

そこでデザインセンターの1年目は、あえてデザインではなくアートのイベントをタナカノリユキさんにお任せしました。その結果が、翌年、知覚心理学者の下條信輔さんと組まれた「芸術と科学『現実の条件』展」です。



①1992年に竣工した、デザインのプロたちが集まる東京デザインセンター。
②5階のクラフト・ギャラリーではデザインセミナーが開催されている。
③マレクラ島で山から降りてきた部落の人と海岸沿いの村の若者たち。
④日本の家具産業にミラノ・サローネへの道を拓いたsozo_comm事業。
⑤日本デザイン振興会50周年記念事業「JAPAN OLD&NEW展」を主催。
⑥ミラノのトリエンナーレ美術館で日本の建築模型展を主催。
⑦IFFT見本市で国産材活用「とまり木プロジェクト」を発表展示。

伽藍からバザールへとは、デザインセンターを伽藍のように立派に整えるのではなく、街の中に自然発生的に生まれた市場（バザール）のように、そこに集まる人々の商いを相互に増幅させていくことです。元々ショウルームが集まるマートとは市場そのもの。加えて、空間デザインをキーに専門家が集う場ごしらえをすることで、その活力をさらに増すことを日々図っています。

今、東京デザインセンターの5階には、JCD（日本商環境デザイン協会）、JIPA（日本インテリアプランナー協会）、IALD（日本国際照明デザイナーズ協会）の3団体の事務局が一堂に会し、団体間の情報交流の場ともなっています。

そして私自身といえば、JDCA（日本デザインコンサルタント協会）の代表を20年務めてきました。元はGマークの審査員たちが、デザインにおけるコンサルティングの重要性を世の中に認知させるために結集して設立されたものです。現在は、「デザインのボ

ンター」を伽藍のように立派に整えるのではなく、街の中に自然発生的に生まれた市場（バザール）のように、そこに集まる人々の商いを相互に増幅させていくことです。元々ショウルームが集まるマートとは市場そのもの。加えて、空間デザインをキーに専門家が集う場ごしらえをすることで、その活力をさらに増すことを日々図っています。

今、東京デザインセンターの5階には、JCD（日本商環境デザイン協会）、JIPA（日本インテリアプランナー協会）、IALD（日本国際照明デザイナーズ協会）の3団体の事務局が一堂に会し、団体間の情報交流の場ともなっています。

海外に販路を広げていくためには、Gマークの審査員となつたのがきっかけで、各地の地場産業の方々とのお付き合いが始まり今に至っています。特に工芸品的産業には、できることなら、伝統文化ではなく、生活文化として続いているべき気持ちがあり、経産省と共に「sozo-comm」という海外市場開拓事業に関わりました。

海外の生活文化の中にも抵抗なく受け入れられる「素材」としての魅力を磨き上げることが必要だと思います。そしてそれはまず、日本の空間デザインの最先端で使ってもらう。それによつて、世界のプロ・ユーザーからの関心を高め、B to Bの商流を作り出すことができるのではないかと思っています。

そして私自身といえば、JDCA（日本デザインコンサルタント協会）の代表を20年務めてきました。元はGマークの審査員たちが、デザインにおけるコンサルティングの重要性を世の中に認知させるために結集して設立されたものです。現在は、「デザインのボ

ンター」を伽藍のように立派に整えるのではなく、街の中に自然発生的に生まれた市場（バザール）のように、そこに集まる人々の商いを相互に増幅させていくことです。元々ショウルームが集まるマートとは市場そのもの。加えて、空間デザインをキーに専門家が集う場ごしらえをすることで、その活力をさらに増すことを日々図っています。

今、東京デザインセンターの5階には、JCD（日本商環境デザイン協会）、JIPA（日本インテリアプランナー協会）、IALD（日本国際照明デザイナーズ協会）の3団体の事務局が一堂に会し、団体間の情報交流の場ともなっています。

海外に販路を広げていくためには、Gマークの審査員となつたのがきっかけで、各地の地場産業の方々とのお付き合いが始まり今に至っています。特に工芸品的産業には、できることなら、伝統文化ではなく、生活文化として続いているべき気持ちがあり、経産省と共に「sozo-comm」という海外市場開拓事業に関わりました。

海外の生活文化の中にも抵抗なく受け入れられる「素材」としての魅力を磨き上げることが必要だと思います。そしてそれはまず、日本の空間デザインの最先端で使ってもらう。それによつて、世界のプロ・ユーザーからの関心を高め、B to Bの商流を作り出すことができるのではないかと思っています。

そして私自身といえば、JDCA（日本デザインコンサルタント協会）の代表を20年務めてきました。元はGマークの審査員たちが、デザインにおけるコンサルティングの重要性を世の中に認知させるために結集して設立されたものです。現在は、「デザインのボ

