

# Voice of Design

Vol. 20-1

日本デザイン機構  
Japan Institute of Design

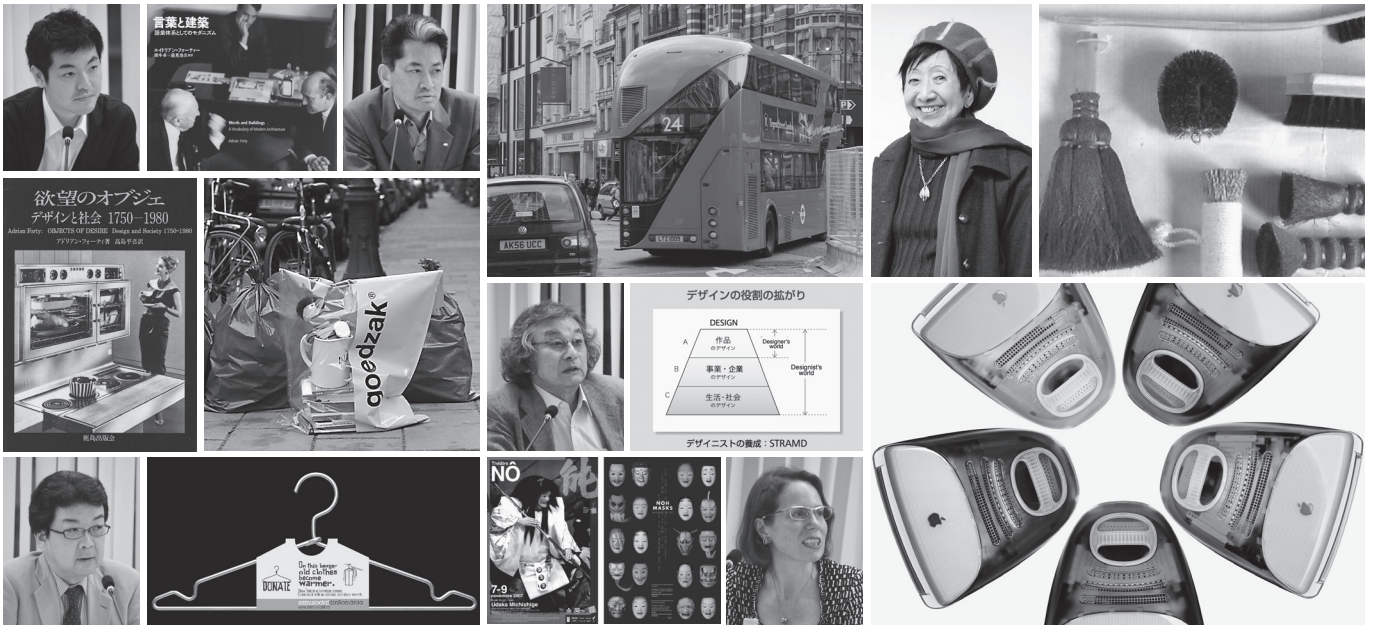
東京都豊島区高田3-30-14山愛ビル2F 〒171-0033  
San Ai Bldg. 2F 3-30-14 Takada Toshima-ku Tokyo 171-0033 Japan  
Phone: 03-5958-2155 Fax: 03-5958-2156  
http://www.voice-of-design.com E-mail:info@voice-of-design.com

## 特集 1

Voice of Design フォーラム  
オピニオンズ  
「今、何が必要か」

## 特集 2

Voice of Design トークサロン7  
「今」の共有 犬養智子さんと2時間



## 目次

- ・特集 1 Voice of Design フォーラム ..... 2  
オピニオンズ「今、何が必要か」
- ・特集 2 Voice of Design トークサロン7 .....11  
シリーズ「『今』の共有」犬養智子さんと2時間  
今日を楽しむ 美しいモノを創る  
イヤなモノはイヤ 自由が基本！  
——デザインに市民参加
- ・事務局から ..... 23

Special Issue  
Voice of Design Forum Opinions  
Voice of Design Talk Salon 7

## Contents

- ・ Special Issue 1 ----- 1  
Voice of Design Forum Opinions  
"What is needed now?"
- ・ Special Issue 2 ----- 11  
Voice of Design Talk Salon 7  
Two Hours with Tomoko INUKAI
- ・ From the Secretariat----- 23

## Special Issue 1 Voice of Design Forum Opinions "What is needed now?"

### Opening Address

Masato ISAKA, JD executive director

As a result of the progress of globalization, diverse cultures, values and specialties complicatedly tangle, giving rise to frictions in society. But such a chaotic situation may provide a good chance for creation. Taking advantage of the situation, the Voice of Design Forum Opinions discussed "What is needed today," and "What actions can be taken" to enhance the quality of life and culture of localities, Japan and the world through design.

### Moderator's Note

Seiichi MIZUNO, social marketer, JD president

Japan Institute of Design is not a professional association of designers, but an organization intended to consider design from a broad perspective crossing over various specialties. Globalization prevails today. Mechanisms to promote the process of globalization such as TPP and national strategic special zones are being discussed in political scenes. But I am

特集 1 Voice of Design フォーラム  
オピニオンズ 「今、何が必要か」

期日 2014年 6月12日 (木) 開会 18:00  
 主催 日本デザイン機構 会場 日仏会館 (東京 恵比寿)  
 プレゼンター 天内大樹 (静岡文化芸術大学デザイン学部講師)  
 佐々木歳郎 (SMART Republic Inc. 代表)  
 中西元男 (PAOSグループ代表)  
 田中一雄 (GKインダストリアルデザイン代表取締役社長)  
 マニグリエ 真矢 (エクスプリム代表取締役社長)  
 モデレーター 水野誠一 (ソシアルマーケッター 日本デザイン機構理事長)

## 開催趣旨

伊坂正人 JD専務理事

日本デザイン機構 (JD) では、昨年6月に Voice of Design フォーラム オピニオンズ「今あらためて問う『デザインとは』」を開催しました。そこでは、近代の尺度で見てきた幸福のクライテリアを変え、経済優先から人間中心のデザインの必要性、社会イニシエーターとなるデザイナーの育成や美意識を醸成する教育、小さな単位で課題解決をつなぐ社会デザインや具体的な実践

方法を示すデザイン、そして人・生命が存在している意味そのものを素直に考えるデザインなどを検討しました。

今、グローバル化が著しく進展した結果、多様な文化、価値観、専門性などが複雑に交差し、さまざまな軋轢が生じていますが、同時に新たな創造のチャンスを生んでいます。そのチャンスをとらえ、今回の Voice of Design フォーラム オピニオンズでは、デザインを通して世界、日本そして各地域の生活、文化の質を高めるために「今、何が必要か」「その具体的なアクションは何か」について検討しました。



afraid that culture and values specific to Japan face the risk of being lost in the surge of standardization in the process of globalization. Therefore, I find it meaningful to question what is important in our culture, or design, and further in our lifestyle.

## Presentations

## "Words and Buildings" and Today

Daiki AMANAI

lecturer, faculty of design, Shizuoka University of Art and Culture

In his first book, British art historian Aidrian Forty took up elements such as ideology, marketing techniques, society and business corporations which had not been addressed in the conventional design history books. In the following book, Words and Buildings:

A vocabulary of Modern Architecture, he shed light on language while discussing buildings as the theme. He established his position as a historian different from architectural historian Nikolaus Pevsner who considered architectural history as part of an art movement, or Sigfried Giedion who considered architecture as functions of techniques and environments. Pevsner treated design as a movement by independent artists with gifted talent, while Giedion thought of design as a demand for responding to the advent of new materials and new techniques but did not think of it as art.

## \*Conventional image of "Art"

At the end of the 19th century, a concept "form follows function" was presented. The term "function" originally contained decorations, but the term spread with a different meaning in the 20th century. The interpretation "when the function was

## モデレーターガイド

水野誠一 ソシアルマーケッター JD理事長

日本デザイン機構という組織は、いわゆるデザイナーだけを集めた職能団体ではなく、もっとクロスオーバーした広義のデザインを考えていく集まりです。スタート時点からソーシャルデザイン、つまり社会をデザインしていくという広い概念の中でずっとデザインを考えてきました。

Voice of Design フォーラム オピニオンズというトークイベントは昨年からスタートしました。昨年のテーマは「今、あらためて問う『デザインとは』」でした。今年は「今、何が必要か」というテーマで、もう少し具体的な内容を考えていきたいと思っています。

時代は今グローバル化が進んできている。政治の世界でも話題になっている TPP、あるいは国家戦略特区など、グローバリズムを推進する仕組みがどんどん進んでいます。その反面、日本独自の文化や価値観が、グローバリズムという大きな画一化のもとに、だんだん失われるという危機が迫っているのではないかと、そんな印象を持っています。そういう時代だからこそ、我々がもう一度文化の中に、あるいはデザインの中に、さらに暮らしの中に何が必要なのかということ問い直してみるの意味は大きいと考えています。

# プレゼンテーション

## 言葉と建築

天内大樹 静岡文化芸術大学デザイン学部講師

### 『言葉と建築』と今

イギリスの美術史家エイドリアン・フォーティーは最初の著書で、イデオロギー・市場・企業といった、従来のデザイン史で扱われてこなかった要素をとりあげています。先行した学者であるペヴスナーのように芸術運動の一翼として歴史を記すことも、あるいはギーディオンのように技術や環境の関数として記すのとも異なる立場を形成しました。

続く著書でフォーティーは、建築をテーマにしなが、産業・政治・技術などの広範なテーマに一貫性を与えるため言葉に焦点を当てています (Fig.1)。なぜそのような言葉が建築を描写するのに使われ始めたか、その言葉が使われる以前、その代わりにどんな言葉が使われていたか、また同じ言葉で指している内容がどれほど変わってきたのか。この本の翻訳に携わった経緯から、言葉によってこそ創造の自由が確保されると確信しました。

### 従来の「芸術」像——課題

「形は機能に従う」というフレーズが19世紀末に提示されましたが、本来装飾も含め豊かな意味合いを持っていた

「機能」という言葉が、20世紀に本来とは違う意味で広まりました。機能が決まれば形はそれに従えばよい、という解釈は、たとえば装飾を排除するため、あるいはプチブルの贅沢を避けて全階級に産業革命あるいは資本主義革命の恩恵を届けるために強調されてきました。

これをペヴスナーは、デザインを天賦の才能をもって独立した個人として振る舞う芸術家の運動として取り扱ってしまった。ギーディオンは、新材料や新技術ゆえの要請であると捉え、このジャンルは芸術ではないと断じた。デザインを芸術に近づけるにせよ遠ざけるにせよ、フォーティー以前のデザイン史や建築史は、創造という天賦の才能を与えられた芸術家を神と重ねて考えることにより、近代的な主体として独立した個人の典型例、規範として考えてきた。

### 自己と言葉の実践——課題解決の方向性

そもそも芸術は、技術・素材・クライアント等々芸術外の動きにずっと振り回され続けてきたことは、美術史の研究で十分明らかになっています。私を含めた同世代の思想研究者が、アクター同士の距離・配置・傾向性——『ディスポジション』——として世界を捉えることにより、人稱を意識することなく「うまくいく」ことを提唱したことがあります (Fig.2)。

S・I・ハヤカワは、安全に関する二つの見方を提示しています。牡蠣の殻

がもたらす静的な安全と、高速道路の流れに乗っているドライバーのような動的な安全です。後者のドライバーの持ち物は堅牢な殻ではなく、自らの知識、経験や判断、技術など軽いものにすぎませんが、それで状況を切り分けられる、「うまくいく」のです (ハヤカワ『言語と思考』南雲堂1972、67-68)。

### 理念と実践の往復——解決のアクション

私は、大学のデザイン学部に、人文系研究者としてただ一人赴任しています。実践の上では芸術という理念に馴染まないさまざまな力に曝されていて、芸術の理念に埋没してられないのは確かですが、この諸力に埋没するだけでも、ただ生きにくさに遭遇しうろたえるだけです。大学制度の殻を捨てて、私自身のなけなしの、言葉を通じた知識・経験・判断・技術でどうにか「うまくいく」関係性をその都度構築すること、願わくばそれが理念と実践の往復運動を構成すること、これを願ってやみません。



左 Fig.1 『言葉と建築』エイドリアン・フォーティー著  
"Words and Buildings: A Vocabulary of Modern Architecture," by Aidrian Forty



右 Fig.2 『ディスポジション』天内大樹 他著  
"Disposition" by Daiki Amanai and others

determined, the form should follow it," was emphasized to enable delivery of the benefits of the industrial revolution to all classes of people.

#### \*Direction for solving problems

S.I. Hayakawa presented two views on safety: static safety inside a hard shell and dynamic safety as a driver running along with the flow of traffic on an expressway. With their knowledge, experience, techniques and judgment, drivers are able to steer through difficulties.

#### \*Action for solution

I teach at a university, but I sometimes feel like throwing away the university shell, and building relations through which I can employ my knowledge, experience, judgment and techniques, and wish that the relations might become a back-and-forth movement between

theory and practice.

#### Social Design as a Mechanism of Empathy Toshio SASAKI, president, SMART Republic Inc.

#### \*Age of relationships based on empathetic values

An increasing number of people recognize that the world comprises relationships of persons. I feel that an "age of relationships based on empathetic values" has begun. The relationship between providers and receivers of merchandise and services has changed from a relationship between craftsmen and neighbors, to one between professionals and consumers, and then to one between observers and users after the 1980s with the progress of marketing. Further, in 2000 and onward, new designs and services appear to be created in a complementary relationship between facilitators and participants.

