

都市の中のインテリア：『ジャパン・インテリア』（1967-1985）の作品にみる持続可能性

37186125 横山 由佳

0. 序

0.1 研究の背景と目的

日本のインテリアデザインという分野の確立は、1960年代後半になされたとされる¹。高度経済成長期とバブル経済に支えられ、飲食店やファッションブランドの店舗などデザイナーが競うように作品を作り、雑誌でも盛んに紹介された。

それらの作品群は、美術やデザインの視点で語られることが多いが、都市や建築の文脈で捉え直すことは可能だろうか。本論文の目的は、雑誌『ジャパン・インテリア』に掲載された作品を対象に、デザインの変遷を明らかにするとともに、東京都内に絞って立地傾向や残存状況を分析し、戦後のインテリアデザイン史を東京の都市空間の文脈で理解することである。インテリアデザインは、躯体とは切り離された建物の内側のデザインである。そのため、建物よりも短いサイクルで更新可能である。また、空間の最も表層を成し、空間の印象を大きく規定する。したがって、その時代の都市内の空間イメージを形成するのはインテリアデザインといっても過言ではない。本論文は主に東京を対象に都市の中でインテリアデザインがいかなる役割を果たしてきたかを考察する。なお、インテリアデザインを、「建築躯体の様式に縛られることなく、壁・天井・床・家具などを一体的に造形するデザイン」と定義する。

0.2 既往研究

インテリアデザインの既往研究は、倉俣史朗などの作家に注目してその空間構成の変化についての分析が中心を占めている²。近年通史が出されているが、都市や建築の関わりについて扱ったものは少ない³。

0.3 研究方法と本論の構成

資料の連続性と入手状況を鑑み、1967年から1985年に学芸書林社から出版された『ジャパン・インテリア』の掲載作品を分析対象とする。海外の動向・住宅・家具の紹介を除いた全てのインテリアデザイン作品（756件）を設計者、施工者、場所の情報とともに抽出した。

1章で戦後の日本のインテリアデザイン史の社会的背景を概観した上で、2章では対象時期を4期に分け、東京都内の作品を中心にデザインを分析する。雑誌に記載された材料や設計者の解説、平面図や写真を参考に、材料や空間の構成手法について時代ごとの潮流を明らかにする。3章では東京都内の作品の立地傾向を明らかにし、東京の都市形成にインテリアデザインがどのような役割を果たしたかを考察する。

1. 戦後インテリアデザインの成立・確立・多様化

1.1 インテリアデザインの職能の成立（1950-1965）

家具や室内装飾の技術の下地として、大正10年（1921）に設立された東京工芸高等学校図案科や、昭和3年（1928）に設立された研究機関である国立工芸指導所等が戦前に作られ、戦後も継続した。図案科の卒業生は、当時内装を多く手掛けていた百貨店の家具部に入社し、経験を積んだ。工芸指導所の所長を務めた剣持勇は、インテリアデザインを主導する存在として丹下健三などの建築家の指名で家

具のデザインを行い、職能の確立を促した。海外からの影響も大きく、戦後アメリカを中心とした外資系の企業が日本に進出した。その内装を手掛ける外資系の設計会社や、岩淵活輝をはじめとしたイタリア留学をしたデザイナーが実作の中で、空間装飾ではなく空間造形を行うというインテリアデザインの役割を示した。

1964年の東京五輪に向けて、ホテルの内装の需要が増加した。また、喫茶店、ジャズバーの流行により、小規模のインテリアデザインを独立したばかりの個人のデザイナーが手掛けるようになった。

1.2 インテリアデザインの確立（1965-1975）

高層ビルの建設が進み、ビルのテナントにおけるインテリアデザインの需要が高まっていく。これまでデザイナーが依頼されてこなかった、デパートのフロア体や、企業のショールームなどを任されるようになり、インテリアデザインの領域が拡大した。商業空間をデザインする経済効果が広く認められ、斬新な造形が比較的潤沢な予算の元で求められた。当時の美術家たちの、都市に作品を出していきたいという欲求とインテリアデザインの造形への需要が合致し、美術家がインテリアデザインに参入した。1970年の大阪万博で試みられたテクノロジーとアートの融合も大きな影響を与えた。

1.3 インテリアデザインの円熟と多様化（1975-1990）

DCブランドの隆盛や、ファッションビルの建設によって、インテリアデザインとファッションの領域が強く結びつく。ブランドのイメージを形成するため数多くの店舗が作られ、デザインが多様化する。だが、バブル経済とともに大量に現れたデザインは大量に消えていった。

