

## デザインにおける独創的表現について

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2012-03-26 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 川原崎, 知洋 メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://doi.org/10.14945/00006499">https://doi.org/10.14945/00006499</a>

## デザインにおける独創的表現について

Study on the Original Expression in a Design

川原崎 知 洋

Tomohiro KAWARASAKI

（平成23年10月6日受理）

### はじめに

日常生活の中に存在する様々なデザインを目にした時、私たちはアート作品を鑑賞した時と同様に気持ちが高ぶり心地の良い気分になる時がある。良いデザインはその目的以上の働きをし、感動を与え新しい価値観さえもたらしてくれる。私たちの生活の中に豊かさをもたらし、日々の生活に幸せを提供してくれる。社会に対し、豊かさや幸せを提供することはデザインの果たすべき重要な役割である。

豊かな発想は豊かなデザインを生み出し、豊かな社会を形成するといった視点に立ち、様々な媒体におけるデザインの効能について継続的に研究を進めている。

### 本研究の概要

本研究ではプロダクトデザインを鑑賞題材とした授業実践を通し、デザインにおける独創的表現の意義について考察する。まず、デザイナーが独創的表現を創出する為には固定概念からの脱却が必要だと思われる。固定概念から脱却するための4つのプロセスについて、具体的な事例作品を対象に照らし合わせながら考察し、独創的表現がデザインに及ぼす効果について論じる。また、形態表現に独創性のあるプロダクトは、一見しただけではその目的や機能がわからないという特徴がある。そこでこの特徴を生かし、目に見える形態をヒントにどのような価値があるプロダクトデザインなのかということ「推察する」というプロセスを経ることで、鑑賞者はデザインに内包されたコンセプトをより能動的に読み取ることができるのではないかと仮説を立てた。今回はその中でも、特に環境問題というテーマ性の明確なプロダクトデザインを鑑賞教材として取り上げた授業実践<sup>1)</sup>を行った。デザインにおける独創的表現が社会においてどのような効能を発揮するのかについて明らかにすることが本研究の目的である。

### デザインの鑑賞教育について

大泉義一によれば、鑑賞は①表現に埋め込まれた鑑賞としての相互鑑賞②表現に埋め込まれた鑑賞としての自己鑑賞、③表現に接続する鑑賞、④独立した鑑賞としての美術作品の鑑賞、⑤独立した鑑賞としての能動的感覚の発揮、の5つに分類できると指摘している。<sup>2)</sup>④の美術作品の鑑賞についてはさらにファインアート鑑賞とデザイン鑑賞に分けられると考えられ、さらにファインアート鑑賞については具象作品と抽象作品の鑑賞に分けられると指摘している。<sup>3)</sup>

昨今、元ニューヨーク近代美術館教育部講師のアメリア・アレナスらが開発した対話型鑑賞

が一般的に認知され、ファインアートの鑑賞の実践報告については多く見受けられるようになった。それと比較して、デザイン領域の鑑賞の実践は少ないという現状がある。新関伸也は、中学校でのプロダクトデザインの扱いについて、「モノに関わるデザイン教育は、難易度の高い教材として意識されたのである。それは教師自身のデザインに関わる本質的な学習体験不足、実践例の少なさなどが理由としてあげられる。教員養成系大学での免許取得のために受講するデザインの単位だけでは、プロダクトデザインやデザイン方法論、デザイン史の分野まで学ぶのは難しく、また美術科教育法においてもそれらへの認識が不足していた」<sup>4)</sup>と指摘しながら、「それぞれデザインされたモノには、モノの歴史や作った人物の意図・エピソード、そのモノの生産によって生活がどのように変わったのかなどの文化・文明論的事象が隠されている。文化の視点から鑑賞学習を重ねることで、モノに対する見方が変わり、デザイン行為を広い意味で捉えることが可能であろう」<sup>5)</sup>と述べ、学校現場でのプロダクトデザイン教材のより一層の普及の必要性を言及している。

具体的なデザイン鑑賞の実践について、伊藤文彦はデザインの鑑賞能力を「デザインリテラシー」と捉え、鑑賞したプロダクトを読み取り理解することによってさらに異なる発想へと発展させ、「それが私たちの生活に新たな価値観を生み出せるのか」<sup>6)</sup>といった次なる思考の活性へとつなげていく視点が重要であると指摘している。また、伊藤は「ある特徴や問題点など、その状況に『名付け』することが、問題の理解とその後の発想や発展に大きく寄与する」<sup>7)</sup>という見地から、意図的な「名付け」操作を鑑賞プロセスの中に組み込んだ実践を行い、その手法の有用性について論じている。

