

AGC COLORS



GUILD

PAPER

VOL.01

2011年11月22日発行

企画協力：月刊「商店建築」

企画編集：2U associates Inc.

デザイン：Astone+Associates Inc.

写真：藤本一貴

印刷：日経印刷株式会社

製作：株式会社アド・シフト

発行元：AGCガラスプロダクツ株式会社
〒110-0015 東京都台東区東上野4-24-11 NBF上野ビル

ガラスの空間学①：納まりと設え

Noriyuki Otsuka

大塚 則幸

細部を妥協せずに
作りこんだ空間にこそ神は宿る。

Internal Impression

KITCHEN BAUM / FUTAKO TAMAGAWA RISE:TOWER & RESIDENCE

AGC studio / CORE JUWELS AOYAMA

Seminar Report

AGC colors Guild 第1回セミナー「インテリア建材としてのガラスの可能性」

AGC colors Guild Member / ギルドメンバー紹介

Color Glass FAQ

活動記(第1回～第4回)

Information



Profile

1960年福井県武生市(現:越前市)生まれ。
 “無のようであり有であり、混在のようで透明な空間”をテーマにティック、レストラン、ホテル、オブジェ、住宅等を手がける。またデザイン専門誌に海外エキジビションの取材寄稿および、タイルメーカーのデザインカタログ編集など、空間を主題としたデザインワークを行う。
 メーカーと共同開発で越前和紙を使用したロールスクリーンのパターンデザインでは、グッドデザイン賞受賞。2006年度ダントー・タイルデザインコンテスト大賞を受賞。

ガラスの空間学①：納まりと設え

Noriyuki Otsuka

大塚 則幸 インテリアデザイナー

細部を妥協せずに つくりこんだ空間にこそ神は宿る。

妥協という言葉とは無縁な徹底的な細部へのこだわりで、精緻でありながらも色気あふれる空間を創造し続けるインテリアデザイナー・大塚則幸氏。大塚氏のつくり出す空間は、なぜこれほどまでに圧倒的な美しさを放つのか。その秘密をこれまでの作品におけるディテールをひもときながら徹底解剖。ガラスという素材をこよなく愛する空間クリエイターとして、また、AGC colors guildのメンバーとして、日々ガラスの可能性に挑み続ける大塚氏が語り下ろすガラスの空間学。

Case: 01 ルシエルブルー大阪

LE CIEL BLEU Osaka

撮影：Noriyuki Otsuka Design Office Inc.

大阪・梅田に位置する床面積240㎡の大型ティック。大空間の中央に美しい弧を描くシリンダーが鎮座するこのショップは、すべてが白で統一されたノーブルな空間。その白さと美しさをより完璧なものとするために、壁、床、天井の設えはもちろん、什器、家具における細部の収まりに至るまで、大塚氏ならではのフラットサーフェスの美学に基づくノウハウが随所に詰め込まれている。

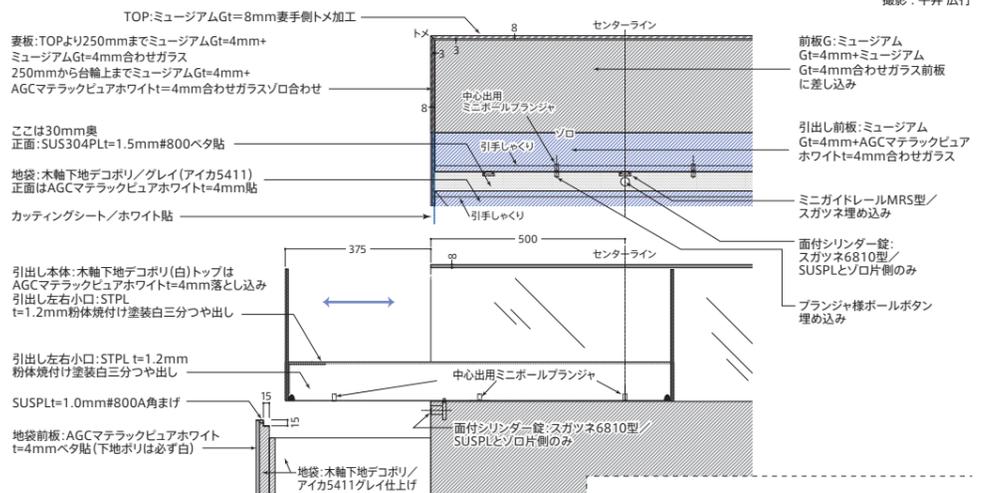
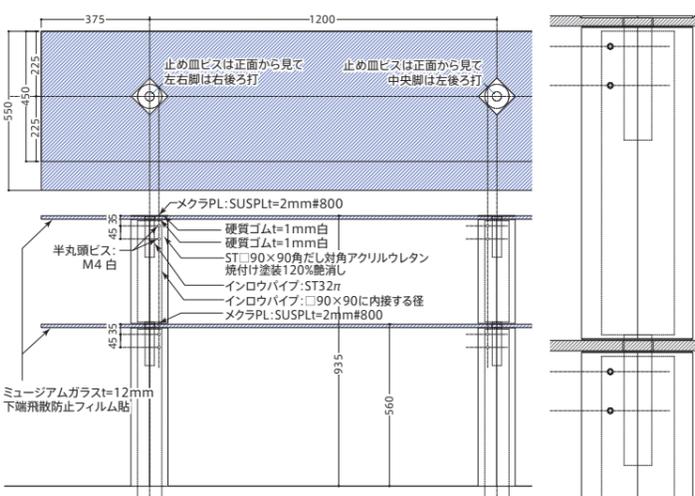


