人間"の感覚や行動，思考を大切にしていないからだ。このように，いかに科学が進もうとも，人間の持つ暖み，人間の持つ矛盾を否定してしまったのでは，ただ寒々しくコケオドシにしか見えなくなってしまう。用具もまたそうだ。機械化が進み，合理的なくらしとそれを支える用具が発達するほど，その反動として"人間性回復"もまた求められる。今日の民芸品や伝統をふまえた用具へのあこがれはその一つの表われといえよう。これもデザインを生み出し，また選ぶ上で大切なポイントである。そして人々は一度良い用具の味をおぼえると粗悪なものは二度とふり向かなくなるだろう。消費者は確かにどん欲ではあるけれど，それをぜいたくと決めつけてしまっては何も育たない。かといって，そのどん欲さにおもねってもこれまた不毛の地をひろげるだけである。作り手と使い手が"人間らしさ"を求め合うところにデザインの発展があるといえよう。

（みわ まさこ　毎日新聞 学芸部記者）

消費者の立場からみたグッドデザイン 座談会

芦　森　慶　子（大阪デザインハウス消費者審査委員）
衛　藤　圭　子（　〃　）
中　井　照　子（　〃　）
館　　哲　郎（大阪デザインハウス業務課長）…司会

と　き　昭和45年2月27日
ところ　大阪デザインハウス会議室


衛藤氏


芦森氏


中井氏


館　氏

商　品　の　選　択

館　きょうはどうもありがとうございます。
最近，非常に**消費者生活**というものが豊かになりまして，非常に多様化，高度化，国際化しているわけなんです。大量生産，また大量宣伝，大量消費によりまして消費者生活というものが豊かになった反面，またその消費財に対するきびしい御要求の気持ちもあると思います。これらに対する消費者としての感じ方，御印象からまずお話しを願いたいと思います。
衛藤　選択に戸惑うということが第一印象ですねえ。
芦森　種類がとにかく多過ぎるんですね。いいものも悪いものも含めて多過ぎるという現象じゃないかと思います。だから選択するほうがなかなかたいへんじゃないかしらと思いますけれどね。
衛藤　いわゆる世の中の大量の豊かな物資に対してグッド・デザインを選定する場合の基準に置くものは結局，消費者の立場として見ると，**実用性**ということがまず第一なわけでしょう。デザイン，見た目のよしあしもまず大事かもしれませんけれど，使う立場から見ればまず実用性。それからいわゆる**模倣性**ということです。その模倣性ということは結局容易につくられるということでしょう。そうすると，その容易につくられることはすなわちコストがダウンするということですからね。そういうことを基準に置いてセレクトするようにはつとめていますけれども。
中井　そうですねえ，実感としてまずそれが頭に来ますね。いまは情報社会といいますか，本にしろ，それから新聞にしろ，手引きみたいなものがまたたくさんあるんですね。物を買う場合，それはもちろん参考にはいたしますけれども，ほんとの**必要性**ですか，自分はいま何を欲しているかというその必要性ということですね。そういうことと，それから**使い勝手**というんでしょうか，使いやすさということをまず第一に考えます。それと生活内容によって違ってよろしいと思うんですよ，だから，**わが家では一体何が一番ふさわしいか**というようなことですね。そんなふうなことをその次に考えます。もちろん美しさ，それから時代にマッチしたものという考え方がありますけれど。
芦森　たとえばカラーテレビでございますね。あれなんか使わなくてもいいようなところに，高価に見せようと思って，たくさんの付属品を用いてパッパッと豪華に見せようとする。ああいうふうなのはグッド・デザイン運動からいくとむだなデザインじゃないかしらんと私自身は思うんですけれどね。畳の部屋での日本人の生活を考えるとああいうものがさて似合う室内であるのかと考えてしまいます。また，買いたいほうは，決してそのデザインがいいと思って買ってるんじゃなくて，**どのメーカーでも全く一緒**であるからしかたなしに買うという時代のような気がするんです，このごろ。だからやっぱりもうちょっと消費者とつくる側とデザイナーの関係が密でなければと，私は常に思ってるんですけれども。
中井　**装飾過多**というところがありますねえ。
芦森　そうですね。そして一社が出せば同じものをまたほかの社で必ず似たものをパッと出すという傾向が，外国で言うならこの製品は，フィリップスだという感じがすぐわかりますでしょう，そのメーカーによって。そういう感じを日本でも……まあ建築界で言うなら竹中さんの仕事は大体わかると思うんですよ。そういうふうなものが商品に対してもあってもいいんじゃないかと私は思うんですけれどね。
衛藤　何か暗中模索の時代といいますか。
芦森　そうですね。
中井　メーカーのほうにすれば，消費者がそれを買うからというような考え方でまずつくると思うんですけれどね。
衛藤　実際，でも買うんですよ，結局。装飾過剰のほうを買う人が多いだろうと思うんですね。結局カラーテレビなんて原価が高価なものに属しますでしょう。せっかく買うんだったらやはり見てくれにはなやかなきれいなものを買いたい，それをようやく買ったという充足感を味わうには，あんまりシンプルだったら困るということでしょうね。それが大部分を占めてると思いますけれどもね。
中井　やはり自分の家庭内の家とか，それから部屋とか，それから自分の生活ですね，持ってる職業とか，そういうものに一番マッチしたものを取り入れておこうという気持ちがあれば，メーカー側のいまおっしゃったような同じようなものを出されるということもなくなるんじゃないかと思うんですけれども。

生活に調和した家具

館　日本の家具なんかについてはそのデザインなんかはどういうふうに……。

芦森　最近の，私ちょっと専門的なことはわからないんですけれども，唐草のような……**王朝風**ですか，あれは日本人の障子のある家にはちょっとうつらないと思いますけどね。やっぱり**日本従来のものというのをもうちょっとみな見直していただきたいですね。**

そうかといって桐のタンスを使っていこうというんじゃなくて，あまり高価なものじゃなくって日本の風土に合ったような，もっと簡素化したものを使っていただいたらいいと思うんです。

中井　結局見た目の美しさというか，心にキュッと来るというようなものに気を取られがちですわね。だけど，大体日本のわれわれの暮らしが家具を必要としなかったでしょ，わりあい最近まで。家そのものが家具みたいな形になってますからね，床の間とかふすまとか。だからそういうふうな伝統というものがないでしょう。それで選ぶ目ができてないというのは，生活に密着してないということじゃないかしら。

芦森　家具というものは住宅の一部であって，目立たないほうが落ちついて暮らせるわけです。それがたとえばベルサイユ宮殿みたいなところだったら，われわれ日本人のこういう性格だったら一日も神経が休まることがないわけです。**だから外国人の持っている性格というんですか，生活様式というんですか，それと日本人とはやっぱりおのずから，そこにどれだけまねしてもついていけないものがあると思うんです。**ですから日本人に合った家具の選び方の教育ができてないんですね，日本の消費者には。家具はアクセサリーではないということ。この頃はアクセサリーのような感じですね。

館　私は生活環境が最近洋風化されましたが，特にタンスだとかああいう在来のものはとにかくとして，たとえば椅子だとか，ああいう洋風家具に対する消費者の受け取り方，ただお金さえ出して豪華なものがいいんだとする，その辺に少し抵抗があるように思うんですけれども。

中井　ありますねえ。私も失敗したわけですけれども，最初買いますときに主人に聞いたわけですね，どんなものがいいか。それで体が楽に沈むようなものがいいと言われたわけなんです。ところが，いわゆる何点セットというんですか，ああいう買い方を私してしまったんです。実際そうでなくて，やっぱりソファーは憩うために，身をゆったりするために使うとか，この椅子はどういう目的のために……別々でもいいから，とにかく**自分の目的で選ぶ**という，そういう考え方が進歩になると思います。

衛藤　"洋風家具"ということばはいまの日本の生活全体をあらわしてると思うんです。別にほんとうにそれが密着してれば，洋風家具，和風家具という差はないと思うんです。都会ばかりでなく，農村に至るまで純日本式では生活できない，そこにちょっと椅子やなにかがほしいというのが一般ですね。そういう場合，洋風のものを置いてみたいという場合に，あんまり簡素なものじゃ結局おもしろみがないわけですね，さっきのカラーテレビと同じように。芦森さんがおっしゃったようにアクセサリー的なものを置きたいということが現状なんじゃないかと思うんです。ただメーカーやデザイナーの人たちが，そういうものがいいというようなイメージを植えつけるのがやっぱりこわいと思います。

中井　そうですね。イメージを押しつけられて，自分の頭の中に，ああいうものがほしいというものができてしまうでしょう。やっぱり外国のものがいいという。

衛藤　中井さんさっきおっしゃったように，椅子の選択ですか，そういうんだって，外人はそんなことを言われなくたってあたりまえのことですよね，もたれて休息できることは。ところがいまの実際の日本人だったら，もたれて休息するというんだったら寝っころがったほうがいまはまだ休息になる時代じゃないかと思うんですよ。（笑声）

モデルチェンジ

館　外国商品ということですけれども，外国商品と日本商品，これは非常に国際化してきましたが，そういった日本商品と外国商品との比較についてはいかがでしょう。

衛藤　**日本商品はまだ模倣している時代ですね。**

芦森　敷物なんかは私は日本のはかえって高いんじゃないかと思うんです。川島さんなんかのは。案外手織りのいいものが北欧ではもっと安く手に入るんです。やっぱりそれだけ人件費が高いのかどういうことか知りませんけれどもね。高価なわりには**まだまだ色彩感覚とかそういう意味においてはおくれてるん**じゃないかと思いますけれども。

中井　一般の販売店，デパートなどで売ってる外国製品，ノルウェー製とかベルギー製とかありますでしょう，あれ高いですねえ。

芦森　デッキチェアーはたしか19万か20万円ですね，あれが現地では4万5千円なんです。ところがあれの販売を全部押えてるのがアメリカの会社なんですね。ですからアメリカを通さないと，直売できないそうです。

このデッキチェアーはヤコブセンという人がコペンハーゲンのホテルに最初つくったんです。ああいうのなんかもう10年になるそうですね。その会社へ私まいりましたときに，「10年間同じパターンの同じデッキチェアとサン・チェアばっかりつくってますよ，それでまだいまだに売れるから，**いいパターンさえあれば絶対モデル・チェンジをしなくてもいい**」と向こうの工場の方がおっしゃって，これはすばらしいと思いました。日本だったら，今度これをちょっと買い足そうと思ったときにはもうそれは絶対ないんです。「もうそれは去年のですから，ことし製造中止しました」という風に。そこでは各年代につくった椅子を展示場へずっと並べてまして，それをほしい方があれば全部つくってくれるそうです，それと同じモデルのを。

館　それに関連しまして結局モデル・チェンジの問題が大きく出てくると思うんですよ。

一例をあげますと，先ほどおっしゃったカラーテレビが一社から出てくる，ブランド見なくちゃわからない，というような**個性のなさ**といいますか，あるいはまた逆に言えばデザインの**流行性**，そういうものについてはどういうふうにお考えですか。

衛藤　私が感心したのは，この間実はミシンを買ったんです。シンガー・ミシンのポータブルというのを買ったんです。あれはほんとうのあらゆる意味でグッド・デザインですね。何10年来ずうっとその形のままで，これからもずっとあの形は変えていかないそうです。ですから結局つくる側でも売れてる商品というのは常に研究してると思うんです。ですから5年ぐらい売れたものというのはもうほんとのいわゆるクラシックなグッド・デザインに入れていいと思うんですね。ですからそういうものはもうやっぱりある程度コンスタントに置いとくということがメーカー，デザイナー，すべての義務だと思うんですけれどもね。そしてやっぱり一年で衰退するというものは，ちよっと好奇心は引きつけたけれども結局何らかの意味でけ落とされたものなんですから，そういうものはどんどん変えていっていいと思うんです。

中井　電気製品のことですけど，ほかの装飾性の勝ったものですね，食器とかあるいは家具とか，見た目の美しさを要求されるものは別として，**電気製品というのは全く機能性と使い勝手に尽きる**と思うんですよ。だからその点では私非常に衝動買いも多いし，愚かな消費者なんですけれども，（笑声）それだけはがんばってるんです。ですからいまの電気洗濯機は古い型ですけどまだゴトゴト動くので，買いかえないでいるんです。ただ問題は故障したときにどうにもならないということですね。おそらく電気製品の販売店に相談しますと，必ずないというにきまってるんですね。

芦森　冷蔵庫に関しますけれども，こんだけ狭いスペースのアパートに住んでる人が多いのに，どうして後をピタッとビルト・インできるようなものができないのだろうかと，何年も前から思ってるんですけれど。どんなものでも，オーブンであろうが何でも，壁から10センチ離してくださいと，全部書いてあるんです。

衛藤　それは全部ですか，冷蔵庫の場合。

芦森　一台だけ日立から出てるそうですけれどもね。

中井　放熱の関係ですか？

芦森　ＧＥなんかは全部ビルト・インです。すべてピシャッと壁に合うように持っていったほうが部屋が広くなるわけでしょう，それだけ。変なところばっかりモデル・チェンジして，そういう研究はもうひとつ……どういうかげんか知らないんですけど，メーカーというのは全然考えないんかしらんと思います。外国の雑誌で見るように部屋にピシャーッと入った冷蔵庫，電子レンジは望めないですね。

衛藤　**メーカーもデザイナーも消費者の研究不足**ということが言えますね。（笑声）そう思いますよ，もうつくるほうに追われてしまって。

館　それは確かにありますね。

中井　買うときにはやっぱり一番新しいものをという気持ちにはなりますね。よしあしはとにかくとして，とにかくことし出たものを買いたいという……。

衛藤　そういうのは限られたものに対してだと思いますけれどね。

芦森　冷蔵庫に一時模様がつきましたが，あれはやっぱりあまり売れなかったそうですね。そういうのでやっぱり消えていく商品もあるでしょうね。

衛藤　だから三年がんばって見てみたらいいんですよねえ。

中井　やっぱり早く買わないということですね。

芦森　一般消費者の意識レベルが私はまだまだ低いと思うんです。ほんとにつまらないものが売れてますでしょう。

衛藤　結局いままで貧しかったということが第一でしょうけれどね。（笑声）いわゆる経済大国かなにかになったかもしれませんけれど。

Ｇマークの普及度・信頼性

館　昭和32年から通産省が**Ｇマーク**をつくりまして，Ｇマーク証というものを始めてるんです。私たちのこの大阪デザインハウスも昭和35年から10年間，これは主としてデザイナーの専門家によって選ばれたグッド・デザイン商品を選定しまして，これを消費者の方々に見ていただいて，「こういった商品がいいんですよ」という啓発的な商品を推選しています。これらに対してのお感じ方はいかがなものでしょうか。

中井　一つの目安にはなると思いますね。実際に選ばれたものを見て，やはり他の雑多な商品の中ではある程度の水準までいってるなというものはあると思います。

衛藤　私はでもそれ以前に，Ｇマークというものはそもそもどういう点を基準にして選んでるかということが全然漠然としていると思いますね。ただＧマークという名前だけを知ってるという感じです。

館　**Ｇマークの基準がまだはっきり皆にわかっていない**ということですね。

衛藤　そうです。そしてそもそもその**Ｇマークというのは一体どこで出してる証**かということもはっきりわからない。幾ぶんかでもデザインに関係ある私たちでその程度なんですから。

中井　**普及度の問題**ですね，それは……。

衛藤　缶詰なんかにあるＪＡＳとかああいうものでしたらわりと知られていますけれどね。ＪＡＳの説明なんかはよく新聞の婦人欄なんかにでていますでしょう。Ｇマークのそういう意味でのＰＲはないように思います。

中井　まして大阪デザインハウスのデザイン選定証（笑声）があるということについては知識がまだできてませんね。

この間も知り合いの方がグッド・デザイン証のものを買ってきたとおっしゃるんですね。大阪デザインハウスのかと思って買ってらっしたんです。それが通産省のＧマークのだったわけなんです。その区別もまだ一般にはついてないんです。

館　結局そういうＧマーク商品を購入されてどういうふうにお感じになりますか，商品そのものについて。

衛藤　まず無難ということは感じますね。特に奇をてらったという感じはない，それがいわゆるグッド・デザインの本命だとは思いますけれども。**デザインということはいわゆる現在性の問題でしょう，結局常に現在であるべきという。そういうところからは多少はずれてる作品も大分ある**ということですね，私が感じるのは。オーソドックスではあるけれども。

芦森　安心して使えますわね。そういうマークがついてるだけもうすでに一応審査がかかってますから。**ある程度の安心感で購入できる**という意味の――だからある意味ではものすごい責任の重いマークですわね。それを信頼して皆が買うんだから。われわれでもそうですからね。

館　通産省のＧマークというのは商品によって非常に違いますけれど，年間300点ぐらいですかね。いままでで2,000点ぐらいしか選定してないんですよ。そうすると，**この10年間に何百万点という商品が生産されてるうちの2,000点**ですからね，ただ必ずしもそれだけがグッド・デザインかどうかということは疑問だと思うんですよ。

衛藤　私は百貨店などでグッド・デザインのマークが張ってあるというのに気がついたことあまりないですね。

中井　私は意識してるせいか，わりあいに。

芦森　家庭用品には多いですね。お鍋類は多いです。

中井　大阪デザインハウスではどのくらい？

館　私とこでも大体２千５，６百点ですね，10年間で選定しているのは。

芦森　10年でも続けて売れるぐらいのものでないとやっぱりＧマークとは言えないような気もしますしね。やっぱり続けて売れ続けるというふうな……。

中井　あれは全部持ち込まれたものでしょうか，対象はどういうことなんでしょうか。全商品というわけにはいきませんわね。

館　そうです。**年ごとにＧマーク証の対象は一応品種がきまってる**わけなんです。ことしは何の品種のみをやるということですね。だから去年は70万。それだけが対象になって，ほかは野放しですね。私とこはあらゆる持ち込まれた商品をやりますけれども。そういったことで問題があると思いますね。

芦森　Ｇマークすべてに太鼓判押して，お買いなさいとは私は皆さんにいえませんね。

中井　たとえばどんな？

芦森　きゅうすなんですけれどね，Ｇマークだから安心して，とにかくかっこうがいいので買ったんですけれども，口より先にふたから水が出ちゃうんです。それで使いものにならない。だからこれを選定された先生方は使われたかしらと思ってね。やっぱりそういう台所用品に関しては実際にお使いにならなかったと思います。Ｇマークの審査委員ももうちょっときびしくなってもらわんと。

衛藤　デザインハウスのきゅうすはいかがですか，最低水を入れてテストしてらっしゃいますか。

館　その程度はしてるんですけどね。しかし，完全な，たとえば電気器具の耐久テストとか，そういうことはまだできてませんしね。またやってる期間も非常に短いですからねえ。しかし簡単にテストできるものはしています。たとえばステレオのスピーカーから出てくる音，あるいはなべなんかのふたの持ちぐあいですね。

中井　やっぱり造形的な美しさということが優先しませんでしょうか。

館　まあいまのところは……審査基準というのがありまして，皆さんそれぞれ心得ておられるはずですけれども，いざ審査になりますと，そのへんはそれぞれご自分の感覚でなさってますから，何ともいまのところ申し上げられんと思いますけれどね。

