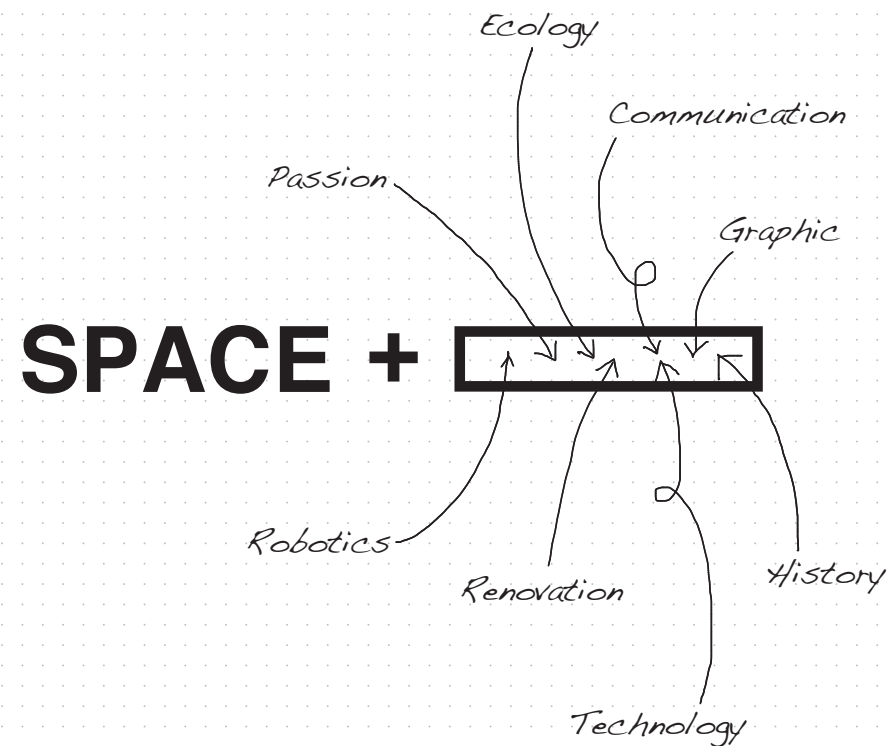


# design kit

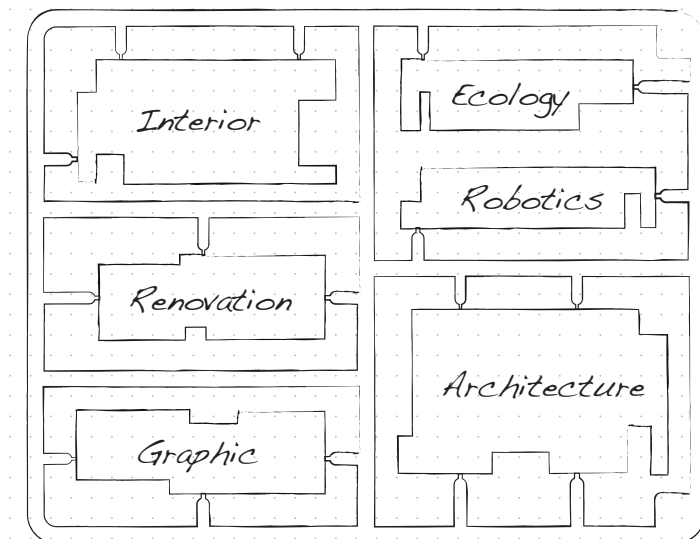
*NoteBook*



空間にさらなる価値と革新を

Corporate philosophy (企業理念)

多様なピースを丁寧に組み上げるように



我々を取り巻く空間は既に様々な先端技術や環境技術などが溶け込み  
生活におけるテクノロジーと空間の共存はさらに加速してゆくと考えられます。

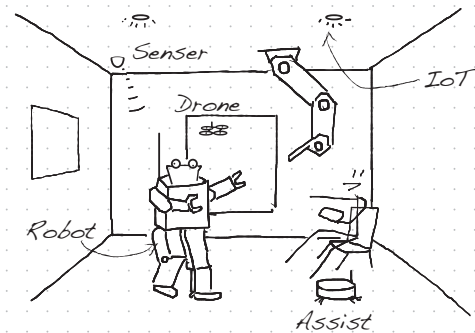
空間デザインとロボティクス・テクノロジー・エコロジーなど  
分野の境界を横断しながら、丁寧にデザインを組み立ててゆくこと  
それが私達の仕事です。

## Service (業務内容)

### SPACE + ROBOTICS

#### 〈自動化・空間知能化〉

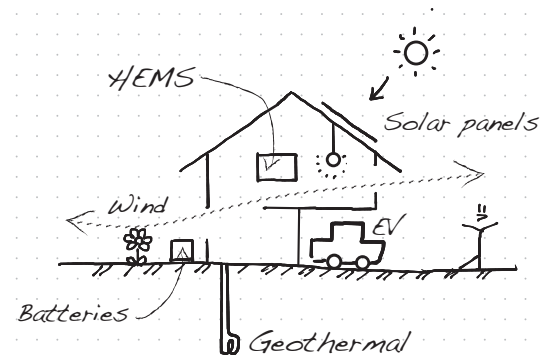
人口減少による労働力不足・潜在成長力の低下が懸念される中、建築空間においてもロボティクス・人工知能・テクノロジーの活用による自動化に向けた変化が必要な時代になりつつある。人々の暮らしを便利で快適にするとともに、より人手をかけずにサービスを提供することで採算性の高い事業を実現するための空間を提案します。



### SPACE + ECOLOGY

#### 〈省エネルギー化・採算性向上〉

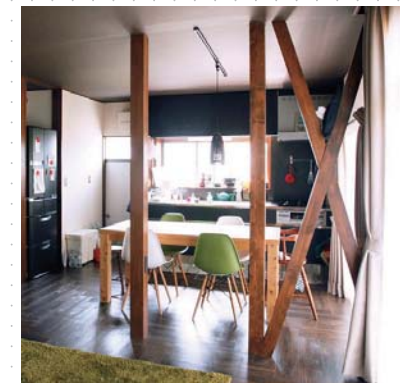
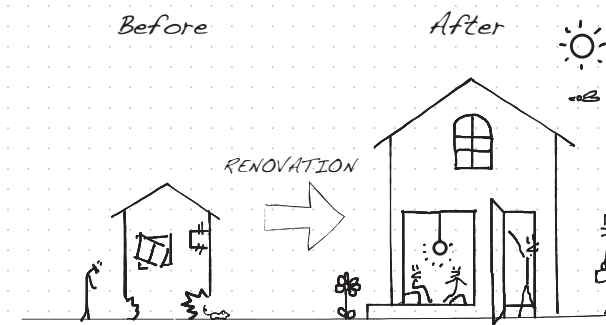
省エネ機器の導入や再生可能エネルギー利用の図り、住宅・建築物における省エネルギー化を促進する流れは今後一層加速してゆくことでしょう。住宅の省エネルギー化はもちろんのこと、光熱費削減による事業採算性の高い建築物の実現をお手伝い致します。



### SPACE + RENOVATION

#### 〈建築再生・リノベーション〉

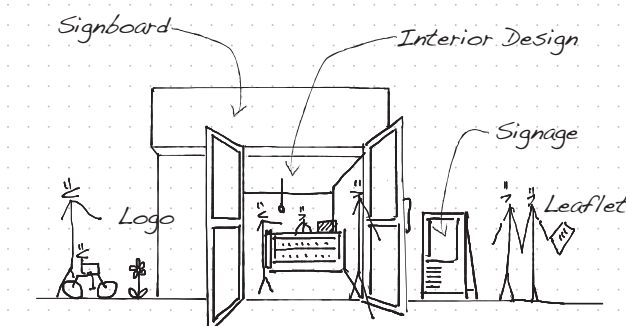
建築のリフォームやリノベーションはもちろんのこと、老朽化によって資産価値が低減したオフィスビルやマンションにおいても、構造躯体の耐震性強化・設備機器の更新・断熱性能向上などを施すことにより、既存の建築物をまったく新しいデザインと用途を持った建物に生まれ変わらせることを可能にします。



