

---

4D Conference Osaka 019 Opening Event

## Meanings of Social Design in the Next Era : これからのソーシャルデザインの意味

日時：2019年10月20日（日）12:30-19:00

場所：立命館大学大阪いばらきキャンパス  
立命館いばらきフューチャープラザ 1F カンファレンスホール

---

本イベントは、デザインの意味を探る学術会議「4D Conference Osaka 019- Meanings of Design in the Next Era」(2019年10月21日-23日)のオープニングとして開催され、「これからのソーシャルデザインの意味」をテーマに世界で先進的な研究・実践を進めるスピーカー5名による講演と情報交換会が行われた。

スピーカーには、元国境なき医師団国際部門長のウンニ・カルナカラ(Unni Kaunakara)教授<sup>1</sup>、石巻工房代表の芦沢啓治氏<sup>2</sup>、カウナス工科大学デザインセンター長のルータ・ヴァルサイティ(Rūta Valušytė)准教授<sup>3</sup>、NewSchool of Architecture & Design デザイン学部長のエレナ・パチエンティ(Elena Pacenti)教授<sup>4</sup>、ペプシコ CDO (Chief Design Officer)のマウロ・ポルチーニ(Mauro Porcini)氏<sup>5</sup>の5名をお招きした。

なお本イベントは、4D Conference、立命館大学デザイン科学研究センターDML、立命館大学大学院経営学研究科の主催で行われ、株式会社ヒューマンクエスト、株式会社電通国際情報サービス、株式会社インフォバーン、株式会社 SEEDATA、株式会社フロンティアコンサルティングの協賛、特定非営利活動法人 人間中心設計推進機構(HCD-Net)、COMEMO by NIKKEI、IEEE TEMS の協力によるものである。加えて、当日には softdevice inc. 提供によるグラフィックレコーディングが行われた。

### 1. 本イベントの趣旨

#### 1.1. 開催趣旨

近年では、ソーシャルイノベーションが NPO や NGO だけの言葉ではなくなっており、ビジネスのメインストリームにおいても常に社会的な価値が問われ、総合的な社会変容の道筋のつけ方が必須のテーマになってきている。そのときに鍵となるのが、デザインの機能・役割そして意味である。

そこで本イベントは、「これからソーシャルイノベーションとデザイン文化の意味をどのように広げていけるのか」ということについて、学会参加者やデザインのエキスパートに限らず、広くビジネスパーソンと共に考え・議論する場として開催された。

---

<sup>1</sup> The Shinhan Distinguished Visiting Professor, Yonsei University / Visiting Faculty & Leader in Residence at Schwarzman College, Tsinghua University / Assistant Clinical Professor of Public Health, Yale School of Public Health

<sup>2</sup> President of Ishinomaki Laboratory

<sup>3</sup> Head of Design Centre at Kaunas University of Technology (KTU). PhD in Design, at Politecnico di Milano / 4D Conference Osaka 019 General Chair

<sup>4</sup> Dean of the School of Design at NewSchool of Architecture & Design in San Diego, California

<sup>5</sup> Senior Vice President and Chief Design Officer at PepsiCo

## 1.2. 冒頭挨拶



写真1. 八重樫文教授<sup>6</sup>, アレッサンドロ・ピアモンティ准教授<sup>7</sup>

今回のホストであり、4D Conference Osaka019のGeneral Chairを務める立命館大学DMLの八重樫教授からは、まず大阪にて今回のイベントが開催されることの感謝が述べられた。加えて、数日前の台風被害を受け、災害復興や広くこれからの社会に貢献できるデザインの知を、今ここで検討すべきことの意義が語られた。そして「これからのソーシャルデザインの意味」について、この場で皆で話し合っていきたいという目的が改めて提起された。

続いて、同4D Conference Osaka 019 General Chairでミラノ工科大学のアレッサンドロ・ピアモンティ准教授は、数日前の台風とともに訪日したことを振り返り、災害に直面した時にこそ、人々が状況をどのように捉え・考えるかが重要であることを指摘した。災害が起きた際に、個人的な感情ばかりを表現するのではなく、それぞれが果たすべき社会的役割について考えないといけない。その意味で、このイベントではデザインの立場から社会的な役割を考えていくという目標が示された。また、これからデザインについて考える人々の世界的なネットワークを築いていきたいことが述べられた。

## 2. 講演

### 2.1. 「人道支援の変革におけるデザインとイノベーションの役割」

ウンニ・カルナカラ教授（医師・元国境なき医師団国際部門長）

医師で、人道支援の専門家、元国境なき医師団国際部門長のカルナカラ教授からは、まずこれまで従事してきた医療支援と人道支援の現状が紹介された。さらに、国境なき医師団における問題解決場面においてデザインがどのような役割を果たしてきたか、また、デザイナーではない立場から、それらの人道支援の変革におけるイノベーションの必要性について述べられた。

<sup>6</sup> 立命館大学経営学部教授，立命館大学デザイン科学研究センターDML チーフ・プロデューサー

<sup>7</sup> Associate Professor of Design in the Department of Design at Politecnico di Milano



