

FOCUSED ISSUES

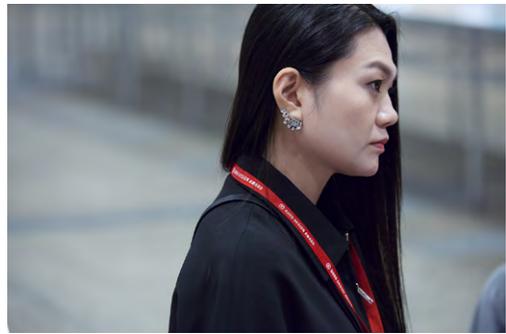
フォーカス・イシュー

2025

これからの
「デザイン」に
向けた提言



デザインの自由と解放



INTRODUCTION

はじめに

日本で唯一の総合的デザイン評価・推奨活動である、グッドデザイン賞。1957年に前身の「グッドデザイン商品選定制度」がスタートしてから65年以上、社会における「デザイン」の役割の変化を引き受けながら、戦後日本の発展を支え続けてきました。

そんなグッドデザイン賞の審査を通じて、デザインの新たな可能性を考え、提言する活動が「フォーカス・イシュー」です。

グッドデザイン賞の重要な役割の一つに、「次なる社会に向けた可能性や課題の発見」があります。フォーカス・イシューはこの役割を担うために生まれた、デザインがいま向き合うべき重要な問いを深めることに特化した取り組みです。

フォーカス・イシューでは、毎年起こるデザインの“うねり”をとらえ、分析しています。応募対象を観察しながら、審査が終わった後に、総括としてテーマを抽出。これからの社会における可能性やデザインの役割と意義について思索を重ね、提言として発表しています。

フォーカス・イシューを担当するチームは、フォーカス・イシュー・ディレクターとして正副委員長の3名、そしてフォーカス・イシュー・リサーチャー3名の計6名。2025年6月の一次審査を皮切りに数ヶ月にわたり進行した審査プロセスの中で、通常の審査プロセスとは別に、すべての審査対象を各々の専門性や切り口から見つめ、“うねり”を探ってきました。

このレポートは、2025年度グッドデザイン賞におけるフォーカス・イシューを担当したディレクター／リサーチャーたちが、審査対象を横断的に見て、議論を重ねた成果をまとめたものです。

いまデザインには、そして企業や経済界、あるいは政治や行政には、どのような態度や動きが求められるのか——さまざまなステークホルダーに向けた「提言」として、6つの「視点」からまとめました。

読むことでより「自由」になり、これまでの当たり前から「解放」されるような、「つくる」をエンパワーメントするレポートとなっていれば幸いです。

2025年度グッドデザイン賞 フォーカス・イシュー・チーム一同

CONTENTS

目次

- 03 フォーカス・イシュー・チーム紹介
- 04 2025年度テーマ「デザインの自由と解放」
- 06 2025年度グッドデザイン賞 受賞作ジャンル別の潮流・傾向

- 08 **提言 1** デザインの自由と解放
- 12 **提言 2** デザインに「情緒」を取り戻す
- 16 **提言 3** 「未来の当たり前」のために挑戦し続ける
- 20 **提言 4** アーキテクチャから余白と更新を生み出す
- 24 **鼎談** 吉田田 タカシ × 坂本 大祐 × 太田 直樹
大賞受賞から3年、チロル堂に見る「意識変容」のデザイン
- 26 **提言 5** 野生のファイナンスで、土着の生活リズムを守る
- 30 **対談** 永野 大輔 × 中村 寛
銀座に具現化した「余白」のデザイン
- 32 **提言 6** 遠心力の時代に、「求心力」をデザインする
- 36 **対談** 鳥井 信吾 × 林 亜季
半世紀前から「デザインは経営資本」。デザインと経営の幸福な関係とは？

- 38 「6つの提言」ができるまで
- 39 今日からはじめる「デザインの自由と解放」
- 40 自由と解放のかたちをたどる

- 44 **おわりに** 齋藤 精一 × 倉本 仁 × 永山 祐子
自由に、緻密に、長く続ける。「希望」としてのデザインの未来

DIRECTORS

フォーカス・イシュー・ディレクター



齋藤 精一

Seiichi Saito

クリエイティブディレクター

パノラマティクス 主宰

2025年度グッドデザイン賞審査委員長

1975年神奈川県生まれ。建築デザインをコロンビア大学建築学科 (MSAAD) で学び、2000年からニューヨークで活動を開始。03年の越後妻有アートトリエンナーレでアーティストに選出されたのを機に帰国。フリーランスとして活動後、06年株式会社ライゾマティクス (現:株式会社 アブストラクトエンジン) を設立。社内アーキテクチャー部門「パノラマティクス」を率い、現在では、行政や企業などの企画、実装アドバイザーも数多く行う。2020年ドバイ万博日本館クリエイティブ・アドバイザー。2025年大阪・関西万博 EXPO 共創プログラムディレクター。



倉本 仁

Jin Kuramoto

プロダクトデザイナー

JIN KURAMOTO STUDIO代表取締役

2025年度グッドデザイン賞審査副委員長

1976年生まれ。家電メーカー勤務を経て、2008年JIN KURAMOTO STUDIOを設立。プロジェクトのコンセプトやストーリーを明快な造形表現で伝えるアプローチで家具、家電製品、アイウェアから自動車まで多彩なジャンルのデザイン開発に携わる。金沢美術工芸大学客員教授、武蔵野美術大学/東京藝術大学非常勤講師。



