

cott WORKS 2007-2011



Focusing on not drawings but on communication.

モノからモノガタリへ。

Index

cott WORKS 2008-2011

- 1-2 Concept
- 3-6 モノガタリのこれからを考える。
- 7-10 モノガタリはできるだけそのまま。
- 11-14 モノガタリ、みつけた。
- 15-16 モノガタリの重なり。
- 17-18 モノガタリの交わり。
- 19-22 モノガタリの種まき。
- 22-23 Profile

Abbreviation 略号

AD: Art Director アートディレクター
 CD: Creative Director クリエイティブディレクター
 CL: Client クライアント
 D: Designer デザイナー
 PH: Photographer カメラマン
 PRG: Programmer プログラマー
 I: Illustrator イラストレーター
 CW: Copywriter コピーライター
 A: Agency 代理店
 DF: Design Firm デザイン会社
 S: Submitter 作品提供社

2011

2010

2009

2008

2007

cott WORKS

2007 - 2011

モノからモノガタリへ。

cottは神戸市の北の果て、農村風景広がる淡河町というところに根を下ろして日々活動に勤むデザイン事務所である。ローカルなだけに、たとえばうまく仕事を回していこうと思うと幅広い領域をカバーせざるを得ないことがあったり、デザインの方法論の中に、普通業界では考えつかない判断基準の流入を許さざるを得なかったりする。そういった特殊な事情の中での日々の実践を希有な実感とともに記す意味を感じ、今回、5年目というひとつの節目にその向かう方向を改めて記し直してみることにした。



▲ (上) 石峯寺の火渡りの業。
(中) 御弓神事。
(上) 農村都市交流イベントの実施風景。

◀ 農村の豊かさは感じるのが一番。忙しくない時期にご訪問いただいた希望者には、田舎ならではのスポットを田舎ならではのスタイルでまるツアーをサービスしている。豊かなコミュニケーションの対流の中に身を置いておかなければ、豊かなコミュニケーションを生む仕事になかなかたり着けない。

時代は、より豊かに。

いま、ナショナリズムとグローバリズムの狭間で、日本中、いや世界中であらゆる価値の転換が起こり、ただ爾々とその伝統や文化を受け継ぐことはほぼなくなってしまうとも言ってもいいかもしれない。すると今度は急激な西洋化の反動から日本人は自身のアイデンティティを求めた。地域に話をシフトしても同様に、その地域らしさを求めてアイデンティティが主張されるようになってきた。だが、失われつつあるものを再度取り戻し、ローカルを主張することに果たしてどのような意味があるのだろうか。たとえば人が少なくなった所を無理矢理盛り上げることでその地域にもともとあったコミュニケーションの対流に破綻をきたせたりしてはいないだろうか。実は統計を見れば農村都市と関係なく少子高齢化時代だというのは10年以上前から言われているのだから、無理に元に戻そうとすべきでもないのではないか。全国的な少

子高齢化については、必然的なパラダイムシフトであり、何も悲観することはできないだろう。平均寿命も長くなり、ひとつひとつの命を量でなく、質としてじっくり丁寧に生きられるようになった。より豊かな時代へ推移しているポジティブに捉えてみてはどうか。皆、毎日の中に充足感や幸福を見出し、より豊かに生きるということを考えはじめた。そのように時代の価値感には確実にシフトしている。

デザインは人を幸せにするか。

ではそのような時代の変化に伴ってデザインには何が求められるだろう。デザインはこれまで大量の意匠を世に排出し続けてきた。これからは意匠を排出し続けることには変わりないだろうが、時代の価値観の変化とともにデザインにも同様に考え方のパラダイムシフトが求められる。これからは常に新しいものを作るのではなく、いまあるものを維持する考え方が基本となるだろう。豊かさを求める人が増え、「デザ

インは人を幸せにするか」という問題を今まで以上に突きつけられることになる。より意匠に社会性が求められる。

モノからモノガタリへ。

「デザインは人を幸せにするか。」cottはその解をより狭義に求めたい。デザインの意味をどこに見出すかは各デザイナーごとに回答があると思うが、cottではデザインの意味をモノそのものでなく、モノガタリを生み出す、または生かすことに置いている。モノガタリとは、その文脈における豊かなコミュニケーションの対流である。そこにある関係性がいきいきしているかということだ。「幸福感や充足感とは人がいてコミュニケーションの対流が生きているところにある」との考えに基づく概念である。農村におけるモノガタリはある意味滑稽であり、どうしても愛おしい。田舎の方々と接するとき、目の前の物事に対して全力で感受性を働かせた近視的な演算結果が

