

「過熟」した現代デザインの問題点と理想像の研究

ー便利、快適、効率性による影響を探るー

The study of [too much design] issue and vision

ーExamination influence on convenient design for human ー

■ 影山 友章 tomoaki kageyama

愛知県立芸術大学大学院 柴崎 幸次 研究室

Aichi University of the Arts

■ キーワード：便利、快適、効率的 人間の能力劣化 デザインの余白

はじめに

テクノロジーの発展により、我々人間は様々な利便性を手にしてきた。その反面、電子化、オートメーション化の流れの中で人の思考の幅はどんどん狭まり、漢字の筆記ができなくなる人、バックモニター無しの車では駐車ができない若者など、人間自身の能力劣化が騒がれ始めている。また、かつては存在した待ち合わせにおける緊張感や高揚感などが、携帯端末の登場によって皆無になったように、システムチックになった暮らしの中で、心揺さぶるドラマチックなシーンや体験も減少してきている。

便利、快適であることと、豊かで幸せであることは一致するのか。目先の利便性追求に捕われた現代の製品デザインは、需要を超える速度で進み続け、必要でなかったモノを創ることで新たな必要を生み出し、その代償が膨らみ続けている。

本研究では、便利、快適、効率性を追求し過ぎるあまり様々な支障をきたし始めた製品デザインを、過度に成熟したデザインという意味で「過熟デザイン」と命名した。そして、それらの問題点を抽出、整理分析することで、本質的に豊かで幸せな、次世代のデザイン思想を見つけ出すことを目的とする。

1. 「良いデザイン」への疑問

2013年グッドデザイン賞の最高賞に、劇的な利便性、快適性の提供、効率性の向上をもたらした「Google maps」が選ばれたことが示すように、現代における「良いデザイン」の評価基準において、利便性、快適性、効率性という要素の占める割合は大きい。最新の2015年度受賞例を見てみても、運転をアシストし、ドライバーに安心、快適を提供する自動車の運転支援システム「アイサイト」や、パン屋等におけるレジの自動化を可能にした、パンの識別装置「ベーカリースキャン」、ワンタッチでエスプレッソコーヒーを抽出することができる「全自動エスプレッソマシン カプチーノスマート」など、シス

テムチックかつ省労力な製品デザインが評価されている。

このように、現代におけるデザイン評価の基準の中には「過熟デザイン」を生み出す要素が強く存在している。同時に、デザイナー自身にも、できるだけ簡単かつ、省労力で効率的な製品デザインを目指すという指向が強い。しかし、無闇な便利、快適、効率性の追求からくる様々な支障が顕在化し始めた今、この思想を改める、抜本的発想の転換が必要ではないか。本研究の「過熟デザイン」の分析が、その足掛りになることを期待する。



図1 2015年度グッドデザイン賞の受賞例

2. 先行研究、京都大学川上浩司研究室「不便益」について

2.1. 不便から生まれるデザイン

「不便益」とは、不便の中に存在する益を見つけ出すことで物事を作り上げるというデザインの方法であり、通常のデザインとは全く違ったアプローチの指針である。以下、川上浩司の著書『不便から生まれるデザイン』の序文を引用する。

不便とは悪いことで、積極的な価値を見いだすことはできないのだろうか。不便の解消を試みた結果、思いがけない問題が発生することがある。ならば不便にも益が存在するはずで、その益をモノや方式のデザインに活かす方策を考えても良いのではないのか。中略、「不便益」と呼ばれる視点から、デザインに活かすための知見を掘り起こす。

[注1]

このように、便利、快適、効率性追求のアンチテーゼである本研究と川上の研究との共通項は多く、理想像探求においてこの不便益の指針が大きなヒントに繋がるのではないのかと考えた。

2.2. 不便益研究会への参加

2015年6月26日、京都大学にて川上研究室が実施している「不便益研究会」へ参加した。

研究会では川上研究室をはじめ、京都大学の学生、デザイナーやエンジニア、他大学の教授陣など、各界の専門家、有識者が集い、今回のテーマである「食と不便益」を議題にディスカッション形式で進められた。本研究で、第3章でまとめた内容をプレゼンテーションしたことでさまざまなコメントバックを貰い、後に記す「余白のデザイン」に繋がる糸口を掴んだ。

3. 「過熱デザイン」による支障と生活定点観測

本章では、研究の核となる「過熱デザイン」により発生している支障について整理する。様々な体験談や川上浩司著『不便から生まれるデザイン』、ニコラス・G・カー著『オートメーションバカ』などの参考文献より、支障の仮説として、①人間自身の能力劣化、②愛情、愛着の希薄化、③感動を促すドラマチックなシーンの減少という、三つの軸を導き出した。