### SPACE + GRAPHICS

#### 〈デザイン統合・ブランディング〉

空間からグラフィックに至るまで、デザインを統合的に行うことによって、理念の明確化、スタッフの意識向上、企業全体の一体感、さらにはイメージの一新、価値の創造、売上アップなどを目指します。



## Works

(実績紹介)

## Index

- 07 Hen na Hotel
- 11 Oohori Koen Heights
- 15 timeless wardrobe
- 19 button city
- 21 machizukuri library
- 25 kitchen house
- 29 ie <press preview>
- 31 Sante' Solaire
- 33 picnic room #810
- 37 THUMAMIYA 7.14
- 39 Torimanmi
- 41 Brasserie 2plats
- 43 for R clinic



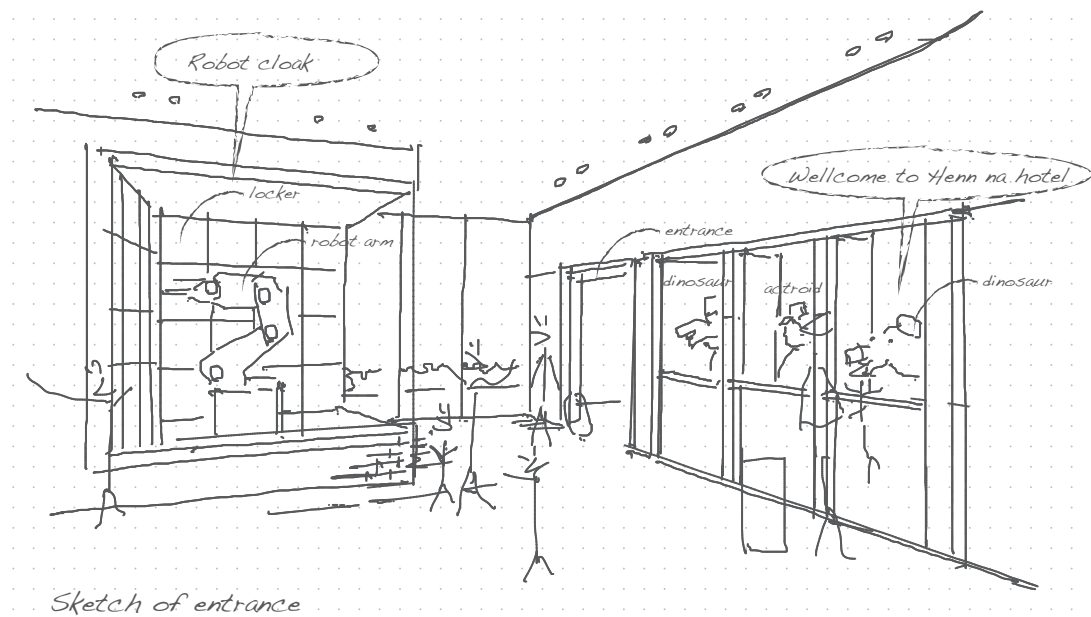
# Henn na Hotel

変わり続けることを約束するホテル

2015 . 7  
for HUIS TEN BOSCH Co., Ltd  
Hotel / Sasebo, Nagasaki

「変なホテル」は先進技術を導入した世界初のホテル。  
効率化のために導入した先進技術と環境にも配慮した現代的でスマートな設備によって、「滞在の快適性や楽しさ」と「究極の生産性」を両立することが求められた。  
人口減少による労働力不足が懸念される中で、ロボティクスを始めとする先端技術が人間と共存する未来は近づいてきている。  
技術の進化と共に、建築空間の求められる変化を予感させる実験的なプロジェクトである。

Incorporating advanced technology, Henn-na Hotel is the first hotel of its kind in the world.  
The smart, modern facilities are not only environmentally friendly, but also add to the fun and comfort of stay.  
There are concerns that the depopulation will invite labor shortages in service industries, and The future that robot coexisting with human being is clearly approaching.  
This hotel is a technical development and demonstration test that indicates significant innovation of architectural space which changed the style of living, Advancing Technology.







## Ohori Koen Heights

デニムみたいな住み心地

2015 . 10  
for Fukuoka Jisho Co., Ltd.  
Renovation/Hakata, Fukuoka

中古マンションのリノベーション。

築40年以上のマンションは、もはやビンテージの風格を醸し出している。

古さの価値を楽しみながら気軽に着こなせるデニムジーンズのように、肩肘貼をはらない居心地の良い空間を目指した。

様々なコーディネートにフィットするデニムのように、住み手の好みや志向をゆったりと受け止める包容力のある住空間になることを期待した。

Renovation for used apartment:

The 40 yeas old - apartment creates vintage atmosphere now.The concept is to create the casual and relaxing space like the vintage denim jeans that we appreciate and wear casually.

As if to coordinate clothes with denim easily, We intended to create the broad-minded space that accept the taste and intention of the inhabitant.







## timeless wardrobe

動く嫁入りダンス

2014 . 07  
for Sanyo Shokai, Ltd.  
Pop-up store

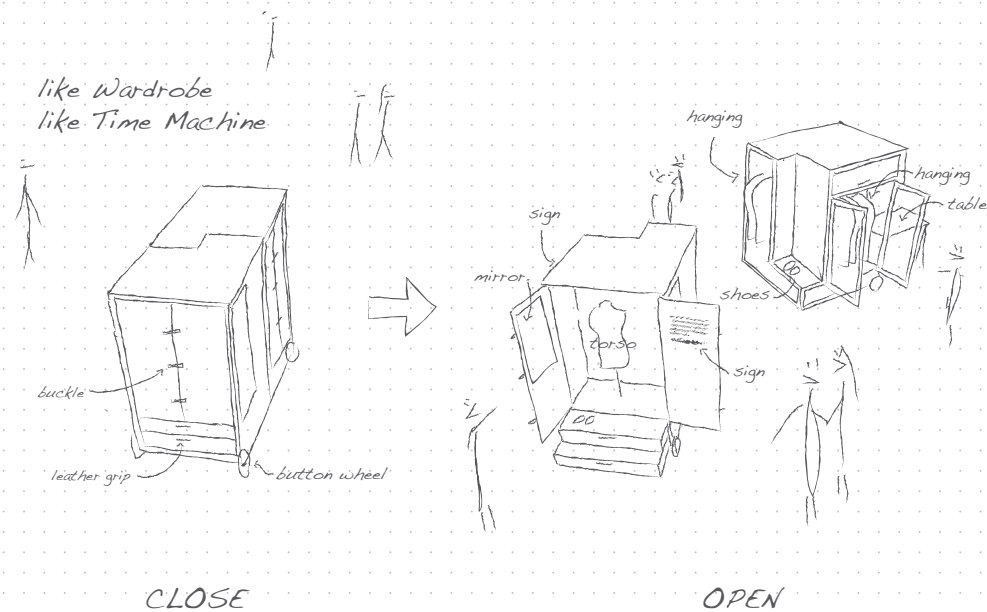
### 移動型アパレルストアの提案

アパレルメーカー三陽商会が策定した『TIMELESS・WORK. ほんとうにいいものをつくろう。』のタグラインに基づいて、何度も繰り返し使い続けることができる店舗ユニットを開発。大事な衣服を大切にしまっておくための器でありながら、母から娘へ受け継がれるタイムマシンのような性格を持つ「嫁入り道具のタンス」のような存在になることを目指した。

このユニットにはジョーケース、ハンギング、カウンター等のアパレル店舗に必要な機能が内蔵されており、開いたり、引き出したりすることでどこでも店舗空間を生み出すことができる。さらに分割可能にすることで表面積を増やし、与えられた場所に応じて大小様々な店舗に対応することを可能にしている。店舗を作るたびに解体と内装工事を繰り返すのではなく、物事の消費サイクルを見直すキッカケとなることを期待している。

### Mobile Apparel Store Proposal:

Store unit for apparel company SANYO SHOKAI was developed along with company's tagline "Timeless Work. Creating Authentic Goods" which can be used for unlimited times. The idea envisions "Bride's Wardrobe", an object for to keep important clothes inside units as it holds character similar to time machine which is inherited from mothers to daughters from time to time. The store unit contains basic functions to open apparel stores such as showcases, hangings, and counter, removable to anywhere. It formulates storefront by opening and pulling it self. Moreover by enabling to divide in parts, it is able to increase storefront area which can adapt to any scale whether large or small space based on each given situation. This proposal gives opportunity to reimagine general consumption cycle by not repeating scrap and built way of creating storefront space, but to mobilize it self.









