

# VOICE OF DESIGN

日本デザイン機構

Japan Institute of Design NEW PIER TAKESHIBA North-Tower 16F 1-11-1 Kaigan, Minato-ku Tokyo 105 Japan  
〒105 東京都港区海岸1-11-1ニューピア竹芝ノースタワー16F Phone: (03)5404-4155 Fax: (03)5404-4157 1996年1月25日発行

VOL.1

## Message From the Chairman

### 会長ご挨拶



### 栄久庵 憲司

日本デザイン機構会長

豊かさを求めて、この50年を走り続けた日本は大いなる節目の時期を迎えている。人とモノ、都市そして自然などの再構築ということが次代の生活文化を切り開くための要となっている。まさにデザインに突きつけられた根本的な課題の見直しが求められている。

今日のデザイン課題に対して、近代化とともに細分化した既成の専門分野を横切りにした新たな連携ということが本団体設立の発意であり、準備段階の「日本のデザインを考える会」において異口同音に語られたことである。

これからの連携にあたっては、次のことを念頭におかなければならない。文化は国民によって創られるということ、そしてデザインもまた人々によって創られるということである。今求められる横切りの思想とは、こうした人々をも巻き込む運動として表現されなければならない。見方を変えれば既成の専門は非専門に、そして非専門が専門に転じることが

ある。生活そして都市の風景を見据えてまだ汚い、綺麗にあって欲しいと単純明快な声をあげるの是一般の人々である。デザインの専門家と人々とは相乗して生活文化づくりを目指すということが肝要となっているのである。

昨年9月に台北で世界インダストリアルデザイン団体協議会の国際会議が開催された。その会議の熱気から、アジアのデザインというものがこれからの国際的なデザイン運動にとって激しい核へ変質する予感を受けた。

日本はアメリカやヨーロッパとの逸早い連携の中で近代化を推進し、デザインの高度化を果たした。その功罪を含め日本のデザインをアジア諸国が見守っているのである。逆に日本はアジアのデザインへの貢献を踏まえたかたちでの国際的なデザインネットワークを視野におさめなければならない。この会は世界で初めての専門を横断した組織として、日本はもとよりアジアそして世界のデザインとつながる組織であらねばならない。

デザインの眼前には身近なところから地球を覆うところまで様々な課題が山積している。都市と安全・災害対策の文化化、都市とファッション、バリアフリー、児童のためのデザイン教育、デザイン振興のあり方等々の課題を一つ一つ検討しながらリズムカルに推し進めたい。

また常に発信し続ける会のメッセージを担うボイス・オブ・デザインを本格的なデザインジャーナルへと育てて行きたい。1955年東京芸術大学美術学部卒。現在、GKデザイングループ代表、ICSID名誉顧問等。ICSIDコーリン・キング賞、藍綬褒章受賞。著書「モノと日本人」等。

creative manner and to make proposals in these respects. ICSID '95 Taipei declared the future possibilities of Asian design to the world. Japanese design is at the focus of attention among Asian countries. Through contribution to the Asian design, Japanese designers bear the responsibility of linking Asia with the world through design. "VOICE OF DESIGN" is intended as a medium to bridge these two different worlds.

Kenji Ekuan / Chairman Japan Institute of Design

## 目次

理事からの提案	2.3
オープンシンポジウム報告	4~7
"    風景	8
"    参加者アンケート	9
インタビュー：積水樹脂(株)増田社長	10
理事会・幹事会議事報告	11
デザインイベント・事務局から	12

## INDEX

Proposition	2.3
Activity	4~7
Crossroad	8
Interactive	9
Interview	10
Meeting	11
Design Event	
From the Secretariat	12

購読料1冊/1000円

The design world which has been fragmented into specialized areas in its process of development in the society pursuing affluence for 50 years now needs to establish closer interaction to face problems. Design is a cultural existence created by people. Japan Institute of Design made its start to deepen cultural life through synergistic activities among specialists in design and many other disciplines. We are determined to meet the challenges to design such as disasters, urban life and fashion and normalization in a most

# Proposition

## 理事からの提案



### デザインの行方

栗津 潔

グラフィックデザイナー

ビジュアル、建築デザイン、彫刻、映画美術、また各種万博の基本構想設計、美術館・博物館のディレクション等幅広い分野で活躍。90年紫綬褒章受賞。

60年代、サイバネティクスをはじめ情報化時代が到来を告げ、30年余を経て今日、通信情報システムの日常化は、計り知れないものとなった。都市化も同様な進展を見せた。これにより、予測し得なかったほどに、人々のライフスタイルを含め世界は大いなる変容を遂げた。産業と共存し、生活の水先案内人を務めてきたデザインは、20世紀を形成する人間生活そのものの中に生まれ育まれてきた。だが、世紀末のこの辺で、再考到来ということになってきた。

一昨年、IDCA（アスペン国際デザイン会議）の5日間も“再構築”をテーマに展開した。今年になって、ジョン・カオ氏を議長に「ニュービジネス・デザイン概念の再構築」となって継続された。この会議に際し、私たちは東京とアスペン、ニューヨークを結び「東京TV会議」の2日間を行った。カオ氏は、①誰がデ

ザイナーか？②デザインの領域は何か？③デザインとクライアントの関係？の3項目をキーワードに問題を提示した。カオ氏曰く、ニューデザインの局面は、『ビジネス及び社会環境の激しい変化が、それに向かうべきデザインの力量に真っ向から問いかけている』と指摘したことがとても印象に残った。国際的組織であるIDCAの問題意識と、私たちの抱える状況が同様であると思った。この試みは今後も続けるが、来年のテーマは「ドイツ」、再来年は「ハリウッド」を予定している。日本のデザイン、つまり日本デザイン機構の目指すべきことも同様な切り口に加えて、21世紀のデザインに対する多様な問いを浮上させ、ビジョンをどう示していくかということであろう。ともかく、ノアの箱舟に乗っているような気分だが、過去と未来を同時に積み込んで、地球をさまよいつけるしかない、と思うのだがどうだろう。とりあえず「ジョージアで一休み」でも飲みながら、目下の課題としては、10日間のプログラムを組んでの「世界デザイン会議」会場を想定した「文化・デザイン拠点」の創設である。東京を離れ、地方に仮設テントの大輪を咲かせたい。テーマは、多様なものとなるだろうが、デザイン地層の断面の中から、キーとなる諸問題の金塊を見出すことだ。これに向けて各委員会、プロジェクトづくりを実際性の中で見出だしていこうと思っている。これが、私としての「ニューデザイン」の始まりでもある。

Aims for Japanese design or of the Japan Institute of Design are how to reveal diverse questions and challenges for design of the 21st century and how to demonstrate their vision.

