

《講演録》

情報デザインと社会福祉

長野大学附属地域共生福祉研究所 所員 禹 在 勇

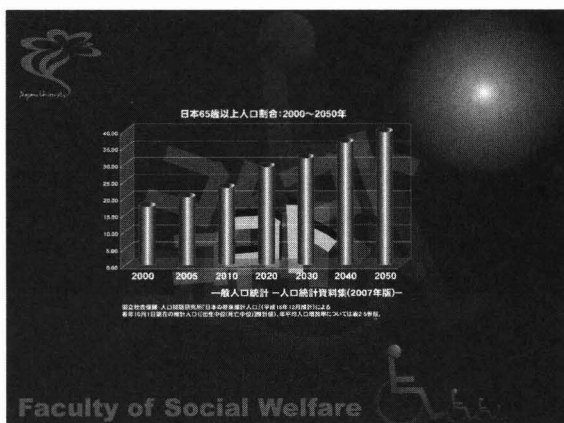


本学企業情報学部の教員で、地域共生福祉研究所員の禹でございます。あいにくの雨の中ですが、大勢の方にご参加していただき、非常に嬉しく思っております。

今日はこのような高いところから皆さんに失礼をいたしております。今日のお話ですが、何をテーマに面白いことが伝わるのか、といろいろ考えてみました。私が専門とするデザインと皆さんが専門とする社会福祉ということで、次の時代にどのように展開していけばいいかを皆さんと一緒に考えていきたいと思ひまして「情報デザインと社会福祉」ということにいたしました。

私は、韓国の出身で、1991年に千葉大学の大学院に入りまして、デザイン学を学んでまいりました。その後、昨年まで信州大学繊維学部感性工学科にいました。長野県にないデザインを発信するという企業情報学部の新たな試みに、非常に興味があったので4月に赴任をいたしました。デザイン領域において、デザイン文化や地域デザインなど、本学では、主に情報デザインを担当し、い

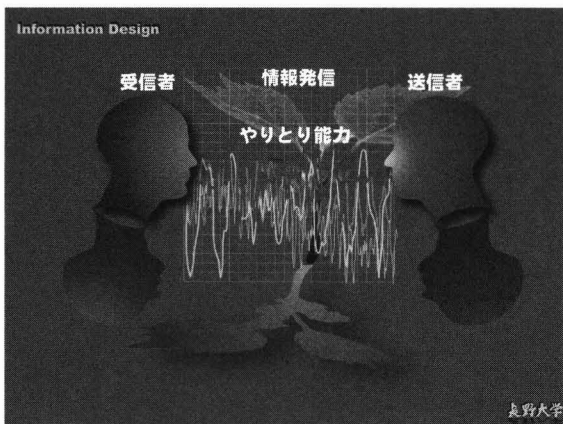
かに情報をキャッチし、ユーザーのためのデザインをするのか、それで幸せになるか、あるいはならないかということも含め研究をしております。



さて、図に示すように、今日、少子高齢化が進み、高齢社会になっています。高齢社会の到来は世界的に急ピッチで進行しております。日本の高齢人口を見ますと、60歳以上は2000年では20%程度ですが、2050年になりますと36%ぐらいで、3人に1人が高齢者になるという予測がなされております。福祉社会において福祉とデザインをどうしていけばいいのかを我々デザイン領域においても、1997年に日本デザイン学会から高齢社会においてどういうデザインをしていくかについて、この10年間、研究をしております。また、その前からデザイン領域においては、ユーザーが望むデザインをしてきましたけれど、このような社会現状においては、どうしてもそういう領域に広げて研究をする必要があります。

