



Title	ジョージ・ネルソンのオフィス家具デザインにおける特性と変容：新しい空間への視点とデザイン
Author(s)	矢部, 仁見
Citation	デザイン理論. 2015, 65, p. 59-73
Version Type	VoR
URL	<a href="https://doi.org/10.18910/56290">https://doi.org/10.18910/56290</a>
rights	
Note	

*The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

# ジョージ・ネルソンのオフィス家具デザインにおける特性と変容 — 新しい空間への視点とデザイン —

矢部 仁 見

キーワード

ジョージ・ネルソン, オフィス家具, ミッド・センチュリー・モダン・デザイン

George Nelson, Office furniture, Mid-Century Modern Design

1. はじめに
2. 先行研究と本稿の問題意識
3. オフィス家具デザインの背景
4. ネルソンのオフィス家具デザイン
5. おわりに

## 1. はじめに

ジョージ・ネルソン（1908-1986、以下ネルソン）はデザイン史上において一般的に、アメリカのミッドセンチュリー・モダン・デザインを代表するデザイナーとして位置づけられる。その作品群は第二次世界大戦後の1940年代後半から50年代に創出されたもので、明るく軽快な印象を持つデザインとしてその評価は定着している。その後1960年代以降、ネルソン自身の主要な家具デザインの作品はオフィス家具へと移行している。その中には、当時アメリカで特に発展したオープン・プランのオフィスに新しい環境を創り出すことを意図した「革新的アプローチ」<sup>1</sup>としてその当時のオフィス計画の「状況を変えたその始まり」<sup>2</sup>という、ミッドセンチュリー・モダン・デザインの作品群とは別の評価が存在するものがある<sup>3</sup>が、それらは現代のワークプレイス研究における史実上のものとして一定の側面に止まり、デザイン史上ではほとんど取り扱いが見られない。

しかしながら、ネルソンのデザインに関する活動時期は1930年代から1980年代と長く、その活動内容は、当初は建築家として、その後ハーマンミラー社のデザイン・ディレクター<sup>4</sup>、建築・インテリア雑誌等の編集や寄稿及び執筆活動<sup>5</sup>、大学等での教育活動<sup>6</sup>、インテリアデザイン、美術館や博覧会の展示デザイン<sup>7</sup>等、家具デザイン以外にも多岐に渡っている。このことは建築史家ジョン・ハーウッドも指摘<sup>8</sup>するように、当時アメリカで名実ともに確立され始めたインダストリアル・デザイン分野の第二世代のデザイナーの一人とされながらも<sup>9</sup>、他の

本稿は218回研究例会（2014年5月17日、於：成安造形大学）での発表に基づく。

デザイナーとは異なる立ち位置で20世紀中葉のデザインの動向を俯瞰的に観測していたデザイナーであることに繋がっている。そのネルソンの活動後期におけるオフィス家具デザインの特徴を考察することは、モダニズムの終焉が近づき多様な様相を呈し始めたこの時代のデザインの重要な動向の一つを検証するという点において意義が見い出せると考える。

またネルソンの1960年代以降のオフィス家具デザインは、彼の1950年代までのミッドセンチュリー・モダン・デザインの作品群とはその印象を全く異にするものである。一人のデザイナーの作品としてその相違にはどのような意味があるのだろうか。

そこで本稿では、ネルソンのミッドセンチュリー・モダン・デザインからの変遷としての1960年代以降のオフィス家具デザインに新しい評価の可能性を示すことを目的とする。その考察対象として、本格的にオープン・プランのオフィス向けにデザインされた最初の作品である「アクションオフィス1 (Action Office 1)」(1964)と、その後広くアメリカを中心に広まったパネルシステム家具への反駁のデザインとされる「ネルソンワークスペース (Nelson Workspaces)」(1971)を取り上げる。その理由は1960年代以降のネルソンのオフィス家具の中でこの二つのシリーズのみ製品化が実現されており、その他に多数存在するコントラクト・ユースのオフィス家具に比べて製品としての価値があることにより、独自のデザイン思考の現出を見ることができると考えられるためである。この考察では関連するネルソン自身の言説を検討しながらデザインの分析を進めることで、そのデザイン意図を探ることとする。