## プレゼンテーション

共感装置としての  
ソーシャルデザイン

佐々木歳郎 SMART Republic Inc. 代表

## 共感価値による関係性の時代

今、世界は私たち一人ひとりの関係性でできあがっているという認識が広がっています。価値の多様化や社会構造の変化によって社会はますます複雑になってきていますが、そのことは、可能性の多様化というチャンスも生みだしている。それが21世紀にとっての新しいビジョンを開くためのヒントになっていると思います。

一つの時代認識として、現代は「共感価値による関係性の時代」であるといえます。例えば、商品・サービスの提供側と受取側の関係を見ると、職人とご近所の関係から専門家と消費者の関係へ、80年代以降はマーケティングによる観察者とユーザーの関係へと変化してきました。今世紀以降はファシリテーターと参加者という相互補完的な関係性の中で、新しいデザインやサービスが生みだされています。

厚生労働省の若者意識に関する調査によれば、生活満足の要因として82%以上が精神的な充足感を挙げており、社会のために役立つことがしたいという若者も確実に増えている。こうしたことから「共感価値による関係性の時代」の意識を読み取ることができます。

「今、何が必要か」という問いの前提には「誰が世界を変えるのか」という問いかけがあり、「私たちが変われば世界も変わる」という認識があります。多様性に満ちた時代というのは、変化の可能性にも満ちた時代でもあります。多様性を受け入れることで共感の可能性が広がり、人々がつながって、そこから新しいものが生まれる。これが私の実感している最近の時代認識です。

## 多様性・関係性・共感性・創造性

「新たな社会関係性」のプロセスを考えると、まず多様性の中から人と人がつながり、発想と発想がつながる。そこに新たな気づき生まれ、問題が発見される。その発見された課題を解決するためのアイデアを持ち寄ることを通して、共感が生まれ、共感をベースとした新たなデザインになるということです。

## ソーシャルデザインの試み

ソーシャルデザインの試みとして、以下のような事例が世界で行われています。

雪国のホームレスに暖かい衣服を寄付するキャンペーン／ブカレスト (Fig.1)。

まだ使える不要品を、通り掛りの人に持ち帰ってもらうためのゴミ袋／オランダ (Fig.2)。

街のゴミをアート作品に！－パッケージデザインを信じる

アーティストプロジェクト／ニューヨーク (Fig.3)。

## 共感の装置としてのソーシャルデザイン

21世紀に入り、社会課題の解決と企業の利益を両立させ、社会との共有価値の創出——クリエイティブシェアードバリュー (CSV) ——をめざす企業が増えています。先ほどから見てきた人々の意識の変化や企業価値の変化からわかることは、21世紀は、誰もが社会をデザインすること、つまりほんの少しだけ社会を良くすることにみんなが関わる時代に近づきつつあるということだと思います。ソーシャルデザインというのは、その意味で「関係性の社会デザイン活動」であり、「多様性を包摂する思考プロセス」であると同時に、「共感の装置」であるというのが私自身の認識です。



Fig.1



Fig.2



Fig.3

Fig.1 The Warming Hanger  
Fig.2 GOEDZAK BY WAARMAKERS  
Fig.3 NYC Garbage2

According to a survey on youth consciousness by the Ministry of Health, Labor and Welfare, over 80 percent of respondents consider emotional fulfillment to be the factor for their satisfaction in life. Those who want to do something useful for society are increasing in number. Here, we can see their consciousness of relationship based on empathetic values.

## \*Diversity, Relationship, Empathy and Creativity

A society that is rich in diversity also has potentiality for changes. By accepting diversity, a person can be related with other persons, exchange his/her sentiment or ideas with others' ideas. Through such interactions problems can be found and new things will be noticed. Ideas will be mobilized to solve the problems, and a resultant concept will lead to a new design based on the empathy of the people involved.

## \*Social Design as a Mechanism of Empathy

Attempts are made under the name of social design. For example, artists designed plastic bags to encourage passersby to bring used clothes and other articles donated by people. In the business world, corporations have begun activities named Creating Shared Values. I consider it positive that business people are moving toward the betterment of design. Social Design will mean a design activity of social relationships which would also mean a "thinking process embracing diversity" and a "mechanism of empathy."

## What can the Tokyo Olympics 2020 leave for coming generations?

Kazuo TANAKA, President, GK Industrial Design

## \*Choosing right designs

## プレゼンテーション

# 2020 TOKYOは 何を残せるのか

田中一雄 GK インダストリアルデザイン  
代表取締役社長

## 正しいデザインを選ぶ

言うまでもなく、オリンピックにデザインが必要なことは明らかです。しかし、その対象は二つに分けて考える必要があります。それはシンボルマークなどの「オリンピックそのものデザイン」、そしてもう一つは「オリンピックが残すデザイン」です。今日は、後者のオリンピックを契機として整備されるデザインについて考えてみたいと思います。

1964年の東京オリンピックは、新幹線や首都高速道路を残しました。その一方で、ゴミのポリバケツ回収が始まりました。これはニューヨーク市長の提言により進められたのですが、ブルーのポリバケツというデファクトスタンダードがつくられてしまった。ゴミ回収システムの変換は起きたわけですが、景観要素として調和しないものを残してしまっただけです。このことが物語るように、デザインの決め方次第では、後々問題を残しかねない。だからこそ、その決め方は慎重にしなければなりません。

## オリンピックを契機につくられたもの

世界ではオリンピックを契機にいろ

いろなものがつくられてきました。1972年のミュンヘンオリンピックでは、メッシュのシステムベンチが開発され、今ではスチールベンチのスタンダードになっています。2012年のロンドンでは、建築家トーマス・ヘザウィックによるダブルデッカーのハイブリッドバスが、ロンドンの新しい風景をつくりました。さらに、自転車道ネットワークやレンタサイクルのシステム (Fig.1, 2)、歩行者サインのシステムが本格的に整備されました。こうした都市基盤の整備などにより、ロンドンは今、世界都市ランキング1位になっています。

## 2020にむけて

では、2020年にむけて我々は何をすべきなのか。例えば、町中に戦後の既得権から何も変わっていない宝くじブースがあります。私たちは慣れてしまっていますが、この姿で本当にいいのでしょうか。これを都市の案内所として活用することを考えたら素晴らしいのでしょうか。2000年のシドニーオリンピックでは、レベルの高い都市の案内所がつくられています。また東京のタクシーはどうでしょうか。先の東京モーターショーにロンドンタクシーに似たものが出されましたが、本当にこれでいいのでしょうか。さらに、東京でも自転車交通環境の整備は必須でしょう。ICTを活用した公衆デジタルサイン、車椅子でも利用できる仮設トイレなど、やるべき課題は沢山あります。

## デザインの仕組みをつくる

今、私たちはまず「何をデザインするべきか」を考えなくてはなりません。そして、そのデザインを「どうやって選ぶか」がとても重要です。先のオリンピックにおけるブルーのポリバケツのような過ちは、避けなくてはなりません。そのために、デザイン界全体が連携して、望ましい「デザインの仕組み」をつくっていかねばいけないと考えています。



Fig.1 レンタサイクルスタンド/ロンドン  
Cycle Hire Stand, London



Fig.2 レンタサイクルステーション/ロンドン  
Cycle Hire Station, London

There are two objects of design associated with the Olympics, one is design for the Olympics itself such as symbol marks, and the other is design that will remain as public properties. I would like to consider the latter case.

### \*Olympics as a chance for new designs

The Tokyo Olympics in 1964 left the Shinkansen bullet train system and express highways in Tokyo. In addition, the garbage collection system was changed to use light blue plastic containers. The system was good, but the blue plastic containers did not harmonize with the other landscape elements. So, design must be carefully chosen.

### \*What Olympics have left behind

The Munich Olympics left mesh-steel benches which later became the standard bench. In the London Olympics in 2012, architect

Thomas Heatherwick designed double-decker hybrid buses which added new scenes to the cityscape of London. With other improvements in urban infrastructure, London now ranks first in the world city ranking.

### \*What we should do before 2020

What about lottery sales booths, taxis, and so on in Tokyo? There seems to be a lot to improve toward the Tokyo Olympics/Paralympics in 2020. Improvement of the bicycle traffic environment is a must. Digital public signs using ICT, makeshift toilets allowing the wheelchair users, and many others should be designed anew. First, we must identify what should be designed, and how to choose only good ones from proposed design ideas. We, who are involved in the design community must cooperate in creating a desirable "design mechanism." We also need to help the role of designers more recognized by the public.

## プレゼンテーション

デザイン教育の  
視野狭窄打破

中西元男 PAOSグループ代表

## 経営者に理解させるデザイン

デザインは、ある意味でデザイナーだけではもう解決できない広がりが出てきているのではないのでしょうか。その結果、専門デザイナーそのものが下請けとか部品業といった存在になってきているのではないかと思います。

こういうことに疑問を持ち始めたのは、私がまだデザイン学校に通っていた頃です。商品を生み出し存在させる最終的な意思決定者は誰かという、それは製造業の経営者ではないかと、商品を売ろうというのは小売業の経営者ではないかと。結果的には、経営者に理解されるようなデザイン論とか、デザイン手法の開発が必要ではないかと考え始めました。

## 核拡デザイン

そこで「核拡デザイン」という表現を使って説明します。デザインの核になるもの、それは基本的には人が作り出すあらゆるものに審美性を与えていくとか、快適性を付与するとか、安全性を保障するとか、当然、競争ということを含めて考えると個性というものも必要になります。しかしこれだけでは、経営者の同意が得られるかというとうそい

うことでもない。そこで、これをもっと広げて活用する方法を考えられないか。企業そのものの政策とか、方針のデザインにまで踏み込めないか。一般人は、表現とか表象をデザインだと考えるわけですが、それ以外に新事業とか事業領域、あるいは企業理念、さらに社会的な価値、文化的な価値、そうした核デザインも重要なのではないかと考えています (Fig.1)。

## 知的美的経営

経営という面から考えると、日本の企業が得意にしている、70～80年代に急速に成長していったのは、物的・技術的経営ということでした。一方アメリカは、その後MBAの優等生が財務的経営ということで成功をした。ところがリーマンショックで財務的経営がダメになって、物も売れなくなって、雇用問題まで起きた。これを立て直すには、知的美的経営という発想が要ると考えています (Fig.2)。

## デザイナーの教育

最近では、デザイン・シンキング (デ

ザイン思考) ということがスタンフォード大学や東京大学などで注力されていますが、社会的・市場的なソフトのデザインに期待される場所は日々大きくなっている。ところが現在のデザイナー教育は、美術教育の延長上「だけ」に置かれ、作品中心主義から抜け出せず、企業経営への核心的サポートばかりか、我が国が目指すべき成熟社会や文化大国への期待にも応えきれない。国家自体にも10年先のデザイン戦略があるとは思えない。だが、経営学・社会学・統計学・工学・心理学等々を巻き込むデザインのインターディシプリナリー力の可能性は実に大きい。事実、こうした核拡デザイン発想と手法の実証成果は既に数多い。今やデザイナーを含めデザインの可能性を広く活かす「デザイナーズ」の存在こそ重要。ゆえに実験教育STRAMD (ストラムド/戦略経営デザイン人材育成講座) を開講、5年目を迎えました。そこでは、いわゆるデザイン学校の卒業生ではない、実に多彩な分野の専門家たちが受講中です。将来のためにも、我が国は世界に先んじてデザイナーズを育てるべきと考えます (Fig.3)。

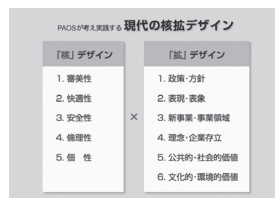


Fig.1 PAOSが考え実践する現代の核拡デザイン  
Design thinking expanded to the management of corporations (conceived and practiced by PAOS)

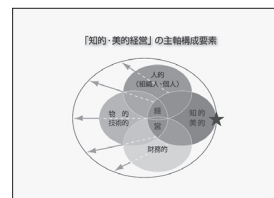


Fig.2 「知的・美的経営」の主軸構成要素  
Major components of Intellectual and Aesthetic Management

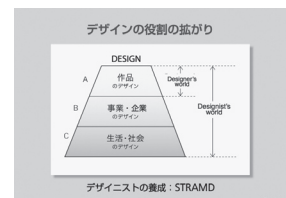


Fig.3 デザインの役割の広がり  
Expanding roles of design

Break Down the Narrowed Visual Field of Design Education  
Motoo NAKANISHI, president, PAOS Group

## \*Helping business managers understand design

The range of design today has expanded so wide that designers alone are not able to cover the entirety of it. For business people, designers of specific genres are now placed as contract workers or parts manufacturers.

## \*Expanding the Core of Design

Designers basically add beauty and comfort to every man-made product, ensuring their safety and distinguished characteristics to compete with other products. But the management does not seem to be satisfied with designers just engaged in these activities. Isn't it important for designers to step into the development of new business fields, projects, or even business concepts, or corporations'

social values?

## \*Intelligent and aesthetic management

Japanese corporations have been good at material and technical management. After the Lehman Crisis in 2008, many corporations failed in their financial management, which led to an employment problem. To rebuild their businesses, intelligent and aesthetic management might be necessary.

## \*Education to develop strategic designers

Current design education is only an extension of art education at primary and secondary education, and its focus is placed on producing students' art works. It can hardly develop human resources who are able to give support to business management, or who are able to respond to the expectations of society to rebuild Japan as a mature culture-oriented society. In fact, design has

プレゼンテーション

## デザインコンシェルジュ

マニグリエ 真矢 エクスペリム代表取締役社長

### 自分の定義、肩書き

私は25年前の1989年来日しました。パリ大学で日本語・日本文化を学び、卒業後に来日しているいろいろな日本企業で経験し、17年前の1997年に会社をつくりました。日本でいろいろな仕事をしている中で、フランスでは習慣のなかった「名刺交換」というものに会いました。何かの会合に出たときに、「あなたは何をやっているのですか」「代表取締役」「それは役職でしょ、何をやっているのですか」という会話を耳にして、印象深く感じた経験があります。結局日本では、肩書きとか役職とか自分が組織の中に入ったかという自分の定義がすごく重要だということがわかり

ました。そこで会社をつくった時に名刺の肩書きに悩みました。プロデューサー、アートディレクター、クリエイティブディレクターなどいろいろ使いましたが、いちいち説明しなければならないし、またうまく伝わらない。

### デザインコンシェルジュ

私の仕事は、何かをつくるというよりも、何をつくりたいか、どういう方向性を出していくかをいろいろなものの中からチョイス、セレクトしながら提案することです。そのためにはつくる人や使う人などいろいろな人たちの間に立ち、通訳のように言葉や意思を伝えることが必要になります。それに一番近い仕事は、ホテルのコンシェルジュではないかと思い当たりました。そこで「デザインコンシェルジュ」という肩書きを使うことにしました。

### デザインに必要な勢いとビジョン

今、デザインに必要なことは「勢い」と「ビジョン」ではないでしょうか。デザインするという事は、リスクを取るということで、リスクを乗り越えるには「勢い」が要る。また「ビジョン」がないと踏み出すことができない。また自己満足のためのデザインではなく、社会的な機能を持ってやっていくということも重要だと思います。そしてそのプロセスの中で生まれてくることは楽しさだと思います。今はものづくりの組織がすごく大きくなっていて、思うようにデザインができず、デザインの楽しさも失われているようにも見えます。それでもアイデアを探し続けるということが大事だと思います。そしてそれを見守る、その可能性を生み出す理解者、またその重要性を提言する日本デザイン機構のような組織が必要だと思います。



マニグリエ真矢がプロデュースするブランド「マヤゴノミ」  
The brand 'Mayagonomi' which Ms. Maia Maniglier produced

interdisciplinary potential involving business science, sociology, statistics, engineering, psychology, etc. Therefore, we need to develop the potentiality of young people through education to help them become supra-disciplinary designers who are able to bring these potentialities into reality. I hope there will be such strategic designers for the future of our nation.