"The new design" of mine takes off by establishing "a cultural and design base" through a 10-day forum for "World Design Conference"

Kiyoshi Awazu / Graphic Designer



### 出発にあたって

唐津 一

東海大学開発技術研究所教授

1942年東京大学工学部電気工学科卒業。松下電器産業(株)技術顧問を経て、現職。公職においては産業構造審議会(通産省)委員等。著書に、「TQC日本の知恵」他。

このところマルチメディアブームだが、そのひとつの特徴は画像処理が容易になったために、人と機械との対話が出来たこととは丸で違って来たという事である。

人間の目の認識能力は凄い。パッと見ただけで、誰かが判る。それどころではない。その人の気持ちまで判る。何故判るかという理由を説明してみると言われても、とても口では言えないが、ともかく判るのである。

最近のコンピューターの発達は素晴らしいが、ひと昔前流行した人工知能という言葉は、いつの間にか立ち消えした。それはコンピューターの能力があがればあがるほど、人間の知能にはとても歯が立たない事が判って来たからである。その代わりに機械と人間とが対話する事を楽にしようという方向へと変わっていった。それが画像処理技術の進歩である。最近の設計の仕事はコンピューターの画像を見ながらやる。日本が独特の発展を

At the born of Japan institute of Design

Recent development of multi-media technology has radically simplified image processing and given a completely new turn in man-machine dialogue. The human eyes are amazingly perceptive. An instant glance identifies a person and reads his inner feelings. Even though computer innovation is remarkable, the once-popular term "artificial intelligence" has somehow disappeared. We have realized that the more sophisticated computers become in performance, the less competent they become

Destination of Design

IDCA (International Design Congress in Aspen) 1994 focused its discussion on "restructuring", a theme taken up recently by another conference "Restructuring New Business Design Concept" which was chaired by John Kao. A two-day "Tokyo TV Conference" was held in 1995 linking Tokyo, Aspen and New York. Mr. Kao impressed me deeply in his remarks that "design faces an outright challenge in addressing new aspects because of radical and rapid changes in business and social environment".

## The Words of Directors

させたゲームも画像処理の成功である。このように素晴らしい人間の目の認識能力に対して対応する手立てを与えるのが、デザインという仕事だと私は考えている。全く同じ材料と同じ原理を使って、同じ目的に作られた品物でも、デザインによって人に与える印象は全く違う。この場合、人々の判断基準は勿論人間だから当然とも言えるが、その中でも誰が見ても良いものは良いという事実がある。これがデザインそのものである。飛行機のように、性能一点張りで設計されている品物でも、優秀な機体は、ホレボレとするような美しさがある。それは現在のものだけではない。プロペラ機の時代においても、そうだった。この場合設計者は勿論美観のために努力したのではない。性能と空気力学的に突き詰めていった最後の姿なのだ。これが人間の美的感覚と一致するという事は、不思議と言えば不思議だが、これは事実なのだから、素直に受け止めるべきである。元々自然の法則というのは美しいものだったわけだ。だから工業デザインというのは、自然の法則を発掘して行く事かもしれない。

ひと昔、アメリカでやたらに大きな尾鰭をつけたようなクルマが流行したことがあったが、たちまち飽きられて、機能に徹した武骨とも言えるドイツ車に軍配が上がったこともあった。

いま机の上に栄久庵さんの傑作の醤油注ぎがある。一見何ともないようだが、これと日本の名機・ゼロ戦のイメージとがぴったり重なり合う。日本デザイン機構の出発に当たり考えた事である。

against human intelligence.

I define design as that which provides means to adequately respond to the overwhelmingly competent perceptiveness of the human eyes. Products made of the same materials under the same principle for the same purpose may give totally different impressions depending on the design. And yet, there are designs that appeal to all. These are the design in the true sense of the word.

**Hajime Karatsu** / Professor, Tokai University, Research and Development



## わがままな生活者

### 犬養 智子

評論家

1954年学習院大学政経学部政治学科卒業。米国イリノイ大学大学院ジャーナリズム&マスコミュニケーション科に学ぶ。シカゴ・デイリー・ニューズ東京支局勤務を経て現職。

デザイン過剰社会なのに、好きなデザインが少なく、いい気分になれる場所が少ないのは、私たちに美意識と自我が育ってないからじゃないか、と思う。

美意識が希薄なら、いいデザインが育たないのは当然で、これは子供の教育や家庭の環境が美を大事にしないことから来てると思う。受験勉強の能率主義に貫かれて、美や芸術なんてお呼びじゃない、というのが大方の日本の暮らしだ。

でもより根本的には、私たちの自我が育っていないからじゃないか、と最近、私は気づいた。自我がなければ、主張もない。何をしたいか、何が嫌いか、もセレクトできない。経済は発展しても、暮らしの質、街の中身、乗り物もふくめて暮らしの道具が美しく、使いよくなるのは、私たちの自我が未成熟で「こうしたい」「これはイヤ」と言えないからじゃないか。

「がまんする」市民は、いい街を持って  
**Selfish Consumers**

In this society which is almost excessively filled with designs, I cannot find a design that I truly like or a place where I truly feel comfortable. I wonder if this is due to lack of sense of aesthetics and ego. If this is so, a good design can hardly be expected. This must have stemmed from disregard for beauty in school and at home. If there is no ego, there is no self assertiveness. One cannot even decide what one wants to do or what one does not like. In spite of development in economy, our life lacks

ない。いい道具も持てない。もちろん、自分たちのための民主的な政府も持てない。うっかりすると自我どころか、従順な羊になって「感じない」生物になったとしたら、もっと大変だ。

会社人間と一緒にいて気づいたことがある。「スープ、ぬるいから熱くしてきて」「この列車、内装が灰色でいやね」なんて、利用者としていう当然な反応を、たった一言で括るのだ。「わがままですわね!」。

自我のある人間なら、レストランがまっとうな料理を出すことを要求する。美的意識があれば、暗い列車は憂鬱に感じる。なぜ、変なものをさし出されて、がまんしなければならないの？ お金を払ってるのはこっちなのだ。

食べ物でも、道具でも、自我のある人間は、「好き」「嫌い」「きれい」「醜い」「使いやすい」「使いにくい」「弱い」「丈夫」を感じとって、主張する。それが、物事を改善していく。消費者ががまんしていたら、デザインやソフトウェアを含め、商品の質は向上しない。私たちはわがままであっていいのだ。

かつて花森安治は「がまんするな」と暮らしの手帖の編集部の人々に教えたという。少しでも変なら抗議すること。だから、変なモノにノーを言う人間をわがままとする日本の風土では、街も店も道具も乗り物もサービスも、生活者にとって美しく快適なものになかなかならない。

ハイテックな商品（新幹線からOA機器まで）が、灰色など中間色なのも憂鬱だ。三島由紀夫が25年前予測したような「中間色の日本」にならないように、私たちは自我を大いに育てて主張したい。

beautiful and easy-to-use daily wares and tools and quality of life has not improved. This must be because of our immaturity and inability to say what we want or to reject what we do not want. People who "endure" cannot ask for a better community nor a good tool. They certainly cannot have a democratic government for themselves. Unless we are careful, we will end up being "insensible" by being too obedient. We should nurture our ego and be assertive.

