

2007年度第3回物学研究会レポート

「安積伸のデザイン作法」

安積 伸 氏

(プロダクトデザイナー)

2007年6月28日



BUTSUHOAKU
物学研究会
SOCIETY OF RESEARCH & DESIGN

安積伸さんは、RCAを卒業後、ロンドンを拠点に活動し、そのデザイン領域はプロダクトから環境デザインまでに及んでいます。また物学研究会代表の黒川雅之氏と共に、第一回「DTデザインアワード 2006——特殊と普遍」の審査委員長もなされています。

今回の物学研究会では、「安積伸のデザイン作法」と題し、安積さんのご自身のデザインコンセプト、デザインの流儀を語っていただきます。以下はそのサマリーです。

「安積伸のデザイン作法」

安積 伸 氏

(プロダクトデザイナー)



01 ; 安積 伸 氏

●安積デザインの素

私はロンドンでプロダクトデザイナーとして活動している安積と申します。京都市立芸術大学卒業後、NECに3年ほど勤めまして、92年にロンドンのロイヤルカレッジ・オブ・アート（RCA）大学院に入学し、卒業後そのままロンドンで活動しています。いろんなプロダクトを手がけていますが、今日は、活動を時系列順に紹介しながら、私のデザインの考え方やヨーロッパでデザインすることの意味などをお話できればと思います。

ロンドンでの仕事を紹介する前に、私のデザインの重要な鍵となっているそれ以前の経験について少しお話しします。

一つはNECでの経験です。当時アフォーダンスという概念が囁かれ始めていて、認知心理学のデザインへの応用、あるいはコンピュータと人間のインタラクション、ユーザーインターフェイスをどう考えてゆくかということが大きなテーマとなっていました。こうした発想は今も私のデザインのバックグラウンドになっています。

また、RCAの2年間には、夏休みの間、総勢11人の仲間とダンス・パフォーマンスのグループを結成してエジンバラ・フェスティバルの小劇場でダンス・パフォーマンスの公演を行いました。私は全体のディレクションを担当しましたが、このときに学んだのは劇場での効果でした。劇場表現におい

て、最小限の手間で最大の効果的をいかに得るか。そしていかに人を包み込むようなドラマチックな力強い表現を実現するか。振付家やダンサーたちと共にとことん掘下げることができました。この経験は大きな支えになっています。2つは全然違う方向性ですが、後々自分のクリエイションに大きくかかわっていると思います。

さて、次になぜ私がロンドンで仕事をしているか、です。RCAを卒業後、私はどこかに勤務するのではなく、自分で事務所を立ち上げようと考えていました。とりあえず拠点をつくって、いろんな企業に営業に行きました。しかし大学院出たてのデザイナーに仕事なんてありません。そんなときに英国の若手のデザイナーが、自分でデザインして、モノもつくって自分で売る、PRもこなしてしまうというセルフプロダクションを実践していることを知りまして、私もやってみることにしたわけです。平たくいうとインディーズですが、「AZUMI'S」というネーミングでプロダクトを自主製造して販売していました。

●行為をデザインする

その第一作がペッパーミルで、上の部分が漏斗の形をしていて胡椒が入れやすいものです。通常のペッパーミルは上部分が小さくて胡椒がポロポロ落ちて扱いにくい。この問題をデザインによって解決しようと、漏斗の形をはっきりと打ち出すことにしました。ネーミングは「ファンネル・トップ・ペッパーミル」としました。工房の旋盤で木を削ったりしながら漏斗の形を検証していくわけですが、作っている最中にペッパーミルの別の問題を発見して、それを解決したのが次の製品です。

これは「ディッシュボトム・ペッパーミル」で、下部にお皿がついていて、お皿と本体の間から挽かれた胡椒が出てきます。多くのペッパーミルのメカニズムは下部に剥き出していて、そのままテーブルに置くと粉がこぼれてしまいます。この不快さを取り除くために、お皿と一体化したわけです。ところが、しばらくすると胡椒をゴリゴリ挽くジェスチャーが気になりだしました。料理人が勢いよくゴリゴリ挽くのは格好良いんですが、食卓だとちょっと荒っぽいのではないかと思い始めたわけです。そして、エレガントな手さばきを自然に導くテーブルウェアが出来ないかと考えてデザインしたのが「アップライト・ソルトシェーカー」です。底の部分が漏斗で胡椒が入れやすく、胡椒と塩の出る穴が横に付いているので、少しピンを傾けると中身が出てきます。完全にピンをひっくり返してぱっぱと荒々しく掛けるのではなくて、少し傾けるという繊細な身のこなしを生むデザインになっています。

