AXIS



三澤 遥

Haruka Misawa

FEATURE

デザインの未来地図と30のキーワード
A Map for the Future of Design

イタリアデザインはどこへ向かうのか
Where is Italian design heading?

2024.7 summer
vol. 229

World's Design Journal

第229号　2024年7月1日発行
季刊1·4·7·10月1日発行　ISSN 0285-8223



9,465,560トンの砂。

果てしなく続く、草木も水もない砂の世界。
黄緑色のクルマが、砂塵を巻き上げ一本道を走っています。
地の果てのようなこの荒涼とした風景、
実はこの地上には存在しないものです。

これは、わずか数MBの、
誰もがダウンロードできる一枚の画像を元素材に、
アートディレクター、グラフィックデザイナー、
レタッチャーといったクリエイターたちが、
AIをはじめとした先進のテクノロジーを味方につけながら、
Adobe Photoshopを使って創作したもの。

想像してみてください。
作品に埋め込まれたクリエイターたちの情熱と魂を。
気まぐれに見え、けれど実は法則を持った風紋。
風の向き、角度、強さを想定し、ひと筆ずつ砂地の素材に紋様を刻みます。
ビジュアルに生命力を与えたのは、数10種を超すブラシと熟練の技術。
完成したのは、34万6,060㎡相当、
重さに換算すると946万トンもの砂で描かれた砂漠の朝。

湧き上がるクリエイティビティの力を信じ、挑戦し続ける。
変化に怯まず、変化を取り込み、自らも変化し続ける。
そんなすべてのクリエイターに寄り添いながら、
私たちアドビは、テクノロジーを通じて、
クリエイティビティの可能性を拡張していきます。

Adobe Photoshop



［誰も知らない砂漠の朝］ Art Direction & Typography：SHA inc. / Retouch：The Elves and the Shoemaker.Co,Ltd
このプロジェクトで制作された画像は、blog.adobe.com/jp/ で詳細がご覧いただけます。

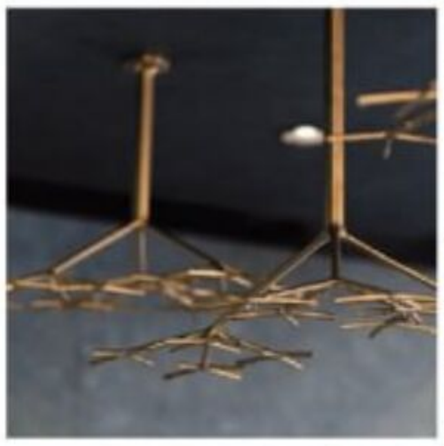
LIXIL

LIXIL GLOBAL DESIGN

プロダクトデザイナーの中途採用を実施しています。
ご興味のある方はQRコードよりお問合せください。
Info-design@lixil.com

GROHE SPA at Milan Design Week














www.instagram.com/lixilglobaldesign/

Ambient

瀧本幹也
Mikiya Takimoto

美しさを長い年月にわたって湛え続けるル·コルビュジエの建築。

ル·コルビュジエはもともと画家でもあり、
絵画のように平面的な視点も取り入れ立体物をつくり上げている。

その建築に身を置くと、繊細なデザイン感覚とフォルムの肉肉しさに魅了される。

2024年春、マルセイユのユニテ·ダビタシオン、サヴォア邸、ブラジル学生会館を巡った。
4×5のスクリーンを覗くと、あたかも絵画のように見える。
撮影は立体物を平面に戻す作業でもある。

黒い布をかぶっていると、
時空を超えて丸眼鏡をかけた彼が傍らで喜んでいる気配を感じるのだ。

Architecture of Le Corbusier continues to retain its beauty through extensive years.

Le Corbusier was originally also a painter,
so he creates three-dimensional objects
while incorporating planer perspectives as seen in paintings.

Upon entering his architecture,
one becomes charmed by the delicate sense of design and the "fleshiness" of its form.

In the spring of 2024,
I toured around the Unité d'Habitation in Marseille, Villa Savoye, and Maison du Brésil.
When looking at a 4x5 screen, it almost appears like a painting.
Photography is also the process of returning three-dimensional objects to a flat surface.

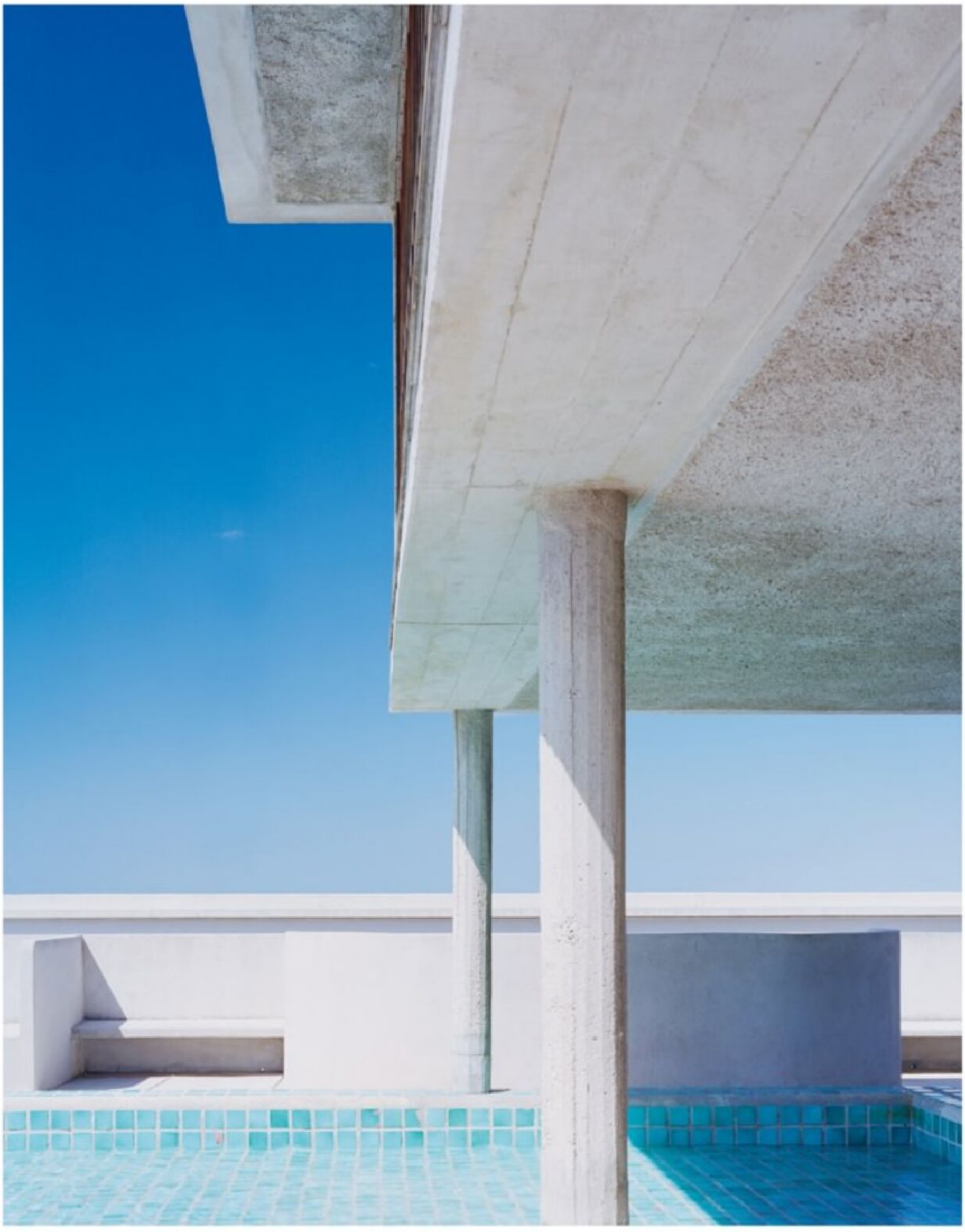
When covering myself with a piece of black cloth,
I get a sense that he, beside me and wearing round glasses,
is delighted, transcending time and place.

写真家、映像作家。1974年愛知県生まれ。主に広告写真のフィールドで、ポートレート、静物など、さまざまな被写体と向き合う。そうした豊富な経験と卓越した技術のもと、独自の視点で捉える建築写真は高い評価を得る。代表作に、ドイツの造形学校バウハウスを構成的に捉えた『BAUHAUS DESSAU ∴ MIKIYA TAKIMOTO』(2005)や、ル·コルビュジエの視点を追った「Le Corbusier」(2017)などがある。「丹下健三と隈研吾」展(パリ日本文化会館 2024)にて新作を発表した。

Mikiya Takimoto, a photographer and visual artist, was born in Aichi Prefecture in 1974. In the field mainly of commercial photography, Takimoto faces various photographic subjects including portraits and still life. With his rich experience and outstanding skills, Takimoto's architectural photography taken with unique perspectives is gaining excellent reviews. His representative works include *the BAUHAUS DESSAU ∴ MIKIYA TAKIMOTO* (2005) in which he structurally captured the German art school Bauhaus, and *Le Corbusier* (2017) in which he closed in on the perspectives of Le Corbusier. Takimoto unveiled his new works at an exhibition titled *Kenzô Tange – Kengo Kuma. Architectes des Jeux de Tokyo* (Maison de la culture du Japon à Paris, 2024).

P.005　Villa Savoye # 52 © 2024 Mikiya Takimoto
P.006　Pavillon du Brésil # 53 © 2024 Mikiya Takimoto
P.007　Unité d'Habitation of Marseille # 54 © 2024 Mikiya Takimoto
P.008　Unité d'Habitation of Marseille # 55 © 2024 Mikiya Takimoto
P.009　Unité d'Habitation of Marseille # 56 © 2024 Mikiya Takimoto











“あたりまえ”を支える美学

BRIDGESTONE **DESIGN**

AXIS

Contents
2024.7 summer
vol. 229

016　COVER STORY　三澤 遥

028　第1特集　デザインの未来地図と30のキーワード

030　技術が変える社会を見据え、「人間の普遍性」を理解する　田川欣哉
036　デザインの原則を保ち続けること　ジャスパー・モリソン
042　100年後の充足を見据えて　原 研哉
048　俯瞰力を持ち、帰結を意識する　横山いくこ
054　脱人間中心主義の時代に「美意識」で調理を続ける　山中俊治
060　体現としてのデザイン　深澤直人
066　デザイン教育の未来に必要なものは　ジュリア・カセム
072　わからない世界で発生するデザイン　吉泉 聡
078　近代デザインの概念からのダイナミックな転回　永井一史

118　第2特集　イタリアデザインはどこへ向かうのか

120　広い視野で、前進させる――イタリアデザインの70年
126　年表「イタリアデザイン、およそ70年の変遷」
129　カスティリオーニとソットサス。梅田正徳が間近で見た、その素顔
133　大城健作が語る　アルチザンと産業をつなぐイタリアデザイン
137　イタリア新世代デザイナーの躍進
142　バーギット・ローマンが注目したミラノデザインウィーク2024
144　ミケーレ・デ・ルッキに聞く　未来のクリエイターに捧ぐ方程式

連載

004　Ambience 気配　瀧本幹也
085　LEADERS　山崎 貴（映画監督）
092　Global Creators Labs　レフィーク・アナドール・スタジオ AI ＆アーキテクチャー　中島恭子
100　アフリカの実践者たち　ブブ・オギシ（ファイバー作家、ブランドディレクター）　ナカタマキ
104　EYES ON K-DESIGN　DDPから発信するデザイン首都ソウルのブランディング戦略　ユ・ソンジュ
108　Sci-Tech File　虫こぶって何？　昆虫×植物が生む多様で奇妙な形の謎を解く　藤崎圭一郎
114　ひとつのピースから　クリネックス ティシューペーパー（1964）　野見山桜
152　意思決定のデザイン　なぜ今、意思決定のデザインが必要なのか　石川俊祐（KESIKI）
156　太古のクリエイティビティ　先史時代のグラフィティ　港 千尋
162　詩的工学演習　分解は探検に似ている　武井祥平（nomena）
164　視点モノローグ　無用　小野直紀
167　クリエイターズナビ　カレン・アン・ドナチェ ＆ アンディ・シミオナート、小池俊起、Studio Ololoo、ライラ・カセム、横山翔平
172　はじまりのはじまり　その線は、どこからうまれたのか　三澤 遥

発行　株式会社アクシス
〒106-0032 東京都港区六本木5-17-1
tel: 03-5572-0800　fax: 03-3583-0199

表紙写真　ゴッティンガム

本誌掲載の記事、写真の無断転載、複写を禁じます。
© アクシス 2024

AXIS

Contents
2024.7 summer
vol. 229

016 COVER STORY Haruka Misawa

028 FEATURE 1 A Map for the Future of Design and 30 Keywords

030 Understanding the "universality of humans" by looking ahead to a society transformed by technology Kinya Tagawa
036 Preserving the Principles of Design Jasper Morrison
042 Focusing on contentment 100 years from now Kenya Hara
048 Being conscious of the consequences with an integrated view Ikko Yokoyama
054 Cooking with an aesthetic sense in the post-human-centric era Shunji Yamanaka
060 Design as embodiment Naoto Fukasawa
066 What design education of the future needs Julia Cassim
072 Design in an Incomprehensible World Satoshi Yoshiizumi
078 A dynamic shift f om the notion of modern design Kazufumi Nagai

118 FEATURE 2 Where is Italian design heading?

120 70 years of Italian Design— Making progress with broad perspectives
126 Chronology: Italian Design— 70 Years of Change
129 Castiglioni and Sottsass— As seen up close by Masanori Umeda
133 Italian design— linking artisans with industries, as related by Kensaku Ohshiro
137 The rise of a new generation in Italian design
142 Exhibitions at Milan Design Week 2024 that caught Birgit Lohmann's attention
144 An interview with Michele De Lucchi— An equation dedicated to future creators

SERIES

004	Ambience	Mikiya Takimoto
085	LEADERS	Takashi Yamazaki (Film director)
092	Global Creators Labs	Refik An dol Studio AI and Architecture Kyoko Nakajima
100	AFRICANPRACTITIONERS	Bubu Ogisi (Fibre Artist, Creative Director of IAMISIGO) Maki Nakata
104	EYES ONK-DESIGN	Branding strategy for Seoul, the design capital of Korea that centers around DDP Yoo Seoung-joo
108	Sci-Tech File	What is a gall? Unraveling the mystery of its diverse and strange forms created by insect x plant Keiichiro Fujisaki
114	From a single piece	Kleenex Tissue Paper (1964) Sakura Nomiyama
152	DESIGNFOR DECISION-MAKING	Why is design decision needed now? Shunsuke Ishikawa (KESIKI)
156	TIMELESS INGENUITY	Prehistoric Graffi Chihiro Minato
162	Exercises in Poetic Engineering	To take apart is an expedition Shohei Takei (nomena)
164	Viewpoint Monologue	Uselessness Naoki Ono
167	Creators Navi	Karen ann Donnachie & Andy Simionato, Toshiki Koike, Studio Ololoo, Laila Cassim, Shohei Yokoyama
172	To perceive the actuality	Where did the strokes come from? Haruka Misawa

Publication AXIS Inc.
5-17-1, Roppongi, Minato-ku, Tokyo 106-0032 Japan
tel: +81 3-5572-0800 fax: +81 3-3583-0199

Cover photo Gottingham

All Rights Reserved.
©AXIS Inc. 2024

maharam

三澤 遥

Haruka Misawa

Designer

**完結させず、つくり続けることでしか、
見えてこないものがある。**

There is a field that can be reached only if persisting in creating without settling on one conclusion.

奇しくも本誌の発売日である2024年7月1日は、日本デザインセンター内に三澤デザイン研究室（以下、三澤研）が設立されてからちょうど10年目を迎えた日でもある。三澤 遥の仕事と言えば、上野動物園の「UENO PLANET」や国立科学博物館の「WHO ARE WE」、エルメス麻布台ヒルズ店オープン時の広告のアートディレクションを思い出す人がいるかもしれない。それとも、水槽の中の景観をデザインする「waterscape」や、磁性を帯びた紙が生き物のように動く「動紙」のプロジェクトを頭に浮かべるかもしれない。三澤は常に、デザインやアートディレクションとして想起される仕事と、自らの関心を追求するプロジェクトを並行して発表してきた。無数の検証作業を繰り返しながら、デザインとデザインではないものの間を往還し続けてきた、三澤デザイン研究室の10年間の歩みを振り返る。

This magazine is issued on July 1, 2024, which coincides with the 10th anniversary of the establishment of Misawa Design Institute, Nippon Design Center, Inc. Speaking of Misawa's work, many people may recall her art directions for UENO PLANET at the Ueno Zoo, the exhibition *WHO ARE WE* at the National Museum of Nature and Science, and the advertisement for the grand opening of the Hermès Azabudai Hills store. Some may even recall the *waterscape* in which landscape inside fish tanks were designed, or the *Paper Verb* project in which magnetized paper moves as if by its own will. In parallel to the works for which she takes responsibility in design and art direction, Misawa has also been presenting projects that pursue her own interests. We reflect on the 10-year journey of Misawa Design Institute, which has been seeking the realm of design and that of other potentials while dedicating itself to countless verification processes.

文／堀合俊博
Text by Horiai Toshihiro

写真／ゴッティンガム
Photos by Gottingham



取材当日は普段倉庫に保管されている三澤デザイン研究室の10年間の加工見本・試作品が披露された。形や素材を組み合わせながらプロジェクトのアイデアを探るなかで、また新たな研究が生まれることも多々あるという。
On the day of this interview, processing samples and prototypes from the last 10 years that are usually stored in the warehouse at the Misawa Design Institute were exhibited. Misawa says new research themes often arise when exploring ideas for projects while combining forms and materials.

「ある／ない」の境界を行き来する

―― 三澤研の設立から10年間が経ちました。振り返ってみていかがですか？また、三澤研の活動を象徴していると感じるプロジェクトがどれかを教えてください。

振り返るとあっという間でした。研究室のテーマに掲げている「これはデザインなのかと問われるようなものをつくり続けることこそ、デザインなのではないかと考える」を、まさに探求してきた10年だったと思います。

三澤研は、展覧会がその後の活動の基点になることが多くて、特に個展の「続々」(2018年)と「Just by だけ しか たった」(2023年)は自分にとって象徴的なプロジェクトだったと言えるかもしれません。どちらの展覧会名においても、自分たちの活動、そしてこれから目指す方向を提示できたからです。

―― ギンザ・グラフィック・ギャラリーで開催された個展「続々」では、「waterscape」の新作のほかに、現在も続いている「動紙」などの複数のプロジェクトが展示されています。展示内容はどのように決めたのでしょうか？

個展が決まったのは、研究室が発足して4年目でした。制作と並行して、どんなタイトルを付けるべきだろうと考えを巡らせ、「ろ過考」や「点球」などさまざまなタイトル候補が上がりました。展示準備の途中までは濃霧の中にいるようにアイデアが煮詰まっていましたが、悩みに悩んだ末、「続々」にタイトルが決まった途端、目の前の視界がパッと開かれていき、そこからはカチッカチッとパズルがはまるように進むべき方向が見えてきました。制作する範囲をどこからどこまでにするのかを線引きすることができ、それ以外の要素を潔く削ぎ落としていく過程を経たことで、作品がふっと立ち上がっていく感覚があったんです。

この展覧会では、5年、10年……とずっと継続して研究できるプロジェクトをつくろうと考えていました。これまでに7回展示をしてきた「動紙」はその最たるものかもしれません。完結させず、ずっとつくり続けていくことでしか見えてこないものがある。わかるためにつくるんじゃなくて、わからないことを知り、さらに深く深く思考に潜り込むためにつくる。タイトルの「続々」には、続いていくことだけじゃなく、自分の心が「ぞくそく」と心揺さぶられることを純粋に追い求めたい気持ちも込めています。そのためにはあえて遠回りすることを選ぶこともあります。「ならでは」でありながら、同時に「らしからぬ」ものであること。ひとつの答えでありながら、いくつもの謎のはじまりであるもの。「続々」は、捉えどころのない状態から可能性を見つけていくことを大切にしている、研究室の活動をまさに体現したタイトルでした。

―― 「Just by だけ しか たった」は、鉛筆の削り屑や糸、枝など、小さな無数の断片のような作品が、会場となったクリエイションギャラリーG8の壁面や床に並べられた展示でした。ひょっとすると通り過ぎてしまいそうな作品を並べることで、訪れた人たちを立ち止まらせる展示だと感じましたが、どのような意図があったのでしょうか？

「Just by」では、「あるけど、ないもの」をつくりたいと思っていたんです。会場には200点ほどの作品を展示しました。ですが、どれもが手に収まるほどの小さいサイズなので、ちょっと離れるとその存在は消え、見えなくなってしまいます。作品をどの順番で、どのくらいの距離から見るのか。似たものを見つけたり、逆に違うところを探したり……。作品の横に解説やタイトルはなく、会場の中を鑑賞者自らが歩み、能動的に探そうと意識することで、ようやく「なにか」が見えてくる。そしてその「なにか」は、人によって異なります。鑑賞者それぞれの行動の差が鑑賞体験に影響を及ぼし、ひとつの空間の中でミクロとマクロの世界を行き来する体験を実現できないだろうかと考えて設計した展示でした。

また、「Just by」は、「〜だけ」「〜しか」「たった○○」など、行為を意味しています。会場空間もそのひとつで、壁にたった4本の角棒「だけ」が設置されている。そしてその角棒は、作品を配置するための展示台でありながら、「なにか」が見えてきたり、見えなかったりするための装置として、鑑賞者の行為を促します。

―― 見えてきたり、見えなかったりするという考え方は、その後の「Material, or」で展示された「ものうちぎわ」にも通じるように感じます。海辺で拾ってきたものを並べた「だけ」のように見える展示で、意図がある／ない、デザインする／しないといった、境界線の存在を感じました。

「ものうちぎわ」は、浜辺で拾ってきたものの上に、30mmの高さにグリッド状に細糸を張った「だけ」の作品です。その格子の中に海辺の拾い物を置くとき、なんとなく正面性を意識したり、構図を見分けて位置を決めたりなど、編集意識が生じていることに気づきました。その糸があることで、それまでなかった新たな視点が構築されることに面白みを感じたんです。1本の線を引く、ひとつの点を打つ。それだけで、鑑賞者と展示物の関係ががらりと変わる。そんな些細なことから反応を生むことに、最近は関心が向かっています。

一方で、私は「こうである」と明言することが苦手です。そこに答えらしきものはなくて、訪れた人のなかで生まれた小さな気づきが、過去の体験と結びつくことで生まれる「なにか」に興味があります。

―― 断定しないことに、三澤さんのデザイン観が表れていると思いますか？

これは時間をかけて模索してきたからこそわかってきたことだと思いますが、断定しないデザインがあってもいいんじゃないかと、最近は考えています。nendoで働いていた頃、「曇り空みたいなグレートーンの人」と言われたことがあるくらい、もともとはっきりしない性格ではあるんですが……白黒はっきり言えるデザイナーになれないまま、10年が経ってしまいました。

でも一方で、白でも黒でもないグレーゾーンが実は大事だったりするんじゃないかとも思っています。0でも100でもないその間には、広く深く可能性があるとも言えます。思想を言葉に集約していくことはアイデアを形にしていくうえで重要な工程ですが、その言葉のなかに、大きな余白を内包させるイメージを持つことが大事なのではないかと感じています。

作品とは、検証過程のほんの一瞬

―― 「動紙」のプロジェクトは新作を発表し続けています。継続的なプロジェクトはどのように発展させているのでしょうか？

私は日本デザインセンターの原デザイン研究所を知った頃から、「研究所」という名前に魅力を感じ、この10年間「研究」を意識して活動してきました。研究は自分の関心から始動することもあれば、クライアントの方々との対話が動機となるときもあります。

研究室には印刷見本や切削見本など、独自に制作した加工見本がたくさんあります。例えば、木の棒にUVインクジェットを直印刷した場合、線の太さや向き、濃度の違いがどのような変化を生むのかなど、バリエーションを把握することで、経験のストックができます。線や色面と数字がびっしりと並ぶ見本を見るとぐっときますね。

加工見本を保管し続けて10年が経ち、研究室にとってはそれら

がオリジナルの道具になっています。何かをつくるためにつくるツールや治具も好きですね。研究室のスタッフが工夫してつくってくれたりするんですが、そういうものに愛おしさを感じます。独自の道具や治具がもっともっと溜まってきたら、将来ツール展をやってみたいですね。

この残すという思想には、「WHO ARE WE」での展示経験が大きく影響しています。ものを集積してアーカイブをすることは、これからにつながる活動であり、その先の未来をつくるものなんだと教わりました。残すことの大切さを意識し始めるきっかけとなりました。

これまで作品として発表してきたものはあくまで検証過程の一部であり、その背景では加工見本の山が生まれています。今回はボツにしたアイデアも、違うプロジェクトではぴったりはまる場合がある。これまでの試作品を残しているのは、そこに次の制作への示唆があるからです。周囲の人からは無駄なものに見えたとしても、自分たちにとっては財産であり、そこに三澤研の本質があると思っています。

—— 三澤研のデザインプロセス自体が、「続々」でもあるんですね。

そうですね。しりとりのように三澤研のプロジェクトが続いていく理由は、ここにあるんじゃないかなと。新作に見えたとしても、自分たちにとってはだいぶ前に見つけたアイデアだったりするので。早めにアイデアを発見しておけば、数年かけて熟成させることができます。検証することで、最初に思い描いたものとは違う発見や驚きがありますし、当初と全然違う方向に伸びていくのが、望ましい研究の姿だと思います。予定調和のなかでつくっていたら、何もときめかないし、成長が止まってしまう。どんなに些細なことでもいいから、「わからない」に出会いたいんですね。それがないと、つくり続ける意味を見失ってしまうと思うんです。

やわらかく、力強く

—— 今後の活動として考えていることはありますか？

言葉が通じない場所で作品を発表してみたいと思っていて、海外での個展を企画構想しています。こちらから実物を持って出かけて、いろんな場所へ行脚していきたいなと。制作したものをその場で体感してもらうことは、私にとっては特別な喜びです。

そのほかにも、刺身を捌くように鮮度のあるうちに差し出すような創作や、博物館の常設展示のようにずっと永く残り続ける空間、環境の設計にも携わってみたいです。やっぱり常に新しいことに挑戦がしたい。変化することを積極的に迎え入れるマインドでいたいですね。

それに、できればまだ言葉を覚えていない子どもや、「デザインってなんじゃ？」と思っているおじいちゃんおばあちゃんにも届いてほしいと思っています。昨年、富山県美術館の展覧会に「動紙」を出品した際、小さなお子さんが微動だにしないで動く紙の様子を見つめていました。「じーっと」観察することは、夢中になってくれているからかなと思うと、とても嬉しかったですね。

仕事で出会う方々のなかには、デザインのことを難しく感じている人もいて、デザインする側の認識と乖離してしまっている現実があります。「デザインとは」という強い言葉から始まることよりも、デザインしたことが気づかれないくらい、作品のなかにデザインが浸透しているくらいがちょうど良い。本当に良いと思うデザインって、デザインが前面に出ていないようなものだったりもしますよね。だからなかなかデザインの実体が伝わらないわけですが、そういう境地に憧れます。

それと、つくっている本人が楽しんでいないとすぐに鑑賞者や使い手に伝わってしまうので、デザインには「やわらかさ」が重要だと思います。でも、楽しみながらやわらかくつくり続けることって至難の業だなと、最近はつくづく感じますね。以前、日本デザインセンターの最高顧問である永井一正さんに「デザインで大事なことは何ですか」と聞いたことがあるんですが、「脱皮し続けること」とおっしゃっていて、ああ、それだなと。だから今も第一線のデザイナーとして、人の心を打つ作品をつくり続けられていらっしゃるんだなって、合点がいきました。

—— これからの10年をどう考えていますか？

最近は外部のデザイナーやエンジニア、建築家、研究者たちと共同で進めるプロジェクトが多く、与えられた自分自身の役割を考えながら行動することが増えてきています。ずっと憧れていた方々と仕事をさせてもらうなかでデザインの造詣を深めたり、企業のブランディングチームとたくさんの対話を重ねるなかで徐々に形になっていく過程を体験したりと、ひとりでは絶対に味わえない刺激がありますね。また、武蔵野美術大学の学生たちとゼミや講義を通して接する機会もあり、彼らが何を考えてつくっているかを知ることで与えられる影響も大きいと感じています。学生たちの頭の中を覗かせてもらうと、本当にやわらかくて……へこみますね。

目まぐるしい生活を過ごしていますが、出会いは年々豊かになっていて、そこから新たな発想が生まれていく連鎖ができつつあります。初年度から三澤研は手を動かす実験を重視して続けてきましたが、ここ2、3年でその蓄積がようやく仕事と絡まり始めてきました。実を結ぶまでにはある程度の時間はかかりますが、実験と仕事がいい塩梅で融合し始めた実感があります。

私は根源的にはひとりでコツコツと手でつくる時間が好きなんだと思いますが、せっかくチームでつくるポジションを与えてもらっているので、研究室のスタッフと一緒につくることを存分に楽しみたいと思っています。研究室のメンバーは才能豊かですし、それぞれに得意分野があって、ちょっとはみ出したところもあるのがいいなと思っていて。目指しているものが合致して、パワーが何倍にも膨れ上がる瞬間は感動しますね。ほとんど何もないところから始まった研究室の活動が10年目を迎え、今では支えてくれる仲間がいて、目の前に没頭できるものがあることに感謝しています。次の10年も、やわらかく変化しながら力強く進んでいきたいです。

続々 三澤遥
Again and Again: Ideas Coming To Mind　Haruka Misawa
ギンザ・グラフィック・ギャラリーにて2018年に開催された個展「続々 三澤遥」。水槽の中の景観をデザインする「waterscape」や、磁性を帯びた紙が動く「動紙」など、「続々」と生み出されるアイデアと継続的なプロジェクトの可能性を探求した。
The solo exhibition *Again and Again: Ideas Coming To Mind Haruka Misawa* held in 2018 at Ginza Graphic Gallery. It explored the possibilities of ideas coming up one after another such as the *waterscape* in which the scene within an aquarium is designed and *Paper Verb* in which pieces of magnetized paper move.

Photos by Jumpei Kato

Just by　だけ しか たった
第25回亀倉雄策賞の受賞を記念して2023年にクリエイションギャラリーG8にて開催された個展「Just by だけ しか たった」。会場内には垂木を壁に留めた「だけ」の什器の上に、通り過ぎてしまいそうなほど小さな200点の作品が並んだ。
Haruka Misawa Exhibition: Just by held in 2023 at Creation Gallery G8 in commemoration of receiving the 25th Yusaku Kamekura Design Award. Inside the venue, 200 works of art, so small that you could easily walk right past them, were displayed on fixtures simply made up of rafters fastened to the wall.

Photos by Masaki Ogawa


続々
三澤遥

PRUSSIAN BLUE



Going back and forth between "Being and Nothingness"

—— It has been 10 years since the founding of Misawa Design Institute. How do you feel looking back? Could you also tell us which project symbolizes the activities at Misawa Design Institute?

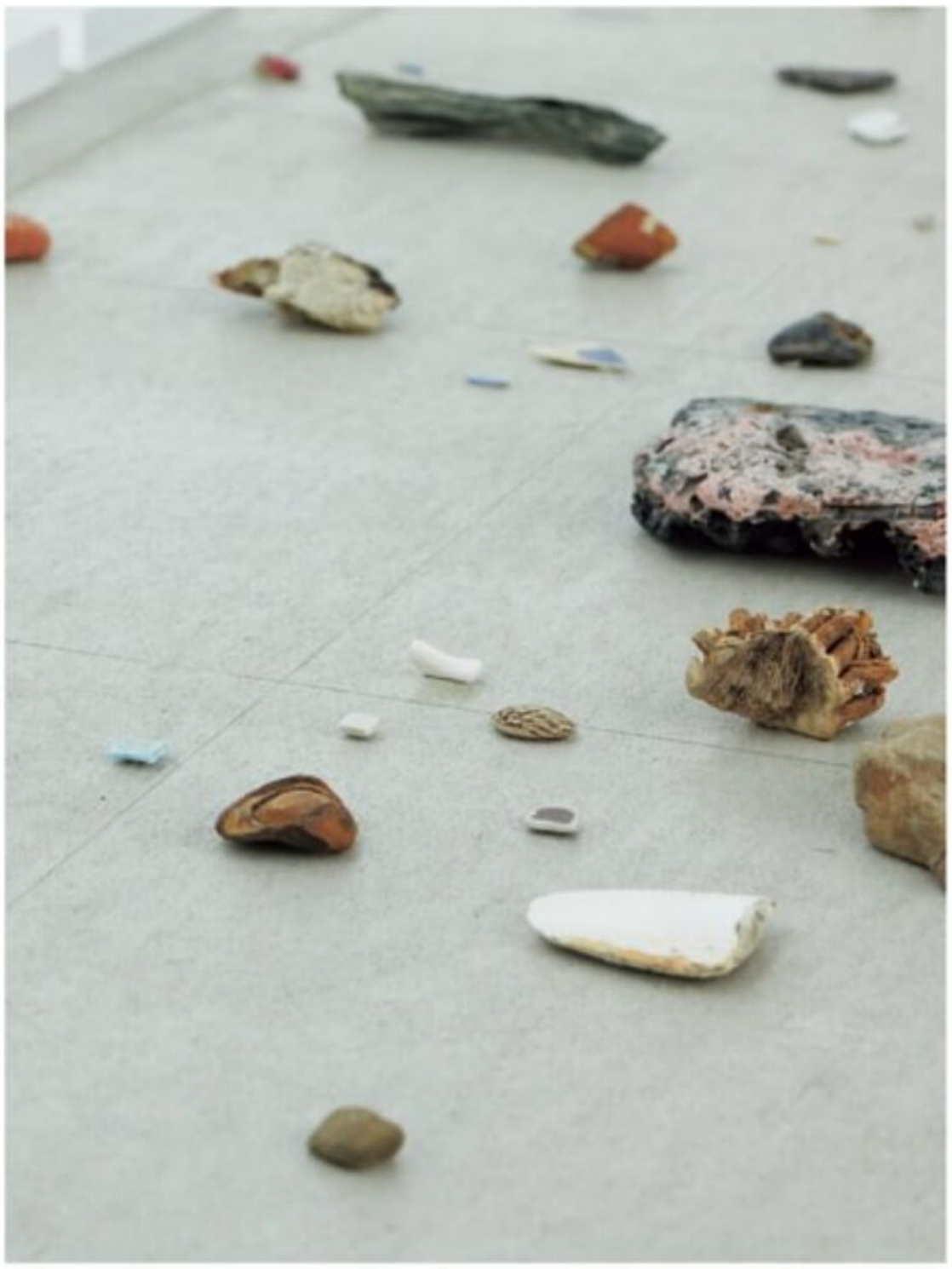
In retrospect, it flew by in a flash. It was a decade of exploring the theme we originally set up, which is, "we believe that design is to keep creating things that make people wonder if it is really design."

In many cases, exhibitions function as a base for our ensuing activities at Misawa Design Institute, so the solo exhibition *Again and Again: Ideas Coming To Mind Haruka Misawa* (2018) and *Haruka Misawa Exhibition, Just by* (2023) might be cited as the symbolic projects for us. That's because we were able to show what our activities are and the direction we are aiming for through the titles of both of those exhibitions.

—— At *Again and Again* held at Ginza Graphic Gallery, several projects including the work *Paper Verb* that's still going on, as well as the new *waterscape* work, are on exhibit. How did you decide the exhibit contents?

Doing the solo exhibition was decided when we entered the 4th year after the Institute was launched. We were thinking about the title while working on its production and various candidates came up, such as *Rokakou* (filtered ideas, thinking) and *Tenkyu* (multi-point perspective). Up until the middle of the preparation for the exhibition, we were running out of ideas as if we were in a thick fog. Nevertheless, once we decided on *Again and Again* as the title, my vision opened up clearly and the direction we had to be heading became visible just like pieces of a puzzle being put together. We were able to draw the line for the range of the production, and by going through the process of decisively shaving off the other elements, I suddenly got a sense that the piece was forming in detail.

For this exhibition, I tried to find a theme which we could pursue for 5, 10 years or even longer. The piece titled *Paper Verb*, which we've exhibited seven times so far may be the best example. There is a field that can be reached only if persisting in creating without settling on one conclusion. Rather than making something to understand it, it's more like knowing what we don't understand and it's creating to delving into it deeply. Imbued in the title *Again and Again* is the sentiment to not merely continue doing something, but also to pursue a "breathtaking" feeling that genuinely moves my heart. For that reason, I sometimes deliberately choose to take the roundabout way. It's important to be something unique to Misawa Design Institute, and at the same time it should be something that's unlike Misawa Design Institute.





WHO ARE WE　観察と発見の生物学

国立科学博物館が保有する約500万点の標本の中から、普段公開されていない動物標本を展示する「巡回展キット」としてデザインされた「WHO ARE WE　観察と発見の生物学」。展示什器のデザインはもちろん、空間構成と編集も手がけている。

WHO ARE WE—And What Can We Learn From Observation? was designed as a "touring exhibition kit" in which zoological specimens from a collection of 5 million that are usually not made public at the National Museum of Nature and Science. Misawa not only designed the display fixtures but also composed the exhibit space and edited content.

Photos by Gottingham

ものうちぎわ
Materialing

2023年に21_21 DESIGN SIGHTにて開催された企画展「Material, or 」内で展示された「ものうちぎわ」。グリッド状に引かれた糸の下には浜辺で拾ったという無数のマテリアルが並べられ、人工と自然、デザインとデザインでないものの境界の曖昧さを感じさせる。

Materialing was displayed in the exhibition *Material, or* held at 21_21 DESIGN SIGHT in 2023. As innumerable materials picked up at seashores were laid under threads stretched in a grid form. It gave a sense of ambiguity in boundaries between things that are artificial and natural as well as between what is designed and what is not designed.

Photos by Keisuke Kitamura

It's a solution for one thing, but it's also the beginning of a mystery. The title *Again and Again* embodies the activities of the institute that values finding possibilities in states that are rather elusive.

—— ***Just by*** **was an exhibition in which works of innumerable tiny fragments like shavings from pencil sharpeners, threads, and branches were arranged on the walls of the Creation Gallery G8. I felt that the exhibition was trying to make the visitors stop by the works that people may just pass by without even noticing otherwise, but what was your real intention?**

With the exhibition *Just by*, I wanted to make something that is there but perhaps not. There were about 200 pieces in the hall. But as all of them are so small that each piece fits in the palm of your hand, if you step back, its existence disappears and become invisible. In what order should they see the works, and from what distance? You could look for pieces that are similar, or, on the contrary, finding the differences. There was no description or title attached to each piece. So, a visitor had to consciously and actively walk around the hall to find something, and that is how they manage to see "something." Those "something" differ depending on the person. It was an exhibition that I designed while thinking whether it was possible to enhance the viewing experience due to differences in behavior of each visitor and realize the experience of going back and forth between the micro and macro worlds within the same space.

Moreover, *Just by* suggests acts such as "only this," "merely that," or "just this." As that also includes the venue itself, "only" four square pieces of lumber are installed on the wall. While the pieces of lumber function as exhibit stands, they also encourage the visitors to act as a device that makes "something" appear or disappear.

—— **The idea of works appearing and disappearing seems to be connected to the art works too, as in** ***Materialing*** **that you exhibited in the exhibition** ***Material, or*****. I realized the discussion surrounding the boundaries between having and not having intention, and between designing and not designing.**

Materialing is a work in which thin threads 30 mm high (in length) are simply stretched in a grid form over items I picked up at a beach. When I was placing the objects within the grids, I felt there was some kind of a consciousness involving editing, such as "somewhat being conscious of the frontal view" or "deciding the position while considering the composition." As there was those threads, I came across a new perspective, which was fascinating. The relationship between the viewer and the exhibit changes drastically just by drawing a single line or placing a single dot. My interest has recently been directed to generating responses from such minute phenomena.

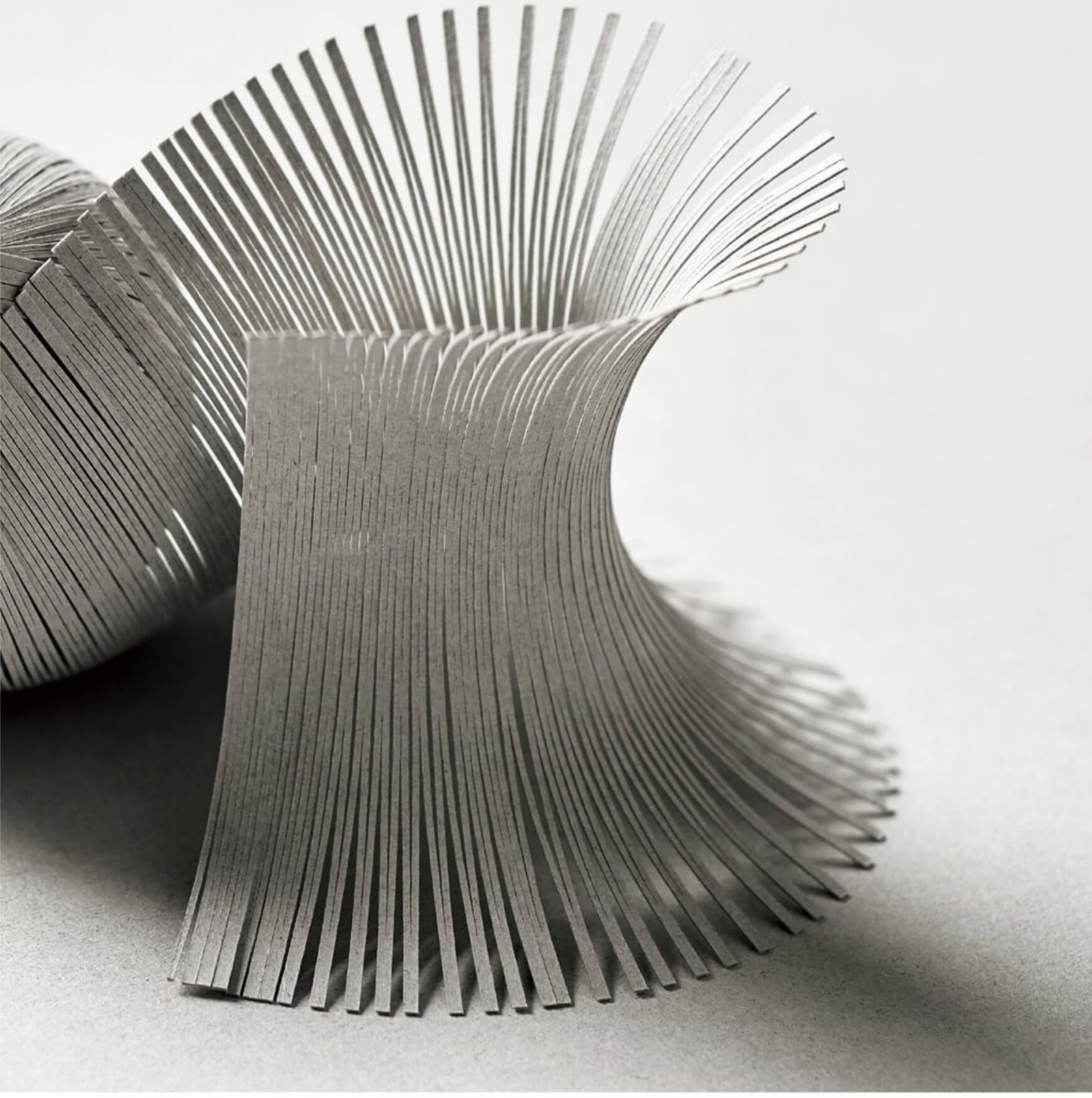
On the other hand, I do not necessarily state a definite interpretation. I'm more interested in generating within the viewer some kind of noticing or something that is connected to their past experience.

—— **Do you think your concept of design is expressed by eliminating definitions?**

I began realizing this after spending a lot of time exploring, but I recently started thinking that it may be okay to have design that doesn't solidly define things. As I was described as "a person with a gray tone, like a cloudy sky" when I was working at nendo, my



一枚／a paper
TAKEO PAPER SHOW 2023「PACKAGING—機能と笑い」にて展示された「一枚／a paper」。一枚の紙に切り込みを入れるだけで、多種多様な表情を見せる紙の性質を探求したパッケージ作品。
A Sheet of Paper exhibited at TAKEO PAPER SHOW 2023 *PACKAGING—Function and Laughter*. It is a packaging design made by exploring the characteristics of paper that shows diverse expressions just by making incisions into a single sheet of paper.
Photo by Masayuki Hayashi



character isn't that clear-cut to begin with. It's already been 10 years being a designer who can't define things clearly.

But I also think that the gray zone that is neither white nor black may actually be very important. In between zero or 100, there are broad and deep possibilities. While summarizing your thoughts into words is important when forming your ideas, I also think it is important to have an image of letting a large empty space exist within those words.

A piece represents a moment within the verification process

—— New works are continually being released from the *Paper Verb* project. How are the continual projects being developed?

Ever since I came to know the Hara Design Institute, in Nippon Design Center, I've had an aspiration for the title "Design Institute, and I have been seeking the meaning of my works from the perspective of researching for the past 10 years. At times, my research starts from my own interests, and at times through conversations with my clients.

There are many original processing samples, including printing samples and cutting samples at Misawa Design Institute. You can accumulate your experience by grasping variational outputs when you change the thickness and direction and darkness of the lines when you print directly on a wooden stick with a UV inkjet printer. I'm so impressed when I see samples with many lines, colored surfaces, and numbers.

It has been 10 years since I started preserving processing samples, and my institute owes much to them now. I also like tools and fixtures that are made especially to make particular things. The staff members at the institute are devoted to making such tools, and I feel a certain sense of attachment to them. Our future plan is to have an exhibition featuring our tools once they are acummulated.

The experience from the exhibition *WHO ARE WE* had a great influence in terms of preserving works. I learned that collecting and archiving materials is an activity that leads to and creates the future. It acted as a trigger to become conscious of the importance of preservation.

The items I've so far released as works are just a part of my verification process, and there is a pile of processing samples that has not been released yet. Some ideas that weren't chosen this time may fit perfectly for another project. I preserve my past prototypes because they contain suggestions for future projects. Even if they appear as a waste to others, I consider them as essential asset of Misawa Design Institute.

Soft yet powerful

—— Are you thinking about any future activities?

I'm thinking about showing my works at places where Japanese is not in use, so I'm planning my first exhibition abroad. I want to take my actual works and travel to various places. Having people physically experience what I produced on the spot would be a special joy for me.

Other aspirations are delivering creations in which the freshness of the works is still intact, like slicing up *sashimi*, or designing spaces or environments that last forever like those displayed permanently in museums, and getting involved in designing spaces or environments.I always want to try new things. I want to have a mindset that is open to change.

Moreover, I also want my works to reach children who haven't even learned words as well as grandpas and grandmas who are thinking "What on earth is design?". When I entered my work *Paper Verb* in an exhibition at the Toyama Prefectural Museum of Art and Design last year, I saw a child staring at the moving paper while standing absolutely still. As staring at it intently is a proof that the child is engrossed in it, I was really pleased.





As there are people I meet for business who think about design as something difficult, there is in reality some distance between them and the side that designs. Rather than starting from a rigid phrase like "what design is...," it is more natural for me if design is permeated within the work so that people don't really realize it was actually designed. In a truly good design, it does not necessarily surface upfront. Although this makes it difficult to convey the essence of design, I aspire to such a state of mind.

Another thing is that if the person doing the design isn't having fun with it, it is immediately conveyed to the viewer, so I think it's necessary to have some "pliability" in design. Nevertheless, I really feel it is difficult to keep creating works softly while having fun recently. I once asked Kazumasa Nagai who is the Senior Executive Advisor at Nippon Design Center what is important in design, and he replied, "To keep transforming yourself." That was convincing, and I see now, it all makes sense to me that he is able to keep making works that move people as an active graphic designer even today.

—— What do you see yourself doing in the next 10 years?

Recently, I have been working on many projects in collaboration with outside designers, engineers, architects, and researchers, so I have been giving more and more thought to the role I have been given. I am deepening my knowledge of design by working with people I have always admired. I also get to experience the process of things gradually taking shape through many conversations with corporate branding teams, which is a stimulating experience I would never get on my own. As I'm also having opportunities to talk with students at Musashino Art University through my lectures and seminars, I think knowing what they are thinking while making things also has a great influence on me. Whenever I get a chance to have a peek at what the students are thinking, I'm humbled as to how flexible their thinking process is.

Although I have a very busy life, encounters with others are increasing every year, and there is a chain reaction forming where new ideas are born. We've kept placing importance on experiments involving the use of our hands at Misawa Design Institute, and finally in the last two or three years, that accumulation in experience has started leading to actual work. It takes some time to bear fruit, but I feel that the experiments and actual work are starting to fuse in a good way.

I think I'm essentially fond of working alone steadily while using my hands. But since I'm given a precious position to work with a team, I want to fully enjoy the process of making things with the staff at the institute. I like the fact the members of the institute are talented, each of them has his or her own field of expertise and they are a bit eccentric. It is impressive to encounter moments where people share what they are aiming for and the power expands multi fold. The activities of the institute that started almost from scratch are seeing their 10th year, and I am grateful that there are friends and staff members who support me so that I can concentrate on what is in front of me. I'd like to keep moving forward while changing gently during the next 10 years to come as well.



エルメス麻布台ヒルズ店 オープン告知ビジュアル
HERMÈS New Store Opening Azabudai Hills

三澤デザイン研究室は今年2月にグランドオープンしたエルメス麻布台ヒルズ店のメインビジュアルを担当。実際に模型をつくって撮影し、その画像を拡大して出力された広告を至近距離で観察すると、紙ならではの風合いやインクの粒子など素材そのものの表情がダイレクトに見えてくる。

Misawa Design Institute was in charge of main visuals for the Hermès Azabudai Hills store that saw its grand opening in February this year. Observing the advertisement up close, one directly sees the expressions of the materials themselves, such as the unique texture of the paper and the particles of the ink.

Photos by Masaki Ogawa

三澤 遥／1982年群馬県生まれ。武蔵野美術大学工芸工業デザイン学科卒業後、デザインオフィスnendoを経て、2009年より日本デザインセンター原デザイン研究所に所属。14年より自身が主宰する三澤デザイン研究室の活動を開始。主なプロジェクトに、磁性を帯びた紙の動きの可能性を探求する「動紙」、国立科学博物館の巡回展キット「WHO ARE WE 観察と発見の生物学」、第25回亀倉雄策賞を受賞した「玉造幼稚園」のサイン計画などがある。

Haruka Misawa was born in Gunma Prefecture, Japan, in 1982. After graduating from the Department of Industrial, Interior and Craft Design, Musashino Art University, and then working for design office nendo, she worked at the Hara Design Institute, Nippon Design Center from 2009. She started her activities at the Misawa Design Institute, which she presides in 2014. Her main projects include the *Paper Verb* in which she explored the possibilities in the movements of magnetized paper, the touring exhibition kit, *WHO ARE WE; And What Can We Learn From Observation?* for the National Museum of Nature and Science, and a signage project for Tamatsukuri Kindergarten, for which she received the 25th Yusaku Kamekura Design Award.

デザインの未来地図と30のキーワード

A Map for the Future of Design and 30 Keywords

ポストコロナの慌ただしさも収束し、次の10年を見据える節目のタイミングがやってきました。
既存の制度や常識を見直すとともに、意味や目的をもう一度解釈し直す必要があるかもしれません。
あるいは、ここ数年の間に見過ごされてしまった重要な主題が浮上してくる可能性もあります。
テクノロジー、ビジネス、エンタメ、アートなど、社会全体のあらゆる領域でこうした
再検証と再駆動のメカニズムが自然と進行していくでしょう。デザインも決してその例外ではありません。
次なる10年に向けて、デザインを牽引する9人のリーダーたちは何を想うのか。彼ら彼女らに
重要だと思われるキーワードを抽出してもらい、その言葉や視座からデザインの未来地図を描きます。

As the rush of the pandemic subsides, we have arrived at a moment to pause
and look toward the next decade. We may need to review, reevaluate,
and reinterpret our current institutions and assumptions for new purposes and meaning.
We might return to important topics that got overlooked in the last few years.
These mechanisms of review and reevaluation will naturally extend into all areas of society,
including technology, business, entertainment, and the arts. Design is no exception.
We asked nine design leaders about their vision for the next ten years,
and they gave us some important keywords for mapping the future of design.

田川欣哉
Kinya Tagawa

ジャスパー・モリソン
Jasper Morrison

原 研哉
Kenya Hara

横山いくこ
Ikko Yokoyama

山中俊治
Shunji Yamanaka

深澤直人
Naoto Fukasawa

ジュリア・カセム
Julia Cassim

吉泉 聡
Satoshi Yoshiizumi

永井一史
Kazufumi Nagai

技術が変える社会を見据え、「人間の普遍性」を理解する

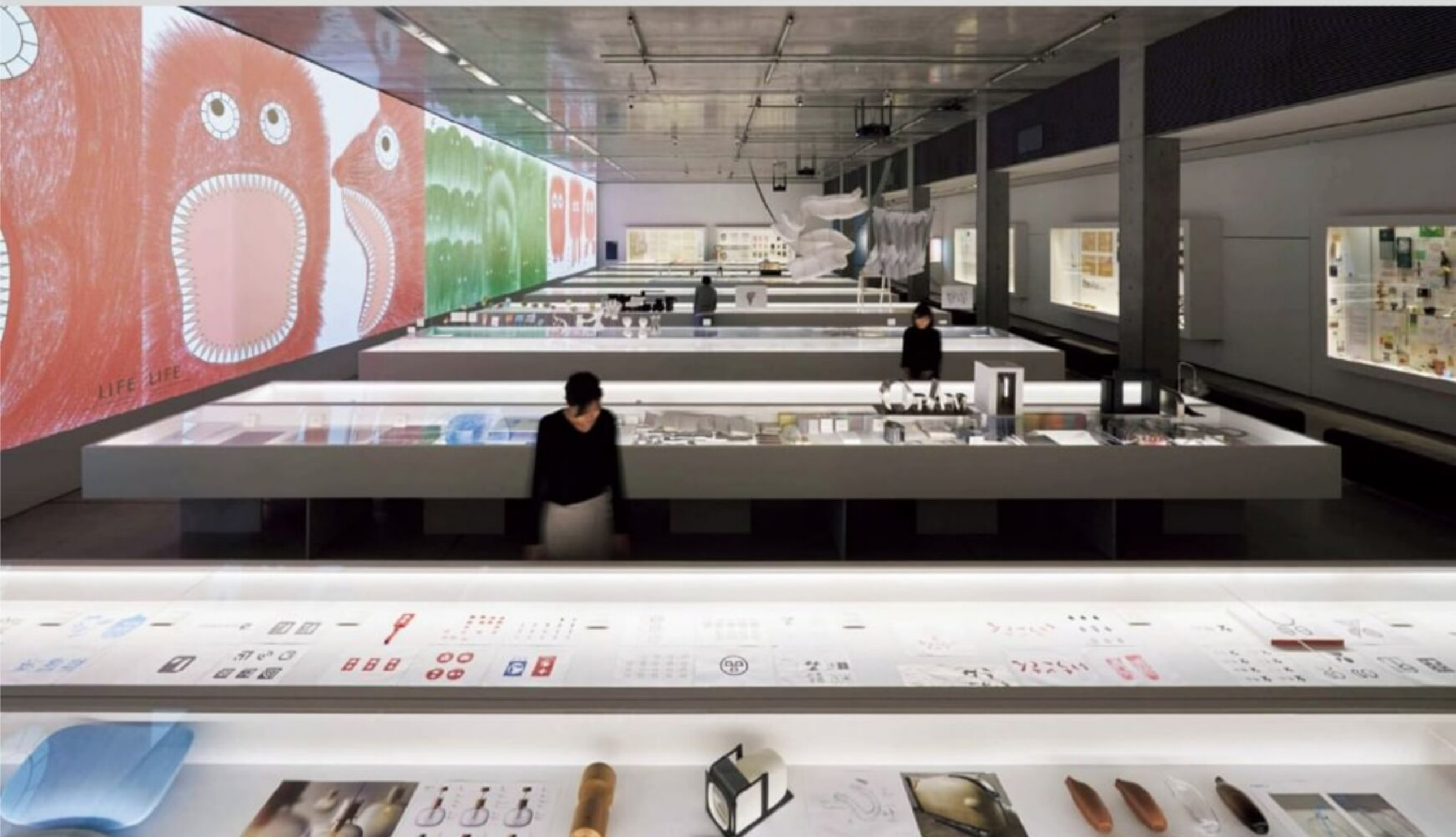
Understanding the “universality of humans” by looking ahead to a society transformed by technology

田川欣哉｜Kinya Tagawa

デザインファーム「Takram」代表として、プロダクトサービスからブランディングまで、テクノロジーとデザインの幅広い分野に精通する田川欣哉。近年は政府の統計データのビジュアライズなど、ガブテック（政府や自治体の行政サービスDX）のプロジェクトにも携わり、社会とデザインの関係を思考してきた。AI技術が社会に浸透していく今日、どんなデザインの未来を描いているのか。

Kinya Tagawa, the representative of the design firm Takram, is well versed in a wide range of technology and design fields, from product services to branding. In recent years, he has been involved in GovTech (digital transformation in the public sector services) projects, including the visualization of government statistics, exploring the relationship between society and design. How does he see the future of design in today’s society, where AI technology is increasingly pervasive?

文／神吉弘邦
Text by Hirokuni Kanki





「AIが染み込んだ社会」の界面

Interface of a society with ubiquitous AI

デザインが社会で活用される領域は、この10年の間に世界的にも大きく拡張しました。日本でも企業がCDO（最高デザイン責任者）を据えたり、政府がデザイン活用を取り入れたりと動きが活発化しています。その変化のトリガーは「社会のデジタルシフト」でした。デジタルテクノロジーはユーザーに多くの操作を求めますが、そのままでは使い勝手がとても悪い。だからインタラクションデザインやサービスデザインといった領域を中心に、まずは現場レベルでデザイン人材の登用が拡大しました。そして時間を経て、経営レイヤーにもデザイナーが入っていく時代を迎えました。

この潮流は今後も拡大しますが、まだ見ぬ新しい動きも出てきます。ハードウェアとソフトウェアがより高度に統合され、社会のものごとが、インプット側でもアウトプット側でも計算可能な状態にシフトしていきます。それが新しいシステムとして、社会や環境に浸透していくなかで、新しいデザイン分野も生まれていくでしょう。

もちろんAIも、この変化の担い手のひとつです。アップルやグーグルなどのインターネット型テクノロジー企業は、これまでデザイナーを多く採用してきました。それは、デザインの力でUI/UXを洗練させることが企業収益を大きく高めるからです。一方でAI専用の半導体メーカーであるnVIDIA（エヌヴィデア）の企業価値がGAFAMを追い越してきました。AI時代の勃興ということではあるのですが、人間と人工物という視点から考えると、何が見えてくるでしょうか。

インターネット上の膨大な知識を得るために、検索のようなシンプルなUIだけではもはや効果的なアクセスは難しくなっています。そこに自然言語でやりとりできる生成AIのインターフェースをかませると、これまでの検索操作が「会話」へと変わります。タッチUIはスマホ時代を牽引しましたが、AIの登場はインターフェースの歴史におけるタッチUI以来のディスラプション（破壊的な変化）となるかもしれません。

私たちと、その身の回りにある大半のプロダクトとの関係は、今日でも「人間－機械」のシンプルな形式で成立します。スマホ時代になって「人間－機械（スマホ）－サービス」や「人間－機械（スマホ）－人間」のような形式が新たに出現しました。そのどちらに対しても、デザインは人間と機械の間に起こる体験面の調整を担当してきました。AIはこの「人間－機械」の関係を段階的に転換していきます。

第一に、AIは人間と機械の間を「会話」で接続することができるため、「人間－AI－機械」という関係が実現します。人間のラフな指示を受けたAIが、旧来型の機械やサービスを代理操作してくれるような形式です。第二に「機械－AI－機械」というような形式が生まれます。つまり、機械が別の機械を操作する際に、それをAIの介在によって効果的に実現するというアプローチです。そして第三に「人間－AI－機械－AI－機械」のような多段階の形式が成立するようになります。これまで点在していたスタンドアローン型（独立型）の機械群がAIによって連動するようになり、それと人間が接する未来です。

これまではひとつのアプリにひとつのサービスが対応するようなものが標準でしたが、人工物がメタ化することによるデザインへの影響は大きく、この流れのなかで、デザインはよりシステム的な思考を備えるようになるでしょう。テクノロジーは常に変化の連続なので、AIをことさら特別視する必要はないかもしれませんが、今起こりつつある社会の変化から汲み取れる学びや可能性はとても大きいと思っています。

上：2020年6月、内閣府は新型コロナウイルス感染症の日本経済への影響を、人流・飲食・消費・宿泊などのビッグデータを用いて可視化する地域経済分析サイト「V-RESAS」を公開。Takramは同サイトの20年度におけるコンセプト、UI/UX、可視化などのディレクション・デザイン・設計・実装を担当した。
Top: In June 2020, the Cabinet Office released "V-RESAS," a regional economy analysis website that visualizes the impact of COVID-19 infection on the Japanese economy using big data on human flow, dining, consumption, lodging, etc. Takram was in charge of the direction of the site's concept, UI/UX, and visualization during the first fiscal year.

左：2019年11月22日から20年9月22日まで六本木の21_21 DESIGN SIGHTで開催した「㊙展 めったに見られないデザイナー達の原画」展のディレクションを田川が担当。日本デザインコミッティーのメンバーたちが蓄えてきた仕事の方法論・哲学・品質を、制作過程の資料などを通して、おおらかに一般へ開放するコンセプト。期間中にトークイベントやポッドキャスト配信なども行った。
Left: Tagawa directed the *Secret Source of Exhibition: Designers' Hidden Sketches and Mockups* exhibition at 21_21 DESIGN SIGHT in Roppongi from November 22, 2019, to September 22, 2020. The concept was to open to the public the methodology, philosophy, and quality of work accumulated by members of the Japan Design Committee. Talk events and podcasts were also held during the period.

Photo by Masaya Yoshimura



「複合的な大きな問題」に取り組む力

Ability to tackle "major complex problems"

デザインは人間と人工物の間の調和を担ってきましたが、現在では人工物以外の「サステナビリティ」や「コミュニティ」といった要素との調和も想定せざるを得ない状況になっています。デザインが担う社会的役割が拡大したことも影響して、デザイナーはより多くの多様な人々と協業するようになりました。デザイン経営では、経営言語を話せるデザイナーが求められ、経営者もデザイン言語を学びました。

この先に生まれる新しいデザイン領域には、複雑なシステム、行政や地政学、エネルギーや気候、生態系といった、深い専門性が必要になってくるでしょう。一般的なデザイナーたちはその教育も受けていませんし、各領域の専門家にすぐなれるわけでもありません。必然的に、それぞれの分野のプロフェッショナルと一緒に仕事をすることが増えていくはずです。デザイナーに人間と人工物の間を調和させる能力があることは確かなのだけれど、その能力が効かない課題や場面に直面したとき、どうコラボレーションするのか。デザイナーに限らず、研究者やエンジニアもそうですが、好奇心が背中を押すクリエイティブマインドと、オープンなコミュニケーションの姿勢が結局のところ大事になってきます。

ステークホルダーが複雑に絡む、これまで放置されてきたものごと。そんな複合型の問題に取り組む人たちを育てていくことが、社会全体の大きなテーマになりました。そしてデザインも多くの人が学ぶテーマになりました。社会自体がそういう発展をするとき、デザインやデザイナーも自らの役割をより発展的に再定義していくことになるのではないでしょうか。

上：経営大学院、企業研修、デジタルプロダクト、ベンチャーキャピタル、音楽フェスの運営など国内外でさまざまな事業を展開する「グロービス」。コミュニケーションや事業間の統一感を図るため、創業以来用いてきたコーポレートロゴを同社の事業横断プロジェクトチームとTakramが共同で刷新。オリジナルタイプフェイスも開発した。
Top: GLOBIS operates a variety of businesses in Japan and overseas, from management of a graduate school of business administration, corporate training, digital products, and venture capital, to music festivals. Takram worked with the GLOBIS's cross-business project team to revamped the corporate logo that had been used since the company's founding, to promote communication and a sense of unity among its businesses. An original typeface was also developed.

右：これまでTakramがブランディングを支援してきた日本発のテックスタートアップ「メルカリ」のロゴリデザイン、リブランディングのウェブサイト制作をサポート。どんな人にも身近に感じてもらえる「フラットさ」、信頼できるマーケットプレイスとしての「公平さ」を表現。数百種類のプロトタイプをつくり、試行錯誤を重ねて新たなロゴマークを決定した。
Right: Support for logo redesign and website rebranding for Mercari, the first tech startup in Japan which Takram has helped with branding. The logo expresses "flatness," meaning accessible to all, and "fairness" as a trusted marketplace. After much trial and error with hundreds of prototypes created, the new logo was decided upon.

「広義／狭義のデザイン」を超えて

Beyond “design in a broad/narrow sense”

ユーザー理解を起点とする課題解決能力は、デザインが備える力のひとつです。ユーザーインタビューや観察を通して、ユーザーのことを深く理解する。そこから仮説を立て、プロトタイプをつくって検証を繰り返す。特にデジタルの世界では、この能力が大きく花開きました。

19世紀にデザインは、アートとクラフト、そこにエンジニアリングが融合して生まれています。そのような経緯もあって、デザインは、人間の身体や感情面に対する深い理解とともに、量産性や経済性を担保するための合理的思考の両方の要素を持ち合わせています。私自身はデザインエンジニアとして、キャリアを工学領域からスタートしていますが、工学設計という言葉とデザインという言葉の間には決定的な違いがあり、それはヒューマンファクターや文化面における理解や価値創出の力なのだろうと思っています。

もともとデザイナーが得意にしていたユーザー理解の能力は、現代的なフロントエンドエンジニアやプロダクトマネージャーなども備えるようになりました。その発展としてインタラクションデザインを汎化したデザイン思考が広まり、ビジネスパーソンにも共有されるスキルになってきました。結果として、デザインが適用される範囲が広がりました。

そのなかで、このような新しいデザイン領域を「広義のデザイン」と名付け、従来からあったデザインを「狭義のデザイン」という言葉を用いて対比する流れが起こりました。モノからコトへ。社会課題に広く目を向けた新しい領域のデザインこそ、われわれが取り組むべきものであると。「広義」が「狭義」に優先するという言説に、私はずっと違和感を抱いてきました。実際の現場で起こっているデザインの活動に対して、広いとか狭いとか、大きいとか小さいとか、ハッキリと分けられる感覚を持てませんし、分ける意義も見出せないのです。

人類が万年単位の時間をかけて続けてきた「料理」を例に考えてみます。そこには材料だけでなく、できたての温度とか、ちょっとした調味料の違い、皿の盛り付け、照明や音楽、その場で交わされる会話といったさまざまな要素や体験が関係してくる。デザインと同じく総合的なものですが、私たちは、広義の料理、狭義の料理というような分類はしません。デザインの歴史は長く見積もっても200年ぐらいなので、料理に比べるとまだ発展途上にあると言えるかもしれません。

広義や狭義という区分が、デザイン分野のサイロ化を助長し、コラボレーションを難しくしていると感じます。ユーザーに対する共感や理解を起点とした課題解決能力があり、その基盤の上に「美しさ」を追求する専門性が乗ったり、「サービス」を構築する専門性が乗ったりして、時代とともにさまざまなデザイン領域が発展してきました。広いも狭いもなく、ただそれだけなのではないでしょうか。

より良いもの、より美しいものをつくろうという大きな目的を掲げ、それぞれの強さを持ち寄って掛け算していくほうが、サイロ化する方向よりも、より未来的なのではないかと思います。まだまだ、乗り越えなくてはいけない壁はありますが「広義のデザイン、狭義のデザインみたいな言い方が昔あったよね」という時代が訪れるまでに、この先5年もかからないと思うんです。



Interface of a society with ubiquitous AI

Over the past decade, design has significantly expanded its range of applications in society worldwide. Japan, too, has seen active movements, such as newly appointed CDOs (Chief Design Officers) in companies and the integration of design by the government. The driving force for this shift was the digital transformation of society. Digital technology requires complex manipulation by users, and is extremely burdensome to use. To address this, more designers in the field of interaction design and service design were first hired at the work level. Then, over time, we have entered an era where designers are involved at the executive level.

This trend will continue to grow, but we will also see new developments. The integration of hardware and software will further advance, and matters in society will become computable on both the input and output sides. New areas of design will likely emerge as the new systems spread in society and the environment.

AI is, of course, one of the contributors to this shift. Internet technology companies such as Apple and Google have been actively hiring designers, since corporate profits grow significantly by refining UI/UX with the power of design. Meanwhile, the corporate value of NVIDIA, a semiconductor manufacturer specializing in AI, has surpassed some of GAFAM's. This signals the rise of the AI era, but what do we see by viewing this from the perspective of human beings and artifacts?

A simple UI, such as search, is no longer sufficient to effectively access the vast amount of data on the internet. Then a generative AI interface comes into play, enabling natural language interaction and turning the act of searching into a "conversation." Touch UI is the driving force behind the smartphone era, but the advent of AI could be the most dramatic disruption in interface history since Touch UI.

Humans still have a simple "human–machine" relationship with most of the products around us. After the smartphone era, new types of relationships have emerged, such as "human–machine (smartphone)–service" and "human–machine (smartphone)–human." Regardless, design has always been in charge of coordinating the experience between human and machine. AI will gradually alter this human–artifacts relationship.

First, a "human–AI–machine" relationship will be enabled since AI can connect humans and machines through "conversations." This will be a case where AI will operate old-fashioned devices and services in accordance with vague instructions given by humans. Second, a "machine–AI–machine" relationship will be developed. This means an approach where AI will intervene to improve the efficiency of a machine that is being operated by another machine. Third, a multi-level relationship such as "human–AI–machine–AI–machine" will be established. This is a future in which AI will connect previously scattered stand-alone machines, and humans will interact with them.

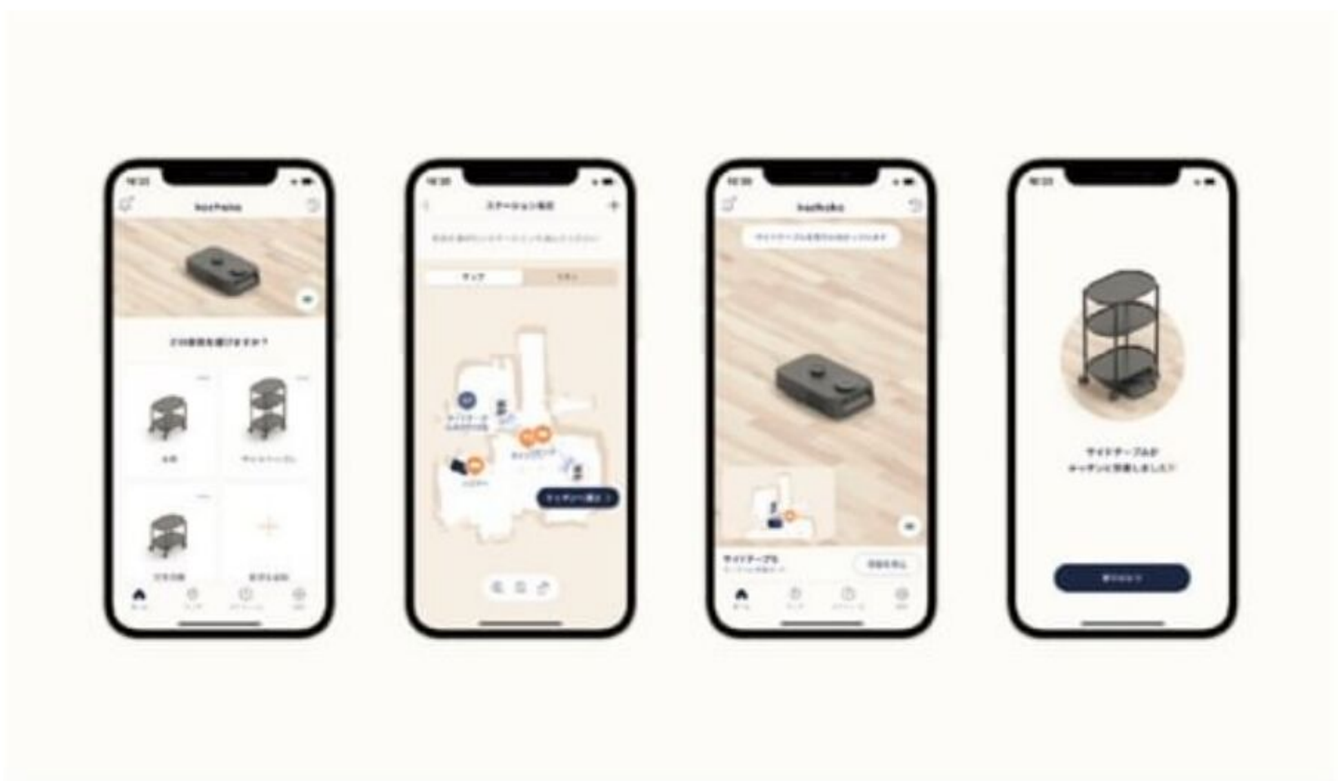
Although a one-to-one relationship between an application and a service has been the norm, design will be heavily influenced by artifacts going meta, resulting in more systematic thinking in this context. Technology is constantly changing, so there may be no need to look at AI differently in particular, but I believe that we can learn a lot from the currently ongoing social changes, and they have great potential.

