

社会への提案性を使命とし デザインによる「より良い社会」を追求



田中 一雄

Kazuo TANAKA

株式会社GKデザイン機構
代表取締役社長 CEO

<http://www.gk-design.co.jp>

早くからデザインに対する総合的な視点を持ち、世界的な総合デザイン会社の代表を務める田中一雄氏。一貫して追求してきたデザインによる「より良い社会の実現」への思いは、コロナによって時代が変わった現在、より一層高まりをみせています。

異なる専門性を自らの武器に

私は学生時代に2度、デザインとの印象的な出会いを経験しました。1度目は高校生の頃に画材屋の店頭で『カースタイリング』という雑誌を見た時で、そこに描かれたデザインの美しさに衝撃を受け、カーデザイナーを志すようになりました。そしてもう一つが大学時代に旅行で訪れたヨーロッパの街並みです。都市風景の美しさに触れたことで、パブリックデザインというものに対しても目を

向けるようになりました。そのため、大学では機器デザインを専攻しながら環境デザイン研究室にも頻繁に入りするなど、この頃からインダストリアルデザインとパブリックデザインの両方に興味を持つて取り組み、そうした活動が現在まで続いているといえます。

両面性を持つことでデザインの捉え方が広がったといえますが、一方で自分が何者かという悩みもありました。今こそデザインにおける越境人材やマルチ性といったことが求められています。当時の私は自分の足場がどこにあるのかという不安感や中途半端な気持ちを抱いていました。

しかし、異なるデザインの分野に触れる中で、次第にこの2つがつながっているという認識を持つようになりました。公共性に対する視線を持ち

では「社会を変革する創造力」として注目されるようになってきました。既存のモノゴトのありようを問い直し枠組みを変革することがデザインの力となり、地域の課題に対して、デザインを活用した「正しいこと」が提供され始めています。

デザインによって「よりよい社会の全体を作る」こと、つまりはエシカルな公的視点が重要であることは間違いありません。しかし、それと同時にやはりモノのデザインが持つ力も忘れてはいけないと思っています。美しい造形と社会を作るという仕組みの部分、その両方が備わってはじめて価値が生まれるのです。そしてこの両面性の追求は、GKデザイングループの活動の背景にもなっています。

今日、我々GKがデザインへの姿勢

として掲げていることのひとつが「本質的価値の追求」です。GKの創設者である榮久庵憲司は「モノには心がある」と述べています。それはつまり、モノに心があったとしたら、そのモノは何を思っているかを想像するということです。例えば自動車で考えると、自動車は決して人に危害を加えたいとは思っていません。人を快適に移動させたい、人に運転の喜びを与えたい、それらが自動車の望んでいることであり、本来の役割といえます。つまり「モノに心がある」ということは、「モノ（の美）」を考えると同時に「コト（のしくみ）」を考えるとということでもあります。

モノが「物事の本来あるべき正しい姿」を知っていると考えた時、この「あるべき正しい姿」はまさにGKが原点

的な姿勢とする「本質を追求するデザイン」にも重なっています。デザインする対象物が何であれ、「そもそも〇〇と何なのか」という問いを立て、それについて徹底的に考え議論し、「あるべき正しい姿」を探す。この「あるべき正しい姿」こそが、モノの「本質的価値」の具現化であり、GKが追い求める「本質的価値をつくる共創のデザイン／Designing for Essential Values」そのものなのです。

デザインによる心豊かな社会の追求
GKでは、この「本質的価値」を追求するにあたって次の5つの視点を基本としています。

①ゼロから考える…モノゴトに対して既存の先入観を持たずに、ゼロベースで発想する。どんなテーマであって

■たなか かずお プロフィール

株式会社GKデザイン機構 代表取締役社長 CEO

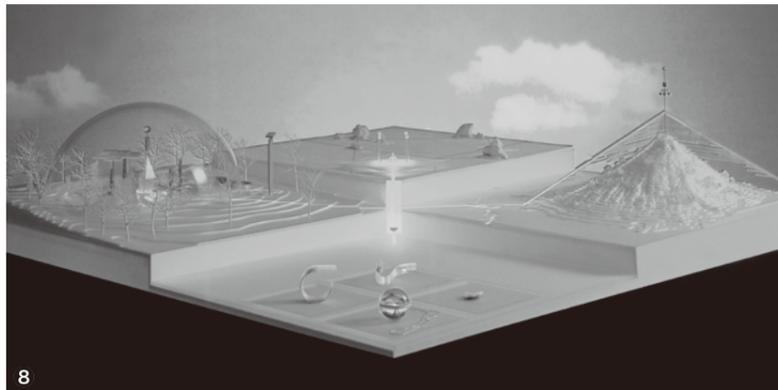
公益社団法人 日本インダストリアルデザイナー協会 理事長
公益財団法人 日本デザイン振興会 グッドデザイン・フェロー
WDO(World Design Organization)リージョナルアドバイザー
Red Dot Ambassador, Germany
技術士(建設部門/建設環境)
名誉博士(Doctor of Letters)Ajeenkya DY Patil Univ.,India
(2020年9月現在)

略歴

1981年 東京藝術大学美術学部デザイン科
機器デザイン卒業
1983年 東京藝術大学大学院美術研究科
デザイン専攻修士課程首席修了
株式会社GKインダストリアルデザイン研究所入社
2000年 財団法人2005年日本国際博覧会協会
愛・地球博 サイン・ファニチュアディレクター
2007年 株式会社GKデザイン機構 代表取締役社長
国際インダストリアルデザイン団体協議会
(icsid/現WDO)理事(-2011)
2016年 財団法人台湾デザインセンター
国際デザイン顧問
2017年 経済産業省・特許庁:
「産業競争力とデザインを考える研究会」委員
「デザイン経営」宣言 策定コメンター