帰ってくるため予想できないことが頻繁に起こる。それがとても面白い。モノをつくりながらそんなモノガタリを楽しめる。そんなにおもしろいことは他にあるだろうか。

モノガタリのある風景。

「モノガタリ」という価値をもとに物事の是非を判断するとどうだろう。コミュニケーションの対流を生む、「モノガタリ」のポテンシャルをもつものを生かすように働きかけることで、都市であろうと農村であろうとその場限りの表層的なものでなく、いまの時代においても生きたものが残る。デザインプロセスにおけるはじめの着眼点として、そこで営まれるコミュニケーションに着眼する。それをいきいきした対流にさせる一助となることもデザインには可能だ。デザインの役割をよりよいコミュニケーションを生む仕掛け作りに見出し、生き生きとした風景に寄与したいというのがcottの核心である。

抜け落ちたモノガタリ。

地域とデザインというワードから連想されるのが伝統というものだろうが、それらは無条件で美しいかといえそうではない。そこも実はモノガタリというキーワードをからめれば分かりやすい。たとえば農村の片隅に佇む家は基本的に生活上の必要性に基づいて、その土地にある諸条件を敏感に反映してつくられる。この集積が文化だとか伝統と呼ばれる。農村地域における伝統とか文化は生きてこそ保存されるべきで、そのかたちのなかにはこれまで積み重ねられてきたモノガタリの集積が詰まっている。気候風土をうまく利用する知恵から共同体を維持する知恵まで、経験的に学んだ多くの日常的な哲学を内包している。つまりカタチとモノガタリがセットで初めて光るものである。人が減った農村地域にはそのモノガタリが抜け落ちた伝統も多い。それが元に戻る方向に無理にしくなくてもいいだろう

が、できるだけそれらの中の優れたものたちの火が絶えぬことを願い、日々活動するばかりである。

ローカルを極める。

さまざまな地域を訪れて感じるのはその地域でしか考えられないカタチとモノガタリは外から訪れるものを楽しませてくれるということである。このようにローカルの中で独自のメソッドが極まればより広い文脈や経済でも価値足りうるのは確かであろう。そういうわけでcottでの活動の終着点をローカルをいかに成熟させるかということに求めよう。デザインの方で、世界の片隅で営まれるコミュニケーションをより豊かにするのだ。この誌面ではこれまでの仕事をその方法論ごとに分類し、大雑把に追った。これからご紹介する6つの方法論の中にローカルの極みの行く末を垣間見つつ、これまでの仕事を一旦ここに帰結させよう。

2011.12 cott主宰 安福友祐

2011
2010
2009
2008
2007

Plan what will become of the project in the future.

Focusing on not drawings but on communication.

1

モノからモノガタリへ。

モノガタリのこれからを考える。

大きな仕事ほど、どんなふうに商品売って、どんなふうに広がっていき、どんな人に愛されて、とかなり先の方まである程度狙い撃ちしなければならないことが多い。

ボランティアチームによるプロジェクトなど、芯が明確に打ち出されていないこともあるが、そんなときはまずはヒアリングなどによりそれらの置かれた状況を冷静に読み取りながら、目標を定める。そうやって綿密な分析の積み重ねが、チームの力をひとつの方向に導くための矢印へと変わっていく。

「だれに対してなにを伝えるか」が明確になればあとはデザインの専門家としての本領を発揮するのみ。限られた条件の中でその目標を実現するための最適な手法を考える。



▲ 北神合同情報誌の編集風景。各地区の編集委員さんと和やかに、真剣に。
▼ 2010年11月、箱木千年家で行われた音楽ライブの様様。



駅張りポスター



車中吊り広告



パンフレット

茅葺き屋根とふれあう月間 2010

AD/D:YASUFUKU Yusuke D: SHIBANO Kenta
CL: 神戸市北区役所
2010

茅葺き屋根の三角形は三角形の山に囲まれた農村のアイコン。茅葺き屋根の一部を切り取ることで、これまで注目されなかった価値に注目させた。



駅張りポスター



車中吊り広告



パンフレット

茅葺き屋根とふれあう月間 2011

AD/D:YASUFUKU Yusuke
CW: YAMAMORI Aya
CL: 神戸市北区役所
2011

前年に引き続き、茅葺き屋根の一部を切り取った。なお、写真は前年の箱木千年家におけるイベント時に撮影されたものである。茅葺き屋根には豊かさがある。茅葺き屋根を農村の黄金と捉え、屋根の金の質感がよくでるよう、配慮した。

こうべ茅の環ネットワークウェブサイト

AD/D/PR:YASUFUKU Yusuke CL:神戸市北区役所
2010
<http://www.kayanowa.net/>

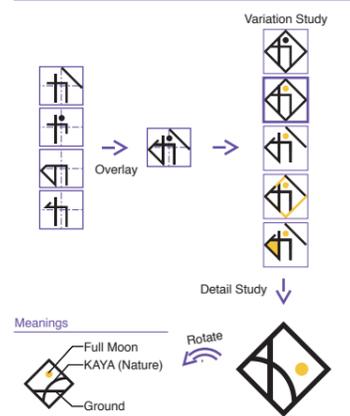
こうべの茅葺きを発信していくための組織として「こうべ茅の環ネットワーク」を発足。まずはウェブサイト制作した。クライアントサイトで更新して頂けるよう、CMSを導入している。