写真 2. ウンニ・カルナカラ教授

### 2.1.1. 国境なき医師団の役割

カルナカラ教授によると、国境なき医師団の役割は、現地に入り、医療を提供すること及び現場の現状を世界に紹介することの2点である。また、劣悪な環境において医療行為を提供することが多くあるが、たとえどんな環境であっても、世界の都市部と同じような質の高い医療を提供したいという理念を持っている。しかし、電気がない・輸送手段がないなどの環境において質の高い医療を提供するには、従来の考え方からはみ出すような、異なった考え方をする人が必要になる。

### 2.1.2. 人道支援の理念と医療理念

世界における人道支援では、次の4つの理念が共有されている。①「Humanity：人間性」：誰も人間には等しく価値があり尊厳があるということを意味する。また、人々には人道支援を受ける権利がある。さらに、支援を受ける人々に主体性を持たせることも重要である。②「Impartiality：公平性」：政治的思想・宗教・性的指向などに関係なく、医療の必要性のみを考えて提供する。③「Neutrality：中立性」：誰かの味方をするわけではなく、中立性を保つことで安全性も維持する。④「Independence：独立性」：政府のためでなく、そこにいる人々のために働くという点が重要になる。

また、医師として次の4つの医療倫理を掲げている。①「自主・尊重の原則」：患者の選択の自由を尊重し確保すること。②「公平・正義の原則」：物品や負担の公平な分配。③「与益原則」：患者の幸福のために尽くすということ。④「無加害の原則」：誰の利益になるのかは分からなくとも、少なくとも誰にも害は及ぼさないということである。

### 2.1.3. 人道支援におけるデザイナーの役割

国境なき医師団では、設立当時から適材適所を意識し、看護師がマネジメントチーフを行うなど、当時では非常に珍しい方法で活動を行ってきた。加えて、国境なき医師団においては、現場感覚のあるロジスティシャン（物資調達、施設・機材・車両管理など幅広い業務を担当する役割）が非常に重要になっている。

一方で、人道支援を行う際には気候変動や戦争・紛争などの厄介な問題（Wicked problems）が多く存在する。厄介な問題とは、フレーミングが難しく、様々なステークホルダーが関わり合っているだけ

ではなく、そこに倫理的な問題も関わっており、複雑で解決策がないような問題のことである。解決策が一つではなく、解決策が見つかったと思ったらまたすぐに次の厄介な問題が浮かび上がる。そこで行き詰った際に、新たな視点や分野横断的な視点を持ってアプローチを変える必要がある時、デザイナーが大きな役割を果たす。

国境なき医師団におけるイノベーションでは、デザインが持つ「ニーズに合わせる」「患者中心」「現場に適応する」「アクセシビリティ」「拡張性」という観点が非常に重要とされている。また、そのプロセスでは将来を予測し自主的に考えていく必要がある。そこで、誰かに何かを強いる／強いられることなく行動を変えられるようなナッジ（自発的な行動を促すしかけ）とアーキテクチャ（仕組み・枠組み）の組み合わせが重要である。例えば、「エボラキット」と呼ばれる鉛筆から四輪駆動の車までが詰め合わされた箱、マラリアの簡易検査と治療薬、栄養失調を予防するそのまま食べられる高栄養治療食、ホームレスシェルターなどは、これらの観点を活かしたデザインプロセスを実践した成功例である。

国境なき医師団においては変革そのものが目的であり、イノベーションはその際の手段である。人道問題は人道的解決策のみでは解決できず、元をたどればすべては政治的問題に行き着いてしまう。しかし、そのような解決策が見いだせない厄介な問題に直面している状況においてこそ、デザイン能力を持つ者が関わることで、人道問題の当事者が命を落とさなくて済む可能性がある。デザイナーには、デザイナーにしか果たせない役割がある、とカルナカラ教授は考える。

