

*What is D4m design?*

2003 - 2006



what is D4m design?

## What is D4m design?

建築デザインにおける力の表現

左のページにある波打つアーチをずらしながら変形させた、パーティションは、菊井進二郎が、n-clinicのためにデザインしたロートアイアンのパーティションである。ロートアイアンという重い材料を使いたいために、フィリピンでこのパーティションを制作している。ロートアイアンの比重は8あり、木の8倍以上ある。そのため、2m角程度のパーティションでも100kg以上の重量があり、3人がかりで設置したと聞いている。たしかに実物を見ると、その全体の重量の大きさを各部材が過不足なく負担してアーチ状に力が流れていることを感じることができる。

「重量を重くするというのは、モダンデザインで禁じられたかのようにになっている。生産性を上げて、精度を追求していくと、軽くて柔らかい加工性の高いもの、たとえば塩ビのような化学製品が仕上材として主な素材になってくる。しかし、そこで抜け落ちてくるものが確実にある。それは、圧倒的な重力に対する力強さの表現に違いない」

菊井の考える建築デザインの大きなポイントがその荷重の扱いにあると言われているのは、上記のような発言に見て取れる。大きく2つの理由で、建築デザインから力の表現が消されてきている。それは、接合部の技術的な進化と、防火、設備上の要件である。

建築技術の大きな革新として、ピンによる部材の接合から剛接合による接合への進化が上げられている。モダニズム以前の建築のテーマはその装飾性のアイコンの問題と技術的には接合部の問題に、発展の多くを負ってきた。ギリシャの神殿から、ローマを経てバロックまでの間に、柱はシャープになり、アーチは細くがたがっていくことができたが、部材の接合部を固定して、力を横の梁から柱に流していくという、完全な剛接合にいたることはできず、逆にそのピン接合を成立させるための工夫が、空間の緊張感を損なうことなく表現されてきたのだと思える。アーチとはいうまでもなく、鉛直荷重と横にアーチが広がろうとするスラスト力の平衡点でその断面を求めることができるが、そのことは、言い換えるなら物の重さの鉛直荷重を、水平方向に変換する構造系だということができる。

フーレンス大聖堂でアルベルティが執拗にドームの断面形をスケッチし続け、その最良の形を描き出したことが、あの建物を成功させることのできた一番の要因である。またそのようないわば、非常に簡単な荷重の操作でデザインでき、力の効果をあますことなく、表現できるピン接合のみの建物というものが、デザインと構造の統一された古典建築の幸せな時期と言えるであろう。フランクロイドライトが、その初期のころのモチーフにキャンティレバーの深い軒の出を主要なモチーフにしていたときに、それは機能の要求であるとともに、剛接合による力のデザインをモチーフにしていたことが読み取れる。シカゴのオークパークのプレーリースタイルの住宅の庇は剛接合の計算がやや不完全のためか、今では余り考えられないような細いプロポーションのため、経年変化で庇が垂れ下がっている。

今ひとつの問題は、防火性能を高めるためフレームに耐火材を巻く必要があったり、設備や電気器具といったメカニクな要求により、構造部材を仕上工事と分ける事で、建物内に隙間をつくり、構造部材が見えなくなっていることによる。スチール自体の耐火性

能のカバーのためにスチールの外側に、耐火材料を巻き、スチール自体の重さの表現を隠していたり、空調、電気工事の比重が大きくなり、特に天井部分に機械設備のスペースをとることで、本来感じていた、水平から鉛直への力の流れが、見えなくなっている。

「技術の進化の裏には、常にその方向を決めるモチーフがあるが、力の不可視性への進化の裏には、均質な空間という、理念が感じられる。それは、開発業者が、建物の評価をその床面積のみで評価するように、また住宅の価値をnLDKで評価するような、抽象化された、空間から数字への変換への動機が大きくなっていることと無関係ではない。建築文化にとって、そこで抜け落ちてくるについて、もっと意識的である必要がある。」

建物が本来の力の作用を感じる空間と程遠くなってきて、その芸術性が失われてきつつあるのは事実である。しかし、その人間のスケールの何倍もの大きさの空間を認知するときに、われわれ