当時私には「若いデザイナーは新しい価値観を生まなければならない」という強い思いがあり、デザインの色や造形、機能性や材料はさんざん先人が開拓しているので、自分は違う価値観で何か新しい軸を持たなければならんと考えていました。それが「インタラクション」「動き」「身のこなし」といった要素だったのです。これは今でも持ち続けている自分の中での問題意識です。

先ほどの「アップライト」は手吹きガラス製で、製造も難しく、1個につき製造コストが6ポンドくらいかかってしまい、販売価格はその3倍になり流通は非常に困難でした。そこで、製造コストを下げるために、イギリスならではの素材「ボーンチャイナ」を使ってみることにしました。これによって6ポンドだったのが1.5ポンドまで下がり、ようやく流通に乗ることができました。インハウス時代には、コストに対してそれほど神経質ではなかったんですが、セルフプロダクションをするようになると、コスト、検品、パッケージング、流通、PRなどあらゆることを考えなければなりません。逆にそれがすごくデザイナーとしての引出しをたくさん作ってくれた感じがしています。

これは「アップライト」のボーンチャイナバージョンですが、同じデザインなのにマテリアルを変えただけで、すっかり表情が変わったのにはびっくりしました。全体のフォルムと穴の関係が強く浮き立ってきて、この部分をもう一度煮詰め直してみると次の展開があるのではないかと考えました。出来上がったのが「スノーマン・ソルト・アンド・ペッパー・シェーカー」です。1つ穴にすると非常に抽象的で、洋ナシのような造形に穴があるという印象です。しかし、ある一定距離を保って2つの穴があると、人間の認知力によって顔、つまり2つの目に見えてしまう。3つ開いていると目と口というふうになんか顔に見えてしまう。抽象的なジオメトリーと具象的な表現のぎりぎりの境界線を探るプロジェクトとなりました。



02 「スノーマン・ソルト・アンド・ペッパー・シェーカー」

(C)Copyright/Robert Walker

●若手デザイナーの登竜門

さて、このプロジェクトを発表したとき、ある出会いがありました。「100%デザイン」という見本市で、当時ロンドン発のデザインプロダクトがたくさん集まる場所でした。90年代半ばは、この見本市が始まったばかりで大企業の参加は少なく、若いインディーズブランドが多く出展し、私も1996、7、8年の3年間参加しました。当時、世界でも類を見ない若手デザイナーのショーディスプレイということで、世界各国からジャーナリストやバイヤーがやってきました。98年に、先ほどの「スノーマン・ソルト・アンド・ペッパー・シェーカー」を出したところ、これをライセンスしませんかという企業が現れました。ドイツの「オーセンティクス」というプラスチックの生活容器で有名なブランドです。そこのアートディレクターが「100%デザイン」の会場にやって来て、うちでこれをやらないかという話になったのです。当時オーセンティクスは欧州の若手デザイナーの登竜門的なブランドで、並みいる同世代デザイナーが関わっていました。私もようやくヨーロッパのデザイン界の仲間入りをさせてもらった感じがしましたし、今でも参加したデザイナーどうしの横のつながりは強いと感じます。オーセンティクスは今も続いています。当時の体制は営業的にうまくいかず、一度はブランド自体が別の会社を買われたりしました。しかしコンスタンチン・グルッチチなどオリジナルメンバーは、ブランドを盛り立てようといまも参加し続けています。

次の写真もインディーズ時代の家具で「ワイヤー・フレーム・チェア・アンド・スツール」です。イームズなど多くの先人がワイヤーの椅子をデザインしていますが、もう一度この素材と向き合うとすればどういことができるかと考えたものです。これは既存の金網を金属の枠に留めていく手法で椅子とスツールが出来ています。

私は通常、機能性からものを考えるというのが好きです。機能性は言葉を超えてだれに対しても普遍的に作用するもので、観念的なものではなくて、肉体的、身体的に普遍的なところからコミュニケーションしやすい表現手段として、とても訴求力の強いものだと思っています。そして素材や造形はその機能性に見合った最適なものを選ぶというのが順序です。しかしこのプロジェクトでは敢えてまず素材と製造プロセスを選択し、そこから何が出来るか？という逆の発想でデザインを手がけました。