**Tomoko Inukai** / Journalist

# Activity

## オープンシンポジウム「日本のデザインを考える」

平成7年10月30日(月) 於.: パレスホテル 主催/日本デザイン機構 協賛/積水樹脂株式会社

### ●プログラム

- 13:30 開会/  
テーマプレゼンテーション  
基調講演 下河辺 淳  
連続講演 水野 誠一  
鴨志田 厚子  
福田 繁雄  
大宅 映子
- 17:00 記者発表  
17:30 懇親会



### 挨拶

#### Opening Speech

### 栄久庵 憲司

日本デザイン機構会長

ガガーリンの名セリフ「地球は青かった」から地球時代がスタートしました。昨今テレビで映される丸い地球を見ると、そこに住んでいる人々が「なつっこく」感じられます。それは一つの価値観といってよいでしょう。日本は明治以降、近代主義の影響を受け、成熟した今日の社会は専門化の縦割りをもたらしました。しかし地球や人々がなつっこく感じられるようになった今、横繋ぎが出来るのではないかと思います。共に繋がりあって自分たちの文化を作り上げ、それが私たちの地球文化に繋がります。人々が自ら信じる方向へ自らが歩いて行く所であってこそ世界の人々と新しい時代を迎えることが出来るのです。日本デザイン機構で自ら証しを見せ、具体的に提言し策定を一つ一つ積み重ねることが、日本のデザインを考え同時に世界と繋がることと信じています。

#### Time for interdisciplinary cooperation

Under the influence of modernism since Meiji Era, today's matured society in Japan is organized in a tight vertical order. In the age of globalization, however, we need a horizontal network. We can welcome a new age, only if people in the world can achieve the destination they believe in. The institute will make proposals and try to find the direction of Japanese design with firm linkage with the world.

Kenji Ekuan / Chairman Japan Institute of Design

### 基調講演

#### Keynote Speech

### 日本のデザインを考える

### 下河辺 淳

東京海上研究所 理事長

1947年東京大学第一工学部建築学科卒業、工学博士。戦災復興院技術研究所、建設省計画局、経済企画庁総合開発局長、国土庁事務次官、総合研究開発機構理事長を経て現職。尚、阪神・淡路復興委員会委員長も務める。

一人の人間が何かをデザインすることは、自分の「企み」を表現することであり、そして、その意図が社会に出て行く時は喧嘩あるのみで、勝つことが重要な勝負です。人間社会は因果関係の繰返して困が困を呼び困を作るのがデザインの言葉の意味です。私が国土へ取組む時はいつもそう思いますし、阪神大震災の問題もそう思います。しかし人間の一つの悪企みが社会を支配してしまうほど社会は脆弱ではないので、結果が惨憺たるものに終ることが私にとっては普通なのです。

最近シリコンバレーで「プランテーション型の森が、熱帯雨林型の森に代ったことによって、シリコンバレーは再び息

#### Design in Japan Reconsidered

For a person to design a thing, it is to express his/her "scheme or design" in it, and he/she has got to fight to give birth to that scheme and win. In terms of human society, design means to repeat the cause-effect relationship. I have this feeling every time I tackle our land, and also when I think of difficulties brought by the Hanshin Great Earthquake.

Even though many say that specialized skills of this century should be brought forward to the 21st century, I say that it is a good time to dis-

をついて来た」という言い方が流行って来ました。同じように一人一人のデザイナーが自分の意図を持ちながら、結果として熱帯雨林が出来てしまうということは物凄く素晴らしいことではないかと思うのです。

21世紀を前に多くの人が「20世紀型の専門を生かしながら21世紀の一」と言いますが、私はこういう会の時はむしろ「20世紀の我々の専門は捨てましょう、完全否定しましょう」ということが議論になり、一人一人が自分の専門を否定する発言することに、とても意味があると思うのです。自己否定した所から何が生まれるかです。今日の社会で問題提起だけなら誰にでも出来るのです。

阪神の地震で何をどうしたらいいかというのは一つの専門からはほとんど答えは出ません。それではということで何の専門もない立場で一つの提案を強行しますと、立所に独裁的と非難されます。私自身は実はデザイナーというのは猛烈な独裁者でなければ、ほとんど社会的意味がない、専門的意味を持たない独裁者と

card and deny our skills. I think it most meaningful as each of us denies his/her specialized field. The important thing is what comes out of self-denial. Anyone can raise a problem in today's society.

We should seriously discuss "denying the 20th century civilization". It is no longer the time to think of ways to alleviate the problems and side effects of the present day civilization, which is a metropolitan civilization. What then is civilization which denies metropolis? There exist science and technology, and materials

# Open Symposium [Design in Japan Reconsidered]

1995.10.30 (Palace Hotel)/organized by Japan Institute of Design sponsored by SEKISUI JUSHI CORPORATION

してのデザイナーが日本を考えない限り、どうにもならないと考えているのです。しかし独裁者は必ず亡びることを知った上でのことですが。

「専門を捨てる」と関連して「20世紀文明を否定する」議論を激しく行う必要があります。最早、20世紀文明が生み出したトラブルや副作用をいかに緩和するかを考えている時ではないというのが私にとってのテーマです。20世紀文明の特色は「大都市文明」ですが、大都市を否定した文明はどんな文明であるかを考える。同時に人間の生活や思考の首根っ子を押えた形での科学技術文明、そして物質文明があります。人間生活が豊かになったのは確かですが一方で核兵器問題一つ処理出来ないのです。さしあたって重要なのは精神文明であることは明白ですが、要するに20世紀文明を改善しようとか問題を繕おうとするよりは完全否定をして21世紀文明を作ろうとした方が良いと言いたいのです。

私自身は、振り返ると我が人生は公共財でしかありませんでした。一度だけ企業の立場に立ってものを考えようと、現在の研究所に入り、今お話しした考えで進めています。今日、経済は乱高下が自然体という前提の中で企業が作り出すものは、買う人にとっての文化的な価値が問われています。文化的価値を創造出来ない企業は21世紀に成り立ちません。「一企業一文化」を築いた企業が生き伸びると考えています。

以上、この日本デザイン機構に、ある奇妙な期待があつてお話をしました。

which control human life and thinking. Human life has definitely become affluent, but we cannot even dispose nuclear weapons properly. Spiritual civilization is clearly important at this time. An enterprise without cultural worth cannot survive. It can only if it has built a culture of its own.