### Design Concierge

Maïa MANIGLIER, president, Exprime

### \*What I am.

A quarter century has passed since I came to Japan. I majored in Japanese language and culture at Universit? de Paris, and after graduation, I came to Japan and worked for a few Japanese corporations. I founded my own company 17 years ago. In my

business career, I encountered the practice of exchanging business cards, which does not happen in France. I found that the position or the functional classification in an organization is important in Japan. So, I wondered what title I should print on my business card, producer?, art director?, or creative director?

### \*Design Concierge

I don't make anything myself. What I do is to propose the kinds of thing I would like to make in what directions, selecting favorable things from among diverse things. In so doing, I must communicate the desire of users to makers, and vice versa, like an interpreter. So, I thought it is like being a concierge in a hotel, hence, my title "design concierge."

### \*Momentum and visions

Momentum and visions are required of designers. The act of

## プレゼンテーション補足

**水野（モデレーター）** 5人の方に、「結論として、デザインとは何だったのか」という共通の質問をしたいと思います。

**天内** つくる姿勢、そのときの決定要素を選び取る態度、考え続ける姿勢をデザインと考えたい。

**水野** 話の中に「殻と安全」という言葉が出てきました。「静的安全」と「動的安全」のどちらをとりますか。

**天内** 「牡蠣の殻を捨てて高速道路に入ろう」という「動的安全」です。

**水野** 社会が大きく変動する時代に、安全を保ちつつ思考を続けることのデザインが要るということですね。

**佐々木** 「デザインは共感の装置」のデザインとはソーシャルデザインのことです。ソーシャルデザインとは、時代価値、文明価値に対してのキュレーションで、これがデザインのこれからの役割ではないかと思っています。

**水野** フェイスブックは普通のソーシャルネットワークサービス（SNS）と違う可能性があると言っていました、それはなぜですか。

**佐々木** フェイスブックは、本来的な理念から外れるものをきちんと取捨選択してやっていることが明確です。他のSNSはゲームポータルサイトなどになってしまっている。

**水野** ソーシャルデザインをする上でSNSは重要なツールということに共感

を持ちました。

**田中** 今日は社会資本とデザインの係わりについて話しましたが、問題はデザインの役割や専門性がまだ認識されていないということです。デザインの価値をもっと発信していかなければいけないと思う。

**水野** オリンピックを契機にしたデザインを話されましたが、話題になっている国立競技場はどうですか。

**田中** ソウル市に東大門デザインプラザと市庁舎がつくられました。前者は国立競技場と同じザハ・ハディッドのデザインで素晴らしいものですが、後者にはいろいろ問題があります。両者の違いはデザインのクオリティと周辺との関係性です。国立競技場は周辺との関係性に考えるべき課題があると思います。

**水野** それともう一つ、クライアントのオリエンテーションとコンセプトというものが大きいのではないのでしょうか。

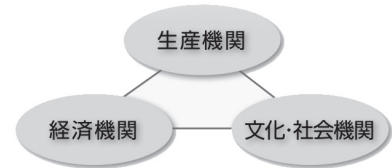
**田中** 選ぶ方の手段と視点がずれていては間違いが生まれるということです。

**中西** 教育の基本として寺子屋の時代からいわれている「読み書きそろばん」に「デザイン」を加えたい。21世紀は人間力の時代です。人間力というのは、体力と知力と感力の3つで成り立っている。体力と知力はある程度定量的に価値を特定できますが、感力というのはできない。この感力の部分に関わっているデザインにはすごい可能性がある。バウハウ

スができ、あと5年くらいで1世紀になります。それまでの間にアジア発の新しいデザインの教育、デザイン教育をやるべきではないかと考えています。デザインは結果として美術教育の中に置かれた。美術というのは一品性の価値の世界です。一方、デザインというのは、どちらかと言うとマスな価値の世界ですね。そこに矛盾を抱えたまま今日まで来てしまっている。

**水野** デザイナーではなくデザインニストとおっしゃるところは、デザインというものを掘り下げられる人を教育することですね。

**中西** デザイナーを活かすデザインというのも重要です。経営の話で言えば、企業は生産機関、経済機関ですが、同時にデザインを活かす文化機関、社会機関であるという認識が大事だということです（下図）。



## 企業存立ニューパラダイム

企業存立ニューパラダイム  
New paradigm for business existence

**真矢** あるデザイナーとエレベーターで階を移動するときに、エレベーターの扉の前で2人で時間を忘れて操作パネルのボタンのデザインについて話しをしていたことがあります。その時に、

designing means to take a risk, and in order to overcome the risk, you need "momentum." And you cannot break new ground without a vision. It is also important for designers to be aware of playing a social function. As manufacturers have become huge organizations designers may find it increasingly difficult to display their talents or to find pleasure in designing. But it is important for them to continue looking for ideas. There should be patrons who watch designers' efforts and who support their creations. At the same time, organizations such as the Japan Institute of Design, which advocate the importance of such efforts are also necessary.

## Discussion

**Fumio OKURA:** The five presentations indicate the diversity of design. I think it important to make full use of the two directions of design, one for management and industries and the other for creation and creativity. Our clients including business and political organizations are not aware of these directions. So, the design community must work in unity to make these two directions known to them.

**SASAKI:** In addition to the two aspects, we need to introduce a new type of civil participation called Government 2.0 to supplement government services which is emerging in the west as an important field of social design. It is an interactive activity between the local government and citizens using smart phone networks through which citizens volunteer in supplementing





これが私にとってのデザインだと思います。デザインは、日常を使いやすく快適に美しくすることであり、常に日常をデザインのフィルターを通して見て考えることだと思います。

**水野** 皆さんのお話を伺っていて感じたことは、デザインというのは決してかたちの線を引くだけのものではないということです。デザイナーがデザインをする前から、つまり発注した時からデザインは始まっている。そういう意味でデザインとは狭義のデザインだけではなく、もっと広い意味でデザインを考えないと通用しない時代になってきていると痛感しました。

## ディスカッション

**大倉富美雄** 5人5様のデザイン観を聞くことができました。そのことがデザインの持っている多様性、あるいは拡散性などを意味していると思った。その中でデザインを考える上で、経営とか産業という方向と、創作、クリエイティブといった方向の両方を活かしていくことが非

常に重要だと感じました。デザイナー、あるいはデザイナーを売っていくためには、両方を高くしていかないといけない。それと人間的なこと、文化的なことがデザインにはあるんだということを承知していくことが重要ではないか。それを日本の産業、経済界、あるいは政界が知っているかと言うと全然知らない。デザイン界が結束して知らしめることが重要ではないかと思っています。

**佐々木** その両面に加えて、ソーシャルデザインにとって重要な分野の一つとして、欧米で出てきている行政サービスを補完するガバメント2.0という新しいかたちの市民参加が要ると思っています。スマートフォンなどを使って住民からの情報を得た上で、いろいろな行政サービスをする仕組みです。「予算がない」で済ませないで、役所が材料を提供して、例えば、側溝をつくるのは市民の力を借りるといったやり方です。そういう動きは3.11以降、顕在化してきている。

**水野** 政治・経済・社会という3つの歯車が、ガッチリ噛み合ってしまうと動かない。間に弾み車のような中間的な歯車

というのが重要になる。それがあつことでスムーズに回り出す。その中間の歯車が何かが今の課題です。NPOとか我々のような勉強会といった、今まであまり中心的なセクターではないと思われていたものが、実はそういう時代のスムーズな回転というものを促す重要な役割をしていくと考えています。ソーシャルデザインという観念自体もそういう役割をするものだと思います。

マスコミを含めた今の社会の評価システムというものがおかしい。公平性を言うあまり、平均値で全ての評価が決まってしまう。飛び抜けたものとか何か非常に優れたものを評価しにくい時代になっている。だから、そこにコンセプトとか夢とかそういうものがない、つまり公共建築物ができてしまう。

**犬養智子** デザインというのは、人間の日常を美しくするためのものだと思うのです。真矢さんがおっしゃったエレベーターに乗らずに操作パネルのボタンにこだわった、そういう精神が大事だと思う。平均値とかにあまりこだわると美しいものはつくれなくなってしまふ、ということですね。悪いことは悪いと言わないといけない。それをしないから日本が悪くなってしまう。自分の生活を美しくするということをはっきり意識して、そのために戦うことが大事でしょう。田中さんは正しいデザインと言われましたが、美しいデザインと言われなかったのはなぜですか。

government services.

**MIZUNO:** When politics, economics and society are firmly interlocked, nothing moves. There should be an intermediary flywheel to help these gears to move smoothly. The problem is determining what can act as an intermediary flywheel. NPOs or study groups like ours have not been recognized as playing a major part, but I think they will be able to play a role as facilitators. The concept of social design itself implies such a role. The present social evaluation system including the media is somehow wrong. Emphasizing fairness, outstanding or superb things are hardly appreciated. So, public facilities all look mediocre.

**Tomoko INUKAI:** I think design is to help people's daily living to be beautiful. If we are concerned about averages, designers are not

able to create beautiful things. We should clearly insist on making our life beautiful, and fight for it if necessary.

**Haruhiko ASAI:** The essential function of designers, I suppose, is to bring problems to the surface and to find solutions to the problems, and then to give forms and colors finally to the solutions. In other words, it is to improve relationships between humans, immaterial things and material things. However, design education in Japan is a part of art education, particularly at primary school. Teachers are not trained in such a way to tell children what design really is. Design education must be improved otherwise the evaluation of Japanese design will not be heightened.

**TANAKA:** Design covers both material and immaterial things. What is common to both is creative conception. It is only that the situation and objects of design undergo changes.

## Voice of Design フォーラム オピニオンズ 「今、何が必要か」

**田中** 正しいデザインの大前提に美しいデザインが入っています。

**浅井治彦** デザインの本質というのは、かたちと色というよりは、まず我々の生活を良くするために問題を炙り出してその問題を解決する、最終的にはかたち・色ということで解決することだと思っています。「人・こと・もの」の関係性をどう良くするかということです。しかし日本のデザイン教育は、特に初等教育では美術の中であって、その美術の教科書のおまけみたいなところにデザインが入っている。教える先生も恐らく本当の意味でのデザインを教育されていないと思う。デザイン教育をしっかりとやらないと、日本全体のデザインの評価がいつまで経っても高まっていけない。

**田中** デザインは、ものこととの両方だと思っています。共通していることは創造的な発想。今、デザイン思考が非常に注目されていますが、デザイナーが無自覚的にやってきたことを言語化、記述化し共有化するための手法だと思っています。もともとデザイナーが持っているもの

であって、社会との関係の中でありようや対象が変化しているに過ぎないと思う。

**栄久庵憲司** 単純な話ですが、人間自身がつくったもの、人間自身によってつくられたものの界にみんなは生きているのではないかと。人間自身がつくったもの、つくられたものというのは自然と人工物ですね。その中で一番近い問題が食料です。70億人強がそれで生きている。無い資源をなんとかして活かす日本の文化論から「もったいない」という言葉が世界語になるほどの地球レベルの資源問題でもある。地球上の人類として食料危機というのはもう目の前に来ているし、事実、その中に入っているのではないかと。

そういう中で、デザイナーの立場がどうかということも大事だが、人間自身が生きていくために、デザイナーはどういうかたちで参画できるかということが肝要なのではないか。いろいろな職業がある中で、そうした職業ともども自分は生き

るために参画しているのだと、生きるために知恵を働かそうとしているのだという意識は、デザイナーだけが考えるのではないのではないかと。今、我々は、いろいろな職業を全部含めて人類が生きていくという一番厳しい問題に対応していかなければいけないのではないかと、というふうに思っています。

**水野** 皆さんの話の中では多様化の時代だということが前提として出てきています。しかし今、世の中はグローバリズムの中でステレオタイプになってきている。複雑化し多様化していることは政治とか行政にとっては非常に面倒なことなので、これを一元化していこうという動きが、今、世界でいろいろ出てきている。しかし、私たちデザイナー、ソーシャルデザイナーにとっては、文化をそんなもので一元化されては困る。この時代というのは非常に多様化している、多文化の時代である。世界的にステレオタイプ化しようという大きな流れがある中で、日本は日本らしさというものをもう一度デザインしていくことが要るのではないかと。日本の考え方に、栄久庵さんの言われた「もったいない」とか「おもてなし」などのいろいろな言葉がありますが、それは和風というような単純な狭い意味ではないでしょう。そうして知恵をもって、地球課題に対し、創造的にソーシャルデザインすることがこれからの目標とすることを本日のまとめとしたいと思います。



**MANIGLIER:** One day, an interface designer was talking with another person about the design of the operation panel of the elevator they were going to ride. Designers should always think about making easy-to-use products, and making everyday life comfortable with beauty.

**Kenji EKUAN:** We are living in a world consisting of nature and man-made things. The most familiar problem is food on which the life of 700 million people depends. It is the most serious problem of resources on the global level. In the face of a possible food crisis, it is important to discuss how designers can be involved in the survival of human beings, rather than to discuss the position of designers in society. Together with people in other professions, we should respond to the most severe question of how human beings can survive the crisis.

**MIZUNO:** I gathered that all presentations referred to today as being an age of diversification. In fact, stereotypes are becoming prevalent along with the process of globalization. For the governments, complication and diversification make their work more difficult, and many governments in the world are trying to standardize their public policies. But for us designers, particularly social designers, cultures cannot be standardized for the convenience of the government. We need to design what is really Japanese, not the superficial Japanese style, but the thoughts and emotions behind it. We should apply social design creatively to solve global issues with wisdom. I would like to propose that we consider this our goal.