こうべ
茅の環
ネットワーク

こうべ茅の環ネットワークロゴ

Process Of Design

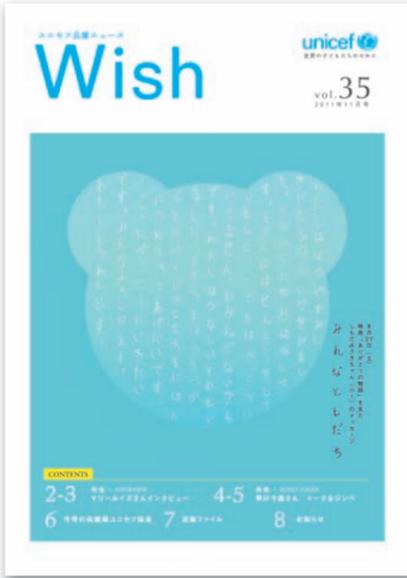


AD/D:YASUFUKU Yusuke CL: 神戸市北区役所
2010

ウェブサイト制作に伴い、ロゴを作成する必要があった。古民家の家紋をイメージしつつも現代に合うことを意識した。曲線部と黄色い円形部の対比は茅と結びつ月のイメージ。曲線を用いて表情をやわらかくすることで、現代ではメンテナンスや居住性からくる茅葺きに対するとつきにくいイメージを一新し、身近なものへ。やわらかい印象の一方で、正方形の枠を45度傾かせることでより視覚的に固い印象の形態も含ませ、結の固さを表す。

兵庫県ユニセフ協会広報誌『Wish』

AD/D: YASUFUKU Yusuke
CW: Unicef Hyogo PR Team
CL: 兵庫県ユニセフ協会
FORMAT: A4 8ページから綴じ加工
2010~2011



日本ユニセフ協会兵庫県支部から独立し、兵庫県ユニセフ協会に生まれ変わるにあたって、広報誌のデザインリニューアルを行った。リニューアルにあたってユニセフとして訴える核心と訴求対象を明確にしていたが、例えばよく国際機関でされるような「助けてくれ、支援が必要だ」といった同

情や危機感を煽る見せ方をするのではなく、各関係者に向けての「やさしいメッセージ」という方向性を打ち出した。受け取る方々の心の火を灯すようなものとしてユニセフ兵庫県支部の顔をデザインしていく。

Wish vol.33 2C(DIC204+Cyan)/1C



Wish vol.34 4C/1C



Wish vol.35 4C/1C

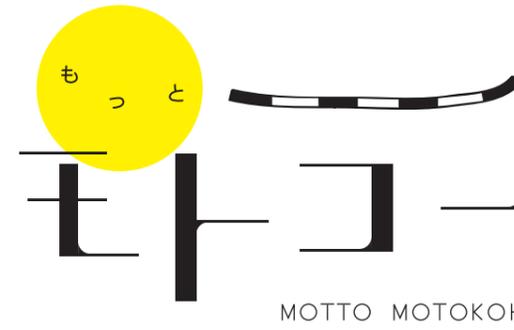
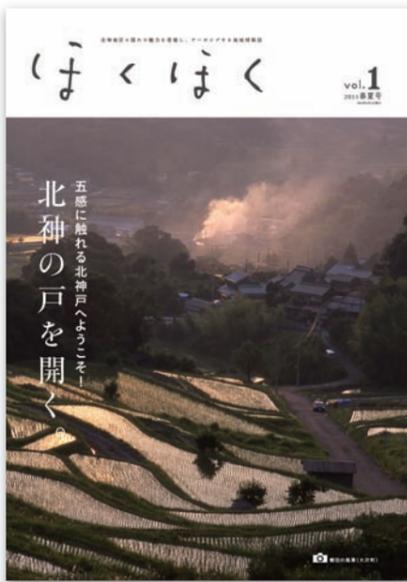


北神合同情報誌『ほくほく』

ED: HATADA Noriko ED/AD/D: YASUFUKU Yusuke
CL: 神戸市北区役所
CW: 北神合同情報誌編集委員会
FORMAT: A4版両面観音開き8ページ
2011

神戸市北区北神地区の合同情報誌創刊号。北神地区の各家庭に配布することで地域を知り、地域内の対流促進を目指す。また地域に愛着を持ってもらい、各々が地域外の人に案内するガイドラインにしてほしいとの思いから発刊。各

地域代表の編集委員さんより地元民ならではの切り取り方での魅力をまとめた。両観音開きのデザインとし、メインコピーの「北神の扉を開く」が読者の冊子をめくる行為と合わせることで、魅力にアクセスするための一歩という意味を付加している。