Ability to tackle "major complex problems"

Design has long facilitated harmony between humans and artifacts, but now factors other than artifacts must be considered, including sustainability and community. Partly because of the expanded social role of design, designers have started to collaborate with more diverse people. Design management calls for designers who speak the language of business, and executives have learned the language of design.

The design fields of the future will require deep expertise in complex systems, public administration and geopolitics, energy, climate, and ecology. Designers have generally not been trained in them and cannot become experts right away. Naturally, more opportunities to work with professionals in different areas will arise. Designers certainly have the ability to harmonize humans and artifacts, but how does a collaboration work when a challenge or situation they face is beyond this ability? In the end, a curiosity-driven creative mindset and enthusiasm for open communication will be important not only for designers but also for researchers and engineers.

We have neglected some problems with a complex web of stakeholders. Developing human resources to tackle such complex challenges has become a major theme for society as





a whole, and design has become a subject for many people to learn. As society evolves in this way, design and designers will probably redefine their own roles more progressively.

Beyond "design in a broad/narrow sense"

One of the strengths of design is its problem-solving ability based on an understanding of the users. A deeper understanding of users is gained through interviews and observations. A hypothesis is developed accordingly, then prototypes are built and testing is repeated. This ability has flourished in the digital realm.

Design was born in the 19th century through the fusion of art, craft, and engineering. Partly due to this background, design encompasses a deep understanding of the physical and emotional aspects of humans, while also ensuring mass production and economic efficiency through rational thinking. I myself started my career as a design engineer in the engineering field, and I think the terms "engineering design" and "design" have a critical difference: the ability to understand human factors and culture, and to create value.

The ability to understand users, once a specialty of designers, has been opened up to modern front-end engineers, product managers, and others. This led to the popularization of design thinking, which generalizes interaction design, making it a skill shared by business people. As a result, the scope of design applications has expanded.

In this context, this new design field was called "design in a broad sense," as opposed to the conventional "design in a narrow sense." From tangible to intangible. We need to work on this new field of design that focuses on a wide range of social issues, they say. I have always found the claim that the "broad" has precedence over the "narrow" dubious. I have no sense of clearly categorizing actual design practices into "broad" and "narrow," or "big" and "small," and I cannot see the point of doing so.

Humans have been "cooking" for tens of thousands of years. Cooking is not just about ingredients, and it involves various factors and experiences, such as the warmth of freshly cooked food, subtle seasonings, food presentation, lighting, music, and table conversation. It is as comprehensive as designing. Nevertheless, we do not categorize it into "cooking in a broad sense" and "cooking in a narrow sense." The history of design is about 200 years old at the most, so it may still be in its infancy compared to cooking.

I feel that the "broad" and "narrow" categorization is causing more silos in the design field and makes it difficult to collaborate. Built on a problem-solving ability based on empathy with and understanding of the user, different design fields have evolved over time by adding expertise that pursues aesthetics, and expertise that develops services. There is no broad or narrow, that is all.

Bringing the strengths of each individual together and multiplying them towards a greater goal of creating something better and more beautiful—I think that is more futuristic than heading towards more silos. There are barriers yet to overcome, but I expect in no more than five years we will be in an era where people will say, "There used to be terms like 'design in a broad sense' and 'design in the narrow sense.'"



2019年から日本プロサッカー「Jリーグ」において、ブランドガイドラインの策定など、さまざまな施策を通してリーグ全体のブランディングをサポート。23年に30周年を迎えたメモリアルイヤーに向けて「J30」のアニバーサリーロゴ、3Dマスコットの動きも検討したメインビジュアルを制作。Jリーグが定めたデザイン指針「Fair·Progressive·Vivid」に基づいてデザインを行った。
Since 2019, Tagawa has supported the overall branding of the Japanese professional soccer J-League through a variety of measures including the development of brand guidelines. In 2023, he created the main visual for the 30th anniversary, with the "J30" anniversary logo and the 3D mascot movement also considered for the memorial year.

プリファードロボティクスが2023年2月1日に発表した「カチャカ」は、小型で安価な自律搬送ロボット。スマートファニチャー·プラットフォームと名付けられた同機の開発とデザインを、Takramがデザインパートナーとしてプランニング、UI/UX、プロダクトデザイン、パッケージ、ブランディングまでフルサポートした。プロダクトデザインは鈴木 元が担当。
Launched by Preferred Robotics on February 1, 2023, Kachaka is a small and inexpensive autonomous transport robot. As a design partner, Takram fully supported the development and design of the machine called Smart Furniture Platform. Gen Suzuki created the product design.

田川欣哉／1976年生まれ。デザインエンジニア、Takram代表。東京大学工学部卒業。英国ロイヤル·カレッジ·オブ·アート（RCA）修士課程修了。2015年から18年まで英RCA客員教授、現同校名誉フェロー。東京大学総長室アドバイザー、デザイン振興会理事などを務める。
Kinya Tagawa was born in 1976. A design engineer and Takram representative. Graduated from the Faculty of Engineering at the University of Tokyo, and received his Master's Degree at the Royal College of Art (RCA) in the UK. A visiting professor from 2015 to 2018, and Honorary Fellow at the RCA. He serves as an Advisor to the Office of the President of the University of Tokyo, and Executive Director of the Japan Institute of Design Promotion.

Photo by Kazufumi Nakamura



デザインの原則を保ち続けること
Preserving the Principles of Design

ジャスパー・モリソン｜Jasper Morrison

ジャスパー・モリソンの事務所は東ロンドンの大通りにある。人々が行き交う喧騒のなか、ブザーを押して中に入ると、小さな中庭のある心地よい空間が広がっていた。外からは想像もつかない静けさだ。モリソンは「久しぶりだな」と小さな声で筆者を迎えると、自らヤカンで湯を沸かし、お茶を淹れてくれた。1999年にAXISギャラリーで日本初の個展を開いたモリソン。その準備で彼の事務所に足繁く通った当時を振り返りながら、モリソンの思うこれからのデザインについて尋ねた。

Jasper Morrison's office and studio is on a main street in East London. Despite the bustling activity, as I pushed the buzzer and entered, I was welcomed into the quiet space with a small courtyard. Morrison greeted me with a softly spoken "It's been a while," and then proceeded to boil water and make tea. Morrison's first solo exhibition in Japan was held in 1999 at AXIS Gallery. While recalling my visits to his office often in preparation for that exhibition, I asked Morrison about his thoughts on the future of design.

文／中島恭子
Text by Kyoko Nakajima



左：「1144ハンドル」（1990年）。現在、製品化されているモリソンの最長寿のプロダクトは「プライウッド・チェア」（85年）だが、安定供給されているものでは「シンキング・マンズ・チェア」（85年）に次いで、このハンドルがロングセラーを誇るという。
Left: Currently, Morrison's oldest commercially produced product is the Plywood Chair (1985). Of those in stable supply, the 1144 Handle (1990) is his second longest-selling product after the Thinking Man's Chair (1985).

Photo by Hans Hansen/FSB

右：バルセロナのガウディの建築「カサ・ミラ」に、照明として使用されている「グロー・ボール」（1998年）。良い製品は、時代やスタイルを問わず、場の雰囲気に馴染むことの好例。
Right: The Glo-Ball (1998) used in Gaudi's La Pedrera Casa Mila in Barcelona. This exemplifies how a good product can adapt to the atmosphere of a place, irrespective of its time period or style.

Photo by Sam Hodgkin

スーパーノーマル
Super Normal

2000年頃から始まった世界的なデザインブーム。デザイングッズと称される商品が世に蔓延し、デザイナーがロックスターのように振る舞うなか、2006年、ジャスパー・モリソンは深澤直人とともに「スーパーノーマル」を提唱した。ふたりによる同名タイトルの展覧会には、デザイナーの作品に紛れて名もない人のつくったアノニマスなオブジェが並んだ。活気づいた業界に水を差すような彼らの行動に当時賛否が分かれた。

「自分を含む業界の誰もが、エンドユーザーのことを顧みず、デザインを己のシグネチャーとして表現した浅はかな時代だった。当時の私はデザイナーであることに幻滅すらしていた。そんなとき、名もない人のつくった日常のオブジェのほうが、デザイングッズよりもはるかに良いパフォーマンスを発揮していることに気がついたのだ。これはどういうことなのかと自問するなかで、日常のオブジェから学ぼうと考えるようになった」。

後年になって彼は自らへの戒めとして、この時代につくった好ましくない製品を自らの手で廃番にしている。

モリソンは、デザイナーのエゴを取り除き、表現を抑えながらも、良い雰囲気とキャラクターを備えた作品づくりに試行錯誤するなか、深澤直人によるマジスの「デジャヴ スツール」に理想のデザインを見出した。日本には柳 宗理というすでにスーパーノーマルを体現したデザイナーがいたが、それを体系化する人が存在しなかったとモリソンは考えた。意気投合したモリソンと深澤は、スーパーノーマルという新しいデザインガイドならぬ、新たなデザインの原則をつくり出した。

「スーパーノーマルは、主観的だという批判もある。なぜなら、ひとつのオブジェに対して、皆それぞれ違った感情を持っているから。それでもこの考え方はこれから先も良い結果を生み出すと思っている」。



雰囲気
Atmosphere

フロスの照明「グロー・ボール」(1998年)は、昔ながらのガラスのボール状の照明というタイポロジーを、表現を抑えつつ、ほんの少しだけシェイプを変えることで、どこか楽しいキャラクターを持つ製品へと生まれ変わらせた。また、自ら石膏でシェイプをかたどったというFSBのドアハンドル「1144ハンドル」(1990年)は、デザイナーがつくったとは言わなければわからないほどシンプルな形で手に馴染む。両者は置かれる場所を選ばず、建築にさりげなく付加価値を与える影響力を秘めている。

「スーパーノーマルなオブジェは、人が気づかぬうちに良い雰囲気をもたらしてくれる」と語るモリソンは、この「雰囲気」こそ、デザイナーが忘れてはならない大切な原則だと言う。

「良い雰囲気とは、人々に良いフィーリングを与えることだ」。

ものづくりをするデザイナーはインテリアデザイナーにオブジェの選択や配置を任せきりにするべきではないと考える彼は、2020年インテリア写真を集めた「ホーム・ストーリーズ」展をヴィトラ・デザイン・ミュージアムで開催した。

「何もない部屋にものを持ち込むと雰囲気が一変する。なぜなら、部屋の雰囲気はものと建築の組み合わせでつくられるからだ。つまり、それぞれのものには独自の雰囲気という効果が備わっている。デザインのゴールは雰囲気の効果が良好であることを確認することだ」。

長寿性とクオリティ
Longevity and Quality

「2020年に発表したヴィトラのEVO-Cも、スーパーノーマルと呼んでも良いのですか？」。筆者の素朴な疑問に対して、「それを決めるのは時期尚早だ」と答えたモリソン。なぜなら、人はオブジェと生活するなかで、それが本当に自分にとって良いものか、次第に理解していくからだと言う。

サステナビリティについて問うと、「少なくとも30年、40年は使えるプロダクトをつくり、使うべきだ」と、その寿命について即座に答える。また、たくさんのスタッフを抱えてスタジオを大きくすることが、必ずしも良い結果を生むわけではないと付け加えた。「大きなスタジオはデザイナーのアイデアを多く生成し、多くのものをつくれるが、同時に良くないものも生み出しがちだ。私は正しいものをつくりたい」。

確かに、新製品を連発して消費者の購買意欲を煽ったり、生産工程をむやみに変えることは、サステナブルに反する行為だ。デザイナーは長く使えるロングセラーをつくることを念頭に置くべきだというモリソンの主張はわかる。ただ、得てして、良いデザイン製品は高価だ。富裕層だけが長持ちする良いものを使用し、庶民は安価なファストファッションのような耐久性の低い製品を買い続けるしかないのだろうか？

「それは品質と価値に対する問いと言える。この世には、ありとあらゆるレベルの製品が存在するが、品質と価格のバランスが問題なのだ。そして、デザイナーの仕事は、製品の価格に見合った品質を提供することにほかならない」。

今年のミラノサローネでは、米国家具メーカーのエメコの歴史についての展示を担当したが、同社の工場を見学した際、工員たちが大声で怒鳴り合い、実直に働く姿に加え、彼らのつくる品質の高さに感銘を受けたという。



「EVO-C」チェア（2020年）は、一見するとパントンチェアに類似しているが、一体成形のカンチレバー（片持ち梁）で、しかも前脚2本の椅子というパントン・チェアを技術的に進化させた構造だ。
At first glance, the EVO-C chair (2020) has the same typology as the Panton Chair, but with its singular-form cantilever and two separate front legs, it is a technological evolution.

今年のミラノサローネで発表された、モリソン監修によるエメコの歴史的展示。エメコは、もともと軍事用の機能的な椅子をつくっていたことで知られるが、モリソンは木材とアルミというシンプルな素材と構造の「ユーティリティ・チェア」（2022年）をデザインし、創業の哲学を現代に甦らせた。
Morrison designed an exhibition on the history of Emeco, displayed at this year's Triennale Milano. Emeco was originally known for manufacturing functional military chairs. Morrison's Utility Chair (2022), designed with simple wood and aluminum materials and structure, brought the founding philosophy back to the present.

Photos by Gianluca Di Ioia

インスピレーション
Inspiration

モリソンが発表した本のなかで、最も異色なのはラース·ミュラー·パブリッシャーズの『a world without words（言葉のない世界）』（1992/1998年）だ。文字通り、文章や言葉がいっさいないが、古いモノクロの写真を通して、日常に潜むデザインのインスピレーションを、時にユーモラスに、時に詩的に表現した良本だ。実は、モリソンは大学時代、同級生と3人でギャラリーを切り盛りしていた。この本に収めた写真は、当時、アートやデザイン書の担当だった彼が、バイクを走らせて郊外の古本屋で集めたビジュアルブックに載る写真を、自らカメラで複写したものだ。

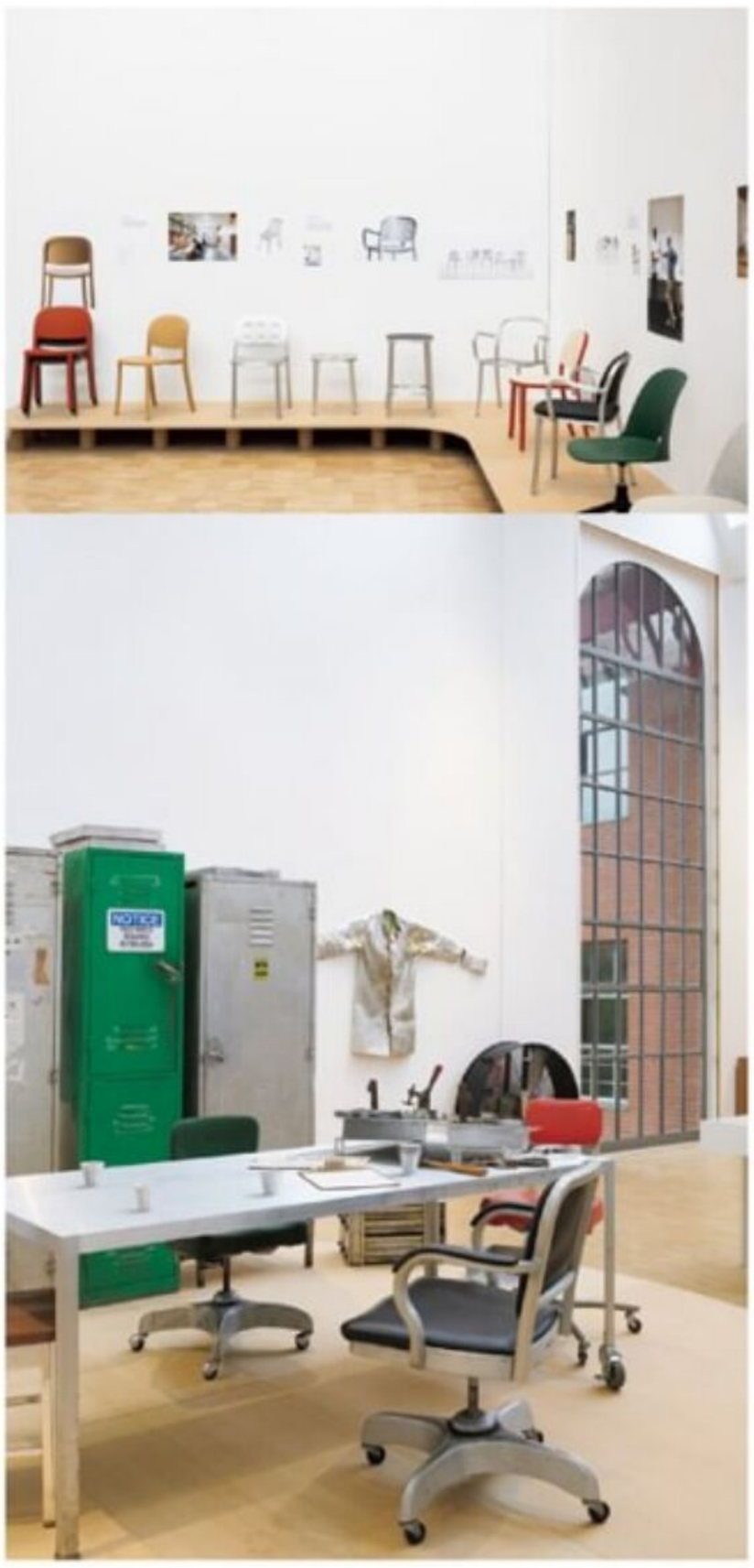
大学にギャラリー経営がバレて、デザイナーになるか、本屋になるかの選択を学部長に迫られたとモリソンは憤慨しながら語ったが、こうしたビジュアルブックに学んだことも重要だったと振り返る。

「自分の目でものを見極める。これこそがデザインの仕事でいちばん重要だ。私たちは世界で起こっている事象をすべて実体験することは不可能だ。だからこそ、自分の目を使って、他人の経験からインスピレーションを得ることも大切なのだ」。近年はモリソンもインスタグラムで自ら撮った写真をシェアしている。

「人は、自分がずっと住んでいる地元の日常には驚かず、旅に出ると情報が新鮮に映ってたくさんの写真を撮るものだ。ほとんどは退屈な画像ばかりだが、なかには良いものもある。本当に良いと思うものだけをフォローすればいい話。インスタグラムの役割とはそういうものだ」。

最近のデザイナーや建築家は、もはやインスタではなく、生成AIが生み出したものをデザイン初期のインスピレーションに用いるが、「新しいものを創作する際、デザイナーは歴史を学ばずして何もなし得ず、人間の思考を機械任せにすると生活に不必要なものを生み出しかねない。例えば、トイレの暖房便座みたいにね」と締め括った。

デザインの未来について雄弁に述べるのではなく、あえて、ものづくりの原則に立ち返ったモリソン。時代を敏感に感じながらも、ブレない自分を持ち続けることの大切さ。それは若いデザイナーの心にも響くだろう。





Super Normal

A worldwide design boom started around the year 2000. In 2006, amid the growing trend of "design goods" with designers behaving like rock stars, Jasper Morrison and Naoto Fukasawa introduced "Super Normal." They opened an exhibition with the same title and showcased anonymous objects mixed in together with designer works. Their efforts, which seemed to pour cold water on the thriving industry, divided opinions at the time.

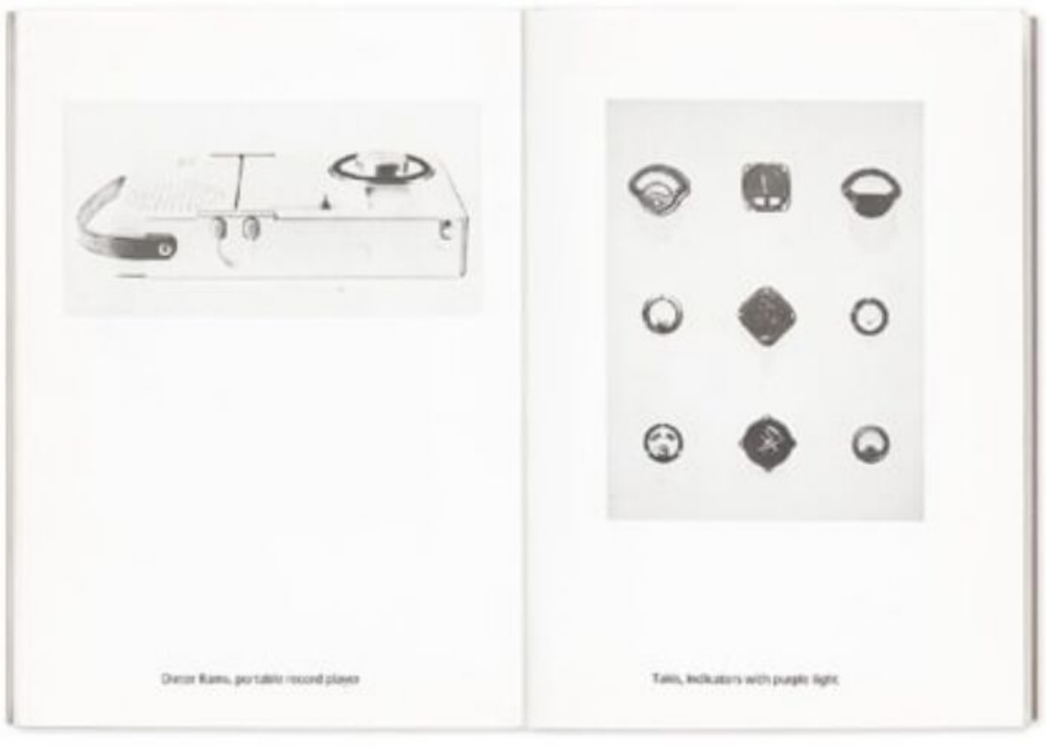
"It was a bad moment for Design. Everyone (including me) was expressing their personal creativity with what I call Signature Designs, without considering the end user. I was disillusioned with it. I noticed that anonymously designed everyday objects performed better than so called designers' objects. I asked myself how that could be when we were supposed to be the professionals and I started to try to learn from these things."

He later discontinued the unsatisfactory products he had produced during those years.

While designing with the goal of stripping the designer's ego and minimizing expression, but still producing works with good atmosphere and character, Morrison noticed Naoto Fukasawa's Magis Déjà-Vu Stool. In Japan, the designer Sori Yanagi had already worked on the same idea but had not codified it. Following the same philosophy, Morrison and Fukasawa decided to create new design principles which they named Super Normal.

"Some people criticise that supernormal is subjective because everybody has their own feeling on supernormal but the way of thinking always leads to a better result."





Atmosphere

The FLOS Glo-Ball (1998) was based on the old typology of the traditional glass ball light and reborn as a product with a playful character by reducing its expression and very slightly altering its form. The FSB 1144 Handle (1990), which he sculpted himself using gypsum, is a door handle with a simple shape that fits the hand. Yet, both works have the ability to be subtle but valuable additions to architecture no matter where you place them.

Morrison describes a Super Normal object as one that "gives you a good atmosphere before you realise it." "Atmosphere" is the valuable principle that designers must not forget. "Good atmosphere makes you feel better."

Morrison, believing that a designer of things should not simply leave the selection and arrangement of objects up to interior designers, held the *Home Stories* exhibition at the Vitra Design Museum in 2020, displaying a compilation of photos capturing interiors.

"If you bring an object into an empty room, the atmosphere changes, the atmosphere of the room is made form the combination of objects and the architecture. Therefore each object has its own quota of atmospheric effect. The goal of design is to make sure the atmospheric effect is a good one."

Longevity and Quality

I asked Morrison whether the Vitra EVO-C launched in 2020 is Super Normal, he responded "It is still too early." He explains that this is because living with objects lets us realize whether or not they are truly good for us.

When questioned about sustainability, his instant reply is about longevity. "We should make and use products lasting 30 to 40 years." He further adds that expanding the size of one's studio and staff does not necessarily yield better results. "A big studio can generate more of the designers' ideas. The point is not to make a lot of things. I don't want to generate stupid things. I only want to make the right things."

I can understand Morrison's assertion that designers should remember that they are making long-term products. However, good design is often expensive. Doesn't this lead to only the rich being able to afford quality, durable products,

かつてRCAで教鞭をとったこともあるモリソンだが、その講義では、著書『a world without words(言葉のない世界)』の見開きページさながら、ふたつのプロジェクターを使用してモノクロの画像を投影。一言も発しないモリソンに、学生たちが「本当に言葉のない世界だった」と驚いた逸話は有名だ。

When Morrison was a lecturer at RCA, he used two projectors to display black-and-white images in his class, exactly like a page spread in his book *A World Without Words*. There is a famous story about Morrison not saying a single word during the lecture and making the students say, "It really was a world without words!"

敬愛する柳 宗理のショップに感銘を受けたというモリソンは、事務所内に店舗を構えた。次第にモリソンはショップ経営が楽しくなり、会議室を潰して拡張したほどの入れ込みようだ。モリソンがデザインした製品とセレクト品がおよそ半々。ショップのオリジナル製品もあり、コルク製のワインホルダーはその最新作。
Morrison's shop inside his office, inspired by the store of Sori Yanagi whom he greatly admires. Morrison has come to enjoy managing the store and is so enthusiastic that he has expanded it by taking away the conference room. Half of the products are Morrison's designs, while the other half are specially selected items. One can also buy original products at the store, with a cork wine holder as the most recent addition.

Photo by Mark Cocksedge



while the average person is left with no choice but to keep purchasing less enduring products like low-cost fast-fashion?

"It's a question of quality and value. You can find products at all levels which have a good balance of quality for their price, The designer's job is to offer a suitable quality for the price of the product."

Morrison was in charge of the exhibition on the history of American furniture maker Emeco for this year's Triennale Milano. During his visit to their factory, the way the workers shouted to one another while working diligently and the high quality products they made left a deep impression on him.

Inspiration

One of Morrison's unique published books is *A World Without Words*, Lars Müller Publishers (1992/1998). This valuable book uses old black-and-white photographs to present, at times humorously, at times poetically, inspirations for design concealed in our daily lives. When in university, Morrison ran a gallery with two of his peers. The photographs contained in the book were taken by Morrison himself, who was responsible for selecting the art and design books. He would go to suburban used bookstores on his motorcycle and collect visual books, later he copied the photographs using his own camera.

Indignantly; Morrison recalls his department head pressing him to choose between becoming a designer or a bookseller when the university found out about his gallery operation, but he believes that what he gained from these kinds of visual books was also valuable.

"See things and understand what's there using your eyes. That's the most important part of designers' jobs but we cannot experience everything. Designers can absorb the world and get inspired by other people's experience." He shares his images on instagram.

"Long after living in a local area, you see everything and nothing is surprising. When you travel, everything is fresh information so you take lots of photos. Follow the good ones and forget the bad ones. Instagram is such a thing."

I asked whether, nowadays, rather than Instagram, designers and architects use outputs from generative AI as the initial inspiration for their designs. "It is stupid to make something new without thinking about the past. If you replace the natural human way of thinking with a machine, you will create an unnecessary thing. It's like a heated toilet seat."

Rather than eloquently discussing the future of design, Morrison deliberately turned back to the principles of making things as a designer, including the importance of maintaining your unwavering self while still staying well attuned to the times. Young designers will resonate with that.



ジャスパー・モリソン／デザイナー。1959年英国生まれ。キングストン大学卒業後、ロイヤル・カレッジ・オブ・アートで修士を取得。86年設立の事務所は現在ロンドンだけでなく、パリにもある。椅子や照明から携帯電話やトラムに至るまでをデザイン。2020年その功績から大英国勲章（CBE）を受勲。
Jasper Morrison is a designer. Born in 1959, England. After graduating from Kingston University, he received his master's degree from the Royal College of Art. Currently, his company, established in 1986, has offices in London and Paris. Other than chairs and lighting, he designs everything from mobile phones to trams. In 2020, he received the Commander of the Order of the British Empire (CBE) for his accomplishments.

Photo by Mark Cocksedge

100年後の充足を見据えて
Focusing on contentment 100 years from now

原 研哉｜Kenya Hara

2100年、日本は人口が6,000万人程度になると予測されている（5,000万人を下回る、あるいは8,000万人が目標といろいろな説はあるが）。これからの10年を考えるためには、そんな次代を見据える必要がある、と原 研哉は言う。世界に影響を与えている国でも、デンマークやスウェーデンは人口600万～1,000万人ほどの規模で、だからこそ福祉や教育への目が届いている側面もある。人間にとっての「幸せ」や「充足」はどこから生まれるのか。それに対して、デザインはどのような影響を与えられるのか。

By the year 2100, Japan's population is projected to decline to around 60 million (though some say fewer than 50 million, and others say 80 million is the target). To think about the coming decade, we need to bear in mind the next generation in the year 2100, says Kenya Hara. Some influential countries, such as Denmark and Sweden, have populations of only about 6 to 10 million, whose well-executed welfare and education benefit from the smaller population. Where do the well-being and contentment for humanity come from? What can design contribute to them?

文／角尾 舞
Text by Mai Tsunoo





The Teikuhiko website.

風土
Natural features

最初に「風土」というキーワードが浮かびました。あらゆる価値や美意識、文化の根源は、その場所が持つポテンシャルだと思います。僕は日本を拠点に活動しているので、母国の地勢的な性質をまずは把握する必要があると思っています。ユーラシア大陸の東の端に浮かぶ日本列島という地勢を、どのような資源として見るかがひじょうに重要です。周囲を海に囲まれ、森林率67%という環境を持ちながら、日本は敗戦後に工業へシフトして高度成長を経験しました。もしそれがなかったらどうだったのだろう。ユーラシアの東端で、世界全体を見渡しつつ、自国の成長をもっと堅実に考えてきていたら、どんな国に育っていただろう。世界中から石油や鉄鉱石を輸入し製品に加工して輸出するために、沿岸部をコンクリートだらけにするようなことを、はたしてやっただろうか。

2019年に立ち上げたウェブサイト「低空飛行—HIGH RESOLUTION TOUR」では独自の視点で日本各地を紹介。動画の撮影·編集まで自ら行う。写真は京都の伊根の舟屋を取材中の原。「自分にとっては基礎研究」だと話すが、現在は年4回企画し、すでに64カ所を訪れたという。
On the Teikuhiko / HIGH RESOLUTION TOUR website, launched in 2019, Hara introduces places around Japan from his own perspective. He films and edits everything himself. Pictured is Hara reporting on the boathouses of Ine, Kyoto. Insisting that "this is basic research," he embarks on four fieldwork trips each year, his case studies totaling 64 locations so far.

未来の幸福感を捉え直すとき、日本列島という風土が持つポテンシャルを再検証する必要があると思います。海外に出るほどに、この列島が持つ可能性に日本人がいかに無自覚かということに気づかされる。例えば「瀬戸内海」という、ものすごく静かで隣の島まで簡単に行ける多島海があって、海外から直島を見にきた人たちは感動するわけですよね。このような独創的な風土に僕たちはどんな価値を見立ててこられたのか。

外資系の事業者のほうが先に日本のポテンシャルに気がついていて、日本企業よりも早く、着々と新しいホテルをつくろうとしています。しかし、このようなホテルのつくり方は、言わば「植民地型」、つまり現地のエキゾチシズムのなかで自分たちの文化のコンフォートを浸透させる。そういうことを次々と日本で展開されるのを目の当たりにするのはクリエイターとしてつらい。日本には、ほかの国に侵されたことのない千数百年の文化的蓄積があります。この風土と文化で、世界の人たちを迎え入れることができる資源とは何なのかを見極める必要があります。ただ「伝統」とひとくくりにするのではなく、何をどう研ぎ澄ますことで世界の多様性に貢献できるか、という観点で考える。そのなかに生まれるのはおそらく「誇り」です。日本が持っている歴史と、この風土から見立てられる価値を資源として、いかなる誇りが醸成できるかがキーになると思います。そこに、デザインがどう貢献できるかです。



2023年11月に上海で開催された「中国国際輸入博覧会2023」における無印良品のグラフィックデザイン。中国の地方行政府と取り組むサステナブル事業が紹介された。
Graphic design for MUJI shown at the China International Import Expo 2023, held in Shanghai in November, 2023. At the event, sustainability initiatives developed jointly with Chinese regional governments were introduced.

「わたし」から「わたしたち」へ
From "I" to "we"

ふたつ目は「わたし」から「わたしたち」へという主語の移行があると思います。僕は「わたし」で育ってきた世代です。1958年、もはや戦後ではないと言われた時代に生まれ、個が称揚され「世界でたったひとりのあなた」としてもてはやされてきた世代です。一方で現在、主語は「わたしたち」へとゆるやかに変わろうとしているように思います。「わたし」だけでは解決できない問題に直面し、思考のベースを「わたしたち」に切り替えないと見えてこない世界のバランスに対する感受性が、インターネットを機に若い世代に明確に立ち上がってきている気がします。環境問題、社会環境の整備、老齢化社会。「わたしのお母さんが」ではなくて、「わたしたちの親世代が」と考えなくてはいけない。次の文明を迎えられるかどうかの瀬戸際だということを彼らはひしひしと感じていて、それがこの主語の移行につながっている気がします。

そもそも、デザインの考え方の本質的な主語は「わたしたち」です。わたしの「いい」のなかに、みんなの「いい」がいかに含まれるかということが、デザインという考え方の根本です。しかし、いわゆるマスコミや消費社会のなかで取り上げられるデザインは「デザイナー」という特殊な才能に創造性が帰趨するというマーケティングに組み込まれてしまっているので、変なデザインの世界ができ上がってしまった。

きちんと機能しているデザインとは、環境に溶け込んで見えにくくなっているものです。マカロニもトイレットペーパーも、誰がデザインしたかわからないような日用品ですが、そのデザインを誰も越えられない。都市だって、有名建築家によって設計されるものでも、都市計画でできるものでもなくて、自己生成的に「なってきた」ものだと僕は思っています。人間の欲望そのものが都市をなし、それに応えるように社会のかたちも「なってきた」。デザインという観点は「なっていく」必然性を見定めて関与していく行為なので、ひじょうにエッセンシャルな活動です。美術史家のニコラス・ペヴスナーがモダンデザインの始まりを、ジョン・ラスキンやウィリアム・モリスが「こんなんじゃ駄目じゃないか」と指摘した、その批評性に置いたように、ものをたくさん売る蠱惑（こわく）的なクリエイティブがデザインの始まりだったわけじゃない。僕らは今、「わたしたち」という本来のデザインの主語が機能していかなければいけない時代に生き始めているのだと思います。

普通層
Middle class

3つ目のキーワードは「普通層」です。これは深澤直人さんの「ふつう」ではなく、所得層としての「普通層」。富裕層ではなく、普通層を豊かにすることを考える必要がある。ここしばらく、旅も暮らしもターゲットは富裕層にシフトしていきそうです。だからあえて普通層への視点を心しておかなければいけないと、自戒も含めてキーワードとしました。僕は、世界は近いうちに「富の限界」に直面すると思うんです。今世界の状況を見ていると、マネーとか富とかではないところに、充足の中心が来るようにならざるを得ないのではないか。だから、所得においての普通層という人たちが自分たちの充足をどう見つけていくか、どう幸せを掴んでいくか。これが世界の課題になっていくと思います。

住む家のことを考えても、人工的な薄っぺらい建材に囲まれた住宅ではなくて、昔からあるものにもう一度気づきたい。立派な木材を使った古民家だけではくて、昭和の木造の民家だって素敵なんです。そういうものをどう価値として受け継いで、大工さんが普通に建ててくれたかつての家の素晴らしさに気がついていけるか。これがわかるようになると、その国は世界をリードできる「幸せのコツ」を身に付けられると思うのです。どういう欲望を持ってその文化のなかで暮らすかが文化圏における価値だとすると、その行方に対して警鐘を鳴らし、提案し続けることがデザインの役割だと僕は本気で思うので、何らかの実例を残していきたいと思っています。「世界で評価される日本人」というヒーロー像があるけれど、本当は、自分たちの価値の基準を揺るぎなく持ったうえで、世界を評価できる視点や足腰を日本は持たないといけません。

これまでの話の統合になるかもしれないけれど、僕がこれからやってみたいこととしては、日本の素晴らしい可能性のある津々浦々に、富裕層ではなく、一般の人たちがリーズナブルな価格で泊まれる場所をつくってみたいですね。例えばそれによって赤字路線を解消するような、そんな仕事ができるといい。北海道の一車両のローカル線しか走っていない状況は景色としてすごくいいし、その駅の先には素晴らしい自然がある。僕は資本家ではないから、自分でお金を借りてやることはしませんが、そういう土地の豊かさを真摯に受け止め、考えぬいた施設を誠意あるかたちでつくれば、そこに行ってみたいと思うでしょう。日本人だって、日本を旅したいですよね。外国の富裕層をターゲットにする以前に、日本人自身が日本を楽しむことがまだちゃんとできていない気がします。

若いデザイナーに伝えたいのは、あまり短期的に結果を出そうとしないでほしいということです。長期戦でいってください。人生100歳時代だから。30歳ぐらいって、すごく羽ばたけるんです。でも羽ばたいた後も、ずっと飛び続けることを考えてほしい。世に出るときはみんな新鮮ですが、そこから40年経っても話を聞いてもらえる人がデザイナーにならなければいけないのです。焦らず、気長に。



石垣島の酒造メーカー八重泉の古酒である「ZAKIMI」のブランディング。最も高価格帯の「台風」は、その年に石垣島を襲った最大規模の台風から採水し、割り水として使用している。もはや石垣島の「風土」とも呼べる台風に価値を見出し、利用した例。
Branding for ZAKIMI, an aged sake produced by Yaesen sake distillery on Ishigaki Island. "Typhoon," one of the finest grade products in the line, is diluted using water collected from the largest typhoon to hit Ishigaki Island that year. It is an example of value created from a characteristic "natural feature" of Ishigaki Island, the typhoon.

Natural features

The keyword "natural features" first came to my mind. I believe that the root of every value, aesthetic, and culture is the potential of a place. Since I am based in Japan, I think I need to first understand its topographical nature. It is important how to perceive resources derived from the topography of the Japanese archipelago, located on the eastern margin of the Eurasian continent. Despite its heavily-forested natural environment (forest coverage [67%]) surrounded by seas, Japan turned to industrialization after its defeat in World War II, achieving rapid economic growth. What if it had never happened? What kind of a country would it have been if it had focused on more steady growth of the country with a global perspective from the eastern end of Eurasia? Would we ever have turned our coasts into concrete blocks, in order to import oil and iron ore from around the world and export processed goods?

In rethinking our future well-being, I think we need to reexamine the potential of the natural features of the Japanese archipelago. The more I go overseas, the more I realize how ignorant the Japanese are about the archipelago's potential. Take the example of the Seto Inland Sea, a calm body of water with many islands. It allows easy access to neighboring islands, and delights foreigners who visit Naoshima Island. What values could we have found in such unique natural features?

Foreign companies are ahead of domestic ones in discovering Japan's potential, and are steadily embarking on new hotel developments. However, this type of hotel development is akin to colonization, which is bringing their own cultural comfort to the exoticism of the locality. Seeing this happen one after another all over Japan is heartbreaking for me as a creator. Japan is endowed with more than a thousand years of cultural accumulation, never spoiled by other countries.

With the natural features and culture in hand, we need to identify the resources that are able to attract visitors from all over the world. Instead of simply grouping everything as "tradition," we need to look at things from a standpoint of what and how we hone in order to contribute to the diversity of the world. What will probably emerge is "pride." Nurtured by Japan's history and the values found in the natural features, what kind of pride will arise? I think this will be the key, and how can design contribute to this?

From "I" to "we"

The second keyword is perhaps a shift in subject from "I" to "we." My generation grew up with "I." I was born in 1958, the time when it was no longer considered postwar. Individualities were exalted and admired as "the one and only." Today, however, the subject seems to be slowly being replaced by "we." Facing problems that cannot be solved on an "I basis," it appears that, driven by the internet, younger generations are certainly fostering a sensitivity to the balance of the world that cannot be seen unless we switch our thinking to a "we basis." Environmental issues, improvement of the social environment, and an aging society. The subject of our thoughts has to be "our parents' generation" instead of "my mom." They are very much aware that human civilization is teetering on the edge to move on to the next civilization, and I think this has led to this shift in the subject.

The subject of design thinking is essentially "we" to begin with. The basic concept of design is how to incorporate ideas that people "like" into ideas that I "like." However, the mass media and consumer society treat design as part of a marketing strategy that attributes creativity to a specialty called "designer," ending up with the establishment of a strange world of design.

A good, functional design blends into the environment, being barely noticeable. Macaroni and toilet paper are everyday items that no one knows who designed them, but no one can exceed their design. I believe that cities, too, were not designed by famous architects or developed through urban planning, but spontaneously "became" that way. The very human desires have shaped cities, and society has "become" that way to accommodate them. Design is a very essential activity, as a design perspective involves identifying and engaging with the inevitability of "becoming." Just as the art historian Nikolaus Pevsner defined John Ruskin's and William Morris's "this is no good" critique as the beginning of modern design, design did not begin as a creative gimmick to sell more. I believe we have now entered an era, where the original subject of design, "we," must regain its functionality.

Middle class

The third keyword is "middle class." This is different from Naoto Fukasawa's "normality" but "middle class" as an income group. Enrichment of the middle class, not the wealthy class, needs to be considered. For the time being, traveling and living will more likely target the wealthy class. I chose this keyword therefore as a reminder to myself that we must consciously keep the perspective for the middle class in mind. In my opinion, the world will soon face the "limit of wealth." Given the state of our world, it seems inevitable that contentment will be sought primarily in something other than money and



ミラノ・ADIデザインミュージアムで開催された「ORIGIN of SIMPLICITY-20 Visions of Japanese Design」展のビジュアル。日本のデザイナーによるプロダクト約150点が展示され、原は会場構成とグラフィックデザインを担当した。「わたしたち」が主語のデザインのリアリティが問われ始めている今、デザイン史を見直していく必要がある、と原は話す。
Graphics for the *ORIGIN of SIMPLICITY-20 Visions of Japanese Design* exhibition at the ADI Design Museum in Milan. The exhibit showcased around 150 products by designers from Japan, and Hara was responsible for the exhibition design and graphic design. He speaks on the importance of reevaluating the history of design as we enter an era of questioning the "we" in design practice.





左：日本有数の豪雪地帯である新潟県南魚沼市で生まれる八海山。一般的に日本酒は醸造したその年で飲み切るが、雪のなかで熟成を進める「雪室熟成」を採用。8年熟成のもののラベルは、書家・石川九楊に八つの八を異なる筆致で書くことを依頼した。
Left: Hakkaisan sake is produced in Minamiuonuma, Niigata prefecture, one of few regions in Japan that receive heavy snowfall. Japanese sake is typically consumed within the same year that it is produced, but Hakkaisan uses a "snow aging" method in which the sake is left to mature in the snow. For the eight-year aged edition, calligraphy artist Kyuyoh Ishikawa was commissioned to write eight kanji characters for "eight" in different styles.

右：八海醸造の100周年を記念してつくられた大吟醸酒「八海山 百」。あわせて同社のロゴの刷新も手がけた。
Right: "Hakkaisan Hyaku," a premium sake commemorating the 100th anniversary of Hakkaisan Brewery. Hara also worked on the renewed brand logo.

wealth. Then, how will people with middle-class incomes find their contentment and happiness? I think this is going to be a global challenge.

In terms of our dwellings, we should rediscover long-standing structures, instead of a house made of artificial, flimsy building materials. It doesn't have to be a traditional old house using magnificent wood, but a wooden house from the Showa period would be great. How can we pass on their values and recognize the excellence of the ordinary old houses built by carpenters? Once this is understood, the country will perhaps learn the world's leading "tips for well-being." If a value in a cultural sphere depends on desires of the people who live in that culture, I firmly believe that the role of design is to alert and suggest people about their directions, so I would like to leave some examples in the future. "An internationally recognized Japanese person" is often seen as an icon in Japan, but in reality, Japan needs to develop a perspective and foundation for judging the world based on solid standards of our values.

Perhaps this sums up what I have said so far, and what I would like to do in the future is to create reasonably priced lodging for the general public, not for the wealthy, in places around Japan with excellent hidden potential. It will be great if, for example, my work will save loss-making rural rail lines. The scenery of Hokkaido with a lonely local train car is appealing, and beautiful nature unfolds around the station. I am not a capitalist, so I would not do this on my own with a loan. However, if a well-thought-out facility is created sincerely, while taking the rich potential of the land seriously, people will want to visit there. Japanese people also want to travel around Japan, right? Not only wealthy foreigners. I think the Japanese have not yet fully appreciated their own country.

My message to young designers is not to try to get quick results. We should work for the long term, because we live in the era of a 100-year life. Around the age of 30, people can fly high, and I want them to think about still flying thereafter. Everyone is fresh when they first start working. Designers need to be someone people will listen to even 40 years after that. Be patient and don't feel rushed.



原 研哉／デザイナー。日本デザインセンター代表取締役社長、武蔵野美術大学教授、日本グラフィックデザイン協会副会長。1958年生まれ。活動領域は多岐にわたり、無印良品や蔦屋書店のアートディレクション、JAPAN HOUSEの総合プロデュースなど。2004年「HAPTIC―五感の覚醒」や、14年「TAKEO PAPER SHOW 2014 SUBTLE」など、手がけた展覧会は常に大きな話題を呼ぶ。著書に『デザインのデザイン』『低空飛行―この国のかたちへ』など。
Kenya Hara, Designer. President of Nippon Design Center, Inc. Professor at Musashino Art University. Vice President of Japan Graphic Designers Association Inc. Born in 1958. Hara works across disciplines, ranging from art direction for MUJI and TSUTAYA BOOKS to total production for JAPAN HOUSE. Exhibits that Hara has a hand in, including "HAPTIC—Awakening the Senses" (2004) and "TAKEO PAPER SHOW 2014 SUBTLE" (2014), consistently draw attention. His published books include "Designing Design" and "Teikuhiko (low altitude, high resolution tour)."

Photo by Sayuki Inoue

俯瞰力を持ち、帰結を意識的にする

Being conscious of the consequences with an integrated view

横山いくこ｜Ikko Yokoyama

2021年11月、香港にオープンしたアジア最大規模のビジュアルカルチャーのミュージアム「M+」(エムプラス)。リードキュレーターである横山いくこは、日本、ヨーロッパ、アジアにおけるデザイン·建築について俯瞰的に思索してきたひとりだ。M+の立ち上げのため、アジアを軸にリサーチから作品蒐集にまで奮闘した横山は、この先10年のデザイン領域において、何が最重要項目であると考えているだろうか。

M+, Asia's global museum of visual culture, opened in Hong Kong in November 2021. Its Lead Curator of Design and Architecture Ikko Yokoyama is among those who take a bird's-eye view approach to exploring design and architecture in Japan, other parts of Asia and Europe. For the launch of M+, she exerted herself in researching and collecting artworks, mostly from Asia. What does Yokoyama see as the most important issues in the design world for the next decade?

文／田代かおる
Text by Kaoru Tashiro

写真／久米美由紀
Photos by Miyuki Kume

横山いくこと仲間たち。左から、ウェン·ビー(デザイン＆建築アシスタントキュレーター)、シルケ·シュミックル(映像リードキュレーター)、ラッセル·ストーラー(シニアキュレーター、学芸部長)、横山、クリスティン·リー(デザイン＆建築キュラトリアルアシスタント)。M+は、アート、デザイン·建築、映像を3本柱とし、収蔵会議や展示企画の話し合いは互いの「領域を超えて」流動的に行われている。
Ikko Yokoyama and colleagues. From left: Wen Bi (Assistant Curator, Design and Architecture), Silke Schmickl (CHANEL Lead Curator, Moving Image), Russell Storer (Senior Curator and Head of Curatorial Affairs), Yokoyama, and Christine Lee (Curatorial Assistant, Design and Architecture). M+ focuses on three themes: Visual Art, Design and Architecture, and Moving Image. Meetings and discussions about the collection acquisition and exhibition planning are flexible and interdisciplinary.





左：2021年11月のM+開館時からイーストギャラリーで開催中の「Things, Spaces, Interactions」展より。マテリアルの交流を鍵に並列されたラタン製の椅子3脚。左から、剣持 勇「籐丸椅子 C-315-S」、エストゥディオ・カンパーナ「Una Famiglia」、1950年代の香港で人気を博した籐椅子。
Left: From the *Things, Spaces, Interactions* exhibition, which has been on view in the East Galleries since the opening of M+ in November 2021. Three rattan chairs exhibited side by side under a key theme of Material Networks. From left, *Rattan Round Chair, model C-315-S* by Isamu Kenmochi, *Una Famiglia* by Estudio Campana, and Rattan chair by Kowloon Rattan Ware Company which were popular in 1950's Hong Kong.

右：インドでもあまり知られていない、1932年生まれのインド人女性デザイナー、ミニー・ボガによる椅子（1971–73）。現地調査で探し出したもので、横山はこうした隠されたデザインを浮き彫りにすることに情熱を傾ける。
Right: Chair (1971–73) by Minnie Boga, an Indian female designer born in 1932, lesser-known figure outside of India, found during a survey in India. Yokoyama is passionate about bringing hidden designs like this to light.

着眼大局、着手小局
Think globally, act locally

横山いくこへのインタビューは、M+のデザイン・建築部門を展示する「イーストギャラリー」の回遊から始まった。キュレーターとしてなぜこの作品を選び、どの作品の隣に並列するのか……、そこにすでに重要なメッセージがあり、ここは彼女の近年の「最重要項目」が形となった場でもある。

「私たちは香港を軸に、アジア、そしてグローバルを見て、20世紀から21世紀にかけての視覚芸術とデザインの歴史、その交流を考えています。いわゆるナショナリズム括りで、この国のいちばんはこれ、という展示はしないんですね。その国らしさというのは、さまざまな文化を採り入れながら形成されている。自分たちの独自性とは、多くの文化とつながることによってつくられています。そうした視点による美術史、デザイン史、建築史を広げることが大切だと思っています」。

こうした姿勢を横山は、中国の思想家、荀子（313BC–238BC）の言葉を解釈して生まれた「着眼大局、着手小局」に置き換える。

彼女の語る「着眼大局」は、欧米がつくり上げてきた既存の「〇〇史」に疑問を投げかけ、香港から大きく俯瞰した包括的な視点によって文化を眺め直すことであり、これまでこぼれ落ちていた地域やマテリアル、人々を謙虚に丁寧に拾う作業が「着手小局」である。

「私たちは自分が生きている瞬間の蓄積によって未来とつながります。その蓄積とは、過去の情報から学んだことをどのように対処して残すかであり、それを大きく俯瞰した世界のどこにポジショニングするかによって残り方、つまり未来が大きく変わってくる。何を残し、何を捨て、何をつくるのか、この3段階がひじょうに重要になっていきます」。

キュレーターは作品を選び、なぜその作品を選んだのかを伝えて未来のための蓄積をつくっている。それを20年後、あるいはさらに未来の誰かが再び蓄積をつくる。連綿と続く流れの一部の蓄積をしている意識を持つことだ。

かつて学際性（ジェネラリスト）は専門家（スペシャリスト）に対するあり方として語られ、評価されにくいものだった。しかしこれからの世界において越境と学際性はより重要になるだけでなく、時間軸も超えていく必要があるだろう。横山は語る。

「学際的であることはこれからの社会でより重要な『専門性』になるはずです」。





上：展示タイトルは「香港プラスチックパイオニア」。20世紀、香港は世界のプラスチックインダストリーの中心にあった。ポピュラーなものからクリスタルのようなシャンデリアまでそのバリエーションも伝える。
Top: *Hong Kong Plastic Pioneers*. In the 20th century, Hong Kong was the central hub of the international plastic industry. A great variety of pieces range from popular items to crystal-looking chandeliers.

下：1940年代後半、アメリカ人ジム・トンプソンは、タイのクラフトを国外に輸出するために、それまで草木染めであったタイシルクに化学染料の鮮やかな色彩をもたらし人気を博す。タイを代表するデザインの根幹はアメリカ人によってつくられた。
Bottom: In the late 1940s, American Jim Thompson rejuvenated Thai silk by introducing the vibrant colors of chemical dyes to replace natural dyes for the international trade. The foundation of representative designs of Thailand was laid by an American.

俯瞰力、帰結、倫理
Bird's eye view, consequence, and ethics

「環境問題においても、プロダクトやファッションという分野ごとにではなく、つながっている世界全体を見ることが求められています。例えば、今年ミラノで開催されたシンポジウム『プラダ フレーム』のスピーカーのひとりだったケイト・クロフォード（人工知能とその影響に関する研究の第一人者）の話は、ひじょうにインパクトがありました。ChatGPTなど生成AIのデータセンターによる膨大な電力消費、CO_2排出、天然資源の大量消費、またそれに伴う労働搾取など、これからの社会の大きな脅威になるというものでした」。

それらは誰の利益のためにどのようにしてつくられるのか。そもそも誰もがAIを使うべきなのかと問うた。

「俯瞰力を持って、何がトリガーになって、どのような『帰結』をもたらすことになるかを知ること、予測すること。俯瞰力を備えると、私たちが今ここで何を決定すべきなのか選択が変わってくるんです」。

もはや物質だけでなく、非物質がもたらす社会的な「帰結」について、私たちは意識的になることが求められている。

ちなみにクロフォードはその研究を可視化した作品も発表をしており、作品のひとつ「Anatomy of an AI System」（2018年）*を、ニューヨーク近代美術館（MoMA）が建築・デザイン部門のパーマネントコレクションに加え、ヴィクトリア＆アルバート博物館が展示したことはデザイン領域でも彼女の研究の理解を促す契機になった。

横山は「倫理・モラル・誠実さ」というキーワードも掲げたが、それは環境問題においてだけではなく、イーストギャラリーの展示全般、なかでもインドなどアジアのポストコロニアル建築の展示に明らかにされているように見受けられた。

彼女は、スウェーデンに長年住んだことによって西洋的な視点になっていたこと、またかつてアジアのなかで日本しか見えていなかったことを語る。

「日本人で教育を受けた後に長く欧州にいたので、戦後（post war）とは1945年以降が当たり前と思っていたんですね。ところが20世紀は、インドの独立、脱植民地化、冷戦の終結などさまざまなポストがあったわけです。その視点が足りなかったことを学び反省しました。そしてどれだけ建築やデザインが、新しい国力やアイデンティティを取り戻すこと、復興に役立ったかということも理解できたんです」。

そうした視点を持つためには、日本はアジアのデザイン先進国という意識や、国別デザインのヒエラルキーを取り除くことが必要であり、「独自性とは、多くの文化とつながることによってつくられる」という意識を持つことが問われるだろう。

「さらに、その歴史編纂を西洋人にやってもらうのではなく、アジアが自分たちでリードを取って、これが自分たちの歴史だと語っていく、そうしたコミットメントがこれからの大切な課題です。デザインの倫理とは、環境問題の課題とともに、世界事情、時勢、地政、地域的なセンシビリティを問う力を持つことにあると思います」。

＊1台のスマートスピーカー「アマゾン・エコー」の「誕生、生、死」を支える膨大なネットワークを分析し、この膨大な情報を丹念に編集して高解像度の詳細図に凝縮している。このデータ可視化により、スピーカーの生産、流通、廃棄に関わる膨大な量のリソースに関する洞察が得られる（MoMA収蔵目録より抜粋）。

参加しているという意識
Sense of participation

最後に横山が加えたのは、デザイナーの意識についてだ。

「これは位置確認の話になりますが、デザイナーが立っている位置は外側にあるのではなく、直接的な関わりがあってもなくても、同じ現代社会に一緒に参加しているという意識を持つことの大切さです。そしてその位置は、過去の蓄積によってもたらされているので、過去や自分と遠くにあるものも無視はできない。例えば毎日私たちが使っている電子機器がどれだけ世界各国からの資源搾取や労働によってもたらされているか、などについてです」。

横山は2014年の「活動のデザイン展」(21_21 DESIGN SIGHT)を同館アソシエイトディレクターの川上典李子とディレクションし、紹介した24組のアーティスト、デザイナーの活動についてこのように書いた。

「……彼らは、課題の渦に自らダイビングしていくように、傍観者ではなく主体的な行動家として、ものづくり(fabrication)がもたらす影響や変容する世界のあり方やその意味を問いかけます。デザインが『消費される物』から『行為や場、つながり』へと広がりを見せる現代社会の動きを見据え、デザインと社会との関係性を広げています。彼らの持つ、はっとさせられるような素晴らしい(fabulous)思考を、本展では『The Fab Mind(ファブ・マインド)』と名づけました。それらの思考は、未来に役立てられていく可能性を含み、私たち自身に自分なりの世界と社会との関わり方を考えさせてくれます」。

タイトルは「目の前に広がるこの風景は、私たちがすでに参加している世界」、つまりまさにそのなかにいるという意識だ。

「この展覧会から10年が経ちましたが、その思いは今も変わっていません」と横山は語る。そしてこれは、これから先10年についての言葉でもある。

Think globally, act locally

Our interview with Ikko Yokoyama began with a tour of the East Galleries, the design and architecture exhibition of M+. Why did she choose this job as a curator and which works are selected to exhibit next to each other? They contain important messages, and the section is a representation of her "most important issues" of recent years.

"We look at Asia and the world, with Hong Kong at the vantage point, and explore the history of visual culture especially the exchange in visual art and design in the 20th and 21st centuries. We don't define the excellency and selection by saying 'the best of a country.' A country's individuality is forged by embracing a variety of cultures. Our uniqueness is cultivated by connecting with many different cultures. I think it is important to expand the history of visual art, and design and architecture from this perspective."

Yokoyama translates this attitude into the phrase "think globally, act locally," an interpretation of the words of the Chinese philosopher Xunzi (313BC–238BC).

For her, "think globally" means questioning the existing "history of xxx" established by the West, and reexamining culture from a broad, integrated perspective from Hong Kong, while "act locally" means humbly and carefully covering regions, materials, and people that have been left out.

デザイナー、大橋晃朗の家具の数々。M+では大橋作品を数多く収蔵するにとどまらず、遺族から寄贈されたほぼ全アーカイブを収蔵し、リサーチセンターで閲覧が可能。
Furniture pieces by designer Teruaki Ohashi. In addition to a large collection of his furniture work, M+ hold entire archive of Ohashi donated by his family and available at the Research Centre at M+.



"We are connected to the future through an accumulation of the moments in which we live. Accumulation means that what remains—or our future—depends on how we handle lessons from the past, and where we place them in the world with a bird's-eye-view perspective. What to keep, what to abandon, and what to create—these three steps are extremely important."

Curators choose an artwork, and explain why it was chosen, making an accumulation for the future. Then, 20 years or more later, someone else will add further to that accumulation. They must be aware that their work is part of a continuous flow of accumulation.

In the past, a generalist was considered the opposite of a specialist, and tended to be undervalued. In the future, however, it will be more important to be boundary-breaking and interdisciplinary, and we will even have to cross the time axis. Yokoyama continues, "Being interdisciplinary will become a more important 'specialty' in the future society."

Bird's-eye view, consequence, and ethics

"As for environmental issues, it is also necessary to view the interconnected world as a whole, rather than looking at each product or fashion individually. For example, the talk by Kate Crawford (a leading scholar on artificial intelligence and its impact), a speaker at the Prada Frames symposium in Milan this year, was very eye opening. She pointed out that data centers for generative AI (such as ChatGPT) result in the enormous power consumption, CO_2 emissions, natural resource consumption, and the associated exploitation of labor, and they will be a major threat to future society."

She questioned how and for whose benefit they were created, and whether AI should be used by anyone in the first place.

"Exert a bird's-eye view to know and predict what will be a trigger and what 'consequences' will happen. With a board perspective, we will have a different choice about what decisions to make right now."

We now need to be conscious of the social "consequences" not only of the material, but also of the immaterial.

Crawford has also published works that visualize her research. One of her works, *Anatomy of an AI System* (2018)*, is in the permanent collection of the Architecture and Design Department at the Museum of Modern Art in New York, and was exhibited by the Victoria and Albert Museum, promoting an understanding of her research in the design world.

Yokoyama also listed other keywords: ethics, morals, and sincerity. They are not just about environmental issues, but seemed to be evident throughout the East Galleries exhibits, especially those of postcolonial architecture from India and other Asian countries.

She noted that her perspective had been westernized after years of living in Sweden, and that in the past, only Japan was in her sights among the Asian countries.

"As a Japanese educated in Japan and living in Europe for a long time, I naturally thought that post-war meant after 1945. But for example, with India's independence, decolonization, and the end of the Cold War, the 20th century had many 'post' periods. I realized and regretted that I lacked such a perspective. Then I learned how architecture and design had contributed to restoring and reviving a nation's strength and identity."

To gain this perspective, we must forget for a moment the idea that Japan is at the forefront of design in Asia, or the hierarchy of design by country. The awareness that "uniqueness is cultivated by connecting with many different cultures" will be challenged.

"Furthermore, instead of letting Westerners compile history, Asia should take the initiative and convey our own history in the global context. Such a commitment will be an important task. I believe that the ethics of design lies in the ability to question world affairs, the trends of the times, geopolitical aspects, and region-specific sensitivities, as well as environmental issues."

*Kate Crawford and Vladan Joler, "Anatomy of an AI System: The Amazon Echo As An Anatomical Map of Human Labor, Data and Planetary Resources," AI Now Institute and Share Lab, (September 7, 2018)





左：倉俣史朗が手がけた、新橋のすし屋「きよ友」を、日本からM+へと移築したことは大きな話題となった。日本からの移築はコロナ禍に、当時を知る職人の協力を得て、忠実に再現されている。
Left: The relocation of the Kiyotomo sushi bar designed by Shiro Kuramata from Tokyo's Shinbashi district to M+ attracted tremendous interest. The relocation took place during the COVID-19 pandemic, inviting workers from Japan who were involved in the original construction, and achieving a faithful reproduction.

右：香港島をのぞむ広いテラスで毎日創作ダンスの練習をしに集まる女性たち。ヘルツォーク＆ド・ムーロン設計の館内には、ミュージアムに行くという気構え、敷居を取り払う仕掛けが各所に設けられている。
Right: At the Horizon Terrace of the museum overlooking Hong Kong Island, a group of women meet daily for creative dance practice. The museum building designed by Herzog & de Meuron is full of ingenuities to allow visitors to relax for their well-being during a museum visit.

Sense of participation

Finally, Yokoyama added something about the designer's awareness. "This is about awareness of their position. It is important for designers to be aware that they are not outside of modern society, but instead, they are also participants in the same contemporary society, whether they are directly involved in it or not. Since the position is brought about by the accumulation of the past, the past and things happening far away cannot be ignored—things like how much of the natural resources and labor from around the world are exploited for our everyday electronics."

Yokoyama directed *The Fab Mind* exhibition (21_21 DESIGN SIGHT) in 2014 with Noriko Kawakami, associate director of the museum. She wrote about the activities of the 24 artists and designers featured:

"...These artists and designers—as if diving into a whirlpool of unknowns—question not as onlookers, but as independent actors, the nature of the changing world and what effects can be brought about from fabricating. These creative actors look at how, in contemporary society, design is evolving from being simply 'consumed' to creating 'activities,' 'sites,' or 'relations' and as such, they are broadening the boundaries between society and design. We called the fabulously active minds of these artists and designers, which grabs and surprises us, The Fab Mind; and such incentives hold possibilities for the future and allow us to ponder our individual ways in which we are participating in society and the world at large."

Its title, "This vast landscape before us is a reality in which we are already participating," indicates the awareness that we are indeed residing in it.

"Ten years have passed since this exhibition, but I feel the same," says Yokoyama. It will probably remain the same for the next 10 years as well.



横山いくこ／キュレーター。1995〜2016年スウェーデン・ストックホルムを拠点にコンストファック（スウェーデン国立芸術工芸デザイン大学）の展示主任およびフリーランスとして活動。08年よりNPO「Editions in Craft」を主宰。16年より香港西九龍文化区内にある視覚芸術の美術館M+に拠点を移し、現在デザイン＆建築リード・キュレーターを務める。
Ikko Yokoyama is a curator. She was based in Stockholm, Sweden from 1995 to 2016, where she was an independent curator and head of exhibitions at Konstfack University College of Arts, Crafts and Design. She cofounded the non-profit organization Editions in Craft in 2008. She joined M+, Hong Kong's museum for visual culture in the West Kowloon Cultural District, since 2016 and is now the Lead Curator of Design and Architecture of the museum.

脱人間中心主義の時代に「美意識」で調理を続ける

Cooking with an aesthetic sense in the post human-centric era

山中俊治｜Shunji Yamanaka

最先端科学を美意識で調理したプロトタイピングで、常に新しい地平を切り拓いてきた山中俊治。少し先の未来を見せるプロダクトを形にする一方で3Dプリンターやバイオテクノロジーの活用など近未来のもののつくり方についても多くの研究を進めてきた。さまざまな業界と協業してきたデザインエンジニアであり、多くの優秀なデザイナーを育てた教育者でもある彼は、ここから先の変化をどのように捉えているのだろう。

Shunji Yamanaka has consistently broken new ground through prototyping that blends cutting-edge science with an aesthetic sensibility. While creating products that offer a glimpse into the near future, he has also delved deeply into future manufacturing methods, such as 3D printing and biotechnology. As a design engineer who has collaborated with a wide range of industries and an educator who has nurtured many outstanding designers, how does he perceive the changes that lie ahead?

文／林 信行
Text by Nobi Hayashi



デザインは、テクノロジーや、ものづくり、環境、そうしたさまざまな知恵を統合して領域の壁を壊す活動だと思っています。

そう考えるようになったのはクルマのデザインという20世紀型スタイリングの最前線から仕事を始めたことも関係しているのかもしれません。80〜90年代の日本には世界中のカーデザイナーが集まっていました。僕はカーデザインの仕事を通してスタイリングのスキルなどを培いました。これがその後の人生に大きな影響を与えました。

カーデザインの世界で仕事をする人たちの情熱を見てワクワクし「凄いな」と感じていました。でも、一方で「少し狭いな」とも感じ始めました。デザインをこの領域だけに閉じ込めていていいのか疑問が膨らみ始めました。

2000年代にロボットをデザインしたことは大きな転機でした。周りには「山中さんはどこに行っちゃうんだ」と心配されました(笑)。でも、これは自然な流れでした。クルマのデザインで学んだことが、先端科学の領域であればもっと幅広く生かせるとわかったのです。科学領域のデザインはミクロなものから星までスケールの幅も広ければ、使うマテリアルもさまざまです。

われわれの好奇心をくすぐるさまざまな領域を美意識を核として世界の人々に見せるものとして再構成する ── これが僕にとってのデザインだと思うようになりました。

そうしたかたちで15年以上続けてきた活動の延長線上にあるのがディレクターを務めた21_21 DESIGN SIGHTの企画展「未来のかけら:科学とデザインの実験室」で、科学領域の面白い取り組みを美意識で調理した展覧会になっています。

この展覧会では「身体拡張」、「デジタルのものづくり」、そして「自然の学び直し」という3つのテーマを掲げました。

「身体拡張」と言うと、人間の力を増幅するパワードスーツのような能力の拡張をするものを想像しがちですが、もうひとつ大事な流れとして「個のあり方」の変化があると思います。身体が個体を超え拡張する未来です。ロボティクスにはネットワーク化という側面があります。人間はひじょうに繊細なネットワークを体内に持っているけれど、対外的には表情や言葉でコミュニケーションするしか方法がありません。身体にさまざまなロボティクスのデバイスを埋め込み、それらが接続されることで「身体」の限界を超えることができます。

ふたつ目のテーマ、「デジタルのものづくり」ですが、これまでの「まず設計図を引いて、最適な製造方法を探す」という流れが変わりつつあるのを感じています。生成AIのプロンプトもそのひとつですが、どうあるべきかのビジョンを形にするさまざまな技術が登場し始めています。

また、今日のわれわれのデザインはまだ「量産」に縛られています。デザイナーが形を決めて、それを量産するというやり方です。でも、この量産に縛られないデザインが急速に広まっています。

デザイナーはもう少しメタな部分を決め、製品が実際に社会に出ていくときの形は状況に応じて変化させる。形はそれぞれ異なるけれど製品群に込められた価値観や美意識はデザイナーが決めている。そんなデザインです。ものづくりの核心がデザイン領域のメタ化をもたらしているんじゃないかと思っています。

3つ目の「自然の学び直し」は、最先端のテクノロジーが自然の振る舞いを模倣しながらつくっていくやり方です。トポロジー最適化なんかも根本的にはそういう面があると思います。以前は形の生成だけにとどまっていましたが、最近ではこれが音響などさまざまな分野で使われ始めています。

もっとも今挙げた3つのキーワードは、自分がこれまで15年間やってきたことであって、「この先10年のキーワード」は違うかもしれません。今やっていて、まだ気がついていないことかもしれないと思っています。

3つ以外で今、気になっているキーワードには「生成AI」と「Post Human-Centric(脱人間中心主義)」があります。

生成AI
Generative AI

「生成AI」のブームはパソコン黎明期と似ていると思います。最近面白かったのは、Photoshopなどで写真を拡張、つまり写っていない箇所をAIに描かせる実験をすると、写真ではうまく拡張できるけれど、自分が描いた絵だと全然うまく拡張できません。もちろん、学習データの問題もあると思います。僕の絵をひたすら学習させたら少しは良い結果になるでしょう。でも改めて、今の生成AIは抽象度の高い絵を描くということ、絵で表そうとしているメタ的な部分を理解して生成することはできないのだなとわかりました。

これからこうしたAIで生成されたものが世の中にあふれると思います。でも、私はそれに対して絶望はしていません。スマートフォンの普及でみんなが写真を撮るようになったから、プロの写真家がいかに凄いのかがわかったのと同様に、生成AIが普及することでコアの美意識が明らかになる側面もあると思っています。

東京大学先端科学技術研究センター稲見研究室との共同研究で開発された「自在肢」。人間がロボットやAIと「人機一体」となる世界を模索している。
Jizai Arms were developed in collaboration with Inami Laboratory of the Research Center for Advanced Science and Technology at the University of Tokyo. The aim of the project is to realize "human-machine as one" with robots and AI.
Photo by Harumi Shimizu

脱人間中心主義
Post Human-Centric

「Post Human-Centric」に関しては、単に「Post」でしかなく明快なテーマではありません。ただ、「身体拡張」なども含めて、これまでの多くのテーマが「人間中心」だったことは確かなので、これから常に自分に問いかけていきたいキーワードではあります。

じゃあ、どんなものがこれに当たるのか、ですが、多くの最新最先端テクノロジーが自然の振る舞いを模倣しながら新しいものを生み出しています。先ほどのトポロジー最適化もその一例です。AIを含めたこうした新しい技術から、しばしば、「これの本質は実はこうではないか」というわれわれの想像とは異なる形が提示され始めています。検討してみると、確かに自然界はそうなっていると驚かされるのです。今、こういったコンピュータ技術によって生み出されたものがわれわれにとっての新しい「ワンダーランド」になりつつあります。そこと融合·共存するのもひとつの道だと思っています。

「Post Human-Centric」というと「もう人間はいらないんじゃないか」と捉える人もいます。それはそれで思考実験としては面白いですが、私自身はポジティブに未来を捉えたいと思っています。「未来のかけら展」でも「ここにもダークな未来はあるけれど、それでもポジティブに生きてみよう」と訴えました。

未来を想像したときに簡単に思い浮かぶのがディストピアです。デジタルカメラが出てきたとき、現像が不要になりすぐに写真が手に入ることは容易に想像がつきました。世界中の人々が頻繁に写真を撮ってメモや行動の記録に代替することも想像していました。

でも、今のインスタ映えという現象は想像できませんでした。昔の自分には、どこに行っても写真を撮られている状況が幸福に思えなかったからです。未来予測で難しいのは人々の価値観がどう変わるかは予想できないということなんです。

では、この変化は悪いことなのでしょうか。実際にはこの変化で生まれた商売もあるし、過去にはできなかったのにできるようになったこともたくさんあります。ただ過渡期にいる人たちにはそれがディストピアに見えてしまうのです。

デザイナーというのは常にその時々の価値観のなかで最高のモノを提供しようとする人たち、ディストピアのなかでも新しいハピネスを見出し提供する人たちだと思っていますし、だからデザイナーが常にポジティブなのは自然なことに思えます。



山中が千葉工業大学 未来ロボット技術研究センター(fuRo)と企画した「CanguRo」は、AI時代にふさわしい人とモビリティの関係構築を目指して開発された。
CanguRo project, contrived by Yamanaka with Future Robotics Technology Center (fuRo) at Chiba Institute of Technology, was developed with the aim of building a relationship between people and mobility befitting the AI era.
Photo by Yusuke Nishibe

左上:千葉工業大学 未来ロボット技術研究センター(fuRo)＋山中俊治「Halluc II χ」
Upper left: Future Robotics Research Center (fuRo) at Chiba Institute of Technology + Shunji Yamanaka "Halluc II χ"
Photo by Yusuke Nishibe

右上:山中研究室＋斉藤一哉「Ready to Fly」
Upper right: Yamanaka Laboratory + Kazuya Saito "Ready to Fly"
Photo by Yusuke Nishibe

左下:山中研究室＋新野俊樹＋鉄道弘済会義肢装具サポートセンター他「Rami」
Lower left: Yamanaka Laboratory + Toshiki Niino + Tetsudou Kousaikai Prosthetic Limb Support Center, etc. "Rami"
Photo by Yasushi Kato

右下:山中研究室+SPLINE DESIGN HUB「Clockoid」
Lower right: Yamanaka Laboratory + SPLINE DESIGN HUB "Clockoid"
Photo by Yusuke Nishibe

美意識
Aesthetic Sense

そこで大事な要素のひとつに「美意識」があると思います。自分は美的感覚とは何だろうといつも考えています。根本的な美意識はわれわれの生存本能と結びついていると思います。健全な愛や健康的な食は生きることに直結するので、生存本能に結びついて快感を得るのが美意識なのかと思います。一方で、生きるための知恵としてのみ美意識を語るのは難しい側面もあります。特にそこに文化を背負わせてしまうといろいろと歪んでしまう。例えば香辛料にしても、ある文化では快感だけれど、ある文化では身体に悪いものとみなされてしまう。科学で調理した美意識と、われわれが文化で培ってきた美意識の接点を探るのがデザイナーの仕事だと思っています。その仕事を通して本質的にシンプルな法則を発見し、シンプルさを通して美しいものにたどり着いたときには何ともいえない見通しの良さがあります。











21_21 DESIGN SIGHTで開催中の企画展「未来のかけら：科学とデザインの実験室」で、ひときわ目をひく「Wonder Robot Projection」。山中とfuRoが手がけたインスタレーションで、効果的なビジュアライズによりさまざまなロボットの構造を容易に捉えることができる。
At 21_21 DESIGN SIGHT, the exhibition *Future Elements: Experimental Laboratory for Prototyping in Science and Design*, running until August 12, features a particularly striking installation called Wonder Robot Projection. This installation, created by Shunji Yamanaka and the Future Robotics Technology Center (fuRo) at the Chiba Institute of Technology, effectively visualizes various robot structures, making them easy to understand.
Photo by Sayuki Inoue

I believe that design is an activity that integrates various forms of knowledge, such as technology, craftsmanship, and the environment, to break down the boundaries between different fields.