そして、その実証性を確認するために、博報堂生活総研が実施している20年分の生活定点観測資料、「生活定点1992-2014」[注2]を基にしたデータ分析を行った。これは1992年以降隔年で調査されている定点観測資料で、約1500項目の質問を毎回同じ条件のもと調査している。その中で、上記の仮説に影響する項目を選び出し、グラフ化して整理することで、仮説の検証を行った。

3.1. 人間自身の能力劣化と生活定点

仮説の一つ目、「人間自身の能力劣化」の実証性を検証するために、生活定点の質問項目の中から、「自力自信（自分自身の力による自信）があるか」、「携帯電話やスマートフォンは私の生活になくてはならないものだと思う」、「私はいくつになっても、学んでいきたいものがある」という三つの項目を選び出し、調査分析を行った。

「自力自信（自分自身の力による自信）があるか」という質問項目は、1992年の時点では「ある」と答えた人が62%であったが、年々減少し、2014年では43%となった。また、「携帯電話やスマートフォンは私の生活になくてはならないものだと思う」の質問項目は、調査が開始された2002年では34%ほどであったが、2014年では58%まで上昇している。このように、携帯端末への依存度が上昇することと反比例して、自分自身の力に自信が無くなってきているということがデータから実証された。この結果から、端末依存、人間の能力劣化、自力自信の減少という流れが見えてくる。また、「私はいくつになっても、学んでいきたいものがある」という質問項目は1998年の時点で54%、2014年では40%と減少しており、生涯学習、成長の意欲まで減少してきているということも確認された。

1 思考の幅の縮小、人間自身の能力劣化

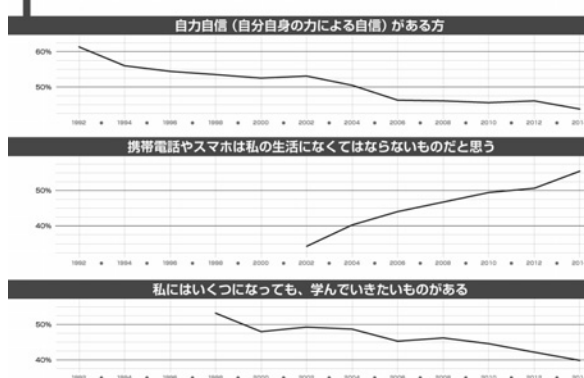


表1 人間の能力劣化と生活定点の比較表

3.2. 愛情、愛着の希薄化と生活定点

仮説の二つ目、「愛情、愛着の希薄化」については、「家電品や家具などが壊れれば、修理して長く使う方だ」、「普及品より、多少値がはってもちょっと良いものが欲しい」、「愛を信じていることができる、お金を信じていることができる」という三つの質問項目を抽出した。

「家電品や家具などが壊れれば、修理して長く使う方だ」の質問項目は、調査が開始された2002年で47%、そこから年々減少し、2014年では30%まで減っている。これは、モノへの愛着の希薄化が顕在化したデータ結果である。同時に、「普及品より、多少値がはってもちょっと良いものが欲しい」という項目も、1992年で54%、2014年では35%と減少し、便利、快適、効率性の追求が、付加価値の高いハイエンド製品離れを呼び起こしている。また、「愛を信じていることができる、お金を信じていることができる」という項目は、1992年で愛を信じていることができるが87%、お金を信じていることができるが74%であったが、2014年では双方が逆転し、愛が80%、お金が81%となり、物に対する愛着のみならず、愛情そのものの希薄化も進行していることが確認された。

2 愛着、愛情の希薄化

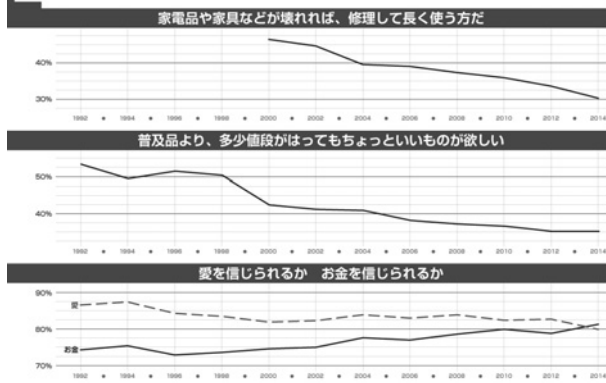


表 2 愛情、愛着の希薄化と生活定点の比較表

3.3. 感動を促すドラマチックなシーンの減少と生活定点

最後の仮説である、「感動を促す、ドラマチックなシーンの減少」については、「一生を通じて楽しめる趣味を持っている」、「遊びでも達成感のないものつまらないと思う」、「夢や希望が多い」という三つの質問項目を選び出した。