撮影：平井 広行

シリンダー内に設えられたガラス什器。シンプルさを追求するために、90mm角スチールの支柱と12ミリ厚フロートガラスの棚板だけを構造体とし、金物などの支持体を一切排除。さらに、ガラス上面をザグってそこに抑えとなるステンレスプレートを埋め込むことで、棚板上部の凹凸さえも排除。どこまでもフラットサーフェスにこだわるスペシャリティーな納めの真骨頂だ。



撮影：平井 広行



マットなカラーガラス「マテラック・ピュアホワイト」と高透過のガラスで仕上げられたアクセサリ什器。商品出し入れのために両方向にスライドする透明な上部と、白さを演出する基壇部とで構成。機能的に上下に分割せざるを得ない構造の中でも視覚的フラットサーフェスを実現するため、8ミリ高透過ガラスの机上面に合わせ、妻側の上部には4ミリ+4ミリ高透過ガラスの合わせ、基壇部に4ミリ高透過ガラス(背面)+4ミリ「マテラック」(前面)の合わせを採用。



「マテラック・ピュアホワイト」によるレジカウンター。あくまでも純白にこだわり、下地であるベニヤのうっすらとしたベージュやミラーマットのグレーのパッチワークがわずかも表面に滲み出ないよう、厚板、ミラーマットともにホワイトを採用。見えないうところにこそ手間をかける。大塚デザインの美しさの秘密がここにある。

LE JOUR Shinjuku

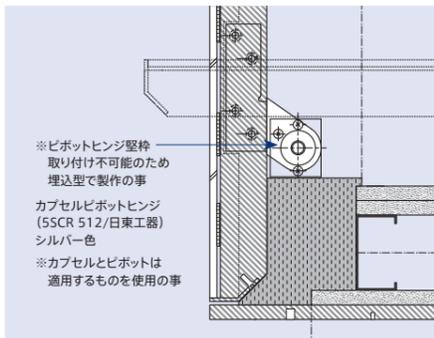
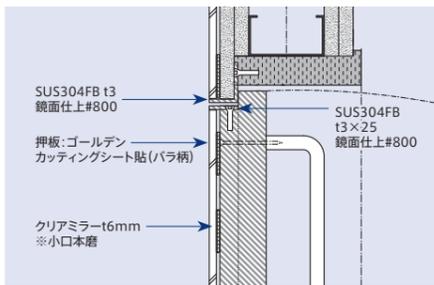
撮影: Noriyuki Otsuka Design Office Inc.

東京・新宿マルイ4階に位置するブティック。60cm間隔に設えられたモールディング風パネルの連続により構成された、シンプルかつエレガントな純白空間。連続によるリズム感を壊さぬよう、百貨店ならではの厳しいレギュレーションをクリアするためのスペシャルな納まりの工夫が施されている。

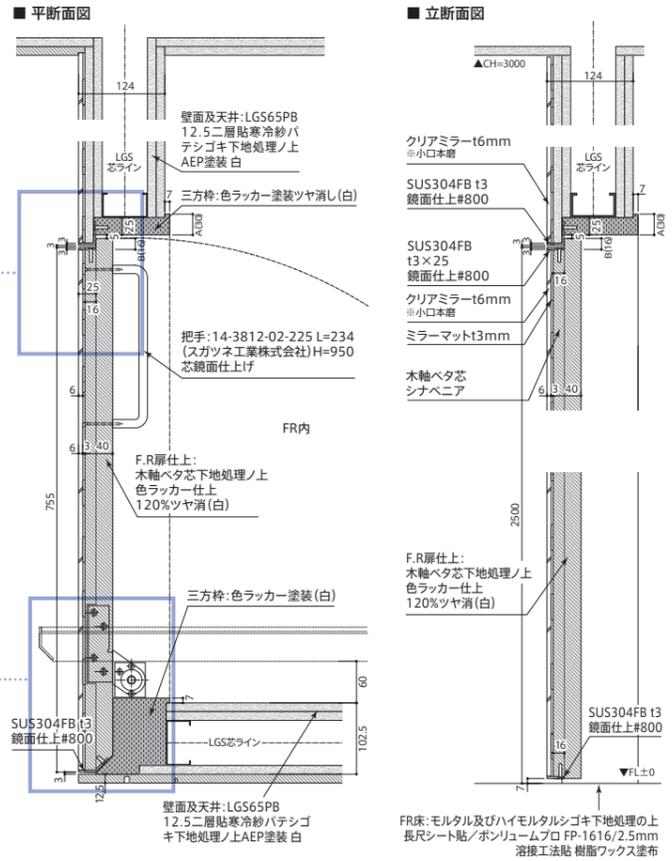


壁厚115mm

壁厚12mm



ミラーガラス貼りのフィッティングルームのドア。モールディング・モジュールに合わせて12mm厚でドアを支える力壁をつくりたい。しかし、pull(引く)タイプだと“指を挟まぬよう”という規制により壁面から20mmのクリアランスを取らねばならず、push(押す)タイプだと115mm厚の力壁が必要。20mmの規制はどうにもならないのでpushタイプを選択し、まず壁厚を試着室内側に逃がすことを考案。そこにオートヒンジを仕込むことで、力壁の見えがかり上の厚さを12mmに落とすことに成功している。



— 大塚さんがデザインされた空間は、不思議なオーラに満たされている気がします。シンプルな空間なんですけど、正面からと横、斜め、あるいは空間の中に足を踏み入れたときと少し遠目から眺めたときでは、それぞれ違った表情を見せてくれる。壁や什器を前にして近寄り離れたり、まるでミニマルアートを鑑賞しているような気分になったりもする。ご自身ではこうしたオーラ的なものは、どこから来ていると感じていますか。

大塚: 自分の作品を説明するのは苦手なのですが、ディテールというか納まりにかなり気を遣ってデザインしていることは確かですね。納まりを考えに考え抜いて設えることによって、空間全体を統べる雰囲気構築したり、密度感なり抜け感なりを表現していきたいというつもっています。