当時、テーマをリストアップしました。どうい

うテーマが一番望ましいかを見ていきますと、高齢とユニバーサルデザイン、高齢者におけるデザインの橋渡し、次世代へのデザイン問題、加齢と共感デザイン、高齢者と地域づくり、高齢社会と向かい合う伝統産業について、こういう題名であります。また、2年後の1999年は、次のようなものになります。そこで、高齢者あるいは社会福祉領域に対するデザインの研究をどうしていけばいいのかをテーマにさまざまな分野で研究が活発に進められてきました。その中でも福祉のまちづくりのデザインや高齢者を中心とした使いやすいモノづくりなど、そういうキーワードも見られるようになりました。また、日本のデザインにおいても、どのように福祉と関わり、国際的に引っ張っていくのか、あるいは福祉デザインの中でも福祉機器のデザインなど、さまざまな福祉領域におけるデザイン学を考えていくことが、なされております。

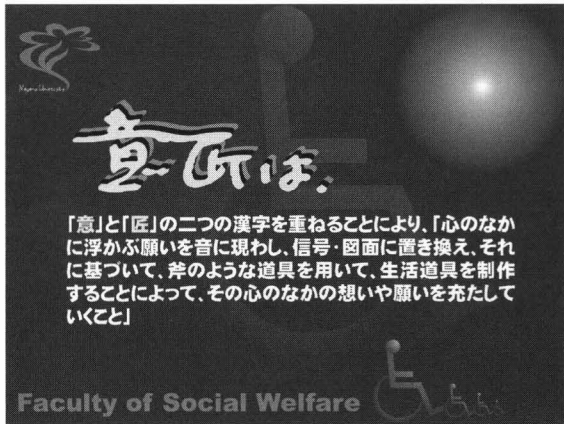


さて、本日の話題である情報デザインについて、人は情報をどのように受けとるのか。それを考えてみますと、図に示すように、情報は相手がないと発信できません。デザインにおいても、福祉においても人のために行うものでございます。そのためには、必ず相手がおります。見えるかたち、あるいは、見えないかたちも相手がいます。受信と送信があります。やり取り能力ということが情報の一番のキーワードになるだろうと思います。情報に対するやり取り能力から得たものを見え

るかたち、見えないかたちにする行為がモノづくりであり、情報デザインの基本的な問題であろうと思います。そこで、情報とは何かというと、皆さんも十分、情報に対してはご存知であると思います。情報デザイン領域においては、情報を見える見えないことに関係なく、その情報をいかに受け入れて、それをデザインしていく。あるいは福祉領域においては、相手の心をうまく、観察しながら世話をしていくという行為であろうと思います。デザインと社会福祉を考えるにあたって、どういうものをどのようにデザインしていくのが非常に大事です。デザインと社会福祉は、非常に共通点が多いことが考えられます。それでは、私が考えているデザインとは何かを少しお話をさせていただきます。

次に、デザインとは、常に「コト」を考えましようということです。さまざまな「コト」を考え、モノづくりをすることが一番大事であるのではないかと。「コト」というのは、経験からくるもの、学んでからくるもの、あるいは未定からくるものです。さまざまなところから「コト」を考えてモノづくりをしていくと、人々が幸せを感じるデザインになるだろうと思います。

社会福祉は、どうかというと、人を相手にしますので、デザインと同じく「コト」を考え実践することが非常に大事なキーポイントになるだろうと思います。人は人である以上、幸せに生きることを願っています。それを支援することが社会福祉の本当の役割ではないでしょうか。愛と情がなければ、社会福祉が成り立たない。「コト」に対する非常に重要なポイントであろうと思います。それでは「コト」をどのようにするか、あるいはデザインというものはどういうものか。これから少しお話をしていきましょう。



まず、意匠とは、何かをご存知の方もいるだろう、意匠とは何か知らない人もいるかもしれない。

意匠というのは、デザインという言葉から生まれてきたものであります。アメリカから日本にきたのは明治頃です。明治の文人達は、デザインを日本語にどう訳すのか非常に悩んだと思います。彼らは、最初の頃は図案という言葉をよく使いました。図案とか設計とか、そういう言葉にデザインを置きかえました。そのうちに意匠という言葉がデザインにふさわしいものではないかということで、図案などから意匠に変化したと思うわけがあります。