「一生を通じて楽しめる趣味を持っている」の項目については、調査が開始された1998年では「持っている」と答えた人が47%、そこから年々減少し、2014年では37%となった。「遊びでも達成感のないものつまらないと思う」に関しては、「そう思う」と答えた人が1998年で22%、2014年では17%と同じく減少している。「夢や希望が多い」と答えた人に関しては、「多い」と答えた人が1998年で31%、多少の起伏はありながらも徐々に減少し、2014年では27%となった。

このように、一生ものの趣味を持つ、達成感を大事にする、多く希望を持つという、幸せに生きるために大切な要素が年々低下してきている現実、現状に対する変化を求めるシグナルであると考えられる。豊かで幸せな生活を提供することがデザインの本質であるとするならば、これらのデータ結果が示す通り、発想の転換が求められている。

3 こころ揺さぶる、ドラマチックなシーンの低減

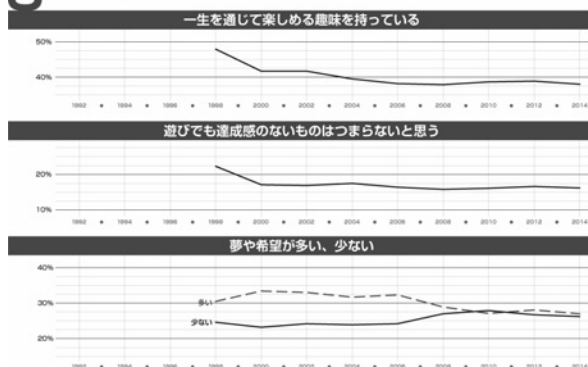


表 3 ドラマチックなシーンの減少と生活定点の比較表

4. 問題伝達のためのデザイン

第2章の研究会参加などを通じて、当研究で提示している問題点を人に伝達するためのツールデザインの重要性を実感し、問題喚起を促すデザインツールの制作に取り組んだ。

4.1. 問題伝達のためのイラストレーション

問題点をより直接的に、わかりやすく伝達するためにはビジュアルな表現が有効であると考え、第3章で提示した仮説に伴うシーンを切り取るイラストレーションを作成した。

画材にはボールペンを使用し、後に書物の挿絵に使うことを考慮し、色づけはグレートーンマーカーのライトな表現で作画した。

便利快適と人間の能力劣化

漢字が書けない、アナログ地図の現在地がわからない、バックモニター無しの車で駐車できない。モノやデザインが便利、快適、効率を追求し続けた結果、人間の様々な能力が劣化し始めている。



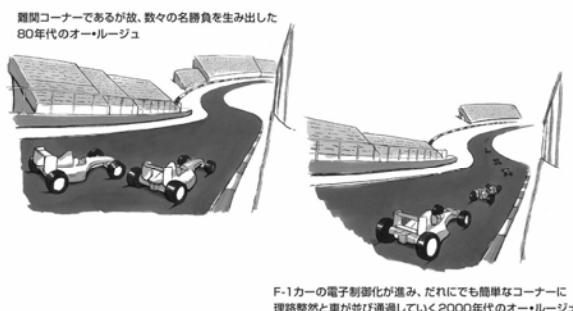
自動運転と愛車

自分自身で操作し、自らの意思でどこへでも行ける。旅先で修理した経験も、今では大切な思い出。昔の車には「愛車」が多かった。自らの意思でコントロールする事もなく、複雑化したメカは、故障の際、触れる事すらできない。こんな車を我々は「愛車」と呼べるのだろうか？



電子制御化とドラマチック

電子制御化により失われた、F-1が誇る屈指の名物コーナー「オー・ルージュ」のドラマ



移動の効率化とドラマチック

東京～名古屋間が35分になったら、「18歳、春、上京」のドラマが薄くなる



図 2 問題点のイラストレーション

4.2. 便利、快適追求の未来像を描くイラストレーション

現在のような利便性の追求を突き進めた場合の未来予想を描いた、ストーリー式の「過熱未来予想図」を作成した。

今後起こりうると予想される未来を形にすることで、見た人に利便性追求の功罪を意識させ、考えるきっかけを与えることを目的とした。

4.2.1. 富士山エスカレーター

国内の隅々まで快適に、より早く、効率的に移動することを追求し続けた日本人が、日本の心、霊峰富士山の頂まで通じる全天候型エスカレーターを建設するという未来予想図である。