Perhaps my belief stems from starting my career at the forefront of 20th-century styling, which was car design. During the 80s and 90s, car designers from all over the world gathered in Japan. Through my work in car design, I developed styling skills and other abilities, which significantly impacted my later life.

I was excited and inspired by the passion of those working in the car design world, thinking, "This is amazing." However, I also began to feel that the field was somewhat narrow. I started questioning whether it was right to confine design to just this area.

Designing robots in the 2000s was a major turning point. Some people around me were worried, asking, "Where is Yamanaka going?" (laughs). But this was a natural progression. I realized that the skills I had learned in car design could be applied more broadly in the realm of advanced science. Design in the scientific field ranges from microscopic to astronomical scales and uses a variety of materials.

I began to see design as the process of reconfiguring various fields that pique our curiosity into something that showcases aesthetic sense to people around the world.

The culmination of over 15 years of this kind of activity is the exhibition I directed at 21_21 DESIGN SIGHT, titled *Future Elements: Experimental Laboratory for Prototyping in Science and Design*. This exhibition features intriguing scientific endeavors presented with an aesthetic touch.

In this exhibition, we focused on three themes: "Body Augmentation," "Digital Manufacturing," and "Relearning from Nature."

"Body Augmentation" might bring to mind enhancements like powered suits that amplify human abilities, but I believe there's another important aspect: the transformation of individual existence. The future envisions bodies extending beyond their physical limits. Robotics inherently involves networking. While humans possess intricate internal networks, externally, we are limited to communication through expressions and words. By embedding various robotic devices into the body and connecting them, we can transcend the physical body's limitations.

The second theme is "Digital Manufacturing." I feel that the conventional practice of drawing a blueprint and searching for the optimal manufacturing method is changing. We're witnessing the emergence of various technologies that translate visions into reality, such as generative AI prompts.

Today's design is still bound by "mass production"—designers finalize a form, which is then mass-produced. However, there's a rapid shift towards designs that are not confined by mass production.

Designers now determine more meta aspects, allowing the product's form to adapt based on circumstances when it enters society. While each product's shape may differ, the values and aesthetic sense embedded within the product group are defined by the designer. I believe that the core of manufacturing is bringing about a metatization of the design field.

The third theme, "Relearning from Nature," involves using cutting-edge technology to mimic natural behaviors. Topology optimization fundamentally incorporates this approach. Initially, it was limited to shape generation, but it has recently begun to be applied in various fields, including acoustics.

The three keywords I mentioned are things I have focused on over the past 15 years, but the "keywords for the next ten years" might be different. It could be something I'm currently working on but haven't yet realized.

Aside from those three, the keywords I'm interested in now are "Generative AI" and "Post Human-Centric."

Generative AI

I believe the recent boom in generative AI is similar to the dawn of personal computers. Recently, I found it intriguing that when you use Photoshop to expand a photo—having AI fill in the parts that aren't there—the results are quite successful with photos but not at all with my drawings. Of course, this might be a problem with the training data. If the AI were to learn extensively from my drawings, the results might improve somewhat. However, I've realized that current generative AI cannot grasp and generate the abstract, meta aspects I try to express in my drawings.

I think that the world will soon be flooded with AI-generated content, but I'm not despairing over this. Just as the widespread use of smartphones made everyone a photog-

rapher, revealing the extraordinary skill of professional photographers, the proliferation of generative AI will also highlight core aesthetic sensibilities.

Post Human-Centric

As for "Post Human-Centric," it's not a clear-cut theme but merely "Post." It's a keyword I want to keep questioning because many past themes, including "Body Augmentation," have been human-centric.

So, what fits this idea? Many cutting-edge technologies mimic natural behaviors to create new things. Topology optimization is one such example. From these new technologies, including AI, we often see results that challenge our preconceptions, showing us forms that differ from what we imagined. When examined, it's astonishing how closely these forms resemble natural phenomena. These computer-generated creations are becoming our new "wonderland," and I believe that merging and coexisting with them is one possible path.

Some might interpret "Post Human-Centric" as implying that humans are no longer necessary. While this is an interesting thought experiment, I prefer viewing the future positively. In the "Future Elements" exhibition, we conveyed the message, "Even though there are dark futures, let's try to live positively."

When we imagine the future, a dystopia often comes to mind. When digital cameras emerged, it was easy to envision that developing film would become unnecessary and that we could get photos instantly. It was also predictable that people worldwide would frequently take photos to replace notes and record their actions.

However, I couldn't have imagined the current phenomenon of Instagrammable moments. Back then, I couldn't see the joy in being photographed everywhere. The difficulty in predicting the future lies in not knowing how people's values will change.

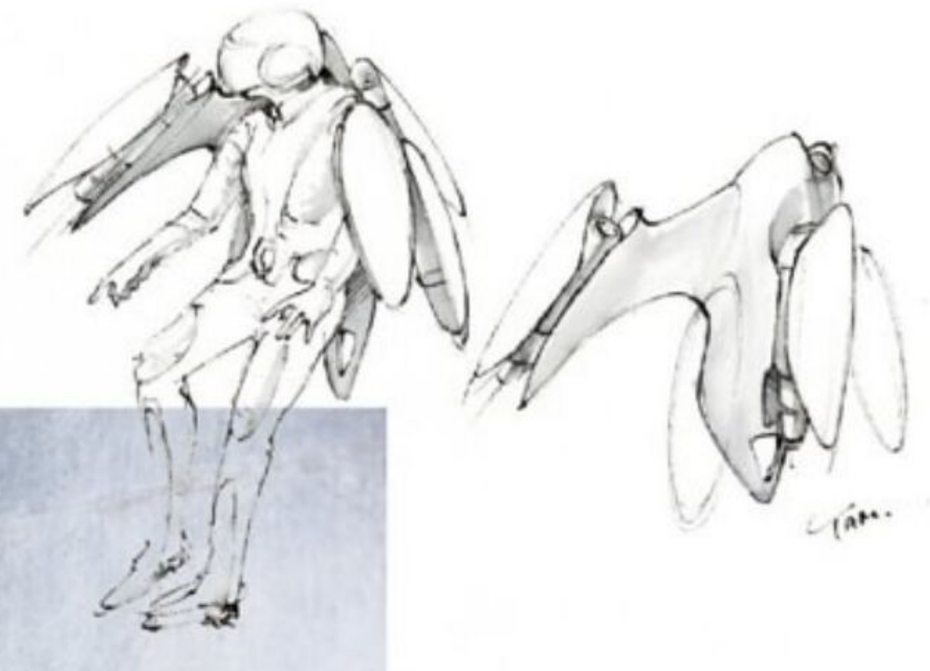
So, is this change a bad thing? In reality, new businesses have emerged from these changes, and many things that were impossible in the past are now achievable. However, for those living through the transition, it might appear dystopian.

Designers always strive to offer the best within the current values, discovering and providing new forms of happiness even in a dystopia. This inherent positivity in designers is natural.

Aesthetic Sense

One crucial element here is "aesthetic sense." I always ponder what aesthetic sense truly is. I believe fundamental aesthetics are tied to our survival instincts. Healthy sexuality and nutritious food are directly linked to living, so the pleasure derived from these might be connected to our survival instincts. On the other hand, it's challenging to discuss aesthetics solely as survival wisdom. When culture is involved, it can become distorted. For example, spices might be pleasurable in one culture but considered harmful in another. I think a designer's job is to explore the intersection between scientifically crafted aesthetics and the aesthetics cultivated by our culture. Through this work, when we discover fundamentally simple principles and achieve beauty through simplicity, there is an indescribable clarity.





山中研究室とJAXAの共同プロジェクト「emblem」の美しいスケッチ。以下はインタビュー内での山中の言葉。「クライアントには『自分はセンスがないから』という人が多い。しかし、それは何が美しいかを知っているということでもある。一方で多くの組織や企業は合理的に進めるために『美意識』を捨てようとしている。『美意識』は自分の欲望にすぎず、そこで意思決定してはいけないと思い込んでいるからだ」。
A beautiful sketch from the joint project "emblem" by the Yamanaka Laboratory and JAXA. Below is a quote from Yamanaka within the interview:
"Many clients say, 'I have no sense of aesthetics.' However, that also means they know what is beautiful. On the other hand, many organizations and companies try to proceed rationally, thus attempting to discard 'aesthetic sense.' They believe 'aesthetic sense' is merely a personal desire and should not be a basis for decision-making, which I think is not true."

山中俊治／1957年生まれ。日産自動車のカーデザイナーを経て、87年に独立。東京大学や慶應義塾大学で教鞭をとりながら、多くの革新的デザインを世に送り続けてきた。2023年から東京大学特別教授。
Born in 1957, Shunji Yamanaka started his career as a car designer at Nissan Motor. In 1987, he became independent and has continued to introduce many innovative designs while teaching at the University of Tokyo and Keio University. In 2023, he was appointed a Project Professor at the University of Tokyo.

Photo by Sayuki Inoue

更多需求打开网址
www.yoowu.net

YOOWU

首页 精品推荐 美学期刊 美学素材 美学资讯



Im home 高端设计与生活方式设计日文杂志2025年合集(已更1刊)



2025年全网最全世界科普杂志合集 Scientific American 科学人| How It works 知识大图解|



Im home 高端设计与生活方式设计日文杂志2025年合集(已更1刊)

















































NATIONAL GEOGRAPHIC FRANCE HORS-SÉRIE DÉCEMBRE 2024 - JANVIER 2025 100 PHOTOS INOUBLIABLES DU XXIe SIÈCLE

BE : 7,9 € - CH : 13 CHF - CA : 12,99 CAD - LU : 8,9 € - DOM Bateau : 7,9 € - ZONE CFP Bateau : 1000 XPF

手机淘宝扫一扫

taobao店:有物集盒

BEST OF THE WORLD

2025

扫描二维码，添加获取更多资源

体現としてのデザイン
Design as embodiment

深澤直人｜Naoto Fukasawa

Without Thought、アフォーダンス、スーパーノーマル、ふつう……。1990年代からデザイン界を牽引する深澤直人は、自らのデザイン理論を独自の言葉で表現することで、よりいっそうその考えを浸透させてきた感がある。THE DESIGN SCIENCE FOUNDATIONを立ち上げ、さらに考えを深めるその先に見据えるものとは。

Without Thought, Affordance, Super Normal, Ordinary... Since the 1990s, Naoto Fukasawa has been a leader of the design world. The depth and reach of his influence have, in part, come from his ability to put his own theoretical ideas into words. With the establishment of the DESIGN SCIENCE FOUNDATION, Fukasawa talks about the evolution of his thinking and what lies ahead.

文／山田泰巨
Text by Yoshinao Yamada



クリエイティブとインテリジェンス
Creativity and intelligence

現代の生活においてスマートフォンやインターネットを手放すことは難しい。このように情報ツールが高度に発展した今、人と人のコミュニケーションは私たちのコントロールを超えて、極度に肥大化しているのではないかと深澤直人は問いかける。人々が言語化のプロセスや論理的な思考を手放し、個人という感覚までがコミュニケーションのなかに取り込まれているのではないかと危惧する。その深澤が今興味を持つのは、クリエイティビティとインテリジェンスの関係だ。クリエイティビティ、つまり創造力を持つクリエイターを代表する深澤は、インテリジェント、つまり情報や知見を持つ人々に強い関心を寄せる。その思索はデザインとサイエンスの関係を探る財団法人THE DESIGN SCIENCE FOUNDATIONの立ち上げにつながった。

「創造においてインテリジェンスは欠かせません。何かを生み出す過程で自分の個性に頼りすぎては、創造したものを広く社会に流通させることは難しいからです。人々はアーティストを奔放な存在と考えがちですが、世界の第一線にいる彼らは高いインテリジェンスを有しています。このようにインテリジェンスとクリエイティビティを両立する人々が増えると、世界はもう少し秩序立つのではないかという希望があります。人々はクリエイティビティを感性だと誤解しがちですが、実際に重要なのは心地よさや違和感といった自らの感覚に気づく力なのです」。

デザイナーもまた、インテリジェンスを育てていかねばならないと深澤は言う。インテリジェンスは理論の積み重ねによって発展させていくことができるという深澤の活動を振り返ると、それはまさにクリエイティビティとインテリジェンスの統合を探る研鑽だったのではないか。深澤はデザインの外側にいる有識者との対話を続けてきた。そのうえで、Without Thought、アフォーダンス、スーパーノーマルといった思考を取り込み、自身の活動を発展させている。そこに民藝やサイエンスを加えることもできるだろう。それぞれの知恵と出会うほどに深澤の作家性と作品性は深みを増していく。深澤は、どんなプロフェッショナルも考えを深めるほどに哲学的になっていくと言う。

「自らの目指すものを解き明かそうとするほどに、考えが哲学につながっていくからでしょう。そしてその考えを、すでに何百年、何千年も前に解き明かした人物がいることに行き着きます。先人からは、ものの見方や捉え方を学ぶことができる。『目から鱗が落ちる』という言葉は新約聖書に原典がありますが、疑問に思っていたことも理解するとひじょうに単純なことであることが多い。デザインもまさに同様です。ものが完成すると、こういうことだったのかとなりますが、そこに至るまでが難しい」。

「BUNNA CHAIR」ザナート。ユネスコの無形文化遺産にも指定される木彫技術を持つボスニアの家具ブランドから発表した新作。手彫りで仕上げた表情が魅力的だが、その彫り方を含めたデザインが深澤に求められた。本作はデザインでありつつ工芸でもあると深澤は言う。

"BUNNA CHAIR" ZANAT. A new design for Zanat, a Bosnian furniture brand that uses woodworking techniques designated by UNESCO as Intangible Cultural Heritage. Fukasawa designed the carving pattern that gives the chair its character, as well as its overall form. Fukasawa says that this is a piece of both design and craft.

Photos by Almin Zrno

エンボディメント
Embodiment

そもそもデザインとは「自身の考えに身体を持たせるエンボディメント」だと深澤は言う。エンボディメントとは、抽象的な概念を具体化、体現することを意味する。深澤は2018年にファイドン社より同名タイトルの作品集も刊行した。誤解を恐れずに言えばデザインとは形を与える行為だが、それは考えを身体化、具現化することと言い換えることができる。

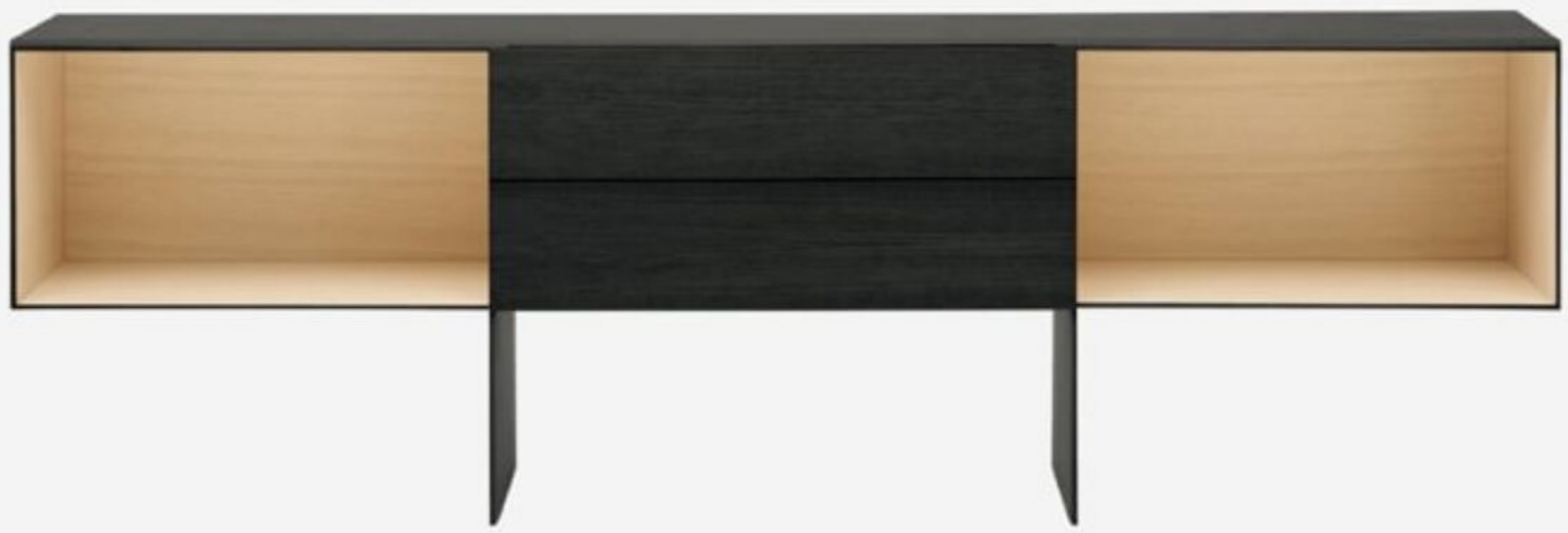
深澤はダイアグラムやスケッチを描く行為は論理つまり思索だが、それを具体化するには体験を伴う必要があると考える。その例として、国立研究開発法人海洋研究開発機構の理事長、大和裕幸さんの話を挙げた。かつて東京湾には無数の渚があり、比較的年長の科学者は失われた環境を取り戻すための研究に向かうが、若い研究者は渚の体験がないから前に進もうと考えることしかできない。体験がなければいいものは生み出せない。環境を体感することなく、そこにある心地や感触を知らない若年者は、つまり身体を持っていないのだと考える。だからこそこれからの人々は、身体を持つために、「体感」という具体の気づきをインテリジェンスとして獲得しなければならない。それは広い知見や知識を持ち、熟考するだけの力を持つことだ。その根源にあるインテリジェンスをどうやって取り戻すか、どう身に付けていくか。それがデザインに限らず、人々が抱えるこれからの課題だ。





「Cinnamon」モルテーニ。イタリアの家具メーカーでも屈指の技術力を持つモルテーニより発表されたアームチェアは、同社の新しい方向性を予感させる丸みを帯びたキャラクタリスティックなフォルムが特徴的。思わず触れたくなるような形状はまさにエンボディメントを意識したもの。
"Cinnamon" Molteni&C. This armchair by Molteni&C, a furniture maker at the forefront of craft in the Italian industry, indicates a new direction for the company with its characteristic rounded form. It is immensely tempting to touch the soft, bulbous chair, a true example of embodiment in practice.

Photos by Masaaki Inoue



「Tetrami」ビー・アンド・ビー イタリア。ミニマルなラインを特徴とする浮遊感ある自立式ストレージ。縦方向の仕切り板がそのまま脚部に伸び、極薄の木製パネルが全体を支える。メーカーの技術力を生かしたデザインは彼らとの関係性から生まれる。
"Tetrami" B&B Italia. A light, standalone storage unit with a minimal impression. The vertical partitions extend down to become legs, and extremely thin wooden panels support the overall frame. The design makes use of the manufacturer's technological capability, which is made possible thanks to the relationship between designer and manufacturer.

頭のいい、いい人間。美しい考え方

Smart, good people. Beautiful thinking.

「インテリジェンスと感情はつながらないと考えられがちですが、僕は今大学で『頭のいい、いい人間になりましょう。美しい考え方をしましょう』と伝えています。美しいものをつくるんじゃなくて、美しい考え方をすること。この言葉はインテリジェントの人々に強く響きます。周りへ配慮しながら、どのように考えを展開していくか、そのなかで自分の立場を崩さずに接点をつくっていくのが僕の人間としての目標だけど、デザイナーは美しい考え方をすれば美しいものができると思う。この言葉を陳腐だと鼻で笑うようでは未来がない」。

クリエイティビティとインテリジェンス、エンボディメント、美しい考え方をする、頭のいい、いい人間。これらすべてが絡まり合うことでデザインは生まれる。しかし渚を知らずとも人工的に素晴らしいデザインを生み出すことができる人たちもいると、深澤は言う。

「それができる国がイタリアです。彼らにとって美しい考えをすることは至極当然のこと。その喜びは合理的な経済性に則るものではありません。僕はものをつくることに興味があり、それを続けてきました。だからこそつくることに慎重でなくてはならないとも考えています。人が集まって話し合うことでいい答えが導かれると言われるけれど、自分で感じることに向き合う孤独も必要です。私たちは今、フィジカルでもバーチャルでも集まって過ごす時間が相当に長い。けれど人それぞれが生きるフィールドは違います。自分と向き合いながら対処することがますます重要になっている。自分にしか見えていないものを自分でよく知ることを忘れてはいけない」。

最後に、デザイナーに求められる根源的な要素は安定性だと語った。

「僕らデザイナーに求められるのは、ばらつきがないことだと思います。ただ企業やブランドが求めることに応えるのではなく、人間のために良しとされるか否かを問い続けねばならない。人々が感じる違和感を放置せずにデザインを形づくることが大切ですが、時にデザイナー自身が違和感をつくる恐れもあります。利便性だけを追求した結果、長い時間をかけて営まれた生活様式を破壊することもあります。それが美しいことではないと気づく視点が必要です。猿も木から落ちるという言葉があるように、動物の行動は失敗がないからことわざになります。けれど人間も動物でありながら、他の動物と違って考えに矛盾があり、行動にも明らかな失敗がある。人間はこれまで道具をつくってきた。暖を取るための焚き火がやがて暖炉になり、今度はその火に美しさを見出すようになりました。環境に美しさを見出せることが人間の利点であるのに対し、私たちは今も美しさを感じ取れているでしょうか」。

深澤のデザインは円熟味を増しながら、ますます自在なフォルムを獲得している。美しい考えを持つ知的な人間であること。デザインを超えた道徳的観念がその活動の信念を支え、未来を切り拓いてきたのだ。

Creativity and intelligence

In our current era, it is impossible to live without a smartphone or the internet. With the advancement of information tools, Fukasawa posits that interpersonal communication is now beyond our control and swelling to a critical point. He fears that we are letting go of the logic of putting thoughts into words, and that the sense of the individual is becoming too embedded in how we communicate. Within this epoch, Fukasawa's interest is in the relationship between creativity and intelligence. His own specialty being in the creative, he feels a strong respect for those who work in the realm of knowledge and information. This interest led to the establishment of THE DESIGN SCIENCE FOUNDATION, an organization dedicated to exploring the relationship between design and science.

"Intelligence is a requirement for creativity. In the process of making something, relying too heavily on one's unique sensibility makes it difficult to create something that will be widely circulated in society. We often think of artists as free-spirited and reckless, but they are at the forefront of the world and have high intelligence. If we have more people who have this balance of creativity and intelligence, I am hopeful that our world can have more order. Creativity is often misunderstood as pure sensibility, but what is really important is the ability to notice one's own sense of comfort or discomfort."

Fukasawa says that designers also need to hone their intelligence. His own career is a study in the union of creativity and intelligence, as well as a testament to his proposition that intelligence is developed through theory. Fukasawa has continually sought dialogue with scholars outside the design field, thereby developing and incorporating ideas like Without Thought, Affordance, and Super Normal into his practice. The list might also include mingei (folk art) and science. In Fukasawa's work, every encounter with a new idea brings new depth to the designer and his designs. Fukasawa says that a professional in any field will become more philosophical with thought.

"When we try to figure out our own goals, our thoughts naturally become philosophical. We discover that certain thought problems have already been solved by somebody hundreds or thousands of years ago. Those people can teach us about how to perceive and interpret things. 'The scales fall from one's eyes,' a figure of speech meaning 'to suddenly gain clarity' originates from the Old Testament. It is often the case that the scales fall quickly, and the problem at hand is much simpler with sufficient understanding. Design is the same way. Once something is done, everything becomes so clear. Getting to that point is the difficult part.

Embodiment

Fukasawa goes on to explain that design is fundamentally "an act of embodiment, giving form to one's own thoughts." Embodiment is the act of a concept taking on a physical form. It is also the title of a collection of Fukasawa's work, published by Phaidon Press in 2018. In the most direct terms, design is

an act of form-giving, but we could also say that it is an act of giving physicality and concreteness to ideas.

Fukasawa views diagrams and sketches as a process of logical speculation, but he says that to bring these into physical form necessitates experience. As an example, Fukasawa shared something he learned from Hiroyuki Yamato, President of the Japan Agency for Marine-Earth Science and Technology. Tokyo Bay used to have several beaches along its shoreline. While relatively senior scientists are trying to find ways to recover the lost environment, younger researchers can only think about moving forward because they do not have the experience of enjoying these beaches. In other words, without experience, good things cannot be created. Without a physical experience of that environment, I think it is as if those young people are "without a physical body." In order for the next generation of people to gain a physical body, it will become important to develop the intelligence of bodily sensation. To have this kind of intelligence is to have the power of expansive knowledge and deep contemplation. Fostering this type of intelligence will be a challenge not only for designers but also for all people in our current era.

Smart, good people. Beautiful thinking.

"We tend to think that intelligence is separate from feeling, but what I am teaching at university nowadays is 'to become a smart, good person with a beautiful way of thinking.' Not making beautiful things but having beautiful thinking. These words really mean something to intelligent people. As a person, I strive to develop my ideas while considering those around me and connecting with others with an awareness of my own standing. As a designer, I think that beautiful thinking will lead to beautiful design. Shrugging off such an idea as corny will not help us move toward the future."

Creativity and intelligence, embodiment, beautiful thinking, smart and good people. These things come together to create design. There are, Fukasawa assures, people who are capable of artificially producing good design without knowing the beaches of Tokyo Bay.

"Italy is very good at this. For Italians, beautiful thinking is second nature. That joy is not something to be measured by efficiency or economics. I have been in my line of work out of an interest in making things. Naturally, my thinking is that making things has to be done carefully. They say that talking about something with others will lead to an answer, but time to think in solitude is also important. Today, we spend an immense amount of time 'gathering,' whether it be physically or online. However, we all live in very different fields, making it all the more important to face oneself. We must not forget to really get to know those things that only our own selves can know."



深澤直人／デザイナー。1956年山梨県生まれ。NAOTO FUKASAWA DESIGN主宰。今年のミラノではアレッシィ、ビー・アンド・ビー イタリアをはじめ、8社より新作を発表。マルニ木工からは「HIROSHIMA」のオープンシェルフが登場した。2022年設立の一般財団法人THE DESIGN SCIENCE FOUNDATIONによる『DESIGN SCIENCE』の2号が今夏「平和」をテーマに刊行予定。
Naoto Fukasawa is a designer. Born in 1956 in Yamanashi prefecture. Principal of NAOTO FUKASAWA DESIGN. Presented new work with eight companies at this year's Milano Salone, including Alessi and B&B Italia. From Maruni Wood Industry, the "HIROSHIMA" open shelf was released. The 2nd issue of DESIGN SCIENCE, published through THE DESIGN SCIENCE FOUNDATION, established in 2022, will be released this summer with the theme "peace."

Photo by Kohei Yamamoto

「Omoi」ビー・アンド・ビー イタリア。今年のミラノ国際家具見本市で発表された新作アームチェア。ミッドセンチュリー期の北欧デザインを参照したウイングバックチェアで、一体型のアームレストをはじめ、よりオーガニックで柔らかな曲線を描く。
"Omoi" B&B Italia. An armchair exhibited at this year's Salone de Mobile Milano. A wingback chair inspired by Scandinavian mid-century designs, the design features organically protruding armrests and an overall design with soft curves.

Photo by Gionata Xerra

Fukasawa concluded by saying that the fundamental quality a designer needs is stability. "I think that what is asked of designers is consistency. It is important to not only answer to the needs of a company or brand but to constantly ask what is good or not for humans. Design should directly address human discomforts, but it is also possible for design to cause these discomforts. Optimizing for convenience can disrupt lifestyles that have been developed and practiced over a long time. We need a perspective that can realize it is not a beautiful thing. There is a Japanese idiom that goes "Even monkeys fall from trees" (meaning that even experts make mistakes), but this can be a saying because they do not actually fail. Unlike other animals, humans can have contradictions in their thoughts and failures in their actions. Humans have long used tools. We burned fires for warmth and turned them into fireplaces. We came to find beauty in the fire. Our advantage as humans is that we can find beauty in the environment. Do we still have this ability?

Fukasawa's designs are not only gaining richness but also taking on freer forms. To be an intellectual human with beautiful thoughts. Fukasawa's moral values, beyond just design, are the force behind the designer's work as he launches into the future.



孤独な独創か他分野とのコラボレーションか。デザイン教育の未来に必要なものは

Isolated originality or cross-disciplinary collaboration? What design education of the future needs

ジュリア・カセム｜Julia Cassim

インクルーシブデザインの世界的権威として、日英両国でデザイン教育に携わってきたジュリア・カセム。一貫して説き続けているのは、開発に多様な意見を取り入れるデザインプロセスのあり方だ。実践的な学びを提唱するとともに、さまざまな取り組みを続けてきた氏に、デザイン教育の未来について語ってもらった。

Julia Cassim is an internationally-known authority on inclusive design, who has been active in design education in both the UK and Japan. She has long called for a design process that adopts many diverse views in its development. Cassim was invited to discuss the future of design education, speaking from her experience and engagement in a broad range of initiatives, while advocating hands-on learning.

文／安藤智郎　　Text by Tomoro Ando



コラボレーションとコ・クリエイション
Collaboration and Co-Creation

KYOTO Design Labで以前、学生たちを対象に次のような3日間のワークショップを行ったことがあります。

タイトルは「発明家、ハッカー、職人 ～デザイナーの為の高速プロトタイプ制作法に基づくアプローチ」というもので、学生たちには、廃品や端材、壊れた機械などから取り外した部品を組み合わせて、「鉛筆けずり」を制作してもらいました。

何日もかけてじっくり制作させるのではなく、ありあわせのものから即興的に、あくまでプロトタイプとして数時間あまりで制作させることが狙いでした。講師には、ロイヤル・カレッジ・オブ・アート（RCA）を卒業したオランダのArtEZプロダクトデザイン学部長のフランク・コークマン氏を招き、アイデアをブラッシュアップし続けることの重要性を実践的に学べる場としました。

どうしてそのようなワークショップを行ったか。それは、素早く考えて手を動かすこと、プロトタイピングの過程のなかで何度も失敗を経験しながらアイデアを発展させていくことは、デザイナーが身に付けるべきスキルとしてひじょうに重要だと考えるからです。

「つくること」を通して問題を解決するというアプローチは、デザイン教育のなかで最も大切なことのひとつだと私は感じます。自分が学生だった頃を美化するわけではありませんが、今の学生たちには「経験をする前に経験の結果を知りたがる」傾向があるように思います。また、「デザイン」という行為をPCのなかで完結させがちです。その結果、アウトプットするものに完璧であることを求めがちだと感じます。

ファッション業界を除き、スターデザイナーの時代は終わったと私は思います。孤立的な独創性よりも、多くの人とのコラボレーション、特に他分野の人との共創によるデザインプロセスがこれからは求められるようになっていくでしょう。そのために、即興的なプロトタイピングにさまざまな意見を持つ人が関わり、「つくる」というプロセスそのものを通じて課題解決を目指すようなデザインのあり方が重要なのです。

京都工芸繊維大学内の「KYOTO Design Lab」で行われたワークショップ「発明家、ハッカー、職人～デザイナーの為の高速プロトタイプ制作法に基づくアプローチ」の様子。カセムは「本来、プロトタイピングとはデザインの最初期段階にあるべき作業だが、PC上でデザインを完結させたがる今の学生たちのなかには、最終段階にあると認識している人も多い」と語る。

Workshop "THE INVENTOR, THE HACKER & THE CRAFTSMAN—a methods-based approach to rapid prototyping for designers" held at the KYOTO Design Lab in Kyoto Institute of Technology. "Prototyping should be in the early stage of design process," says Cassim, "but many students today, who prefer to complete their designs on a computer, think it comes in the final stage."









未来の自分たちのためのデザイン
Design for Our Future Selves

一方、コラボレーションや共創の上位の概念には、その方向性を決定づける戦略的なクリエイティブ·ディレクションの力が必要です。戦略がサステナブルであることはもはや当然ですが、私はもう少し具体的に、「モジュラー」「リパーパシング」という言葉も挙げたいと思います。

ここで言うモジュラーやリパーパシングとは、幹となる部分を共通させながら、枝葉となる部分や要素を使用目的·用途によって付け替えるようなあり方です。クルマをはじめとするモビリティなどで一部採り入れられている考え方ですが、今後はプロダクトや建築、さらにはサービスデザインの分野などでも重要度を増していくでしょう。

日本とイギリスでは建築における前提条件や考え方が異なるため単純な比較はできませんが、例えばロンドンでは、古い建築物の構造や外観をそのまま残しつつ内部に全く新たな用途を持たせるといったことが当たり前のように行われています。

一方日本のインフラは、私が初めて来日した1970年代と比べて劇的に改善されましたが、老朽化し始めた公共施設などを当初の目的とは異なる用途で用いようとしても、さまざまな理由からひじょうに困難であることが多々あります。特定の用途だけにハードをデザインするのではなく、幹はそのままにして、枝葉には可変性や柔軟性を持たせられるようにすること。このことは、ハードだけではなくソフトにも言えます。

例えば図書館を、本を借りる場所、読む場所とだけ捉えるのではなく、地域におけるコミュニティスペースと定義すれば、高齢者と若者がコミュニケーションできるイベントを行うなど、地域コミュニティをベースにしたさまざまな活用方法が浮かぶはずです。

なぜこうしたモジュラーやリパーパシングが重要になるのか。それは、先進国では社会の少子高齢化によって、既存のインフラを維持することがもはや不可能になっていくと思われるからです。

1999年から、RCAのヘレン·ハムリン·センターのグループとして「Design for Our Future Selves(未来の自分たちのためのデザイン)」というコンセプトを提唱してきました。建築、あるいはプロダクト、サービスデザインにおいても、デザイナーは高齢化、あるいは障害者という言葉に萎縮しがちです。その結果、障害のある人などを念頭に置いたデザインは、機能性を追求したものになりがちで、美しさがありません。

そうではなく、シンプルに「未来の自分たちが使いやすいもの」を想像すればいい。美と機能性のバランスが取れたデザインは、すなわち、高齢者あるいは障害のある人たちを排除しないデザインでもあるはずです。

デジタルを前提としないプロセス
A Process Not Based on Digital Technology



現代において、プロダクトデザインはその「独立性」をほとんど失いました。プロダクト単体として存在できるデザインはごくわずかで、多くがデジタル領域と連携しています。その結果、何が起きたかというと、プロダクトのインターフェースを通してユーザーに伝えられる要素が少なくなりました。

例えばスマートフォンはその最たるものでしょう。クラシカルな電話であれば、受話器を取って耳に当て、ダイヤルを回し、通話が終われば本体に置くという動作を、誰もが何の説明もなしにインターフェースそのものから理解できます。スマートフォンは、視覚や指先が不自由な人への対応がなされつつあるとはいえ、インターフェース自体が伝えられることは限られています。

AIなどのデジタルサービスが問題を解決するのではないか── という指摘は、正しくもあり間違いでもあります。なぜなら、イギリスでは現在でもデジタルに接続できない、あるいはデジタルリテラシーを持たない人が約1,000万人に上るという調査結果があり、デジタルリテラシーを前提にしたプロダクトやサービスデザインは、一定の人々を排除したデザインだと言えるからです。

だからアナログに回帰すべきと言いたいのではありません。あらゆる場面をデジタル化していくのであれば、そのプロダクトやサービスのデザインは、本質的な意味での多様性── デジタルに接続できない人、文字が読めない人、身体に不自由がある人など── を前提にし、彼らを開発プロセスにも取り込むようなものであるべきだということです。インクルーシブデザインとは、単に誰もが使いやすいものをデザインするということではありません。開発に多様な意見を取り入れるデザインプロセスのことなのです。

ロンドン芸術大学(UAL)におけるデザイン教育、ひいてはヨーロッパのデザイン業界を見ると、この10年で最も大きな領域を占めるようになったのは、コミュニケーションデザインとサービスデザインだと思います。それらをコラボレーションやコ·クリエイションによって生み出そうとしているなかで、数人の教授を中心としたゼミ制度が基本となっている日本のデザイン教育は、かなり遅れを取っているように感じます。

また、総じて日本の学生たちは「職人的」な面に長けている一方で、コンセプトそのものを考えることが苦手です。UALなどの学生たちを見ているとその逆で、コンセプトづくりには長けているけれども技術的な追求が甘い。どちらが良いという話ではなく、そのいずれにも長けたデザイナーを生み出すような教育のあり方を考えていくべきだということです。そのためにも、他分野とのコラボレーションによる共創の重要性はこれからも増していくと私は考えています。

18世紀の新古典主義建築としてロンドンの観光名所にもなっている「サマセット・ハウス」は、地下部分を政府が個人情報の保管庫などとして使用していたが、現在は協同組合が運営するコワーキング・スペース。
Somerset House, an 18th-century neo-classical building that has become a tourist hotspot in London, once had its basement utilized by the government for storage of personal information and other purposes. Today, it has transformed into "Makerversity", a collaborative coworking space operated by a cooperative association.

Collaboration and Co-Creation

The following 3-day workshop targeting students was held at KYOTO Design Lab between 2017–2019. Entitled "THE INVENTOR, THE HACKER & THE CRAFTSMAN—a methods-based approach to rapid prototyping for designers." Students were challenged to make a pencil sharpener by "hacking" parts from discarded materials, offcuts, and broken machines which they had taken apart.

Additionally, by not allowing several days to develop ideas carefully, they had only a few hours to create rough prototypes while improvising with what was to hand. Designer Frank Kolkman, now Head of Product Design at ArtEZ in the Netherlands and an RCA(Royal College of Art) graduate, was invited to lead the workshop, which provided an opportunity to practically experience the value of continuously reiterating one's ideas.

Why did we organize this kind of workshop? Because we believe that thinking and acting quickly in succession and developing ideas while experiencing failure throughout the prototyping process are vital skills designers should master.

I believe that approaching problem-solving through "making" is perhaps one of the most important lessons in design education. While I do not mean to glorify the past when I was a student, I do feel that students today tend to want to know the result of an experience before experiencing it. They are also prone to realizing the act of "design" on a computer screen alone, which results in a tendency to expect flawless outcomes.

Apart from the fashion industry, the age of the star designer has passed. Instead of isolated originality, the design process will increasingly demand collaboration with a wide variety of people, co-creating with those from different fields in particular. This is why it is crucial to include people with diverse views during ideation, improvisational prototyping and design with the goal of solving problems through the process of "making" in itself.

Design for Our Future Selves

When considering collaboration and co-creation on a larger scale, the power of strategic creative guidance to define the direction of the design is crucial. It is already a given that the strategy should be sustainable, but I want to get a little more specific by pointing to the words "modular" and "repurposing."

By "modular," I am referring to the concept of a shared core "stem" which enables the ability to change the components forming the leaves and branches, depending on the purpose and intended use. This idea has already been partially applied, for example, in car and mobility fields. But it will play an increasingly significant part in product, architectural design and even communication and service design domains.

One cannot simply compare Japan and the UK due to differences in architectural contexts and perspectives. It is quite normal in places like London to reserve the structure and exterior of old buildings as is while assigning entirely new functions to the interior.

In contrast, Japan's built infrastructure has vastly improved compared to when I first arrived here in the 1970s. For multiple reasons, it is often highly challenging to repurpose deteriorating public facilities in ways other than how they were originally intended to be used. Rather than de-





signing hardware with only a single use in mind, leave the stem as is and allow the branches and leaves to be variable and flexible, not only for hardware but for software as well.

For example, let's define a library as a neighborhood community space instead of a location to simply borrow or read books. By doing so, many different ways to use the library that benefits the local community come to mind, like hosting events that give the young and elderly an opportunity to communicate and share skills.

Why are the terms "modular" and "repurpose" so important? With many developed countries facing declining birthrates and aging populations, maintaining existing infrastructure in the future is not considered feasible.

Since 1999, RCA's Helen Hamlyn Centre for Design (HHCD) has been advocating for the concept "Design for Our Future Selves." In architecture, product, communication and service design, designers tend to balk at the mere mention of older people or those with disabilities since, designs with them in mind often prioritize functionality over aesthetics.

Why not simply visualize "something that our future selves can use easily" instead? A design that finds a balance between beauty and functionality should also be a design that does not overlook older people or those with disabilities.

A Process Not Based on Digital Technology

Nowadays, products have almost completely lost their "independence." Only a handful of designs can survive as standalone products, with so many connected to the digital world. It has resulted in a decrease in the implicit factors conveyed to the user through the product interface.

Smartphones are probably the most extreme example. With landline telephones, with no instruction, anyone knows how to pick up, hold the receiver to the ear, turn the dial, and return it to the main device after the call, all from the interface itself. Although steps are being taken towards smartphones that can also be utilized by people with visual and touch limitations, there is only so much the interface itself can communicate.

カセムの説く、イギリスにおける「リパーパシング」の例。ロンドン市内などで老朽化した電話ボックスをフードバンクやAEDの設置場所、小さな移動図書館など、ローカルな地域社会における「コミュニティー・トレジャー」に変換しようとする試みだ。
An example of "repurposing" in UK, as explained by Cassim. It is an attempt to convert antiquated phone booths in London and elsewhere into "community treasures" of local societies, such as food banks, houses for defibrillators, and mobile libraries.
©BT



ジュリア・カセム／奈良女子大学機構アドバイザー。ロンドン芸術大学（UAL）、九州大学、秋田公立美術大学客員教授。ジャパンタイムズのアートコラムニスト、ロイヤル・カレッジ・オブ・アート（RCA）ヘレン・ハムリン・センターを経て、2014年から19年まで京都工芸繊維大学特任教授を務め、同大学内にある最先端のテクノロジーを駆使した学びと研究を実践する「KYOTO Design Lab」の立ち上げに携わった。
Julia Cassim, Advisor, Nara Women's University, Visiting Professor UAL, Kyushu University, Akita University of Arts. After working for The Japan Times as an art columnist and at the Helen Hamlyn Centre for Design at the Royal College of Art (RCA), she was invited to the Kyoto Institute of Technology as a specially appointed professor from 2014 to March 2019, in charge of establishing the design programme for KYOTO Design Lab, a facility that puts cross-disciplinary learning and research into practice utilizing leading technologies.
©Tian Khee Siong

Suggesting that 'AI and other digital services will be able to solve the problem' is correct but also mistaken. Studies have indicated that in UK today, around 10 million people do not have digital connections or are digitally illiterate, which means that any product or service design that works on the premise of digital literacy can be said to exclude certain people.

I am not proposing that we go back to analog. If all aspects of a product or service are set to be digitalized, the design must be based on diversity in its truest sense—including people with no digital connection, who cannot read, who have physical disabilities, etc.—and should involve them in the development process, too. Inclusive design does not mean merely designing things that anyone can easily use. It is a design process that integrates many diverse opinions during development.

When observing UAL(University of the Arts London)'s design education and, by implication, Europe's design industry, I would say that communication design and service design have become the biggest design disciplines in the past decade. While attempting to develop these through collaboration and co-creation, I feel that design education in Japan, which largely follows a seminar system organized around individual professors, is lagging behind considerably.

Furthermore, Japanese students overall are quite adept at the "craftsmanship" side, but struggle to create concepts themselves. In contrast, students at schools like UAL are good at coming up with concepts, but their technical development is often lacking. It is not a question of which is better, but of how we build an education system that generates designers who excel in both areas. Keeping this in mind, I believe that the need and importance of cross-disciplinary co-creation will only continue to increase in the future.



わからない世界で発生するデザイン
Design in an Incomprehensible World

吉泉 聡 | Satoshi Yoshiizumi

吉泉が代表を務めるTAKT PROJECTは、東京のスタジオとは別に仙台にサテライトラボを設けている。彼自身はこのラボを「問いを発生させる場所」と位置づけ、週に1度の頻度で訪れているという。完成から約3年が経った今年5月、新緑の季節が美しい仙台で初のオープンラボが開催された。実験的な研究プロジェクトも数多く手がける彼は、デザインの現状や未来にどのような視点を投げかけるのか。

TAKT PROJECT, the design practice led by Yoshiizumi, has a satellite lab in Sendai, separate from its main Tokyo studio. Yoshiizumi describes the lab, which he visits once a week, as "a place for generating questions." This May, about three years after its completion, the first "open lab" was held, in time for Sendai's lush green season. As a designer working on several experimental research projects, we asked Yoshizumi about his perspective on the present and future of design.

文／徳山弘基
Text by Hiroki Tokuyama



わからなさのポテンシャル
The potential of the incomprehensible

これはAXISの連載「東北考」（2022年6月号〜24年3月号掲載）の第3回のタイトルにもなったキーワードですが、大切にしたいテーマです。人工物であふれた私たちの生活環境はわかりやすいものにあふれていますが、実はそれがどう動いているかはわからないことがしばしばあります。そして、その外側の自然はさらにわからないことだらけです。しかし、そのわからなさに向き合うことにこそ、人間らしい想像力が発揮されるのではないでしょうか？ わからないというのは、そういった可能性を開くチャンスだとも言えるわけですが、どうやらデザインはその機会を奪っているように思うのです。

デザインとは相手にわかりやすく伝えることだとよく言われますし、実際にそういう側面はあります。しかし、デザインされた何かに触れる側に、その人なりの想像や意味が発生すること、そういった機会を増やしていくことをデザインという行為の目的にするべきではないか。もちろん意味がないことやわからないことなら何でもいいと投げ捨てているわけではありません。相手側に意味を発生させることができる「わからなさ」を媒介すること、それがデザインの新しいクオリティになると思います。

そういった意味では、「わかりやすいデザイン」が多すぎると思います。それはつまり、つくり手側が決めたひとつの意味を持った「一義的なデザイン」です。一義のデザインを超えて、そこから複数の意味が生まれていく「多義的なデザイン」が重要ではないでしょうか。

左：TOHOKU Labの目の前を流れる一級河川「広瀬川」。オープンラボ当日は、この川の流れを引き込むようなコラボレーションワークが展示された。
Left: Hirose River, the Class A River that runs just below the TOHOKU Lab. On the day of the Open Lab, the exhibition of collaborative work pulled the flow of the river into the space.

下：仙台市に工房を構えるガラス作家、村山耕二とのトークセッションの様子。人と素材の「対話的ものづくり」が、氏の確かな経験に裏づけられたリアルな言葉とともに語られた。
Bottom: A talk session with Sendai-based glass artist Koji Murayama. The artist discussed the process of "making based on dialogue" between humans and materials, backed by his own experiences and in his own words.

Photos by Yukimi Kushige





ラボに展示された村山とのコラボレーションワーク。広瀬川の川砂を溶かすことで生まれたガラス作品は、この大地特有の色合いと輝きを放つ。
The collaborative work with Murayama exhibited in the Lab. The glass, made from sand collected from the Hirose River, has a color and shine that is unique to the land.

Photo by Yukimi Kushige

中動態のデザイン
Design as middle voice

そして「Material, or 」展のときに考えていたことにつながっていきます。人間がつくりたいものをすべて決めて素材になってもらうというのではなく、素材と人間、この両者があることで別の何かが生まれてくるという感覚を大切にしたい。これはモダンデザインにはなかった考え方だと思います。例えば哲学者の國分功一郎さんが『中動態の世界』という本を書かれているんですけど、この感覚がまさに「中動態」ではないかと思います。能動でもなく受動でもなく、その真ん中にある中動。デザインをするほうとされるほうという関係性に閉じない世界を目指していけたらいいと思います。自然を人間が手を加えて制御するものと考えるのではなく、自然と対話し、そのうえで何かをつくることです。

今回このオープンラボではガラス作家の村山耕二さんとのコラボレーションワークを展示したんですけど、ガラスという素材の根本である大地と対話している村山さんのものづくりに共感しています。ラボの眼下に流れる広瀬川で採れる砂を直接溶かしてつくった村山さんのガラスでオブジェをつくってもらうことで、土地特有の色のガラス作品ができ上がりました。ここで採れた砂だからこそ美しい、でも違う場所の砂を使うと全く異なるガラス作品ができ上がる。それを感じ、認められる価値観が大事だと思います。またこれから発表するのですが、同じ宮城県で採れる伊達冠石（だてかんむりいし）を使った作品を製作中です。大蔵山スタジオとのコラボレーションなのですが、代表の山田能資さんは石や土だけでなく山全体を対話の対象として、そこでどういった価値が立ち上がってくるかを考えている人です。これもまさに中動態的な感覚だと思います。

そういった自然物を使った作品を見ていただくと、「単に現象が綺麗なだけでは？」って思われることもあるんです。もちろん現象そのものは美しいんですが、伝えたいことはそうではない。相手が持っている性質を制御せずに、相手から引き出すことで何かが生まれないかと。だからデザインによって何かをつくるというよりは、デザインそのものが発生するという感覚ですよね。こちら側が動いていないと発生しないし、でもこちら側だけが動いていても発生しないというこの感覚を大切にしたいです。

最初の「わからなさ」の話は、その前提条件のようなものですよね。相手がわからない対象であるからこそ、相手を知ろうとするし、その声に耳を傾ける。まだわからないということをポジティブに捉えないと中動態的なデザインは発生しない。プラスチックはこういう加工をするとこう成形できるという「わかる世界」で完結していると、人間だけの世界に閉じていきます。

エボークするオブジェクト
Objects that evoke

そこで最近私は、エボーク（evoke）するという言葉をよく使います。何かを喚起するという意味で、そういう作品を「エボーキングオブジェクト」と呼んでいます。つまり、こちらから一義的に与えるデザインではなく、それを体感した人のなかから意味が生まれていくような、相手の感覚を喚起し引き出すデザインです。それは何かと受け手の感じ方を媒介するオブジェクトであり、コンセプトモデルとは異なります。コンセプトモデルとは、例えば次期製品のイメージであり、そのデザインを尖らせたもの、つまり与えるデザインですよね。一方でエボーキングオブジェクトは、こういう世界観があるかもしれない、こういう意味づけができるかもしれないという可能性を引き出すものです。

その点では、これまでのデザインが説明的すぎたのかもしれません。例えば「デザインは伝えることだ、つまりコミュニケーションだ」と定義される方もいますが、それはこちら側に意味のすべてがあるという前提に立った考え方ですよね。こういう美味しいお茶があるから、その美味しさを相手に伝えたい、だからこういうパッケージになりますといった具合に。もちろんビジネスとしてデザインのお手伝いをしていくなかでは、企業側から「ここを訴求したい」という声が上がるのは当然だと思います。しかし、産業やビジネスにおけるそういったデザインの役割は、短期的な結果を求めるための役割でもあります。あらゆるテクノロジーが発達したとしても、人が何かをつくり続けるというのはこれからも変わらないと思いますが、どういう意味や目的でつくるのかという長期的な問いが一方で必要です。どう「つくる」ことが、人間に良い影響を与えるのかを考えるのがデザインの原初的で大きな役割だと思います。そして忘れてはいけないのは、デザインはその考えを「形」にし、言語を超えた次元で表現できるということです。

デザインがビジネスに寄り添いすぎると、人間の感覚に与える影響といった、言語的にはわかりにくい点がこぼれ落ち、どんどんわかりやすく言語的な説明に偏っていきます。デザインを説明しようとすればするほど、そういったパラドクスがあるように思います。本当に、その思考は相手の感覚に作用しているのか。結局人は、考えだけでは動かない。百聞は一見に如かず、じゃないですけど、百聞は一感に如かずだと思います。何かを見ることで気持ちが入るとか、匂いひとつで思考が巡るとか。当たり前の話ですけど、デザインは半分以上そこが大事ですし、感じることで思考も生まれてくる。知覚にアプローチできるかどうかは、デザインの生命線です。そういった意味で、ものの形を追求する側面も強いインダストリアルデザインやプロダクトデザインは決して「クラシカルデザイン」ではありません。本来デザイナーは形と思考を行き来できる人たちです。形をつくれば思考もアップデートされるし、そこはつながっていなければならない。

よくよく考えてみると、わからない世界と向き合い、自分なりに対話的な意味を見出し、定着させるという一連の行為は当たり前のことでもあり、こういうプリミティブなクリエイションを普通の人々から奪っているのは、デザイナー自身だとも言えます。創造のための原初的なループをもう一度取り戻すためには、どういうことをやればいいのか。これからも考えていきたいと思います。



TAKEO PAPER SHOW 2023で発表した「programmed PAPER」。紙本来が持つ「反り」の物性に着目し、その性質をプログラミングすることにトライした実験的作品。
"programmed PAPER" exhibited at TAKEO PAPER SHOW 2023. An experimental work that focuses on the inherent property of warping in paper and attempts to program it.

Photos by amana inc.

The potential of the incomprehensible

This is the phrase that became the title of the third installment of our series on AXIS "TOHOKU Research," and it is a theme that we hold close to us. The artificial environment around us is made to be easily understood, but in fact we often do not know how things actually work. The natural environment outside of that is full of even more mysteries. Isn't it in confronting that unknowability that human creativity really shines? Not knowing is an opportunity to open up that possibility, but I think design might be holding us back.

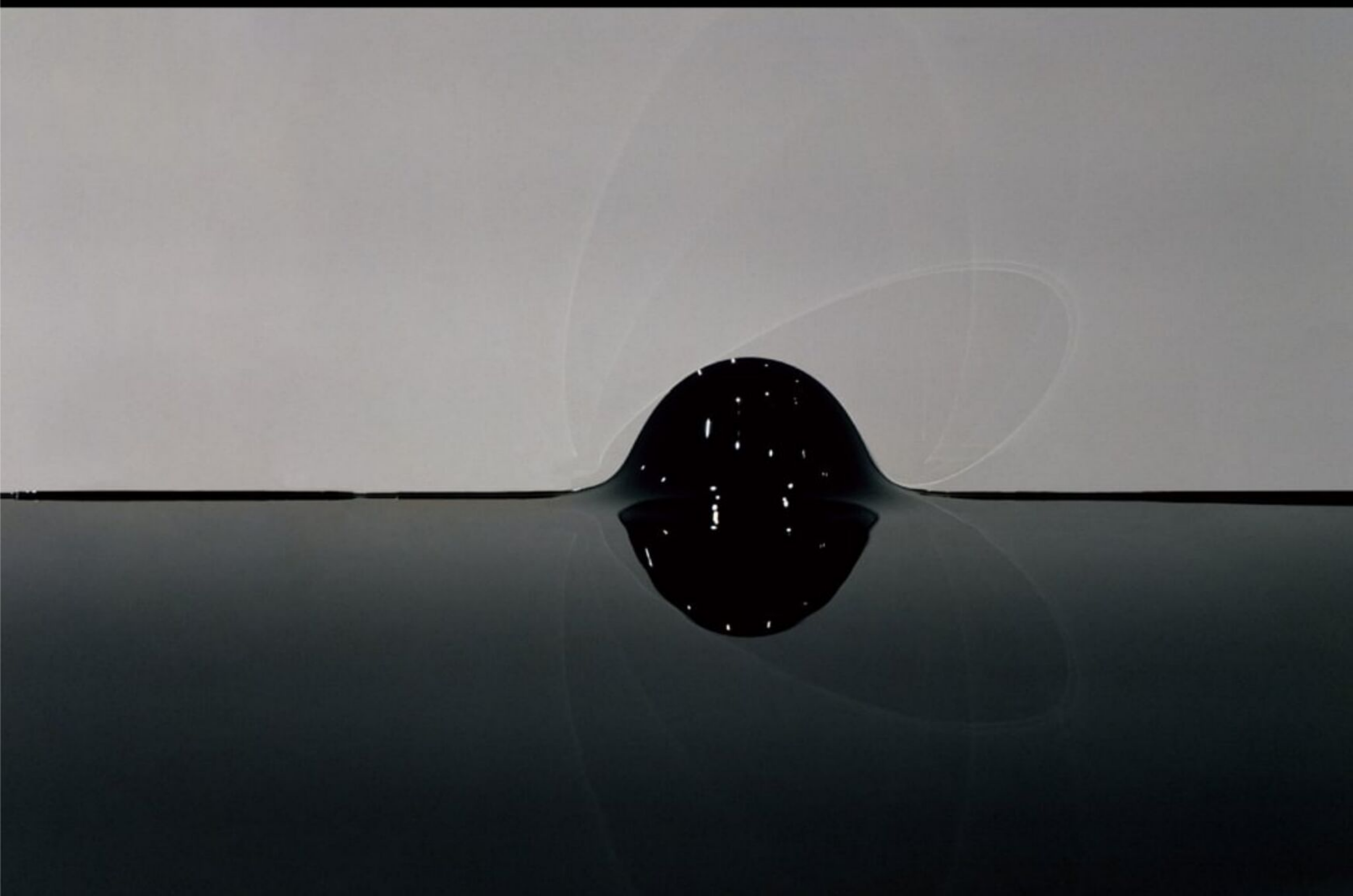
It is often said that design is about making things easy to understand, and I think that is indeed part of it. However, the purpose of design should be to provide the opportunity for people to exercise their own imagination and find their own meaning. I of course do not mean to say that everything should be meaningless or unknowable. I believe that a new quality of design will be a mediation with "unknowability" that encourages the user to generate their own meaning.

In that sense, I think there is too much "straightforward design." We could call it "singular design" in that it carries one meaning, decided by the creator. I think it is important to go beyond the singular and pursue design that is more ambiguous and keeps the possibility open for multiple meanings to be interpreted.

Design as middle voice

This is related to my thinking for the *Material, or* exhibition. Instead of framing materials as tools for humans to make what they want, I wanted there to be the sense that the coexistence of humans and materials creates something entirely new. I think that this kind of thinking did not exist in modern design. The philosopher Koichiro Kokubun wrote a book titled *The World of the Middle Voice*, and I think the "middle voice" is exactly what I am thinking about. It is neither active nor passive, but something in the middle. I want to work toward a world where we are not limited to thinking about the "designer" versus the "designed." Rather than thinking of nature as something to be controlled by humans, we should be in dialogue with nature and let that guide the act of making things.

In this Open Lab, we exhibited a collaborative work with glass artist Koji Murayama. I really relate to his way of making things. Murayama is in dialogue with the earth, which is the root of the glass material. For the collaboration, Murayama used glass made by melting sand from the Hirose River that flows next to the lab, creating glass pieces with colors unique to the land. They are beautiful because the sand is from here, and using sand from a different place would yield totally different work. I think it is important to be able to see value in



this. We are also working on a new project using Datekanmuri stone from Miyagi Prefecture, which will be released soon. The project is a collaboration with Okurayama Studio. Their CEO, Takasuke Yamada, considers not only the stone and soil, but also the entire mountain as a valuable collaborator. I think this is also a very "middle voice" way of thinking.

Looking at pieces that incorporate natural materials, many people think that it is only beautiful because the material itself is beautiful. Of course, the material itself is beautiful, but that is not what I want to convey. I think that something can be created by drawing out a certain property without controlling it. So rather than creating something by design, it is the sense that the design itself has emerged. I value the sense that the design cannot emerge without action from the designer, but also cannot emerge from the designer alone.

So, everything above about the "incomprehensible" is a sort of prerequisite for this idea. It is because I don't know about the material that I make an effort to know, and to listen. It is crucial to think positively about not knowing, or else "middle voice" design cannot happen. It is hard to do this in an "easily understandable world" where we know plastics can be molded like this when processed like that, and such predictability closes us into a purely human world.

Objects that evoke

Recently I have been using the word "evoke." I use the term "evoking objects" to refer to design that does not pose a singular answer, and instead stimulates the imagination of those who experience it and allows meaning to emerge there. These are objects that mediate with the way the receiver feels, and are different from a concept model. A concept model is an image of a design in progress—a distilled version, something that gives. An evoking object, on the other hand, is an object that draws out possibilities about perspectives and meanings.

In this respect, design in the past may have been too explanatory. For example, some people define design as "conveying ideas, communication," but that is based on the assumption that meaning is decided by us, designers. We want to convey that a certain tea is very good, so we design a certain package for it. Of course, in business, it is natural for a company to say, "This is what we want to convey to the customer." However, that role that design plays in industry and business is frankly one of short-term results. Even with the development of all kinds of technology, I believe that people will continue to make things. Then we must ask the long-term question: How can we make things that mean something? I believe that the fundamental and critical role of design is to consider what kind of "making" will have a positive impact on humanity. What we must not forget is that design can give form to these ideas and express them in a dimension that transcends language.

When design caters too much to business, we lose those things that go beyond explanation by language, like sensory effects, and we veer toward easily understood explanations. I think that the more we try to explain design, the more we run into this paradox. Do the ideas really impact the user's perception? After all, people are not moved by thoughts alone. They say that seeing is believing, but I think that feeling is believing. A single glance can evoke a feeling and a single scent can set off a train of thought. I may be stating the obvious, but that is more than half of design. The ability to approach the senses is the lifeline of design. In this sense, industrial design and product design, which are strongly driven by the pursuit of form, are by no means "classical." Designers are, by nature, people who can switch back and forth between form and thought. When form can be created, thought can be updated, and these two things must be connected.

If I really think about it, confronting the unknowable world, finding meaning and solidifying it are natural and obvious acts. One could say that it is designers who are depriving ordinary people of this primitive act of creation. I want to continue to think about what we can do to restore this basic loop of making.



京都市京セラ美術館で行われた特別展「跳躍するつくり手たち」に出展した「black blank」。与えるデザインから引き出すデザインへ。まさに鑑賞者の感覚をエボーク(喚起)するオブジェクトの実例。
"black blank" shown in the *Visionaries: Making Another Perspective* exhibition at the Kyoto City Kyocera Museum of Art. From design that "gives" to design that "draws out." An example of an object that "evokes" something in the viewer.

Photos by Masaki Ogawa



吉泉 聡／1981年山形県生まれ。東北大学でエンジニアリングを学んだのち、nendoやヤマハデザイン研究所に在籍。2013年に独立しTAKT PROJECTを設立した。東京にメインオフィス、そして仙台にサテライトラボを構える。
Satoshi Yoshiizumi was born 1981 in Yamagata Prefecture. After studying engineering at Tohoku University, Yoshiizumi joined nendo and YAMAHA Design Laboratory. Established TAKT PROJECT in 2013. TAKT has a main office in Tokyo and a satellite lab in Sendai.

Photo by Tsujii Shotaro

近代デザインの概念からのダイナミックな転回
A dynamic shift from the notion of modern design

永井一史｜Kazufumi Nagai

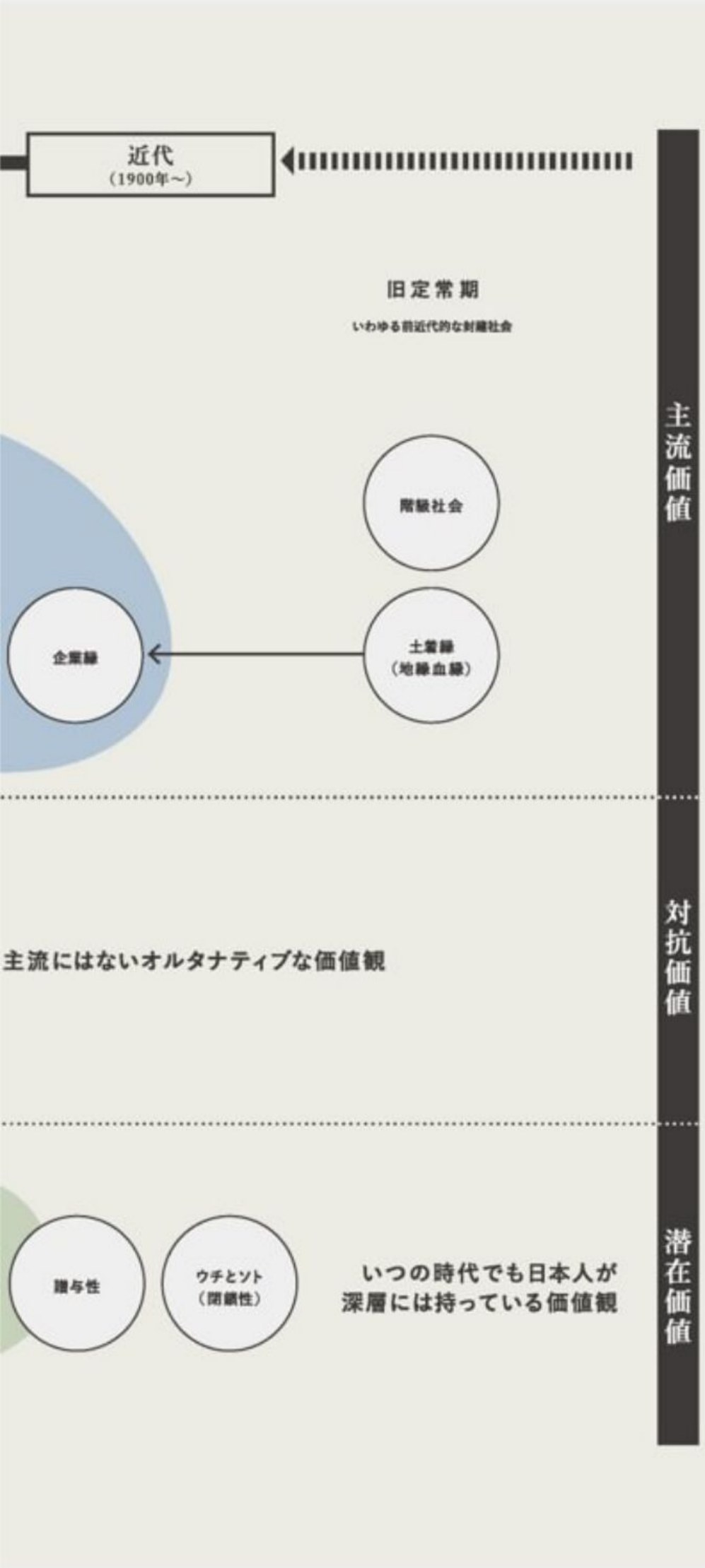
永井は、2008年から11年まで編集長を務めた雑誌『広告』で、「新しい幸せ」を問う「やさしい革命」と題した特集を組んだ。成長モデルからの脱却、シェアの考え方など、当時から人の意識や振る舞いの変化に着目していた。「定常期を100年のものさしで考えてみた」と題したこの図に、これからのデザインを語るキーワードがすでに出ている。図は誌面をもとに再構成。

From 2008 to 2011, Nagai acted as editor-in-chief of *Kohkoku* magazine, where he produced a special edition called Gentle Revolution, which examined "new happiness." Since then, he has taken note of people's changing attitudes and behavior, including the rise of a shared way of thinking and the move away from growth models. We can already see key phrases for the future of design in the chart above titled "Thinking of the Steady State Period in 100-year Scale."

理想と理論を追求するアカデミアの価値観と、経済活動と現実的な課題解決を旨とするビジネスのそれは、時に一致しないこともあるだろう。しかし、両分野を先導するリーダーだからこそ立体的に見通せるデザインの未来像があるに違いない。永井一史は、この先10年のデザインの輪郭線として、これまでのデザインの考え方を反転させるような意表をつく3つのキーワードを提示した。

There are times when the principles of academia, based on ideals and theory, and principles of business, concerned with economic activity and pragmatic solutions, do not necessarily align. Yet if one guides as a leader in both realms, he can undoubtedly envision the future of design three-dimensionally. Kazufumi Nagai suggested three surprising key phrases that invert the way we have thought of design up until now, providing an outline of the next decade in design.