— なるほど。納まりですか。

大塚: ええ。僕たちは普段、この“納まり”という言葉は何気なく使っているけれど、あらためてそれが何を指すかを考え出すとよくわからなくなってくる。人によって違ってもきますね。

僕はそれを「見えてこない内部のデザイン」として捉えています。完成した空間では隠れてしまっていて目に見えない部分なんですけど、そこを丁寧に工夫しデザインすることによって、イメージがより表現できたり、コンセプトがより鮮明になったり、そこを体験する人の心により強く動きかけたりする、完成度の高さを手に入れることができるのではないかと感じています。

それはたとえば、ドアや扉の取り付け方であったり、照明器具やレジスター、コンセントボックスやスイッチの隠し方であったり、異なる素材や仕上げの色味を下地からこだわることによってできるだけ揃えることだったりするんですけど、中でも僕がとくにこだわっているのがフラットサーフェスということです。

— いわゆる面一(つらいち)ですね。

大塚: そうです。壁や床、天井はもちろん、什器や建具、家具に至るまで、徹底的に凸凹を排除していく。

これは好き嫌いということも多分に含まれるとは思いますが、ドアの取っ手とかもできるだけつけないんですよ。パッと見てドアに見えないドアが好きなんです。ですからpushタイプのドアが多くなるんですけど、構成上どうしてもpullタイプのドアをつけざるをえないときは、ドアの裏側に隙間を設けてそこに指をかけて開けるようにしています。それで指紋がついてしまったらやっぱり取っ手をつけてくれとクライアントから怒られることもしばしばあるくらい(笑)。

今回、例に挙げた『ルージュール 新宿』のガラスの棚板も、普通に考えればたかが2mmの凸凹くらい許容範囲内じゃないかと多くの人は

思うだろうけれど、僕はそれが許せない。ガラスが割れてしまう危険と常にせめぎ合いながら(ここは実際に割れてしまったんですが…)、常に凸凹をなくす方法を開発し続けているんです。

— その空間を使っている人には決して意識されることはない、しかし、空間全体の印象づけには大きな影響を及ぼす納まりへの徹底的なこだわりが、そこに集約されているわけですね。まさに“フラットサーフェスの美学”とも言えるものだと思います。そうしたこだわりは、素材に対してはどのように発揮されているのでしょうか。

大塚: 最近、映り込みにすごく興味があるんです。空間に広がりや奥行きを付与することはもちろん、そこに映り込む環境や人の動きによって

空間内に時間を取り込むことができるし、同じ素材や色味でも状況によって見え方がさまざまに変わっていくから。

そうした映り込みを自在にコントロールできる素材として、まさにガラスはうってつけ。視界を妨げることなく映り込みだけを意識させる透明なフロートガラスはもちろん、ミラーガラスやハーフミラーガラスをはじめ、最近ではわずかにしか映り込みを反映しないマットな質感のカラーガラスも出始めているので、加工のしやすさ、流通の確かさ、コストのこのれ具合など、総合的な観点からもっとも多用する素材のひとつとなっています。まったく凹凸のないフラットな表面は、僕の感覚ともマッチしているので昔から好きな素材でしたが、時代の潮流も含めて、最近はその使用頻度は前にも増えています。

とくに興味を持っているのが、エンボスがかかったマットな質感が特徴の『マテラック・ピュアホワイト』。これまでのガラスにはない繊細なテクスチャと微妙な反射具合、それに高透過ガラスを使用した純粋な白の発色とあわせて、とてもエレガントで美しい素材だと感じていて、什器や家具の仕上げ材として多用しています。

— これがガラスなのかという驚きも含めて、『マテラック・ピュアホワイト』は、他のどれにも似ていないオリジナリティあふれる素材ですね。大塚: ええ。ただ使い方によっては、せっかくの魅力も損ないかねない場合も多いので、その納まりには注意が必要です。

これはカラーガラス全般に言えることですが、壁面など光が入り込まない場所での使用を前提とするカラーガラスの場合、表面に強い光が当たったときに、ほんのわずかですが下地の色が表面に滲み出てくることもあるんですね。それを防ぐために、そうした場面を使用するときには、下地処理を施す必要がある。たとえば『ピュアホワイト』の場合には、下地にホワイト塗装をしたり、白地のミラーマットを使ったり…。

他にも、いかにガラスが加工しやすいとは言っても、やはり木材と比べると制約はついてまわります。タイルやアクリルなどとの寸法の合わせ方、その際のジョイント方法など、ガラス単体で使うことはまずないので、その収め方には、まだまだ考えるべき点、学ぶべき点は数多くあるのです。

— 日々チャレンジと言うことですね。大塚さんの作品に込められた思いとそれを具現化するための努力の一端が今日のお話でよく理解できたように思います。

大塚: 一見して普通に見える空間でも、実はテクニカルでスペシャリティな納めを駆使している。

それを支えているのが、こういうことができたらいいなという強い思いであることは間違いなし。絶対にできるという確証は何もないので失敗することも多々あるけれど、その思いを具現化するために、建築部材以外の材料を探したり、メーカーの工場に行ったり、職人から技法を教わってもらったり、工務店の社長とすつたもんだしたりしながら着地点を見つけていく工程が楽しい。もちろんcolors guildに参加して、素材に対する見識を磨くこともその工程の一環です。

それもこれも、見えないデザインをすることによって見え方が劇的に変わってくるという興奮を、クライアントを含めて関わった人全員が何度も味わっているからに他ならないと思っています。

「神はディテールに宿る」という言い方がよくされますが、僕は神が宿っているのはやはり空間だと思っている。しかし、その神を降臨させるためには、ディテールがきちんとしていないといけません。納まりをおろそかにしている空間には、神様は降りてきてくれないのではないかと思いながら常にデザインをしているんです。

— ありがとうございます。

TIC TOKYO Marunouchi

撮影: Noriyuki Otsuka Design Office Inc.