## 2. 先行研究と本稿の問題意識

ネルソンのオフィス家具デザインに関する論考には、その生涯における活動を分野別に網羅したスタンリー・アバクロンビーによる『George Nelson: The Design of Modern Design』<sup>10</sup> (1995) で一章がさかれており、ネルソンのオフィス家具に言及している。2008年から2009年にかけてヴィトラ・デザイン・ミュージアムで最初に開催された「ジョージ・ネルソン展」のカタログ『George Nelson』<sup>11</sup> (2008) にも、多数の作品の紹介に加え彼のオフィス家具デザインに関してマティアス・リメルの論考が掲載されている。しかしネルソンのオフィス家具を扱うこれらの論考はいずれもその創出にまつわる直接的な背景や単体での機能性を中心としたもので叙述的であり、建築家・インテリアデザイナーでもあったネルソンの当時のアメリカの新しいオープン・プランのオフィス空間の把握とデザインの関連や、それ以前のミッド・センチュリー・モダン・デザインとの関連についての視点が不足している。また、オフィス用を含むネルソンの家具作品の多くを市場に送り出したハーマンミラー社の副社長であったジョン・R・ベリーによる『Herman Miller: The Purpose of Design』<sup>12</sup> (2004) のネルソンの時代のオフィス家具に関する論考では、同社が設立したオフィス関連のリサーチ部門

の責任者であったロバート・プロプスト<sup>13</sup>（1921-2000、以下プロプスト）の功績に重点がおかれ、デザインを担当したネルソンの扱いが極端に少ない。これは1940年代半ばからデザイン・ディレクターを務め多くの作品を発表してきたハーマンミラー社とネルソンの関係が、ネルソンがオフィス家具に取り組み始めた1960年代半ばから、時代背景の変化や最高経営責任者の交代によって次第に疎遠なものになっていったとされることを示していると考えられる。

オフィス家具デザインに関する論考はないが、広くネルソンを扱った論考については前述のものも含め表1にまとめた。また前章で述べたようにワークプレイス研究領域の論説の中でもその名は挙げられるが、デザインそのものに関する論述は見当たらない。このような先行研究を概観すると、ネルソンのオフィス家具デザインの位置づけやその視点に関する考察が十分に

表1 ネルソンに関する主な先行研究のまとめ（年代順）

年	著者：論考名・著書名	概要	ネルソンのオフィス家具に関する論考
1957	Enzo Fratelli: "The World of George Nelson"	住宅を中心とした建築作品についての論述	無
1995	Stanley Abercrombie: George Nelson: The Design of Modern Design	ネルソンの活動・作品・著作に関する分野別の詳しい論考	有 9章 "The Office" でオフィス家具とオフィス計画に関する論考が有る
2003	Michel Webb: George Nelson	主に1950年代までの家庭向け家具類を中心としたネルソンの活動の概要	無 (一部のみの記述でほとんど言及されていない)
2003	渡辺力：ハーマンミラー物語	ハーマンミラー社とそこで活動したデザイナーの活動歴・作品紹介 ネルソンの章では経歴や家庭向け家具に関する著述	無
2004	Jhon R. Berry: Herman Miller: The purpose of Design	1930年代から現在に至るまでのハーマンミラー社の活動と製品について	無 (一部のみの記述でほとんど言及されていない)
2008	Mathias Remmele: George Nelson, Vitra Design Museum	ネルソンの活動・作品の写真・リストと主な活動分野をテーマとした論述	有 "Function and Emotion: Concepts for the Modern Office" でオフィス家具とオフィス計画に関する論考が有る
2008	Jhon Harwood: "The Wound Man: George Nelson and the "End of Architecture" "	第二次世界大戦後の時代背景に視点を置いたネルソンの論考の分析と考察及びその考察におけるネルソンのデザイン界での位置づけについて	無 (一部のみの記述でほとんど言及されていない)
2009	Craig M. Vogel: "Notes on the evolution of design thinking: A work in progress"	経営学的見地でのネルソン及びイームズのオフィス家具の功績について	無 (デザインに関しては言及されていない)

なされてきたとは言い難い。そこで本稿ではこのような問題意識のもと、アメリカの20世紀中葉におけるデザイン界の様相とオフィス空間の新しい流れとの関連において、ネルソンのオフィス家具デザインを分析し、さらに彼自身の言説を通してそこに目指されたものを明らかにしたい。

### 3. オフィス家具デザインの背景

本稿ではオープン・プラン・オフィスに対応することが想定されたオフィス・システム家具を「オフィス家具」と呼称し、ネルソンが1960年代以降に取り組んだものを次章で詳細に分析する。本章ではまず、ネルソンの言説からそのデザインに少なからず影響を及ぼしたと考えられる、この時代のオフィス計画に関連する事象やデザイン界の様相を整理し、デザインの背景としての意味を考察する。

