

いま、人や社会に必要なデザインとは？

—バーチャルな世界は人を幸せにするか— 2016年11月26日のトークから

トーク全記録

ここにデザイナーからの社会批判を。

特に同業者には必読！産業人には新しい考えを！

経験と仮説が教えるデザインの未来。ここに、それぞれの分野で活躍してきた者たちの激白がある！NPO日本デザイン協会のトップ・メンバー5人が、会場の人たちと熱く語ります。

発言者（発言順） 國本 桂史（医療・ヘルスケアデザイン）
 木村 戦太郎（プロダクトデザイン）
 宮沢 功（景観デザイン）
 秋山 修治（インテリアデザイン）（進行役）
 大倉 富美雄（建築・工業デザイン）
 勝井 三雄（グラフィックデザイン）（体調不良で欠席）
 （以上、全員 NPO 日本デザイン協会理事）

秋山： 私たちNPO日本デザイン協会は、設立より12～3年になりますが、年に1、2回、デザインについて語り合おうということで本日の企画が実現しました。事務局担当の秋山です。よろしく願います。では、次の予定があり時間の迫っている國本さんから。一人7～8分で、その後、皆さんとディスカッションを、と考えています。

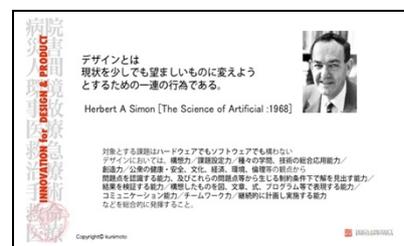
H.サイモンが唱えた「デザイン」の定義

國本： ここ（スライド）に「医療・ライフケア」と書いていますが、私は、もともとはカーデザイナーでパジェロ（三菱自動車製）などをデザインしてきました。

今から35～6年前ですが今は学生に教える立場です、このハーバート・サイモンの「サイエンス・オブ・アーティフィシャル（以下SA）」から、デザインという言葉の説明をしています。

理系の大学でデザインを教えているので、学生は絵を描いた経験がなかったり、論文だけで入学してきます、そこで絵を切ったり貼ったりするのがデザインだと思っているんですね。

そこで、説明のためにサイモンの言葉を引用するのですが、彼はノーベル経済学賞をこのSAで受賞していて、その次にノミナー賞というコンピュータの回路の賞を取り、その後にはチューリングという、ドイツのエニグマ（注：高度な暗号で知られる）を解読したコンピュータを創っている人の賞を取っている方です。私がスタートしたのは、SF作家のアイザック・アシモフが「我はロボット」という2部作の中で人類とは何かを定義したのですが、それに対してサイモンが「人間は定義されているけれ



ど人類は定義されていない」と判断したところからです。

この本の中で人類の未来はどうかというと、ある人間がテロを起こして人類を全部破滅させようとしたときに、ロボットがそれを止めようとする。ところが人間の定義はあるが人類の定義がないので、ロボットが全部止まってしまう。それを讀んだ彼は、人間の行動学とか行動経済学とか、人間の未来を定義しなければわからないだろうということから始まって、たどり着いた一番大切なキーワードが「デザイン」だったのです。デザインとは少しでも現状を改良しようとする一連の行為である。それは以下にあるように…（スライドを讀み上げ）、「対象とする課題はハードウェアでもソフトウェアでも構わない。

デザインにおいては構想力／課題設定力／種々の学問、技術の総合応用能力／想像力／公衆の健康・安全、文化、経済、環境、倫理などの観点から問題を認識する能力、及びこれらの問題点等から生じる制約条件下で解を見出す能力／結果を検証する能力／構想したものを図、文章、式、プログラム等で表現する能力／コミュニケーション能力／チームワーク力／継続的に計画し実施する能力などを総合的に発揮すること」サイモンはそれをできるのが「デザイン」だ、としたのです。

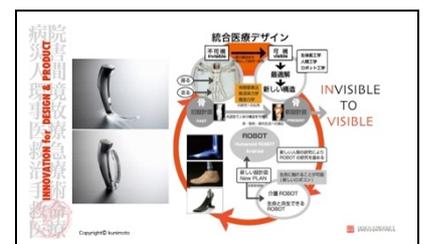
今、僕たちが見ているデザイナーとは売れるものを作ろうとか、売れるのが当然だということしか見していない。これは何だろうと思うんですね。ここのパネリストは還暦を過ぎた人たちなので（笑）、今のうちに話しておかなければならないだろうということになるのです。

いろいろの選択肢を見せることも大事で、デザインの現場でも一つのワードしか出てこないのは気になります。このことで、大倉さんの所に理事たちが集まって大きな放談をやっているのですが、今日は勝井さんが居られないけれども、このような重要な話をしよう、今日に至ったのですね。面白いので続けていきたいです。

「医療・ライフケア・デザイン」という領域について

國本：「医療・ライフケア・デザイン」のことですが、18年前から、いろいろの所で開発に携わっていてそれを進めています。関わる医療団体、医療組織、大学病院で医療機器を開発してきたのですが、やっている、良く人間のことがわかっていないとできない、ということが判ってきました。よく、人間工学とかヒューマン・センター・デザインとか、人間中心設計とか言うのですが、そんなこと当たり前だったはずなのに、なんで改めてそんなことを言って団体まで創って、ルール創って、ハードルを作っているのでしょうか、これでいいのかと。同じような気持ちを持っている人たちが多いのですが、当たり前のことをやるためにも、もっとちゃんと人間を理解しておく必要がある。学生には解りやすく言った方がいいので、「すべての答えは、人間の中にデザイン・リソースがある」ということを言っています。

次のスライドにある「見えないものを見る化する」というデザインの語源についてですが、「フォルムゲブン」というドイツ語があって、「目に見えない哲学や概念に形を与える、具体化させる」という意味で、フォルムを与えることがあるのですが、その前に何をやらなければいけないかということで、人間中心の設計を考えています。100年間、変わらなかったものをデザインしているのですけれど、医療デザイン研究センターを、うちの大学病院の中に創って医療をサポートしています。手術も設計しています。



デザイナーがなぜそんなことをするのかというと、医者は、考えるより慣れるということは何もしないからです。面白いことに医学界の人たちってデザイナーにあこがれているのです。うちには病院が100くらいあり、医学部と一緒に手術のサポートをしています。

それは道具や医療器具や道具だけではなく手術室の設計もやります。治療する病室を考えているのです。日本には手術室を設計する会社は西と東で2つしかなく、ゼネコンは全部そこに任してしまう。それで出てくる85%が輸入品による仕様です。それが悪いのではないが、日本の知恵をもっと入れていきたいと思っています。