中井　何カ月間かをかけてテスト期間を設けていただいたらいいんです

けど。そういうところにGマークなりデザインハウスの盲点がありますね。（笑声）

芦森　だからある程度安心して買えるということは言えますけれど，絶対にGマークは間違いありませんということは申し上げられないんじゃないかという気がします。

グッド・デザインのデザイナー

館　Gマーク――グッド・デザイン商品は，価格が高い。われわれ消費者は手が出にくい。という風評をわれわれはよく聞くんですが，それなんかについてはどういうふうにお考えですか。

芦森　お高いですか？　私はあんまり……

衛藤　大体全部にならしてみたら高いですね，やはりグッド・デザインというのは。

芦森　それはスーパーの商品とはまた違いますけれどね。

館　一部に，デザインがいいから高いのは当然だというお声も聞くんですけれども。

中井　一，二はありますね。

衛藤　でも私は今日的な意味で言うグッド・デザインのこれからの方向というものは，やっぱりだれにでも親しみやすいというんですか，購入しやすいというんですか，取っつきやすいということがやっぱり一つの任務だと思うんですよね。もちろん全部が全部それであるべきでもないし，またそういう可能性だってないかもしれませんけれどもねえ。

ですから私たち消費者が，デザインを見る場合には，これはほんとにいい感じだとかなんとかというのはわかりますけれども，はたしてそれがどこがいいかということは指摘できないわけでしょう。そういうのを指摘すべきものがデザイナーであるわけですよね，結局専門家と称する。ですからいままで私たちが考えてきたデザイナーに対するイメージというのは，何か新しいものをつくる人という受け取り方をしてたわけでしょう。いまよりよりすてきなものをつくってくれると。ですから**芸術家となにか混同したようなイメージがあったと思うんですけれども。今日で言うデザイナーというのはやっぱり啓蒙ですね，大衆の啓蒙とそれから一般によいものを浸透させていくということが私は一番の使命だと思うんですよ。だからそういう場合にはデザイン料が高くあっては困るんですね。**アーティストである必要はないですからね。

中井　おっしゃることはわかるんですが，しかしほんとにいいものが生まれるためにはやっぱりデザイナーがよくならなければならない。すぐれたデザイナーが出なければならない。そのデザイナーが出るためにはやはりそれだけの報酬というものがなければならないと思うんです。

衛藤　それは一部分は必要ですよね，もちろん。ですけど私たち消費者の立場からはそんな高いものは必要ないですもの，実際に日常の生活から。

中井　それと，大体まだ日本のそういう個人資産というものが低いでしょう。

芦森　そこへデザイナーという職業が日本ではものすごく特異な存在のような，デザイナー自身がそういうふうに思ってられるんじゃないかと私は思うんです。デザイナーが持ってる意識は，僕がデザインしたから，これはこんだけのデザイン料だという，小説家でもそうですけれども，お弟子さんに書かしたものでも自分のラベルでパッと出るというそういう式のところがやっぱりあると思います。建築界でもそうだと思います。一流の設計事務所で設計すると，その事務所の名前だけでパッと高くなるんだろうと思います。（笑声）

それでいて，デザイナーの社会的地位はそう高くないんですね。

芦森　外国では，フィンランドではものすごく低姿勢なんです，デザイナー自身は消費者に対して。ところが社会的地位は日本よりずっと高いんです。

芦森　**ちょっと日本と逆なんです，日本は社会的地位は低いのに，デザイン料というのは名前だけでパッと高いのですね。**

衛藤　使うほうもつくるほうも自己分析というものはぜんぜんわからないわけですもの，結局。

中井　日本の場合，昔の民芸品，いま見直されている民芸品をつくっていた人たちはみんな職人であったわけですね。

衛藤　それがでも結局グッド・デザインとしていままで生き残ってるわけですからね。

中井　日本の職人というのはいいですねえ。

芦森　向こうでは皆職人だと言います。僕たちは職人なんだということをものすごく言いますからね，ああいうことをおっしゃるような時代が来れば……。

中井　でもかっては日本もあったわけでしょう。それがぜんぜんいま断絶してる感じですねえ，新しいデザイナーというのと……。

館　デザイナーはかっこいい商売だというそれに皆あこがれて……。

芦森　だから消費者と離れてしまうわけですわね。だから密接につながって，使い勝手のよいものが生まれないんですよね。

衛藤　建築にしたってそうでしょう，わりと高名な建築家がつくった家というのは絶対住めませんよね。住みずらいという。

衛藤　それのほうが大部分じゃないですか。

グッド・デザインの選定

中井　最近はグッド・デザインを選定するときにまず機能性ということを第一に考えてるわけですね。

館　それは一番先に使い勝手ということを第一条件としてやってるわけです。

中井　そこから生まれてくる機能美というんでしょうか。

衛藤　それがなかなかむずかしいところでしょうね，機能一点ばりになっても殺風景なものなんでしょうからね。

館　一時，白無垢の湯のみがはやりましたねえ，それがまただんだん模様がついてきた。人間の心といいますか，これはむずかしいことなんですけれども。

芦森　つくるほうの工夫ですね。結局そういうグッド・デザインの真白のお湯のみの中に，一つ花柄のお湯のみがすっと戸だなにならんでたとき，その花柄のお湯のみが引き立つわけでしょう。そういう使い方をなさったら，花柄ばかりならんでるいやな感じよりも，古いそういうお湯のみをならべたときのよさがまた出ますわ。

衛藤　お茶室の中の一輪の花みたいなものですよね。

中井　なにか遊びというかしら，そういうゆとりというものはやっぱり必要ですね。建築雑誌とかそれから室内装飾の本なんか見ますと，実にきちんときれいに片づいておりますでしょう。あの中にはとても**人間性**がないなという感じはやっぱりしますねえ。

中井　でもやっぱりある程度の制約みたいなものがあるんじゃないでしょうか。たとえばこういうお湯のみにしても，好みの問題もありますけれども，中にお茶を入れたときにお茶の色がきれいに見えないような色だったり柄であったりするのはやっぱり好ましくないわけです。それがある程度守られるようであれば美しいでしょうし。

館　そうするとやっぱりデザインということは，やはりまず最初に造形というか，視覚に重点を置いて考えられるんでしょうか。

中井　やはり先ほどのお話，**使い勝手がまず第一，それから視覚**……。

衛藤　並行の関係にありますね。使い勝手ばかり多かってもご批判が多いでしょうしね。

中井　ある外国人が陶器作家の家へ行って，そしてそのへんにすばらしい陶器の灰皿があったんです。それを帰りますときに，あんまりすばらしいんで「これは非常にいい，ワンダフル！」といってほめたそうです。あんまりほめられたんでその陶器作家が帰るときにそれを包んで「じゃお土産」と渡した。ところがそれを受け取らない。「それは確かにすばらしいけれども，それはここにあったからすばらしいんであって，自分の家へ持っていったら置くとこがない」というわけなんですよ。そういうきびしさというものがあるんですね。入れようと考えたときに，それを入れるところがあるかどうかというようなところまで考える，買う場合はそこまで考えてほしいと思います。

芦森　やっぱりマスコミといいますか，このごろの若い人は，週刊誌にまで家の中の飾りつけの写真が出てますから，そのままねする。結局テレビとマスコミの社会になってしまったがために，自分の思考能力というものがなくなったでしょう。これはおそるべき現象ですね。

衛藤　**自分の創造性**ですね。

芦森　そういうものは子供達にもないです。ですからそんな子が大きくなっていくと，なおさらマスコミとかそういうものに左右されて，**お仕着せのデザイン**というものをやはり買うようになるのではありませんか。

中井　あまりにも情報がはんらんしているという感じですね。何を求めたらいいかということがわかってないんです。

芦森　だからこういうことを続けていれば，いいデザイナーも，いいアイディアも生まれてこないような気がしますね。（笑声）

中井　外国のことは私よくわかりませんけれども，日本の場合だと，昔は家をつくるとき非常に神経を使って家をつくりましたでしょう，そしてその中の生活もある程度美的な統一というものがあったわけですよ。そうするとおばあさんから娘，母親から子供というふうに，なにか選ぶ目というか，自然に教えられるところがあったでしょう。そのことがなくなったですね。

衛藤　生活の範囲というのがきまってましたからね。このごろはみんな平等になっちゃったから，それこそ皇室の生活が自分の生活だと錯覚するような場合だってあり得るわけでしょう。

中井　時代が違うんですから，もちろん違った選択の目というものが必要かもしれませんけれども。

芦森　やっぱり自然に返る運動というのが必要になってきますね，こうなると子供たちにも。グッド・デザインに対する目というのはやっぱり大きくなってから教育してもだめだと思うんです。親が自然に生活の中へ取り入れていると，子供もそういうものを見る目ができてくると思います。

企業イズムによる被害

館　これは政府に対する要望かもしれませんが，この間，電子レンジの問題がありましたね。あけるたびに電波を受けて，非常に体に影響があるというわけですね。それはしかしある程度そのことについては何社かが研究をやっているけれども，それを公表することは差し控える，というようなことが新聞に載ってましたよ。

衛藤　**何か業界に押えられてるような感じですね。**

館　**ああいう商品が出るということ自体が，なにか人間を無視したような……。人間の生命が一番大事ですからね，それが商品優先というような感じですね。**

芦森　やっぱり日本人のがめつさという感じですね，もうかればいいという。いやですね，そういうの。

中井　大企業のキャップの頭の切りかえができないとだめですね。

衛藤　だから結局，消費者の目がきびしくなってきてるわけでしょう。ですから消費者を育てるというのはやっぱりそれにまた関連する機関の役目ですねえ。いわゆるマスコミの警鐘ですね。

中井　「暮らしの手帖社」でテストをやってますね，あれもいろいろ批判もあるようですけれども，まあ参考にはなりますね。

衛藤　ああいうしかたもひとつはあってほしいですよね。個人がやるというとなかなかできませんからねえ。

中井　それに見識がありますでしょう，ある程度はっきりと名前出しますね，暮らしの手帖は。あれがほしいですね，われわれ買う側からは。

館　どこの社のどれが悪いということでね。

中井　さっきの電子レンジみたいにはっきりわからないというんではとても。

消費者からの注文

館　そうすると皆さんがメーカーあるいはデザイナーに対してどういうようなことを要求なさいますか。

芦森　やっぱりもうちょっと**個性のある商品がほしい**と思うんです，どの部分に関しても。あまりにも個性がないでしょう，グッド・デザインにしても。ステレオでも，Gマークに選ばれたものと選ばれてない商品とほとんど変わらないわけです，デザイン的に見たら。それでは意味がないわけでしょう。なるほどこれは変わった，ちょっと単純化していいデザインだというものがGマークでないとやっぱりいけないんじゃないかしらんと思うんですけれどもね。だから各社そういうデザイナーを養成して，そのデザイン室の持ってる個性というものを発揮した商品がほしいと思うんです。

衛藤　それにつけ加えて，あんまりそれが奇をてらい過ぎて個性尊重になり過ぎないということですね，結局。**実用面をまず持ってる**ということですね。**そしてコストが安く手に入る**ということですね。

中井　いろいろ話が出ておりますけれども，使いやすさということがまず第一ですね。そして個性があるということ。

衛藤　だからそれが結局デザイナーのこれからの使命じゃないですか。

芦森　横の情報があるわけですか，あれだけ同じものがパーッと各社から出るということは。

館　それはさっき申し上げたように，一つの流行，ファッションですね。ミニ・スカートがはやれば皆一様にミニ・スカートにするという，同じ傾向がすべての商品にあるわけです。

芦森　売れればということですね。

館　売れればすぐにまねをしてやってしまうという傾向が現在でてるように思うんですね。

衛藤　それは企業としては無理ないでしょうけれどね。

中井　利益を追求する企業ですからこれはしかたがないとしても，**プライドを持って，ある社だけは個性を保ってるというのが出てきてほしい**という気がいたしますね。

館　だからそこで逆に言えば消費者の方の，選択のしかたが必要だと思うんですけれどね。

——　本日はどうもありがとうございました。

紙数の都合上，住宅，都市に関連したところや編集者の発言は一切はぶきましたことをご了承下さい。

建築用ガスケット

越本昌弘

1. ガスケットとは

ガスケットは車輌や航空機，自動車関係などでは古くから盛んに用いられているが，それが建築の分野において利用されるようになったのは近年のことである。

ガスケットとは，本来「詰め物」「パッキング材」のことをいうが，建築関係においてはガラスと型鋼やサッシュの接合部，ガラスとプレキャストコンクリートパネル（PC版）の接合部，PC版相互の接合部，ガラスの連窓，ガラス押縁，および建具可動部の召合せ箇所などに使用されている。

このガスケットは，天然ゴムまたは合成ゴムおよび合成樹脂を，用途に応じてある形状に押出し成形したもので，これを常に圧縮した状態で接合部に取りつけることによって生じる反撥弾性を利用してシール効果を発揮する材料である。ガスケットを不定形の弾性シーリング材などと比較した場合，その長所は次のとおりである。

○現場での混合調整が不要なため，取扱いが簡単であまり熟練を要しない。
○施工性がよく，不定形シール材のように下地の湿気の影響や天候に左右されずに施工することができ，施工後の養生期間も不要である。
○施工後の管理が容易で，特別な養生を必要としない。
○納まりが単純であるにもかかわらず水密性および気密性にすぐれている。また，緩衝材としての役割もはたし，躯体やサッシュの歪が直接ガラスに影響を与え難い。
○耐久性，耐候性にすぐれ，シールの永続性が高い。
○熱絶縁性が高いから，熱変化によるガラスの割れを防ぐ。
○ガラスの嵌替えは容易で，室内側からでもガラスの嵌込み作業が可能である。
○施工後の補修が少なく，長期間のメンテナンスを必要としない。
○必要に応じて色付きガスケットも製造することができる。

その他，サッシュフレームの単純化をはかることができる利点もあるが，反面，短所としては次のことがあげられる。

○サッシュ，PC版，ガラスの寸法精度が悪いと，空隙が生じたり，ガラスの嵌込み作業が困難となる。一方，ゴムや樹脂類は押出し成形するので，金属のような機械的精度で製品をつくることは困難で，寸法公差が大きい。そのため水密性や耐風圧性能に問題が生じる場合もある。
○ガスケットはサッシュフレームやPC版より突出した納まりとなり，また色彩は物性的に黒が主であるため意匠上好ましくない場合もある。
○比較的高価である。

2. ガスケットに要求される性能

ガスケットは物性の異なる諸材料と取り合うため，かなり高度な特性が要求されるが，その基本的なものは次のとおりである。

○反撥弾性…復元力があって永久変形が少なく，接合部の伸縮に対応して水密・気密を保持しうること。
○耐候性，耐熱性…日光，オゾン，熱などのあらゆる苛酷な気象条件での繰り返しに対する老化，および低温時の脆性が少ないこと。
○寸法安定性…使用中に圧縮遖みが生じたり，伸縮や機械的強度低下の少ないこと。
○接触性…部材に対して適当な接触性を常に保持すること。
○耐薬品性…亜硫酸ガス，油脂などにすぐれた抵抗性をもつこと。
○耐焔性…自燃性はなく，自己消焔性であること。
○寸法精度のよいこと。

以上の性能のほか，作業性がよく適応性の容易なこと，耐久性を考慮した経済的な価格のものであることが望ましい。

3. ガスケットの種類

ガスケットはそれを構成する高分子物質，および断面の形状，ならびにその用途（機能）に応じて分類される。

(1) 材質による分類

ガスケットの材質は，天然ゴムや合成ゴムのようなゴム系と，熱可塑性樹脂を主成分とする合成樹脂系に大別される（**表—1**）

建築用ガスケットには前述の基本性能を満足させ，かつ経済的な見地から，一般的にはゴム系ではネオプレンが，また合成樹脂系では軟質塩化ビニルが数多く使用されている。**表—2** はこの両者の物性を比較したものである。

表—1　ガスケットの材質（化学組成）

- ガスケット
  - ゴム系
    - 天然ゴム
    - 合成ゴム系
      - ポリクロロプレン（ネオプレン）
      - ブチルゴム
      - シリコーンゴム
      - クロルスルフォン化ポリエチレン（ハイパロン）
      - スチレンブタジエンゴム（SBR）
      - エチレンプロピレンゴム（EPR）
  - 合成樹脂系
    - ポリ塩化ビニル
    - ポリエチレン

表—2　ネオプレンと軟質塩化ビニルの物性

種類	ポリマーの類種	耐久性			弾性（応力緩和 クリープ特性）	耐熱・耐寒性	可使温度範囲	成形加工性	耐薬品性		着色性	コスト	備考
		太陽光	オゾン	油脂					溶剤	薬品			
ネオプレン	合成ゴム	優	優	良	優れる（良好）	優れる	−40〜+107℃	劣る	強い	弱い	劣る	高価	色は黒が主体
軟質塩化ビニル	熱可塑性樹脂	良	良	優	劣る（大）	劣る	−29〜+66℃	優れる	弱い	強い	優れる	安価	高温低温のくりかえしはよくない

(2) 用途による分類

ガスケットはその断面形状からH型，Y型，U型などに分類することができるが，これらのガスケットは次の用途に応じて適当な形状のものが使用される。

㋐ サッシュレスガスケット（構造用ガスケット）

ガスケットそのものがサッシュの機能をもっており，サッシュや型鋼フレームとガラスまたはアルミパネルを取りつけるH型と，PC版にガラスを取りつけるY型とに大別することができる。H型には連窓ガラスを型鋼フレームまたはマリオンに取りつけるHF型およびHC型ガスケットがある。（図―1）

これらのガスケットはジッパーガスケット，または自動締付けガスケットともいわれ，いずれも特別な止め金具や固定具を必要とせず，ガスケット本体の溝にこの材料よりやや硬くつくられたジッパー（ロッキングストップともいう）を嵌込み，連層に圧縮して施工するが，その施工性は良好である。このガスケットに使用される材質はネオプレンが多い。ゴムの硬さはガスケット本体にはショアーA70，ジッパーにはショアーA80，コーナージョイント部にはA65程度のものが使用されている。

㋑ ガラス押えガスケット

サッシュまわりのガラス押えガスケットには，引違窓に用いられるU型ガスケット（チャンネル型ともいう）と，嵌殺窓・ドアー・引違窓などいずれの建具にも使用することができるセパレート型ガスケットがある。

セパレート型ガスケットの場合はサッシュにガラスを嵌込んだ後，ガラスの両側からガスケットをサッシュに取りつけるが，U型ガスケットはあらかじめガラスの周囲にガスケットを取りつけた後これをサッシュに嵌込むタイプである。（図―2）

セパレート型ガスケットは，U型のものに比較して取りつけ作業が簡単であるが，建具の開閉による衝撃によってガラスが移動したり，または脱落したりすることがある。そのため最近ではU型ガスケットの使用が多いが，いずれのガスケットの場合でもガラスやサッシュの公差を吸収し，かつ水密性および耐風圧性能を保持するため，かなり高い精度の製品が要求される。