#### 3-1. アメリカの商業オフィス建築特有の発展

まず19世紀後半からアメリカの都市において商業オフィス建築がその立地と経済性から合理化・高層化したことが特有のオフィス空間の出現に関連し、オフィス家具デザインに大きく影響したことを指摘する必要がある。そのオフィス空間は、合理的な平面計画によって間口方向だけでなく奥行き方向にも広がりを持つワンフロアの大きい一室空間となり、その広さや均質性は、家具をその空間の持つ固有性とは無関連のものにしていった。ネルソンはこの新しい商業オフィス建築について、「透明性が機能と美の要素となっており伝統的芸術の要素は少なくなっている。そこでは家具も、照明や空調、電気と同じく一つに集約されたものでなく網状の組織のような存在になっていくだろう（筆者訳）」<sup>14</sup>と述べている。この言説からはネルソンのデザイン思考に、家具を個としての審美的なオブジェでなく空間を構成する要素とし、集合としての役割や、網状の構造を持つ組織といった概念的な見方が出現していたことがうかがえる。

#### 3-2. オフィスレイアウトの新しい概念「オフィス・ランドスケープ」の出現

さらにもう一つの背景として、1950年代末のドイツのクイックボナーチームによる「オフィス・ランドスケープ」の提唱がある。それまでのオープン・プラン・オフィスは「ブルペン・オフィス」と呼ばれる、従来の個人向けの執務用デスクが一定方向に規則的に配列されたものが主流であった<sup>15</sup>（図1）。その時代に発表された「オフィス・ランドスケープ」とは、デスクの配置を人の関連性として、工場でのライン生産方式の製品の流れのように情報の流れを科学的に分析してレイアウトに直接反映させるという全く新しいオフィスのあり方<sup>16</sup>であり、

1960年代以降世界に広まる。特にアメリカにおいてこの概念は、前述の高層建築の増加に伴い、オフィスでの知的生産性向上への解決方法としてブルペン・オフィスに替わるオフィスレイアウトが生み出され、定着することに多大な影響を与えている<sup>17</sup>。



図1 1950年代の「ブルペン・オフィス」の例

そのレイアウトはオフィス全体のコミュニケーションの構造を構成することであり、その構成要素として

のオフィス家具が、さまざまな問題解決に担う役割は大きかった。そのためオフィスワーカーを対象に問題点やニーズを調査する等のリサーチにもとづく新しいオフィス計画を含めた家具デザインが、家具メーカーによって行われ始めたのもこの時代である。

ネルソンは、後年の著書『George Nelson on Design』（1979）の中で、この概念をオフィス計画の歴史の中で革新的な事象の一つとしており、「これはインテリアデザインでもインテリアデコレートでもなくプロセスである（筆者訳）」<sup>18</sup>と述べている。このプロセスという言葉は、オフィス空間で進行している動的な状況を示している。これは「断片的に1970年代から発展させられてきている「場」の概念」<sup>19</sup>に関連する「空間から場への進化のプロセス」<sup>20</sup>と捉えることができる。そのように考えるとこの「オフィス・ランドスケープ」の考えの出現は、ネルソンにそれまでの静的な美的形態表現だけではない新しいデザインの価値への重要な示唆をもたらしたことが推測される。

### 3-3. 当時のモダン・デザインに対する受容の様相への批判

ネルソンの1960年代以降の家具デザイン活動の対象は、それまでの家庭向けのものからオフィス家具にほぼ移行している。そこにはこの時代に、デザイン・ディレクターを務めていたハーマンミラー社が市場の動向によって家庭向け家具からオフィス向け家具に方向性を転換した事情<sup>21</sup>が関連するが、1950年代後半から同社の立場以外でも多くのオフィス家具デザインを行っており、その取り組みはネルソンの新しいデザインへの意欲を示している。それは次章で具体的に考察するオフィス家具、アクションオフィス1の発売時にニューヨーク・ヘラルド・トリビューン紙に発表されたネルソンの短いコメント、「これらは単なるデスクやファイルキャビネットではない。生き方（way of life）なのだ。（筆者訳）」<sup>22</sup>にも見ることができる。

当時のアメリカにはヨーロッパのような長い歴史に根源を持つ伝統の代わりに、理想的生活の質を文化とし、そこに価値やステイタスを見出す豊かなライフスタイルが、「American way of life」という言葉とともに、アメリカの文化であると広く認識される社会的背景があった<sup>23</sup>。ネルソンがここで使った「way of life」にも、そのような自国のデザインとしてのあり

方を強く意識する意味合いがあったと考えられる。さらに言えば、1930年代後半ごろから一般に認識されるようになったとされる<sup>24</sup>この言葉が1960年代にあらためて使われることは、自国のデザインのあり方を新しく再提示しようとした意欲と読み取ることができよう。それは、ミッドセンチュリー・モダン・デザインの家具類が真に大衆社会に受け入れられなかったことを経ての再提示なのである。