2. インテリアデザイン手法の変遷

2.1 掲載作品の全体的傾向

2.1.1 立地

掲載作品756件を4期（①1967-71、②1972-76、③1977-81、④1982-85）にわけ、地域別の立地傾向を分析した（図1）。まず、全期間を通じて東京都内の割合が最も高く、安定して全体の6割程度を占める。次いで近畿地方が15%程度を占める。大都市圏でのインテリアデザインの需要の高さが窺える。第2期には九州・沖縄の増加が、第3期には中国・四国地方の増加がみられるが、前者は75年の沖縄海洋博覧会のパビリオン、後者は香川県高松に安藤忠雄設計による商業施設「ランプリング・プラザ STEP」が建設されたことによる。地域の多様化が最も進むのは第4期である。日本人設計者による海外の作品も1977年、84年、85年に全7件掲載されている。東京を中心にしながらも、デザイナーの活躍の場が徐々に拡大した。ただし、各デザイナーが主戦場とする場所には偏りも見られる。岡山伸也や安藤忠雄は大阪、葉祥栄は九州、初期の倉俣史朗は静岡など、連作が特定の地域に集中することがある。

2.1.2 用途

次に用途の傾向を分析すると、第2期から3期にかけて販売店（小物や服飾関係）と飲食店の件数に逆転が生じる（図2）。第1期では飲食店は205件中80件と約4割を占

めるのに対して販売店は約2割であった。一方、第4期は、170件中、飲食店は30件(18%)、販売店は65件(38%)であった。オフィス・ショールーム・銀行などのビジネス関連は全期間を通じて約2割と安定しているが、第2期にやや増加している。

2.2 第1期(1967-71)：金属的輝き、派手な色彩

次に、第1期から順番に各時代のデザインの特徴を、材料や空間構成、用途などの観点から分析する。ここでは作品が最も集中している東京都内の作品を主な対象にする。

図3は、東京都内の作品について、前節よりも詳細に用途を分類して、各時期の割合を算出したものである。第1期は、クラブや喫茶店・バーの割合が他の時期に比較して高い。こうしたクラブやバーで展開されたデザインのひとつがステンレスやミラーを用いた金属の輝きを鏡や光で強調する空間である。60年代後半から70年代にかけては、並走する美術運動の影響を相互に与え合いながら進行する。素材の可能性、特に金属やFRPなど人工的な素材の可能性をつきつめるような作品が多い(図4)。

また、いくつかの喫茶店でみられたデザインは壁面に色彩を施すものである。チェック柄や抽象柄の派手な壁面に椅子と机が整然と並ぶ。

一方、ブティックの増加は第3期だが、その前段階として様々な試みが見られる。「新宿タカノビル」など合理的に服を陳列するシステムは高見慧と倉俣史朗によって開拓されたと考えられる。

2.3 第2期(1972-76)：光の探求とデザインレス

この時期は、バー、レストランなどの飲食店からブティックや店舗などの販売店へ、デザイナーの活躍の場が移行して行く時期である。大阪万博で掲げられたアートとテクノロジーの融合や、キネティック・アートの影響により、光に注目したインテリアが飲食店を中心に多く作り出された。小さな電球を天井にちりばめるだけでなく、ガラスに反射させたり、乳白アクリル板の中に照明を入れて光らせたり、いかに人工的な光を魅力的に見せるかという試みがなされる。こうした近未来的な空間を作る試みは、次の第3期、第4期ではブティックへと引き継がれていく。

また、この時期に相次いで発表されたのがショールームである。商品そのものを展示するシステムにのみいかに徹するか、そのようなミニマルな思想が見られる。この思想は、陳列で共通するブティックへと受け継がれていく。

1期から2期へのデザイン手法の変化は、60年代の前衛運動から、万博後の70年代、もの派のような内省的な作品が生まれてくるという美術の流れとも同調している。ま

た、オイル・ショックを経て、内部に閉じた都市の狭小住宅が多く作られていく住宅史の流れとも重なる。

2.4 第3期(1977-81)・第4期(1982-85)：静と動の同居

第3期は、ブティックやインテリアショップなどの販売店が数を伸ばす時期である。2期で見られたデザインレス・デザインを追求した「静」の流れはブティックに受け継がれ、モルタルの床に装飾を排したテーブルがありそこに服を平置きするといった、美術作品のように見せる手法が増加する。一方で、それらの反動や、ポストモダンの潮流から、あえて空間を複雑にする流れや、室内の中に躯体の構造部材ではない柱を挿入して室内の定義を内部から問い直すような「動」のデザインも見られるようになる。