利便化しブラックボックス化した現代の道具は、非人間的で非社会的

木村： 國本さんの話はデザインを広い領域から捉えていましたが、私はデザインを使う側の人間に焦点を当てて考えました。さて、猿人は道具を使い始めて人になったと思われませんが、私の少年時代を思い返すと、猿人の生き方に結構近かった感じです。終戦直後私は6歳で家の周囲は見渡す限りの焼け野原、生い茂る野草は見上げるほどの草丈でした。兎に角食べる物が無いので、親におしえられた食用の野草や竹の子を摘むのが私の仕事で、竹籠を背負って遠くまで出掛けていました。親戚から貰った建築廃材でバラックや鶏小屋造りを手伝わされ、やがて始めた畑仕事や薪割り風呂焚きなどもやりました。すべてが手作り・手作業で、続ける内に物作りのコツや道具の使い方に興味を持ち、大学でも金属工芸を専攻しましたが、社会に出る際は生活の安定を優先し「考える人」デザイナーを選択しました。



大学を出て30年以上デザイナーを続け、50代後半に筑波で聴覚障害者に工業デザインを教える教職に就きましたが、そこには立派な工房があり、モデリングは勿論、木のハンドツールなどはデザインどおりの実物制作が可能でした。このデザイン演習は学生達に人気でしたが、私自身も物作りの楽しさを再確認しました。

数年後に日本インテリアデザイナー協会理事長に選任されて頻繁に都心に出掛ける事となり、新宿の文化女子大学に移りました。家具・インテリアデザインが担当でしたが物作りを志向する学生が多く、私の卒研ゼミで家具の実物制作を指導して以来家具制作志望者が増え、デザイン演習でも実物制作を行う学生が増えました。

スマホやPCを駆使し化粧が趣味の花の女子大生が、お金も時間も掛けて木粉まみれになるのに何故？と思いましたが「木の板が次第に家具になってゆくの楽しい」と嬉しげで、4年前期に椅子を卒研で机を作る猛者も多かったです。彼女等が実物制作に熱中したのは、猿人以来の連綿たる物作りのDNAが騒いだからでしょうか？

私達の周囲にある道具は身体の延長や補強です。例えば猿人の持つ棍棒も腕の延長で、だから武器のことをArmsと言います。道具はどんどん進化し、私が子供の頃使っていた洗濯板が電気洗濯機に、薪で焚いていた風呂は水量も油温もオートマチックになりました。便利になった反面で、人の生活技能が衰え、助け合って成立していた家族関係が弱まりつつあります。

エドワード・ホールは人間の関わる社会空間を、「集社会的空間」と「離社会的空間」に分けましたが、私はこれを「集社会的デザイン」と「離社会的デザイン」として捉えています。パワーが付いてない道具は集社会的であり、使いこなす技術が必要なので道具が人と人を繋いでいます。昔の道具は50年、100年かけて洗練されて来ましたが、最近の電動ツールは短期間で変化し続け、例えば、孫の持つ携帯電話を祖母や祖父は使えない、これはどう見ても離社会的デザインです。人間は社会的生物なのでから、大いに再考の余地がありそうです。

赤ちゃんは原始人・・・自然や友から学びたい

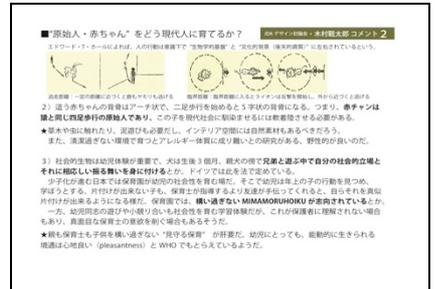
木村：赤ちゃんは原始人として生まれます。ハイハイしている時の背骨はアーチ状で、牛や馬と同じですが、立ち上がり歩き始めると大人と同じS字状の背骨に変わります。

エドワード・ホールは人の潜在意識を支配しているのは、文化的背景と生物学的基盤だと言っています。だから日本人に生まれると日本文化の影響を受け、アマゾンで育てば芋虫の煮物も食えるが日本人には無理ですよ。

生物学的基盤とは、野生生物が持つ逃走距離と臨界距離のことで、逃走距離とは草食獣が肉食獣との間に保つ安全距離であり、臨界距離とは追い詰められた草食獣が“窮鼠猫を噛む”距離、我々にも猿人時代の血の記憶があるらしく、赤ちゃんもコレを受け継いで産まれてくるのです。

人間が社会的生物であるのは（生存上の）弱者だからです。サバンナでの特殊能力を持つヒョウやチーターは単独行動ですが、ライオンはグループでないと狩りが出来ないので力を合わせます。人間も足が遅くて腕力も牙もないから仲間で行動していた、そういう血を受け継いで生まれた赤ちゃんをどう育てたら良いのか？現代の近代化された住宅で健全に育つのか？とも思うのです。人を大人にするプロセスを“家畜化する”とも言いますが、原始人赤ちゃんを近代社会に馴染ませるには、軟着陸が必要だろうと思うのです。

木登りや泥遊びも必要でしょうし、インテリアには自然素材が必要かも知れません。毒物は避けるべきですが、獣糞やふけなどがある一見不潔な環境で、子供は健全に育つ様です。イギリスの研究では牧場で育った子はアレルギー反応を起こさないそうで、兄弟が多い家庭の下の子にも同様の傾向が見られるそうです。若い人達が超清潔状態で育つと、無菌状態で育ち免疫作用を使っていないので、杉やソバなどにも反応するのだそうです。最近の少子化傾向は、社会的生物・赤ちゃんにとって好ましくありません。やはり社会的生物の犬は、生後3ヶ月兄弟と遊ぶなかで自分の社会的立場と立ち居振る舞いを身に付けるそうで、ドイツではそれ以前の幼犬の販売を禁じています。少子化の社会では、保育園での幼児同志の交流が重要であり、保育の現場では「見守る保育」が志向されています。保育士が指導するよりも、子供同志の学び合いの方が、教育効果が上がるそうです。「指導され、命令されて」行うよりは「気づき、学び取った」行動のほうが本人は嬉しいし心地いいから、と考えられており、このことは親の過剰な教育や干渉にも注意を喚起している、と捉えるべきだと思われます。



人間は集団の中で「社会性」を学び成長する

宮沢：私はもともとプロダクトデザインをやっていたのですが、GKインダストリアルデザイン研究所でグラフィック、サイン、ストリート・ファニチャー、環境等を経験し現在は環境デザインをやっています。今日の話で、これからの社会に必要なデザインとはということで、私はまず人とモノの関係について話したいと思います。

人は、家庭、学校、社会という成長過程のなかで、ほとんどモノに囲まれて生きています。その中での人とモノとの関係が非常に大事だと思います。

人は生まれたときから一人では生きていけません。社会の中で人々との集団の経験を通して「社会性」を学び成長します。「社会性とは」どういうことかということ「社会で生活しようとする、人間の基本的な性質」とあります。幼児期には両親から「良い事、悪い事」と言う、物事の判断のよりどころとなる大切な価値観を「躾」を通して身につけます。学童期には集団の中でルールや自らの決まりをつくり自

治の力が培われ「社会性」とは何かを学びます。青年期には様々な人生や価値観と出会い、新たな価値観を取り込んで自分の価値観の模索が行われ個性とが作られます。そして成長過程を通じた同年代、異年齢集団での人間関係の中で「我慢」「忍耐」を通して集団の「規範」を学び、その積み重ねの中で「協調性」「責任感」「礼節」等の「社会性」が培われてくるのです。