**Atsushi Shimokobe** / Chairman and Chief Executive Officer The Tokio Marine Research Institute



## 連続講演

Theme Lecture 1

## ソーシャル・デザインの展望

水野 誠一

参議院議員

(例) 西武百貨店代表取締役社長を経て、現職。マーケティングコンサルティング事務所主催。著書「ネオ・アキンド・ノオトー成熟化時代の超百貨店論」他、多数。

省みると、デザインは文明のツールとして使われて来たという面が強いが、本来デザインは文明をコントロールする、あるいは文明の進化を明らかにして、私たちの「意図」の中に置いて行くために「文化のツール」であるべきではないか。

その観点に立って次の3点を提案したい。1つは「企業文化のデザイン」です。「その企業でしか出来ない」製品開発を目指すには、企業文化、企業風土のレベルに立ち返って広義のデザインを考える。

2つ目には「ソーシャル・デザイン」です。今後、企業は製品デザインに際して使用から廃棄までのライフサイクルをトータルに捉えるなどの努力が要求されますが、逆にいえば社会がキチンとした形

### Vision of Social Design

Design has long been a tool for civilization, but it should have been "a tool of culture" which controls civilization or which clarifies the course of development of a civilization and places it among our "intention".

I should therefore like to make three proposals: one concerns "design for enterprising culture". In order to aim at product development "unique to a company", we should contemplate on a design in a broad sense based on the enterprising culture and climate.

でデザインされていないと企業努力では限界があり問題が解決出来ない時代に入っているといえます。

3つ目は、それらの元になる「21世紀の日本のデザイン」です。世界における役割を含めて、どういう国を目指すのか、それは今、混迷を呈している政治の役割かと思えます。先ほど下河辺先生が言われた「意図」を持った、つまり国をデザイン出来る政治家がいなくなったとの思いで私は先般、政治の世界へ入りました。

神戸復興もソーシャル・デザインですが、文明的に復興させることは黙っていても進むと思いますが文化的な「復活」が大切です。異人館はもとより長田地区の市場や商店の復活を推進すべきです。21世紀の文明は、身近な文化を大切にしてい行く、文化の復活をも私たちが考えられる、そんな文明にすべきです。

1990年、日本の企業文化の深耕を図って、「東京クリエイティブ」を発足しました。企業はゴーイング・コンサーン、正に利益最大価だけを追求して行く使命があるのですが、最近、10数社の異業種で構成されている内の中心の数社が「バリアフリー・デザイン」に挑戦しています。いつ商売になるか分からないと言われるバリアフリーですが、参加者は今だからこそ、東京クリエイティブという場があるからこそ、出来るといって勉強しています。同様に、この日本デザイン機構は、多様な立場の人々が広く集まり議論し提案する組織です。私は常々、共に創る「共創」を提唱していますが、正にその場であり積極的に活動したいと考えています。

The second proposal concerns "social design". Enterprises should endeavor to think in terms of a total life cycle from use to disposal when designing a product. Conversely, there are limits to enterprises unless infrastructure is well designed.

Thirdly, I propose "Japanese design in the 21st century" as the base for all. What role does Japan wish to play domestically as well as in the world?

**Seich Mizuno** / Member of The House of Councilors



## 連続講演

Theme Lecture 2

### ユニバーサル・デザインの視点

鴨志田 厚子

インダストリアルデザイナー

1990年より静岡県デザインセンターセンター長として、地場産業のデザイン振興に従事するかたわら、バリアフリーデザイン推進の会（E&Cプロジェクト）のメンバーとして活躍中。

私は40年位インダストリアル・デザインを続けて来ましたが、やっと最近になって「使う側」に立って意見がとり上げられる姿勢が作る側、企業に感じられるようになりました。デザインも使う側に立って、人とのインターフェイスがデザインの一番熱い所ではなくてはいけないのではないかと思います。

最近「バリアフリー」という言葉が沢山使われるようになりました。私も数年前からE&Cプロジェクトというグループを始め、メンバーも10人から150人に増えました。ちょうど今日まで銀座ソニービルで研究発表を兼ねた展示会をしています。研究はまず実体調査から入ります。調査をしてみると、今まで分らないことが沢山出て来て驚かされます。高

齢者や身体障害者のために作られたものは「作るサイド」が適当に考えて作られたものが多いことも分りました。

私たちは日常用に作られるものに少し工夫を加えて、大勢の人が使いよくなるという切り口で「共用品」という言い方をしています。アメリカでは「ユニバーサル・デザイン」という表現がされています。例えばシャンプー・リンスのボトルのサイドにギザギザをつけて区別が出来るようにしたり、テレホンカードに三日月型の切りこみをつけることにより目の見えない人だけでなく、目の見える人にも便利になったケースもあります。共用品は健常者、障害者、お年寄り夫々が両方から歩みよって真中の状態で、機能、使い勝手、配慮点などがどんどん重なって広くなるものを運動しているわけです。障害者と健常者の意見と提案の循環にメーカーが加わって、かなりいい製品が出てきています。企業は今まで1%の人口のために作れないと量を基準にしていたのですが、例えば平成6年に全国社会福祉協議会の調査による聴覚障害者は、補聴器などを使っている人を入れると600万人という数字が出ているのです。

今後に向けて言われているのは「ものを作る時に複数の属性を持たせて欲しい」ということです。可能な限り五感の内の多くの感覚が使えるよう身の回りのものはすべきだとの提案です。それから文化の基準に「優しさ」を含めた所に、新しい文化が育ち得るのではないかと考えています。ユニバーサル・デザインによる文化の可能性です。

properties to their product in future. I propose to make everyday things easy to use with all of the five senses. I believe "new culture" will emerge where "gentleness" is incorporated in the standard of culture. It is a future scope for universal designs.