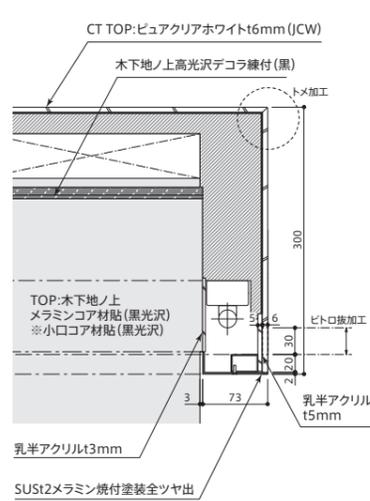
東京・日本橋に位置する旅行会社のインフォメーションセンター。真っ赤なボックスとその中に配された真っ白なコンシェルジュデスクが、ガラス貼りの空間内に鮮やかに浮かび上がる。素材の持つ色味を卓越したライティング計画によって効果的に演出することで、静謐でありながらも大人の色気あふれる空間が創出されている。

▶ <http://www.tictokyo.jp/>

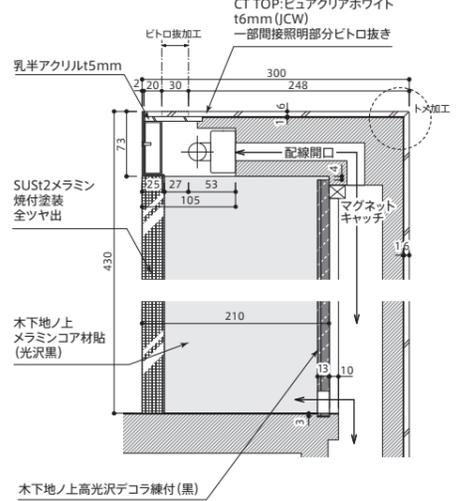


重ったるくになりがちな三方を赤に囲まれた空間を、軽やかかつ立体的に見せるため、カラーガラス製のコンシェルジュデスクを照明装置として位置づけ、そこから光が上面と側面に放たれるように計画。机上面と側面にシームレスラインを仕込み、その部分だけカラーガラスに透明加工を施し、その裏側を乳白アクリルとすることで、鮮やかな光のラインを赤の壁面と天井に映し出すことに成功している。メンテナンス性も考慮に入れられた複雑な照明部分の納まりこそが、この空間全体における色気創出の陰の立役者なのだ。

■ A部平断面図S=1:3



■ 立断面図S=1:3





KITCHEN BAUM

所在地：東京都国立市
設計：プランテック総合計画研究所
施工：アセット・ファシリティーズ



二子玉川ライズ タワー & レジデンス

所在地：東京都世田谷区
設計：RIA/東急設計コンサルタント/日本設計
施工：大成建設



AGC studio

所在地：東京都中央区
設計：太田浩史+デザインノブ(1階エントランス、2階ガラス・スタジオ)
乾久美子建築設計事務所(2階会議室・オフィス・打合せスペース)、乃村工務社(1階体感スペース)、
施工：乃村工務社(内装工事)、鹿島建設(B工事、内部階段)



コアジュエルズ 青山店

所在地：東京都港区
設計：FUMITA DESIGN OFFICE
施工：ディー・プレーン

Seminar Report

セミナー
レポート

AGC colors Guild 第1回セミナー

インテリア建材としての ガラスの可能性

日時：2011年9月28日(水)

18:30 ~ 20:00

場所：AGC studio 2階会議室

周辺環境をさまざまに映し込む反射性と鮮やかな発色、そして高質かつ硬質な質感により、空間クリエイターから熱い注目を集めるカラーガラス。その素材としての魅力を検証し、時代に即した空間デザインへの応用の可能性を議論し、その成果を世の中に広く発信することを目的に、第一線で活躍するデザイナー、建築家、コーディネーター6名によって組織されたのが「AGC colors Guild」だ。今年4月に発足し、4度にわたる定例会で議論されてきた成果が9月28日、公開プレゼンテーション&トークセッション「AGC colors Guild第1回セミナー」というかたちで実現した。

多層レイヤーの魅力と 目地という課題

会場は、東京・京橋のAGC studio。テーマは、「インテリア建材としてのガラスの可能性」だ。プレゼンターは、AGC colors Guildのメンバー(右ページ参照)であるインテリアデザイナーの大塚則幸氏(大塚ノリユキデザイン事務所)と建築家の大野力氏(sinato)。空間デザインの新たな地平を切り開くプロジェクトを数多く手がける両氏が、自らの作品を、そのコンセプトからディテール、作品に込めたメッセージなどを踏まえて、「ガラス」というエレメントから読み解いたプレゼンテーションを展開した。そこにカラーガラス開発に長年携わってきたAGC旭硝子・木下純の技術解説、「商店建築」編集長・山倉礼士のジャーナリスト的視点を加えることで、現在、そして未来へのインテリア建材としてのガラスが果たす役割とこれからの可能性を、設計者・デザイナーを中心とするオー



ディエンスに向けて、多角的に提示するスタイルが進められた。最初にプレゼンテーションを行った大野氏は、オフィス「豊通エレクトロニクス」、ワインバー「サロン デサリュール」、プティック「DURAS福岡」の3作品を紹介。