日帰り富士登山が大流行し山頂のリゾート化が進むが、やがてブームは終焉し、山頂に長大な廃墟が残ってしまう。ストーリーの結末は、結果的に富士山への信仰心が日本人の中から消えてしまった。

4.2.2. スーパーコンフォートソファ

ロボット掃除機の普及など、家事全般のロボット化が進み続けた結果、家主が動くことの無い究極の椅子、「スーパーコンフォートソファ」が誕生するという未来予想図である。

家の中で人が動く時代は終わりを告げ、人ではなくモノの方が動く時代になる。結末では、人類は歩くことができなくなり、主人公は旧人類が行っていたクラシックスポーツであるサッカーの資料映像を、不思議そうに眺めている。

4.2.3. ブレインメッセンジャー

利便性を追求した結果、書く能力を必要としないタイピング入力生まれ、さらに音声入力が誕生する。そして、音声入力すらわずらわしい人類は、脳波を直接読み取り送信する、「ブレインメッセンジャー」を生み出すという物語である。

物語の結末では、人類は喋ることすら忘れてしまい、街は不気味な沈黙に包まれる。

4.2.4. メモリーストレージアイ

1888年に世界初の量産フィルムカメラ「コダック No.1」が発売されてから数百年たち、デジタルカメラや iPhone、Google eyes などイメージを記憶する技術は進み続けている。その進化の果てに、目から見たイメージが直接クラウド上のストレージに記憶されるアイレンズ、「メモリーストレージアイ」が誕生するという未来予想図である。

自身の脳に記憶する必要が無くなった未来では、人間の記憶力は退化の一途を辿り、超若年性のアルツハイマーが蔓延するという世界を描いた。

4.2.5. デジタルお墓

メモリーストレージアイなどの体外記憶端末が普及し、人の記憶は本人の脳ではなく、個別のデータフォルダに記憶する時代になる。そして、記憶がデータ化したことで、肉体が減びても記憶は残り続けるという未来予想図である。

電子化した記憶を AI に取り込むことで、肉体の死後もその人の人格は生き続ける。無論、自殺者の増加など、人の死生観は大きく乱れ始め、推進派と否定派に別れて世界は二分されていくという結末を描いた。

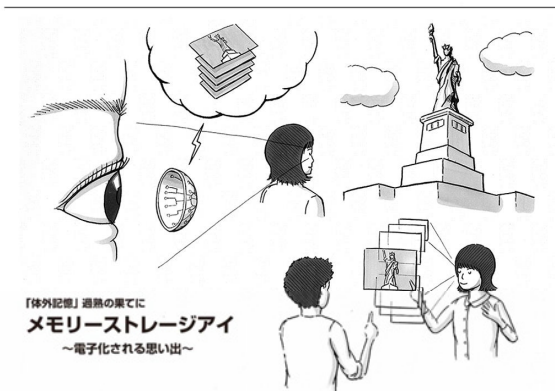
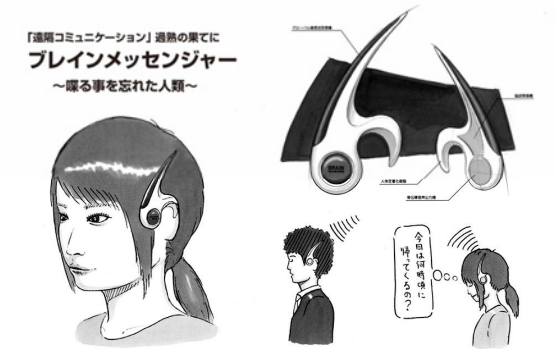
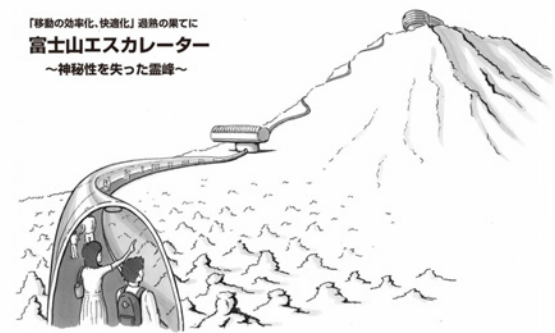