また、「静」と「動」の間として、人工材料と自然材料の組み合わせが洗練され、調和を重んじる古典的な空間に開放感を加えたデザインも増えていく。

こうした空間の複雑化、什器のオブジェ化と同調するように、誌面では平面図・立面図のほかに、立体的な形状を分かりやすくするため、アイソメトリック・パースを添える作品が増加する。

第4期についても基本的な流れは第3期と共通し、静のデザインと動のデザインが同居する。80年代に入ると、オブジェのようにインパクトのある記号的な装飾が氾濫した。ポストモダニズムの潮流の中にあつたといえるが、インテリアデザインの中では躯体からインテリアが規定される従来のデザインを再考し、内側のデザインがその空間を規定しなすような試みがなされたとも考えられる。

インテリアデザインの発注されるサイクル全体が、拡大する消費社会に飲み込まれていくのもこの時期である。ニコルの店舗における横田良一など、ブランドに一人のデザイナーが専属になり、一度の契約で全国の商業施設で何店舗も作ることができるデザイナーが出てくる。

一方、第4期は、これまで用途に当てはまらない新しい商業施設も登場する。それがウェイブやラフォーレミュージアム原宿といったそれ自体メディアのような場所である。それに適応するようないくつかのデザイン手法も試みられた。

2.5 全期間における材料と空間構成の概観

全期間におけるインテリアデザインの特徴と流れは図4にまとめられる。全体的な傾向では、60年代の派手な色彩に対し、70年代ではデザインレス・デザインが生まれ、80年代で装飾的な空間が復活するなど、同じ時代の中に、動と静のデザインは同居しながらも、時代によって互いのパワーバランスを少しずつ変えていくのが分かる。第1期の