文／池田美奈子　　Text by Minako Ikeda



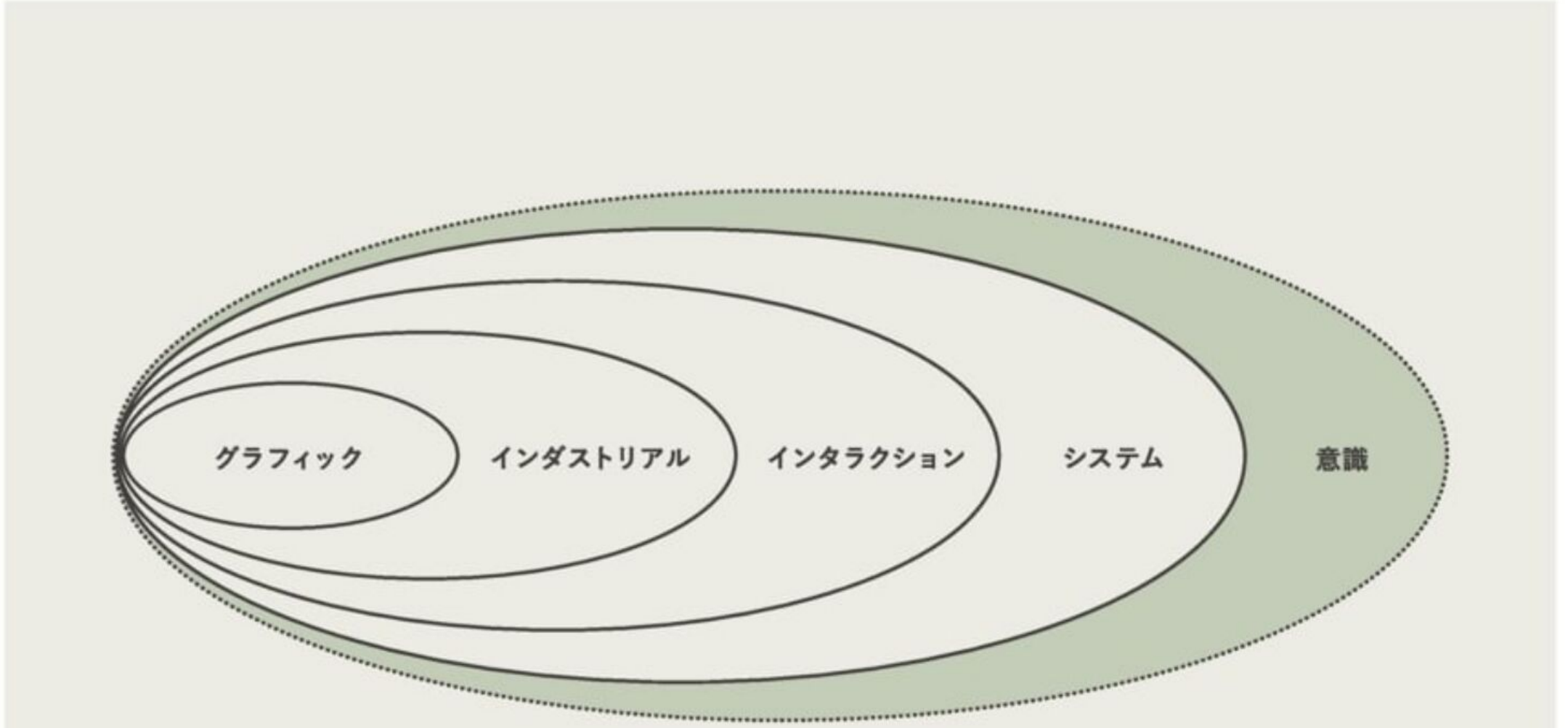
意識のデザイン
Awareness design

永井一史は、リチャード・ブキャナンが1992年の論文『Wicked Problems in Design Thinking』のなかで示した4つのデザイン領域の段階、つまりグラフィック、インダストリアル、インタラクション、システムの外側にもうひとつ加えるとすると、それは「意識」なのではないかという。

意識のデザインとは、人々の意識やものの見方を変容させるデザインを意味する。ブキャナンのデザインの4段階であるグラフィックやインダストリアルをはじめとしたデザイン領域が、外側に働きかけるのに対して、意識のデザインは、人の内側に直接影響を与えるデザインと言える。永井は、意識のデザインの試みとして、スウェーデンのヤーコブ・トロールベックの活動を挙げる。彼がデザインしたSDGsの魅力的なアイコンと色の組み合わせや端的にまとめられたメッセージは、瞬く間にSDGsの理念と各目標を世界中に広めることに成功した。

しかし、トロールベックは、2030年にSDGsのゴールに達成できそうもないことに危機感を覚え、現在は「Inner Development Goals（人の内面の開発目標）」を提唱している。具体的には、1.自己のあり方、2.考える、3.つながりを意識する、4.協働する、5.行動する、の5つの項目である。従来では、倫理や宗教や価値観が担っていた領域へと踏み込むデザインだ。世界が多様化し、複雑化している現在だからこそ、共創的なデザインのアプローチが有効なのであろう。

永井は現在、京都大学のプロジェクトで、現代の社会システムを問い直す新しい哲学の試みに、デザイナーとして関わっている。これも、社会の基盤となる哲学という概念や思考を可視化し、意識変容をしていく試みのひとつだ。また、多摩美術大学では、複数の企業と連携して、廃棄物の発生抑制や廃棄の仕方を根本から変えようとする「すてるデザインプロジェクト」を立ち上げ、リサーチから提案までの成果を『すてるデザイン―持続可能な社会をつくるアイデア』（パイ インターナショナル、2023年）として出版した。書籍は、これまで見えなかったゴミの現状を可視化することで社会と接続させ、隠された現実と人々をつなぐインターフェースとなる。本の冒頭には「“つくる”ことで産業を支えてきたこれまでのデザインから、“すてる”を考えることで社会や産業を支えていくデザインへ」とある。意識の反転を促すデザインの宣言だ。



上：リチャード・ブキャナンが論文『Wicked Problems in Design Thinking』（1992年）で示した4つのデザイン領域。グラフィック、インダストリアル、インタラクション、システムの外側に、もうひとつ「意識」があると永井は語る。
Top: Richard Buchanan's Four Orders of Design as indicated in his paper *Wicked Problems in Design Thinking*, (1992). Nagai describes one more order besides Graphic, Industrial, Interaction, and System, which is "Awareness."

反デザイン
Anti-design

デザイナーが自ら「反デザイン」を掲げるとはどういうことなのか。永井は、講義を担当している大阪大学の横断的な博士課程プログラムでの出来事を振り返る。

さまざまな学部から集まった学生たちを前にした講義のなかで、ヴィクター・パパネックの『生きのびるためのデザイン』の「ある行為を、望ましい予知できる目標に向けて計画し整えるということがデザインのプロセスの本質である」という一節を引用し、デザインとは「現在の姿（As Is）」と「ありたい姿（To Be）」の間のギャップを埋めていくことであり、それは、物事をより良くすることだと説明した。質疑応答の時間に、学生から「うまくいかなかったときにデザイナーはどう責任を取るのか」「COVID-19のときに、ソーシャルディスタンスをとるための目印が床に書いてあったのを見て、デザインは押し付けがましいと感じた」などの質問や意見が出た。こうした学生との対話に刺激を受けると同時に、永井自身、デザインが無条件に良いものだと信じていたことに気づかされたという。近年デザイン人類学からもデザインのあり方に対する批判があるが、デザインの持つ暴力性や影響力にわれわれ自身が、もっと自覚的にならなければならないという。またデザインが広がりステージが変化しつつある今、デザインに対する新しい言説が必要なのではないかと語る。その問題意識を背景に、出てきたキーワードが「反デザイン」である。すなわちデザインすることの前提を見直すということだ。

永井一正と永井一史の二人展「LIFEとlife」。父のグラフィックデザイナー・永井一正との初の二人展が、2024年4月18日から5月12日までOFS GALLERYで開催された。それぞれグラフィックデザイナー、アートディレクターのトップランナーとして同じデザインをフィールドとしながらも、ふたりのアプローチは全く異なる。
A two-person exhibition by Kazumasa Nagai and Kazufumi Nagai called LIFE & life. His first two-person exhibition with his father, graphic designer Kazumasa Nagai, was presented from April 18 to May 12, 2024 at OFS GALLERY. While they are active in the same field of design as leading graphic designers and art directors, they have entirely different approaches.



デザインという生き方
Design as a way of life

ここ10年のデザインに関する大きな流れは、多くの人がデザインに関わるようになったことであろう。コデザインのように市民と共創したり、デザイン思考が急速にビジネスシーンで広がったりしたことも大きい。19世紀のイギリスの思想家のジョン·ラスキンは、人間らしい生き方の観点から労働には創造性が不可欠だと論じた。しかし仕事の現場においては、長らく効率を追求するために一部の組織の人間以外は、創造性に蓋をしてきた。その現代社会において、創造性にデザインが貢献できることは大きいと永井は考える。

永井が2021年に立ち上げた多摩美術大学クリエイティブリーダーシッププログラム(TCL)は、デザイン経営を身に付けるためのビジネスパーソンに向けた3カ月間のサーティフィケート·プログラムである。多様なバックグラウンドを持ったメンバーから成るチームで、具体的な課題を想定し取り組むなかで、共創プロセスが重視されている。ロジカルシンキングだけではなく、感性や創造性を重視することを学ぶ。

受講生は生み出すことの苦しさと楽しさ、同じ目標に向かってチームで協働する高揚感などを体験することで、創造性に富んだマインドセットに変わる喜びを実感する。受講生のプログラムに対する満足度もひじょうに高いという。

永井は、さらに日常のなかにデザインを組み込むこと、あらゆる人のためのリベラルアーツとしてのデザイン、デザインの民主化を説く。人のことを考えるデザインのプロセスには、気づく、共感する、問う、生む、美意識という、誰にも関わる豊かな生活と社会の実現に必要な要素が組み込まれている。こうした意味でのデザインは、いわゆる造形や意匠としてのデザインではなく、設計という言葉にも包含しきれない「生き方としてのデザイン」と言える。永井は幅広い人を対象としたデザイン教育にも力を入れている。

東京ミッドタウン·デザインハブにある多摩美術大学のサテライトであるTUBを拠点に立ち上げた「Tama Design University(TDU)」は、第一線の研究者や実務家による、オンラインで誰もが視聴できる講義シリーズを無料で展開するオープンエデュケーションの試みだ。23年には、TDUの一環で「Tama Design High School」として初学者向けに、デザインの面白さと可能性を伝える講座群を開講し、展示と対面講義、さらにオンライン配信で展開した。トータルで53万もの視聴回数を記録。また今年度からは、さらに重要なデザインのテーマを絞り、ステークホルダーとの共創を目指すプロジェクトをスタートさせている。

永井が挙げた3つのキーワード「意識のデザイン」「反デザイン」「デザインという生き方」はどれも産業への貢献を旨とする20世紀初頭に確立された王道とも言うべき近代デザインの概念からのダイナミックな転回を推進する。「意識のデザイン」は、近代デザインが扱ってこなかった領域を対象とし人間の内面に働きかける。「反デザイン」は、従来のデザインの枠組みを壊すことで新たなフェーズを開拓する。「デザインという生き方」は、近代デザイン誕生前夜のラスキンの思想に立ち返り、人が生きるということとデザインという行為の本質的な関係を掘り下げ、誰もが創造的に関与するデザインの社会化を標榜する。ここに、これからの世界に向けてデザインがすべきことの方向性が指し示されている。

Awareness design

Kazufumi Nagai states that if he could add one more order to Richard Buchanan's Four Orders of Design (Graphic, Industrial, Interaction, and System) outlined in his 1992 paper *Wicked Problems in Design Thinking*, it would be "Awareness."

Awareness design refers to design that can alter people's consciousness and the way we see things. As opposed to Buchanan's outward-focused four orders, starting with graphic and industrial design, you could say that awareness design is a design that directly impacts a person inside. Nagai points to the work of Swedish designer Jakob Trollbäck for his attempts at awareness design. His SDGs icon design, with its appealing color combination and concise, straightforward message, succeeded in rapidly spreading the SDG ideology and its respective objectives across the globe.

Trollbäck then realized, with alarm, that the proposed SDGs were unlikely to be achieved by 2030 and started promoting Inner Development Goals. The five goals are 1. Being, 2. Thinking, 3. Relating, 4. Collaborating, and 5. Acting. The design crosses into the domains conventionally reserved for ethics, religion, and value systems. It is exactly because the world today is increasingly diverse and complex that a collaborative approach to design is valid.

Nagai is participating as a designer in an ongoing project with Kyoto University that experiments with a new philosophy that reexamines our present-day societal system. This is also an attempt to transform awareness by visualizing the ideas and thoughts of philosophy, which form the foundation of society. With Tama Art University, he helped launch the "Design for Disposal" project in collaboration with multiple businesses to fundamentally address waste reduction and disposal. Details of the outcomes and process from research to proposal were published as *Design for Disposal: Ideas for Building a Sustainable Society* (PIE International, 2023). The book helps society to visualize the present state of our waste, which has so far been obscured, and provides an interface to connect people to the hidden reality. The book starts with a phrase "From traditional design that has supported the industry by 'creation,' to design that supports society and industry by considering 'disposal'." This is a proclamation of a design that urges a change in awareness.

Anti-design

What does it mean when a designer decides to be "anti-design" themself? Nagai recounts an event that happened during one of the lectures of a cross-disciplinary doctoral course at Osaka University that he leads.

In this lecture to students gathered from various departments, he cited a verse from Victor Papanek's *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*: "The essence of design is to plan and pattern an act toward a desired, foreseeable end." He elaborated that design is to close the gap between the present state (As Is) and the ideal state (To Be), in other words, to make things better. When it was time for questions, students asked and commented: "How do designers take responsibility when things don't go as planned?" and "I felt that the design of the floor markings implementing social distancing during COVID-19 was intrusive." While Nagai found himself inspired by the debate with these students, he also realized that he himself had come to believe that de-



sign could be nothing but good. Criticism about the state of design has been raised by design ethics in recent years, and we ourselves must gain more self-awareness of the violence and impact that design can have. He further notes that today, with design expanding and the stage ever-changing, a new discourse on design is necessary. With the awareness of this issue in the backdrop, the keyword "anti-design" surfaced. In short, we must reconsider the premise of the act of design.

Design as a way of life

In the last decade, a big development in the world of design has been that more and more people have gotten involved. Co-design initiatives like co-creation with the public, and the swift growth of design thinking in the business world have also made an impact. The Englishman John Ruskin, a thinker from the 19th century, contended that creativity is indispensable in work to ensure a humane way of life. Yet, outside of a handful of people in some organizations, the quest for efficiency has long stifled creativity in the workplace. In this kind of society today, Nagai finds that design can significantly contribute to creativity.

In 2021, Nagai established the Tama Art University Creative Leadership Program (TCL), a three-month certificate program for business professionals to master design management. Teams are built from members with various backgrounds, and while visualizing and grappling with tangible challenges, the co-creation process is particularly emphasized. Participants learn not only logical thinking but also the value of sensitivity and creativity.

The students experience the pain and pleasure of making, and in the exhilaration of collaborating with a team towards the same goal, they realize the joy of switching to a creative mindset. The program's student satisfaction rate has been remarkably high.

Nagai goes on to explain how design has been further incorporated into the everyday, how it is a liberal art for all, and how it has been democratized. The process of designing with people in mind involves perception, empathy, curiosity, creation, and a sense of beauty, which are all factors fundamental to achieving a fulfilling life and society that includes everyone. Design in this context does not refer to designing that is, so to speak, modeling or artistry, but instead design as a way of life, which the word "planning" also cannot contain. Nagai is also committed to bringing design education aimed at a broad spectrum of people.

Tama Design University (TDU) was established at TUB (a satellite of Tama Art University in the Tokyo Midtown Design Hub) and is a trial in open education that involves an online lecture series given by top researchers and practitioners and free to anyone interested. In 2013, Tama Design High School was founded as part of TDU, and launched a series of programs for beginners to introduce the fun and potential of design, holding exhibitions, in-person lectures, and expanding online. This has received 530,000 views in total. This year, they have also initiated a project to further target key design themes with the aim of joint creation with stakeholders.

All three of Nagai's key phrases, "awareness design," "anti-design," and "design as a way of life," encourage a dynamic shift from the notion of modern design, which was established early in the 20th century as the mainstream focused on serving the industry. "Awareness design" addresses what modern design has not explored by influencing people's inner selves. "Anti-design" ushers in a new phase by tearing down the framework of conventional design. "Design as a way of life" revisits Ruskin's ideology just before the birth of modern design, digs into the intrinsic connection between the act of design and how humans live, and argues for a societal design in which everyone can creatively participate. Here, the course of action design should take for our future world is being pointed to.



永井一史／1961年生まれ。HAKUHODO DESIGN代表取締役社長、クリエイティブディレクター。多摩美術大学教授。従来のデザイン領域の区分を超えた統合デザイン、デザイン経営のビジネスへの実装、誰もがデザインを学べるオープンエデュケーションなど、ビジネスと教育研究の視座からデザインの新しいあり方を具現化する活動を展開している。
Kazufumi Nagai was born in 1961. President and Creative Director of HAKUHODO DESIGN. Professor at Tama Art University. Nagai promotes activities to bring about a new approach to design from the standpoint of business and education research. This includes comprehensive design that surpasses conventional distinctions between design fields, implementation of design management in business, and open education for anyone with an interest in learning about design.
Photo by Sohei Oya, Nacása & Partners

Tama Design High Schoolはデザインの民主化を目指し、「ゼロから学ぶデザインの学校」をコンセプトに掲げる。第一線で活躍する講師を招いて、展示と対面授業、オンライン配信を併用して、デザインの面白さと可能性を伝える講義シリーズを開講。
The purpose of Tama Design High School is to democratize design, with the concept of being "a design school where students learn from the ground up." A series of lectures, led by invited lecturers who are leading experts in their fields, with an aim to introduce the fun and potential of design with a mixture of exhibitions, in-person classes, and online content.

Nikon

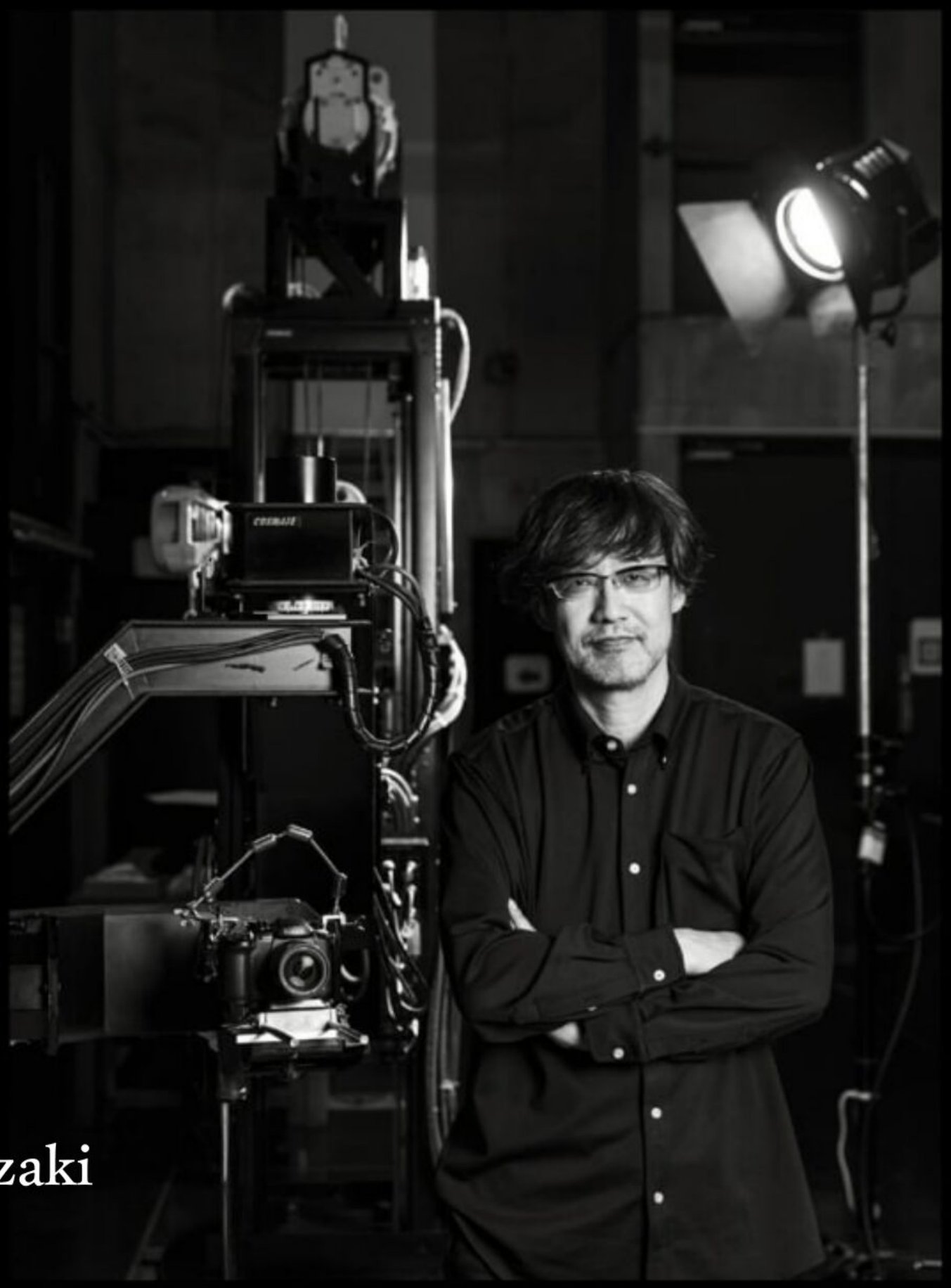
2030年の
ありたい姿

Nikon Design

ニコンの未来を描き出す。

経営とデザイン部門が一体となり、ニコンの将来像を定め、社員の想いをひとつにしていく「2030年のありたい姿」プロジェクト。社外の方にも、ニコンが目指す姿に共感していただくため、さまざまな方法で発信しています。

DESIGN



山崎 貴

Takashi Yamazaki

映画監督
Film director

今、最も注目される映画監督である。監督、VFX（視覚効果）制作、そして脚本を手がけた『ゴジラ-1.0』が、第96回アカデミー賞®視覚効果賞を受賞。日本はもとよりアジアの映画にとっても初となる快挙だった。VFX部門はこれまで、予算をかけてつくるハリウッドの超大作が評価されてきた“聖域”で、VFXパートのスタッフ35名という少数精鋭・低予算での快挙に、世界が驚いた。なぜそれができたのかは、誰もが気になるところだろうが、それこそが「山崎 貴だから」にほかならない。

Takashi Yamazaki is one of the most notable film directors in the world today. *Godzilla Minus One*, in which Yamazaki served as the director, screenwriter and VFX (Visual Effects) supervisor, won the 96th Academy Award for Visual Effects. This is a great achievement, being the first win in this category for a Japanese or Asian film. The VFX category had been a “sanctuary” for big-budget Hollywood blockbusters, and the world was astonished by the triumph of this small-budget film made by a small team with only 35 VFX team members. How this was even possible is a question everyone may wonder, and it is precisely because of Takashi Yamazaki.

文／石黒知子
Text by Tomoko Ishiguro

写真／筒井義昭
Photos by Yoshiaki Tsutsui

編集／長谷川智祥
Edited by Tomoyoshi Hasegawa



ヒットが映画の推進力になる

山崎 貴には「見せたいもの」が明確にある。

VFXの仕事をやりたくて映画の世界に入った。必要となるつくる力については、幼少期より目を見張るものを持っていた。絵を描いたり工作したりするのが好きで、幼稚園では友だちのリクエストに応えて、怪獣と戦いスペシウム光線を放つウルトラマンを描いてあげたり、紙で虫を立体的につくり上げるのに夢中になったりした。

「1966年から82年まで放送されていた子ども向けテレビ番組『ママとあそぼう!ピンポンパン』に、『カータンのおえかきコーナー』というものがありました。子どもが描いたぐちゃぐちゃな線をその場でイラストに仕上げるというのを見て、自分もやってみようと。妹が描いた線を生かしながら、違う絵に仕上げるという遊びをしていましたね」(山崎)。

何かをきっかけにイマジネーションを膨らませて具現化したり、空間を把握して立体物を構築したり、さらには人の仕事を次の次元にもっていき完成させたりといった、現在の仕事に通じる基礎づくりを無意識のうちに重ねてきたと言える。

そして、映画と出会う。

「怪獣映画というものをつくっている大人がどうもいるらしいというのがわかったとき、すごい、ずるいなと思って(笑)。それを仕事にしている人たちがいるというのが、なんだかすごく嬉しくて、自分もそうなりたいと思ったんです」。

アカデミー賞の受賞コメントでは、『スター・ウォーズ』と『未知との遭遇』を観た衝撃から自身のキャリアが始まったと語っている。両作品は77年にアメリカで公開され、VFXの果てしない可能性を全世界に知らしめた。当時13歳だった山崎もその可能性に魅入られたひとりだった。

中学3年で最初の映画を撮った。『グローリー』というタイトルのSF映画で、これが学校内で大ヒットしたという。そのときの成功体験から「作品をつくるからには、ヒットさせたい」と口にするようになる。憧れたスティーヴン・スピルバーグやジョージ・ルーカスも、ヒットが創作の推進力になっていると気づいた。

また、『スター・ウォーズ』に登場する宇宙船の制作過程でタミヤの模型部品が使われていることを知り、日本製なんだ、自分でもできるのではないかと、血が沸騰するような興奮を覚えた。特撮の監督になりたい、そのためにまずミニチュアをつくることで映画の世界に携わろうと、映像制作プロダクションの白組に入った。

映画の背景はボディブロー。潜在意識に働きかける
The background in films affects the subconscious like a body blow

『ゴジラ-1.0』のVFX

若き日の熱さはそのままに、VFXの制作者や監督としては、客観的な設計と検証を重視している。

脚本から絵コンテを描き、どこまで実写で撮り、どこからCGにするのか、最も効果的で適切な方法をコストも含めて考え、選ぶ。例えば、動きが複雑なものはCGが有利だとか、そこにあるだけだが説得力が必要な場合はミニチュアに分があるとか、動かすわけではないならマットペイント(実写のような背景画)を描いてもらうといった具合に、場面ごとに技法を判断していく。白組は、そのような技法を駆使するクリエイター集団である。

『ゴジラ-1.0』でも、そうした技法の選択とデジタルによるエクステンション(継ぎ足し)が行われた。

乗客のいる電車をゴジラが襲う印象的なシーンがある。車両内部をセットで一両まるまるつくるのは予算の点から難しいため、椅子と役者が収まる最小限の可動セットをつくることとした。ヒロイン・大石典子役の浜辺美波はセットの椅子から実際に振り落とされる様子を演じ、その周りをデジタル表現で拡張することで、車両が一両分まるごとあるかのように見せている。また、浜辺の奥に、別撮りした乗客を合成したショットもある。最低限のセットをさまざまな部分に見立てて撮影し、つなげていく。そのため、事前にコンピュータで精密にシミュレーションし、仮合成して違和感がないことを確認してから撮影に挑むが、それでも現場での調整は欠かせないという。

ゴジラが放った熱線によって銀座に原爆が落とされたよう

「海外でヒットするとは思ってもいなかった」と語った山崎だが、ハリウッドにはないVFXとストーリーが評価され『ゴジラ-1.0』は全米1位を獲得、全世界で170億円の興行成績を記録した。ゴジラ生誕70周年で30作品目の映画である。29作品目の『シン・ゴジラ』に続き、モノクロ映像版「ゴジラ-1.0/C」も公開・配信された。

Yamazaki said, "I never thought the film would be a hit overseas." However, with its VFX and storyline different from those of Hollywood, *Godzilla Minus One* topped the box office in the U.S., with a global box office of 17 billion yen. It was the 30th film marking the 70th anniversary of its birth. Following the 29th film *Shin Godzilla*, the black and white version was also released and streamed as *Godzilla Minus One/Minus Color*.

©2023 TOHO CO., LTD.



な情景が描かれるシーンでも、当初計画していたCGのみによる表現から、軌道修正を余儀なくされた。

「立ち上がった後のキノコ雲はほとんど動かないということを考えたとき、それまでのCG制作は途中で止めてもらい、マット画（ペイント）を2次元的に動かしながら、素材を足していきました。静止画を動かせる技術者がいたからよかった。オペレーションの方針をどこで切り替えるかでコストも変わってきますから。その選択は本当にセンスが問われます」。

ハリウッド超大作の規模であれば、車両そのもののセットをつくり、フルCG でキノコ雲を描くのだろう。しかし、そうではないからこそ見せられるものもあると言う。

「なんでもあればいいってもんじゃないな、という気もしましたね。一生懸命、本来できないと言われている範囲のなかで、どうやって工夫すればできるかと一生懸命考えることは、作品そのものの力につながっているような気がするんです。そこから生まれる画にも、温かみが増してくる」。

論理に閉じない「撮る」実験

「映画の背景というものが観客に与える影響は、ボディブローのようなもの。潜在意識に働きかける」と山崎は言う。それを実感したのは、2005年公開の映画『ALWAYS 三丁目の夕日』である。東京タワーが建設された昭和33年の東京にタイムトラベルするような視点で、脚本やコンテを描いた。もし実際に当時の街を訪れることができたら、道路や駅など日常の風景をひとつずつ写真に収めたくなるだろう。そのようなわずかなカットしか出てこない背景をさりげなくひとつひとつ描き、街を画として見せることを意識した。

「VFXを仕上げている最中は、脚本家として絵コンテを描いた自分のことを呪っていましたね（笑）。でも、それがすごく大事なんです。時代物をつくるときに、最低限の労力でいちばんいい絵が撮れるように論理的に考えていくと、結果的に世界が狭くなっていってしまう。それをしなかったらどうなるかという実験だったんです」。

この映画でエグゼクティブプロデューサーを務めた阿部秀司は、子どもが投げた飛行機が路地裏から東京タワーの見える街路まで飛んでいくシーンを長回しのワンカットで見せたいと提案した。しかし、屋内のスタジオ撮影とオープンセットでの別撮りをつなげるだけでは、そのシーンは叶わない。山崎たち白組チームは、VFXで模型飛行機が飛ぶシーンを間に入れてつなぐことで、結果的に飛行機が常に映り続ける長回しのワンカットにすることができた。

「そこに挑戦のしがいがあると思ったんです。飛行機に気持ちを重ねてどこまでも行けるんだということを感じさせるために、実写とCGを組み合わせた重要なシーンになりました」。

世界標準を追いかけない

観客の想像力に働きかける長回しのシーンに挑戦する一方で、監督として意識していることは「ボトムを上げること」だと言う。

「映画のVFXに関するお客さんの感度やリテラシーは年々高まっています。そのことから、あのCGがひどい、実写に見えない、デザインが良くないという印象をひとつでも抱かせてしまうと、他のシーンに画期的なVFXがあっても受け入れてもらえなくなるという場面を実際に目の当たりにしてきました。そういった表現のボトムが基準となって作品全体が評価されてしまう。スタッフはみな、自分のカットをよくしようと思っているので、そのなかで僕は全体を見て、ボトムとなるものを『交換』していかなければならないのです」。

アメリカの大手エージェンシーCAAと契約し、海外からのオファーも寄せられている山崎。ボトムを意識するということは画づくりのみならず、映画づくりというプロジェクトそのものにも及んでいる。

「日本のシステムのなかでどこまでできるかも含めて、各部署と話しながら何度も検証することで、このやり方でいいんだという確信を持って進んでいくんです。ゴジラはドメスティックな作品だという評価もあるのでしょうが、世界標準みたいなものを目指しても、あまりいいことはないと思っていて。これからも、自分の守備範囲の中でつくっていきます。メイドインジャパンを出していかないと戦えないし、そういったある種のわがままを成立させるようなこともやっていきたい」。

それを観られる日も、遠くないだろう。

Hits are the driving force for films

Takashi Yamazaki has a clear idea of "what to present." He entered the film industry to pursue a career in VFX. He has had the amazing creativity required for the job since his early childhood. Loving to draw and make things, he would draw Ultraman fighting Kaiju (monsters) with his Spacium Beam at the request of his kindergarten friends, and he was also fascinated with making three-dimensional insects out of paper.

"There was a segment called '*Kahtan's Drawing Corner*' on a kids' TV show, '*Play with Mommy! Pin Pon Pan,*' that aired from 1966 to 1982. I watched kids' scribbles being transformed into artworks, and wanted to try it myself. I enjoyed making art based on my younger sister's doodles," says Yamazaki.

It can be said that he has developed the foundations of his current work without knowing it, such as being inspired by something to expand his imagination and materialize it into reality, understanding space and creating a three-dimensional object, and taking someone else's work to the next dimension to complete it.

Then he encountered films.

"When I realized there were apparently grownups making Kaiju films, I thought it was amazing and unfair [laughs]. I was excited that there were people who made it their profession, and I wanted to be one of them."

At the Academy Awards ceremony, he commented that his career began with the shock of watching *Star Wars* and *Close Encounters of the Third Kind*. Both films were released in the U.S. in 1977 and introduced the world to the endless possibilities of VFX. The then 13-year-old Yamazaki was one of those who were fascinated by the possibilities.

In the 9th grade, he made his first film, a science fiction movie titled GLORY, which was well received in his school. The film's success gave him an idea: "I want to make a film that will be a hit." He realized that hits were also the driving force behind the creations of Steven Spielberg and George Lucas, whom he admired.

Finding out that Tamiya's model parts were used to make the spacecraft that appeared in *Star Wars* gave him sheer excitement. He realized that they were from Japan and that perhaps he could also do it. With aspirations to become a special effects director, he first tried to get into the film industry by making miniatures, and joined the Shirogumi video production company.

VFX of *Godzilla Minus One*

As a VFX producer and director, Yamazaki places great importance on objective design and verification, while maintaining the enthusiasm from his youth.

He draws storyboards from the script and determines what parts should be live action and what parts should be CG to maximize the effectiveness and appropriateness, including cost. Techniques are selected for each scene. For example,



白組の調布スタジオ内、模型室や工作室には歴代作品『ALWAYS 三丁目の夕日』や『ゴーストブック おばけずかん』『ジュブナイル』などのミニチュアが並ぶ。白組のハンドクラフトは山崎の VFX に欠かせない重要な要素であり、特殊造形家たちの技術が光る。
At the Shirogumi Studio in Chofu, Tokyo, miniature models of past films are displayed in the model and craft rooms, including *ALWAYS: Sunset on Third Street, Ghost Book Obakezukan* and *Juvenile*. Shirogumi's handcrafts are essential to Yamazaki's VFX, where the skills of the special effects creators are highlighted.









『ALWAYS 三丁目の夕日』は、当初SF映画を構想していた山崎を阿部秀司が説得して実現。VFXによる昭和33年の東京と人情話が絶妙に組み合わさり、第29回日本アカデミー賞で12部門受賞するなど高く評価され、大ヒットを記録した。Blu-ray&DVD発売中。発売元：小学館／販売元：バップ。

Always: Sunset on Third Street was made thanks to Shuji Abe's persuasion of Yamazaki, who had originally conceived of a science fiction film. Exquisitely combining a humanistic story and 1958 Tokyo portrayed with VFX, the film was a huge hit and highly acclaimed, winning 12 awards at the 29th Japan Academy Film Prize.

©2005「ALWAYS 三丁目の夕日」製作委員会



『ゴジラ-1.0』のゴジラは、2007年『ALWAYS 続·三丁目の夕日』で描いたモデルの500倍にあたる5億ポリゴンの精度で構築された。難度の高いCGのみならず、マット画や実写撮影とCGの組み合わせにも経験と技術が結集している。

For *Godzilla Minus One*, Godzilla consisted of as many as 500 million polygons, 500 times more than the model used for *Always: Sunset on Third Street 2* in 2007. Experience and technology were brought together not only in the highly advanced CG, but also in combining matte paintings and live action with CG.







CG works better for complex movements, miniatures have a more convincing presence by just being placed there, and matte paintings (realistic background paintings) are used for static scenes. Shirogumi is a creative collective that makes full use of such techniques.

Godzilla Minus One was also created through these technical choices and digital extensions.

There is a dramatic scene where Godzilla attacks a train full of passengers. Since building a full train car set was difficult due to the limited budget, a minimal movable set with seats and the actors/actresses was employed. A shot of Minami Hamabe as the heroine Noriko Oishi falling off from the seat of the set was taken, and then the surroundings were digitally expanded to depict the entire train car. Passengers behind Hamabe were composited in some scenes. Shooting various scenes with the minimal sets and compositing them requires meticulous computer simulation and compositing tests prior to shooting to ensure seamless transitions, and adjustments during shooting are still essential.

The scene of Ginza being devastated by Godzilla's atomic breath, reminiscent of an atomic bombing, also required changes to the original plan using only CG.

"Considering the fact that the mushroom cloud almost stays still once it appears, I stopped the CG production and switched to moving matte paintings two-dimensionally while adding elements. Luckily, we had a technician who knew how to move still images. The timing of an operational change affects the cost, so making such a decision is truly a challenge to one's insight."

If it were a Hollywood blockbuster, the set of a full-scale

train car would have been built and the mushroom cloud would have been fully CG. However, Yamazaki says that there are some things that can be presented precisely because it isn't one.

"It seems to me that having everything doesn't necessarily mean good. Striving to devise an innovative way to accomplish something that is considered impossible perhaps leads to the strength of the work itself, I think. The resulting images are also more heartwarming."

"Shooting" experiments unconfined by logic

"The background in films has a body blow-like effect on the audience. It works on our subconscious," says Yamazaki. He realized this in his 2005 film, *Always: Sunset on Third Street*. The script and storyboards were created by imagining a time travel to Tokyo in 1958, the year Tokyo Tower was built. If it were really possible to visit the city back then, every single everyday scene would appear photogenic, including streets and train stations. He purposefully portrayed Tokyo as a picture by unobtrusively depicting each of these background scenes that only appear in a fraction of a cut.

"I cursed myself for drawing the storyboards as a screenwriter when I was working on VFX [laughs]. But this is very important. When making a historical drama, thinking logically to get the best image with the least effort tends to end up with a narrower world. This was an experiment to see what would happen if I took a different approach."

The film's executive director Shuji Abe proposed a long take that continuously follows a model plane thrown by a kid as it flies from a back alley to a street with a view of Tokyo Tower. However, simply compositing an indoor studio shot with a shot in an open set was not sufficient. Yamazaki and the Shirogumi members supplemented the in-between scene of the plane flying with VFX, and realized the long take capturing the plane continuously.

"I thought it was worth the challenge. It turned out to be an important scene combining live action and CG with the message that we can go anywhere by superimposing our minds on the plane."

Abandoning world standards

While challenging himself to create long takes that ignite the audience's imagination, Yamazaki says that he, as a director, is conscious about improving the bottom line.

"Audiences have become increasingly sensitive to and educated about VFX in films. Because of this, I've seen people refuse to accept groundbreaking VFX, if they have a single impression from different scenes that the CG is terrible, doesn't look like live action, or is poorly designed. The evaluation of the entire film will depend on such a bottom line of expression. Every staff member strives to improve the part they work on, so I need to look at the whole picture and 'replace' the bottom line."

Signed with Creative Artists Agency (CAA), a major American agency, he is receiving offers internationally. His awareness of the bottom line extends not only to his VFX design, but also to the project of filmmaking itself.

"I move forward with the confidence that my approach is right, after talking with each department and verifying again and again, including how far we can go within the Japanese system. Some may consider Godzilla as a film for domestic audiences, but I think pursuing things like global standards is not that great. I will continue to make films within my own scope. I can't compete without highlighting 'made in Japan,' and I'd like to do things that allow that kind of willfulness."

The day when we will witness this will not be far off.



『ゴジラ-1.0』Blu-ray豪華版 4K Ultra HD Blu-ray　同梱4枚組
12,100円(税込)　発売中　発売・販売元:東宝
©2023 TOHO CO., LTD.

山崎 貴／1964年長野県生まれ。阿佐ヶ谷美術専門学校卒業。86年白組入社。伊丹十三監督作品でVFXを担当したのち、2000年『ジュブナイル』で映画監督デビュー。主な監督作品に『リターナー』『ALWAYS 三丁目の夕日』シリーズ、『アルキメデスの大戦』『永遠の0』など。フランスの漫画家ジャン・ジロー(メビウス)や『スター・ウォーズ』のVFXから自身の表現の礎を築いたほか、映画監督のジョー・ジョンストン、そしてシド・ミードの仕事に目を奪われると語る。「優れたデザイナーは暴れ馬でもあるので、映画の中でうまく着地させるのは難しい」と監督の目で分析してくれた。

Takashi Yamazaki was born in Nagano Prefecture, 1964. Yamazaki graduated from Asagaya College of Art and Design and joined Shirogumi in 1986. After working on VFX in films directed by Juzo Itami, he made his directorial debut in 2000 with *Juvenile*. Major works include *Returner*, the *Always: Sunset on Third Street* series, *The Great War of Archimedes and The Fighter Pilot*. He says French cartoonist Jean 'Moebius' Giraud and the VFX in *Star Wars* helped shape the basis of his expressive style, and he is fascinated by the work of film directors Joe Johnston and Syd Mead. "A good designer is also a wild horse, so making a nice landing in a film is hard," Yamazaki said, analyzing it from a director's perspective.



Global
Creators
Labs

レフィーク・アナドール・スタジオ AI ＆アーキテクチャー

Refik Anadol Studio AI and Architecture

文／中島恭子
Text by Kyoko Nakajima

名称 | Title

レフィーク・アナドール・スタジオ AI ＆アーキテクチャー
Refik Anadol Studio AI and Architecture

代表者 | Respresentative

レフィーク・アナドール
Refik Anadol

所在地 | Location

アメリカ・ロサンゼルス
Los Angeles, U.S.A.

設立 | Established

2014

主な内容 | Main Work

人工知能を駆使した没入型デジタルインスタレーションの創出
Creating immersive digital installations through the skillful use of artificial intelligence

メンバー | Number of Members

22

メンバーの職能・特徴 | Member's Skills and Traits

アーティスト、建築家、データサイエンティスト、研究者など、世界10カ国、14言語のメンバーで構成
Includes artists, architects, data scientists, and researchers from 10 countries across 14 languages.





2024年「エコーズ·オブ·ジ·アース」ではサーペンタイン·ギャラリーの壁や天井を用いて人々を代替現実の世界へと誘った。アナドールはこの表現手法を「ポスト·デジタル·アーキテクチャー」と呼ぶ。同展は約6週間の会期に約7万人の入場者数を記録。
Echoes of the Earth: Living Archive (2024) covered the walls and ceiling of the Serpentine Galleries, drawing visitors into a world of alternate realities. Anadol refers to this method of expression as "post-digital architecture." During its six-week run, the exhibition attracted roughly 70,000 visitors.

Courtesy of Serpentine
Photo by Hugo Glendinning

新たな領域を切り拓くデザイナー、建築家、アーティスト、サイエンティストらが活躍する、その最前線を尋ねる本連載。1回目はAIを用いた革新的なデジタルインスタレーションで知られるレフィーク・アナドール。ギャラリーを飛び出し、建物の外壁がキャンバスとなるような大型インスタレーションで知られ、TEDのスピーチは100万回再生という注目度を誇る彼が見つめるAIとは。

大規模言語モデルから、大規模自然モデルへ

まずレフィーク・アナドールの作品を紹介しよう。2023年10月から金沢21世紀美術館の「DXP（デジタル・トランスフォーメーション・プラネット）―次のインターフェースへ」に参加していたが、これは人の脳のデータを記録し、独自のアルゴリズムでデジタルな彫刻へと昇華させた作品だった。また、今年2月から4月にはロンドンのサーペンタイン・ギャラリーで、「エコーズ・オブ・ジ・アース（地球のこだま）」と題した個展を開催した。ここで目に飛び込んできたのは、草木や花の映像だ。壁や天井を覆うそれらが次第に集まったかと思えば、いきなり飛び散り、熱帯雨林やサンゴの映像に切り替わるなど、まるで幻覚を見ているかのように空間は目まぐるしく変化した。そこではネット上の約50億ものサンゴの画像を生成AI「ステーブル・ディフュージョン」に学習させ、地球上に存在しないサンゴの画像も生成した。

展示は、SNSにアップされた約1億1,300万枚ものニューヨークの写真をAIに集めさせ、生成した2019年の「マシン・ハルシネーション」にその表現方法においてどこか似ていた。しかし、5年という月日はアナドールにもAIにも大きな変化を与えたに違いない。

「生成AIの進歩は目覚ましいですが、22年に大規模言語モデル（LLM）が開発されたことが、特に大きかったと思います。テキスト入力によるデータ処理がAIを万能にしただけでなく、より親しみやすいヒューマンな存在へと変化させました。一方、私は、人間中心の世界ではなく、自然の大切さについて想いを馳せました。昨年『大規模自然モデル（LNM）』を開発し、これによってできた作品がエコーズ・オブ・ジ・アースです」。

LNMによって地球上の生態系の理解を深め、社会と自然界のつながりを再構築することが彼の目的だ。エコーズ・オブ・ジ・アースの副題は「生きるアーカイブ」。LNMにはグーグルや米国スミソニアン博物館、英国の自然史博物館などから膨大なオープンデータが集められている。

共同制作者としてのAI

AIを用いたデジタルインスタレーションと聞くと、一部のアート愛好家が好むものと思われるかもしれないが、エコーズ・オブ・ジ・アースの会場は常に多様な人であふれていた。若者から老夫婦、ベビーカーを押す母親や子どもまでが映像に釘付けだった。

「良いアートは人々を結びつけるものです。アートの世界には今も恐ろしいほどのバイアスが存在します。皆さんは、コンピュータが私たちの生活の一部になってから、アートの世界が変わったことを知るべきです」。

「データを絵の具に、思考を筆代わりに、人工知能（AI）の支援を得て、絵を描く」は、彼が2020年のTEDで語った有名な一節だ。ニューヨーク近代美術館（MoMA）で発表した「監視なし（Unsupervised）」（22年）は、まさにこの言葉を体現する作品だった。

「コンピュータが、MoMAの膨大なコレクションを見終わったら、どんな夢を見るのか？」という問いに対して、アナドールはAIの力を得て、壁面に巨大な夢を描いた。

この場合の夢とはメモリーを意味しているのだろうが、この作品は、周囲の音や来場者の服装の色、その日の天候に応じて溶岩のように見える塊の形や色などが変化。その様を観客は堪能した。

現時点の生成AIは、デザインの実務をサポートするレベルには達していないという意見はあるが、アナドールの見解はポジティブだ。

「AIは、確かにパワフルなツールだが、決して人間の機能を変える存在ではない。あくまでも人間のマインドや創造性の拡張でしかないのだ。だから、AIをひとりの存在と考えるとしっくりくる。扱う人によってはアシスタントであり、パートナーであり、共同制作者にもなり得る」。

確かに、AIをスタッフの一員と考えれば、たまにミスをしても私たちがカバーすれば良いだけの話だ。





エシカルなAIとは

現在も母校UCLAのデザイン·メディア·アーツで教鞭をとるアナドールの講義は、学生から高い人気を得ているそうだ。

「私はここで10年間、クリティカルな思考力と探究力を育てながら、どのようにAIを安全なツールとして使っていくかを指導してきました」。

その彼が考えるエシカルAIとは。

「データは、AIにとっての基礎的な存在であり、知識と記憶はAIの核心部ですが、多くの人はこれらを混同しがちです。どこからデータが来たのか、また、どのようにAIを使うのかという二層の話に分けて考えるべきです。私の学生たちは自らデータを収集し、自分たちがつくったAIモデルで学習させています。パーソナルなAIが登場する日もそう遠くはないでしょう。私たちはAIモデルがどう作動するかよりも、AIの生成が人々の生活にどう影響を与えるかに、もっと責任を持つべきです」。

彼の代表作のひとつに「溶ける記憶(Melting Memories)」(2018年)があるが、その背景にはアルツハイマーを患い記憶が失われていく彼の叔父への想いと、サイエンスへのリスペクトがある。一方、最近中国では生成AIで亡くなった人を復活させるというビジネスが登場し、心の救済か死者への冒涜かと論争を呼んだ。

左:2019年発表の「マシン·ハルシネーション」におけるハルシネーションとは、事実と異なる誤情報を生成AIがつくることを意味し、まるで人が幻覚を見ているかのような現象を指す。
Left: *Machine Hallucination* introduced in 2019 signifies the phenomenon where AI generates false information different from reality, almost as if experiencing a hallucination.

上:2022年MoMAで発表された「監視なし(Unsupervised)」は、7mを超える大画面に流体がうねるラバライトのような作品。来場者は時を忘れて見入ったという。
Top: *Unsupervised*, unveiled in 2022 at MoMA, was a work displayed on a large-scale screen of more than 7 meters with fluid undulations much like a lava lamp. Visitors described how they seemed to lose track of time as they watched.

「私の好きな映画『ブレードランナー』では、アンドロイドがほかの人の記憶なのか、それとも自分の記憶なのかを問うシーンがあります。AIの時代、過去の記憶を再構築することが、リアルなのか、創造なのか、その善悪を判断するのはひじょうに難しい問題です」。

AIラボが描く、もうひとつの建築

レフィーク·アナドール·スタジオの作品展示には、いつもスタッフ全員の名前と役職が記される。ロサンゼルスにある彼のスタジオには、AIやデジタル関連のスタッフに混ざって、センサーやロボティクスのエキスパートから建築家、神経科学者までもが在籍する。

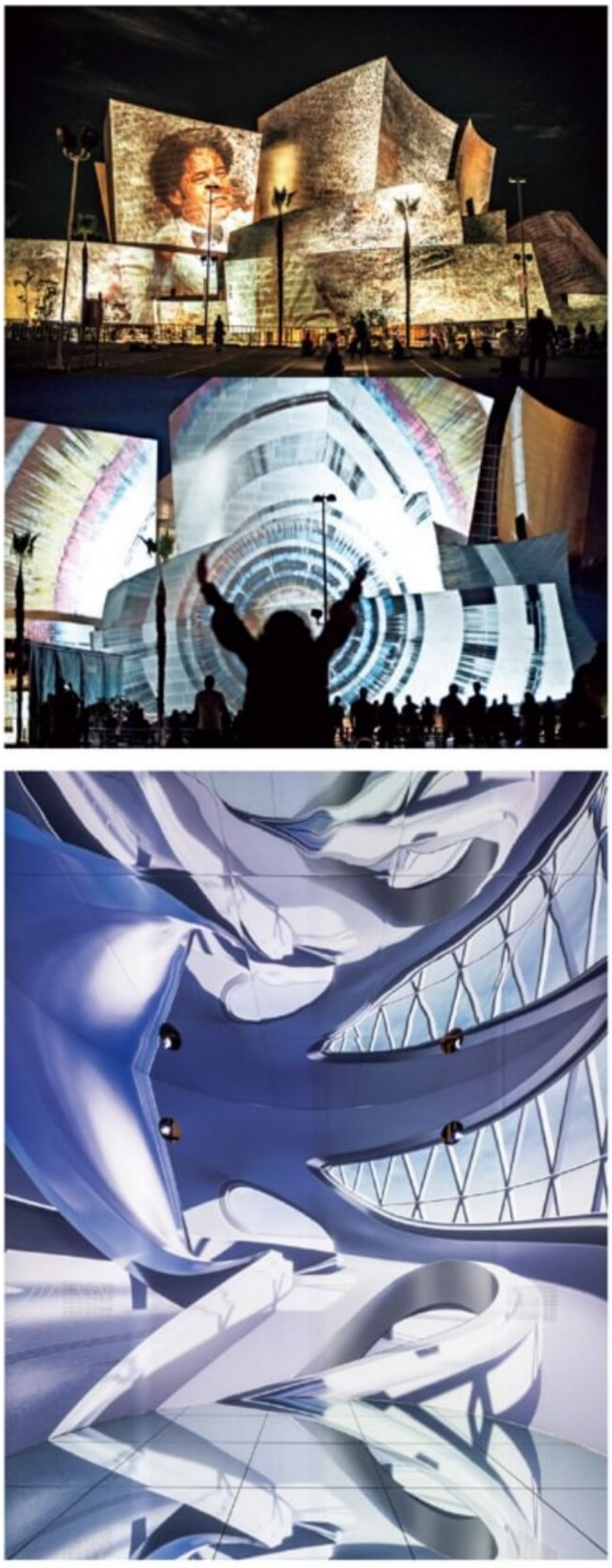
「全スタッフを紹介するのは、映画のエンドロールのようなもの。長年働く彼らへのリスペクトです。私の役目は、総合指揮者としての映画監督のようなものです」。

またAI＆アーキテクチャーと名乗る通り、スタジオでは3D の建築モデルの制作など空間を造形する仕事が絶え間なく続く。彼の作品にアントニオ·ガウディ、フランク·ゲーリー、ザハ·ハディド、SANAAといった有名建築家の名前が連なるのは、彼らの建築と作品をリンクさせているからだ。

「建築はコンクリートやスチール、ガラスといった物質的なマテリアルを超えなければいけない。ライティング、データ、AIが新たな建築のマテリアルとして、その表層に新たなシェイプをつくっていくと考えます」。

ザハ·ハディド事務所と協働した「メタバースへの建築」(2022年)は、生成AI「ダリ」を世界で初めて建築に使用した記念すべきプロジェクトだった。

9月に新たな作品発表が予定されるアナドール。彼のスタジオには22人のスタッフがいるというが、AIという同僚を含めると正確には23人かもしれない。私たちのすぐそばにAIが同僚としてやって来る日も意外に近いように感じられる。



上：2018年～19年の「WDCH Dreams」では、敬愛するフランク・ゲーリーが設計した「ウォルト・ディズニー・コンサート・ホール」の外壁にロサンゼルス・フィルハーモニックの100年の歴史アーカイブをマッピング。
Top: *WDCH Dreams* (2018–2019) mapped the 100-year historical archive of the Los Angeles Philharmonic on the exterior of the Walt Disney Concert Hall, designed by acclaimed architect Frank Gehry.

下：2022年ロックダウンの最中、ソウルのDDPデザインミュージアムで開催された展示「メタバースへの建築」では、ザハ・ハディド・アーキテクツ（ZHA）を率いるパトリック・シューマッハからZHAの全アーカイブをデータとして用いるよう依頼された。
Bottom: For the *Architecting the Metaverse* exhibition held during lockdown at the DDP Design Museum in Seoul, Patrik Schumacher, the principal of Zaha Hadid Architects (ZHA), was asked for their entire archive to be used as data.

Photo by Kyungsub Shin

This series will dig deeper into the leading designers, architects, artists, and scientists whose pioneering work is breaking new ground. In this first installment, we place the spotlight on Refik Anadol, renowned for his revolutionary digital installations utilizing AI. Well known for his large-scale installations using building exteriors as canvases and popular TED talks that have over a million views, what is the AI he envisions?

From Large Language Model to Large Natural Model

First, an introduction to Refik Anadol's work. He participated in the *DXP (Digital Transformation Planet): Towards the Next Interface* exhibition, which started in October 2023 at the 21st Century Museum of Contemporary Art, Kanazawa. The work uses data recorded from the human brain and, with a unique algorithm, transforms it into a digital sculpture. In February of this year, he also opened the solo exhibition *Echoes of the Earth: Living Archive* at London's Serpentine Galleries. Here, an eye-catching display of fauna, fungi, and flora was presented. Just as the plants completely covering the walls and ceiling seem to slowly cluster together, they suddenly scatter and transform into moving scenes like rainforests and corals, drastically changing the space as if hallucinating. The almost 5 billion images of corals on the Internet were fed to generative AI (Stable Diffusion) to produce the coral images, including ones that do not actually exist.

This was reminiscent of the studios' 2019 *Machine Hallucination—NYC* exhibition, which was created by using AI to gather the roughly 113 million photos of New York uploaded through SNS. However, these five years have undoubtedly presented significant changes to AI and Anadol.

"Although the advancements made in generative AI have been tremendous, the development of Large Language Models (LLMs) in 2022 has been especially important. Not only has processing data through text input created a more versatile AI, but it has also turned it into something more familiar and 'human.' At the same time, I was struck by the preciousness of nature in this non-human-centered world. Last year, we launched the Large Nature Model (LNM), and the outcome was *Echoes of the Earth*."

Through LNM, Anadol aims to gain a better understanding of Earth's ecosystems and reestablish the connection between society and the natural world. The subtitle, *Living Archive*, points to LNM's extensive collection of open data from large repositories like Google, the United States's Smithsonian Institution, and the United Kingdom's Natural History Museum.

AI as a collaborator

You would assume that only a select group of enthusiasts would enjoy an AI-assisted digital installation, but the *Echoes of the Earth: Living Archive* venue brimmed with a diverse audience. From young people to elderly couples, even stroller-pushing mothers and their children were transfixed by the display.

"Good art connects people. Even now, art world is extremely bias. Since machines became part of our lives, the art world has already changedI."

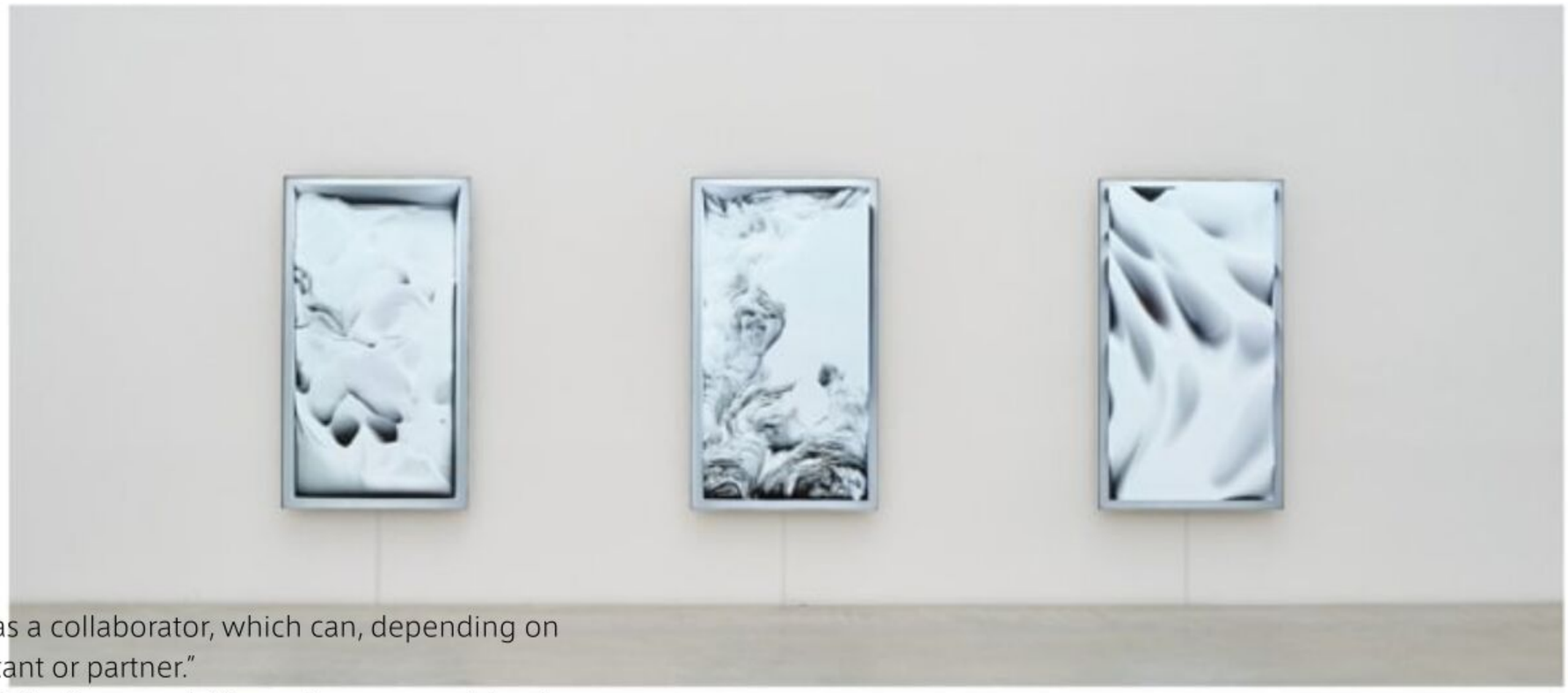
"I use data as a pigment and paint with a thinking brush that is assisted by artificial intelligence," is a famous line from Anadol's 2020 TED talk. *Unsupervised* (2022), held at the Museum of Modern Art (MoMA) in New York, is a work that truly manifested these words.

"What would a machine dream about after seeing MoMA's extensive collection?" Anadol's response was to, with the power of AI, draw a vast dream on the wall.

Although dreams might imply memory, this work entertained spectators by transforming the lava-like masses depending on the surrounding sounds, the color of visitors' outfits, and even the weather on the day.

Although some argue that generative AI has not yet reached the level where it can support the practice of design, Anadol's outlook is positive.

"AI is certainly a powerful tool, but it will never change the human function. In the end, it is nothing but an extension of the human mind and our creativity. Therefore, it feels right to consider AI a single being. I



「溶ける記憶（Melting Memories）」の初披露は2018年のイスタンブールだが、昨年、金沢21世紀美術館で開催されたデジタルアートのグループ展「DXP ー次のインターフェースへ」でも展示された。
Melting Memories was first introduced in Istanbul, 2018, but was also integrated in last year's *DXP (Digital Transformation Planet): Towards the Next Interface* group exhibition at the 21st Century Museum of Contemporary Art, Kanazawa.
Photo by Kenji Morita

believe it is better to treat it as a collaborator, which can, depending on the person, become an assistant or partner."

Indeed, if we were to think of AI as a staff member, we would only need to cover for it if it were to make the odd mistake.

What is ethical AI?

Still lecturing at his old university, UCLA's Department of Design Media Arts, Anadol's classes seem to be quite popular among students.

"For ten years, I've been guiding students on how to utilize AI as a safe tool while also cultivating critical reasoning and questioning."

With his experience, what does he consider to be ethical AI?

"Data is the foundation of AI, while knowledge and memory are its core context, yet many people often mix them up. There are two layers to consider: where the data came from; and how the AI will be used. We collect our own data and train our own model. Making personal AI is not far away. We are not responsible for action but are responsible for reaction."

One of his signature works, *Melting Memories* (2018), is rooted in his thoughts for his uncle, who is suffering from memory loss due to Alzheimer's disease, as well as his respect for science. On the other hand, a new business using generative AI to revive the deceased has appeared in China, triggering a debate over whether it gives emotional salvation or is disrespectful to the dead.

"There is a scene in one of my favorite movies, Blade Runner, where an android asks, 'Are these someone else's memories, or are they mine?' In this era of AI, it is extremely difficult to determine whether reconstructing past memories is real or creative, good or bad."

A new architecture as envisioned by an AI lab

Every staff member's name and position are always indicated on the works exhibited by Refik Anadol Studio AI and Architecture. At his studio in Los Angeles, mixed among the AI and digital-related staff, you will find sensor and robotics experts, architects, and even neuroscientists.

"Introducing every staff member is similar to the end roll of a movie. It is showing respect to them, whom I have worked with for many years. My role is that of a general conductor, like a film director."

The studio is also, as *AI and Architecture* would suggest, always working on architectural 3D and other spatial modeling. The reason famous architects such as Antoni Gaudi, Frank Gehry, Zaha Hadid, and SANAA have been connected to his work is because he links to their buildings and works.

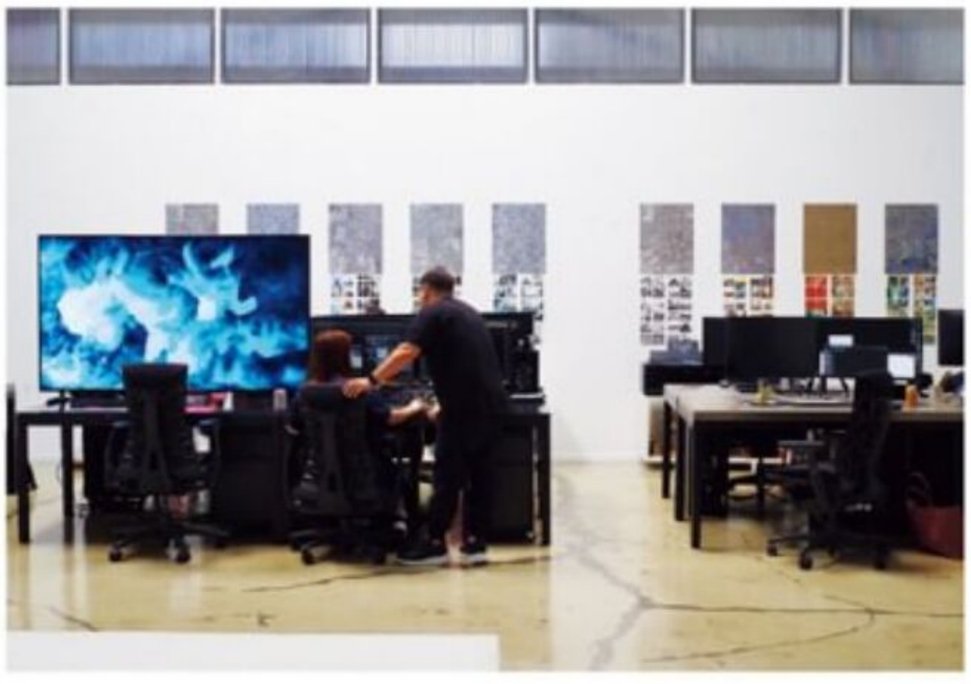
"Architecture must be more than physical materials like concrete, steel, and glass. I think that lighting, data, and AI will become new architectural materials, giving surfaces new shapes."

Architecting the Metaverse (2022), a collaboration with Zaha Hadid Architects, was a landmark project that saw the world's first application of OpenAI Dall-E2 in architecture.

Anadol plans to introduce his new work in September. His studio has 22 staff members, but if he counts his coworker AI, it would be more suitable to say 23. The day that our AI colleague will be right by our side feels unexpectedly close.



レフィーク・アナドール／1985年トルコ生まれ。イスタンブールのビルギ大学でファインアートの修士取得後、渡米。UCLAのデザイン・メディア・アーツでも修士を取得。フランク・ゲーリー設計のウォルト・ディズニー・コンサート・ホールと、アントニオ・ガウディのカサ・バトリョでの外壁を用いたイマーシブな作品は有名。2021年ヴェネチア・ビエンナーレ国際建築展にも参加。
Refik Anadol was born in 1985, Turkey. He completed an MFA in Fain Arts at Bilgi University, Istanbul, after which he moved to the U.S.A. and received a second MFA in Design and Media Arts at UCLA. Famous works include his immersive digital installations using the exteriors of the Walt Disney Concert Hall designed by Frank Gehry and Antoni Gaudi's Casa Batlló. Participant of the 2021 Venice Architecture Biennale.
Photo by Serge Hoeltschi



レフィーク・アナドールのスタジオは、ロサンゼルス川に面したフロッグタウンという地域の巨大な元倉庫を改装している。彼は、ここをAIラボもしくはデータのアトリエと呼び、作品の調光を計測するために暗室が必要だと言う。
Refik Anadol's studio is located in a large remodeled warehouse facing the Los Angeles River in the neighborhood of Frogtown. He refers to it as an "AI laboratory" or "data atelier," needing a darkroom to measure the variable light of their works.
Photo by Kyle Raymond Fitzpatrick

Two Yamahas,
変わりゆくもの

YAMAHA

この広告はヤマハ(株)とヤマハ発動機(株)が交互に“Two Yamahas, One Passion”というスローガンに相応しい広告表現を行う試みで、2024年度も「Life」というテーマで制作します。

One Passion

変わらないもの。



Creator's Message JA EN

YAMAHA

AFRICAN PRACTITIONERS

アフリカの実践者たち

文／ナカタマキ
Text by Maki Nakata

VOL.01



Bubu Ogisi

Fibre Artist, Creative Director of IAMISIGO
ブブ・オギシ　ファイバー作家、ブランドディレクター



今、世界の現代アートやデザイン業界において
アフリカが注目を集めている。
これまで欧米主導で構築されてきた
考え方において、アフリカの創造性や
課題解決の手法が見落とされてきたからだ。
ここで留意すべきは、見直されるべきものは
ステレオタイプ的な「アフリカらしさ」ではなく、
アフリカ系の人々が伝える
多様な物語であるということだろう。
本連載では、課題解決に挑むアフリカの
実践者たちの視点を伝えることによって、
アフリカデザインの理解を深め、その複雑さに迫る。
連載第1回では、ナイジェリア、ケニア、ガーナ、
コートジボワールなどに制作拠点を持ち、
各地に根差した素材と職人の技術を用いて
唯一無二の作品をつくり出すナイジェリア人
デザイナー、ブブ・オギシのデザイン手法を紐解く。

The contemporary art and design world is
increasingly recognizing Africa,
which has historically been overlooked in
the Eurocentric art and design discourses.
It is important to break away from stereotypes of
“Africanness” but to present diverse
African narratives.
This series deepens understanding of
African design by featuring African
practitioners to showcase the complexity and
richness of creativity found in the continent.
Our inaugural article
features the unique design approach of
Nigerian designer Bubu Ogisi, who creates
one-of-a-kind pieces incorporating local
materials and artisanal techniques from Nigeria,
Kenya, Ghana, Côte d’Ivoire and beyond.

ローカルな思想、素材、つくり手が生み出す価値

オギシのデザインは、アフリカ各地の土着的な素材の調査から始まる。木の皮を剥がし、長時間かけて叩いて伸ばして柔らかくすることでつくられるバーククロスという布や、テキーラの原料として知られる多肉植物のアガベから収穫されるサイザル繊維。オギシはさまざまな素材を探し出し、生産者や職人からその加工方法を学び、彼らと協業してデザインに展開していく。さらにプラスチック、真鍮、ガラスなど無機的な素材も取り入れることで独自の世界観をつくり出し、オギシが手がけるファッションブランド「IAMISIGO（アイアムイシゴ）」は世界のファンを虜にしている。世界的なファッションモデルであるナオミ・キャンベルがまとい、ロンドンのヴィクトリア＆アルバート博物館の展示品としても選ばれた彼女の作品は、服というよりは「着られるアート」と表現したほうがしっくりくる。

毎年約15カ国を訪問して素材や技術の調査をするオギシ。そこから得たアイデアを元に、神、魔術、儀式などスピリチュアルな要素を持った世界観を構築するというのが彼女のデザイン手法だ。彼女にとって、移動し続けるノマドであること自体が「しごと」である。さまざまな場所や人からインスピレーションを受け、自分の感性と融合させることで爆発的なエネルギーを生み出し、服やインスタレーション、ビジュアル表現に落とし込むのが得意技。

昨年、アメリカのランジェリーブランド、ヴィクトリアズ・シークレットからの依頼で、すべてが一点物の限定コレクションを手がけた。モデルをアフリカの女神に見立て、真鍮板のアクセサリー部品を組み合わせた鎧のようなドレス、特注のガラスの輪を800ピースつなぎ合わせたミニドレス、2,000匹の蚕を育てて完成させた絹糸のドレス、手染めと手織りで仕上げたサイザル繊維のローブなどを展開。これまで自身のブランドで手がけてきた手法の集大成だとオギシは言う。

昔から使われてきた素材や手づくりにこだわった服を展開するIAMISIGOは、サステナブルなファッションブランドとしても知られているが、彼女自身は「サステナビリティについて質問されることが嫌いだ」と述べる。サステナビリティは今に始まった特別なことではなく、「私たちアフリカ人の生活の一部に普通に存在してきたもの」とオギシ。それはデザインの文脈においては、消費型社会に惑わされずに、風土や文化など自分の周りにあるものをしっかり理解し、程よい量だけつくるプロセスを意味する。

「私たちアフリカ人は、新しいものに飛びつかず、呪術的なものを理解し続けながら、ゆっくりとしたペースの生活を保っている」とオギシ。そこには、急速に経済開発が進むことによって失われてしまう伝統や土着の呪術を存続させていきたいという想いが見え隠れする。だからこそ、彼女は伝統的なヒーリングや儀式で使われてきた繊維素材を研究し、コレクションを通じて霊的なテーマを発信し続けている。素材へのこだわりから生まれるアプローチやプロセスそのものが、オギシのデザイン手法。それはアフリカ大陸の伝統文化の存続につながるアプローチであるとともに、スローファッションの具現化でもある。

2020AWコレクションの3-in-1シャツドレスは、3枚のシャツを組み合わせてつくられた立体的な造形が特徴。コンゴのサプールという着飾った装いが特徴的なサブカルチャーにインスパイアされた色使いとフォルムは、反体制的な抵抗の象徴であり、植民地支配者が奴隷に衣服を補償したという歴史的な物語に呼応する。
The 2020AW collection's 3-in-1 shirt dress features a three-dimensional form created by combining three shirts. Inspired by the Congolese subculture of Sapeurs, known for their elaborate dress, the color and form symbolize anti-establishment resistance and echo the historical narrative of colonial rulers providing clothing to slaves.