淡河町まちづくりシンポジウムパンフレット

AD/D/CW: YASUFUKU Yusuke 2011



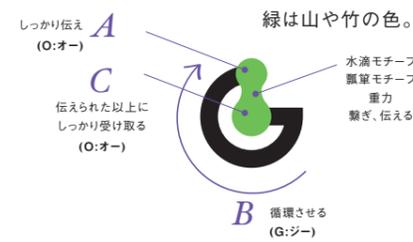
▲ シンポジウム会場風景。

少子高齢化が懸念される淡河町。まちづくり研究会より「農」というテーマが与えられ、パンフレットのデザインおよび運営を任された。農業と淡河を掛け合わせ、農業というテーマで新たな方策を探るということをタイポグラフィで表した。また、暗めの装いで来られるであろう方々の中に会場風景として映えるよう、イエローのベタ面を使ったデザインとした。会場風景と同時に、新たな価値観としても映えますよう。

淡河町まちづくり研究会ロゴ

AD/D: YASUFUKU Yusuke CL: 淡河町まちづくり研究会 2010

「正常に繋ぐこと」それがまちづくり研究会のミッション。孫子へ繋ぎ、循環可能な地域へ。ひょうたんなど、地域のモチーフを取り込んだデザインとした。



A+B+C = MISSION = OGO



2011
2010
2009
2008
2007

Leave stories as they are.

モノガタリは
できるだけそのまま。

2 モノからモノガタリへ。
Focusing on not drawings but on communication.

それは一体どのように輝いているのだろうか。そのものが持つ良さを徹底的に読み取り、それがさらに生きるのにデザインでほんの少しだけ手を加えたら一気によくなることはないだろうか。お持ちの素材が素晴らしいが、見せ方がほんの少しだけ 残念な場合がある。それを誇張しすぎでなく、いまある素材を最大限に生かし、物語が一番広がる輝けるかたちを探す。

継続的にものが売れたり、ものがたりが生まれたりするために見せ方をどうするかも大切だが、真剣にいいと思って作り手が信じていることが最も大切である。

▼ 心斎橋のクラブイベントにVJとして参加。その空間性と人の気分を読み取り、映像の光で間をどのように照らすかを考える。



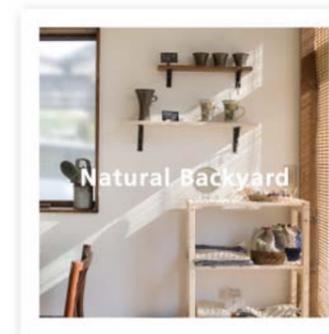
ナチュラルバックヤード ショップカード

AD/D: YASUFUKU Yusuke CL: Natural Backyard 2011
PAPER: アラベールホワイト



木のおもちゃのショップ。このショップの特徴は店頭商品はすべてサンプルであり、同じ価格帯でオーダーメイド商品が手に入る融通性である。組み合わせも自由自在。そこで、招待状のショップカードを開けば木の塊が現れるデザインとし、木の塊から自

由に想像を巡らせ、豊かな暮らしに思いを馳せていただく仕掛けを盛り込んだ。開くという行為をデザインに取り込むことで情報を読み込む頭にさせ、より主体的に思いを巡らせてもらう。



また、もう少し具体情報の多い、ミニカタログも合わせて制作した。

BASE Botany Greeting

AD/D: YASUFUKU Yusuke CL: BASE Botany 2011
PAPER: モダンクラフト紙



食虫植物など、ちょっと変わったラインナップを揃える花屋のお世話になっている方々に向けてのオープニングDM。クラフト紙に白インクによるビジュアル。メインビジュアルにはクライアントさまの絵を使用。愛着や感謝など個人的なメッセージを伝えるためにはクライアント自身に絵を書いてもらうことも大変有効である。



2011
2010
2009
2008
2007

〇△□焼 富紗家南方店メニュー

AD/D: YASUFUKU Yusuke
CL: 有限会社ハヤケン FORMAT: A4版20ページ 2008



既存のキャラクターを存分に生かしたメニューとした。雑誌風に見せ、お客様が楽しめる要素や店員と関われるような要素を配置した。

そら祭り神戸2010パンフレット

AD/D: YASUFUKU Yusuke
CL: そら祭り神戸2010実行委員会
FORMAT: A5版28ページ 2010



そら祭り京都2010パンフレット

AD/D: YASUFUKU Yusuke
CL: そら祭り京都2010実行委員会
2010 FORMAT: A3二つ折クロス外四つ折

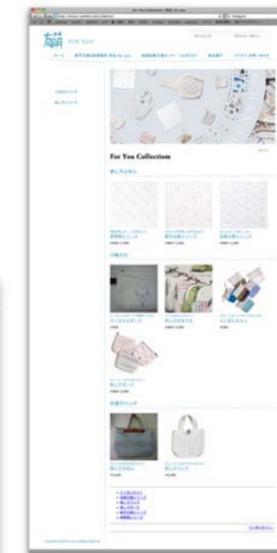


これもまた特急かつ低予算でのご依頼。できるだけ情報をコンパクトにまとめ、これまでのフォーマットを一新。最小限のコストと期間で実現できる仕様からの提案となった。

特定非営利活動法人 萌友-for you ウェブサイト

AD/D/PRG: YASUFUKU Yusuke

別々のサイトだったものの管理システムおよびデザインを統合。



特定非営利活動法人 萌友-for you しおり

AD/AD: YASUFUKU Yusuke



ショップカードの依頼であるが、日常に根付く商品を取り扱っていることから、日常に根付くように、ブックマークとしての機能を付加した。デザインは4種類。そのままショップに置いてもよいが、障害者の利用する作業所なので、パンチで穴をあけ、紐を通して愛情を付加するのはお手のものである。