ワイヤー・フレーム・シリーズの三作目で、ベンチ兼寝椅子を作りました。帯状にしてループにして回した構造です。ここで注目していただきたいのはひとつの素材が角度によって様々な見え方をするという事です。メッシュなので普通の角度ではシースルーですが、線が重なり合った部分はほとんどソリッドな面に見えます。また、2枚のメッシュが合わさるとモアレができて別の美しさを生みます。このベンチでは、ひっくり返して寝椅子にする、あるいは物入れ付きのベンチになる、というような機能性も同時に追及しています。

そして次に、モアレ効果の面白さを大きな空間で引き出すチャンスが来ました。2000年にクラフツ・カウンシル・ギャラリーで行われた「Tectonic」展、「建築空間のつながりを考える」というテーマの展覧会で、インスタレーションの制作をする招待作家3組のうちの一組に選ばれました。私たちはモアレをテーマに、ゴムひもを緩くテンションをかけて上下で留め付け、1列120本を8列用意しまして、8層のラインが折り重なる林のような空間に先ほどのワイヤー・フレームの家具を縫いこむように配置しました。光と影と合計1500本あまりのゴムひものおりなす紗膜効果は絶妙で、奥に行くに従ってものはどんどん見えにくくなるという感じから「Misty Lounge」と名づけました。

メッシュ素材の追求はいまだに続けています。今年イタリアのマジス社から「Strings」シリーズという、ワイヤーメッシュの椅子とスツールが発売になりました。一般市場向けの製品で、スタッキングするなど機能性も優れたものです。メッシュの椅子というとイームズのデザインが圧倒的な存在で、そのアイコンを超えることは並大抵ではありません。結果として、視覚的に新しく、座り心地がよく機能性も高く、価格もイームズの3分の1以下ということで、満足できる製品に仕上がりました。ミラノサローネでは、ロン・アラッドやマーク・ニューソンのプラスチック椅子と並んで展示されていたのですが、メッシュだとどうしても存在感が薄くて、ボリューム感のある彼らの椅子に比べると迫力が欠けてしまうことが残念でした。（笑）

●ビジネス的な成功

「レムスツール」は、私のデザインの中でももっとも商業的に成功している製品で、自分なりの新しいバー・スツールの原型を作りたいと考えたものです。2000年に発表で、1999年秋頃にデザインしました。



03 「レムスツール」

(C)Copyright / Studio Synthesis

それまでのカウンター用のハイスツールというのは大きく3種類に分類できます。第一に、座が丸く脚が4本か5本で、丸い輪のフットレストで補強されているもの。第二に、座があって中心に一本の太い軸構造があり、脚が丸板のもの。第三に、普通の椅子で足だけ伸ばした背の高いバージョン。当時著名なデザイナーたちもいろいろ新しいチャレンジはしていましたが、すわり心地など今ひとつ満足いくものではありませんでした。そして、私が出した答えが「LEM」でした。

私が最初に考えたのは、とにかく座り心地がよくて、登りやすく降りやすいという基本機能を満たすこと。いろいろ考えた末、座とフットレストを最適なすわり心地で固定し、その機能的優位性を視覚的にループ構造でつなげるデザインを思いつきました。

ちなみにこのデザインは、ループ構造をなす金属チューブの断面が長方形をしています。長方形断面のチューブを縦に曲げることは、技術的には無茶なこととわかっていました。しかしこのクライアントは金属加工が非常に得意な会社と知っていたので無理を承知で投げかけたところ、やってみましょうと言ってくれました。とても難しい技術なので、素材違いでのコピー製品はありますが、完全コピーはいまだに出ていません。困難な技術を使って、コピーを防ぐというのはイタリア家具界の1つの手法といえるかもしれません。

次は、ヨーロッパでよく企画されるノン・プロフィットの展覧会のための作品です。テーマはビスケットで、デザイナーがデザインをしてビスケットを焼いて送ってくださいという内容でした。私はお茶の時間によくビスケット食べています。それもあまりお行儀が良くないのですが、お茶にビスケットを浸して柔らかくしてから食べるというのが好きなんです。そこで、ビスケットがスプーンの形をしていたら、スプーンで砂糖をすくって混ぜて、混ぜているうちに柔らかくなったものを食べるという一連の動作が1つになるかなと考えました。アイデアを思いついてからは、アシスタントが3週間べったりビスケットばかり焼いているような状態でした。