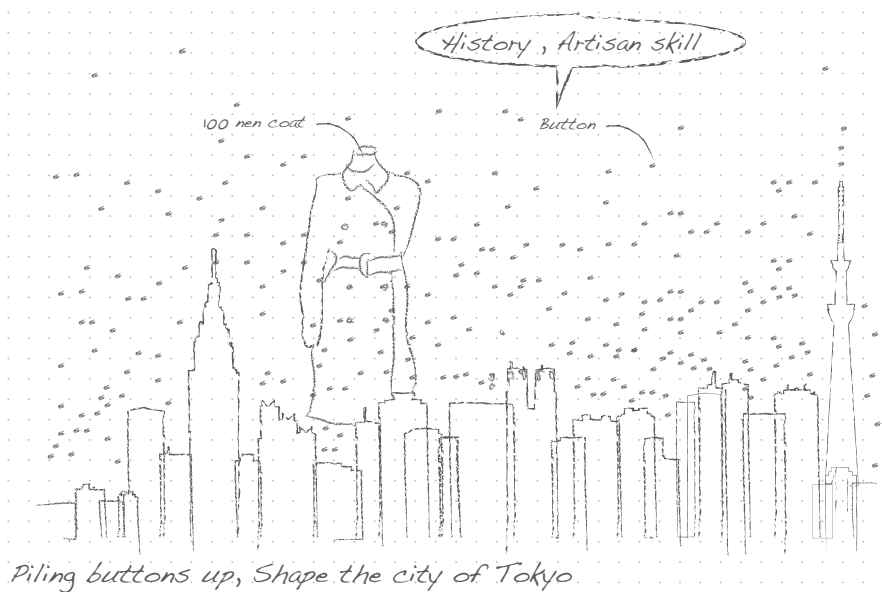
## button city

降り積もるボタンの都市

2013 .10  
for Sanyo Shokai, Ltd.  
Installation / Tokyo Designers Week 2013

会社設立70周年を機にアパレルメーカー三陽商会が発売した「100年コート」のためのインスタレーション。Tokyo Designers Week 2013 を皮切りに各地を巡回した。  
三陽商会は戦時下に創業し、東京の都市の発展とともにレインコートの製造販売から総合アパレルメーカーへと成長を遂げた企業である。このインスタレーションでは「100年コート」の完成に至るまでの背景に積み重ねられた70年間の企業の歴史や技術力を表現することが求められた。  
三陽商会にとって「ボタン」は社を象徴する重要なアイテムである。社史の表紙にも描かれる程の「垂直に立つボタン」はこれまで培ってきた技術の象徴であり、ものづくりに対する姿勢を示している。  
そこで、25万個のボタンを積層させることによって東京の都市像を描き出し、地層のように積み重ねられたボタン一つ一つにこれまで培ってきた時間や技術を重ね合わせるを考えた。ゆったりとボタンが降り積もる瞬間を捉えた情景は、コートを演出する背景になると同時に、来場者に時間が止まった感覚と浮遊感を与えることができた。

Button city is an installation for 70th anniversary product of SANYO SHOKAI "100 Year Coat", which have been exhibited around Japan since Tokyo Designers Week 2013.  
SANYO SHOKAI was founded during the war period and has been grown with the development of Tokyo city started up by raincoat production and towards general apparel maker. This installation was intended to present companies 70 years of its history of which accumulation of history and technologies until recent completion of 100 Year Coat. Buttons is representative product, which illustrates the identity of SANYO SHOKAI. The elevated button, which is shown on the front-page of company history book, is a symbol of the company's technologies and attitude towards creativity. Therefore this installation express its history and knowledge through accumulated 250 thousand buttons which draw out the cityscape of Tokyo.  
The illustration of a moment buttons falling from sky captured scene behind the coat, which gives the visitors a touch of flatness and timeless space.





## machizukuri library

まちにつながる図書館

2013 . 5  
for Mitsui Fudosan Co., Ltd.  
Library / Kashiwa, Chiba

JCDデザインアワード 2013 Best100  
Japanese Society of Commercial Space Designers Award 2013 / Best100

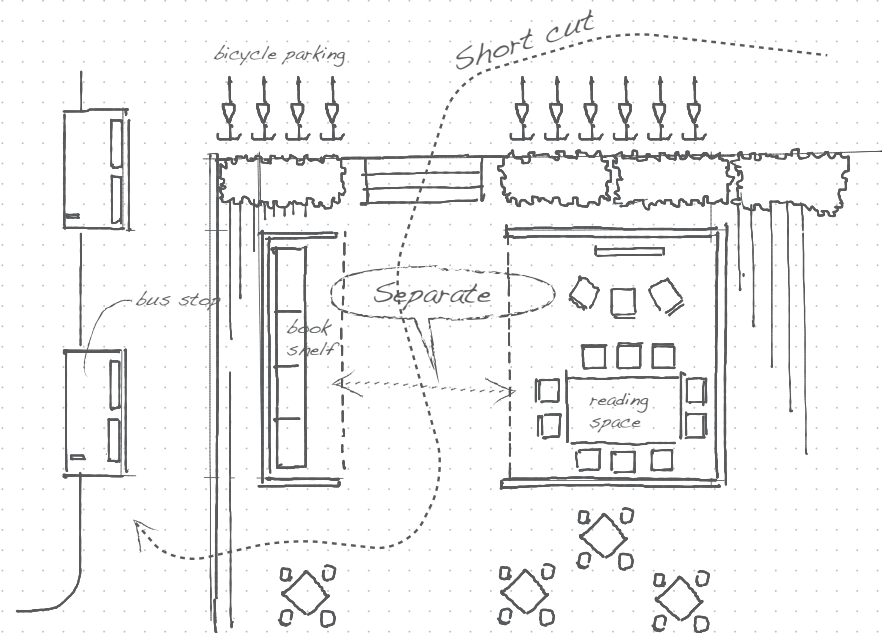
千葉県柏の葉地域におけるまちづくり拠点「Urban Design Center Kashiwa」の関連施設として増築された小さな図書館。蔵書は地域まちづくりに関する書籍を中心とし、市民が自分の住む街について考える機会を創出することが求められた。書架と読書スペースを少し距離を置いて配置し、その間をバーゴラのかかったウッドデッキでつなぐことで、バス待ちをする親子連れや駅に向かってショートカットする中高生など、図書館に直接用事のない人も通過・滞留できるような空間構成とした。施設の境界を曖昧にすることで多種多様な人々がまちづくりの知識に接する機会を増やすと同時に、本を読む以外の使われ方が入り込んだ多義的な図書館になることを期待している。

small library space was created as an expansion space of Urban Design Center Kashiwa-no-ha which oversees the urban development and areal management of Kashiwa-no-ha area, Chiba Prefecture.