ガラス押えガスケットの材質には軟質塩化ビニルのものが多い。合成ゴムの場合にはショアーA40～50の材料が用いられる。

㋒ 目地ガスケット

金属カーテンウォールのフレーム接合部，またはPC版の接合部の目地に用いられる。このガスケットには挿入型およびスペーサー型，ならびに環状ガスケットがあり，いずれもガスケットの圧縮変形によって生ずる反撥弾性によって風や雨水をシールし，ガスケットの大きい変形適応性で接合部材の熱膨脹収縮や，外力による層間変位などの移動量を吸収する。特に環状ガスケットは，基準目地幅に対して30%ぐらいの範囲の層間変位が生じた場合でもこれに追従して所期のシール性能を保持することができる。しかしこの反撥弾性は，ガスケットの材質にもよるが同一のものであってもその断面形状によっては早く劣化が生じるものもあるので，その選定にあたっては十分な検討が必要である。図―3は各種の目地ガスケットを示したものである。

㋓ エアタイト用ガスケット

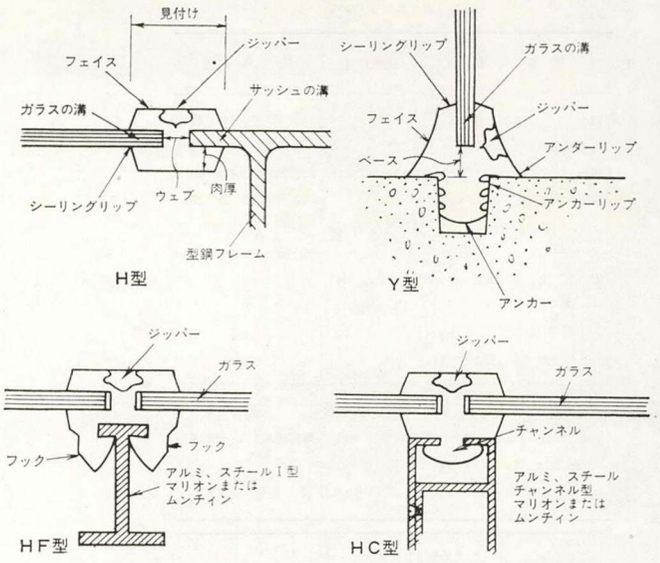
建具の召合せや戸当りのような可動部の隙間に使用するもので，従来のモヘヤなどとは異なり，ガスケットの弾性によって常に可動部と接触し，そこをシールして気密性および水密性を向上させるものである。したがって開閉時の可動抵抗が少なく，かつ圧縮永久歪（使用くせ）や温度変化の生じない材質のものが要求される。

このガスケットには種々の断面形状のものがあり，用途により硬質材と組合せたものや，中空断面のものも製作されている。図―4はエアタイト用ガスケットの一例である。

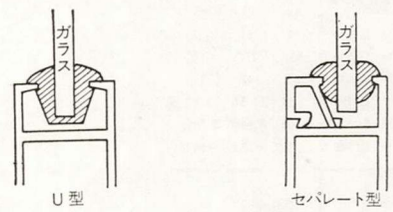
㋔ 特殊ガスケット

室内側の押えガスケットに防錆した鉄板を入れたもので，ガラスを網入りとすればそのまま防火窓になるよう考慮されたものである。（図―5）

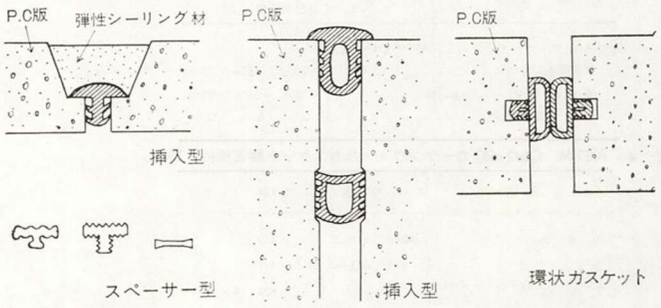
図―1 サッシュレスガスケットの種類と各部名称



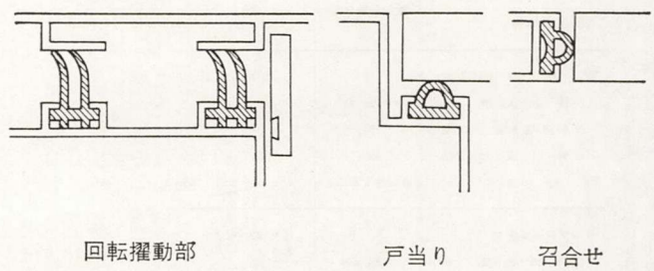
図―2 ガラス押えガスケット



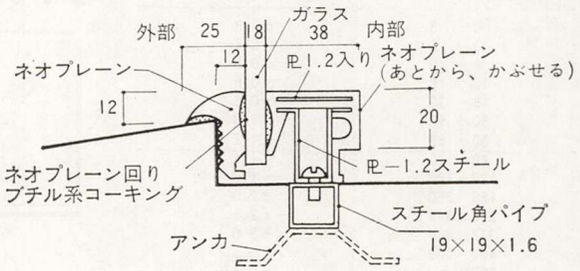
図―3 目地ガスケット



図―4 エアタイト用ガスケット



図―5 特殊ガスケット（大林組特許品）



表－3　NAAMMのガスケット規格（1960）

ゴム状ガスケット規格

試験項目	試験方法	規格値
硬さ（±5）	ジューロメータ ショアA	40 50 60 70 80
引張強さ(kg/cm²)(min)	ASTM D－412	113 113 113 127 127
伸び(%) (min)	ASTM D－412	450 300 250 200 180
圧縮永久歪(%) (max) (70°C22hrs)	ASTM D－395	30 30 25 25 25
耐老化性(100°C70hrs)	ASTM D－865	
(1)硬さ変化 (max)	ショア A	15
(2)引張強さ変化 (max)		－15%
(3)伸び変化 (max)		－40%
耐寒性	ASTM D－746	－40°C
耐オゾン性 (1ppm,500hrs)	ASTM 1149	亀裂発生なし(20%伸)
寸法安定性 (max) (100°C 70hrs)	1"×2"×0.080"板	巾、長さ、2%変化

プラスチックガスケット規格

試験項目	試験方法	規格値		
硬さ	ジューロメータ ショアA	65	75	85
引張強さ(kg/cm²) (min)	ASTM D-638	77	95	113
伸び(%) (min)	ASTM D-638	300	250	200
100%モジュラス(kg/cm²)(min)	ASTM D-638	35	42	77
比重 (max)	ASTM D-792	1.52	1.55	1.60
加熱損失 (max)	ASTM D-1203	0.50%	0.50%	0.50%
脆化温度	ASTM D-746	−29°C	−29°C	−26°C
寸法安定性(100°C70hrs)				
長さ方向の変化 (max)		−10%	−10%	−10%
厚さ方向の変化 (max)		− 8%	− 8%	− 8%
耐焔性	SPI Test	149°Cの火炎を除去後自己消焔性		
耐候性(ウェザーメータ)	ASTM E-42-42T			
引張強さの変化 (max)		−20%	−15%	−15%
伸びの変化 (max)		−20%	−25%	−25%
色相、外観の変化		なし	なし	なし

表－4　ASTM　C542-65Tカーテンウォールガスケット暫定規格（1965）

試験項目	規格値	試験方法
引張強さ	140kg/cm²以上	D－412
伸び	175%以上	D－412
引裂強さ	21.4kg/cm	D－624（ダイC）
硬さ(ジューロメータA)	75±5	D－676
圧縮永久歪(100°C22hrs)	35%以下	D－395（B法）
脆化温度	−40°C以上	D－746
耐オゾン性(1ppm,37.7°C 100hrs,20%伸)	亀裂発生なし	D－1149
耐熱性(100°C70hrs)		D－573
(1)硬さ変化	+10～0	
(2)引張強さ変化 (max)	15%	
(3)伸び変化 (max)	40%	
耐焔性	消焔性なること	C－542－55T　65
リップシール圧力		C－542－65T
(1)押出断面 (min)	715g/cm	
(2)コーナ部 (min)	535g/cm	

表－5　工業用ゴム製品寸法規格（VDI 2005-2級）

製品寸法(mm)	寸法公差(mm)
0～3	±0.3
3～6	±0.4
6～10	±0.5
10～18	±0.6
18～30	±0.8
30～50	±1.0
50～80	±1.2
80～120	±1.4
120～180	±1.6
180～250	±2.0
250～315	±2.5
315～400	±3.0
400～500	±3.5
500以上	±0.8%

4.　ガスケットの品質規格と試験法

現在，各種のガスケットが製造・市販されているが，ガスケットはその製造過程からみて相当厳重な品質管理をおこなわないと均質な製品が得られ難い。しかしわが国では建築用ガスケットに適用される品質規格はまだ定められておらず，必要のつどJIS K6301加硫ゴム物理試験方法などによって試験をおこない，その品質を確認している。したがってメーカーにより試験項目，試験方法，性能値などが異なっている現状である。このため建築ガスケット協会では技術委員会を設けて，ゴム系・合成樹脂系の建築用ガスケットに関する業界規格の作成をすすめており，本年3月ごろにこの試案が発表される予定である。この試案をもとに種々検討を加えて，近い将来にJIS規格の制定がなされることと思われる。

アメリカではゴム状ガスケットおよびプラスチックガスケットの品質についてNAAMM規格があり，またジッパー型の構造用ガスケットの品質についてはASTM　C542—65Tにその暫定規格が定められている。これには実用的な物性を知るためのリップシール圧試験の項目がある。その他 Du Pont 社など数社の カーテンウォール用 ガスケット規格がある。（表－3，表－4）

一方，ガスケットの寸法公差についても規格化されたものはない。表－5はドイツ工業協会の工業用ゴム製品の寸法規格の一部であるが，現在ではこれがガスケットの寸法公差の基準値とみなされて，ここに示されている寸法公差以内の製品が実用されている。

5.　ガスケットの施工

(1)　ガスケットの検収と保管

ガスケットを受入れる場合，まず外観検査をおこなって疵などの欠陥や，接合部における目違いの有無などを調べる。特にリップ部の先端に疵があってはならない。また，ガスケットの断面形状寸法および辺長寸法が許容公差以内にあるかを検査する。材質についてはそれを折り曲げてみて硬さの具合を調べる程度で，受入れ現場での確認は困難である。したがって抜取り物性試験によって検査を行なうことが必要である。

ガスケットを保管する場合は，曲げぐせがつかないよう取扱いに注意し，広げておくか，ハンガーに無理が生じないよう吊下げて保管することが必要である。

(2)　ガスケットが取付くサッシュ，型鋼フレーム，PC版の検査

ガスケットの嵌込み作業に先立ち，ガスケットが接する構成部材（金属サッシュ，型鋼フレーム，PC版，ガラス）の断面寸法や目地などの検査をおこなうが，これらの部材はガスケットの寸法公差にみあう製作誤差範囲内であることが必要である。検査すべき要点は次のとおりである。

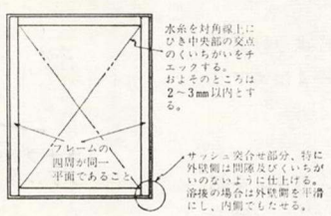
㋐　サッシュおよび型鋼フレームの検査

○開口部の内法寸法および対角を検査する。内法寸法の許容誤差は縦横とも±3mm以内が望ましい。（図－6）

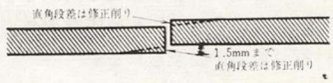
○ガスケットの嵌込まれる目地やその縁に，有害な不陸やくい違いがないか検査する。特にコーナー部の目違い，溶接箇所の仕上の欠陥に注意する。また，直角段差部があれば図－7のように修正する。

○型鋼フレームの場合は，ガスケットの嵌込まれる側の型鋼先端R部のカットと，そのあとの面取りを確認する。（図－8）

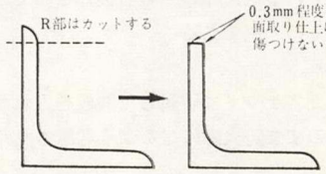
図－6　サッシュの対角検査



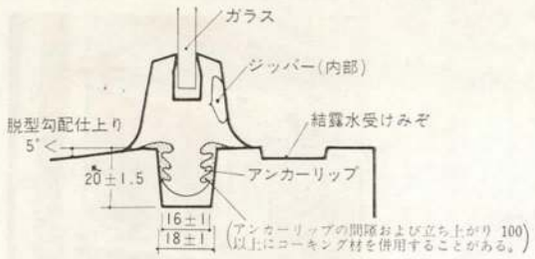
図－7　直角段差部の修正



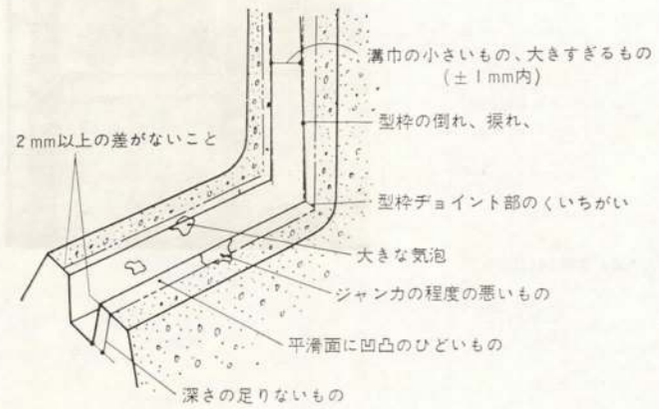
図－8　型鋼先端R部のカット



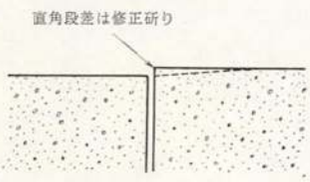
図—9　アンカーリップ用溝の寸法精度



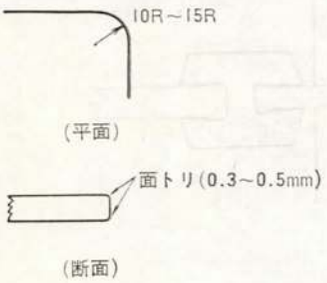
図—10　PC版の検査事項



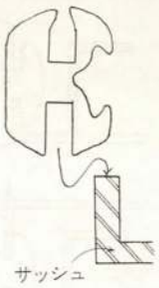
図—11　直角段差部の修正



図—12　ガラス切断面の処理

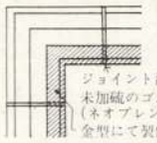


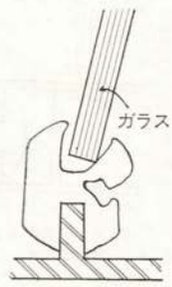
図—13　H型ガスケットの施工方法



① ガスケットの嵌込み

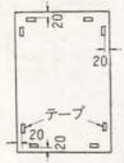
サッシュ四周のコーナーから順次サッシュ辺長部にガスケットを嵌込む。ガスケットのたるみは左右から均等に押込む。コーナーの接合は本体を留め切りする場合と，下図のようにあらかじめ金型で製作したコーナーを用いて直線部で接合（溶着）する場合がある。

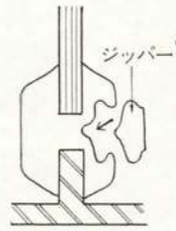




② ガラスの嵌込み

ガラスはジッパー溝側からヘラを用いて嵌込む。ガスケットの下辺より150mm位上の位置からガラスを斜めに傾けて両辺の溝に嵌め，ガラスを起こしながら下辺および左右コーナーに入れる。次いで左右両辺から上辺と順次嵌込む。これが終るとガラスの全周を軽く押して正しい位置に納める。ガラスのかかり代ろを正確に保持するため，あらかじめテープなどでその位置を示しておくとよい(右図参照)。なおガラスの切りすぎでガスケットの溝のあきにライナーを装着してガラスを嵌込むことは，トラブルの原因となり好ましくない。

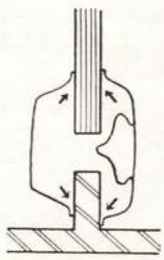




③ ジッパーの嵌込み

ジッパーは嵌込み前に石ケン水などの潤滑液でぬらして使用する。ガスケットのジッパー溝も同様にぬらす。ジッパーの嵌込みは，所定のジッパー通し治具を用いて下辺より始め，左右両辺から上辺の順に行なう。ジッパーの末端処理は下図のように行なう。





④ 施工完了

ジッパーの嵌込みがおわると，ジッパーの浮上がりや，アンダーリップおよびシーリングリップ先端部の巻き込み，各辺の彎曲部などを修正して施工を完了する。

---

④　PC版の検査

○開口部の内法寸法を検査し，この寸法の許容誤差は±3mm以内とする。

○アンカーリップ用の溝寸法を検査する。その誤差は図—9に示す数字以内とする。

○アンダーリップが接するところの勾配を検査する。（図—9）

○アンダーリップやアンカーリップの接するPC版の仕上りを検査する。大きな気泡や欠け，凹凸のひどい箇所などはモルタルで補修をおこなって滑らかな仕上り面とする。（図—10）

○アンカーリップ用溝の通り，段差，傾き，捩れを検査する。また相接するPC版のガスケット接合部を検査し，直角段差があれば斫って線状に修正する。（図—11）

㋑　ガラスの検査

○ガラスが所定寸法に切断されているか，切断寸法が許容公差以内であるかを確認する。

○ガラス切断面が図—12のように処理されているか検査する。

(3)　ガスケットの嵌込み作業

ガスケットの嵌込まれる目地やサッシュフレームなどのゴミや付着物を清拭した後ガスケットを嵌込むが，その作業は単純化・迅速化されており，構造用ガスケットでは**ガスケットの向きの決定（ジッパーを室内側にするか屋外側にするか）→ガスケットの嵌込み→ガラスの嵌込み→ジッパーの嵌込み**の順序で施工される。図—13～15はH型およびY型ガスケットならびにHC型ガスケットの嵌込み作業を示したものである。

(4)　ガスケットを用いたサッシュ等の性能試験

ガスケット施工においてガラスの保持力に影響する主な要因は，ガラスの面積，ガラスのかかり代ろとクリヤランス，ガスケットのウェブ厚さ，ガスケットの硬さ，および各嵌込み部の精度である。高層階でしかもサッシュの開口面積が大きい場合は，風圧などの外力によってガスケットに変形が生じ，ガラスがずれたり破損したりすることがある。（図—16）このため実施に先立ち，ガスケットを用いたサッシュやPC版の実物大について各種性能試験をおこなって，気密性，水密性，ガラス保

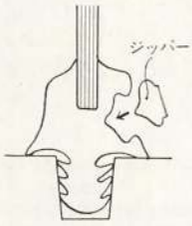
図—14　Y型ガスケットの施工方法



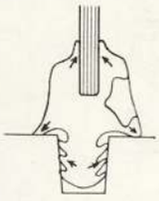
① ガスケットの嵌込み
四周のコーナー部から順次PC版の辺長部にガスケットを嵌込む。この場合PC版溝との摩擦抵抗が大きいのでコーナーウェッジを用いてガスケットが歪まないよう溝の中に叩き込む。アンダーリップが密着しない場合は，一度取りはずしてから正しく嵌め直すことが必要である。目違いなどで隙間が生じる場合には，コーキング材を併用することがあるが，溝底にコーキング材を詰めるとガスケットが十分に嵌込めないことがあるので，アンダリップの裏側か，アンカーリップの間隙に使用することが必要である。