Atsuko Kamoshida / Industrial Designer



## 連続講演

Theme Lecture 3

### グラフィック・デザインの行方

福田 繁雄

グラフィックデザイナー

1970~94年ワルシャワ、ブルノ、モスクワ、スロバキアなど国際的なビエンナーレでグランプリ、金賞、銀賞、特別賞等他多数受賞。現在、JAGDA副会長、ICOGRADA副会長等。

・私の作品のスライドをお見せしながら、私の考えているグラフィック・デザインの行方をお話しします。

・私たちは相手に見せる仕事、ビジュアル・コミュニケーターなのにも拘らず、今まで「人間の目に何が見えるか」という勉強がなかったのです。明治以降、美術の学問の中に人間にどう見えるかはありませんでした。医学か心理学の世界に入ってしまったのです。私はこういう所に大変興味を持っていました。

・いま私たちは日本の中で仕事をしているのですが、グラフィック・デザイン、特にコマーシャル・広告というのが、その国の文化、経済状態があるので、どうも融通が効かない。日本のデザイナーがイタリアの化粧品の広告をするなどとい

#### Destination of Graphic Design

Despite our being "visual communicators", the study of fine art did not include lessons on "what are reflected in the human eyes?" It falls in the realm of medicine or psychology. I was in charge of posters for the exhibition called "A Century of Designs" held at Grand Palais in Paris. I keenly felt that it was high time our designs could address not only Japan but the world. I hand pasted national flags of 50 countries to make up a composition depicting Mona Lisa. Even though computer graphics are in

#### Approach for Universal Design

"Barrier-free" is a word used increasingly often today. Membership of my study group called E&C Project which was started several years ago increased from 10 to 150. We start with the fact-finding study.

By adding modifications or improvements to the products made for healthy people, more people including the elderly and the handicapped can use them as well. Americans call it "universal design".

I would like the manufacturers to give plural

うことは殆ど有り得ません。ところが外国からは日本に対して攻撃をかけて来ていて、日本の銀行のマークは3分の2位が向うの作家がデザインしたものなのです。

・パリのグラン・パレで「デザインの一世紀展」が企画されポスターを担当しました。その時「もうそろそろ日本だけで通用するものではなくて、国際的に通用するデザインがあるな」という肌触わりというか実感を持ちました。

・モナリザを50ヶ国の国旗を手で貼って作りました。コンピュータ・グラフィック全盛ですが、私は人間がコミュニケーションするのが一番いいと思っています。人間の持っているコンピュータに訴えるには、やはり人間のコンピュータを使った方がいいと言いつけていましたら、3週間前、企業からコンピュータが届きました。

・先程も文化の話が出ましたが、サントリーさんが大阪に10数億円でコレクションした3000点のポスターを基本にしたミュージアムを作りました。ところが一方、グラフィックデザインは元々商業からスタートしているのですが、商業のポスターは教科書に載らないのです。「緑を守ろう」とか「地球環境の問題」が載るのです。そういった意味もあって、何とか国立でポスター展をやりたい、やって下さいと行って1990年にやりました。外国の作家を招聘してやった時のポスターです。

their heyday, I have been saying that a human computer is a better tool to appeal to the computer inbred in humans. And yet a company sent me a computer three weeks ago.

Graphic designs made their start from commercial messages, but posters made for commercial purposes are not carried in text books.

Shigeo Fukuda / Graphic Designer



## 連続講演

Theme Lecture 4

### 豊かさの実感できる日本のデザイン 大宅 映子

ジャーナリスト

1969年NIS設立、代表取締役社長。文化イベントの企画プロデュースを手がけ、また、78年より守備範囲の広いマスコミ活動を展開。(株)ジョンソン社外重役も務める。著書に「だから女は面白い」他、多数。

いま私は行政改革委員をやっています。従来の諮問一答申型では仲々コトが運ばないので、もう少し力のある第三者機関をという法律が出来て、94年からスタートしたのです。お役人の数を減らすとか縦割りはけしからんと色々やっていますが、要は戦後50年平和を食ってきた日本が大変革をしなくてはいけない所に来ているということです。国際的には冷戦構造が無くなり、政治的に日本は色んな決断を迫られるハメになってきています。経済はこのまま行くと、かなり地盤沈下してしまいます。今までは欧米に追いつけ追いこせで、日本全体の底上げをするんだ、弱者が出てはいけないと遍く平等にやって来ましたが、日本という

#### Design in Japan that people can actually feel comfortable

I am a member of the Japanese government's committee for administrative reforms. Japan is now faced with an enormous need for reforms after complacently spending 50 years in peace. Japan has been competing with the West, trying to help the country to take off and to be fair to all. The result is that Japan may have been in abyss without any clear-cut policies.

We are now at a time when the mechanism of

国は沈んでいたという形になりかねない。施策にメリハリがない。

いま「日本のデザイン」「日本のシステム」そのものの仕組みを変えなくてはいけない時に来ている。

我々一人一人が本当に豊かさを実感しようとするならば、今までネグってきた数字でない所に本来の豊かさがあるのではないか。全部エフシェンシーで効率ばかりよくして、いかに金を稼ぐかに腐心して来て、それは見事に成功したが、「何か変だぞ」と。そのネグって来た最たるものがデザインみたいなものと私は思うのです。心地良い、おいしい、綺麗だとか美しい、誰かと話をして楽しかった、そんな思い出をいくら集めてもGNPのどこにも出てこないが、それぞれ豊かさの実感なのではないか。

私はデザインのことで山のように言いたいことがあります。高速道路の「ここから〇〇市です」という変な絵看板は邪魔だけでなく目が腐る思いがする。パタパタはためいている売出しのノボリ。日本一の金持ちの街だといわれている広尾の目を覆いたくなる実体。政治のレベルが国民のレベルと同じく、デザインのレベルも国民のレベルかなと思わざるを得ません。美しさに対してお金をかけるという発想が全然ない。私は日本デザイン機構としてまず汚いものを全部無くさせたいというのと、独創的で頑張る人を皆が認め支援する風土作りを進めたいと思っています。

“Japanese design” or “Japanese system” per se must be changed. If each and every one of us were to really appreciate affluence, we should find true affluence at points which we have been long been neglecting.

I have heaps of things I wish to argue against designs in Japan. As it is said that the level of politics embodies that of people, the level of design also appears to embody that of people.

Eiko Ooya / Journalist

# Crossroad

## オープンシンポジウム風景



記者発表。理事メンバーから約40名の記者に対して説明が行われた



会場外観



会場受付風景



川添登氏による乾杯



懇親会会場風景



懇親会にて祝辞をいただいた石井威望、竹内宏両氏



会場風景



記者会見で司会をつとめる事務局長

オープンシンポジウム参加約400名。分野を超えた講演者からの熱いメッセージに耳を傾けた。続く記者会見では世界最初の横切りの組織について質疑がなされた。懇親会は、川添登氏の乾杯のご発声を皮切りに、石井威望氏、竹内宏両氏の挨拶があり、大いに親睦を深めた。

About 400 people participated in the symposium and listened to ardent messages from symposiasts of diverse disciplines. At the press conference that followed, questions and answers were exchanged regarding the world's first horizontal network of design. Mr. Noboru Kawasoe opened the reception with a toast, and Mr. Takemochi Ishii and Mr. Hiroshi Takeuchi enhanced convivialness by giving congratulatory speeches.