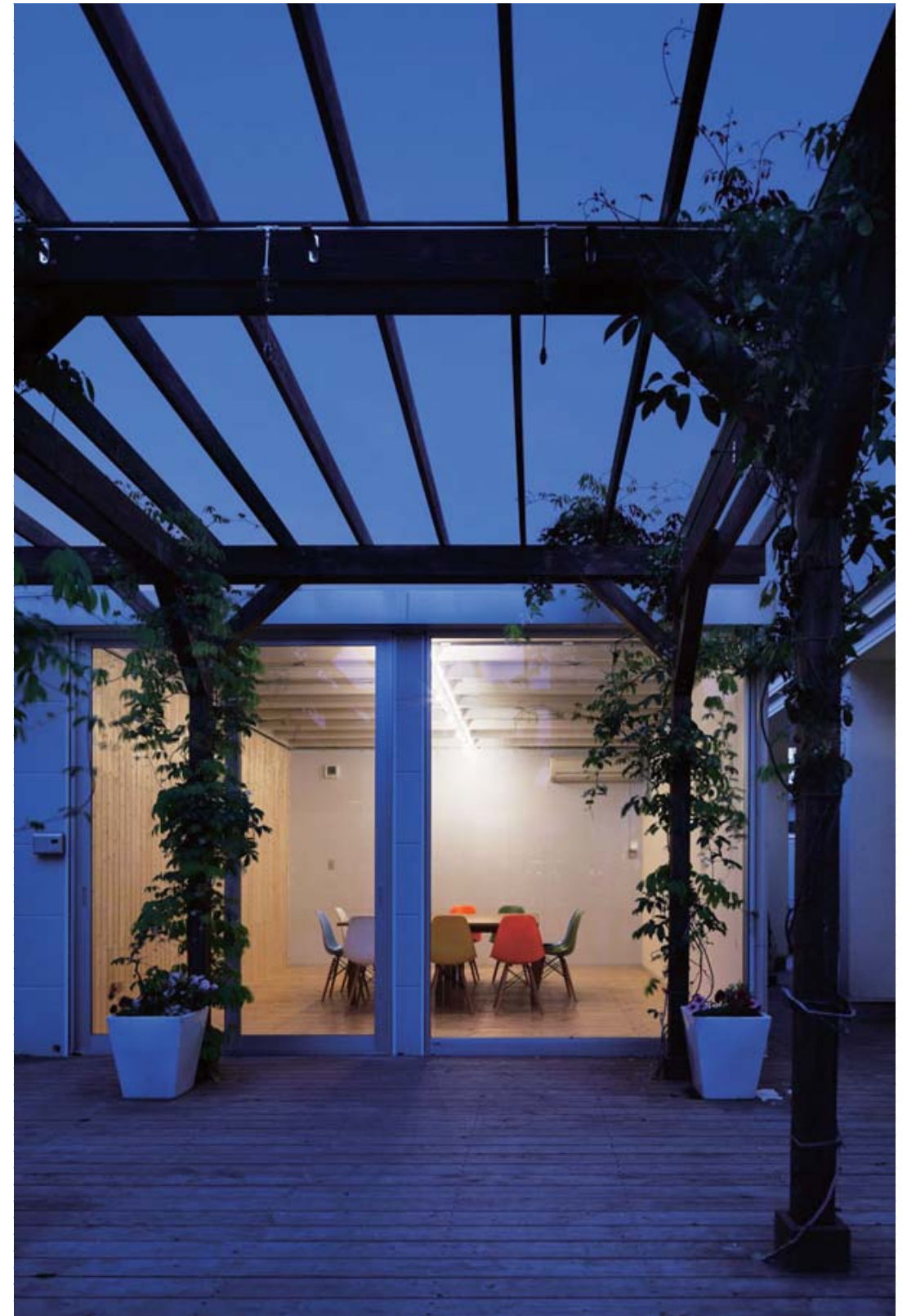
The library space was intended for citizens to think about his or her own town through readings of regional development.

The bookshelves and reading space were placed with short distance of wood decks, which would invite children and parents waiting for buses and trains planned to go through and stop by unintentionally.

The ambiguous boundaries raise opportunity for various different people to stay touch with knowledge of urban development with multi-sensible use as library space other than reading.