デザインの鑑賞教育は単にそのプロダクトの機能や形態に対して評価するところに本質があるのではなく、デザイナーの発信するコンセプトをどのように捉え、鑑賞者の中に新しい価値としていかに根付かせることができるかという視点であることが指摘できよう。

### 独創的表現の創出についての検証

製品には品質の善し悪しがあるように、情報にも品質がありその善し悪しがある。品質の高いデザインは、目的を十分に果たし、人とのコミュニケーションを円滑にし、ユーザーに感動さえ与える。デザイナーの職能は情報を操作することであり、「情報の美」を具現化することが使命でもある。「情報の美」は2003年に名古屋で行われた世界グラフィック会議で原研哉が提言した。原は、情報の美を実現させるためには「わかりやすさ」「独創性」「笑い」の3つのキーワードがあるとし、このキーワードは「どんな風向きにも対応できるように角度を変えて設置した三つの滑走路のようなもの」<sup>8)</sup>であるとしている。情報の美、つまり品質の高い情報を発信する為には独創的表現が重要であるということが分かる。

独創的表現をデザイナーが創出するためには具体的な手だてが必要である。常識的だと考えられている固定概念から脱却することが望まれるからだ。固定概念から脱却するための具体的な方法として、以下の4つの意図的な行為をデザインプロセスの中に組み込むことが考えられる。

- ① 常識を自覚化する。
- ② そのプロダクトの最もシンプルな目的について再確認する。
- ③ そのプロダクトに対して持っている思い込みを発見する。
- ④ ①～③を踏まえて新たなアイデアを構築する。

①は、まずは我々が日常的、経験的に蓄積した知識により、思考が固定化された常識によって支配されているということについて自覚することが必要であろう。固定概念に気付くことがクリエイティブな思考への第一歩である。②は、そのプロダクトによって最低限何が達成されるべきものであるのか、ということを確認する行為である。この確認によって、そのプロダクトに対して抱いている固定概念について疑う契機となる。③は、②と連動した行為であり、最もシンプルな目的を確認することで制約や制限が広くなり、プロダクトの形状、操作性、素材等についても選択できる視野を広げることができる。これら一連のプロセスを経ることで、④独創性が含まれたアイデアが生成されるものと考えられる。以下、3つの具体的な事例をあげ、①～④までのプロセスを当てはめながらそれぞれのプロダクトの「独創性のある表現」の効果について論じる。

#### 図-1について

- ①常識の自覚化：線をまっすぐ引くためには、定規はまっすぐでなければならない。
- ②目的の再確認：線を引く。長さを測る。
- ③思い込み発掘：線をまっすぐ引くためには、定規はまっすぐでなければならない？
- ④アイデア構築：線をまっすぐ引く時にのみ、定規がまっすぐ固定されていればよい。

#### →湾曲形状の定規の提案『Arch Ruler』

これまでの定規と形状が大きく変化したというだけでなく、湾曲していることによって様々な問題点が解消されている点がこのプロダクトの魅力であろう。例えば線を引く際、しっかりと手で固定していないと線がぶれてしまうというエラーがしばしば生じるが、この『Arch Ruler』で真っすぐ線を引くためには、湾曲された部分を指で強く押さえるという行為が意識化されることで解消されている。また、水性ペンなどインクが含まれた描画材で線を引く時、インクが定規に付着してしまい、そのまま気付かず定規をずらして紙を汚してしまうというエラーについては、押さえた指をぱっと離せば定規は湾曲形状に戻るため、紙から離れるということで解消されている。さらに、机の上に置いておくと、従来の定規は平らな形状をしているので取りづらいうというエラーが生じていたのだが、中央部が机から数ミリ浮いていることでそのエラーも3次元形状であるという点で解消されている。

#### 図-2について

- ①常識の自覚化：机の上に散らかった小物はトレイの中へ入れて整理する。
- ②目的の再確認：整理する。
- ③思い込み発掘：机の上に散らかった小物はトレイの中へ入れて整理する？
- ④アイデア構築：机の上に散らかった小物は視界からなくなればよい。