特集2 Voice of Design トークサロン7 シリーズ「今」の共有

今日を楽しむ 美しいモノを創る

イヤなモノはイヤ 自由が基本!

デザインに市民参加

期日 2014年3月20日(木) 開会 18:00

主催 日本デザイン機構 会場 日仏会館(東京 恵比寿)

## 趣旨説明にかえて

佐野邦雄 インダストリアルデザイナー JD監事

日本デザイン機構は、3年前の東日本大震災の際、現実的な対応と同時に、ものごとの根っこ・根源的なところから考える時ではないかとして、「今の共有」をシリーズテーマにトークサロンを始めました。第1回の「鎮魂」のデザインから入り、今回で7回目となります。そして、前半で語られた中から、今、私たちに基本的に大切なことは「個人の自立」と「内発性」であるとしてキーワードにしました。

後半、「次」の段階に入り具体的な活動について進めてきましたが、その二つのキーワードを以前から「個人として体現」しておられる人が、身近にいることに気がつきました。当機構の理事・犬養智子さんです。犬養さんのプロフィールは余りにも多彩で、ご紹介だけでも時間オーバーになりますのでペーパーをご覧ください。また、ここで趣旨説明をあらためてすべきところですが、私個人の先入観を持ちこむ危険性がありますので省きます。どうぞ、皆さん一人ひとりの「素の感性」で犬養さんと立ち会ってください。そして、後半の討論での率直、かつ自由なやり取りを期待しています。



## トーク

犬養智子 評論家

今を生きる自由

「今日を楽しめ。カルペ デイエム」〈Carpe Diem〉が、私の10代からのモットーです。紀元前1世紀の詩人ホラティウスの言葉です。人々は幸福になるために生まれました。美しいものをつくり、美しいものに囲まれて、イヤなモノはイヤと拒否して自由に生きよう。

好きな言葉をお目にかけます。シラ書という旧約聖書の非常に古い言葉で、私、とても好きなんです。古代に書かれた知恵の書と言われ、失われたと思われていたオリジナルのヘブライ語版が19世紀に発見されました。「一日だけの幸せでもそれを逃すな」とある。これが一番すてきなところですよ。とにかく「楽しみなさい。死んでからどうやって楽しみを持つことができるのか」と。

清水寺の森清範管長は「忘筌、過ぎたことは悪いこともいいことも忘れよ、と。山本常朝は「武士道は死ぬことと見つけたり」の『葉隠』で有名(18世紀)ですが、「人の一生まごとにわずかなことなり、好いたことをして暮らすべしなり」、自分は寝るのが好きだから、寝て暮らすと言っています。

オウマ・カイヤムは14世紀、4行詩集で今日を生きよ、と言っている。

私が人生で最初に学んだことは、幼稚園時代、「楽しければ、ヒトと違って

Special Issue 2 Voice of Design Talk Salon No. 7

Sharing the Present Time

Two Hours with Tomoko INUKAI

Enjoy today, Make beautiful things, I don't like what I don't like, Freedom is essential! People's participation in design.

### Introduction

Kunio SANÔ, industrial designer, JD auditor

At the time of the East Japan Great Earthquake in 2011, we in the Japan Institute of Design thought that it was time for us to reconsider things fundamentally as well as to provide realistic responses to the disaster. So we began our Talk Salon to discuss different matters under the umbrella of "sharing the present time." Since the first session under the title "Repose of Souls," six sessions have been held. At this 7th session, we chose "individual independence" and "spontaneity" as keywords.

I noticed that we had Ms. Tomoko Inukai in the board of directors who had long been embodying these keywords in her living.

It will take a long time to introduce her multifaceted profile, so please look at the paper distributed. I am supposed to explain the purpose of the talk, but I am afraid that I may give my preconceived views, therefore, I hope you will listen to her with your own sensibility and have candid and free discussion afterwards.

### TALK

Tomoko INUKAI, critic

\*Freedom to enjoy living today

First of all, I will show you the words I like. This is the Book of Sirah, a part of the Old Testament, written in ancient language. This

## Voice of Design トークサロン7 犬養智子さんと2時間

いてよい」ということ。暮らしの美学を親から学びました。

さて、自由に生きた人の例、4人を挙げます。自由に生きた個人、白洲次郎と白洲正子の国際的なカップル。白洲次郎は不言実行の人。誤解されても平気、毀誉褒貶の人。そして白洲正子は日本美の歴史を発見し、暮らしの美学に生きた人 (Fig.1)。

「Think different act different」を実行したスティーヴ・ジョブス (Fig.2) と花森安治。2人はよく似ている。ジョブスはゼロから自分の家のガレージでモノをつくって、うまく売りさばく名人でした。そしてアップルを立ち上げた。

花森安治は、おかっぱ頭でスカートをはいてみせた人。大橋鎮子さんと『暮らしの手帖』をつくって、彼が編集長、彼女が社長、戦後の日本に美しい暮らしをもたらしてくれたすばらしい人です (Fig.3)。彼は大安なんかくだらないと、大安に事故が起きているのを調べてみせた。さらに喪服は必要はないと、大橋さんは色の服に黒リボンの喪章で通していた。花森さんは日頃、社員に黒を着るな、綺麗な色を着るように薦めていた。

ところが大橋さんが亡くなって、偲ぶ会は「平服で」とあるのに社員はみんな真っ黒、お客もみんな黒。私と娘は色の服を着て行った。自由な個人が亡くなると、後はそれきりになるんですね。みんなと同じにしないと怖いという感覚、conformity が日本人にはすごくあるのだと思う。日常でニュートラルな色を

着るのもそれです。

エリノア・ルーズヴェルトは「正しいと心に思ったことをしなさい、どっちみちヒトはあなたを批判する」と言った。20世紀前半に。「やりたいことをやろう、失敗を怖れずに」と。

スティーヴ・ジョブスもスタンフォード大学の卒業式の祝辞で同じ言葉を言った。「人生は短い、他人の人生を生きて自分の人生をムダにするな」[Your time is limited, so don't waste it living someone else's life]. 「自分の人生を生きろ。一番大事なことは、自分の心と本

能が命じる通りに行動する勇気を持つことだ」。すばらしい言葉、2005年でも好きに生きるのはラクじゃないのですね。

ここからモノの話になります。私たち人間はモノに左右されます。変なモノを家に入れると不幸になります。家に入れるモノは美しくなければ「Technology is art」が私の信念です。技術だから醜くてもいいということではない。コンピューターを買うのはカラーのアップルに出会う1999年まで我慢しました (Fig.4)。これにはストーリーがありま



Fig.1

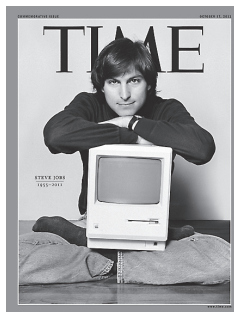


Fig.2



Fig.3



Fig.4

Fig.1 美しいモノのために生きた白洲正子。家の中も服装も独自の Masako Shirasu lived for beautiful things in life. The interior of her house and her clothes were unique.

Fig.2 スティーヴ・ジョブス。「あなたの心と本能を大事にせよ」は名言 Steve Jobs. "Have the courage to follow your heart and intuition" is inspiring.

Fig.3 大橋鎮子と花森安治。conformity (順応、従順) から日本人を解放した『暮らしの手帖』はすばらしい雑誌だった Their (Kurashi no Techo) "Beautiful Life" that freed the Japanese from "conformity" was an excellent magazine.

Fig.4 [Technology is art]. 美しいアップルコンピューターと出会ったよるこび Apple computer is beautiful, simple and easy to use.

is considered to be a book of wisdom. The original edition in Hebrew, which had been considered to have been lost, was discovered in the 19th century. In the third line, there is a description, "Even if happiness lasts only one day, don't miss it. Enjoy your life." This is the best part of it. My parents told me while I was in a kindergarten, "If you like something, enjoy it. Don't concern yourself with what others may think."

I would like to name four persons who lived freely throughout their lives. They are Jiro and Masako Shirasu (Fig. 1). Jiro was a person of action before words. He did not care if others misunderstood him. Public opinion of him divided between approval and disapproval. His wife Masako shed light on the history of Japanese aesthetics, and lived in the ambiance of beauty. The rest are the late Steve Jobs (Fig. 2) who put "Think different, and act different" into practice, and the late Yasuji Hanamori. They looked alike. Mr. Hanamori put on a skirt and had bobbed hair. He was the chief editor of the

magazine, "Kurashi no Techo," dealing with daily life and household products. Together with the president of the publishing house, Ms. Shizuko Ohashi (Fig. 3), he brought beauty into daily living in postwar Japan. Ohashi did not like to wear a black mourning clothes for funeral, and wear a colored dress with a black ribbon. Hanamori was totally in favor of her lifestyle, and told his staff to wear color clothes instead of black clothes for funeral. But after Ohashi passed away, a memorial meeting was held in which all employees attended, and all were dressed in black. After these liberal individuals died, few people followed their ways, because they were afraid of doing things differently from ordinary people. Conformity is a distinctive characteristic of the Japanese, and because of this, Japanese people wear clothes with neutral colors for daily life. Steve Jobs said the following in his Commencement Address at Stanford University in 2005: "Your time is limited, so don't waste it living someone else's life. Don't be trapped by

す。ある時、富士通の役員にコンピューターを買いだいたい、と言ったら会社の展示場に連れて行ってくれました。黒いコンピューターばかりです。こんなのヤダと言ったら女性向きの白もあります、と威張って見せてくれた。両側にあるボタンが世にもおぞましいピンクと藤色をしている。これはダメ、そしたら金色があります、と。その金色も醜いアルマイトみたいな色。とにかく断ってアップルが出るまで我慢した。

### 幸福のデザイン

私の信念では、デザインは人を幸福にしなければならない。simple is bestです。例えばステットラーの鉛筆はシンプルだけど、とてもすばらしい。私は炊飯器が嫌いです。今みんな不思議な格好をしているでしょ。ずんぐりむっくりの芋虫みたいな感じが私は許せない。で、壊れてから10年来、炊飯器を買わず、多いときはこのコブコの厚いお鍋で、一合ぐらいなら土鍋で、炊いています。だから機械をつくる時には美しいものをつくってください。

1970年代、『ホール・アース・カタログ』に夢中になりました (Fig.5)。地球という観念を最初に教えてくれた本で、そこに載ってる品をいろいろ買った。Amazonもカードもない時代なので、サンフランシスコの東銀に口座を開いて、小切手を送って買いました。この本で学んだのは地球を大事にすること。また独立した個人は自分で道具を探す、自

分で学ぶのだと教えてくれた。アリシア・ベイ＝ローレルの『Living on the Earth (地球の上生きる)』というヒッピーの暮らしを彼女が手書きの文字と絵で綴った本も同じことを言ってる。彼女が日本に来たときにウチにも遊びに来ました。

ここで私は「ヒトを幸福にするデザイン」のお話をしたい。『ホール・アース・カタログ』の影響で『シニアに優しい道具たち』(Fig.6)を本にしました。仲間を募って「楽しく暮らすための道具」「シニアの自由、独立に役立つ道具」、実際に使っているものを元に、さまざまな人に書いてもらいました。この中で一番高いものは栄久庵さんが書いた6万5100円のル・コルビュジェの椅子で、一番安いのが一つ52円のカラーのキーリングです。スクリーンに映っているのは、京都の三条の内藤商店、掃除用具やブラシをシュロヤブタの毛でつくっている (表紙右上)。もう職人がいなくて京都ではつくれず、和歌山に頼んでいるそうです。イヤな時代です。

色彩は自己主張ナンバーワンの道具だと思う。日本人はいまニュートラルな色ばかり、外国人はアジアも含めてカラフル。日本人は個性を出すことを恐れ、ヒトと違うことを怖れているのでしょ

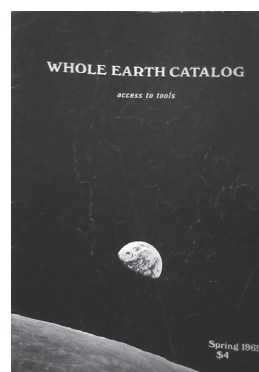


Fig.5 『WHOLE EARTH CATALOG』の宇宙の表紙は、画期的だった『WHOLE EARTH CATALOG』 was epoch making.



Fig.6 『シニアに優しい道具たち』、別名『Whole Senior Catalog』。私たちが幸福にする道具を集めた本『Whole Senior Catalog』. Catalog of things and tools which make us independent and happy.

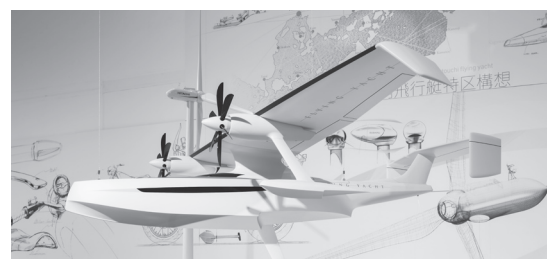


Fig.7 飛行艇にも、色が大事！ (瀬戸内海ブルー) に Beautiful blue of Setouchi Inland Sea for 'Flying Yacht Hydroplane'.

か？

さて、工業デザインは美しくなければ困る。機械は醜くては困る。そこでお目にかけてほしいのは栄久庵さん。私は栄久庵さんとステイーヴ・ジョブスは似ていると思う。それは色が美しいこと。これはGKの有名なデザイン、キッコーマンの卓上醤油の瓶、MOMAに入っている。下 (Fig.7) は瀬戸内海を飛ぶ飛行艇のモデル。2013年夏の世田谷美術館「栄久庵憲司とGKの世界-鳳が翔く」に出っていた。栄久庵さんは瀬戸内のブルーに

dogma-- which is living with the results of other people's thinking. Don't let the noise of others' opinions drown out your own inner voice.

And most importantly, have the courage to follow your heart and intuition. They somehow already know what you truly want to become. Everything else is secondary." It is a splendid message.

We are affected by what we have to use. Things in my house must be beautiful. Technology is art: this is my desire. Even if technically excellent, I don't like to buy products which are ugly.