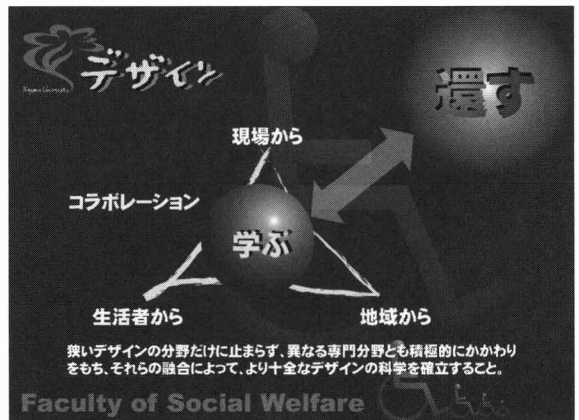
意匠に対する言葉を見てみますと、意匠の意という文字は、音の下に心という文字がついております。意匠の意は、心の思いや願いを音に表すということです。匠という漢字は、その字の形からもわかるように、「斧」を用いて「函」を作るという意味であります。まさに道具を使ってものを作ることが匠の文字であろうと思うわけがあります。

それを合体した場合にはどうなるかといいますと、意と匠という二つの漢字を重ねることによって、人の心の中に浮かぶ願いを音に表し、信号あるいは図面に置きかえて、斧のような道具を用いて生活道具を作る行為でしょう。人の思いや願いを満たしていくことが、デザインの役割であろうと思うわけがあります。そのように誕生したデザインは、単に製品や環境の外面性を美しく整えるためだけの技術ではないであろう。奥深いデザインの意味は、やはり意匠の意味の中にあると思

ます。デザインは人間社会が抱えているさまざまな問題、あるいは多面的な角度から把握、分析し、真に豊かで快適な暮らしを創造していくための総合的な科学であり技術であると思います。したがって、意匠あるいはデザインは、人の心から出発をし、人の心の中に帰結する、という活動であると思います。

それでは、社会福祉におけるデザインの領域を考えてみます。いろいろな社会福祉領域でのデザインは、道具を作る、機器を作るということがあります。そこで、少しずつ分けて見てみますと、社会福祉における環境デザイン、あるいは生活を支援するデザイン、道具づくりにおいてはプロダクトデザインという領域であると考えられます。いずれにも、共通するのは、人間を中心のデザイン、人間中心のモノづくりであります。したがって、多様な分野とコラボレーションを重視しなければならないと思います。このように実践的デザインの技術を社会に還すことが、社会福祉におけるデザインの重要なポイントであると思います。

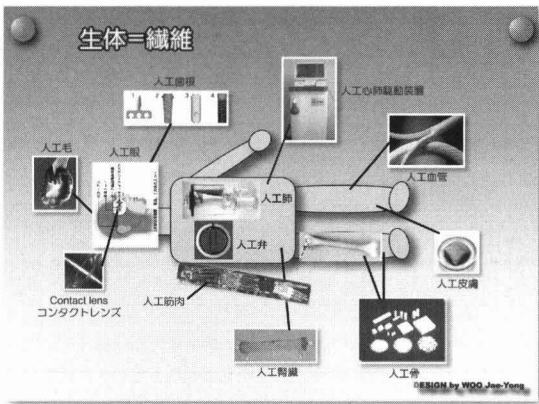
還すという言葉に対して、では、どのようにすればよいのか、ということになります。



我々デザイン、あるいは、社会福祉に携わった人は、まず、現場から学ぶこと、生活している人から学ぶこと、また、地域から学ぶことが非常に重要であると思います。

上の図に示すように、現場、生活、地域から経験したり、学んだりし、それをコラボレーション

することによって地域に還す、現場に還す、生活者に還すことが重要であると思います。狭いデザイン分野だけにとどまらず、異なる分野との積極的な繋がりを持つことが非常に大事であると思います。それらを融合することによって、より十全なデザインの科学を確立することであろうと思うわけであります。我々デザイン領域の教育分野、研究分野はどうなっているかといいますと、デザイン科学をキーワードにした場合に、さまざまな分野、工学、理学、医学、農学を踏まえて研究をしていかないといけないことになります。