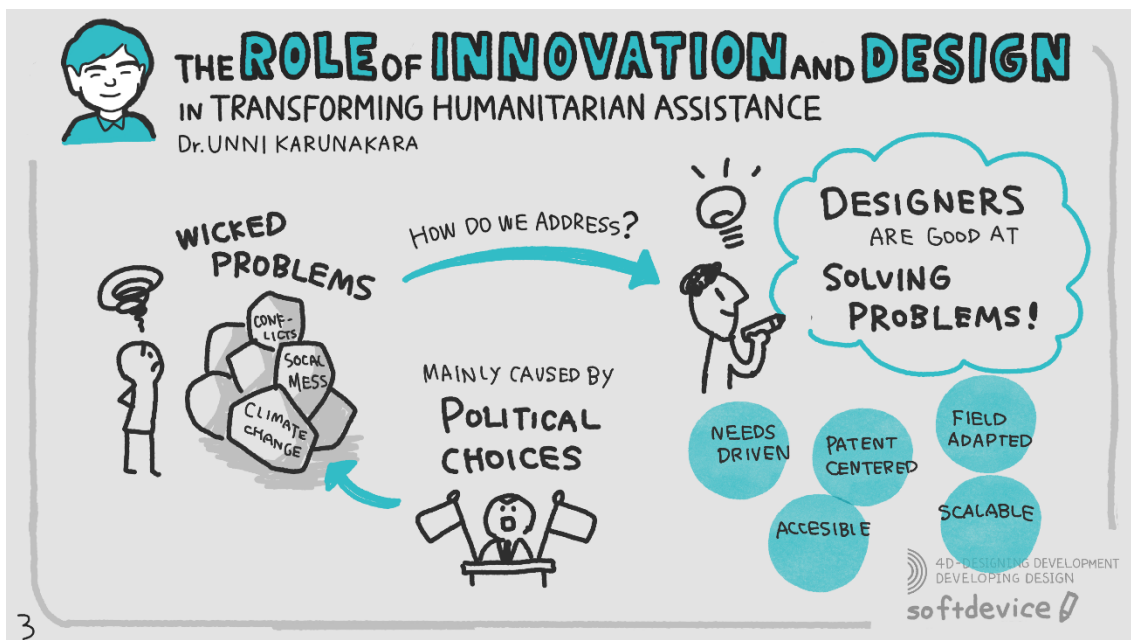


図 1. 「Wicked Problems（厄介な問題）」におけるデザインとイノベーション  
（グラフィックレコーディング：softdevice inc.提供）

## 2.2. 「ソーシャルイノベーションとデザイン」

芦沢啓治氏（石巻工房代表）

芦沢氏は、建築、インテリアデザイン、プロダクトデザイン分野において幅広く活躍し、IKEA・無印良品・カリモクなどとも協働している現役のデザイナーである。この講演では、主に氏が牽引したソーシャルイノベーションの実践「石巻工房」の事例について紹介された。

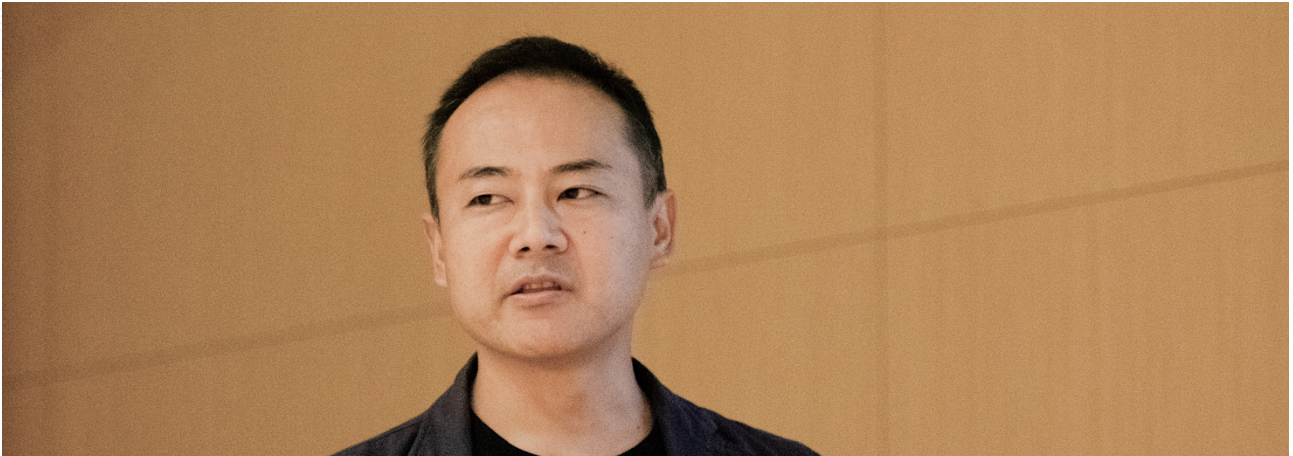


写真 3. 芦沢啓治氏

### 2.2.1. 石巻工房：ISHINOMAKI LABORATORY<sup>8</sup>

石巻工房は、3.11 東日本大震災復興のための「地域のものづくりの場」としてスタートした。石巻工房を始めたきっかけは、現地でデザインしたレストランが震災被害にあったことであった。はじめはクライアントのために、ボランティアで食料や物資、資材などを幾度にもわたり運んだ。他にも、半壊状態の店舗から瓦礫や泥を撤去した。補修が必要な段階までくると、専門業者や大工の人手不足を解消するため、手先が器用であるデザイナーとしての特性を発揮し、仲間とともに復興支援に携わった。その後、精神的な回復を期待しできるだけ多く宴会の機会をつくっていると、「どうやって本質的に復興していくのか？」を深く議論するようになった。その際に、「それぞれの店主が自らで補修を行うことができれば、各店はすみやかに再開できるのではないか？」という考えが生まれた。

そこで芦沢氏は、政府でもない・ボランティアセンターでもない・NPO でもない、独立した存在としてクリエイティブスペースをオープンした。「どの組織にも属さない場」として注目された石巻工房は、資材の無償提供を受け、「町のために何かをつくるワークショップ」から活動を開始した。初めの活動は、屋外映画上映会のために、地元の高校生と共同しベンチを生み出す活動であった。その後も、復興バーを開催したり、家具メーカーとのコラボレーションにより市民を招いた家具づくりのワークショップを行い地域に家具を提供したりするような活動も行ってきた。また重要な点として、これらの活動は、仮設住宅をつくることも難しい場面において、モノをつくるだけではなく「モノづくりの理解を深める」ということを重要視して進められたことである。