特定非営利活動法人 萌友-for you 展覧会DM

AD/D: YASUFUKU Yusuke



特定非営利活動法人 ひやしんす パンフレット

AD/D: YASUFUKU Yusuke



特定非営利活動法人 ひやしんす ウェブサイト

AD/D/PRG: YASUFUKU Yusuke



内容の変更が頻繁にあると予測されるため、随時対応できるようにクライアントのプリンターで出る余白にあわせてデザインした。

2011
2010
2009
2008
2007

Focusing on not drawings but on communication.

3

モノからモノガタリへ。

I found the stories

モノガタリ、みつけた。



農村地域には何も無い。そうやって出て行く若者たちはたくさんいる。しかし場所はたくさんある。つまり、アイデアひとつで何にでも変わる。日の目を浴びてない資源がたくさんあり、いわば巨大な玉手箱状態。

たとえば各家庭にある大きな農業用倉庫も豊富な資源のひとつ。乱雑に置かれたものたちを整理し、広さを確保すればある程度の写真を撮れるスタジオに。自然豊かな環境もまちは撮りにくい写真がたくさん撮れるロケーション撮影の場所になる。地域に寄り添いながら文脈をうまく読み取り、現代に合う価値へと転換させ、次の時代に繋いでいく。



近所には自然環境豊かなロケーション撮影の場所が豊富にある。

edited / unedited
-Through the index of girls for ogo-

P: YASUFUKU Yusuke
2010 / 組写真, Portrait
Note: 第29回淡河町文化祭出品

淡河っ子ならだれも見覚えのある風景。ヴィーナスを通して淡河の魅力を少し振り返って眺めてみると、どうだろう。

消費する人は、切り取り編集されたものを美しく感じ、編集されていないものには何も感じない。生産する人は、連続の中に瞬間の積層を意識し、それそのままを美しく思う。

真の美しさを伝えていくこと。土地に潤いをもたらすヴィーナスに恵まれ、循環する地域を営み続けられるよう願いを込めて。

いなかの写真館 Studio cott スタジオ コット

簡単なブツ撮りから全身ポートレートまでひとり撮影できる設備を揃え、さまざまな案件に素早く臨機応変に対応している。

また、町内にお住まいの方の家族写真は500円で撮影する「ワンコイン写真館」をオープンさせ、地域の交流の場としても機能させる予定。淡河町は写

真産業がない地域だからこそ見出せる意味。人と人の豊かな関係性を維持しつづける一助となること。そして自分自身が地域の方々とのコミュニケーションを楽しむためのライフワークである。

1 ワークショップ

小道具をちよきちよき。みんなに制作に関わってもらって写真に愛着を焼き込んでもらう。



2 撮影

和やかに進む撮影。日常的な倉庫の中で営まれる非日常を楽しんでもらう。



3 セレクト

最後にはいい写真をご自身でセレクトしてもらおう。自分たちがほしい写真が結局は愛される。



小さけれどもある程度の撮影は事足りてしまう。

2011
2010
2009
2008
2007



コスモスまつり2011 チラシ

AD/D: YASUFUKU Yusuke I: SHIOIRI Tomoe CW: YAMAMORI Aya
2C(VIVA180+VIVA610)/1C



まちづくり研究会の主催するコスモス摘みのイベントチラシ。蛍光ピンクと蛍光イエローの掛け合わせで鮮やかな秋の彩りを表現した。裏面は新聞風デザインとし、花はもちろん何でも新聞に包む地域の生活上の風習をデザインに取り込み、まちにも農村にもちょっとした発見を盛り込んだ。また、印刷色数を抑えることでコストの削減も実現した。



2011
2010
2009
2008
2007

農村地域の夏のためのBAR「STRAW WINGS」も年々更新し続けられている。茅葺きのウイングを閉じれば公道をそのまま走ることができる。



Focusing on not drawings but on communication.