ここで簡単に医学では、どういうことが行なわれているかを説明してみましょう。我々の体において、どういうものがデザインされ、作られてきたかということを示しています。人間も生きながら人工物に頼っている傾向が非常に多いと思います。昔は、器具が無いときはそのまま治らない、そのまま死んでいくこともあったわけでありました。今は、障害を持ちながらも普通の生活をその器具、あるいは技術によって生活しております。科学の進歩によって、人工物が非常にうまく作られたということ、うまくデザインされたということです。人工毛や髪などは、昔からあった技術であります。最近では、人工皮膚とか血管とか筋肉とか、目が少し不自由な人にはコンタクトレンズなどの補助器具も開発されて、一般に使用されています。足の骨が折れたときには、人工で作った骨を入れます。そういうことも我々デザインあるいは

工学と社会福祉領域で、お互いに考えた上でできたと考えることができます。

年	項目	内容
1971年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1973年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1974年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1975年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1976年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1977年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1978年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1979年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1980年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1981年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1982年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1983年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1984年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1985年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1986年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1987年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1988年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1989年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1990年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1991年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1992年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1993年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1994年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1995年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1996年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1997年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1998年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
1999年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
2000年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
2001年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
2002年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
2003年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
2004年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
2005年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
2006年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
2007年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
2008年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
2009年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)
2010年	アメリカ合衆国障害者法	障害者教育法(PL 94-142)の制定(米国)

皆さんもご存知のユニバーサルデザインです。情報のユニバーサルデザインもあります。ユニバーサルデザインは普段、我々のデザイン領域でも多くの研究がなされております。

1970年代にアメリカでユニバーサルデザインの研究が進められて、最近ではUDという言葉が一般的に使われるようになりました。したがって、ユニバーサル的な法律、あるいは企業でのUDの取り組みや、ウェブのアクセシビリティの向上のためにUD、放送のためにUDなど、その他さまざまなところでUDを使うようになりました。その言葉は、アメリカで生まれ、その技術あるいは研究は、日本でも盛んになっています。日本のユニバーサルデザイン技術は非常に優れて、世界一であると思います。

バリアフリーとUDの違いですが、これは皆さんよくご存知であろうかと思えます。UDとバリアフリーとは何が違うかということです。バリアフリーは、あるものを取り除くということです。不便なものを取り除くということがバリアフリーであると思います。取り除いて高齢者、あるいは障害者が使いやすくなると同時に快適にするということだと思います。ユニバーサルデザインは何かというと、最初から障害者、あるいは福祉社会のデザインを企画し、それを元にデザインをしていくことがユニバーサルデザインであると思いま

す。

次は、いま福祉デザインが非常に盛んになっております。子どもに関しては、キッズデザインということで、今年から経済産業省の下でやり始めています。今までは高齢者や障害者に福祉の目がいっていたと思うわけでありまして、今年から子どもの関係においてもキッズデザインという領域を設けております。少子高齢社会において、非常にふさわしいことであろうと思います。日本も子ども用品のユニバーサルデザインという領域に関心を持つようになりました。また、経済産業省のキッズデザイン賞も設けてあります。子どもに対するさまざまなことを考えてモノづくりに応用していくことになりました。