は常にその荷重の流れを感じながらその空間を体験している。そこで、常に菊井進二郎のデザインは、面の構成に対して線による力の作用線を付け加え続けているのではないのか。日本の民家においては大黒柱を家のセンターに入れ、それが荷重の力線を描く以上の建物の象徴的な意味も付加している。それは、一家の主を大黒柱という言い方が、単なるたとえであるということではなく、建物の認識にとって、本質的な認識であり、そのような意味で、彼のデザインの組立は非常に古典的であるといえるのかもしれない。



yokohama yamate 2006

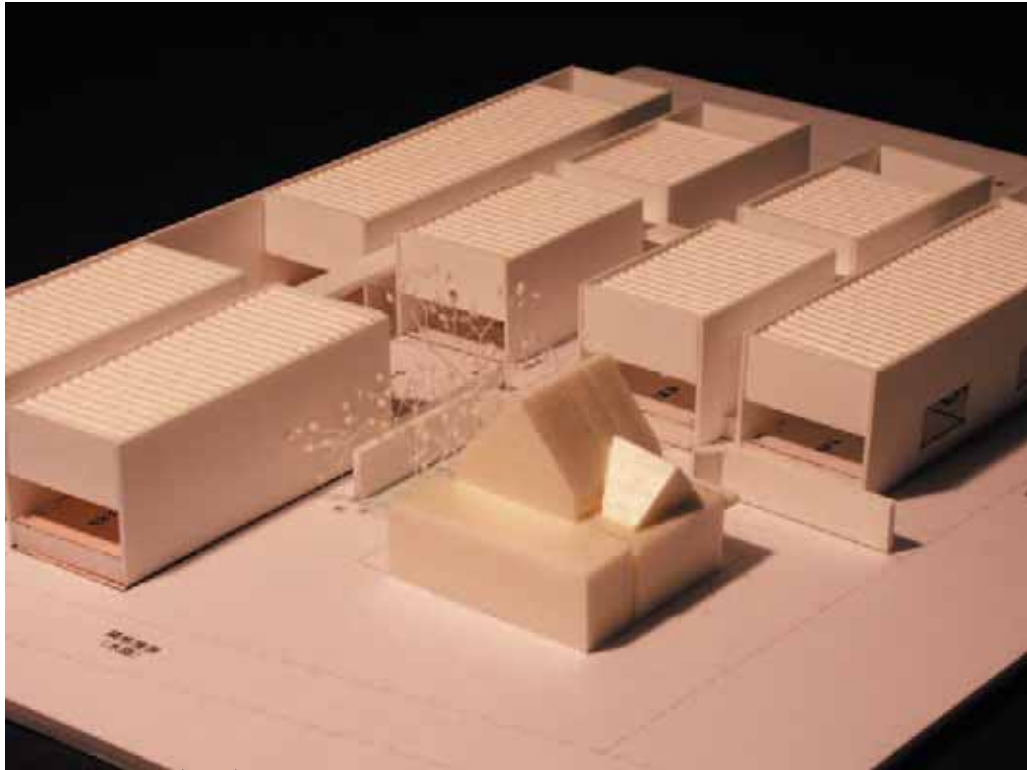
## 外部空間ノ悦楽

saga university 2005

建築の外部空間の名著として有名な「広場の造形」の中でカミロ・ジッテはイタリアの建築空間と広場空間の図と地を反転して広場を主役にするに成功している。本来ならば主役としての建物が立ち並ぶ中の余白として脇役の広場や外部空間があると考えられていたが、主役と脇役を反転し、広場を主役に、建物を脇役に考えたのである。西欧の広場の特徴は、建物の外壁が連続することで、公共の広場であっても壁に囲まれた中庭のような外部空間というところにある。そのためイタリア都市部の地図を広げ、建物の建っている部分を全部黒く塗りつぶすことで、簡単にイタリアの外部空間は、中庭のように浮き上がって見え、その部分を主役に考えることが、都市の造形を考える上で重要であると考えられるようになっていったのである。カミロ・ジッテの描く「広場」とは日本人の思い浮かべる意味での広場ではなく、壁面に囲まれている外部空間のことであり、天井のないインテリア空間といえる。常に劇場的な空間を都市の要素に求めていた西欧の空間概念の中で、上方からの光をどのようにコントロールするかが、常に一番のテーマ

であったため、上方からの光が壁面に拡散し、大変印象深い空間となっていく。

佐賀大学研究棟のプランの変遷を読み取るとき、カミロジッテのいう、外部空間の造形ということイメージさせる。佐賀大学のプランの変遷の中で、常に壁のボリュームと、外部空間の平面形が徐々に発展しているのを読み解くことができる。第1案が、同じモチーフを文節しながら連続しつつも、アプローチ部分、先端部分に外部空間を受けるコート状の空間を設けることで、外部と内部の中間的な空間を設け、外部から内部への連続性を失うことなく、ファサードデザインを整えていることが、わかる。第II案では、アプローチ部分に建物の奥まで見通すことのできる外部空間を設け、正面の壁に上部からの光が拡散するように注意深くプランニングがなされていることがわかる。ここでも建物の分節が丁寧に行われ、本体部分のリズムを3つに整えながら、さらにそれと同じモチーフのゲートを相似形で縮小されたスケールで入れ子に付けることで、スケール感に奥行きが生まれ、アプローチ部分のスケールもヒューマン



saga university 2005 (第1案)



