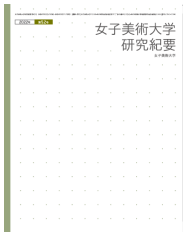


「デザイン環世界」の探求：短期大学部デザインコース「デザイン論」の講義設計と実践

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 女子美術大学 公開日: 2024-08-31 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 中島, 郁子 メールアドレス: 所属:
URL	https://joshibi.repo.nii.ac.jp/records/2000044

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

研究報告

「デザイン環世界」の探求

短期大学部デザインコース「デザイン論」の講義設計と実践

▸中島郁子

1. はじめに

本稿では、2021年開講から2023年執筆時まで三年間28回にわたる、女子美術大学短期大学部造形専攻科デザインコース「デザイン論」の講義について、設計プロセスとカリキュラム実践、履修生のリアクション、各回トピックスなどを報告する。その上で、本講義を通した学びについて考察する。

1-1. 講義概要

本講義では、極めて複雑かつ混沌としている現代社会の〈デザイン〉を学ぶにあたり、履修生全員が当事者意識と共感を持ち合えるよう、「自分をとりまくデザイン（以下〈デザイン環世界〉ref.1-2.）」に注目し、基本概念としている。

一つの製品あるいはサービスの中には、多種多様な〈デザイン〉が存在する。それらのデザインは、「購買欲を喚起するアピアランス」「使いやすさや可読性の追求」「技術的要件」「製造コスト」など、数多くの条件を解決した結果である。それぞれの要素は「時系列順」「上流と下流」「ステイクホルダー」など、いくつもの関係性を構築し、まるで一つの生態系のように共存している。しかし、人々は普段の暮らしの中で、これらの要素や系を自覚してはいない。

また、デザインの現場において、デザイナー＝ユーザとは限らない。デザイナーが当事者である場合の方がレアケースである。デザイナーが「自分ではない誰かのためのデザイン」を創り出すためには、常に誰か＝ユーザを意識し、共感しながら行動する必要がある。

履修生がデザインの各要素と関係性に気付き、広い世界を知るためには、どのようなメソッドが有効か。当事者として他者や状況へ共感を持ち合うために、プロジェクトを意識するためには、いかなるナラティブが発端となり得るか。あるいは、専攻科生ならではの特異点は何か、どう取り入れるか。これらのことをリサーチクエスチョンとし、カリキュラムを起案した。

本講義は、履修生が「ボールペン」「おいしいスイーツ」「わたしのまち」など、誰にとっても身近なテーマから、〈デザイン環世界〉を探ることから始まる。あらためて観察してみると、製品内に潜むデザインについて、自分たちが無自覚であった事実に驚く。未知の領域に次々と出会い、多種多様なデザインの要素に気付く。次に、観察で得た情報の分析を試みる。誰の仕事かデザイナー名まですぐにわかる場合もあるが、実際のデザイン成果物では、複数の領域が重なっていて分類できない・デザイナーがどこまで従事しているか不明などの場合も多々あり、「グラフィック」「プロダクト」などと、単純に仕分けられないことを知る。

そして、〈デザイン〉は製品内だけでは完結しない。開発〜製造〜流通〜販売などユーザに届くまでには数多くの段階がある。製品を手にしても終わりではない。販売の結果が次の開発に活かされるように、あるいは廃棄〜リサイクルのように、各要素は枝分かれしながら循環を繰り返す。

自分の内面世界を探索するセッションもある。「かわいい」などのイメージを手を動かしながら探り、内なる〈デザイン環世界〉にアクセスを試みる。

カリキュラムが進行するにしたがって、履修生は自分をとりまくありとあらゆるモノ・コトがデザインされていることを知覚する。そして、「そのデザインは良いのか悪いのか」「自分は何が好きで何が嫌いか」「将来どの領域に所属したいのか」など、独自に評価を始める。

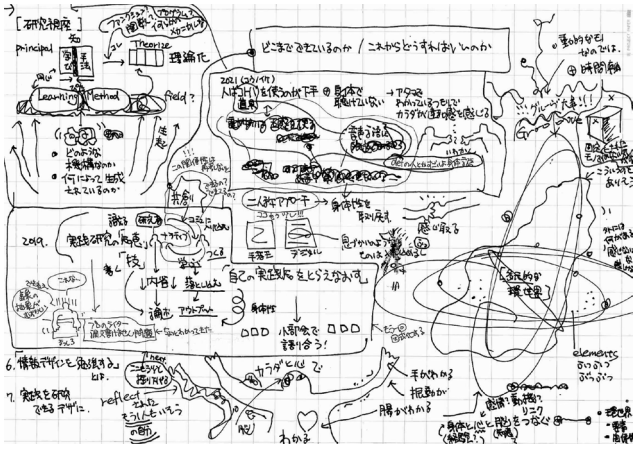
本講義を通して、履修生は〈デザイン環世界〉を好奇心の赴くまま自由に歩き、さまざまな領域を知り、共感し、当事者意識を手に入れる。価値を正しく評価する力も育む。このことによって、デザイナーとしていかなる現場においても、対峙できる視点を得る。

この視点は、ユーザとしての「デザインの目利き」となり、豊かで楽しい日常生活にもつながるだろう。

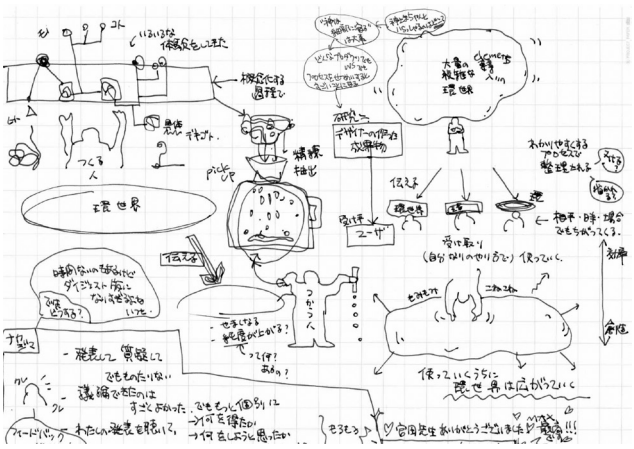
1-2. 概 念

本稿における〈デザイン環世界〉とは、自分（あるいは人々）をとりまく〈デザイン〉には多種多様な要素が存在し、それぞれが関係性を構築し、循環していると捉え、言語化とイメージ化を試みる筆者の概念である。