また、つい先日、NHKの番組を見ていたら非常に面白いキッズデザインの紹介がありました。それを簡単に紹介しますと、赤ちゃんあるいは子どもは、絵の具やマーカー、カラーペンなどを無意識のうちに口にする習慣がございます。また、大人がいないときには、さっと持って自分で勝手に顔に色を着けたりをします。一般家庭において、その場面を見ることがあります。やはり、赤ちゃんあるいは、子どもは、何でも口の中に入れてしまう。それで、喉が詰まることが多いでしょう。ここで紹介このカラーペンの特徴は、口にしても喉に詰まっても空気が通るような工夫をしているのです。ちょっと開けてみます。蓋のあたりに凸凹を結構大きく入れておくのです。そうすると、喉に詰まっても空気が通る工夫がされております。また、中を見ますと穴を開けておいて、外からも中からも空気が通る工夫をしてあります。喉に詰まっても息ができるというデザインをしたのです。もう一つは、この上を丸くしてあるのですけれど、蓋の中に空気が通る工夫をしてあります。以上のように、キッズデザインは、赤ちゃんあるいは、子どものためにさまざまな「コト」を考え、デザインを行なうことであります。

もう一つは、コンセントです。よくある話です。家の中でお母さんがアイロンがけをしているときに子どもが歩いてコンセントを引っ掛けたり、引

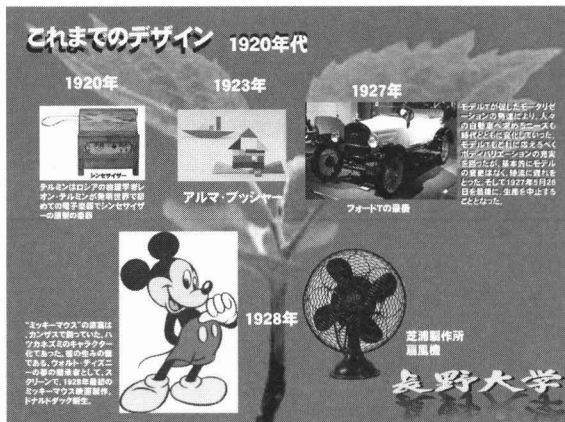
っ張ったり、そういうことがしばしばあることから発想が出てきたと思います。コンセントの差し口を換えることによって、引っ掛かったときに取れる仕組みにしてデザインをしたと思います。

このような子どもに対するさまざまなことがいま考えられるようになっておりますと同時に実際に市販されていると思います。怪我を防ぐサッシとか、子どもが住みやすい住宅の工夫とか、そういうキッズデザインに目が向いております。

また、これからは、感性デザインについて説明をいたします。感性デザインは、日本で生まれた学問であると思います。アジア人は、豊かな感性を持っている民族であると思います。その感性は、アジア人の特徴でしょう。深い歴史を基盤にそれぞれの感性を生みだしてきたと思います。その感性を生かしてデザインするのが感性デザインであると思います。したがって、感性というのも情報と同じく、お互いのやり取り能力をいかにするかによって、その能力を感性と定義をしているわけでありまして。そこから生まれる感性デザインはどういうものかといいますと、われわれ人間にとってふさわしいものをデザインするために「コト」を考え、それを工学の力で分析をし、その結果をデザインに応用する行為であります。その例を紹介すると、乳ガンに罹った人が温泉施設、公共施設などで使用できる補助器具のデザインなどです。このように福祉機器においての感性デザインは、ますます進化すると考えております。



それでは、ここから100年のデザイン歴史を振り返ります。懐かしい人もいるかもしれません。1900年から2000年までのデザインを紹介していこうと思います。1900年からのデザインの流れです。上の図に示すように、1902年にラッパがビクターから開発されました。僕は小さい頃、見ました。皆さん、小さい頃、見ましたか。その次は、車です。1902年にデザインされたフォード社の車です。香水とか椅子とか、こういうことが1902年から1908年まで行なわれたデザインです。1902年と1908年の車の違いがよくわかんと思います。1909年にカメラが登場します。その頃は非常に値段が高かったと思います。1909年には、オートバイのハーレーがデザインされました。1913年には、ローレックスの腕時計がデザインされました。