# Interactive

## オープンシンポジウム参加者アンケートより

オープンシンポジウムに寄せられた（日本デザイン機構へ期待する）メッセージより抜粋。



- 多義的な発想の母体でありたいと思います。
- より広く より深く まさに異花受粉の哲学をいつまでも
- 分野を超えて文化としてモノと人と環境を考えてゆく、本質的なデザイン思考に心から共鳴し賛同致します。
- 私個人の目下の課題は、“思考の領域の拡大”と感じております。私にとって日本デザイン機構が、様々な領域のプロフェッショナルの集りであることが一番の魅力であり、期待していることでもあります。
- デザインの分母となる、意識の変革、未来展望を的確にとらまえて行けると良いと思う。
- 産業政策としてのデザインは戦後50年をもってその役割は終わりました。これからは文化としてのデザインが21世紀の日本の活力をつくります。
- 21世紀は、ハード、ソフトを超えた、デザインなどファインウェア（fineware）の時代になると思います。
- 美しい文明のために
- あらゆる分野での美意識の高まりを期待する。

- 戦後のデザイン運動の中で展開された「日本的なもの」「ジャパネスク」等では優れたデザインが創出され、世界でも認められていると思います。近年のデザインには全くといっていいほどそういう優れたデザインはありません。これからを期待します。
- 社会におけるデザインのポジションは、その国の文化を表わす。
- 閉塞的な時代にあって、日本のデザインが新しい時代状況の創造主体となることを願います。
- 小学校、中学校、高校、大学を通じて「創造性」教育を実行できるように、大キャンペーンを行っていきたい。現在の教育環境では、創造的デザイン精神の展開は、期待うすい。
- 未来投資としての教育は即、現在投資の意味を持つ。
- 「用の美」とは柳宗悦氏が言った言葉ですが、「用」を考える頭のハタラクが「美」と結びつくのは、大脳生理学などからどう説明されるのでしょうか。そういうことも論じてくれませんか。
- 感性の分野を自然科学の立場から解明する分野も手がけてほしい。
- デザインの持続性、機能は進化させても形態は最小にとどめる。
- 造形が貧しいと全ての努力が無となります。
- 無作法・無思索デザインの恥と罪を知る場としてDe-signからRe-signへ マインドチェンジを図る場として。
- 「お話」も必要ですが…具体的な「プロジェクト」を…。たとえば、「アジア」を巻き込む活動を…期待したいですね。
- 業界の、業界による、業界のためのプ

- ロジェクトに終わらないでほしい。
- 若い方々、女性に対してより開かれた団体であって下さい。又、業界外の意見がたくさん集まる会であって下さい。
- 今度こそ、言葉の遊びに終始せず、産業界に函形を残さねばならない。
- 日本の権力機構にDesign Mindを植え付ける方法が、最重要！
- デザインは、体制や、組織の中からは生まれ得ないと考えます。
- 各々のご意見を伺い、各々の在り方から学び、夢多い将来を創造するシーズを求めて。
- 分野を横断するデザイン機構に期待！パブリックレム（公共の領域）がデザインの中に取り入れられたとき街は美しくなります。
- 異分野の交わりによって、デザインのみならず新たな価値創造につながることを期待します。
- 21世紀、日本がどこへ向かうのか、政治も、経済も、明らかに出来ないでいる。デザインが先見性、創造性を真に天性として備えるなら、先じて、その姿を可視化し、世に提示出来るのではないかと…期待する。
- ‘個’の視点と‘マス’の視点とを、つなぐものとしての役割が、デザインに求められている。
- もののデザインを超え、未来のマルチ・メディア社会に対応するデザインを真剣に論議しよう。
- 21世紀を本気になって考えてみよう。
- 本質的にすごいものを期待しています。
- 分野を超えて文化としてモノと人と環境を考えてゆく、本質的なデザイン思考に心から共鳴し賛同致します。

# The institute should conceive multiple and diverse ideas.  
# I heartily support the essential concept of design to view things, people and environment beyond the boundary of disciplines and culture.  
# 50 years of the post-war period witnessed the demise of design as a government measure to promote industry. Design as culture will invigorate Japan of the 21st century.  
# In the 21st century, design as “fineware” will replace hardware and software.

# For exquisite civilization  
# Status of design in a society symbolizes culture of that country.  
# I propose a grand campaign for “education in creativity” from primary schools through to colleges and universities. The current education environment hardly offers hope for developing creative spirits of design.  
# I would like the Institute to pursue the area of sensibility from the standpoint of natural sciences.  
# Continuity of design -- functions may

advance but changes in forms should be kept to minimum.  
# “Discussion of ideas” are fine, but I would like to see concrete “projects”, which would involve, for instance, Asia.  
# Please open the Institute to young people, and women as well as to people outside the industry.  
# The most crucial is how to implant “Design Mind” into the mind of Japan' authorities.

# Interview

## 「デザイン・マインド・カンパニーとして日本デザイン機構に期待する」

積水樹脂株式会社 取締役社長 増田保男氏 / 日本デザイン機構法人会員



「私どもセキスイ・グループはかねてよりデザイン・マインドが高いと自負しています。当社は家庭用品から道路や都市などの公共用品や景観にいたるまで極めて幅広い領域で事業展開していますが、より優れた製品を世に送り出すには、機能もさることながらデザインを通して人に対する優しさと豊かさを実現し生活文化に貢献することが大切と考えています。公共の仕事は人々の調和を満ちし、心の安らぎをもたらすことが目標です。その意味でよりデザイン・マインドのある製品づくりを心掛けることが、私どもの使命と考えます。これからの日本の景観を良くして行くためには、素晴らしいデザインと素晴らしい品質が時間をかけても持続することが大切です。」

「常にデザイン・マインド・カンパニーでありたいと考え、大阪と東京の当社組織にデザイン・プラザを展開し発信をしていますが、広く関係の方々のご協力を得てデザイン・マインド・カンパニーの実を上げて行きたいと考えています。栄久庵先生とはかねてよりご交際頂いてお