スケールともいえる、3.0 mまでスケールダウンすることに成功している。最終案ではさらに、要素が簡素化され、分節・反復というテーマから、外部空間からの奥行きにテーマの中心が絞られていることが分かる。L字型にアプローチから受ける平面形とするとともに、デリケートなボリューム操作を行いつつガラス面が見え隠れするようなプランニングとし、その部分にサッシレスのガラスの壁を印象深く設けている。また室内の壁もコーナー部分を入隅に抜けていくようにプランニングすることでプランニングの中に流動感を生み出すことに成功している。

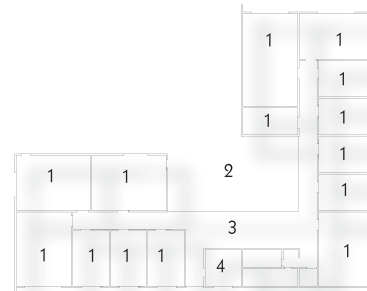
外部空間と建物を図と地の反転を行い、主と従を反転したときに浮かび上がるのは、建物のみならず外部空間の重要性ということにとどまらない。出隅と入り隅の扱いもここでは反転されることになる。そしてそのことが、最終的には佐賀大学のプランニングの重要な鍵になっている。建物の形状プロポーションについて考えるということではなく、その余白のスペースについて考えるということは、通常は建物の出っ張っている部分が意匠の重み付けでは一番上位に

saga university 2005  
(第II案)



あたり、正面のメダリオン、列柱などの出ている要素が一番目に付く要素となるが、外部空間という余白のエリアを主に考えたときには、出ている部分ではなく引っ込んでいる部分の形状が、重要な空間要素の鍵となってくる。本来は出ている部分が引っ込んでいすることで、空間に広がり生まれ、視線はそちらに誘導される。そして引っ込んで広がっている部分の壁面および、その角の意匠がその空間に大きなニュアンスを与えることになり、建物というより、外部空間の表情を整えていく。イタリアの広場において、壁面が凸になっているということから、パロックに見られる凹になっている部分の意匠へ、その主体が移行していったことにも通ずるかもしれない。そして、佐賀大学の最終プランでは、注意深く凹になった壁面に対して、最大限の意匠的な工夫がなされているということが読み取ることができ、外部空間の扱いという部分で、いかに注意深い扱いを行なっているかを読み取ることができる。

- 1 LABOLATORY
- 2 COURT
- 3 ENTRANCE
- 4 OFFICE



(最終案)



red-ux(hair salon)2003

## RED-ux は何故ショップデザインに衝撃を与えたのか？

red-ux(hair salon)2003

巷にあふれるショップデザインが、クールな質感とライティングの工夫により一律に洗練さを身に付け、レベルが上がっているといわれて久しい。しかし、それは見方によってはどれもコンセプトが見えず、逆にどれも同じに見えるという罫におちいつている。その根本の理由は、マニュアル化された商品群と同じく、マニュアル化されたデザイン言語で成り立っているからに他ならない。デザインのマニュアル化という戦略について、すでに菊井は 1990 年代初期にそのことに言及している。

「あらかた言語による類型が行われた建築文化の中で、そのどれもが正当づけられることがなく、どれかを選ぶことは戦略でしかない。建築は、消費材から投資財へと変化し、ついに言語から戦略の問題となる。」(\* 建築文化 1990 年 1 月「コマーシャルリズムと建築文化」)

マニュアル化された商業デザインは全国一律のデザインとなり、個別の空間のプロポーションなり、どちらに開いた

空間であるかといった、その場所固有のポテンシャルを読み解かなくなるということに問題点がある。RED において、菊井はその空間の持つプロポーションに対して、特殊な解答をおこなっている。それは、通常の動線の逆転であり、動線の引きの長さである。通常のヘアースロンのプランニングでは、スタイリングエリアが手前に来て、シャワーエリアが奥になる。それは機能的で、コンパクトなプランニングによる場合に一般的なプランニングであるが、今回のケースにおいては、やや余裕のある面積や、天井高、広い開口などを考慮して、ショップにはいってから、やや長い引きをとり、またシャワーエリアを外部に面したキューブに押し込むことにより、通常の反転したプランニングとしている。そのことにより、外部に対してやや閉鎖的でブラバシーのたもたれた、スタイリングエリアをもうけることができ、そのために生まれた長いアプローチは店の格を高めることに成功している。そして、その試みは、決して一般的な解答ではなく、このエリアで、