#### →上から被せて小物を隠すような蓋型トレイの提案『DesktopTent』

机の上が散らかった場合、小物の整理には大変苦勞する経験は誰もが持っている。決まった場所に置いておけるものであれば良いのだが、使用頻度が高いものであればあるほど、しっかりと保管場所がなかなか見つからないことが多い。また、様々な小物の機能を分類はできても、仕事内容によってはその分類が意味をなさないこともある。日常の仕事を遂行するにあたり、使用する小物を必要最低限に絞り込み、机やキャビネットの引き出し等に収納したとしても、いくつかの小物は机の上に置いておかなければならない。その場合、多くの人は皿形状

をしたトレイを用いるであろう。そのトレイの中にまとめて置いておけば、机上にばらばらと置かれた状況よりも整理されているように感じる。この『DesktopTent』は「入れる器」という構造を根本から覆し、蓋のような機能を持つ四角錐型の TENT を小物に被せて「隠す」という行為によって、机の上の煩雑な状態を整理するという機能を発揮している。独創性のある形態表現によって、「モノを片付けること」という我々が従来抱いていた概念を覆し、私たちに新たな価値観を与えてくれる効能があるプロダクトである。

図-3 について

- ①常識の自覚化：ハンコは刻印された形が転写されて紙に表示される。
- ②目的の再確認：表示する。
- ③思い込み発掘：ハンコは刻印された形が転写されて紙に表示される？
- ④アイデア構築：ハンコの刻印された形が変化すれば、様々な形が紙に表示される。

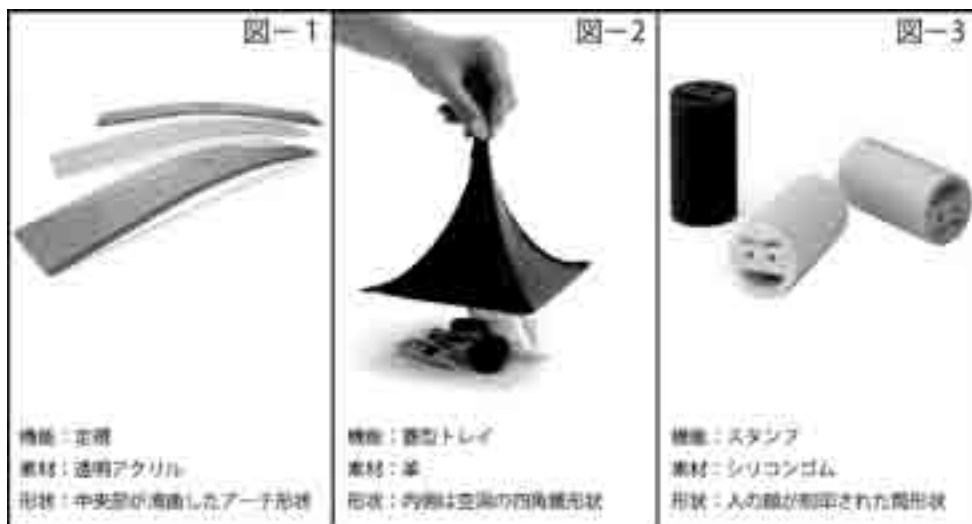
→刻印の形が変化するハンコの提案『Faces Stamp』

従来のハンコは、名字や言葉、記号などが刻印されており、その刻印されたただ1つの情報が印として活用される。ハンコは押す指に圧力をかけて押さえつけるという行為が不可欠な為、材質はその圧力に耐え得る堅い素材である必要があった。ところが『Faces Stamp』はハンコの素材を軟質シリコンに変更することで、指先の圧力を変えることによって異なる情報を表示するという機能を実現させた。この素材特性を活かし、ハンコに加える圧力を変えることで変形し、顔の表情を「喜怒哀楽」といったように、使う場面によって何パターンかの情報を表示することが可能となった。これは従来の既成概念の中にはなかったハンコの新しい価値である。

以上3つの事例からは、本来の形態表現からは想像がつかないようなその目的の達成の方策において独創的なアイデアが含まれていた。我々の常識を打ち砕き、新たな価値観の獲得に貢献している高いコミュニケーション力の備わったプロダクトであることが確認できる。