規定されることに抗う、ボーダレスなデザイン

オギシのデザインと創造性のキーワードのひとつが「デコロナイゼーション（decolonization）」。この単語は通常「脱植民地化」と翻訳され、アフリカの現在や未来を語るうえで欧州列強による植民地化とアフリカ分割の歴史は無視できないわけだが、彼女が意図するこの言葉はもう少し広い意味を持つ。「デコロナイゼーションされたデザインとは、自分たちの文化を語ることからさえも解放されることだ」とオギシ。アフリカ系のクリエイターには、外から見たアフリカらしさを勝手に求められてきた過去がある。だからこそ文化そのもののしがらみからも解放され、自分たちのナラティブを取り戻したいということなのだろう。

一方、これは私たち誰もが持つ「こうあるべき」というしがらみを解放する姿勢でもある。植民地化を象徴的に表すものが国境であるとすれば、それを取り払うという考えが、オギシのデコロナイゼーションの本質であり、ノマディックなデザイナーである彼女は、まさにこのボーダレスな思想の実践者であると言える。

パリのモード専門学校でファッションを学んだオギシ。しかしながら、ファッションデザインの鉄則にとらわれずに、素材や職人の可能性を最大限に引き出して新しいやり方を探求するというのが彼女のやり方だ。仕上げ縫製をしない「そのまま」の姿を生かすことも、ときには職人の作業上のミスをデザインの一部として取り入れることも、意図的に行っているという。ある種のスタンダードから解放されることは、不完全なものに美しさを見出すという美的感覚でもあり、その感覚が日本の「わび・さび」の感性に似ているとオギシ。素材や自然の力を引き出し、ある意味「デザインしない」もしくは「やりすぎない」という引き算的な感性は、日本的な感性と呼応する部分があるのかもしれない。

アニミズム的な思想を重んじ、素材を通じて文化を継承する

「私たちは皆、物理的なものである以前に、霊的なものとして存在する」とオギシ。アニミズム的な考え方は、彼女の素材選びへのこだわりに影響を与えている。「物理的な世界と目に見えない世界を結びつけるために、素材が特有の〝言葉〟や〝魂〟を持っていることがひじょうに重要」。彼女が意味する〝言葉〟と〝魂〟は、物語やルーツに置き換えることができる。

例えば天然繊維のラフィアは、服飾だけでなく建築や空間デザイン、さらに治療薬やジンの原料として使われてきた歴史がある。テキーラの原料であるサイザル繊維も、西アフリカの建築や東アフリカの空間装飾などに使われてきた。これらの繊維は、農作物の豊穣や災いの終焉に関連した儀式的なパフォーマンスの衣装やアクセサリーとしても用いられてきた。地域や時代によって使われ方は変化するが、多様な役割を担ってきた素材の歴史を尊重したいというのがオギシの考えだ。ラフィアやサイザル繊維、バーククロス、あるいは手織りの布など大量生産できないクラフト素材にこだわる理由は、そこにある。

ブブ・オギシのデザインとは、アフリカの地域資源や職人技の可能性を探求し、単なるファッションの枠組みを超え、目に見えない存在を具現化するツールとして衣服やインスタレーション表現に落とし込むこと。彼女は儀式的な表現を通じて、自らのクリエイティビティを解放するとともに、オーディエンスをスピリチュアルな世界へと誘う。オギシのデザインは、目に見えない特別な世界への入り口をつくり、私たちの価値観を拡張させる力を持っているのだ。



2023SS「セレスティアル・ビーイング」コレクションは、ガラスとサイザル繊維を用いて魔術について考察。本来、魔術は社会構造の重要な一部であったが、植民地時代の反呪術政策により犯罪とみなされるようになった。
The 2023SS "Celestial Being" collection explores the concept of magic using glass and sisal. In traditional African societies, magic was a crucial part of social structure, but was criminalized during the colonial era.

Blending indigenous ideas, materials and techniques

Ogisi's design process begins with researching indigenous materials across Africa, such as bark cloth and sisal fibers. She uncovers local materials and techniques then engages with artisans to develop her designs. Incorporating materials like plastic, brass, and glass, she creates a unique visual expression, captivating global fans of her brand IAMISIGO. Her pieces, worn by supermodel Naomi Campbell and displayed at the Victoria & Albert Museum in London, are better described as wearable art than mere clothing.

Ogisi makes trips to about 15 countries annually to research materials and techniques. Using the inspiration she gathers, she creates her magical world imbued with spiritual elements like gods, magic, and rituals. Her nomadic lifestyle itself is part of her work, turning inspirations from various places and people into artistic expressions from clothing and installations to visual arts. Last year, she crafted a limited collection for Victoria's Secret, featuring armor-like dresses made of brass parts, delicate yet heavy mini dresses from custom glass rings, and silk dresses crafted from hand-reared silkworms, exemplifying her signature styles that she has presented in the past decade through her own brand.

IAMISIGO is known as a sustainable fashion brand, focusing on handmade, traditional materials. Ogisi, however, doesn't really enjoy being asked about sustainability, viewing it not as a special new concept but as an inherent part of African lifestyle and values. "It's something that's always been part of our lives," she says. For her, sustainability is just a way of being consistent, creating just the right amount without being swayed by consumerism, fully aware of one's environment and culture.

"We're slow to adhere to any new technologies; we're still trying to also process our own magical systems and ideas," Ogisi says. She hopes to preserve traditions and indigenous mysticism that might be lost due to rapid industrialization. This is reflected in her own creative process; she studies textile materials used in traditional healing and rituals while continues to express spiritual themes through her collections. Ogisi's approach and process not only contributes to the preservation of traditional African culture but also embodies the concept of slow fashion.

Decolonization means embracing borderless design

One of the key concepts in Ogisi's design and creativity is "decolonization." While it is impossible to ignore the history of European colonization of Africa when discussing the continent's present and future, the way she intends this word carries a broader meaning. "Decolonized design is about creating something without even speaking about our culture," says Ogisi. African creators have been burdened with external expectations to express a certain Africanness. It is about being liberated and reclaiming one's narrative without being constrained by external expectations of who they should be or how they should act.

In this sense, the mindset of decolonization is relevant to everyone. If borders symbolize colonization, then the idea of removing them is the essence of Ogisi's decolonization. As a nomadic designer, she is indeed a practitioner of this borderless philosophy.

Ogisi studied fashion at a prestigious Parisian school but breaks away from conventional fashion design rules, instead maximizing the potential of local materials and artisans. She intentionally incorporates "rawness," such as unfinished aspects or even artisans' mistakes into her designs, finding beauty in imperfection. Ogisi thinks that this approach resonates with the Japanese aesthetic of wabi-sabi, emphasizing subtraction and the natural power of materials while avoiding overdesign.

Preserving culture through materials and spirituality

"We all exist within the spirit well before appearing in this physical realm." For Ogisi, materials must have own "spirits" and "languages" to connect the physical and spiritual worlds. This philosophy drives her use of locally available natural materials like bark cloth, sisal, raffia, and handwoven fabrics.

Raffia, for instance, has been used in fashion, architecture, space design, and as a medicinal ingredient. It is also the raw material for palm wine and a gin known as ogokoro in Nigeria. The fiber from agave sisalana which is converted to Tequila has been used for housing structures in West Africa and some homeware and accessories in East Africa. These have been used for the costumes and accessories in the masquerade performances for the fertility of crops or the end of scourge. Although the use of materials changes with times and context, Ogisi believes that each material has a story and spirit that has been passed down through the generations.

Bubu Ogisi's African design transcends fashion, exploring local resources and craftsmanship, embodying spirituality through clothing and installations. Her work invites audiences into a spiritual realm, creating gateways to special worlds and expanding our perspectives and values through her creative expression.

1 2021SS「ランド・オブ・ゴッド」コレクションは、神性という概念を通して、人間が人間を超えた存在であることを考察。ものづくりを祈りの動作と結びつけ、服が霊界とのコミュニケーション手段となることを示している。
The 2021SS "Land of Gods" collection contemplates the concept of divinity, considering that we are beings beyond mere humans. It connects the act of creation with prayer, showing how clothing can serve as a means of communication with the spiritual realm.

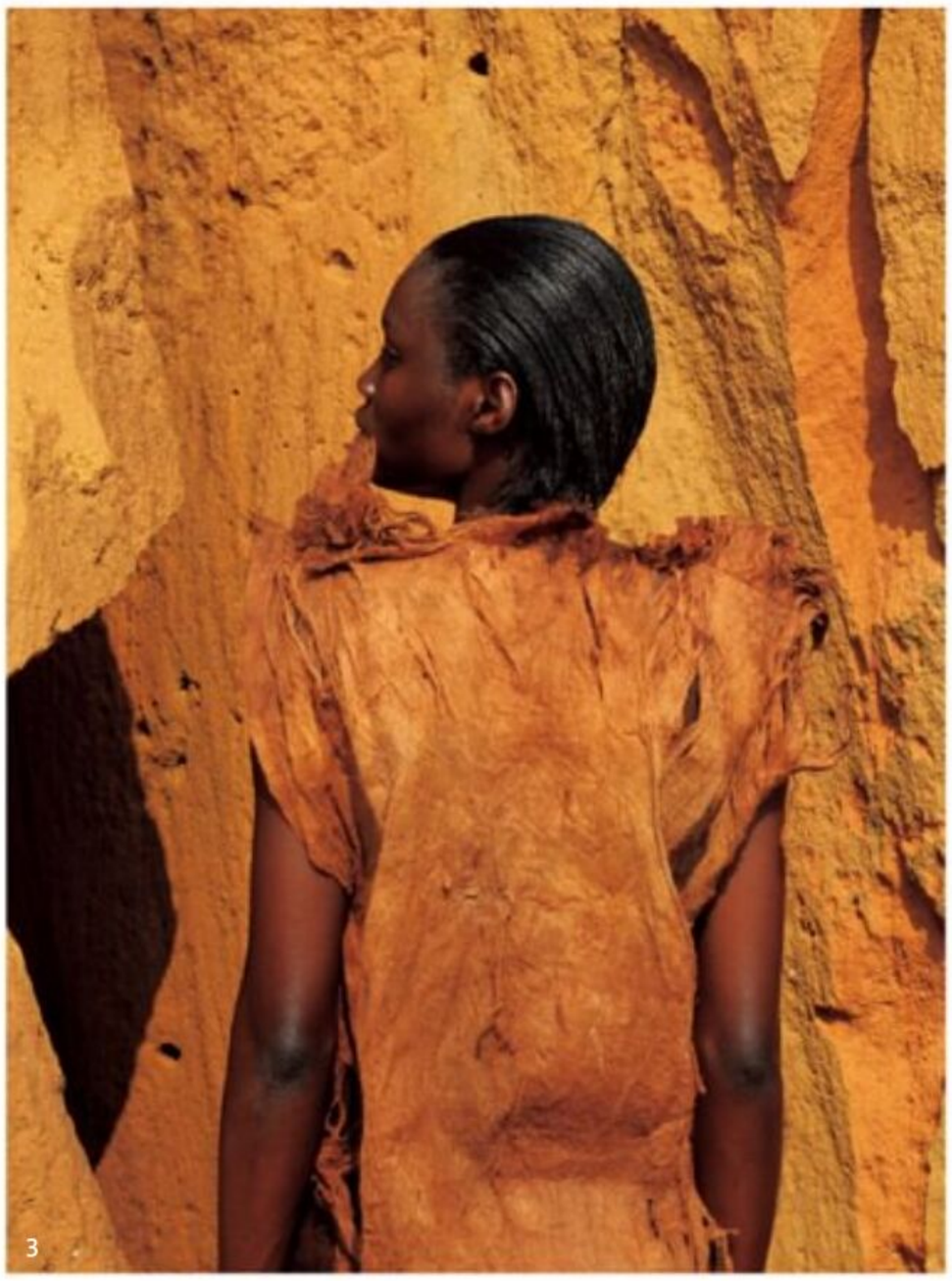
2 2022SSの「グリーン・ウォーター、ブルー・フォレスト」コレクションでは、最古の繊維素材のひとつである麻にプラスチックを組み合わせることで、自然界と人工物の融合を試みた。
In the 2022SS "Green Water, Blue Forest" collection, Ogisi experimented with combining one of the oldest fibers, hemp with plastic, attempting to merge the natural and artificial worlds.

3 2020SS「SHE: シュプリーム・ハイアー・エンティティ」コレクションは、世界のファッション廃棄物がアフリカの人々や生態系に影響を及ぼしている問題を探求。ウガンダのバーククロスは、ムトゥバという木から採取される地球上最も持続可能な繊維のひとつ。
The 2020SS SHE "Supreme Higher Entity" collection explores the impact of sustainability and waste issues on people and ecosystems in Africa, a dumping ground of the world's fashion waste. The Ugandan bark cloth used is one of the most sustainable fibers, harvested from the Mutuba tree.

4 2020AWの「チェイシング・イーヴィル」コレクションでは、ファッションを通して植民地支配による搾取やトラウマを伝えるため、オギシ自身がコンゴのコミュニティに滞在して戦争被害者と対話。彼らにとって着飾ることは、身を守るためのものであり、本質的には呪物的なものであるという解説がある。
In the 2020AW "Chasing Evil" collection, Ogisi engaged in dialogue with war victims and communicated the stories of post-colonial exploitation and post-war trauma in Congo and other parts of Africa through fashion. Dressing up is an act or form of a protection and in essence a fetish.


1


2


3


4

ブブ・オギシ／ファイバー・アーティスト、IAMISIGO（アイアムイシゴ）クリエイティブ・ディレクター。ナイジェリアのラゴスで生まれ、エスモード・パリでファッションを学ぶ。古代と現代の素材を融合させたウェアラブルアートやインスタレーションを通じて、スピリチュアリティやジェンダーといったテーマを掘り下げ、ボーダレスな発想で脱植民地化と心の解放を目指す。現在はラゴス、アクラ、アビジャン、ナイロビを拠点に活動する。

Bubu Ogisi, a fibre artist and the Creative Director of I.AM.ISIGO, blends ancient and contemporary materials in her wearable art and space installations to explore themes such as spirituality and gender. By using local materials and collaborating with artisans in remote African communities, she aims to challenge Eurocentric norms and foster decolonization of the mind. Born in Lagos, Nigeria, and educated at ESMOD in Paris, she works across Lagos, Accra, Abidjan, and Nairobi.

©Brenden



DDPから発信する デザイン首都ソウルのブランディング戦略

Branding strategy for Seoul, the design capital of Korea that centers around DDP

文／ユ·ソンジュ
Text by Yoo Seoung-joo

編集／井上倫子
Edited by Michiko Inoue

K-POPをはじめとするエンターテインメントを筆頭に、世界から注目されている韓国カルチャー。今や食品から化粧品まで、さまざまな製品がコンビニに並ぶほど韓国のデザインは身近な存在になった。しかし隣国でありながら、その背景や最新の動向はあまり知られていない。韓国のデザイン事情を、ジャーナリストのユ·ソンジュが紐解く。

Korean culture, led by K-POP and other forms of entertainment, has gained global popularity. As evidenced by various products ranging from food to cosmetics lining the shelves of convenience stores, Korean design holds a much greater presence than ever before. And yet, despite being a neighboring country, the background and latest developments in Korean design are unfamiliar to many of us. Journalist Yoo Seoung-joo embarks on a journey to unveil the captivating world of Korean design.

©Seoul Metropolitan Government







ソウルのブランドアイデンティティを担当したクリエイティブグループ、ブレンデン。新スローガンは市民の暮らしに自然と溶け込んでいる。
Brenden designed Seoul's city brand identity. A new slogan that seamlessly integrates into the lives of people throughout the city.

韓国デザインブームの原点、DDP

K-POP、映画、食、美容など、韓国の文化コンテンツの世界的な広がりが、韓国のデザインへの関心とその影響力にも波及効果をもたらしている。都市デザインにおける先進性、文化遺産、創造性が評価され、2010年に世界デザイン首都およびユネスコ·デザインクリエイティブ·シティに指定されたソウルは、10年以上経った現在も革新と創造の拠点として発展し続けている。

ソウルは、1980年代の急速な経済発展と社会変化を経て、2000年代になるとデザイン主導の開発の波を経験した。2007年には、ソウル特別市庁にデザインソウル本部を設立し、デザインへの強い関心を示した。その2年後、デザイン産業の競争力向上とデザイン文化の普及を目的としたソウルデザイン財団が発足。また14年には、複合文化施設である東大門デザインプラザ(以下、DDP)が街の中心部にオープンしたことで、デザインが市民にとってさらに身近なものとなった。

元デザインソウル総括本部長で、現在はソウルデザイン財団のCEOを務めるイ·ギョンドンは、DDPの設立が韓国のデザインブームの火付け役になったと話す。「DDPは韓国のデザイン史に大変革をもたらしました」。クリエイティブ産業の軸として、展覧会、アートフェア、ファッションショー、フォーラムなどのさまざまな企画や、故アレッサンドロ·メンディーニや映画監督のティム·バートンといった海外著名人の展覧会が開催されているほか、今年10月に世界の注目を集めるデザインの祭典「ソウルデザイン2024」も、DDPを中心に開催される予定だ。こうした取り組みにより、DDPはアジアを代表するMICEのハブとしての地位を築き上げた。

DDPの建物は、故ザハ·ハディドによってデザインされ、最小限の柱と45,133枚のアルミパネルに覆われたカンチレバー構造による躍動感あふれた有機的なフォルムが特徴的で「世界最大のカンヴァス」とも呼ばれる。見惚れるようなファサードは、メディアアートショー「ソウルライト」で毎年100万人以上の来場者を魅了している。DXの需要に合わせ、昨年NFTの発行も開始した。外観の素晴らしさに加え、K-デザインファンの心をくすぐるのが、館内にある個性的な商品を取り揃えたDDPデザインストアだ。デザイン性、実用性、革新性、持続可能性を満たす厳選された商品や、DDPの価値観を体現した有名デザイナーとのコラボ商品が並ぶライフスタイル·プラットフォームである。「将来的には幅広い客層に向けた商品展開も考えていますが、現時点では、主に20代から30代の女性のテイストに合ったデザ

©Seoul Design Foundation



©Shin Kyung-sub



昨年冬に開催された幻想的なメディアファサードフェスティバル「ソウルライト」。DDPはMICEの主要拠点であり、デザインハブであり、街のランドマークでもある。
Seoul Light, a mesmerizing media façade show held last winter. DDP is a leading MICE center, design hub, and city landmark.

イナーの商品を選んでいます」と店長は説明する。そして、10周年を迎えた今年、ソウル市の新スローガン「Seoul, My Soul(ソウル、マイソウル)」に因んだ限定コレクションを発表し注目を集めた。

デザイン主導の都市アイデンティティ

市民主体でより良い都市を共創するという意味が込められた新しいスローガン「Seoul, My Soul」について、イ・ギョンドンは「ソウルのポテンシャルと魅力を発信し、最終的にはデザイン都市として世界トップ5入りを目指しています」と話す。政府は、2022年から23年半ばまでの1年間で「ソウルの価値探し」公募展や市民の嗜好調査などを実施し、ビジョン達成に向けて取り組んできた。市開催のブランドデザインの最終コンテストには、国内外から市民、専門家、企業ら約85万人が参加し、ブランド構築に一から携わった。市民投票から選ばれた新スローガン「Seoul, My Soul」は、ソウルらしさを見事に表現している。政府は、この新スローガンを生かすべく、単なるロゴにとどまらない強固な都市アイデンティティ確立の施策を推進する方針だ。

最終選考から選ばれたブレンデンは、iFデザイン賞、レッドドット、IDEA賞などの受賞歴を持つ、ブランドクリエイティブグループだ。ソウルを拠点に、グラフィック、映像、写真、イラスト、プロダクト、空間デザインなど幅広い分野で活躍している。「ソウルの魅力は、市民のライフスタイルとこの街独特の雰囲気にあります。ですからキーワードは『ソウルっ子のハート(Seoulites' Hearts)』。視覚的な美しさに加え、親しみやすく、わかりやすいデザインを意識しました。ロゴにはLove(ハート:人々を結びつける愛があふれる都市)、Inspire(感嘆符:感動があふれる都市)、Fun(スマイル:歓びがあふれる都市)を象徴するピクトグラムを用い、外国人にもわかりやすいデザインにしました。既存のイメージカラーにピンク、イエロー、ブルー、グリーンの4色を加え、ソウルの活気ある文化体験を視覚的に表現しました」とブレンデンはコメント。さらに、モーショングラフィックや3Dアセットをデザインに活用するシステムを構築し、SNSや動画、さまざまなメディア形式に対応している。

デザインを通じて体系的に都市と国の競争力を高める一方で、IT先進国として人工知能時代も見据えている。ソウルデザイン財団は昨年、デザイン、文化、技術、経営、学術、スタートアップなどの専門家らと「AI時代に向けての戦略」についてのセッションを開催し、その内容をデザイントレンドレポートとして出版している。ソウルを中心に韓国のデザインは、多様な文化と革新的テクノロジーを融合しながら今後も進化を続けていくだろう。

DDP: the spearhead of the Korean design renaissance

The global prominence of Korean cultural content including K-pop, movies, food, and beauty has fueled a corresponding growth in interest and influence of Korean design. However, Seoul, the capital of South Korea, was already recognized for its impressive leadership in urban design, abundant cultural heritage, and creative potential, having been designated as the first World Design Capital and UNESCO City of Design in 2010. More than a decade on, the city continues to be a hub of innovation and creative evolution.

Following Korea's significant economic growth and social changes in the 1980s, Seoul witnessed a wave of design-driven urban development in the 2000s. In a move that solidified its commitment to design, Seoul integrated design principles into its urban governance by establishing the Design Seoul Headquarters under the Seoul Metropolitan Government in 2007. Two years later, the Seoul Design Foundation was founded to enhance the competitiveness of the city's design industry and foster the dissemination of design culture. Highlighting this focus on public engagement, Dongdaemun Design Plaza (DDP), a multifaceted cultural complex, opened in the heart of Seoul in 2014, further democratizing access to design for the public.

In response to a query regarding the shift in public perception of design, Rhee Kyungdon, former design planning officer at Design Seoul Headquarters and current CEO of Seoul Design Foundation, attributes Korea's design renaissance in part to the establishment of DDP. He states, "It catalyzed such a transformation that many experts see Korean design congnition as divided into two eras: before and after DDP. As a pivot for the creative industry, DDP has curated multiple programs including exhibitions, art fairs, fashion shows, and

©Seoul Design Foundation



暮らしのなかに小さな幸せを添えてくれる「ソウルブランドグラス」。
Seoul Brand Glass, a touch of happiness for everyday life.

©Seoul Design Foundation



上：「Love」「Inspire」「Fun」を表すピクトグラムが描かれたソウルブランドの文房具セット。下：手軽に甘いダルゴナ（型抜き菓子）がつくれるダルゴナキット。
Top: Seoul Brand Stationery Set reflecting symbolic pictograms for Love, Inspire, and Fun. Bottom: Dalgona Kit allows anyone to make and enjoy sweet dalgona easily.

©Seoul Design Foundation



親しみやすい見た目で幸せを運ぶ、ソウルの新たなマスコットキャラクター「ヘチ」。
Seoul's new mascot, Haechi, embodies a friendly appearance and symbolizes good fortune.

©Lee Je-min



若手の実力派デザイナーによるコラボレーション展「Refill Station by Nongshim」。
Refill Station by Nongshim is a collaborative exhibition featuring talented young designers.

forums, attracting world-renowned figures like design legend, the late Alessandro Mendini, and filmmaker, Tim Burton. Building on this momentum, the upcoming 'Seoul Design 2024' is poised for a transformation, becoming a DDP-centered design festival that will attract global attention in October. Through its continuous efforts, DDP has not only become a landmark but also established itself as a leading MICE—an acronym for Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions—center in Asia.

Nicknamed "the world's largest canvas," DDP was designed by the late Zaha Hadid, which boasts a vibrant, organic form with its column-less cantilever structure clad in a staggering 45,133 aluminum panels. This captivating façade attracts over one million visitors annually to the large-scale media art show "Seoul Light." Recognizing the growing importance of digital experiences, DDP began issuing NFTs last year. Beyond its stunning exterior, DDP offers a unique shopping experience at the DDP Design Store, a haven for K-design enthusiasts. This curated lifestyle platform showcases meticulously selected consignment products based on strict criteria like design excellence, usability, innovation, and sustainability, and self-produced collections that embody DDP's unique values through collaborations with prominent designers as well. "While we plan to expand our target audience in the future, we currently focus on women in their 20s and 30s. So that we select designers who understand their tastes and preferences," explains the store manager. This year, in celebration of its 10th anniversary, DDP garnered great attention with a limited-edition collection inspired by the Seoul Metropolitan Government's newly launched slogan, "Seoul, My Soul."

Design-driven city identity

Introducing Seoul, My Soul, a new slogan that signifies Seoul as a city that is centered around citizens, where collective citizenship creates a better Seoul, Rhee Kyung-don mentions, "This city brand aims to promote Seoul's potential and charm, ultimately establishing it as a global top-five design city. In pursuit of its vision, the government embarked on a year-long public campaign including a contest called 'Finding the Value of Seoul' and a series of preference surveys from 2022 to mid-2023. The city held a final brand design contest, and around 850,000 domestic and international participants, including citizens, experts, and firms, took part in the entire brand development process. Through this inclusive approach, Seoul, My Soul was ultimately chosen as the brand that best encapsulates the city's extraordinary identity. To establish a robust city brand identity beyond a mere logo, the government will facilitate the creation of an institutional foundation that effectively leverages the new slogan.

Brenden, a Seoul-based brand creative group chosen through an open competition, created a visually striking identity that has been recognized by prestigious design competitions, including the iF Design Award, Red Dot, and International Design Excellence Awards. Brenden, whose expertise spans graphics, video, photography, illustration, product, and space design, says about this project, "The essence of Seoul as a brand lies in the lifestyles and unique moods of its residents. Therefore, we developed a new slogan with the keyword 'Seoulites' Hearts' in mind. Our primary goal was to design a brand identity that transcends visual aesthetics and resonates with people of all ages and backgrounds, promoting a sense of relatability and understanding." Furthermore "The logo incorporates pictograms symbolizing Love (heart: a city of love that brings people together), Inspire (exclamation point: a city of inspiration that offers new experiences), and Fun (smiley face: a city of fun that is full of attractive charms), designed in an alphabet-like form to seamlessly integrate, which are straightforward enough to overcome language barriers. Drawing on Seoul's existing identity, we also developed a palette of four primary colors—pink, yellow, blue, and green—to visually represent the city's vibrant cultural experiences." To cater to applications across social media, video, and various media formats, Brenden also created a dynamic design system that actively utilizes motion graphics and 3D assets. To ensure widespread adoption and use by locals, a Korean logo was designed alongside the English one, and it minimizes visual discrepancies by incorporating similar typographic elements, such as stroke weight and curvature, from the English version.

While increasing the competitiveness of the city and even the country through design more systematically, Korea, a leading IT nation is preparing for the coming era of artificial intelligence. Last year, under the theme "<Our Approach to the AI Era>", the Seoul Design Foundation held a knowledge-sharing session with experts from various fields, including design, culture, technology, management, academia, and startups. The insights gained were then compiled into a design trend report published in the same year. Looking ahead, Seoul, along with K-design, is poised to continue its evolution by embracing the convergence of diverse cultures and innovative technologies.



虫こぶって何？　昆虫×植物が生む多様で奇妙な形の謎を解く

What is a gall? Unraveling the mystery of its diverse and strange forms created by insect x plant

文／藤崎圭一郎
Text by Keiichiro Fujisaki

写真／高橋マナミ
Photos by Manami Takahashi



ケヤキにフシダニがつくった虫こぶ。東北大学 青葉山キャンパスで撮影。同じ種の植物でも、つく虫やダニによって全然違う形の虫こぶができる。
Galls made by *Eriophyidae* on a zelkova tree. Photo taken on the Aobayama Campus. Even on the same species of plant, galls with totally different forms are made depending on the types of insects and mite.

Sci Tech File

#40

葉っぱの表面にブツブツとした異物がついている。茎の一部が妙に膨らんでいる。それは、中に昆虫の幼虫やサナギがいる虫こぶかもしれない。虫こぶとは、昆虫などの寄生生物の影響で形づくられる異型の植物組織のこと。昆虫は何らかの物質を出して植物の遺伝子を発現させて、植物の細胞を操り虫こぶをつくる。はたしてどんな物質が、どんな遺伝子が関わっているのか。虫こぶ形成のメカニズムを探る東北大学大学院 生命科学研究科 助教の別所 - 上原奏子氏にお話をうかがった。

There are some small granular substances on the surface of the leaf. A part of the stalk is swollen. It may be a gall containing the larva or pupa of an insect inside. A plant gall is the deformation of plant tissue caused by a parasite, such as an insect. The insect secrets a certain substance to express plant genes, and controls the plant cells to form the gall. What kind of substances and genes are involved here? We visited Kanako Bessho-Uehara, Assistant Professor at the Graduate School of Life Sciences, Tohoku University, who researches mechanisms involved in the formation of the gall.

昆虫が誘発する異常発達

「これ全部、虫こぶと呼ばれるものです。私はこれを昆虫がつくっているというところに魅力を感じました。この組織自体は植物由来のものなのですが、昆虫が誘導しないと、こんな形にはなりません」と言いながら、東北大学大学院の別所 - 上原奏子助教が取材冒頭に見せてくれたスライドには、毛玉のようなもの、きら星のようなものから、ピンクのイモムシのようなもの、木枝の一部が紡錘形に膨らんだものまでさまざまな虫こぶの写真があった。

「虫こぶはガードレール脇や人家の庭や草むらなどで見つけることができます。みなさんがこの研究室に来るときに通ってこられた、コンビニの横にあるサクラの葉っぱにも虫こぶがありますよ。ちょっと行った先のケヤキの木にも……」と言われて、東京に戻った後に虫こぶ探しをしてみたが、これがなかなか見つからない。

公園に行って上を見たり下を見たり、人家の庭木を不審者と思われないように覗き込みながら、数日探し歩いていると、次第に目が慣れてきた。キイチゴの葉っぱに付いた腫れ物のような虫こぶや、青葉に付いた黒いイボのような虫こぶ、自宅のマンションの庭では、クリの木の葉の付け根に球状のこぶを見つけて、部屋に戻って中を割ってみると透明な幼虫が……クリタマバチがつくったクリメコブズイフシという虫こぶらしい。

虫こぶは、昆虫などの生物が出す分泌物や、場合によっては昆虫にかじられたダメージにより、植物側で細胞分裂の促進、細胞の肥大、崩壊、融合、脱分化などが生じて、組織が異常に発達して葉や茎などに形成される。中では昆虫のタマゴが孵化し幼虫からサナギとなり、成虫になると穴を開けて外へ出ていく。

虫こぶをつくる昆虫で最も種類が多いのはタマバエ、次いでタマバチ、アブラムシ、キジラミなど。虫こぶは虫えいとも呼ばれるが、昆虫だけでなく、ダニ、線虫、さらには細菌や菌類も植物にこぶをつくるので、総称して英語名であるゴール（Gall）という。

未知の因子、ファクターX

別所 - 上原氏は、学部4年から博士課程まで名古屋大学でイネの研究に携わっていた。野生種のイネは、穂先に長い針状の芒をもつ。しかし私たちが食する栽培化されたイネでは芒が消失する。その原因遺伝子を探る研究に取り組んだ。

「イネの研究をしていたときから、植物は形の自由度が大きいということに関心をもつようになりました。ヒトを含む多くの脊椎動物にはボディプランと呼ばれるものがあって、胚発生の段階で形が決まり、生まれたときからずっと手足が4本、頭はひとつです。一方で、植物は双葉だった芽から枝が伸びて花を咲かせるというダイナミックな形態変化がステージによって起きます。また、枝を切っても別のところからまた生えてくるとか、可塑性が高い。栽培化では人為的な選抜によって植物の形態を変化させてきましたが、自然界のなかでもそうやって植物の形を変化させたりするものがあると知り、博士学位をとってから、イネとは別の枠組みで研究してみたいと、虫こぶの研究を始めたんです」。

近年の先行研究で、虫こぶをつくる多くの昆虫が、オーキシンとサイトカイニンという植物の成長にとってひじょうに重要な植物ホルモンを体内でつくっていることが明らかになった。植物がつくる植物ホルモンを昆虫がつくって自分たちのために植物組織を改変しているのだ。しかし、このふたつのホルモンだけだと、虫こぶの形の多様性は説明できないという。サイト



タバコに巻き付く細い糸状ツルが寄生植物のアメリカネナシカズラ。ツルに花が付いている。研究室で栽培しているもの。
The plant with its thin vines winding around the tobacco petiole is the parasitic field dodder (*Cuscuta campestris*). The vine has flowers. It is being grown in the lab.

カイニンとオーキシンを適切な比率で培地の中に入れて、植物組織を培養すると、細胞が脱分化してカルス（未分化細胞の塊）になる。

「ただそのカルスはもこもこと膨らんだ不定形な塊なんです。虫こぶのように多様な形になるには、何か他の因子、言わばファクターXが必要のはずだと考えています。あと、そのほうが面白いな、と（笑）」。

別所-上原氏が今在籍する東北大学の進化ゲノミクス分野・牧野研究室は、先端解析技術を使って遺伝子の発現具合を比較し、進化的アプローチから生物の形質を生み出す分子レベルの機構を解明することを得意にしている（「発現」とは遺伝子が細胞内で特定の機能を果たすために、ゲノムDNAに記録されている遺伝子のスイッチがオンになること）。生体がもつ全遺伝子がどれだけ発現しているか網羅的に計算するトランスクリプトーム解析。遺伝子配列の変異頻度から、進化的に重要な役割を果たしたと推定される遺伝子を絞り込む進化解析。そうした解析技術を駆使して別所-上原氏はファクターXの正体を探っている。

寄生植物に寄生する甲虫

研究に使っているのは、アメリカネナシカズラというツル性の寄生植物と、そこに虫こぶをつくるマダラケシツブゾウムシという甲虫だ。アメリカネナシカズラは光合成をほとんど行わず、葉は退化しており、ほかの植物に絡みつき栄養や水分を奪って生きている。マダラケシツブゾウムシはその寄生植物にさらに寄生する。体長2～3mmで、アメリカネナシカズラの節に産卵すると、節が肥大化して果実のような虫こぶが形成される。昆虫の研究者、富山大学の土'田努准教授との共同研究より、このふたつの研究材料のラボでの飼育方法を学び、観察・解析を続けている。

このゾウムシは10日で幅7mm程度の虫こぶを形成する。それを初期・中期・後期の3期に分けて、それぞれにトランスクリプトーム解析と、遺伝子機能をグルーピングするGO解析を行って遺伝子の発現動態を調べると、花を咲かせるのに関連する遺伝子の発現が上昇していることがわかった。

通常、植物が花を咲かせる過程は、葉で花成ホルモンの実体であるフロリゲン（FTとも言われる）遺伝子が発現してタンパク質となり、それが茎の先端にある茎頂メリステムと呼ばれる幹細胞組織に運ばれることから始まる。

花を咲かせる遺伝子は、花の構造（がく、花弁、雄しべ、雌しべ）別に、4つの異なるクラスの遺伝子の組み合わせ（ABCEモデル）によって制御されており、FTがスイッチのような役割をして、花成関連遺伝子がドミノ倒しのように連鎖的に発現する。

FTは花を咲かせるだけでなく、脇芽を成長させ、地下茎にジャガイモが育つ契機ともなるという。「植物には体中に幹細胞の領域があって、FTが輸送されることで、その部位の運命が柔軟に変更されると考えています」。

しかし、虫こぶ形成では順番が逆だった。初期の段階ではFT遺伝子より先に雌しべをつくる遺伝子群の発現が高まる。そして、幼虫が生まれる段階になって、FT遺伝子の発現が上昇する。これはいったいどういうことなのか？

ふつう植物では雌しべの一部が膨らみ果実になる。昆虫の母親からなのか、もしくはタマゴからなのか、何らかの物質を植物に送り込んで雌しべをつくる遺伝子を発現させ、果実のような虫こぶをつくっているようなのだ。それがファクターXなのか。「直近の目標は、母親由来もしくはタマゴ由来の因子を捉えること」と現在研究を進めている。

一方、中期・後期のFT遺伝子の発現上昇はどうして起こるのか。別所-上原氏は、植物側の防御応答が関わっていると推察している。「例えば土壌が良くないとか、虫に食べられるとか、環境が悪くなると、植物は花を咲かせやすくなります。それは花を早めにつけることで悪い環境からの脱出を図っているからだと言われています。体内に虫がいることで、植物が何らかのシグナルを受け取って、FT遺伝子の発現が上がっているのではないかと考えています」。

植物は、FTとABCEモデルによる花の発生や、オーキシンとサイトカイニンによる脱分化など、どの種も使っている共通言語のようなメカニズムをもつ。「たぶん虫こぶの形成に関しても共通したメカニズムが使われているのではないかと思っています。ただ、花成関連遺伝子の発現がある一方で、植物は常に防御応答を示していて、防御応答の遺伝子のなかにも細胞分裂を促進させるものがあります。この両方があるから、虫こぶ形成のメカニズムを単純に説明するのは難しいんです」。



自分たちでつくった寄生誘導装置の部屋。夜になるとタイマーで周りが暗くなり遠赤色光でケースの中を照らす。遺伝子操作をしたアメリカネナシカズラにマダラケシツブゾウムシを入れて、虫こぶ関連遺伝子を決定させる試み。
A self-made parasitic induction device placed in the lab. With a timer, far-red light illuminates inside the case when it gets dark at night. Thereafter, *Smicronyx madaranus* will be introduced to the genetically altered field dodder (*Cuscuta campestris*) to determine gall-related genes.



ソラマメにアメリカネナシカズラを反時計回りに巻き付けて、テープで留める。2日程度で吸器（寄生根）がソラマメの維管束とつながり寄生するようになる。
Field dodder (*Cuscuta campestris)* is wound around the broad bean (*Vicia faba*) counterclockwise and fixed with tape. The haustorium (parasite root) connects with the vascular bundle of its host(this time, broad bean) in approximately two days and starts to parasitize it.

最終目標は人工虫こぶ

虫こぶは昆虫が次世代を残すためのものだが、はたして植物側にメリットはあるのだろうか？「なさそうというのが今のところ共通見解です。ただ、植物にとって虫こぶは人間が風邪を引くくらいの影響しかないから、防御策もそこまで進化しなかったのではないかなと。逆に虫こぶをつくる昆虫にとってはどうにか虫こぶをつくって中の幼虫を育てないと次世代が残せない。その必死さが植物の防御応答をかいくぐり、またそれに対して抵抗性をもつように進化したのではないかと考えています」。植物はなんと器の広いことか。

もし昆虫が寄生してこぶができたのが人間の体なら、それは治療すべき病気以外の何ものでもない。クリに虫こぶをつくるタマバチは農業被害をもたらす害虫とされるが、それを「害」としているのは人間の都合である。別所-上原氏は、虫こぶ形成のメカニズムを解明して、虫こぶと人間がポジティブにつながる未来を見据えている。

「夢のような話なんですが、最終目標としては人工虫こぶを誘導できないかなあと思っています。高校生のとき食糧問題や食糧増産の研究をやりたいと思って、その後農学部に入ったのですが、食糧増産のことはまだ諦めてなくて、人工的においしい虫こぶとか、栄養のある虫こぶをつくれたらいいと思っています。今は食糧増産をするにしても農地が限られていますから、何か全く違うところからアプローチできたらいいなと」。昆虫に誘導されて植物がさまざまに形を変えるメカニズムを見つけ出し、いつか魔改造した虫こぶが食糧危機を救う。虫こぶにそんな未来も詰まっていた。



栽培中のクズ。ハムシやゾウムシに虫こぶをつくらせて、アメリカネナシカズラの虫こぶと比較する。
Pueraria lobata being grown. Galls are grown by the leaf beetles and weevils, so that they can be compared with galls grown on the field dodder (*Cuscuta campestris*).



左：アメリカネナシカズラとマダラケシツブゾウムシ。研究室で育てている。写真中央にあるのは花で虫こぶではない。
Left: Field dodder and *Smicronyx madaranu* grown in the lab. At the center of the photograph is not the gall but a flower.

右：アメリカネナシカズラの虫こぶとマダラケシツブゾウムシ。
Right: The gall of field dodder and *Smicronyx madaranu*.

Abnormal developments induced by insects

"These are all galls. I'm fascinated by the fact they're created by insects. The tissue itself is plant-derived, but it won't take this form unless an insect induces it," said assistant professor Kanako Bessho-Uehara at the Graduate School, Tohoku University, while showing us slides of various galls including those that look like "fuzz balls," "twinkling stars," "pink caterpillars," and "a part of a tree branch bloated into a spindle form."

"Galls can be found on the sides of guardrails, in home gardens and grassy areas. There are galls on even the cherry tree by the convenience store you passed on the way to this lab, and even on the zelkova tree just ahead of that." After returning to Tokyo, we searched for galls, but they were difficult to find.

While looking for them for several days on foot in parks, up in the trees, in the grass, and even near residences (while being cautious not to be mistaken as a suspicious person) my eyes started to get used to finding them. I finally found galls such as those that like lumps on bramble (*Rubus*) leaves and some that look like black warts on green leaves. At home, I found a spherical gall at the base of a leaf of a chestnut tree in the garden of my condo. I brought it inside, cracked it open and found a transparent larva. I learned that it was probably a chestnut gall (*Dryocosmus kuriphilus yasumatsu*) made by a chestnut gall wasp (*Dryocosmus kuriphilus*). Galls are formed on leaves and stems after their tissues go through an acceleration of plant cell division, cell hypertrophy, cell destruction, cell fusion, and de-differentiation due to damage caused by secretions from insects, etc., or in some cases bites from insects. Inside a gall, the insect eggs hatch and turns into larvae, and when they become adults, they open a hole and exit.

Among insects that create galls, those that have the largest number of types, in order, are gall midge (*Cecidomyiidae*), then *Cynipidae*, *Aphidoidea*, and jumping plant lice. Galls are also called *chuei* in Japanese, and as not only insects make galls but also mites (acarid or acari), nematodes, and even bacteria and fungi create galls on plants, they are collectively called by the English term "gall."

The unknown factor X

Bessho-Uehara was involved in researching rice from her senior year to doctorate program at Nagoya University. Wild rice species have long needle-shaped awns at the tips of their seeds, but this trait has been lost through rice domestication. She started research into exploring the genes responsible for this.

"Ever since I started researching rice, I have been interested in the fact the morphological diversity of plants are quite broad-ranging. Vertebrates including humans have what is called "a basic anatomical pattern or body



研究室に置かれていた虫こぶ（虫えい、ゴール）に関する本。『日本原色虫えい図鑑』は826頁の分厚い図鑑。『虫こぶ入門』は虫こぶをいろいろな側面から丁寧に解説。『Plant Galls of the Western United States』はアメリカ在住の先輩研究者からもらったもの。
Three books on galls kept in the lab. *Insect and mite galls of Japan in colors* is a thick 826-page field guide. *Introduction to galls* provides detailed explanations on galls. *Plant Galls of the Western United States* was presented by a senior researcher residing in the US.

plan," so their forms are determined at the stage of embryogenesis, and each individual has four limbs and a head since birth. Plants, on the other hand, go through dynamic morphological change in stages, such as a branch growing from a two-leaf bud and then a flower blooming from it. They, moreover, have high plasticity as even if a branch is cut off, another one will grow from another place. Through domestication, we altered the form of the plants through artificial selection. Nevertheless, as I found out that there are things that change the forms of plants in nature, and wanted to study it in a different framework from rice, I started researching galls after I received my doctorate degree.

Through recent advanced studies, it was clarified that many insects that produce galls also internally produce plant hormones called auxin and cytokinin that are extremely important for plant growth. Plant hormones normally produced by plants are also made by insects, and are used to alter the plant's tissues. Nevertheless, with only these two hormones, they say it is difficult to explain the diversity of the forms of galls. By placing cytokinin and auxin with an appropriate ratio on a culture medium and then cultivating the plant tissue, the cells de-differentiate and turn into plant callus (a clump of undifferentiated cells).

"The callus, however, is a lump of irregular fluffy forms. We think it is necessary to have some other factors, a so-called factor X, to make diverse forms like galls. Moreover, it's more fascinating that way (laughs)."

The Laboratory of Evolutionary Genomics (Makino Lab), Tohoku University where Bessho-Uehara works today, excels in comparing gene expressions by using advanced analysis technology to compare states of gene expressions and elucidating the molecular-level mechanism that generates traits of living things from evolutionary approaches."Expression" refers to the switching on of genes recorded in genomic DNA so that the genes can carry out specific functions within cells. It is a transcriptome analysis that exhaustively calculates the amount of gene expressions from all the genes within a living thing. It is also an evolutionary analysis that narrows down genes that are assumed to take the evolutionarily important role from the mutation frequency of the genome sequences. Bessho-Uehara explores the identity of the factor X, fully utilizing such analysis technologies.

A parasitic beetle (order *Colectera*) on parasitic plants

In her research she is using a parasitic vine called "field dodder" (*Cuscuta*) and a beetle called *Smicronyx madaranus* that makes galls in the field dodder. As the field dodder photosynthesizes very little and its leaves have degenerated, it lives while taking nutrition and water from other plants. *Smicronyx madaranus* further parasitizes its parasitic plants. It is approximately two to three millimeters in body length and when it lays its eggs on the nodes of field dodder (*Cuscuta*), the nodes enlarge to form galls that appear as fruits.

In cooperation with entomologist and associate professor Tsutomu Tsuchida at Toyama University in how to raise these two research subjects in the lab, she has been able to continue observing and analyzing them.

This weevil forms a gall approximately 7 mm in width in 10 days. Dividing this duration into three periods, early, middle, and late, and conducting a transcriptome analysis and a gene ontology (GO) that involves grouping the gene functions to investigate the gene expression dynamics, it was found that the gene expression related to flowering had increased.

Generally, flowering in plants starts from the florigen gene (also called "FT"), which is the substance of flowering hormone in the leaf, expressing to become protein that is carried to the tissue stem cell, which is called a shoot-apex meristem that is at the tip of the stem.

Genes that generate flowers are controlled by a combination of four different classes of genes (ABCE models) for the structural parts of the flower (the sepal, petal, stamen, and pistil), and the FT functions as a switch to cause the flowering-related genes to express in a chain-reaction, like the domino effect.

FT not only causes the flower to bloom, but also functions as a trigger for the axillary bud to grow and the underground stem to induce the growth of potatoes. "As there's a stem-cell domain within the body of a plant, we think the fate of that domain is altered flexibly by the FT being transported."



ケヤキにアブラムシがつくった虫こぶ。秋田県内で撮影。
Galls made by aphids on a zelkova tree. Photo taken in the Akita Prefecture.



ケヤキにアブラムシがつくった虫こぶ。青葉山キャンパスで撮影。
Galls made by aphids on a zelkova tree. The photo was taken on the Aobayama campus of Tohoku University.



石川県の海岸でアメリカネナシカズラ（黄色のツル）からゾウムシを採取。富山大学の土'田努博士が撮影。
Collecting weevils from a field dodder (*Cuscuta*) (yellow vines) along the shores of Ishikawa Prefecture. Photo taken by Dr. Tsutomu Tsuchida of the University of Toyama.



寄生誘導装置。青色光もしくは遠赤色光を灯てて、ソラマメに巻き付けたアメリカネナシカズラを寄生するように誘導している。アメリカネナシカズラが寄生したら、さらにそこに寄生するゾウムシを入れて虫こぶをつくらせる。
A parasitic induction device. Blue or far-red light is applied to induce *Smicronyx madaranus* to parasitize field dodder wound around broad bean (*vicia faba*). After the *Smicronyx madaranus* parasitizes, weevils that parasitizes it are introduced to create galls.



サクラにアブラムシがつくった虫こぶ。中を開けると幹母のアブラムシがいた。幹母は有性生殖で生まれたアブラムシ。幹母が虫こぶで単為生殖を繰り返してクローンのアブラムシをたくさん産む。
A gall made by aphids on a cherry tree. When opening it up, we found a stem mother (*fundatrix*) of an aphid. A stem mother is an aphid born through sexual reproduction. A stem mother goes through repeated parthenogenesis at the gall to give birth to many aphids.





写真提供：別所-上原奏子

上：アブラムシがイスノキに形成した虫こぶ。
Top: Galls made by aphids on a *Distylium racemosum* tree.
下：タマバエがクワに形成した虫こぶ。
Bottom: Galls formed by gall midges on a mulberry tree (photos provided by Bessho-Uehara).





写真提供：別所-上原奏子

ともにタマバチがバレーオークに形成した虫こぶ。
Galls made by *Cynipidae* on a valley oak tree (photos provided by Bessho-Uehara).

In the formation of the gall, however, the order is reversed. In the initial stage, the expression of the cluster of genes that generates pistils rises ahead of the FT gene in the stage the larva is formed. Then, in the stage the larva is born, the expression of the FT gene rises. I wondered why.

Generally, with plants, a part of the pistil bulges to become a fruit. It appears that galls that appear similar to fruits are being made by expressing the genes that create pistils through sending in a certain substance. Is that the factor X? Research into this is being conducted with the immediate objective of "clarifying the factor originating from the mother or the egg."

On the other hand, how does the increased expression of the FT gene in the middle and late terms occur? Bessho-Uehara assumes the defense response on the plant side is involved. "For example, if the environment turns unfavorable, such as the soil isn't good or the plant is being eaten by insects, it becomes easier for the plant to bloom. It is said that this is, apparently, because it is trying to escape the bad environment by blooming earlier. We think the plant is receiving some kind of a signal by having an insect in its body to boost the expression of the FT gene.

Plants have a mechanism similar to a common language that every species uses, such as the development of flowers with the FT and ABCE models, as well as dedifferentiation with auxin and cytokinin. "We also think plants perhaps have a common mechanism regarding the gall formation as well. But while there is expression of flowering-related genes, plants constantly show defensive responses, and among such genes for defense response, there are some that promote cell divisions. Because both of these exist, it is difficult to explain the mechanism of the gall formation in simple terms.

Our ultimate goal is to create artificial galls

Galls are made by insects to ensure the survival of the next generation, but is there any advantage on the plant side in this? "The common view, at this stage, is that it doesn't seem so. Galls, however, only affect plants in a way similar to a human being catching a mild cold, and perhaps that is why the plants have not evolved extensive defensive measures. For the insects that create galls, on the other hand, they have to produce galls somehow and rear the larva inside to secure the survival of the next generation. We think that desperate situation caused galls to overcome the plant's defense responses and evolved resistance to it." This makes me think how tolerant plants are!

If insects could be parasitic on humans and create pimples, it would be a disease that must be treated. *Cynipidae* that make galls on chestnut trees are considered pests that cause damage to agriculture. What makes it a "harm," however, is because it inconveniences human beings. Bessho-Uehara is looking to the future when galls and human beings are linked positively through unraveling the mechanism of its formation.

"It's a dream-like plan, but I'm hoping to somehow induce galls artificially as the final goal. When I was in high school, I wanted to do research into food issues, so I entered an agricultural department at university, and even today, I haven't given up on increased food production, so I'm thinking whether it's possible to artificially make edible tasty galls or nutritious galls. Even if we want to increase food production today, agricultural lands are limited, so I'm thinking whether it's possible to approach it from a totally different angle." Through coming up with a mechanism in which plants are induced by insects to transform into various forms to overcome food shortages with magically altered galls. A bright future might just lie in galls.



別所-上原奏子氏。沖縄県出身。2011年名古屋大学 農学部卒業。17年名古屋大学大学院 生命農学研究科 博士課程後期課程修了。博士（農学）。18～20年学術振興会 海外特別研究員としてカーネギー研究所 植物生物学科。20年より東北大学 生命科学研究科 進化ゲノミクス分野 助教。夫も東北大の生物研究者。『研究者の子育て』（Kindle版）やブログに研究者夫婦が子育てを分かち合う生活を寄稿している。
Bessho-Uehara was born in Okinawa Prefecture. She graduated from the School of Agricultural Science, Nagoya University in 2011 and completed her doctoral degree at the Graduate School of Bioagricultural Sciences, Nagoya University in 2017. She then studied at the Carnegie Institution for Science, Department of Plant Biology with Overseas Research Fellowships, Japan Society for the Promotion of Science (2018–2020). She has been an assistant professor at the Laboratory of Evolutionary Genomics, Graduate School of Life Sciences, Tohoku University since 2020.

ひとつのピースから
From a single piece

文／野見山桜
Text by Sakura Nomiyama

イラスト／服部あさ美
Illustrations by Asami Hattori



#1 クリネックス ティシューペーパー(1964)
Kleenex Tissue Paper (1964)

広橋桂子
Keiko Hirohashi

この連載では、デザイン史の研究をしている著者が独自の視点で選んだ過去のデザイン作品（ピース）を起点に、それが生み出された時代背景や社会での受容、デザイナーについてなど、さまざまなエピソードを綴っていく。今はまだ歴史の一部として広く認識されていないデザインのなかにも、面白いもの、今だからこそ紹介したいと思えるものがたくさん存在する。デザイン史をジグソーパズルに例えるならば、ここで紹介する事柄は、どこにはまるかはまだわからない１ピース。それらを組み合わせていけば、まだ見ぬデザイン史のイメージを浮き上がらせることができるはずだ。

私たちの生活に欠かせないもののひとつ、ティシュー[1]が、日本で初めて販売されたのはいつだかご存じだろうか。高度経済成長期真っ只中、かつ国内全体が東京オリンピックで盛り上がっていた年だと言えばピンとくる人もいるだろう。そう、1964年。ティシューのブランドと言えば、スコッティとクリネックスがお馴染みだが、奇しくもどちらも同じ年に販売を開始している[2]。ティシューが普及する前の日本では、チリ紙が一般的だった。分厚くて、ゴワゴワしているチリ紙に対し、薄くて柔らかく、使い心地のよいティシューは、アメリカ発という触れ込みのもと積極的な広告キャンペーンの甲斐あって、あっという間に日本の家庭に広がった。メインターゲットとなったのは、女性だった。

今回注目するのはクリネックスのティシューだが、発売して間もない時期の同商品の広告を見ると「新しい必需品」というコピーがどーんと大きく入っていて、さらに「あなたの生活を合理的でモダンにする…」という謳い文句がキラリと光っている。今ではティシューにモダンも何もないだろうと思うが、ただ袋に重ねて入れられたチリ紙に慣れていた当時の日本人の目には、一枚取ると次の一枚が出てくるという仕掛けがなされ、部屋のインテリアを考慮した魅力的な外箱に収められたティシューは、新しい時代にふさわしい「シン・チリ紙」として映ったに違いない。実際、クリネックスの広告キャンペーンを分析している当時の資料を見ると、チリ紙業界における「コカ・コーラ」[3]的なティシューとなるべくマーケティング戦略が練られ、パッケージデザインも重要な要素として検討されたそう。そこで誕生したのが水紋を連想させる「クリネックスウェーブ」だった。国際的な商品であるクリネックスのイメージを踏襲しつつ、「日本女性の持つ美しい肌や感覚に合うもの」として日本の市場で売り出すために考案された図柄だ。瑞々しさや優雅さを感じさせる大らかな曲線の連なりに、おしゃれを楽しむ戦後の女性の姿が重なる。64年の発売以降、現代まで少しずつアップデートされながら、今もなおパッケージに脈々と受け継がれている。

光沢をおさえた銀色の地に大胆に配置された黄、青、ピンクのグラフィック。周囲の光をやわらかく反射するその姿からは、気品すら感じる。小ぶりなのは、鏡台に置かれることを想定されているから。このクリネックスのパッケージデザインを手がけたのは、広橋桂子という人物だ。広橋は1931年生まれ、東京藝術大学の図案科を卒業して森永製菓に入社、チョコレートやビスケット、キャンディなどのパッケージや広告のデザインを手がけた。62年に独立した後はヒロハシデザイン室を主宰し、パッケージデザインを中心に活動。現代でも知られる仕事のひとつに、パールライスのロゴがある。同世代には、田中一光や福田繁雄といった面々が名を連ねる。日本宣伝美術会というグラフィックデザイナーの職能団体に、当時としては珍しい女性の会員として所属し、今や伝説化した東京オリンピックの競技ピクトグラム制作にも携わるなど、第一線で活躍していた人物なのだ。

日本の女性グラフィックデザイナーと言えば、多くの人が石岡瑛子（1938–2012）を思い浮かべるだろうが、彼女と同世代の女性デザイナーの名前を聞くことは、ほとんどない。日本のデザイン史における女性不在は近年指摘されている問題のひとつで、特にグラフィックデザインにおいては顕著だ。私はここ数年、昔のデザイン関連の資料に目を通す際には意識して女性のグラフィックデザイナーの名前を記録するようにしていた。そのなかで出会ったのが広橋だった。彼女は、単純な図形を用いながらも、構成や色合いを工夫したインパクトのあるグラフィックを得意とする。今回紹介しているパッケージデザインは、最小限の要素で構成されており、ブランドの顔である「クリネックスウェーブ」が一際目を引く。先にティシューにモダンも何もないだろうと言い放ったが、洗練されたその姿には「モダン」という言葉がしっくりくる……。

ティシューのように日常に溶け込んでしまっているものたちを改めて「デザイン」として見ることはほとんどないだろう。しかし、生活に欠かせないもののデザインほど、私たちの価値観や社会の機微に寄り添っているものはない。目の前に置かれているティシューが60年という年月を経て辿りついた姿なのだとわかると、一気にそれに向ける眼差しが変わるのではないだろうか。そして、表には見えないところにこそ、興味深い事実が埋もれていたりするのだ。

野見山桜／デザイン史家、五十嵐威暢アーカイブ（金沢工業大学）ディレクター。1985年福岡県生まれ。パーソンズ・スクール・オブ・デザインで修士号を取得。東京国立近代美術館勤務を経て、展覧会の企画、執筆、翻訳などを行う。

1 クリネックスは、「ティシュー」を発売当初から現在まで採用している。日本の業界団体では「ティッシュ」と表記しているが、どちらも正しい。
2 昔はそれぞれ別の会社の製品だったが、現在ではどちらも日本製紙クレシアが生産している。クリネックスは、もともと1924年にアメリカのキンバリー・クラーク社から、クレンジングやマッサージに使うコールドクリームを拭き取るためのものとして発売された。
3 コカ・コーラは1886年の発売以来、戦略的な広告とアイコニックなパッケージが話題を呼んで一躍人気飲料となった。

This series introduces various episodes including the historical background and public acceptance of past design works (pieces) selected at my own discretion as a design historian. Amongst those that have yet to be widely recognized enough to make its mark on a page of history, are many interesting designs that should be brought into the spotlight today. Assuming that design history is a jigsaw puzzle, it remains to be seen which pieces presented here will fit into. But as you put them all together, you will discover another facet of design history that has yet to be uncovered.

If you wonder when the first tissues,[1] one of our daily necessities, were sold in Japan, it was the year of intense economic growth and of the rising excitement for the first Summer Olympics in Tokyo: 1964. The interesting fact is that both Scottie and Kleenex, familiar tissue brands, were launched in the same year.[2] In comparison to the thick, coarse waste paper (chirigami) commonly used in Japan before the widespread use of tissues, tissues were thin, soft, and had a superior quality. Extensively advertised as an American product, it did not take long for its popularity to spread to Japanese households, especially among female consumers.

Looking at the initial advertisements for Kleenex tissues, the first thing caught my eye is the large copy that reads, "the new must-have," followed by the distinctive phrase, "Make your life more efficient and modern." There is nothing modern about tissues nowadays, although back in the days when waste paper in bags was common in Japan, pop-up style tissues from sophisticatedly decorated box must have appeared to the Japanese people as a symbol of a new era—the Shin (New) Chirigami as they may call it. In fact, an analysis of Kleenex's advertising campaign at the time shows that the packaging design was also an important element to create a Coca-Cola[3]-ish impression in the tissue industry. This marketing strategy led to the development of so-called Kleenex Wave, reminiscent of a water pattern. The graphic was designed to market Kleenex in Japan, with a quality tailored to the "beautiful skin and sensibilities of Japanese women," while maintaining its global brand image. A series of graceful curves that convey a sense of liveliness and elegance, overlaps the image of postwar women in stylish fashion. Since its launch in 1964, the package graphic has undergone a series of subtle updates, carrying over into the present day.

The boldly arranged yellow, blue, and pink graphics on a subdued silver background softly reflect the ambient light, giving the package an air of elegance. The size of the package was kept small assuming it would be placed on a dressing table. The design was done by Keiko Hirohashi. Born in 1931, she graduated from the Department of Design at Tokyo University of the Arts and joined Morinaga & Co., Ltd., engaging in package and advertising design for chocolates, biscuits, candies, etc. After becoming independent in 1962, she worked mainly in package design as the head of Hirohashi Design Office. Among her renowned work today is the logo for Pearl Rice. Among her contemporaries were Ikko Tanaka and Shigeo Fukuda. She joined the Japan Advertising Artists Club, a professional organization for graphic designers, as a female member, which was quite rare at that time. She was one of the leading figures in the industry, also engaged in the development of the now legendary pictograms for the Tokyo 1964 Summer Olympics.

Many people may think of Eiko Ishioka (1938–2012) as a Japanese female graphic designer, yet the other female designers of her generation are largely unrecognized. The absence of female designers in Japanese design history is one of the major issues pointed out in recent years, particularly in graphic design. For the past several years, I have made a conscious effort to keep track of the names of female graphic designers while browsing through past design-related materials; and it is how I came across Hirohashi's name. She excels at impactful graphic design, combining simple shapes with ingenious compositions and color schemes. The package design presented in this article consists of a minimal number of elements, with the striking Kleenex Wave, the face of the brand. Despite my earlier comment that there is nothing modern about tissues, the word "modern" certainly fits the sophistication of this product.

It is unlikely that we ever look at daily necessities like tissues in a "design" context, but nothing is more connected to our values and the subtleties of society than the design of our everyday products. Once you become mindful of the fact that the tissue box in front of you is the culmination of 60 years of design, the way you look at it will be completely different. And you will find interesting facts that are often buried beneath the visible surface.

Sakura Nomiyama, a design historian, and Director of Igarashi Takenobu Archive at Kanazawa Institute of Technology. Born in Fukuoka Prefecture in 1985. Received her MFA from Parsons School of Design. After working at the National Museum of Modern Art, Tokyo, she currently engages in exhibition planning, writing, and translation.



1 The Japanese notation used by Kleenex for "tissues" has been closer to the English pronunciation since its launch, while that of the Japanese industry association is closer to the Japanese pronunciation "tisshu", both of which are considered correct.
2 Once manufactured by different companies, both are now produced by Nippon Paper Crecia. Kleenex was originally developed by the American company Kimberly-Clark in 1924 as a wipe for cold cream used for facial cleansing and massage.
3 Coca-Cola has been a popular beverage since its launch in 1886 with its strategic advertising and iconic packaging. Its first appearance on the Japanese market was in 1920.

Feature 2:

Where is Italian design heading?

第2特集 イタリアデザインはどこへ向かうのか

例えばミラノやヴェネチアが依然として世界中のデザイナーや建築家にとっての見本市や実験的創造の場として機能しているのに対し、今現在のイタリアデザイン界が圧倒的な影響力を誇っているという話は残念ながら耳にしない。その全盛期はスターデザイナーたちが闊歩し、華やかなメーカーが話題性あふれるプロダクトを量産した1960年代から70年代にかけてというのは広く知られているところではある。本特集では、そんな黄金期の軌跡を辿りつつ、イタリアデザインの現在の地平を浮かび上がらせることを目的としている。急激なグローバリゼーションやテクノロジーの進化、さらにパンデミックを経たイタリアデザインはどこへ向かうのか。

特集全体は主に栄光の時代にフォーカスした「温故」パートと、2000年以降に活躍する新世代デザイナーや産業デザインの動きに着目した「知新」パートで構成した。伝統と革新のバランスを巧みにとりながら、その根底には職人的マインドがあるという点で、日本との共通点も多く見られるイタリアデザイン。その変遷を体系的に理解することは大きな示唆に富んでいる。

While cities such as Milan and Venice still function as venues for trade fairs and experimental creations for designers and architects from around the world, we unfortunately no longer hear that the Italian design world has an overwhelming influence on global trends. It is widely accepted that its heyday was in the 1960s and '70s, when star designers dominated, and glamorous manufacturers mass produced fascinating products. The objective of this special feature is to shed light on the present state of Italian design while reflecting on the golden era of past days. Where is Italian design heading today after having gone through drastic globalization, rapid advancement in technologies, and the new coronavirus pandemic?

This feature consists of a section reflecting mainly on past achievements in the glorious era, and a section that explores new ideas based on those reflections, focusing on new-generation designers who have been active since the year 2000, as well as recent trends in industrial design. Italian and Japanese design share many aspects in common as they both skillfully balance tradition and innovation while being based on an artisan-oriented mindset. It is highly enlightening to understand their evolution in a systematic way.



Photo by Junya Igarashi

広い視野で、前進させる
——イタリアデザインの70年

70 years of Italian Design — Making progress with broad perspectives

1961年から続く「ミラノサローネ国際家具見本市」が象徴するように、華やかさを伴いつつ世界の市場を牽引するイタリアデザイン界。建築やアートとも密接に関わりながら、独自の発展を遂げてきたイタリアデザインの本質とは何か。長年にわたりミラノを拠点とするビジネスと文化のデザイナー、安西洋之氏と「今、私たちがイタリアデザイン史を紐とく意義」を考える。

The Italian design world has led the global market flamboyantly as represented by the Salone del Mobile.Milano (Milan International Furniture Fair) held since 1961. What is the essence of Italian design, developed uniquely while remaining closely related to architecture and art as well? Here, we contemplate "the significance of unraveling the history of Italian design today" with business and culture designer Hiroyuki Anzai who has been based in Milan for many years.

文／安西洋之 Text by Hiroyuki Anzai
写真／ケン·アンザイ Photos by Ken Anzai
編集／神吉弘邦 Edited by Hirokuni Kanki

70 years of It

イタリアデザイン史を見る3つの指標

現在、イタリアデザインというと一般にMade in Italy、それも衣食住の高級ブランドと紐づけられることが多い。20世紀後半にヒットした家具や照明器具をデザインした著名なデザイナーたちが戸惑うのは、まさしく、その点だ。良いデザインを多くの人々に提供すべく彼らは活動したつもりだった。だが、今世紀に入り「人々が簡単に手を出せない高価なモノ」として受け止められる。デザイナーたちは「そんなつもりではなかった……」と語るのだ。

良くも悪くも、イタリアデザインが高い評価を獲得してきた結果である。そして2024年、経済論理が行き詰まる日本においてもイタリアデザイン史から学べることは実に多い。なぜならイタリアは経済活動を、「量」ではなく「質」に重心を置く大切さに早めに気づいてシフトしてきたからだ。というわけで、第二次大戦後のおよそ70年のイタリアデザインが高評価を得るに至るプロセスを振り返ってみよう。

振り返るにあたり、まず3つのポイントを記しておく。イタリアデザイン史を見る指標になると私自身が考えているポイントだ。3つはお互いに直接的な関係性はない。

1つ目は「色」に対するこだわりが強い点。例えば、ルネサンス期を見てもそうだ。スペインで活躍した華やかな色を多用する画家、エル·グレコはヴェネツィア共和国の植民地、ギリシャからヴェネツィアにやってきて美術を学んだ。彼はヴェネツィア派の色の使い方を習得したのである。アルプスの山々を挟んで南北で色への感度は明らかに違うが、イタリアでは色に関するセンスは今も厳しく判断される。審美眼にうるさいとの特徴の一例である。

2つ目は、生存のために「常に前線を開拓するほかなかった」との事情がある。昨年亡くなったデザイナーであり研究者であるアンドレア·ブランジが、16世紀にジョルジョ·ヴァザーリが著した『ルネサンス画人伝』に倣った自著『Ritratti e autoritratti di design』(Fondazione Cologni Marsilio Editori 2010、未邦訳)のなかで「英国のビクトリア調、フランスのナポレオン三世スタイル、ドイツの新中世風のような様式の確立がなかったから、イタリアにはモダンな家のモデルがない。だから、実験的にゼロから居住スタイルをつくるという態度ができた。形状や機能について北欧のような厳しい線引きがされず、イタリアは材料や表現で勝負する土壌ができた」と記している。言ってみれば、正統派の不在だ。

3つ目に、イタリア人は「意味の転換」を得意とする。ストックホルム経済大学で教鞭をとる経営学者、ロベルト·ベルガンティは90年代後半、イタリアデザインの成功の要因を、企業の戦略的デザインの側面から探った。彼は「成功は企業家が主導する意味のイノベーションに依るところが大きい」と強調する(邦訳『デザイン·ドリブン·イノベーション』クロスメディアパブリッシング 2016年)。イタリアのビジネスパーソンは「デザインは意味を与える」とのラテン語の原義に忠実に従ったことになる。

エットレ·ソットサスが「イタリアにおけるデザインは生き方だ」と語ったように、デザイナー自身の人生史を礎としながら、以上3つの項目が微妙に絡み合う文化——デザイン文化に彩

られるのが戦後のイタリアデザイン史である。

戦後復興を経て60年代に海外市場の開拓へ

第二次世界大戦後にやってきた高度経済成長期がイタリアデザインの開花期と捉えられる。それまで木製の雑貨·家具で存在感が強かったスカンジナビアを「産業」として追い越したのは、新しいテクノロジーを貪欲に導入したからだ。樹脂はその代表例であり、企業名としてはアルテミデやカルテルなどが挙がる。

ただ「新動向への食いつきの良さ」「領域を超えて動く」との土壌は20世紀初頭にもあった。「未来派」という芸術運動は、欧州他国の産業革命の列車に「乗り遅れて飛び乗った」イタリアにおけるテクノロジーを賛美する運動でもあった。スピード感、猥雑さ、光、リズム感が表現の特色だ。

絵画だけでなくグラフィック、プロダクト、ファッションと広範囲である。ジャコモ·バッラ(1871–1958)によるファッションデザインなどはポップ調が隆盛した60年代のそれと見間違えそうである。前衛的なことにエネルギーを注ぐ血が流れており、20世紀のイタリアのアートとデザインの分野で活動する人で「影響を受けなかった」と明言するケースは少ない。

さて戦後のデザインのスタートは3つのカテゴリーと地域に分けられる。前述の雑貨·家具はミラノを中心とした地域、カーデザインはフィアットや車体メーカー(カロッツェリア)が多いトリノ、オートクチュールファッションはフィレンツェやローマといった棲み分けである。

国際化が先行したのはカーデザインだ。50年代に日本も含む海外の自動車メーカーがデザインをトリノのカロッツェリアに委託していた。その次に、雑貨·家具の分野だ。50年代は国内需要を満たすことに精力を注ぎ、60年代に海外市場の開拓に乗り出す。1961年に始まるミラノサローネ国際家具見本市の開催動機は輸出促進である。

また60年代後半、アルキズームをはじめとしたグループが、既存の権威に対する異議申し立てやポップ文化を起点とした「ラディカルデザイン」という前衛的な運動を起こす。この試みは社会全体を対象とする傾向を持っていた。

もともとイタリアでは、建築家が建物だけでなく家の内装や家具すべてを設計するケースが多い。デザイン対象が広いのである。それが、ものごとを前に推し進める人として「プロジェッティスタ」(ラテン語の原義からすると「何かを前方に投げ込む人」)という名称が建築家に冠される背景にあった。ここにプロジェクト文化(=デザイン文化)の基礎がある。

1956年に創設されたADI(工業デザイン協会)も職能集団ではなくデザイナー、研究者、実業家、ジャーナリストを会員としているが、イタリアのデザイン文化の広い性格を表していると言えよう。

なお、この時代においてデザイナーという呼称はあまり使われず、建築家、プロジェッティスタ、スティリスタが並列していた。スティリスタはデザインの形状など狭い範囲を担当することが多い。デザイナーとの名称が一般化するのは90年代から今世紀以降で、スティリスタは今やファッションの世界に限られる。

70年代はデザインの新しい概念の時代

2010年時点、戦後に時代をつくった主人公とされる巨匠たちの名前をブランジは上述の書で列挙している。ジオ·ポンティ、フランコ·アルビーニ、ブルーノ·ムナーリ、マルコ·ザヌーゾ、エットレ·ソットサス、アキッレ·カスティリオーニ、ヴィコ·マジストレッティ、ガエ·アウレンティ、エンツォ·マリ、マリオ·ベッリーニ。「あの人がいないじゃない!」と指摘する向きもあるだろう。それほどに歴史に残る名の知れたデザイナーが多い。

これらのデザイナーを世に押し出した企業名をブランジはやはり挙げている。カッシーナ、B&Bイタリア、ザノッタ、フロス、アルテミデ、ポルトロノーヴァと枚挙にいとまがない。

だが、トリエンナーレデザイン美術館のイタリアデザイン史のコーナーを見ると、それぞれのデザイナーは名作を残しているが、ブランジが記したようにマエストロを「正統派」と一律に括りきることはできない。

また、戦後イタリアデザイン史を実際に眺めて気がつくのは、時代をつくる名作は圧倒的に60年代と80年代に集中し、70年代は相対



トリエンナーレデザイン美術館は24年2月、30万点以上のアーカイブを開放する研究センターをオープンさせた。
The Triennale Design Museum opened the Triennale Study Centre that made available for viewing an archive of over 300,000 pieces in February 2024.