## kitchen house

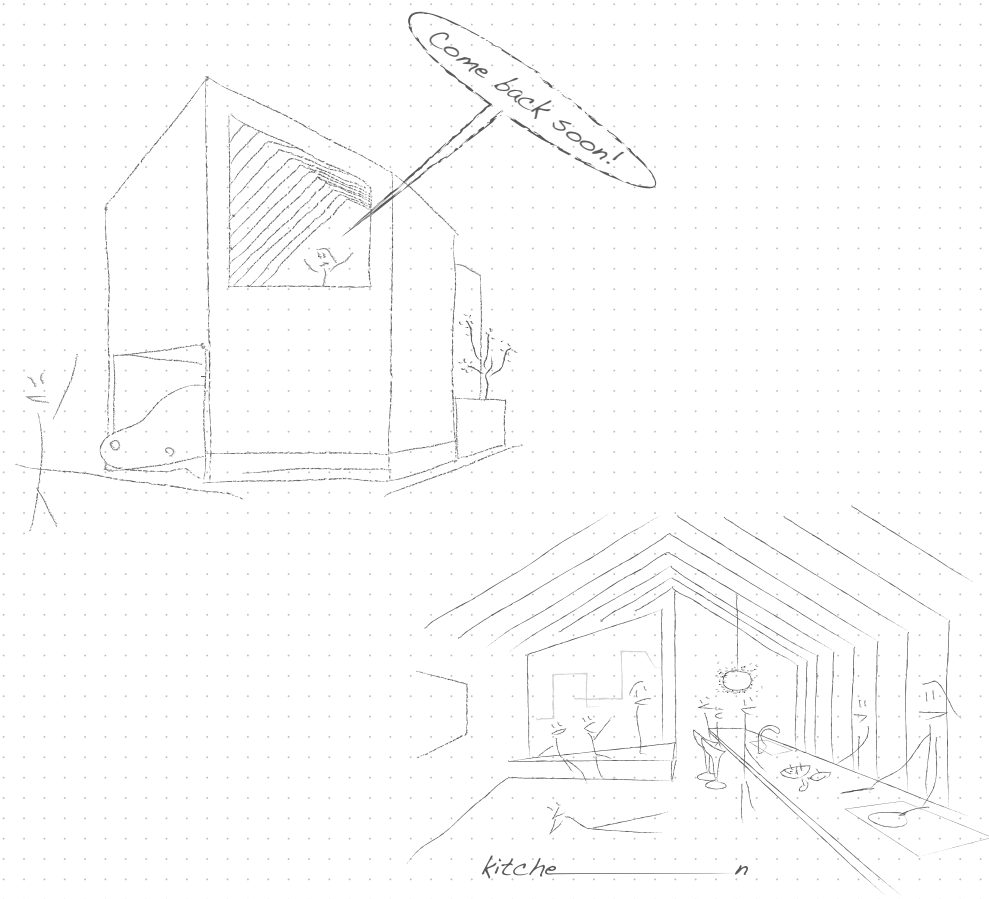
キッチンに集う家

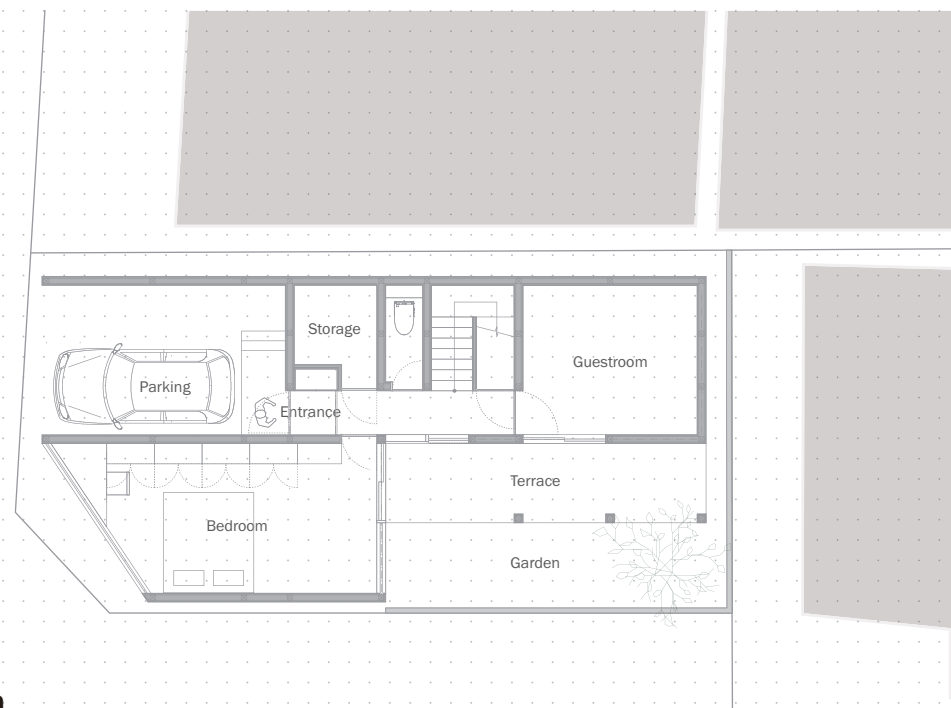
2012 . 6

Private house / Kawaguchi, Saitama

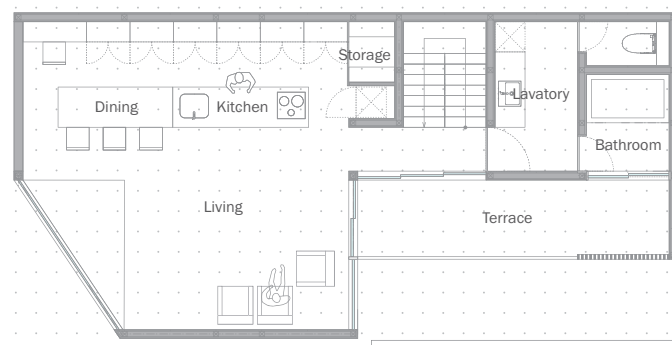
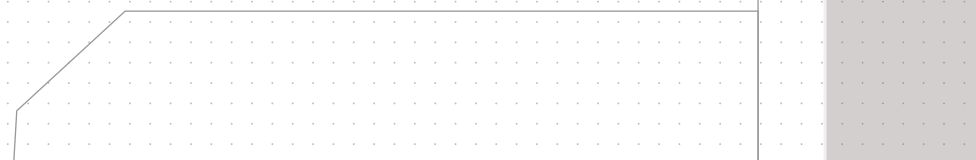
料理上手な妻と食べることが大好きな旦那のために、キッチンが主役になる住宅を考えた。ホームコネクターという特殊な金物を用いることで柱や棟木などの構造要素を減らしたゆったりとした大空間を実現し、そこに食卓を兼ねた大きなキッチンカウンターを配置している。毎日の食事はもちろんのこと、交友関係も広い夫婦ということから家族や友人が気軽に集まることができる空間とし、キッチンの縁に集まって様々な交流が展開されることを期待している。道路側に設けられた大きな開口からは北側からの安定した採光を得るとともに、集まる人々の影が街並みに彩りと活力を与えている。

The idea of kitchen-oriented housing was thought out from a wife who is wonderful cooker and a husband who loves to eat. Special steel "Home Connector" were used to reduce structures such as columns and beams for realizing large hall with big kitchen counter along with dining tables. The space not only functions for daily meals but also for friends and families to easily come over and to have variety exchange in and around the kitchen. The large window facing the alley invites natural stable light from North and also the human shadow give vitality to surrounding urban-scape.





1F Plan



2F Plan





## ie <press preview>

隆起する大理石の床

2012 .02  
for Sanyo World Co., Ltd.  
Installation / Minatoku, Tokyo

コンプレッションウェアブランド「ie」のプレスプレビュー会場のデザイン。

アパレルメーカーがファッションと高性能スポーツウェアを融合させるといふ新しいコンセプトのブランド「ie」。この企業としての新しい業態への取り組みを空間で表現することが求められた。

会場となる本社ロビーは600mm×600mmの大理石で割付られた静謐な空間である。そこで、既存の床や壁面が隆起し、トランスフォームしたかのように空間を変化させることで、会場を構成することを考えた。

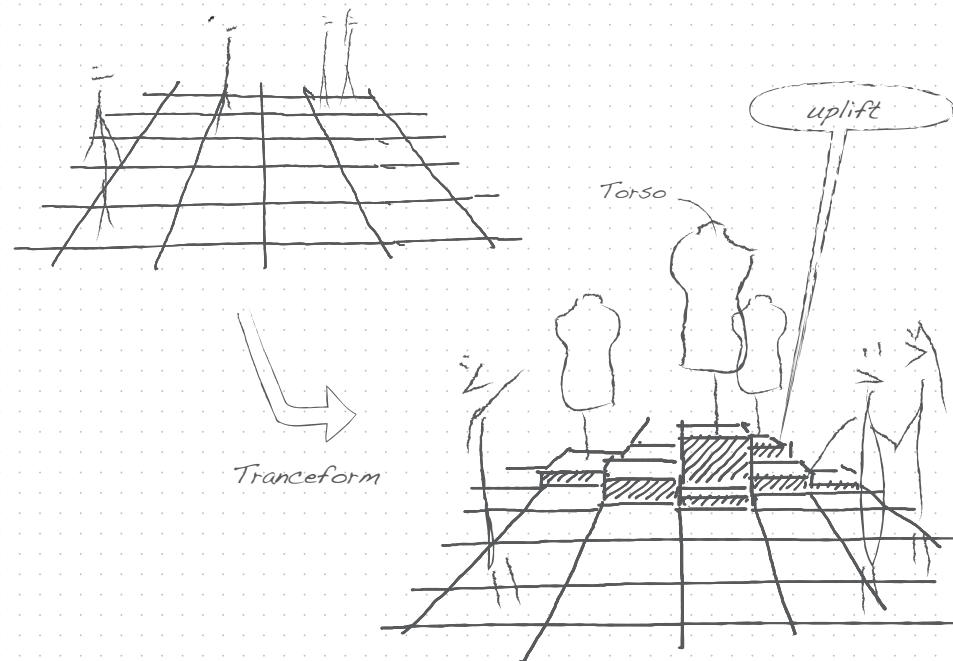
素材や割付などの既存空間のルールに準じつつ、見慣れた空間に操作を与えることで、変化や誕生を効果的に表現している。隆起した床や壁の側面にはブランドカラーであるグリーンを配され、スポーツブランドらしい快活で躍動感のある空間となった。

Design for Press Preview Venue for compression wear brand "ie":

"ie" is new type of concept brand as apparel company deriving from emergence of fashion and hi-tech sports ware. The design were demanded to spatially express the new phase as company.

The lobby of main headquarter was chosen as venue and is a tranquil space with 600 mm×600 mm marble stone laid out on the floor. The concept was to reform the venue as if the space was transformed by bulging up the existing floors and walls.

Following existing spatial rules such as materials and floor layout, this design expresses the transformation and reborn notably by intentionally changing the existing space. Those bulged floors and walls are colored in brand green color and have turned into vibrant sports brand space.





## Sante' Solaire

リズムカルに躍動するフィットネススタジオ

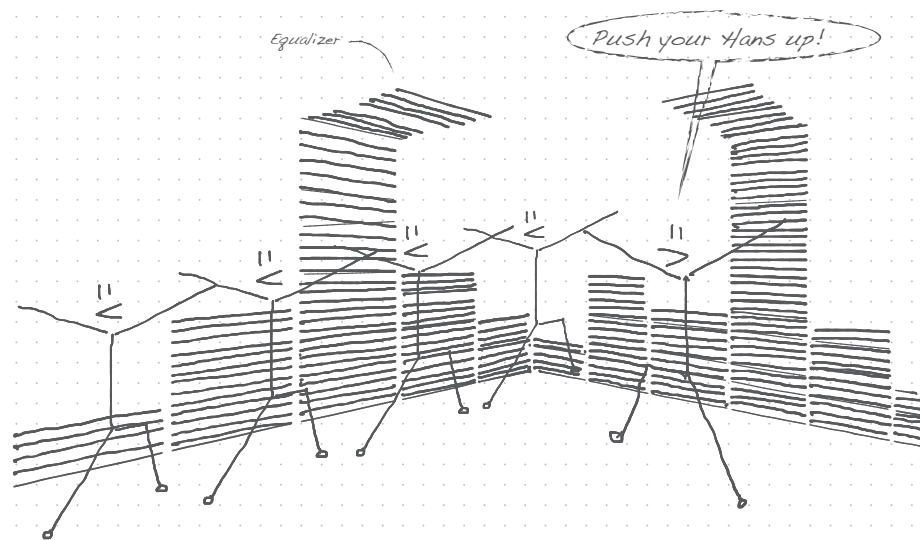
2010 . 9  
for R Co., Ltd.  
Fitness studio / Aoba-ku, Yokohama

フィットネススタジオのインテリアデザインとCI。  
オーディオ機器のイコライザがリズムに合わせて上下動を繰り返すように、リズムそのものをグラフィカルに表現し、空間全体に躍動感を与えることを考えた。  
店舗名称の語源にもなっている「Solaire = 太陽」から与えられたオレンジをキーカラーとし、段階的に色の変化するラインをリズムカルに展開している。照明器具やブラインドにも同じルールを適用し、空間全体の統一性を図っている。

Interior design and Corporation Identity for a fitness studio:

This concept derives from audio equalizer bar rising up and down to give space a vibrant movement graphically by expressing rhythm.

