

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 1997年4月25日発行 VOL.3-1

Leading article
JD 時評

マルチテーマ・フォーラム 5/27 予告特集 ソーシャルデザイン

目次

マルチテーマ・フォーラム	
ソーシャルデザイン：水野誠一	1.2
テーブルテーマ	
1. 未来への視点—子供の道具・環境	石井賢康
2. 個的道具のソーシャルデザイン	栄久庵祥二
3. ソーシャルデザインの原点、住まい：山口昌伴/林 柳江	
4. パブリックデザインの「質」	田中一雄
5. シビックデザイナー—社会資産の創造	長谷高史
6. 行政へのデザインの声	佐藤典司
7. デザインはリーディングインダストリー となりうるか	黒田宏治
8. アジアの中の日本のデザイン —日本型デザインの美と質	大塚洋明
9. デザインの国際貢献—難民の居住環境	石山修武
10. デザインのパラダイムシフトとデザイン教育	佐野 寛
11. ユニバーサルデザイン —共用の文化、カスタムメイドの文化	長島純之
12. マルチメディア社会の光と影	中原悠司
13. インタラクティブ・デザイン—五感の新たな総合	岩政隆一
14. ソーシャル・コミュニケーション・デザインの提唱：竹村真一	
ソーシャルデザイン—法人会員の視点	16.17
・JR東日本「鉄道事業とソーシャルデザイン」について	
・NEC「ソシオデザイン開発」	
第6回JDフォーラム	18~22
「インタラクティブ・メディア・デザイン」	
第7回JDフォーラム	23~27
「21世紀—都市のゆくえとデザイン」	
事務局から	28

CONTENTS

Multi Theme Forum	
Social Design	1
Themes for discussion	3~14
Voice from JD Organization Membership	15.16
Activity	17~27
From the Secretariat	28



フォーラム総括プロデューサー ソーシャルデザイン 水野 誠一 東京クリエイティブ理事長

近代化のなかでデザインはデザイン対象や方法ごとに専門分野を細分化させながらその専門性を先鋭化してきた。一方でナノスケールの極微の世界から全地球、さらに宇宙といったマイクロ、マクロの両極へ大きく広がった人工物世界と、さらに仮想現実といったいわば虚の視覚世界までが、デザインの対象として眼前にせまってきた。

一般にデザインの対象物はそれ自身だけでは成り立たず、様々な関係のなかで

成立している。それ自身と他の物の関係、人の心理や身体性との関係、そして人間社会、人工環境や自然環境などとの関係、こうした関係が複雑に絡み合っているのが現代である。デザインをハードだけでなくソフトすなわち仕組みや関係のなかでとらえろと言われる所以がそこにある。関係が複雑化しているだけに、今日のデザイン課題を解くには一つの専門だけでは対応できず、多彩な専門の横断が求められる。

例えば、あらゆる物の消費低調のなかで、急速に普及しているものとしてあげられる携帯電話。携帯電話は極めて個人的な道具である。従来のテレコミュニケーションネットワークの端末としての電話機はオフィスであれ、家庭であれ、公共の空間であれ、何らかの場を形成していた。そこでは電話機とそれの置かれる場との関係がテーマとなっていた。携帯電話では個々人の心理や身体性との関係がテーマとなる。しかし公共の雑踏や電車のなかでの使い方の作法、そうしたなかで突然鳴り響く音の質や医療機器への影響など新たな問題も出現している。

この携帯電話機本体価格に、場合によっては0円に近いという価格破壊がおきている。モノとしての電話機づくりにはデザインがかかわっている。その電話機が産業経済に貢献しているならば、デザ

Multi Theme Forum SOCIAL DESIGN

In the process of modernization, design has segmented itself into more specialized fields according to design objects and methodologies. On one hand, design's objects spread to encompass almost all the artificial things, from microscopic superfine world in nano scale to macroscopic world of universe. As the visual world such as virtual reality entered the design's visual range, design came to address the real and the fictional spaces. Generally, design objects come into existence based on the relation between design per se and other objects such as personal psychology, physical character, human society, artificial and natural environments.

JD was created against the background of (A) socialization and liberation of design from its objects (hardware to software), (B) societal objects becoming design themes (urban design and public design), and (C) solving social problems by design (ecology and barrier free design). The key word "Social Design" summarizes all these concepts for JD's multiple-theme forum. The forum will also discuss personal design approach which attaches importance to individual sensitivity and desires, of the emotional design led by progress in developing countries, an anti-theme to social design recognized by developed countries of the West.

Seiichi Mizuno / Chairman of Tokyo Creative Committee

マルチテーマ・フォーラム

ソーシャルデザイン

インもまた貢献していることになる。しかし、物の価値を反映する価格が0に近いとしたら、使用者はその価値をどのようにとらえるだろうか。通話料に還元されるとわかっていても腑におちない。モノづくりに要する費用はやはり0に近づけることが求められている。そのためかモノ自身の価値観を感じることができない。デザインとモノの価値という議論が求められる。

例え個人的な道具であっても、極めて社会的な関係—すなわち社会システムのなかで解かなければならない課題をもっている。こうしたテーマを次のような意味を含んだ「ソーシャルデザイン」という考え方でとらえてみる。一つに携帯電話に見るように、モノを取り巻く社会的な関係のなかでのデザインという意味。また市民の社会生活を含み込んだアーバンデザインなど、社会そのものを対象にしたデザインという意味。そしてエコロジ

ーやバリアフリーなどの今日的な社会課題に対するデザインという意味。—など様々な意味を持っている。

ソーシャルデザインの対極にはパーソナルデザインを置くことができよう。またソーシャルデザインとは、成熟した欧米型の社会が抱えるいわば先進地域型のデザインテーマとも言える。まだ経済発展途上の地域では、関係を単純化してしゃにむに物・環境づくりに邁進している。とりわけ日本が立地している東アジアはそうした地域である。ソーシャルデザインというテーマが抱える問題にはそうした視点も含まれる。そしてこれらの視点から今後、多様な専門を糾合して検討しなければならないテーマなのである。

慶応義塾大学経済学部卒業。元西武百貨店副社長。西武のCIづくり、新事業開発に取り組み「ロフト」「シード」館を開業。現在、東京クリエイティブ理事長、他、95年参議院議員当選、現在新党ささげ政策調査会長。日本デザイン機構理事。著書に「知恵のマーケティング21世紀に向けての第五次産業論」等。



会場の東京国際フォーラム

Multi Theme Forum
SOCIAL DESIGN

date : 27 May, 1997
place : Tokyo International Forum

Themes for discussion:

Children's products and Tenvironment/ social character of personal products/ social design for housing/ lights and shadows of new media society/ interactive media design/ quality of public design/ civic design/ government and design/ design as a leading industry/ Japanese design in Asia/ design and education/ living environment of refugees/ universal design/ social communication design/ others

マルチテーマ・フォーラム ソーシャルデザイン

日時：1997年5月27日(火) 13:00~19:30

会場：東京国際フォーラム ホールD
東京都千代田区丸の内3-5-1

内容：テーマオリエンテーション

水野誠一 総括プロデューサー

：マルチテーブル分科会

テーブルテーマごとの少人数討議

：パネルディスカッション

ソーシャルデザイン

：懇親会

(パームガーデン トリコロール
/Aブロック2F)

会費：会員 5,000円 一般 8,000円

申込：日本デザイン機構

テーブルテーマ：

1. 未来への視点

—子供の道具・環境

2. 個的道具のソーシャルデザイン

3. ソーシャルデザインの原点、住まい

4. パブリックデザインの「質」

5. シビックデザイン

—社会資産の創造

6. 行政へのデザインの声

7. デザインはリーディングインダストリー となりうるか

8. アジアの中の日本のデザイン

—日本型デザインの美と質

9. デザインの国際貢献

—難民の居住環境

10. デザインのパラダイムシフト

とデザイン教育

11. ユニバーサルデザイン

—共用の文化、カスタムメイドの文化

12. マルチメディア社会の光と影

13. インタラクティブ・デザイン

—五感の新たな総合

14. ソーシャル・コミュニケーション

デザイン

※内容は一部変更する場合があります。

Multi Theme Forum

Comment from Coordinator

1

未来への視点—子供の道具・環境

石井賢康 インダストリアルデザイナー

子供は、独自の感じ方、考え方、行動の特性を持っている。そして、成長に伴い変化し、年齢層によって異なる。さらに、性による差と発達に個人差がある。それらは尊重されねばならない。また、環境の影響を著しく受ける。これらの特性を把握し、子供に関わる道具、環境要素を抽出し再構成することが、デザインの基礎となる。したがって、子供を観察し、仮説を立て、テストモデルで試してみる過程に、デザインの決め手が潜んでいる。この実証的なデザインの方法を重視したい。

子供に働きかける道具・環境とは何か。考察の導入としての視点を述べる。

1. 子供の自己表現を活性化する仕組みをデザインする。

例えば、遊具は、自己表現の媒体と言える。

2. 自然を抽出する。

自然と子供の関わりのデザイン要素を抽



On Children's Products and Environment

Children have their own ways of feeling, thinking and behaving, and they change as they grow up and go through different ages. There are also individual differences according to sex and the speed of development. They are also

出し、再構成する。人間にとって、自然は、自己陶冶の対象として存在している。

3. 非日常的空間をつくる。

日常的要素と異なる質をもつ空間は、子供の想像力を刺激する。想像力は、現実を乗り越える力となる。

4. 子供同士のやりとりを生む。

子供同士のやりとりが活性化する道具環境が生まれねばならない。そこには真剣さがあり、それ故にルールが生まれる。

5. 道具・環境は、行動の技術を引き出す。

行動の技術は、くり返しや他者とのやりとりのなかで、より高度になる。この行動力の源泉は、子供の想像力にあると言える。技術と想像力が、相補いあって成熟してゆく環境が作られねばならない。

6. 道具・環境によって、もう一つの世界を見る。

子供は道具・環境の仕組みによって、今まで見えなかった、もう一つの世界を知り、そのものの本質を感じとる。そして、そのイメージは、その後、変形をともなって、子供の想像の世界に蘇る。

7. 安易な“子供らしさ”は排除する。

“子供は、小さく、かわいらしく善良である”といった、大人の童心主義的発想によりかかったデザインは、“子供らしさ”の押しつけとなる。子供は、それを敏感に感じとり反発する。

1931年東京生。56年東京芸術大学工芸科図案部卒業。リオン株式会社入社。63年NIDOインダストリアルデザイン事務所を、石井賢俊と設立。今日に至る。



susceptible to influence of environment. Design basically means grasping and extracting these characteristics and environmental elements, and restructuring them as products.

What are the products and environment which act upon children? They are discussed as introduction to this question.

1. Play tool design which invigorates children's self expressions can be the medium for self expression.

2. Design elements for children to become involved with nature are extracted and restructured.

3. The space with a quality different from daily elements is created to stimulate children's imagination.

4. Interaction of children must be invigorated.

2

個的道具のソーシャルデザイン

栄久庵祥二 社会学者

オートバイにウォークマン、各種の個電に携帯電話と、私たちの周りは「個的道具」であふれている。「1人に1台」は経済的豊かさの反映であると同時に、ヒトモノ関係の究極のかたち、とも言える。共有という言葉は、道具の辞書には無い、と言えるかもしれない。近年は、道具のハイテク化と、ハイテク道具の登場によって、個的道具は進化の新たな次元を迎え、個人の自由と創意の象徴的ツールとして、その意義を益々高めつつある。国境を切り崩し、大企業と官僚制度への挑戦を可能にしつつあるのも、そこに集約された情報通信技術である。災害救助の場面でも、ハイテク道具やオートバイの有効性は実証された。軽量小型のコンピュータ、携帯電話は人との出会い、付き合い方の型を変えるばかりか、多くの人のワークスタイルをも変えつつある。“行く先々がオフィス”はすでに以前から予測されてはいたが、今や確実に現実のものとなった。現代人の生活を大きく特徴づける「ノマドのような生活様式」を可能にしているのは、他ならぬこうした個的道具である。

しかし、問題がないわけではない。ノマド的生活様式は空間を破壊する。空間の使い方にメリハリが無くなってきたのだ。静かな住宅街を脅かすオートバイの騒音、混んだ電車での携帯電話の使用。歩きながら電話をする姿を不作法と感じ

Children become absorbed, and there will be created rules.

5. Our behavior becomes more sophisticated through repetitions and interactions with others. Skills and imagination complement each other and create an environment in which they mature.

6. Children come to know another world which had been invisible through the mechanism of products and environment, and sense the substance of these things. Their images are re-created in the world of children's imagination accompanied by transformation.

7. "Childishness as" sensed by adults' preconception of child-likeness is excluded.

Yoshiyasu Ishii / Industrial Designer

マルチテーマ・フォーラム

コーディネーター・コメント

るのは価値観の問題かもしれないが、電話ボックスでの密かな会話を懐かしく感じ始めているのは私だけではあるまい。今や、私的空間が公的空間を侵食しつつある。共用が前提の公的空間が私用されているのである。プライバシー論議とは逆の事態が生じてきていると言えよう。

個的道具は環境への負荷も大きい。1台につき2人にも満たない人を運んでいる自家用車は、紛れも無く、個の道具である。その自動車が大量に石油を消費し空気を汚染し地球の温暖化すすめている。マイカーよりはるかにエネルギー効率の良い、電車・バスなどの利用がもっと押し進められて当然であろう。しかし、個的道具は最早、現代人の生活にとって不可欠な一部である。そうである以上、私の道具と公の道具とのシームレスな関係の創造こそが、デザインの課題であると言えよう。

ますます押し進められるであろう道具の個別化がもたらす社会的混乱について、地球環境問題、空間デザイン、行動規範など様々な観点から話し合うと共に、何らかの提言を行うことがテーブル討議の一応の目標である。

1938年東京生まれ。著書に「都市の道具」など。主として道具論的見地から街のデザイン、ワークプレイスのデザインについて研究中。日本大学芸術学部教授。



3 ソーシャルデザインの原点、住まい

山口昌伴 生活学・住居学・道具学

日本の住まいは、きわめて貧困、かつ混乱し、秩序と美を欠いている。住まいは一方で個別的、私的な空間であり、他方では集合的、社会的存在である。ここでは都市居住のレベルの向上を阻む要因を探り、ソーシャルデザインに何ができるか、その構図を描き出してみたい。

①居住システム：家の持ち方にかかわる住宅政策はこれでよいか。政府の持ち家政策と税制が、宅地を細分化し、過密スラムをうみ出してきた。二次大戦までの借家制は、住みかえシステムをもっており、町並み保存の対象となりうる秩序をもっていた。コーポラティブな家の持ち方や、社会ストックとなりうる公的居住システム形成の方途を再編成していく必要があると思われるが、どうか。

②居住地区デザイン：戸建て住宅を持つことが大願成就とされた一種の脅迫観念が、居住システムにおける大きな社会的ロスと、個人負担の過重を招いたのではないか。二〇～三〇年前に出来た戸建て団地では、地上三米以上ゾーンのゴーストタウン（無人街）を現出している。居住スペースの有効利用や設備のスケールメリット、そして共住の意義、効果を勘案するとき、戸建て住宅の解体と居住地区の再設計が必要ではないか。

③売建て団地景観不能：持家主義戸建団地は、地域整備公園などの努力している折角の町づくり的環境整備を水泡に帰するマチマチの家の建つマチ、景観を成さないマチと化してしまう。住まいづくりのルールの本格的な再検討が必要ではないか。

④住宅設計コンセプト：戦後日本の国民居住様式を提案した日本住宅公団（元）のnDK、nLDKは、偏りはあったがひとつの住宅設計コンセプトを提示したという点で、ソーシャルデザインとして見事な事例である。45年の後、時代の変貌を踏まえてnLDKを超えるニューモデルをうみあげるソーシャルデザインは、不可能であろうか。

⑤ノーマライゼーション：高齢化社会の到来への対応として、個々の住宅内レベルでの、長寿社会対応の設計マニュアルと補助・融資基準等が規定されつつあるが、高齢者、障害者の社会生活、地域生活のスパンを視野に収める対応がソーシャルデザインとして必要なのではないか。

⑥道具の持ち方：住まいは道具があふれて、生活を圧迫している。生活の美意識と作法の涵養の必要性もさることながら、リサイクル、リユース、リターナブルなどの再流通システムが、団地単位でも整備できないものか。

⑦エコロジズム：住宅のコスト、性能、耐久性、快適性、健康性と省資源、省エネルギーと一貫するかたちでの居住環境

of space. Private spaces are now eroding public spaces that are essentially intended for common use.