このスペースであるという特殊な成立要件の上になりたっているために、けて、マニュアル化された構成ではたどりつけない解答である。

さらに、ここでの新しさは、それらの表現をすべて、なにかの対比で表現していることにある。ブランドイメージを決定づけるのは、そのストレートな表現ということではなく、何かの対比としてネガティブに浮かび上がってくるものであるという手法にその新規性を感じ取ることができる。レッドというモチーフに対して黒を前面にもちいることで、その対比として赤を印象付ける。常に空間認識や、色、明度はそれらの反対の要素によって、対比の中で認識されるというものである。ブランドカラーであるレッドの認識のために明度差の大きい黒をもちいることで、より赤は鮮やかに認識されることができる。またスタイリングエリアの開放感とスペースの広さを強調するため

に、シャンプーエリアをボックスに入れ込むことで、ショップの持つ豪華さ、親密さを空間で表現している。プラン上はショップの境界としての赤い面に対して、黒いキューブを挿入し、さらに赤いスタイリングの列柱をいれている。機能的にシャワーコーナーを奥に設置して、スタイリングコーナーの奥行き感を生み出すことができ、室内内部仕上げ、黒いキューブ、スタイリングという3層の入れ子の構造を生み出すことが可能となっている。またキューブを床から上げ、列柱を天井から通しにすることで、給水ルート、電気設備ルートを無理なく確保することができ、床部分の設備上のスペースを最小限のシンプルなものとするのが可能な構成となっているが、それらはその機能上の解決のためというよりは、面と立体の対比にウエートが置かれているといえる。