<sup>8</sup> 石巻工房（ISHINOMAKI LABORATORY） <https://ishinomaki-lab.org/>

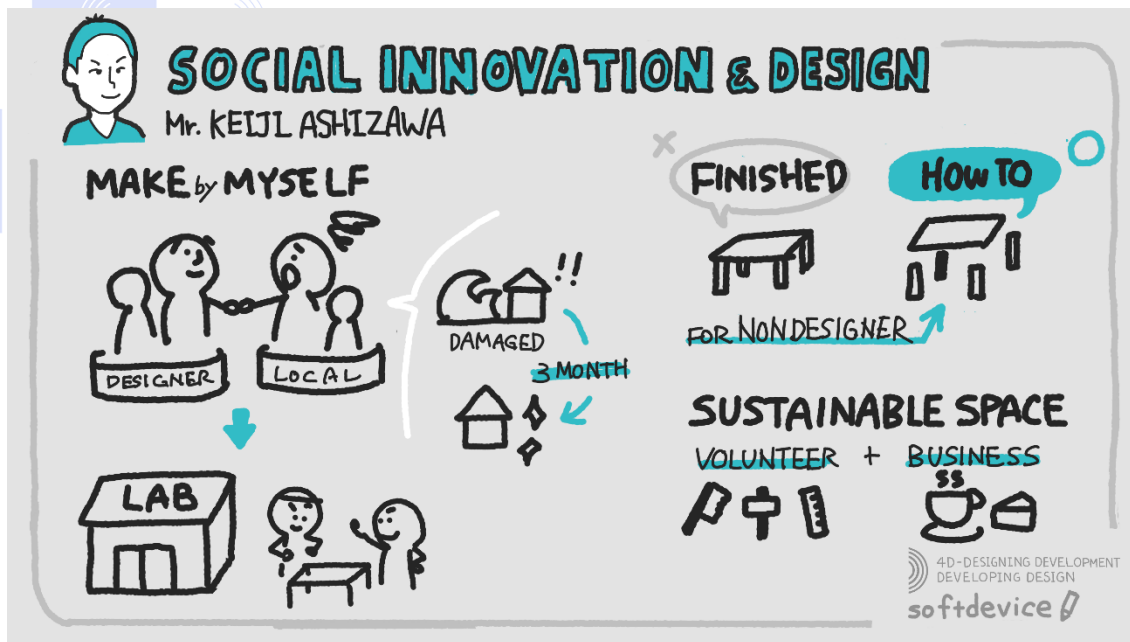


図2. 石巻工房：ISHINOMAKI LABORATORY  
(グラフィックレコーディング：softdevice inc.提供)

### 2.2.2. ソーシャルイノベーションと持続可能性

復興支援のボランティア活動として開始した石巻工房の活動であったが、ある時期からボランティア活動としての限界が現れた。復興支援が忘れられかけてきた頃であった。ボランティアは一時的な解決策に過ぎなかったからである。そのため、ワークショップスペースを維持するために、持続可能な方法を模索し設計することが重要となった。リフォームを行い、地元のパートナーを募り、魅力ある製品を制作するために日本国内外のデザイナーや建築家・大手ブランドとコラボレーションを行うことで、デザイン力を向上させた。

その結果、「デザインの力でDIYの可能性を広げる家具ブランド」というコンセプトが生まれ、ブランドとして成り立たせ、ビジネスとして活動することになった。現在では、石巻工房のストーリーだけでなく、製品にも世界的注目が集まっており、類似品が販売されるほどである。これらの努力により、現在でもワークショップスペースの運営は続けられている。

### 2.2.3. ソーシャルイノベーションの実践「石巻工房」から学んだこと

芦沢氏は家具を制作するプロセスにおいて、「良いデザイン」を生み出すことと「社会貢献すること」とを両立する中で、学んだことがある。食材を切って皿に盛り付けるだけでも素材を活かした良い料理となりうるように、家具のデザインにおいても素材を活かし、それを切っただけ・車輪を付けただけでも十分な製品になりうる。シンプルでよい。「デザインを考えだすのに“恐れなくてもいい”」ということだ。

## 2.3. 「学際的コミュニティにおけるノンデザイナーとデザイン文化」

ルータ・ヴァルサイティ准教授

(カウナス工科大学デザインセンター長／4D Conference Osaka 019 General Chair)

現代のような変化の激しい時代において、「ヒトの役割」が変わってきている。今まさに世界中で巻き起こっている「社会的転換」におけるデザイン文化やデザイナーの重要性について、リトアニア・カウナスでの実践活動「デザインライブラリー」の事例を通じて述べられた。



写真 4. ルータ・ヴァルサイティ准教授

### 2.3.1. デザイン文化体験と 3つの思考法：デザイン思考 (Design Thinking) / (わざと) 間違った思考 (Thinking Wrong) / 未来思考 (Future Thinking)

デザイナーでない人々にどのような「デザイン文化経験」を届けることで、人々の未来型人格特性 (FPC's : Future Personal Characteristics) を向上させられるかを考えた際に、3つの思考法が挙げられる。