Impact of personal products on environment is also significant. Trains and buses with far more efficient energy use than private cars should be more widely used. And yet, personal products are indispensable for modern people. If so, the challenge for design is to create a seamless relation between personal and public products.

While products will become more and more personalized to eventually cause chaos in the society, we need to discuss the matter from various standpoints such as global environment, space design and code of conducts.

Shoji Ekuan / Sociologist

Social Design for Housing

Japanese housing appears extremely meager, chaotic, and lacks order and beauty. A house is a private and personal space on one hand, and is a collective and social presence on the other hand. (1) Housing system; Government policies for encouraging owning houses and the tax system have segmented the land and created overcrowded slums. There seems to be a need for reorganizing measures for cooperative housing and public housing systems. (2) Design for residential areas; when contemplating effective use of residential spaces, the scale merit of facilities, awareness and effects of symbiosis, there seems to be a need for disassembling free-standing houses and redesigning residential areas. (3) No scenic

Multi Theme Forum

Comment from Coordinator

づくりを、探求する体制が必要なのではないか。

⑧住生活教育：建築学と住宅建築学とは位相を異にする別の体系であろう。その意味で住宅教育、住生活教育が確立されてこなかったことが、官産学民の協力しあえる住環境形成の基盤を成立させていない原因ではないだろうか。

早稲田大学建築学科卒業、一級建築士。現職・GK道具学研究所長・道具学会理事。「台所空間学」建築知識社、「住まい考」筑摩書房、『納得の設計術』積水ハウス共著、等。



住まい—快・不快と意外のデザイン

林 柳江 インテリア・コーディネーター

見た目には木の床が、足を踏み入れたとたん、予想を裏切ってカーペットのように柔らかく沈んだ時の気持ちの悪さ。こんな経験をしたことはないでしょうか。

音に敏感なマンションの床材として使われる遮音、防音タイプフローリング材は、性能が高くなる程、板にマシュマロを挟んだような感触が増してきて、歩くとふらっとめまいのような感覚が襲ってくる。

これは木の床に対する意識と足先から伝わる感触のギャップが原因で、感覚や知覚の臨界値を超えてしまうときに起きる現象であると聞けば、なるほどと納得してしまうのですが、この臨界値は人によって差があるのだそうです。

しかし、自分自身がどういった状況の時に、この臨界値を超えてしまうのかは、分からないのですから、この臨界値が未知であるということ自体に、私たちは実は衝撃を感じているのだと思うのです。

ゲームならいざ知らず、こんな私たちの臨界値を試すような素材や商品が、ひとの五感に直接触れる身近な素材として、日常の住まいに多く使われているのですから、もはや意識と感覚のずれもなく、暮らすようになっているのかもしれない。

かたちや素材が本来もつ、「ちから」や「くせ」を知っていてこそ、潜在意識

を裏切る快、不快、そして意外を遊ぶ面白さがあると思うのですが、こんな楽しさも味わえない環境に私たちはあるのでしょうか。

社会風潮として抗菌、防臭、防虫のように身の回りの不潔な、不快なものはすべて排除したいといった清潔志向が強くなってきて、新商品開発も極端なこの心理を巧みに利用した「抗菌、防臭、消臭効果付きの」商品が続々誕生しています。

生活者側も、手間をかけずに、清潔に、快適に生活したい欲求が増大していくにつれて、自分自身の感覚で心地よさを判断できにくい状況にあると言えます。

この身体感覚を鈍感にしてゆく環境の中で生活しながら、自分にとって不都合な不快はすべて排除したいというライフスタイルのゆくえと、そのコミュニケーションや行動がどのようになっていくのかを探りながら、快、不快の感覚と、意外を遊ぶ感性を触発するデザインはなにか、をテーマにテーブルを囲んでみたいと思っています。

1971年、武蔵野美術大学造形学部卒業。殖産住宅相互(株)を経て、現在(株)リビングデザインセンター勤務。住宅を中心にインテリア・デザイン・コーディネーションを行う。住文化研究協議会委員。



beauty considered in housing developments; randomly built and designed houses in the housing development completely wipe out serious efforts for improving the community environment. There seems to be a need for radical review of housing policies. (4) Concept for housing design: Japanese Public Housing Corporation's n-DKs and n-LDKs in post-war apartment houses in a way defined the concept of housing design. After 45 years, what is the new model that matches the changing times? (5) Normalization; there is a need for measures to address problems associated with the social and community life of the elderly and the handicapped. (6) How to own the products; the products abound in a house and oppress people's lives. There is a need for a system of

recycling, recourses, and re-distribution of returnables. (7) Ecologism; there is a need for creating a living environment where the housing cost, performance, durability, comfort and healthiness are compatible with resource- and energy-saving. (8) Education on housing and living; there is a need to build a basis for a living environment where the government, industry, academia and people can cooperate by establishing a system for education about housing and living.

Masatomo Yamaguchi / Director, GK institute of DOGUOLOGY

Design of Comfort, Discomfort and Unexpectedness

One feels discomfort when the apparently wooden floor sinks under one's feet unexpectedly as if stepping on soft carpet. Sound-shielding/proof type flooring materials increase the touch of marshmallow softness as they improve in performance.

The cause for discomfort is the gap between our perception of wooden floor and sensation felt through the soles, and is a phenomenon which occurs when this gap exceeds the critical values of sensation and perception. The values differ depending on individuals.

Actually I believe that we are shocked by the unexpected sensation. As such materials and products are used in abundance in our daily

マルチテーマ・フォーラム

コーディネーター・コメント

4 パブリックデザインの「質」を考える

田中一雄 環境・プロダクトデザイン

都市や環境を扱うパブリックデザインは、そもそも「ソーシャルな対象」である。

この問題をモノや場所といったデザイン対象に留まらず、人の意識や行政の姿勢などの「ソーシャルな領域」へと拡げてその『質』を考える。

そこでまた、時代の要請としての防災やノーマライゼーションといった「ソーシャルな課題」も当然語られることとなる。

「よい街をつくりたい」これは誰もが望むことであると言っても差し支えあるまい。しかし、その「良い街」や「良い環境」とは何かということは漠然とした共通認識として理解されているに留まる。

常々語られる「魅力、個性、ゆとり、

潤い、快適、活力、健康、人間性、地域性、豊かさ、そして安全」こうした言葉は、大多数の人々に理解されるポジティブな価値である。最大多数の最大幸福を願う行政は、当然こうした価値を都市環境形成の目的として掲げる。そして、その方策は、血税の最大効率活用のために「普遍、安全、確実」な道が選択される。その結果、「基本的には間違いのない街」が全国各地に形成されていくこととなる。

しかし、こうして変化していく私たちの街は、本当に『質』の高いものへと向かっているのだろうか。いや、そもそも行政は『質』の高さまでを指向していないのかも知れない。「問題のない」こと、これが実に日本的な平均点主義の目指すところなのであろう。まして時代は経済的効率を強く求めている。バブル時代のように余裕や無駄に価値を見出すことはできない。むしろ、安全、健康、便利といった、ある種の原点的な機能的命題がクローズアップされる。それは、カストロフィーやテロリズムに対する安全性



On "Quality" of Public Design

People share a vague idea of what is an "ideal community" or "good environment" desired by everyone. Government seeking the greatest possible happiness for the majority cites positive ideas that can be understood by the majority of people as an objective for creating urban environment, and opts for "impartial, safe and secure" ways in the name of maximally effective use of precious tax money. And the result is "urban environment free of problems" throughout the country.

But is our ever-changing community really heading toward better "quality"? "To be free of problems" is a typically Japanese inclination. Now that we are in the age of economic efficiency, the focus is on such basic and func-

や、高度福祉社会の希求といったことから当然のこととして考えられる。

80年代に「量から質」へと転換を遂げた社会は、バブルという爛熟の時を経て、今再び本来的な正当性が求められ始めた。これは「虚質」から「本質」への転換、あるいは「非定量」から「定量」への再転換とも言えるかもしれない。しかし『質』という価値は多分に「非定量」なものを包含した価値である。これは、計測しかねる「非定量」を嫌う行政にとって、退けるか、より分かり易いものへと読み替えなくてはならない価値であろう。その結果、高度な『質』はなくとも平均的に満足のいく都市形成がさらに推進されることとなる。まして美的価値までを包含した環境の『質』などは、行政の語る課題には馴染まないものとなっていく。

翻って、わが街を考えた時、やはり定量化できる価値のみではなく、非定量的環境の『質』の議論なくしては、明日の都市はないだろう。私達は、このような都市の『質』を、「総合的認識力としてのデザイン」によって捉え、「専門的創造力としてのデザイン」の立場から語っていかなくてはならないと強く考えている。

株式会社GK設計道具環境
設計部部长、都市環境デザイン
会議会員、東京芸術大学美術学部非常勤講師。



tional propositions as safety, health and convenience. Today, our society is trying to shift from "emptiness" to "substance" or from "non-quantification" to "quantification". However, the attribute of "quality" connotes something that can not be quantified. Government dislikes something that can not be quantified or measured. This leads to formation of urban environment which is not of high "quality", to say nothing of "esthetic values", but which is satisfactory merely on an average. As for my own community, there will be no urban environment without discussion of "quality" of non-quantifiable environment.

Kazuo Tanaka / Environment and Product Design

life where they directly come into contact with the five senses of humans, it may be that we are no longer aware of the gap between sensation and perception.

It is only when we are aware of inherent "power" and "inclination" of the form and material that we find it amusing to observe comfort, discomfort and unexpectedness that go against the subconsciousness. Maybe we are in an environment where one no longer enjoys such pleasure.

Placed in an environment which numbs the physical senses, I try to find out the direction of life style, communication and activities, and the design which touches off sensations of comfort and discomfort, and sensitivity which enjoys unexpectedness. Ryukou Hayashi / Interior Coordinator

Multi Theme Forum

Comment from Coordinator

5

シビックデザイン—社会資産の創造

長谷高史 環境デザイナー

はじめに

1980年代後半から本格的展開がなされたシビックデザインの施策は、90年代の後半になり、様々なかたちで私達の環境造りに貢献しはじめています。

シビックデザインとは、建設省が進める快適な公共環境造りの標榜であるが、造語であるためにその理解が曖昧であり、国民の理解が薄いと思われる。

私達の生活環境に大きく関わる道路、河川、橋梁、広場等の公共環境造りにデザインの視点は不可欠であるが、その関わり合い方や計画プロセス、デザイン要素やその決定の仕組み等は、デザイナーや利用者たる国民には見ることが少ない。公共環境の対象は、一般の消費財のように多くのモノの中から、吟味選択されるのとは違い、具現化されて初めて目に触れ評価されることになる。評価の低いモノをつくり変えるプロセスは用意されていない。このことから、構想から実施に至る計画プロセスの中で、デザイナーの関わり方やデザイン評価、デザインプロセス等の課題が多くあります。

参画

これらの課題を解くには工業デザイン(ID)をはじめとする他のデザイン分野は、その歴史も古く成熟したデザイン分野であることから、多くの先人たちの努力や研鑽の結果、前記の課題について多くの

示唆を得ることが出来る。

専門領域として確立されていないシビックデザイン分野を、よりよい社会資産の形成及び創造という使命を十分に発揮出来るものとするには、様々な試みや展開が不可欠である。既存の土木分野だけでなく様々な分野からのアプローチや提案をすることこそが発展につながる。

試み

試行するシビックデザインに対して、まだ適切な評価の仕組みが出来ていない。民営化されたJR各社に見られるように、旧国鉄時代には見ることの出来なかった競争の論理から、車体のデザインや駅舎環境の見違えるような展開は、利用者に快適な交通環境を提供している。この事例を見るまでもなく、選択され評価されるプロセスの導入は、確実に良い物への創造に寄与するに違いない。

デザイナーの積極的起用やデザイン評価の仕組み、デザインプロセスの試みの案等を提案し、試業することへの必要性は、これから益々重要である。

まとめ

ソーシャルデザインの中でも重要な位置にあり、又、その中心的役割を果たす「シビックデザイン」の認識と、デザイナーの関わり方のあるべき姿の提案は、日本デザイン機構の持つ学際的なネットワークと専門家集団の最も得意とするものと思われる。

このことから、マルチテーマ・フォーラムにおいて的確且つ、解題となるご意見やご提案を期待するものである。

1947年東京生まれ。東京芸術大学美術学部ID卒業、同大学院修了。同学環境造形デザイン講座設立に参画。同講師を経て現在、長谷高史デザイン事務所代表。日本デザイン学会理事。JIDA、JUDI、JID会員



建設の進む東京湾横断道路木更津側橋梁



PHOTO BY NAGATANI

Challenges and Outlook for Civic Design

Civic design is the title given to a Ministry of Construction project to build amenity-oriented public environment.

Viewpoint of design is essential in constructing public environment such as roads, rivers, bridges and parks that are closely related to our living environment. Yet how design is involved or how the planning process and design elements are determined are seldom visible to the general public who will use the environment. Design becomes visible for people's criticism only when it has been embodied, and then we have no opportunity to re-do design which is evaluated as poor.

To allow civic design which is not yet established as a specialized field to fulfill its role in

forming and creating better social assets, various attempts should be made in addition to those from the standpoint of conventional civil engineering.

When Japan National Rail was privatized, the logic of competition has brought about remarkable improvement to the design of trains and stations and created a user-friendly environment. This illustrates how the process of selection and evaluation can contribute to creation of better products.

As a professional organization with interdisciplinary network, JD must be at its best in promoting recognition of the key role of "civic design" in social design and making proposals for involving designers in social design.

Takashi Nagatani / Urban Designer

Design and Administration

In the past few years, administration is under intense pressure of criticism. It is true that qualification of certain government officials is questioned, but the overall system of government does contain many problems.

The principle of administration is to carry on the previous practice of the preceding year. Propriety or adequacy of a thing is judged based on profitability by a profit-making organization, and on morality or the trend of time by an individual. For the government, the question lies elsewhere.

Second is egalitarianism. Government officials must always consider whether or not a decision is fair and equal to everybody.

Third is objectivism. In a modern state, objectivity

マルチテーマ・フォーラム

コーディネーター・コメント

6

行政へのデザインの声

佐藤典司 文化批評家

ここ数年、行政への風あたりが強い。それらの原因の中には、官僚の個人的な資質の問題も含まれているが、元々厳しい国家試験をパスして採用された官僚の能力については、一定の保証があることを考え併せると、やはり行政システム全般について多くの問題があるということになる。

思いつくままに列記してみると、まず、行政の根本思想は、前年踏襲主義である。普通、ものごとの可否、善悪、取捨選択は、営利企業なら損得、個人なら本人の道徳観、時代の風潮などにとらわれるが、行政は違う。前年行われたことが正しい。少なくともそれが、判断の基準となる。前年、今年、来年は無限に続くから、いったん決まったことは万古不易と化す。

二番目は平等主義である。中央省庁なら国民全体、自治体なら彼らの守備範囲全体に対して平等に対応しなければならない。行政サービスはもちろんのこと、国民のいうことひとつひとつに耳を傾けなければならない。個別のことはさておき、原則はそうである。役所以外なら合理的に判断してしまうような事柄でも、役人は全体の平等性につねに気を配らねばならない。これは国民の側からすると、一面もどかしく見えるところである。

三番目は客観主義である。近代国家の客観性の根拠の柱は、判断の対象が数値化できるという点にある。だから、お役

所でもすべての人を納得させるためには、数で証明してみせることが、もっとも手っとり早く、かつ客観性に富むということになっている。逆に数値化できないものは、ほとんど価値を認められないか、最初から案件として採りあげられないことになる。

他にも幾つか課題はあるかもしれないが、多くはこの三つに集約されるのではないだろうか。さて、この三つの行政システム課題は、われわれがデザインサービスを進めてゆく上での大きな障害であることは論を待たないだろう。なぜなら、デザインはつねに、新鮮で、個性的で、感性的であらねばならないからである。その意味では、デザイナーほど役所と対極的な世界に生きている人々はいないだろう。

しかし、わが国の文化アイデンティティの希薄化や都市景観の荒廃に象徴されるように、行政とデザイン世界の結びつきが今日ほど急がれている時代はない。2000年を目指して、今、行政改革の槌音がひびいている。その意味で、行政システム改革の一角にデザイン界の声を届けるには今こそ絶好のチャンスと思うのだが。

1955年生まれ。(株)電通勤務のかたわら、デザインや、建築、絵画をはじめとした文化、芸術一般にわたり幅広く批評活動をおこなう。最近、琳派を中心とした日本美術の研究に専心。著書に「デザインに向かって時代は流れる」「デザインの経済学」「文化の時代を生きたるために」「私だけの名画を探して」など。



is judged by whether a matter can be expressed numerically. Matters that cannot be expressed in numerical values are invariably disregarded or are not taken up as an issue on the agenda. These three challenges to be met by administration create a great barrier in offering them design services, because design must always be fresh, innovative, and sensitive. And yet, as our cultural identity is being eroded and our urban scenes becoming devastated, the need for a closer tie between the design circle and the government has never been felt so strongly. As administrative reforms are being called for, it may be an ideal timing for us designers to speak up and have our views reflected in the reforms.