かねてから研究対象である地域コミュニティと地場産業



［写真 1］〈デザイン環世界〉イメージ図（2023・筆者）



［写真 2］「デザイン実践者が見ている環世界」[6]
「微生ぶつぶつ会」[8] 筆者ノート（2023）

において、「ヒト・モノ・コト」ありとあらゆる事象が生態系のように関係し、有機的に動いているさまに強い興味があり[1]、開講にあたって取り入れたいと考えた（ref.4-1.）。この系を〈デザイン環世界〉としたのは、筆者が所属する「日本デザイン学会情報デザイン研究部会（以下「Info-D」[2]）における議論が発想の原点となっている。

「Info-D」では月一回ペースで、一つのテーマを語り合う部活動「オルタナティ部（2021 〜）」[3]を実践している。各回、部長がテーマを決める。研究者・学生・企業デザイナーなど異なる立場の部員たちが（概ねリモートで）集い、テーマを軸に各自の知見をもちよる。語り合いによって、さまざまな気付きや視点が生まれ、共有される。各自がもちかえった知は、それぞれの現場において、あらたな一歩を踏み出す力となる。構造化された知は大会や学会誌で発表され、再び深く熱い議論を創出する（ref. 日本デザイン学会テーマセッション「自己のデザイン実践知をとらえなおす（2021）」[4]「『足元の WHY』を問い直す（2022）」[5] ほか）。

2023年テーマセッション「デザイン実践者が見ている環世界」[6]では、生物学者・哲学者ユクスキュル（Uexküll）による概念〈環世界（Umwelt）〉[7]と〈デザイン学〉を関連付け、幅広い議論となった。筆者における〈デザイン環世界〉＝「生態系のように、人々をとりまくデザイン（＋各種要素と関係性）」という概念およびビジュアルイメージは、この議論に大いに触発され、〈デザイン環世界〉とした。

「Info-D」でおこなわれている議論は、現在進行形である。また、立場や職種だけでなく、認知科学・環境生態学ほか幅広い領域の研究者が参画しているため、人によって概念の捉え方と適用範囲は大きく異なる。その多様性ゆえに、人々がそれぞれの知を一つに持ち寄ることが可能となり、より多くの関心を集め、活発な議論を引き起こす場となっている。

本講義に〈デザイン環世界〉の概念を取り入れた最も大きな理由は、誰もがイメージできる〈生態系〉をメタファーとすることによって、「自分をとりまくデザイン」のさまを説明しやすいからである。身近なデザイン事例を取り上げ、「デザイナーとユーザとの関係」「成果物に至るまでのプロセスと時系列」「各要素の関連と循環」などのイメージを容易に図示できる。構造を視覚的に解説することによって、事象の全体像と関係性の世界観が一目で理解できる。事例から概念を、概念から事例へと、往来しながら論点を構築することも可能である。

1-3. 実施状況

［仕様］金曜日三限・各回 90 分
［専攻］グラフィック・メディア・スペース・テキスタイル

実施年度	期間	講義回数	履修者数
2021	6/25 〜 10/15	10	16
2022	6/24 〜 10/14	9	33
2023	7/7 〜 10/27	10	16

2. 背景

本項は、研究の背景となる、デザインを学ぶ学生たちをとりまく現況と履修生の特徴について考察する。

2-1. 時代の変化に伴う「デザインの変容」

デザインは時代と共に大きく変容する。1980年代前半筆者の学生時代は、バブル以前の高揚した消費ムードと高品質なクリエイションに満ちていた。ごく普通の日常生活で、TVCM・雑誌・駅ポスター・ウインドゥディスプレイなどから、最先端のデザインカルチャーに触れられた。それでも常に新しい情報を求め、デザイン専門誌を隅々まで読み、展覧会やショップに通い詰めた。デザイナーズブランドや海外電化製品など、ファッションやモノへの欲求も強かった。

2020年代、デザインコンテンツは激変した。TVCM は高齢者向け健康情報が主となり、雑誌・書籍は書店と共に消滅の危機に瀕している。雑貨・インテリアショップは100均とローコストショップに駆逐され、エッジの効いた製品

が並ぶショップに立ち寄り、現物を手に取って確かめるような日常はほぼ失われた。

まちの姿も大きく変容した。新宿・渋谷は再開発で大きく姿を変え、観光地はインバウンド観光客で溢れかえる。地方中核都市の衰退は顕著であり、地元に帰ってもたいがい駅前はシャッター商店街、ショッピングは大規模モールである。コロナ禍は中央線沿線のような独自文化にも大打撃を与え、吉祥寺中心部ですらシャッターを下ろした店舗が現れ始めている。

では、今の学生たちはどこで〈高品質なデザイン〉に出会い、手に入れているのだろうか。試しに、履修生に「どこでモノ買うの？」と問いたところ、「ネット。ショップはノイジーで嫌い」「気になるのを見かけたら、あとでポチる」「一目惚れしたのはその場で買う」と、予想以上に WEB 主体の購買行動である事実を知った。「高額商品を扱っている店舗に行き、実際に触ってみては」と提案してはみたが、日常体験とは程遠い。

駅前やモールには似たようなチェーン店が軒を並べ、全国どこであっても同じ情報が同じタイミングで入手可能である。自分が欲しい商品を手に入れるために、わざわざショップまで行く必要はなく、ワンクリックで〈高品質なデザイン〉に出会える。

〈高品質なデザイン〉の定義も変化している。すでに、販売価格は判断基準ではない。高価＝高品質ではない。ファストファッションとロープライスブランドの努力は、高機能で消費者のニーズを満たす〈高品質なデザイン〉を充分に達成している。コミック・アニメ・ゲームは、日本が世界に発信できる最強のコンテンツ群である。履修生も筆者も世界に誇るべき文化基地、「中野ブロードウェイ」[9] が大好きだ。「Pixsiv」[10] や「デザインフェスタ」[11] など必ずしも生業を目指していない人々による創作物、二次創作のような原典ありきのアウトプット、AI による成果物も一般化した。デジタルファブリケーション技術を使えば、成果物を無限に複製することもできる。

このような時代の変化に対して、〈デザインの価値〉をどのように判断すべきか。たとえば、スペキュレイティブデザイン[12] 的な未来予測として、「すべての製品とサービスはほぼ無料に近い最低価格しか許されない＋ハイブランドと伝統工芸品はすでに絶滅した世界」を仮想した場合、「華美なデザインは違法となり、（禁酒法時代のように）アンダーグラウンドとして流通する」なのか、あるいは「人々が過度な物欲から解放され、平等な消費生活を享受する」なのか、どちらもあり得る。誰にも未来は予測できない。

今年の学生たちにも必ず、〈次世代によるデザイン〉に戸惑う時が訪れる。時代の変化に柔軟に対応するために、デザインの現況を常に眺め、自らの価値判断力をアップデートし続ける必要がある。