的に少ない。テロが頻発した暗黒の時代と記憶されるからなのか？

いや、ここは従来のインダストリアルデザイン周辺の動きに注目すべきだろう。ファッションの世界でイタリアが主役になったのはオートクチュールの時代が終焉を迎え、プレタポルテが表舞台に立つ60年代後半以降。71年、ウォルター・アルビーニがミラノでコレクションを発表したのが皮切りだ。ミラノがファッションで国際的な認知を受けるのが、このときなのである。

72年、写真家のオリビエーロ・トスカーニは『ヴォーグ・ウオーモ』で「ユニルック」を発表。スーツの後ろ姿からだけでは男女の区別がつかない写真を掲載した。そして75年、ジョルジオ・アルマーニが創業。「ユニルック」に沿うような性別を意識しないスーツを提案するなど、フェミニズムファッションで世界をリードする。

この70年代、ファッションとインダストリアルデザイン、それぞれの世界にいる人間が交流を始めた。そこにイタリアデザインの新しい芽が育っていったのだ。そのひとりがインダストリアルデザイナーのクリノ・カステッリである。フィアットやオリベッティで経験を積んだ後に独立した彼は、形状よりもCMF（color, material, finish）に注目した。72年の“Glowing chair”にあるようにインタラクションデザイナーの先駆けでもある。

同じ72年、MoMA（ニューヨーク近代美術館）で「イタリー：ザ・ニュー・ドメスティック・ランドスケープ」が開催された。監修はアルゼンチン生まれの建築家、エミリオ・アンバースである。ここでイタリアの前衛的なデザイン動向と未来の住居空間の２つがアピールされ、産業としてのイタリアデザインだけでなく、思想としてのイタリアデザインも国際的認知を受けた。

80年代は新しいデザイン言語の開発と意味探索の時代

70年代の社会変化を背景に、雑貨と家具のデザインが大きく胎動するのが80年代だ。76年にできたアルキミアはアレッサンドロ・グエッリエーロが始め、アレッサンドロ・メンディーニ、エットレ・ソットサス、ミケーレ・デ・ルッキ、アンドレア・ブランジなど30人近くが参加した実験的な活動だった。トレンドを追うのではなく、トレンドをつくる側になろうとした。しかしながら経済的には成立せず、数年しか維持できなかった。そのアヴァンギャルド活動の実質的な継承者となったのが81年にスタートしたエットレ・ソットサスの主宰するメンフィスである。

ミラノの「内輪感」もあったこれまでのイタリアデザイン界への批判も込めたのだろう。メンフィスは多数の海外デザイナーによって構成された。時代の見立てとしては巨大IBMに挑むスティーブ・ジョブズ率いるアップルコンピュータの家具版である。



新しいデザイン言語が開発された。機能よりも意味を重視するのはソットサスの本棚「カールトン」で一目瞭然だ。世界の主要メディアが毎週のようにメンフィスを表紙に取り上げたほどに人々は熱狂した。この活動を事業として支えたのがアルテミデの創業者であるエルネスト・ジスモンディ。素材面ではピエモンテ州のアベット・ラミナーティという表層材メーカーがサポートした。メンフィスの饒舌さは同社の材料に大きく依っていたのだ。

また、食器や調理器具のメーカー、アレッシィはデザイナーの国際的プラットフォーム構築とポストモダンというメンフィスの特徴をビジネスとして使いきった成功事例とも言えるだろう（フランス発の「新創作料理」のイタリアでの導入時期が、アレッシィの旺盛なビジネスタイミングと微妙に重なるのも注目すべき点）。

80年代、イタリアデザインは近代的合理性の壁にぶち当たり、その意味が問われたために、デザイナーはより新しい探索に出ざるを得なかったのである。

90年代以降のグローバル競争とミラノデザインシステムの完成

90年代、冷戦終結後のグローバル競争の激化はイタリアデザインの性質も大きく変えた。グローバル企業の大量生産体制の確立、新興国のビジネス参入、インターネットの普及による電子機器のユーザーインターフェースデザインの増加。これらによりデザイン対象の拡大とデザイナーの国際競争が目立つようになる。

１つのエピソードがある。それまでイタリアの国立大学にしか存在しなかったインダストリアルデザインコースがミラノ工科大学（通称Polimi）内にできたのが90年代半ばで、その後、いくつかのデザイン学科を集めて学部に昇格する。その教授のひとりがアンドレア・ブランジだった。

80年代、私立のデザイン学校であったドムスアカデミーで彼は先進的かつ実践的な教育に注力する。しかし、90年代になって徐々に足が遠のき、半ば以降はミラノ工科大学において大量生産に立ち向かうデザインに関心が移った、と自身で述べている。

マエストロのデザインからワーカーのデザインへ、個のデザインからチームのデザインへ、ローカルカラーからグローバルスタンダードのデザインへ、という具合にさまざまな側面から変化を表現できる。イタリアデザインとはイタリア人の才能が発揮されたデザインを指すのではなく、ミラノを中心としたデザインのソフトインフラの充実と発信力を指すようになってきた。よってミラノにデザインを学びに来る世界各国からの留学生も増えてくる。

ミラノサローネには35歳以下の新人登竜門として「サテリテ」という分野がある。80年代から次第に普及し始めたサローネ会場外での市街イベント「フオーリサローネ」も資金的にサローネへ参加できない若手デザイナーの要望に応えたものだ。各地から集まった若いデザイナーたちが自らの表現に賭け、そこに有力な企業の経営者たちが目をかけ、ここから一級のデザイナーが育ったケースも少なくない。元来、イタリアデザインは若手に対して寛容な土壌があるが、それが良い方向に導いている。このサテリテが1998年のスタートであ



トリエンナーレデザイン美術館にイタリアデザイン史を振り返るコーナーができたのは2007年。常設ではなく、テーマに沿ったキュレーションによって入れ替わりがある。24年のミラノデザインウィーク期間中は、1930年代から90年頃までの作品を展示。ともにメンフィスのコレクションから、左写真がエットレ・ソットサス「カールトン」、右写真がアレッサンドロ・メンディーニ「プルースト」。
A section to reflect on Italian design history was set up in the Triennale Design Museum in 2007. The display is not permanent, but replaced periodically through curation. During Milan Design Week in 2024, works from the 1930s to the '90s were displayed. The pieces in these photos are from the Memphis collection. The photo on the left is *Carlton* by Ettore Sottosass and the one on the right is *Proust* by Alessandro Mendini.

り、ミラノデザインシステムの強化時期と重なっている。

社会価値や地域（テリトーリオ）への関心が高まる21世紀

ミラノデザインシステムの国際化が推進され、世界のどこの国出身のデザイナーであれ、名の知れた学校でデザインを学んでいった結果、デザインそのものがより標準化されたツールとして確立されていく。

アメリカのデザイン会社、IDEOが啓蒙を始めた「デザイン思考」というビジネスパーソン向けのメソッドは、企業内におけるデザインの適用範囲を広げるきっかけにもなった。当然、この流れはイタリアにも入ってくる。

この転換期において、イタリアでもデザイナーという名称が一般化してきた。デザイナーの概念が広まったことで、逆にデザイナーとして意識されていなかった社会価値を重視する人たちの前世紀の活動が、デザイン史としても見直されてくる。

いくつかの例を挙げると、イタリアから精神病院の隔離病棟を廃止する法律の施行（78年）に動いた精神科医のフランコ・バザーリア、子どもには「すでにすべてがある」としたレッジョエミリア幼児教育の基礎を50年代になしたローリス・マラグッツィ、大資本に巻き込まれたライフスタイルとは異なる道を89年に提唱したスローフード運動のカルロ・ペトリーニ。人は彼らをデザイナーとは呼んでいなかったが、21世紀の文脈におけるデザイナー像そのものである。

このタイプの人たちが、今、エネルギーを注いでいるのが地域（テリトーリオ：自然条件を踏まえた社会・文化的空間）である。農村の多機能化（農業、ツーリズム、文化など）への働きかけ、都市における特定の地区の再編成など八面六臂の活躍である。その鍵となる分野の１つが「食」である（木村純子・陣内秀信『南イタリアの食とテリトーリオ』白桃書房2024年に詳しい）。地域と人々の有機的な関係を繋ぐのに食分野が注目されており、ここに今世紀の文脈でのデザイナーが深く入り込んでいる。ミラノ工科大学でデザインを教えるアレッサンドロ・ビアモンティは「われわれのプロジェクトの半数以上は、今や何らかのかたちでテリトーリオに絡む」と話す。

対象をできるだけ広くとり、物事を前進させることを優先するデザイン文化の存在感こそがイタリアデザイン史の白眉であり、トリエンナーレデザイン美術館のアーカイブセンターやADIミュージアムなど、それをより深めるためのインフラも充実しつつあるのが2020年代の風景だ。問題解決と並行して意味領域への関心が再び高まる現在、デザイン文化そのものの必要性が問われているが、イタリアデザイン史を紐とく意義はここにもある。

Three guidelines for reviewing the history of Italian design

When discussing Italian design today, we generally associate it with luxury brands in food, clothing, and housing. This is exactly the reason why famous designers who designed furniture and lighting fixtures that became hit products in the latter half of the 20th century are perplexed. Their intention was to provide excellent design to as many people as possible. Entering this century, however, their products are deemed as "expensive items which ordinary customers cannot afford easily." The designers say that was not their intention.

Whether good or bad, it is the result of Italian design gaining a great reputation. There are also many things Japan, with its sluggish economy, can learn from Italian design history. That is because they realized the importance of "quality" and shifted their economical activities from "quantity" to "quality" at an early stage. Now, let us reflect on the process of Italian design gaining a great reputation for nearly 70 years since the end of World War II.

I would like to note three points that I personally think would function as indexes for reviewing the history of Italian design. These points have no direct relationship with each other.

One is their strong obsession with color. This, for example, is evident in the Renaissance period as well. Painter El Greco, who was active in Spain, liked using bright colors and traveled to Venice to study art from Greece, which was a colony of the Republic of Venice. He learned and mastered the Venetian School's use of color. The sensibility for color is clearly different between the north and south separated by the Alps, and the sense regarding color is judged rigorously even today in Italy. Another characteristic is their particular appreciation for judging beauty.

The second point is the circumstance in which "they had to constantly cultivate the front lines" for survival. Designer and researcher Andrea Branzi, who passed away last year, wrote the following in his book *Ritratti e autoritratti di design* (Fondazione Cologni Marsilio Editori 2010, not translated into Japanese), modeled the book *Artistes of the Renaissance*, written by Giorgio Vasari in the 16th century: "There was no model for modern houses in Italy because there was no established Victorian architecture, French Napoleon the Third style, nor neo-medieval style in Italy. That is why they were able to establish a format to experiment with living styles from scratch. As rigorous distinction in forms and functions as in Scandinavia has not been made, it was possible to establish a foundation for competing with materials and expressions in Italy." It is, in a sense, a lack of the "orthodox."

The third point is that Italians are good at "converting meanings." Economist Roberto

Verganti who teaches at the Stockholm School of Economics investigated the success of Italian design from the aspect of corporate strategic design in the latter half of the '90s. He stresses that "success largely depends on innovation in the sense it is led primarily by an entrepreneur. (*Design-Driven Innovation,* Cross media Publishing 2016). This means that the Italian business person faithfully followed the original meaning of the Latin phrase "design gives meaning."

As Ettore Sottsass once said, "Design in Italy is a way of life," a culture in which the above three points are subtly intertwined based on the designer's own life history, postwar Italian design history has been enlivened by its design culture.

Cultivating overseas' markets in the 1960s after postwar recovery

The period of high economic growth after World War II was a blossoming period for Italian design. The reason they surpassed Scandinavia, which had a strong presence in wood daily goods and furniture as an industry until then, was because they avidly introduced new technologies. The use of resin is a representative example of this, and such enterprises as Artemide and Kartell can be cited.

Nevertheless, there was also a foundation for "an ability to incorporate new trends" and "transcend genres" in the early 20th century. The art movement "futurism" was also a movement to praise Italian technology that belatedly got onboard the "industrial revolution train" that the other European nations had led. The characteristics of its expressions were speed, randomness, light, and a sense of rhythm. It was broad-ranging, including not only art painting but also graphics, products, and fashion. Fashion design by Giacomo Balla (1871-1958), for example, almost looks like the 1960s when pop culture was at its height. As there was a bloodline for pouring energy into the avant-garde, there are very few in the field of art and design in the 20th century who could clearly say, "I was not influenced by it."

The start of its postwar design can be divided into three categories and regions. The aforementioned daily goods and furniture where made in the area centered around Milan, and car designs were made in Turin where there are many car makers as Fiat and *Carrozzeria,* and *haute couture* fashion in Florence and Rome. The area in which internationalization advanced was car design. In the 1950s, overseas car manufacturers including those in Japan consigned their design to carrozzerias in Turin. Next came the fields of sundries and furniture. They concentrated on fulfilling their domestic demands in the '50s, but started advancing into overseas' markets in the '60s. The motive for holding the Milan International Fair that started in 1961 was to promote exportation.

In the latter half of the '60s, groups including Archizoom started an avant-garde movement called "Radical Design" that challenged established authorities and drew from pop culture. This attempt had a tendency to target society as a whole.

In Italy, there have been many cases in which the architect designs all the furniture in the house. Their subjects of design are quite widespread. This is why the title *progettista* (meaning "a person who throws things forward" in Latin) was given to architects. That is where the foundation for its "project culture = design culture" lies.

ADI (Associazione per il Disegno Industriale), or Industrial Design Association, founded in 1956, is also not a group of professionals as the members vary from designers, researchers and entrepreneurs to journalists, thus representing the broad characteristics of Italian design culture.

The title "designer" was not often used in this era, and architects, progettista, and *stilista* were considered belonging to the same rank. In many cases, stilista was only in charge of a small range, such as design or form. The title "designer" started to be used generally from the '90s to this century, and the use of the term "stilista or stylist" is now limited to only the world of fashion.

The 1970s was an era of new concepts for design

Andrea Branzi listed the names of the masters who formed the era as of 2010 since the end of the war in his book mentioned above. They are: Gio Ponti, Franco Albini, Bruno Munari, Marco Zanuso, Ettore Sottsass, Achille Castiglioni, Vico Magistretti, Gae Aulenti, Enzo Mari, and Mario Bellini. One may wonder why a certain person is not in this list. This shows that there are so many designers who have etched their names in history.

Branzi also lists the names of enterprises that introduced these designers to the world. Here are some of the many: Cassina, B&B ITALIA, zanotta, Flos, Artemide, and Poltronova.

Looking at the section for Italian design history at the Triannale Design Museum in Milan, each designer has left his or her masterpieces in the world, but as Branzi wrote, it is difficult to categorize all maestros unilaterally as the orthodox.

What we notice while actually seeing the history of postwar Italian design is that masterpieces that formed the era are concentrated overwhelmingly in the '60s and '80s, while those in the '70s are relatively few. Is this because the era is remembered as a dark age frequented by terrorism?

No, here, we should focus on the movements surrounding industrial design. It was in the latter half of the '60s when the era of *haute couture* ended and *prêt-à-porter* started appearing in the limelight to make Italy the center of the fashion world. It began when Walter Arbili unveiled his collection in Milan in 1971. This was the first time Milan attracted international attention in the world of fashion.

Photographer Oliviero Toscani introduced the "Uni-look" in *Vogue Uomo* in 1972. He used a photograph showing only the backside of the models wearing the suites, making it impossible to tell whether the models were men or women. Then, Giorgio Armani was founded in 1975. It led the world of feminism fashion with such moves as proposing gender-less suits to cater to the "Uni-look" trend. In the 70s, people in the worlds of fashion and industrial design started to mingle. There, new seeds of Italian design started to grow. One of them was industrial designer Clino Castelli. After accumulating his experience at Fiat and Olivetti, he became independent and started focusing on CMF (Color, Material, and Finish) rather than form. He is also a pioneer in interactive design as seen in his Glowing Chair released in 1972.

In the same year, 1972, the exhibition, *Italy: The New Domestic Landscape* was held at MoMA (The Museum of Modern Art) in New York. It was curated by Argentine born architect Emilio Ambasz. Here, two trends, the avant-garde design trend in Italy and futuristic living space were utilized, bringing international recognition of Italian design as a philosophy and not simply as an industry.

The 1980s developed a new design language and exploration in meaning

The '80s was a decade when designs of sundries and furniture started to change drastically against a background of the social changes in the '70s. Studio Alchimia, founded in 1978, was an experimental activity started by Alessandro Guerriero and participated by nearly 30 people including Alessandro Mendini, Ettore Sottsass, Michele De Lucchi, and Andrea Branzi. They tried to create trends rather than follow them. It, however, lasted only several years due to financial issues. A group that became the practical successor of that avant-garde movement was Memphis started in 1981 and led by Ettore Sottsass.

Perhaps because some criticized Italian design up to that time as "insular," Memphis was formed with many overseas designers as well. It was like the furniture version of Apple Computer led by Steve Jobs that challenged the giant at the time, IBM.

A new set of design jargon was developed. Placing priority on meaning rather than function was evident from Sottsass' bookshelf *Carlton*. The world was so wildly excited that major media around the world week after week used Memphis on their covers. The person who supported this activity as business was the founder of Artemide, Ernesto Gis-

mondi. In regard to materials, surface material manufacturer Abet Laminati in Piemonte region provided support. The eloquence of Memphis relied heavily on the materials supplied by this firm.

Tableware and cooking utensil maker Alessi can be cited as an example of success for masterfully using the business characteristics of Memphis, which was establishing an international platform for designers and post-modernism. (It should also be noted that the introduction of *Nouvelle Cuisine* from France into Italy took place around the same time Alessi started its aggressive business activity).

As Italian design faced the wall of modernistic rationalism in the '80s, and its meaning was questioned, designers had no other choice but to explore new alternatives.

Global competition since the 1990s and the completion of Milan Design System

The intensification of global competition after the Cold War drastically changed the characteristics of Italian design in the '90s. "Establishment of mass production systems in global corporations," "entrance of emerging nations into businesses," and "increase in user-interface design for electronic devices due to the diffusion of the Internet" made the "expansion of design targets" and "international competition among designers" more conspicuous.
There is an episode where industrial design courses previously offered exclusively at Italian national universities was established at Politecnico di Milano (commonly called Polimi). Several design courses were put together thereafter to form a department, and one of its professors was Andrea Branzi.

In the '80s, Branzi poured efforts in progressive and practical education at Domus Academy, a private design school. He said he gradually distanced himself from it in the '90s, and from the mid '90s, became more interested in design that counters mass production at Polimi.

Transformations of Italian design can be expressed from various angles, such as "from maestros' design to worker design," "from individual design to team design," and "from designs of local colors to those of global standard designs." Italian design no longer refers to designs that demonstrate the talent of Italians, but has come to refer to the enrichment and dissemination of the soft infrastructure of design centered in Milan. This is why there was a gradual increase in students from various nations coming to study design in Milan.

There is a category called "SaloneSatellite" at the Milan Furniture Fair which is a gateway to success for up-and-coming designers 35 years-old and younger. Moreover, the outdoor event "FuoriSalone" held outside the Salone site that started becoming popular from the '80s, is also a response to the demands of young designers who are not able to participate in the Salone financially. There are not a few cases in which young designers from various local areas bet on their own power of expression and catch the eye of managers from major corporations, resulting in the birth of top-class designers. The Italian design world has always been accepting of up-and-comers, and this is leading in a positive direction. SaloneSatellite started in 1998, which overlaps with the period of reinforcement of the Milan Design System.



2021年に開館したADIデザインミュージアムは、元馬車の停車場、その後は配電所となっていた建築をリノベーション。ジオ・ポンティの発案で1954年に創設、その後イタリア工業デザイン協会(ADI)が運営する「コンパッソ・ドーロ(金のコンパス)」賞の歴代受賞作を展示する。

ADI Design Museum, opened in 2021, was made by renovating a building that was first used as a depot for horse carriages and then as a power distribution facility. Proposed by Gio Ponti, it was founded in 1954. It has been used to display generations of award-winning works of the Compasso d'Oro Award run by the ADI.

Concerns in social values and *territorios* are rising in the 21st century

As internationalization of Milan Design System is being promoted, and designers from any nation being able to study design at renowned schools, design will further be established as a standardized tool.

A method for business persons called Design Thinking, which was started by the US design firm IDEO, also becomes a trigger for expanding the application of design within enterprises. Naturally, that trend reached Italy as well.

During this transitional period, the title "designer" became a general term in Italy too. As the concept of "designers" spread, even activities of people in the previous century who valued social values are now seen as part of design history. Some examples of this are the psychiatrist Franco Basaglia who contributed to abolishing isolation wards in mental hospitals in Italy, Loris Malaguzzi who established the foundation for the Reggio Emilia Approach in childhood education, and Carlo Petrini who advocated the slow food movement in 1989 as an alternative to the lifestyle controlled by big capital. Although they were not called designers, they are exactly the image of the designer in the context of the 21st century.

What these kinds of people are pouring their efforts into today is *territorios* (territories: societal and cultural spaces that take into account natural conditions). They are multi-sided activities including recommendations for making agricultural villages multi-functional (such as farming, tourism, cultural activities, etc.) as well as reorganizing specified districts. One the fields that will be the key to this is "food" (this is explained in detail in Hakuto Shobo Publishing, *Foods and territorios in Southern Italy* by Junko Kimura and Hidenobu Jinnai). As attention is being paid to the field of food to create an organic link with people in localities, designers are stepping deeply into this field in the context of this century. Alessandro Biamonti who teaches design at Politecnico di Milano says, "More than half of our projects are related to territorios in one way or another."

The greatest feat in Italian design history is the existence of a design culture that prioritizes advancing things while setting the target as broadly as possible. Moreover, the vista for the 2020s is that the infrastructures for improving such facilities as the archive center at the Triennale Design Museum and the ADI Design Museum will be further enhanced. Now that the concerns for the domain of "meaning" are rising in parallel with problem-solving, the necessity for a design culture itself is being sought. The significance of unraveling the history of Italian design history also lies here.

イタリアデザイン、およそ70年の変遷

Italian Design ——70 Years of Change



デザイン史に残る珠玉の名作を生み出してきたイタリアデザイン。黄金期を迎えた60年代から現在まで、時代を象徴する家具を厳選して紹介。時代背景と照らし合わせ、その歴史を俯瞰する。

Italian design has generated masterpieces that remain in the history of design. We will introduce carefully selected furniture that symbolizes each era from the golden age of the 1960s to the present day, and examine its history in the context of historical background.

文・構成／浦川愛亜
Text and composition by Aia Urakawa

文／村田保子
Text by Yasuko Murata

イラスト／阿部伸二
Illustrations by Shinji Abe

1960 Modern

アメリカ・イギリスのポップ・アートの影響を受け、石油化学由来の発泡ポリウレタンやプラスチックを使用した、カラフルでアイコニックな家具が生まれる。気鋭デザイナーが多数活躍し、イタリアデザイン界は黄金期を迎える。
Influenced by the Pop Art movement in the US and UK, numerous colorful and iconic pieces of furniture were created using polyurethane foam and plastic derived from petrochemicals. Many up-and-coming designers were active, and the Italian design world entered its golden age.

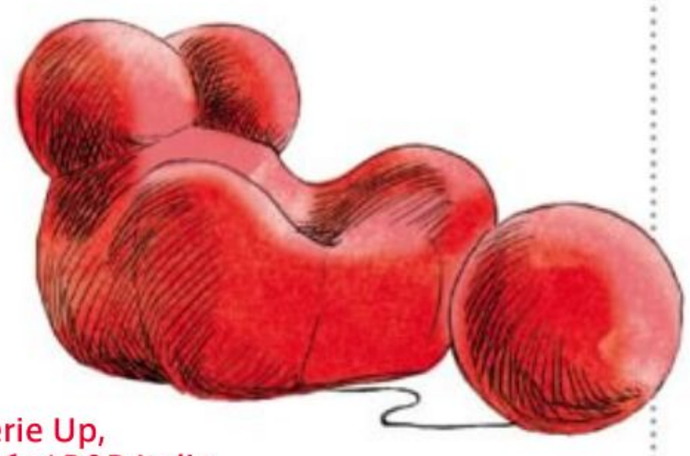
ARCO, 1962/ FLOS

戦後のイタリアデザイン復興の中心的存在で、照明ブランドのフロスの設立に携わったアキッレ(1918–2002)＆ピエール・ジャコモ(1913–1968)・カスティリオーニ兄弟。大理石のベースとアーチを描くポールで構成された照明器具。
Achille (1918–2002) and Pier Giacomo (1913–1968), the Castiglioni brothers, central figures in the postwar Italian design revival, were involved in founding the lighting brand Flos. The lighting fixture consists of a marble base and arched poles.



bambini, 1964/ Kartell

工業デザイン界の父マルコ・ザヌーゾ(1916–2001)とドイツ人のリチャード・サッパー(1932–2015)との協働による、射出成形プラスチックによる子ども用チェア。ふたりはテレビなどの工業製品の名作も多数生み出した。
A children's chair made of injection-molded plastic, a collaboration between the father of industrial design Marco Zanuso (1916–2001) and German Richard Sapper (1932–2015). They also created numerous masterpieces of industrial products such as televisions.



Serie Up, 1969/ B&B Italia

世界の名立たる美術館に作品が永久保存されているガエターノ・ペッシェ(1939–2024)は、アーティストとしても活躍。女性のフォルムを表現した「Serie Up」も芸術性の高い作品。Serie Upの本体につながれたオットマンは鉄球をイメージしている。
Gaetano Pesce (1939–2024), whose works are permanently preserved in the world's prestigious museums, was also an active artist. Serie Up, which expresses the female form, is another highly artistic work. The ottoman connected to the main body is inspired by an iron ball.

1960	ローマオリンピック開催 Rome Olympics held 第1回世界デザイン会議開催 First World Design Conference held
1961	第1回ミラノサローネ国際家具見本市開催 Firs Salone del Mobile Milano held
1967	ヨーロッパ共同体(EC)発足 Establishment of the European Communities

1970 Radical

若手によるラディカル(急進的)運動が各地で発生。戦後復興期の大量生産・消費社会に反発し、画一的な工業製品とは真逆の奇抜で独自性のある家具が多数発表された。一方で熟練の職人技術により、不朽の名作も数々生まれた。
Radical Design movements by young designers emerged in various regions. Reacting against the mass production and consumption society for the postwar reconstruction, many eccentric and original pieces of furniture, which were the complete opposite of standardized industrial products, were produced. On the other hand, numerous timeless masterpieces were created by the craftsmanship of skilled artisans.



Quaderna, 1969–1972/ zanotta

ラディカルデザイン運動の中心的グループで、都市計画案「Continuous Monument」シリーズなどを発表したスーパースタジオ(1966–1978)による作品。製品全体にデジタルプリントされたグリッド模様は、唯一無二の存在感。
This is a work by Superstudio (1966–1978), a core group of the Radical Design movement that unveiled the Continuous Monument series of urban planning proposals. The grid pattern digitally printed on the entire product has a unique presence.



MARALUNGA, 1973/ Cassina

建築、都市計画、インテリア、工業デザインの分野で活躍し、特にカッシーナで数多くの家具をデザインしたヴィコ・マジストレッティ(1920–2006)による傑作ソファ。1シートごとに背もたれがハイバック・ローバックに変更可能。
A classic sofa by Vico Magistretti (1920–2006), who was active in the fields of architecture, urban planning, interior design, and industrial design, and specially designed numerous pieces of furniture for Cassina. The backrest can be changed to high back or low back for each seat.



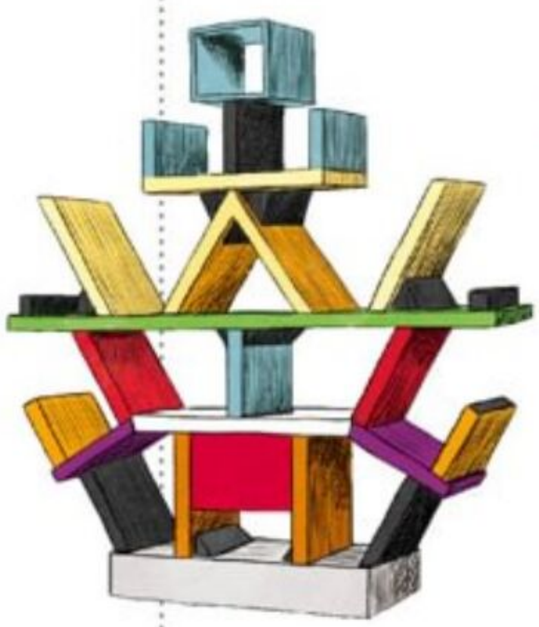
Poltrona di Proust, 1978/ Studio Alchimia

前衛デザイナー集団、スタジオ・アルキミア(1977–1989)に参加したアレッサンドロ・メンディーニ(1931–2019)が手がけた椅子。ネオ・バロック様式と点描絵画をモチーフに、本体、装飾、ファブリックにペイントされている。
Alessandro Mendini (1931–2019) participated in the collective avant-garde designer Studio Alchimia (1977–1989). The chairs are inspired by Neo-Baroque styles and pointillist paintings, and are painted on the body, decorations, and fabrics.

1973	オイルショック Oil Crisis

1980 Postmodern

エットレ·ソットサスがアバンギャルド集団「メンフィス」を設立。世界中の建築家·デザイナーに声をかけ、形や機能、あらゆるものから解放された家具を製作。ポストモダンデザインと呼ばれ、建築やファッション界にも影響を与えた。
Ettore Sottsass founded the avant-garde collective Memphis. Calling on architects and designers from around the world, he created furniture liberated from form, function, and everything else. Termed postmodern design, the group influenced the worlds of architecture and fashion.



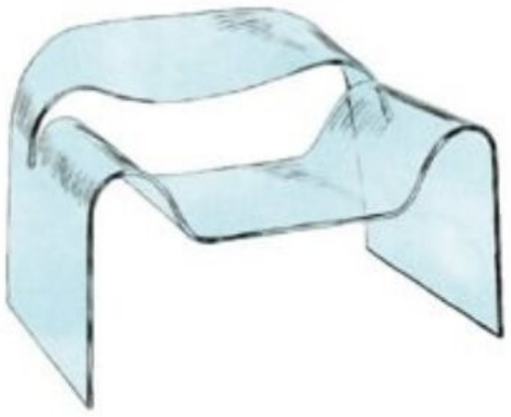
CARLTON, 1981/Memphis

オリベッティ社など、数々の企業のデザインコンサルタントを務め、コンピュータなどの工業製品を手がけたエットレ·ソットサス(1917–2007)。彼がメンフィス(1981–1988)の活動でデザインした間仕切り、本棚、チェストの機能を持つ家具。
Ettore Sottsass (1917–2007) served as design consultant for a number of companies, including Olivetti, and he worked on industrial products such as computers. This is furniture with the functions of partitions, bookcases, and chests of drawers designed by Ettore Sottsass during his activities in Memphis (1981–1988).



Light-light, 1987/ Alias

ミラノ工科大学で機械工学を学び、アルファロメオ社のデザイン部長の経歴も持つ、新素材とエンジニアリングをデザインに持ち込んだアルベルト·メダ(1945–)のデビュー作。炭素繊維とデュポン社のノーメックス素材を使用。
The debut work of Alberto Meda (1945–) brought new materials and engineering to the design. He studied mechanical engineering at Politecnico di Milano and has served as Alfa Romeo's design director. The work utilizes carbon fiber and DuPont Nomex® fiber.



Ghost, 1987/FIAM Italia

イタリアデザイン界の至宝ジオ·ポンティのもとで働いた後、マルコ·ザヌーゾと協業した経験を持つ、デザイナー兼建築家チニ·ボエリ(1924–2020)が、完璧な透明感を目指してデザインした椅子。厚さ12㎜の一枚ガラスから形成。
Designer and architect Cini Boeri (1924–2020), after working for leading figure in the Italian Design world Gio Ponti, worked in collaboration with Marco Zanuso. She designed a chair in pursuit of perfect transparency. Molded with a single glass layer 12 mm thick.

1980	パオロ·ボルトゲージ「ポストモダン」宣言 Declaration of "postmodernism" by Paolo Portoghesi
1982	ミラノ·ドムスアカデミー開校 Domus Academy opens in Milan
1989	アメリカ·ソビエト連邦の冷戦終結を宣言 Declaration of the end of the Cold War between the U.S. and Soviet Union

1990 Globalization

イタリアの家具メーカーは勢いのある海外のデザイナーを起用し、ヒット作を生み出していく。ミラノサローネ国際家具本市にも外国人参加者が急増。イタリアデザイナーによる新作·名作の数が減少し、若手の存在感が希薄に。
Italian furniture manufacturers utilize dynamic foreign designers to create hit products. The number of foreign participants at the Salone del Mobile Milano has also increased rapidly. The quantity of new works and masterpieces by Italian designers declined, and the presence of young designers became rare.



Charles, 1997/ B&B Italia

各エレメントを組み合わせて、好みのレイアウトをつくれるソファ。手がけたのは、公共空間や住宅の建築、グラフィックなども手がけ、英国王立芸術協会より王室工業デザイナーの称号を授与されたアントニオ·チッテリオ(1950–)。
Designed by Antonio Citterio (1950–), the sofa allows you to create your own layout by combining each element. Citterio has worked on public spaces, residential architecture, and graphics. He was awarded the title of Honorary Royal Designer for Industry by The Royal Society of Arts (RSA).



Bombo Stool, 1997/ Magis

ユーモアあふれる生活用品から家具、照明、クルマのデザインなど、多彩な活動で知られるステファノ·ジョバンノーニ(1954–)。この有機的なフォルムのスツールは、ガスピストンにより座面高が調節可能。世界的なベストセラーに。
Stefano Giovannoni (1954–) is known for his diverse activities, from humorous daily goods to furniture, lighting, and car design. The stool has an organic form, and the height of the seat can be adjusted by a gas piston. It became a worldwide bestseller.



Pisola, 1999/ Campeggi

フィアット社のデザイナーを経て、テクノロジー、アート、デザインの分野で横断的に活躍するデニス·サンタキアラ(1950–)が手がけた、エアベッドを収納できるアームチェア。ベッドは内蔵の電動ポンプで膨らませることが可能。
The armchair with a storable air bed was designed by Denis Santachiara (1950–). After working as a designer for Fiat, Santachiara has been active across the fields of technology, art, and design. The bed can be inflated with a built-in electric pump.

1990	東西ドイツ統一 Unification of East and West Germany
1993	オランダでドローグ·デザイン(現·ドローグ)設立 Droog Design (presently Droog)founded in the Netherlands
1998	サローネサテリテ会場新設 SaloneSatellite new venue established

2000 ReBorn

アントニオ·チッテリオ、ロドルフォ·ドルドーニ、ピエロ·リッソーニが格調高い名作を手がけて存在感を放つ。また彗星のごとく現れたファビオ·ノヴェンブレがセンセーションを起こす。その裏で黄金期を牽引した巨匠の逝去が続く。
Antonio Citterio, Rodolfo Dordoni, and Piero Lissoni make their presence felt through their prestigious masterpieces. Fabio Novembre, who appeared like a comet, created a sensation. Behind the scenes, the great masters who led the golden age passed away one after another.

Org, 2001/ Cappellini

人体の一部をかたどった椅子など、独創的な発想が注目を集める奇才、ファビオ·ノヴェンブレ(1966–)。このテーブルは、天板からぶら下がるポリプロピレンのロープ状の脚のうち、4本にスチールの芯材が入り支えている。
Fabio Novembre (1966–) is a genius who has attracted attention for his original ideas, such as chairs shaped like parts of the human body. This table has rope-like polypropylene legs that hang down from the tabletop, four of which have steel cores for support.





DIVO, 2009/ Minotti

店舗、オフィス、レストラン、ホテルなど、多方面にわたって活躍。ミノッティのアートディレクターも務めたロドルフォ·ドルドーニ(1954–2023)によるコーヒーテーブル。レーザーカットしたブラックニッケルをクロス溶接で製作。
A coffee table designed by Rodolfo Dordoni (1954–2023), who was also served as an art director of Minotti, and is active in a wide field including stores, offices, restaurants, and hotels. The table is made by cross welding laser-cut black nickel.



Ile Club, 2007/ LIVING DIVANI

国内外の多彩なプロジェクトを手がけ、コンパッソ·ドーロなど国際的な賞を多数受賞しているピエロ·リッソーニ(1956–)。浮遊感のある現代的なソファは、ボリュームのあるボディを繊細なベースが支え、やわらかな座り心地を実現。
Piero Lissoni (1956–) has been involved in a wide variety of domestic and international projects and received numerous international awards, including the Compasso d'Oro. This contemporary sofa, which imparts a floating sensation, has a voluminous body supported by a delicate base that realizes soft seating comfort.

2002	ユーロ貨幣の流通開始 Euro banknotes and coins start circulating
2005	サローネ会場、移転·新設 Salone del Mobile Milano venue relocated and newly built
2007–2010	世界金融危機 Global Financial Crisis

2010 New generation

オランダで学んだアート志向の強いフォルマファンタズマをはじめ、若手デザイナーが次々に登場し、イタリアデザイン界に新しい波が起こる。世代交代が進み、自国の若手と協働して開発するイタリア家具メーカーが増えていく。
Young designers appeared one after another, including the highly art-oriented Formafantasma, whose members studied in the Netherlands, created a new wave in the Italian design world. As the generational change progressed, an increasing number of Italian furniture manufacturers began to collaborate with young designers in their own countries to develop new products.



Cloud Collection, 2010/ Arflex

建築を学び、大学で教鞭もとるカルロ・コロンボ(1967–)によるアウトドアチェア。自然の風景に馴染み、屋外使用に適した合成弾性ストラップを使用。
The outdoor chair designed by Carlo Colombo (1967–), who studied architecture and teaches at a university. The chair uses synthetic elastic straps that blend in with the natural landscape and are suitable for outdoor use.

Ella, 2015/Edra

ポリカーボネイトを扱う工場で育ったヤコポ・フォッジーニ(1966–)は、その素材で芸術的な作品をつくり続けている。この椅子は、手作業によるポリカーボネイトの一体成形により、座面が一点ごとに異なり、多彩な表情を見せる。
Jacopo Foggini (1966–), who grew up in the environment of a polycarbonate factory, continues to create artistic works with the material. In this chair, the seat surface of each piece is different from the others due to the one-piece hand-made formation of the polycarbonate, giving the chair a variety of expressions.



WIRERING, 2017/ FLOS

実験的なインスタレーション作品を展開するイタリア人デュオ、フォルマファンタズマ(2009–)が初めて手がけた工業製品。通常は隠してしまう電気ケーブルをデザインとして表現し、LED搭載の押出成形のアルミニウムリングで構成。
The first industrial product designed by Formafantasma (2009–), an Italian duo that develops experimental installation works. The electrical cables, which are usually hidden, are expressed as design, and consists of extruded aluminum rings with LEDs.

2014	NFT(非代替性トークン)誕生 Birth of NFTs (Non-Fungible Tokens)
2015	SDGs(持続可能な開発目標)採択 SDGs (Sustainable Development Goals) adopted

2020 Sustainable & Future

パンデミック後、五感を触発する自然素材や色彩、優しい形状が主流になり、持続可能な社会に向けて環境に配慮した素材の使用・変更が進む。ガムフラテージ、ディモーレスタジオ、エリザ・オッシノなどの新鋭が躍進中。
After the pandemic, natural materials, colors, and gentle forms that stimulate the five senses became mainstream, and the use and change of environmentally friendly materials progress toward a sustainable society. Newcomers such as Gamfratesi, Dimore Studio, and Elisa Ossino are making great strides.



Raphael, 2023/ Minotti

ふたつの文化を融合させて新時代のデザインを創造するデンマーク人とイタリア人のデュオ、ガムフラテージ(2006–)。ダイナミックな曲線と有機的なフォルムのソファに、彼らの洗練されたスタイルが発揮されている。
GamFratesi (2006–) comprises a Danish-Italian duo that fuses two cultures to create new-age designs. Their sophisticated style is evident in the sofas with dynamic curves and organic forms.



Millepiedi Bookshelf, 2024/ Cappellini

家具、照明、テキスタイルなど、インテリアデザインを中心に活動するイタリア人とアメリカ人のデュオ、ディモーレスタジオ(2003–)が、2023年にデザインした同名のテーブルのスピンオフ作品。構造は太い金属管。
This is a spin-off of the table of the same name designed in 2023 by Dimorestudio (2003–), an Italian-American duo active mainly in interior design, as well as furniture, lighting, and textiles. The structure made of thick metal tubes.



Helium, 2024/ De Padova

建築家・インテリアデザイナーであるエリザ・オッシノ。プロダクト、ウィンドウディスプレイ、アートディレクションなど、近年、活動の領域を広げている。この照明では幾何学的形状とガラスの反射で彫刻のような陰影を表現。
Elisa Ossino is an architect and interior designer. In recent years, she has been expanding her field of activity to include products, window displays, and art direction. In this lighting, geometric shapes and glass reflections express sculptural-like shadows.

2020	新型コロナウイルス世界的流行 COVID-19 Pandemic パリ協定運用開始 Paris Agreement comes into effect

Manufacturing and Design Movement

カルテル / 1949年設立。プラスチック加工技術を生かした先進的な家具製造が特徴。近年は環境に配慮した素材の使用やAIによる制作にも挑戦。
Kartell Founded in 1949. Characterized by advanced furniture manufacturing utilizing plastic processing technology. They are also challenging the use of environmentally friendly materials and AI.

ザノッタ / 1954年、ソファメーカーとして設立。デザイナーたちとのコラボによる美術とインダストリアルが融合した製品を発表し続けている。
zanotta Founded in 1954 as a sofa manufacturer, zanotta continues to release products that fuse art and industrial design through collaborations with designers.

アリアス / 1979年の設立以来、アルミニウムを積極的に活用し、その特性を生かした美しさと機能性を融合させたデザインの家具を数多く製造。
Alias Since its establishment in 1979, Alias has taken advantage of the unique characteristics of aluminum to produce a wide range of furniture blending beauty and functionality.

マジス / 1976年、クラフツマンシップと創造性が育まれてきたヴェネト州で設立。革新技術とデザイン力で既成概念を超える独創的な家具を発信。
Magis Founded in 1976 in Veneto, a region where craftsmanship is nurtured. They create furniture that goes beyond conventional ideas and utilizes innovative technology and design.

カッペリーニ / 1946年に木工家具工房として設立。1977年からジュリオ・カッペリーニが経営指揮をとり、国内外の新鋭とヒット作を送り出している。
Cappellini Founded in 1946 as a woodworking furniture workshop. Giulio Cappellini has led it since 1977, and is releasing hit products in collaboration with many designers.

リビング・ディバーニ / 1970年設立。1988年以降はピエロ・リッソーニがアートディレクター兼デザイナーとして「完璧で調和がとれる家具デザイン」を牽引。
LIVING DIVANI Founded in 1970. Piero Lissoni has been the art director and designer since 1988, leading the way in creating "perfect and harmonious furniture design."

エドラ / 1987年設立。独創的で芸術的なデザイン、高度な技術力、高品質な素材を組み合わせ、アイコニックな製品を生み出し続けている。
Edra Founded in 1987, Edra continues to create iconic products by combining original and artistic design, advanced technology, and high-quality materials.

スタジオ・アルキミア / 1976年にアレッサンドロ・グエリエーロが設立したラディカルな建築家集団。前衛的な表現の家具で、デザイン界に大きな影響を与えた。
Studio Alchimia A radical architectural group founded by Alessandro Guerriero in 1976. Their avant-garde design of furniture had a major impact on the design world.

フロス / 1962年、カスティリオーニ兄弟を中心に設立。イタリアのデザイン活動の拠点として多くの著名デザイナーが代表作を発表。
FLOS Founded in 1962 by the Castiglioni brothers. Numerous famous designers released their representative works from this base of design activity in Italy.

ビー・アンド・ビー イタリア / 1966年設立。革新的な技術とデザインを誇る。低温発泡モールドウレタンの一体成形に成功し、ソファの歴史を変えた。
B&B ITALIA Founded in 1966, they boast innovative technology and design. Succeeded in integrally forming cold molded polyurethane foam, changing the history of sofas.

カッシーナ / 1927年設立。先駆的な技術力と職人技のもと、時代を超越した名作を生み出し続ける。モダニズム建築家の家具の復刻も手がける。
Cassina Founded in 1927. They create timeless masterpieces based on pioneering technology and craftsmanship. Cassina also works on reproducing furniture by modernist architects.

フィアムイタリア / 1973年にガラス職人のヴィットリオ・リヴィが設立。卓越した技術力により、デザイナーと協働して多様なガラス製家具を創造する。
FIAM Italia Founded in 1973 by a glass artisan Vittorio Livi. Utilizing his outstanding technical skills, he works in collaboration with designers to create diverse glass furniture.

カンページ / 1959年設立。多機能性を重視しながら、常に新しいアイデアを追求し、遊び心や驚きを感じさせるユニークな製品を生み出している。
Campeggi Established in 1959. While emphasizing multi-functionality, Campeggi constantly pursues new ideas and creates unique products that are playful and surprising.

ミノッティ / 1948年設立。高品質の素材を使用し、「Made in Italy」を貫く職人技とテクノロジーを融合した製品づくりは高い評価を得ている。
Minotti Founded in 1948. Minotti uses of high-quality materials and its fusion of craftsmanship and technology with a "Made in Italy" approach to manufacturing.

アルフレックス / 1951年創業。シンプルで使いやすく、安全性、耐久性を考え抜いた設計で知られる。世代を超えて使い続けられる高品質の製品を提供。
Arflex Established in 1951. Known for its simplicity, ease of use, and thoughtful design for safety and durability. Arflex provides high-quality products that can be used for generations.

デパドヴァ / 1956年、北欧やアメリカなどの輸入家具を扱うショールームを設立。後に家具ブランドへ発展。若手デザイナーの登用にも力を入れている。
De Padova In 1956, established a showroom selling imported furniture. It later developed into a furniture brand. De Padova also focuses on promoting young designers.

メンフィス / 1981年ソットサスが設立した、国際的デザイン集団。プラスチック、ラミネートなどを使い、インパクトのある製品を数多く発表。
Memphis An international design group founded by Ettore Sottsass in 1981. Using plastics, laminates, and other materials, Memphis unveiled numerous high-impact products.



メンフィス社から発表した「UTAMARO」のポスターの前でエピソードを語った梅田正徳。
Masanori Umeda relates his story in front of the poster of UTAMARO released by Memphis.
Photo by Kazufumi Nakamura

カスティリオーニとソットサス。梅田正徳が間近で見た、その素顔

Castiglioni and Sottsass——As seen up close by Masanori Umeda

1960年代後半から70年代、そして80年代へ。戦後の復興期を経てイタリア発のデザインが花開き、世界中へ広がった。その間にカスティリオーニ事務所、ソットサス率いるオリベッティ、さらに「メンフィス」へと活動の舞台を移したのが、プロダクトデザイナーの梅田正徳。モダニズムからポストモダニズムに移行したプロダクトデザインの当事者である氏が、貴重なエピソードをウメダデザインスタジオ（東京・経堂）で明かした。

From the latter half of the 1960s to the 1970s, and then into the 1980s, Italian design bloomed through its postwar recovery era and spread to interior spaces throughout the world. During that time, product designer Masanori Umeda shifted his venues of activities from A. & PG. Castiglioni Studio to Olivetti, and then to Memphis led by Ettore Sottsass. As a person who experienced firsthand the flow of product design shifting from modernism to post-modernism, Umeda revealed his valuable episodes at the Umeda Design Studio in Kyodo, Tokyo.

文／神吉弘邦
Text by Hirokuni Kanki



オリベッティ時代のひとコマ（後列右から2番目が梅田）。マリオ·ベリーニ（前列左から2番目）とソットサス（前列右端）という、社内で敵対したデザイン最高顧問が並ぶ珍しい写真。後列右端はのちにメンフィスへ参加したジョージ·ソーデン。
A photo from his time at Olivetti (Umeda is second from the right in the back row). A rare photo of Malio Bellini (second from the left in front row) and Sottsass (far right in front row). These two design advisors were rivals within the company. On the far right in the back row is George Sowden, who later joined Memphis.

Courtesy of Archivio Olivetti



1968年、梅田が第1回ブラウン賞大賞を獲った「可動供給装置」は、閉じるとシンプルな箱、開けると機能が現れる可搬性のキッチンやバスユニットシステム（写真は1/5スケール模型）。ヒントにしたモチーフのひとつは、カスティリオーニ兄弟から結婚祝いに貰ったブリオンベガ製ラジオだ。75年にキッチンが製品化された。
In 1968, Umeda won First Prize at the first edition of BraunPrize for his Mobile Supply System. It is a portable kitchen and bathroom unit system that appears as a simple box when closed and reveals its functions when opened (a 1/5 scale model is shown in photo).

Photo by Masanori Umeda

主流派のカスティリオーニとラジカル派のソットサスは良きライバルであり、晩年まで互いの展覧会には駆けつける仲でした。

カスティリオーニ事務所
初の日本人弟子として

戦中生まれの梅田がデザインに目覚めたのは、工業高時代に通い詰めた横浜アメリカ文化センターだった。桑沢デザイン研究所に進んだ後にフリーで活動、モーターショーのホンダブースのデザインなどを担当する。

60年代初頭の東京は、六本木や銀座などの各拠点に若いエネルギーが夜な夜な集った。梅田が根城にしたのが渋谷·道玄坂のバー。ここでイタリアデザインに触れる。

「河野鷹思さんの事務所『デスカ』の木村チーフデザイナーも常連でした。オリベッティが発行していた『ゾディアック』誌を手に語るんです。『梅ちゃん、ソットサスはいいぞ!』って。でも、当時あまり感じるものはなかったな」。

まもなく梅田はデスカで働き始める。河野の長女は、デザイナー／絵本作家の葵·フーバー·河野。その夫が、ミラノを拠点に活躍するスイス人グラフィックデザイナー、マックス·フーバーだ。"フーちゃん"が来日のたび、彼の案内役を梅田が務める。親しくなるうち「一度、イタリアに遊びに来たら?」と誘われた。

「新宿伊勢丹でブルーノ·ムナーリ監修の『イタリアデザイン』展（1965年）を見たら、これまで見てきたものと発想が全然違う。イタリアのモダンデザインに驚き、興味が湧きました」。

フーバーに連れて行かれたのは、ミラノ中心部のカステッロ広場、スフォルツェスコ城を臨むカスティリオーニ事務所だった。三兄弟のうち長兄のリヴィオはすでに独立。次兄ピエール·ジャコモ、末弟アキッレの二人三脚でフロスの照明やザノッタの家具など、ヒット作を連発した熟成期にあたる。梅田はすでに「なかなか模型が上手な青年」として紹介されていたらしい。イタリア人を差し置いて事務所初の弟子として迎えられた。

上階に『ヴォーグ』編集部がある最先端の環境。ちょっと遊びに行くだけのつもりだったから、イタリア語は10個ほどの単語しか知らない。しかし、さほどデザインの現場では支障がなかった。

「弟のアキッレがアイデアを出して、兄のピエール·ジャコモが造形するスタイル。僕はどちらかと言うとアイデア派だから、同じタイプのアキッレよりもお兄さんと話が合ったんです」。

梅田は68年にプロダクトデザインの世界的アワード「ブラウン賞」に応募する。可搬性のキッチン·バスユニットシステム「可動供給装置」で、見事に大賞を射止めた。27歳だった。

オリベッティでともに10年
ソットサス、驚きの流儀

フランクフルトでの盛大な授賞式。オスロでのフィリップス主催の世界カンファレンス登壇。大きな受賞で梅田への注目度が一気に高まる。

ある日、事務所でランチをとっていた梅田に1本の電話が入る。声の主はエットレ·ソットサスだった。

「ちょっと君に話したいことがあるんだ、と。要はオリベッティへの"引き抜き"です。昔から主流派のカスティリオーニとラジカル派のソットサスは良きライバル。不倶戴天の敵とされがちですが、晩年まで互いの展覧会には駆けつける仲でした」。

前年にピエール·ジャコモが急逝したのも影響しただろうか。新たな環境を梅田は選び、オリベッティと契約して同社の顧問デザイナーとなった。

出社初日、ソットサスに「今日は結婚式でもあるのかい?」と茶々を入れられた。カスティリオーニ事務所時代のルールで、スーツ姿の梅田がきっちりネクタイを締めて現れたからだ。

オリベッティでのソットサスは、いっさい手を動かさなかったと梅田は振り返る。

「自分の仕事だと彼は絵を描きます。でも会社のためにスケッチすることはなかったですね。タイピスト用の椅子を開発するときも『梅田、タイピストは美人の女性が多いから、かわいくて綺麗な椅子をつくれ』とだけ指示されました」

両極端なイタリアデザインの雄を間近で見て、梅田の感想はこうだ。

「カスティリオーニはミニマルと思われがちですが、実はイタリアの伝統的な造形をする。父親が具象的な彫刻家だから、育った環境も影響しています。一方のソットサスは、どちらかというと平面的な形態で、言わば絵画的。建築家の父親の影響もあり、定規とコンパスで造形するようなスタイルです。だいたい造形に優れる人は、色には弱い。反対にソットサスは色に強くて、形はシンプル。これらは作家性だ



イタリア人に特有な「知性の戦い」をテーマに、四畳半の畳とボクシングリングを組み合わせた「TAWARAYA」(1981年)上のメンフィスメンバーの集合写真。カール・ラガーフェルド、BIG BANGメンバーら著名人の所有で知られるプロダクト。

A group photo of the members of Memphis in Tawaraya (1981). Tawaraya is a combination of a four-and-a-half *tatami* mat space and a boxing ring, based on the theme "the battle of intelligence" that is characteristic of Italians.

Photo by Studio Azzurro　Courtesy of Memphis

90年にエドラが製品化した「GETSUEN」(左)と「ローズ」。GETSUENの後部には移動のためスケートボード用のホイールが取り付けられており、既製品を取り入れるカスティリオーニのメソッドを感じさせる。

GETSUEN (left) and Rose were commercialized by Edra in 1990. The rear of GETSUEN is equipped with skateboard wheels for mobility, demonstrating Castiglioni's method of incorporating off-the-shelf products.

Photo by Kazufumi Nakamura



The mainstream Castiglioni and the radical Sottsass were friendly rivals, and would frequently attend each other's exhibitions until their later years.

から、どちらがいいとか悪いという話じゃない。でも僕から見ると、ソットサスの形は案外つまんないんだよね」。

何十年も付き合ったうえで語れる、造形を得意とする梅田の感想だろう。

1980年代末の東京で生まれた「花」をモチーフにする名作たち

イタリアにおけるモダンデザインの黄金期は「1975年まで」と梅田は述懐する。前年のオイルショックによって戦後の経済成長が止まったからだ。

梅田自身にも変化があった。自動車部品製造で成功し、国内有数の現代アートコレクターだったミラノの実業家と親交を持ったのだ。この関係は、当時頻発した営利目的の誘拐事件(のちに誘拐された実業家は無事に解放)で終わりを迎えたが、梅田のデザインにアート性が根を下ろした。ポストモダンの萌芽だ。

日本に帰国して自身のスタジオを構えた頃、元上司のソットサスから「メンフィス・グループ」結成の報とともに、参加の呼びかけが届く。「グローバルなメンバーが集った『ニューインターナショナルスタイル』という訳がわからないテーマ。でも『ソットサス・スタイル』をやりたいのだろうな、とすぐ気づきました」。

コンセプト重視の「ソットサス流ブランド」だったメンフィス。ボクシングリングと四畳半の畳を組み合わせた梅田の「TAWARAYA」は、そのサイズ感からも一際の異彩を放った。「いちばん目立つから、ソットサスは面白くなかったでしょう。でも自由にやらせてもらえた」と梅田。メンフィスは、オーストリア・インスブルック生まれのソットサスが仕掛けた、イタリアデザイン主流派に対する多国籍軍の反逆だったかもしれない。日本からは磯崎 新と倉俣史朗も参加した。

倉俣と梅田にこんな逸話がある。88年、六本木のAXISギャラリーで催された「KAGU」展で発表されたのが、桔梗の花をかたどった梅田の「GETSUEN」だった。会場で隣り合わせたのが倉俣の「ミス・ブランチ」。時と場所を同じく"花をモチーフにした椅子"がお披露目されたのだ。あの時代の空気感をふたりが感じ取った結果かもしれない。

海外誌が取り上げたGETSUENを当時30歳のエドラ社長、ヴァレリオ・マッツェイが見つけて興味を抱く。同社アートディレクターだったマッシモ・モロッツィを通して梅田にコンタクトがあった。以後ロングセラーとなる。

「イタリアのものづくりの凄みは、工数を多く要するものほど、言葉などで表現された最初期の発想をデザイナーだけでなく、職人、技術者、経営者までもが共有して具現化する姿勢にある」と梅田は実感している。

世界を席巻した「メンフィス」が30年後に再評価される理由

ポストモダンの象徴と言えるメンフィス。話題性に比して商業的な成功を迎えることはなかったが、2010年代から再評価の波が世界的に訪れる。オリジナル版がコレクターアイテムになるとともに、メンフィス社がリバイバル生産も開始。韓国の著名ポップグループメンバーが顧客に名を連ねるなど、当時を知る層だけでなく若い世代からも支持を受けている。

現代における人気に、メンフィスの「色」が影響した可能性を梅田は挙げる。TAWARAYAの続編を依頼され、2018年に発表した「UTAMARO」についてこう語る。

「表現したかったのは遊郭のカラフルさ。ああいう江戸時代に生きていたらな、と昔からの憧れがあります。最初は琳派に興味を持ち、琳派から浮世絵、そして遊郭という流れです」。

図らずも、ソットサスに先見性があったということか？ 今日のデザインに「もっとラジカルさが必要」という警句を感じ取ってしまうのは、気のせいとは言い切れないかもしれない。

梅田正徳／プロダクトデザイナー。1941年神奈川県生まれ。62年桑沢デザイン研究所リビングデザイン科卒業後、64-66年に河野鷹思のデザイン事務所「デスカ」でインテリアデザインを担当。67–69年、A&PGカスティリオーニ事務所勤務。70–79年、オリベッティのコンサルタントデザイナー。80年ウメダデザインスタジオ設立。

Masanori Umeda is a product designer born in Kanagawa Prefecture, Japan in 1941. After graduating from the Living Design Course at Kuwasawa Design School in 1962, he was in charge of interior design at DESigners Kono Associates, DESKA from 1964 to '66, and then at A & PG Castiglioni Studio from 1967 to 69. He was a consultant designer at Olivetti from 1970 to '79 and then established Umeda Design Studio in 1980.

Being the first Japanese apprentice at the Castiglioni Studio

It was not through Italian culture that Umeda became fascinated by design, but at the Yokohama American Cultural Center he frequented throughout his technical high school years. After attending Kuwasawa Design School, he started working freelance and did such design work as the Honda booth at motor shows. In the early 1960s in Tokyo, energetic youth gathered at such core areas as Roppongi and Ginza every night. The place Umeda used as his base was a bar in Dogenzaka, Shibuya, and that was where he encountered Italian design. "Chief designer Kimura at Takashi Kono's office DESKA was also a daily regular there. He used to chat while holding the magazine Zodiac published from Olivetti, saying things like, 'Hey Ume-chan, Sottsass seems pretty keen,' but at the time there wasn't much that impressed me in his work."

Soon after, Umeda started working at DESKA. Aoi, who is a daughter of its representative Kohno, was married to Swiss graphic designer Max Huber who was active based in Milan. Whenever Hu-chan (Huber) came to Japan, Umeda served as his guide, and as they became friends, Huber invited him to visit Italy. "I saw the Italian Design Exhibition curated by Bruno Munari at Isetan department store in Shinjuku, and it was totally different from what I had seen up to that time. As I was amazed by it, I got interested in modern Italian design."

The place Huber took Umeda to was A. & PG. Castiglioni Studio overlooking Piazza Castello and the Castello Sforzesco (Sforza Castle) in central Milan. Among the three brothers, the eldest Livio had already been working independently. It was a maturation period when the second brother Pier Giacomo and the youngest Achille had teamed up and designed such hit products as the light stand Flos, as well as furniture from Zanotta and audio equipment from Brionvega. It seems they were introduced as "brothers who make pretty good models." I was hired as the first assistant at the office before any Italians.

Umeda entered the worldwide award "The first edition of BraunPrize" in 1968. What he used as a clue was "a live TV broadcast scene of astronauts spacewalking while tethered to the spacecraft with life-lines" and "a Brionvega radio given by his brothers as a wedding gift." He won the first prize for Mobile Supply System, which is just a simple box when closed but becomes a movable and functional kitchen and a bath unit system when unfolded. He was just 27 at the time.

The surprising style of Sottsass 10 years with Olivetti —for both Sottsass and Umeda

A grand awarding ceremony in Frankfurt and a speech at a global conference hosted by Phillips in Oslo. Through these major awards, attention to Umeda rose immediately. One day when Umeda was having lunch in his office, he received a phone call. It was from Ettore Sottsass. "He said there was something he wanted to tell me. In short, it was about recruitment from Olivetti. The mainstream Castiglioni and the radical Sottsass were friendly rivals. They are often considered mortal enemies, but they were friends who would rush to each other's exhibitions until their later years."

The sudden passing of Pier Giacomo the previous year may have had some influence, and Umeda chose the new environment and signed a contract with Olivetti to become its consultant designer. The first day he appeared in the office, he was asked if he was going to a wedding. This is because Umeda was wearing a suit and tie, which had been the office dress code during the time he was with Castiglioni's Studio.

Umeda looks back and says Sottsass at Olivetti never used his hands. "If it's his own work, he'd draw pictures, but he never drew sketches for the company. When we were developing a chair for typists, he only said, 'Umeda! Make a cute and beautiful chair because there're many beautiful ladies among the typists.' There was absolutely no briefing on it. The designers were required to have skills to materialize abstract descriptions."

Being in close contact with the polar-opposite Italian design giants, Umeda's view is as follows. "Castiglioni actually created forms with ideas inspired through Italian styles. Because his father was a sculptor, the environment he grew up in also had an influence on him. Sottsass, on the other hand, rather preferred planar forms, so he was, in a sense, more graphic. He was the type who'd create forms with a ruler and a compass. That's because his father was an architect. In general, those who excel in forms are rather weak in using color. On the contrary, Sottsass was good at using color, but his forms were simple. As these are characteristics of creators, you can't really say which is better or not. In my personal view, however, Sottsass' forms are rather boring."

It was an opinion of Umeda whose forte is to create forms, and perhaps an opinion that can be expressed as we've known each other for several decades.

Masterpieces with flower motifs born in Tokyo in the late 1980s

Immediately after returning to Japan and opening his own studio, Umeda received the news about the formation of the Memphis Group and a request to join it from his former superior Sottsass. "Its theme was rather perplexing as it said, 'a new international style' with an assembly of global members, but I immediately realized that he wanted to establish his own 'Sottsass style.'"

Memphis was a "Sottsass style brand" that placed importance on concepts. Umeda's Tawaraya, set up by combining a boxing ring and a 4.5 tatami-mat space, gave off an eccentric feel from its size. "I guess Sottsass wasn't really thrilled by it because it stood out the most. He, nevertheless, let me do whatever I wanted," Umeda reflects. Memphis might have been a multinational rebellion against Italian mainstream design, instigated by Sottsass, who was born in Innsbruck, Austria. From Japan, Shiro Kuramata and Arata Isozaki also participated.

There is a certain story about Kuramata and Umeda. GETSUEN was unveiled at the KAGU (meaning "furniture" in Japanese) exhibition held at AXIS Gallery in 1988. Kuramata's Miss Blanche was exhibited next to it at the venue. Both were "flower-motif chairs" unveiled at the same time and place. Perhaps it was because the two sensed the atmosphere of that era.

GETSUEN was featured in an overseas magazine, and Valerio Mazzei, the president of Edra, who was 30 at the time, found it and became interested. He contacted Umeda through Massimo Morozzi, the company's art director. GETSUEN has been a long-running best-seller ever since.

"The amazing thing about Italian manufacturing is that the more labor-intensive something is, the more the initial idea conveyed in words is shared and embodied not only by the designer but also the artisans, engineers, and managers," Umeda feels.

Memphis took the design world by storm —The reason for reevaluation 30 years later

Memphis can be thought of as a symbol of post-modernism. It did not see much commercial success compared to the attention it attracted, but its reevaluation on a global scale has been in play since the 2010s. Along with the originals that have become collector's items, and production of re-editions has also begun. They are being supported more by younger generations than those who are familiar through experience with the era. Members of famous Korean pop groups are among notable customers.

Umeda says there is a possibility that its "colors" may have contributed to its popularity today. He had the following to say regarding the Utamaro released in 2018. "What I wanted to express was the colorfulness of the red-light joints (Yukaku). I've always wished I had lived in the Edo period. I was first interested in Rimpa school of painting and then to Ukiyo-e and Yukaku."

Does this mean that Sottsass just happened to have a sense of foresight? Perhaps it's just my imagination that some "radical feel" is necessary in today's design.

大城健作が語る アルチザンと産業をつなぐ イタリアデザイン

Italian design —linking artisans with industries, as related by Kensaku Oshiro

1950年代以降、家具デザインの発信地・中心地であり続けるミラノ。歴史があり、重層的で、海外デザイナーを受け入れる懐の深さは、イタリアデザインの根幹を成す。ミラノを拠点に活動する大城健作にとっても、それは大きな魅力だったという。近年のイタリアデザインをどう捉え、作品に転じているのか、語ってもらった。

Ever since the 1950s, Milan has continued to be a center for and source of furniture design. Its history, tradition, diversity, and deep acceptance of foreign designers are the roots of Italian design. This still has great appeal for Kensaku Oshiro, who is based in Milan. We spoke with him about how he sees recent Italian design and whether it's being turned into products.

文／石黒知子
Text by Tomoko Ishiguro



1800年代、イタリア北西部のキアヴァリでつくられていた椅子から、ジオ・ポンティは「スーパーレジェーラ」を生み出した。今も続く伝統あるその技術を調査していた大城は、職人と出会い、議論を重ねて再解釈し、現代的なプロポーションの「CC01」(2017)をデザインした。
Inspired by a chair made in Chiavari in north-west Italy in the 1800s, Gio Ponti designed Superleggera. Oshiro was studying traditional skills that have been handed down to date. While meeting with artisans and reinterpreting the skills through conversations with them, he designed the CC01(2017) that has contemporary proportions.

デザインでつながる街

僕はイタリアでデザインを学びました。高校を卒業した1996年にミラノに渡り、語学留学から始めてスクオーラ·ポリテクニカ·ディ·デザインに通いました。自由にものを生み出す多様な考え方、個性豊かなデザイナーやメーカーがひしめき合っているイタリアデザインの世界に魅了されていたからです。また歴史があり、古いものの価値を現在へとつなげて考える文化にも魅力を感じていました。インターネットもなかった時代だったので、直接現地に行ってデザインを学びたいと思っていたのです。当時の僕の目には日本の社会が画一的に映り、イタリアデザインの世界がとりわけ輝いて見えたのかもしれません。

イタリアの産業は今も昔も変わらずにアルチザン(職人)が根幹を支えており、脈々と継承されてきた職人技術とデザインをどう組み合わせられるかが、付加価値のあるものづくりのテーマになっています。近年のミラノの街は開発が進み、その姿は以前とはすっかり変わってしまいましたが、僕が留学した当時は、通りに面してさまざまなお店が並んでいて、工房などはたいてい大きな門を潜った中庭にある、そんな建物の集合体として街が形成されている感じでした。鉄工所や木工所、陶器工房、ソファ生地の張り屋、額縁屋、旋盤加工所などさまざまな工房がありました。午後の授業がない日は工房に出入りし、ものづくりの現場を見せてもらっていました。はじめは何もかもわからないことばかりでしたが、何度か通っているうちに職人さんとも仲良くなり、一緒にものをつくってくれるようになりました。

そうして20歳頃から友人たちと一緒に街のギャラリーで作品を発表し始めたのです。当時のミラノのデザイン界はとても小さく、巨匠デザイナーから励ましの言葉をいただいたり、雑誌の編集長やギャラリーの方と出会ったり、何かアクションを起こすとワイワイと人が集まる感じでした。

カリスマ起業家とデザイナー

1990年代、欧州統合と並行するように家具メーカーのカッペリーニがヨーロッパ中の若き才能をスカウトしていきます。オランダのドローグ·デザインがミラノで初個展を行い、美しさや機能性の枠を超えた、既成概念に捉われない新しいデザインの可能性を示したのもこの頃です。2000年代に入るとカッペリーニはある意味で成熟期を迎え、トルトーナ地区のスーパースタジオで初めて展示会を行います。多国籍で個性豊かなデザイナーたちが生み出すクリエイティブに皆が夢中になり、社会全体がデザインに覚醒していくような感覚があったのを今でも覚えています。興味深いのは、この時期にカッペリーニからデビューした若き才能たちは20年以上経った今でも業界の第一線で活躍しているという点です。

実はそれと同じようなことが60年代にも起きています。ディノ·ガヴィーナという起業家が、マルセル·ブロイヤーやカルロ·スカルパ、カスティリオーニ兄弟などを起用して家具ブランドのガヴィーナ(現·シモン)を立ち上げ、その後、照明ブランドのフロスを設立し、才能あるデザイナーが輩出していきます。こうやって過去を振り返ると、僕にはカッペリーニの存在がガヴィーナと重なっているように思えるのです。

デザイナーとしての成熟期

イタリアに渡った当初は個性的なデザインに惹かれていた僕ですが、やがて小さなディテールや美しいプロポーションから生まれる本質的なデザインに惹かれるようになっていきます。そうして2004年よりピエロ·リッソーニの事務所に勤務することになります。彼が02年にリビ

Works 2016–



1枚のスチール板をプレス加工よって成型、彫刻的なベースと天板で構成されるダイニングテーブル「Holo」(クリスタリア、2016)。
The dining table Holo (Kristalia, 2016) is structured with a sculptural base and a top board formed by press molding a single sheet of steel.



分解と再構築を経て得られた繊細なスチールロッド構造が美しいテーブルシリーズ「Sen」(デパドヴァ、2016)。
The table series Sen (De Padova, 2016) has a beautiful and delicate steel-rod structure achieved through disassembly and reassembly.



緊張と調和の関係性から生まれる美に着目したアームチェア「Arabesque」(ポルトローナ·フラウ、2019)。
The armchair Arabesque (Poltrona Frau, 2019) was made with attention to beauty born of the relationship between tension and harmony.



大城健作／1977年沖縄県生まれ。高校卒業後に渡伊。ピエロ·リッソーニの事務所に8年勤務後、ロンドンのバーバー＆オズガビーで勤務し、2015年ミラノで独立。その仕事は、建築プロジェクトから工業製品、職人との逸品生産までと幅広い。メーカーや職人らと議論してつくるプロセスを重視。人生を豊かにするデザインを求めて日々闘っている。
Kensaku Oshiro was born in Okinawa, Japan in 1977. After graduating from high school, he moved to Italy. After working at the Piero Lissoni Associati for eight years, he worked for Edward Barber & Jay Osgerby in London, and then went independent in Milan in 2015. His range of work varies widely from architectural projects to industrial products and masterly pieces with artisans. Oshiro places importance on the production process while consulting with manufacturers and artisans. Oshiro is working daily in pursuit of design that enriches people's lives.

Works 2022–



トスカーナで採れる大理石・トラバーチンの価値を再び高めるためのプロジェクトを5年ほど続けている。キッチンカウンター「Flow」(ヴァセリ、2022)。
They have been working on a project to raise the value of a type of marble called Travertine, quarried in Tuscany, once again for approximately five years. This is a kitchen counter called Flow (Vaselli, 2022).



幾何学も大城の創造の源泉であるという。ふたつの正方形で構成されるテーブル「Lemante」(ビー・アンド・ビー イタリア、2023)。
Oshiro says geometry is also a source of creative inspiration for him. The table Lemante (B&B Italy, 2023) is composed of two squares.



イーゼルなど工房にある実用的な道具の機能美に触発されてデザインしたテーブル「Bottega」(クリスタリア、2023)。
Bottega (Kristalia, 2023) is a table with a design inspired by the functional beauty of practical tools such as wooden easels seen in studios.