Noriji Sato / Critic of Culture, Manager of Dentsu

7

デザインはリーディングインダストリーになりうるか

黒田宏治 産業開発プランナー

デザインが、産業社会にあって形をつくり美を語ることを特色とした専門職能であり、一つのユニークな業種であることは、今日ひろく認識されている。そして、そのはたらきには、空洞化の危惧されるわが国産業の質的転換を惹起する可能性が、十分に予感されるところである。

しかしながら最近、デザインに対する熱き期待を耳にする機会の少ないのは何故だろう。世の中の企業人や行政マン、生活者のデザインに対する認識の不足によるものなのか。そのような一面も確かに否定はできないが、それだけでは説明はできそうにない。可能性が可能性の域にとどまらざるをえないデザインの在り様にも、その原因の一端を求めなければならないだろう。

すなわち、デザインは一つの業ではあるが、産業としての広がり形成するに至っていない。残念ながらそのような現実から目をそらすわけにはいかないだろう。わが国には20万人近いデザイナーが、フリーランスとして、あるいはメーカーの企画・デザイン部門などに散在するものの、その存在に必ずしも包括的性格が携わっていないような印象がある。ちょうど情報のハードとソフト、さらには通信分野等も含めて情報産業という裾野の広い体系をもつ故に、リーディングインダストリーたりえたところとは、対比的である。

Can Design Become a Leading Industry?

Design has possibilities to induce qualitative changes in Japanese industry with its apprehended emasculation. Then, why is that we hear so little of such expectations for design? The way of design where possibilities are obliged to remain as possibilities must be the cause for this.

Although design is a discipline, the reality is that it has not yet developed into a full fledged industry. This is just the opposite of information industry with its extensive systems including hardware and software as well communication. By going beyond the scope of a merely unique discipline or expertise and combining a plethora of industries by design concepts and functions, design can become a leading industry.

What ideas and methods are available for that? How about participation of a variety of industries and government? If one fails to find an answer there, the sense of obstruction in Japanese industry will not diminish. I wish to work on design with this much vigor.

Kouji Kuroda / Planner for Development of Industry

Multi Theme Forum

Comment from Coordinator

デザインは一つのインダストリーたりうるか。そのような問いかけには迷わずイエスと答えよう。もはやデザインは産業のまれびとではないだろう。デザインに固有の「創造のカタリスト」としての在り様は、一つの業から存在感とパワーを備える包括的な産業への出発点になる。

いかにしたらインダストリーたりうるか、そのような問題設定こそが今必要とされているのである。単にユニークな一つの業種ないし職能の範囲を越えて、幅広い様々な業種や産業の諸機能をデザインのコンセプトとはたらきで貫いていくことができるなら、リーディングなインダストリーたりうる。バブル崩壊以降精彩を欠くデザインの一つの突破口をそこに求めたい。

デザインを21世紀に向かうリーディングインダストリーとして構築するための着想と方法は、諸産業分野、行政等の関与は、いかなるものだろう。そこに答えを見いだせないならば、わが国産業の閉塞感が減じられることはないだろう。そのぐらいの気概をもってデザインを考えたい。それが、このテーブルのめざすところである。限られた時間の中で、明確な解答を得られないまでも、そのような輪郭に迫る議論を楽しみながら展開していきたい。

GKプランニング&デザイン企画調整部長。地域産業開発、産業デザイン振興等に携わる。著書に『デザインの産業パフォーマンス』鹿島出版会、『地域を活かす第3セクター戦略』時事通信社（共著）等がある。



Quality of Japanese Type Design

Japan has modernized itself in every aspect by patterning after the Western society ever since the Meiji Era, and regarded the western way of life and the value system as something absolute in its process of industrialization. Her post-World War II strenuous efforts for economic growth made Japan a major economic power as the 20th century nears its end. We are amazed at how those Japanese who studied abroad during the years bridging Edo Period and Meiji Era seriously and yet optimistically pursued modernization believing that someday Japan would become another Europe. They were eager to learn from the lineage of glorious Western art from the Renaissance while appreciating the value of

8 アジアの中の日本のデザイン —日本型デザインの美と質

大塚洋明 都市プランナー

日本は明治以来、あらゆる領域で欧米社会をモデルとして近代化を遂げてきた。工業化とともに、ライフスタイルから生活価値観までを絶対視してきたといつてよい。その過程で柳宗悦らによる民芸運動といった“美”を巡る思想的揺れ戻しがあったものの、全体としては西洋盲従状態だったといつてよい。

戦後はここにアメリカのきらめくような圧倒的な物質文明の輝きが加わり、芸術や思想は西欧、産業と科学技術と大衆文化はアメリカと、ほとんど混沌とも言える欧米社会への傾斜であった。

そして懸命なる経済成長の結果、日本は先進国ですよ、経済大国ですよと言われるにいたり、20世紀の終章を迎えた。幕末から明治にかけて欧米に留学した日

本人たちが、漱石のように胃を傷めながらも日本もヨーロッパのようになるんだと本気で近代化に邁進した様は、あの時代の欧米と日本社会の落差を考えればほとんど気違い沙汰としか思えない。欧米による植民地化を恐れての危機感を背景としているが、その楽天的なエネルギーには驚かされる。他の非欧米国家が日本のような欧化思想をもたなかったことの方が当然である。“美”についてもわれわれは欧米価値を絶対視してきた。過去の日本の美を理解しつつも、ルネッサンスから続く西欧の燦然たる美の系譜を学び続け、デザインにおけるパウハウスあたりまでくると容量いっぱい消化不良を起こすといったところだった。

そんなこんなで20世紀の世紀末を迎えるあたりで、アジア特に東アジアの著しい経済成長とパワーを目の当たりにする頃、日本もアジアだったんだと改めて実感する。白人キリスト教国と一緒に、唯一のモンゴロイド先進国として肩肘張っ



1994
北京

PHOTO BY KUNIO SANDO

Japanese beauty. By the time the Bauhaus movement in design emerged, the Japanese swallowed up things western so much that they could no longer digest.

As we witness recent remarkable economic growth and empowerment of East Asia, we realize anew that Japan too was an Asian country and that we need not try to keep up with Christian countries of the West. At the same time, world history studies progressed and spread the view to disprove the unconditional acceptance of the Western values.

Today, the concept of social design is a common understanding in Japan, USA and Europe, particularly in northern Europe. Yet, Asian countries will experience, within the several decades, chaos that Japan has gone through

during the past 150 years of its modernization process. Future of Japanese design is now at a stake; a route to social design as an advanced country or confusion of upsurging "beauty" in the immediate neighboring countries in Asia. Can we secure beauty and quality as Italy does?

It is going to be exciting, I murmur to myself as a descendant of optimistic Japanese of the Meiji Era.

Hiroaki Ohtuka / City Planner

マルチテーマ・フォーラム

コーディネーター・コメント

で頑張らなくてもいいんだと実感する。そして世界の歴史研究が進み、15世紀ぐらいまでは中近東やアジアの方が世界の先進地域だったという、欧米絶対視を覆す史観が拡がり、やっと欧米社会を相対化し得る視座を持つに至ったのである。

日本や欧米特に北部ヨーロッパでは、ソーシャルデザインといった概念は共通の認識となっている。しかし一方、過去1世紀半にわたって日本が経験してきた近代化に伴う混乱を、アジアはここ数十年で経験するのである。一方で先進国としてのソーシャルデザインそして直近のアジアでの沸騰する“美”の混乱、デザインをめぐる日本の行末はこんな股さき状態にあるのである。中国人やアジア人の食欲ともいえる消化能力は歴史が証明している。“美”やデザインにおいてもこれから1世紀以上にわたってアジアで混乱と軋轢が連続しよう。そしてその時、日本はヨーロッパ大陸の地中海に突き出た島国といわれるイタリアのように、美とクオリティを担保し続けることができるのか？面白い時代になるなあと、ソフィア・ローレンの顔を思い浮かべながら悲観的なドイツ人でなく楽観的な明治の日本人の後裔として考えている今日この頃だ。

早稲田大学建築学科卒業。
(株)都市環境プロデューサー研究所代表、(株)シー・ディー・アイ取締役。
文化施設の計画や各種都市計画、都市政策の立案に携わる。



9 デザインの国際貢献 —難民の居住環境

石山修武 建築家

難民とは、「難民の地位に関する条約(難民条約)」で「人種、宗教、国籍、政治的意見やまたは特定の社会集団に属するなどの理由で、自国にいと迫害を受ける恐れがあるために他国に逃れた」人々と定義されているが、近年増加している、国境を越えずに避難生活を送っている「国内避難民」をあわせると、国連難民高等弁務官事務所 (UNHCR) が援助対象とする人々が1996年に約2610万人。こうした対象に含まれていない人々を含めると、世界には約5300万の難民・避難民が存在していると発表されている。そしてその地域も世界中のほぼ全域にわたり、まさに地球課題となっている。

難民に対する援助活動は、難民キャンプと避難所の設営、食料配給、生活用品配給、水の供給、衛生処理(トイレなど)、医療そして輸送・交通と多岐に渡っている。その中でキャンプ、避難所は、いわゆる「ブルーシート」と呼ばれるテント材が支給されるだけで、他と結びあわせた居住環境というところまで対応しきれていない。

日本デザイン機構では、1996年3月のJDフォーラム「災害からデザインを考える」において、緊急時におけるデザインの総合的な議論を行った。近年日本でもNGOの活動が見られるようになった

should corroborate each other as experts in design and various other fields and with international organizations.

Osamu Ishiyama / Architect

が、医療や食料などの面が主体で、道具や環境面でのアプローチはまだ少ない。しかし、ユニバーサルデザインなどいわずにデザインの根底としての人権、人道的な面が見直されるようになった時代において、難民問題はまさに人道問題としてのデザイン課題である。日本の技術、デザインをもって、こうした課題へのアプローチ、国際共同の途への探索がある。日本デザイン機構では、「ライトインフラストラクチャー」という研究テーマをもっている。軽便で仮設的なエネルギーコアを中心に病院施設を置き、居住環境を整備するというイメージである。こうした具体的イメージの展開をデザインはもとより、医療そしてメーカー、国際機関などと連携し、国際貢献する方策をソーシャルデザインというテーマの中で検討したい。

早稲田大学理工学部建築学科教授。85年「伊豆の長八美術館」で第10回吉田五十八賞、95年「宮城県リアス・アーク美術館」で日本建築学会賞。著書に「住宅病はなおらない」「世界一のまちづくりだ」等、多数。



International Contribution of Design —Housing Environment for Refugees

People displaced by regional disaster, or refugees from international conflicts are becoming a big international issue. In order to review the living environment for refugees from the standpoint of design, energy and hospital facilities that are movable, compact and temporary are being studied with an aim to eventually building a living environment. The outcome of the study may be applicable to restoration activities after a disaster in big cities. Japan is said to be low in awareness of such an international issue or rather passive in actual activities. Using the living environment for refugees as a case study, we shall discuss the direction of future international contribution, and how we

Paradigm Shift in Design and Design Education

"Education" when discussed in connection with design can be classified into three categories: 1) educating and training design professionals, 2) teaching design to researchers and students, and 3) teaching the general public (including children) about the role of design, or kindling awareness and appreciation of "good design" as a means to improve life and society. Their major premise are the views on "design" held by those teaching design, and the premises are now undergoing paradigm shift.

In the brief period of 200 years since the Industrial Revolution, what McLuhan called "human expansion" has proceeded to such an extent that even the global biosphere is threatened. And "modern design" has supported

Multi Theme Forum

Comment from Coordinator

10 デザインのパラダイムシフトとデザイン教育

佐野 寛 東京学芸大学教授

デザイン教育という言葉が示す「教育」は、およそ3通りに分かれる。1は、デザイナーを育てる専門家育成教育であり、2は、研究者やその卵たちにデザインそれ自体（概念・行為・成果物・歴史など）を教えることであり、3は、人々（含む児童）に、社会や生活文化を高度化していくために重要な役割を果たすデザインというものを教えることによって、人々（～子供たち）のデザインマインドを高め、すなわち「良いデザイン」についての認識・欲求を高めて、社会・文化の向上に役立てようというものである。

言うまでもなく1・2・3ともに教える側の「デザイン」に対する考え方の如何が大前提になるが、その大前提が今、パラダイムシフトしつつある。今回のマルチテーマ・フォーラムは、一言でいえばそのデザインのパラダイムシフトについて多面的に論じあうための機会であるわけだが、そのことから考えると、われわれのテーブルテーマにとっての重要度は、まず3であり、したがって3の前提として2を論じ、1は後回しにする、という流れになりそうだ。

というわけで当日の議論のための問題提起として、デザインのパラダイムシフトについて私見を若干述べておきたい。

産業革命が本格化して200年。そのわずかの期間にマクルーハンのいう「人間拡張」は驚くべき発展を遂げた。そしてそ

の巨大に拡張された人間の活動は、ついにこの地球生命圏を危機的な状態にまでするに至った。そしてデザインは、特に「近代デザイン」はそのような巨大化した人間活動を多面的に支えてきたのだ。

今世紀初頭に、ヘルマン・ムテジウムがウィリアム・モリスの運動を批判的に受け継いで始めた近代デザイン運動は、理想に燃えて、疑うことなく、人間とその社会の近代的発展のために献身しようと努力してきた。そして、大不況後のアメリカで発展したコマースリズムと、葛藤しながらも、結局は力を合わせて、やがてその持続不可能性が明確化してくる大量生産大量消費文明の大発展を押し進めてきたのである。

そして今、地球生命圏の危機を目にしたわれわれは、持続不可能な大量生産大量流通大量消費文明から、持続可能な新しい「心豊かな」文明への方向転換を始めるべき歴史的転換点に立っている。

そのことがデザインのパラダイムシフトを要請しているのだ。いままで、大量生産大量流通大量消費システムの中で「いいデザイン」とは何かを考えてきたわれわれは、まず自分自身のその考えを考え直すことが必要なのだ。デザインについて自分自身の既成概念を脱構築して初めてわれわれは、デザイン教育について語る資格を得るのである。

1935年東京生まれ。東京芸術大学卒。25年間、デザイン制作会社を経営してきた後、1989年現職に転身。近著『21世紀的生活』（三五館）



tion. We are entitled to speak about design education only when we de-construct our pre-conceived ideas about design.