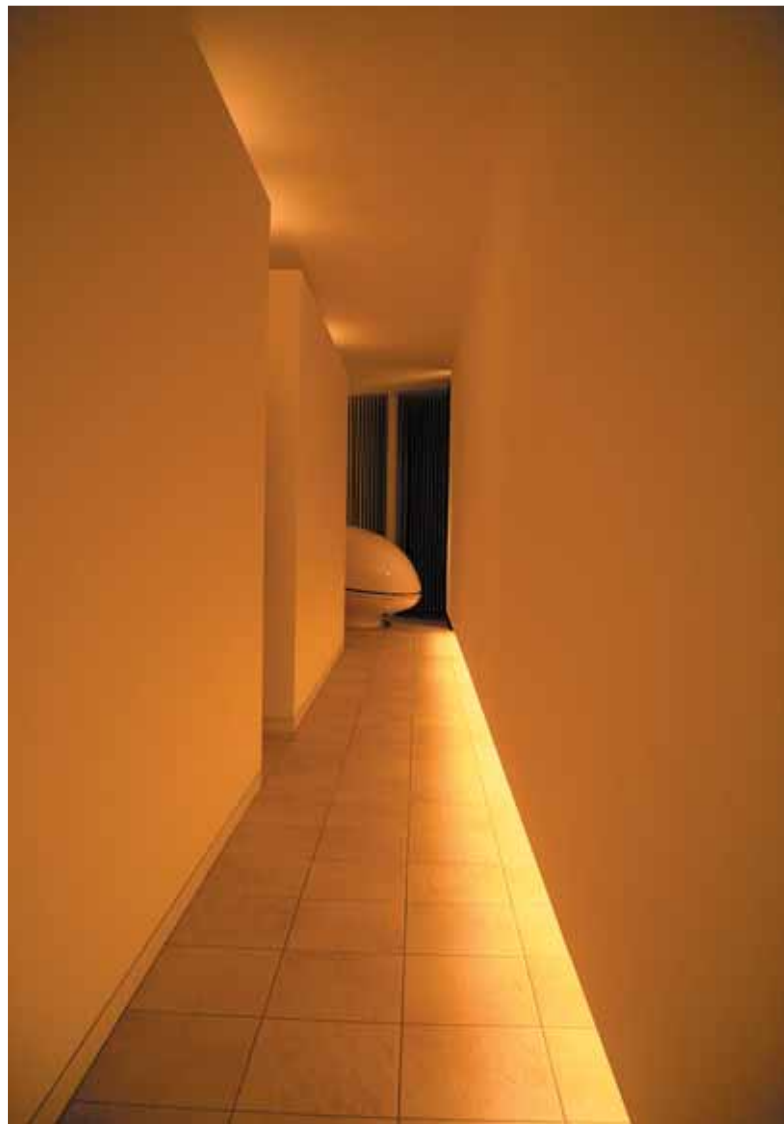
red-ux(hair salon)2003



インパクトのある空間はそれ自体で会社のC Iになる

Redと同時にオープンしたN-CLINICでは、ショップフロントから30mの奥行き全てを見渡す長い廊下を設け、突き当たりにこのクリニックの象徴的なリラクゼーションカプセルの一部を見せている。主にリラクゼーションを提供するクリニックという演出のために、施術室の壁を天井まで伸ばすことなく、上の開いたキューブを、リズムよく配置して、そこに至る動線がより奥行き感を演出して、外部空間からの距離感を感じることで、リラックスしていく距離感を演出している。ここでもリラックスという演出を奥行きという壁の長さに変換することで、壁の長さや施術室のキューブの比較によってブランドのイメージを形作っている。また浮遊感というリラックスするときの心象風景を演出するために照明を全て間接にすることで、重さを消し去るというライティングを採用している。

歴史の重みのため、ヨーロッパのブランドショップは空間に対する演出の感覚が日本より10年くらい先に行っている。インパクトのある空間はそれ自体で会社のコンセプトを表現するC Iとなり、建築の表現により、その会社のブランディングはより強化されると菊井は考えている。



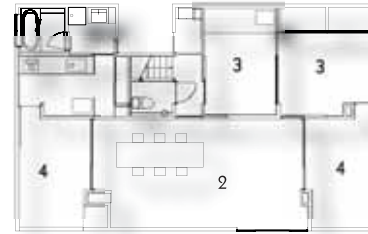
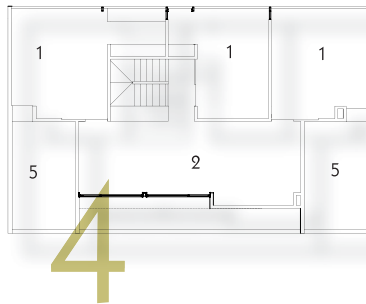
## デザインの純度を高めると生活の純度が高まることになる

白いシンプルな住宅

住宅のデザインは難しいと言われる。建築設計は住宅に始まり住宅に終わるとも。コルビジェにしろ、サボワ邸に始まり、カッブマルタンで終わっている。その難しさとは、日常生活という当たり前の機能をどのように純化していくかということにかかっているからだと思われる。デザインがデザインとして自立していくためには、純度を上げていかなければならない。だからといって、生活が破綻してしまうようなものでは住宅として成り立たなくなってしまう。つま

り、デザインの純化をしていくと生活の純度まで必然的に純化していくことになる。菊井の手がけたデザイン住宅を訪れると、そのデザインの意図を汲み取った生活が必ず営なわれている。それは決してデザインを押し付けると生まれてこない、施主との協同作業で生み出された生活の純度としてあるからであろう。

収納なり、水廻りなり、住まい手の生活の癖を知らない住宅はうまくいかない。一般的な収納なり設備が、標準といわれる住ま



- 1 BED ROOM
- 2 LIVING
- 3 JAPANESE
- 4 COURT
- 5 VOID







white box house 2005





white box house 2005

い方をもとに配置され、それにあわせて生活をおこなっているというのが、通常の住まいの姿である。そこをより深く読み解くことで、不必要なもの、本当に必要なものを、うまく提示することで、よりシンプルで機能的な生活を生み出すことができ、その緊張感がより、生活を豊かにそして、生活についてのいろいろな部分をより意識的に感じることができ、食事をする、くつろぐということをより一層楽しめることになると考えている。

シンプルにそぎ落としていくためには、逆に多くの仕掛けを設けていくことになる。建物の外周部分を内部に折り曲げて、その隙間に収納があったり、コートがあったりという作業をすることになる。全体としてシンプルであるために、また内部空間がシンプルであるために、そして生活の空間として機能的であるために、小さな出っ張りや、引っ込んだ部分を丁寧に整えていくことで、機能的でありながら、トータルとしてシンプルで静謐な空間を生み出すことができる。

詳細なプランを見ると、最終的にシンプルな立方体の外見をしながら、内部空間と破綻なくつながっているのはよく検討されたプランニングにある。きれいなボリューム感を出すために北面では、最上部の梁を一列内側に追い込んで、キャンティレバーで最上部の屋根を持ち出している。そのため窓の位置が室内では高めになるが、