中東の都市ドバイのギャラリーとのプロジェクトでは、非合理性をコンセプトにコレクタブル・エディションを探求。自身初のギャラリー作品はオニキスのテーブル「Crystal」(コレクショナル、2024)。
In a project with a gallery in Dubai, Oshiro explored collectible editions under the concept "irrationality." His very first gallery work is an onyx table titled Crystal (Collectional, 2024).

ング・ディバーニのためにデザインしたソファ「Extra Wall」はシンプルながらもそのプロポーションが美しく、自由で新しいライフスタイルを提案するコンセプトに感銘を受けたのです。在籍した8年間でデザイナーとして多くのキャリアを積むことができました。その後、12年よりバーバー＆オズガビーに勤務する機会を得てロンドンに渡ります。当時オリンピックに沸くロンドンで、彼らとデザインに向き合えた時間はとても刺激的で、改めてデザインする楽しさを学ぶことができました。さまざまな国のクライアントとのプロジェクトを担当していましたが、生産工場がイタリアというケースが多く、週に1度はイタリアに行く時期もありました。イタリアの産業の強みを、ロンドンにいながら実感したのです。

イタリアデザインの未来

2015年、ミラノに戻り自身のスタジオを設立します。デザイナーを志した原点であるミラノで、ものづくりに近い距離で仕事に携わりたいという強い思いがありました。なぜなら現場には脈々と続くデザインの文化が継承されていることを知っていましたし、デザイナーは分断された世界をつなげて包括的にプロジェクトを進める役割を担っているからです。

実際にものづくりが産業の根幹を成すイタリアでは、デザインを依頼される機会はたくさんあります。半面、製品化までのアプローチが早く、成熟する前にものが世に出てしまうという安易なプロジェクトも少なくない。ここでは、ある意味でデザインをしないという選択も大切なのです。近年はスターデザイナーに依頼が集中したり、そのスタイルがトレンドとなりコモディティ化が進むのも早い。そんな現状を目の当たりにすると、イタリアデザインの魅力は個性と多様性にあったはずだ、という思いが湧き上がります。同じようなデザインが世にあふれる近年、ものづくりの意味と産業のあり方を改めて問い直さなければいけません。

イタリアは企業数も多く、有名ブランドはそのほとんどが海外で業績を伸ばすグローバル企業です。グループ化・ホールディングス化が進み、企業が巨大化しています。こうなると多くのデザイナーにとって企業との接点は少なくなり、両者の距離はどんどん広がっていきます。このような流れに反するように、細分化された産業の一端を担っていた中小企業が若手デザイナーと組み、自社ブランドを立ち上げる動きも顕著になってきています。

そうしたなか、近年ではフォルマファンタズマをはじめ、商業主義化した世の中にラジカルなメッセージを発信するデザイナーも登場し始めました。彼らは量産を基本とする既存産業とは対極にあるギャラリーと協業し、デザインとアートの境界でコレクタブルな作品を発表しています。それはイタリアにおいて、1980年代にメンフィスが機能性や合理性を超えたポストモダニズムを提唱し、世界のデザイン・建築を動かしたことを連想させますし、さらに遡れば産業革命後に起こったアーツアンドクラフツ運動やバウハウスの誕生にもつながります。歴史は繰り返しているのです。

このように俯瞰してみると、私たちの思想やクリエイションはその時代背景から投影されたものであり、その時代における社会課題の解決は必要条件だと言えます。逆に極論を言うと、デザイナーの本質は作品が美しいか否か、私たちを魅了するか否かにかかっているとも思えるのです。デザインの正解はひとつではないですし、さまざまなアプローチが豊かな創造と産業の土壌を育むはずです。僕はそんな包容力こそがイタリアのデザイン文化だと思うし、これからも新しいデザインの時代をつくっていくと期待しているのです。

Cities connected by design

I studied design in Italy. I went to Milan the year I graduated from high school in 1996. I started by learning the language there, and then started going to Scuola Politechnica di Design. That is because I was attracted by the world of Italian design full with so many designers and manufacturers with diverse ways of thinking for freely producing things. As it also has a long history, I was also attracted by its culture of linking the values of old things to the present day. As we didn't yet have the Internet in those days, I wanted to visit Italy directly and study there. Perhaps because Japanese society appeared rather uniform to me at the time, the world of Italian design seemed especially attractive.

As artisans are the ones who form the foundation of Italian industry in the past and present, the theme of making things with added value has been "how to combine artisanship that has been handed down from generation to generation with design." As Milan has undergone extensive development in recent years, its cityscape has changed drastically, but when I went to study abroad, there were various stores along the streets and studios and workshops were usually in courtyards behind large gates. That was the image I have of how a city as a collection of buildings were back then. There were so many studios such as iron factories, woodwork shops, pottery studios, couch upholstery, frame shops, and lathe workshops. When I didn't have classes in the afternoon, I used to visit workshops and had them show me around inside. There were so many things I didn't know back then, but while I visited them several times, I started getting acquainted with the artisans there and we started making things together.

From around the time I turned 20, I started showing my pieces with my friends at galleries. The design world in Milan at the time was very small, so whenever we encountered such occasions as getting words of encouragement from the giants, or meeting magazine's editor in chief and gallery owners, so many people gathered excitedly.

Charismatic entrepreneurs and designers

Around the same time as the European Integration in the 1990s, furniture maker Cappellini started scouting young talent throughout Europe. Droog Design of the Netherlands had its first exhibition in Milan, and it was around this time that it showed new possibilities in design that transcend the framework of aesthetics and functionality, and not bound by stereotypes. Entering the 2000s, Cappellini reached the age of maturity in a sense and had an exhibition for the first time at the Superstudio in zona Tortona. I even remember today that everybody was excited about the creativity born of the multinational and highly unique designers, and there was a sense of awakening throughout society. What is intriguing is the fact those young talents who debuted from Cappellini around that time are all still active on the front lines even today after over 20 years.

As a matter of fact, something similar to that occurred in the 1960s. An entrepreneur named Dino Gavina launched a furniture brand featuring such designers as Marcel Breuer, Carlo Scarpa, and the Castiglioni brothers. Later, Gavina (presently simon) also founded a lighting fixture brand Flos and started introducing more talented designers. When reflecting on the past in this manner, I get a sense that the presence of Cappellini overlaps with Gavina.

The era of maturity as a designer

When I went to Italy, I was at first attracted to unique design, but then I gradually started to be attracted to the essential design that comes from small details and beautiful proportions. So, I started working at the studio of Piero Lissoni in 2004. I was impressed by his sofa Extra Wall he designed for Living Diavini in 2002 for its beautiful proportions and the concept that proposes liberal and new lifestyles. During my eight years there, I was able to build a substantial career as a designer. Later in 2012, I moved to London as I had an opportunity to work at Edward Barber & Jay Osgerby. As it was extremely stimulating to work with them while facing design in London where the whole city was excited by the Olympic Games, I was able to learn the fun of working in design. I have been in charge of many projects with clients in various countries, and in many of those cases, the production factories were in Italy, so there was a period in which I had to travel to Italy once a week or so. That made me realize the strength of Italian industries while being in London.

The future of Italian design

I returned to Milan in 2015 and established my own studio. As Milan is the starting point in my aim to become a designer, I had a strong desire to be involved in work at a location close to the center of "making things." This is because I knew that the culture of design had been handed down for generations at such sites, and designers have to take on the role of handling projects comprehensively while connecting a divided world.

In Italy where "making things" actually form the core of its industries, there are many opportunities for receiving design consignments. On the other hand, there are not a few hasty projects in which the products reach the market prematurely as their process up to commercialization is rather fast. Here in Italy, the choice of not accepting design consignments is also important in a sense. As design consignment orders tend to concentrate on star designers, it takes no time for their styles to become commoditized and trendy these days. Seeing this current trend personally, I can't resist feeling that the appeal of Italian design used to be in its uniqueness and diversity. As similar designs are flooding the world in recent years, we have to reassess the meaning of making things and the state of its industry.

Italy has many enterprises and most of its famous brands are global corporations that extend their profits overseas. Expansion of corporations is advancing through merging and becoming corporate holdings. This reduces opportunities for many designers to contact corporations, and the distance between them is widening daily. As if to counter this trend, it is becoming evident that small and medium size enterprises that have been playing a part in the segmentalized industry are teaming up with young designers to launch their own brands.

Under these circumstances, designers who disseminate radical messages to the commercialized society also started to appear recently including Formafantasma. They are teaming up with galleries that are on the polar opposite of existing industries based on mass production, and are releasing collectible works on the boundaries between design and art. This reminds us of the movement in the 1980s by Memphis that advocated post-modernism transcending functionality and rationalism to transform global design and architecture. Going back in history further, it can also be associated with the Arts and Crafts Movement after the industrial revolution, and also the birth of Bauhaus. History repeats itself.

Taking a general overview in this manner, it can be said that our thoughts and creations are projections from the background of that era, and solutions for social issues in a particular age are essential requirements. To put it in the extreme, I think the essence of a designer depends on whether her work is beautiful or not, and whether it is appealing to us or not. As solutions in design are not singular, various approaches should enrich the grounds for creativity and industries. I think such tolerance is a part of Italian design culture, and I expect it will create eras of new design from now on as well.

イタリア新世代デザイナーの躍進

The rise of a new generation in Italian design

近年、デザイン界でイタリアの若手が活躍し始めている。今後のさらなる飛躍が期待される80年代末に生まれた30代のデザイナー3名と家具メーカーに話を聞き、今後の行方を考察する。

Young Italian designers have been making waves in the design world lately. We examine future design through interviews with three designers in their 30s born in the late 1980s who are expected to make even greater strides in the years ahead, and a furniture maker, about the future of design.

文／浦川愛亜
Text by Aia Urakawa

若手を取り巻く環境の成熟化

本誌80号（1999年発行）で、「Searching for young Italian Designer」と題して、イタリアの若手デザイナーを取材したことがある。90年代中頃から他国のデザイナーが興隆し、彼らの存在感が希薄だった頃だ。その後、2010年代から変化の兆しが現れ、近年はミラノデザインウィーク、メディアやアワードなどでイタリアの新鋭たちの名前を頻繁に見かけるようになった。そうした背景には、国内外で若手育成・支援のための取り組みが成熟してきたことがあるだろう。

　そのひとつが、見本市や媒体が仕掛ける若手のためのアワードだ。受賞者は、多くの人に名前を知られ、次の仕事につながるきっかけになる。95年にスタートしたフランスのメゾン・エ・オブジェは、将来有望なデザイナーに

フランチェスコ・フォルッチェリーニ
「Split」（トネッリ・デザイン、2024）
Split, 2024 by Francesco Forcellini



フェデリカ・ビアジ
Federica Biasi

プロダクトデザイナー＆アートディレクター。1989年生まれ。ミラノの建築事務所を経て、オランダ移住後、2015年にミラノに自身のスタジオを設立。近年では、iFデザイン賞2023、京都グローバルデザイン賞2023を受賞。
Federica Biasi is a Product Designer & Art Director born in 1989. After working for an architectural office in Milan and then living in the Netherlands, she established her own studio in Milan in 2015. Biasi has recently received the iF Design Award 2023 and the Kyoto Global Design Award in 2023.


1


2


3


4

1 2種類の繊細な織り模様をデザインした「わび」と「さび」のタイル「Wabi-Sabi」(デコラトーリ・バサネージ、2021)。**2** 薬理学研究所IRCCSの募金活動プロジェクトで発表したキャンドルホルダー「Rue」(ミンガルド、2021)。**3** 現代の暮らしに合うシンプルで優美なデザインのソファ「Niveaux」(レマ、2022)。ファブリックやテクスチャーを選ぶことができる。**4** 職人技が生きる、有機的な曲線とフレア状に広がる脚部が特徴の「Lina」(ピアンカ、2024)。
1 Wabi-Sabi for Decoratori Bassanesi (2021) , A *wabi* and *sabi* tile design with two types of delicate weave patterns. **2** Rue for Mingardo (2021) , A candle holder unveiled at a fundraising project in support of Mario Negri Pharmacological Research Institute IRCCS. **3** Niveaux for Lema (2022) , A sofa with a simple and elegant design that matches contemporary lifestyles. The customer can choose the fabric and texture. **4** Lina for Pianca (2024) , Features organic curves and characteristic legs spreading in flaring forms that portray exquisite craftsmanship.

Photos by Alberto Strada

授与する「ライジング・タレント・アワード」を同年に設けた。2018年のイタリア人部門のひとりに選ばれたのが、フェデリカ・ビアジだ。そして、このアワードにビアジを推薦したのが、イタリアデザイン界の巨匠アンドレア・ブランツィだった。ブランツィは、1982年にイタリア初のデザイン学校「ドムスアカデミー」の創設に携わるなど、若手育成にも貢献してきた。アワードの名誉はもとより、そうした先達のバックアップは大きな励みになるだろう。

ビアジは、独立前にイタリア企業数社でCMFデザインコンサルタントに従事した経験を持つ。CMFとは、色・素材・仕上げまで総合的に考える、80年代にイタリアのプロダクトデザイナー、クリノ・カステッリが定義したデザイン概念であり、近年多様な分野でニーズが高まっている。ビアジはその系譜を継ぎ、現代の暮らしに即した繊細で感性豊かなデザインを展開する。自身のデザイン観についてこう語る。「私にとって、デザインとは形と素材の探求であり、触感や色が重要な役割を果たします。新しいプロジェクトに取り組むなかで、素材研究は大事なプロセスです」。

伝統的な職人技術や日本の文化、精神にも高い関心を寄せ、日本企業で製品のデザインコンサルタントの仕事にも携わるビアジ。また、アートディレクション、アーティスティックディレクション(創作的仕事の統括責任)といった職能も有することから、今後、さまざまな分野での活躍が期待される。

サローネサテリテと、メーカーの存在

若手支援のもうひとつの大きな存在が、1998年に創設された35歳以下が参加できるミラノ国際家具見本市のサローネサテリテだ。出品を機に国内外のメーカーと知り合い、グローバルに活躍するチャンスを掴む者もいて、世界中から応募が殺到している。2024年の今年、第25回サローネサテリテに「Veliero bookshelf」を出品して準グランプリに輝いたのが、フィリッポ・アンドリゲットだ。日本の大工仕事にヒントを得て、自国の職人との協働によって生み出した意欲作である。

アンドリゲットは建築家として活動し、新しい文化視点を取り入れるため2年前にデンマークに拠点を移して、建築プロジェクトに携わる傍ら家具デザインにも取り組み始めた。無垢材や職人技術を積極的に取り入れる理由をこう語る。「私は伝統と革新がシームレスに融合するデザインを目指しています。熟練の職人による細部へのこだわり、経年変化によって増す天然素材の深みを日々享受することで、ものと使い手との関係性が育まれ、サステナビリティに対する気持ちも芽生えてくるでしょう。私のつくる家具は、クラフツマンシップと、持続可能な社会に向けたスローライフの精神を体現しています」。デンマークの地に拠点を構えて、職人技術と複数の文化を融合させながら、アンドリゲットのデザインは進化を続けている。



フィリッポ・アンドリゲット
Filippo Andrighetto

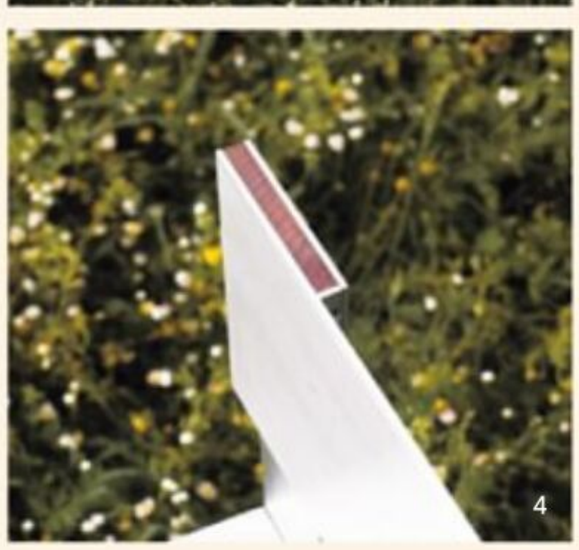
建築家。1989年ヴェネト州生まれ。イウアヴ大学（ヴェネツィア）とブエノスアイレスUB大学（アルゼンチン）の学位を取得。コペンハーゲンを拠点に建築プロジェクト、家具デザインに携わる。

Filippo Andrighetto is an architect born in the Veneto Region of Italy, in 1989. He pursued a double degree at Iuav University of Venice and UB University of Buenos Aires (Argentina). Based in Copenhagen, he is involved in architectural projects and furniture design.


1


2


3


4

1 日本の大工仕事から発想し、ネジや接着剤を使用しない加工方法で製作した「Veliero bookshelf」（2022）。2024年サローネサテリテで準グランプリ受賞。**2** リネンのクッションを木製天板に変えてサイドテーブルとしても使用できる「Lunar stool」（2024）。**3・4** 未加工のアルミニウムと無垢材という、工業用素材と天然素材の融合を試みた「Sandwich chair」（2024）。

1 Veliero bookshelf (2022) , Inspired by Japanese carpentry, Andrighetto utilized a method that does not use screws or adhesives. It won Second Prize at SaloneSatellite Award 2024. **2** Lunar stool (2024), Can also be used as a side table by changing the linen cushion to a wooden board. **3, 4** Sandwich chair (2024) , An attempt to fuse an industrial material that is unprocessed aluminum sheets with a natural material that is solid walnut.

Photos by Maria Eugenia Riganti, courtesy of Villa Morosina (architect by Jacopo Sansovino)

そして、若手の成長に大きな影響を与えるのが、メーカーの存在だ。イタリアの家具メーカーはこれまでネームバリューのある海外勢を起用する傾向があったが、近年は自国の若手と協働するケースも増えてきた。創業100年を超える、卓越した技術を誇るメタルファニチャーブランド、デ・カステッリでは、国内外のデザイナーと協働し、イタリアではミケーレ・デ・ルッキからエリザ・オッシノ、若手までと幅広く仕事をしている。その若手のひとり、フランチェスコ・フォルッチェリーニは、こう話す。「デ・カステッリは、独自の素晴らしい金属板の加工技術を有しています。新しい技術を試したり、必要に応じて発明したり、職人技と機械の両方を駆使したりと、彼らと一緒に仕事をするのは、とても刺激的です」。

フォルッチェリーニは、ミラノ工科大学のデザイン・イノベーション学科を卒業。ロンドンとオランダのデザインスタジオやエージェンシーに従事した後、2017年に自身のスタジオを開設した。「私は、ものの本質、原型、意味、構築過程を分析するなかから、新しい表現を生み出したいと考えています。シルエットはできるだけシンプルに、もののサーフェス（表面）のデザインに力を注ぎます。それにより、作品は見た目にわかりやすくなり存在感を放ち、サーフェスの複雑さやディテールの質の高さを感じ取れると思います」。

カッペリーニのフラワーベース「Trace」は、3Dプリンティングと磁器の職人技術を融合して制作。最近では、ジェネレーティブデザイン（AIの自動生成による設計）にも挑戦し、NFTをもとに実験を重ね、工業製品をつくることを考えているという。フォルッチェリーニは、新しい技術を巧みに取り入れ、革新性のあるデザインを追求している。

未来を担う新世代への提言

現在の若手デザイナーに対する、メーカー側の声も聞いた。デ・カステッリのR&Dマネージャーのフィリッポ・ピサンは、こう話す。「現在、そして、これからのデザイナーは、気候変動や持続可能性、人口増加といった大きな課題に直面すると思いますが、それに立ち向かう力があると信じています。彼らは製品をデザインするだけでなく、新しい社会規範の一部を担うとともに、創造者であるべきだと考えます」。

また、国内外のデザイナーと協働して彼らをスターダムに押し上げているのが、カッペリーニのアートディレクター、ジュリオ・カッペリーニだ。ジュリオは言う。「現在、イタリアの企業は、将来のデザイン界のスターとなる新しい才能を育てています。私は、若手デザイナーにとって重要なのは、革新の観点から考え、大衆の真のニーズを理解し、社会文化の発展を注意深く追うことだと考えています」。

ジュリオが世に送り出したひとり、ファビオ・ノヴェンブレは、自身のデザインを追求しなが



フランチェスコ・フォルッチェリーニ
Francesco Forcellini

デザイナー。1988年ミラノ生まれ。ミラノ工科大学のデザイン·イノベーション学科を卒業。ロンドンとオランダの会社に従事後、2017年にスタジオを設立。
Francesco Forcellini is a designer born in Milan in 1988. He graduated from Politecnico di Milano in Design Innovation, and established his studio in 2017 after working for companies based in London and the Netherlands.



1



2



3



4

1 ミラノデザインウィークで発表した、ベセンツォーニ社のヨット用自動式はしごを紹介するためのインスタレーション「Flow」(2023)。**2** 壁掛けミラー「Split」(トネッリ·デザイン、2024)。2面に分かれた鏡に映る世界は、新たな視点を生み出す。**3** 扉の凹形状は、機械での成形後、ハンマーで叩いて手作業で仕上げた「Sculpt」(デ·カステッリ、2022)。アーキプロダクツ·デザイン賞家具部門を受賞。**4** 不規則な3次元のテクスチャーが特徴の陶器のフラワーベース「Trace」(カッペリーニ、2021)。
1 Flow (2023), An installation presented at the Milano Design Week 2023 for introducing a Besenzoni's automatic yacht ladder. (produced by Interni & Besenzoni, photo by Agnese Bedini, DSL Studio) **2** Split for Tonelli Design (2024), A wall mirror. The world reflected in the mirror divided into two creates a new perspective. **3** Sculpt for De Castelli (2022), The indented form of the cabinet's door was made by first forming the door with a machine and then hammered manually for the finishing. Winner of the Archiproducts Design Award 2022 in the furniture category. Won the Archiproducts Design Awards in the Furniture category in 2022. **4** Trace for Cappellini (2021), This ceramic flower vase is characterized by its irregular embossed texture.

ら、イタリアの家具メーカー、ドリアデのアートディレクターに2019年に就任し、手腕を振るっている。ノヴェンブレは言う。「イタリアのデザイン界では、長い間、外国のデザインが優先されていたために適切な評価を得ることができませんでした。07年、アンドレア·ブランツィがキュレーションした『ザ·ニュー·イタリアンデザイン』展で、ようやくイタリアのクリエイターたちの重要性がクローズアップされました。そして、今日、新世代のデザイナーたちが新たなエネルギーとビジョンをもって台頭してきたことで、イタリアデザインが世界の舞台で重要な位置を占めていると再び評価されるようになりました」。また、デザインに対する考えをこう話す。「デザインとは、人間の天賦の才能であり、周囲の状況に順応するのではなく、自分に有利に変えることができる能力です」。

最後に、若手3名に過去·現在·未来に対する考えを聞いた。「熟練した職人や往年の巨匠が築いてきた『メイド·イン·イタリー』を、現代の新世代デザイナーは尊重しながら、さらなる研究と革新を前進させ続けることが不可欠だと考えます」(アンドリゲット)。「今は、以前のメンフィスのような集団でムーブメントを起こすときではない。みんな各々の道を歩んでいます。私たちはとても個性的で、よりグローバルで、豊かで多様なデザインの世界に生きているのです」(フォルッチェリーニ)。「イタリアでは本当に何かが変わったと思います。以前よりもずっと、若手が活躍できる場が広がっています。そのなかで私は多様なスキルを有するおかげで、他者とは一線を画すことができると考えています」(ビアジ)。

彼らの作品に見られる「伝統と革新の融合」「感性を触発する細部への追求」、それが新世代を象徴する考えなのかもしれない。デザイン界では、特にイタリアの若手に対して、往年の巨匠たちと重ね合わせ、再来を望む声が多い。だが、今日の新世代デザイナーたちは、系譜を受け継ぎながらも、際立つ個性を身に付け、独自の道を切り拓いている。懐古主義とは訣別し、新時代を生きる開拓者なのである。

Maturation of the environment surrounding young designers

We once covered young Italian designers under the title "Searching for young Italian Designers" in issue vol. 80 of AXIS Magazine (published in 1999). It was around the time designers from other nations started becoming active from the mid 1990s and the presence of young Italian designers was rather weak. Things started to change thereafter, from the 2010s, and we've frequently been seeing the names of up-and-coming Italian designers in the media and at such events as Milano Design Week and award ceremonies. Perhaps measures to nurture and support young designers

in and outside Italy had become to take form.

One such measure was the emergence of awards for up-and-coming designers held by trade fairs and media. This led to more work for them as award winners receive exposure and become well-known. Maison&Objet, launched in 1995, established the Rising Talent Awards given to promising designers the same year. One of the recipients in the category of Italian Designers in 2018 was Federica Biasi. The person who recommended Biasi as a candidate was a giant in the Italian design world Andrea Branzi. Branzi has contributed to the fostering of young designers, such as involvement in the founding of the Italian design school Domus Academy in 1982. Needless to say, the honor of the award as well as backing from such pioneers must have been substantial encouragement.

Before becoming independent, Biasi had experience working as a CMF design consultant for several Italian enterprises. CMF stands for color, materials, and finish, and it is a design concept defined by Italian product designer Clino Castelli in the 1980s. It is required in diverse fields in recent years. Biasi inherited that lineage to produce delicate and sensitive designs that suit contemporary living. Regarding her own view of design, she says, "Design is an inquiry into forms and materials for me, and texture and color play important roles there. When tackling a new project, research into materials is an important process."

Biasi has a strong interest in traditional craftsmanship as well as the Japanese culture and mindset. She mostly works as a consultant on product design, but also as a creative consultant, for Japanese companies. She has such positions in art direction as well as artistic direction (supervisory responsibility in creative works), and her work in various fields in the future is much anticipated.

The presence of SaloneSatellite and manufacturers

The other great event that supports young creators is SaloneSatellite at Salone del Mobile di Milano, which was established in 1998 and allows those aged 35 and younger to participate. It receives many applications from around the world as participants can become acquainted with domestic and international manufacturers through entering works and grab the chance to be active globally. The winner of Second Prize, SaloneSatellite Award, for the work Veliero bookshelf at the 25th SaloneSatellite, was Filippo Andrighetto. Veliero draws inspiration from Japanese traditional carpentry, and is crafted by skilled artisans in Italy.

After working as a freelance architect for several years, he made the decision to relocate to Denmark two years ago, to infuse his design process with a fresh cultural perspective, and also began working on furniture design. He explained the reason why he actively uses solid wood and artisan skills as follows. "I'm aiming for design in which heritage and innovation blend seamlessly. A connection between the object and its user is fostered through daily appreciating the skilled artisans' particularity to details and the depth of natural materials that is enhanced through aging. An awareness for sustainability will also rise. The furniture I make is the embodiment of craftsmanship and the essence of slow living for a sustainable society." Andrighetto's design keeps advancing while, based in Denmark, he fuses artisanship with multiple cultures.

What greatly influences the growth of young designers, moreover, is the existence of manufacturers. While Italian furniture makers tended to use overseas designers with name value, collaborations with local young designers are increasing. The metal furniture brand De Castelli, which demonstrates exceptional metal processing technologies, is collaborating broadly with designers in and outside Italy such as Michele De Lucchi and Elisa Ossino as well as younger designers. One of them, Francesco Forcellini, says, "De Castelli has its own unique and excellent way of working metal sheets. It is really stimulating to work with them, such as trying out new techniques, and sort of invent them when needed, mixing craftsmanship with machinery. I love experimenting, so I really like working with them."

Forcellini graduated from the Design Innovation Course, Politecnico di Milano. After working for design studios and agencies in London and the Netherlands, he opened his own studio in 2017. "I design by analyzing the essence of objects, their archetype, meaning, and construction process, seeking innovation through new formal expressions. I always try to keep the design as simple as possible in the silhouette, and concentrate on the surfaces. I think in this way the objects are easy to understand and have a strong presence, but you can perceive the complexity of the surfaces and the quality of the details."

Forcellini made the flower vase Trace for Cappellini by fusing 3D printing with the skills of porcelain artisans. He has recently been challenging generative design, and says he has been thinking about making industrial products through repeated experiments based on NFT. Forcellini is pursuing innovative design through skillfully using new technologies.

Advice to the new generation that will lead the future

We also asked for the opinions of manufacturers regarding young and up-and-coming designers. Filippo Pisan, R&D Manager at De Castelli says, "The young designers of today and the designers of tomorrow should be able to face the great challenges of the future, climate change, sustainability and population growth. In addition to objects and products, they should be part and creators of a new social paradigm.'"

The person who is himself a designer and also collaborating with designers in and outside Italy to nurture them to stardom is Cappellini's Art Director and designer, Giulio Cappellini. Giulio says, "Italian corporations today are nurturing new talent who are poised to be the future design stars of the design world. The key for these young designers is to prioritize innovation, understand public needs, and be sensitive to socio-cultural shifts."

One of the designers Giulio introduced to the world is Fabio Novembre, who was appointed to the post of Artistic Director at Driade, a furniture maker that pursues modernity, in 2019 where he has been very effective while pursuing his own design. Novembre says, "For a long time, Italian creators have not received the proper visibility due to a predilection toward foreign countries. In 2007, the exhibition *The New Italian Design* curated by Andrea Branzi finally highlighted the importance of our creatives. Likewise today, a new generation of designers is emerging with renewed energy and vision, ensuring that Italian design continues to occupy a prominent place on the global stage." He also talked about his own thoughts on design, and said, "Design is a natural aptitude of man, the only animal capable of changing the conditions around him in his favor rather than adapting to them."

In the end, we asked the three young designers about their thoughts on the past, present, and future. "I think it's essential for new designers to respect the 'Made in Italy' tradition and to continue advancing the research and innovation that have defined its legacy," Andrighetto said. "I think a big difference is that now is not the time for movements like Memphis, as every designer follows his own path today. It's very individualistic, and more global; we live in a very rich and varied design world," Forcellini said. "I believe that something has really changed in Italy, there is space for young people, certainly much more than before. I deal with art direction and artistic direction, which allows me to stand out from other peers," Biasi said.

The "fusion of tradition and innovation" and "pursuit of details that inspire sensibilities" may be the philosophies that symbolize the new generation. In the world of design, new generations of designers especially in Italy are being compared to past giants, and there are many voices wishing for their return. Nevertheless, new-generation designers today are acquiring individual characters that stand out while inheriting the lineage and cultivating their own paths. They are pioneers who parted from nostalgia and are willing to live in the new age.

バーギット・ローマンが注目したミラノデザインウィーク2024

Exhibitions at Milan Design Week 2024 that caught Birgit Lohmann's attention

1999年に誕生したミラノ発のオンラインマガジン『デザインブーム』。その創始者のひとりバーギット・ローマンが、市内各所で繰り広げられた「フォーリサローネ」を中心に、今年の特徴的な展示をピックアップした。

The online magazine *designboom* was founded in Milan in 1999. One of the founders, Birgit Lohmann, picks up impressive exhibitions focusing on Fuorisalone all around the city.

編集／井上倫子
Edited by Michiko Inoue

Selection 1

フォーリサローネのテーマは「マテリア・ナトゥーラ（物質と自然）」。このテーマの背景にあるのは、研究への取り組みと、社会的かつ倫理的な、環境に対するデザインの責任だ。展示作品にはパワフルで現代的な美的表現や、妥協のないデザインを期待したが、「リメンバー」や「リメイク」と言える作品が目立った。

例年莫大な予算を投じるファッションブランドが存在感を示すなか、今年は現代的な作品が見当たらなかった。グッチは「デザイン アンコーラ」と題し、イタリアンデザインを象徴する名品5点の復刻を展示。しかし、これらは現代とは異なる時代背景で制作されたものであり、同社の新しいクリエイティブディレクター、サバト・デ・サルノが今なぜその作品を選んだのか、理解に苦しんだ。

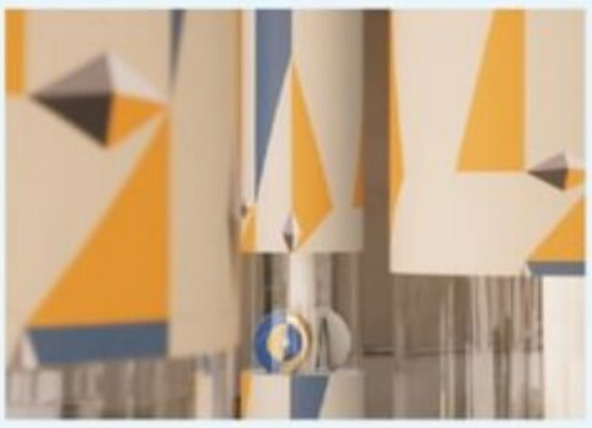
このテーマにおいて、より説得力のあった作品は、ロロ・ピアーナによるチニ・ボエリへのオマージュ、ボッテガ・ヴェネタによるインスタレーション「オン ザ ロックス」、サンローラン リヴ・ドロワによるジオ・ポンティのテーブルウェアの復刻コレクションだ。

"Materia Natura" has been the chosen overall theme for the city's exhibitions, addressing research, social, ethical and environmental commitment. In many we were looking for works where the design is driven by strong, provocative and uncompromising choices, resulting in a powerful contemporary aesthetic expression. Instead, we found many variations of the current "Remember" and "Remake" attitude.

Capable of investing huge budgets, fashion brands have been a major draw at Milan Design Week, but contemporary design works were not to be found there. Gucci unveiled *Design Ancora*, and presented an edition of five revered Italian design pieces, created in a completely different historic context and it's difficult to understand why the selection by Gucci's new Creative Director Sabato De Sarno should matter now.

More assuring additions to the general Remember and Remake theme were Loro Piana's homage to Cini Boeri, Bottega Veneta's *On the Rocks* installation, and Saint Laurent Rive Droite's re-edition of Gio Ponti's tableware.





Top: Loro Piana
Bottom: Saint Laurent Rive Droite

Selection 2

タイム アンド スタイル ミラノは、この地で最も美しいショールームであり、今年はフロアをさらに拡大した。新作のなかでも目を引いたのが、クラーソン・コイヴィスト・ルーネによる「Takete」（もともとは東京のホテルK5の客室のために製作された）。その姿は花びらを彷彿とさせつつ、抽象的で折り紙のようでもある。椅子を構成する面のひとつはヘッドレストとして機能するため、緩やかな角度のついた姿勢で座ることができ、安心感と高い快適性を実現している。

ほかにも、日本の伝統的な鋳造技術でつくられたふたつの新作を堪能した。「Moon on the Lake」は、直感的かつ彫刻的なアプローチのテーブル。角度によってテーブルの土台が湖面に映る月のように見える。「bollard」スツールは大型船を固定するボラード（係船柱）から着想を得ており、きわめて頑丈な構造となっている。

Time & Style is probably the most beautiful showroom in Milan. Among the many new proposals, I liked the "Takete" easy chair designed by Claesson Koivisto Rune (originally designed as a custom-made seat for the guest rooms of the Tokyo based hotel K5). Reminiscent of a flower with petals, yet abstracted and origami-like. Takete offers a gently reclined seating position, with one of the planes forming a headrest, a reassuringly high level of comfort.

I also enjoyed two new designs, crafted using traditional Japanese casting techniques, "Moon on the Lake," a table that employs an intuitive and sculptural approach in its production. Depending on the viewing angle, the base is evoking an image of the moon reflected on a lake. Simultaneously, there is a harmonious balance between the weighty feel of the bronze casting and its visual lightness, and the tabletop. The "bollard" stool may appear whimsical at first glance, but it harbors an incredibly robust structure within the ground to securely anchor large ships.



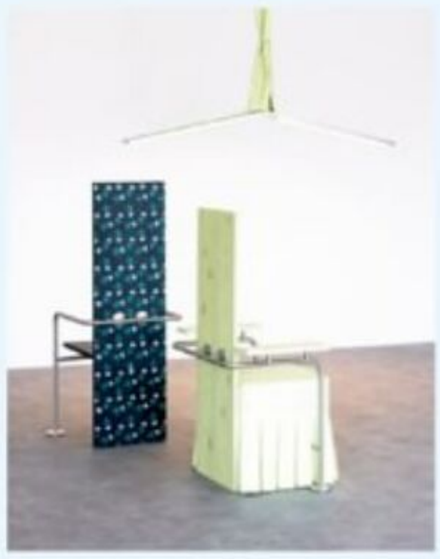


Top: bollard
Bottom: Takete

Selection 3

ICAミラノ財団はジュスティーニ／スタジェッティギャラリーと共同で、フォルマファンタズマの「ラ·カーサ·デントロ（内なる家）」展を開催した。個人のアイデンティティと集合的記憶をテーマにした家具と照明器具の展示で、スチールパイプを用いるようなモダニズムの家具づくりを出発点に、ハンドメイドのオブジェや装飾といった家庭から得られるリアルな経験と、建築とデザインにおけるモダニズムのイデオロギーとの関係を入念に考察した。展示のひとつは、合理的で手術台を思わせるようなスチール家具が手刺繍や手描きの花模様のシルクで軽やかに彩られた作品。これらはデザイナーの幼少期の家の記憶を参照している。

The exhibition *La Casa Dentro* (The Home Within) by the design duo Formafantasma at Fondazione ICA Milano in collaboration with Gallery Giustini/Stagetti showed a series of furniture and light objects that explore themes of personal identity and collective memory. The theme departs from a staple of the Modernist furniture making and closely examines the tension between the lived experience of domesticity and the intellectual understanding of Modernist ideologies of architecture and design. The exhibited objects juxtapose rational, almost surgical compositions of curved steel with wooden planks adorned with hand embroideries, painted floral patterns, and silk volants, referencing the designers' childhood memories of home.



Giustini/Stagetti © Marco Cappelletti

Selection 4

スパツィオ·マイオッキとディエチ コルソ コモのふたつの会場で開催された「カプセル·プラザ」。『カプセル』誌の創設者アレッシオ·アスカリとポール·クールネが共同でキュレーションした。

有名ブランドが名を連ねた今回において、特に感銘を受けたのは「ブリッジズ」だ。バルセロナ·デザインとミュラー·ヴァン·セヴェレンの協業によるキャビネットシリーズは、ボリュームの本質について提案していた。3種類のユニットの平面寸法は同じだが、それぞれの高さとMDF材を切り出した形は異なっている。

もうひとつは、ヘルツォーク＆ド·ムーロンによる「オブジェクツ」。これはアナログとデジタルの関係性の探求と、素材とクラフツマンシップへの強い関心が原動力になっている。

A hybrid between a fair and a collective exhibition in two parts (Spazio Maiocchi and 10 Corso Como), *Capsule Plaza*, was co-curated by Capsule's founder Alessio Ascari, alongside architect Paul Cournet.

This edition included many prominent brand names, I particularly appreciated the collaboration between Barcelona Design (BD) and Muller Van Severen that have designed a cabinet series called "Bridges," where three different units (with the same dimensions but varying in height and each with a distinct cutout) lay the groundwork for exploring the essence of volume.

I do also appreciate Herzog & De Meuron's development of "Objects." It is driven by an exploration between the analogue and the digital, along with a fascination with materials and craftsmanship.



Bridges

Selection 5

2024年、私は『デザインブーム』の共同創業者であるマッシモ·ミニ、ピエトロ·ミニとともに新事業を開始した。そのプロジェクト「NOT COMPROMISED（妥協はしない）―人間と自然の最高地点！」の展示会場はブレラ地区の公立学校。人間中心主義とは異なる視点から動植物との共存に光をあて、人間が破壊者ではなく守護者となる世界を提唱し、新しい社会モデルを探究した。これにはミケーレ·デ·ルッキとネリ＆フーを率いるリンドン·ネリが関わっている。

展示作品のひとつ、タイ人建築家のブンサーム·プレームタダーによるアウトドア家具コレクション「エレファント·フットプリント·シート」の素材はゾウの糞だ。この実験的な作品は「自然の奇跡」として重要な役割を果たすとともに、蒐集価値のある由緒正しいデザインが求められる昨今のトレンドに照らしても、ユーモアにあふれている。椅子はそれぞれ1頭のゾウの糞からつくられており、ゾウのIDカードが記録されているのだ！

In collaboration with Massimo and Pietro Mini, we started a brand new initiative, brought to the public after 25 years of our publishing experience. The exhibition *NOT COMPROMISED: HUMANS and NATURE at their best!* was held in a public school in the Brera area (Liceo Classico Parini), and highlighted the non-anthropocentric coexistence of flora and fauna, advocating for a world where human presence safeguards rather than deteriorates. The new program saw the active engagement of the Italian master architect Michele De Lucchi and Lyndon Neri (of the architecture studio Neri&Hu).

The exhibited works include Elephant Footprint, an outdoor furniture collection made from elephant dung commissioned to the Thai architect Boonserm Premthada of Bangkok Project Studio. That experimentation is the true protagonist of the limited edition 'mirabilia naturae,' and somehow humorous regarding nowadays trend for collectible design with a pedigree: Each seat has been created with the excrements of a single elephant, documented by his ID card!

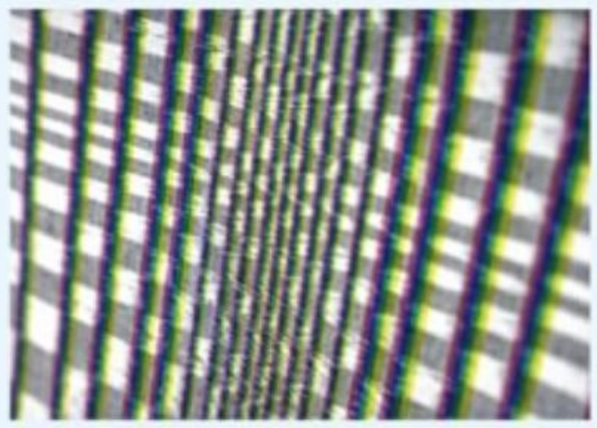


Elephant Footprint Seats

Selection 6

最後に、35歳未満の新進気鋭のデザイナーが集結するサローネサテリテから紹介する。注目すべき作品が多かった今年のなかで特に秀逸だったのが、目の錯覚を利用した、光井 花によるテキスタイルコレクションだ。絣（かすり）、裂織り（さきおり）といった日本の伝統的な織物技術に焦点をあて、テキスタイル産業から出る廃材を活用している。

Last but not the least, from the SaloneSatellite, a platform showcasing emerging designers under 35. Notable are many works, outstanding is Hana Mitsui's textile collection which induces optical illusions by utilizing waste materials from the traditional textile industries in Japan (KASURI / Ikat and SAKIORI /Rip Weave techniques).



Kurume Kasuri fabric by Hana Mitsui

建築家／デザイナー ミケーレ・デ・ルッキに聞く

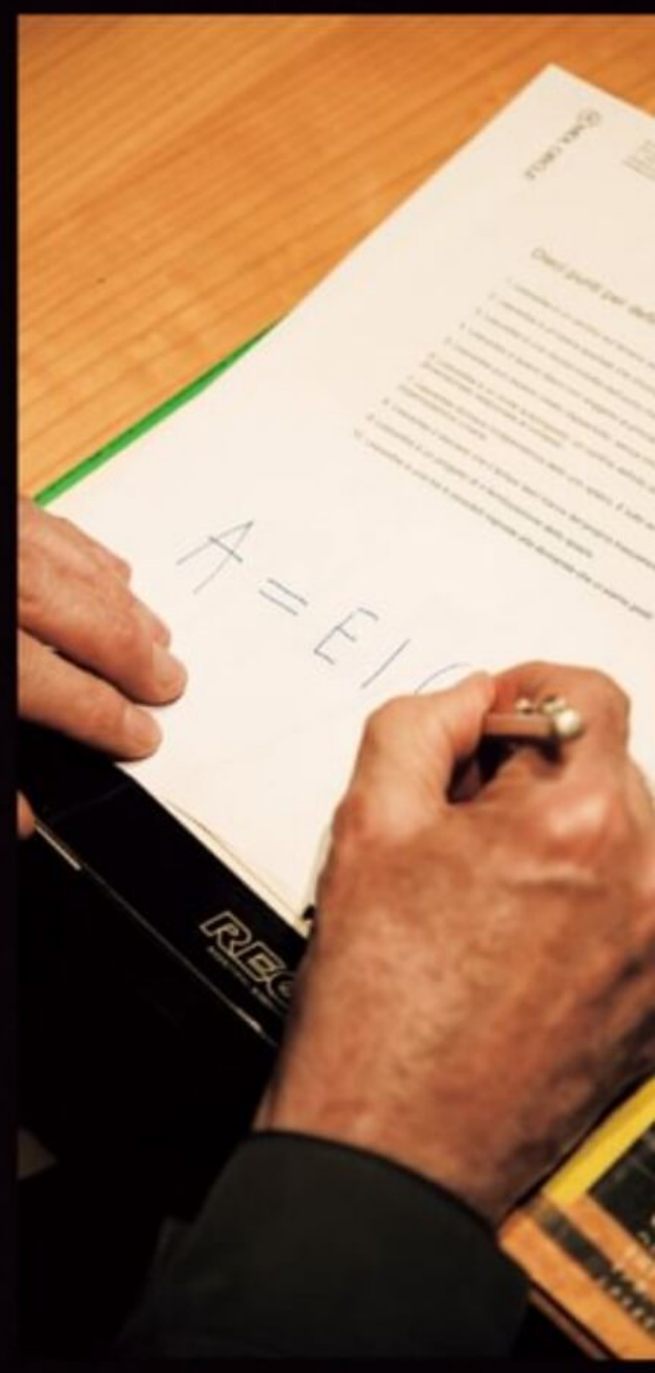
未来のクリエイターに捧ぐ方程式

An interview with architect and designer Michele De Lucchi
—An equation dedicated to future creators

現代イタリアを代表する建築家／デザイナーのひとりミケーレ・デ・ルッキ。1951年生まれの彼は、自身が主宰する「AMDL CIRCLE」で約50名のスタッフを今も率いる。大阪・関西万博2025の北欧パビリオンや、六甲山サイレンスリゾートの「サイレンス・リング」など日本に関連する建築プロジェクトも進行中だ。まもなく73歳を迎える彼に、ミラノ・ヴァレーゼ通りのストゥディオで語ってもらった。

Michele De Lucchi is one of the architects and designers representing Italy today. Born in 1951, De Lucchi, even to this day, leads approximately 50 staff members at AMDL CIRCLE as its head. Among his current architectural projects are those related to Japan such as the Nordic Pavilion at EXPO2025 Osaka, Kansai, and the Silence Ring at Rokkosan Silence Resort. We interviewed De Lucchi, who soon turns 73, at his studio on via Varese, Milan.

文／大矢アキオ ロレンツォ　写真／ケン・アンザイ　編集／神吉弘邦
Text by Akio Lorenzo OYA　Photos by Ken Anzai　Edited by Hirokuni Kanki





1981年、創刊されたばかりの「AXIS」誌を前に語るデ・ルッキ。当時、イタリアデザインの新たな胎動を読者は感じ取っていた。
De Lucchi speaking while flipping through the first two issues of *AXIS* (1981) in front of him. The readers were already sensing the new quickening of Italian design at the time.

「そのままにしておこう」の意味と時代精神

―― 2024年のミラノデザインウィークの期間、このストゥディオで展示されたインスタレーション「リーヴイットビー（Leaveitbe:そのままにしておこう）の円」は、煉瓦をつなげてかたどった円です。どのような意味を込めたのですか？

Leaveitbeの文字を刻んだ煉瓦で円を形づくったのは、生活空間の大切さを訴えるためです。人類は自らの欲求のために、空間を搾取しています。空気が私のものでも、あなたのものでもないのと同様に、空間も全人類が共有すべきものです。建築はそうした空間を消費するものであってはならない、というメッセージです。

―― 具体的に空間を創造するうえで、あなたが訴えたいことは？

建築物や空間を手がけるには表現活動であるだけでなく、使う人の独立性を維持するとともに、つながりも重視する必要があります。各々の個性を育てながら、他の多くの個性の一員であることも実現すべきなのです。難しいことですが、建築家にとって必須の課題です。

時代精神、ドイツ語で言うツァイトガイスト（Zeitgeist）もきわめて重要です。建築家は、どの時点に生きているかを常に意識する必要があります。私たちは、古代ローマ建築もルネサンス貴族のためにつくられた芸術も再現できません。可能なのは今日の人々や社会のため、現代の生活様式を営んでいる人のために働くことです。大学でも、学生たちにそれを力説しています。

私たちの進歩に大切なのは、物理的にも精神的にも「どこに誰といるか」を意識することです。それを知れば、より良い環境にいたいという願望が生まれ、闘争も戦争もなく調和が生まれます。建築家には技術的知識が必須です。しかし、それだけでは足りません。技術のみに依存すると、すべて同一になってしまいます。家とは、その時代に生きる人を代弁するものでなくてはなりません。それは空間やモノのデザインにも当てはまります。そして人と家族、人と集団、人と社会との関係は、時間とともに変化していきます。それも調整していきます。良い仕事ができる建築家とは、物理的、建築的そして人間的文脈、時代精神を理解する能力を備えた人物です。

あらゆるものは消え去らず、統合されゆくのみ

―― 今日の建築家やデザイナーは生成AIや3Dプリンターなど、多岐にわたるツールを駆使できます。そうしたなか、人間の「手」や「頭脳」の立ち位置はどうなっていくのでしょうか？

一方が他方を消し去ることはできません。私は職業人生の初期、タイプライターで有名だったオリベッティのプロジェクトに携わりました。その後、コンピュータが登場しました。そのとき「ペンや紙、ノートは消滅するだろう」と言った人がいました。しかしそれは間違いであり、実際そうした時代は到来しませんでした。その例からわかるのは、あらゆるものは足されるもの、統合されていくものなのです。消えはしないのです。手でノートに書くことは、将来も大切であり、同時にコンピュータも不可欠なものです。私たちがなすべき仕事は、道具や技術を統合することです。新技術とは手で行わないためであると同時に、手で行う時間をつくり出すためのものでもあるのです。

建築家やデザイナーは知識も含めすべてを駆使しなければなりません。インターネットやAIは、いずれも私たちに多くの可能性を与えてくれます。現実をより理解しながら、それらを使いこなすことで前進できます。とても難しいことですが。

―― イタリアの一部デザイン企業は、近年若い才能を発掘すべく、国内各地で採用活動を展開し、リモートワークを推進しています。いっぽうで、あなたのストゥディオはミラノを拠点としています。リモートワーク

イタリアンデザインが先進的なのは、「市場が求めなければならないこと」を過去に実現してきたからこそです。

はデザイン作業にとって有効な手段でしょうか。
物理的に近くにいることと、電子的につながっていることは補完関係にあります。どちらかが唯一の選択肢ということはあり得ません。ただし、物理的に近くにいるからこそ構築できる関係があります。なぜなら人類は動物の１種であり、社会のなかに生息しているからです。目や体、表情の移ろい、そしてときに物理的に触れ合うことで通じ合うのです。特に触れ合うことは、親近性と理解、そして相手の役に立ちたいことを示す最大のアクションです。人類は地球上で最も知性を持った動物です。人の役に立ちたいという気持ちを抱き、話したり討論したりすることで知識を深めます。そのためにも物理的なコミュニケーションは大切です。

5年先、10年先に必要なものとは

―― 例えば1950年代から70年代にかけて、イタリアの工業デザインが先進的であった理由は何でしょう？
デザインとは社会を理解する方法であり、人々の行動を理解することです。とかくマーケッターは、すでに人々が求めたもののみを考えます。一方で私たちは、リサーチするときに市場は追いません。大切なのは「人々が何を求めるべきか」なのです。

私のストゥディオには、エレベーター内にメッセージが貼ってあります。「クライアントが求めるものを与えてはいけない。彼らが夢見る勇気がなかったものを与えよ」です。建築家やデザイナー、ここで働く全員にとって大切な言葉です。大学でも「今の市場が求めているものは、すでに成し遂げたものである。あなた方がデザインすべきは『市場が求めなければならないこと』なのです」と学生たちに教えています。そして、それを過去に実現してきたからこそイタリアンデザインが先進的であったのです。私たちは変わる必要があります。過去のニーズを見ていてはいけません。未来のニーズを探さなければならないのです。私たちが5年先、10年先に必要なものを確認するべきです。

―― 市場が求める「べき」ものを先に考えよ、ということですか？
そうです。私のクライアントには多くのドイツ企業がいます。彼らの多くは「第1項目、第2項目……」と必要な要素を挙げて完璧なブリーフィングを行うため、私が介入する余地がないときがあります。そのたびに私は「なぜ彼らがすでに知っていることを実行するために、私は働かなければならないのだろう？」と思います。私の仕事は彼らが本当に望んでいることを探索し、彼らを助けることだからです。

―― あなたはデザイン史に残る数々の名作を手がけました。その一方で、一般のイタリア人にとって、最も身近なあなたの仕事はイタリア郵便社のコーポレート・アイデンティティ計画（1998–2003年）です。
イタリア郵便のCIプロジェクトを引き受けたとき、彼らは従来の郵便業務から、銀行・金融業務を充実させ、より完全な姿になろうとしていました。私たちの課題は「私たちが、どのような新しいイタリア郵便にするか」でした。たとえば、従来局員と利用者との間を遮っていたガラスを取り払い新しいカウンターを導入しました。仕事は新しいブランドイメージから新しいソフトウェアにまで至りました。

―― 私のようなイタリア在住者の視点からすると、新CIの導入で、郵便局員の接客態度さえ改善されたように感じるときがあります。
大切なのはそこです。働く人の印象も、顧客の態度も変わりました。デザイン計画は素材や色ではないのです。建築家やデザイナーは、単に家、空間、モノをデザインするのではありません。人の振る舞いをデザインしているのです。人々の望み、志、夢を翻訳しなければなりません。もしそれらを実現できれば、計画は成功ということです。私はその役割に満足しています。

悲観論は禁止！

―― 次代を担う若い建築家・デザイナーたちにメッセージをお願いします。
人間と自然を結び付けるシンプルな方程式、それはA＝EI（q）です。Aは建築（Architecture）、Eは環境（Environmental）、Iは設備（Installations）、そしてqは不確定要素（Quotient of change）を示します。すなわち建築とは、環境と設備に変化をかけたものなのです。われわれが手がけるもののすべては環境が土台です。設備を意味するのは新しい建築に限りません。すでに私たちが所有しているものも十分に活用できる可能性があります。

―― 変化を示すqについて、詳しく説明してください。
qの不確定要素は、すなわち私たち人類です。私たちの存在はミステリーです。AIでさえ全容は解明できません。私たちホモ・サピエンスは地球を支配し、惑星の王者として振る舞っています。もし人類が存在しなければ、自然は完璧なバランスを保てるにもかかわらず、です。

この不確定要素たる人類と、人類登場以前の原始的な自然との良好な均衡を模索するのが、私たちの仕事です。「ジャングルに動物があふれる先史時代に回帰せよ」という意味ではありません。環境・生活と、自然の関係を最適化するのです。これこそが私から新しい世代に託すヒントであり、Leaveitbeのメッセージにもつながるのです。

―― しかしイタリア国内の歴史的建築物をリニューアルするプロジェクトでは、自治体による厳しい審査があります。
過去から継承したものを次世代に渡すのは、私たちの責任であり重要なことです。すでに私たちが持っているものが使えるのなら、それを使うのが最善です。

―― 時計の針を巻き戻すと、あなたは1981年にエットレ・ソットサスが中心となったデザイン集団「メンフィス」に参加しています。当時のイタリアは石油危機、テロの横行で決して明るい時代ではありませんでした。それは、まさに現代社会の混沌と酷似しています。当時どのようにデザインへの情熱を保ち、あのように鮮烈な色彩と斬新な形態を創造したのですか？
70年代から80年代のイタリア社会は多くの問題を抱えていて悲観的でした。米ソ冷戦に恐怖の念を抱き、石油危機の影響でミラノでは日曜に自動車の運転が禁止されていました。それでも私は常に楽天的でした。建築家としての職務を学び、研究しました。

悲観は人を鬱や悲しみ、そして何より、最大の過ちである無反応に追い込みます。ですから、仮に私がイタリア共和国大統領だったら悲観論を禁止します！





2024年4月のミラノデザインウィークでミケーレ·デ·ルッキは、レットイットビーならぬ「リーヴイットビー（そのままにしておこう）のサークル」（写真右）を公開。建築家·藤本壮介による北海道産広葉樹を用いたインスタレーション（写真左：制作はカンディハウス）と対をなす。
Michele De Lucchi unveiled his Circle, *Leaveitbe* (right in the photo) during Milan Design Week in April 2024. It forms a pair with an installation using broad-leaf trees from Hokkaido (left in the photo) by architect Sou Fujimoto (the production was by CondeHouse).







AMDL CIRCLEの地下フロアは、木材加工設備を備えた工作室になっている。木製の建築模型がここでつくられる。「このストゥディオの誰よりもミケーレ自身が上手に木製模型をつくる」とスタッフは明かす。
The basement floor of AMDL CIRCLE has been turned into a craft room equipped with wood processing facilities. This is where his wooden architectural models are made. The staff says, "Michele himself makes wooden models better than anybody else in the studio."

The meaning of "leave it as it is" and the spirit of the age

——— During Milan Design Week 2024, the circle of the installation *Leaveitbe* in this studio exhibition is a circle made by connecting bricks. What kind of meaning does it contain?

The reason I made the circle with bricks etched with the letters *Leaveitbe* was to emphasize the importance of living spaces. Humankind is exploiting space to satisfy its desires. Just as air is neither mine nor yours, space should be shared by all human beings. It is a message that says architecture is not something to consume space.

——— What do you want to emphasize in concrete terms to the viewers when you create these spaces?

When designing a building or a space, it's not just an activity for expression; it's necessary to maintain the independence of the user and you also have to place importance on connections with others. You have to realize the fact one is a unique character among many while rearing individuality. It's difficult, but it's a requisite task for an architect.

The German word *zeitgeist* means "the spirit of the era: the mainstream ways of thinking and social trends," and this is also extremely important. Each architect has to be constantly conscious of what point in the timeline she or he is living. We cannot re-create ancient Roman architecture nor artworks that were made for aristocrats during the Renaissance. What is possible is to work for people living today and their societies, or, to work for people with contemporary life styles. I stress that point to my students at universities as well.

What's important for progress today, both physically and mentally, is to be conscious of "who you are with and where." If you know this, you'll have a desire to be in a better environment, and then, there will be no fighting or wars, and harmony will be born. It is essential for architects to have technical knowledge. But that alone is insufficient. If you rely on technological knowledge, everything will be the same. A house has to be something that represents people living in that age. That also applies to the design of space and things. The relationships between a person and her family, a person and her group, a person and her society change through time. You'll have to adjust to that as well. An architect who does a good job is a person who is equipped with the ability to understand the physical, architectural and humanistic contexts, and the esprit of the time she is living in.

Things don't disappear; they just get integrated

——— It is possible today for architects and designers to fully utilize diverse tools such as generative AI and 3D printers. Under these circumstances, how will the human "hands" and "brain" be positioned?

One cannot make another disappear completely. In the earlier days of my career, I had an opportunity to be involved in a project with Olivetti famous for manufacturing typewriters. Then personal computers started to appear. There were people at the time who said, "pens, paper, and notebooks will disappear." That, however, was wrong and such an age did not come. As this example shows us, things evolve and become integrated. They do not disappear. Taking notes by hand will be important in the future as well, and the computer will remain indispensable. The task we should take on is to integrate tools and technologies. New technologies are for reducing manual work and at the same time to create time for using our hands.

Architects and designers have to fully utilize their knowledge as well. The internet and AI also exist to give us time to use our hands. We can move forward by fully utilizing them while understanding reality. It's very difficult though.

——— Some design firms in Italy are conducting recruitment activity in various areas across the nation and promoting remote work to discover young talent. On the other hand, your studio is based in Milan. Is remote work an effective method for design work?

"Being physically close" and "being connected electronically" are in a complementary relationship. Neither one is the only option. However, there are relationships that can be built precisely because of physical proximity. That's because human beings are a kind of animal and live within a society. We communicate with each

What you shuld be doing is to design things
that the market should demand.

other through our eyes, bodies, facial expressions, and at times through physical contact. Touching, in particular, is the greatest way to show intimacy and understanding as well as wanting to be helpful. Humans are the most intelligent animals on the planet. We have a desire to help others and enrich our knowledge by talking and debating. For that reason, physical communication is very important.

What we will need five years or ten years from now

——— What are the reasons Italian industrial design progressed from the 1950s to the 1970s? Could you give us some examples?

Designing is a method to understand society and people's behaviors. Marketers tend to think about only about what people have already sought after. On the other hand, we do not study the market when we conduct research. What's important is to think "what people should want."

There is a message posted inside the elevator in my studio, which says, "Never give the customers what they want, give them what they never dreamed possible." These are valuable words for everybody working here, including architects and designers. I tell my students at university that "what the market demands today are things that have already been done or made. What you should be doing is to design things that the market should demand." Italian design progressed precisely because Italy was able to realize this in the past. We need to keep changing. We shouldn't look at needs from the past. We have to look for needs in the future. It is necessary to verify what will be necessary five and 10 years from now.

——— You're saying a designer has to think ahead what the market "should" demand?

That's right. There are many German enterprises among my clients. As they give you perfect briefings with necessary factors, such as "the 1st item, 2nd item, and so on...," there are at times when there is no room for me to intervene. In such situations, I sometimes wonder, "Why do I have to work to realize what they already know." That's because my job is to explore what they really want, and be helpful to them.

——— You've created a number of masterpieces that will go down in the history of design. On the other hand, the most familiar of your work for ordinary Italians is the Corporate Identity plan for the Italian postal service (Poste Italiane S.p.A) (1998–2003).

When I accepted the CI project for the Italian postal service, they were trying to achieve a more perfect form by enhancing their banking and financial services in addition to their conventional postal services. Our task was "what kind of new Italian postal service should we design?" An example is the introduction of a new counter without the glass that used to separate the users and the postal workers. That work involved everything from creating a new brand image to developing new software.

——— From the perspective of a person living in Italy, I sometimes feel even the attitude of the postal workers toward their customers has been improved with the introduction of the new CI.

That's what's important. Both the impression of the workers there and the attitude of its customers changed. A design plan is not about materials and colors. Architects and designers don't simply design houses, spaces and objects. They design people's behaviors. They have to translate people's desires, aspirations, and dreams. If that is realized, then the plan is successful. I'm satisfied with that role.

Pessimism is prohibited!

——— Could you send a message to young architects who will lead the next generation?

A simple equation that links human beings and nature is A=EI(q). A stands for "architecture," E for the "environment," "I for "installation," and q is "quotient of change." In other words, architecture is something that can be expressed as "multiplying the environment and facility by change." Everything that we handle has the environment as the foundation. What an installation means isn't limited to architecture. There is possibility for using what we already own to a great extent.

——— Could you explain in detail about q that represents change?

The uncertainty factor q is humankind. Our existence is a mystery. Even AI can't elucidate its entire picture. We homo sapiens conquered the Earth, and are behaving as the king of the planet despite the fact nature could have maintained a perfect balance if humankind hadn't existed. Our work is to explore a good balance between humankind, which is the uncertainty factor, and the primordial nature that existed before humankind appeared. It doesn't mean that we should return to "the prehistoric era when jungles overflowed with roaming animals." It is to optimize the relationships among the environment, our daily living, and nature. This is the suggestion from me to the new generations, which also leads to the message of the installation *Leaveitbe*.

——— In the project for renewing historical buildings in Italy, however, there are rigorous screenings by the local governments.

Handing down what we inherited from the past to the next generation is our responsibility and an important task. If what we already have can be used, that's the best way.

——— Let's go back in time a bit. You participated in the design group Memphis lead by Ettore Sottsass in 1981. Back then, Italy wasn't in a bright era by any means due to the oil crisis and frequent terrorism. It is very similar to the chaos of today's society. How did you maintain your passion for design and create such vivid coloration and innovative forms?

Italian society from the '70s to '80s was pessimistic as it had so many issues. People feared the cold war between the US and the Soviet Union, and due to the oil shock, it was prohibited to drive on Sundays in Milan. Despite that, I was constantly optimistic. I studied and researched the profession of an architect.

Pessimism drives people to depression and sadness, and above all to the greatest fear of being in a state of unresponsiveness. So, if I were the president of Italy, I would prohibit pessimism!

ミケーレ・デ・ルッキ／1951年、イタリア エミリア＝ロマーニャ州フェラーラ生まれ。70年代から前衛的な建築とデザインを主導。国内外で家具デザイン、住宅、産業施設、オフィスや文化施設の建築プロジェクト、アートやデザイン展示会、ミュージアムのプランニングを手がけ、日本との縁も深い。80年代にメンフィスへ参加。88年から2002年までオリベッティのデザインディレクターを務めた。18年から1年間、建築誌『ドムス』のゲスト編集長も務めた。

Michele De Lucchi was born in Ferrara, Emilia-Romagna Region in Italy in 1951. He has led avant-garde architecture and design since the '70s. As he has been involved in designing furniture, residences, industrial facilities, offices and cultural facilities as well as creating plans for art and design exhibitions, he has a deep relationship with Japan as well. He participated in Memphis in the '80s and served as design director at Olivetti from 1988 to 2002. He also served as a guest editor in chief for the architectural magazine *Domus* for a year from 2018.

CASIO

Form the

終わらない――!!

タイポグラフィのこだわりは譲れない

印刷するとこんな色になるのか…

「また一緒に仕事したい」と思ってもらえる仕事をしたい

大事な日に限ってキャドが止まるんだよなぁ

デザイン力と同じくらいコミュニケーション力大事

この色は印刷じゃ出せんよ……

ああこのロゴ書体全部自作したんだよな～

通りがかりに「いいね」って声かけられた！

ワクワクが止まらない

ニッチでいい、尖った商品を作りたい

学生の頃の柔軟な発想を忘れないようにしたい

指摘しすぎたかな…ディレクションの立場も難しいな

UIデザイナーとしては「使いやすい」という言葉が一番嬉しい

このノウハウはできる限り継承していきたいと思っているよ

落とした時計部品見つからない……

人の考えや好みって十人十色みんな違うからさ…

東京の夜景は残業で出来ているよ…みんな頑張ってるね

「いい感じにして」「お任せで」って一番難しいよ!!

Unique

自分だからできる提案を大切にしたい

忙しい時期に限って連休だ…やばい

メンバーと一緒に何か作る過程が本当に楽しいんだよ

アワード受賞おめでとう！

自分が初めてデザインした時計を父親にプレゼントしたんだ

量産中止…!?

そのタイミングでそれ言うんだ…

もっとも可愛くしたい!!

理想のデザインと設計条件のせめぎ合いだよ

運も実力のうち

声が大きいのは特技です

声量ではなく熱量の話ね

何度もブラッシュアップしたからな〜…やっとだ！

コストコストうるさい！

お…あの時計俺がデザインしたやつ…

1週間前と言っていたことが違う……!!

ここだけは妥協できない

追加で……10案……？

目立てばいいってもんじゃないでしょう

やりたいことはもっと主張するべきだよ

世に出た！嬉しいな〜

面白いねそれやってみよう

CASIO DESIGN

https://web.casio.com/jp/design/

DESIGN FOR DECISION-MAKING

意思決定のデザイン

今、日本の行政や企業に必要なものとは何だろうか。未来のビジョンか？ 揺るがない価値観か？
── KESIKI代表の石川俊祐が、現代に求められる「意思決定のデザイン」を語る。

What is required of the Japanese government and businesses now? Is it a vision for the future?
Unwavering values? Shunsuke Ishikawa, head of KESIKI, talks about the “design for decision-making” needed today.

文／いまむられいこ
Text by Reiko Imamura

01　なぜ今、意思決定のデザインが必要なのか
Why is design decision needed now?

石川俊祐／1977年生まれ。KESIKI代表取締役CDO、ウッドユウライクカンパニー代表取締役、多摩美術大学TCL特任教授。英セントラル·セント·マーチンズを卒業後、パナソニックなどを経て、IDEO Tokyo立ち上げに従事。2019年KESIKI設立。
Shunsuke Ishikawa / Born in 1977. CEO and Chief Design Officer of KESIKI INC., CEO of WOOD YOU LIKE COMPANY, and specially appointed professor at TCL-Tama Art University. After graduating from Central Saint Martins, University of the Arts in London, UK, he worked at various companies such as Panasonic before his involvement in establishing IDEO Tokyo. Founded KESIKI in 2019.

前例踏襲は未来をつくるのか

今、僕らKESIKI[1]が手がけている仕事の約半分が国や地方行政の政策デザインのプロジェクト[2]で、あとの半分が企業と教育機関です。日本全体で変化が起きるためには、経済·政策·教育の３つをおさえないといけないと思っています。

特に行政との仕事において強く感じるのは、ビジョンがないなかでの「１課題１政策」という風潮です。例えば男女の雇用機会均等という課題に対して、女性がもっと働ける環境を制度化することはとても大事な解決すべき課題です。一方でひとりひとりの生活者の立場に立ってみると、複数の解くべき問いが同時に存在します。夫婦で子育てしやすい体制はどのようにつくれるのか？ 企業側は本当に応援してくれるのか？ 現代の課題というのはひとつの策で解決できるような単純なものではなく、課題と課題が連なりシステミックな課題になっているので、個々の課題の解決の際には、その先にある未来との接続がなければなりません。日本はこれからどうありたいのかという未来のビジョンや拠り所となる希望がないため、短期的なアウトプットに向けた意思決定がされ、予算が投じられているのではないでしょうか。

日本において国や企業のトップが意思決定をするとき、すでにほかで証明されたり実施されたりしているもの、いわゆる「前例」を踏襲するかたちで行うことが多く見られるように思います。逆に前例のないことに対しては、問題が明らかになって定量化·具体化されるまでは踏み出しにくい。「こういう会社、文化、地域社会にしていきたい」という思想、大戦略、あるいは世界観が、リーダーである人々の意思決定に欠けているのではないでしょうか。

意思決定のプロセスがない日本

今の時代は課題が複雑に絡み合っている。そのことは誰もが認識しています。問題は、それに対する方法論がないことです。どんなデザインアプローチでもデザインでも戦略思考でもいいのですが、複雑なものを複雑なものとして捉えたうえで自分たちの初手を打つ、つまり意思決定をするためのアプローチあるいはメソッドが存在していないのではないでしょうか。日本の官公庁、例えば経産省でも、キャリアの途中で海外のデザインスクール（アアルト大学、RCAなど）に留学する官僚たちがいます。ロジカルシンキングもデザインシンキングも理解しているし、共感力の高いスーパーエリートですが、そんな彼らでも新しい価値や政策における意思決定をすることは一筋縄ではいきません。現場へ足を運んで、その場でしか得られないインサイトや未来への兆しを捉えることが、多くの場合においてプログラムされていないのです。それは企業も同じで「間違えてはいけない」という意識が根強くあるため、今ある事実から発想したり、狭い視野のなかで時間だけを費やしたりしてしまいがちです。

Does following precedents shape the future?

About half of the projects carried out by KESIKI[1] are involved in policy design for both national and local governments[2], and the other half are with corporations and educational institutions. In order to bring forth significant change throughout Japan, KESIKI believes in approaching economy, policy, and education in tandem.

Particularly when working with government agencies, I truly get the sense that there is a prevailing tendency to address "one problem with one policy" in the absence of a comprehensive vision. In approaching gender equality in employment, for example, it is important and necessary to create a more supportive work environment for women. There are also multiple questions that need to be addressed from the perspective of each individual making a living. How can we create a system that supports couples raising children? Are companies genuinely willing to give that support? Contemporary issues are not simplistic problems that can be tackled with one policy. Issues overlap and are systemically interconnected, which requires a connection with the future to resolve individual issues. Due to the absence of a clear vision of the future and a hope to rely on, decision-making and budget allocation in Japan are often geared towards short-term outputs.

When leaders in Japan make decisions, whether it be the government or corporation, it often seems to be based on "precedents"—solutions that have been implemented and proven to be successful elsewhere. Conversely, in cases where there are no precedents, it becomes increasingly difficult to take a step forward without a clear identification, quantification and materialization of the problem. Perhaps the leaders' decision-making lacks a philosophy, grand strategy, or worldview that articulates "This is the kind of company, culture, community we want to build."