2-2. 作品取材と行動観察

本講義の趣旨は、履修生個々の作品について造形的課題を探し、指摘することではない。講座を設計するにあたり着手すべきは、専攻科生として学ぶべき〈デザイン〉の探求である。そこで、彼らのプロフィールとニーズに少しでも近づけるよう、アウトプットと行動を常に観察・分析し、考察を続けている。三年間の展示作品と会場から得た観察結果を記す。

[2021年女子美祭・卒業（修了）制作展]

全体の印象として、「自らの小さい、けれども美しい透明な世界をとても大事にしている」と感じた。特に、「どこかで見たような」ステロタイプではなく、独自の表現を追求している態度が各所で見られ、大変良い印象を持った。コロナ禍で孤独と闘いながら自らを見つめ、制作に打ち込んだ、彼らの胸中は察して余りある。また、全てリモート講義であったため、会場にて初めて顔を見ることができたことも、感慨深かった。

[2022年女子美祭・卒業（修了）制作展]

Info-D 所属の大学院生たち（情報デザイン系・男子二名）が同行した。筆者の印象は前年度と同様だったが、同世代たちの反応は全く異なった。彼らは口々に熱意を持って、「他美大では出会えないような（個人の嗜好が強い）独自表現が多い」「新鮮で非常に面白い」「記憶に残る」といった感想を述べた。「（情報系専攻にとって）美大ならではの、（手を動かして創り出す）表現力に圧倒された」という言及も興味深い。先に述べた、同時代の感覚に鋭く刺さる、本学独自の表現力と発信力の存在について、ある程度の裏付けを得たと考えられる。

[2023年（ref.2021年卒業制作展図録）]

印象、傾向共にほぼ例年通りであった。特記すべきは、製品デザイン・インテリア系専攻の学生が減少し、メディア専攻の比率が増加した。キャラクターやゲームの発表が特に多い。この傾向が続くようであれば、カリキュラム内に、メディア関連知見を増強するようなテーマおよびモチーフを取り入れる必要がある、と考えた。

2-3. 専攻科生の特徴

卒展会場における学生たちの作品と行動分析によって、いくつかの特徴および傾向を発見した。

学生たちの表現意欲は旺盛で、発信力もある。描画力や構図感覚など技術的問題は若干感じたが、(四年制換算で)三年次と捉えれば許容範囲であり、四年間を経た卒展と比較しても、充分なクオリティを達成している作品も多々見られる。加えて私見ではあるが、本学学生が発信するイメージは、「ラフォーレ原宿」[13] など原宿界隈に見られる最先端の「KAWAII」ファッション系の世界観に非常に近く、カラーリング、デコレーション、モチーフなどに共通項が多々ある。特定のジャンルにおける同時代性は、アドバンテージであると言えよう。

一方、学生たちのコミュニケーション欲求の希薄さが気になった。鑑賞中に、学生が話しかけて来ない。当番以外が展示会場内におらず、いても仲間内だけで集っている。感想を残したくても、ノートは疎らにしかない。コロナ禍であったとはいえ、些か寂しい。

過去に訪問した他校卒展において、コロナ前ではあったが、作家による働きかけは非常に積極的であった。自作の脇に貼り付き、コンセプトについて熱心に語り、感想と評価を求めてくる。展示空間およびパネルの完成度も高い。卒展会場は観覧だけではなく、語り合う場としても機能していた。(ref. 近年〈ギャラリーストーカー〉問題が深刻化、来場者との交流は大幅に規制される可能性あり)

卒展で出会い、SNS を通じて交流が続いている元学生は何人もいる。この違いの原因は何か。

2-4.〈美大あるある〉とコロナ禍からの解放へ

多くの美術大学デザイン科では、個人の造形力と美意識に基き、身体的活動を伴う〈作品〉に取り組む。しかし、(成果物もプロセスですら) 他者との協働が大前提である〈デザイン〉ではなく (おそらくアートでもない)、聴衆から「何が言いたいのかわからない」「作者だけが楽しんでいる」「流血など気持ちの悪いテーマ」「厨二病」と残念な評価をされてしまう〈作品〉が、毎年どの大学においても一定数見られる。典型的な〈美大生あるある〉(ref. 筆者周辺で使われている造語) である。筆者にも黒歴史として、身に覚えが大いにある。

本学学生に〈美大生あるある〉現象は見られるのであろうか。散見した限りでは、その傾向は若干見受けられたものの、大多数はそうではない。基本的に、美的感覚・美意識で彩られている。作品からは「わたしはこう言いたい」「わたしが思うかわいい、キレイを見て」といったメッセージが強く発信されている。筆者と同行した学生たちとで、「(発信力が強すぎて) 見終わった後にどっと疲れた」と感想を言い合ったほどである。

つまり、本人たちの所作はおとなしいのに、表現は騒がしいのである。このコントラストには、どのような原因があるのだろうか。

考えられる理由の一つは、コロナ禍の影響である。リモート授業と自宅制作では、学生同士の対話や共同作業、円滑なコミュニケーションは難しい。(時系列は前後するが) 2022年スケッチなど実技を取り入れた講義内にて、「他人の制作プロセスをリアルに観るのは初めて」という感想を聞いて、大きな衝撃を受けた。それまで、美大では場を同じくする他者の制作物とプロセスから受ける影響は極めて大きく、通学する意義でもあると捉えていたが、履修生たちには制作を通した共通体験がない。コミュニケーション欲求を持つ以前に、必要性を感じないのかもしれない。

もうひとつ、「他者の評価が怖い」という推察もできる。本学では、美術予備校などで苛烈な競争を経験した学生は少数派である。閉ざされた環境下で静かに制作を続けていたとすれば、自作品に対する批評を受けることは極めて辛い経験かもしれない。あらためて検証してみると、卒展会場で積極的な態度を見せたのは、美術予備校を経ないと難しい美大、あるいは地域実践などコミュニケーション専攻の学科など、外部の批評に対して耐性のある学生たちであった。

これらのことから類推し、本学学生たちは他者の評価や比較からではなく、自分自身のリフレクション、「心の声」のような内面から湧き上がる感情を熱源として制作しているのかもしれない、という仮説に至った。表現手法やナラティブの独自性と強さ、相反して世界観の狭さと脆さについての気付きは、履修生たちに何が欠けているのか、何をどう補填していくかなど、考察するための素材となった。

学生時代は小さく美しい世界の住人であったとしても、デザイナーへの道を選んだからには、辛辣で残酷なコミュニケーションと評価が、ありとあらゆる方面から降ってくることを絶対に避けては通れない。履修生たちが外の世界を恐れずに歩み、他者との対話を通じて共感を育み、自発的に学びながら積極的に表現できるような、魅力的なカリキュラムとテーマを構築したい。