りましたが、この度の先生の情熱を中心に現実として日本デザイン機構が誕生したことを本当に嬉しく思っております。」

「私どもメーカーとしましては、今後の製品展開において特に持続性、サステナビリティが重要だと考えます。勿論、製品ライフサイクルがありますが、寿命がきても、あるいは途中で変化が生じて、いつでも対応可能なシステムを考える必要があります。工業生産のメリットは均一性と品質の安定性ですが、今後は時間を経ても、エイジングすなわち時間とともになお良くなって行くことを念頭におきたいと思えます。その点でケネスグレンジ氏の提唱されているエイジレスデザインは時代を超えた魅力の持続と、製品の対象世代を広く設定するというダブルミーニングを持たせた良いコンセプトと思えます。」

「デザインには極めて大きな夢があるのです。若い人は自分の夢をデザインで実現して欲しい。一方、デザインは世界共通語ですから、積極的に海外とも連携し相互に取り入れたり、こちらから海外にアピールするなどして、皆が夢を持ち現実にして行くデザイン・マインド・カンパニーを目指します。」

「今またにエレクトロニクス時代の中であって社会は変化しています。一方で1995年に象徴されますように、ある意味で日本にとって極めて不幸な状況も発生しています。そこから災害対策、安全、安心の重要性を痛感しました。そしてより人の心が大切になったと思っております。そうした中で私どもの仕事は都市景

観を作って行き、道路交通の新しいあり方を考え、都市の安全を実現して行く立場にあります。防災と都市デザインは極めて現実的に直面しているテーマです。」

「もう一つは高齢化社会への本格的な取り組みです。欧米に比べて公共の場における優しさが立ち後れています。今まで国は人々への優しさより先に、人々に先ず役立つものを求めてきました。ベースを築いた時代だったと思えます。GNPがトップクラスになる一方で震災を受けた私たちは再考の時代を迎えました。次代に向けて何を成すべきかを真剣に考える時を迎えています。ソフト技術を充実し先端技術を積極的に導入して、まさに人々の幸せを築く社会を実現すべきです。」

「常に私はCreation、ChallengeそしてContributionの3Cを実施するよう唱えています。日本デザイン機構にはContribution(貢献)を強調したい。日本デザイン機構で広く議論し方向づけをご提案頂きたいと願っております。それを受けて私どもは少しでも実現して行きたいと考えています。」

1955年大阪大学法学部卒業、積水化学工業(株)入社。同常務取締役を経て、89年より現職。セキスイジユシアメリカInc.、SJS(アメリカ)、セキスイジユシ・B.V.各社代表取締役会長を兼任。

次号は東日本旅客鉄道株式会社 山之内秀一郎副会長を予定しています。

### SEKISUI JUSHI as "Design minded company" expects Japan Institute of Design's activities

Sekisui Group is proud of its intense "design mind" which is embodied extensively in products ranging from household goods, infrastructure such as roads, urban planning to scenic views. In order to offer better products, we believe it essential to express gentleness to people and affluence through design and to contribute to life culture. The objectives of public works are to harmonize people and to bring comfort to mind.

One of our objectives as a manufacturer is to give sustainability to our products to enable improvement with age, and we support Mr. Kenneth Grange's proposal for ageless design.

The society is undergoing radical changes in this age of electronics. As the year 1995 symbolizes, Japan is witnessing an outbreak of extremely unhappy events. We felt anew the importance of disaster prevention, safety and security, and above all the importance of people's heart. Disaster prevention and urban

design are the realistic themes for us. Another objective is to fully address the challenges of the aging society.

I believe in three Cs -- creation, challenge and contribution. I challenge the Japan Institute of Design to discuss extensively and propose future directions to pursue.

Yasuo Masuda / President SEKISUI JUSHI CORPORATION.

# Meeting

## 理事会・幹事会議事報告

### 理事会報告

理事会開催は以下の通り。

第1回：9月18日（月）国際文化会館

第2回：12月1日（水）

会の出発点にあたり、主旨にある今日の課題群に対し、デザインの視点からテーマ解題するものの、デザインのみならず、分野をこえた「開かれた会」での議論を通じて社会提言する、いわば「(ノンプロフィット)シンクタンク」的な性格の組織という大枠が確認された。また、発足当初から既に「国際ネットワーク」という特性の活用も検討された。今後の具体的な事業展開にあたって以下が検討された。専門領域を超えた議論が不可欠な今日の課題群が、様々な切り口で挙げられた。特に、阪神大震災後、各方面で全貌解明の為の情報収集と記録の努力がされる中、各研究を重ね合わせる交差点を設定する時期がきたという。2月を目処に、研究会「JDフォーラム」の計画検討が示された。また、地域経済の活性化に取り組む地方自治体の動きが強まっている時代背景を受け、生活文化の再構築、都市環境問題に対してデザインサイドからの提案が求められているという。

ほかに、児童教育から生涯教育、デザイン教育のあり方についてや、情報社会の急激な変貌と未来の生活像について、移動のバリアフリーについてなど、多方面のテーマを、定期的で開催する研究会「JDフォーラム」の場で社会的に露出させ、議論進化した内容をワークショップなどの形態をとりながら、提言活動に結

びつけることが検討された。

広報活動については、社会的アピールの場となったオープンシンポジウムの反響を受けて、本会をより開かれたインタラクティブな論議の場として行くため、機関誌「VOICE OF DESIGN」の発行を始め、デザイン年鑑、出版事業を推進することが確認された。デザイン評論をふまえたデザインジャーナリズムの確立も必須の課題とされた。

次回の理事会は、2月中旬に予定されている。

### 幹事会報告

11月22日、六本木の国際文化会館で、第3回幹事会が開かれた。(第1回：10月9日、第2回：10月23日)

幹事会は、本機構の活動の実質的な核と位置づけられる。活動テーマを策定し、テーマに基づき柔軟にプロジェクトチームを編成、実行推進を図る組織であり、理事会と連携した形で議論を進め、テーマ内容の具体化を計る。3回の幹事会では、以下の内容が論じられた。

まず、事業構造のフレームについて大枠の確認があり、諸専門分野を横切りにした組織としての特長をフルに活かした事業を展開すること、また諸活動を通じて、会の性格付けを強化することが方向づけられた。組織の基盤となる会員に関しては、今後より一層分野の広がりを充実させ、会員個々の問題意識を常に吸収し、情報循環の活性化を図る旨が強く論じられた。1つには、個々の人や専門で

は取り組めない大きな課題の設定を行うこと。課題は時代背景と連動し、常に先端性を考慮すること。また世界的土壌で共通語となりやすいものであることの必要性が示唆された。2つ目には、重いテーマに偏らず、未来志向型のテーマを加えること。豊かな生活文化のビジョンを提示していく創造的集団としての取り組みを行うことが検討された。