Japan's lack of decision-making process

Issues we face today are complex and intertwined. This is the reality we all recognize. The problem is that there are no methodologies for addressing and solving them. Whether it be through design approaches, design, strategic thinking, or any other means, the initial moves are based on treating complex matters as complex, suggesting a lack of approaches or methods for making decisions in the face of complexity. Even within government agencies in Japan, such as the Ministry of Economy, Trade and Industry, there are bureaucrats who go to study abroad mid-career at design schools like Aalto University and the Royal College of Art (RCA). They are super elites who are capable of logical thinking, understanding design processes, and highly empathetic, yet making decisions regarding new values or policies is not a simple task. In many cases, there is a lack of programs focused on gaining insights or glimpses into the future that can only be obtained by visiting the site. The same can be said about corporates, as there is a deep-seated fear of "making mistakes," leading to a tendency to rely on existing facts to shape ideas within a narrow perspective.

Looking at other countries, those that are successful have grand strategies in place. Switzerland, for instance, has targeted

1 **KESIKI:** デザイン·経営·ナラティブを掛け合わせ、地域の包括的なリブランディング、新規事業創出、人材育成プログラム、ムーブメントづくりからM&Aまでを一貫して行う学際的なカルチャーデザインファーム。
KESIKI: An interdisciplinary cultural design firm that integrates design, management, and narrative into an overall approach from comprehensive rebranding of regions, creation of new businesses, talent development programs, creation of movements, to M&As.

2 **KESIKIが手がける国·地方行政プロジェクト:** 2022年度にスタートした経済産業省の「JAPAN+Dプロジェクト」では、政策立案へのデザインアプローチの導入を支援。
A project that KESIKI runs for national and local governments: JAPAN+D is a project launched in 2022 under the Ministry of Economy, Trade and Industry, where KESIKI provides support for the national and local governments in introducing a design approach to their policy-making processes.

ほかの国に目を向けてみると、うまくやっている国や都市には大戦略が存在しています。例えばスイスは富裕層をターゲットにすると決めているから、金融から入って精密機器、そして観光に力を入れて成功していますし、イギリスはサッチャー政権の前後から、ものづくりからソフトパワー（金融、教育、クリエイティブ産業、観光）が強い国に移行しました。もちろん猛烈な反対にもあいますが、それ以上に「未来があるこっちに行くぞ」という強いビジョンをリーダーシップやナラティブとともに示してくれたら、企業や市民も新しく具体的なアクションをとっていくことができます。

日本でも200〜1,000年続く老舗企業のなかには、創業者や経営者がイノベーティブな、あるいは変化するための強い方向づけや意思決定をしてきた結果、ブランドとして長く愛されているところがあると思います。話を聞いてみると、「会社を経営しているのは価値を提供し続けるためであって、大きく成長することが目的ではない」というのです。これはアメリカ的な成長を追い求める経営とは最初からゴールが違います。今、世界でもこうした日本的な経営が再評価されていて、そこからインスピレーションを受けて面白い経営に取り組んでいる人たちも増えてきています。僕たちKESIKIも、日本の老舗企業のユニークな経営方法と意思決定について、もっと研究、発信することが大切ではないかと考えているところです。

複雑化する現代における「自分らしさ」

意思決定において大切なことのひとつは、複雑な情報や視点を一度きちんと集めたうえで、自分たちならではの意思・思想に立ち返る、ということだと思っています。つまり「自分たちらしさ」というものをしっかり持つ、ということ。MBAを取得した人から「こうすればもっと儲かるのに」と言われても、「うち（自社）らしくないからやらない」ときっぱり断ることができる。それはクリエイティブコンフィデンス、すなわち自分たちの創造性に対する自信でもあります。国も同じで、先述のスイスやイギリス、あるいは北欧の国々と同じように、日本だって自分たちらしさに基づく意思決定をしたほうがいい。そうでないと、なんとなく前例をフォローしていく動き方しかできず、今後ますます日本のユニークな魅力やオーセンティシティーを失っていくのではないかと不安になります。

自分たちらしい意思決定というのはどういうことでしょうか。例えば、日本のある製造小売業のCEOが「売り上げの4〜5倍増を目指す」と宣言します。店舗を増やせば面積あたりの売り上げはわかりやすく増えていきますが、同時に商品の希少性は下がっていくので、そのブランドのファンだった人たちが冷めていく。またある製造の大企業で、トップが「とにかく新しい事業をつくれ」とグループ内に呼びかけます。この事業とあの事業を掛け合わせたら自前でどうにか新しい価値が生まれるんじゃないかと考えているわけです。あるいは新しいアイデアを求めて社内起業制度を設けるけれど、誰もやっていないことに投資するのは責任リスクが大きいため数百万

the affluent demographic, hence focusing on finance, precision tools and equipment, and tourism with considerable success. Similarly, the UK transitioned around the time of the Thatcher administration from craftsmanship to promoting soft power assets in finance, education, the creative industry, and tourism. There is always the risk of fierce oppositions, but having a strong vision of "This is where the future lies," demonstrated through leadership and narratives, allows companies and citizens to take detailed actions towards a new direction.

Among the long-standing companies in Japan that have thrived for 200 to 1,000 years, those that have founders and executives who have made innovative decisions, or drastically shifted towards change have resulted in enduring the brand. Upon speaking with some of them, they express that "the purpose of running a company is to continue providing value, not to pursue significant growth." This goal to begin with, contrasts with the American pursuit of growth. The Japanese-style management is now being re-evaluated globally, increasingly inspiring others in pursuing unique business endeavors. We at KESIKI also believe that it is essential to do further research and disseminate the intriguing management styles and decision-making processes seen in the long-established Japanese companies.

"Individuality" in the current era of complexity

I think that one of the important aspects of decision-making is to first compile complex information and perspectives, then revert to your own authentic principles and ideologies. This implies having a strong "sense of self." It is the confidence to decline a suggestion for increasing profitability if it "doesn't align with our company's image," even if it were to come from someone with an MBA. This demonstrates creative confidence, a belief in our own creativity. The same can be said at a nation-wide scale. Like the aforementioned countries like Switzerland and the UK, or even the Scandinavian countries, Japan should make decisions based on embracing their own uniqueness. Otherwise, we risk simply blindly following precedents and gradually losing Japan's unique charm and authenticity.

What does it mean to make decisions that are true to ourselves? For instance, the CEO of a manufacturing and retailing company in Japan sets a goal to "achieve a four to fivefold increase in revenue." Expanding stores would naturally boost sales per area, but would also diminish exclusivity of the product, ultimately alienating previous customers who were fans of the brand. In another example, leadership at a major manufacturing corporation calls for "new initiatives" within the group, in hopes of generating new values by combining various ventures. Or they set up an internal entrepreneurship program to seek new ideas, but investing in unprecedented ventures poses significant risks, discouraging the pursuit of individual initiatives even for investments of a few million yen. This mirrors the "one problem one policy" approach mentioned earlier, where the focus lies on only one issue, unable to see the broader context. What is the purpose of taking a certain action? What values does our company want to pursue? What

円の投資ですら個人で前に進めることができない。こうしたことは冒頭の「1課題1政策」と同じで、ひとつの課題しか見ておらず、その課題を取り巻く環境が俯瞰的に見えていないために起こりがちです。いったい何のためにその手を打つのか。自社が追い求めたい価値とは何か、この先どうなるのか、私たちは幸せになれるのか——。そこまで踏み込んでトップだけではなく現場の人たちが自ら動いていかなければ、やりがいや意思を持って仕事に取り組むことはとても難しいのではないか。それが、今こそ意思決定のためのデザインが必要だ、と主張する理由です。

デザイナーの役割

では意思決定のデザインとは、誰がどのように進めていくのでしょうか。それは次回以降に、僕らが取り組んできた事例や世の中の好事例を見ながら、具体的な方法論やプロセスを紹介していきます。ちなみに僕自身はもともとプロダクトデザイナーですが、これから紹介する意思決定において、デザイナーという存在が大きな役割を果たし得ると考えています。これまでの経営では、技術的な強みと市場での優位性、あとは定量的なデータ（前例や事実）によって判断されてきました。この3つの情報を出せばビジネスの扉が開く。つまり意思決定の流れがなんとなく決まっていたわけです。ところが説明してきたように、現代においてはそれだけでは成り立たないことが見えてきました。トレンドに右往左往させられないためには、これまでの定量的な情報に加えて、質的な要素が重要な指標となります。優れたデザイナー（デザイン的な創造的働き方をする人々すべて）はある意味、質的なインサイトから定量的なものを読み解くことを得意とするエキスパートとも言えるかもしれません。プロトタイプやビジュアルをつくって見せて、言葉を超えた深い真理を得たり、共感を生み出したりすることができます。意思決定のデザインにおいてはこの能力がとても重要で、行政や企業の人たちが自分たちのことを見つめ直して「自分らしさ」を再解釈するために、デザイナーは伴走することでそれを促す役割を担うことができるのです。これについても、次回以降に詳しく紹介していきたいと思います。（次号に続く）

will happen in the future, and will it lead to our happiness? If the workers themselves, not only the leaders, don't take action and delve into these questions, it becomes challenging to find fulfillment and purpose in their work. This is why I want to emphasize, now more than ever, that we need design for decision-making.

The role of a designer

So, what exactly is decision design and who navigates it? We will delve into the specifics in the forthcoming installments, exploring specific methodologies and processes while examining our case studies and successful examples from around the world. Originally being a product designer myself, I strongly believe that designers can play a crucial role in the decision-making process we are about to explore. In previous management, business decisions were driven by competence in technology, market dominance, and quantitative data (precedents and facts). The doors to business endeavors opened if these three pieces of information were provided, suggesting that the decision-making process was somewhat implemented. However, as mentioned earlier, it has become apparent that this approach alone is insufficient in the present complex landscape. In order to remain unaffected by trends, qualitative insights are becoming equally important as traditional quantitative data. A good designer (i.e. anyone who approaches work creatively through design) is perhaps someone who is adept at interpreting the quantitative data present in qualitative insights. They are able to uncover deeper truths beyond words and build connections through creating protypes and renderings. This skill is invaluable in decision design, as designers can encourage people in both government and corporations to revisit themselves and reinterpret their "individuality" while accompanying them through the process. I will explore this in detail in the coming installments. (To be continued)

「こういう会社、文化、地域社会にしていきたい」
という思想、大戦略、あるいは世界観が、
リーダーである人々の意思決定に欠けているのではないでしょうか。

Perhaps the leaders' decision-making lacks a philosophy,
grand strategy, or worldview that articulates
"This is the kind of company, culture, community we want to build."

太古のクリエイティビティ

TIMELESS INGENUITY

#01

先史時代のグラフィティ
コア渓谷とシエガ・ベルデの岩絵遺跡群

Prehistoric Graffiti
Rock-Art Sites in the Côa Valley and Siega Verde

この連載は、現在よりも時の流れがずっとゆっくりしていた遥かな昔、
古代と呼ばれる時代を振り返る時間旅行の試み。なるべくゆったりとした気持ちで、
モノの形やその背後にある感覚・思考に想像を巡らせてみたい。

This series is an attempt at time travel,
looking back at ancient eras when time flowed much more slowly than today.
We'd like to take a leisurely stance and expand our imagination of the forms to things
and the feelings and thoughts behind them.

文・写真／港 千尋
Text and photos by Chihiro Minato

左：コア渓谷の岩絵は複雑に重ね描きされている。
Left: The engraving rocks of the Côa Valley have complex overlaid patterns.

右：アルト・ドウロの葡萄畑。
Right: Vineyards in Alto Douro.

上：コア博物館に展示されている岩絵。
Top: A rock art displayed at the Côa Museum.

下：ドウロ川と背景のダム。
Bottom: Douro River with the dam in the background.

右：コア博物館の展示。線刻の技法を見せている。
Right: At the Côa Museum. These show the technique for etched lines.

今や世界人口の過半数が都市に住んでいる。2050年にはさらに多くの人間が都市に集中し、22世紀に至る頃には、都市以外の生活を知る人は少数派となるだろう。アートやデザインも含めて、人類の知的活動のほとんどが都市から生まれ、都市が生きながらえるための工夫を重ねなければならない。別に驚くべきことではないけれども、そこで忘れられてしまうことも出てくるだろう。例えば都市がまだ珍しかった頃の暮らしや文化である。

都市の生活に慣れた人間が忘れがちなことのひとつは、時のスケールである。特にスタイルやモデルを頻繁に変えることで成り立ってきた、いわゆる「モダン」と呼ばれる時代以降になると、長い時間のスケールで物事を眺めることが必要とされなくなった。しかし都市の外に出てみれば、ほとんど変わらないことのほうに価値があることを思い出す。そこでは「相変わらず」のスタイルが大切なのである。

ポルトガルの北部にポルトという都市がある。首都リスボンに次ぐ第二の都市の名は、ポートワインを通して世界的に知られ、街の中心を流れるドウロ川の岸辺には歴史を感じさせるワイン倉庫が軒を並べている。ポルトの繁栄は過去も現在も、この川とともにある。全長897kmに及ぶこの川の上流、アルト·ドウロを訪ねてみよう。

この地方特産のオリーブやアーモンドの木が続く丘陵地帯。夏の強い日差しがつくり出すゆるやかな影は、葡萄の段々畑を支えている石の壁である。壁の総延長はなんと数万kmに及ぶという。自然の地形を利用する技の見事さは、ユネスコの世界遺産に登録されていることからもわかるのだが、もちろん一朝一夕に成ったものではない。ワイン生産の歴史は3世紀から4世紀のローマ帝国時代に始まったとされ、近世以降はポルトガルの国力を支えるまでに成長した。

太陽を反射する白い断崖と群青色の水をたたえた支流のコントラストが強烈なコア渓谷で、驚くべき発見が伝えられたのは1980年代であった。ある日、この地方の村のひとつヴィラ·ノヴァ·デ·フォス·コア(Vila Nova de Foz Côa)近郊の渓谷を歩いていた人が、岩の表面が奇妙な曲線で覆われているのに気がついた。渓谷の断崖には自然にできた無数の亀裂があるが、岩のひとつに明らかに自然のものではない細い線が描かれていたのである。たおやかなウマの絵であった。ただちに考古学者のチームが付近一帯を調べたところ、ウマだけでなくウシやヤギ、現在のポルトガルには生息していないサイやバイソン、さらにトナカイやネコ科の動物も見つかって、先史時代の岩絵が点在していることがわかったのだった。

現在「コア渓谷とシエガ·ベルデの先史時代の岩絵遺跡群」としてユネスコの世界遺産に登録されている岩絵群は、判明しているだけで数千の絵で構成されている。時代は1万5000年から1万8000年前、描き方のスタイルからスペインやフランスの洞窟壁画で有名な旧石器時代の芸術に属している。ラスコーやアルタミラといった有名な壁画が洞窟という、言わば自然のタイムカプセルによって守られていたことを思うと、野外の岩に刻まれた線刻が1万年以上ものあいだ無傷のまま残っていたことは、不思議を通り越して奇跡というほかないだろう。

日中の気温が40度を超える夏は、日が落ちてから渓谷を歩くツアーに参加するのがよい。土埃を立てて葡萄畑のあいだを降りてゆくジープの窓から、壮大な夕焼けが見える。岩絵群のある場所に到達する頃には、足元さえ見えないくらいの闇に包まれるから、トーチランプを頼りにゆっくり歩いていくしかない。やがて現れた大きな岩の表面に、斜めから光をあてると、繊細な線で描かれたウマの姿が浮かび上がる。ガイドが手にした杖の先を視線で追うと、魔法のように別の動物の姿が現れる。コア渓谷の線刻画は、ひとつの岩面にレイヤーを重ねるようにして、複雑に刻まれた線でできているのである。グラフィックという言葉の語源には「刻みつける」という意味があるのだが、私たちが目にしたのはまさに1万数千年前のグラフィックだった。奇跡のグラフィティと言ってもいい。

絵の解説のなかで記憶に残った話がある。線刻画の発見は、この一帯に予定されていた水力発電施設の建設候補地調査の途中だったという。アルト·ドウロに発電所はすでに複数存在していたが、80年代に進んだ都市化のために、より大きな電力が必要になったからであった。だがダムが建造され水位が上がれば、線刻画の多くは水没してしまう。建設を優先させようとする国に対して反対運動を起こしたのは、当時の若者たちだった。国際世論を巻き込んで繰り広げられたキャンペーンを前にして、政府と国会が建設中止を決定したのは1995年。当時の首相はアントニオ·グテーレス(António Guterres)、現在の国連事務総長である。

このエピソードを聞いて、私は奇跡は「起こされた」のではないかと思った。先史時代の人間が描いた動物の絵に心を動かされた若者たちが行動を起こさなかったら、私は今、このウマと出会ってはいない。太古の人々は、美しい線で描かれたグラフィックを通して、何か大切なことを届けたかったのではないだろうか。渓谷の闇を見上げると、無数の星が降ってくるかのような空が広がっていた。



Today, more than half the population of the world lives in cities. By the year 2050, even more people will be concentrated in urban areas, and when we enter the 22nd century, those who are familiar with lifestyles outside cities will be the minority. As most of humanities intellectual activities, including art and design, originate in cities, we will have to come up with clever ideas for such cities to survive. Although it is not particularly surprising, some things will perhaps be forgotten. For example, the lifestyles and cultures that existed when cities were still relatively rare.

One of the things that people who have gotten used to living in cities tend to forget is the scale of time. Since modern times have been established through frequent transformations in styles and models, it has been unnecessary to see things on an extended time scale. Nevertheless, once we step out of a city, we realize that value exists in a flow that experiences almost no change. There, an "ever unchanging" style is valuable.

There is a city called "Porto" in northern Portugal. The name of this city that is the second biggest after the capital Lisbon is known globally for its Port wine or Vinho do Porto, and historical wine warehouses line the banks of Douro River that runs through the center of the city. The prosperity of Porto in the past and today has been brought through this river. Let's visit Alto Douro upstream of this river that extends over a total of 897 kilometers.

There is an extensive hilly area lined with trees of its local specialty, olives and almonds. The gentle shadows created by the strong summer sun are the stone walls that support the terraced grape fields. The total length of the walls is said to reach tens of thousands of kilometers. The exquisite art of making use of the natural shape of the terrain is evidenced by the fact it is registered as a UNESCO World Heritage site, and it was naturally not accomplished in a short period of time. The area's history of wine production is said to have started during the Roman Empire, around the 3rd to 4th centuries, and since the early modern era, it has grown to support the national strength of Portugal.

It was in the 1980s when an astonishing discovery was made at Côa Valley where the contrast between the white cliffs reflecting the sunlight and its tributary flowing with ultramarine water was striking. One day, a person walking around a nearby valley close to one of the villages in the region Vila Nova de Foz Côa, noticed that the surface of one of the rocks was covered with strange curved lines. There are numerous crack lines engraved naturally on the cliffs of the valley, but they were fine lines that were obviously not natural, but drawn. It was a picture of a graceful horse. When a team of archaeologists immediately investigated the surrounding area, they realized there was prehistoric rock art here and there, and discovered paintings not only of horses, cows and goats, but of animals that do not live in present-day Portugal, such as rhinoceroses, bison, reindeer, and felines.

Registered as a UNESCO world heritage, the "Prehistoric Rock Art Sites in the Côa Valley (Portugal) and Siega Verde (Spain)" comprise as many as several thousand pieces, counting only those that have already been discovered so far. The era extends from 15,000 to 18,000 years ago, and from the style of engraving, they are categorized as part of Paleolithic art that is famous for the Cave Art in Spain and France. Considering that the famous rock paintings at Lascaux and Altamira were protected by the natural time capsules that are caves, we can imagine that lines carved into open-air rocks have remained intact for more than 10,000 years, which is nothing short of a miracle.

In the summer when the daytime temperature exceeds 40˚C, it's better to join a walking tour through the valley after sunset. You can see a grand sunset from the window of a Jeep descending through vineyards raising dust. By the time you reach the rock art site, it will be dark enough that you can't even see your steps, so you'll have to walk slowly and rely on a flashlight. When a rock appears in front and you cast light on it diagonally, a form of a horse drawn with delicate lines emerges. When you follow the tip of a stick held by the guide with your eyes, a form of another animal appears like magic. The engraved rock is made with lines carved in a complex manner in layers on each rock surface. As the origin of the word "graphics" has the meaning "carving," those we saw were true graphics made over 10 thousand years ago. Those graffiti are miraculous.

There is another story that is etched in my mind along with the explanation for the drawings. It is said that the discovery of the engraved rock was made while the survey of the candidate areas for a hydroelectric facility for the region was being conducted. There were already several power plants in Alto Douro, but due to urbanization in the '80s, they started needing more electric power. If another dam is constructed resulting in raised water level, many of the engraved rocks would have been submerged. Those who organized the protest campaign were young people at the time. Facing the campaign involving international opinion, the government and the national assembly canceled the construction plan in 1995. The prime minister at the time António Guterres is the present of the Secretary-General of the United Nations, UNSG.

Hearing this episode, I thought a miracle had occurred back then. If young people had not been moved by the paintings of animals drawn by ancient human beings, I would not have been able to encounter those horses. Perhaps the people of ancient times wanted to deliver something important to the future through the graphics drawn with beautiful lines. When I looked up from the pitch dark valley, I witnessed a night sky studded with numerous stars seemingly about to fall down.



ガイドによる岩絵の解説。
A guide explaining the engraving rock.



1 アルト·ドウロの葡萄畑。
Vineyards in Alto Douro.

2 コア博物館。線刻の技法を見せている。
At the Côa xuseum. These show the technique for etched lines.

3 街中にある岩絵のデザイン。
A rock art design in the town.

4 街灯にも岩絵が。
Rock art motifs are seen even on streetlights.

太古のクリエイティビティ

TIMELESS INGENUITY

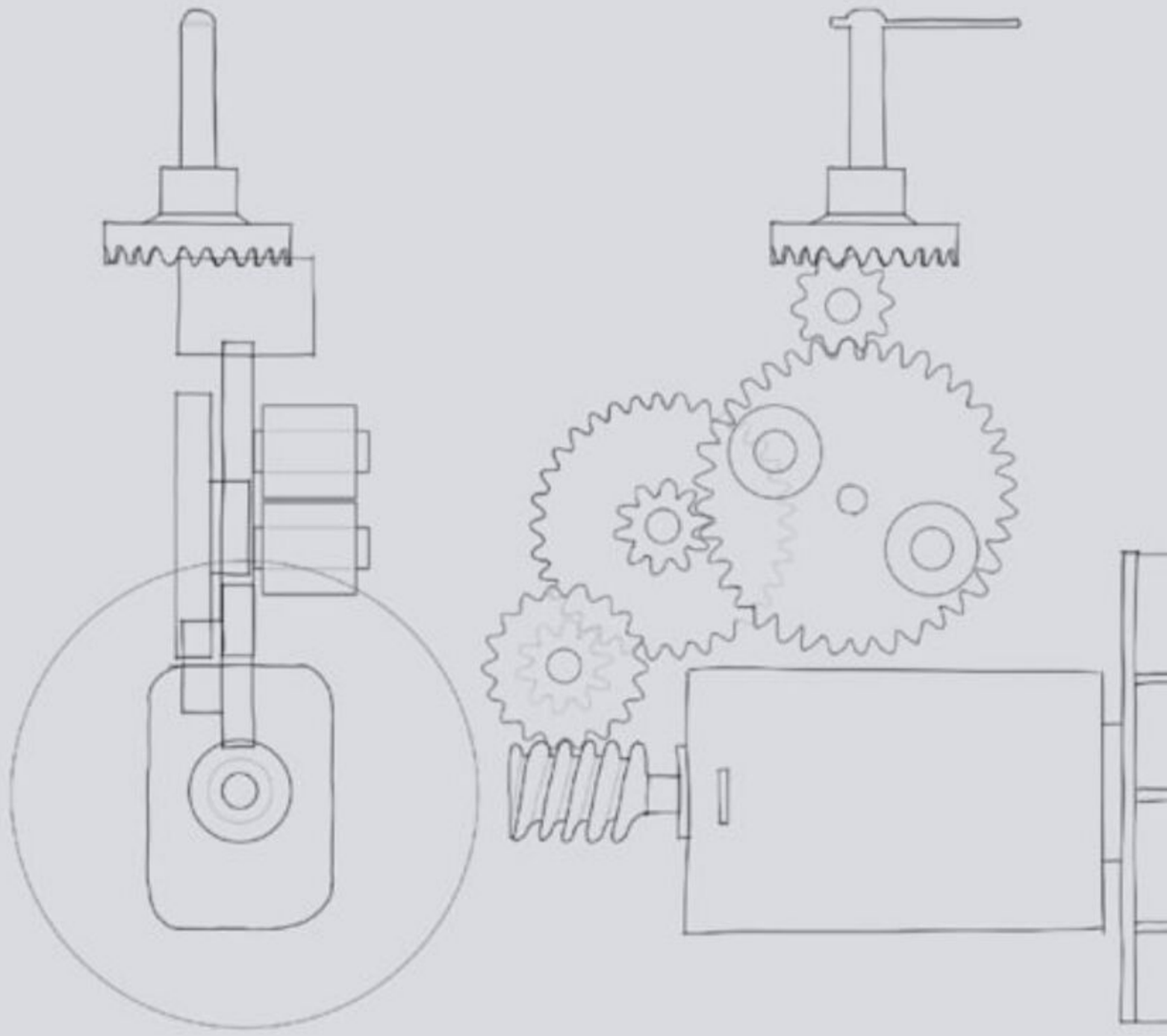
港 千尋／写真家、多摩美術大学アートとデザインの人類学研究所所長。イメージと記憶をテーマに創作を続けている。
Chihiro Minato is a photographer and director of the Institute for Anthropology of Art and Design, Tama Art University. He creates works on the theme of images and memories.

詩的工学演習
Exercises in Poetic Engineering

エンジニア集団 nomenaを率いる武井祥平が、
日々の気づきを通じて、工学的発想やデザインとの関係を綴る。

Shohei Takei of an engineering collective "nomena" talks about the daily discoveries that lead to ideas in engineering and design.

写真／林 雅之
Photo by Masayuki Hayashi



#01

分解は探検に似ている
To take apart is an expedition

「これ、直るかな？」。娘が4歳の頃、おもちゃを差し出してきたことがある。「どれ、見てみようか」。おもちゃを振ってみるとカラカラと音が鳴る。ドライバーでネジを外し、中身を開ける。娘もそれを横から覗き込む。「ああ、この部品が外れていたんだな。よし、これで直った。おや、この部品は何だろう。ここだけ素材が違う。なぜこんな形をしているんだろう……」。内部構造の不思議は次第に私を夢中にさせ、気がつけば娘は別の遊びをしている。そんなことが何度か続き、私は分解の魅力に取り憑かれていた。

分解は探検だ。最初はどこから手をつければ良いのかも定かではないが、つぶさに観察することでうっすらと轍のような、組み立ての痕跡が見えてくる。抜け目のないパッケージに覆われた工業製品にも、確かな人為の気配がある。設計した何者かの企みと、組み立てた何者かの手さばきを想像しながら、分解の道筋を構想する。油断は禁物だ。迂闊にネジを外せば、隠されたバネが突如飛び出し、爆発することもしばしば。秘密の扉を開くように、注意深く部品を取り外すと、そこには未知の地平が広がっている。謎めいた形や仕組みの成り立ちに思いを馳せるたびに、新しい発見と出会うことができる。

高級品よりも、廉価な製品のほうが味わい深い。分解することで、限られた資源をいかに効率的に活用するかという工夫が随所に見えてくるからだ。例えば、330円で購入した電動シャボン玉のおもちゃは、まずシャボン液をポンプで汲み上げ、次に空気の吹出口にシャボン液を塗布、最後にプロペラを回転させ吹出口に空気を送る、という3つの動作でシャボン玉を生成している。驚くべきことに、これをたったひとつのモーターの回転運動を巧みに連鎖させることで実現しているのだ。長い年月をかけて洗練させてきた結果の姿だろうか、あるいはひとりの天才の仕業だろうか。省略の技、兼用の美にため息が漏れる。

何ら疑問を持たず当たり前のように使ってきた製品にも、案外不思議が隠れていたりする。例えば、マグネットで文字や模様を描くことができるお絵かきボードの描画の仕組みが、どんな原理で実現されているか、ご存じだろうか。私は製品を観察しながらいろいろと仮説を立ててみたのだがどれも確信が持てず、最終的に描画面をカッターナイフで切断。なんと、そういうことだったのか！と驚いた。この中身に秘密があるのだが、ぜひ皆さんも仮説を考えてみてほしい。そして、その秘密をどうしても確かめたくなったとしたら、探検はすでに始まっているのだ。

"Can this be fi ed?" My daughter, four years old at the time, handed me a toy. "Let me take a look," I said. I shook the toy and it rattled. I used a screwdriver to open it up and we both looked inside. "I see, it looks like this part came off Here, all fi ed now... Hm, I wonder what this part is? It is the only one with a diffe ent material. I wonder why it is shaped this way..." Before I knew it, I was the one enthralled by the mechanism of the toy, and my daughter had gone off to play another game. After a few instances like this, I became hooked on the magic of taking something apart.

To take apart is an expedition. At first it is unclear where to start. However, a close look tends to reveal a trace of how things came together in the first place. Even industrial products with totally sealed packaging have some relics of the hands that made them. Imagining the plan of the designer and the hands of the fabricator, I imagine how a thing comes apart. I must be on my guard. Thoughtlessly removing a screw could release a hidden spring, and once that spring goes flying everything goes to pieces. Removing a part with caution, as if to open a magic portal, reveals a whole landscape of mystery. Every expedition through the mysterious shapes and mechanisms yields a new set of discoveries.

Cheap items are more interesting than luxurious ones. Taking apart a cheap product uncovers the ingenuity of trying to maximize limited resources. For example, a 330yen electric bubble-blower. The toy has to first pump up the bubble solution, then spread it over the bubble nozzle, and finally blow air through via a rotating propeller. To blow a bubble, the toy requires these three mechanisms. Astonishingly, all three are achieved with the rotation of a single motor and a strategic linking of mechanics. It could be the pinnacle of years of trial and error, or the work of a single genius. The skill of omission, the beauty of combination... I cannot help but sigh.

Things that we have come to use without questioning can also hide some unexpected curiosities. Take, for example, those magnetic drawing boards. Do you know how they work? I observed closely and developed hypotheses as best I could, but unsure about any of my conclusions. Eventually, I took a blade to the drawing surface. Lo and behold! The truth surprised me. The secret is beneath the surface, but I want you to think of your own hypothesis. If you find yourself itching for an answer, then your expedition has already begun.

武井祥平／エンジニア。1984年岐阜県生まれ。高専で電気工学、大学で認知心理学を専攻。2006年丹青社入社。12年東京大学大学院情報学環・学際情報学府修士課程修了。同年 nomena設立。自らの作品制作とともにデザイナーやアーティストの作品において数多くのテクニカルディレクションを担当。
Shohei Takei is an engineer. Born in 1984in Gifu prefecture. Majored in electrical engineering in the National Institute of Technology and cognitive psychology in college. Joined Tanseisha in 2006. Earned a master's degree from the Interfaculty Initiative in Information Studies, Graduate School of Interdisciplinary Information Studies at the University of Tokyo in 2012.Established nomena the same year. In addition to producing his own work, Takei leads technical direction working with various designers and artists.





Viewpoint Monologue #1 Uselessness

ノ視点モノローグ #1「無用」

文／小野直紀
Text by Naoki Ono

毎年、プロダクト作品をつくってミラノで発表しているんです。ミラノサローネ、正確に言うとミラノデザインウィークで。今年も行ってきました。「プロダクト作品」ってちょっと変な言葉ですよね。YOYでは、製品と作品の間みたいなことがやりたくて。

今年は「雪」をつくりました。高精細のレーザーカッターで薄いアクリルシートを加工して実物大の雪の結晶のオブジェをつくったんです。それを量産して、降り積もった雪の質感を再現しつつ、その質感をつかった照明や花器なんかのプロトタイプを展示しました。

展示しているといろいろ質問されるんですよね。いちばん多かったのは素材や工法についてで、その次に多かったのが「何のためにつくったの？」みたいな質問でした。その答えというわけではないんですけど、制作過程で考えたことを展示ステートメントに書いてたんで、それを読んでもらうよう促してました。

ざっくりまとめると……「何のために？」と問うのは、あらゆるものに意味づけしようとする人間の悪い癖だ。雪の結晶は自然がつくる小さな彫刻のようなもので、人間が規定する社会的、経済的、文化的な目的や役割とは全く関係なく、自然はそれを延々と量産し続けている。そんな雪の結晶に、人は古代からずっと惹きつけられてきた。つまり、目的とか役割では語りきれないものの価値がこの世には存在する。改めてそのことに気づかされた……みたいな内容です。

一般論として、デザインには目的や役割が必須ですよね。この目的や役割っていうのはいわゆる社会的なもので、課題を解決したり、問題を提起したり、世のため人のためになることが求められる。でも、雪の結晶みたいなものは、そこからは生まれない。自然に社会性なんてないですからね。

雪の結晶について書かれた最古の文献って、見つかっているなかだと紀元前2世紀の中国のものがあるそうです。雪の結晶って大きいと直径1cmとかになるので、わりと目視できるんです。だから、きっと先史時代からその魅力に気づいてた人はたくさんいたわけで。そういう存在を生み出すってものすごいことですよね。

Each year, we make a product as an artwork to exhibit in Milan—in the Salone, more precisely, in the Milano Design Week. I went again this year. Saying that we are "exhibiting a product as an artwork" feels strange to me. At YOY, we are striving for something in between product and artwork.

This year, we made snow. Using a high-accuracy laser cutter, we cut thin acrylic sheets into a 1:1 scale object of snowflakes. We mass-produced them to replicate the texture of a pile of snow and exhibited prototypes of lighting fixtures and flower vases that use the texture.

We get a lot of questions at exhibits. The most common are questions about the material and fabrication, but the second most common question was something like, "Why did you do this?" Not really an answer to the question, but I would direct them to the project statement where we wrote about our thoughts throughout the design process.

To make a sort of sweeping statement, asking "why?" is a bad habit we have as humans, to try to give meaning to everything. Snowflakes are tiny sculptures that nature mass-produces, regardless of human social, economic, or cultural purpose and utility. Since antiquity, humans have been drawn to crystals of snow. This means that in this world, there is value in things that cannot be fully explained by purpose or utility. We wrote something about how we rediscovered this through making this work.

It seems a general consensus that design needs purpose and utility. The purpose and utility are something social. There is the need for design to do something for someone, such as solving or raising a problem. However, things like snowflakes do not come from that kind of logic. There is nothing societal in nature.

The earliest document about snow crystals that we know of is a Chinese text from the second century BCE. Snowflakes can be as large as 1 cm in diameter, so it is possible to observe them quite clearly. So, there must have been people who noticed their beauty early on. Isn't it incredible to create something like that?

We say that "useless" and "needless" are two different things. I say that, at least. One is about the absence of purpose, the other about the absence of necessity. Uselessness is outside the realm of purpose and utility, and

よく「無用と不用は違う」って言うじゃないですか。僕が言ってるだけかもですけど。「無用＝役に立たない」というのと、「不用＝必要ない」は違うってことです。無用っていうのは、目的や役割の外側にあって、つまり非社会的なんです。その非社会性が、何かを生み出すとしたら、個人の内発的な動機からだと思うんです。個人がもつ説明不能な衝動とか好奇心とか探究心を突き詰めていくと、無用だけど不用じゃない何か、社会的な目的や役割の外側にある価値みたいなものが発生する。かもしれない。

たぶん、これってそんなくどくど言わなくてもわかってるよって話ですよね。でも、例えば大きな組織のなかで仕事の重圧を背負っていると、こういうことって声を大にしてはなかなか言えないし、できないじゃないですか。僕だって、大事なプレゼンの前日とかにそんなこと言われようもんなら、「ちょっと黙って」ってなるだろうし。

ただ、この話はそもそも社会性と非社会性を対立させようとしているわけじゃないんです。この数十年でデザインの領域がぐんぐん拡大していったなかで、デザインの社会的な意義が相対的に大きくなったと思うんですけど、そんな状況だからこそむしろ非社会的なデザインの可能性を肯定したいんです。

そのうえで社会性のなかに非社会性を内包したり、実用のなかに無用を入れ込んだり、そういう行動原理をデザインに組み込んだら、今の社会の力学ではなかなか生まれない価値を発生させることができるのかもしれないと考えてるんです。

thus non-social. If this non-sociality produces something, I believe it comes from individual motivations. If we look closely at people's unexplainable urges and curiosities, we could find something that is useless but not needless. Something that has value outside of social purpose or utility. Maybe.

These are probably things I do not need to go on and on about. But what about in a position where you are in a big organization, with the weight of the work sitting on your shoulders? It would be impossible to say things like this. Even myself, if somebody came to me with this nonsense the day before a presentation, I would ask them to please shut up.

However, I don't mean to pit 'social' and 'non-social' against each other. As the field of design has expanded tremendously in recent decades, its social significance has also grown. It is with this understanding that I want to advocate for the possibilities of 'non-social' design.

Embedding non-social in the social, mixing useless into useful. I think that folding such operations into design could create a new kind of value that cannot come from the current dynamics of our society.

小野直紀／クリエイティブディレクター、プロダクトデザイナー。2008年博報堂入社。15年に社内でプロダクト開発チームmonom（モノム）を設立。18年から5年間『広告』（発行：博報堂）の編集長を務めた。社外では家具、照明などのデザインを行うデザインスタジオYOY（ヨイ）を主宰している。
Naoki Ono is a creative director, product designer. Joined Hakuhodo in 2008. Created the in-house product development team "monom" in 2015. Editor-in-chief of Kohkoku Magazine (Published by Hakuhodo) 2018–2023. Outside of the company, Ono leads YOY, a design studio producing furniture and lighting products.

Photos by Yasuko Furukawa



LINTEX

空間もアートにする。Writing Board

LIVING MOTIF

リビング・モティーフ〈法人窓口〉Tel: 03-6327-1560 Email: livingmotif_contract@axisinc.co.jp
東京都港区六本木5-17-1 AXISビル B1F・1F・2F https://www.livingmotif.com/professional/

Portrait illustrations by Izuru Aminaka



カレン・アン・ドナチェ & アンディ・シミオナート
Karen ann Donnachie & Andy Simionato

Designers

私たちが制作した最新の自動化アートシステム「A Jagged Orbit」は、人間の心理状態である白昼夢、思考のふらつき、動揺などをコンピュータで表現しようとするものです。高度に複雑な天体の軌道を計算し描画するマシンはファッション誌の表紙にマーカーでその軌道を描こうとします。しかし、作業中にマシンは本来の軌道から「気が逸れる」ことがあります。システムに備わるコンピュータビジョンが、すでに描かれた軌道などの画像から物体、顔、色、パターン、単語を認識し、「落書き」を思わせる抽象的な形状を生成し始めるのです。そして、人間が立てる音や話し声などの外部刺激を検知すると、マシンは「ハッとして」元の作業に即座に戻ります。

作品名は、ジョン・ブラナーのSF小説『The Jagged Orbit』から着想を得ました。人間と人工知能エージェントの関係を、ふたつの天体が軌道をめぐりながら徐々に減衰し、衝突したときに新しい何かが生まれるかのように想像できるからです。

このシステムを通して、私たちは、人間が白昼夢を見る必要性を探っているだけでなく、「マインドワンダリング」やそのほかの形の抽象化の能力を持つ、いわゆる「インテリジェント」マシンを設計することの利点についても考察しています。

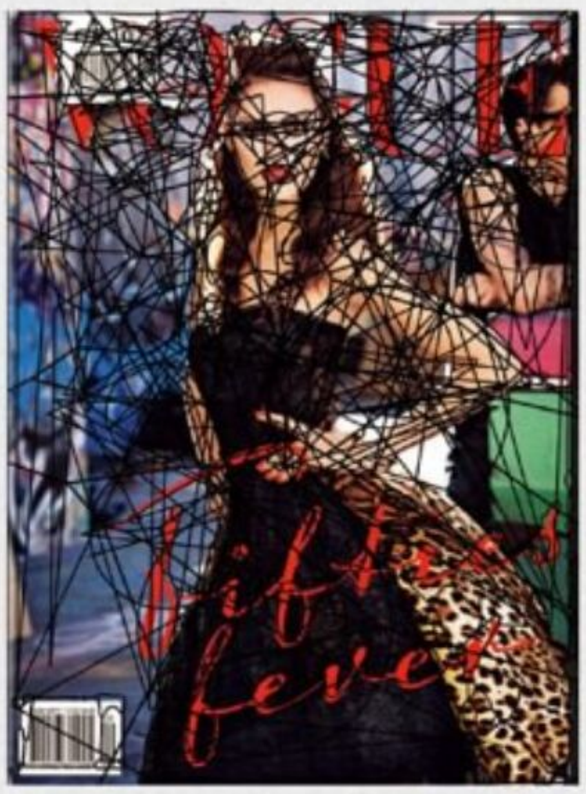
A Jagged Orbit, an automated-art-system we generated, explores the computational equivalent of the human activities of daydreaming, mind wandering and distraction. The drawing machine programmed to calculate the orbital trajectories of celestial bodies attempts to draw onto the covers of glossy fashion magazines with a marker. The system may, however, become "distracted" from its primary task, redirecting its attention either inwardly or outwardly. It can use computer vision to identify objects, faces, colors, patterns, or words in the underlying image (including its previously plotted orbits) to generate and draw something reminiscent of a "doodle" which it adds to the original orbit. When the system can react to external stimuli which it detects through sensors, including sounds or speech made by nearby humans, the machine can become "startled" and immediately returns to its primary task.

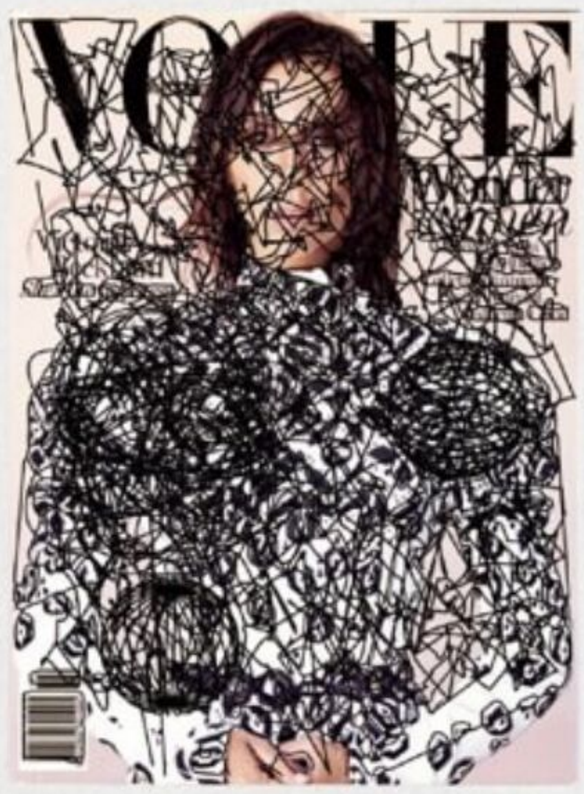
This artwork takes its title from John Brunner's 1969 science-fiction novel *The Jagged Orbit*. The term is useful in the context of this new artwork when imagining the relationship between human and nonhuman agents as if they are two bodies in orbit. The potential for these orbits to decay over time, ending in the event of the collision of both bodies, with the emergence of something new.

Through this system, we are not only exploring our (human) need to daydream, but are also speculating on the benefits of designing so-called "intelligent" machines with the capacity for "mind wandering" and other forms of abstraction.











カレン・アン・ドナチェ（右、1970年イギリス生まれ）はカーティン大学で博士号（芸術分野）を取得。アンドレア（アンディ）・シミオナート（左、68年イタリア生まれ）はエディス・コーワン大学で博士号（デザイン分野）取得。89年からメルボルンを拠点に、ともにサイバネティック・アート、デザイン、ポストデジタル出版などを行い、アートやデザインを創作するための自動化アートシステムを共同で開発し、ロバート・クーヴァー電子文学賞（アメリカ）、コーニッシュ・ファミリー賞（オーストラリア）、東京TDC賞などを受賞。

Karen ann Donachie (right, born in England in 1970) obtained her doctoral degree in art from Curtin University. Andy Simionato (left, born in Italy in 1968) received a doctorate in design at Edith Cowan University. Based in Melbourne since 1989, they have worked exclusively together in the fields of cybernetic art, design, and post-digital publishing. In addition, they co-create autonomous-art-systems for the generation of art and design. These art-systems have received the Robert Coover Award for Electronic Literature (USA), the Cornish Family Prize (AUS), and the Tokyo TDC Prize.



小池俊起｜Toshiki Koike

Graphic Designer

東京都現代美術館で開催された「豊嶋康子 発生法──天地左右の裏表」展（2023年12月9日～24年3月10日）のアートディレクションを担当しました。ポスター、チラシなどの広報物から、チケットや展覧会カタログ、そして同時期に書肆九十九（しょしつくも）より刊行された作品集『豊嶋康子作品集 1989–2022』までを含んだ一連の印刷物を制作しています。

広報物では、豊嶋の代表的な木製パネルの作品群から選んだ1点を、さまざまな角度から撮影し、媒体ごとに使用するカットを変えて展開しました。平面作品が持つ正面性に疑問を投げかけ、固定観念をユーモアで解体していく豊嶋の作品に倣い、一作品を複数の視点で見せるというアイデアを提案しました。

展覧会カタログと作品集については、それぞれ書籍としての目的や内容が異なるため、装いにも違いがありますが、2冊の共通点として、表紙に同一の金属版で空押し（作品集）と箔押し（カタログ）を施しています。一見異なるデザインの書籍に、実は同じ版による痕跡がつけられているということを、豊嶋の30年以上にわたる幅広い仕事に通底する姿勢や思考のようなものに重ね合わせてデザインしました。

I was in charge of art direction for an exhibition titled *Yasuko Toyoshima: Origination Method*, which was held at the Museum of Contemporary Art Tokyo(December 9, 2023–March 10, 2024). I designed and produced everything from the PR materials such as posters and fliers to tickets and catalog as well as her anthology of works titled *Yasuko Toyoshima: Works 1989–2022* published around the same time from Shoshitsukumo.

For the PR materials, I took photographs of a piece selected from a group of Toyoshima's representative works on wooden panels from various angles and used different cuts for each medium. I proposed an idea of showing each piece from various angles to conform to the works of Toyoshima who poses questions regarding the squarely frontal-view quality of a piece and takes apart stereotypical notions with humor.

As to the exhibition catalog and anthology, although there are differences in printed materials regarding their purposes and content, I applied blind stamping (for the anthology) and titling (for the catalog) on each cover with the same metal foil as a common characteristic between the two printed materials. I designed it by actually overlaying traces made in fact by the same plate over the underlying stance and philosophy throughout Toyoshima's broad-ranging work that spans over 30 years.





1989年群馬県生まれ。2015年東京藝術大学大学院美術研究科修士課程修了、同年よりフリーランス。美術関連の書籍を中心に印刷物のデザインを手がける。代表的な仕事に『池内晶子｜Akiko Ikeuchi』（gallery21yo-j／2017年）、『大山エンリコイサム VIRAL』（中村キース・ヘリング美術館／2019年）、『川端実 満ちゆく絵画』（大塚美術／2020年）、『吉田志穂 測量｜山』T&M Projects（2021年）など。

Born in Gunma Prefecture, Japan in 1989. Koike completed his master"s degree at the Graduate School of Fine Arts, Tokyo University of the Arts in 2015 and started working as a freelance designer in printed matter mainly for art related books. His representative works include *Akiko Ikeuchi* (gallery21yo-j, 2017), *Enrico Isamu Oyama: VIRAL* (Nakamura Keith Haring Collection, 2019), *Minoru Kawabata: Form Fullness Otsuka Fine Art* (Ohtsuka Bijutsu, 2020) and *Shiho Yoshida Survey: Mountains* (T&M Projects, 2021).



Studio Ololoo

Design Studio

私たちのデザインへの情熱は、日常生活の何気ない細部や、素材の潜在的可能性の探求にあり、代表的なプロジェクトである「デフォメーション·アンダー·プレッシャー」は、折り曲げられた透明デスクマットから着想を得たものです。柔らかい素材が圧力をかけられると、波打つような洗練された形状を生むという現象に着目し、風船と木片、輪ゴムでモックアップを製作しました。ここでは「圧力」と「張力」がいかにして製品の機能と融合し、日常のデザインへと変容できるかを模索しました。

その成果物のひとつとして、再生可能なTPU素材を熱圧着してつくったテーブルランプ「バブル·ランプ」があります。空気で膨らませたランプ本体がアルミ製の円環に挟まれていて、従来の機械構造や回転軸を使わずに、円環を引っ張るだけでランプの高さや向きを自由に調節できます。極細のステンレス製ワイヤーは骨組であり、ランプ上部に設置されたCOB光源への給電にも使われ、低電圧で感電リスクがありません。さらに、本体内の空気を抜いて折りたたむと、収納や運搬も簡単です。

本プロジェクトでは、素材、構造、形態という観点から、ランプの新たなあり方の可能性を探究しました。この革新的なアプローチが、ほかのデザイン分野にも何らかの示唆を与えられればと願っています。

Our passion for design lies in exploring possibilities for materials hidden in the details of casual daily living. The idea for our representative project "Deformation Under Pressure" was inspired by a folded transparent desk mat. We took notice of how it generated a refined, wavy form when pressure was applied to the soft material, and created mock-ups with balloons, pieces of wood, and rubber bands. With it, we explored how "pressure" and "tension" fuse with the functions of the product, and how they can be applied to daily design.

One of the results is the table lamp Bubble Lamp that was created by thermal press-fitting recyclable TPU material. As the lamp's main body inflated with air is clamped between aluminum rings, the height and direction of the lamp can be adjusted freely just by pulling the ring, without having to use a conventional mechanical structure or a rotary shaft. As low-voltage ultra-thin stainless-steel wire is used for its skeletal frame and also for sending electricity to the COB light source at the upper part of the lamp, there is no risk of electrocution. Moreover, when the main body is folded after deflating, it can easily be carried around or stored away.

In this project, we explored possibilities for new types of lamps from the perspectives of material, structure, and form. We sincerely hope this innovative approach will inspire some ideas in one way or another in other fields of design as well.







中国·寧波を拠点とする卞 震(左、1992年生まれ)と錢 暢(右、94年生まれ)によるデザインスタジオ。卞 震はドイツのカールスルーエ造形大学卒業後、マルセル·ワンダースのスタジオでのインターンを経て、ミラノ工科大学卒業の錢 暢とStudio Ololooを設立。実験的アプローチを通じて、日常生活の細部にわたる現象や興味深い素材を製品の機能と結び付ける新たなデザインを探求している。

Studio Ololoo based in Ningbo, Zhejiang Province in China is a design studio launched by Bian Zhen (left, born in 1992) and Jaco Qian (right, born in 1994). Bian Zhen, after graduating from Karlsruhe University of Arts and Design (HfG) in Germany, worked as an intern at Marcel Wanders' studio, and then founded Studio Ololoo with Jaco Qian who graduated from Politecnico di Milano. They explore and pursue new design that connects phenomena occurring throughout detailed areas of our daily living and fascinating materials using experimental approaches.

ライラ・カセム｜Laila Cassim

Art Director



シブヤフォントは、障害福祉支援事業所で活動する障害や心の病を持つ人たちとデザインを学ぶ学生たちが、アートワークや文字からデジタルパターンとフォントをつくる取り組みです。ここでは立場や経験、スキルなどの異なるチームが日々協働しています。

「共創」が私たちのこだわり。関わる人たちがどうしたらワクワクしながら制作プロセスに臨み、ゴールに向かっていけるかをいちばんに考えます。関わる人同士の連携や対話が大切で、上下関係なしに能動的に参加でき、そこをしっかり保ち進めることができれば、いい結果はついてくるのです。

その共創の集大成と言えるのが「シブヤフォントラボ」で5月に開催したファッションショー「ショウガイはへんしんできる」でした。

まずはタッグを組んだクリエイターが障害福祉施設に行き、缶バッジ、編み物、染め物、縫い物など、気になる現場の創作物や素材を選びます。そこから現場のリソースを使ってつくれるものを支援員とともに考え、コレクションを組み立てていく。これはスポーツでチームのプレイを組み立てるのと同じです。ともにつくるということは補い合うこと。できないことはできない。できることはできる。そう考えると結果的に障害の有無は関係なくなります。ともにつくり、ともに焦り、迷いながら楽しみながら歩む。それが真のインクルージョンではないでしょうか？

SHIBUYA FONT is an ongoing project, in which people with disabilities and mental health issues from social welfare workshops (SWOs), collaborate with design students. The aim is to create open-source digital patterns and fonts as a means of income generation and mutual creative benefit. Our common goal is to enable a truly inclusive co-creative process between people with differing skill-sets and backgrounds, who work together daily. This means designing a process, whereby all involved, can thrive and contribute positively, regardless of ability or inclination. To achieve this, facilitating active participation and open dialogue is vital. Good results follow when an environment is created that allows people to engage with each other with no sense of hierarchy.

A recent project highlighting this was our inclusive fashion show, *Shogai wa Henshin Dekiru* (Disability can Transform) held at SHIBUYA FONT LAB in May, 2024. Initially, professional creatives visited SWOs to select objects and materials produced there and judged to have potential—metal badges or knitted, dyed, or sewn items. Collectively, the creatives, staff and SWO members brainstormed on how to create a collection with the available SWO resources, much like a sports team strategising an upcoming game. Co-creation involves realism, acknowledging what can and cannot be achieved and how to complement each other's skills and qualities. Disability becomes irrelevant but offers new avenues to explore. Agonizing and having fun together whilst trying to create something better. Isn't that true inclusion?



1985年生まれ。日本で育ったイギリス人。2016年東京藝術大学大学院デザイン科博士課程修了。奈良女子大学工学部特任准教授、東京大学特任研究員、一般社団法人シブヤフォントアートディレクターを務める。シブヤフォントは16年渋谷区の委託事業としてスタート、21年一般社団法人化。24年4月東急プラザ原宿「ハラカド」にギャラリー兼コラボスペース「シブヤフォントラボ」開業。

British designer born 1985 in Tokyo. Cassim has a Ph.D. in Design from Tokyo University of the Arts. She is Associate Professor at Nara Women's University, Research Associate at the University of Tokyo, and Art Director of SHIBUYA FONT. This began as a commissioned project by Shibuya Ward in 2016 but became a general incorporated association in 2021. In April 2024, SHIBUYA FONT opened the SHIBUYAFONT LAB as a gallery/collaborative space in Tokyu Plaza's Harajuku Harakado.

横山翔平｜Shohei Yokoyama

Glass Artist



私は「気配」をテーマに作品制作をしています。2013年にアメリカのサンタフェに滞在し、現地のインディアン文化に触れたことをきっかけに自身のアイデンティティについて考え始めて以降、森羅万象あらゆるものに神が宿るという日本人の思想と「目に見えないものを見る」という知覚に興味を持ったことが創作の原点です。

代表作である「静を孕む」と「Unclear」は大型の吹きガラス作品で、溶解炉で溶けた1,200℃を超えるガラスを巻き取り、息を吹き込むことで成形します。私はガラスという透明な流動体に生命の息吹を感じ、その内なる力を「吹く」という身体的動作により解放させます。膨張したガラスが息を抱えて胚となって気配を孕み、鑑賞者の知覚に深く働きかける。そんな作品を制作しています。

2024年4月にラグジュアリーブランドのロエベとコラボレーションし、照明器具「光（HIKARI）」を制作。ミラノデザインウィークにて発表しました。ガラスの成形過程でレザーを「吹き込み型」として用い、高熱によってレザーに生じる皺や歪みは、人体の持つ生々しくも柔らかなフォルムと生命感を表現しています。

国内外問わず発表活動を続け、自分の作品が鑑賞者自身の知覚を再認識するきっかけになればと思っています。

I produce works on the theme "sign." Ever since I stayed in Santa Fe, US in 2013, when I was exposed to the local Indian culture and started thinking about my own identity, my base for creation has been my interest in the Japanese philosophy that deities lie in each and all things and events in nature, and the concept and the perception of "visualizing things that are invisible."

My representative works *Stillness contained* and *Unclear* are large glass-blown pieces created by scooping molten glass at over 1,200℃ (with a blow pipe) from the furnace and blowing it to make certain forms. I sense "a birth of life" in the transparent fluid that is glass, and I liberate that dormant power through the physical act of "blowing." The blown and expanded glass becomes alive like an embryo and deeply influences the perception of the viewer. I aim to create that kind of work.

In April 2024, I collaborated with the luxury brand LOEWE to produce the lighting apparatus HIKARI (meaning "light" in Japanese), and unveiled it during Milan Design Week. I used leather as the "blowing mold" in the forming process, and the wrinkles and distortions created with high temperatures on the leather are lifelike and express a soft form and a sense of life the human body possesses. I intend to continue releasing works in Japan and overseas in the hope they will encourage viewers to rediscover their own perception.

1985年岡山県生まれ。2008年大阪芸術大学工芸学科ガラス工芸コース卒業。金沢卯辰山工芸工房や富山ガラス造形研究所勤務などを経て、現在、埼玉県を拠点に活動中。多摩美術大学工芸学科ガラスプログラムの非常勤講師も務める。18年ロエベ財団クラフトプライズのファイナリスト、22年岡山県新進美術家育成Ⅰ氏賞大賞など受賞多数。

Born in Okayama Prefecture, Japan in 1985. Graduated from the Glass Course, Crafts Department, Osaka University of Arts Craft in 2008, and after working at Kanazawa Utatsuyama Kogei Kobo (Craft Workshop), Toyama City Institute of Glass Art and others, he is currently active based in Saitama Prefecture. Yokoyama also serves as a part-time instructor at the Glass Program, Department of Ceramic, Glass, and Metal Works, Tama Art University. He was a finalist in the LOEWE FOUNDATION Craft Prize in 2018 and has received numerous awards including the 2022 Okayama Prefecture Up-and-coming Artist Training Mr. I Award.



光（HIKARI）



Unclear



静を孕む *Stillness contained*



Amorphous

三澤 遥
Haruka Misawa

はじまりのはじまり
To perceive the actuality

#01

その線は、どこからうまれたのか
Where did the strokes come from?

紙から近距離にルーペのように眼を設定して、肉眼の最大拡大率で葉脈を凝視する。葉脈の柔らかな弧を延長した線のイメージを手に宿し、次の葉脈の出発点に向けて、じじじじ……と色鉛筆を走らせる。葉脈1本1本のゆらぎを敏感に感じ取りながら、そして、葉脈の形容し難い複雑な色を再現するために幾重にも色を重ねながら。手と葉がまるで共作しているような感覚を楽しんで、即興的にその瞬間瞬間で線を進める。手に迷いがあってはいけない。スピードを落とすと孤が歪んでしまうからだ。やがて、私が線を描いていたはずなのに、自分の知らない形が現れた。この形はいったい何だ……。本当に私が描いていたのか。それとも、葉っぱに描かされていたのだろうか。
描いてからわかったことがある。それは、自分ひとりでは描けないが、葉脈を頼りにすると描ける線があるということ。紙の上の葉っぱは、描くための制約となると同時に、手が自由に動くためのルールをつくってくれる。葉脈が誘導してくれた線の連なりは、予期せず紙の上で紐のようにたらんと垂れ下がった。
この制作を遡ると、思い当たる記憶がある。幼い頃に母から教わったあそびだ。好きなひらがなをまず紙に書いて、文字のとめやはらいに沿って線画のイラストを足していく。すると、やがて何と書いてあるのか判読が難しくなり、周囲に擬態したようになる。そこに何の文字が書かれているか探し当てる単純明快なあそびだったが、不思議な魅力に夢中になった。葉っぱを頼りに線をつなげていく感覚を紐解くと、母との「ひらがな探しあそび」という種(たね)に辿り着いた。アイデアは急に発生しない。随分前の体験をいったん忘れて生きていて、ある日、ぽっと記憶の底から浮上するものなのかもしれない。
即興的なもの。鮮度あるもの。レアなもの。まだ始まっていないもの。まだ何ものでもないもの。何かをつくり出す根源にあるじんわりと熱いもの。それが、はじまりのはじまり。

As if my eyes are a magnifying glass, I lean closer to the paper and observe the veins of a leaf as closely as possible. I grasp, in my hand, the gentle curve of each, extending. Once I take a colored pencil, the streak of color delicately reaches outward, and comes back to meet the next vein. Capturing the unique undulation and the nuanced color, I overlap the strokes again and again, and simulate in the same manner. Indulged in the spontaneity, it is as if my hand and the leaf are paired up to create. The hand must not waver. Slowing down would warp the line. At some point, a shape appears on the page, and while I know that it came from my hand, it is a shape that I can hardly describe with my own words. What could it be? Was it me doing the drawing, or did the leaf make me draw it? Did I manage to draw, or was it owe to the leaf?
I came to a realization after this exercise. There are lines that I can draw only when I resonate with the leaf, that I could not have drawn on my own. The leaf on the page can be seen as a regulation, while allowing the hand to move intuitively. The lines guided by the veins of the leaf hung down like a string on the page before me.
Tracing the origin of this work, I recall one memory. There was a game that I used to play with my mother. First, we wrote a *hiragana* character on a page, and then we drew and extended the lines of stop and hook. Eventually the original letter becomes camouflaged within the lines, making it difficult to decipher. We enjoyed trying to figure out which character was drawn. It was a simple yet a captivating practice. When I thought about the sensation of being guided by the leaf and connecting the lines, it brought me to the root experience of playing "*hiragana* search" with my mother. An idea does not come out suddenly. Perhaps, it is linked to an experience very long ago, forgotten as life goes on, until it somehow resurfaces one day.
Something improvisational, and incomplete. Maybe nothing has begun, and so, that something is still not anything. Yet, it is something that we can realize as a simmering heat at the core of creation.
It is present just as they are, and thus we perceive the actuality.

写真／伊丹 豪
Photo by Go Itami

三澤 遥／デザイナー。日本デザインセンター三澤デザイン研究室室長。武蔵野美術大学造形学部基礎デザイン学科准教授。ものごとの奥に潜む原理を観察し、そこから引き出した未知の可能性を視覚化する試みを、実験的なアプローチによって続けている。
Haruka Misawa is a designer. Director of the Misawa Design Institute, Nippon Design Center. Associate Professor at Musashino Art University. Misawa takes an experimental approach, attempting to observe the principles behind matters and visualize the unknown possibilities to be found there.



AXIS Media Membership

デザインの可能性が広がる

AXIS Media Membershipは、デザインを共通言語に持つクリエイターやビジネスパーソンが、創造的に活動するためのデジタルサービスです。私たちはメディアとして国内外のデザイン情報を発信するだけでなく、共通の関心を持つ人々が出会い、互いに刺激し合い、これからのデザインを探究する機会を提供します。40年以上にわたりデザインの本質的な価値を追求し、分野を超えたネットワークを築いてきたAXISならではの新たなメンバーシップにぜひご参加ください。

定期購読 | Subscriptions

国内定期購読料

通常￥10,000（1年間／税込）のところ

¥8,300 1年間／税込

1,700円 OFF

すべての デジタル版 閲覧無料

「AXIS」の定期購読は特典がいっぱい！

・年間4冊が17%引きのお値段でご購入いただけます。

・デジタル版「AXIS」のバックナンバーが読み放題。

（176号／2015年7月1日発売号以降）から最新号までを無料でご覧いただけます。

お申し込み方法

国内定期購読のお申し込みは「富士山マガジンサービス」までご連絡ください。

PC: fujisan.co.jp/pc/tr/axis　SP: 右下のQRコードからアクセス

Tel: 0120-223-223（ご注文専用／24時間年中無休／フリーダイヤル）*

富士山マガジンサービス カスタマーサポート

E-mail: cs@fujisan.co.jp　PC: www.fujisan.co.jp/cs

＊フリーダイヤルでは、バックナンバーのご注文
およびクレジットカードのご利用はできません。

海外にお住いの方にも
便利な定期購読をお申し込みいただけます。

Readers residing overseas can also get a convenient subscription to AXIS.

Overseas Courier Service Co., Ltd. (OCS)

Foreign subscriptions are delivered through Overseas Courier Service Co., Ltd. (OCS). Prices vary according to the country.

Please contact via e-mail.
E-mail: subs@ocs.co.jp

デジタルマガジン | *AXIS* digital edition

デジタル版はもっとお得！* 完売号も購入可能

＊￥1,500（税込）、デジタル版の年間定期購読は、¥5,000〜。

「Zinio」「Fujisan.co.jp」、App Store「AXIS」にて、お取り扱い中です。

amazon kindle　App Store からダウンロード　MAGASTORE　Fujisan.co.jp　ZINIO

***AXIS* digital edition is now available for Kindle!**

Starting from the 200th issue, AXIS can be purchased in US/UK/DE/FR/ES/IT/NL/BR/MX/CA/IN/AU

*For customers living outside the areas stated above, AXIS digital edition can be purchased by creating an account for the Kindle Store on Amazon.com (US).

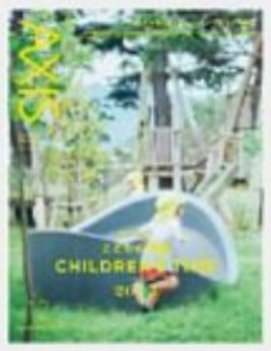
Back Issues



vol.228 2024年3／4月号
￥1,800（税込）
特集：PRODUCT DESIGN 2024／ティーンエージ・エンジニアリングのデザイン哲学／カトラリー研究会
Feature: PRODUCT DESIGN 2024/ Design philosophy in teenage engineering / the Cutlery Workshop



vol.227 2024年1／2月号
￥1,800（税込）
特集：デザインとAIが生成する未来／基調対談：深津貴之×豊田啓介「君たちはどうデザインするか」
Feature: A future shaped by design and AI/Keynote discussion: Takayuki Fukatsu × Keisuke Toyoda "How do you live and design?"



vol.226 2023年11／12月号
￥1,800（税込）
特集：こどもの時間2023／新しい遊び場を生むジャクエツの遊具デザイン／今、子どもに届けたい絵本
Feature: CHILDREN'S TIME 2023/ Jakuets' design re-inventing playgrounds/Picture books we want for children today



vol.225 2023年9／10月号
￥1,800（税込）
特集：次世代デザイナーの群像／岡崎智弘 ありのままの世界を観る／特別対談 三澤遥×大西麻貴
Feature: Design education connected to society/Tomohiro Okazaki: Seeing the world as is/Haruka Misawa x Maki Onishi

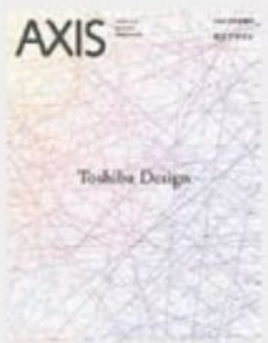


vol.224 2023年7／8月号
￥1,800（税込）
特集：シン・宇宙時代／宇宙からの視点で再考する 人間、テクノロジー、デザイン／岩谷技研の気球遊覧
Feature: The New Space Age/Rethinking humanity, technology, and design from a cosmic perspective/Iwaya Inc.



vol.223 2023年5／6月号
￥1,800（税込）
特集：京都の文化と創造性／究極の美を追求する細尾の次なる展望／ソニーCSL京都
Feature: KYOTO/HOSOO's upcoming vision—Pursuing ultimate beauty/ Visiting Sony CSL Kyoto Laboratory

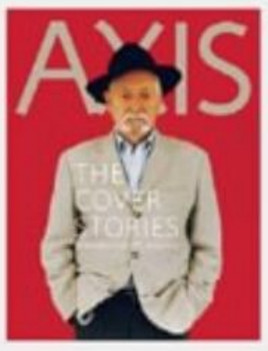
Special Issues



増刊「東芝デザイン」
￥1,000（税込）
DXやQXを進める東芝において、デザインはいかに関わっていくのか。最新事例を通してレポートします。
How will design be involved in Toshiba's DX and QX initiatives? We will report on the latest case studies.



増刊「GK Design Group Activating Human Society」
￥1,000（税込）
多彩なメンバーたちの取材を通して、GKという"運動体"の実像とともに、デザインの未来を考えていく。
Through interviews, we consider the future of design, as well as the actual image of the "moving entity" called GK.



書籍「THE COVER STORIES」
￥11,000（税込）
デザインの「今」を創り上げてきた115組の個性溢れるストーリー。
This book introduces stories brimming with individuality by 115 indivisuals or teams who helped build today's design.

AXIS

2024.7 summer
vol. 229

発行人｜Publisher
朝香信雄｜Nobuo Asaka
編集長｜Editor in Chief
徳山弘基｜Hiroki Tokuyama
副編集長｜Deputy Editor
谷口真佐子｜Masako Taniguchi
編集｜Editorial Staff
鳥嶋夏歩｜Kaho Torishima
潘 穎｜Ying Pan
編集協力｜Contributing Editor
神吉弘邦｜Hirokuni Kanki
アートディレクション｜Art Direction
新田裕樹｜Yuki Nitta
デザイン｜Design
荒井胤海｜Tsugumi Arai
青野佳穂｜Kaho Aono
販売｜Sales
大見 斉｜Hitoshi Oomi
デジタル｜Digital
大内康太郎｜Kotaro Ouchi
西村 陸｜Riku Nishimura
辻村亮子｜Ryoko Tsujimura
荒木 瑠里香｜Rurika Araki
ギャラリー｜Gallery
川岸直人｜Naoto Kawagishi
佐野恵子｜Keiko Sano
印刷｜Printing and Binding
シナノ印刷｜Shinano Co.,LTD
翻訳｜Translation
インテレクト｜Intellect
フレーズクレーズ｜Fraze Craze
フォント｜Fonts
AXISフォント（開発元：タイププロジェクト）他
AXIS Font (Developed by Type Project), etc.

Editor's note

本格的に誌面リニューアルを考えはじめたのは昨年の夏。ほぼ土地勘がなかったデザイン誌の編集部に飛び込んで半年経った頃でしたが、コンセプトだけは明確でした。斬新なインスタレーション、美しいプロダクト、あざやかに課題解決を導き出す思考法など、デザインの世界には、それはそれは魅力的な事物や事象がたくさん存在します。でも僕が何よりも惹きつけられたのは、そこで出逢ったデザイナーやクリエイターといった人自身でした。斬新な人、美しい人、あざやかに課題解決を提示する人を、もう一度雑誌の中心に位置づけたいというコンセプト、というか欲求が、このリニューアルの一番のトリガーになっています。これが原点回帰として映るのか、それとも荒唐無稽として映るのかはわかりませんが、僕のわがままに付き合ってくれた三澤 遥さんには心から感謝します。斬新で美しく、あざやかな三澤さんは、いつどんなときでも本気な人でした。（徳山）

2年に1回、3年に1回と本棚を場当たり的に買い足していた時期がありました。狭い自宅の壁はあっという間に埋まり、今や床から本が積み上がっています。そんな困った状態でも本や雑誌を求め続けてしまうのはなぜなんでしょう。ネットにはネットの良さがありますが、紙の本や雑誌はまた別の魅力が。本号が情報としてではなく、メッセージや思いを込めた記事として、皆様にお届けできていたら幸いです。（谷口）

もう長く植物を育てています。ラベンダー、ジューンベリー、パキラ。ほとんどケアできていないにも関わらず、どれも逞しく葉や花をつけ続けています。留守にする度に諦めかけるのですが、何本か枯れてもどこからかまた生き生きと伸び始めた枝を見つけては驚くのです。今回のリニューアルでは新たに10本の連載がスタートしました。読み応えを増した一冊のなかで、骨太な特集はもちろん、毎号の楽しみとして読み続けていただきたいです。（鳥嶋）

RCA Design Age Instituteが発表したレポートによれば、人間の年齢は以下の3つの側面で捉えられます：1）生まれてからの経過時間（時系列年齢）、2）生活習慣による身体的な年齢（生物学的年齢）、3）内面で感じる年齢（主観的な年齢）。したがって、時系列年齢だけで人を定義することは難しく、「Design for Our Future Selves」は実に複雑で興味深い課題だと感じました。将来的には、友達をつくるときに「3つの年齢を教えて」と尋ねられる時代が来るかもしれません（笑）。（潘）

Next Issue
2024.10 autumn
vol. 230

次号 vol.230は10月1日発売です。

お問い合わせ
ad@axisinc.co.jp（広告）
axismag@axisinc.co.jp（編集部）
株式会社アクシス
〒106-0032 東京都港区六本木5-17-1

For further inquiries:
ad@axisinc.co.jp (Advertising)
axismag@axisinc.co.jp (Editorial)
AXIS inc.
5-17-1 Roppongi, Minato-ku, Tokyo, Japan 106-0032

Web

Instagram

Recruit

NISSAN GLOBAL DESIGN