大野氏は、ガラスの大きな魅力のひとつは「同一空間内に多層のレイヤーを表示出来ること」と語る。その透明性によって視線の抜けや広がり確保しながらも、確実に存在するその物質性や光の屈折・反射によって空間のあり方が微妙に変化する。たった一枚のガラスがそこに存在するだけで、その前後には空気感の違いが生まれ、視覚的に空間を繋げながらも異なる状況をつくり出すことが出来る。そういった特質を活かすことで具現化したのが、「豊通エレクトロニクス」のドアだけが並んだような一見シュールな空間であり、「パーサリュール」の複層的でバッファーを持った斬新なファサードデザインであると言う。また、それらの作品では出来れば無い方が良いあるいは無いものとしてみなしてきた「ガラスの目地」というものに向き合ったのが「DURAS福岡」だという。壁面に多用したカラーガラスの全てのジョイントラインにモールディングを被せ、目地というネガティブな存在を装飾として積極的に利用した。目地を見せたくないという意図の結果、逆に目地が過剰なものとして表れることになったのは面白い思考の流れだったと語る。このように、ガラス自体だけではなく、目地や接合部といったガラス周辺の二次的な操作の中に、まだまだ可能性が隠されているのではないかと大野氏は言うのである。

ディテールをつくり込み 空間に神が降りてくる

続いて大塚氏が、プティック「ルシェルブルー大阪」(商店建築11年8月号)のフィッティングルームやレジカウンター、ガラス棚や什器、都内のレジデンスに付設されたキッチンラウンジ等におけるガラス使用のディテールについて、写真と図面を見せながらプレゼンテーションした。

「空間に神が宿る」という言葉があるけれど、僕はそれを「細部を妥協せずにつくりこんだ空間に神が降りてくる」と解釈しているんです。そう語る大塚氏は、会場の聴衆の手元にも詳細図を配布し、それをもとに「納まり」を中心としたテクニックを徹底解説した。繊細な空間の中で、重量のあるミラーガラスをフィッティングルームの扉に使用する際の、空間バランスを崩さない細面の片持ち壁のつくり方やヒンジの納め方(飛行機のフラップに実際に使用されている小型で高強度のものを使った例も!)、微妙な透け感が残るカラーガラスをレジカウンター側面に使う際の裏地処理の方法、ガラスと金属等の異素材を組み合わせた凹凸のないツライチの平面をつくり出すための納め方の工夫など、一見してその重要性には気づかない、しかしその空間の雰囲気醸し出すためには不可欠な細やかなノウハウを、「竣工後にガラスが割れた」など、過去の失敗談も含めながら惜しげもなく披露。更に、失敗談に関しては、AGC木下から設計時の注意点など、経験に基づいたアドバイスが飛び出した。古今東西のデザインを見尽くしているモデレーター・山倉をして、「大塚さんの作品を見に行くときは、本人に同行してもらおうと2倍も3倍も楽しめる」と言わしめるほどの、完成度の高い空間を生み出すためのこだわりとチャレンジ精神の一端を垣間見ることができた。

デザイナーのアイデアに ガラスがどう答えていくか

建築家ならではの空間の再構成能力を武器に、次々と新しい空間を生み出し続ける大野氏。日本人ならではの細やかなディテールの集積で、生命が吹き込まれた空間を続々と創造し続ける大塚氏。アプローチは違えど、そこに共通するのは、既存の方法論に満足せず、アイデアやテクニック、エレメントなどを総動員して、現代社会に機能する空間を生み出したいという強い思い。そうした思いにガラスがどう応えていけるのか。その思いにガラスが応えたときにどのような空間が姿を現すのか。メンバーとオーディエンスを巻き込んだ、AGC colors Guildによるこれからの情報発信に期待したい。



左/9月にオープンした「DURAS 福岡」。壁面にAGCの白いカラーガラスが使われている。ガラスとモールディングの組み合わせが、クラシカルでありながら軽やかな空間を生み出す(提供/sinato)
中/「サロン デサリュール」(撮影/矢野紀行)
右/「豊通エレクトロニクス」の、ガラスにドアがはめ込まれたシュールな風景。手前から向こうへガラスを突き抜けて可動パーティションが動き、ミーティングルームを仕切る(撮影/太田拓実)

“AGC colors Guild”は以下の6名で今春結成され、
今後も増員・拡張しながら継続的な活動を続けていきます。



- 宮坂 大貴 氏 : ブランディング活動の一端を担う空間を主戦場にする、開発ディレクター。
- 大塚 則幸 氏 : 日本のみならず、世界でも5本の指に数えられるカラーガラス使いの名人。
- 大野 力 氏 : 世界をフィールドに活躍する、新進気鋭の建築家。
- 游佐 清文 氏 : 数多くの実績に奢ることなく、チャレンジスピリッツに溢れた建築家。
- 伊吹 絵理 氏 : 空間構成スキルを合わせ持つ、次世代のコーディネーター。
- 酒井 万貴子 氏 : コンセプターを兼務する、マルチコーディネーター。

“AGC colors Guild”が目指すもの

建材とは、空間開発に携わる我々にとって「洋服における生地」や「料理における食材」と同様に必要不可欠なものだ。クリエイションの視点からはその解釈はさまざまだが、必要不可欠という本質を否定する人はまずいないだろう。ではその建材に属するカラーガラスは、空間開発に携わる我々にとって本当に必要不可欠なものなのか？ また、そもそもユーザーの日々の生活にとって必要不可欠なものなのか？ 本件のカラーガラス販促を主体にした活動要件の依頼に際し、まず頭をよぎったのはそんな？ だった。

カラーガラスを「生地」や「食材」に当てはめると本紙を手にとった方にも分かりやすいと思う。今期のトレンドではない「生地」や不可抗力にも関わらずユーザーの生活に危害を与えるイメージのついた「食材」はいつしか我々の生活環境から姿を消してしまう。かつて、パチンコ店や飲食店において必要不可欠だったカラーガラスもまた、時代の変容や高性能の類似建材の誕生によって、空間建材の選定候補からその姿を消していった。