設計するにあたり、達成すべき項目が徐々に徐々に明らかになってきた。

3. 動機

本項では、私的なエピソードから基本概念まで、研究の動機に至る経緯を述べる。

3-1. 女子美術大学の教育方針との出会い

過去筆者には、女子美術大学の教育方針に触発された経験がある。小さな私的な出来事であり、約35年の月日が経っているため、具体的な日時や発言者、内容を特定することは不可能であるが、本稿執筆の強い動機となった特記事項であるため、ここに記述する。

日時・場所：1986年頃、女子美術大学杉並校舎にて実施された大学入試説明会（参考作品の記憶からおそらくデザイン科？）
当時の立場：美術予備校「ふなばし美術学院」デザイン科主任講師（専任）
話者：当時の学長先生（特定できず）
内容：――（概略）→（前略）
「我が校の目的は、プロのデザイナー（および作家）への道を邁進するだけではない。生活者として、一生を通してデザイン（および美術）と共にある日々の暮らしを大切にしたい。（女子大という特性から）学生たちは卒業後、結婚、出産、介護などのライフステージと向き合うこととなる。制作を中断せざるを得ない場合も多々ある。しかし、諦めずに時間を見つけ、『バスタブで染め物』『キッチン脇で機織り』『絵手紙』などを通して、ぜひ、制作を続けて欲しい。子供はあっという間に巣立つ。その時が来たら、昔アトリエを同じくした仲間たちと集い、展覧会を開催するも良し。お教室を開き、人に教えるのも楽しい。このように美と制作活動を楽しみながら日々を暮らすことは、素晴らしい人生である」―（後略）

この談話は、創作の魅力と暮らしの楽しさを伝え、学生たちを尊重する素晴らしい思想である。筆者は東京藝術大学デザイン科で6年間学んだ。優秀な学生たちの中で技術を磨いた経験は有意義であったが、激しい学内の競争に疲弊しきった。日常生活の大半を制作に費やし、暮らしを楽しむ余裕など一切なかった。よって、女子美術大学の教育方針「生活者としての視点を尊重する姿勢」に、非常に大きな感銘を受けた。デザインは単なる職業ではない。自分と他者の豊かな生活につながり、一生楽しむことができる価値のある学問である、と心に刻むようになった。

なお、本エピソードについては、講義内で伝えるようにしている。ささやかながら、引き継いでいきたいと考えてのことである。

3-2. 本講義の〈デザイン環世界〉

デザイナーとしての実践とデザイン学研究による経験は、本講義の理論および事例の裏付けとなる。すべての視点をつなぎ合わせ、カリキュラムに実装する。

［デザイナーとしての実践］　多種多様なデザインプロジェクトにおける実践経験は、〈デザイン環世界〉をの枠組みを拡張し、要素を網羅し、関係性を明確に形づくることに役立つ。（筆者経歴：www.wirefactory.com）

［デザイン学研究］　デザイン学の最新議論を教育現場に取り入れ、学生たちの知的好奇心に応える。研究領域に興味がある学生のフォローも可能となる。

4. 講義計画

4-1. 構想

2021年開講前に、教授陣から講義の方向性について、「情報量で学生を圧倒して欲しい」と依頼された。そこで、「『Powers of ten』(Charles Eames and Ray Eames, 1977)[14]のように、ミクロからマクロに視点を位相させ、世界を眺めていくのはどうか。このようにして、複雑で混沌とした〈デザイン〉を説明したい」と提案した。本学の教育方針で得た〈生活者として〉の視点も、重要な指針となった。本講義を通して、デザインを正しく評価できる目利きとなり、優れたデザインに囲まれた豊かで楽しい生活を送って欲しい。

学生にとって、職業としての〈デザイン〉は未知の領域である。各テーマに対して、実感を伴う当事者感覚を持つことは難しいだろう。しかし、この年代かつデザインを専攻であれば、身の回り品にはこだわりがあり、好みの空間があり、大事な推しもいるだろう。不便を感じているUIUXや大嫌いなテイストの世界観など、容認できないデザインへの不快感も抱えているはずだ。

これまでの考察から、学生たちは〈生活者として〉の視点

と〈自分をとりまくデザイン〉への当事者感覚を既に持っている。自らの感性に自信もある。この感覚と感性こそ、独自の表現世界の起源であり、制作への強い動機につながっているのでは、と考えた。

また、コロナ禍を過ごした履修生たちには、相互にコミュニケーションを取り合う経験が決定的に不足している。Info-D が成し得ているように、他者の視点と知見を参考にしながら考察を深められるよう、仕組みを作る。

4-2. 目標

本講義によって、履修生は〈デザイン環世界〉に気付く。デザインに対して何らかの評価を下すことで、自分の内部にある判断基準、嗜好や興味、リテラシーなどの存在を知る。外部世界と内面世界との接点を見い出し、行き来しながら、双方の世界について、より広く深く探求し始める。循環が生まれる。

- 製品やサービスに内在する〈デザイン環世界〉を観察し、多種多様な情報の取り扱いに慣れる。
- それぞれがどうつながり合っているか、あるいは何が欠けているか考察し、独自の評価基準を構築する。
- 同時に、〈自己の内面世界〉を探求し、あらたな気付きを持ち帰り、制作に活かす。
- プレゼンテーション、ワークショップを実施する。発言の機会を積極的に設け、自らの語彙で話す力を養う。
- 制作物とレポートも公開する。他者の視点と知見に触れることで、自らの世界感をより拡張する。

4-3. カリキュラム設計

カリキュラムを構成する要素について述べる。

[モチーフ]　各回ごとに、〈デザイン環世界〉のさまを探り、ユーザあるいは当事者としてさまざまな体験ができるモチーフを設定した。

講義初回のモチーフは、「ボールペン」である。製品として極めて完成度が高く、多種多様なデザイン要素を抽出できる。製品がユーザの手に渡るまでの流れも可視化しやすい。誰もが日常的に用いるユーザであり、独自の好みと評価基準を持っている。簡単に入手できて、廉価なのも良い。

他の回も同様に、〈環世界〉における立ち位置と動機を吟味したモチーフを選び、履修生の反応によって、年次ごとに見直している。

[シナリオ]　いくつかのパターンを用意した。

- 一つのテーマで構成された〈環世界〉を提示→考察。
  - ・身近な製品デザインの環世界「つながるデザイン」。
  - ・人々に加害とコミュニケーション不全を引き起こす「ディスコミュニケーションデザイン」。
- 事前に何らかのデザイン行為を実践→考察。
  - ・スイーツを自分で選び、実食し、購入動機や行動をふりかえる「おいしいデザイン」。
  - ・「地元」の魅力を紹介し、固有の社会課題を考察する「わたしのまちのデザイン」。
- 実際に手を動かして、自分自身の環世界を知覚する。
  - ・「暑い」「冷たい」「楽しい」などキーワードを示し、「Google Slide」上にリアルタイムでイメージを描く「わたしのイメージをデザイン」。
  - ・ネット上の画像を集めながら、内面世界を探索し、独自の嗜好を拾い上げる「かわいいデザイン」。