② ガラスの嵌込み
②はH型ガスケットに同じ。

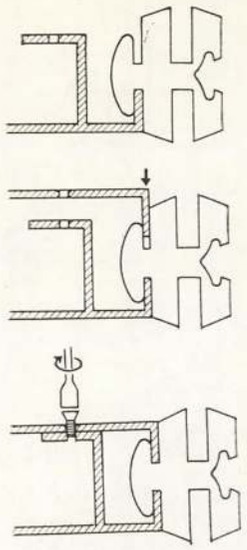


③ ジッパーの嵌込み
③はH型ガスケットに同じ。



④ 施工完了
④はH型ガスケットに同じ。

図—15　HC型ガスケットの嵌込み



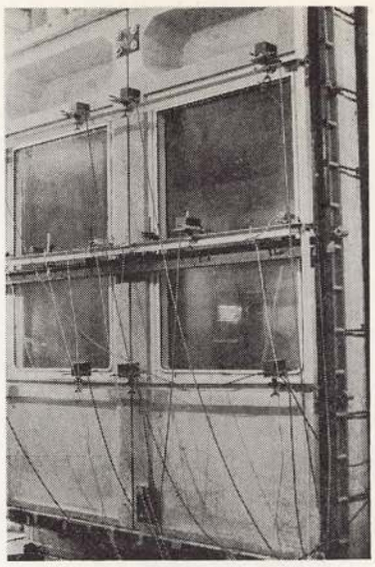
① 下側チャンネルにガスケットを嵌込む。

② 上側のサッシュチャンネルをガスケットに嵌込む。

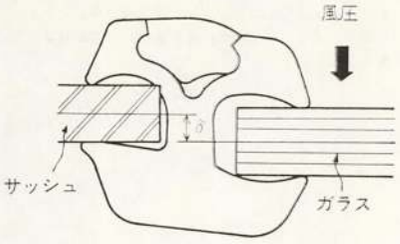
③ ビスで上下サッシュチャンネルを締め付けてとめる。

ガラスの嵌込みおよびジッパーの嵌込み要領はH型ガスケットと同様である。

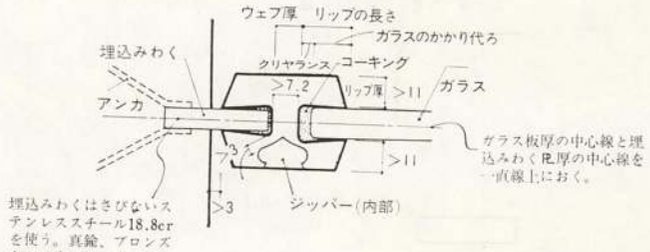
写真—1　耐風圧強度ならびに水密性能試験状況



図—16　ガスケットの変形状況



図—17　H型ガスケットの詳細寸法



持力（耐震・耐風圧強度）などを確認する。**写真—1**は耐風圧強度ならびに水密性能試験中の状況である。**図—17**にH型ガスケットのウェブ厚さなど必要詳細寸法の一例を示す。

6. あ と が き

新建材の開発と施工技術の進歩によって建築物の超高層化が可能となり，これにしたがってカーテンウォール工法やプレハブ工法の開発が急速に進展している。このため接合部の処理が重要性を増し，それにともなってガスケットの使用範囲も拡大しつつあるが，ガスケットは使用されてからまだ日も浅く，耐久性など物性面にも不明なところがあり，また作業性についても改良が望まれるところがある。しかし高分子化学の発達は著しく，新しいガスケットの開発とそれの合理的・経済的な設計と相まって，その将来に期するところが大きい。

引用ならびに参考文献

○波多野一郎・大浜嘉彦著：建築用シール材，技術書院

○波多野一郎・仁平久信・大浜嘉彦・加藤正守著：建築用シーリング材の選び方と使い方，鹿島出版会

○加藤正守著：ガスケット・規格・品質，材料と設計 1967.4 セメント新聞社

○森豊著：ネオプレン・ジッパーガスケットの施工と管理，施工管理 1968.7 建設経営社

○湊成次，猪野達雄著：OMMのPC版カーテンウォールについて，施工管理 1970.1 建設経営社

○カーテンウォールの性能基準特集，建築材料 1968.4，工業調査会

○建築用ガスケット特集，建築材料 1968.12，工業調査会

○ガスケットグレージングおよびその耐風圧強度，SPACE MODULATOR No.26-1967 日本板硝子㈱

○NAAMM規格，NATIONAL ASSOCIATION OF ARCHITECTURAL METAL MANUFACTURERS，CURTAIN WALL DIVISION "SPECIFICATIONS FOR RUBBER-LIKE GASKET MATERIALS"

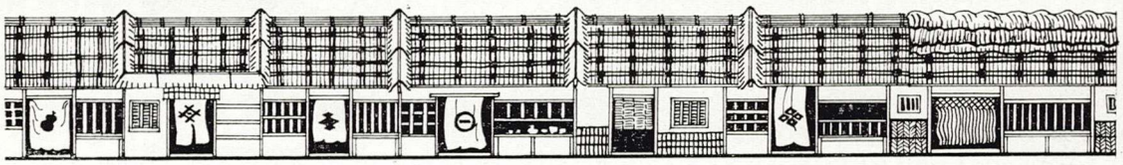
○ASTM C542-65T，"TENTATIVE SPECIFICATION FOR ELASTOMERIC STRUCTURAL GLAZING AND PANEL GASKETS"

○各社カタログ

（こしもと　まさひろ　KK大林組工務部）

生活と空間の原理・京の町内・8・A DESIGN SURVEY IN KYOTO by UDO

■ 京 の 町 家



京の町家が，わが国都市庶民住宅の典型，規範として成立しえた背後には，商・手工業の発達による都市経済の確立，それに基づく都市空間の確立，すなわち平安京のミヤコからマチへの変貌があった。このような社会的発展の担い手は，当時のもっとも進歩的な町人階級であり，町家・都市住宅の進歩的・合理的パターンはかれらの経済的上昇期，室町時代から江戸時代中期にわたって激動する世相（応仁，天明の乱）の中で次第に定式化されていく。かりに当時の都市経済の上昇動態を，都市人口を指標としてみた場合，京の人口は14C後半から15Cで約10万（庶民5万，公家・武家・社寺5万），15C末から16Cで15〜18万（庶民10万），16C末から17Cで20万（庶民16万）を越えると推定されている。

抬頭する町人の経済力に支えられた都市文化の昂揚は都市人口の増加，高密居住要請の社会的条件をととのえ，生活空間のもっとも密度高い都市空間・マチ空間を現出させた。権力によるミヤコの造営は，住民のマチ造りによってはじめて生命をもちえたといえる。都市の発展はすなわち町家の発展であり，またその逆でもあった。商・手工業者の併用住宅として出発した町家は，次第に増加するこの階層の量的需要に対して必然的に量産的性格を強いられ，都市住宅の生活パターンの類似性と相まって住宅の規格化を促進した。住宅産業の勃興，当時の量産住宅である。

量産のための社会的前提は，上記のような町人階級の集住であり，住要求の同一階層類型として顕在化したことであったが，これに加えて当時の諸産業の発達は「町家」をも含めて「京文化」といわれる都市文化の頂点を築き，わが国の生活様式の典型としての先導的役割を果した。地方に小京都（高山や金沢など）を生んだゆえんである。すなわち京の町家は「文化」の1つのメルクマールである。

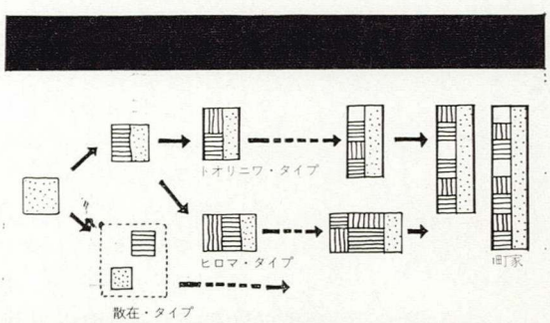
このようにして波動する都市化現象の中でつくり上げられていった町家は，進取の気風に充ちた無名の建築家と住人の合作であった。古来の柱割制・真々制は，量産的なタタミ（6尺3寸×3尺1寸5分×5寸8分，1.92M×0.96M×0.058M）が一般に普及し床全面の「敷きつめ」（現代流にいえばフルカーペット）が一般化することによって，タタミを基準とするタタミ割制・内法制を確立し，有効スペースを基本とする住空間を創出した（もともと7尺であった基準は寸法1間が桃山時代に6尺5寸として定着し，柱間2間に4寸角の柱を標準とする真々制ではタタミの長辺は6尺3寸となる）。タタミの短辺は長辺の半分である。この矩形平面の組み合せによって室空間の規格制とバリエーションが生まれる。3帖，4.5帖，6帖，8帖，10帖といった具合に。このような室空間は「京間」と呼ばれ当時のイエ空間のモデュールであった。「起きて半帖，寝て1帖」の人体寸法から生まれる基準寸法・基準格子は町家・都市住宅の量産化にあたっての設計理念であった。そしてそれは現代流行の寸足らずな90CMモデュールでなく，ほぼ1Mモデュールに匹敵するのである。

このような住宅建設の規格・量産化は構造材，雑作材，化粧材，建具瓦におよんだ。たとえば主要な構造材である木材は「京角」と呼ばれる4寸角，13尺5寸長の標準材があり，この4寸角はそのまま柱に使用されると同時に断面の割り方によって，2つ割，4つ割，6つ割，8つ割，12割がつくられ，それぞれ敷居，框，附鴨居，寄敷居，木舞，胴縁，棹縁として使用された。また瓦は本瓦から桟瓦が発明され（18C中頃）普及した。もっともステータス・シンボルとなる土蔵は古格をたもち本瓦であり，現代の京の町家においてもそうである。桟瓦は瓦の量産化と同時に建設労働の合理化でもあった。このように部材生産の規格・量産化は建設の合理化を促進した。

このような規格・量産・合理化のみちは，生産要具の発達（たとえばオオガ・大鋸，ダイガンナ・台鉋などの出現）と徒弟制度の確立にともなう分業化・専門職人の高度な技術的水準に支えられた手工業化・技術革新・住宅生産のシステム化のみちでもあった。この上に立って，京の町家の象徴としてみられるあの京格子・千本格子の精緻を生みだすことができた。そしてこのような革新のみちは輸入品ベンガラをもって塗装材とし建物に耐久性を与える知恵を開いた。このような町家・都市住宅の成立基盤のいま一つの要因として京都の自然的条件もあずかって力があった。すなわち主要構造材は鷹カ峰・洛北の赤松，北山・中川を主要産地とする北山杉の良質で通直性ある木材は，さらに背後の丹波に巨大な木材資源をひかえ，保津川→大堰川→堀川の搬入経路をもっていたし，嵯峨・桂を含む洛西の良質な竹材，大仏を中心とする洛東の良質な粘土は瓦の，洛東南部の聚洛はいわゆる京壁・ジュラク壁の壁土の産地であった。このように京の町をとりまく東・西・北の山々とその山麓（洛東・洛西・洛北）は町家住宅のこの上ない天然資源であった。そして湿度が高く，寒暑がはげしく風の少ない京都の気候は町家にこのような自然に対する種々の工夫をも強いた。

都市住宅としての町家がその姿を完成するのは江戸時代中期であるが，社会的条件（都市経済の発達，坊条制以来のグリッド規定等）の中に，高密都市居住空間を成立させていった過程は，現代の状況・都市化にとってまたとない先例である。そしておそらく唯一のわが国の先例である。一般にトオリニワ型，ヒロマ型，散在型の3つの類型をもつ農家平面のトオリニワ型に起源をもつ町家は，コンパクトな住空間を獲得するためフロンテーヂがセーブされ，奥行方向に伸びたトオリニワ型平面として発達し，サービス・ヤードを主機能とするトオリニワにそって室の行列するキューブ（立体格子）の連続体として定式化し，17C以降には2階建があらわれ立体化する。規格・量産・合理化の上にきづかれた町家・都市住宅は平面，構造，材料，意匠の類似性とその密集状況によって一つの統一ある都市景観・家並みを現出し，統一の中の変化をもつ都市生活空間をつくりえた。まさに高密都市居住に対する「解」であったし，具体的な「解」である。

（参考：京都市編「京都の歴史3」学芸書林，伊藤ていじ「中世住居史」東大学術叢書14）

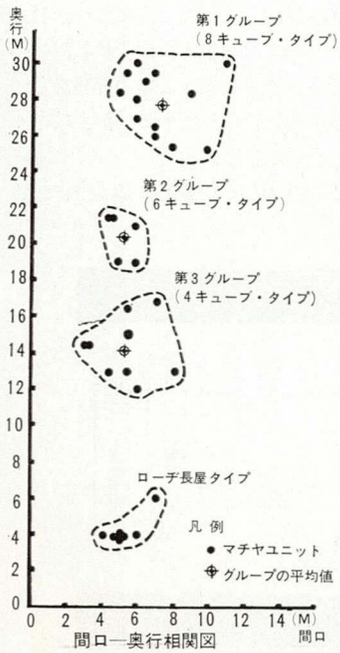


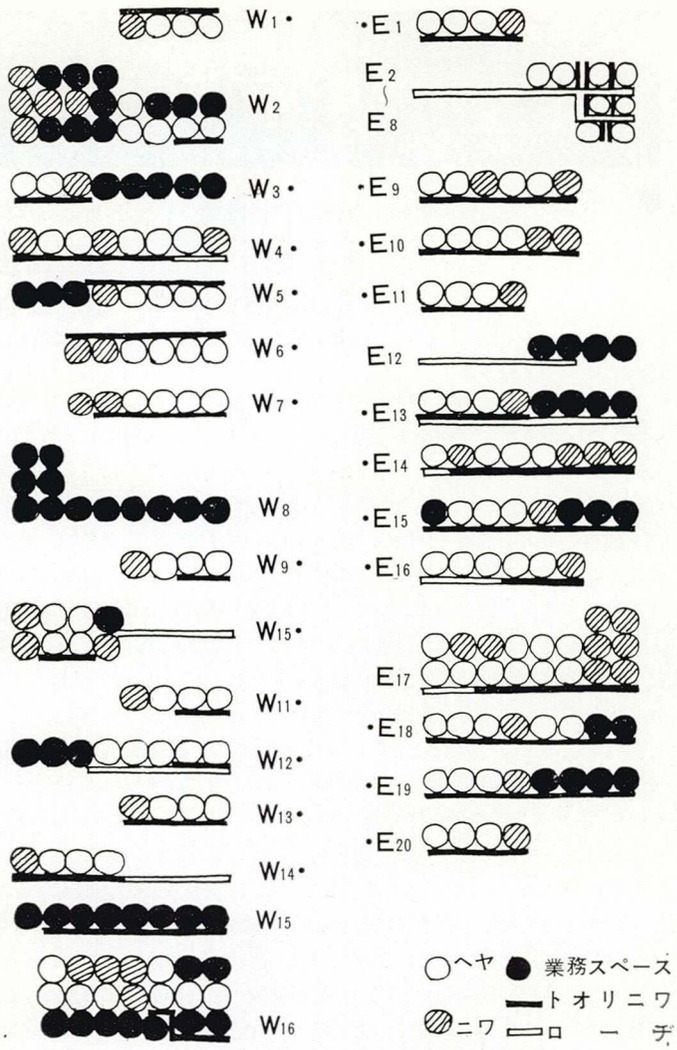
町家平面の成立過程

■ マチヤユニット

住居の発生史において土間スペースのみの単一空間に床スペースが発生し，生活の機能分化が実現されてドマとオイエの２室空間になって以来，ドマとオイエはイエ空間の２つの主要な機能，サービスとリビングを受持つものとして農家平面を特徴づけた。ドマに平行にオイエが増殖したトオリニワ・タイプと，ドマに直角方向にオイエが増殖したヒロマ・タイプ，ドマやオイエが散在して１つのイエを構成する散在タイプの基本的な３つの農家平面類型のトオリニワ・タイプが街路のグリッド規定をうけるブロック内部にあたうる限りコンパクトにはめこまれて発展したマチヤは，その集合形態（グループ集合体・ブロック集合体）の規則性・整合性から１戸，１戸がユニットとしての性格を強制されている。各戸の住宅平面が恣意的に計画された独立住宅では，当然ユニットとしての性格をもつことができない。したがってマチヤはその群構成の発展過程において，すでにマチヤユニットとしての性格を獲得している。間口が狭く，奥行の深い直方体のマチヤ・イエ空間は，その空間の特異な形状と同時に，ブロック内での合理的なユニット性―明快な直方体空間をなしている。このようなマチヤユニットはトオリからひきこまれ，そしてオモテからウラまで貫通する直線的なトオリニワ空間と，これに平行にほとんどの場合一列に行列するいくつかのへやの連続体・オイエ空間から構成されている。

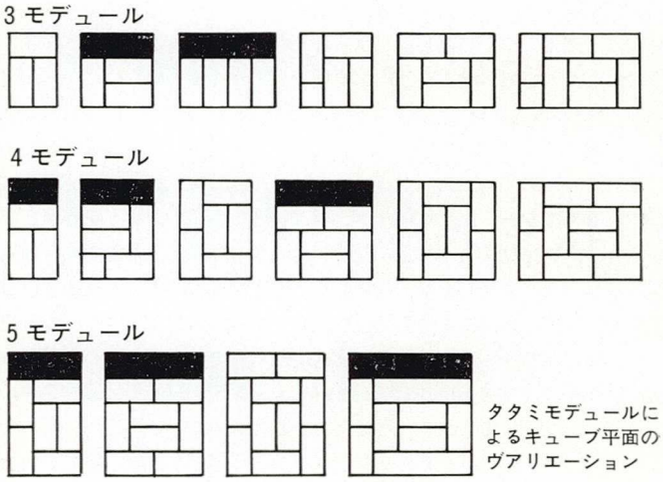
俗にいわれる「うなぎのねどこ」は，短冊形宅地の間口寸法の狭さ（対象町内の場合，トオリに面する平均間口約５M，純町家風住宅22戸の平均間口約5.7M，最短間口３M，最長間口８M）によってもわかるように，間口方向への配置の自由度は制約され，奥行方向（最短約13M最長約30M）への自由度をもちうるのみである。ここでマチヤ・イエ空間の間口・奥行の相関関係を対象町内についてみると，ローヂ長屋タイプを除いて３つのグループがあらわれる。すなわち第１グループの平均値は間口7.3M・奥行27.8M，第２グループの平均値は間口5.2M・奥行20.4M，第３グループの平均値は間口5.3M・奥行14.3Mである。間口が5.2Mから7.3Mであるのに対して，奥行は14.3Mから27.8Mと大きな差を見せている。このようなグループがあらわれるのは，マチヤ・イエ空間が間口よりも奥行方向において３つの特徴的パターンをもっていることを示しており，純町家風住宅においてはとくにそうである。ヘヤ・ニワ・クラ・倉庫などの奥行方向への１列行列において，それらはそれぞれイエ空間を構成するキューブとして把えることができよう。とくに住空間を構成するヘヤ・ニワはキューブとしての性格をもち，キューブ数によるモデル化が可能である。上記第１グループから第３グループに対応するキューブ構成のモデル化を，１Ｆについて行なえば，第１グループは４キューブ構成，第２グループは６キューブ構成，第３グループは８ギューブ構成となる。純町家風住宅22戸のうち，４キューブ構成10戸（45%），６キューブ構成５戸（23%），８キューブ構成７戸（32%）であり，４キューブ構成は，ヘヤ・ヘヤ・ヘヤ・ニワの同一構成であるのに対して，６キューブ構成においては，キューブ連続におけるニワのはいり方によってヴァリエーションをもち，８キューブ構成においては，ニワのはいり方，および非居住・業務スペースのはいり方によってヴァリエーションをもっている。しかし非居住スペースは，８キューブ構成にしかみられず，居住・非居住スペースがこのようなマチヤ・イエ空間でとられる場合の相互量の決定・被決定の関係をあらわすものとして興味深い。そして以上の純町家風住宅以外のイエ（特大住宅，寺・旅館・ローヂ長屋）についてもキューブによるモデル化は，もともと町家の発展過程での基準格子によるプランニングがなされているゆえに可能であるが，純町家風においてこのキューブの１方向１列の連続状態とニワのはいり方がマチヤ・イエ空間のもっとも大きな特色となってあらわれていることに注意しなければならない。そしてマチヤのユニット性が，基本的には4・6・8の３つのキューブ構成パターンとしてモデル化され，４キューブ構成や６キューブ構成の背裏空間に，さらにローヂで引きこまれた４キューブ構成や隣家の２キューブがかみこみ（全体として奥行８キューブ），さらに立体的に