ンター」を伽藍のように立派に整えるのではなく、街の中に自然発生的に生まれた市場（バザール）のように、そこに集まる人々の商いを相互に増幅させていくことです。元々ショウルームが集まるマートとは市場そのもの。加えて、空間デザインをキーに専門家が集う場ごしらえをすることで、その活力をさらに増すことを日々図っています。

今、東京デザインセンターの5階には、JCD（日本商環境デザイン協会）、JIPA（日本インテリアプランナー協会）、IALD（日本国際照明デザイナーズ協会）の3団体の事務局が一堂に会し、団体間の情報交流の場ともなっています。

海外に販路を広げていくためには、Gマークの審査員となつたのがきっかけで、各地の地場産業の方々とのお付き合いが始まり今に至っています。特に工芸品的産業には、できることなら、伝統文化ではなく、生活文化として続いているべき気持ちがあり、経産省と共に「sozo-comm」という海外市場開拓事業に関わりました。

海外の生活文化の中にも抵抗なく受け入れられる「素材」としての魅力を磨き上げることが必要だと思います。そしてそれはまず、日本の空間デザインの最先端で使ってもらう。それによつて、世界のプロ・ユーザーからの関心を高め、B to Bの商流を作り出すことができるのではないかと思っています。

そして私自身といえば、JDCA（日本デザインコンサルタント協会）の代表を20年務めてきました。元はGマークの審査員たちが、デザインにおけるコンサルティングの重要性を世の中に認知させるために結集して設立されたものです。現在は、「デザインのボ

ンター」を伽藍のように立派に整えるのではなく、街の中に自然発生的に生まれた市場（バザール）のように、そこに集まる人々の商いを相互に増幅させていくことです。元々ショウルームが集まるマートとは市場そのもの。加えて、空間デザインをキーに専門家が集う場ごしらえをすることで、その活力をさらに増すことを日々図っています。

海外に販路を広げていくためには、Gマークの審査員となつたのがきっかけで、各地の地場産業の方々とのお付き合いが始まり今に至っています。特に工芸品的産業には、できることなら、伝統文化ではなく、生活文化として続いているべき気持ちがあり、経産省と共に「sozo-comm」という海外市場開拓事業に関わりました。

海外の生活文化の中にも抵抗なく受け入れられる「素材」としての魅力を磨き上げることが必要だと思います。そしてそれはまず、日本の空間デザインの最先端で使ってもらう。それによつて、世界のプロ・ユーザーからの関心を高め、B to Bの商流を作り出すことができるのではないかと思っています。

海外に販路を広げていくためには、Gマークの審査員となつたのがきっかけで、各地の地場産業の方々とのお付き合いが始まり今に至っています。特に工芸品的産業には、できることなら、伝統文化ではなく、生活文化として続いているべき気持ちがあり、経産省と共に「sozo-comm」という海外市場開拓事業に関わりました。

海外に販路を広げていくためには、Gマークの審査員となつたのがきっかけで、各地の地場産業の方々とのお付き合いが始まり今に至っています。特に工芸品的産業には、できることなら、伝統文化ではなく、生活文化として続いているべき気持ちがあり、経産省と共に「sozo-comm」という海外市場開拓事業に関わりました。

そこでデザインセンターの1年目は、あえてデザインではなくアートのイベントをタナカノリユキさんにお任せしました。その後実が翌年、知覚心理学者の下條信輔さんと組まれた「芸術と科学『現実の条件』展」です。

ダーレス化というよりも、デザイン行為がより社会的問題の解決に向かうソーシャルデザインの時代になって、旧来のデザイン業に収まらない幅広いジャンルの専門家集団となりました。

テーマは、国産材の利用促進です。「木材利用研究会」として、建築設計、内装設計、家具製造の専門家に集まつていただき、木材需要の川下から木材供給の川上に向けて、サステナブルな林業への転換を提言していきます。

国も、CLT（直交集成板）やバイオマスの利用促進など国産材の利活用に積極的に動いているものの、その実情は商流などの根本的な問題が解決されていないため、山元に利益が還元されていません。つまり、ステークホルダーがお互いにwin-winの関係となる、国産材の利用となつていいのが現状です。そのため建築では不燃化と竹素材、内装では木質空間デザインの書籍刊行、家具では国産広葉樹の利用促進を掲げて、国産材の高価値化と需

要拡大を図つてていきます。

私が本格的に社会に出て働き始めたのは、4人の子の育児が一段落した40代から。スロー・スターーターであつたため、70歳を超えた今も知りたいこと、やりたいことが尽きません。新卒で仕事を就かれた方には、まだまだ仕事年齢的には追いついていないのです。

つのWEBサイト「クラフトテック」と融合させて、日本の地場製品の素材としての可能性を世界に発信します。

さらにもう一つ、私が現在抱えている