“AGC colors Guild”は、そんなカラーガラスを再びユーザーの生活環境に呼び戻すことを目的に企画された、メーカーの販促促進戦略の一貫である。

と同時に「経年変化がなく、クリーニング等のメンテナンスが容易」という機能特性と「光を内包する透明感が、高級感や清潔感を生み出すのに効果的」という演出特性を見直し、建材としての新たな市場性を、建築家やデザイナーの視点によって探り出すという目的をもち合わせている。つまり、“AGC colors Guild”はビジネス×クリエイションの土台の上に成り立っている創造的販促活動となる。時に、メーカー主導の販売促進は目先の利益に傾倒し、クリエイションをないがしろにするためその建材の本質にたどり着けず、元の下降線をたどってしまう。時に、クリエイター主導の価値付けは自分たちの主観に依存し、市場のニーズを取り込めず、費用対効果を生み出すことができずに継続出来ない。こういった前例が数多くある中、“AGC colors Guild”が目指すものは、産学協同ならぬ建材メーカー×空間クリエイター達による、カラーガラスの新市場の開拓となる。トレンドに屈することのないカラーガラスが持つ本来の普遍性と、割れへのネガティブイメージをポジティブに変換しうるクリエイションの掛け算は、次世代空間における必要不可欠なカラーガラスのあり方を数多く生み出すことだろう。



Daiki Miyasaka
宮坂 大貴 株式会社 余白

Profile

1974年東京都生まれ。多摩美術大学美術学部建築科卒業。株式会社フォーメーションを経て、ブランディングカンパニー株式会社余白に空間開発事業部を設立。現在、執行役員クリエイティブ室ディレクターとして、ブランドとユーザーの“感情の絆”を継続的に繋げるコミュニケーションプラットフォーム開発に従事。主な実績に、ウエディング企業やアパレルメーカーの施設・店舗の開発コンサルティング業務、次世代型WEB連動デジタルサイネージ店舗の企画・開発・デザイン業務、海外および国内リテールブランドの店舗デザイン・VMDディレクション等を手掛ける。

『AGC colors Guild Paper』 発刊に寄せて



Noriyuki Otsuka
大塚 則幸
Noriyuki Otsuka Design Office Inc.

ガラスはもともと好きな素材。歴史の長い素材だから、使われ方がさまざまに試されているし、他の素材との相性も抜群だ。しかもたった一枚のガラスは空間を成立させる力強さも持っている。僕は最近、リフレクションに惹かれていて、空間に反射をいろいろと取り入れようとしているんだけど、そのときに、その素材特性はもちろん、加工性、流通の確かさ、コストのこなれ具合などから、ガラスを使う割合はますます大きくなっている。そんなときにcolors guildの話が来て、自分にとって、あるいは時代にとってのガラスの魅力を再確認するいい機会だと思い、参加を決めた。

定例会では、「空間で使った事例」、「建具で使った事例」、「家具で使った事例」など、これまでのプロジェクトでのガラスの使い方をテーマ毎に発表し、そのときに考えていたこと、そこで得たノウハウをすべてはき出すことにしている。colors guildによって、現在の視点から、アプローチを異にするクリエイターたちの視点から、ガラスメーカーの視点から、世代や性別を超えた視点から、このガラスという素材をもう一度見直すことで、僕自身の発想の深化や素材自体の進化を促すことが狙いだ。そんな毎回のやりとりの中から生まれた「guild paper」。ささやかながらもこの情報紙が、読者の方々の刺激になり、新しい空間デザインのヒントになればうれしいと思っている。

Profile

1960年福井県武生市(現:越前市)生まれ。
“無のようであり有り、混在のようで透明な空間”をテーマにディック、レストラン、ホテル、オブジェ、住宅等を手がける。またデザイン専門誌に海外エキジビションの取材寄稿および、タイルメーカーのデザインカタログ編集など、空間を主題としたデザインワークを行う。メーカーと共同開発で超前紙を使用したロールスクリーンのパターンデザインでは、グッドデザイン賞受賞。2006年度ダントーデザインコンテスト大賞を受賞。
<http://www.nodo.jp/>



Chikara Ohno
大野 力
sinato

現在の僕のテーマは、どれだけ高い解像度で設計できるかということ。そのためには当然、素材に対する深い見識も必要になってくる。

僕たちは常に日常の仕事の中でガラスと接しているわけだけど、意外とその特性についてはよく知らなかったりする。僕で言えば、カラーガラスでの基板ガラスや塗料の違いによる透明度や発色の違い等、基本的なことさえも、このcolors guildに参加するまではよくわかっていなかったくらい。

ガラスの特性を高いレベルで知っているからこそ出てくるアイデアはあるはずだし、ガラスのプロとタッグを組んでいるからこそ成り立つ設計というのはきっとある。また一般的なエンジニアリングの範疇からは漏れ落ちてしまうような、細やかな気付きや勘みみたいなものが、これからのものづくりでは益々重要になってくるはずだ。

colors guildで、実にさまざまなことを教えてもらっている。これまでのプロジェクトに対するガラスのプロたちの意見はもちろん、他のメンバーたちのガラスの使い方やそれに対する思いなど、ガラスという素材に対する僕の興味はどんどん深まっている。その先にどんな設計が姿を現すのか。その過程と結果を、ぜひ読者の皆さんもこのguild paperを通して体験してもらいたいと思っている。

Profile

1976年大阪府生まれ。金沢大学工学部にて都市工学を学び、卒業後にフリーランスを経て2004年に株式会社シナトを設立。住宅や商業施設の設計を中心に、広告やアートに関わるプロジェクトも手がけ、その多くが国内外で様々な賞を受ける。
2011年より京都造形芸術大学非常勤講師。