1つ目は、「デザイン思考」である。一般的にデザイン思考とは、デザイナーの手法をデザイナー以外の人に転移するための方法であるとされてきた。FPC's 向上にデザイン思考は有効ではあるものの、アカデミアからはこれまでのデザイン思考の考え方への批判もある。例えば、マネジメント及びビジネスに偏りすぎており、ソーシャルイノベーション分野や社会的影響への視点が欠けている。また、個人のパフォーマンスがないがしろにされている可能性がある。加えて、デザイン思考はテクニカルなアプローチに傾倒しているため、デザイナーのソフト面での慣習を転移することが難しくなっている、などといった点である。

2つ目に、「(わざと) 間違った思考」<sup>9</sup>を導入して試みることである。考え方がこれまでの基準に引き付けられてしまうと、新たな道に進むことには困難を伴う。そこで、既知の課題にしか取り組めない「正しい思考」から、未知の課題に取り組むためにわざと「間違った思考」をしてみるという方法に注目できる。意味のあるものを生み出すために、脳をだますことで大胆な道を選択することが時に必要となる。

<sup>9</sup> “The Think Wrong” <https://www.thinkwrongbook.com/>

3つ目は、「未来思考」である。伊藤穰一氏が提唱した思考法であり「9 プリンシプルズ：加速する未来で勝ち残るために」<sup>10</sup>にまとめられている。この思考法は、デザインの考え方にも深くかかわっており、デザイナー以外の人々にとっても非常に重要な考え方である。

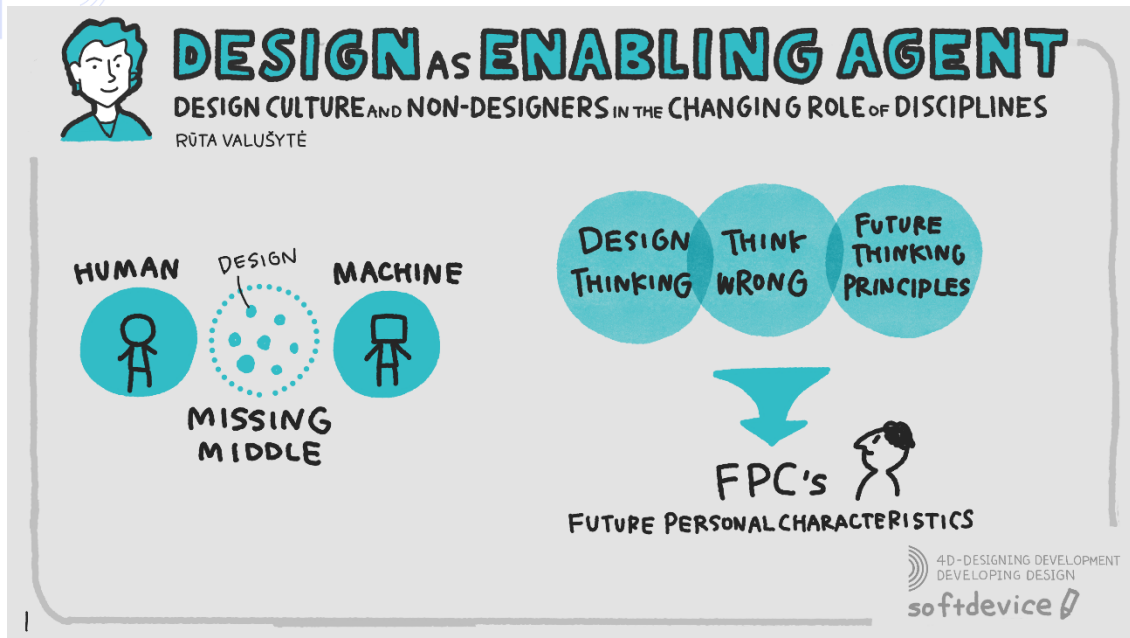


図 3. デザイン文化体験  
(グラフィックレコーディング：softdevice inc.提供)

### 2.3.2. デザイン研究：デザイン文化体験 –デザインライブラリー (Design Library) –<sup>11</sup>

続いて、ヴァルサイティ准教授の出身地・リトアニアで行っているデザイン活動「デザインライブラリー」の研究<sup>12</sup>について紹介された。リトアニアには歴史的にデザイン文化が乏しい。そこで、デザイン文化から遠いリトアニアで「デザイン文化をデザインする」という目的で研究活動を行っている。具体的には、デザイン文化体験がデザイナー以外の人々にどのような影響を与えるのかということについて、「デザインライブラリー」というプロジェクトの中で調査した。このプロジェクトは、もともとイタリア・ミラノで行われている活動であり、歴史的にデザイン文化が著しいイタリアでの活動をリトアニアに適応するかたちで行われている。

リトアニアにおけるこのプロジェクトはおよそ 33 か月にわたり行われ、22 のデザインサードデーというイベントを実施した。文化的な活動に関心のある人が会員登録したうえで参加しており、参加者の 24% がデザインや建築に関わる人々で、残りの参加者はデザインに関係のない他分野の出身であり、非常に学際的なコミュニティとなっている。そのうち参加者 15 名に対して、デザイナーまたはデザイン