4 モノからモノガタリへ。

モノガタリの重なり。

長年改良を重ねて守り続けられてきた伝統文化。それらの醸し出す良さはなかなか否定できるものではない。とはいえ「伝統」と呼ばれるものは無条件に良いものでもない。特に、茅葺き屋根の古民家など、農村地域の伝統というものは生活での知恵がたくさん含まれており、それらが最も美しいのは住まい手がいて、そのかたちと思想が合致するときである。かたちとして保存されたものを大事に守っていくのではなく、そのかたちに含まれた思想こそを守り、未来に伝える。そういう意味で、伝統文化という大義名分に茶々を入れることは大切なのだ。もちろんながらその際にやりすぎないことも大切。これからもそこに住まいながら思想を重ね続け、文化を成熟させるためのひとつの駒であること。

Layers of the stories



代謝し続けられる地域をめざして
淡河そら祭り

コトの事務所がある神戸市北区淡河町。地元の若者を中心に、町外のそらまつりというイベントを各地で開催する団体を巻き込んで地域活性を趣旨としたイベントを開催することとなった。農村地域に伝わる技術や資源を使用し、イベントを作り上げるプロセスの中にも地域の対流に役立つ内容を含

DR: YASUFUKU Yusuke SUB DR: SAGARA Ikuya
SUB DR: JUBA Mugi BOOTH DR: INOUE Kaori
Volunteer: Many people

ませた。
イベント当日は茅葺きのメインステージで音楽ライブやパフォーマンス、老若男女の出演するファッションショーなどが行われ43店舗もの飲食物販ブースが場を賑わせた。雨天に見舞われながらも、来場者は700~800名を記録した。

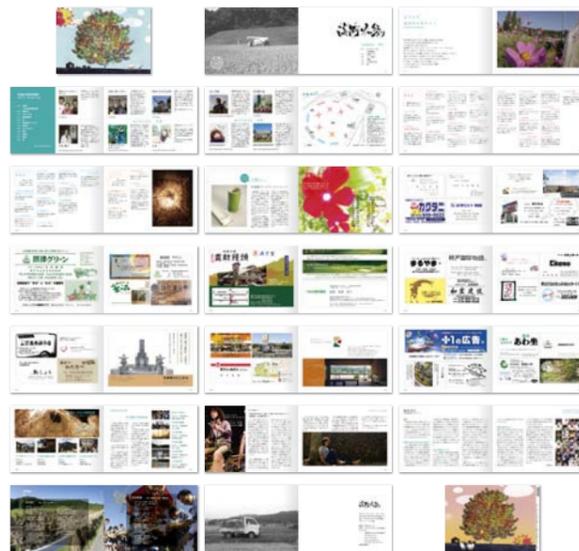


淡河そら祭りフライヤー

AD/D: YASUFUKU Yusuke
I: JUBA Mugi I: INOUE Kaori
LOGO: NAKANISHI Yoshiko

淡河そら祭りパンフレット

AD/D: YASUFUKU Yusuke D: KOBAYASHI Daigo
FORMAT: B5版40ページ



淡河そら祭りメインステージ

D/CONSTRUCTION: YASUFUKU Yusuke
CONSTRUCTION: SAGARA Ikuya + Volunteers



2011
2010
2009
2008
2007

Crossing over the stories

Focusing on not drawings but on communication.

5 モノからモノガタリへ。

モノガタリの交わり。

何か異質なものが交わり、それぞれ単体ではありえなかったものが生まれるというのはよく言われる。デザイナーたちにとっても、他のデザイナーとやり取りをすることはとても大事だ。自分本位の方法論ではどうしても限界を破れない。

cottはローカルに徹するスタイルが基本ではあるが、グローバルな社会環境の中で、デザイナーにとってローカルに徹しすぎることはどう考えてもよくない。より広い方法論と戦ってこそよりよいものづくりができるのは間違いないだろう。

お互いの手の内を見せ合いながら神戸のデザインの質を引っ張り上げていこう。そういう意図でcottからは安福を含む4名のデザイナーがはじめに集まった。



◀ プレーンストーミングの真っ最中。

神戸空港のための展示ブース

D/Construction: YASUFUKU Yusuke Construction: IMAEDA Yoshimitsu + Volunteers



若手デザイナーが神戸のデザイン水準の向上を主要目的として主催するイベント「KOBE DESIGN AIRPORT」。cottより安福が主要メンバーとして参加し、そのメインコンテンツのひとつとして神戸空港の顔とも言える2階出発ロビーの中心で行うポスター展の展示ブースをデザインすることとなった。空港に求められたのは以下、大きく4点。視認性を損なわないこと。動線を大幅に遮ることのないこと。安全性に問題がないこと。万が一の場合は他の場所に即座に移動することができ

るものとする。それに対する回答とし、必要最小限の線材で強度を確保するために合理的な立体トラスで構成されたブースとした。見る角度による表情の多様性を持たせることにも配慮し、その形態は飛行機で飛び立つときの乗客の心にある高揚感やデザインで感じる心のドキドキ、またデザインによる神戸の新たなさざ波を象徴する。3階より見下ろせば紙飛行機のようにも見え、イベントシンボルとしても大きな役割を果たした。