Hiroshi Sano / Professor, Tokyo Gakugei University

these immense human activities in various ways. At the beginning of this century, the modern design movement idealistically and unhesitatingly set out to contribute to the development of man and society. Despite antagonism with commercialism which emerged in US after the Depression, both the modern design movement and commercialism were responsible for promoting tremendous progress in mass production, mass distribution and mass consumption until the trend clearly proved non-sustainable. Confronted with imminent perils of our biosphere, we at last realized that we are at a historical turning point where we must seek a sustainable and "spiritually enriching" civiliza-

11 ユニバーサルデザイン —共用の文化、カスタムメイドの文化

長島純之 E&Cプロジェクト副会長

時代認識の新たなうねりの一つとして、このところバリアフリーへの関心がとみに高まっている。これは共生観にもとづく障害者へのまなごしの変化といった面もさることながら、不慮の災害や事故、疾患や加齢による身体的・精神的不自由さへの招来機会の増大という、人々をとり囲むこの国の状況と無縁ではない。改めて考えるまでもなく、健常者といわれる人々さえ実に多くのバリアの中で生活している。大きな荷物をかかえた際の自動改札ゲートや階段の昇り降り、操作パニックを招く券売機に、見せかけ優先の休息できないホームのベンチ、すれ違いすらままならない狭い歩道の中心に立つ電柱はベビーカーの通行を拒絶、配列の整合美を優先したかにみえる小さなボタンと不鮮明な表示の機器類、開封を拒む各種の包装や容器など、まさに「朝起きてから夜寝るまで」の日常の中から事例をあげるに事欠かない。従って突然襲う停電事故が、誰にとっても瞬時にして視覚障害をもたらす、といった極端な例をもちだすまでもなく、結果としてのバリアはすべての人にとって相対的なものである。したがって人間側の機能不全や能力低下を別にしても、環境との組合せによっては、全ての人が障害をもち得るといった捉え方を、バリアフリーに関する考察の起点とすべきではなからうか。

On Universal Design

* Interest in "barrier-free" design as a new trend in awareness of the time is mounting recently. There has certainly been a change in regard for handicapped people as we head toward a symbiotic society, but it may be closely related to the increase of potential risks for physical and mental inconveniences by accidents, diseases and ageing. Even healthy people are surrounded by a multitude of barriers. Indeed, we can enumerate hundreds of barriers in daily life "from morning until bedtime". Outcome of a barrier concerns everyone, not to mention the extreme example of a sudden power failure which instantly blinds everyone. Thus, barriers are all relative. When we discuss barrier-free environment, we must always keep in mind that

マルチテーマ・フォーラム

コーディネーター・コメント

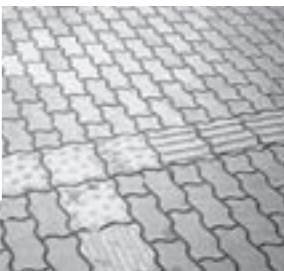
共用品・共用サービスという考え方がある。障害をもった人に配慮されたモノ・環境が、同時に多くの健常者にとっての便利さ快適さの提供につながるというコンセプトである。電話機の5の上のポッチ、シャンプーとリンスの識別用に付加されたパターン、プリペイドカードの種類と挿入方向を明示する切欠きなどの例が典型として示されてきた。一方、元は福祉分野で開発された専用品が、一般の使用者にも人気をよんで共用品化する例も多い。こうして次第に一般領域と専用領域の境が融解して共用品領域を拡げる傾向にある。これを、より意図的・予測的に進めようとするのがユニバーサルデザインである、と一応は定義付けできる。理想的には、DESIGN FOR ALLを目指すことになるが、これには異を唱える立場もあろう。いわゆる障害の個別特性はそうした考えの有効性が役にたつにくいとするものであり、いわば、共用とカスタマイジングを厳しく検証し、それぞれの特性と関係の望ましい姿を問うべきとする。果たしてユニバーサルデザインは、特殊解を仕分けずに一般解を導くことが可能な方法論をもち得るのだろうか。

先入観も手伝ってか、福祉先進国には見るべきモノが多い。その第一が、形状・色彩・質感の魅力である。ひるがえってわが国の現状をみるとこの点でいまだしの感があるのは否めない。色・形よりも「役立つかどうか」こそ重要だとする見解もあろうが、狭義のデザインで捉えたとしてもなお、この魅力こそ不可欠とされる文化機能であろう。この条件を

満たすことで、機能主義的なハンディキャップへの対応策から、すぐれて共存社会にふさわしい、多様な個性尊重への契機とつながるモノ・環境を準備していくだろう。さらには国際的な視点で優れた事例を吸収しながらも一方で、わが国の考案になる点字ブロックの国際的展開や晴盲玩具の普及に関する主導的提唱活動にみられる、日本のリーダーシップに関わる事例がもっと増えてもよいのではないか。経済大国から生活大国へのこの国のスローガンの具体的解題の一つが、高齢快適大国としての今後の発信力であろうことは疑いないところである。

その意味でもこの際、R.メイスが提唱したユニバーサルデザインの概念が見事な成果となり得る、実験の場としての日本を意識してよいのではなかろうか。

1956年東京芸術大学卒業、同年日本ビクター(株)入社、91年まで理事・P&Sセンター長として同社デザイン部門を総括、92年から96年まで(社)日本インダストリアルデザイナー協会事務局長。JIDA会員、道具学会会員、日本デザイン機構幹事。



in terms of quality of life rather than economy may be to become a country which offers comfortable life to the elderly.

Noriyuki Nagashima / Vice President of E&C Project

anyone can be a victim depending on how the dysfunction and disabilities are combined with environmental factors.

*On one hand, there are products and services that are shared by everyone. On the other hand, the concept of customizing advocates the need to seek a desirable relation between design and individual characteristics.

Can universal design find a methodology that could lead to a general solution without sorting out special solutions?

There are many good examples in countries advanced in welfare. The primary attraction is the form, color and texture. Preferably, such good examples with cultural quality should propagate more. One practical solution for Japan seeking a status of an advanced nation

12

マルチメディア社会の光と影

中原悠司 住宅情報化推進協議会

アルビン・トフラーが予告した“第3の波”「情報化社会」はどの段階まで進展しているのか。

20世紀末の現在マルチメディア社会といわれているが、これが果たして人類のためにどれほどの役立ちをもたらしたか。情報先進国といわれるアメリカ、追従するヨーロッパ、急激に発展を遂げるアジア、その中での日本の状況はどうか。

現象として、官・自治体の情報化政策の活発化、インターネット・イントラネットの普及による企業経営などの変化、放送・通信のデジタル化、光ファイバーの普及促進、パソコンの急激な普及、未来を先取りするエレクトロニック・コマースの実験などが目につく。これらの現象がミックスされ、ネット化され、社会および生活のあり方を変えてしまった。そこには陽の当たる明るい「光」の面と、暗い「影」を引きずっている面がある。

プライバシーとセキュリティーの関係、高齢化・過疎対策としてパソコンが支給された富山県某村の悲喜劇、何百チャンネルにもなる衛星デジタルテレビのコンテンツ供給会社とスポンサー探しに狂奔する放送関係者、アミューズメント感覚のデジタル友達と旧態依然の学校教育、現実と仮想の区別が無くなったバー

Lights and Shadows of Multimedia

How far have the Third Waves of "Information Society" as predicted by Alvin Toffler advanced? As we are at the end of the 20th Century, the multimedia society has brought about vigorous pursuits of policies for multimedia by national and local governments, improvement of information infrastructure such as electronic commerce, development of optic and digital communications, rapid diffusion of internet and intranet, and radical expansion of multimedia PCs. While business management is undergoing changes, importance of software and problems concerning security and privacy have surfaced. Are there not shadows in the areas best served by multimedia such as medical care, the aging society, measures for

Multi Theme Forum

Comment from Coordinator

チャルの世界、ソフト提供会社とハード供給会社の暗闘などなど。

情報化社会の実像と情報社会ビジョンの格差、サイバー社会に対する日・米・欧・亜比較などを通して、ネットワーク社会・マルチメディアのソーシャルデザインとはなにか、緊急な検討が必要とされる。

1941年鳥取県生まれ。64年横浜市立大学卒業、松下電工入社。市場調査・経営企画を担当し96年住宅情報化推進協議会に出向。情報化時代の住宅の在り方を研究。



depopulation, school education, amusement and family issues? We need to examine lights and shadows of the networking and multimedia societies by comparing gaps between the real images of the information-intensive society, the visions of the information society and the cybernetic society in Japan, US and European countries.

Yuji Nakahara / Director of Forum for Agreeable Living with Intelligence, Communiation & Electronics

13 インタラクティブ・デザイン —五感の新たな総合

岩政隆一 システムアーキテクト

インタラクティブ・デザインは、情報あるいは情報を取り扱うシステムの特徴である「柔らかさ」を活かし対話の文脈を築き上げる役割を担っていると考える。

現在、コミュニケーションが電話、ファクシミリ、電子メールといった音や文字すなわち聞く、見るという感覚だけを使うことに偏ってきていることは否めない。本来、人間同士のコミュニケーションは相手の表情を見、香りを嗅ぎ、肌に触れそして言葉を交わすという五感をフルに使うことにあった。情報機器の発達はコミュニケーションの場面の拡大に寄与はしたが、人間の五感をフルに活用するまでにはいたっていないのである。そこに現在のマルチメディアと呼ばれるコミュニケーションチャネルの多様化と統合化へのニーズがある。

同様に道具と人間のインタフェース自体も現在は発展途上である。情報機器の代表であるコンピュータでさえも今だにキーボード、マウスとディスプレイの組み合わせが主流である。マルチモーダルと呼ばれる聴覚や触覚等を含めたインタフェースチャネルの拡大と複合化へのニーズがここにある。

インタラクティブ・デザインの大きな活躍の場面が広がっている。伝え合う情

Interactive Design—New integrity of five sense

The modern world of products, environment and communication has weakened the physical sensitivity that recognizes the relations between people, between people and products, and between people and environment, and cut the sensitivity (five senses) into pieces. While computers that penetrated into such a world accelerate changes in mutual relations among people, products and environment on one hand, they are also suggesting the possibility of integrating the sensitivities. Products and environment itself are equipped with a brain and neural systems, a system that may be called an integrated sense in order to find the point of contacts between the man whose hands, legs, head, vision, hearing and feel are

報自体（コンテンツ）ももちろんデザイン対象である。

情報機器の発達を省みるともう一つのデザイン課題が見えてくる。70年代後半に頭脳としてのマイクロコンピュータを組み込んだ新種の道具が生まれたことを契機に、人間と道具の関係は大きく変わり始めた。道具が環境（人間や道具を含む）と対話する能力を身につけたのだ。その延長上に現在の多様な情報機器が生まれたのである。頭脳や神経系をもち、総合した感覚ともいべきシステムを持ちえた道具は今までのニーズでははかれない進化の可能性を秘めている。人間の求める機能性・合理性の視点だけではなく「いきもの」としての道具の特性を観察し活かす視点が必要とされる。

インタラクティブティを持った道具のデザインをインタラクティブ・デザインのもう一つの領域と考えたい。自然物・人工物・そして人間の共生関係の未来を視野に含めると上記の視点が必須であることに気づくのだ。

東京工業大学理工学部卒業後、同工学部助手。1976年(株)GKインダストリアルデザイン研究所入所、89年(株)GKテック設立に参加、現職。専門は制御工学、文化人類学。



disintegrated and products and environment. As such relationship is beginning to emerge, we shall discuss such issues as human corporeality, sensitivity and interactive relation among man and products and environment.

Ryuichi Iwamasa / GK Tech Incorporated, System Architect

マルチテーマ・フォーラム

コーディネーター・コメント

14 ソーシャル・コミュニケーション・デザインの提唱

竹村真一 東北芸術工科大学助教授、文化人類学

“ソーシャルデザイン”とは、私の考えでは近代的な二元論を架橋するもの—つまり「個人」の利益と「全体」の調和、ローカルな自立とグローバルな相互依存、そして“エコノミー”と“エコロジー”が両立／統合されうるような社会システムの可能性に他ならない。

たとえば、近代的な自由と個人所有と産業技術イデオロギーの象徴たる自動車は、その利便性と個々人のエゴの集積の結果、いまや大変な「不自由」（経済的非効率と環境汚染とストレス）を生み出している。だが、クルマのもつ利便性を放棄することなく、「個」の自由と「全体」の利益を両立させうる方策がないわけではない。

一つの方向として、ITS等の交通システム全体の情報ネットワーク化は、個々のクルマの位置や進行方向に関する個別情報をGPS（衛星）とコンピューターで瞬時に総合し、その全体情報を再び個々のクルマ（ドライバー）にリアルタイムにフィードバックすることで、渋滞を未然に回避しクルマを分散させることを可能にする。個々バラバラに動いていた“群盲”としてのクルマが、いまやネットワークングによって互いに全体“象”を共有し、「粘菌」のような超有機体としてメタレベルでの自己組織化を始める。また、自動車という単体の「道具」

と道路システムという「社会環境」が一つの全体的なコミュニケーション体系のなかの部分（＝ホロン）として接続／統合されることにより、「個」の自由／利便性と「全体」の経済的・環境的利益がともに図られるわけだ。

あるいは、日本ではホンダが推進している“半公共的”な地域代替交通システム。都心部に入る前の駐車ゾーンで小型の共用（貸出）電気自動車に乗り換え、自由に行きたい所へ移動して乗り捨てる（返却）。渋滞や環境汚染の原因となるマイカーの使用を状況に応じて制約し、それに代わる私的（パーソナル）な移動手段を共有する—そうした社会関係のデザインにより、マイカーで移動する以上の自由と利便性を享受しながら、クルマ社会の矛盾を解決することも可能になる。

21世紀には“クルマ”のデザインより“クルマ社会”全体のソーシャルデザインがこうして重要になる—。あるいは（自動運転やソーラーカーなど）単体としてのクルマの「道具」的進化よりも、その道具の“所有／使用”形態や相互連携のデザインまで含めた、「人間」—「道具」—「環境」三位一体の社会システムとしての進化が問われるわけだ。

そこでのキーワードが“ネットワーク”と“コミュニケーション”—いわば「技術」や「倫理」（意識変革）以上に「人間関係」の変革こそが21世紀の鍵なのだ。

同じことはクルマの生産過程でも生じている。たとえば“壊しやすいデザイン”

“廃棄プロセスを視野にいれた素材選び”といった近年の「環境産業革命」の本質は、リサイクル／省資源化といった結果以上に、何よりも“川下”と“川上”のホロニックな連携—つまりバラバラだった各部分（セクター）が互いに視点を交換／共有しあいながら自己のありかたを変えてゆくようなコミュニケーション構造のデザインなのだ。CALSもこうした自「分」認識とワークスタイルの変革のツールに他ならない（システム自体に意味があるというより、本質はあくまで「人間関係」と「世界経験」の変容であり、主役は人間自身なのだ）。

さらに、コストが安くかつ地域に適合し、環境にも優しい自然素材の追求が、結果的にそれを供給しながらアマゾンの森林を保全・再生するような土着のアグロフォレストリーの復活を導いたメルセデスの「バラ・プロジェクト」などは、“川下”と“川上”の相乗的連携が地球レベルでのエコノミーとエコロジーの統合、あるいはグローバルな環境／産業ネットワークを通じての地域の経済自立の新たな可能性を生み出した事例といえる。

日本もそろそろ従来のパターンを脱して、こうしたレベルで環境と経済、地域と地球を架橋するような国際協力と産業デザインを提案していかねばならない段階に来ている—その事をペルーの日本大使館事件などは示唆しているようにも思える。

ともあれ、このように“コミュニケーション”や“ネットワーク”といった概

vidual freedom"/convenience and economic environmental interests of the whole. Another way is a regional alternative transport system which uses electric cars owned jointly by a community so that people can pick and leave cars any place. Such social design may solve contradictions of "automobile society". Social design for "automobile society" increases its importance over the design of "automobile" in the 21st century. The keywords are "network" and "communication"—the key to the 21st century is a change in human relations rather than change in awareness. The same is true of automobile production process. The Environmental Industrial Revolution of recent years which proposes material selection that takes into account the eventual waste disposal means more than

just recycling and conservation of resources. Its essence lies in the design of a communication framework which allows exchange/sharing of views among different sectors both at upstream and downstream of production that have so far acted independent of each other Japan has come to a stage where it should lead the world in international cooperation and industrial design in order to bridge the environment and economy and the region and the world. The concepts of "communication" and "network" are not necessarily limited to virtual realities of internet and pagers, but involve redesigning process of the entire existence of our "real" life and production. Social communication design must challenge such diverse subjects as "transportation", "energy", "industrial

Proposal for Social Communication Design
Automobile, a symbol of modernistic freedom, personal ownership and industrial technology, is now the source of economic inefficiency, environmental contamination and stresses as it pursued convenience and egoism of owners accumulated. But there are measures to allow compatibility of "individual" freedom and "collective" interests without giving up convenience of automobile. It is possible that by building a network of vehicles which have so far been moving independent of each other, they can be integrated and organized as a whole. A single "product" called automobile and a "social environment" called road system are connected/integrated as a part (holon) of the entire communication system to allow "indi-

ソーシャルデザイン

法人会員からの視点

念は決してインターネットやポケベルなど仮想空間に限定された問題ではなく、こうして広く私たちの日常の「リアルな」生活と生産のありよう全体のリデザインに関わっている一いや、本当はそこにこそ「情報」や「マルチメディア」を語る意味もあるはずなのだ。

今回のテーブルセッションでは、こうしたソーシャル・コミュニケーション・デザインの課題を「交通」「エネルギー」「工業生産」「リサイクル（ゴミ問題）」「金融（銀行）」「国際貿易と私たちの衣食住」といった多様な領域で具体的に素描しつつ、そこから“デザイン”（デザイナー）と“技術”と“政治”（行政）の関係／役割分担、あるいは地球社会のなかでの企業や、日本という「国家」の自己認識まで討議できたらと思っている。

いずれも未開拓の領域であり、可能性と現実のあいだに大きな開きがあるのも事実だが、むしろ真の意味で“ヴァーチャル”（＝可能的／現実的）なビジョン構築にむけて建設的な議論をしたいと思う。

東京大学文学部哲学科卒業、同大学院文化人類学博士課程修了。現在東北芸術工科大学助教授。文化人類学・国際社会論・デザイン文化論を中心に、多分野の国際会議の企画を手がける。また情報環境デザインやマルチメディア関連の様々なプロジェクトを推進中。



production", "recycling", "finance", and "international trade and clothing/food/shelter", and at the same time examine the relation/role sharing of design (designers), "technology" and "politics" (administration), and awareness of being a "nation" called Japan in the global community.