この人が生活していくうえで大切な「社会性」の形成と、モノと人の関係が私の話の重要な視点です。

モノは人間の願いで生まれ、その「欲」で育ったモノが人間性をスポイルする

宮沢： このような経緯の中で、モノがすべて関与してくるのです。デザインが関与するものは、モノであり建築や環境など広いのですが、今日は「道具」、いわゆるプロダクトについて話します。

では何がモノを生み出すのか。木村さんの話の類人猿が骨を道具に使ったように人の機能を延長するような、人の願いがモノを生んで来ました。他にも技術の進歩がモノの在り方を変えたり、明治維新や震災復興、戦後復興等、社会の体制が変わると社会に合わせたモノが生まれます。面倒なのが「人の欲」で、楽をしたい、早く行きたい、お金を儲けたい等の「欲」です。それがまたモノを生み出します。

1950年頃からモノとデザインの関係が見られますが、1970年後半から経済論理でモノが生まれている状況が非常に強い。2020年オリンピックの話でも、「おもてなし」というテーマがあるが経済規模3兆円とか、建設費が高すぎると言う経済性のみが議論の対象となり、日本の文化性やデザインのコンセプトの話が聞こえません。江戸300年の鎖国の後、明治維新を経て時代の流れの中でモノがどう変わってきたかを見てみましょう。

1945年から1955年は終戦の時からでこれは戦後復興のスタートです。終戦の前1923年関東大震災があり震災復興として、後藤新平はまちづくりを通して生活の質を確保するため環境を整備しました。

ところが1945年からの戦後復興は、欧米に負けてはいけないということで、経済復興ということになりました。国民に美しくて使いやすい良好な生活用品の供給という

ことで、デザインの導入となったのです。1950年代に作られた東芝電気釜、トランジスタラジオ、ホンダスーパーカブ、スバル360などは日本独自の機能主義によるインダストリアルデザインの名品として高く評価されました。

しかし、1970年以降、生活用品も広くいきわたり品物が飽和状態になってくると、企業は売上げを維持するために消費者の購買欲を喚起するため、モデルチェンジや多機能化、利便性の追及などが進みました。このような現象は当初の必要で美しいモノの供給から、販売促進という企業論理が、売るために人の欲を刺激した新しい商品を生み出したと言えます。このような社会の変化、モノの価値の変化は、人の生活や考え方、そして人間自身に何をもち、何を失わせたのでしょうか。

人とモノ(道具・建築・環境等)の関係

- 人の成長とは
人は集団の中で経験を通して「社会性」を学び成長する
- 何がモノを生み出すか
・人の願いがモノを生む

社会性とは
・社会で生活しようとする、人間の基本的な性質。
・「集団の規範」は集団生活で必要とされる「規範」。
・その積み重ねの中で「協調性」「責任感」「礼節」等の「社会性」が培われる。

社会性が身につけられる段階
・良い悪いを通して身につける
・集団の中でルールを学び「社会性」とは何かを学ぶ
・様々な人生や価値観と出会い、自分の価値観の模索が行われる。

- ・技術はモノの在り方を変える
- ・社会が必要とするモノを生む
- ・人の欲がモノを生む
- ・経済が新しいモノを生む

時代の流れとデザイン的作用

- 胎動期(1945~1955)
海外技術導入による戦後復興、環境に良好な生活環境の提供とデザイン導入の準備期
- 創生期(1956~1970)
独自の日本デザインによる存在感と、高い品質の日本のインダストリアルデザイン
- 燃熱期(1971~2000)
豊厚長尺から経済短小、多機能化、食の外注化、車の一台、強い競争文化、インスタント文化と大量消費社会の拡大
- 新生期(2000~)
AIOTYの発展によるバーチャル化、自動化、ネットワーク化は人類と社会をどのように変えるか



戦後に得たものと失ったもの、「人のためとは何か」を真剣に考える時

宮沢： 戦後73年間のモノの変化を、人とモノの関係から見て人間が得たものと失ったものが何なのかを、今考えるときです。1950年代から70年代に得たものは、戦後復興の中で、デザインの導入による新しく美しい商品による日本文化の継承と便利な生活でしょう。そして商品やデザインと同時に欧米のライフスタイルや価値観なども入ってきました。

一方、失ったものは何かというと、日本古来の風景が、スクラップ・エンド・ビルドで近代的な風景に代わり、ものの考え方も「プライバシー

の尊重」「個人主義」「多数決」など、西欧的思考方が「利己主義」や「数の論理」など、日本風な解釈や使い方によって、コミュニティがなくなり、人間関係が希薄になり、社会の規範が弱くなり、社会性が欠如してきました。それから便利な商品の普及やインターネットなど世の中の仕組みの変化は、個々の人間についても「忍耐力」「思考力」を弱くしています。今は、PC、インターネットで調べてそこで出てこないと解らないということになります。昔はみんな自分で調べたり、誰かに聞くとというようにわかるまで苦労しました。そのような経験が「我慢強さ」「忍耐力」「人を思いやる心」を育て来たのです。が、今は、これが日本人かというほどです、この画像（歩きスマホ、電車の中で全員がスマホに夢中）で見るようにひどいものです。

このような状況からは豊かな感性は養われないのです。感動を体験するようなチャンスが少なくなってきたのです。皆、モニターの中だけの世界です。このような状況の中で、デザインは経済を発展させるものでもあるが、文化を育くむものでもあります。デザインの本質は、それが生まれた時と同じように、人のために役立つなければならないのです。

「人のために役立つこと」とは何なのかを、今、本当に考えないといけないのではないかと思います。



成果の積み上げが築くデザインの現在

秋山： デザインは裁判の判例と似ていると思います。新しい判例は、必ず前の判例を参考にして判例が書き換えられます。これに似ているのがデザインだろうと思うのです。多分、B.アーチャーだったと思いますが、この様にも論じています。デザインは社会背景を基に絶えず変化していくという視点から、今まで自分が行って来たデザインを通して述べてみたいと思います。私はデパートの室内設計室をスタートに様々な仕事をしてきました。1960年代の初めに行ったK製薬の社長室ですが、デザインを始める前に、社長室で社長が行う行為についてどのようなものかを率直に社長に伺いました。すると社長は契約書など重要な書類に判を押すだけで、大切なのは様々な方々とのコミュニケーションだということで、それまでのように大きな社長机置くのを止め、社長のデスクを小さくして、ゆっくり打合せが出来る椅子を中心とした配置にした計画です。次は1960年代半ばの者ですが、大手町にある大手都市銀行本店の客溜まりのデザインです。この頃の銀行は企業重視からより市民への時代でした。より親しみやすくする目的でカラフルな布張りの椅子を配し親しみやすさを重点に計画しました。



1970年初めに全館のデザインを担当したリゾートホテルの客室です。それまでのホテルの客室はトランク台、デスク、チェスト、テレビ台は独立した家具として配されていました。しかし、リゾートホテルのお客様はチェックアウトを遅くチェックインを早くされることを求められるため、これらの家具を壁面