具体的な活動テーマについて

- ・文化としてのデザインの再構築
- ・デザインフロンティアとしての地域、生活、コミュニティ研究
- ・西洋化、近代化の総括、美の議論
- ・技術革新と環境問題、情報とデザイン
- ・教育の再構築
- ・防災、復興と都市のサインシステム
- ・難民キャンプとデザイン
- ・デザイン評価の確立
- ・デザインと産業、デザイン振興 他。

広報活動については、今期の強化点として、設立主旨の浸透を図ることが検討され、各メディアの協力を要請し、社会に積極的に働きかけること、また、将来的には本格的なデザインジャーナルメディア育成などが検討された。

以上の事業は、各活動の完全な独立採算を目指し、委託研究の可能性が検討される。

#### Report on Meetings of the Board of Directors

1st Meeting: September 18, 2nd Meeting: December 1, both were held at International House of Japan. Nature of the Institute was confirmed to be a "(non-profit) think tank" to make proposals to the society through forums open to the design field and other disciplines. Subjects discussed were: building international network, how to cope with problems of contemporary society. People have been urged to unify their findings after Hanshin Great Earthquake. February was

set for the next JD Forum on themes selected from various areas. The Forum will expose the problems to the society and invite people to discuss them in presenting proposals at workshops, etc.

#### Report on Meeting of Standing Directors

On November 22, 1995, the third meeting of the standing directors was held at International House of Japan. (1st meeting, Oct. 9, 2nd meeting Oct. 23). The meeting is instrumental to the institute and it proposes themes of the activities, organizes project teams, and promotes

implementation of the projects. It will jointly work with the Board of Directors. To date the objectives and framework for the institute's businesses were confirmed in creating interdisciplinary network. An intent was emphasized to absorb the members' awareness of challenges, to urge circulation of information. Guideline for selecting themes was discussed: themes should have scale of approachable only by a group, in international scene and innovative context. Future oriented themes were discussed as well.

### 出版

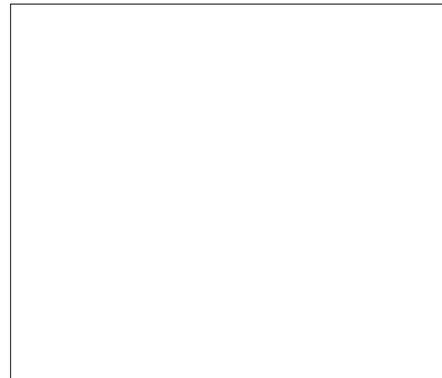
日本デザイン機構の母体の「日本のデザインを考える会」では3回の国内シンポジウムと国際シンポジウムを通して専門を超えた横切りの議論の中で多くのデザイン課題を抽出してきました。この4回のシンポジウムの講演内容を再構成して、日本デザイン機構編「デザインの21世紀（仮題）」を昌文社より近々出版いたします。

### 目次

1. 日本のデザインを考える。  
栄久庵憲司／粟津潔
2. 近代から現代へ  
アンドレア・ブランジ／ジョスリン・ド・ノブレ／山本哲士
3. 情報化時代のデザイン  
石井威望／月尾嘉男
4. 拡大する人工物の世界とデザインの役割  
吉川弘之／菊竹清訓／中島尚正
5. デザインと生活文化の近未来  
ケネス・グランジ／山之内秀一郎／石井幹子／佐野寛
6. 都市デザインと社会システム  
伊藤滋／藤井治芳／南篠道昌／石山修武
7. デザインと経済  
羽生道雄／諸星和夫／坂下清／佐藤典司／森谷正規
8. デザインと日本  
磯崎新／唐津一
9. 地球時代のモノ文化  
エジオ・マンジーニ／川添登／水野誠一／犬養智子／樺山紘一
10. 新しい社会像とデザイン像（座談会）  
鈴木博之／粟津潔／月尾嘉男／蓑原敬／西澤健

### Publishing activities

The proceedings of three symposia in Japan and an international symposium are summarized and edited by the Japan Institute of Design for publication by Shobunsha under the (provisional) title "21st Century of Design -- New Landscape for Men and Objects".



### 事務局移転

事務局を東京のウォーターフロント、竹芝に移転しました。新たな活動拠点として大いに活用してください。

住所：東京都港区海岸1-11-1

ニューピア竹芝ノースタワー16F

電話：03-5404-4155

FAX：03-5404-4157

### JDフォーラム

当機構の事業の切り口を検討するテーマごとのコンパクトな議論の場としてのJDフォーラムの定期開催を地域と連携するキャラバン型の展開も含めて検討しています。幹事会、理事会で議論いただいているテーマ案としては以下が挙げられています。

- ・防災・復興のためのデザイン
- ・都市とファッション
- ・地域経済と環境のためのデザイン
- ・エコロジカル・アーバンデザイン
- ・バリアフリーデザイン
- ・児童のためのデザイン教育
- ・ネットワーク社会の住文化

### JD Forum

The Secretariat is reviewing the possibilities to regularly hold the forum to discuss activities of the Japanese Institute of Design. Currently proposed themes include "Design for Disaster Relief", "City and Fashion", "Design for Local Economy and Environment", "Design for Normalization", and "Design Education for Children".

### Proposals

The Secretariat is studying a project to further study the themes of JD Forum at workshops

・文化施策としてのデザイン行政

テーマの検討、JDフォーラムの開催を通じてテーマがテーマを生みデザインの知恵の増殖となることを期待しています。

### 提言プロジェクト

JDフォーラムのテーマ案はまさに本機構の主旨にある「デザインを分母に諸専門を糾合する」課題です。このテーマの幾つかを提言プロジェクト化し、ワークショップなどを通して検討したいと考えています。

例えば「災害、復興のためのデザイン」は、阪神大震災以来様々な分野でその対応などが議論されてきており、今それらを集約して蓄積できるかたちが求められています。このテーマを「都市の構造とサインシステム—わかりやすい都市」や「仮設コミュニティ—難民キャンプのデザイン」さらに「移動のバリアフリー」などに解題することができます。解題したテーマをワークショップなどを通じて提言へと着地できればと考えています。また「都市とファッション」などは、きれいな街、美しい都市、隅々まで豊かさを実感できる都市という眼で見ると、まだまだ多くの課題を残しているのが実態です。市民の素朴な問題意識とデザインの各専門分野さらに行政の省庁の壁を横断する展開が求められます。

国際的なデザインネットワークを活用しながら創造的に考え実行し提言する開かれた組織集団としての日本デザイン機構を目指したいと考えています。

and to base concrete proposals on the discussion. For instance, we would like to divide the theme "DESIGN FOR DISASTER RELIEF" into headings such as Urban Structure and Sign System, Easy-to-understand Cities, Design of Temporary Housing and Refugee Camps, and Barrier-free Mobile System, and present our proposals to the society.