ミッドセンチュリー・モダン・デザインは1940-50年代にヨーロッパを起源とするモダン・デザインの流れに、当時代のアメリカの新素材・新技術を結びつけることで現代性の表現として創出された。しかしそれらは直ちに大衆社会の中で一種のスタイルとなり消費の記号となる。その様相をネルソンは自身の論説の中で、「モダン・デコレーション」と呼び、「その受容は真のモダン・デザインの理念の受容ではない」<sup>25</sup>と批判する。この反論的事象がネルソン自身における次なるモダン・デザインの創出すなわち、アメリカの現代性の創出としてのオフィス家具デザインへの意欲的な取り組みに繋がったのではないかと考えられる。

#### 4. ネルソンのオフィス家具デザイン

本章では、ネルソンの二つのオフィス家具デザインを関連する言説とともに分析する。そのデザインの特徴はミッドセンチュリー・モダン・デザインとは全く異なるものであるが、1960年代から70年代においても大きく変容している。その変容の意味を含め考察を行う。

##### 4-1. アクションオフィス1 (1964)

「アクションオフィス1 (Action Office 1, 以下 AO1)」とはネルソンのデザインでハーマンミラー社から1964年に発表されたオフィス家具シリーズ (図2) の名称である。オープン・プランのオフィス計画のコンセプトをもとにデザインされた家具においては先駆のものとして、当時のアメリカ国内ではオフィスに新しい環境をもたらす画期的な提案として当時さまざまなメディアから評価を受け<sup>26</sup>、二つの賞も受賞している<sup>27</sup>。

この家具シリーズの開発にあたり、ハーマンミラー社は1960年にプロプストを代表とするリサーチ部門を設立し、デザインのコンセプトが検討された。その概要は個人のプライバシーという心理的なニーズや、社内コミュニケーション・知的生産性の向上に対応する身体的なニーズを人間工学的に解決できるものとするものであり<sup>28</sup>、そのコンセプトをもとにネルソンが具体的なデザインを行った。AO1がそれまでの個人向けオフィス用家具と大きく異なる点として、(1)立位や座位、プライバシー確保等、基本的な使い勝手や寸法・形状の全く違うデスクが展開されていること (図3)、(2)当時の広告写真 (図2・4) に共通して見られるように、それらが一人のスペースを扇形に囲い込むように配置され、必要に応じてデスクを変えるよう



図2 アクションオフィス1  
(広告写真)



図3 アクションオフィス1のデスク類



図4 アクションオフィス1 (広告写真)

なオフィスでの新しい行動のあり方が提示されていること、(3)それまでの一般的な袖付き執務デスクには見られない軽快な特徴的形態、がある。(1)と(2)の二点については、作成されたコンセプトの内容<sup>29</sup> やプロプストのその後のオフィス計画に関する著書の内容<sup>30</sup> から見て、リサーチ部門にそのデザインのイニシアティブがあったと判断できる。またネルソンのオフィス計画の変遷についての論考の中にもこの点についての記述は見当たらないことから、ネルソン独自の発案でなかったと推測できる。しかし(3)については、ネルソンの独自性であると考えられる<sup>31</sup>。家具を通して新しいオフィス計画を提案するという画期性を視覚的に表現したことは、ネルソンがAO1に対して果たした重要な意義であった。

そのAO1の軽快な特徴的形態を印象づけるのは、デスク類や書架ユニットに共通するアルミダイキャスト磨き仕上の脚部の強い存在感と、部材の構成のあり方である(図5)。ブラケットとベースが一体となった脚部の全面表しという一見合理的に見えるデザインは、直裁な構造の表現という枠組みにおいてヨーロッパを起源とするモダニズムが基底にある。しかしその脚部は天板や棚板の重さを直接受ける部位からずらされ、側面にその形態が際立つようにセットされている。また、白・青・グレー等明るい色の展開を持たせたラミネート張りパネル・木製パネル・アルミという異素材のカラー



図5 アクションオフィス1

ージュのような構成は、ある種の絵画的美意識を感じさせ、ミッドセンチュリー・モダン・デザインに連関を持つ表現を見ることが出来る。先のモダン・デザインを視覚的に継承する幾何学的形態をベースとしながら、そこに新素材や新技術・明るい色彩等の軽快さを加味することで特有の印象がもたらされるミッド・センチュリー・モダン・デザインは当時代のアメリカの現代性を表現するための修辞としてのモダン・デザインといえる。ネルソンはその代表的デザインを創出していたデザイナーであり、この1960年代初期に発表されたAO1のデザインの形態