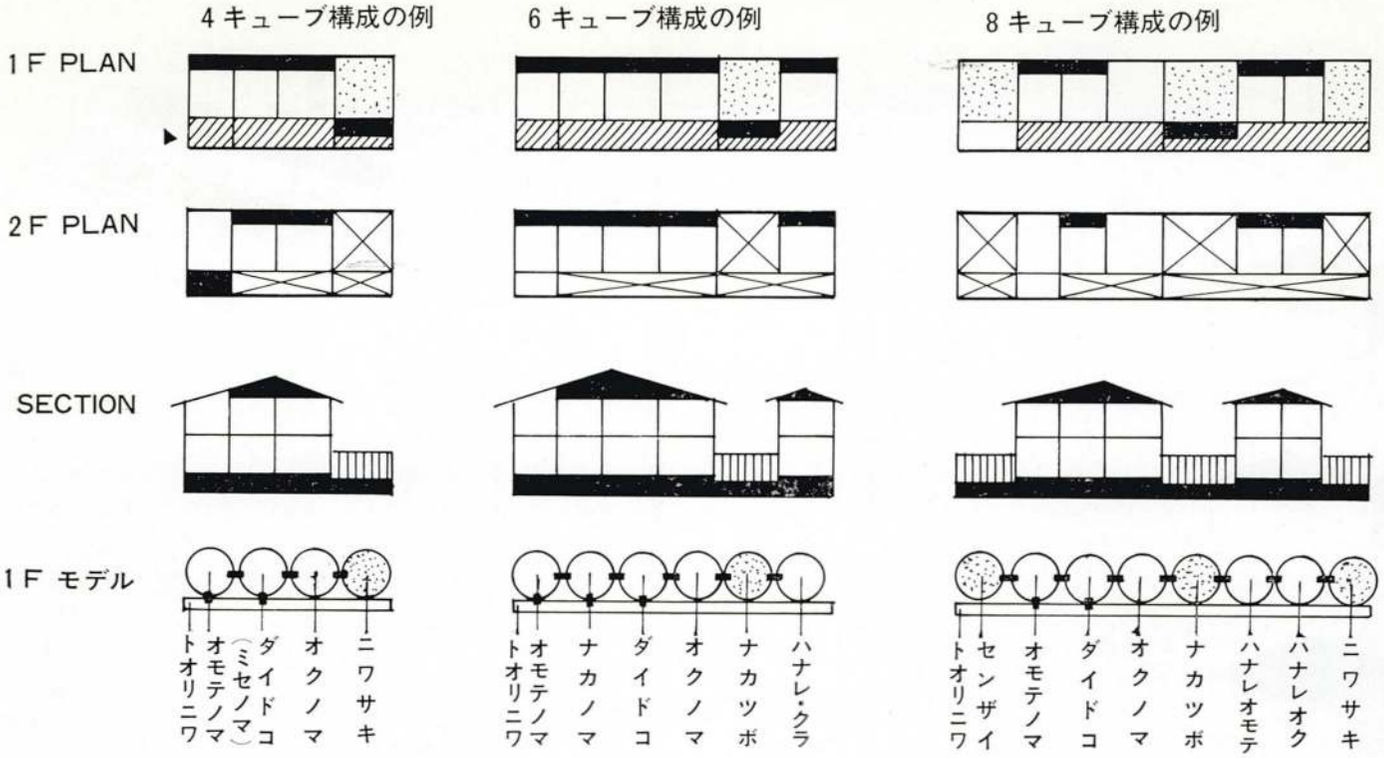


―キューブによるマチヤユニットのモデル化―

注）E, Wの●印は純町家風住宅を示す

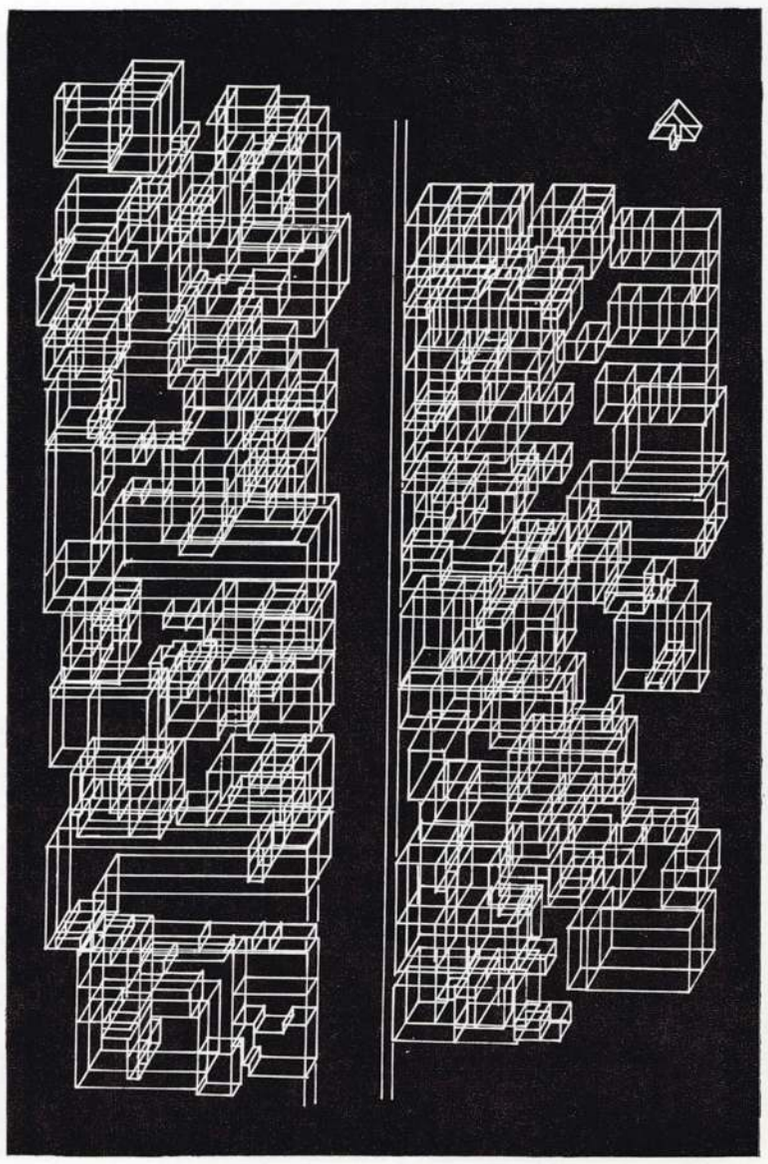


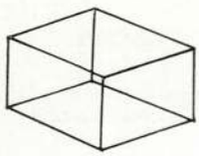
タタミモデュールによるキューブ平面のヴアリエーション



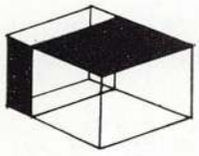
みればローヂ・通路スペースの上に隣家の2階・ヘヤキューブのいくつかが乗るといった具合にして，これらのマチヤ・ユニットは過不足なく宅地を利用しながら，マチヤ・グループを，そしてさらにマチヤ・ブロックを形成していることがわかる。

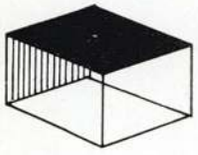
このような整合性をもつキューブ構成は，イエ空間を構成するモデュールによって可能であり，このモデュールは歴史的なタタミによって与えられている。タタミの標準寸法はその規格量産化とともに，6尺3寸（1.92M）×6尺3寸5分(0.96M)に定着し，以後京の町家の基準格子はこのような寸法をもつタタミ・モデュールによっておこなわれてきた。現在，住宅の床仕上材としてフローリングやタイル類，その上にカーペットというように洋式化されたものが多いが，それらと同列にタタミを床仕上材の一種として考えることはできない。それはタタミが床仕上材であると同時に，材料そのものが住空間のスケールを決定する空間構成モデュールとなっているからである。そしてタタミによるモデュールは現代流にいえば，ほぼ1Mモデュールに匹適する寸法をもち，人間工学的にみてもこのモデュールは住空間における人体寸法とその住行為に対してこの上ない適合性と調和性をもっているといえる。われわれはタタミの床仕上材としての得失を論ずる以前に，タタミのもつモデュール性とユニット性に着目しなければならない。住空間における平面寸法，ヘヤ空間の平面的拡がりを決定するキイ・ポイントをこのタタミはにぎっているといえる。短辺対長辺が1：2の矩形ユニットであるタタミは，これの組合せによって3帖，4.5帖，6帖，8帖，というようにヘヤ空間を決定し，一定の高さ(2.2M～2.4M)が与えられることによってヘヤ・キューブをつくりあげる。タタミ短辺を1モデュールとする基準格子がここで生まれ，イエ空間システムの基本スケールを決定する。マチヤ・イエ空間の間口・奥行もこのモデュールによって支配されており，たとえば押入つき3帖の長辺，押入つき4.5帖，6帖の長辺は4モデュールとして間口方向寸法は同一であり，これらのキューブは過不足なく連続されて1列のキューブ連続体・オイエ空間を構成する。そしてこのオイエ空間にトオリニワ空間の幅2モデュールを加えて，ここにフロンテージ6モデュール型のイエ空間ユニットができる。またトオリニワ空間は宅地内にキューブ連続体・オイエ空間をとった場合の調整作用をも

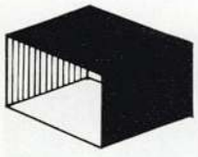


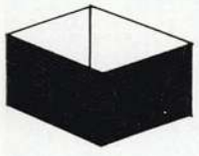








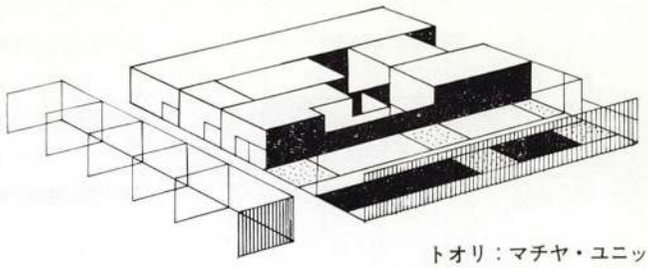




ち，いわゆる「逃げ」をうつアジャスト・スペースでもある。町家が奥行方向のキューブ連続の仕方によって4・6・8キューブ型のモデル化を行なったのに対して，間口方向においてはモデュールによるモデル化が可能であろう。

上記のフロンテージ6モデュール型のほかに，5モデュール型（トオリニワを3モデュールとするとフロンテージ8モデュール型）や，ローヂ長屋の3モデュールのヘヤキューブと2モデュールのトオリニワによるフロンテージ5モデュール型などがある。いずれにしてもモデュールによる規則性・整合性はこれらのマチヤ・イエ空間を貫通する空間の構成システムであり，そのユニット性を決定する最大の空間的ファクターである。

ヘヤ・キューブは一般にヴァーティカル(V)・コンポーネント4面(カベ，間仕切)とホリゾンタル(H)・コンポーネント2面(床，天井)の6面より構成されるがHコンポーネント2面が閉ざされるに対して，Vコンポーネント4面の閉鎖・開放によって他キューブとの遮断・連結が実現される。そして各ヘヤ・キューブはVコンポーネント1面にアルコーブ状スペース（奥行1モデュール）を付帯・内包し，押入・階段室・床などの収納・V方向通路・観賞スペースなどの機能をもつ。キューブ・ユニットがほとんどこのアルコーブを付帯していることは，タタミ・スペースの住行為における有効性を増大させると同時に，転換機能をも与える。そして1キューブのVコンポーネント1面はこのようなアルコーブをもつか，壁面によって遮断され，他の3面において解放されて，連結の可能性が与えられる。このようなキューブの性格は（木造）リンテル構造によって可能であり，メイソンリーの非連続的孤立的空間と対比すると，フレームによる連続・増殖の空間発展システム—コネクション・システムについての非常に現代的な意味を感じる。このようなヘヤ・キューブに対してマチヤ・イエ空間を構成するもう一つの重要な空間的ファクターであるトオリニワ空間は，トオリからほとんどの場合イエユニットの背後まで貫通するダクトであり，通路や，キッチン，サニタリーの機能をもち，ヘヤ・キューブのVコンポーネント1面はこのトオリニワ・ダクトに開放・連結され，トオリ・オモテ空間との連続軸をうけもつ役割をも果す。もっともオクネマ（ザシキ）のようにヘヤの質規定を必要とするヘヤ・キューブではトオリニワ・ダクトとは

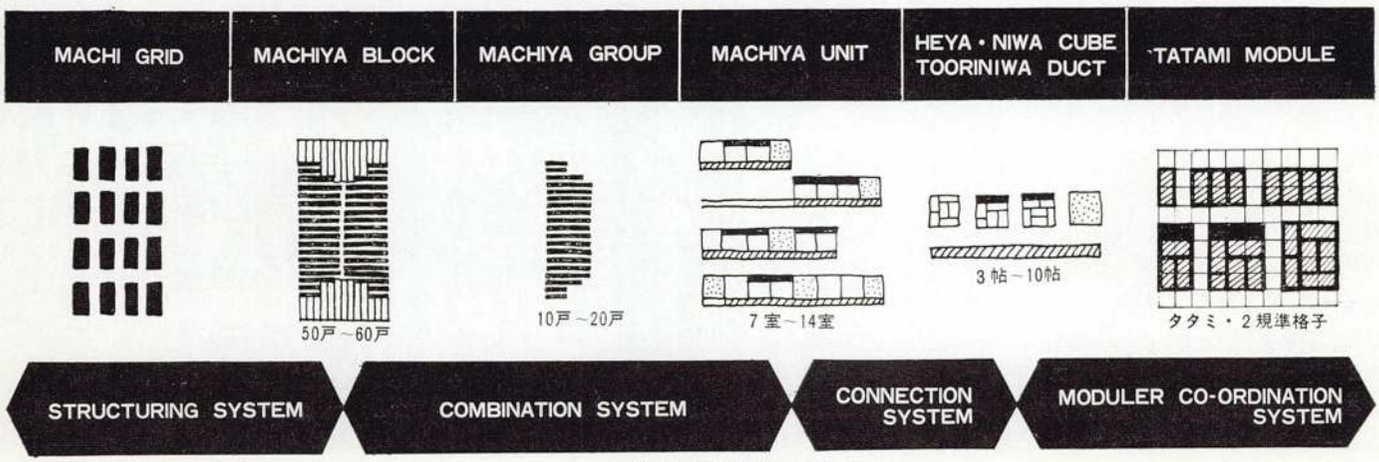


トオリ：マチヤ・ユニット

遮断されている。

以上のヘヤ・キューブ（アルコーブ），トオリニワ・ダクトの空間概念は具体的には，たとえば8キューブ構成の場合，トオリニワ・ダクトに平行に1列行列するヘヤ，キューブについては，1階では，センザイ，オモテノマ，ダイドコ，オクネマ，ナカツボ，（ハナレ）オモテノマ，（ハナレ）オクノマ，ニワサキ。4キューブ構成の場合は，オモテノマ（ミセノマ），ダイドコ，オクノマ，ニワサキであり，2階はオモテノマ，ナカノマ，オクノマ，そしてトオリニワ・ダクトやローヂ上部に乗るキューブ・ナンドである。ここでセンザイ・ナカツボ，ニワツボ，ニワサキなどのHコンポーネント1面（上方）が開放されるオープン・キューブ（Oキューブ）はヘヤのエンクローズド・キューブ（Eキューブ）とは異った住空間の役割をもつキューブとして注目される。Oキューブ，Eキューブはそれぞれ個有の質や機能をもち，これの有機的連続によって種々の派生機能，転換機能を獲得するのである。コンパクトなマチヤ・イエ空間にあってはEキューブの相対的占有率が高く，短冊形宅地内での1方向1列連続の制約性から，本来オープンであるべきニワ空間が奥行方向においてはヘヤ・Eキューブに挟まれ，間口方向においては隣家とのヘイに狭まれて上方1面のみを開放するOキューブとなり，キューブとしての性格づけが強くおこなわれて，Eキューブとの連続性，相互侵透性などの積極的な作用・反作用がおこなわれる。またEキューブの連続は3個ないし4個でOキューブ1個がはいるのが一般的である。これは閉鎖的なEキューブが5個以上連続すると中央部のEキューブが2個以上のEキューブを隔ててしかOキューブと関連せず，開放性がえにくくなるせいであろう。

われわれはすでにマチヤユニットの集合形態として，マチヤ・グループやマチヤ・ブロックにおける整合的なマチヤユニットのコンビネーション・システムをみたが，このシステムを構成するユニット・町家イエ空間においてはタタミ・モデュール（基準格子）による規格・量産的なキューブ構成と，トオリニワ・ダクト空間を軸とするマチヤ・ユニットの構成システム—ダクトとキューブのコネクション・システムをみた。タタミ・モデュールにはじまって，キューブのコネクション・システムの結果としてあらわれるマチヤユニット，このマチヤユニットのコンビネーション・システムの結果としてあらわれるマチヤ・グループないしブロックという発展的な一連のシステムの合理性は集合住空間の現代性として評価されよう。（つづく）