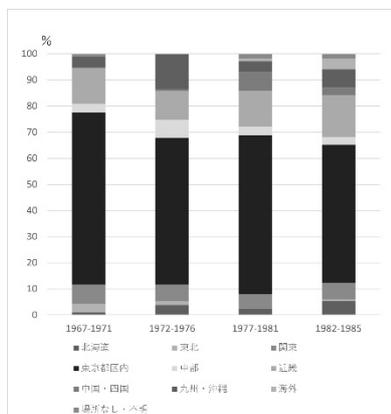


図1. 各時期の地域別割合

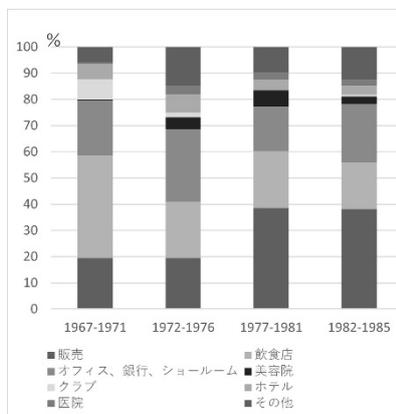


図2. 各時期の用途別割合

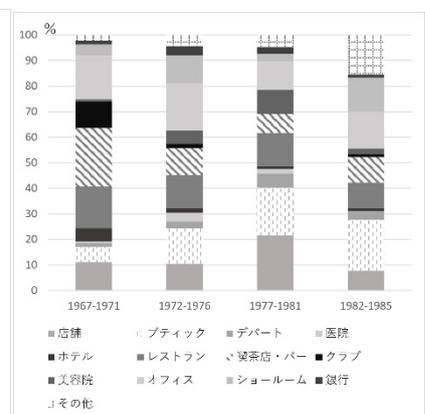


図3. 詳細用途別割合(東京都のみ)

~~~~~ 派手な色彩、複雑な造形、要素の過剰などの動の流れ  
 ..... 抑えた色調、要素の絞り込み、デザインレスなどの静の流れ

■ 「動」のデザイン  
 □ 「静」のデザイン

|      | 第1期 (1967-1971)                                                                                                                                                                                              | 第2期 (1972-1976)                                                                                                                                                                                                         | 第3期 (1977-1981)                                                                                                                                                                                                                                                         | 第4期 (1982-1985)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 材料   | <ul style="list-style-type: none"> <li>ステンレス板・ミラー (1960年代後半～)</li> <li>ジャッド (倉俣史朗、1969)</li> <li>木材の壁面・天井への使用</li> <li>FRP (1970年前半)</li> <li>布の造形</li> <li>ワコールファッションルーム (高見慧、1970)</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>電球をちりばめた天井</li> <li>パーラーストロベリ (スーパーポテト、1976)</li> <li>乳白アクリル板</li> <li>コーネリア (葉祥栄、1971)</li> <li>ステンレス、スチール</li> <li>木材、石材など自然素材</li> <li>ガラス・ガラスブロック</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>床にモルタル下地など要素の消去</li> <li>木材</li> <li>素材の多様化</li> <li>壁面の復活</li> <li>フィオルッチ (梅田正徳、1983)</li> <li>ニュークラシック</li> <li>プラス・テン・シー (原光英、1983)</li> <li>曲線の多用</li> <li>非構造柱</li> <li>ポストモダン 吉野藤 (内田デザイン、1977)</li> <li>ポエフィルム</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>床にモルタル下地など要素の消去</li> <li>ブティックコムデギャルソン (河崎隆雄、1983)</li> <li>錆素材、廃材</li> <li>オールドニュー (スーパーポテト、1984)</li> <li>素材のオーダーメイド</li> <li>ブティック ISSEY MIYAKE (倉俣史朗、1983)</li> <li>メディア</li> <li>MG プラネット (梅田正徳、1983)</li> <li>ニュークラシック</li> <li>曲線の多用</li> <li>非構造柱</li> <li>ポストモダン TAKEO IKEDA (内田デザイン、1983)</li> <li>ビッグ・アップル (境沢孝、1982)</li> </ul> |