ほか、制作中の作品についてのプレゼンテーション「わたしのデザインをデザインする」、小作品制作を通してワークショップを設計、ありとあらゆる身の回り品を計測あるいはどこまで言語化できるかの実験など。

[講義スライド]　各回、テーマに沿って解説用スライドを作成する。シナリオにこだわり、自分で撮影した写真を使用している。

[提出物]　「Google Slide」上に、プレゼンテーション、データベース、スケッチ、写真を記述。

[ナラティブ]　履修者は、提示されたテーマに対して考察し、独自のナラティブを構築し、自分自身の語彙で発表する。語り部としてのスキルは、業務内のコミュニケーションを円滑にし、自らのコンセプトを正しく説明する際にも、大きな威力を発揮する。

[テンプレート規格]　学生プレゼンにおいて「テンプレートやアイコンは凝るが、肝心の中身がない」状況をしばしば見かける。このことを防ぐために、あらかじめ定形テンプレート［写真3］を作成し、厳格なルールを設置する。フォント、レイアウトに違反があった場合は、再提出を課す。定型文作成のトレーニングも兼ねる。

[行動規範]

・絶対に、誰かを疎外しないよう強く意識する。ほか、発言の機会を平等にする、留学生に配慮する、欠席者へのフォローなどリテラシー維持に、細心の注意を払う。

［写真 3］「つながるデザイン」テンプレート（2021〜）

5. カリキュラム事例

履修生から大きな反響があり、活発な議論と良質なアウトプットにつながった4つのカリキュラムを紹介する。年度ごとの差異やアップデートについても報告する。

5-1. つながるデザイン

まずは、〈デザイン〉は製品のどこにあって、どのような姿をしているか。探求の旅に出る。

［モチーフ］　ボールペン

［スキル］　廉価で身近なプロダクトに存在する〈製品デザインの環世界〉に気付き、観察、分析、考察する。

［シナリオ］

1）手持ちのボールペンを観察する。デザイン要素を見つけ、所属するデザイン領域を考える。
- ロゴ、フォントは〈グラフィック〉。カラーリングや質感はグラフィック？プロダクト？重なる場合もある。
- 太さ、取説付シールは〈情報デザイン〉。情報を読みやすいように〈グラフィックデザイン〉。
- 握り心地や書き心地など、設計者とデザイナーが協働する場合や、デザイナーが一切関わらない工程もある。
- イラストレーターによるキャラクターやイラスト。

2）製品の外側にあるデザインも観察する。
- パッケージや取扱説明書などは、製品に付帯。
- より外側もある。マーケット・リサーチ、商品企画、店頭ディスプレイ、広告宣伝など。

3）BtoB のデザインを識る。
- 工場から店舗までのみ使われる箱、パッケージ類。
- 製造工程で表示、認識に使用する記号類。生産管理や安全対策も、デザイン。

4）〈環世界〉の構造を識る。模式図を作成し、デザイン要素同士の関係性、時系列に沿って流れていく方向などについて想像を巡らす。

［設計にあたって］
- 全年度、導入として初回に実施している。
-「ボールペン＝プロダクトデザインだから、グラフィック専攻のわたしには関係ない」といった先入観がある。どのようにして、そこから解放するか。
- スライス化された工程をミクロに見つめるだけでは、〈ボールペンの環世界〉には気が付けない。視点を手元から俯瞰して、工程の上流から下流に動かしていく。
- 各デザイン工程は、いつ、誰が、どのように手を動かしているか。プロセスごとにふりかえる。
-「シールの文字は、可読性・視認性を上げるため、本体の曲率に合わせて調整している」など、気づきにくい技術について、具体的な読み解く。

［リアクション］
- 予想通り、当初「ボールペンにプロダクト以外にデザインがあるの？」という訝しげな反応を見せた。
- デザイン要素を自力で見つけ始めると、集中して観察するようになる。次第に、他人のボールペンを覗き込んで比較する、ボールペンの入手方法について語るなど、自発的に動き出す。
- ほぼ全員が、「一本のボールペンに、ここまで多数のデザイン要素とデザイナーが関わっているとは、想像だにしなかった」という反応を示す。

5-2. おいしいデザイン

［モチーフ］　おいしいスイーツ［写真4］

［スキル］　ユーザ目線で製品デザインを体験し、考察し、ナラティブを構築して他人に伝える。

［シナリオ］

1）「必ず自分で」スイーツを選び、購入する。店、品目、キャンペーンなど、購入動機は何か。

2）観察する。商品を魅力的に見せているデザイン要素はどのようなものか。箱や付属品についても観察する。

3）実際に食べる。おいしかったか。また食べたいか。あるいは期待と異なる点はあったか。

4）ナラティブの構築。他人に伝わるよう、「どこがどのように『おいしい』のか」「製品のどこに魅力があったのか」などを組み立て、プレゼンテーションする。

5）「おいしいデザイン」の記号論について考察する。「おい

しい」を伝える五感へのアプローチとは、量販店などコストを追求した場合、記号はどこまで簡略化あるいは洗練されるのか。

[設計にあたって]

・開講前、展示をきっかけに交流を続けている（ref.2-3.）大学院生女子1名（美大・デザイン科）に協力を依頼し、リモートにてプレ講義を実施した。ケーキを観察しながら次々とおいしそうに実食するさまに、同年代かつ女子であれば、おそらく良い結果を得られる、との希望的予測につながった。

・有名店スイーツの価格に驚愕し、経済的事情を鑑みて、量販店＆コンビニスイーツ OK とした。

・デコラティブあるいはスタイリッシュな方向に突き進むこと＝〈高品質なデザイン〉ではない。廉価なスイーツを容認した背景には、厳しい条件下で成立している「量産品の（引き算の）デザイン」が持つ、高い技術に注目するきっかけにしたい、との考えがある。

[リアクション]

・各自が強い動機を持ち、モチーフを選んだ効果は絶大であった。明確な根拠をもちより、熱気と工夫に満ちたプレゼンテーションとなった。

・ナラティブが自然に発出する状況と他者の発表へのリアクションに、講義が一つのコミュニティとして成立しつつある、との実感を伴った。

[印象的なナラティブ]