Shinichi Takemura / Associate Professor, Tohoku University of Art and Design, Cultural Anthropology

鉄道事業と ソーシャルデザインについて

東日本旅客鉄道株
車輜課 野元 浩

輸送業とは人または物をA地点からB地点へ「移動」することにより対価を得ている。このため「物（車両等）」のデザインより、所要時間や列車の運行間隔等がお客様にとって基本的なサービスと認識されている。鉄道の場合は社会資本であり、輸送手段の車両はお客様の好みも反映しにくい。つまり希望する時間帯に希望する車両を使った列車が運転されるとは限らないためである。特別の場合を除き、移動の時間帯を優先して選択する機会が多いのである。このため本意ながら旧型の車両に乗っていただく場合がある。公共交通機関の場合、お客様が直接「物（車両等）」を購入しないために、駅や車両のデザインの価値を定量化しにくいという特徴がある。しかし、生活レベルの向上とともに、快適な移動や、移動中のサービス内容が輸送の質を問う上での重要なファクターとなってきた。10年前、国鉄が民営化され、旅客輸送は6つの旅客会社が地域を分けて事業を行うこととなった。各社はその後、地域の特性に合わせた新しいコンセプトの車両を開発し、駅設備も地域自治体等と連携して改良を進めてきた。これらの活動の結果は、お客様の注目を集め、鉄道の利用を毎年増加させ、比較的経営基盤に恵まれた本州内のJR3社は黒字経営を続けている。このことは、結果として国鉄時代に鉄道による移動の魅力をお客様に十分

訴求するデザインが行われていなかったことを証明することとなった。

当社では、デザイン構築に際して「人」「物」「場」という3つの関わり合いを考慮している。「人」とは利用するお客様や沿線に暮らす人。「物」とは輸送手段つまり車両。「場」とは車両の走る地域の特性、沿線風景等のことである。加えて「時間と空間のデザイン」を心掛けている。これは、単に駅や車両単独のデザインではなく、始発の駅で改札を通り、車両に乗り、目的地の駅を出るまでの「空間」とお客様からお預かりする移動中の「時間」を全て含めて快適なものにしようという理念である。これらの取り組みが鉄道事業者にとってのソーシャルデザインへのステップではないかと考えている。

上：秋田新幹線「こまち」、下：田沢湖駅



Operation of Railway Service and Social Design

Transportation business is paid consideration by "moving" person or product from point A to point B. This is the reason why the time required for moving and frequency of train running used to be regarded as the basic services for clients rather than the design of "products" such as a train. With the improved standard of living, comfort and quality of services during travel have gained importance in the transportation business. With privatization and segmentation of National Railway, division companies have developed new concepts for trains adapted to meet demands of their service areas and improved station facilities with

support from local governments.

We take into consideration the relation among three elements of "people", "products" and "place" in structuring design. We also try to make comfortable "the space" from passing the ticket gate at the start of a journey, riding the train, to leaving the station at the destination and "the time" spent by clients during the journey. How to tackle this problem is a step toward social design for railway business.

Hiroshi Nomoto / Deputy Manager, Rolling Stock Division, Transport and Rolling Stock Department, EAST JAPAN RAILWAY COMPANY

Social Design

Voice from JD Organization Membership

「ソシオデザイン開発」

Socio Design Development

(株) NECデザイン

ソシオデザイン開発部 三澤 純子

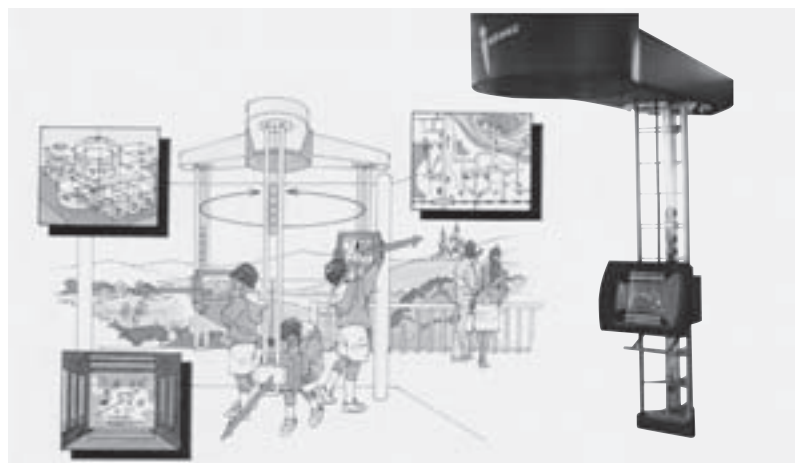
NECデザインには「ソシオデザイン開発部」という組織があります。社会システムのデザインは1970年代から着手し、社会を構成する情報ネットワークがもたらす未来像を描きながら、実施に伴うハードやインタフェースをデザインしてきました。現在は、個人や企業が社会に関与する領域が拡大しており、デザインの対象と手法にも新たな改革が必要です。

いきいきとした社会の実現のためには、人と情報と空間のよりよい関係を描き出す創造的パワーが必要です。例えば、阪神大震災がもたらした社会と個の関係性はデザインにとっても大きな教訓を投げかけました。ソシオデザイン開発部では、消防や警察などの防災に取り組む社会機構と生活者との関係の中で、さらに安全で安心できる社会の提供をめざして活動しています。また、空港や道路などの交通システムや、博物館や図書館などの文化教育システムなどの領域でも、個人と情報自体の関連性や、物理的な公共空間と電子ネットワーク上の公共空間の関連性などをどのように捉え、表現していくかが、大きな課題となっています。

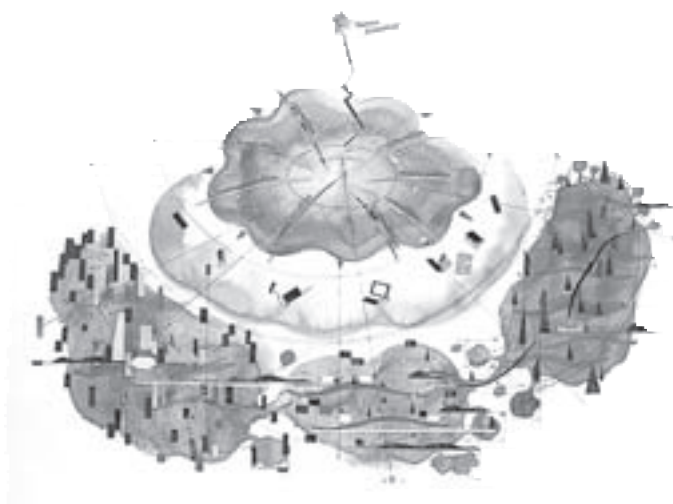
人の行動や思考を基に、情報や空間の地域性とグローバル性、あるいは個性と社会性を考えることが必要です。NECデザインでは、プロダクトデザインやマルチメディアデザインの手法も駆使しながら、さらに新たな手法としての「ソシオデザイン」を開拓中です。



マルチメディアとネットワークを駆使した防災情報システム



公共空間における情報機器の提案 (情報潜望鏡アイスタア)



ソシオデザイン開発概念図。(人を中心に社会を考える。この過程でメディアが生まれる。)

Socio Design Development

There is an organization called "Socio Design Development Department" in NEC Design. In 1970s, the Department started working on design of social systems by depicting future images to be created by data network and designing hardware and interface for implementation of the system. As the domains where individuals and businesses become involved with the society expand, the Department faces the challenge of how to understand and express the relation between individuals and information per se and the relation between the physical space and the space on the electronic network in such areas as the disaster-combat-

ing society, the transport system and the cultural education system.

Junko Misawa / Socio Design Development, NEC Design

Activity 1

第6回JDフォーラム「インタラクティブ・メディア・デザイン」

1997年1月24日(金) 於：エスティック情報ビル 主催：日本デザイン機構

■プログラム

1. 講演：唐津 一
「メディア・フリー社会の展望」
2. パネルディスカッション
パネリスト：唐津 一
大平智弘
鳥越けい子
岩政隆一
コーディネーター：竹村真一



メディア・フリー社会の展望 —日本の「暗黙知」を理解した上で

唐津 一 / 東海大学開発技術研究所教授

まず申し上げたいのは、「情報という概念が必要なのは生き物だけだ」ということです。これは非常に大事な概念です。アメーバでも情報をやりとりする機能がなければ死んでしまう。その機能が猛烈に発達したのが人間です。ところが情報をどう使うかという、「情報をまず受け取る」という機能がなくてはできません。しかも「情報をどう読むか」という機能が必要です。英語のアンダースタANDINGです。情報を発信する側からすると理解して貰わなければ、無かったよりもっと悪いことになります。理解する。それに対して「どう行動するか」を計画

Having Understood Japan's Implicit Wisdom

That "only the living things need the concept of information" is a very important concept. In human beings this function has developed to its extremes. In using information, one needs the function of "receiving it" as well as that of "reading it properly." For the transmitter, failure of the receiver to understand it is worse than his/her failure of receiving it. To plan "how to act" and to act accordingly is the way to utilize information effectively. Important thing in design is "how to have it understood". Media is a tool to transmit information. Today, tools have increased in variety and improved in functionality. We call it "information technology". In order to use a tool, one needs to know what the tool can do. This can

し具体的に動く。こうして情報は生きてくるのです。

デザインは勿論その情報発信の道具ですが、その時に「どういう風に理解していただけるか」が重要になる。情報を送る時にメディアというのがある。メディアは送る道具です。今、送る道具が非常に増え種類も豊富に機能も上がってきた。これが「情報技術」です。

その道具を使うには、まずその道具が何をしてくれるかを使う人が知っていなければ使えない。これが非常に厄介なのです。特に日本では機械を作るのが得意な人は沢山いるが使う人に教えることが苦手な人が多い。我々は被害者のようなもので何とか使わざるを得ない。理解するには言葉だけでは駄目で触れてみるより仕方がない。道具は大体、本質的にそういうものなのです。

パソコンなどの情報機器を使うのは一種のスポーツ、体育の一種です。体育は身体を使わなければ絶対上達しない。そ



be extremely troublesome. Using information device such as PC is like playing a sport. One does not excel in sports unless one uses one's body.

The question is how to connect "interactive media" with design work. This has to do with "sensitivity" of the humans. One cannot explain sensitivity. When you finally manage to successfully explain, reprimands from above will demand more explanation. The Japanese language lacks the logic of 1(0, and this led to coining of the word "implicit wisdom". Third parties do not understand shoptalk, but those who are talking understand each other well. This is tacit wisdom. I believe that you will succeed if you use those tools after having understood that you are working in the world of tacit wis-

dom. いう状態に今あるということをよく知っていただきたい。残念なことには今は未だ通信回線の使用料が高いのですが、これも段々改善されるでしょう。

本日のテーマは「インタラクティブ・メディア」ですが、それとデザインという仕事をどう結びつけるかが問われているのですが、これは人間の「感性」の問題です。感性は説明が出来ません。やっと説明出来た時には、もう少し上の奴が「何言っとる」と言ってくるに決まっている。

しかも我々日本人が使う「日本語」の特長は「いい加減な所」にあり、1・0がない所に特長がある。そこで「暗黙知」という言葉が生まれる。

例えばダムの工事現場でのやりとりを聞いてもさっぱり分からない。しかし本人同士は言葉で言うより遙かによく分かっている。これは暗黙知なのです。「あの会社、この間ちょっと泣かしたから面倒みてくれや」というと、何億という金がドーンと出る。それは汚職だと来るが、それは別の話であって、そういうお国柄なのです。そういう国で、そういう人達を相手に仕事をやっている。つまり暗黙知の世界で仕事をやっていることを理解した上で、先程説明したような道具だてをお使いになるということをやれば、私は成功すると思うのです。

東京大学工学部電気工学科卒、1948年日本電信電話公社入社、61年松下通信工業(株)入社。常務取締役、松下電器産業(株)技術顧問を経て、現職、同時に電通顧問。公職においては産業構造審議会(通産省)委員等。著書に、「新」の時代がやってくる—日本の技術の近未来」他、多数。

dom.

Hajime Karatsu / Professor of Tokai University, Research and Development

Activity 1

JD FORUM 6 [Interactive Media Design]

■ 1997.1.24 (S-Tech Information Building Shinjuku) ■ organized by Japan Institute of Design



「デザイナー町医者」論と、
「美しいデジタル文字」の提唱。

大平 智弘

東海大学短期大学部コンピュータ・イメージデザイン教授

時間的にも空間的にも距離が無くなるメディアフィールドの社会が到来する中で、デザインは一体何をやるべきかを考えています。

今はユーザーはアノニマスな大衆として、集団として処理されている。メーカー側から言うとデザイナーがユーザーの意図をくみ取って、それに合うような製品を少ない種類で作り、個々のユーザーはその中から選ぶしかない。コンピュータが行き渡る時代は「使う側の論理」「ユーザー側の主張」をもう一度前面に押し立てようとなるのです。しかし全てのユーザーが詳しくデザインを話せる訳ではありませんから、メーカーとユーザーの間のインタープリターとしてのデザイナーという職能が今後重要になる。これを私は「町医者デザイナー」と名付けているのですが、医者が一人ひとりの患者の症状に合わせて処置するように、個々のユーザーに合わせて製品・そのインターフェイスをデザインしてあげる。町医者が手に負えない場合は大病院に連絡して

処置を頼みますが、町医者デザイナーの場合はこの大病院がメーカーに当たるわけです。そうなればデザイナーはユーザーの数だけ仕事があることになる。(図1参照。) こうした個別生産、オーダーメイドシステムを、私は「イデオシンクラティック・デザイン (idiosyncratic design)」という言葉をつかったらどうかと考えています。パーソナルよりもっと強く、個人の病的・狂的特性までも肯定的に捉える言葉と解釈しています。

イデオシンクラティック・デザインのイメージは写真の世界に似たものと考えています。その類似点を挙げれば次のようになります(直前の語を括弧の中の語に置き換えたものがデザイン)。

- 1) 出来合いの写真(既製品)を買うこともできるが、気にいらなければ、自分で構図して撮る(デザイン)することもできる。
- 2) 場合によっては、専門家に撮ってもらう(オーダーメイド)することもできる。
- 3) 個人毎に異なる写真(製品)がハイテク化された工場の1つの製造ラインで自動的に現像(製造)される。
- 4) 店頭で買うように、即座に現像(製造)は出来ないが、持ち込まれたフィルム(注文された製品)は必ず引取られる(買われる)。

これがひとつです。

もう一つはグラフィック・デザインの世界の話です。マルチメディアのキーワードはデジタルです。よく見かけるハンディキャップ用のシンボルの指示

図でさえ実はデジタルとしては完全に記述されていません。完全に数値だけで再現が出来ることが必要です。その数値は必ず整数でなければならぬかということ、そんなことはありません。つまり離散量で表されていればいいのです。

よく見る郵便局のマークは0.7:1で完全に決まっているのですが、このままホームページなどの画面で小さく再現すると比が崩れてしまうのです。完全を求めるとデザイナーとしては、こうした数値に置き換える所までも、今は考える時ではないでしょうか。(図2参照。) 現在、マルチメディアの中で色々な文字が出て来ます。相変わらず明朝体も多いようですが、マルチメディアが新しい文化になるのだとすれば、それに合う新しい書体をそろそろ考え始められて然るべきです。いわゆる方眼紙のような世界に表現するのがマルチメディアの世界で、その書体は完全に数値で記述し正しい再現性が重要です。そして出来るだけ少ない情報量で構成され、美しさと共に綺麗な比であることが望まれます。1:√2、それから黄金比(あれも√が入っている)、あれは実は綺麗なデジタル量なのです。必ずしも整数がデジタルではないというようなことを、もう一度デザイナーは考え直すべきなのだとすることで、以上の二点を問題提起しておきたい。

千葉大学工業意匠学科修士課程修了。同年、通産省工業技術院製科学研究所入所、デザインプロセスにおけるコンピュータ利用の研究に携わる。1977年より78年にかけて、通産省海外派遣研究員として渡米、マサチューセッツ工科大学においてメディアラボの前身であるアークテクチュア マシングループ 客員研究員、85年東海大学に転職、短期大学部にコンピュータ・イメージ デザイン コースを設立、同教授。日本デザイン学会理事。

"General Practitioner of Design" and "Beautiful Digital Type Faces"

Users are addressed as an anonymous group of masses today. The computer generation is trying to put forward "logic of users" and "assertions of users" once again. However, since not all the users are literate in design, designers' function as an interpreter acting between manufacturers and users will gain importance. Maybe we should call such individualized and tailored mode of production as "idiosyncrasy design".