に取り付け一体化し、各々の脚を無くすることで客室のルームキープやメイキング時間の短縮を図れるデザインにしたものです。その後のリゾートホテルのベーシック・コンセプトになりました。次は2007年ころデザインのブランド・ショップ。これからはいいものを作ったから売れるわけではない、理念型でなければとのモノづくりから生まれた、ナチュラルで持続性の高い商品が中心のショップ、品質、拘りなどを表出し如何に多くの方々の共感と賛同を得るかに工夫を凝らした商品展開のチェーン店を7店舗ほどの一つです。次は幾つかのプロダクトデザイン。椅子は、それまで使い方を決めたものが多かったのですが、機能を決めずに自由に使える（オケイジョナル）椅子をということでデザインしたもの、次の椅子は500トンプレスを何台も導入したOEMメーカーの希望に合わせてスチールプレートを500トンプレス活用をキーにデザインした事務用回転椅子、次は設備機器、それまでは洗面台と鏡面が別々だったのをワンセットにして壁面工事を軽減した設置を容易にした洗面化粧台（T社）などです。

デザインの本質を突く

秋山：ここまで皆さんも述べられたように、生活環境が変わってきているので、最初に述べた「判例」と同じように考えて、では次にどのように書き換えていくかが問われていると思います。

デザイン行為は書き換えていく作業でエンドレスです。だから無くならない。最近では経営者の間で「デザイン・シンキング」という考え方が注目されています。これからをどうしていくのか。デザインはもはや一人で出来る時代ではない。それはグループ・テクノロジーとでも言われる、グループでどう考えるか、が問われています。建築関係ではアラップのような設計集団（注：世界中の建築設計、構造設計を一手に引き受ける巨大組織）などがあります。

もう一つは、文化としてどう捉えるか、デザイナーがこれから自分は何を、どの位置でやるのか立ち位置を自分で決める時代であると思われ、でないとやる事が明確にならないでしょう。

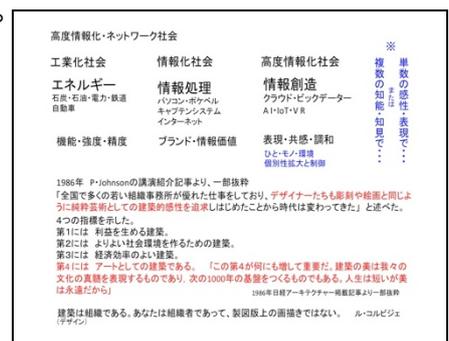
ここに紹介しているように、私が気に入って、学校の授業でも多く使っている、フィリップ・ジョンソン（1970年代に活躍したアメリカの建築家）が80年代にすでに、こういうことを言っているのです。これからの建築に求められる4つの指標を示した言葉を引用します。

- 第1には 利益を生める建築。
- 第2には よりよい社会環境を作るための建築。
- 第3には 経済効率のよい建築。
- 第4には アートとしての建築である。

「この第4が何にもまして重要だ。建築の美は我々の文化の神髄を表現するものであり、次の1000年の基盤を作るものである。人生は短い美は永遠だから」ということです。

もう一つ、ブルーノ・ムナéri（1950年代に活躍したイタリアのデザイナー）の著書「芸術としてのデザイン」について。その中に「これだけ沢山の椅子があるよ。でもこれがすべてではないよ」とのページがあります。

その裏読みですね。渡辺力さんの椅子も含め、ほとんどの椅子のイラストが有り、ほとんどのモノが入っている。人びとの求めるモノを考えれば、これが全てではない。文化とか民族とか地域を考えながら、判例をつくり変えていくことが可能だということです。マネジメントする人がデザインをもっと真面目に考えてくれると、もっと良くなるんじゃないかと期待を持つ



ています。

改めて「デザインとは何か」を問う

大倉： この場は日本デザイン協会の話で、登壇者の皆が「デザイナー」と言っているわけなのですが、これだけ広い分野をカバーしていると、どこまでがデザインかという話があるかも知れないのです。難しい問題は、デザインが拡散してしまっていて「損保デザイン」などとまで言われています。過日、この話

をある会場でしたら、一般の人がほとんど気にかけていないのでびっくりしたのです。どう使われても平気なのです。最近までデザインは最新の組織であり、技術であり、特殊な人たちが関わっていると思われていました。今は何でもデザインなのです。ここで、その分「デザインとは何か」が決まってい

今、必要なデザインとは？

- 1: まず今は、「デザインとは何か」が決まっていない。
- 2: 「IoT, AI化は必然のこと」。「その時代に」、「デザインに何が出来るか」、を知る必要がある。それが「今、必要なデザイン」となる。

ん、自分の立場はそれなりに決まっているとして、どんどん判断したり進めたりもしているのがこの場（会場の登壇者）であり、その一方この場には、決まらないから決まらない、として進めている人もいることを理解しておく必要があります。そうすると、自由にしゃべっていいということに対して、どのように「デザイン」を定義するのか、というのが問題になってくるのですね。そこへもってきて、IoTやAIの進歩で自動運転車とか

いろいろのことが起こっている。技術の進歩や人間関係を含めた組織の進歩がイノベティブなところに来ていて無視できない。さっきから皆さんが言っているように、社会の問題を無視できないのだが、そこに「デザイン」が投げ込まれてしまっているということでしょう。今、大激震期に来ていて、これからどうするの？という時に、デザイナーと称しつつも、実は色を塗ったり紙を貼ったりする程度のことしかできなかったデザイナーがこれからのことを話していけるの？という問題もあるのです。能力が無いのに言っているかもしれないのです。産業界は今、荒波に曝されていて、デザイナーが感覚的に話していくのは構わないが、それをどう具体的に提案していくのかが無ければ、デザイナーはどこかで馬鹿にされてしまうでしょう。

重要なのは「デザイナーは未来に何ができるのか」ということです。分野はいろいろあり、何でもいえるというわけではないが、私が関心を持つのは日本を主導していく産業界であり、そこにおけるIoTやAIとの関わりです。

トランプ大統領の出現は大ショックであり、この時間でも多くの企業では、「これからうちの会社はどうし

ていくのか」とか、「日本はどうなるのか」の議論をしているはずで、そういう中で産業界の位置が問題になっています。トランプを超えて、一番大きいのがグローバル化が問われていることです。それが何かといえば、資本主義は、大手を中心にした企業がこれだけ頑張ったからやって来れたんだ、ということが持つ問題です。図式的には、カネを持っている企業

来る時代にデザインが出来ること ＝すべきこと＝必要なこと

- ・ 好感度を引き出すルールを見つける＝業態論
IoT, AIの進化により、モノの機能選択肢の多様化と、利用者側への選択権の移行が進む＝モノ以上に「サービス」を重視したルールを見つけること。
- ・ 好感度を引き出す表現を提示する＝商品の時
「幕の内弁当・定食・カフェテリア」に見る、モノと場に合った表現の基本モデル提示。
場の場合＝「個室、話の場、自然環境」