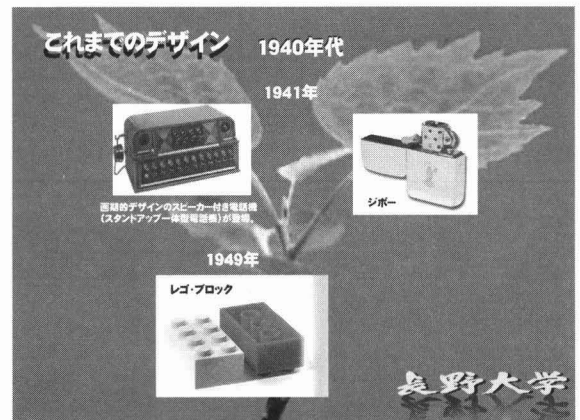


1920年代に入りますと、新たなデザインの考え方が出てきました。

例えば、1923年にはアルマのものとか、1927年にはフォードの車が変わったかたちで登場してきました。皆さんがご存知のとおり、ミッキーマウスのキャラクターがこの頃デザインされました。主に、東京ディズニーランドに行くというキャラクターがよく見られます。次は、扇風機です。いまや、この扇風機は骨董品屋さんに行くと思われと思います。



1930年代に入りますと、1920年代に比べ、1930年代は、ずいぶんデザインが変わっていることがわかります。デザインの素晴らしい車や、この黒電話機は、まだ何処かへ行けば見られます。また、この頃、冷蔵庫も登場しました。



1940年代に入りますと、情報というとコンピュータと思いますけれど、その頃、写真のような計算機がデザインされ、技術の進歩と共に変化したデザインが大いに生まれてきました。1949年にはレゴブロックが出てきています。レゴは、子どもの遊び用具を大きく発展させました。

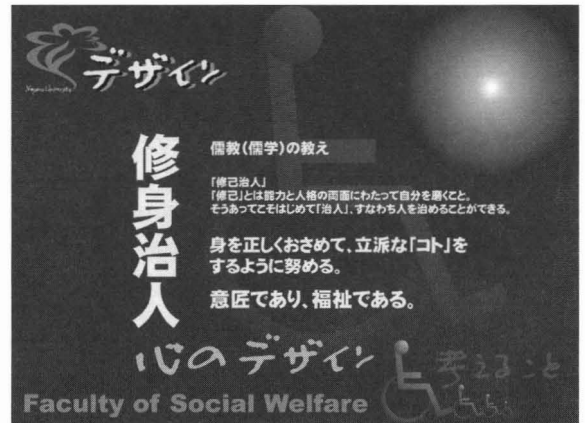
さて、皆さんご存知かもしれないですけど、この間、7歳だったでしょうか、デザイナーになったということで世界的に大きな話題になりました。子どもの目線でデザインをしようという方針、また、子どもをデザイナーとして取り入れて「モノづくり」をしようとする動きもあります。



1990年代に入ると、技術の進歩によってアナログからデジタルへの移行した時期であると思います。カメラなど、デジタル技術を利用してコンパクトで使いやすいものをデザインしていた。携帯電話も最初は、非常に重くて大きいものでした。携帯電話において、デジタルの技術を応用して非常にコンパクトで軽いものが登場するようになりました。デジタルの影響でロボット産業や技術の進歩が大いにみられるようになりました。その技術の下で誕生したアイボも非常に優れたものです。このようにデザイン力は、企業のブランドイメージをアップすると同時に、ユーザーが喜ぶものを提供してきたと思うわけであります。

さて、デザインのツールとは、基本的に、「手」と「頭」があればできます。それは、いつの時代においてもデザインにあっては、「手」と「頭」とを十分に働かせ、社会、人間、文化の要請として「コト」を「心」に描き、そして「モノ」を創作していく、ということが大事なことであると思います。冒頭に述べたように「コト」を「心」に描き、ものを創作することは、まず地域、あるいは社会に出て基となる体験をし、経験をしておかねばならない。このようなことを考え、モノをデザインするということを常に考えております。本学におけるデザイン教育にあっては、裸足で土の感触を確かめ、五感を総動員して豊かな自然と素材と触れながら、デザインの発想を勉強することが、これからのデザインにおいて、あるい