04 ネクストマルニ

(C)Copyright/Yoneo Kawabe

「ネクスト・マルニ」。黒川雅之さんの仕切りによって、ミケーレ・デ・ルッキやジャスパー・モリソン、ハッリ・コスキネンなど12人の素晴らしいデザイナーが椅子のデザインを競作するというものでした。彼らの中でいかに結果を出そうか、神経を尖らせて仕事を始めたのを覚えています。黒川さんからの注文は、「日本人の美意識」を反映して欲しい、そしてマルニさんという木工会社のために特別な木の小椅子をデザインしてほしいということでした。

まずはマルニさんの工場を見学することで何か糸口が見つからないかと考えました。マルニという会社の持っている技術や素材の中から、世界流通に載せて価値のあるものを取捨選択し、新しいデザインをつくり上げることが出来ればと考えたのです。実際に工場を訪れると、そこには英国では見たこともないような工作機械や素材がありました。私は量産機械でこれほど複雑な彫刻機械を持っている会社を目の当たりにしたことはありませんでした。そこで、マルニさんしかできない非常に複雑な木の削り出したパーツを組み立て、椅子を作ることにしました。一见すると薄くて華奢な印象を与えますが、実は木のフレーム自体非常に厚くて、座面には厚手のウレタンが仕込まれています。レザー職人さんの技術力も高いにちがいないという私の予測で、レザーのシートも木とツライチで張っていただきました。

このときもこだわったのは、デザインは決して棚に飾った状態で完結するのではないということ。座った瞬間に“あっ、いいね”と感じて、初めてユーザーとの感触的なコミュニケーションが起こり、そこで完結するものをつくりたいということでした。私にとってプロダクト・デザインの一番のアドバンテージは、生活の中に入っていて人が直接感じる、そのものを使って肉体的、精神的にも生活と一体化する、しかもそれが長い時間かけて自分の生活の中に織り込まれていくということではないかと考えています。

05 メガホン

(C)Copyright / Ryo Kaikura



これは一昨年発売したTOAという会社から出ましたメガホンです。メガホンはデザイン的には10年20年全然変わっていなかったプロダクト分野です。ですから私も10年間持ちこたえるだけの耐久性のあるデザインをしなければいけないと考えました。メガホンのイメージというと、政治家の街頭宣伝小道具という印象が強いですが、実際にはスタジアムやテニスコートやビーチなど、レジャーとかアミューズメントパークなどでもよく使われています。そこで、例えばナイキショップで売れるような軽い楽しいスポーティーなランゲージで、デザインをまとめることができないかと考えました。そこで、ホーンの部分を透明にして、聞くほうも話すほうも圧迫感を与えないようにし、長い時間使って疲れのないようなハンドルグリップの傾斜と電池位置にしました。ボディ部分は共用で、ホーン部の大小サイズでバリエーションをつくったり、白色を排除して黄色と黒と赤の3色で展開しました。これは10年ぶりに手がけた家電製品に近いもので、Gマークをいただきました。

2005年のミラノサローネで「オープン・ユア・マインド」という展覧会のキュレーションを行いました。スポンサーは大阪のユニオンというドアハンドルメーカーで、日本のほぼ70%のシェアを持つ会社です。同社がヨーロッパで存在感を示したいということで、ミラノサローネで何かイベントを行おうということになり、私に声がかかりました。実際に会社を訪問してみると、すでにサローネ中にミラノ市内の美術館というすごい場所を押さえていて、その会場に見合うコンテンツを作り上げなければならない状態でした。

最初は、日本の会社であるユニオンという視点から、漆や鍛造、南部鉄などの伝統工芸を使ったハンドルなどを発表しようかという話もありました。私は「現在のミラノサローネは見本市ということではなく、世界中からもっとも先鋭的なデザインが集結する祭りであり、デザインの競技場だ。だからもっとダイレクトにデザインに力を入れている企業であるというメッセージを発信した方が有効だ」と申し上げました。現在のミラノサローネはモノよりもデザイン情報を流通させる場であると分析したわけです。