Those I call GPs in design act like doctors writing prescriptions for each patient as they design interface adapted for each user. This means there would be the same number of designers as users.

Another thing concerns the world of graphic design. The keyword for the world of multimedia is "digital". Even ubiquitous instructions using symbols for handicapped people are not digitized satisfactorily. They should be able to express such instructions only with numerals. Today it is designers who should think of digitizing them. If this was going to be a new type of culture of multimedia, it is about time we came up with new type faces suitable for such culture. The types should contain as little amount of information as possible and should look beautiful as well have impeccable ratio such as 1:(2 and the golden section (which also contains (. In fact it is the ideal amount).

Tomohiro Ohira / Professor of Tokai University Junior Collage, Computer-Image Design Course



Activity 1

第6回JDフォーラム「インタラクティブ・メディア・デザイン」

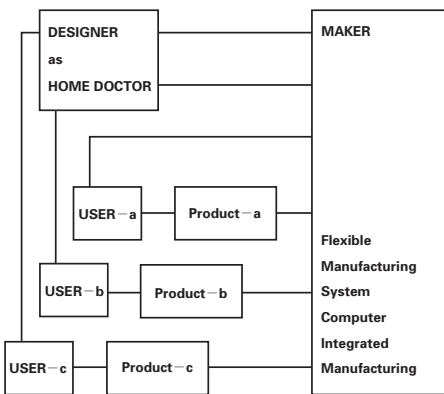
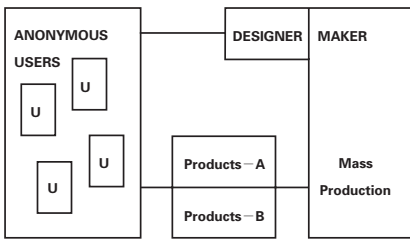


図1 マスプロからイデオシクラティックデザインへ

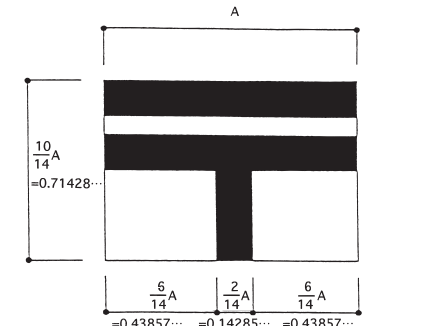
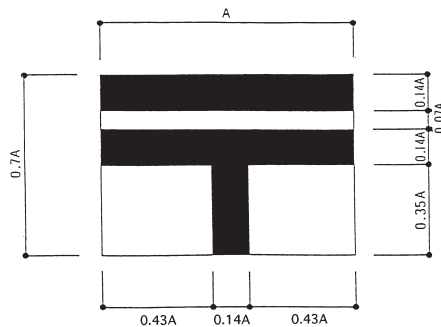


図2 郵便マークをホームページに載せる場合、正確に表示すると最低でも100x70画素が必要となり、画面の大部分を占めてしまう。上図の0.43Aを0.42Aに変形すれば、14x10画素で表示できる。この変形はオリジナルのイメージを壊すだろうか。



情報としての環境から読みとる能力を

鳥越けい子

サウンドスケープ研究機構、音環境デザイナー

一言で音といっても色々な側面があり、現代社会で音による新技術の展開の状況は刻々と変わっています。本日は音を通信技術と人間の生活の実感の双方から捉え、より本質的な所を考えてみたい。

通常、情報のインフラストラクチャーという言い方をされる時、マン-マシンの関係で語られることが多い。ある程度デザインが関与したものを情報と言っている。ところが私たちは最終的には情報を身体とか感性で感じとる。そして情報を送るための道具がメディアだとすれば、私たちが生きている環境そのものは情報に満ち溢れていて「環境イコール、メディア」と考えることも出来る。

スライドで商店街を事例に、都市環境における音の情報を紹介します。『秋葉原』は電子音響機器の音が街の音になって面的に広がっています。本来は点的にデザインされたものが面として都市環境に展開され環境情報になっている特殊な所です。次は『浅草の仲見世』。雷門を入れて仲見世のバザールの喧噪に包み込まれた時、浅草に来たなど実感します。

Ability to Understand Environment as Data

When we say infrastructure of information, we usually think in terms of man/machine relation, and information is referred to as something which involves design to a certain extent. In reality, however, we feel things with our body and sensitivity. If media is the tool to transmit information, we can say that "environment is media", as our living environment itself is filled with information. "Akihabara" is a place where sound of electronic audio devices propagates in planar expanse. It is a unique place where something which was originally designed in points has developed into planes in urban environment and become environmental information. Districts such as "Asakusa Nakamise" and "Fukagawa Hudo" filled with information appeal

あの狭さは仲見世の出来方と関係しており、浅草寺の前には線香が焚かれている。『深川のお不動さん』は同じ商店街でも縁日の感覚の商店街で五感情報に満ちています。香りや音・響きなど様々な情報で地域性を実感するのです。『アメ横』は、あのポンポン飛び交う威勢のいい声の中で、土地と対話し参加していく。こうした空間や情報は、いわゆる都市計画におけるハードなデザインからだけでは決してつくることが出来ないことが分かります。

通常言う所の情報メディアと異なりませんが、都市の音は確かに一つの情報でありメディアとして成り立っている。そうした当たり前過ぎるものを持っているメディア性や情報が、今余りにも無視される状況にははしないか。身体の実感や生きている存在感が希薄になっていくと、バーチャルな計画やものに接した所で、その意味を解したり使いこなすベースとしての力が欠けてしまう恐れがあるのではないかと。体感する、直接体験的な情報、このベースは忘れないでいたい。

次は、ただそうした環境情報が「在る」だけでは面白くないので、一歩進めて「発見していく」プロジェクトとして、練馬区が1990年に環境保全事業として行った「ねりまの静けさ十選」を紹介します。「静けさを感じられる雰囲気的に静かなスポットを文章を添えて教えて下さい」と区民に呼びかけたこの事業は、人々に再発見して貰えるようなインターフェイスを仕掛けていくものでした。石神井城址や光が丘公園。三宝寺池では水

ing to our five senses clearly demonstrate that streets are not the product of urban design plan alone. We feel the districts through the smell, noise and sound. In "Ameyoko", we mingle with the environment amid the high-spirited exchanges of merchants and shoppers. Sound is indeed a kind of information and can exist as media. But we may have taken such aspects for granted too much. If we lose the sense of existence with which we feel our body and sensations, then we may not be able to understand the meaning of things and plans in virtual world nor will we have the ability to manage them. In our project "Let's find spots where you can feel serenity" launched in Nerima City, we set out to "discover" environmental information rather than just accept "what is there". In one spot, one

Activity 1

第6回JDフォーラム「インタラクティブ・メディア・デザイン」

鳥のはばたく時の羽根のきしむ音まで聞こえます。音がない静けさの中では色々な音がニュアンスを持って聴こえてきて、情報的には、かえってポテンシャルが高いのです。こうしたアプローチは「内発的なアーバン・デザイン」と言えるでしょう。

最後にサウンドスケープ研究の事例として、フランスのレスコニルという漁村の「鳴笛ブイ」を紹介します。岬の先にあるこの村は、一日中風がグルグル回っている特徴的な環境にあります。伝統的に村民は浜辺に立って沖合いの海面に配置された「鳴笛ブイ」の音を聞き、船を出すか否か、自らの生存に関わる情報を解析します。情報を自然環境の中から読みとる能力を持ち、五感全体を総動員して情報収集をする。こうした情報の複雑性や深い意味を読みとることは外部者には不可能です。そうしたベーシックな情報を解読する力が、今、萎えてきているというか忘れられてきている。通信技術との共存の一方で、こうした能力が全くなくなってしまってはならない。そこをもう一度再発見していくデザインもある筈です。

東京芸術大学音楽学部（楽理科）卒、同大学院修了。1980年カナダ政府招聘留学、82年ヨーク大学芸術学部修士課程修了。帰国後、日本各地の音文化の調査研究を行う一方、聴覚を切り口に、まちづくり、環境デザインから環境教育に至る様々なプロジェクトを手掛けている。参加した主なプロジェクトに、《横浜市西鶴屋橋》《水琴窟の東屋》《耳のオアシス》《瀧廉太郎記念館庭園整備》など。近著、「サウンドスケープ [その思想と実践]」鹿島出版会。現在、聖心女子大学助教授。

could even hear the rustling feathers of water birds as they started to fly. In a serene environment without noise, you can hear sound with their full colors of tones and they convey more information. Such an approach may be called "psychological urban design". In a small fishing village in France, villagers traditionally listen to the offshore "sounding buoys" from the beach to make a critical decision of whether or not they should go out for fishing. They have the ability to read out information from the natural environment and to collect data by fully mobilizing all five senses. We must coexist with the communication technology but we should not lose our spontaneous power. Design may play a role in rediscovering such power.

Keiko Torigoe / Soundscape Designer



上：秋葉原
中：深川の商店街
下：「ねりまの静けさ十選」より



インタラクティブな道具への進化

岩政 隆一 / 株式会社GKテック システムアーキテクト

「人間が道具を使う」あるいは「作る」ことは、人間が主体の行為であることに異論はありません。デザインという職能もその意味で「作る」の人間の立場なのです。

しかしながら、道具と人間の長い歴史を省みると、道具自体が人間を変えた、あるいは道具によって人間が作られたという側面があることに気づくのです。道具が主体となって人間を新しく作り変えていく、進化させていくという、主客が逆転した見方も可能なのです。

私は、道具を人間の立場から考えるだけでなく、道具の立場から見直してみたいのです。日常、コンピュータと人間のインタフェースを考えることを仕事としていますが、どうしても人間の都合にあわせることに窮々として、道具の面白い、とがった特性を生かし切れない不満が出てきます。そのあたりが「道具の側」からデザインを見直してみようと思った動機です。

Proposal for "Fundamental Rights of Products"

In the long history of "the product" and "the humans", there is an aspect where the product changed or created the humans. Based on that view, the product may be regarded as playing a key role in transforming the humans and helping them to evolve. The view is to find out what the humans would look like when seen from the standpoint of the products. Out of such a relationship, the significance of the products as a partner of men becomes clear and the relation between the product and the humans becomes seamless. Instead of looking at the products and the humans as two separate things, we may be able to envisage a world where two are integrated.

If we pursued the convenience of the products

Activity 1

JD FORUM 6 [Interactive Media Design]

従来の道具は人間の働きかけを一方的に受け取るだけのものでしたが、マイクロコンピュータが発達して道具の側に新しい特性が生まれました。道具が人間のメッセージを受け取って判断したり、置かれている環境を認識したりすることが可能になり、インタラクティブな関係が取り持てるようになったのです。道具と人間との境界がなくなり、よりシームレスな関係になってきた。道具と人間を二元的に語るのではなく、対等なパートナーとして考える必要が出てきた。道具を自らの知覚を持ち判断する頭脳を持った「いきもの」ととらえることが自然に思えてきたのです。

さらにこの考えを推し進めると、人間に基本的人権があると同時に基本的道具権なるものが考えられて然るべきであるということになります。

電気をむやみに切ってはいけない。道具同士が互いにコミュニケーション出来る



ニューランオブジェⅣ「あしあと」

alone, they become inevitably dull or weak. I fear that they might become "inter-passive", and I am trying to find ways to interact with powerful "products".

The importance seems to lie in aspects which we are "unaware" of, features other than functionality. If we were to overlook such features, things may become unaccountable.

Ryuichi Iwamasa / GK Tech Incorporated, System Architect

共通言語がなくてはならない。自身の環境を認知できなくてはならない・・・。

道具は人間の都合にあった機能だけを突き詰めていくと、どうも相手にしてもつまらなくなる。言ってみれば萎えた道具になってしまう。インタラクティブならぬインタパッシブな道具になってしまう。もっと道具をパワフルな、付き合いに足るものになりたい。

道具を「いきもの」として考えると、従来の機能中心のデザイン与件設定に抜け落ちてきたことを意識するきっかけになると思うのです。道具を友達と思える感性を今の時代に育てたいのです。

東京工業大学理工学部卒業後、同工学部助手。1976年(株)GKインダストリアルデザイン研究所入所、89年(株)GKテック設立に参加、現職。専門は制御工学、文化人類学。道具に情報処理システムが搭載されたことをきっかけに大きく道具世界が変わり始めた。「いきものとしての道具」を視点に「道具論」の再構築を企て、新しいデザイン領域を生み出そうともくろんでいる。



ニューランオブジェⅤ「好光玉虫」



二元論的橋渡しを越えたインタラクティブティ

竹村 真一 / 東北芸術工科大学助教授、文化人類学

コーディネーター

インタラクティブとかマルチメディアは、コンピュータだけの話ではなく、私達の五感をフルに使っての私たちと世界との関わりそのものの話です。非常にトータルな話です。

唐津先生の基調講演はそこをかなり先鋭に打ち出されたと思います。アメーバそのものがインタラクティブをやっているのだと。つまり予測をし、あるモデルを世界に投影し、そのフィードバックをしている。その意味ではインタラクティブティの塊りである。

そうしたコンピュータ以前の話と同時に、私たちは新たな次元に生き始めていることも確かです。発達したシミュレーション技術によって、例えば私たちは未だ設計図段階の、未だ誰も経験できない筈の都市を三次元空間でそこに現出して、他の人たちと一緒にその街を歩くことが出来る。有在しない筈の街を他の人と一緒に経験しながら「ではどういうデザインであればいいのか」「この辺をどうすればいいのか」を一緒に討議するこ

"Interactivity Beyond Two Dimension Bridging"

Interactivity and multimedia are not limited to computers, but concern our involvement with the world using our sensitivities to fullest extent. It concerns our total being. It is true that we are beginning to live in the world of new dimensions. Through highly developed simulation techniques, we can experience the three dimensional space of a city still in the stage of drawing, and can discuss how future cities should be like. In other words, we experience futuristic cities which do not exist and are influenced by them. Interactivity is the basis of our life in this world and the challenge is how to propose the comprehensive way of interactively.

That we can externalize our imaginative world

Activity 2

第7回JDフォーラム

1997年3月27日(木)

とが出来る。そういう自由を持ち始めているのです。言い方を換えれば、存在しない未来の都市を経験しながら、そこからまた影響を受けると。

その意味では今までになかったインタラクティブ性が確かに情報によってもたらされ始めていると言えます。インタラクティブというのは我々が、この世界に生きる一番基本であると共に、それがまた新しい次元を招きつつある。その辺をトータルにどう捉えられるか、ということが課題として浮上してきている。

先程話された「ケネディと握手」は我々の夢の中とか想像では出来る、しかしそれを外在化は出来なかった。それを外在化出来るようになった時代というのは、ある面では、自分の内面と外面の区別が徐々になくなって行くことでもある。その意味ではインタラクティブは今まで私たちの内側と外側がどうインタラクティブするかという二元論の間の橋渡しでしたが、これからは、そういう風に内側、あるいは意識の内部の現象と物質化した現象が段々シームレスになって来た時に、恐らく二元論的橋渡しというのを越えたインタラクティブ性というのを議論して行かなくてはならないのではないかと。そう思います。

そこに「暗黙知」というような、1・0では切りきれない部分の重要性というものも多分浮上してくるのだと思います。

そして今まで、単純なインターフェイスとか、使い勝手がいいコンピュータとか、そういう非常に表面的なレベルでインタラクティブ性が語られていました

が、そろそろ本格的に、私たちのこの身体と脳が、この世界に住み込むあり方、あるいは内側と外側がシームレスに融合してきた時には、どういう形でこれから私たちが世界をデザインしていけるか、かなり深い話になってくる兆しを非常に感じています。

東京大学文学部哲学科卒業、同大学院文化人類学博士課程修了。通産省外郭シンクタンク等でアジア研究や文化交流プロジェクトに携わり、現在東北芸術工科大学助教授。文化人類学・国際社会論・デザイン文化論を中心に、多分野の国際会議の企画を手がけ、最近では東京国際フォーラム会館記念事業「環太平洋21生活文化フォーラム」オーガナイザーを務めた他、インターネット・ワールドエキスポの日本テーマ館の総合プロデュースなど情報環境デザインやマルチメディア関連の様々なプロジェクトを推進中。



■ プログラム

1. 講演：田村 明

「21世紀—都市のゆくえとデザイン」

2. 報告：国吉直行

「都市横浜の実践」

3. パネルディスカッション

田村 明、国吉直行、大塚洋明、佐藤典司



21世紀—都市のゆくえとデザイン

田村 明 / 都市プランナー

時系列的に言えば、20世紀は都市化の時代であり21世紀は完全に都市の時代です。日本は今や農村や自然を含めて都市の時代に必然的になり、そこから逃れられない。都市は多様なもの異質なものが集積する。そういう生活形態を私は広い意味で「都市現象」と言っています。文明のありとあらゆるものが都市に集中した結果を享受する一方、様々な「矛盾」を生ずる。都市現象は本質的なそういう矛盾をかかえています。本日のテーマである「都市のゆくえ」を考える時、一番問題は、この都市現象が拡大普遍化、その矛盾も複雑になってくることです。それをどう解くか。

ここで、アーバンデザインについて語

of shaking hands with John F. Kennedy means that the distinction of one's internal world and external world is gradually disappearing. Interactivity has so far meant bridging the inside and the outside in ourselves in two dimensions, but from now on, we should discuss interactivity beyond such boundary. There arises "implicit wisdom" which one cannot explain by the logic of O.1. I strongly sense that our discussions will go deep into how we can design the world when the body and the brain cohabit in this world or the inside and the outside fuse with each other seamlessly.