<http://www.design-airport.com/>



2011
2010
2009
2008
2007

To saw seeds of the stories

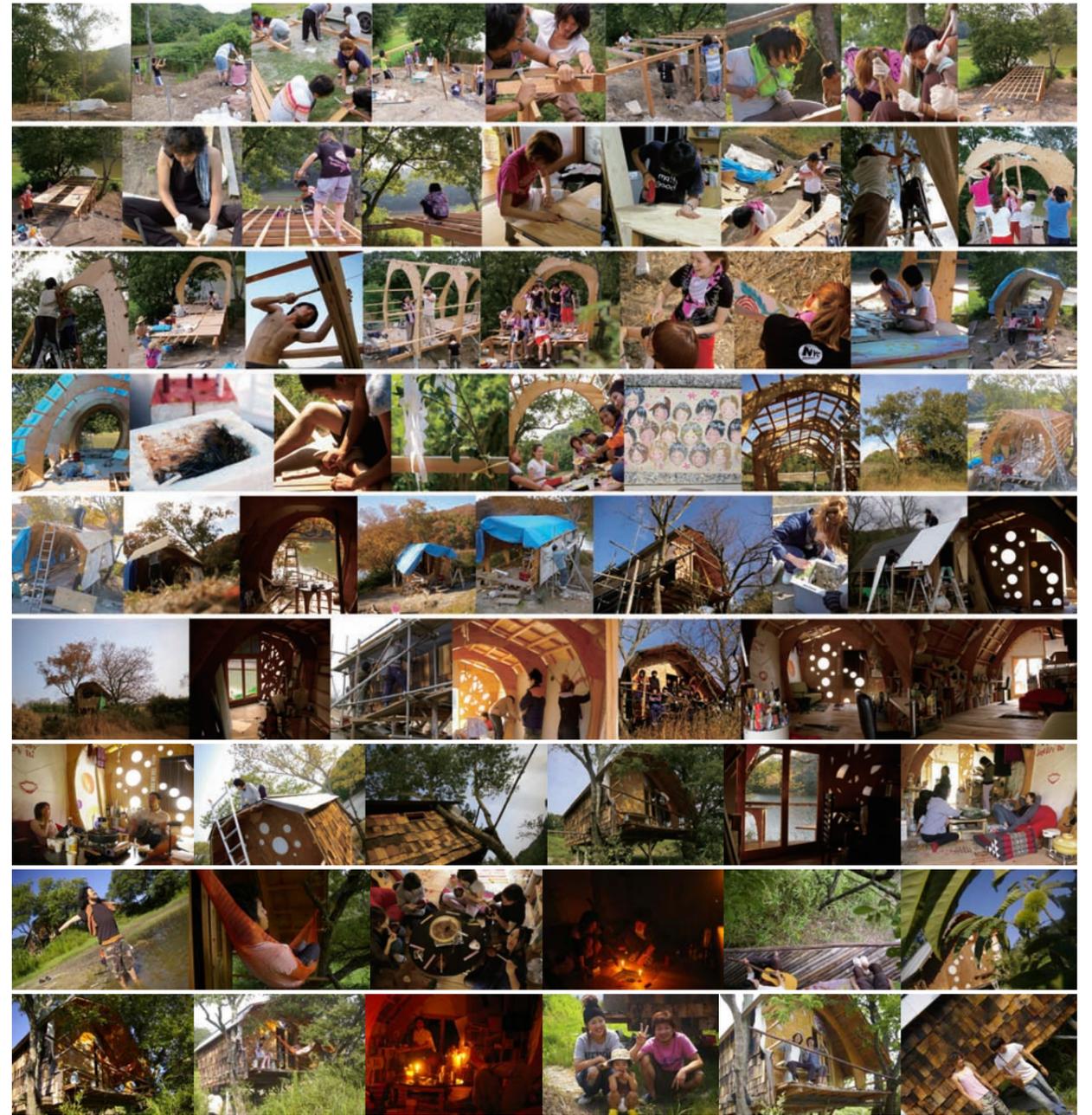


▲ cottのツリーハウスの制作風景。楽しく、真剣に。

6 **モノからモノガタリへ。**
 Focusing on not drawings but on communication.

モノガタリの種まき。

効果のあるデザインとクライアントの好きなデザインは別物で、デザイナーによる制作物ではそのコストに見合う効果をあげることは必須である。だが、一方で比較的小規模な事業など、クライアントの好きなデザインが効果を生むこともある。愛着を持ってもらえばそれだけ丁寧に自信を持ってその事業をPRしていただくことにつながったりするためだ。その制作プロセスに関わっていただくことなどもその意味で有用である。それがまた新たな物語へと繋がっていく。タンポポの綿毛のように、風に乗ってふわっと飛んでく。立ち立ちたモノガタリがどこかで花を咲かせますように。