の操作においてもそのような修辭的表現が選択されることは、自然であろう。

さらに図2や図4で示した広告写真にはこの時既にハーマンミラー社から出ていたイームズの名作椅子「アルミナムチェア」が組み合わされている。同じミッドセンチュリー・モダン・デザインの表現にそのデザインの根底を持つこの椅子のアルミダイキャストフレームのソリッドで滑らかな曲線と光沢がAO1のその脚部に共鳴し、その表現はさらに強調されているのである。

しかし、ネルソンは前章で述べたように、既にミッドセンチュリー・モダン・デザインの受容の様相を批判している。そのことから考えると、新しい時代のオフィス計画の画期性を示そうとしていたAO1の特徴的な形態は、前述のような修辭的表現としてのデザインだけではなくたと考えられる。そこに空間への視点があったのではないだろうか。ネルソンは家具デザイン以外に、数多くの建築設計やインテリアデザインを行っている。その経験は、当時一般的であったブルペン・オフィスの均一な規則性のあるものに比べ、まだこの時点で先例のなかったAO1のようなオフィス家具の実際のレイアウトが招く無秩序にも見えるオフィス空間の眺めを予測させるであろう。さらにそのような空間でのこの脚部の意味が、ネルソンの論説の中の彼自身の視点から浮かび上がってくる。その一つは『新しいサブスケープ (The New Subscape)』と題されたものである。「サブスケープ」とはネルソンのこの論説での造語で、室内空間を家具の脚の高さで見たときの眺めを称しており、そこでは「ルイ15世様式のような装飾性はないが、バウハウスを起源とする金属パイプの脚が林立する現代空間のサブスケープの最も新しい特徴は広くオープンな空間となっていることである。(筆者訳)』<sup>32</sup>と述べられている。この論説から、ネルソンに複数の家具の脚部がつくり出す空間の広がりに着目する視点があったことがわかる。

さらにもう一つの論説は、デザイナーや建築家に向けて視野の拡大の必要性について述べた講演の内容を後日自身でまとめたものである。ここでは画家ジャクソン・ポロック (1912-1956、以下ポロック) の代表的なドリッピング技法絵画の一部がスライド画像として取り上げられ (図6)、「このポロックの絵の中の「カオス」は、拡大写真においては「オーダー」となる (筆者訳)』<sup>33</sup>という文章が付されている。このポロックの絵画を例にとった視点はネルソンの他の論説でもどのようにデザインを見るかという論点において繰り返し述べられている<sup>34</sup>ことから、ネルソンにとって重要なものであった。ここでは「カオス」即ち無秩序の中の「オーダー」即ち秩序という概念的な構造への視点がネルソンに存在していたことが示されている。

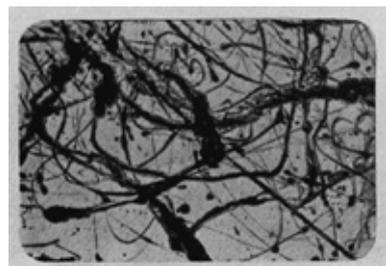


図6 スライドに使われたポロックの絵画の部分

「オーダー」はギリシャ建築の列柱のイメージにも重ねられるような言葉である。それが不規則なレイアウトの無秩序とも見える空間の中に秩序をもたらす役割としての AO1の脚部なのである。このように考えると、美しいがともすれば過剰ともいえる脚部が強調された AO1のデザインは、単体としてはミッド・センチュリー・モダン・デザインの修辭的表現を残しながらも、ネルソン独自の視点において、その表現自体が空間に概念的な秩序を与えるという、新しい視点でのデザインに進展したものであったことがいえるであろう。

#### 4-2. ネルソンワークスペース (1971)

前節の AO1は多くのメディアに賞賛されたが、商業的には成功しなかった<sup>35</sup>。ハーマンミラー社はその4年後にネルソンをそのデザインから外した「アクションオフィス2」(以下 AO2) (図7) を AO1とは異なるパネルシステムでのオフィス家具として発表した。こちらも広いオープン・スペースでの前例のないレイアウトの難しさが一因となって市場においてすぐには動き出さなかったが、アメリカに増加するオープン・プラン・オフィスへの当時代の最適な解答として他社から同じようなものが売り出され始める等徐々に浸透し、アメリカのオフィス計画においてブルベン・オフィスの時代を塗り替えるものとなった。



図7 アクションオフィス2 (1968)

ネルソンはその後の自著『George Nelson on Design』(1979)において、この AO2をオフィス計画の変遷の中の重要な転換点と認めたうえで、その結果大きく広まったパネルシステムによってもたらされたオフィス環境に対し、人の身長程の高さのパネルが個人スペースの占有感を確保する一方で、迷路のような場や閉鎖的で単調な環境をつくっていると異議を唱えている。1971年に始まった「ルーテル扶助協会 (the Aid Association for Lutherans)」<sup>36</sup>の新しいオフィスビルのプロジェクトでハーマンミラー社を離れて開発した新しいシステム・オフィス家具である「ネルソンワークスペース (Nelson Workspaces, 以下 NW)」(図8) はそのような背景のもとで発表された。この NW はネルソンの家具デザインの作品としてほぼ最後のものであり、これを自らのオフィス家具デザインの集大成としている。