The key color orange was chosen from the image of the etymology of the store "Solaire = sun", and color lines are transformed in to lines in phases developed rhythmically. Lighting tools and blinds follow the same rule by spatially unifying the design context.



## picnic room #810

庭でくつろぐように暮らすマンション

2010 . 8  
Private house / Asahi-ku, Yokohama

2LDKの中古マンションのリノベーション。

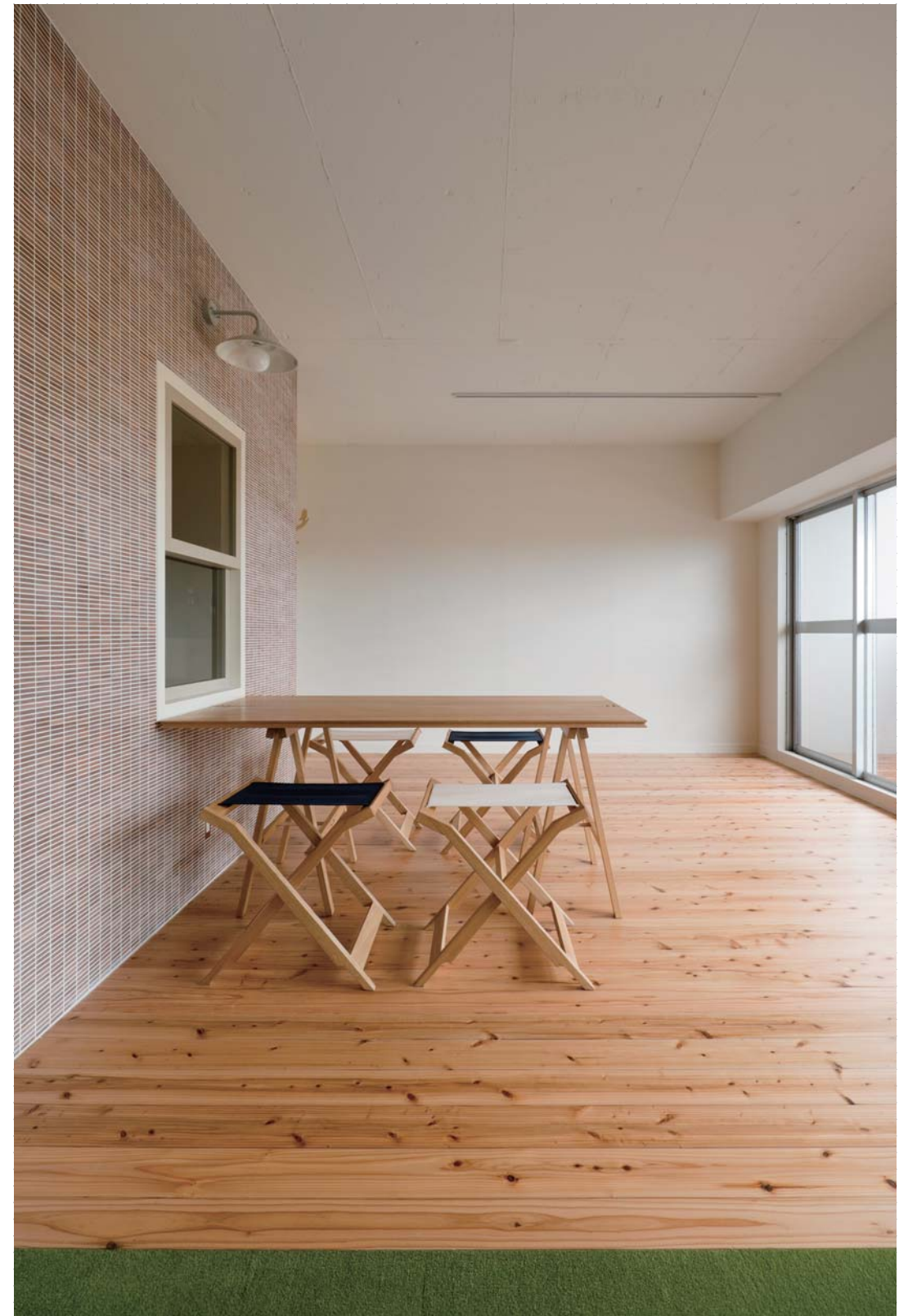
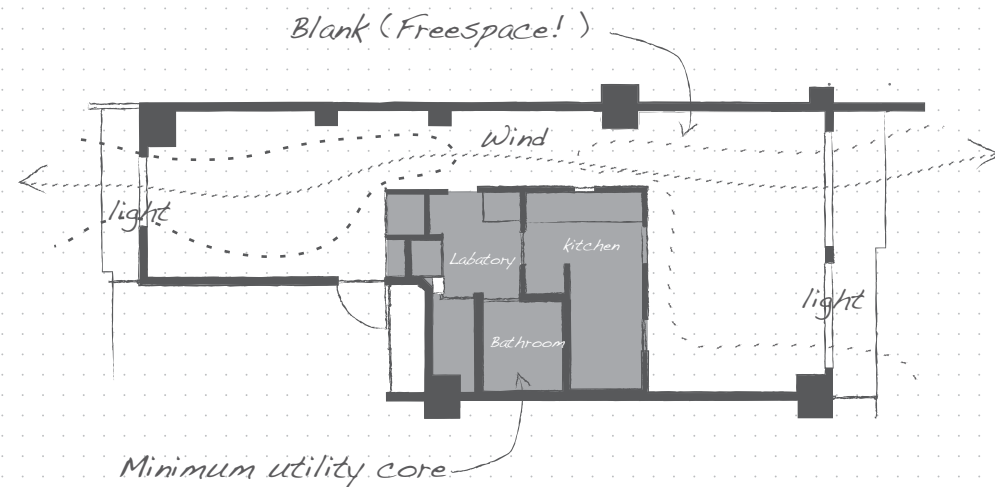
ウッドデッキで食事をしたり、芝生でゴロゴロしたり、庭でくつろぐような体験をマンションでの生活に取り込むことを考えた。風呂、トイレ、キッチンなどの水廻設備を小さなユニットにまとめ、残った余白のスペースは機能を限定しないひとつづきの空間に転換している。

余白のスペースの仕上げには外部で用いられる素材を採用し、屋内でありながら屋外のような空間体験を創り出している。屋外的な空間は自ずと通風や採光を確保しやすくなり、エネルギー負荷の低減も期待することができる。

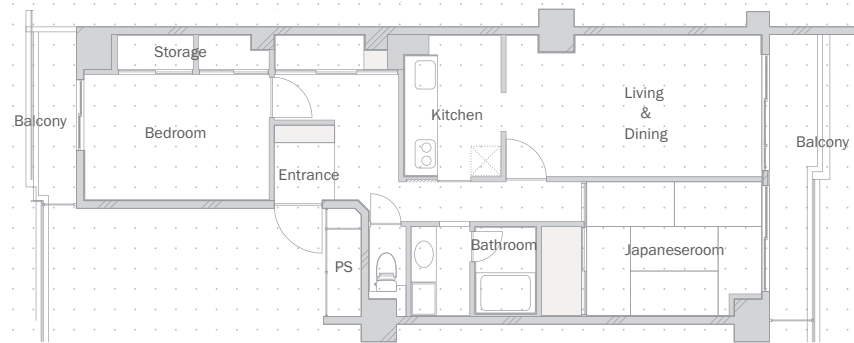
Renovation for used 2LDK(Two Rooms including Living Room and Dining Kitchen) apartment:

The concept is to bringing in relaxing garden-like space inside apartment for activities such as having meals on the wood deck, and sleeping on turf grass. Plumbing equipment such as baths, toilets, kitchens are fold into small units and rest of the void was converted into non-limited function area that is singly connected.