・父方の故郷の有名菓子を選んだ理由は、母方のおじ、おば、いとこたちにも食べてもらいたかったから。

・故郷の「すあま」と大学の近く（阿佐ヶ谷）の「すあま」で、どこがどう違うのか試してみたかった。

・自分の最大の推しである「テニスの王子様」のキャラを具現化したパフェ（ref. この後、物語世界とスイーツのデザインがどう連携しているかの解説となった）。

・（ref. 商品について極めて詳細な発表があり）「なぜそこまで詳しいの？」「バイト先なんです！一番好きな、おいしいのを選んできました！」

・おじいちゃんが「制作おつかれさま」と差し入れてくれたコンビニスイーツ。（ref. 厳密には自分で選んでいないので課題違反であるが、心のこもった良いプレゼンだったので容認した）

・「データベースに商品写真が必要なのに、食べてしまいました。代わりにイラストを描いて、添付したので許してください」（ref. 同上）

[トピックス]

・初年度（リモートという点もあり）「このミルフィーユはパイが三層で、クリームが二列に並んでいて」のような、単なる見た目のみの発表が続き、「本講義のテーマは、食レポではない」と注意した。講義の意図を正しく伝達することは難しい、と感じた。

・二年目は「秋のおいしいスイーツ」とした。要素が増えた結果、ナラティブも多種多様になり、発表自体は面白かったものの、議論の焦点が絞れなかった。また、袋で中身が見えない大量生産品では、パッケージの話になってしまい趣旨がずれるため、次年度は NG とした。

・三年目は再び「おいしいスイーツ」のみとした。あらかじめ告知していたことと前年度から噂となっていたようで、満を持してこの機会に行きたかった店、欲しかったスイーツを体験しようと、「選択行為」に手間と時間（人によってコストも）をかけた発表となった。大学近場の喫茶店をハシゴしたり、超有名店で大人買いしていたり、ミラノで本場のジェラートを撮影してきたりと、贅沢な内容の発表となった。

[総論]

・どの年度においても、履修生からは豊かで楽しいナラティブを聞くことができた。全員にとって非常に良い時間であった。

・本テーマは資料を見返さなくても、個々の発表について語ることができる。強い動機に裏付けられたナラティブは、人の記憶に深く残る。このことを、次の世代にも伝えていきたい。

・男子大学生、あるいは成人男性に本テーマは通用するのか、という根本的な疑問はある。

［写真 4］「おいしいデザイン」筆者作成・サンプル（2021〜）

5-3. ディスコミュニケーションデザイン

〈デザイン環世界〉にいる限り、否応なしに出会ってしまう〈デザイン〉へのまなざし。

[モチーフ]　人々と社会にコミュニケーション不全を引き起こす「低品質なデザイン」

[スキル]　品質に問題があるデザイン成果物について、どこがだめなのか、どのような被害を与えてしまうのか、何が原因なのかの観察力および考察力。

[設計にあたって]

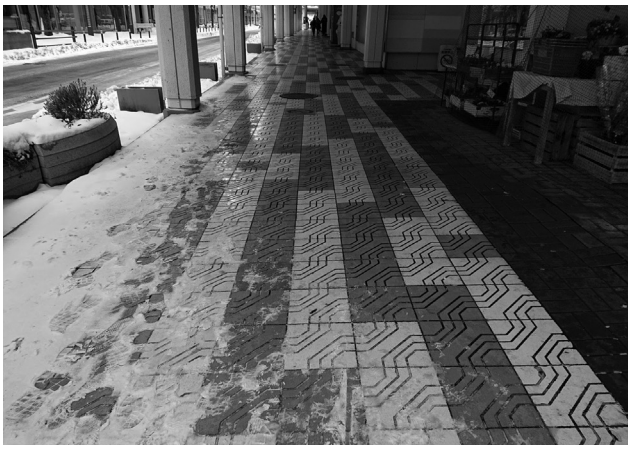
・ほんの少しまちを歩いただけで、わかりにくい標識、ちぐはぐなカラーリング、不愉快な広告表現、使いにくい自販機などに出会う。このことに注目する。
・このテーマは、決して誰かの仕事を誹謗中傷するものであってはならない。議論したいのは、その原因のありかと背景、被害を及ぼす範囲。人々が受け取る不快感の正体、社会課題についてである。
・日常生活において「否が応でも出会ってしまう」点がきわめて重要である。製品には選択肢があるが、公共デザインにはない。この違いは大きい。

[シナリオ]

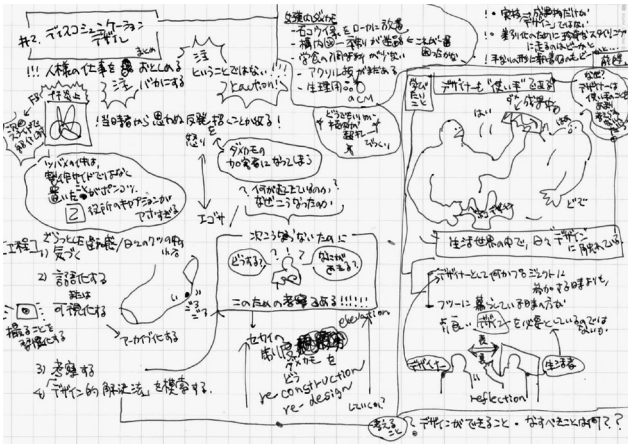
筆者が撮り貯めた写真をスライドで提示し、各シークエンスで区切りながら、一問一答あるいは全体で討論する。「ざらっとした違和感」「そういえば、こういうのってあるよね」という軽度なものから、一見気づきにくい事例の読み解き方、誰にとっても使いにくい事例の背景説明を経て、徐々に深刻なハラスメント・差別・レイシズムを内包した事例まで進んでいく。

[ディスコミュニケーション事例]

・単純な人災：誤読してしまうロゴ・造形的におかしい人物イラスト・有名ブランドの丸パクリなど、デザイナーあるいは決裁した誰かのミス。
・人を拒否するUX：どこを押していいのかわからないエレベーターボタン・カーナビの文字配列は、大迷惑。
・情報の賞味期限切れ：いつまで、電車やバス車中でマナーモードのアイコンにガラケーを使い続けるのか。
・野良サイン：ネット用語。駅や商業施設で、現場担当者が作った手作りパウチの表示は、ノンデザイナーによるデザインの不具合の代表例。
・割れ窓：公共交通機関やATMなど、信用が必須な施設への落書きは、安全性そのものに不安を呼び起こす。
・あぶない：商品を天井まで積み上げたディスプレイや、消えかけた津波関連の表示など。
・誰かを疎外するデザイン：点字ブロックを無視した路面タイル[写真5]・ホームレスを除外するベンチなど、SDGsや「インクルーシヴデザイン」[15]の理念を無視した成果物。
・欲望を喚起するデザイン：歌舞伎町のビルボードやトラックは宣材としてのクオリティも予算も凄い。しかし、社会的に容認するのはいかがなものか。