図8 ネルソンワークスペース

NW に対する先行研究の評価は、レンメルにおいては自立する約80cm程度の低いL型パネルを基本構

造にすることでパーソナル・スペースを緩やかに規定しながら可変性や空間への見通しを持ち、その代わりに物理的に減少する個人スペースの占有感をタスク照明・プランター等の個人的なエレメントをコントロールできるという心理的な作用で置き換えたデザインであることを重要な点とし<sup>37</sup>、アバクロンビーにおいても、単体の機能性への言及<sup>38</sup>に終始している。

しかしNWのデザインが持つ意味はそれだけではない。本稿では、同じオフィス家具として前節のAO1からの流れとして見たとき、デザインの特長自体が全く異なるものとなっていることに着目したい。NWにはAO1の脚部のような修辭的表現といった美的な特長が見られず、平凡ともいえるような印象のものとなっているのである(図9)。その完成形もユーザーの自由な選択にまかされ、推奨されるレイアウトも示されていない。これは、このデザインの意図が、デザイナーの美的な形態の表現や単なる機能性の提示にあるのではないということである。そこでネルソンの1970年代の著書『George Nelson on Design』(1979)の「The Office Revolution」と題された、オフィスに関連するデザインについて広く見解を示している章を挙げる。その中でネルソンは自ら1947年にデザインした「Lシェイプデスク」(図10)を取り上げ、伝統的な木製の両袖付き執務デスクが主流の時代において、これが後のオフィス家具の画期的な出発点であったとし、その画期性とは、この著書からほぼ30年前既にここにワークステーション、即ち作業環境の整った仕事の間というものが創出されていたことだと述べている。つまり、後のオフィス家具であるNWのデザインの価値が美的形態でなく、L型で囲まれたスペースで家具が人と関係を持つという、前述の「間」の創出のデザインにあることをネルソン自身がここで再確認しているのである。

さらにこの論説の中では、この著書が刊行された70年代終盤でのオフィス計画の問題が、家具や空間プランニングだけではなく電子機器やそれらを使った情報伝達等、多様な事象に拡大していることが語られているが、注目すべきはそこに1950年代までのネルソンの論説には見られなかった人間環境という言葉が重要なキーワードとして出現していることである。このことも、NWでは家具と人が意味のある関係を持つことがそのデザインの価値であり、さ



図9 ネルソンワークスペース



図10 Lシェイプデスク(1947)

らに単体だけでなく現実的な空間での集合として相互に関係を持つことに、そのデザインの意図があることを示している。その関係はまさに「空間から場への進化のプロセス」<sup>39</sup>である。言い換えると、ネルソンが異議を唱えたパネル・システムのオフィス家具と違い、自立するL型が作り出す緩やかなパーソナルスペースの形成や、全方向とのコミュニケーションが可能なパネルの低さ、会話のきっかけや空間に安らぎを与えるプランター等は、人と空間に向けた場の装置としてのデザインだといえるだろう。

ここではオフィスという空間を人間環境という現実的な空間への視点で捉えたデザイン思考によって新しいデザインに進展したことが明らかとなった。一見平凡な印象のデザインであるが、そこに当時代の一つの重要なデザインの流れを見ることができると考えられる。

## 5. おわりに

以上ネルソンの活動後期のオフィス家具デザインにおける特性とその変容を彼の言説とともに考察した。そのデザインには、先のミッド・センチュリー・モダン・デザインに連関を持つ修辭的表現だけでなく概念的な空間への新しい視点の出現があった。その後、その視点は現実的な空間に向けられ、そのデザインの価値が、家具と人とが意味のある関係を持ち、「空間から場への進化のプロセス」<sup>40</sup>に置かれることで、そのデザインに大きな変容をもたらした。それはデザインのあり方が、美的な形態表現が意図された静的なオブジェから、豊かな人間環境創出のための動的な装置へと変容したと言い換えることができる。その背景には、当時代において発展した新しい建築空間のあり方やオフィス・ランドスケープの概念の出現があり、このようなデザインの変容をもたらした空間への新しい視点に関連している。