So I had to wait until 1999 to buy a computer when a beautifully designed Apple computer began to be sold (Fig. 4). I once told a board member of Fujitsu that I planned to buy a computer, and he took me to the showroom to choose what I would like. All computers there looked dark. Computers intended for women had bright colors, but they were not elegant. So, I eagerly waited until the Apple computer came out.

### \*Design for Happiness

Designs must make people happy. Simple is best. The forms of electric rice cookers are all strange. My hope is that manufacturers will design machines beautifully.

A book in the 1970s, Whole Earth Catalog taught us the concept of the earth and the need for caring for the earth (Fig. 5). It also suggested that independent individuals look for and buy products themselves. I was fascinated with this book, and bought many things from this catalogue.

Designs must make users happy. Deeply inspired by this book, I published a book of the title of Whole Senior Catalog asking many persons for their contributions on what they found to be good tools for their elders to enjoy an independent life (Fig. 6). These are handmade brushes for cleaning made of palm and pig hair by Naito Shoten in Kyoto, but there is no longer any craftsman in Kyoto who can make these, and the shop has to ask one in Wakayama

## Voice of Design トークサロン7 犬養智子さんと2時間

しなさいと担当者に言ったそうです。GKの成功はこのカラーのよさ。

彼は緑が好きで緑のネクタイ、緑の車椅子。そしてお金に綺麗だった。お金に綺麗ということは仕事をする上でもとても大事なことだと思う。ステイヴ・ジョブスも同じです。彼はマイクロソフトがダメになったのは、金儲けに走ったからだと言った。GKは毎日デザイン賞の賞金、当時（1950年代）の50万円は大きな金額だけど、これをどう使うか考えて、先輩をごちそうして使っちゃった。面白い人です。また、東京ガスの流線型のガストープをデザインしたら売れ残った。そこで彼は全て買い取りますと言った。東京ガスは驚き、責任感を信用され関係が続いたそうです。

ここで、生きるすばらしさをちょっと考えてみたい。美しいものをつくり、聞き、楽しく学ぶ。これは人間である印だと思ふ。美しいものに囲まれたい。ケイヴマン、ネアンデルタール人が洞穴に



Fig.9 コンピューターで常に学ぼう！新しい知識を！  
Fun to learn computer and get new knowledge.

Fig.8 アップルで世界とつながるよるこび  
The Apple connects us to the wide world.

絵を描いた頃から始まっている美への追究、それが人間の印です。同時に知識を増やさないことは、実は知識を減らしていること。法王フランシスも「コンピューターは神からの贈り物」と言っています。コンピューターを嫌うのはソ、知識のために活用しよう（Fig.8, 9）。TEDで勉強もできる。長寿の時代、30年前より30年長い人生を持つてるのだから、楽しくステキに生きたい。

### 美しく上質なシンプルライフを

21世紀の課題は地球を大事に生きることです。地球の環境収容力を考え、生き方の再構築をしなければならない。〈エコロジカル・フットプリント〉は、2人の学者の学説と具体的方法で、旭硝子財団のブループラネット賞を2012年に受賞（Fig.10, 11）。このウェブサイトのアンケートに答えると、自分が地球何個分を使っているかが分かる。週に何回肉を食べるかの問いに、5回なんて答えたら大変、地球をいくつ使っているか！

でも「地球との関係は、できることをやろう」。皆さんそれぞれライフスタイルが違うから、自分であることをすればいい。私は外出のとき水の瓶を常に持ち歩

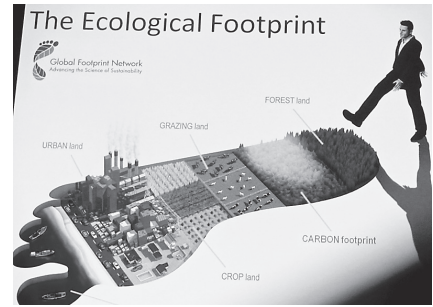


Fig.10 視覚に訴える足跡は過剰消費を示してくれる  
It shows us biocapacity & humanity's demand on nature to monitor for sustainable future.



Fig.11 国連大学の記念講演、リース教授とワカナゲル博士  
Commemorative lectures, 2012 Blue Planet Prize winners, The Asahi Glass Foundation. Prof. William E. Rees and Dr. Mathis Wackernagel.

いている。LED電球を使う。炊飯器は使わない。皿洗い機はやめました。だいたい東電にお金なんか払いたくない、買い物を入れてくれた紙袋はデパートやお店に持って行って、何度も使ってリサイクルしています。

さて、人を幸福にするデザインを皆さんにぜひとも考えていただきたい。シンプルイズ・ベスト、オープン・イージーリー。これが〈ヴェレダ〉のヘアトニック（Fig.12）。実物をあとで廻します。何も包装が無い、紙箱だけです。この紙箱をバツと開くと白い蓋の瓶が出てきます。瓶の白い蓋をひねると赤のゴムが出てくるから、開けたことが分かる。だからお客を誤魔化せない。過剰包装をや

prefecture.

Color is an important means of self-expression. Japanese people use only neutral colors. Foreigners, including those from Asia, are full in color in what they wear. Japanese are afraid of showing their individual characteristics, or being different from others. Industrial designs must be beautiful. I am showing you Eku-an-san's design. This is a model of a Flying Yacht Hydroplane currently in use in the "Setouchi" Inland Sea (Fig. 7). This was exhibited in the Eku-an and GK exhibition held at the Setagaya Art Museum last year. He suggested the use of blue GK's success much owes to its use of colors.

Making beautiful things, listening to beautiful sounds, and enjoying learning; these are important factors for humans to live. Computers are so useful to obtain knowledge (Fig. 8.9).

\*Beautiful and high quality simple life

The great challenge now for us is to live with care considering the sustainability of the earth. This is the Ecological Footprint devised by Prof. W. E. Rees and Dr. M. Wackernagel (Fig. 10,11). It won the Blue Planet Award by the Asahi Glass Foundation in 2012. If you visit the site on the Internet and fill in the questionnaire, you will learn what amount of resources on the earth you are consuming. We each have our own individual lifestyle, but each of us should do whatever we can do to save the earth.

I hope you will design simple and easy-to-handle products to make people feel happy. This is Weleda's hair tonic (Fig.12). It is in a simple paper box. When I open the white lid of the bottle, a red rubber part comes out to show it is open.

I would like to think about people's respect for nature. In 2013, I saw Japan 130 years ago in the exhibition "Soul of Meiji" - Edward Sylvester Morse, his day by day with kindhearted people at the Edo-Tokyo Museum. He said that the Japanese were nature-loving

めると、お客も店も地球もハッピー。

そこで自然への尊敬についてちょっと考えたい。2013年、江戸東京博物館の明治時代の庶民をテーマにしたエドワード・モースの特別展『明治の心』で130年前の日本を見ました。「日本人は世界で最も自然を愛する人々である」「自然との共存、自然への尊敬がある」と彼の言葉。その日本はもうありません。日本の自然は今めちゃくちゃ。大森貝塚の発見者モースは、職人や町人が使った道具をそのまま、泥の付いた下駄など、さまざまな品を持ち帰り、モース・コレクションとして二つの博物館に入っています。日本は残念ながら昭和は軍事大国、そして経済大国になり、その結果、自然を失い、道具文化、美を失ったと思います。今また軍事大国になりたがっている愚か者がいます。

最後に、デザイナーは Building the Future、未来をつくる人です。モノ、住まい、まち、よい未来をつくってください。そのためにはデザイナー自身が



Fig.12 ヲレダ。過剰包装なし。握りやすく、フタも開け閉めしやすい  
Weleda. No excessive package. It is easy to hold, and also to open and close the cap.

Quality of Life、いい暮らしをしなければいけない。ケチな暮らしをしないですばらしい暮らしをする。ということは、デザイナーの月給も高くはないと思います。

なぜ、Quality of Lifeと言ったか。映画監督・劇作家の武智鉄二は、武智歌舞伎で若い時の富十郎と扇雀に「床屋はどこに行くのか」と訊いた。2人は「床屋は決めていない、近所に行く」と答えた。「それじゃだめだ。最高のところに行け。最高のものを知らなかったら、いい芸はできない」。そして2人はスターになった。デザイナーも Quality of Life を持たなかったら絶対にダメだと、私は思っている。贅沢をしてください、遠慮せずに。

この写真、栄久庵さんのワイシャツをお目にかけています。彼は左手が不自由なかな。でもちゃんと工夫している。見かけはボタン留めで、ボタンの裏側にファスナーやマジックテープをつけて、留めるようになっている (Fig.13)。デザイナーだからできた。デザイナーはこういう品を市販品にしてください、男もいくつになってもおしゃれしなければ。そして企業と役人のアタマの改革もしてください。

### 自分の声を持つ！

さて、戦争はNO。これは私の信念です。Peace to All。戦争は悪である。強い国よりも皆が幸福な国にならなければいけない。日本の幸福度はUN（国際連合）によるととても低い、43番目。



Fig.13 服はヒトを表す。美学と工夫するアイデアが、新しいファッションをうむ  
Clothes make a person. Aesthetic sense and ideas create a new fashion.

戦争中に私を守ってくれたのは親です。国家は絶対に国民を守らない。だから下町であんなに大勢の人が死んだんです。個人と家族は自由社会の基礎です。そして私の父・波多野元武が書いた『大東亜戦争に対する我が家の記録』を江戸東京博物館に寄贈しました。この本を読んでビックリするのは、昭和の歴史は生活破壊の歴史なんです。軍事国家は早いうちから民生を圧迫する。そして生活の破壊、物価アップの記録です。日米戦争が始まる1年前の1940年に電気冷蔵庫、アイロン、洗濯機は贅沢品として製造禁止になる。こんな馬鹿な国、聞いたことがない。だから、戦争に負けるはずで、こんな国は。そして1年経つと売られることも禁止される。

people and that they lived in harmony with nature paying respect to nature. Morse brought tools and clothes used by craftsmen and townspeople as they were, such as sandals with mud, to the United States and they are now treasured at two museums as the "Morse Collection."

Unfortunately, Japan afterward became a economically oriented and militaristic nation, losing nature, and tool culture and aesthetics in daily life.

I think designers are building the future. In order to build a better future, designers themselves should enjoy a good quality of life.

The photo is Ekuan's shirt (Fig. 13). It has buttons, but no button holes. Instead, Velcro tape is attached as a new-style fastener. It helps people who have difficulty in fastening buttons with their own fingers. He devised this as a designer. So, I hope designers would continue to put these kinds of products to the market.

### \*Have one's own voice.

I am absolutely against war. We need to become a nation in which people are happy, rather than a strong nation. The degree of happiness of the Japanese nation is very low, ranking 43rd according to the UN, while the USA ranks 17th.

It was my parents who protected me during WWII. I know from my experience that the state will not protect people. Individuals and families are the foundations of a free society. This is a book recording my family life written by my late father during the war. The history of Japan in the early Showa period is that of destruction. The military state suppressed the life of the people. The commodity prices kept rising, and in 1940, manufacturing electric refrigerators, irons and washing machines was banned. A year later, the sales of these products were prohibited. The state should be more concerned about people's happiness rather than concerned about becoming a strong nation.

Voice of Design トークサロン7  
犬養智子さんと2時間

私がアメリカ留学で学んだことは何か。〈We the people〉「主権在民」です。これは1791年の [First Amendment] の [Preamble]、前置きの言葉。みんなが自分の声を持っている。女も子供も自分の声を持っていて、自由の国だから自分の好きに行動するぞ、という信念を持っている。そしてプラグマティズムの国。映像にあるように、赤ん坊を向こうで生んだけど、赤ん坊用お風呂なんて買わなくていい、台所のシンクで入れなさいと。ディープシンクだから大丈夫 (Fig.14)。こういうところがとてもいい。彼らはとても明るく気さくだからお金がなくても楽しく暮らせる。横のつながりがうまいんです。だから向こうに行った最初はシネシネした日本の女が、みんなとても元気になって帰ってくる。すばらしい国です。



Fig.12 スイカみたいに赤ん坊を洗う。こののんきさが楽しいアメリカ  
Washing a baby like a watermelon.  
This lightheartedness is pleasant in America.

最後に〈Freedom and Democracy〉について。自由の概念がまったく違う、日本と諸外国では。日本には自由の歴史がない。日本は自由イコール、ワガママ勝手。アメリカは「やりたいことをやる自由」。アリストテレスとスティーヴ・ジョブスが、同じことを言っています。[Human being is Free, who exists for his own sake, and not for another's] 人は自由である、自分のために生きるのだと。オックスフォード・ディクショナリーには「個人が自由に行動し、話し、考える権利と力を持つこと」とある。そして自由という言葉は非常に古い、旧約聖書の『出エジプト記』(Exodus) にあります。旧約は最初が『創世記』(Genesis)、その次のエクソダスに Free という言葉がちゃんと出てくる。でも日本には自由の歴史がない。戦後の与えられた自由しかない。そもそも自由の概念がない国だから『大言海』を引くと「我がまま」とか「好きにできる」とか、要するに悪いイメージしかない。実に困った国です。西洋の歴史でいうと、紀元前431-404のペロポネソス戦争で、アテネが勝ってよかったというのが歴史家の言うことです。スパルタが勝ったら大変だった。全体主義になる。だから自由の歴史はその時代からずっと、本当に革命を通じてゲットしてきたものだから、あんなにみんな強いのだと思います。

子どもの本にも「自由に行動する」が何度も出てきます。ローラ・インガルス・ワイルダーの『長い冬』に、危険な猛吹

雪のなか、小麦を買いに少年2人が遠くまで櫓で出かける、「自由の国だから、やりたいことをやるんだ」と少年が言う。本当にビックリして感動しました。本はあとでお返しします。

この本と一緒に持ってきた新聞に、ベビーシッターに預けたら子どもを殺された母親の記事がある。この人は怒るだけでいいんですね、被害者なんだから。ところが「世間を騒がせて申し訳ありません」という。失礼な言い方だけど、なんて馬鹿な私は思った。この人は本心を言うなら「私はひどい目に遭いました、怒っています、犯人を罰してください」です。今「ご迷惑をかける」という言い方が流行っているけれど、この言葉は、実は誤魔化しです。会社の役員が謝るときに「ご迷惑をかけた」など。そうじゃない「嘘をついて申し訳ありません」です。本当のことを言わない代わりに「ご迷惑」と言う。だからこの「世間を騒がせて申し訳ありません」というのを私たちは頭から払うべきだと思う。自分の好きに行動することが一番大事。こんなことをやっていたら好きな行動なんて絶対にできない。

日本というのは失敗を許さない国なんです。だから謝っちゃう。だけど、よその国は失敗を許す。そして失敗者を励ます。だから、この心理状態、観念を変えないと、日本はますますイヤな国になっていくと思います。

これで終わります。皆さん、長い時間ありがとうございました。

What I learned from America as a student was the concept of "We, the people," in other words, popular sovereignty. Every person, be it a woman or child, has their own voice and can act according to one's belief. Another thing I learned from America as a housewife is pragmatism. I had a baby there, and friends told me that I should not buy a bathtub specifically for the baby, but use the kitchen sink. The sink there was deep enough to bathe a child (Fig. 14). American people appear to be enjoying their lives even if they don't have much money. I liked their way of living, and pragmatism. Finally, the most important things are freedom and democracy. Both Aristotle and Steve Jobs say the same thing, "Human beings are free, who exist for his own sake, and not for another's." The word "free" appears in the book of Exodus in the Old Testament. However, in Japan, we do not have the history of freedom. We were only granted "freedom" after WWII. As we have no rightly defined concept of freedom, we have only negative connotations

from the word, such as egoism, indulgence, and the like. Freedom also appears in children's books. I was amazed to find a phrase "act freely" in a book by Laura Ingalls.