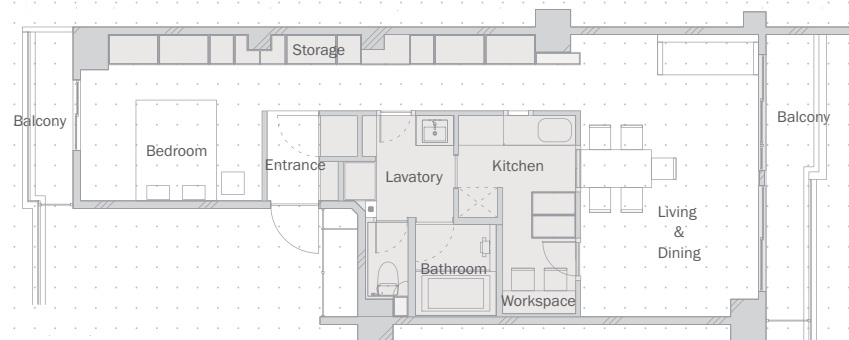
For the finishing of the void space, outer materials were adopted which creates outer spatial experience within inner section. The outer like space enables the ease of natural wind and lighting, which will decrease the energy use.







Before



After



## THUMAMIYA 7.14

本をつまみに酒を飲む

2010 . 2  
for Wires Co., Ltd.  
Bar + Secondhand bookstore / Shibuya-ku, Tokyo

「居酒屋+古本屋」という異色な組み合わせをコンセプトとする店舗のインテリアデザイン。

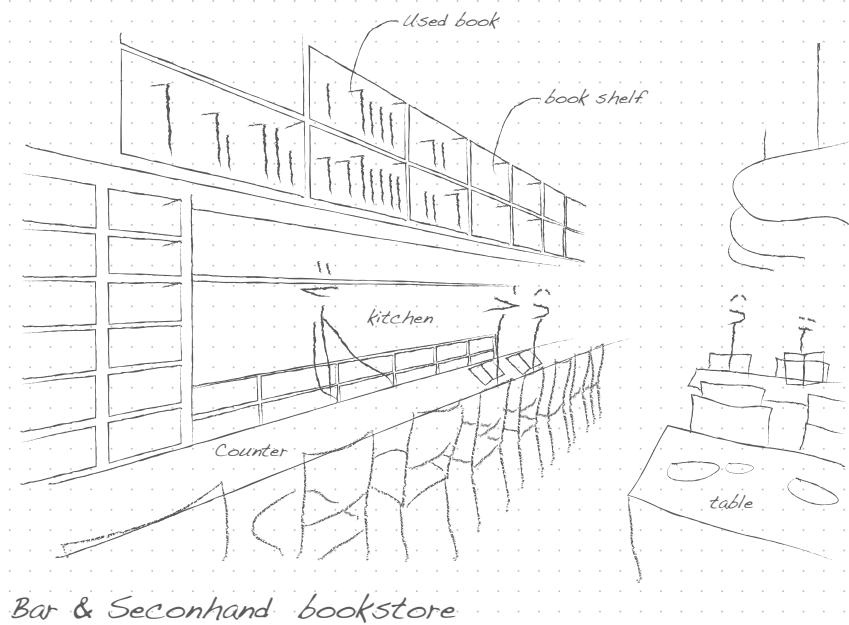
一人でもふらっと立ち寄れて、読書を楽しみながらお酒を飲むことができる。店内の本棚には厳選された古本が陳列され、気に入った本はもちろん購入が可能。

天然の秋田杉を用いたインテリアは学校の図書室のような「暖かさ」と「懐かしさ」を演出し、「図書室でお酒を飲む」というタブーをおかしているような感覚を味わえる空間を目指した。また本棚に仕込まれた隠し扉をトイレの入口にするなど、遊び心を空間に散りばめている。

Interior design for shop that abnormally fusions between Izakaya and used-book store:

You can step in alone and read books while enjoining alcohols. Bookshelf inside the store is lined up with selected used books and you could buy the book when you like it.

The interior design using natural AKITA cedar creates "Warmth" and "Nostalgic" atmosphere where you would feel taboo "drinking in library". The space is filled with playfulness such as entrance hidden within bookshelves.





## Torimanmi

歴史を重ねる器

2009 . 11  
Restaurant / Minato-ku, Tokyo

西麻布にある和食店のインテリアデザイン。

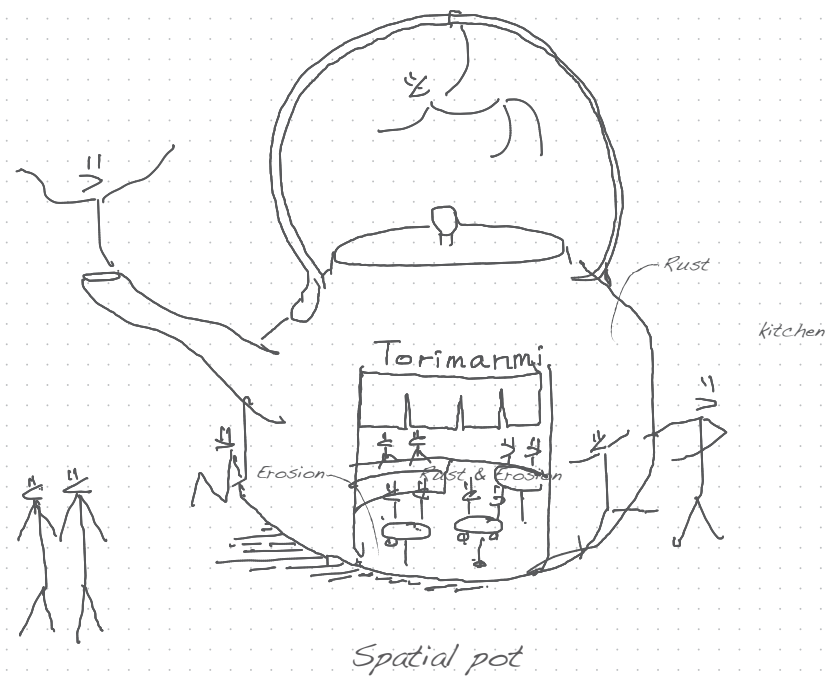
店舗で実際に使われる叩出しの銅鍋や鉄器が持つ金属的な美しさと歴史に着目し、金属の質感を室内全体に展開する空間を考えた。

時間の経過と共に錆や腐食を繰り返すことで歴史が堆積し、訪れる度に店内の表情は風合いを増してゆく。女将が長年に渡って器を愛するように、お客様に末永く愛される器（店舗）になること期待している。

Interior design for Japanese Restaurant in West Azabu:

Focusing on metal beauty and history of beaten copper and steel pan used in restaurant, interior space totality set by steel materials was developed.

Historical accumulation by time lapse expressed in rust and erosion express the richness of space. As of pans loved and used for longtime by proprietress, this spatial pot is intended to be used and loved by customs forever.