さらに私は、「小さなグループでもいいですから、先鋭的なデザイナーを集めてテーマを与えて作品を作ってもらおう。そのテーマはハンドルメーカーにちなんで『オープン/クローズ』とかどうだろう？」という提案をし、最終的にプロデュースの全権を私に委ねていただくことになりました。私は8人のデザイナーを選び、彼らからアイデアを出してもらって、ユニオンさんには実働試作を制作してもらおうことになりました。異文化のデザイナーから提案されるアイデアや新しい素材と向き合う事は、その過程でノウハウを蓄積するという意味で結果的に会社の財産になると考えました。またプロトタイプは2つずつ作っていただきました。それは、一つだけだと、どうしても「作品」になってしまい、生活への密着感が薄く感じます。2つあると、量産品としてグッと現実味を帯びます。デザイナー8人は、かつてのオーセンティクスの仲間たちにも多く声をかけました。印象的な作品としてはセバスチャン・バーンの小窓付きのロールブラインドとコルク栓抜き。エルグルティモ・グリートの底のない植木鉢やショッピングバッグ、ガブリエル・ベッツィーニのベンチなど。私はシャワー部分を照明にしたシャワーブライト、鎧戸をモチーフにした小型ラジオなどを出展し、会場構成も行いました。

最近作は、2006年11月にイトーキさんより発表した「フロウラウンジ」というオフィス内のミーティング家具です。最初にイトーキさんから「インフォーマルなコミュニケーション」というテーマと、「安積さんによって働きやすい環境とは？」という問いかけをいただいて、自分なりにいろいろ考えました。普通のオフィスは間仕切りがあって、机が並んでいて、それ以外に資料室や休憩室がある。現在はOA化が進んで1人1台のパソコンもある。仕事の効率はアップしたかもしれないけれど、コミュニケーション面ではeメールで済ませてしまって、実際の人間関係が希薄になっているのではないかと。一方ミーティングの場では、アジェンダに沿った話だけで、実際のもっとも重要な事柄は、実は別の場面で話されているのではないかと、むしろ喫煙コーナーや休憩所、給湯室のようなOFFの場所での会話の方が重要なのではないかと、私は直感しました。そこで私は人が集いリラックスした会話を誘い出すような原風景を借りて、デザインできないだろうかと考えるようになったのです。

私がテーマとして選んだのはガーデン、庭です。それも私はイギリスに住んでいますので、人が集まってリラックスして過ごすような裏庭的なガーデンです。では庭にはどういうものがあるか。光と影、木や草花、水があって、本当に抜けるような青空の広々とした視界がガーデンのいいところです。建築的には、アーチ、パーゴラ、藤棚、ガーデンフェンス、特殊なデザインランゲージを持つガーデンファニチャー、テーブルや椅子、日傘などもあります。それに座ったり寝そべったりできる芝生など。これらをいかにオフィス家具に取り込んでいけるかがポイントになります。

最初に考えたのは芝生をモチーフにしたベンチで、日本風というと縁台。1人掛けから3人掛けまでのサイズがあり、フレキシブルで汎用性の高い家具です。それから椅子、スツール、丸テーブル、真ん中に穴が開いていて、ネットワーク端末や電源を仕込むことができます。白いプラスチック椅子は私がイタリアのデサルト社にデザインしたのですが、このプロジェクトのコンセプトにぴったりということで、イタリアから輸入してラインに加えています。庭の木製フェンスを参考にしたパーテーションは、隙間が開いていますので見通しが良いですが確実に空間を仕切ることができます。フラワーポットのイメージでスツールもデザインしました。そして全体をコーディネートすると写真のような形になります。

最後に紹介するプロジェクトは「デザイン・シーティング・フォー・デザイン・イーティング」。

若いシェフの開業するレストランに置くような250ユーロ以下の木製ダイニングチェアのデザインです。私はまず、どんなお客さんが来るかを想像してみました。そこに来るお客様は男女共にきちんと正装してくる。女性であればドレスを着てくるとか・・・そんなイメージを持ちました。そこで、女性がカクテルドレスを着ているエレガントな姿をそのまま椅子に重ねあわせてデザインしてみようと考えました。形ばかりでは問題なので、うちのスタジオで開発して使っている椅子の座り心地調整マシンで徹底追求しました。