### 環境問題に対して警鐘を鳴らすプロダクトデザインの鑑賞

我々はデザインそのものではなく、そのデザインされたものに込められたアイデアの中に美



を感じ、感動さえ覚えることがある。それはデザイナーの伝えたい「思い」や「願い」が形として表現されていることに気付くことであり、そこにプロダクトデザインの鑑賞の面白さがあるといえよう。プロダクトデザインの鑑賞について、「機能性に優れている」、「審美性が高い」、「コストパフォーマンスに優れている」、等々その批評観点は様々であると考えられるが、そのデザインに含まれたコンセプトを能動的に読み取り、社会問題に意識を傾けることもできる。つまり、デザインというフィルターを通して社会問題と対峙し、新たな価値観を獲得するという行為がデザイン教育では可能であるはずなのだ。D・A・ノーマンは、著書『エモーショナル・デザイン』の中で、「製品が成功するためには、実用面よりも情動面のデザインの方が重要なのではないか」<sup>9)</sup>と述べている。デザイン製品を評価する際、機能や形態に注目することが一般的であると思われるが、ノーマンは、デザインを評価する3つの観点を指摘している。それは製品の見た目や外観の印象で判断する本能レベル、その製品の使い方や触り心地など使用性に関することを判断する行動レベル、所有することへの愛着等を判断する内省レベルである<sup>10)</sup>。特に内省レベルについての評価がプロダクトデザインを評価するにあたっては重要な観点であると述べている。ノーマンはフィリップ・スタルクの『ジュシーサリフ（レモン絞り器）』を例に挙げ、使用されている金メッキという素材の問題で、本来のレモン絞り器としての機能を全く果たすことの出来ないこのプロダクトについて、その行動レベルの低さを度外視できる程の本能、内省レベルの高さを指摘するコメントを残している。「私は高価なジュースを買ったのに、それでジュースを作っただけではいけないのだ。行動的デザインとしては零点である。しかし、だからどうだというのだろうか。私は玄関にこのジュースを誇らしげに飾っている。」<sup>11)</sup>製品の価値や評価は、機能性というデザインの一側面によってのみ判断されるようなものではないと主張し、内省レベルでの人の率直で言葉にならない感覚的で情動的な好意を尊重することの重要性を示唆している。

以下に紹介する2つの事例は、環境問題について強いメッセージが込められているプロダクトである。これらのプロダクトは、常識に捕われることのない独創的な考え方のもと創出されたデザインであるという点で共通している。鑑賞題材にすることで環境問題というテーマについて、能動的に深い理解を得ることが期待できる。さらにこのプロダクトの特徴として、一見するとどのような用途を持つプロダクトであるのかの判断ができない。その特徴を生かし、どのような用途を持つプロダクトであるのか、環境とどのように関係し結びついているのか、どのような警鐘が鳴らされているのか、ということについて「推察する」というプロセスを通し、討論形式で少しずつ紐解いていくような授業を実践した。尚、この2つのプロダクトの鑑賞については下記に記述したルールに従って推察を進めた。

#### ルール

- ① 写真資料を配布し、まずはプロダクトの特徴についてじっくりと観察すること。
- ② 提示したプロダクトは、どのような目的を持ったプロダクトなのかを推察すること。
- ③ 提示したプロダクトは、どのように環境と関係しているのかについて推察すること。
- ④ 正解に結びつけるための手だてとなるヒントについては、1つのプロダクトについて3つまで与える。ただしどのようなヒントを得るかということについても討論で決定すること。

推察するにあたって、基本的には学生たちが主体的にディスカッションを行い、討論代表者から質問があった場合は筆者がヒントを与えるといった授業形態をとった。「ヒントを徐々に

与えるクイズ形式のプロセスは、解を導くための集中力を高められるばかりか、間違えた答えが次の発想を生み出すためのヒントになる<sup>12)</sup>といった指摘もあり、推察を通して考えたことや情報を共有するという意味においてもこの授業形態に妥当性があるといえよう。以下、討論を行った際の学生の様子と事例としてあげたプロダクトについて考察する。