が中国に投資してモノを作らせ、世界にばらまく。中国は自国民やアジア諸国を下請にして国を富ませてきた。そのような世界的なルールが危機に向かっているということです。我々が話していないところで経営者はカネのことで頭がいっぱいになっていると思う。そういう中でデザイナーに何が出来るかが問われているのが現実なのです。

まだ落差が大きい、産業界の認識とデザイン力の社会化

大倉： 2番目のパネル。以上の話に関係しますが、ご縁のある産業コンサルタントの妹尾堅一郎さんの主催する産学連携推進機構（AICOS）のセミナーに出席して感じたことをお話します。デザイナーに何がやれるのかな？と感じる、近隣の話をしていただいたのです。

そこで語られていたことは、「モノ」の時代は終わっている。次に何が来るかといえば「サービス」だということです。我々は、サービスは営業マンがやる、とか考えてきたのですが、「サービス」を主役にモノを考えていかなければいけないということです。「サービス」はデザイナーが関わっていけるのか。このセミナーの集まりは150人ほどの、多分大手企業の幹部スタッフだろうと思う人達が集まっていて、私はデザイナーがそこで何が出来るかを考えたのです。考えたのがパネルにある2行。「(モノと行為の) 好感度を引き出すルールを

見つけること（専門業態にとらわれず分野の統合を含む）」と、「好感度を引き出す表現を提示する」ということです。このような提案をしていけば、デザイナーの立ち位置は明確になるだろうが、そうでなければ、また下請けに留まるだろうという予感がしています。

3枚目。以上の話から、最近出した自著で言ったことには、妹尾さんとは幾分違うことがありました。というより、そこでの話は、IoT, AI化で進む、この表の真ん中にある「モノのサービス化」や、「『場』の自主選択」ということであって、これはいわゆる業態論（組織、商品、マーケットの場）であり、私が本で言ったことは、その左右に記してある、「産業におけるデザインの再編成（分野の統合）」であり、それによる「感性価値の統括と擁護」だったのです。

我々があまり意識していない、AICOSの言う「サービスとしてのモノ」などは、より研究しなければならないでしょう。時間が無いので後で続けますが、デザイン問題にとって重要なことは、社会的な認識の深さとデザイン、そこにある問題を見える形に表現することとデザインは、相互に不可欠なことであり、それを繋げる難しさと能力が問われているということでしょう。

産業界の未来より、生命の担保を医療デザインで

「一巡し補足したいとして」

國本： 自動車会社にいたとは言いましたが、自動車会社に入ったのは、車より未来にヴィジョンを見たかったからです。未来を創ることに関われるなと思ってやっていたら、どうも違うということが後からわかったのです。40年前、僕が20代だった時に自動運転などは相当言っていた、なのにやらない。利益が回る仕組みの中でしか廻していかないと判って、いろいろのことを言い、社長にもいろいろ言ったのですが、銀行系から来ている役員がそれを止めるわけなんです。自動運転は20代の時に名古屋で実験をやっていたんです。それで会社をやめて、どうしようかと考えて、いろいろなデザインを始めたわけです。どこに未来があるのだ、と見渡したが見えなかった。

で、人は死ぬ、自動車のデザインも航空機もやっていたが、これも1億5千万分の1だけれど、人は死ぬ。今、医療をやりだして、世田谷の国立医療研究開発法人の医療機器の開発部長を引き受けていますが、そこに来るのは絶対死ぬ子しか来ない。脳内にいろいろのものが出来たり、肝臓がどうだとか。今、やっているのは妊娠して体内で動いている胎児に超音波で手術してしまうとか。

自著で扱ったこと
CREATIVE [ARTS] CORE

以下の青欄がIoT, AI化で進むこと。
赤欄が自著で主に扱った部分。

分野再編成—業態論—商品/場—感性価値
モノのサービス化
「場」の自主選択

生きていてどうするかは、今の産業界をどうするかということではなく、まさにある意味、神との闘いをやるわけですよ。死んでいくように生まれてしまった子供をどうやって生かしていくか、生きているだけで幸せだという、さんまさんの言った言葉にある「生きているだけでまる儲け」ではないが、それをどうやって創っていくかということを今は考えています。

医療分野こそデザインの宝庫

國本： 治療用の機器は百年間、基本的には変わっていない。道具を一番、使っているのは医者なので、スプーンの先を研いで手術してもOKなんです。ヒラリエという法律があり、医者が作ったものは許認可を取らなくてもいいのです。でも医者のメンタルは「創るより慣れる」なのです。

もう一つは日本の医薬界は輸入した方がリスクが少ない。実際、開発しないで80~90%も輸入しているわけです。なぜかというとなまさに産業のルールで、創って特許を取っても、それで世界を30、50年と放っておく。でも酸素が90%漏れるから高濃度治療が出来ない。漏れないマスクを作ったら高濃度治療を家庭でも出来るが、そういうことが他方でまったく開発されていない。片方では技術がどんどん開発されていくが、他方では産業的なセーブをしているのです。語るのもそうだけれど、本当に生きていることが最低幸せだ、という状況を創らなければならない。

実は、対外経済用語では「医療」とは言うてはいけないんです。宮澤喜一さんが「医療を世界に出していかないから、車を売らせてくれ」といったために、今でも国の公式な文書では英語でメディカルと書けない（ヘルスケアとしている）。今、段々、重圧が取れてきて、やれそうなんだけれど。

主に今は、世界が医療にシフトしているんです。自動車の世界は200兆円ちょっと。でも車の利益率は3%。アメリカのシンクタンクなどが考えているのは車などではなく医療で、あと15年ほどで630兆円に行く。機関車など造っているシーメンスがなぜあれだけ大きいかといえば、医療の利益が30%だからです。医療の利益が一番高い。世界で利益率が高いのはバンドエイドのジョンソン&ジョンソン。でも誰もそんなことに気も留めていないですが。

高齢者のたわごとを言う場を作って、若ものがそこで「嫌だ」とか「嫌いだ」とかパツと言える、という場の出来ることをさっき話していました。そこに、出席も取らずに参加できる場をつくりたい、という話をしていました。言い放題ですみません。(都合により國本退席)

—登壇者たちの主張を終えて—

会場との対話から学ぶ

保育児童の育ちの場に関わって

秋山：勝井さんが体調を崩されて今回参加されないのですが、この場は我々だけが話すのではなく、皆さんと、「デザインとは何なんだろう」と議論するのが目的なのです。多くのご意見を頂きたいと思います。

岡/会場参加者： 保育園向けに環境づくりや家具、遊具を開発しています。 木村先生のお話にあった「見守る保育」は、従来の「やってあげる保育」ではなく、「やりたいを引出す保育」です。

「あれやれ」「これやれ」と一斉に指示するのではなく、幾つかの活動を提示し、子供自身に選択させることで「やりたい」を引出し、「集中する力」と「やり遂げる責任」を育みます。

3~5才の異年齢の子供でグループを作り、年上の子は年下の子の世話をやきながら活動します。

少子化によって家庭内で年齢の違う子が関わる事が出来ない子供たちに、保育園の中で体験させるということもやっています。そうした保育方法に対して、デザインでどう回答をしていくかということですが、まず年齢ごとに部屋を区切るのではなく、極力壁を取り払って行く。広い空間を可動式の家具で間仕切りし、それぞれを子供が活動するコーナーとします。