たてること 住まうこと ねざすこと
 -住まいをめぐるひとつの試論を通して-

D/Construction: YASUFUKU Yusuke

Construction: Volunteers

Note: 「2007年度立命館大学卒業設計展」優秀賞「DiplomaxKyoto」出展「第31回学生設計優秀作品展」出展



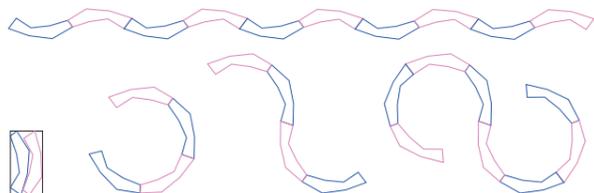
かつて人々はそのところにあるものでいろいろなもの作り出す術を知っていた。それを自分たちが属する共同体の中で共につくり出すプロセスは豊かであったことは想像するに難くない。そこに宿る精神的豊かさを獲得する手段としてセルフビルドは有効か。現代社会に生きる普通の若者たちに協力してもらい、プリコラージュによるツリーハウスを制作した。

2011
2010
2009
2008
2007



SBH

D/Craft: YASUFUKU Yusuke 2009



s=1/200

事務所のための、3×6合板からつくる、3次元棚。書類を綴じる市販のファイルは大抵背が厚くなる。だからまっすぐな棚にはうまく収まらないことが多い。だったら本棚を丸くすればいい。また、3次元形状にすることで、耐力を確保した。さまざまな配置方法が考えられ、棚としてだけでなく、間仕切りとしても有効である。



Swelling Wall

D/ Craft: YASUFUKU Yusuke

15mmのラワンランバーコアにて制作。やわらかいし軽いので加工性が高く、部材同士の接合部も施工次第でしっかりと収まります。

厚さによっては強度もあり、ビスもきくため、構造の補助として角材をいれなくても剛性を保ってくれるので比較的直感的に設計したものを補助材なしでそのまま立ち上げやすい材料でもあります。

仕上げに10倍程度のかなり希釈した白色系の水性ペンキを塗るとラワンベニヤの赤みが消えてシナベニヤのような表情になり、上質感が出て、木目うまく生かした風合いに仕上げます。



見る角度によって青から緑に色が変化するホログラム仕様。

Business Card for Ribbit

AD/D: YASUFUKU Yusuke
CL: Ribbit
SIZE: W55xH91mm
PAPER: ファンタスハップ 270kg
スペシャルティーズ ホログラム no.761 27kg
MANUFACTURING: 型抜き

特殊紙にUV印刷。何もかも特殊印刷がいいわけではないが、話題性やプレミアム感をデザインに盛り込むことで捨てられない名刺となる。また、裏の名前面は白地に特色1色刷りである。

梅雨CAMP -TO YOU-

AD/D: YASUFUKU Yusuke CL: hikogumi



Business Card 「100 colors」

AD/D: YASUFUKU Yusuke

ビジネスにおいてどうしても埋もれてしまいがちな名刺。デザインにあたって紙面をデザインするのでなく、名刺を渡す行為に概念を拡張して考えた。パパ抜きみたいに渡すと嬉しい。ちょっとした印刷見本にも。



Profile



Director ディレクター

安福 友祐

YASUFUKU Yusuke

メディア掲載情報

2009年9月29日 神戸新聞朝刊「淡河の若者ら祭りを初企画」
第31回 学生設計優秀作品展 作品集
自休自足 vol.35 「ぼくらのセルフビルド」

展覧会, イベント

2011.10 KOBE DESIGN AIRPORT 共同主催
2010.03 淡河町まちづくりシンポジウム パネリストとして参加
2009.11 淡河そら祭り 主催
2008.05 第31回 学生設計優秀作品展 ー建築・都市・環境 出展
2008.03 DIPLOMAXKYOTO'08 出展
2008.02 2007年度立命館大学卒業設計展 優秀賞
2007.06 "color of art" 出展
2006.12 ART LINK「草津展」出展

経歴

1985.12 神戸生まれ
1998.03 神戸市立淡河小学校卒業
2001.03 神戸市立淡河中学校卒業
2004.03 兵庫県立兵庫高等学校卒業
2008.03 立命館大学理工学部建築都市デザイン学科卒業
cott設立

田舎の便利なおっさんに

2007年、ツリーハウスのセルフビルドプロジェクトを行い、2008年にデザイン事務所cottを開業。2009年には少子高齢化のすすむ神戸市北区の農村地域、淡河町にて人、モノを正常に代謝させるための仕掛けとして淡河そら祭りを主催。2010年、2011年は神戸市北区淡河地区まち育てサポーターとして、グラフィック、写真、ウェブ、建築などのクリエイティブな方法論を武器として地域に根ざした活動を続ける。「ちょっと便利な近所のおっさん」であることを目標として、まずは自身がその地域の文脈を受け継ぐ器に。

2011
2010
2009
2008
2007

cott WORKS 2007 - 2011

Focusing on not drawings but on communication.

モノからモノガタリへ。

cott (コット)

〒651-1604 神戸市北区淡河町勝雄605

Tel/Fax: (078)-220-7211

Mail: info@cott.jp

<http://www.cott.jp/>