| 空間構成 | <ul style="list-style-type: none"> <li>椅子を中心にした平面構成</li> <li>ともまつ (境沢孝、1971)</li> <li>壁面の色彩中心</li> <li>シューパブ オーツカ (竹山実、1970)</li> <li>合理的な陳列方法</li> <li>単一素材</li> <li>アバンギャルドショップカプセル (倉俣史朗、1968)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>椅子を中心にした平面構成</li> <li>色彩による空間分割</li> <li>オー＆オー (東孝光、1976)</li> <li>色彩を抑えた全体の調和</li> <li>商品を主役としたシステム</li> <li>フジエキスタイル (北原進、1972)</li> <li>自由な平面構成</li> <li>スーパーリアリズム</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>壁面の復活</li> <li>フィオルッチ (梅田正徳、1983)</li> <li>ニュークラシック</li> <li>プラス・テン・シー (原光英、1983)</li> <li>曲線の多用</li> <li>非構造柱</li> <li>ポストモダン 吉野藤 (内田デザイン、1977)</li> <li>ポエフィルム</li> </ul>                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>メディア</li> <li>MG プラネット (梅田正徳、1983)</li> <li>ニュークラシック</li> <li>曲線の多用</li> <li>非構造柱</li> <li>ポストモダン TAKEO IKEDA (内田デザイン、1983)</li> <li>ビッグ・アップル (境沢孝、1982)</li> </ul>                                                                                                                                                                         |

図4. 材料と空間構成の変遷

初期のブティックに見られた、商品を見せるシステムを作るという思想が、第2期のショールームに引き継がれるなど用途を越えたモチーフやデザイン思想の継承も見られる。

### 3. インテリアデザインと東京の都市空間

これまで述べてきたように、インテリアデザインは時代や用途に即応した表現で、バーやクラブ、ショールーム、ブティックなど、各時代の商空間のブームに適応し、むしろその新しい表現でブームそのものを牽引した。都市内に商業や文化の中心地を形成する上で、インテリアデザインは欠かせない存在であった。本章では、東京都内のインテリアデザインの詳細な立地と現状を分析し、東京の都市空間の形成におけるインテリアデザインの役割を考察する。

#### 3.1 東京都内の立地傾向

都内447件の23区別の立地傾向をみると、まず突出して多いのが港区で全体の3割近くを占める。次いで渋谷区、千代田区、中央区、新宿区と続く。この5区のみで全体の85%を占める。ただし、第1期と第2期以降で傾向が異なり、前者は港区、渋谷区の合計は2割強にとどまるのに、対して、2期以降は5割を超える。1970年頃を境に港区、

渋谷区がインテリアデザインの集積地へと変貌する。一方、東京の北側は池袋を除き非常に作品数が少ない。東京の23区外では武蔵野市吉祥寺のブティックや、八王子市の喫茶店等が掲載されている。先鋭的なインテリアデザインは、東京では上記5区で花開いたのである。

当然ながら区毎に扱う用途に偏りがあり、千代田区はオフィス、新宿区は販売・飲食店の割合が最も高く、渋谷区は第1期より他区に先行してブティックの割合が高いという特徴も確認された。

#### 3.2 インテリアデザインの空間分布と東京の盛り場変遷

次に、都内447件のうち番地まで場所が判明した284件について、マップ上にプロットし、期間、場所ごとの立地の特性を詳細に分析した(図5)。立地は①大手町から銀座(中央区・千代田区)、②赤坂～六本木(港区)、③青山～渋谷(渋谷区)、④新宿に集中し、上述した傾向が同様に確認できる。これらを時期別に分析すると、銀座付近の立地が多数であった第1期から、徐々に六本木、渋谷へとシフトすることがわかる。

前章で指摘したとおり、第1期にはクラブがしばしば掲載される。それらは銀座や六本木が中心である。派手な色

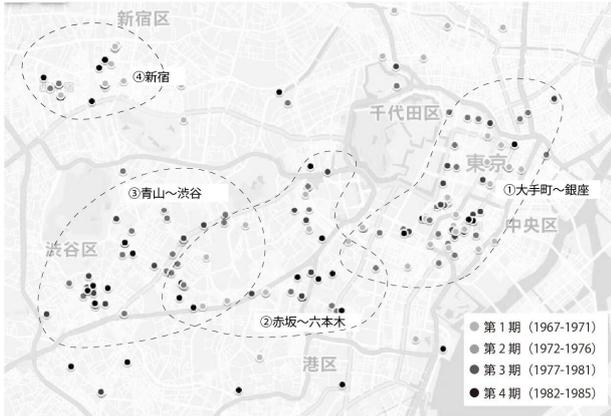


図 5. 主要 4 地区での掲載作品の分布

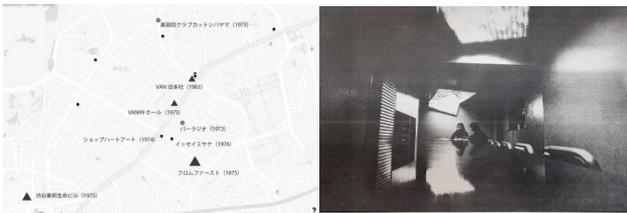


図 6. (左) 青山の 1976 年までの様子

図 7. (右) バー「ラジオ」(杉本貴志、1972)

彩のクラブ TOBE などが銀座に出現した。青山～渋谷付近の店舗や飲食店の隆盛は、渋谷パルコやラフォーレ原宿などのファッションビルの影響だけではない。南青山、神宮前には、田中一光や三宅一生らが集った、杉本貴志設計のバー「ラジオ」など比較的小さな建物のインテリアが登場した(図 6, 7)。一方、六本木周辺は、飯倉片町周辺のブティックや大使館周辺のレストランが六本木ヒルズ一帯の大規模開発前に登場し、新たな街のイメージを作っていた。また、新宿では西大久保(現在の大久保、歌舞伎町)にクラブやバーが第 2 期に乱立し、現在の様子を作り出したと考えられる。

これらの発展は、渋谷や新宿といったターミナル駅の近くの繁華街に隣接しながら、少し離れた位置に起こる。デザイナーの沖健次はアミューズメント・インテリア(筆者注: ディスコやクラブ、バーなどの総称)は盛り場とは離れた歓楽街に成立し、都市の相互補完的な役割を果たしていると指摘している。こうした繁華街近くの裏側の場所が発展によりメジャー化していく現象もみられる。

都市内のある地区が盛り場に成長するには、大きな建築物のみならず、インテリアという内側からのデザインの変革が大きく関わっているのである。