発達度合い、好奇心、季節など、様々な要因からコーナーの内容やレイアウトを適切に変更することで、子供たちが選択する活動の鮮度を保ちます。この保育環境を実現できるプロダクトを生み出すことが、求められています。

昨今は小学校でも、子供が集中して席に座ってられず歩き回ってしまい、授業にならない「学級崩壊」が問題と聞きます。学校の授業がつまらないのでしょうか。小学校に入る前に、保育園で「やりたい気持ちを引出す」ことで集中力を育みたいものです。自分の「やりたい」ことが判っている子供を育てたい、と思って活動しています。

秋山：私もお手伝いしたのだが、小学1年と6年では体も考え方も全く違う。友人の建築家が、1・2年、3・4年、5・6年生とをユニットにして棟を別にして計画したことがある。

宮沢：考え方はわかるが、今の産業界、経済界の論理からすると、一緒にした方が管理しやすいということにならないでしょうか。10人が全部違うことを言ったら管理ができない。自由にさせる、年齢で組分けするとしたらどういう管理体制にするのか。

岡：過干渉しないということですね…。

宮沢：その場合、必ずリスクがある。例えば転んで怪我をした、なぜだということでモンスター・ペアレントの追及に保育所が対応しなければならなくなる。今、そこに悪循環があって行き詰っている。その解決方法が必要で、デザイナーは絵をかくだけでなく、それを解決するためのコンテンツや仕組みを提案すべきでしょう。またそのための新しい企画を考える必要があると思うのですがどうでしょうか。

岡：ケースが多すぎて、一つのプログラムでの対応は難しい。ただ、保育園でのコミュニケーション不足が問題で、クレームの少ない所はよく話し合いが行われているようです。だから一つのメソッドで解決できるようなものではなくて、柔軟な考えが付加されていく必要があるのでは。

宮沢：いろいろなデザイナーを知っているが、デザイナー側からデザインのアイデアを出し一緒になって考える。運営する方は、同じテーマに対して運営する立場からの考えを出し、協同ワークをしていかないと。デザイナーが仕様書だけ貰ってそれで形を造っていくという世の中では、もうないんじゃないかと思います。

会場：先ほど國本先生の、デザインはソフトウェアでもハードウェアもかまわない、という話にありましたが、先生方の話を伺っていて感じるのですが、子供に会って育てるという日常業務では保育士にはかなわないということです。私がデザイナーとして参加させてもらったのは、彼らが形にできないもの、困っているものを形にしてあげるということです。

個人や市民、地域の「幸せ」や「文化」は一朝一夕には出来ない

宮沢： 國本さんが幸福の話をしたが、僕らは人が幸せになるようにと思ってデザインしている。その結果が、先ほど言う様に、「落とし物」があるわけです。

みなさんにお聞きしたいのは、人が幸せになるとはどういうことだと思いますか。モノがたくさんあって便利で、AIなどの技術が進むと、めちゃくちゃ便利になる。人間が判断できないような高度な判断もコンピュータがするようになる。そういうのって本当に幸せなのだろうか。そうではなく、使うのは難しいがうまく使うとカッコいい写真が撮れるカメラがいいとか、マニュアル操作が出来るのがいいとか、達成感を

味わえるような人がいいと思う軸が結構あるような気がする。皆さんはどう思いますか。

浅野／会場参加者： 十何年も使っていたので携帯電話を買いに行ったのですが、その時に、電話も掛けられてショート・メールが出来れば後はなににもいらないうたのですが、対応してくれた方がタブレットが色々入っています」と。私はアプリとかCTとか、コンピューター関係のツールとか意味の判らないものがいっぱいありすぎて、知らないことには触れたくないと言ったのです。

その人は心を開いてくれたので話せたのですが、ツールがいっぱいあるというのは人間の五感を削ぐと思っているのです。大倉先生の本の購入もそうだったのですが、アマゾンでは買いたくないので、いつも使っている書店に注文しました。

やはり文化は一朝一夕にはできない。何年も何十年もかかってその地域の文化は出来あがっている。地域が育つところでモノを買いたいし、そこに利益があるように思っているのです。

あと、やはり人間の五感が削がれるということは、アフリカから一人の女性が人類を造ったといわれ、そこから別れてきているのですが、その中で気候とか風土に合った育ち方をしている。文化とはそういうものだろうと話して、人間の五感を削ぐようなものは出来るだけ私の周りから排除したい、それが不便であったとしても。例えば、地図もインターネットで見た方が早いのですが、その場所しかわからない。が地図なら周辺を知ることが出来ます。広辞苑でもそうで、周辺を知ることが凄く大切に、それが私は身につけているんです。それだから私は買わない、と言ったのです。

先生も、前回Turning Pointのことをおっしゃったと思うのですが、いつがその時か、と決めるのは難しいと思います。

明治維新は産業革命の時期だった。あれがあったことにより大量生産、大量消費が可能になっているわけですが、今の日本の現象は、ある所まではそれで来てよかったと思うけれど、飽和状態になった時期があったと思う。その飽和時期に我々団塊の世代が何をしていたのかという疑問があるんです。現在は変な方に進んでいるという気があって、現状には恐怖感があります。便利な社会がいいというように考えないことと、自分の頭で考えるということはどういうことなのか、人間皆が持っている「退廃力」が活かされていないということについてどう向かうのか、一人一人が考えなければならぬ時代が来ているとすごく感じています。

AI化は技術視点のみでなく「真に人のためとは何か」

を押えることが重要

宮沢： まさにその通りだと思うが、人間とは弱いものです。生まれ落ちて、明治維新があって大戦があって1960年から70年代、どん底から力を合わせて這い上がってきたのだが、第一のTurning Pointとは80年代にどんどんモノを作って売らなければならず、経済大国になって世界に勝たなければならないという企業論理で、どんどん商品を供給していった。そこに人間の弱さが出ているわけです。要するに、隣が持っている欲しくなる、新しいものが出ると買いたくなるという欲が刺激されて、今までちゃんとした道を歩んできたはずなのに、「あれもいいね」「これもいいね」といように、すごい多機能や「早い」とか「便利」が価値があるものだと思ってきた。

それがプラスの面とマイナスの面を起こしてきていて、それが1次のTurning Pointであり、2次はインターネットが普及して、まだそれほど弊害は出ていないかもしれないが、スマホを見ていて駅から落ちたとか、ポケモンゴのように見たまま歩いていて人への迷惑は考えないとか、そういう問題が解決されないうちに、IOT だとか、AIだとかでどんどん変わるぞという時に、誰かが理性

を持って人の幸せとは何なんだろうかということを考える大チャンスだと思います。経済論理で考えると同時に、人のための品物、デザインは何かを真剣に考えるときです。

本当にいい自動運転車が出来れば技術的には素晴らしいかもしれない。でも人間はそれで本当に人類として幸せになるのか。その技術と企業と人との関係の中での価値観が見えない状態になってきている。