06 イトーキの家具の集合写真

(C)Copyright / dnp photo studio

そして、これが最終的なプロダクトです。黒に染めていますが、明るい色の木肌のものもあります。見方によってはカクテルドレスを着た女性のように見えたり、レザーっぽい人工的な素材を張ったものなどは、本当に黒人女性がボンテーシファッションできめているみたいな感じの格好よさ、面白さが表現できました。他の参加デザイナーたちは、カクテルドレスがモチーフだとは気づかなかったようですが、水着を着た人みたいとか、ルーズソックスみたいとか、ファッションを連想するようなコメントをいただきましたので、私の意図はちゃんと伝わったのかなと思っています。

こんなことで、これからもロンドンを拠点に活動していくことになると思いますが、どうぞ宜しくお願いいたします。

以上

講師プロフィール

安積 伸氏

経歴

1965年 神戸生まれ
1989 京都市立芸術大学デザイン科プロダクトデザイン専攻卒業
1989-1992 (株) NEC デザインセンター勤務
1992-1994 英国国立美術大学インダストリアルデザイン科修士課程修了
1995-2005 デザインユニット「AZUMI」としてロンドンを拠点に活動
2005- a studio 設立 ロンドンにてソロでのデザイン活動を開始

受賞歴

1999 Peugeot Design Awards / Ceramic, at Oxo Tower Wharf, UK - Snowman Salt & Pepper Shakers
1999 Furniture Futures Award, by Design Week, UK - on Wire Frame Chair & Stool
1999 グッドデザイン賞 / H-1, H-2 指向性スピーカー by TOA
2000 FX International Interior Design Awards, UK, "Product of the Year" LEM stool
2000 グッドデザイン賞 / H-3 広角スピーカー, HB-1サブウーファ by TOA
2001 FX International Interior Design Awards, UK, "Furniture of the Year" HM30 sofa
2002 FX International Interior Design Awards, UK, "Best Public Space Lighting" Himi Fish Lamp
2003 FX International Interior Design Awards, UK, "Best Furniture for Public Space " Orbital Workstation
2003 Blueprint 100% Design Award, Best Contributor
2004 Elle Decoration Award "Best Furniture" ShipShape by Isokon Plus
2004 Jerwood Applied Art Prize, Finalisted
2005 Blueprint Award, Best Furniture Designer, Finalist
2005 Victoria & Albert Museum / Homes & Gardens Classic Design Award for Air Switch Az by Mathmos
2005 グッドデザイン賞 / Megaphone by TOA
2006 デイリーカーサブルータス ベストコラボ賞 / FlowLounge by ITOKI

その他審査員として、DTデザインアワード (Japan)、Design Report Award (Germany)、コクヨデザインアワード (Japan)、Fx International Interior Design Award (Japan) などに参加。

パーマネントコレクション

"防滴メガホン ER-1106W by TOA" Museum fur Angewandte Kunst Frankfurt, Germany
"Yauatcha Tea Set", "Yauatcha Sake Sets" Museum fur Angewandte Kunst Frankfurt, Germany
"Volta by lapalma" Crafts Council, UK
"Za Series by lapalma " Die Neue Sammlung, Munich, Germany
"Wire Frame Reversible Bench" Crafts Council, UK
"Wire Frame Chair & Stool " Stedelijk Museum / Holland, Manchester Art Galleries/UK

主なクライアント

Lapalma (Italy), Desalto (Italy), Magis (Italy), Guzzini (Italy), Benchmark (UK), Habitat (UK), Hakkasan (UK), Hitch Mylius (UK), Isokon Plus (UK), Bruhel (Germany), AUTHENTICS (Germany), Maruni (JPN), MUJI (JPN), TOA(JPN), E&Y(JPN), Lemnos (JPN), Barnibarbi (JPN), ITOKI (JPN), Artelano (France), Villeroy & Boch (Germany), Fornasarig (Italy)

2007年度第3回物学研究会レポート
「安積伸のデザイン作法」

安積 伸 氏

(プロダクトデザイナー)

写真・図版提供

01 ; 物学研究会事務局

02 ; a studio

03 ; a studio

04 ; a studio

05 ; a studio

06 ; a studio

編集=物学研究会事務局

文責=関 康子

- [物学研究会レポート] に記載の全てのブランド名および商品名、会社名は、各社・各所有者の登録商標または商標です。
- [物学研究会レポート] に収録されている全てのコンテンツの無断転載を禁じます。