図 3 過熱未来予想図

5. 理想像の仮説「余白を意識しデザインする」

一連の研究で導き出した、本質的な豊かさを導き出すデザイン思想の仮説である、「余白を意識しデザインする」ことについて記したい。ここで示すデザインの余白とは、ユーザーがそれを使用する際、自身で考え、自分なりに使用方法や使用目的を工夫することができるデザインの余地のことである。また、ユーザーがそれを使用する際、その最終目的に至る過程を自身の意思で進められ、把握できるような領域のことであると定義した。(図4)



図4 考え、工夫する余地、余白の概念説明図

5.1. 余白の多い製品と少ない製品

図5は自分で考えたり、工夫したりする余白が多い製品、少ない製品を、カテゴリごとに並べたマッピングである。

カレーの例でも、カルタモン、ターメリックなどのスパイスが個別でパッケージされた製品、それぞれのスパイスを調合し、カレールーとして成形された製品、野菜等の具材も調理したレトルトカレー、後は食べるだけの状態でパッケージされたコンビニ弁当など、一つのカテゴリのなかでも余白の大きさは様々である。

こうしたなか、コンビニ食品の好況、車の自動運転化など、現代デザインは省労力、高効率な方向を目指しており、デザインの余白は徐々に削減方向に向かっている。

5.2. ユーザー像それぞれに適した余白の大きさ

図6は、カレーの例における、それぞれの製品に適したユーザー像を記した図である。

調理器具も少なく、自身の分の食事しか必要としない独身一人暮らしの人にとって、コンビニ弁当や、レトルトカレーは理に適った製品である。一方、家族の分の食事を用意する主婦にとっては、コスト面、栄養面、汎用性から考えてカレールーの成形品が適当であると考えられる。また、定年退職した今まで料理をしなかった人などにとっては、個別のスパイスから調合するオリジナルカレーの探求は、新たな生きがいを生む可能性を秘めているかもしれない。



図5 余白の多い製品、少ない製品



図6 カレーの例におけるそれぞれのユーザー像

このように、デザインの余白にはそれぞれのユーザー像に適した大きさがあり、本研究は余白の削減自体を問題視したものではない。無闇に削減方向へ進み続けている現代のデザイン思想自体が問題であり、それとは異なるデザイン理論の確立を提起するものである。

6. 「過熟デザイン」と「デザインの余白」の関係性

これまでに記してきた「過熟デザイン」と「デザインの余白」の関係性を整理したい。

第3章で記した通り、利便性、効率性追求は、省労力化、オートメーション化を引き起こし、結果として人が考え、工夫する余地を奪っている。すなわち、「過熟デザイン」の問題点と「デザインの余白の削減」は同一視でき、問題解決においてこの「デザインの余白」に着目することは、大きな足掛りになると考えられる。

第5章で、ユーザー像ごとにそれぞれ適した余白の大きさがあることが明確化した。つまり、過熟デザインの問題点は、人それぞれに適した余白の大きさと、提供されるデザイン側の余白の大きさにズレがあるが故に発生していると考えられることができるのではないのか。自動運転の自動車は、運転免許取りたての車好きの若者にとっては、味気なく、無意味な製品デザインとなるかもしれないが、運動能力が低下し、自身ではもう運転できない高齢者にとっては、行動範囲を広げてくれる素晴らしい製品デザインである。

「余白を意識しデザインする」ことは、豊かで幸せな生活を提供するという、デザイン本来の役割をもう一度見つめなおすことだ。デザインが成熟した現代だからこそ必要な、新しいデザインメソッドの仮説なのである。

7. おわりに

このように、修士課程一年次の研究において「過熟デザイン」をひも解くことにより、「余白を意識しデザインする」というキーワードを導き出した。無闇な利便性追求がもたらす弊害が明確化されたことにより、現代の製品デザインに漂う閉塞感もクリアになったと考える。

今後の展開については、ここまでで導き出した問題点、仮説を具現化し、人に伝え、意識させるためのデザインを制作する。そして、それらの発表を通して、余白を意識しデザインするという理想像の仮説をブラッシュアップさせていく。

参考文献

- ・ 川上浩司、『不便から生まれるデザイン』化学同人 2011
- ・ ニコラス・G・カー、『オートメーションバカ』青土社 2014
- ・ 広井良典、『ポスト資本主義』岩波出版 2015
- ・ 阿久悠、『歌謡曲春夏秋冬』川出文庫 2008
- ・ 博報堂メディアパートナーズ、『メディアガイド 2015』
- ・ 博報堂生活総合研究所、『生活定点 2010』

注、引用

1) 川上浩司、『不便から生まれるデザイン』化学同人 2011
序文

2) 博報堂生活総合研究所 生活定点 1992-2014

<http://seikatsusoken.jp/teiten2014/>

2015年6月