会場： デジタルチャンスはいいです。この話の発端は幸福とは何かだったが、幸せになりたいなあと思ったら不幸で、そう考えなくなったら幸せなのではないかと思う。産業革命の話が出たが100年はかかって変わってきている。デジタル時代の変化はすごく早いので、こういうギャップが出てきてしまうんです。デザインの話になると、私はインターネットやワイファイが一切繋がっていない街があってもいいかなと思う。私はテレビは止めていて、子供には一切見せないんです。

大倉さんがデザインとは何かと言われていたが、いろいろのデザインへの選択肢を与えられる。画一的にやらないのがいいんです。どこかの総理大臣のように画一的にやるから、あまりよくない。

グローバル化と一致しちゃうと、ややこしいんですが、いろいろ選べるというのがいい。今は何となく世の中が不安ですが、選択肢を選べる、それがデザインという…そもそもデザインとは違いを生み出すということではないですか。そういうのがいいと思う。

拡大経済の危険度 そのバランスを取るのが「デザイン」

秋山： 拡大均衡ばかりを狙っている時代がおかしいのではと思うんですね。拡大だけを狙おうとするから不利な情報は出さないとか。デメリット表示というのが以前あったと思いますが、今は無くなっていますよね。

こういう価値がありますよと言いながら、片方の価値だけがどんどん拡大し、もう一方はブラインドにしてしまっている。両方から見る訓練をする場所がないのかも知れないな、と。会社に居れば「利益上げる」とか「がんばれ」というわけですね。「1000馬力のエンジンを開発したって1000馬力のブレーキがなければ欠陥車じゃないですか。そんな車を造っていいんですか」といって上司に怒られてきたが、まさにバランスをどうしていくかを考えていく。まさにデザインとは最終的にそこだろうという気がしているんです。

マネージメントがデザイン・シンキングと言い始め、IBMがデザイナーを1500人採用するという。デザイナーのトレーニングとか発想法とかシンキングを企業に活かそうというわけなんですよ。反面では相当リストラをやる。そう変わってくる社会を見ていると、個人的にはデザインには多少の希望があるのかなと。

制御っていうと倫理とか抑えるということではなくて、そのバランスなんだろうと思い始めている。自分で仕事をやっていて一番戒めなければならないのがそこなのだろうという気がするのですね。

木村： 私が現代社会に感じている大きな不安は、急激過ぎる変化です。コンピュータが出現して情報化社会に突入し、ネット・ワークを世界中に広げた。もの凄いスピードで情報処理が出来て企業もグローバル化し、世界中からカネを集め、製造業も世界の上位2社に入らないと儲からないらしい。兎に角PCの出現は“物作り”における人と物の関係、作り手の働き方を劇的に変えてしまったと思います。また誰もが発信者となって情報の信憑性が全く曖昧になり、さらにマスメディアの衰退が同時進行して、不確定情報に振り回される時代になっています。最近の情報化社会最大の勝者はトランプ氏ではないか、彼はテレビタレントでもあって当意即妙に人心を操り、世界に影響を与えるのはああいふ人じゃないと駄目かと少々絶望を感じています。養老孟司が言うには「本当に偉い人は表に出てこ

ない」つまり「これ」をやらないからだそうで、じゃあ、どうしたら良いんでしょうか。

会場：一億総白痴化というようになっていきますね。ツイッターでコミュニケーションをとっていき、寂しさのぎとということがありますね。

宮沢：あれで友達がいるという小中学生が多いんですよ。そこでギャップが出ているんです。

その人たちと会っていればもっと学べているのに。ラインだけでやっていると体感の学習が無いんです。

若者に期待する新しい哲学

会場：デジタル系の会社にいるのですが、これを「こうしよう」としても無駄で、これは当然こういう世の中になっていくと割り切った上で、自分はどう生きていく、あるいはこう生きていくスペースがある、ということを理解していかないと、皆、何となく騙されていく…。

宮沢：最初にあんなものと言っていた。携帯電話が出たときは、何だ、あれは電話か、とか言っていたのが使えば使うほど、どんどん便利になる。言葉は良くないが侵されていく。そこで染められたものではないのだが、どこか他の方法で事を考える必要がある。デザイナーが考えるのか、企業が考えるのか、行政が考えるのかわかりませんが、(周りから、「どこも考えない」との声)考えませんよね。やはり、売れるものしかやらないから。

木村：マスメディアやインターネットには“現在”しかない。そうではなくて、本当に価値があるのは、製品寿命が10年、20年と続いている製品で、これは人々が支持してきた証明です。Gマークに「ロングライフデザイン」もありますが、凄く価値があると思います。良い物を適正に評価し、続けてきたものに光を当てる「暮らしの手帳」的なモノ、出来ないですかね。

会場：高くても買うというのにしていかないと駄目で、電気料金も一緒。安くするための原発も駄目。だから何か捨てないとダメ。

秋山：他の方も何か。特に若い方で「何言ってるの。爺さんたち」とか。(笑)

浅香/会場参加者：僕は悲観しないんですよ。今、コミュニケーションがうまく取れていなじゃないですか。実は、3日前にスマホを失くしましてえらい目にあっただです(苦笑)。公衆電話がほとんどないんですよ。人間には便利さを求めるものと、そうではないものとの価値を二律背反として持っていると思う。全体をコントロールできないのは哲学がないなら。でも、若い人はやっていくんじゃないかな。

宮沢：便利さを否定はしない。求めすぎると、何か失うものがある。そこの方の問題だ。コミュニケーションして、体感して得るものがなくなっていくわけだね。思考力だとか忍耐だとか、ね。

秋山：そこだと思うよ。でも若い人たちに…(大笑)。こちらばかり言っても話にならない。

会場：時間とか心に余裕がないからかなと。新しい技術を使ったことでも、余裕が出来るのであればいいかなと。

高齢者問題へ「デザイン」の視点を

ル・イン/会場参加者：私の意見は若い人の話ではなくて、これからの問題は環境と高齢化ではないかと思うんですが。大倉先生の話にもありましたが、産業化とは、どういうお客を対象にするかというテーマに掛かっているのではないのでしょうか。

國本先生の幸福の定義をどうするかについては、正義とは何かということテーマのように、定義するのに簡単でないように思いますが、人は希望を持った時は幸せを感じるのではないのでしょうか。また、高齢者がより幸せになれば、若者ももっと希望を持つように思います。

市場の顧客の対象を高齢者にするのは一つのアイデアだと思います。もっと高齢者のためにデザインをしてほしいと思っていて、また、社会の持続性にも繋がるといい、と思っているのです。

浅野： これって、どんな発想から高齢化にたどりついたのですか。

ル・イン： まず大倉先生のデザインの産業化の話聞いていて、どういう顧客を対象にし、どういう商品、どういうデザインをすればいいかを考えて、そこから高齢者の問題にたどり着いたんです。それから幸福の問題も、年齢に関係なく誰でも考えている問題で、それを考えると、先輩に学びたいとか、高齢者の経験を知りたいとか、こういう先輩のように仕事をしたいとか、ということもあるので、そこからも考えたのです。それから議論の介護の課題とかも含め、高齢者のためのデザインを考えて欲しいと思います。