マチヤ空間の構成システム

日本万国博跡地開発計画

TEAM BARK

— 8

TEAM BARK

プランナー　奥保多聞
　　小北博一
デザイナー　植田昌吾
　　清水正俊
リサーチャー　木内俊明
　　中東達男
　　中村守保

第3章　都市空間構成

3—4　環境装置計画

D　計画都市と外部の状況ならびに電力施設

まず現在の万博会場の電力施設であるが，人口127万人の神戸市の電灯負荷に相当するもので会場内の各電力施設においても十分信頼性のある配電系統である。

電力の需用規模の決定は，会場計画に基づき想定され，それらは過去の博覧会の例によりチェックされ14万KVA～15万KVAとされた。

会場内の北側中央（やや東より）に1カ所，西側に1カ所と計2カ所の変電所を設け，各施設に22KV・6KVにて全地中埋設配線で供給されている。高圧幹線の施設延長は約120㎞に達する。また電力需用の少ないものに関しては低圧供給が行なわれている。

会場内への電力供給系統は万国博覧会の目的における，エネルギー源である電力は非常に重要な役割をもっている。したがって，安全で信頼性のある良質の電力を供給するために，北大阪，伊丹，小曽根の各超高圧変電所より，70KV2回線にてそれぞれ北変電所（容量90MVA）西変電所（容量100MVA）にそれぞれ給電されている。したがって2回線方式となっているので，1方の系統に事故があった場合でも，1方の他の系統にて切替供給可能となるようになっている。

当会場内は，都心部よりも高負荷密度の地域



図—1　外部よりの電力供給系統図



図—2　中央環状線附近の主管路およびマンホール位置

	42年度	43年 想定値			45年 負荷値		
	想定負荷KVA	負荷KVA	22 KV	6.6KV	負荷KVA	22 KV	6.6KV
外灯照明	13,700	13,000	7,500	5,500	2,700	——	2,700
屋内一般負荷	93,500	63,000	16,000	47,000	85,400	19,700	65,700
パビリオン	78,000	47,500	10,000	37,500	59,000	10,500	48,500
その他施設	15,500	15,500	6,000	9,500	26,400	9,200	17,200
地域冷房、その他動力	47,800	79,000	72,000	7,000	53,100	44,800	8,300
人工気候	5,300	5,000	3,500	1,500	——	——	——
地域冷房	13,000	45,000	45,000	——	35,500	35,500	——
噴水	18,000	18,000	16,000	2,000	5,600	3,000	2,600
給排水動力	2,300	2,000	1,500	500	1,000	——	1,000
輸送関係	4,500	4,500	3,000	1,500	8,200	6,300	1,900
その他	4,700	4,500	3,000	1,500	2,800	——	2,800
合計	155,000	155,000	95,500	59,500	141,200	64,500	76,700

表—1　会場内負荷の想定状況と最終負荷設備

(≒10万KVA/k㎡) であり，これらに電力を供給する配電系統は，会場内をネット状に配電され，すべてコルゲートによる地下埋設で施工されている。

E　跡地利用の電気設備的考察

1851年，ロンドンで万国博覧会が開催されて以来，その各地の会場は都市造りに最大に活用されている。日本万国博においても，跡地利用計画は千里の環境や諸施設に最もふさわしく，かつ人々が必要としている目的に適したものにしなければならない。

公園案や，流通センター，情報センターなどいろいろな案はあるが，これらを検討するにあたって，まず目的にかなったものであるか，また現在の都市的施設を充分活用できるか，経済性はどうかなどを充分チェックする必要がある。（現在恒久館としては，美術館，日本館，万博ホール，鉄鋼館，民芸館，迎賓館などがある。）

ここで，将来は唯一のエネルギー源となるであろう電力について述べてみよう。

まず電力容量的にみた建物の規模であるが，**表-2** に示すごとく，各建物種別でみると，いずれも延面積1,500,000㎡以上のものとなる。しかしいずれの目的にしても，これらは総合的な組合わせ，すなわち一つの都市に近い形であると思う。したがって**表—3** に示すような推定となる。かりに延面積3,000,000㎡の場合は，電力値が241,500kwとなり，需用率を60%に仮定すれば約145,000kwで，80%であっても約190,000kwとなる（算定には冷暖房の負荷を含んでいる）。したがってこの地区（万博跡地）には電力的に算定して延面積3,000,000㎡～4,000,000㎡までは可能である。各用途別の面積占有率もだいたいを想定したものでオフィス街として算定した。住宅団地あるいは学校団地などの場合，面積占有率を変えることによりその規模が想定できる。

これらの建物群をシンボルゾーンと直角方向に中央環状道路をはさんで計画したとする（前号におけるアプローチ参照）。まず中央環状附近の現状であるが，主管路網と特高，高圧幹線配線図を**図-2**，**図-3** に示す。**図-2** は，マンホールの位置と管路を示すが，これらの敷設管は，ネット状であり，あらゆる建物計画に即応できる体制にある。場内の管路は前項でも述べたようにコルゲートパイプを使用し，プレキャストコンクリートの組立てによるマンホールを使用している。

図-3 は，電力供給幹線の略図であるが，これらの配線はすべて架橋ポリエチレン絶縁ケーブルの3芯一括形，単心より合せを使用している。これらの配線はジョイント部をはじめ電流容量面でも，すべて恒久的な施工であり施設である。

図-4 は，低圧供給による低圧用変電設備の分布図であるが，これらの各変電設備はすべてパッドマウント式（2回線自動切替方式）で施設され，屋外灯用は400V級（440／254V）配電で行ない，一般用はV結線（変則V結線）による電灯・動力共用変圧器となっている。

	㎡当りの電灯、動力のW	㎡当りの計	電力より推定した建物延面積	想定した建物個数
事務所ビル	電灯　20W 動力　80W	100W	1,900,000㎡（≒ 580,000坪）	2万坪のビルで 約30棟
ホテル	電灯　32W 動力　90W	122W	1,560,000㎡（≒ 470,000坪）	2万坪のホテルで 約24棟
住宅	電灯　15W 動力　10W	25W	7,600,000㎡（≒2,300,000坪）	1戸当り60㎡として 約 127,000戸
劇場	電灯　35W 動力　100W	135W	1,400,000㎡（≒ 426,000坪）	1万5千坪のもので 約28棟
学校	電灯　15W 動力　15W	30W	6,340,000㎡（≒1,920,000坪）	1万坪の学校で 約192棟

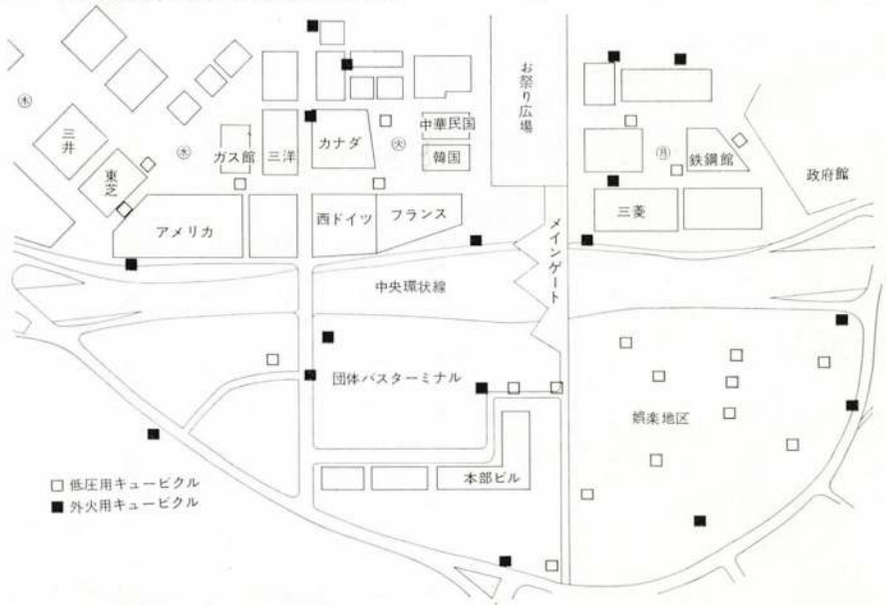
表—2　電力よりの人口推定　電力の容量を190,000KVAとして算定

建物種別	面積占有率	㎡当りの電力（平均値）	2,000,000㎡の場合		2,400,000㎡の場合		3,000,000㎡の場合	
			延面積(㎡)	電力値(KW)	延面積(㎡)	電力値(KW)	延面積(㎡)	電力値(KW)
事務所部分	50%	100W	1,000,000	100,000	1,200,000	120,000	1,500,000	150,000
サービス部分（店舗、その他）	10%	130W	200,000	26,000	240,000	31,000	300,000	39,000
住宅部分	20%	25W	400,000	10,000	480,000	12,000	600,000	15,000
教育、保建施設（学校、集会所、その他）	5%	30W	100,000	3,000	120,000	3,600	150,000	4,500
交通施設その他	15%	80W	300,000	24,000	360,000	29,000	450,000	36,000
合　計	100%	平均値 73W	2,000,000	163,000	2,400,000	195,600	3,000,000	241,500

表—3



図—3　中央環状線附近の高圧，特高幹線ケーブル配線図



図—4　中央環状線附近の低圧用変電設備の分布図

日本建築協会 月間の動き

□昭和45年3月分□

定時評議員会

27日　4時～5時半　於会館集会室
出席者　中野副議長ほか15名
委任状　65名　計81名
理事　東畑会長ほか4名
議事(1)評議員会議長および副議長互選の件
(2)会長，副会長(2名)，理事14名選任の件
(3)役員重任承認の件
(4)細則一部改正の件（会費の値上げ）
(5)昭和45年度収支予算承認の件
なお評議員会閉会後会館建設借入金の内53万円の償還抽せんを行なった。（本年償還金額103万円の内50万円を日本建築学会へ償還）

評議員懇談会（技術部門）

18日　5時半～7時半　於会館集会室
出席者　中野評議員ほか16名
評議員会副議長候補者ならびに会長，副会長（2名）技術部門選出6理事候補者推せんに関して懇談。

理事会

19日　4時～5時　於会館集会室
出席者　東畑，塚本正副会長ほか4理事
井手京都支部長
議事(1)昭和45年度収支予算案承認の件
(2)管理職手当支給規程制定の件
(3)旅費規程改正の件
(4)参与重任承認の件
(5)入退会者承認の件
(6)報告事項

総務，会計合同理事会

12日　2時～4時　於会館集会室
出席者　中原総務主幹ほか5理事
議事(1)昭和45年度収支予算の件
(2)管理職手当支給規程の件
(3)旅費規程改正の件
(4)そのほか

住宅委員会

住宅スライド小委員会

2日　6時～9時　於会館集会室
出席者　岩本主査ほか2名
議事　「マイホーム見て歩く」の完成について

住宅展小委員会

3日　6時～9時　於会館集会室
出席者　坂井主査ほか3名
議事(1)住宅展の会場配置について
(2)出展料について

委員会

17日　6時～9時　於会館集会室
出席者　黒谷副委員長ほか13名
議事(1)住宅展に関する件
(2)住宅スライドに関する件
(3)次年度委員に関する件
(4)そのほか

住宅展小委員会

25日　6時～9時　於会館3階会議室
出席者　坂井主査ほか4名
議事　会場配置の検討および出展料について

事業委員会

各種説明会小委員会

4日　5時半～7時　於会館3階会議室
出席者　三宅幹事ほか3委員
議事(1)明年度説明会の企画について
(2)明年度説明会小委員会の委員人選について
(3)そのほか

見学会小委員会

5日　5時半～7時　於会館3階会議室
出席者　今井委員
議事(1)2月に実施した見学会についての報告
(2)明年度の見学会について
(3)そのほか

展示会小委員会

9日　5時半～7時　於会館3階会議室
出席者　窪田副委員長，木原幹事ほか2委員
議事(1)第3回以降の展示写真について
(2)そのほか

委員会

16日　5時半～7時半　於会館集会室
出席者　山野副委員長，大橋幹事ほか9名
議事(1)各小委員会の事業報告ならびに企画について
(2)3月～5月(新年度)の事業企画について
(3)明年度の事業企画について
(4)明年度事業委員会の委員人選について
(5)そのほか

編集委員会

高層建築問題編集幹事会

10日　正午～2時半　於会館集会室
出席者　岡橋作太郎氏ほか2名
議事　6月号特集「高層建築問題」の企画

委員会

11日　4時～6時　於会館集会室
出席者　足立孝委員長ほか4名
議事(1)4月号＝建築システム化特集経過報告
(2)5月号＝グッドデザイン（運動）特集経過報告
(3)6月号＝高層建築問題特集報告
(4)7月号＝外国人との契約特集（仮称）幹事会の件
(5)8月号＝建築家の責任特集について
(6)次年度委員会の件
(7)そのほか

教育委員会

建築の知識講習会打合会

11日　正午～2時　於会館集会室
出席者　宮武講師ほか6名
橋本委員長ほか2名
議事(1)講習会企画要項について
(2)講義内容について
(3)そのほか

出版委員会

建築の基礎工法幹事会

11日　6時～8時　於会館集会室
出席者　山肩委員長，山口，多々見幹事
議事(1)原稿調整について
(2)出版工程について

委員会

26日　6時～8時　於会館集会室
出席者　石崎委員長ほか8名
議事(1)本年度の出版事業報告について
(2)次年度への引継事業について
(3)次年度の出版委員会について
(4)そのほか

建築データシート編集委員会

委員会

19日　5時～8時半　於会館集会室
出席者　中原，松村正副委員長ほか6名
議事(1)45年度の編集委員会運営と編集組織について
(2)データシート合本の編集組織について
(3)掲載会社よりのアンケート集計中間報告について
(4)データシート完成後の計画について
(5)そのほか

建材委員会

委員会

20日　3時～5時　於会館集会室
出席者　堀内委員長ほか　7名
議事(1)ガスケットについて
(2)建材委員会の活動について
(3)次年度の委員について
(4)そのほか

法規委員会

委員会

26日　2時半～5時　於会館集会室
出席者　福田委員長ほか14名
議事(1)大阪市の確認申請書の様式改正の簡素化
(2)風致地区条令の説明
(3)次年度の法規委員について

見　学　会

大阪ガスの千里中央地区センター地域冷暖房設備の見学会（大阪府建築士会，日本建築学会近畿支部と共催）

12日，13日（各日とも2時～4時半）

参加者　12日　74名，13日　65名

エネルギープラント

設計・監理　日建設計工務株式会社

施　　工　株式会社　大　林　組

講　演　会

フリッツ・ボルネマン講演会

「西ドイツ館の設計とドイツ近代建築の動向」について

（大阪府建築士会，日本建築学会近畿支部，日本建築家協会関西支部，近畿建築士会協議会と共催）

18日　2時～5時　於大阪科学技術センター

聴講者　237名

創立記念日の集い

記念講話・映画と祝賀パーティー

30日　2時～4時半　於東洋ホテル

出席者　71名

名誉正会員，支部長および友好団体，日刊建設新聞の代表をお招きして創立記念日の集いを開催。日本万国博覧会協会技師長兼運営本部副本部長　山本康雄氏の「万国博工事を完成して」についての講話を伺い，続いて日本万国博覧会ご提供の「日本万国博覧会の歩み」「EXPO '70 ニュース11号」の映画を観賞後祝賀パーティーを開催した。

第2回日本建築祭委員会

幹　事　会

3日　3時～5時　於会館集会室

会員広報部会

4日　5時半～7時半　於会館集会室

委　員　会

9日　11時半～1時半　於東京朝日新聞アラスカ

会員広報部会

11日　正午～2時　於会館3階会議室

事業部会

13日　5時半～8時　於会館集会室

見学会講演会分科会

18日　6時～8時半　於会館3階会議室

25日　3時～8時半　於日本万国博会場

実行委員会各部会連絡会

26日　5時半～8時　於綿業会館

大会分科会

31日　6時～8時半　於会館集会室

建築業務基準委員会

9日　1時半～5時　於国立教育会館

出席者　山根委員，事務局長

30日　1時～5時　於虎の門共済会館

出席者　福田委員

3月の入会者（敬称略）

〔団体会員　1社〕

神奈川県住宅供給公社

〔個人会員　32名〕

安藤和三	佐野寿一	西岡巌
池田和孝	坂本義徳	西岡利秋
入江久生	杉山市太郎	林能夫
岩井立身	鈴木安太郎	春本脩
上野優	田村郁夫	広田敬治
遠藤義久	田村充男	牧田顕治
オンアートリインシリ	伊達正	道野英毅
大内実	高橋勝志	矢野主税
岡田忠義	中原忠義	若林敬直
楠正俊	中村増男	綿井孝治
小林忠義	永尾公男	

〔准会員　5名〕（氏名省略）

☆お　願　い

最近郵便物が「転居先不明」などで返送されることが多くなりました。

自宅・勤務先（所在地・電話番号）など変更された方は，新住所・郵便番号をご一報ください。

パイロットハウス技術考案競技募集要領

Ⅰ．競技の趣旨

住宅の生産技術の開発を促進することによって，大量生産方式による住宅の供給を拡大し，需要者の利益の増進を図り，もって国民の住生活の安定に資するために，以下の要項によって技術考案競技を実施する。

Ⅱ．競技の概要

品質および価格が適正である住宅の大量生産方式に関する技術考案を募集し，必要な書面審査ののち，特に優れたものを選出し，さらに実際に建設することによって性能等の確認を経たものを，「パイロットハウス技術考案競技入選考案」として決定し，公表する。

Ⅲ．競技の内容

1．名　称

第1回パイロットハウス技術考案競技

2．主催・協賛

主催　建設省，通商産業省，（財）日本建築センター

協賛　日本開発銀行，住宅金融公庫，日本住宅公団，都道府県，全国住宅供給公社等連合会

3．応募者の資格

(1) 応募できる者の資格は，応募する住宅の生産，供給に関して責任と能力をもちうる者（企業連合等を含む。）とする。

(2) 次に掲げる者は，この技術考案競技に応募し，または応募者の協同者となってはならない。

イ．実施委員会の委員

ロ．審査委員会の委員および専門委員

ハ．建設省住宅局，通商産業省化学工業局，建設省建築研究所，日本住宅公団建築部および住宅金融公庫建築指導部の職員

4．審査および入選

(1) 書面審査

応募技術考案については，審査委員会が書面審査を行ない，特に優れているものを選出する。

(2) 性能等の確認

選出された技術考案については，性能等の確認のための建設（以下「試行建設」という。）を行なうものとし，審査委員会が確認を行なうものとする。

(3) 入　選

性能等の確認において，所期の結果を得た技術考案を入選考案として決定する。

5．試行建設

(1) 選出された技術考案についは，それぞれ必要な戸数の試行建設を行なう。この建設は原則として実施委員会が指定する場所において集中的に行なう。

(2) 試行建設は，応募者の責任において行ない，それに要する経費（性能等の確認審査に要する経費を含む。）は，応募者が負担するものとする。

(3) 試行建設にかかる住宅の売却等については，実施委員会があっせんを行なう。

なお，詳しくは，（財）日本建築センター（東京都中央区晴海1—14—16）にお問い合わせ下さい。

求人広告

設計技術者

㈱斎藤建築設計事務所

（建築設計・監理）

大阪府茨木市双葉町2-1号ギルド茨木3F

TEL（0726）26－2101(代表)