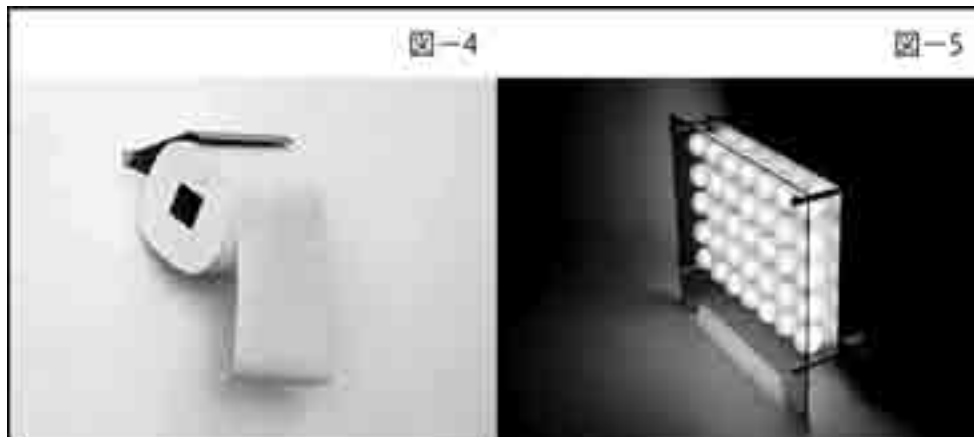
#### トイレットペーパー（図-4）

原研哉が企画したRE DESIGN展において出展された作品である。RE DESIGN展の企画主旨は「提案されたデザインはそれぞれに明快なアイデアの切り口を持っていて、それらと既存のデザインの間には明らかな差異がある。まさにその差異の中に、人間がデザインという概念を持ち出して表現しようとしてきた切実なものが含まれているはずなのである。」<sup>13)</sup>としている。図-4のトイレットペーパーを制作した坂茂は「トイレットペーパーのように安くて軽い物の値段のうち輸送費が占める割合は高いので、いかに無駄なく輸送する形に梱包できるかは重要な問題である。従来の丸い形だとトイレットペーパー同士の間にも梱包されたパッケージ同士の間にも隙間ができ、輸送する量に無駄ができ、多くの量が輸送できるというメリットもある」と述べている<sup>14)</sup>。

参考画像を一目見た時点で、ほとんどの受講生はトイレットペーパーであることが認知できる。坂がデザインしたトイレットペーパーは、従来の形を少しだけ変形することにより社会構造が大きく変化することに驚く。丸型の芯に紙が巻かれているのが常識であるが、その構造的な常識を覆したデザインとなっている。芯が四角いため、必然的にトイレットペーパー全体の形も四角形になる。四角形になることで、ペーパーホルダーに入れた場合摩擦が生じ、不必要な紙の消費が押さええることができる。さらに前述したように、輸送する際などに積み重ねた時にデッドスペースが少なくなることで、より効率よく運搬することが可能となる。つまり、輸送の回数を減らすことにより、発生する二酸化炭素の抑制に寄与している事実に結びつく。些細な形態の変化ではあるが、社会における流通という観点まで影響を与える独創的形態表現であると評価できる。

#### エレメント（図-5）

エレメントは、35個の電球が縦横に整然と並べられている。白熱電球は光を放つという主目的と同時に高温の熱を帯びる。本来の目的である「光を放つ」という主機能を超えた「熱を



放出する」という特性に目を向け、ヒーターとして提案されたプロダクトである。<sup>15)</sup> エネルギー効率の悪さをアイロニーとして表現し、日常生活を営む我々の環境問題に対する無自覚さという問題に対して強く訴えかけてくるプロダクトである。

ディスカッションでは、丸い球体が白熱電球であることが分かると、白熱電球には本来の主機能である「光を放つ」という働きと同時に「熱を放出する」という2つの働きがあることを再確認し、このプロダクトはヒーターなのではないかという推察まで行きつくことができる。しかしこの時点では環境とどのような関連性があるかについては明確にできない。そこで手がかりとなる「95と5」という数字が関連することを伝え、その数字と環境との関連性を探るべく議論を進める。そのうちに、エネルギーが光と熱との2方向にどのような内訳で使用されているのかという議論に達する。そして全エネルギーの内の約5パーセントが主機能である「光」として使用されるのに対し、約95パーセントものエネルギーが単なる「熱」として放出され続けていたという推察に行きつく。白熱灯のエネルギー効率の悪さ故に、現在では照明に使用される光源はエネルギー効率の良いLEDに切り替える必要性があることも理解することができる。