木村/会場の人： 今の人の話、感激しましたが、最近、年寄りが事故を起こしているでしょ。で、免許を取り上げるだとか言っていますね。あれは完璧に今の産業構造の基幹産業である自動車産業が、車のデザインを履き違えているのですよ。幸せをキーワードにすれば車のデザインだって、もっと変わってくるはずなんです。今、こんな状態になって、運転している方が悪いんだ、人を殺しているんだ、という、そんな感覚的な発想に行ってしまう。高齢者のために、どんなデザインをして行くのかということにならないと本当の議論にならない。宮沢さんがGKにいたとのことですが、「幸せ」となると、栄久庵さんの哲学になってしましますが、もともとコンパクトカーの発想もあるし、そちらの方に行ってもらえたら、と思います。

秋山： 用途が、大量生産しなければならないものを少品種少量生産でということだが、もうそれが限界にきているんです。デメリットもある商品でも、こういうメリットがあるとはならないか、と思う。

A | 後も 結局「デザイン」の問題に

木村/会場の人： もともと自動車なんて自動運転するための道具ですからね（会場笑）。自動化（ばかりがテーマというのは）ナンセンスだと思うのですがね。

木村： 僕も若い時にはかなり高速で運転していましたが、若ければ対応できた。しかし、高齢化すると高速運転には感覚的対応が難しくなってきた自覚はあります。高齢者がパニックを起こし、アクセルとブレーキ間違える事故については、適性検査と人間工学の両面からの徹底研究が必要だと思う。

宮沢： 高齢者のデザインとなるとニーズはあるし、企業もそれを考えて車がちゃんと対応できるというのは、すでに考えられている。認知症でも車はちゃんと走るといえるのはあると思う。一方で、それで思い出すのは、娘が新築してトイレのオール自動化を取り入れた。トイレのドアを開けると蓋がずっと開き、用を足し終わると自動的に水を流し、何もしなくても蓋がちゃんと閉まる。娘といっても孫ですが、すると孫は友達の家に行った時でも、トイレで水も流さず蓋も閉めない癖がついた（大笑）。そこでこれはまずいと。子供たちには全部、手動で、と。

自動化というのはそれだけのことはある。車を使う場合も、使いみちを業界はちゃんと考えていかなければならない。製品として買うばかりでなく、どこで、どうコントロールしていくかということが、デザイナーにとってもモノの企画をどういうふうに決断するかとか、それは非常に難しい話です。車だって若い人も乗るわけですから、若い人が自動運転に慣れてきたら、また違う問題が出てくる。そのあたりを考えていくのも重要なデザインのファクターなんじゃないですか。

秋山： まさにデザインの問題に落ちいったということで、では、この辺にしたいと思います。最後に会場を提供してくれた秀光さんからご挨拶が。

秀光ONE 藤田： こちらはショールームとなっていますので、どなたも自由に入れる場です、いつでもどうぞご利用ください。

私どもとしては働く環境をデザインするということで、まさに此所のすべてが私たちが考えている空間です。私どもの会社は制作工場を持ち、様々なストーリーに基づいて、空間をつくっていくということです。今使っていただいている家具もすべてオリジナル、イタリアから素材を持ってきて日本の工場で加工して出荷する、ということをやっています。発想から使うところまで様々な次元があり、かなりの差異があります。今、オフィスの空間ではコミュニケーションとコンセントレーションのバランスが取れずに来ていると考えています。個室化で言えば、家族の写真を張ったりしてきたのですが、それではコミュニケーションが取れないということで、フリーアドレス化（どの場所で仕事をしてもいいとする）してきました。そこに今度は、それでは集中できないという問題が出てきて、どうしたらいいかと言うのが現状との理解です。これからに相応しい働く環境のデザインを提示できたらと考えています。

（この後、ショールームや設置されているオフィス家具などについての詳細紹介あり）

秋山： デザインに関する問題は早急に答えの出てくるものでもありませんので、この辺でお開きとさせていただきます。（完）

（発言者敬称略）

—まとめに代えて—

それぞれの想いから見える多様性と未来への指針

最近、日本人がおかしくなっているという人が増えている。

「3・11以降、（日本全体を考えるモノサシが足りなくなって）アジアに広げた」と、外からの映像観察をした映画「バンコクナイツ」（富田克也監督）が出たし、亡くなった鈴木清順監督は「明治維新が江戸文化を壊した」との信念を曲げなかったそうだ。（*）と言うことは当然、現在の日本人にもおかしい、という筋書きになる。これは映画界の話だが、ここでの5人の経歴からしても、そこからの感じ方、考え方の展開は当然、すべて違っている。そこにはデザイナーから見ての、日本人を越えて、人間の未来への危機感がにじみ出ている。

元から、この討論会はまとめることではなく、個人の考えを自由に発信するということだった。が、終わってみると、皆が現状から判断して、生きとし生きる人間とその社会の未来を思い、危惧する点では大きく一致していたと言えよう。このことは、まさしく現代が科学技術の成果により、人間存在の根本と、そこからの未来が問われている大きな転換期であることが納得されているからであろう。

微かな差は、各人の内面における自己責任の置き所だろうと思えた。それが当面の「デザインが何か」を決めているようだ。

「デザイン」という言葉が単純には「計画」を意味するように、人間の未来について、自由な論理

的、感性的構想を持つことは許されている。ここに、論理的思考でたどり着くデザインもあれば、体内化された感性的な経験で「デザイン」を納得する場合もあることが感じられてくる。承知のように、理性と感性は解決できない哲学的な命題であり、哲学者はその優劣を探したり、競ったりして生きてきた歴史がある。

論理的帰結からすれば、現状の産業界の優劣構造や弱点を判断し、そこに「デザイン」を落とし込むことも可能である。それが医療分野の場合、医療行為としてではなく、生命をどう救済するのかについて、時間、空間、物質、機能、人間心理などから手を差し伸べることは新しい可能性である。一方、感性的にデザインを「把握」した者はイメージの根源を意識しているために、まず自分の居場所を動くわけには行かず、対象である既存産業界という現実社会とどう向き合うかを探すということになる。そして、そのどちらにも、個人的な表現への要求がある。

「デザイン」はまさに、個人としての人間に内在する論理と感性の表出の場での狭間にあり、その合一を目指すべきなのか、それが出来なくても存在意味があるのか、誰も解を出していない。ここでの討論は、その現場である。 (大倉記)

* 「アジアのモノサシで問う日本」(2017/02/24 朝日新聞夕刊、鈴木清順のことは同紙「天声人語」2017/02/23)



(デザインフォーラム会場風景)



(絵画館前銀杏並木)

2016年11月26日(土)、は天候に恵まれ、会場の「秀光 ONE」は青山通りと絵画館前の銀杏並木通りと直行しており、車のパレードや色付いた銀杏並木は多くの見物者で賑わっていました。通りを見下ろす会場で、総勢20数名の方々にご参加をいただき開催する事が出来ました。