<sup>10</sup> Joi Ito, Jeff Howe (2016), “Whiplash: How to Survive Our Faster Future”, Grand Central Publishing  
伊藤穰一 (2017) : 「9 プリンシプルズ：加速する未来で勝ち残るために」

<sup>11</sup> レポート：「DML Special Seminar +4D Conference in Japan 2019 Pre-Seminar 次世代リーダーシップにおけるデザイン・マネジメント」においても、デザインライブラリーの内容について言及されている。  
<http://www.dml-ritsumei.jp/archive/2018-1016.pdf>

<sup>12</sup> Article: Design as enabling agent. Design culture and non-designers in the changing role of disciplines  
<https://epubl.ktu.edu/object/elaba:34619712/index.html>





実践が自らの知識にどのような影響を与えたのかについてインタビュー調査を行った。さらに、デザイン文化の体験と未来型人格特性の発達にどういった影響があったかについて質問票を用いて調査を行った。

数多くの体験及び活動の組み合わせによって、様々な効果が生まれてくる。結果として、デザイン文化に関わることで、デザイナー以外の人々に異なるレベルの影響が出ており、未来型人格特性に関して、デザイナー以外の人々がデザイン文化を体験することでプラスの影響を受けたことがわかる。その中でも特に、文化的体験に参加すること・デザインのプロと一緒に時間を過ごすことが最も重要であることがこの研究からわかった。

例えば、最も高程度の影響として、自信を持つ・共同作業に前向きになる・チーム思考になる・総合的な思考を身につけられる・理論より実践・教育より学び・権威より対等、というような考え方もつことが、デザイン文化への理解を深めることにつながったことが挙げられる。これらにより、自分の仕事への満足度が高まるといった影響も見受けられた。中程度の影響としては、工夫ができるようになる・チャレンジ精神が高まる・発散的収束的思考の獲得・実験的思索的スキルの向上も確認された。低程度の影響として、多くの人が安全よりリスクを取る・押すより引くアプローチが理解できるようになったことである。さらには、仕事環境の変化をより良くマネージできる・考え方や行動の変化などの影響があることも明らかになった。

これらの結果より、ヴァルサイティ准教授は、デザイン文化の乏しい環境においてもデザイン文化を取り入れることの重要性を確信しており、より多くの場で取り組む可能性と示唆を訴えた。

## 2.4. 「壁を超える ソーシャルイノベーションのためのデザイン」

### エレナ・パチェンティ教授 (NewSchool of Architecture & Design デザイン学部長)

パチェンティ教授からは、社会における「壁」を題材に、これからのソーシャルイノベーションについての問題提起がなされた。デザイン研究者であるパチェンティ教授は、ソーシャルイノベーション・サステナブルデザイン分野の世界的権威であるエツィオ・マンズイーニ教授の元同僚でもあり、自身の経験から考えるソーシャルイノベーションとデザインの関わりについて述べられた。



写真 4. エレナ・パチェンティ教授

### 2.4.1. ソーシャルイノベーションとは

パチェンティ教授が考える「ソーシャルイノベーション」とは、地域のコミュニティなどから生まれ、ローカルなコンテクストに影響を与えるものである。人々から発するボトムアップ型の「何かを変えた」という動機から始まり、「変えていくもの」や「人々からつくられるもの」をキーワードに、多くの場合は非常にローカルな文脈の中で捉えられるものである。加えて、ソーシャルイノベーションの原動力として重要なキーワードは「持続可能性」である。

### 2.4.2. ソーシャルイノベーションとデザイン

ソーシャルイノベーションにおけるデザインの役割を考えるうえで3つの事例が示された。まず初めは、パチェンティ教授の現在の勤務地であるアメリカ・サンディエゴでの事例である。サンディエゴの建築学専攻の学生が卒業制作として発表した「QUARTYARD」は、輸送コンテナを都市型公園及びイベント広場として活用した新しいビジョンである。イタリアであればどこにでもある広場（ピアッツァ）のようで、空間としてすばらしいというよりは、よりアメリカの「ローカルなニーズをきっちり捉えた」という意味ですばらしいできだと評価できる。何よりも、「とにかくやってみる！」という姿勢がソーシャルイノベーションには必要であるとパチェンティ教授が感じた好例である。

続いて、緊張状態で創造性が発揮された事例が紹介された。アメリカからの廃棄物を使ってつくった住居用建築物「Casa familiar」は、アメリカとメキシコの国境に制作されたコミュニティである。国境を越えられなかった人々に向けて提供された「人々が生活できる家」は、住居用スペースだけでなく、共有空間などを含むコミュニティ空間としてデザインされている。

最後に、アーティストによる活動事例が紹介された。トランプ大統領の「大きく美しい壁（A big beautiful wall）」発言を受け、「2つの国を分ける壁が美しいということがあるのだろうか？」という疑問からたくさんのアーティストが立ち上がった。これは、アーティストと共にデザインする（co-design）することの大切さを実感できる事例である。