日常何気なく使用しているプロダクトについて主体的な議論を通し、デザインコンセプトを能動的に読み取ろうとする姿勢がグループワークの中において多く見受けられた。環境問題を扱う際、現状の問題点や数値的事実を知識として享受したところで、それが私たちの生活の中にどのように関係しているのかという意識的な問題として捉えることは難しい。しかしながらプロダクトデザインに込められたデザイナーからのメッセージを「推察する」というプロセスを議論の軸として捉えることで、環境問題というテーマに対して積極的にかつ能動的に関わることができるものであるということが理解された。

## まとめ

独創性のあるプロダクトデザインを鑑賞題材にすることによって、デザインコンセプトに対して能動的な読み取りが可能となるという仮説のもと、デザインにおける独創性の効果について考察した。常識を打ち砕くような独創的表現を持つプロダクトデザインは、私たちに新たな価値観を与え、高いコミュニケーション力が備わっていることが確認できた。これはノーマンの指摘する内省レベルでの評価が高いとも言い換えることができる。さらに独創的表現がなされているプロダクトデザインを「推察する」というプロセスを軸に討論を行った。プロダクトデザインが持つ形態の意味と、与えられたキーワードに対して議論を重ね、プロダクトと環境との関係性について主体的に関わることで、環境問題は自分自身が営む日常生活と密接に関係しているということに気付く契機となった。

今回の研究では、討論に参加した学生の感想やアンケートなど、詳しい数値的データの検証ができていない。大学生をはじめ、小・中学校においても鑑賞授業として実践が可能な教材であろう。導入方法やグループワークの際に闊達な議論が可能となるようなヒントの与え方などについても考慮する必要があると思われる。

これからの展望としては、これらのプロダクトデザインとの出会いから、どのような価値観の変容が認められるのか、またこのプロダクトデザインのアイデアから思考を発展させるとどのような展開を見せるのかといった鑑賞から表現へと結びつけられるようなプログラムの構築



が求められる。

## 註

- 1) 学部3年生対象の「総合演習」の授業題材として扱った。討論や議論を闊達に行うことを目的とした授業の中で、10名程度の集団の中で討論を行い、デザイン対象の議論を通すことで環境問題についての認識を高めることを目的とした。
  - 2) 大泉義一「図画工作科における鑑賞の再構造化に関する一考察-子どもが発揮する<能力>から鑑賞をとらえ直すための試案-」大学美術教育学会誌 第42号、2009、pp.45
  - 3) 宮脇理他『ベーシック造形技法-図画工作・美術の基礎的表現と鑑賞-』建帛社、2006、pp.176
  - 4) 新関伸也「<鑑賞>と<問題解決>を基軸としたデザイン教育-中学校デザイン学習試案-」美術科教育学会誌 第23号、2001、pp.196
  - 5) 新関、前掲書、pp.197
  - 6) 伊藤文彦他「図工点美術授業研究FILE」静岡大学教育学部美術教育講座、2004、pp.57
  - 7) 伊藤文彦他「図工点美術授業研究FILE6」静岡大学教育学部美術教育講座、2009、pp.4
  - 8) 原研哉『デザインのデザイン』岩波書店、2003、pp.212
  - 9) ドナルド・A・ノーマン、(岡本明・安村通晃・伊賀聡一郎・上野晶子訳)『エモーショナル・デザイン』新曜社、2004、pp.7
  - 10) ノーマン、前掲書、pp.8
  - 11) ノーマン、前掲書、pp.153
  - 12) 伊藤文彦他「図工点美術授業研究FILE2」静岡大学教育学部美術教育講座、2009、pp.75
  - 13) 原研哉『DESIGNING DESIGN』岩波書店、2007、pp.25
  - 14) 原研哉+日本デザインセンター原デザイン研究所『RE DESIGN 日常の21世紀』朝日新聞社、2000、pp.13
  - 15) プロトタイプとは試作品という意味があり、エレメントは実際には製品化には至っていない。
- 図-1) Arch Ruler、Designer：吉田智哉、プロダクトデザイン年鑑2009、pp.235より
- 図-2) DesktopTent、Designer：福間祥乃、プロダクトデザイン年鑑2009、pp.201より
- 図-3) Faces Stamp、Designer：design office A4、シャチハタHPより  
([http://www.shachihata.co.jp/news\\_release/071004\\_2.php](http://www.shachihata.co.jp/news_release/071004_2.php))
- 図-4) トイレットペーパー、Designer：坂茂、『RE DESIGN 日常の21世紀』、2000、pp.15より
- 図-5) エレメント、Designer：フロント、pen2007 No.212、pp.85より