Kiyofumi Yusa
游佐 清文
yu design

colors guildに参加したのは、一つの素材に特化しながらも、そこから幅広い議論が出来る事に期待したから。僕たち建築家やインテリアデザイナーは、素材に対して愛着を持っている。

ある素材からえた発想を空間全体に広げていくこともあるし、表現したいイメージを具現化するために、たった一つの素材を探し求めることもある。しかしながら、その素材に対する知識を得るには独学で困ることが多く、加工方法や収め方や素材の特質については試行錯誤のなかで見つけていくことが多いのが実情だ。

この会は、そうした“ひとり”の限界を突き破り、新たな領域に踏み込める場として機能するだろう。ここには、それぞれアプローチの方法は違えども、美しいものを求める仲間がいる。そして仲間が長期間にわたってガラスのなかでも更にカラーガラスに特化して議論を繰り広げる場がある。

ここで得た経験は、ガラスという素材の再構築・発見と同時に、石や木、鉄など、他の素材の持つ特性についての再構築・発見にもつながっていくことだろう。こうした貴重な体験を読者の方々と共有することが、この(guild paper)の目的なのだと思っている。

Profile

1977年、武蔵野美術大学造形部建築学科卒業後、株式会社ニッテン一級建築士事務所入社。複合ビルをはじめ、丸善本ビル、カフェ、レストラン、プティックのインテリア、住宅等を手がけ、1987年に独立。高校時代の旧友、レストランひらまつオーナーシェフ平松宏之氏とともにカフェデプレをはじめとするオープンカフェを仕掛け、現在に続くカフェのフレンチスタイルの流れを創った。



Eri Ibuki
& Makiko Sakai
伊吹 絵理 酒井 万貴子
IN CO.,LTD

私たちは、家具や装飾・アートワークなど、コーディネートを取り入れた空間づくりをしています。そこに集まる人々のシーンや目的を想像してその空間がどうあるべきかを考え、さまざまな素材やモノを組み合わせて空間をしつらえていく。そうした女性ならではの感性を今回のカラーガラスの活用提案に活かしていきたいと考えています。

colors guildでは、それぞれ違う視点を持つデザイナーと共にひとつの素材に対しての知識を深めていくことで新しい使い方や収まりなどを学ぶ事も多く、私たちにとても貴重な機会となります。様々な角度からカラーガラスという素材のもつ魅力を広げる。その中で私たちは今の流れをとりえ、どういったシュチュエーションに組み合わせることが出来るかをイメージし、繋げていければと思います。

日本ではモノトーンが主流ですが、海外ではヴィヴィッドな色を巧みにインテリアに取り入れた事例が数多く見受けられます。ヨーロッパにも拠点があるAGCが主宰するこの会で、そうした情報に触れられることもまた大きな魅力ですね。当たり障りのない色ではなく、主張のある色の使い方を作品やメディアを通して広く発信していきたいと考えています。

Profile

伊吹 絵理 / 1969年高知県生まれ。武蔵野美術短期大学、桑沢デザイン研究所スペースデザイン学科卒業。デザイン事務所勤務を経て、2002年よりイン入社。インテリアデザイン・ファニチャーデザインを手掛ける。

酒井 万貴子 / 1977年大阪府生まれ。2001年よりイン入社。インテリアコーディネーターとして、商業施設・住宅・オフィスなどのコンセプトメイキングから家具装飾アートのコーディネートを手掛ける。

Color Glass FAQ

ガラス使用に際して
覚えがちなテクニカルな疑問を
AGC技術陣が詳細に解説。

Question

ガラス製什器の棚板を強化ガラスにしようかどうか迷っています。
その際の判断の考え方を教えてください。

Answer

強化ガラスの採用判断

[ガラスの割れる原理]

フレームレスガラスドアなどのように、フロアヒンジや蝶番部分に欠き込みや穴開け加工が行われている可動部分のガラスは強化仕様にするのが必須ですが、カウンターや棚板ガラスのように静止状態で使われる板ガラスを強化するかどうかは判断に迷うところです。

たとえば、今号のインタビューでも触れられている『ルシェルブルー大阪』を例に挙げると、この事例では、ザグリ加工* (図1参照) を行ったカウンター用

途のガラスの片持ち部分に、お客様が手をつくなどの垂直荷重を受けたことが原因で破損したものでした。

水平に置かれた片持ちハネ出し部分の板ガラスに物を載せたり、手をついたりして上から荷重がかかった場合、支持部付近のガラスの上面は引張られ、下面は圧縮されることになります (図2参照)。板ガラスは圧縮には非常に強い材料ですが引張りには弱いという特性を持っているので、荷重が限界を超えると破損が起きてしまいます。

穴あけやザグリ加工のように、ガラスに後から、いわば「傷をつける」加工は強度を低下させる可能性が大きくなります。従って、そうした加工をする場合には、想定外の加重がかかることも考慮して、強化ガラスも視野に入れた計画をお薦めしています。

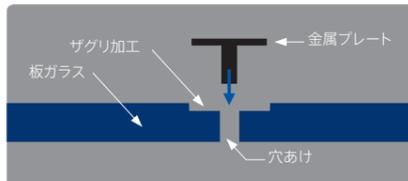
*ザグリ加工: 基材 (この場合は板ガラス) に行う浅い掘りこみ加工のこと。
一般的にはボルト頭や金属プレートなどを埋め込んで基材面と面一に仕上げるために行う。

[強化ガラスのメカニズム]