また、先のミッドセンチュリー・モダン・デザインの当時における受容はモダン・デザインの真の受容ではないと厳しく批判したネルソンにとって、新しい空間への視点をもとにしたオフィス家具デザインへの取り組みは、当時代における自国の現代性、即ちアメリカの真のモダン・デザインの表明への新しい意欲であった。そのため、ミッドセンチュリー・モダン・デザインを創出した他のデザイナー達が1960年代以降他の活動へ移っていく<sup>41</sup>中においても、ネルソンは次なる時代のデザインを創出しようとしたのであろう。

本稿で取り上げたネルソンのオフィス家具デザインにおける特性と変容の考察は以上のように、当時代におけるデザインの変遷の一つの流れを明らかにするという点において意義を見出すことができた。さらにこの流れを明瞭にするには、ネルソンの前半期の作品群であり一定の評価のあるミッド・センチュリー・モダン・デザインの作品群についても、あらためて分析しその意味を考察する必要がある、今後研究を進めたい。

## 註

- 1 平井康之：「インクルーシブデザインとワークプレイスプロダクティビティ」, 建築雑誌, 2007-7月号, p.24参照ここでは「1960年代, ロバート・プロプストやジョージ・ネルソンによるアクションオフィスのような革新的アプローチのオフィス観には, ワーカー民主主義的アプローチがあった」と取り挙げられている。
- 2 松成和夫：「オフィス計画の変遷とワークプレイス」, 建築雑誌, 1997-4月号, p.34参照
- 3 多木浩二：『視線とテキスト』, 青土社, 2012, p.440 (初出は『SD』1971-1月号)  
ここではネルソンのアクションオフィスは「情報処理の方法を軸にしたある種の行動の様式が, そのデザインが生まれてくる環境の構造を決めている。」と扱われている。  
また, ネルソンが当時のオフィスビルの合理的なアプローチと同様にそのインテリアランドスケープをシステムデザインによって創り出すことでハーマンミラー社を成功に導いたという記述が以下の論考にある。  
Craig M. Vogel: “Notes on the Evolution of Design Thinking:A Work in Progress” Design Management Review, 2009
- 4 就任期間は1945-1972であるが, 1960年代後半からはハーマンミラー社 CEO の交代や時代による市場のニーズの変化もあり, 就任当初の関係性は疎遠なものに変わっていったとされる。
- 5 雑誌として *Architectural Forum*, *Fortune*, *Interiors*, *Design Journal*, *Industrial Design*, *Interior Design*, *Holiday*, *Domus* 等。主な著書として, *Tomorrow's House*, Simon & Schuster, 1945, (共著) / *Living Spaces*, Whitney Publications, 1952, / *Chairs*, Whitney Publications, 1953, / *Display*, Whitney Publications, 1953, / *Strage*, Whitney Publications, 1954, / *Problems of Design*, Whitney Library of Design, 1957, / *Industrial Design*, Voice of America Forum Lecture Series, 1960, / *How to see: Visual Adventures in a World GOD Never made*, Little, Brown, 1977, / *George Nelson on Design*, Whitney Library of Design, 1979, 等。
- 6 Yale University, Michigan University, Columbia University School of Architecture, Harvard University, MIT 等。
- 7 代表的なものとして「アメリカ博覧会 (USIA nuclear energy exhibition for Moscow)」
- 8 Jhon Harwood: “The Wound Man: George Nelson and the “End of Architecture” ”, *Grey Room*, 2008-31号, The MIT Press, p.92
- 9 レイマー・ドッド他, 森圭一・上昭二訳：『現代アメリカの視覚芸術』, ダヴィッド社, 1963の13章参照。
- 10 Stanley Abercrombie: *George Nelson: The Design of Modern Design*, The MIT Press, 1995
- 11 Mathias Remmele: “Function and Emotion: Concepts for the Modern Office”, *George Nelson*, Vitra Design Museum, 2008
- 12 Jhon R. Berry: *Herman Miller: The purpose of Design*, Rizzoli, 2004
- 13 Robert Propst (1921-2000). 1960年にハーマンミラー社のリサーチ部門に就任し主にパネルシステム