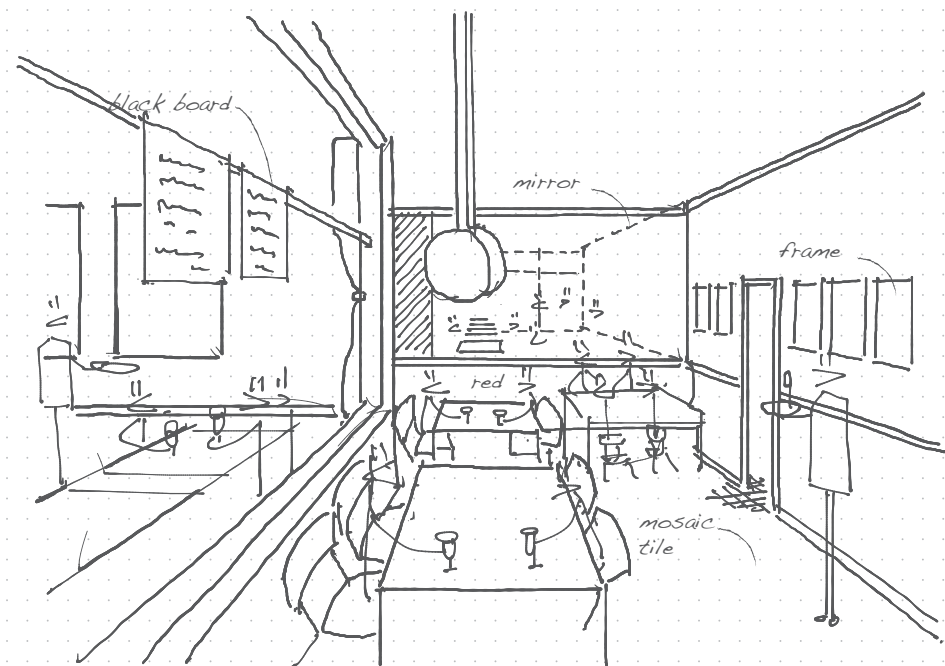
# Brasserie 2plats

上質なフレンチを気軽に楽しむレストラン

2009 . 07  
Restaurant / Tsukuba, Ibaraki

フレンチレストランのインテリアデザインとCI  
大理石タイルの床や重厚感のある木製の壁面など、本場パリのブラッセリーの質感を踏襲しつつも、ペンダント照明や額縁の配置に規則性を与えることで、モダンにアレンジされたブラッセリーを目指した。赤とゴールドの2色を空間全体に散りばめることによって統一感を持たせると共に、室内に吊り下げられる手書きの黒板メニューは、空間に暖かみを与え、馴染みやすいフレンチを演出するアクセントとなっている。  
ショップカードやリーフレットのグラフィックデザインにおいては、クラフト紙という安価で馴染みやすい紙質を用いて「気軽さ」を演出すると同時に、金の箔押しによってフレンチの「上質感」を演出している。  
「上質感」のあるものを「気軽に」楽しむお店であることを伝えるために、クラフト紙と金箔という方向性の異なる質感を意図的に用いている。

Interior Design and Corporation Identity for French restaurant:  
With Parisian brasserie style such as marble stone floor and heavy wooden walls, given orders by pendant lightings and frames made modern arrangement. Red and golden two color tones give unity to space and black board hand written menus hanged on wall create warmth to space as an accent for familiar French style.  
Inexpensive craft papers were used for graphic designed shop cards and leaflets with gold leaf cover which gives fine quality French taste.  
Fine quality and affordable enjoyment are intentionally presented by its coexistence.





## for R clinic

反射と透過による視線のコントロール

2008 . 08  
for for R, Ltd.  
Chiropractic clinic / Sumida-ku, Tokyo

整体院のインテリアデザインとCI。

「施術されているところをみられたくない。」・「中の様子が分からないから入りづらい。」

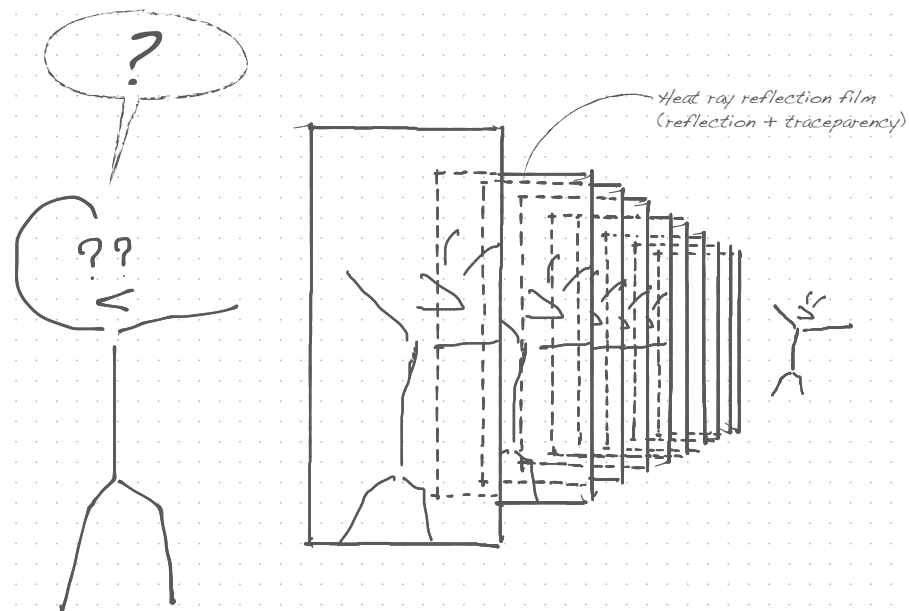
整体院のお客様が抱えるこの二律背反の問題を解決するため、反射性と透過性を併せもつ「熱線反射フィルム」に着目した。

通常は奥に配置する施術室をあえて街路に面して配置し、路面を行き交う人もその様子を伺い知ることのできるような平面計画にしているが、熱線反射フィルムが施されたガラスパーティションが幾重にも重なることで、施術室には実像と虚像が入り混じったとらえきれない空間が広がるようになった。反射と透過によって緩やかに視線を制御し、「見える」ことによる安心感と「見られない」ことによる安心感を同時に叶えることを意図している。

Interior Design and Corporation Identity for Chiropractic Clinic;

There are some customers matters in such way of “Do not wanted to be seen when treated” or “Hard to get in because the inside is unseen”. In order to solve such two contradiction by customers of Chiropractic Clinic, the focus was to use “heat ray reflection film” which obtains both reflection and transparency.

In general, treatment room are set facing storefront in order to be seen from the streets. However by use of layered glass partition with heat ray reflection film, treatment room became ambiguous space with real and fiction vision. By controlling sight gently by reflection and transparency, comfortableness by seen and unseen became possible at once.



Biography (プロフィール)

1978	横浜生まれ
2003	早稲田大学理工学研究科
2003-2005	衆生明＋衆生総合計画事務所
2005-2007	デザインオフィス nendo
2007-	株式会社 デザインキット設立
2010-2011	東京大学新領域創成科学研究科 特任研究員 アーバンデザインセンター田村 副センター長
2011 - 2012	芝浦工業大学 非常勤講師
2011 -	東京大学生産技術研究所 特任助教



原 裕介 / Yusuke Hara

1978	Born in Yokohama, Japan
2003	M.A. in Architecture, Waseda University
2003 - 2005	Akira Kuryu & Associates
2005 - 2007	nendo
2007 -	Established “design kit”
2010-2011	Project reseacher , University of Tokyo Sub leader of Urban Design Center Tamura, Fukushima
2011 - 2012	Lecturer for Sibaura Institute of Technology
2011 -	Project Research Associates, University of Tokyo

Awards (受賞歴)

2013	日本商環境設計家協会 (JCD) 賞 Best 100
2011	WORLD Space Creators Awards 2011 佳作
2011	前橋市立美術館 プロポーザル 選外佳作
2009	WORLD Space Creators Awards 2011 大賞
2007	日本商環境設計家協会 (JCD) 賞 金賞
2006	日本商環境設計家協会 (JCD) 賞 銀賞
2003	SD Review 2003 入選

2013	Japan Commercial Environmental Design Association (JCD) Award Best 100
2011	WORLD Space Creators Awards 2011 Prize
2011	Maebashi CityMuseum of Art poposal competition honorable mention
2009	WORLD Space Creators Awards 2011 Grand Prize
2007	Japan Commercial Environmental Design Association (JCD) Award Gold Prize
2006	Japan Commercial Environmental Design Association (JCD) Award Silver Prize
2003	SD Review 2003 Prize

Company outline (会社概要)

社名	: 株式会社 デザインキット
所在地	: 〒389-0111 長野県北佐久郡軽井沢町長倉2849-14 電話 : 050-3703-0113 ホームページ : <a href="http://www.d-kit.net">http://www.d-kit.net</a> E-mail : <a href="mailto:info@d-kit.net">info@d-kit.net</a>
設立	: 2007年9月
代表者	: 原 裕介
資本金	: 3,000,000円
事業内容	: デザイン(建築・インテリア・プロダクト・グラフィック・エキシビション・コンサルティング)

Company name	: Design kit inc
Headquarter	: 2849-14 Nagakura Karuizawa Kitasaku-gun , Nagano 389-0111 Japan Tel : +81-50-3703-0113 URL : <a href="http://www.d-kit.net">http://www.d-kit.net</a> Email : <a href="mailto:info@d-kit.net">info@d-kit.net</a>
Founded	: September, 2007
Capital	: 3,000,000 JPY
Main Business activities	: Design (Architecture, Interior, Product, Graphic, Exhibition, Consulting )

Photograph	
Shigeo Ogawa	: P 8-10
Daichi Ano	: P 44
Takumi Ota	: P 16-18, P 20, P 26-28, P 32, P 34-36
Masato Kawano	: P 22-24, P 30, P 40
Shino Chikura	: P 42, P45