2102

構造技術者・見習

構造デザインセンター

（構造図面・計算・コンピュータプログラム）

大阪市天王寺区上本町4丁目1の2

TEL（768）4475

信用ある技術と伝統の

アスファルト工事 専業大店

株式会社 久保商店

大阪市北区真砂町5番地　電話　大阪364代表 0206～9

室谷

内装資材専門店

室谷商事株式会社

本社　神戸市生田区北長狭通4－1　（英和ビル）
直通電話　神戸（33）0881～3
支店　大阪市北区絹笠町50（堂ビル5階 502号室）
直通電話　大阪（364）2031～4
倉庫　神戸市葺合区八幡通1－5（電話㉒2923）

陸屋根防水には 奥山式 特許 絶縁工法 を

OKUYAMA-KAKOGYO WATER-PROOF OAM

カッパー防水帯 コーパータイト

パーフェクトな 冷工法 デラタイト

奥山化工業株式會社

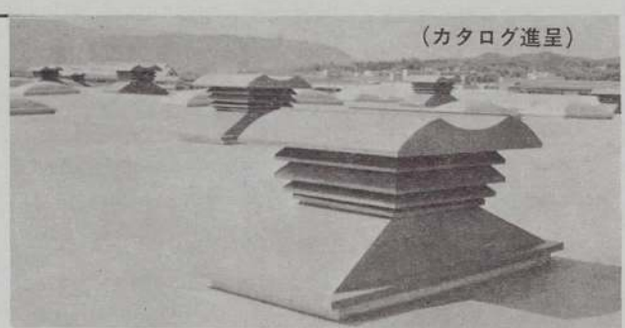
東京都中央区銀座8－4－11　電話(571)2703～4・2370・4064・0264
大阪出張所　大阪市都島区都島中通り5－4　電話(921)2497・(922)7280
名古屋出張所　名古屋市南区若草町33　電話(811)3660・3104

特許　岩元式ベンチレーター
（電動式並固定型各種）

岩元式ベンチレーター　A型・B型・固定型
岩元式連塔換気装置（コンチニヤス・ベンチレーター）
新型　換気塔 NSライン　（強制換気扇付）
新型　換気塔 SFスーパー　（特殊装置による風量増幅 換気扇の能力を倍増する）
最新型　採光排気塔(風光)スーパーライン特殊増幅装置付

スカイライト工事・通風ルーパー
スチール及アルミサッシュドアー・各種シャッター製作施工
其の他　曲加工一式

（カタログ進呈）



岩元工業株式会社

大阪市東成区東今里四丁目40番地
電話（981）0616～0618

空気調和・冷暖房設備
給排水・衛生設備　設計・施工

株式会社 朝日工業社

本　店　大阪市東淀川区加島町357　電話（302）2271～9(代)
大阪支社　同　上
東京本社　東京都港区芝浜松町2－7　電話（434）6171(大代)
支　店　北海道・仙台・名古屋・広島・福岡
営業所　釧路・盛岡・横浜・神戸

冷暖房　給排水、衛生水道　電気　厨房
各種サッシ　環境衛生施設　荷役運搬機械　化学鉱山機械

三機工業 株式会社 大阪支店

取締役社長　大前玉男
取締役支店長　樋口勝栄
大阪市東区北浜2丁目22番地　電話 大阪（202）代表3071
本　店　東京・日比谷・三信ビル
支　店　名古屋、福岡、札幌、広島、仙台、富山
出張所　横浜、金沢、静岡、高松

電気・空調・給排水・衛生設備・設計施工

大阪電気暖房株式会社

取締役社長　菅谷知巳
本　店　大阪市西区江戸堀1－60　電話（441）8231大代
支店東京・名古屋・福岡
営業所札幌・仙台・金沢・神戸・広島
出帳所京都・岡山・高松・熊本・横浜
新潟・富山・福井・豊田

空気調和設備
衛生設備設計施工

三建設備工業株式會社

大阪支店　大阪市都島区都島本通4－10－30　電話（922）6251(代)
本　社　東京都中央区日本橋蠣殻町2－22　電話（667）3431(大代)
支　社　名古屋・仙台・札幌・広島・福岡・金沢・新潟・横浜

給排水・衛生
暖冷房・換気　設計施工

株式会社 大阪城口研究所

取締役社長　城口庸平
大阪市北区高垣町一・電話 大阪372局7151(代)
京都市東山区大和大路正面上ル 電話 京都561局4945(代)
神戸市生田区下山手通六ノ一・電話神戸34局 5892

空気調和・衛生設備
設計施工

株式会社 三晃商会

本　社　大阪市北区富田町16番地　電話(363)大代表1371
支　店　東京都千代田区神田小川町2丁目1番地　電話(292)代表7751
広島市紙屋町1丁目2番22号　電話(47)代表4535
福岡市大名1丁目8番12号　電話(76)代表3795
出張所　名古屋・富山・金沢・福井・京都・松江

営業種目●空気調和設備●給排水衛生設備●塗装設備
●蒸気噴射式冷凍機／設計・製作・施工

空気調和のケンザイ 株式会社 建材社

本社・東京支店＝東京都中央区銀座6－6－7　㊫(572)7411代
大阪支店＝大阪市北区中之島2－2－22　㊫(203)3721代
名古屋支店＝名古屋市中区錦2－2－13　㊫(211)1535代
出張所＝札幌・仙台・豊田・金沢・神戸
広島・松山・福岡・バンコック

須賀工業株式会社

空気調和　衛生設備

大阪市西区土佐堀通1丁目14　電話 441－5171
支店－東京・大阪・名古屋・京都・神戸・福岡
営業所－広島　出張所－北九州

水道・衛生・暖冷房・其他管工事
設計並施工
（旧斎藤久孝事務所）

斎久工業株式会社大阪支店

大阪市北区常安町11番地
電話 大阪（443）5041～5番
東京本社　東京都千代田区大手町2の8番地（日本ビル）
電話 東京（270）7411番（代表）
札幌営業所　札幌市南大通西4丁目1札幌道銀ビル　電話 札幌22)5756
金沢営業所　金沢市高岡町2番16号　電話 金沢21)2074
福井出張所　福井市御幸2の1　電話 福井24)2436
高松出張所　高松市2番丁9　電話 高松㉑5195
岡山出張所　岡山市大供380の1　電話 岡山24)5486

空気調和　地盤凍結　冷凍冷蔵

精研冷機株式会社

本　社　大阪市南区瓦屋町3番丁68番地
（オートセンタービル2階）　郵便番号542
電話 大阪（06）761(代)1141～8番(直通)
東京営業所　東京都千代田区九段南2丁目2番5号
（九段ビル8階）　郵便番号102
電話 東京(03) 262－3241～4番

創業 大正二年
暖冷房・換気・温湿度空気調和 設計
病院諸設備・給排水衛生・水族館設備 施工

株式会社 斎藤省三商店

東京店　東京都千代田区丸の内2の2　丸ビル676号　電話 212(代)3751
大阪店　大阪市西区土佐堀通1の1　大同ビル616号　電話 443代 3361
札幌店　札幌市北十条西18丁目36番地　電話 61(代)4371
名古屋店　名古屋市中区栄3の5番29号　千代田ビル514号　電話 261(代)0641
京都店　京都市南区西九条春日町48番地　電話 681(代)1781

冷房・暖房・温湿度調整装置
換気・給排水・衛生設備
設計施工

第一企業株式会社大阪支店

大阪市北区北同心町1丁目57
電話（351）（代表）2808
本社　東京都文京区本郷1丁目12－5
電話（814）（代表）5151
支店出張所　名古屋・福岡・札幌・仙台・高松・広島

温湿度調整装置、暖　房
冷房、水道、搬送機設備
設計並ニ施工

第一工業株式会社大阪支店

大阪市北区富田町30　電話 (361) 5177(代) / (364) 0977(代)
本　社　東京都千代田区丸ノ内3－2(新東京ビル)
電話 (211) 8511・8561(代)
仙台支店　仙台市新伝馬町60
電話 (21) 4491
名古屋支店　名古屋市東区東門前町3－6
電話 (971) 3621

㊎ **平山工業株式会社**

衛生・空気調和設備　・　設計・施工

TEL (441)㈹ 1994.(443) ㈹0331　大阪市西区江戸堀通2の2

暖・冷房・空気温湿度調整装置
設計施工

高砂熱学

大阪支店　大阪市北区梅田8番地(新阪急ビル8階)
電話 大阪 (312) 4521 (代表)
本　社　東京都千代田区神田駿河台4丁目2番地

空気調和・恒温恒湿・冷凍・冷蔵
給排水衛生設備　設計施工

不二熱學工業株式會社

本　店　大阪市南区順慶町2－50　電話 261－2436㈹
東京支店　東京都大田区西馬込1－2－1　電話 773－1231㈹
営業所　銀座・浜松・京都・神戸・福岡

Carrier
空気調和装置、各種冷凍機
設計・製作・施工

東洋キヤリア工業株式会社
大阪支店

大阪市北区堂島浜通1－25(新大ビル)
電話 大阪 (344) 1512 (大代)
本社 東京都中央区日本橋本石町4－2(三井第二別館)
支店東京・名古屋　出張所九州
工場埼玉県北足立郡・東京都足立区

冷暖房・温湿度調整・水道
衛生・環境衛生施設
設計施工

山田工業株式会社

本社　大阪市西区京町堀1丁目62　電話(443) 代表8161～9
支店　名古屋市中村区水主町1の12　電話(541)0966(551)1655
出張所　東京都港区赤坂2丁目3～12
赤坂ビークビル5階　電話 (583) 1467
神戸市生田区北長狭通7丁目1の1　電話 (34) 1778・4386

MODAIR
空気調和設備
換気・除塵設備　設計施工

東洋熱工業株式会社大阪支店

大阪市西区京町堀4丁目　TEL(443) 8071
本社　東京都中央区京橋2丁目9　TEL(562) 1351
支店　名古屋・福岡

空気調和装置・冷暖房・換気装置
ファン・ヒーター・クーラー
スチール・アルミ・サッシ・ドア・シャッター
設計・製作・施工

理研鋼機株式会社

大阪支店　大阪市東区高麗橋5－45(興銀ビル別館)
電話 (06) 202－7745番(代表)
本社・工場　東京都北区神谷3の10の8
電話 (03) 902－3111番(代表)
支店　東京・名古屋・仙台

温湿度調整・暖冷房・換気給排水・衛生設備
設計並施工

日本管工業株式会社
代表取締役　市川繁雄

本社　京都市南区西九条豊田町20番地の1
電話(681) 5101～5・夜間専用(691) 1045
大阪営業所　大阪市北区天満橋筋1－37(天満橋北詰)
電話 (352) 3501－3
四日市営業所　四日市市浜田西末広町　電話㊲7431～3
大津出張所　大津市打出浜13－15　電話 0775 ㉒9738
津営業所　津市栄町2－111　電話⑧3610

Carrier
冷暖房は CARRIER キャリア
東洋キヤリア工業(株)製品販売店・特約工事店

日本冷熱工産株式会社
本社及大阪営業所　大阪市西区土佐堀通1－16(石川ビル)
電話大阪 (443) 3661－5

給・排水・衛生・消火・暖冷房設備

㈱西原衛生工業所大阪店

大阪市大淀区中津南通4丁目11　電話大阪(458)3531番
出張所＝京都・福岡

エレベータ・リフト・カーリフト
設計・製作

日本エレベータ工業株式会社

代表取締役　長尾正大

本社　大阪市大淀区天神橋筋六(天六阪急ビル)　(351) 4927㈹ 4540
大阪営業所　(351) 4927㈹　サービス事業所　(328) 0364㈹
東京営業所　(822) 0995㈹　工場　(328) 0363㈹

各種電気工事設計施工
浅海電気株式会社
取締役社長　浅海正雄
本　社　大阪市北区老松町ノ丁目22
電話大阪(362)8701
東京支社　東京都港区赤坂1丁目5番7号
電話(481)8621代表
支　店　名古屋・札幌・福岡
営業所　旭川・横浜・浜松・姫路・高松

電気設備 ㋭ 設計施工
朝陽電気株式会社
代表取締役　山本博三
本　社　大阪市北区中之島3の3　朝日ビルディング
TEL　代表　(448)　1361
営業所　大阪市西区土佐堀通り4の8
TEL　代表　(448)　1361
営業所　京都市西京極郡三反田町11の5
TEL　代表　(311)　1185

電気工事設計施工
太陽工藤工事株式会社
取締役会長　西村庄市
取締役社長　小林四郎
本　社　大阪市此花区恩貴南之町73
電力工事本部　TEL(06)462−1301(代)
施設工事本部　大阪市北区野崎町69
TEL(06)313−3451(代)

電気設備工事設計施工
東光電気工事株式会社
大阪支社
支社長　姉川正男
大阪市東区高麗橋五丁目二八番地　電話大阪(202)0325〜9番
本　社　東京都千代田区西神田1丁目4番地5号
支　社　札幌・仙台・丸ノ内・名古屋・福岡
出張所　旭川・白河・横浜・静岡・富山

電気工事・計装工事
設計施工
栗原工業株式会社
取締役社長　栗原信英
大阪市北区高垣町16番地(東阪急ビル)
電話　大阪(313)1101(大代)
支店　東京・名古屋・舞鶴・大阪南・神戸・広島・九州

電気工事 ㊥ 設計・施工
中本電気株式会社
取締役社長　中本正明
本　社　大阪市城東区野江東之町三丁目一五
電話大阪(931)代表7341〜5
0388・2193
資材倉庫　大阪市城東区野江東之町三丁目一一　電話大阪(931)7004
奈良営業所　奈良県御所市御国通り360　電話御所(2)2607・4259

電気工事設計施工
株式会社　**三興社**
代表取締役　林　敏夫
本　社　大阪市北区絹笠町50(堂ビル7階)
電話㊦3671(代)
支　店　東京都中央区日本橋箱崎町3丁目2番地
電話㊦1478(代)
出張所　川崎・相模原・堺・福山

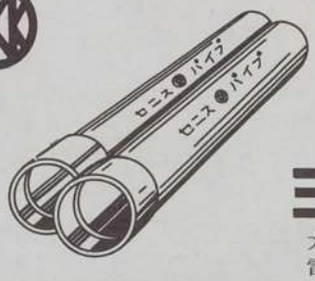
各種電気工事設計施工・制御盤製作
野里電気工業株式会社
取締役社長　池内文夫
本　社　大阪市西淀川区柏里町1丁目110番地
電話大阪(472)代表1101〜7
支　店　東京都品川区西五反田6丁目25番11号(福島ビル)
電話東京(491)1746(492)0182・0350
営業所　北九州市小倉区鋳物師町23番地
電話小倉(56)5665・5818
出張所　群馬・千葉・和歌山・名古屋

電気・暖冷房・空調工事設計施工
三宝電機株式会社
取締役社長　嘉納伝三
本　社　大阪市北区絹笠町五〇(堂ビル三階)
電話(364)1471(代)
支　社　東京都中央区明石町6−23(辻孝ビル)
電話(542)5641
営業所　名古屋市北区城見通二丁目二〇番地
電話(991)5131〜3
出張所　神戸市・堺市・高槻市・姫路市

電気工事設計施工
富士電業株式会社
取締役社長　田中実
本社　大阪市西区北堀江上通1丁目65
電話大阪(541)0564〜7・7148〜9
営業所　東京・名古屋・広島・福岡

電気工事・計装工事・設計施工
中央電気工業株式会社
取締役会長　今村騰
取締役社長　立石行男
本社　大阪市北区梅ケ枝町56番地
電話　大阪　大代表(312)8881
支店　東京・名古屋・四日市・神戸・和歌山
営業所　松山・京都・草津・静岡・水島・福岡

各種電気工事設計施工
株式会社　**ヤマト電気商会**
取締役社長　山本永造
本　社　大阪市北区西堀川町15番地
電話大阪(364)代3056
東京支店　東京都港区新橋5−34−6　相馬ビル5階
電話　東京(434)3848・(431)8435
出張所　大阪南・札幌・名古屋・四日市・松山・徳山



トラフ・ヒューム管
ベンチレーター・マンホール

株式会社
三幸商會

大阪市北区与力町一ノ一〇
電話　大阪(358)　4031

奉仕感謝の店

タイル工事施工

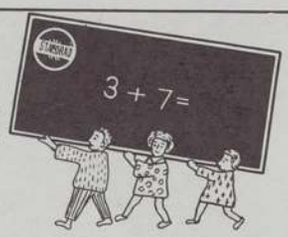
特許申請中・完全滑止タイル

SSS（サンエス）　タイル新発売

（カタログ進呈）

株式会社 川岸窯業商店

大阪市西区靱本町２丁目９８　靱本町電停前
電話　大阪　(532)　０４６１～４番



Standard　Board&Slate

フタバ黒板

大阪市東住吉区桑津町三丁目１０１番地　電話大阪(717)4561～2

営業品目

● カネボウゴーレックス防水
●化粧壁材ソリジットスタイン吹付
●樹脂砂壁エバーサンド吹付
●樹脂蛭石エバテックス吹付

合同特許建材工業株式会社

本社営業所・大阪市東住吉区駒川町３－54　電話(702)代7814～6
特約代理店・東京・名古屋・金沢・広島・今治・福岡

耐酸ツボ各種
陶器、ガラス製品卸問屋
セトモノのデパート



源八橋セトモノ百貨店をご利用下さい。

株式会社 吉田芳雄商店

本　店 大阪市北区旅篭町18 電話(361)3450・(364)2345
源八橋店 大阪市北区天満橋筋4―78 電話(358)1790・1838

株式会社 矢橋大理石商店

大阪支店

大阪市東区高麗橋二丁目九　野村ビル五階
電話　大阪　(202)　4905

FUTABAYA DECORATORS, LTD.
建築物・船舶等の造作工事及び
室内装飾工事の設計施工
建具、パネル、家具、各種木工品の製作
内外装飾織物、窓掛、敷物、壁紙類一式
（創業大正７年）

二葉屋装備工業 株式会社

取締役社長　若林繁吉
大阪府知事建設登録
(ぬ)第１６２１６号
大阪市大淀区本庄川崎町２の６
電話・大阪(371) 3321～3・3630

社寺数奇屋用瓦……大仏瓦
内外装用窯変美術タイル……大仏タイル

(株) 大仏

本社	京都市東区山今熊野大仏池田町９の９	075 (561) 3555 3725
大阪営業所	守口市佐多東町1丁目23アマダビル	06 (901)0156
名古屋営業所	名古屋市守山区大字小幡山脇27	052 (792)1321
東京営業所	東京都渋谷区上原１丁目29の４	03 (467)1641
工場	京都清水・山城・瀬戸	

青写真とマイクロフィルム

株式会社
内外写真

製図・トレース・複写写真

本　社 大阪市北区堂島北町１６ TEL.(361)9055(代表)
本町営業所 大阪市東区本町4-27御堂ビル TEL (252) ３９０６
横堀営業所 大阪市東区横堀２－３６