[写真5]「新潟万代バスターミナル・黄色と白の路面タイル」は誰を排除するのか。読み解き、問いを立てていく。(2023)



[写真6]「講義設計ノート」共有することで、講義設計もデザイン行為であることを伝える。(2023)

[リアクション]

・大多数の履修生たちには、「世の中のデザインは、プロの手によって完成され、問題などないと信じていた」という思い込みがある。
・全員が〈誰かを疎外するデザイン〉に対して、極めて強く反応する。ぼんやりとした違和感や疎外感の正体に気付くと、饒舌に語り出す。他の問題についても言及を始める。
・特にジェンダー問題については、女子大ということもあり、講義内でもリアクションペーパー内でも、活発な議論を引き起こしている。たとえば、とある〈萌キャラ〉についてコメントを求めたところ、「あからさまな性的表現である。公共空間への設置はいかがなものか」「おじさん

目線が透けて見えて、気持ち悪い」と、極めて不評だった。「では、女の子がダメとして、イケメンならいいのか」と問い直したところ、「イケメンでもダメです」「動物は」「宗教的タブーがあるかも」と広がった。議論はより拡張し、「キャラクターは安全（スキャンダル・コンプライアンスなど）なので、流行る理由として納得できる」「子供向けの UI に萌えキャラはおかしい。子供に『お姉さんに何かを教える』という発想はない。誰に向けているのか理解できない」など、鋭い意見が行き交う良い議論となった。

[トピックス]

最も避けたい事態は、将来履修生が加害側に立つことである。そして残念ながら、誰にでも訪れる可能性がある。万が一の際、「おかしい」と思える感覚を持ち、こういった種類のデザインを発信しないで済むよう、意思と知識で防衛できるよう、強く願っている。

5-4. わたしのまちのデザイン

[モチーフ]　わたしのまち（出身地あるいは居住地）。

[スキル]　独自のナラティブの構築、聴衆を魅了するトーク力。100% 当事者として、自らの〈デザイン環世界〉の魅力を他者に語る。

[シナリオ]

1) あなたのまちはどこですか。
2) あなたのまちについて、情報を集めてください。
3) あなたのまちについて、話してください。必ず自分で撮った写真を添付してください。
4) 語り合いましょう。

[設計にあたって]

・自分が育った、あるいは住むまちに思い入れがない人はいない。当事者感覚を強く持ちながら、ナラティブを構築できるモチーフである。
・スケジュールの都合上、毎年夏季休暇を挟む時期に実施している。地方出身者や留学生に配慮できる最高のタイミングとなっている。デザインがまちの中で実際に機能しているさまと、そのまち独自の社会課題に気付くきっかけとなって欲しい。
・発表者の数だけ、知らない土地を訪問できる。今後出会う誰かの出身地であれば、スムーズに会話がつながるツールともなるのでは、と期待する。

[印象的なナラティブ]

・「新宿区全体」に焦点をあて、区内各地域の特徴を解説し、人の流れから治安状況まで分析する、という社会学的視点を持つ発表があった。（2021）研究活動に興味と適性のある学生は、毎年若干名いる（ref.6-2）。
・「わたしのまちには何もないです」と言われ、反論しそうになった時に気付いた。添付された写真に極めて強いリアリティがあった。どこにでもある首都圏のベッドタウンと夜の公園の「何もなさ」。（2022）
・長野県内で出身地域が異なる二名が、それぞれの風土と文化の違いについて、語り合いながら説明した。二つの方向から眺めるまち並みの特長と自然の美しさについて、より豊かな発表となった。それぞれが提示した写真の質が非常に高く、土地への想いを全員で共有できた。（2023）
・韓国からの留学生の「日本の電車は、韓国よりも揺れがスムーズである。疲れにくい」（2023）、首都圏在住の学生の「住宅地の中で、桜並木を見下ろせるお気に入りのカフェがある」（2022）。二つの発表からはすぐに情景が浮かぶ。身体感覚から発せられた言葉には、説得力がある。
・自慢のゆるキャラ談義の面白さ。「ことちゃん（高松琴平電気鉄道）」について、自分との出会いからことちゃんファミリーの歴史、市民の思い入れまで熱く語るさまに、「わたしも行きたい」「会いたい」とあちこちから共感が集まった。（2023）

[トピックス]

・全体を通して、「スイーツ」同様に感情移入と共感を持つ、独自の視点と豊富な情報量による発表となった。
・ただしスイーツとは異なり、「地方の衰退」「治安の悪化」など、ネガティブな感情も見え隠れした。ここから、社会課題への興味につながることを期待したい。
・コロナ禍で行動が制限されていた時期の発表では、まるでその土地に旅行しているような疑似感覚があった。
・発表の必要条件として、「Wikipedia 的な情報は不要。自分にしかできない視点とナラティブは必須」としていたが、「一般的な観光情報」「芸能人の出身地」「思い入れのない特産品やイベント」などを安易に引用したケースもあった。

[時系列の経緯]

リモートからリアルに移行し、最も発表の内容と精度が変化したカリキュラムである。リモートならではの一人語りにも良さはあるが、このテーマに関しては、リアルの方が圧倒的に良い。発表による情報量そのものが多く、対話が広がり、濃い内容となった。

［写真 7］「「わたしのまちのデザイン」講義風景（2023）人口 100 位までの市町村について、訪問歴と印象を書き出して掲示。

2021〜2022年では、厳しい外出制限の中、居住地周辺の極めて狭いエリアでの発表となった。良い点として、限られた範囲を深く掘り下げている、優れた発表が見られた。課題として、いくつかの発表でネットで拾った画像を使用していた。屋外撮影が難しい時期だったため注意は見送ったが、以後は強く禁止している。また、定量的データ（立地、人口、経済など）を調査するレポートを課したが、関心がない分野のようで、作業はするものの議論に結びつかなかった。

2023年、前年の経験からデータ収集作業はおこなわず、ナラティブを中心に据え「ステロタイプな発表は不可。とにかく全員を楽しませて欲しい」と、再三にわたり告知した。結果、全発表が工夫に満ちた素晴らしい内容となった。前二年では、土地の情報が記憶に残ったが、この年は発表者のプロフィールと発表が強く結び付き、「◯◯市＝ A さんの出身地」として記憶に残る。

6. 成 果

6-1. 履修生の成長

学びを重ねることによって、履修生は大きな成長を見せた。初回と最終回では、使う語彙も論理構造も変わる。提示されたテーマとデザイン要素に対して、明確な見解を示し、独自の評価基準とコンテクストで饒舌に語り始めた。他者の意見に共感を寄せるようにもなった。観察力の強化と思考の論理化、ナラティブの習熟によって、制作含め今後の活動への好影響を期待したい。