I read an article in today's newspaper about a mother who found a babysitter through the Internet and then her child was killed by the man taking care of the baby. The mother is angry, of course, she should directly say, "I am angry, please punish him duly." But instead she apologizes for having caused a nuisance to society, which is often repeated by top managers of large companies or organizations. They never reveal the truth of their failure, but give a public apology instead. Japanese society does not allow failures to occur. So people apologize immediately for their mistakes or failures even though they do not really feel sorry. Other societies are more tolerant of mistakes, and often encourage people to make mistakes. We need to change our mindset.



## ディスカッション

**佐野邦雄** ありがとうございます。

心に残った言葉とかシーンがおありだと思しますので、その辺をきっかけに、直接犬養さんとお話をしていただきます。できれば、自分はこう考えるけど犬養さんはどうですかとか、ご自分の意見をちょっと入れていただければ、生きた会話になるかと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

**水野誠一** 犬養さんが育児の本で、たぶんお嬢さんが赤ちゃんの頃、おしめを洗うのにトイレの水洗で流してから洗うべきだ、最初から手で洗うのは非合理的だと書かれている。すごく合理的だけど、すごいことを考える人だなと思った。

花森安治さんの『暮しの手帖』も合理的な考え方がベースにあって、それが今までの風習とか伝統的文化的なものを少し壊して、新しい知恵で生きていこうというアイデアに非常に富んでいた本だと。スカートをはいた男性はその当時は滅多にいないし僕も子供心にすごい人だなと思った記憶があるんですけど、花森さんの考え方にも合理性がベースにあるんじゃないか。いいじゃないか、便利なんだからスカートでも問題ないでしょ、と。常識を一度打ち破る自由さがあって、犬養さんと共通するものを感じますが、やはりお互いに影響を受け合ったり、与え合っていたことがあった



んですか、その当時。

**犬養智子** 花森さんはずっと年上だし、わりと怖い人だったんです。私はなんとなく敬遠気味な感じがあって、大橋さんはソフトだから親しくしたけれど。彼は『一銭五厘の旗』などご自分の本に過激なことを書いているでしょ。でも非常に感心しました。もし彼が生きていたら、今の『暮しの手帖』はもっとすごいことをやっていたと思う。原発にしても秘密保護法にしても。彼がいなくて残念です。

**水野** 今、『通販生活』が非常に過激に脱原発などを言って、花森さんのあとをやっているんじゃないかな。

**犬養** あれはいいですね。そう思います。

**水野** あまりにも今のジャーナリズムが情けない。先ほど「自由」を犬養さんはおっしゃったけど、言論の自由を封じ込めることが、民主主義を死に至らしめる一番愚かなことだと思う。この間の都知事選でも脱原発を発言しようとする知識人にNHKは全部警告を發した。そ

れによって番組を降りた大学の教授などの方が何人も出てきた。これはとんでもないことだと思う。今の時代でも言論の自由に圧力がかかる。その辺はいかがですか。

**犬養** あるインド人が、文庫本で言っていました。日本のマスメディアは報道じゃなくて報告だって。まさにそうだと思います。だからインターネットが大事で、それにCS放送でCNNとかBBCを見ないとダメだと思うのは、日本で言わないことをインターネットで知ることができますでしょ。

**谷口正和** 好きなことが大事でそれをやればいいというお話は非常に共感です。自分の好きなものしか家に入れない犬養さんの本を見て、かなりセンスのいいベーシックというか、あまり余剰のデザインをしていないものという印象を受けました。もともとみんなが一番好きで丸をつけている商品は、そういう傾向が強い。ですからデザインはむりやり違いをつくったりするを超えて、自然に構えたらそういうものになる、みたいな発言をされている気もするんですけど、こういった商品というか生活の中で買われているものは、自然にこうなったんですか、あるいは意図的に。

**犬養** なんとなくごく自然にそうになった。ものに非常に興味があったので、見ると役に立つかなとか、あら素敵

### Discussion

**Kunio SANO:** Following Inukai-san's impressive presentation I sense that you have questions and comments for her.

**Seiichi MIZUNO:** You wrote that while your daughter was still an infant, you washed a diaper first in a flush toilet. You said it was not reasonable to wash one with your hand from the beginning. I thought it was very reasonable, but at the same time, I was amazed that the author was a person who considered something remarkable. Hanamori Yasuji's *Kurashi no Techo* had rational ideas. The magazine was filled with new ideas free from our customs and traditional ways of living. A man wearing a skirt was rare in those days, and as a child, I thought he was tremendous. His lifestyle embodied his rationality.

He seemed to say, "It is comfortable and convenient to wear a skirt, so why not?" He freely broke away from common practice and here

I find a point in common with you.

**INUKAI:** Hanamori was far older than me, and he was quite a scary person to talk to. Ms. Ohashi was soft and we were friends.

Hanamori wrote very radical views in his books, but what he said was stimulating, and I was really amazed. If he were alive today, *Kurashi no Techo* would have been more progressive. He would say something about nuclear power plants and the law for the protection of classified information.

**MIZUNO:** Today, *Tsuhun Seikatsu* (Catalog Book) quite radically advocates non-use of nuclear power generation.

**INUKAI:** Yes, I agree.

**MIZUNO:** Journalism today is helpless. Concerning "freedom," you said that controlling freedom of speech is the worst thing and that it would lead to the death of democracy. During the recent election campaign for the governor of Tokyo, NHK gave warnings to intellectuals who would speak against nuclear power generation

Voice of Design トークサロン7  
犬養智子さんと2時間

ねとかで。京都三条西詰の内藤商店は、祇園の方から歩いていてポッと入ったら、箒が壁にかかっているあの箒をちょうだいと言ったら「親父の代からの、これは売れません」と断られたけど、なんて言うのかな、箒一本にも美しさがありますでしょ。

**谷口** ありますね。

**犬養** だから炊飯器がイヤなんです。ボタンがいっぱい付いているあんな複雑なもの絶対に使えない。道具は単純でなければ困るんです。

**藤本清春** 僕には1910年生まれ之母がおりました。(犬養さんの)シンクで子どもを洗うから始まって、一番有名な、じゃがいもを洗濯機で洗うというのに母が半分大呆れで、半分はああいう人がこれから国をつくっていくんだと申しておりました。そういうとっても奇抜なアイデア、合理性の話と、それから京都の露地に入ったときにずっと残っている日本の伝統みたいなものとの関係を解いていくのがデザインだと思っておりますが、伝統と近代と未来を繋げるための何かサジェスションをいただけるとありがたいと思います。

**犬養** これはものすごく難しい設問で、栄久庵さんに聞く方がいいのではという気がするけれど。でも、ものをつくるときには、自分の本能を信じていいと思

うんです。これをつくってみたいとか、これが美しいとか、しかしこれでは醜くなるとか、それでいくのがいいような気がします。例えば、ウチのバスルームに藁細工の馬があるんです。東北の物産展で売っていた、小学生のつくったそれがすごくよかったので「これが欲しい」と。「いや、こっちの方がきれいにできています」と、向こうは言う。ここに美の感覚の違いがあるんじゃないかしら。モノには一種、そういうことしか言えません。

**森口将之** 僕は、アップルの製品はすごく好きで、おにぎり型のiBookとか、iPhoneも日本で発売されて3日目に買いました。そのときは、なんでそんなものを買うの、使えないじゃないかと言われてました。僕は自分の使い方に合っているからそれを買ったんです。今、統計でスマートフォンのユーザーの7割がiPhoneを使っているらしい。そんなに偏っている国は日本だけらしいです。だからThink DifferentじゃなくてNot Differentですけど、犬養さんの最後の言葉、戦争になびきやすい国というのと似通っている気がして、やはり一つの方向になびいてしまう国民性が日本にはあるなど。政治などがそういう方向に行きやすいとも思うんですけども、政治とかマスコミはそういうのを逆に利用しているかなと思っていて。だからそれを本当に変えるには、政治をたよりにしてはだめだと思うんです。やはり、われわれ一般人が変えていかなければいけな



い。でも、先ほどのiPhoneみたいに換えられない状況で、どこをどうすれば変えるきっかけができると思われませんか。

**犬養** 悪の元凶は文部省(現・文部科学省)だと思う。文部省教育が人間をみんな同じようにつくっているんだと思う。子どものときから。あんな重いランドセルを背負って、育ち盛りの子どもたちが学校に行くのは異常だと思う。教科書は学校に置いておけばいいじゃありませんか。2組買ってでもいいんですから。それは極論かもしれないけど考え方の問題。例えば、給食は全部食べなさいという。給食なんて残したって食べたってどっちでもいいんです。食欲はみんな違うんだから。そういう誤った教育をしている。

でも文部省というのは、いちばん「落ちない」役所らしいです。私は国民生活審議会の委員を10年ほどしていたとき、もっと個人主義の社会にならなければだめだというテーマでずっとディスカッションして、最後に答申を出すとき、私は文部省が一番の悪だからあれをな

Some university professors declined to appear on TV or radio programs. It is outrageous. Freedom of speech is under great pressure today. What do you think?

**INUKAI:** I read a book in which a person from India said, "The media in Japan only report what the authority allows." I really think so too. This makes the Internet more important. We know better about Japan by viewing CNN and BBC on CS broadcast as they report what Japanese media do not.

**Masakazu TANIGUCHI:** Looking through your book to bring in only what you like to your home, I see the products are basic things with good sense. They are not excessively designed. As I understand, you are saying that designers should not overtly try to make things that are vastly different from others, but that if they design things with a natural attitude, the products will come to be favored by many consumers.

Have you bought things intentionally, or what you had bought came to be like those in the book?

**INUKAI:** Almost naturally. I am interested in objects, and look at things to determine if they are useful or pleasant to have at hand. I came across Naito Shoten in Kyoto while walking on a lane. A broom was hanging on the wall, and I asked them to show it to me. They said they would not sell it because it reminded the shop owner of his father. The broom was very beautiful.

**Kiyoharu FUJIMOTO:** My late mother was dumbfounded to learn that you bathed your baby in the kitchen sink, and washed potatoes in the clothes washing machine, which was really sensational. But on the other hand, my mother admitted that this kind of woman would build the future Japan. Designers should connect such eccentric but pragmatic ideas and traditional artifacts in a shop in a lane in Kyoto. Could you give me any suggestion as

んとかしなればということ、入れようと言ったんです。そしたらあそこは一番手のつけられない役所だからダメと役人が言った。なるほどなんです。

日本というのは、徳川時代からずっと中央集権でしょ。そして、維新前後に日本に来た外国人が一番驚いたのは、日本人は役人の言うことを実によく聞く、という。いまだにその癖がついているのだと思う。その代わり褒めたこともあって、江戸の男は実に遊び上手だ、大人の男が実に熱心に遊んでいる、武士から大名にいたるまで、ポコポコ歩いて一生懸命に歌舞伎を観に行ったりしている。こういうところはすばらしいけど。役人の言うことを聞く、みんな同じにする、付和雷同は日本人の性質だと思う。

『1945年のクリスマス』というベアテ・シロタ・ゴードンの本があって、憲法をつくる過程をずっと書いています。押しつけ憲法とか言っているけど、彼女が頑張って男女平等を入れたりする。日本の草案はどんなにだめだったか。主権在民じゃないです。あの時代に、彼女は日本人は付和雷同の国民である、強い権力者になびくのが好きな国民だと書いています。その本質は残念ながら変わっていない気がします。ベアテは6カ国の憲法のいいところを必死に勉強して、草稿を書いています。だから彼女は私たちの恩人だと思っています。

**財津昌樹** 先ほどの映像にありました「国家は国民を守らない」と、まさにそ

の通りで、おそらく福島の人たちの状態はさらに悪くなって次に進んでいく。しかも憲法9条の問題もなぜそうなっているのか。一番言いたいのは文化人とは何なのだろうということです。テレビに出ているゲストたちはすばらしいことを一人ひとり言っている。だけど、結束力が何一つない。つまり、極めてスーパースター的な文化人がいないがために、例えば、石原慎太郎は核武装を平然と「すべきだ」と言っています。それから、田母神みたいな人たちに50万票が集まる。こういうことになぜ文化人は怒って結束しないのだろうか。本当に次の世代のことを考えれば、どういう行動をとればいいのかおのずと出てくるのではと思うんだけど、なかなかそうならないのはなぜかを犬養さんにお尋ねしたいんです。

**犬養** それはちょっと私にも答えかねる大問題です。でもずいぶん活動している人がいるじゃないですか？いろいろな皆さんやっているけれど。経済の力の方が強いんでしょうね、きっと。お金の方が。

お聴きの皆さんへ、財津さんはトイレに掛けるカレンダーをつくっていらっしゃる方です。とてもステキなカレンダーです。エコロジカルでポリティカルでもあります。

**水野** やはりこれは言い続けることに、戦い続けることに意味があるなと思って、今度ロンドンで反原発のデモをやるから出てくれと言われて、11日にロン

ドンのデモに参加します。そういう小さな積み重ねが、犬養さんもそういう発言を盛んにされているし、私もフェイスブックなどでもそれを言い続けていて、それで一人ずつ広がっていくのだと思うんです。過去に選挙で、一日一人ずつ話を伝えてくださいということをやった2ヶ月で568,008票までいきました。これはまさに伝言ゲームと言うか、昔のねずみ講みたいな広がりだけど。私はそのころ慶応でソーシャル・マーケティングを教えていまして、ソーシャル・マーケティングの原点はそこなんです。マスメディアを信じない。自分で考えて、自分で伝える。一日一人ずつ話しかけて伝えると。こういうことの蓄積だと思うんですよ。だから、ぜひ財津さんもそういう思いをお持ちだということがよく分かりますから、一日一人と、あるいはここにいらっしゃる皆さんが一日一人、自分の頭で考えろよということ伝えていただいだけでも世の中は少しずつ変わっていくのではと思います。

**曾根眞佐子** 地方や世界中の普通の生



to how to connect traditional and modern times with the future.