Shinichi Takemura / Associate Professor, Tohoku University of Art and Design, Cultural Anthropology

21st Century: Direction for Cities and Design

Historically speaking, the 20th century is the age of urbanization and the 21st century is definitely the age of cities. A city is where a diversity of heterogeneous things accumulate. I call such mode of living and phenomena as "urban phenomena" in the broad sense of meaning. As every and each element of civilization has concentrated in cities, people pursue conveniences to the extreme while "inconsistencies of the city" manifest.

What are the issues in recognizing a contemporary city? (1) "War and hunger"; (2) "population explosion"; (3) "demolishing of international barriers"; (4) "overcrowded cities"; awareness that disasters are bound to occur in big cities; (5) reliance on "urban device" such as nuclear

「21世紀—都市のゆくえとデザイン」

於：国際文化会館 別館講堂 主催：日本デザイン機構

る前に、現代都市を一応認識する必要がある。その問題点は何か。①人間環境の最大の問題としての「戦争と飢餓」。②「人口爆発」。量として凄い。③「国際障壁が減ったこと」。在日外国人居住者が増大する。④大都市は必然的に災害を受け易く被害も大きくなる⑤先日の原子力発電所事故のように、常に問題が起きるような多くの「都市装置」に頼らざるをえない。⑥「資源の枯渇と廃棄物」。東京は既に限界なのに我々は気軽にゴミを出す。⑦「地球環境全体」の変動。⑧「社会的病理」。麻薬。⑨エイズやO-157などウィルスの逆襲。

こうした問題をどう解くか。私は環境と都市を含めた大きな政策を「都市政策」と捉えてトータルに考えています。ヒトとモノの複雑な関係を全体として捉える政策論です。しかし、政策論の前提としてもっと具体的な人間の文明史を含めた文明的な考え方がないと駄目だろう。私は、これからどういう文明を我々はデザインするか。多様な要素や理念を具象化するのがデザインだと思っている。文明論の一方では、政策を具体化する実践論的な解き方が必要で、ここには具体的なデザインが必要だ。このデザインはトータルな関係を考えてやるものでアーバンデザインは正にそういうものだと思っているのです。

次に自治体のあり方について考えてみたい。一言で言って従来の自治体は国の様々な法律の下請機関に過ぎなかった。私は常々、自治体は自ら治める「市民自ら治める政府」だと考えています。市民

は多様だが共同して自分達の政府を作り、首長を選び、専門家を雇う。自分達の様々な思いもあるけれどそれだけではバラバラだ。そこで市民も参加しながら「専門家さんキチンと考えてくれ」となる。しかし、ただ行政や専門家にまかせきりでないから、自分達が関わり合いながら作ったことに対しての誇りや愛情が湧く。「これは俺の街だ」と思うことによって市民が育つ。市民が育つからアーバンデザインもできる。アーバンデザインにより市民もまた育つ。最終的にアーバンデザインが対象にしているのは都市の「景観」です。橋も建物も道路も港も様々なものがいっぺんに見えてしまう。それを様々な人間が作っているわけです。一人の人間が全部デザインするなど不可能な話なのです。その全体が一つの形になって行かなければいけないのだとすると、デザイナーも必要ですが、市民が本当に街を愛していて、街を大切に自分たちも関わりと責任を持ってやっに行こうとしないとできない。そこをデザイナーが大いに応援し、ある時は先導的な提案をする。それがアーバンデザインの本来の姿だと私は考え実践してきました。要するに「美しさは市民で作るものだ」ということを認識する。市民が協力し自治体が市民の政府として機能し、そこにキチンとした専門家がいてことによって可能になる。

新しい意味のデザイン、21世紀の都市の時代、都市は様々な矛盾が集積するが、その矛盾を解かなければいけない。大きな政策も必要だが「市民主体」でやるな

らば、完全に解けなくてもかなりの部分が旨く解けるのではないか。つまりこれからの都市の矛盾・撞着したものに対する答えを姿形で示すことで、解決の糸口を見せてくれるものが、アーバンデザインであると考えています。

東京大学工学部建築学科、同法学部法律学科・同学部政治コース卒業。運輸省、日本生命不動産部、環境開発センターを経て横浜市企画調整部長・同局長としての市の戦略的事業(地下鉄、横浜ベイブリッジ、都心部強化、MM(みなとみらい)21・港北ニュータウンなど)の企画・推進、横浜スタジアムの設立、総合的土地利用、アーバンデザインの創立にあたる。81~97年、法政大学法学部教授。著書に「都市を計画する」「都市ヨコハマをつくる」「まちづくりの発想」「環境計画論」「江戸東京まちづくり物語」「美しい都市景観をつくるアーバンデザイン」、他。



山下公園前面街区の街づくり
広い歩行空間と敷地内広場(ピア広場)



開港広場
広場と周辺建物の色彩演出も進められた。



ランドマークタワーとドックヤードガーデン
旧三菱造船2号ドックを保存再生利用

power stations; (6) depletion of resources and wastes; (7) "global environment", and (8) "social diseases".

How do we solve these problems? The government policies should include as their objects the humans and the product, and we should seek the solution from the standpoint of civilization. Here, "design" emerges. We need to design by carrying on the discussion on civilization on one hand and seeking practical solutions for urban issues on the other hand. We should then consider the ideal form of autonomous body. Local governments used to be mere contractors of the central government. My theory is that the local government should be "a government controlled by citizens". They cooperate in diverse ways to create their own

government, hire experts, and take pride and love in how they have created the government by becoming involved in various ways. Citizens develop themselves as they take pride in "their own community". As citizens develop, urban design becomes possible. Because urban designs are created, citizens become mature. In short, we must realize that "beauty is created by us all".

For design with a new meaning and in the age of cities in the 21st century, contradictions amass in cities. But we must resolve these contradictions. If the citizens acted as "principals", many of these problems, if not all, may be overcome. Urban design is the key to answer to all these contradictions.

Akira Tamura / Urban Planner



横浜市都心部と港

Activity 2

第7回JDフォーラム「21世紀—都市のゆくえとデザイン」



都市横浜の実践

—スライドプレゼンテーション

国吉 直行 /アーバンデザイナー

都市のインフラを作るのに際して、その作られかた自体が、既に都市のデザインだと思います。骨格として何をどこへ配置して行くかが、大きな意味での都市デザイン、非常に重要な都市デザインだと思います。

例えば横浜市は都心部に「都市軸・緑の軸」を作りました。都市軸を作ることによって、その周りに新しい商業あるいは業務機能を集積させる、その引き金として考えられているわけです。大通り公園は18年になります周辺にホテルが出来たりして都市軸らしくなり、緑も充分育って来ています。

良く知られているように、スタート期の大きなプロジェクトには色々な専門家が加わっていたのですが、実は街というのは大きなプロジェクトだけで動いているのではなくて、日々、道路の整備とか色々な施設が出来て行きます。これらは特に大きなプロジェクトとしてはなかなか起し難いわけですが、日々誰かが何らかの立場で、あるいは地域の意志で引っ張って行かないといけない。日本には街

全体の空間デザインという発想がありませんでしたが、こういった視点から日常的に追って行く部隊が必要だということで、岩崎さんというボストン市役所出身の人が昭和45年12月に田村さんの元に加わり、翌年私も大学を出て加わりました。「君らでアーバンデザインチームを結成したらどうだ」ということで、大きいプロジェクトは専門家が加わった委員会が動きますが、地域の空間デザインを積み重ねて行くための部隊としてのアーバンデザインチームが誕生したのです。

それは実際どうやって行くかということ、地域におけるデザインの目標として、地域の纏まりのある「空間演出計画」を作って行く。ラフで作るのですが、道路、公園、下水道事業などから、横浜市役所あるいは県も含めて色々な事業がある。公団事業や民間開発もあるのですが、とりあえず「地域の纏まりをつくるための理念」を持って、こうした所に働きかけて行くわけです。市の内部についても同じです。働きかけて各事業主体とキャッチボールをしながら、逆に事業者の色々な都合を踏まえながら「空間演出計画」を作って行くのです。

それは事業者の各主体にどこまで加わって貰えるかという手探りをする作業でもあるわけです。その作業の元に束ねて、ある地域としての空間価値を築いて行く。

ですから、都市デザインの部隊というのは自分達で事業をするのではなくて、地域の理念を作って、各々の事業に関係する人たちと共に創り上げて行く、そう

community. The team works with the City Government, Prefectural Government, public housing corporations and private developers with "a concerted concept for a community". They interact with each other and make compromises in projects. The urban design team members must try to cultivate the sense of values of a community instead of merely "coordinating" or conducting their businesses. In the case of Yokohama, we tried to discover the values through practice. The basic stance was to seek possible values through exchange with others. The concept of community building is also changing from creating mere street scenes to enhancing a sort of cultural value or software to manage the community.

いう作用だと思います。相互の間のキャッチボール、話し合いが非常に重要ですし、単に「調整する」だけではなく、新しい「地域の価値観」を持って植え付けていくことが重要なのです。

要するに横浜の場合は、実践しながら価値を発見して行く。相手とのキャッチボールの中から可能な価値を引き出してくるという所が基本的姿勢と言えます。

現在、街づくりも、道路や壁面後退といった、いわゆる街並みのハード面の問題から、ある文化的価値を高めて行く、あるいはそこを旨く運用して行くなどソフトの力が重視される時代が変わって来ています。

都心部については、大きな考え方として「都市構造」として、どういう風にして行くかということ田村さんを中心に企画調整局がやったわけですが、そのものが動いて行くに際して「自立する都市」ということを念頭におき、具体的な所で着地させながら、それを市民と具体的な場面で「空間デザインにおける自立とは何か」ということを逆に形態の中から働きかけて行くという作業だったかもしれない、という風に今は考えています。

1971年早稲田大学建築学科大学院修士課程修了、横浜市入庁。25年間横浜市の都市デザイン行政を担当し、横浜市都心部再生の都市デザイン面の様々な取り組み、歩行者空間整備、夜景演出、都市の色彩、パブリックアート、ストリートファニチャー整備などに従事。著書に、「都市デザインと空間演出」(編著)、「歴史的環境」(共著)、「都市主導の時代」(共著)、他。



都心部再整備構想概念図

Our basic concept regarding the urban area was the idea of "independent city" as the "urban structure". We embodied the idea in specific forms and then challenged the citizens by asking "what is independence in space design?"

Naoyuki Kuniyoshi / Urban Designer, Senior Research Fellow, Urban Design Office, Urban Planning Bureau, The City of Yokohama

Practice at Yokohama City

In building infrastructure for a city, the important element of urban design is how to create the framework and decide where to position what. Yokohama City planned "the urban axis/green axis" around which new commercial or business functions are to be concentrated. But a town is not built by a single major project alone, but various facilities such as roads are added daily. Every day, some person or community should act and move things. Major projects are engineered by committee of experts, but a need for an urban design team was felt as a working group for creating space designs in the community.

In practice, "a space presentation plan" is prepared as a design objective by focusing on the

Activity 2

JD FORUM 7 [21st Century: Direction for Cities and Design]

■ 1997.3.27 (International House of Japan, Roppongi) ■ organized by Japan Institute of Design



新たな様式の変容に向けて

大塚 洋明 / 都市プランナー

アーバンデザインが今回のテーマですが、もう少し手前の所を中心にお話したい。

先進国で1000万都市（首都圏全体としては3000万）を築いているのはニューヨーク、ロンドン、東京です。そしてヨーロッパ諸都市の内、ベルリンやローマの大都市がほぼ300万から400万の間で、これが何故か横浜と匹敵するのです。

今僕らがヨーロッパの都市を歩く時に感じる密度の高さ、アーバンティのよさ、広場の感覚、そうした場所の魅力を多分、イギリス、アメリカ、日本は持っていない。産業革命以降の効率性を担保する工業社会の中核管理機能としての都市を作り上げ、確かに効率や様々な意味で優れてはいるものの、どうもここへ来て「僕らの社会って、こんなんでいいのかな」という反省が生まれて来ている。

横浜に即して言えば「僕らはどういう社会を作り上げるのか」という、非常に大きな変革に達している時に、一番大きな意味でのグランドプランである「横浜全体、都心の構造」一我々が住む住宅は

どうか、それから本当に都心機能というのは就業機能・業務機能だけなの？という根本的な問いかけがあります。我々が都心に行く意味が単に働く場所としての都心なのか、それが果たして本当に都心と呼ばれるのかどうか。ヨーロッパ都市のように色々な文化が生まれ多様な産業が起き人々が集い、そこで学んだり色々なものが混在しているような都心機能。そうしたもののほうがどうもハッピーなんじゃないか、という気持ちを一方で持ちつつ、我々は21世紀を迎えようとしているのですが、もう一度我々の社会や都市を「アーバンデザイン」まで含めたレベルで考えて行かなければいけないと改めて思っている所です。

「都市のスケールで美しい」、様式として美が確立した都市、例えばウィーンは「都市が都市のスケールで美しい」と思うのです。日本の社会では今の所、個別の建築レベル、建築の足回り、建築と建築を結ぶ関係性、そういった所がやっとデザインの領域に入っていますが、都市全体として皆が納得する美というのはありません。未だ暫くない。

一方、我々は先進国であると、今、錯覚しているのですが、間違いなくこれからアジア地域で沸騰するようにデザインの混乱が起こる。経済成長を背景にアジア的な美と、西欧的なある種の美、そうしたものの大きな混乱が、今後一世紀位に渡って起こってくるという時に、日本で都市としての、都市のスケールとしての美が果たして発生するのか、そこが良く分からない。ともかく、そうした情況

の中に僕らは置かれている。

イギリス人が「アメニティ」という言葉を口にする時の概念が紹介されていたが、「然るべきものが、然るべき所に、然るべき姿をもってあること」とあった。イギリス人はそうして平然と皆が納得するものを持っている。そのイギリスでも、皆が一定程度の納得をするような「様式的な美」や「スタンダード」は今、混乱し始めている。

そうした中で、僕らはアーバンデザインから、例えばここにお集まりの皆さんの車のデザインまで含めて「全体の風景として美しいかどうか」という再チェックを今して行かなくては行けないのではないか。「個別に綺麗になったって、しようがない」ということです。

色々なことを含めて僕らは、そろそろ過去一世紀半に渡る西欧化という意味での美の追求の仕方から一それらの経験の蓄積はとてつもなく大きいわけですから、それを踏まえて、新たな様式の変容に割合果敢に関わってもいいなど、極めて楽天的に思っている次第です。

早稲田大学工学部建築学科卒業。株式会社都市環境プロデュース研究所代表、株式会社シー・ディー・アイ取締役。文化施設の計画や各種都市計画、都市政策の立案に携わる。主なプロジェクトは、川崎市現代映像文化センター（市民ミュージアム）基本計画、愛知県新文化会館（愛知芸術文化センター）基本計画、横浜市アートセンター構想、山形県総合交流拠点施設計画など。また、世界デザイン会議（名古屋市）プログラム委員、国土庁広域文化ネットワーク幹事などを歴任。

Toward Transformation to a New Style

Among advanced nations, New York City, London and Tokyo embrace 10 million people. In Europe, Berlin and Rome have the population of three to four million. High density, high quality urbanity, attractiveness of plazas in European cities are not to be found in England, America or Japan. Urban centers have been conceived as the cardinal center of management for industrialized society to secure efficiency, but people are beginning to doubt if that was the right thinking. A fundamental question is being asked whether the function of an urban center refers only to employment opportunities and business activities. We vaguely think that we may be happier in a city where various forms of culture and diverse

industries are born, where people gather and learn things, and where all sorts of things exist in mixture. Vienna is a beautiful city for its urban scale. At present Japan has no city which is beautiful in its entirety. There will be no such city for sometime to come. On the other hand, chaos in design will erupt in Asia. With the economic growth in the background, collision of Asiatic beauty and the certain type of beauty found in Western societies will surely occur within a century from now. Confronted with this collision, we must boldly seek ways to transformation to a new style instead of seeking beauty in the Western style, as we have done in the past 150 years through westernization. But we must do so by paying respect to our past accumulation of experiences in the west-

ernization process since such experiences are very valuable.