### 3.3 インテリアデザインの残存状況

では、各時期にエリアの開発・発展にあわせて出現した先鋭的なインテリアデザインの数々は、その後どうなったのか。ここではそれらの現存状況を分析する。

現在、内装の残存が確認できた物件はわずか 6 件であった(表 1)。マンションの一階や店のオーナーが所有する物件であることがほとんどであった。

一方、内装は変わってしまったが、躯体は現存することがわかったものは 139 件であった。高層ビル、自社ビル、デパート・ファッションビル、ホテルといった規模の大きい建物でその数は多かった。つまり、東京の主要な盛り場の形成を牽引したインテリアデザインは、そのほとんどが姿を消したのである。建物はたとえ持続していても、個人

オーナーが所有する場合を除いて、インテリアデザインの持続はきわめて珍しい。都市の歴史遺産やアイコンとなる建物と異なり、インテリアデザインは、むしろそうした建物や都市の魅力を持続させるため、常に刷新されていく存在であるのだろう。

表 1. 当初のデザインが残存する作品

| 店舗名                                | 設計者  | 紹介年月        | 所在地               | ビルディングタイプ       |
|------------------------------------|------|-------------|-------------------|-----------------|
| ジャズルーム<THE OLD BLIND CAT><br>※一部残存 | 伊吹龍馬 | 1970 年 10 月 | 新宿                | 中層ビル            |
| よこさむ歯科矯正診療所                        | 前田正英 | 1976 年 8 月  | 青山<br>(フロムファースト内) | ファッションビル        |
| 寿司<梅の木>                            | 倉俣史朗 | 1978 年 7 月  | 赤坂                | 中層ビル            |
| ブティック<ジュディ>                        | 高見慧  | 1980 年 12 月 | 国立                | 自社物件<br>(2 階建て) |
| カフェテラス<東洋>および<br>レストラン<東洋>         | 境沢孝  | 1981 年 7 月  | 日本橋               | 自社物件<br>(中層ビル)  |
| チョコレート・ショップ<br><ショコラティエ・エリカ>       | 楠木亮嗣 | 1983 年 3 月  | 白金台               | マンション           |

## 4. 結章：インテリアデザインの持続可能性

高度経済成長期からバブル経済に支えられた 1960 年代から 1980 年代のインテリアデザインはまさしく黄金期といえるだろう。同時代の文化的潮流に即応し、さらにその流れの先陣を切って発展させた。既視感のないものを作る、新鮮さこそが価値であり、街のイメージを変えていく機動力となっていたといえる。その価値が時間の経過によって減ってしまうがゆえに、バブル経済の崩壊や、都市部の大規模開発によって、多くが失われてしまった。

しかし短期的に見ると新鮮さに欠ける内装も、純喫茶ゲームなど、長い目で見ると新たな価値を帯びることがある。倉俣史朗の手掛けた店舗のほとんどは失われてしまったが、近年、残された店舗を守ろうとする動きもある。

時間の経過とともに価値も多元化し、今後、内装を失わないことに今以上の価値が見いだされる可能性はある。

インテリアデザインが確立された当初から、雑誌などでインテリアデザインが多数紹介され、写真や材料、図面が残されている中で、内装が失われる場合に比して躯体が現存する割合が高いということは幸運である。当時の記録と躯体があることを通して過去のデザインから学び、継承し、時に再現することも可能になるためである。

- 鈴木紀慶・今村創平『日本インテリアデザイン史』オーム社、2013 年、194 頁ほか多数。『SD』1986 年 5 月号のインテリアデザイン特集「内部からの風景」においても沖健次によりインテリアデザインの成立を 60 年代後半と位置付けられている。
- 橋本啓子「倉俣史朗のデザイン構想に関する一考察：空間としての家具デザインという視点から」、神戸大学美術史研究会、2014 年など。
- 西武百貨店のセゾン文化などを扱ったものや、商業施設の変遷を扱ったものは存在するが、インテリアデザインと都市の様相を直接結び付けたものはない。

### 主要参考文献：

- 『インテリア japan interior』1960 年 8 月～1960 年 12 月(日本室内設計研究所)1967 年 8 月～1985 年 4 月(双栄)
- 鈴木紀慶、今村創平『日本インテリアデザイン史』オーム社、2013 年
- 内田繁・沖健次編『日本のインテリア vol.1-7』六耀社、1994 年
- 倉俣史朗『倉俣史朗：1967—1987』パルコ出版、1988 年。
- 商店建築編『商店建築デザイン選書 1-10』商店建築社、1970 年-1976 年『SD：Space design』1986 年 5 月号 鹿島出版会
- 橋本啓子「デザイン・オブジェという家具—倉俣史朗の一九七〇年代の家具デザインにみる「かたち」の葛藤」、美術史論集(8)、41-67、2008-02、神戸大学美術史研究会