によるオフィス用家具アクションオフィスのコンセプトを創案したとされる。

- 14 George Nelson: "The Enlargement of Vision" *Problems of Design*, Whitney Library of Design, 1957, p. 71 (初出は雑誌 *Interiors* に掲載)
- 15 松成和夫:「オフィス計画の変遷とワークプレイス」, 建築雑誌, 1997-4月号, p. 34
- 16 ランドスケープとはそもそも、自然や建築等の諸要素が形成する屋外の景観もしくはその形成が第一の意味であるが、その言葉が室内のような新しい対象に使われる事象は、ほぼ同年代に出版され、当時の芸術家やデザイナーに大きな反響を巻き起こしたとされるジョージ・ケベッシュの著書『ニュー・ランドスケープ』1956に出現している。
- 17 岸本章弘:『NEW WORK SPACE 仕事を変えるオフィスのデザイン』, 弘文堂, 2011, p. 166
- 18 George Nelson: "The Office Revolution" *George Nelson on Design*, Whitney Library of Design, 1979, pp. 154-155
- 19 野口企由:「「場」の概念と茶の環境 — 現代デザインへの射程 —」, 『茶の湯文化学』6号, 茶の湯文化学会
- 20 同上
- 21 アーサー・J・ブーロス, 永田喬訳:『現代アメリカデザイン史』, 岩崎美術社, p. 90, 1991. ここで、1960年代にはいり、ハーマン・ミラー社と同様にモダン・デザインの家具を製造販売していたノル社も家庭からオフィスにその関心を転換し始めたとある。
- 22 Stanley Abercrombie: *George Nelson: The Design of Modern Design*, The MIT Press, 1995, p. 213
- 23 Allan Bloom, 官野盾樹訳:『アメリカン・マインドの終焉』, みすず書房, 1988, pp. 147-153
- 24 奥出直人著:『トランスナショナル・アメリカ』, 岩波書店, 1991, pp. 121-124
- 25 George Nelson: "Modern Decoration" *Problems of Design*, Whitney Library of Design, 1957, (初出は雑誌 *Interiors* に掲載) (筆者訳)
- 26 Stanley Abercrombie: *George Nelson: The Design of Modern Design*, The MIT Press, 1995, p. 211
- 27 二つの賞とは, "Alcoa Industrial Design Award" と "International Design Award Program, American Institute of Interior Designers" である。
- 28 Mathias Remmele: "*Function and Emotion: Concepts for the Modern Office*", *George Nelson*, Vitra Design Museum, 2008, p. 159
- 29 Jhon R. Berry: *Herman Miller: The purpose of Design*, Rizzoli, 2004, pp. 122-125
- 30 Robert Propst: *The Office: A facility based on change*, The Business Press, 1968, pp 42-56
- 31 Mathias Remmele: "*Function and Emotion: Concepts for the Modern Office*", *George Nelson*, Vitra Design Museum, 2008, p. 160. ここでレンメルは、AO1に似たデザインが既に見られると指摘している。
- 32 George Nelson: "The New Subscape" *Problems of Design*, Whitney Library of Design, 1957, pp. 194-200 (初出は雑誌 *Interiors* に掲載)
- 33 George Nelson: "The Enlargement of Vision" *Problems of Design*, Whitney Library of Design, 1957,

p. 68 (初出は雑誌 *Interiors* に掲載)

- 34 George Nelson: *How to see: Visual Adventures in a World GOD Never made*, Little, Brown, 1977, pp. 20-23
- 35 Stanley Abercrombie: *George Nelson: The Design of Modern Design*, The MIT Press, 1995, p. 213
- 36 1971年アメリカ・ウィスコンシン州アップルトンでの延べ24,000m<sup>2</sup>の新築オフィスビル・プロジェクトである。
- 37 Mathias Remmele: "Function and Emotion: Concepts for the Modern Office", *George Nelson*, Vitra Design, p. 163
- 38 Stanley Abercrombie: *George Nelson: The Design of Modern Design*, The MIT Press, 1995, p. 220
- 39 野口企由: 「「場」の概念と茶の環境 — 現代デザインへの射程 —」, 『茶の湯文化学』 6号, 茶の湯文化学会
- 40 同上
- 41 1960年代以降においてチャールズおよびレイ・イームズは展覧会プロデュース・フィルム制作・教育活動が主になっていく。また, ハリー・ベルトイアもダイヤモンド・チェア等を発表後本来の彫刻家活動, エーロ・サーリネンも建築家活動に専念している。

#### 図版出典

- 図1 Alan Murray: *The Wall Street Journal Essential Guide to Management*, 2010, [online.wsj.com](http://online.wsj.com)
- 図2 Stanley Abercrombie: *George Nelson: The Design of Modern Design*, The MIT Press, 1995, p. 214
- 図3 *George Nelson*, Vitra Design Museum, 2008, pp. 274-275
- 図4 Jhon R. Berry: *Herman Miller: The purpose of Design*, Rizzoli, 2004, p. 116
- 図5 Stanley Abercrombie: *George Nelson: The Design of Modern Design*, The MIT Press, 1995, p. 215
- 図6 George Nelson: *Problems of Design*, Whitney Library of Design, 1957, p. 68
- 図7 Jhon R. Berry: *Herman Miller: The purpose of Design*, Rizzoli, 2004, pp. 118-119
- 図8 *George Nelson*, Vitra Design Museum, 2008, p. 164
- 図9 Ibid, p. 276
- 図10 Ibid, p. 156