ハイサイドライトとすることで、周囲の視線をさえぎりつつ光と風を誘導することができる。南面ではリビングの両サイドにコートを設けることで、光をいったん壁にバウンドさせ、奥行きのある光と立面を作り出すことに成功している。

「みんなが共有できて、納得できる良質なモダンデザインをつくりたい」と菊井はこの住宅について語っている。プロダクトから車のインテリアまで良質なデザインが増えると、きっと生活はいまよりもっと楽しくなる。車の広告戦略の中であってモインテリアは重要なデザインファクターとなっている。たとえば日産ティアナの広告イメージの候補でもこの住宅のデザインがとりあげられている。





design town house project

## 集合住宅のブランディング

コンパクトな都市生活

過密な都市環境の中で、容積を上げ、都市を立体化していくという必然性の中で集合住宅という形式は発展してきたが、そのスタートにおいて経済的で画一的な形態からのスタートという不幸なスタートを切ったために、なかなか豊かな空間を獲得するまでにいたっていない。ほとんど立地条件と広さによっての価値しか生み出すことができない。まれに建築家がトライすると必要以上にプランを複雑にし、より集合住宅の理解を困難なものとしている。



yatyo housing project 2004

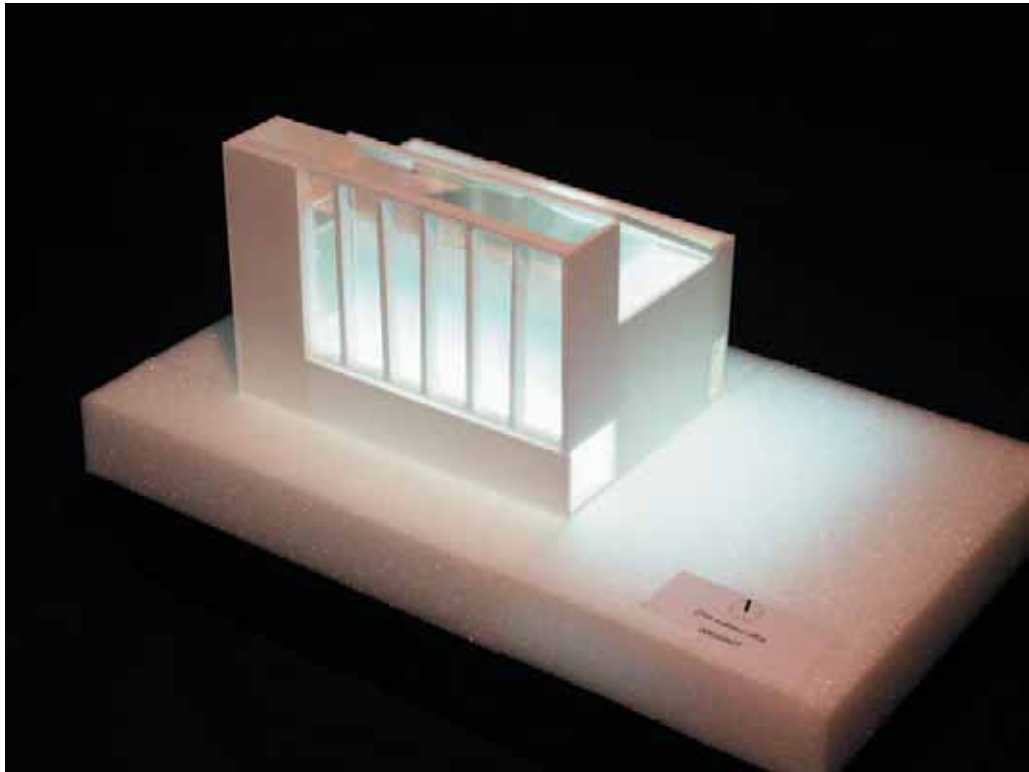
5

問題をシンプルに解きなおすために2つの解法を提案したい。1つは画一的な構造に対するランダムさの導入であり、もう1つはオーナー住宅と併設されたワンルーム住宅という経済的に成り立ち、より所有し、住むことに対して愛着をもてる仕組みを考えることである。