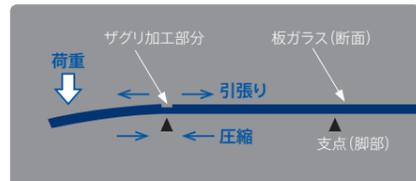
ではなぜ強化加工は破損のリスクを軽減させるのでしょうか。強化ガラスは熱をかけた後急冷することにより、その表面に圧縮力が蓄えられています。この圧縮層は板厚の表裏各1/7程度ですが、この蓄えられている圧縮力が、ガラスが撓んで表面に引張りが発生した場合にいわば貯金の役目を果たして破壊から守るのです。強化ガラスでも絶対に割れないわけではないため過信は禁物ですが、破片は小さく比較的鋭利ではないので「安全ガラス」とされています。強化ガラスは、部分的なエッジの破損でも全体が瞬時に破壊する場合があります。この点は棚板などガラスを水平に使用する場合に留意するべき点であろうと思います。棚板とともに商品の落下・破損が避けられないからです。

強化ガラスにするかどうかの判断は、まず第一に破壊した場合の人体被害の予測、第二に全体破壊時の、商品を含む周囲への被害の予測です。それにより強化するか、板厚を増して強度を得るかを判断し、合わせて飛散防止フィルムの併用を検討するようにしたいものです。

(AGC旭硝子 木下 純)



(図1) ザグリ加工の断面イメージ



(図2) 片持ち部分に荷重がかかった場合のイメージ

AGC colors GUILD 活動記

この4月にスタートしたAGC colors Guildの定例会の活動内容の報告。

第1回

2011年5月18日
@AGC studio



colors guildメンバーとAGCスタッフの初顔合わせ。メンバーそれぞれの自己紹介の後、AGCカラーガラスの歴史、製品ラインナップ、販売状況など、対象製品のプレゼンテーションが行われる。AGC側からの「内装材としてのガラスのポテンシャルを示したい」「設計者とのコラボレーションで何かを生み出したい」との設立趣旨を受け、テーマの設け方、今後の進め方等についてフリーディスカッション。手始めに次回から、メンバーそれぞれがカラーガラス使用プロジェクトを持ち寄り、それを手がかりに議論を深めていくことを決定し、散会となった。

第2回

2011年6月16日
@AGC studio



1回目の各メンバーによるガラス使用事例プレゼンテーション。大塚氏は「ピトロカラー・ブラックを使用した際の映り込みに関する考察」と題し数件のプロジェクトを、遊佐氏はお茶の水「銀座アスター」と霞ヶ関のベトナム料理店「イエローバンパー」での使用例を、伊吹氏・酒井氏は麻布十番のジェラートショップ「リタティエノ」、大野氏は新宿LUMINE EST内においてプレゼン中の『サリア』、宮坂氏は『earth music & ecology』をそれぞれ紹介し、カラーガラスの魅力についての自説を披露した。ガラスに対する専門知識のレクチャーの有意性が要望される。

第3回

2011年7月21日
@AGC studio



各メンバーによるガラス使用事例プレゼンテーションの2回目。大塚氏は「什器にカラーガラスを使った事例」を数点まとめて紹介。遊佐氏は『アルジェントASO銀座』、伊吹氏・酒井氏はキッチンパネル、オフィス天井、インテリア照明での導入事例、大野氏は福岡で構想中のブティック『デュラス』、宮坂氏は香港にオープン予定のバッグショップをそれぞれ紹介。使用部位、加工方法等についてAGC技術陣を含めた活発な意見交換がなされる。また、colors guildのゴールをデザインエキジビションへの出展に定め、出展テーマ等について、次回以降詰めていくことを決定。

第4回

2011年8月18日
@AGC studio



各メンバーによるカラーガラス使用事例のプレゼンテーションの後、デザインエキジビションへの取り組み方をディスカッション。出展テーマ、出展物等について、活発な議論がなされる。また、それに向けてのステップとして、定例会成果のメディアによる発信、セミナー開催等の案が出され、今回の『guild paper』の発行、9月28日の第1回『guild seminar』開催へと結実。これにより、ガラス建材のこれからの可能性を探る定例会、その活動を広く発信していく情報紙&セミナー、それらの集大成としての展覧会への出展という、colors guild活動の柱が整備されることとなった。

Information

AGCカラーガラス 「ラコベル」に新色登場!

カラーガラス施工実績が200万平米を超えるAGCヨーロッパ。そんなカラーガラス先進地域での主力商品「ラコベル」の人気色が、このたび日本でも追加されました。新色は、「ソフトホワイト」、「メタルグレー」、「ルミナスグリーン」、「クラシックレッド」の4色。ヨーロッパの香り漂う新色を加え、ますます充実のAGCカラーガラスです。



LACOB5W5 ソフトホワイト
LACOB5M5 メタルグレー
LACOB5R5 ルミナスグリーン
LACOB5R5 クラシックレッド
(2012.2.1発売開始)

カラー合わせガラス 「ラミトーン・クリスタルカラーシリーズ」 近日発売!

ガラスならではの透過性に装飾性と安全性を付加し、自立したパーテーションとしての機能を追求した合わせガラス「ラミトーン」。その「ラミトーン」に、「クリスタルカラーシリーズ」が新登場。2枚のガラスの間に透明なカラーフィルムを挟み込むことで、空間の広がりはそのままだにさまざまな色味を加えられるようになりました。オフィスや店舗、一般住宅の間仕切りやスクリーン、ドアなどにどうぞご利用ください。



パターン柄合わせガラス 「ラミトーン・グラフィカルパターンシリーズ」に新柄登場!

2枚のガラスの間にパターン柄フィルムを挟み込み、装飾効果を重視しながら透過性がコントロールできる合わせガラス「ラミトーン・グラフィカルパターンシリーズ」。ショップインショップや間仕切りなどに人気のこのシリーズに、「ドットグラデーション」と「スリットホワイト」の新柄が追加されました。



スリットホワイト



ドットグラデーション