Hiroaki Ohtsuka / City Planner

Activity 2

第7回JDフォーラム「21世紀—都市のゆくえとデザイン」



「美」は実証的なもの

佐藤 典司 / 文化批評家

今、大塚さんが話されたような大変な状況に日本の都市はなっています。それは恐らく物理的に都市が立ち行かないという面と、都市自体の美的な面が、諸外国に較べて著しく劣っているということだと思います。

また、先程、田村先生のお話がありましたように、都市は、それを作る人、あるいはそれを享受する沢山の人が主体であり、かつてのように一人の権力者が行うことではなくて市民・生活者みんなが作り、みんなが享受するという状態だと思います。そうした時に、問題は、日本人の「美感」というものが元々無かったのか、あるいは今日、何かの理由で、日本人の本性としての美感を発揮しにくい状態になっているのかということです。

歴史的に見て、まず、江戸時代の日本は大変美しかったということです。たとえば、幕末に長崎に来たロシアのゴロンチャコフは、当時の日本を「鍵を締めたまま、締め忘れた玉手箱」と表現しています。それが明治期、そして戦争を経て戦後、こういう状況になってしまったわ

けで、何故でしょうか。

それは、江戸期に公共事情がすべて政策的にストップしていたという事情の中、明治になって一挙に欧米の文化が入って来て、それを旨く消化し切れなかったのではないかと。こういう世界が無視され続けてきました。その消化し切れない背景にある理由の一つは、文明が入って来て数値・数字で評価出来るものしか評価し得ない社会になって来たことにあると思います。特に戦後は甚だしい。美しいとか素晴らしいとか感動的ということとはなかなか数値では表せない。

これは我々が受けた教育もそうで、客観的に評価出来る科目だけ認められ、音楽とか図画工作が出来ても優秀な生徒とは評価されない。そうしたことは、恐らく戦争というものの、かなり技術・物理的な面で敗れたということも手伝い、そうってしまったと思うのですが、それは残念ながら50年経った今も続いているという点の一つあると思います。

次に、これは自戒の意味も込めてですが、かなり「仲間主義的」な所があります。自分の家の回りで言えば向う三軒両隣位しか「美」というものに関心がない。会社で言えば、せいぜい自分の目に見える範囲しか関心がない。その範囲でしか、お互いに価値を認め合わないと言うような部分があります。

3番目に、「フローを重視して、ストックを重視しない」という考え方が徹底しているような気がします。

先程、横浜の歴史文化の保存の例が紹介され素晴らしいと思いましたが、企業

であれ、行政ですら、われわれの、関心の対象はつねに「フロー」です。ストックは殆ど関心がない。気になるのは常に利益・売り上げの数字であって、何を残したか、残し続けて来たかということには、ほとんど関心がないのです。こうしたことに恐らく日本全体が麻痺している。

その状況を変えるとすれば、「価値観の転換」という大変な作業が必要です。それに関連して田村先生が書かれた本の中で「歴史は都市に個性と厚みを作る」という言葉があり非常に示唆に富んでいると思います。今の日本は「現在と近未来」だけに目がいって、昔を惜しみ、未来を希い、現在も生きるという本当の人間の在り方、ごく平凡な在り方を忘れていないのか。

ではどうすればいいのでしょうか。先程から横浜の例を見ていて気付いたのですが、「美」というのはかなり実証的なものだと思います。「これが美しいんだよ」「これが美だよ」ということを思い切って、とりあえず提示してあげる。今、ソフトの時代ですが、ソフトというのは試行錯誤を繰り返しながら、間違ってもいいのですが、それを提示しながらある種の答え、合意を形成して行く。これこそが、幾つかある手段の中で、かなり有効な手段だという気がしました。

1955年生まれ。株式会社電通勤務のかたわら、デザインや、建築、絵画をはじめとした文化、芸術一般にわたり幅広く批評活動をおこなう。最近、琳派を中心とした日本美術の研究に専心。著書に、「デザインに向かって時代は流れる」「デザインの経済学」「文化の時代を生きるために」「私だけの名画を探して」など。

"Beauty", an Empirical Subject

Cities are not to be created by authority but by citizens, by people who live >there to enjoy it. If so, the question is whether the Japanese people had no esthetic sense in the first place, or whether it is their trait not to be able to express it. Japan in Edo Period was a very beautiful country. It is true that in Edo Period all the public enterprises were controlled by government, but with the opening of Meiji Era, Ewestern culture suddenly began to pour into Japan, and people were unable to fully digest them. For one thing, introduction of civilization turned the society into one which only values things that can be measured in figures or numerals. That something is beautiful, splendid or moving cannot be well expressed by numerals. Another

reason is that Japanese are quite inclined to stick to their own group of peers. In community, we are only interested in whether houses next door are beautiful or not. We are interested only in things we can see and find values in things that lie within that scope. The third is that we "place importance on flow but not in stock". Be it a business enterprise or a government, what matters most is the profit or sales ratio over the previous year. Entire Japan is probably numb about what we have achieved in a certain year or in the past. If we are to change that situation, we must challenge the difficult task of "changing the sense of values". Japan only looks to "the present and the near future" today and has slighted the true existence of humans. What should we do, then? Our discus-

sion on the Yokohama case made me realize that "beauty" is something quite empirical. We should bravely present to people what we think is "beautiful" or "what is beauty", in order to find an answer and form consensus. I think this is a very effective way.

Noriji Sato / Critic of Culture, Manager of Dentsu

Activity 2

JD FORUM 7 [21st Century: Direction for Cities and Design]

パネルディスカッション

田村: 街という社会を「人間の側」から作り上げないと、よいアーバンデザインも、環境も、諸問題に対する解決もできない。それは個人として自立していることと関わってくる。自分達が自分達だけで答を出さなければいけないのがアーバンデザインです。

国吉: スライドで過去の事例を紹介した。次のプロジェクトも進行中だが、ここでは我々はオブザーバーに過ぎない。その中では形態的な美しさは余り議論にならず、むしろ市民の「ここで何を我々は活動するのか」という考えが中心にある。都市デザインの人間としては纏める技術者としての側面と、一方で運動家としての両面を持って暫くやっつけているところだ。

大塚: 先ほど「首都圏に未来はない」と言いましたが、一方でこれからはじめて日本人が実態としての街なり自分達の住む所を「作る」というところから、ある「美」なり「群」としてのアーバンデザインを実践していく時期になったのではないか。

佐藤: 日本人が最終的にどういう所へ全体として落ち着くのか答を避けることはできない。もう一度、引き継いだ自分達の歴史、あるいは世界の中においた時の日本とは何かということ、それぞれが個々のプロジェクトの中で考えていくことが大切で、そうした中から日本全体として歴史的に残るものをつくりあげることになるのではないか。

Panel Discussion

Tamura: Unless we build a society called community from the standpoint of "human being", we will not be able to create a good urban design or environment, nor can we solve any problem. This is closely related to our being independent as an individual. **Kuniyoshi:** In the next project, we are mere observers. It is the citizens who take the initiative by discussing "what activities should we do here?" We specialists of urban design have the role to coordinate ideas, and also a role to be an activist. **Otsuka:** For the first time in history, Japanese are ready to implement urban design as "beauty" or "aggregation" **Sato:** It is important for us to deliberate on Japan as viewed from our inherited history or in relation to coun-

*
前述のパネラーの発言に続き、都市の質についてなど活発な意見が交わされた。また会場からの提言もあり、テーマの広がりを見せた。要旨は以下の通り。

*
西澤 健 (会場): 最近、日本で使う「美しさ」に疑問をもっています。なんでも美しいとか美的だと言いますが、英語ではビューティフルとエセティックでは概念が全く異なる。日本では混乱していて更にプリティのニュアンスが加わり、単にわかりやすいだけの方向にいつたりしています。

もう一つは「宗教」です。日本で言う「アジア的」とは仏教を投影していますが、西洋のキリスト教的精神は物凄く、神の子であると明快に言い、禁欲的なものに対する美意識は強烈で、そのまま日本と比較できない。やはり日本が育てた宗教的感覚や市民的感覚を生かしながら、新しく「美しい、エセティック、美的価値」とは何かということを考えていく時期に来ています。

民族が多様化し建築が様々なものをつくりだしている今日、それらを一定の様式とか形式で纏め上げるのは不可能ではないか。むしろそこに新たな美的価値を見だして積み上げて行くときではないか。情緒的秩序論だけでは進展が見られません。

蓑原 敬 (会場): 僕にとって「都市デザイン」とは何か。馬車や馬すらも通らなかった道で、自然生態系の水(河川など)を使い、木造の家を作り、しかしその中

tries of the world in every project we participate. **Ken Nishizawa (from audience):** Recently, I have doubt about the way the word "beauty" is used in Japan. In English, beautiful is completely different in concept from esthetic. Another thing is "religion". In Western societies, influence of Christianity is extremely strong, and people are very keen about stoic beauty, so much so that we cannot simply compare them with Japan. Now that the ethnic groups are so diversified, I am afraid it is no longer possible to classify them according to certain styles. Rather, we should discover new esthetic values there. **Kei Minohara (from audience):** (1) What is "urban design" for me? In the traditional Japanese culture, people led an ecological life by living in wooden houses, using

では非常に美しい都市を作ってきた日本文化が、コンクリートで作られ、自動車を走り、完全に機械装置系で水を動かすという「装置系」に切り替わる時に、どういふ空間として落ち着かせるのかが「都市のデザイン」だろうと思っている。結果はまだ部分的な解しか出していない。戦後50年やってきたことはせいぜい骨組みを作っているに過ぎない。これから防災を含めて本当に木造から鉄筋の市街地に作り替えて行く時代になるのです。

「日本人は決して西洋文明のラストラランナーではありえない。むしろアジアや第3世界のファーストラランナーでしかない」と以前から言っています。多様なアジア圏の一つとして、日本型のある種のシステムを作り上げていく。今のように西洋型のスケールでものを考えるということ自体が間違いだと考えるべきです。

価値観の転換が起こるといふ現実が既に起きている。大量消費時代は環境的制約条件から確実に終わりに近づき、消費の形を変えざるを得ない構造が発生してきている。否が応でも次の時代では「デザインの時代」になる。明らかに大きな経済社会の中でビルトインされた構造として、あらゆる所でデザインが浸透し、関係性がとらえ直される。その時に我々がどういうビジョンをぶつけて、それらを再編成するかという問題を突きつけられていると思います。(文中敬称略)

natural water taken from the natural ecosystem, and walking along dirt roads where no carriages or even horses ran. But today, houses are built with concrete and the system is switched to "device". It is urban design that plans the space to be created in such an environment. What has been done in the 50 post-war years is mere construction of framework. (2) Japanese can never be the last runner in the Western civilization; rather they are merely the first runner in Asia and the third world. (3) That there will be a shift in the sense of values is already a reality. The next generation will be the "age of design" whether we like it or not. Design will prevail in every aspect of our life as the built-in structure of the large economic society, and the relationship will be reviewed.

From the Secretariat

事務局から

理事会

1996年度最後の理事会を、1月22日（水）竹芝会議室で行った。中心議題は、本号で特集しているマルチテーマフォーラムの内容、形式についてであった。総括テーマ「ソーシャルデザイン」の概念定義をめぐる、デザインの拡張により問題をデザインで包括することの是非が問われるなどの意見も出たが、定義付けは今後の議論の中に期待すること、また、概念議論より具体的な課題毎の自由な意見交換を第一義と位置づける、などでまとまった。なお総括テーマについてフォーラム総括プロデューサーの水野理事よりコーディネーターに対するオリエンテーションの場を設けることとした。フォーラムの成果としては、プロジェクト化して、問題解決を図る次のステップに繋げること、方策としては連動する格好で年鑑の検討を進めるなどの意見も出た。

粟津理事は、「どの領域においてもデザインの存在意義を問い直す時期にある」としてフォーラムへの期待を語った。

その他の1997年度事業については、上記のフォーラム、続く6月の特別シンポジウム「デザインの国際貢献—難民のための居住環境」を皮切りに、継続的に隔月のフォーラムを推進し、JDサロン、時事提言、地域と共催でテーマを持った交流会の場としてJDキャラバンなどの企画を検討することが確認された。

法人格の獲得については、現状の縦割り構造の省庁の中で監督官庁を選択することは難しいという認識に立った上で、その真価について議論があった。

Board of Directors' Meeting

JD board meeting was held on Jan. 22(Wed) at Takeshiba Conference hall.

While many opinions were put forward regarding definition of "Social Design", the theme for the multiple theme forum, it was agreed that the definition will be conclusively discussed and that the primary objective should be free exchange of opinions for concrete subjects rather than conceptual discussion. It was pointed out that the forum should aim to establish projects as the next step for problem solving and to study publication of annals as a part of JD activities. Expectations for the forum were voiced at this time when *raison d'être* for design is being re-examined in all the realms.

会員著書案内

■ 知恵のマーケティング

21世紀に向けての第五次産業論

水野誠一著

同文書院インターナショナル刊

「知識」は溢れる時代なのに、それを活用する「知恵」を失った国。

そこで必要になるマーケティングは、「組織と社会の関係」を考える「知恵のマーケティング」すなわち「ソーシャルマーケティング」ということになる。

(はじめにより)

■ 美しい都市景観をつくるアーバンデザイン

田村 明著

朝日新聞社刊 朝日選書

私は都市計画のなかで、人間を量として扱うのではなく、ココロをもったものとして対象にすることを訴えたかった。

それが都市景観あるいは「美しさ」という言葉にたくしたものであった。いままで見落としていた価値を発見させることである。(序章より)

■ サウンドスケープデザイン

[その思想と実践]

鳥越けい子著

鹿島出版社刊 SD選書

日本では今、多様なサウンドスケープ論が展開しつつある。その領域は、概念成立の直接の引き金となった「現代の芸術思想」と「エコロジー」といった二つの領域にとどまらず、都市、社会、環境をめぐる様々な思想や活動、さらには人々の生活にまで及ぶものとなっている。

Book Review

*Marketing of Wisdom: Discussion of Fifth Industry with a View to 21st Century | Seiichi MIZUNO / "Marketing of wisdom" from the standpoint of relation between system and society is the "social marketing".

*Urban Design for Creating Beautiful Landscape | Akira TAMURA / urban planning, humans should be treated as an existence with heart rather than as quantity.

*Soundscape Design: "Its concept and implementation" | Keiko TORIGOE / Plethora of soundscape theories dealing with various philosophies and activities concerning city, community and environment as well as human lives.

編集後記

・当会の活動の柱の一つ「JDフォーラム」が2ヶ月毎に開催され、中には余りの早さに同じ案内が2度来たかと勘違いする人も。JDフォーラムには毎回、理事の人の基調スピーチをもとに討議に入るという形をとっていますが、専門領域やスピーカーのキャラクターによって、その都度一味異なる雰囲気となります。

・1月の「インタラクティブ・メディアデザイン」は生憎の冷雨でしたが、会場は満員で、最先端技術領域をベランメエ調で話す唐津氏が出したキーワード「暗黙知」に、一同やゝ眩惑され気味でした。

・3月の「21世紀—都市のゆくえとデザイン」は、田村氏が日本の都市デザインをリードした横浜市の市民と共にあるポリシーを語りました。実践の記録を多数のスライドで紹介された国吉氏とは、たまたま20年前ランドスケープ・アーキテクトの第一人者ローレンス・ハルプリンのワークショップで一緒しました。その時と全く変わらぬ情熱を感じました。

・今号はマルチテーマ・フォーラム「ソーシャルデザイン」(5/27、於：東京国際フォーラム)の予告号です。ご一読の上ぜひご参加下さい。(佐野邦雄)

VOICE OF DESIGN VOL.3-1

1997年4月25日発行

発行人/栄久庵憲司 編集人/佐野邦雄

発行所/〒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 日本デザイン機構事務局

印刷所/株式会社高山

購読料 1冊/1000円

Editor's Note

Bi-monthly JD Forum begins discussion after the key note speech by a director, and each Forum has unique atmosphere reflecting the speaker's personality. A keyword for Interactive Media Design was "Implicit Wisdom" picked out by a Tokyoite, Mr. Karatsu, who discussed high tech area. "21st Century - Direction for Cities and Design" was the theme chosen by Mr. Tamura who played a leading role in urban design with people of Yokohama. This issue is a preview for the multiple theme forum, "Social Design". (Kunio Sano)