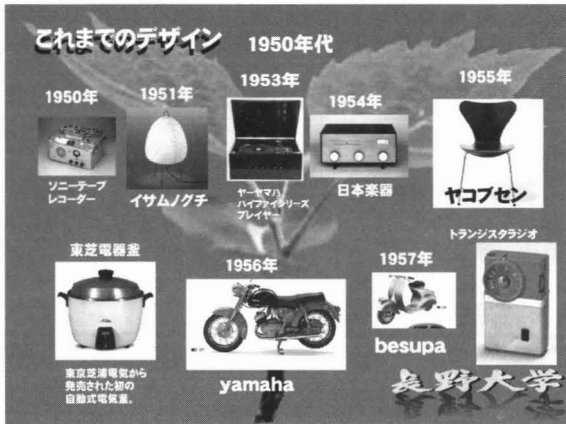
は社会福祉においても非常に重要なポイントになるだろうと思います。



私が考えているデザイン理念をみていきますと、みなさん、上の写真の言葉をご存知ですか。あまり使われていないと思います。「修身知人」これは昔、東洋哲学で「孔子」の教えであると思いますが、私自身もそうですが、社会福祉を勉強している皆さんもこの言葉を非常に大事にしているってほしいと思います。修身というのは、身を正しく修めて立派な「コト」をするよう務める。なぜ、この言葉を出したかといいますと、デザイナーでも、社会福祉に携わっている人においても、「心のデザイン」がなっていないとなかなか難しいのではないかと思います。まずは、自分がしっかり正しく物事を身につけて、それから人を治していくこと。つまり、福祉にあってもデザインにあってもしっかりと「コト」を身につけ、「モノ」を創作していくことが、これからの皆さんの役割であろうと思っております。

いずれにしろ、デザインと社会福祉は、いうまでもなく、人びとの生活に対するさまざまな要求・願いを現実化していくための社会的、実践的な行為であることは間違いありません。しかし、その要求・願いはいずれの地域においても、その地域が歩んできた歴史的な文脈、すなわち、地域が築き、伝承してきた生活文化と機構の中にしっかりと位置づけなければならないと思います。

最後に、デザインと社会福祉については、まず、



1950年代に入りますと、1940年代までには見られないデザインが出てきています。この頃は、世界どこの国でもデザインに力を入れて製品の生産を行ったと思います。また、日本のソニーとか、他の企業においても大いに力を取り入れていることが見られます。特に、東芝の電気釜とか、ヤマハのオートバイのデザインとか、いまだに生きているという証拠です。



1970年代に入りますと、大阪万博の影響で技術の進歩ともない新たなデザインの時代を迎えたと思われます。

この頃は、アナログからデジタルへの転換期であろうと思います。コンパクトなデザインや消費者中心のデザインを大いに適用するようになったと思います。皆さんが愛用するカップヌードル、こういうものもこの時期に誕生してきました。写真のように、カシオやデジタル時計とかがこの頃登場してきたものであります。



1960年代に入りますと、デザイン領域において大きな価値を与えています。また、大きな変化とともに日本のモノづくりを世界に準備をしたと思います。その後、1970年に大阪万博がありました。この頃のデザインはいまだに我々デザイン領域において応用されています。非常にコンパクトで流線形になっているデザインとか、いまだに使うホッチキスなどは、現在もあまり変わっていません。リカちゃん人形なども登場しました。



1980年代には、写真に見られるような公衆電話機のデザイン変化とか、デジタルとの融合など大きな変化をもたらしております。

この頃、さまざまな企業においても、いかに売れるものを作るか、と同時に大量生産をしていく時期であろうと思います。

「心のデザイン」をしっかり行ない、そして、コミュニケーションを取り、他人に感動を与えるような行為を皆様と一緒に行っていきたいと思っています。

ご清聴ありがとうございました。