**INUKAI:** It is very difficult to respond. I think you can trust your instinct in designing things, thinking it may turn out beautiful or ugly.

**Masayuki MORIGUCHI:** I like Apple products. I bought an iBook and iPhone on the third day after their launches. I bought them because they suited to my way of use. It is reported that around 70 percent of Smart Phone users in Japan use the iPhone. It seems that it is only in Japan that the great majority of users hold the same product. I see here a similarity with your comment on people's character to be won over to one direction during wartime. I am afraid that politicians and the media are using this characteristic. In order to change this trend, we, the general public, should take initiative and not rely on politicians. What do you think can be a trigger for it?

**INUKAI:** I think the main cause for conformity is education under the Ministry of Education. The Ministry is developing children to become all alike. It is unnatural that growing children go to school with their heavy school bags on their backs. Children are told to eat all that they are given in their school lunch. There may be some children who have little appetite, they should be allowed to leave some food uneaten. What surprised foreigners who arrived in Japan around the Meiji Restoration was that Japanese were obedient to people in authority. The Japanese still maintain this attitude. When the authority determines which way to go, people follow easily. Beate Sirota Gordon who struggled to include the concept of gender equality in the Constitution of Japan right after WWII writes in her "Christmas in 1945" that the Japanese follow the crowd blindly, and that people tend to give in to authority.

**Masaki ZAITSU:** You said, "the state won't protect people," and this

Voice of Design トークサロン7  
犬養智子さんと2時間

活を見て回って、分かったことがあるんです。例えば、犬養さんのおっしゃる本当に美しいものを、皆さんたくさん持っているし、それを意識して、デパートなどで買い求めているだろうと思います。けれども、調査して判ったのは、一旦家の中に入ると、どこのどんなお金持ちのお家でもゴチャゴチャでものすごいです。私、もうすぐ80歳になるんですけど、もう貯まりに貯まって捨てられない、大事なもののばかりで。一つひとつはいいんですけど空間との係わりが、こんなに下手な人種はいないと思う。かつて日本式の生活は、空間を大事にして、そこに選ばれたものを置いて、出したり引っ込めたりしながら素晴らしい文化を形成してきた。しかし今、モノと空間との係わりがこんなになくなってしまった国はないと思います。個人の家に行きますとびっくりします。

もう一つ、大事なことですが、日本中の普通のまちを訪ねるというNHKの「家族に乾杯」を見ていて驚くのは、どんな地方に行っても家がみんな同じです。まず、玄関のドアは全部同じです。今までは確かにいろいろな地方にはそれぞれの建物の文化が、空間の作り方の文化があった。それが本当に消え去ったんです。全国どの地方に行っても全部同じです。東日本大地震の後、今ほとんど家を建てていますよね。そのかたちを見ていると、まさに工業製品、量産化の家。どこに行っても同じ家が並んでいる。一個一個の品物を選びぬく目は、皆さん

ちゃんとお持ちですが、こと家となると全部途切れちゃう。そしてどこに行っても同じ色になっている。これが100年経ったら日本はなんの地方色もなくなるんじゃないかと、それは嘆かましいなと思っています。「美しく自由に」はとても素晴らしいことですが、個人も含めてトータルに日本の国、そしてそれぞれの地域の色合いみたいなものをどう残していくか、つくり上げていくかも課題のような気がいたしました。

**犬養** 私、NHKは見ないんですが、本当におっしゃる通りですね。今日は参考に『斜里岳の見える家』という本を持ってきました。これは1970年代に道東の小清水町に行つてすごく感心して写真も撮つてスケッチもして本にしたものです。貧しかったけど独特の暮らしがあった。そして、そこに住んでいる友だち竹田津実という有名な動物研究家、キタギツネを書いた人が、今の町には「あなたが書いたものは全然ない」と言うんです。全部同じ、日本中同じになっちゃつたって彼がやはり言いました。本当に驚くべきですね。でもね、私、同時にローラ・インガルス・ワイルダーの19世紀の本を読むと、本当に貧しい中で彼らは少しでも家を綺麗にしようと思って洗濯をしたりカーテンを吊したりしているんで、自分の住まいへの思い入れもあるんでしょうね、やはり、不思議ですね。

**野中宏親** 衣食住でまず、洋服。ファッ



ションとか流行というのがありますね。それが1年に一遍、話に聞くと4ヶ月に一遍変わっていると言われます。例えば、テレビで何かやります、今、こういうふうになりますよと言いますと、渋谷のまちをみると、まず2週間経つとそういうものがぞろぞろと出てくる。つまり流行によって左右される。もともと、迎合という悪いくせがあるんじゃないかと思っています。それによって、日本の服飾の物資は毎年新しいものをつくって古いものを捨てる。そこにも大きな問題があります。つくるため、捨てるための労力まで含めるとエライ労力を使う。それから電気も、なんでも使う。それでいいのか。これが衣の問題です。

私、今日は雨が降っているからあまり綺麗な洋服を着てきませんけれども、これがだいたい50年くらい前の洋服です。このネクタイが30年くらい前のです。古いものでもよければ、いやじゃなければそれを着ていいと思います。

食の問題、今、冷蔵庫を大きく大きくと言っています。なぜかと言うと、住

is what is happening for people in Fukushima. Their life may get worse. I would like to discuss the so-called people of culture, those highly educated people appearing in the media. They each voice excellent opinions, but they never unite to oppose a politician, for example, who speaks in favor of building nuclear armament. They should know what to do if they consider the welfare of coming generations, but they don't take united action. Why?

**INUKAI:** It is hard for me to answer. But I understand that there are people who are earnestly engaged in social activities. Perhaps, the power of economy or money is strong.

**MIZUNO:** It is meaningful to keep on saying and fighting against the authority. I will take part in a demonstration against nuclear power plants in London, and I send my messages through FaceBook. Inukai-san is also vigorously speaking at various occasions. Each of us should convey messages to others. It is the starting point of social marketing. Do not trust mass media, but it is important that

you think yourself, and convey what you think to one person each day. We need to accumulate this action. I fully understand that Zaitzu-san, you have your views, and so I hope you will tell your opinion to others. If you all here tell your people to think yourself, then the world will change, even if only a little bit at a time.

**Masako SONE:** I have visited people in various places in Japan and other countries to find their houses to be full of things. I am nearly 80 years old, and I have saved too many things at home and cannot throw them away, because they are all precious to me. They are good, but when I consider their relations with the space in my house, I feel disgusting. In the living style in the past in Japan, people used to consider spatial coordination first, and placed only necessary things in rooms. While watching a TV program visiting families in different localities in Japan, I find that houses are similar all over. Particularly, the entrance doors are almost uniform. There

んでいるところが遠くなったので、食料を車で買いに行き、1週間に一遍しか買えないから保存することが冷蔵庫の役割になっていて、保存するために大きくして、電気の無駄ですね。

住を言います。二世帯住宅というあれほど悪い共用品はないですね。一つの家には玄関が二つあったり、台所が二つあったりです。若い人に言わせると年寄りにはグサイから、年寄りに言わせると若い人とは付き合いきれないと。どっちも別々。あんな無駄なことはない。誰もその共用品をやめようとしません。ますます住宅が増えますから、郊外郊外に行っちゃって車も必要になる。そういう状況でいいかどうか。そういうことを全部私は排除したいと思っています。

**犬養**：いいものは長く保つ。私がいま着ているこれは、ウールとカシミアの混毛で、20年くらい着ています。いいものを買って長く使うのがベストです。流行に左右されるなんて本当にくだらなと私は思う。流行に左右されたいんだら安物でも買ってちょろちょろと着て捨てることになるから。それから、人と同じ格好をしたくないというのが一番基本だと思うんです。自分の生活のスタイルを持つ。自分の着るものにもスタイルが出てくる。そしたらこれが流行ですと言われてもそれにまじかないですむんです。だからやはり自分を持っているかどうかということじゃないかしら。

2番目は、大きな冷蔵庫、これは今みたいな時代は何かが起きたら備蓄がなかったら暮らせません。大地震があったりしたらダメでしょ。冷凍庫はもちろん停電したらダメだけど、私は家に備蓄を持っています。冷蔵庫に入れなくて大丈夫なものとしてフリーザーに入れて肉やなんかは必ず持っています。パンも冷凍してあるんです。

それから3番目の二世帯住宅はダメというのがよく分からないんですが、私は一つの家にお舅さんたちと若夫婦が住むのは軋轢のもとだから、二世帯住宅で独立と心の休まりを持つのは、一緒に住むよりいいと思いますね。本当はもっと別々の家がいいと思いますけど。

**野中** 一つの釜の飯に食うことで心が通じ合うということもあります。

**犬養** それはダメ、絶対にダメです。だって好みも違うし、生活の時間も違うし。それは別にしている方が双方の幸せです。

実は私の父は98歳まで長生きして、96歳くらいまではピンピンしていましたけれども、1階と2階に息子の家があり、父は3階に住んでいた。入口も別です。彼は階段で3階まで上がるんです。食事全部自分でやっていました。自分でやる工夫が、頭がクリアならできるんですね。やはりその方が双方ハッピー。

**松下洋** 今、犬養さんがジャー炊飯器な

んかいらないとおっしゃいましたね。私はそれいいと思うんです。私のうちは二世帯です。母がおります、87歳です。ジャー炊飯器を使いません。鍋で全部やっています。若いほうはジャー炊飯器を使っています。だから世代によって時代によって道具は変わる、と。私は実はジャー炊飯器をつくっています。

**犬養** いまの炊飯器は、私には巨大芋虫みたいに見えて、キライです。

**松下** 今、世界中に私のつくったジャー炊飯器はアメリカでも少しですけど、それからヨーロッパでも中国でも売っています。デザインもどういいうわけか芋虫になっております。

**犬養** ボタンがすごく多いでしょ。押すところが。

**松下** 今はそんなにないですよ。新しいのをご覧になっていないと思うんですけど。

**犬養** それは見ていません、だってやめちゃったんだから。

**松下** 一度セットすればいいようになっている。それじゃ今度お持ちしましょうか。

**犬養** いい、いい（笑いながら、いらない、の身振り）

used to be different local colors in the style of houses. But, houses built after the March 11 earthquake look all alike, as they are mass fabricated industrial products.

**Hirochika NONAKA**: I hear that fashion changes quarterly. If a new fashion is introduced on TV, streets in Shibuya will be filled with clothes of that fashion two weeks later. Apparel makers in Japan manufacture new clothes and abandon old ones in inventory. It is a waste of resources and energy. The Japanese young people are too easily affected by fashion trends. The jacket I wear today is 50 years old, and the necktie is 30 years old. Refrigerators are becoming larger. As people live afar from their workplaces, they buy groceries once a week and keep them in them. Dual-family houses are a waste of resources. There are two entrances and kitchens and so on in one house. It is wasteful.

**INUKAI**: High quality things last long. I buy good quality things and use them for a long time. It is ridiculous to be affected by fashion trends. If you have your own style, then, you won't be affected. A large refrigerator is a necessity today, because we need to have a reserve of food in case of earthquake and other disasters. I am in favor of dual-family houses because it is a better choice to avoid trouble between older and younger families.

**NONAKA**: They may have better communication by eating together.

**INUKAI**: No, it is not recommended. Preferences in food are different, and time schedules are also different.

**Hiroshi MATSUSHITA**: We live in a dual-family house. My mother is 87 years old and she does not use an electric rice cooker, but my wife uses one. I admit that people prefer different cooking tools according to their generations. I am making the rice cooker at my

Voice of Design トークサロン7  
犬養智子さんと2時間

**佐野** 今日は他にもメーカーの方が何人もいらしてます。松下さんには絶対に腹を立てないでくださいとお願いして参加してもらっています。それから、秤のデザインのタニタの方もいらっしやっています。

**犬養** 秤、あ、うちもタニタを使っていますよ。とってもいい。あのね、私、毎日猫の餌を量っているんです。それからコーヒーの目方も量っている。タニタの平たいやつ。わりと電池が直ぐにダメになるのね、あれ。でもね、タニタなしだったら困る。それからもう一つ、雑に量る方はフランスのテライオン、松屋銀座のデザイナーズコーナーで売っているあれ。でもタニタはとて結構ですね。あれ壊れたらぜひまたお宅から買います。

**生井珠里** プラスティックの家庭雑貨の会社でレックと言います。お風呂の椅子やタオル掛けなど製造しています。フックが一番多いです。

**犬養** フックのいいものが私は実に欲しい。フックはとて具合が悪いのが多いんです。だから、何かカタログでもあったらいただきたいわ。

**佐野** それから今日は、メーカーが自分たちが本当にほしいものをつくってくれないので自分たちでやろうという仕組みをつくった人がきています。「空想

生活」の西山浩平さんです。

**西山浩平** 先にユーザーの方からこういうものが欲しいというのを、インターネットに上げてもらい、不買運動ならぬ予約運動みたいなものを練り広げて、メーカーが「これだけ買いたい人がいるのなら、つくってみてもいいよ」というところまでその運動を続けて、いろんな事情でできないものを経済の力でなんとか動かしましょうということを17年間やっております。

**犬養** すばらしい。私ぜひつくっていただきたいものがあるんです。それはTOTOがつくるのをやめたバスタブの栓です。というのは、普通は平たい丸い円形の厚みのあるあれを入れるでしょ。だけどあれは屈んで入れなきゃダメ。落としただけじゃダメ。TOTOは昔、ゴムの玉の栓をつくっていたんです。それならボーンと落とすだけでいい。そのかわりあまりキチッとハマらないらしくて、バスタブで短時間ならいいけど長時間はダメなのかも、理由はよく分からないけど、つくるのをやめたんですね。リーガロイヤルホテルがあの栓でした。