6-2. 卒業生との交流

2021年の履修生1名が、本講義に強い関心を寄せ、リモートで開催された Info-D 部活動への参加をきっかけに、2022年学会大会に参加し、現地でワークショップの成果を発表した。その後も学会や地域実践に参加し、デザイン研究への興味を深めている。他にも講義の内容を制作に取り入れるなど、良い流れができつつある。

6-3. オンラインとリアル講義、双方における知見

2021年は全講義、2022年は一回を除きすべてオンライン講義とした。学生の回線状況を鑑み、ビデオ参加ではなく発言の際のみ繋ぐ方式を採用した。

オンラインとリアルを比較する。活発な議論が交わされるようなテーマでは、リアルの方が優位である（5-4. ほか）。専攻の異なる履修生同士が、顔見知りになれる。雑談ができることも、互いの共感を醸成しやすい

オンラインの方が優位なケースもある。語りがあまり得意ではないおとなしい学生にリラックスして話せる環境を用意できた、言葉に詰まった時にはすぐ次に回せるなど、空気をコントロールしやすいことを記しておく。

オンラインならではの発表手法もある。Google Slide 上に各自のスペースを用意しておき、リアルタイムでスケッチやイメージ画像を貼り付ける。秒刻みで絵が積み重なる様子には、アニメーションを観ているような動的な面白さがあった。

7. 今後の展望

7-1. より魅力的なカリキュラム構築

講義の品質を高めるための、次の構想を提示する。

［メディア専攻生への最適化］　専門領域外のデザインに触れる機会を与えることは、本講義の趣旨ではあるが、専攻との関連性を保つことも重要である。各自の専攻と進路希望について、年初に情報収集しておきたい。

［時代の変化への対応］　わずか三年間で、世界の状況は一変した。「ボールペン」一つとっても、ラインナップの拡充、製品展開の多様化が見られるように、製品デザインやサービスデザイン、ほか領域も大きく変化している。常に最新情勢を観察し、講義内に実装したい。

7-2. 講座内コミュニティの醸成

2023年「わたしのまちのデザイン」において、大喜利的なネタに走るケースが若干あった。注意すべきかと迷ったが、履修生が場の共感を求めた「面白くしたい意思」を評価したい、と考えるに至った。

本講義において、ゆるいコミュニティが形成されることは、大いに歓迎すべきである。ポストコロナにおけるあらたなコミュニケーション欲求の発現であり、専攻が異なる履修生たちにとって交流の場ともなる。今後、互いの作品につ

いて議論し、協働できるような、関係性の発展につながることを願う。

7-3. 知の〈デザイン環世界〉：教育～研究～教育～∞～無限の循環へ

この知は循環する。本研究で得た気付きや経験は、Info-Dほかデザイン学研究の場で再検証される。議論を経て再構築された知は、新カリキュラムとして実装され、次の経験となる。そして、新たな〈デザイン環世界〉が創出され、拡張し、複雑化していく。

〈デザイン〉の価値や意義は、時代と共に目まぐるしく変容する。そのため、常に自問自答しつつ他者とも議論し、本質を見つめ直す必要がある。〈デザイン環世界〉を探求し、多種多様な知と繋がれるならば、たとえ世界が大きく変わったとしても、何らかの有効な解決策を導き出せるのではないか。

〈デザイン〉は、人々をしあわせにする技術である。その力によって、自分と他者そして社会における課題を解決し、より良い未来とするために、次世代を担う履修生たちと共に学び、歩んでいきたい。

ref.・参考資料

1) 中島郁子　地場産業発・メイドインジャパン「デザイン思考」(日本デザイン学会研究発表大会概要集、2017年) https://www.jstage.jst.go.jp/article/jssd/65/0/65_280/_article/-char/ja/ (2023/11/27アクセス)
2) 日本デザイン学会情報デザイン研究部会 http://jssd.jp/about/section-and-branch/information-design-group (2023/11/27アクセス)
3) 日本デザイン学会情報デザイン研究部会「オルタナティ部」2021年7月～2022年2月 http://jssd.jp/7745 (2023/11/27アクセス) 2022年3月～2023年3月 http://jssd.jp/ 8985 (2023/11/27アクセス)
4) 日本デザイン学会第68回春季研究発表大会テーマセッション「自己のデザイン実践知をとらえなおす」(2021年) http://jssd.jp/6784 (2023/11/27アクセス)
5) 日本デザイン学会第69回 春季研究発表大会テーマセッション「『足元の WHY』を問い直す」(2022年) http://jssd.jp/ja/wp-content/uploads/2022/06/32908ec69b9cd269e0dcf931c96915a3.pdf (2023/11/27アクセス)
6) 日本デザイン学会第70回 春季研究発表大会テーマセッション「デザイン実践者が見ている環世界」(2023年) https://confit.atlas.jp/guide/event/jssd70/session/36006-08/detail?lang=ja (2023/11/27アクセス)
7) ユクスキュル , クリサート『生物から見た世界』(岩波書店、2005年)。
8) 日本デザイン学会情報デザイン研究部会・小部会『微生ぶつぶつ会』2022年～ http://jssd.jp/8985 (2023/11/27アクセス)
9) 中野ブロードウェイ（公式 HP）https://nakano-broadway.com (2023/11/27アクセス)
10) Pixiv https://www.pixiv.net/manga (2023/12/25アクセス)
11) デザインフェスタ https://designfesta.com (2023/12/25アクセス)
12) アンソニー・ダン , フィオーナ・レイビー『スペキュラティヴ・デザイン 問題解決から、問題提起へ。―未来を思索するためにデザインができること』(ビー・エヌ・エヌ新社、2015年)
13) ラフォーレ原宿 https://www.laforet.ne.jp (2023/12/25アクセス)
14) Charles Eames and Ray Eames「Powers of Ten ™ (1977) - YouTube」https://www.youtube.com/watch?v=0fKBhvDjuy0 (2023/12/25アクセス)
15) ジュリア・カセム『「インクルーシブデザイン」という発想排除しないプロセスのデザイン』(フィルムアート社、2014年)

謝辞

本稿をまとめるにあたり、横溝賢先生 (札幌市立大学准教授・Info-D 主査) には、貴重なご指導とご助言を賜り、深く感謝申し上げます。また、本学伊勢克也教授には、本講義にご招聘いただき、充実した研究と洞察を得ることができ、大変感謝しております。この場を借りて、両先生方に心からの感謝の意を表します。

Exploring the Concept “Design around Ourselves”: Design and Practice of “Design Theory” in the Junior College Design Course

NAKAJIMA Ikuko

This course empowers students to perceive the concept from both the designer’s and the user’s perspectives, enabling them to develop analytical skills and establish their own criteria.