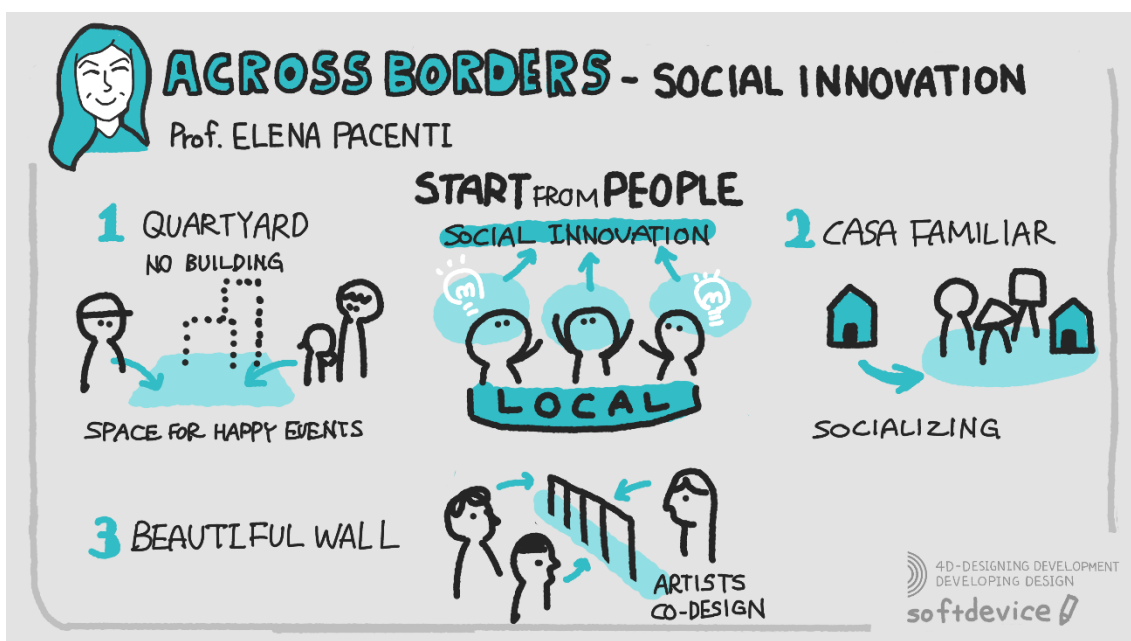


図 4. ソーシャルイノベーション（グラフィックレコーディング：softdevice inc.提供）



### 2.4.3. ソーシャルイノベーションとデザイナー

ソーシャルイノベーションを考えるうえで重要な視点は、これまでに紹介した事例からもわかるように、世界中で異なるローカルなコンテキストの中で生まれたイノベーションがグローバルにも影響を与えるという点である。その中で、デザイナーとは「ビジョンを持ち」、「どうやって課題を解決できるかを考え」、「どのようにしてソーシャルイノベーションをプロモーションするのか」を独自のセンスにより推し進めることのできる存在である。

デザインは、壁を取り除くための手段でもある。パチェンティ教授は最後に、デザインのエキスパートとして、デザイナーのセンスは、新しいテクノロジーの時代にも「人々にとっての意味を与え」、「社会的な変革をもたらし」、「新しい方法を提供する」ためのコラボレーションにおいても重要となるだろうと語った。

## 2.5. 「デザインの社会的責任」

### マウロ・ポルチャーニ氏（ペプシコ CDO）

アメリカの多国籍企業ペプシコ本社 CDO を務めるポルチャーニ氏は、現代におけるデザインおよびデザイナーの役割について、ペプシコでの多数の実例を挙げながら、デザインの実践者としての視点から述べられた。



写真 5. マウロ・ポルチャーニ氏

### 2.5.1. ブランディングの変化

この数年間で世界は急速に変化しており、ブランディングも「人間中心」の考え方へと変化してきている。社会的ニーズには階層（マズローの階層説と同様に）が存在し、ペプシコのような世界的大企業は「社会を良くするためのニーズ」にフォーカスを当て社会に貢献することが求められている。一方で、「人間のための成長のニーズ」として尊厳・自己肯定感・幸福、そして美的ニーズにも応えていく必要がある。

新しいユーザー・新しい人々・新しい世界・新しい世代にどのように対応するのか、そのトレンドも日々刻々と変化している。例えば、ブランドの構築の在り方は大きく変わってきた。数年前まではトッ

トップダウンで「メッセージを作成し」→「ポジショニングを行い」→「毎年キャンペーンを打ち」→「消費者に対してテレビという1つのコンテンツを通じて発信し」→「消費者は受け手としてそれを受け取る」というブランディング方法で行われ、金銭的な投資が大きな成功要因となっていた。しかし今や、すべての企業は消費者に直接語りかけることは難しく、トレンドとなる権利を消費者から勝ち取る必要がある。それに従い、テレビではなく多言語で複数のソーシャルメディアに投資をすることが必要となっている。その一方で、現在においてもブランディングはオンラインではなくオフラインにおいて始まっているということにも注意を払わなければならない。ユーザーにトップダウンでメッセージを押し付けることはもはや不可能であり、リアルなオフラインのコミュニケーションによって商品そのものではなく、ユーザーと共にコンテンツをつくるという「行動自体」が求められている。