雨水浸入剝落防止
耐震耐風
安定軽量



ナニワ緩勾配瓦

３寸緩勾最適軽量水止付(空葺)瓦

ナニワ瓦株式会社
大阪市浪速区元町二丁目四一電話641五五五

発明賞に輝く各種特許235件所有

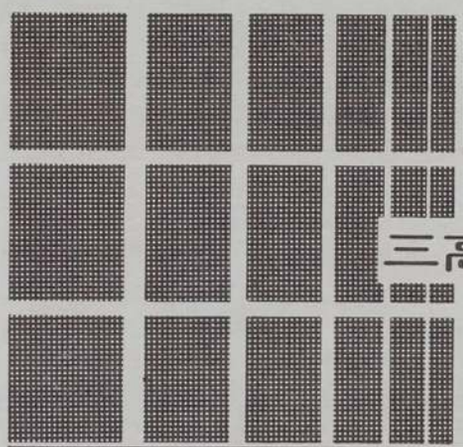
特許　鈴木シヤタア

65年の歴史最高の技術最大の生産

防煙火・防災・防盗

鈴木式防煙火シヤタア・リンググリル®シヤタア・
ステンレスシヤタア・アルミニュームシヤタア・
40・ピーアップ®シヤタア・汎用シヤタア
その他特殊シヤタアの製造
アフターサービスの完璧

株式会社 鈴木シヤタア商会
大阪市北区茶屋町33番地　電話大阪(06市外局番)371代表4151～6
北陸営業所　金沢市長田町119番地　電話金沢(0762市外局番)21－2287



スチール
アルミ
ステンレス
サッシ・ドアー
カーテンウオール
シヤッター
三高式オペレーター・ドアーハンガー

TRADE MARK
M.T.K.S

株式会社 三高製作所
本社・工場　尼崎市神崎五反田280番地
電話大阪(499)8151代表

近代建築の要求する

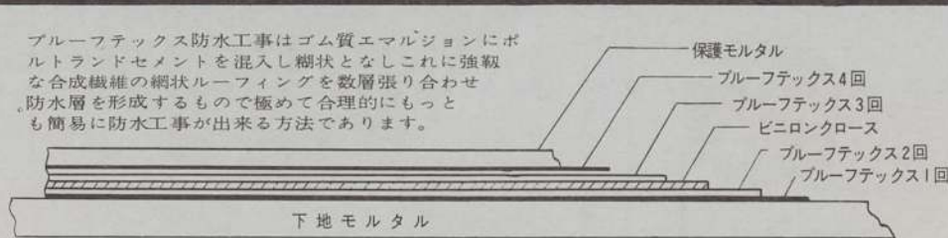
＊特許 小俣式 ステンレス・アルミニウム 防火シャッター

設計
製作
施工

小俣シャッター工業株式会社大阪支店
大阪支店　大阪市北区若松町30　電話大阪(364)9004・9016・4825
本社工場　東京都北区田端町1138　電話東京(893)5211～5

プルーフテックス防水工事

プルーフテックス防水工事はゴム質エマルジョンにポルトランドセメントを混入し糊状となしこれに強靱な合成繊維の網状ルーフィングを数層張り合わせ防水層を形成するもので極めて合理的にもっとも簡易に防水工事が出来る方法であります。



《特長》
1)防水性が優秀
2)接着力が強大
3)火気を要しない
4)耐摩耗性
5)物理的強度優秀

耐酸工事・防水工事専門店 耐酸化学工業株式会社
大阪市北区高垣町80番地
電話大阪(06)361・0178代

腐らない そして燃えない
法定不燃材 829号

ケミカラーオーシマメタル
新しい型の
ひふくてっぱん

屋根材、壁材・谷樋棟包水切に
スタンダードメタルの大島応用化学
東大阪市新庄(782)4171代

特許 内外式 意匠登録
電動ベンチレーター
屋上強制換気装置製作のパイオニア

50年の豊富な経験と技術、研究により
1．最高の換気率
2．スマートな外観
3．雨仕舞の完全
4．価格の低廉
5．直備工による施工の完璧
6．行届いたアフターサービス

近畿コカコーラボトリング美原工場
NK型口径 900m /m (モートル 3HP) 40基

内外建材株式会社
本　社 大阪市西区江戸堀北通1－25(相生ビル) TEL(441)3983－4・4396
工　場 大阪市城東区天王田町1の141 TEL(962)1149

内外式コンチニアスベンチレーター
筒型ベンチレーター
内外式ガラス屋根
内外式連続採光換気装置
設計施工

Taniyama
送風機



営業品目
●LAF形 リミットロード送風機
●VAF形 可変式軸流送風機
●SAF形 ストリームライン送風機
●CAF形 (特許) 遠心式静音軸流送風機

株式会社 谷山鐵工所
本社工場/大阪市城東区野江東之町二丁目一番地
電話 大阪 (931) 代7803～9
東京出張所/東京都文京区湯島四丁目六番十七号
東京(814) 6651～3

シヤッターの総合メーカー
豊かな経験と
最新の技術…
東洋シヤッター
東洋シヤッター株式会社
本　社 大阪市東区谷町5－30 新野村ビル TEL(762)5861代
本　社 東京 (543) 2281・名古屋 (331) 6171・大阪 (352) 4571
営業所 横浜・滋賀・京都・神戸・福岡・他全国主要都市

コーキングパテ

ウヅラ印



柏原瀝青株式会社

本社工場　大阪市西淀川区御幣島東２ノ５　電話大阪(471)1493～4・8267
第二工場　大阪市西淀川区御幣島西３ノ99　電話大阪(471)　０４２６

パテタイル

全国で好評の……

新興の内装壁材を！

新しい時代の新らしい壁
ヒル石基材の燃えぬ壁材

ダイシンコート

（特長）

・耐火
・耐水
・耐アルカリ
・防音
・保温
・吹付
・塗付



革新塗料現る

①ソフトな感覚、優雅な味
②ペイント塗料に優る
③塗りかえ自由
④安価で塗りよい
⑤吹付施工も自由
⑥洗いも下地も自由

繊維塗料の
シンコゾール

全国有名建材店又は当社へ

繊維壁材（通称）わたかべ

耐水、耐アルカリ性時代来る

漆喰差支なし
ドロマイドプラスター
セメントモルタル
下地
落ちない
塗り良く
塗面が強く
水に強く
（特長）

・すゝき
・すゞかけ
・新いすゞ
・四香
・七宝
・錦紋
・王座

●カタログお送りします



（株）新興建材工業所
大阪市西区南堀江通６丁目39番地　TEL 大阪(538)2951～5・(541)5757～9
営業所　東京・高槻・明石・姫路・四国・中国

発売元

新興壁材工業（株）
大阪市住吉区粉浜本町４丁目２６番地　TEL 大阪（672）１６６１～３

（株）九州新興建材工業所
福岡市上牟田八田町２６の１　TEL 福岡（41）５２２５～６

新製品

特許セメント分散剤
コンクリート減水剤
● リグコン

特許 セメント分散剤 コンクリート減水剤
リグナール

建設大臣認定
● 三段ブロック
其の他コンクリート二次製品

● 宅地造成・分譲
指導　神戸大学土木工学部長
　　田中　茂教授
設計　日建設計工務株式会社
現在二団地設計中

● 耐火・防水外見板
　SPボード代理店
● 日本鋼管
　NKプレハブ代理店
● 高弾性目地材　エスシール#31
● 防水材　エスシール#21

リグナール製造発売元
神戸板料株式会社

本　社　神戸市葺合区熊内町2丁目88番地
　電話078代表(23)1421・6956
東京営業所　電話03(294)6167・6177
福山出張所　電話0849(23)2　6　7　9

特許・耐酸被覆鋼板
耐久建築屋根・外壁材料
オリエンタルメタル

燃えない
われない
腐らない

長尺物・色彩自由・責任施工

品種　オリエンタルメタル(O.P.M)
　　オリエンタルスーパーメタル(S.P.M)
　　オリエンタルカラードメタル(C.P.M)
　　カラースーパーオリエンタルメタル(C.S.P.M)

波板規格　S小波　S大波　V波　ボックス波　Wジャンボ波

用途　平板・波板・棟包・雨押類・谷樋・竪樋・軒樋
　　通風器・排気ダクト・モニター

オリエンタルメタル製造株式会社

本　社　兵庫県尼崎市長洲稲川新田44　電話　大阪(488)1081代表
東京支社及工場　埼玉県蕨市塚越5丁目6番32号　電話　蕨　(42)3115～8
大阪支社及工場　兵庫県尼崎市長洲稲川新田44　電話　大阪(488)1081代表
九州支店及工場　福岡県遠賀郡水巻町頃末　電話　八幡(69)2831～4
名古屋支店及工場　名古屋市中村区泥江町1の24第2中経ビル　電話　名古屋(581)2781～4

カタログ御請求下さい。

あなたは現状に満足していますか？

社員募集

若い力の集りです 武智工務所は

私の入社は　昭和43年２月31才の途中入社である　正直いって工業高校の化学科を卒業以来１３年間合成樹脂業界一本でやってきた私にとって，土木建築用の特殊基礎を製作施工する武智工務所という全く未知の分野に身を投ずることに少からず勇気を要した。

しかし私は，かねてからどんな業界であろうと扱う商品の基礎知識さえマスターすれば，あとは仕事に勇気と情熱と誠意をもって当れば必ず道は開かれる…という信念を持っていた。私のこの信念は武智工務所に入社して，日を経ずして立証された。

入社した年の８月社内懸賞論文で私のマーケッティングに関する論文が一位入賞し，暮の12月にインドネシアへ視察旅行に派遣される栄を受けた。翌44年４月の新年度から第一営業部を任される抜擢を受けた。そして良き先輩の引立ても受け，部下にも恵まれて売上目標も裕々と達成の見通しである。

わが武智工務所は　45年の歴史と伝統のある会社であるが，経営トップも私と同世代であり経営感覚も斬新であるし急伸長な企業だけに勤続年数・学歴等に関係なくやる気のある人・できる人は抜擢も受けるし，場も与えられる。従って中堅幹部も私同様途中入社の人が多い。また本年度は業界でも画期的な新工法の開発にも成功した。これから入社してくる諸君の活躍の場は無限である。私も新人諸君に負けない様に益々自己啓発に努めがんばっていく決意である。
こぞって諸君の入社を待つ。

営業部　勝間一成

職　種　営業・工事及び研究開発部員
勤務地　大阪本社・支店他希望地
資　格　学歴不問　年令20～35才程度
待　遇　当社規定により高給優遇　賞与年三回
例＝高校新卒　基本給三万円
各種保険有・交通費別支給・独身寮完備

※希望者は履歴書・写真を人事課宛郵送下さい。
詳細は後日通知します。
※応募の秘密は厳守します。

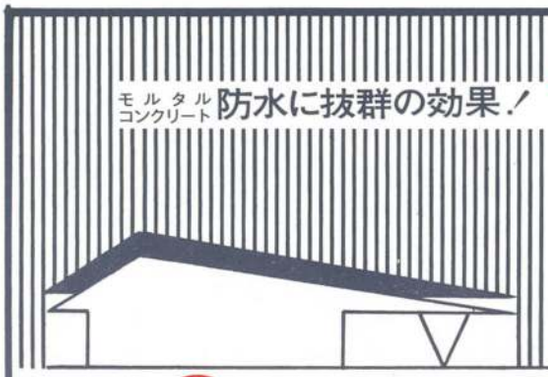


＝＝各種基礎杭設計施工＝＝

TAKECHI

株式会社 武智工務所

本　　社　大阪市東区高麗橋2—20 ☎202-7501㈹
（高麗新ビル３階）三越西入
名古屋支店　名古屋市中区錦１－３－２（殖産ビル）
福岡支店　福岡市赤坂１—15—33　第二菊陽ビル
営業所　東京・静岡・富山・広島・熊本・鹿児島
工　　場　大阪・名古屋・鹿児島



モルタル コンクリート 防水に抜群の効果！

マノール防水剤

マノール防水剤は、屋上、内外壁、地下室などのモルタルやコンクリート、ブロックの防水、防湿に最適です。
その上、亀裂予防はもちろん、作業能率も著るしくあがり、仕上り面が特にきれいな点にも人気があつまっています。

マノール製品
〈モルタル コンクリート用〉
防水剤
急結剤
早強剤
接着剤
剥離剤
防凍剤
エスコート（セメント起泡剤）
エアコール（空気連行剤）
山富黄華（着色剤）

株式会社 油脂化工社
東京都品川区大井1-15-1 電東京(774)4111代表

大阪営業所 大阪市東成区西今里町2－48 電 大阪(971)4765-6
名古屋営業所 名古屋市中区門前町5－37 電 名古屋(231)5440
福島営業所 福島県信夫郡吾妻町下野寺遠原 電 福島(34) 7428
盛岡営業所 盛岡市南大通3－12－50 電 盛岡(22) 2204

日本建築協会優良證明

セメント増強防水剤

ウォータイトB号

CEMENT WATER-PROOF WOTAITO

株式会社 日本セメント防水剤製造所

仕様書 型録 贈呈

本社 大阪市東区船越町2－31（船越ビル）電話（941）2626・2628
連絡所 宝塚市高台上の池 電話 宝塚（86）2153
出張所 電話 東京(431)8648・名古屋(331)1531・仙台(23)0721・札幌(87)1111
オォータイト式防水工事代行店 電話 大三工業 高松(2)0016 安藤工事 福岡（28）5207 豊永建材 広島（61）6371 東邦防水工業 電話 札幌（82）3133

TAKECHI
PRECAST CONCRETE PILE



● ゆるがぬ地盤をつくる

武智三角杭

1．性能抜群のコンパクトパイルです。
2．運搬、打ち込みが簡単です。
3．軟弱地盤に威力を発揮します。

株式会社 武智工務所

本社 大阪市東区高麗橋2－20（高麗新ビル） TEL（06－202）3233㈹・7501㈹
名古屋営業所 名古屋市中区錦1－3－2（殖産住宅ビル） TEL（052－211）3086㈹
広島営業所 広島市宇品神田5－17－14 TEL（0822－53）4181
鹿児島営業所 鹿児島市新屋敷町19－13 TEL（09922－3）1906
工場 大阪・名古屋・鹿児島

日本建鉄の

PS80Aレディメードサッシ

PA60A・PA70Aサッシドア



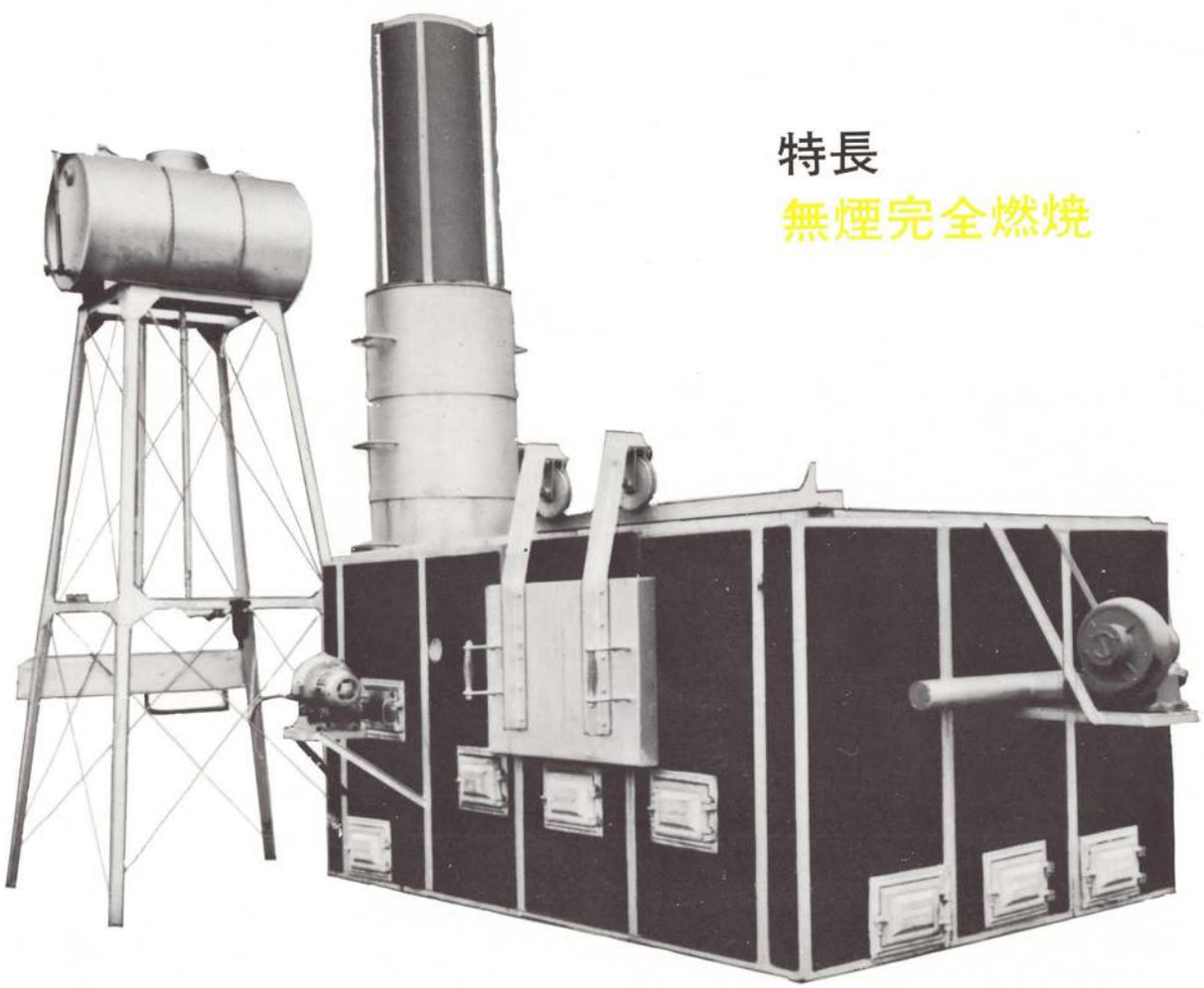
日本建鉄株式会社

本社 東京都千代田区大手町2～8 TEL東京(270)6511(大代)
大阪支店 大阪市北区梅田町47（新阪神ビル） TEL大阪（341）4331（代）

建築と社会 “ARCHITECTURE AND SOCIETY” 第51輯第5号
■昭和45年5月25日発行(毎月1回25日発行)・昭和24年3月19日第3種郵便物認可

焼却炉

高分子物質・ゴム・石油化学製品一般 その他　高温焼却物専用



特長
無煙完全燃焼

G—25型

型式・種類(2種) G—50, G—70

業務用焼却炉のトップメーカー

インシナー商事 株式会社
インシナー工業 株式会社

■本社　東京都品川区東五反田2－8－7☎(441)2291(代)〒141
■大阪支店　大阪市北区牛丸町55番地(東洋ビル)☎(372)0481(代)〒530
■名古屋営業所　名古屋市昭和区恵方町2の8☎(841)5874〒466
■福岡営業所　福岡市春吉3丁目(春野ビル)☎(76)1880〒810

■ご入会のお申込は・社団法人　日本建築協会　〒541　大阪市東区北浜3－37　電話大阪(06)231-9648・9649・9640　振替口座大阪39975番

定価　300円(送料共)