ベネチアの街並みは地中海の奇跡だといわれるが、その秘密は、運河に対して作られているということを除けば、スケールのコンパクト



takayasu housing project 2003



suginami housing project 2005



senzokuike 2004



kugahara 2006



miyamae 2003

トサと迷路のような複雑な構造によっている。交通手段を運河に頼るために、広い道路を必要とせず、そのため街路のスケールが人の通る通路中で構成されている。そのため建物と建物が通路中で連続することができ、そのなかにアーチや橋といったものが立体的に構成され、とても複雑でありながら、コンパクトなスケールでつくられている。また運河優先で構成されているため、街路も直線で構成されるというより、曲がりくねって複雑な平面形となっている。そのようなランダムさを集合住宅に導入していくことができないかと考えている。ここに上げているいくつかの計画案では、一般的な四角の中に住戸を押し込める方法をとらず、縦に積み重ねたり、横に組み合わせたりしながら、反復する複雑な建物の表情をつくらうとしている。また住宅のインテリアに対しても積極的に提案をおこない、個性的な表情を特殊な材料をつかうことなく生み出すことに成功している。

#### 収益を高めるという罫

計画主体が不動産会社の場合、経済効率を追いかけることとなり、収益を中心に計画がなされていく。それと同時に規模のメリットを狙う余り、同じ形の反復となることが多い。自分で住むのならという、違うベクトルの意志が働くことで、かなり違った結果になることが多い。今計画中の建物では オーナー住宅を2世帯で2住戸つくり、1階に4住戸のワンルームマンションを併設する。その場合にワンルーム2住戸に対して オーナー住戸が1住戸を建設



費用持ち出しなしで建替えることのできるというスキームで進めている。立地さえ優れていれば可能なスキームであり、スケールのにも個人住宅にちかいスケールのため街並みに違和感なく溶け込むことができる。収益を高めるという理由で画一的な誰も住みたいと思わないものをつくると、やはり将来的には誰もすまないものができる。自分が住みたいものは、やはりみんな住みたいものが出来る。

white wall house 2005



chair KS#01 2006



## 建築家がプロダクトデザインをリードしている理由

上海 / ミラノ / 東京

左側の写真は菊井進二郎が k-residence のためにデザインした KS- # 01 と呼ばれているチェアである。建築家が自らの空間にマッチする家具をデザインするケースは多い。バルセロナのバビリオンのためにデザインされてミースファンデルローエのバルセロナチェアやコルビジェのデザインした LC シリーズなど。プロダクトデザインが置く場所を限定できないことに対して、建築家はそのつくる空間のプロポジションに対してプロダクトをイメージしているところがある。またそのプロダクトが空間を変えることによって新しい表情を表すと

いうことも少なくない。

2006 年のミラノサローネの感想を菊井は次のように語っている。「今年はとくにテーマがないといわれるサローネですが、そのために余計デザイナーの特徴やメーカーの素材に対する加工技術をストレートに感じることができる。サローネはやはりプロダクトのお祭りだから、今回のような素材や加工の博覧会のような物のほうが面白いかもしれない」

サローネが特徴的なテーマを打ち



ミラノサローネ 2006



上海 ARD 2004



H-house 2006

出して流行を作っていくという側面は必要であるが、テーマ性というものに頼りすぎ、本来の技術や素材をおろそかにしていくことに対して違和感を感じているということであろう。KD-#01をはじめ、数点のデザインを上海のARDで菊井はデザインを行っている。イタリアでしかできないデザインもあれば、東京でしかできないデザインもある。そして、上海でしかできないデザインもある。それは加工技術と職人技の特徴をうまく引き出しながら、行われなければならない。大学での友人でもある上海ARDの代表の秋山とそのあたりのことをディスカッションしながらより、クリエイティブなデザインをおこなっている。

カウンターの扱いや、家具の扱いでまるでインテリアのニュアンスは変わってくる。と菊井は語る。キッチンひとつとってもなんで白い



T-house 2006

中にステンレスの質感が入るのだらうと思って、人造大理石でボールとカウンターを一体でデザインしてみたという。人造大理石のすごいところはつないでも磨けば完全にシームレスになるということと、みがく番手でマットな質感がでることだという。白い対面カウンターは、白がゆえに余りにも象徴的な表情となっている。また白をきれいにみせるためには対比としての黒が必要なことが多い。確かに黒いカウンターとすることで白い陶器にたいする光が明度を上げてみえる。