**佐野** 水野さん、そろそろ時間ですね。

**水野** 今日は永遠の少女というか、永遠の若者というか、いつもすばらしい頭の柔らかさ、発想のすばらしさで舌を巻いております犬養智子さんにお話をいただきました。犬養さんは日本デザイン機

構の理事もお願いしております、熱心に参加をしていただいているんですが、これをご縁にまたメンバーでない方もぜひ日本デザイン機構に参加をしていただきたいと思います。これは、今日司会をした佐野さんの努力の賜物でもあります、こういうトークサロンをずっと継続してやっております。特に、今日が初参加という方もいらっしやるようですので名刺交換などをしていただきながら、先ほど私が申し上げましたように人の輪が広がっていくと、私の知り合いの計算によると、1ヶ月間今言ったことを繰り返して伝えていくとほぼ日本全人口に伝わることになるそうです。今日の犬養さんのお話を伝えていくと日本もどんどんよくなるかもしれません。今日は本当にお疲れさまでした。ありがとうございました。

犬養智子（いぬかい）ともこ

評論家・作家。東京生まれ。1954年、学習院大学政経学部政治学科卒業。米国立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学科に学ぶ。帰国後、シカゴ・デイリー・ニュース東京支局に勤務。女性と高齢者の自由・自立・尊厳 保持を最大のテーマに著作活動を展開。環境と地球問題に広く関心を持ち、国や自治体の審議会、民間の委員会にも多く参加、市民の意見を反映させることに尽力している。近著に『シニアに優しい道具たち Whole Senior Catalog』（共著・小学館 2005）。理事を務める日本デザイン機構では『クルマ社会のリ・デザイン-近未来モビリティの提言』（鹿島出版会 2004）、『消費社会のリ・デザイン 豊かさとは何か』（大学教育出版 2009）に共同執筆。企業本位でない市民主体のデザインと生産を主張している。現在、ネコの本を執筆中。

company. The product I made is now sold in America, Europe and China, although the numbers are small.

**INUKAI:** I don't like the caterpillar-like form. Besides, there are so many buttons which are confusing.

**MATSUSHITA:** New ones have few buttons. You can use it after you set your preference only once.

**SANO:** We have people from different manufacturers including those from TANITA of scales.

**INUKAI:** I use a TANITA scale at home to weigh coffee and food for a cat. I only regret that the batteries are exhausted soon.

**Jyuri NAMAI:** We manufacture bathroom chairs and towel rails and rings. Hooks are our major products.

**INUKAI:** I want good hooks, as many today are not good enough.

**SANO:** Kohei Nishiyama who has built a system to ask manufacturers to make what users want is also here.

**Kohei NISHIYAMA:** I have collected consumers' voices as to what kinds of products they want, and when a certain number of requests is reached, we ask a manufacturer to produce it.

**INUKAI:** It's wonderful. I have one request. It is the bath plug, like a rubber ball that TOTO used to make years ago. I just dropped it but now I have to bend deeply to put the flat round one.

**MIZUNO:** I am always amazed with Inukai-san's youthful and flexible thinking. I hope you will continue to convey her messages to people around you.

## 事務局から

### DesignDOO! はじまる

日常生活で出会う社会のさまざまな仕組みやサービス、何気ないモノや人々の行動などについて、ほんの少しの工夫をするだけで、毎日がより楽しくなったり、少しだけ問題が解決したり、人とのつながりが深まったりすることがあります。

こうしたことを背景に、日本デザイン機構では、DesignDOO! という新たなプロジェクトを立ち上げました。このプロジェクトは、身近な社会問題についてソーシャルデザインの視点から解決のアイデアを考える、公開ワークショップです。

ワークショップには次の4つのコースを設定しました。(1) 多様化、多文化社会の人々をつなげるマチやモビリティを検討する「つながりのデザイン」(2) 現代社会を様々な関係性から捉え返し、問題発見する「気づきのデザイン」(3) デザインにおける課題発見・解決の道筋を社会し共感の仕組みを探る「共



感のデザイン」(4) デザインの想像・創造力を養う、仕組みや場、媒体を考える「学びのデザイン」。各ゼミは、それぞれいくつかのテーマについて、キュレーターと参加者によるゼミ形式で進め、およそ半年から1年をかけて、課題テーマについて解決を考える作業を行ないます。また、年齢、職業、専門分野の如何を問わず、社会をより良くすることに積極的に関わろうとする方であれば、どなたでも参加することができる開かれたものとします。

DesignDOO! の立ち上げに際し、2014年9月19日(金)にフラッグスカフェ&ダイニング(東京 新宿)にてキックオフパーティーを開催しました。参加希望者、賛同者、他の方々に趣旨などを説明しながら懇親を深めました。

### Voice of Design トークサロンフェーズ2

Voice of Design トークサロンは3.11を「考える機会」とし、2011年11月から2014年3月まで、実体験をもとに「今の共有」をシリーズテーマに7回開き、各分野の論客をお呼びしました。3.11は自然の脅威と同時に人間社会の実態を徹底的に露呈し、人々は不安に陥り将来ビジョンを渴望しましたが、このサロンではビジョンの基盤となる諸要素を、従来社会の偏重や自省を含めて再確認することとなりました。語られた多くの根本から「個の自立」と「内発性」をキーワードに抽出しましたが、そこから「個をつなぎ社会化する仕組み」の構築や、

「文化の根源である内発性」が認識されました。ここまでの3年間をフェーズ1として、本年より第2フェーズの展開を図ります。

第2フェーズでは、「次代への展望」すなわち「21世紀地球社会へのパラダイムシフト」を新テーマとします。そして「ソーシャル・シンクタンク」としての日本デザイン機構という立場に立ち、共に学び共に行動する人々との輪を拡げ、これからのネットワーク社会における「新たなプラットフォーム創り」を目指すつもりです。

今、さらに広がりつつあるデザインの世界には、地球環境問題はもとより、多文化問題、ネットワーク社会問題、さらには、個の尊厳と社会集団における存在価値など、文化文明を巡るさまざまな課題に対する、新たなイノベーションが求められています。そこには「デザインの戦略的未来創造」「新たなモダニズムの形成」「地球社会のデザイン学確立」等、多くを求めるとさまざまな声(Voice of Design)が聞こえてきます。

単に現在の危機からの脱出に留まることなく、ますます見えなくなる社会の実態を可視化し把握し得る「Visionary Gate」、すなわち、「将来を見通した新世界への道」を探究せねばなりません。既存の専門分野を越え、関連領域との間の、まさに「垣根なき連鎖」を目指し、私たちの未来への想いに潜む「感性の地球儀」に新たな息吹を吹き込みたいと考えます。

## From the Secretariat

### Design DOO!

JD initiated a new project titled Design DOO! It is an open workshop to discuss and consider solutions to social problems surrounding us.

- 1) Design for linkage to examine towns and mobility to connect people in a diversifying and culturally multiplying society
- 2) Design for awakening to re-examine the contemporary society from different angles of relationship and to identify problems
- 3) Design for developing empathy through socializing the steps to discover design challenges and to creation of a mechanism for developing empathy
- 4) Design for education to create a mechanism making use of media and opportunities for learning and developing imagination and creative competence

### Voice of Design Talk Salon Phase 2

JD has held 7 sessions of Talk Salon Phase 1 since November 2011. The general theme has been "Sharing the present" and presenters have shared their experiences within their specialties with the audience.

Talk Salon Phase 2 from this year will be held under the theme of "perspective to the next generation," or "paradigm shift in the global society in the 21st century."

In the ever-broadening world of design, innovations are required for various problems including global environmental issues, problems in multicultural and network societies, and individual dignity and the value of presence in social groups. There are diverse voices of design such as "the strategic creation of the future through design," "the formation of new modernism," "the establishment of design science for global society," and so forth.

We would like to explore a path to a new world, for this purpose, crossing over the existing specialized fields is necessary in order to quicken the "globe of emotions" that exists deep in our ambition.

## 2014年通常総会とVoice of Design フォーラム「オピニオンズ」開催

2013年6月12日(水)日仏会館(東京都 恵比寿)にて、日本デザイン機構2014年通常総会を開催しました。2013年度事業報告および活動計算(収支報告)・監査報告、2014年度事業計画および活動予算・今後のテーマ・活動形態・運営体制・広報方法・財務対策・会員増強などを討議し承認されました。

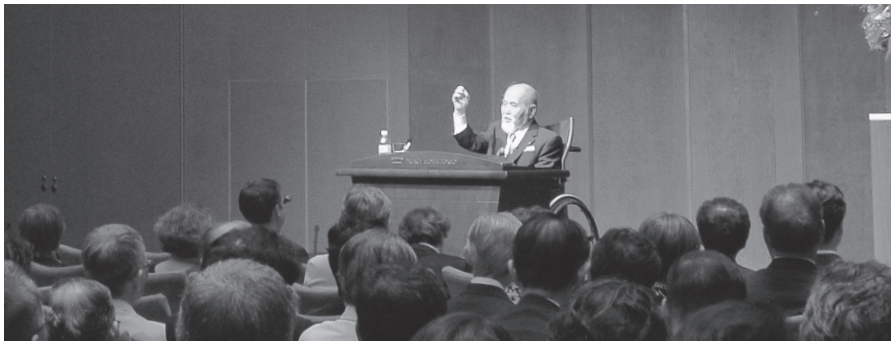
総会後には、同会場にてVoice of Design フォーラム「オピニオンズ—今、何が必要か」を開催しました。このオピニオンズは、昨年の総会時にも「今あらためて問う「デザインとは」」をテーマに開催し、今回はその第2回目となります。当日は、さまざまな専門分野で構成される当会メンバーから5名がプレゼンターとなって課題提供を行ったあと、参加者と活発な議論を展開しました。討議内容は本誌p2～p.10をご覧ください。

## 栄久庵会長、伊デザイン賞受賞

GK デザイングループ会長で当会会長の栄久庵憲司さんが、イタリアのインダ

ストリアルデザイン協会(ADI)とADI基金が主催する第23回コンパッソ・ドーロ賞で国際功労賞を受賞しました。コンパッソ・ドーロ賞は、1954年に創設された欧州で最も古く影響力のある国際デザイン賞です。今回の受賞は、日本のデザインの規範として、国際インダストリアルデザイン団体協議会の多大なる支援、日本国内外におけるデザイン振興、メタボリズム(1960年代に日本で生まれた建築運動)の創設メンバーの一人として等、栄久庵会長の生涯にわたる功績が評価されました。功労賞は、国際賞では栄久庵会長の他にブラウンのデザインを手がけたディーター・ラムス氏と米国のアップル社、イタリア国内賞ではジョルジョ・アルマーニ氏などの方々に授与されました。

受賞を記念した講演会・祝賀会が、9月9日(火)17:00よりパレスホテル東京(東京 丸の内)で開催されました。栄久庵会長と交流のある大使館関係者・企業・デザイン界・メディア等500名を超える方々の出席を得て盛大に執り行われました。



## 編集後記

筆者は2009年からJDに参加しているが、近年の動きはベテラン層から若年層へのアプローチ(トークサロン、オピニオンズ)と、若年層の強化(Design DOO!)の二つにまとめられる。これらは世代を超える対話の可能性と、各々の実務で忙しい年代の中での対話の可能性を探るものである。デザイン思考の有用性を特に公共団体むけに主張することも重要だが、一方でデザインについても議論が必要なのか、やるべきことがあればただやればよいではないか、という実務の年代にありがちな姿勢を超える価値も示したい。実務から乖離した理論や歴史ではなかなか受け入れてもらえないので、場数を踏むことで筆者個人も鍛えさせてもらっている。議論と参加者双方の拡大を念頭に活動していきたい。(天内大樹)

VOICE OF DESIGN VOL.20-1

2014年11月12日発行

発行人/栄久庵憲司

編集委員/迫田幸雄(委員長)、鳥越けい子、

薄井滋、天内大樹、矢後真由美、

西山誠

南條あゆみ(事務局)

翻訳/林 千根

発行所/日本デザイン機構事務局 〒171-0033

東京都豊島区高田3-30-14 山愛ビル2F

印刷所/株式会社高山

VOICE OF DESIGN Vol.20-1

Issued: Nov. 12, 2014

Published by Japan Institute of Design

3-30-14 Takada, Toshima-ku, Tokyo 171-0033 Japan

Phone: 81-3-5958-2155 Fax: 81-3-5958-2156

Publisher: Kenji EKUAN

Chief Editor: Yukio SAKODA / Translator: Chine HAYASHI

Printed by Takayama inc.

日本デザイン機構は法人会員 株式会社GKデザイン機構、ヤマハ発動機株式会社と個人会員によって支えられています。

## General Assembly for 2014 and Voice of Design Forum

The JD General Assembly was held on June 12, 2014 to approve the activity report, financial statement and auditing report for 2013, the proposed activity plan, budget and themes for activities for 2014. After this, the Voice of Design Forum "Opinions - What is needed now" was held. The forum consisted of five presentations followed by an exchange of views.

## Chairperson Ekuan received an Italian Design Award

Kenji Ekuan, Chairperson of JD and GK Design Group, received the 23rd Compasso d'Oro Award for International Merit sponsored by the Association for the Industrial Design (ADI) and ADI Foundation in Italy. He was honored for his career devoted to the promotion of industrial design both in Japan and abroad, and supporting international industrial design organizations. Dieter Rams of Braun, Germany and Apple Inc., U.S.A. also received the same award. In the evening of

September 9, 2014, a memorial lecture and reception was held in his honor at the Palace Hotel Tokyo.

## Editor's Note

Recent JD activities can be categorized as approaches by veterans to younger people (Talk Salon and Opinions) and activities to build capabilities of younger designers (Design DOO!). These programs aim to promote dialogues among different generations and also among people working in different fields. There may be people who wonder if discussions are required for design, and those who may think, "Designers should do what they are expected to do." We would like to present the concept that there is greater value to be found in going beyond these types of attitudes that tend to be common among people engaged in design business. We should continue our programs considering the potential expansion of the scales. (Daiki Amanai)