「デザインの本質」
(著・田中一雄 2020年9月発売)



- ① しょうゆ卓上びん(1961)
キッコマン株式会社
それまでは2リットルびんに入れて運んでいた醤油を、工場から出荷された容器をそのまま店舗で販売し、食卓で使えるようにした。その後の流通の形を大きく変えたという意味でも、まさに原型を創ったといえる。
- ② 成田エクスプレス E259系「NEX」(2009)
東日本旅客鉄道株式会社
成田国際空港と首都圏を結ぶ特急車両。日本をイメージしたカラーリングなど、随所に外国人旅行者が「日本らしさ」を感じられる工夫を施している。
- ③ JR東日本 駅案内サイン標準デザイン(1988)
東日本旅客鉄道株式会社
様々な路線が交錯する駅構内において、路線色を主体に分かりやすさを追求した標準サインシステム。改札口に到着してから、駅内空間を通過し、電車に乗り、目的地で下車し駅外に出るまでの一連の行動を対象としてデザインしている。
- ④ クルーズフェリー「SEA PASEO」(2019)
瀬戸内海汽船株式会社
広島・呉・松山を結ぶ瀬戸内海汽船のフェリー。外見の美しさだけでなく、ユーザーセンタードによる快適性を追求し、フェリーを単なる移動手段ではなく、利用者「乗りたい」と思われる世界へと変えていった。
- ⑤ モーターサイクル「Y125もえぎ」/コンセプトモデル(2011)
ヤマハ発動機株式会社
ヤマハのデザイン・フィロソフィを受け継ぎながら、軽量かつスリムな車体との組み合わせを実現。誰でも乗れる「小さな乗り物の大きな存在感」というメッセージを発信する。
- ⑥ 生涯を添い遂げるグラス(2010)
株式会社ワイヤードビーンズ
もし割れても破片を送ると元の商品を無償で送り返してくれる生涯補償の仕組みで、人生に寄り添い、生涯愛着をもって使ってもらおうという物語が込められている。
- ⑦ 津波避難訓練アプリ「逃げトレ」(2018)
逃げトレ開発チーム(京大防災研矢守研究室、GK京都、R2メディアソリューション、防災科学技術研究所)
将来の南海トラフ巨大地震・津波被害などを念頭においた避難訓練アプリ。京都大学や防災科学技術研究所などとの共同研究により開発された。
- ⑧ インビジブルシティ(1983)

も「そもそも〇〇とは…」と考えることでモノゴトの本質までさかのぼることができ、それによって全く新しいデザインが生まれる。(事例写真①②)
 ② ヒトからはじめる…モノに限らず、コトや空間づくりにおいても、常にユーザーの立場になって考える。人を見つめ、「利用者」の心理的な欲求に立ち、人の「認識構造」を考え、人の「行動」を読むところから、デザインの本質的な「価値」が見えてくる。(事例写真③④)
 ③ 想いを伝える…デザインをするとき、モノを愛する創り手の熱い想い、いわば「魂」を込める。その想いがユーザーの心に伝わり、両者の心が共振現象を起こしたときに「感動」が生まれる。(事例写真⑤)
 ④ 物語を創る…単に対象を機能的にデザインするだけでなく、モノや空間にまつわるストーリーを構築する。人はその物語を享受することによって対象物の「価値」が変わり、モノの機能性などの物的価値以上に、意味的価値を受け取ることができる。(事例写真⑥)

⑤ 社会を変える…デザインはより良い社会を創る行為であり、環境問題や災害対策、持続可能な街づくりなど、多様な課題解決のための社会提案が求められている。(事例写真⑦)
 この「社会を変える」に関しては、私が取り組んできたパブリックデザインと重なる部分であり、次なる社会がどうあるべきかを考えるということでもあります。
 今回のコロナウイルス禍によって人々の価値観が大きく変化しました。これまででは労働のために超高層ビルを建て、大量高速輸送機関を作り、大都市を生み出してきました。しかし、そうしたものが本当に必要かという疑問が生まれ、それぞれが自立分散型の社会構造を作ろうとする流れが出てきています。人が本当に望んでいるものは何だったのかということがクローズアップされ、喜びや感動など生き物としての人間らしさに回帰しようとしているのだと思います。
 今から40年近く前になりますが、国際インダストリアルデザインコンペの「毎日ID賞」にて、インビジブルシティと題した超高度情報社会の提案を行いました(写真⑧)。インビジブルシティとは、文字どおり「見えない都市」の意味ですが、今日想定されている近未来社会像に極めて酷似したものでした。そこでは、社会全体がデジタル・ネットワークによって結ばれることで「集まり住む」都市の姿はな

く、労働のための移動を必要とせず、人と人の直接的な交流を目的としてのみ移動します。人々は装身具化した情報装置を持ち、住空間全てが情報媒体化した空間に共住し、個々が自律しながらも交歓することで生きる欲びを分かち合うことができる心豊かな社会が実現されています。
 ここで表現しているように、私はモノ・コト・テクノロジーの先に「心」とのつながりが必要という認識を一貫して持ち続けてきました。そして時代がインビジブルシティに迫いつきつつある中、テクノロジーによって支えられる世界において、本当の意味で豊かな暮らしとは何かを問いかけ、「心」に重点が置かれた社会への要望がますます高まっていると考えています。

科学技術や社会的仕組みによる課題解決、さらには人々の意識改革を促す啓発活動など、幅広い分野を対象としたデザインの提案性を我々GKは使命と感じて長年活動してきました。そして世直し運動ともいえるようなデザインによる新たな「社会的価値」の創造に、時代の転換期を迎えた今、より一層注力して取り組んでいきたいと思っています。