### 2.5.2. ソーシャルイノベーションにおける「良いデザイン」

現在ではテクノロジー・流通・コミュニケーション、これらすべての在り方がこれまでとは劇的に変化している。多くの業態において、アイデアさえあればローコストでユーザーに語りかけることができる。大企業ではなく、本質的にベストな商品・サービス・ブランドを持つものが勝つという時代になってきており、大企業においても成長のためにスピード感のあるイノベーションが必須の課題となっている。

このような背景から、企業は「人々を起点に」・「人々に注力」することでソリューションにつなげ、それらを企業に還元しなければならない。ポルチャーニ氏の考えるデザイナーとは、「人に注目をする人々」であり、「人が好き」で「人のために新しいものをつくるのが好きな人」である。その意味で、美的で・持続可能性で・飽きさせないような、他とは異なるユニークな、社会的な価値をもたらすことが重要となる。ここでは価値として、大きく6つの持続可能性（視覚的・感情的・知的・環境的・社会的・財政的）が提示された。

「視覚的持続可能性」とは、美的で上品であること、美しい地球を取り戻すことである。「感情的持続可能性」は、意味・意義があり、人々にとって魅力的なものであること。「知的持続可能性」は、アクセシビリティがあり使いやすいということだ。加えて「環境的持続可能性」そして「社会的持続可能性」が挙げられる。社会的とは、感情的かつ機能的な面からの視点が重要で、敬意を持ち、多様性・倫理性・信頼性があるということだ。そして、最後には「財政的持続可能性」が挙げられた。

「良いデザイン」とは、対象により相対的なものであり、すべてにおいて完璧に良い「絶対的なデザイン」はあり得ない。従って、対象となるユーザーに対して、機能をあきらめてでも感情的な質を提供することが必要となる。本来デザインとは詩的で表現豊かなものであり、AIには提案できないものである。また、ソーシャルメディアが主流な現代においては、「良い物語」が必要とされている。ユーザーに対してあなたの価値観を、あなたの原動力を伝えることが大切になる。そしてその際には、「本物である」ということと、「正直である」ということが求められている。



図5. グッドデザイン7原則  
(グラフィックレコーディング : softdevice inc.提供)

### 2.5.3. ペプシコでの実践

プレゼンテーションの後半では、ペプシコにおける「良いデザイン」の実例が紹介された。製品やブランドは、必要だから買うといった「機能的価値」と、好きだから買うという「感情的価値」が「記号論的価値」となることで広く人々に普及する。記号論的価値とは、企業が製品やブランドを通じて「世界に何を語りかけているのか」というマインドセットやステータスを表現し、それを読み解くコミュニケーションを指す。そこでは同時に、あなたがどのような人物であるかということが、製品やブランドを通じて記号として表現される。

ペプシコでは、製品のパッケージだけではなく、ブランドの経験・体験全体に働きかけようとしており、美的な価値を高めることに挑戦している。加えて、感情的な持続可能性を提供するためにも、デザインの知を活用することで、日々進化する人や社会への理解を深める努力をしている。そのうえで、社会で求められている役割を自分たちが実現できるということを発信し続けている。

私たちの身の回りのものは、必ず誰かがデザインしたものである。デザイナーとして私は毎日人々の生活に触れて、「世界のために何かより良いことをやる」という原動力で駆り立てられている。デザイナーは、人々のために・美しい地球のために何かできるチャンスを持っているのだ。

### 3. 情報交換会

5名のスピーカーの4時間以上にわたる講演を終えた後には、同キャンパスにて情報交換会が行われた。国際学会のような自由な雰囲気で行われた情報交換会では、講演会中に作成されたグラフィックレコーディングがタイムラプス映像として放映され、多くの参加者らが講演の振り返りとして活用した。

「これからのソーシャルデザインの意味」を考えた本イベントでは、世界的にソーシャルイノベーションを行うことの意義と、その際のデザイナーの役割が見えてきた。論理性だけでは解決できないような複雑で、かつ不確実性の高い現代においては、いま一度、人間そのものの在り方について問うことが求められている。その中で、「人々にとってのモノゴト（または生活そのもの）の意味」と「社会的な変革」を考えるためには、デザイナーのような総合的で自由な見方が必要となるのである。そして重要な点は、そのようなデザイン態度は、「デザイン文化がない」と思われているようなコミュニティにも芽生え・根付かせることができそうだという点である。

DMLでは、4D Conference Osaka 019の国際学術会議を開催するにあたり、2018年10月から約1年間にわたってアカデミックな場面に留まらない、ビジネスパーソンがデザインと繋がることのできる機会を多く設けてきた。今回、より多くの皆様と「ソーシャルイノベーションとデザイン文化の意味」を考えたことを受け、企業の組織開発・リーダーシップ開発においてデザイン態度を持った人材育成をより一層取り組んでいく必要性を感じている。それに伴い、我々は今後もコラボレーションを行う企業を随時募集している。

報告書作成：大阪大学大学院 工学研究科 増田智香

報告書作成補助：大阪大学大学院 国際公共政策科 梶田智香

作成日：2019年12月6日