水平のプロポーションを出すときにもっとも大事なことはその面の厚さと奥行きだという。薄く、軽くというプロダクトの流れからあえて遠くに位置しながら、もう少し重さを感じるデザインや厚みを大事にするデザインをしていきたいと菊井は考えている。



miyamae 2004

## 組織の規模はデザインの質ではなくデザインのプロセスを変質させる

喜田建築設計室→大成建設設計部

映画ゴッドファーザーIIIのなかの最後のシーンで、ローマ教会の伝道師がバチカンの螺旋階段の上から落ちるシーンがある。円を軸線上に引き伸ばすと螺旋になるが、その躍動感が菊井にとつてのデザインの大きなモチーフであるという。菊井はそのキャリアのスタートをアトリエ事務所で始めた。そのときデザインした螺旋階段が下のものである。イタリア未来派がやったような運動の表現というものをデザインしたいとその時点での文章に記している。そして、2年間のアトリエ生活の後に大成建設設計部に、活動の場を移すことになる。

「デザインはなにかのモチーフの表現であるのか、もしくはそうでなく、いろいろな要素を整理することによって必然的にうまれて来る形なのか」

アトリエでは表現すべきモチーフはあっても、解決する手段がかざられている。もっと大きなプロジェクトに関わりたいとの思いが

生まれてきたと後に語っている。その時の話題のプロジェクトの横文彦の TEPIA を見て強く感じた。それは1枚の等圧ジョイントの詳細図面であった。この図面を理解するにも作成するにも情報の多い組織事務所にうつる必要がと考えたのであった。それはある意味正しく、ある意味間違っていた。今ある建築技術はほとんどがメーカーが持っている技術であり、大手組織のもっているのはコンクリート、鉄骨という骨組みに関する加工技術と、多くの断片的なノウハウというようなものであった。大成建設で学んだことの大半の部分は建築生産という多くの人の関わるしごこの設計チームのマネージメントにあった。組織が大きくなると要素ごとに部門が特化し



mizutani house (kida atrie)

ていて、作業をパターン化することで組織の能率を上げていかざるを得ない。そのため設計部門でも必要以上に細分化が行われて、ルーティンワークに近い作業になっている。またそれに対して統一感をもたせるために、大変な労力をマネジメントに割かなければなら

なくなっているのが現状である。ひとつのモチーフを成立させるためには10箇所以上の部門の承認が必要となり、そのうち各部門の利害に耐えうるデザインのみが採用されていくことになる。そうするとだれも新しいデザインを通さなくなり、説明のつく過去に実績の



daiba I (taisei corporation)

あるデザインのみが部門内で流通していくことになってしまう。

デザインは何かを解決し、機能を整えるだけで自然に生まれてくるようなものではなくて、何かを表現するものではないかと最近では強く感じる。またデザインというレベルは、非常に個人的な発想と統一感が感動を与えるものであるように思える。



TMP (taisei corporation)



## 作品リスト

- 2003 k-residence (住宅インテリア)
- 2003 miyamae house (住宅インテリア)
- 2003 sennzoku house (住宅インテリア)
- 2003 Red-ux (ヘアーサロン)
- 2003 takayasu housing project (集合住宅)
- 2004 kugayama house (住宅インテリア)
- 2004 yatiyo project (集合住宅)
- 2005 saga university (研究施設)
- 2005 n-clinic (医療インテリア)
- 2005 white box house (個人住宅)
- 2005 suginami housing project (集合住宅)
- 2005 white wall house (住宅インテリア)
- 2006 KS-#01 (プロダクト)
- 2006 T-house (住宅インテリア)
- 2006 H-house (住宅インテリア)

## 菊井進二郎 (キクイ シンジロウ)

- 1965 岡山市生まれ
- 1984 岡山朝日高校卒業
- 1988 大阪大学工学部建築工学科卒業
- 1990 大阪大学大学院修了
- 1990 喜田建築設計室
- 1992 大成建設設計本部
- 2003 ディーフォーエム設立
- 1990 建築文化「コマーシャルイズムと建築文化」佳作
- 1995 東京都建築士会 設計コンペ2席

菊井進二郎が D4m として活動している 2003-2006 のデザインの断片をまとめています。そもそも形態をデザインするという意味で「 design form 」を D4m と記号化して活動を開始しました。プロダクトデザインから、建築まで特に分野を限ることなく興味あるデザインをしてきました。

今までのプロジェクトを改めて見直してみると、デザインの特徴や、なにを目指しているのがより鮮明に見えてくる作業になりました。2005 年からは、関西のアトリエアリマとそして IM&T とコラボレートしていくことでより活動の中も広がり、より新しいことに挑戦していこうと思います。

## IM&T + D4m

〒 140-0001 東京都品川区北品川 2 丁目 11-1 ベイテラス北品川 204  
TEL 03-6231-1111 [http:// www.d4m.jp](http://www.d4m.jp) E-mail : [info@d4m.jp](mailto:info@d4m.jp)