永山 祐子

Yuko Nagayama

建築家

有限会社永山祐子建築設計 取締役

2025年度グッドデザイン賞審査副委員長

1975年東京生まれ。青木淳建築計画事務所を経て2002年永山祐子建築設計設立。主な仕事に「豊島横尾館」「ドバイ国際博覧会日本館」「東急歌舞伎町タワー」、大阪・関西万博「ウーマンズ パビリオン」と「パナソニックグループパビリオン『ノモの国』」など。JIA 新人賞 (2014)、山梨県建築文化賞、東京建築賞優秀賞 (2018)、照明デザイン賞最優秀賞 (2021)、WAF Highly Commended (2022)、IF デザイン賞 (2023) など。現在「TorchTower」などの計画が進行中。

RESEARCHERS

フォーカス・イシュー・リサーチャー



太田 直樹

Naoki Ota

共創パートナー

株式会社 New Stories

代表取締役社長

2014年まで、ポストンコンサルティングの経営メンバーとして、アジアのテクノロジーグループを統括。2015年から17年まで、総務大臣補佐官として、デジタル戦略と地方創生の政策策定に従事。2018年にNew Storiesを立ち上げ、デジタルに関する専門知識と官民のネットワークを活かし、未来の価値を創造する仕事をしている。Code for Japanなど、テクノロジーを活用するコミュニティづくりを支援。2025年12月から内閣官房参与として国の政策策定に関わっている。



中村 寛

Yutaka Nakamura

人類学者

多摩美術大学教授

アトリエ・アンソロポロジー代表

KESIKI Inc. Insight Design担当

文化人類学者。デザイン人類学者。多摩美術大学リベラルアーツセンター教授。アトリエ・アンソロポロジー合同会社代表。KESIKI Inc. で Insight Design 担当。「周縁」における暴力や脱暴力のソーシャル・デザインといった研究テーマに取り組む一方、様々な企業、デザイナー、経営者と社会実装を行う。多摩美術大学では、サーキュラー・オフィスや Tama Design University Division of Design Anthropology をリード。著書に『アメリカの「周縁」をあるく 旅する人類学』(平凡社、2021)、『残響のハーレム ストリートに生きるムスリムたちの声』(共和国、2015) など。



林 亜季

Aki Hayashi

編集者/経営者

株式会社ブランドジャーナリズム代表取締役

2009年、朝日新聞社に記者として入社。2017年、ハフポスト日本版チーフ・クリエイティブ・ディレクターに就任。翌年、Forbes JAPAN Web 編集長に就任。2020年、株式会社アルファドライブへ。同社執行役員統括編集長、NewsPicks for Business 取締役などを務めた。2022年、株式会社ブランドジャーナリズム設立、代表取締役に就任。ビジネスマガジン『Ambitions』元編集長。

THEME FOR 2025

2025年度テーマ

デザインの 自由と解放

Free Design,
Unleash Design

「解放」——固定化した枠から解き放つ

ここ3年間のグッドデザイン賞が応募時に掲げたメッセージを振り返ってみると、「アウトカムがあるデザイン」(2023年度)で“北極星”を掲げ、「勇気と有機のあるデザイン」(2024年度)、「はじめの一步からひろがるデザイン」(2025年度)で、そこへ至るまでのパス(道筋)を探求してきたと総括できるでしょう。

近年、デザインの力がより一層、社会のあらゆる領域に浸透し、拡張してきたと思います。そのことは多くの人々を勇気づけたはずで、かつてはそうではなかったであろう人々が、今や自らの活動を「デザイン」であると認識しはじめています。

その一方で、「デザイン」という言葉が持つ意味合いが、固着してきている側面もあるのではないのでしょうか。「ここまではデザインで、ここからはそうではない」。あるいは「広義のデザイン」と「狭義のデザイン」……そうした境界線に未だにとらわれてしまっている人は少なくありません。だからこそ、2025年度のテーマの第一の柱として「解放」を掲げました。

これは、デザインを縛るあらゆる「枠」からの解放を意味します。「こうあるべきだ」という固定観念、古い制度、業界の慣習。あらゆる“方程式”から、デザイナーとデザイン行為そのものを解き放つこと。それはまた、短期的な経済合理性でしか物事を測れない思考からの「解放」でもあります。世の中をより良くするための行動自体がデザインである、という「文化投資」としての視点を取り戻す。

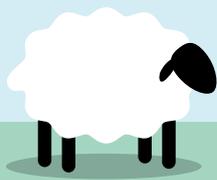
デザインという行為そのものが、あらゆる抑圧から「解放」されるべきだ——フォーカス・イシュー・チームの、そんな願いが込められています。

「自由」——選択肢を生み出すための力

「解放」の先にあるのが、第二の柱である「自由」です。

この「自由」とは、単なる放任とイコールではありません。自らの意志で「こうありたい」と方向を定め、その実現のための道筋を主体的に選び取ること。そして、その選択の責任を自ら引き受ける覚悟を持つこと。これらを含めて、私たちは「自由」と呼びたいと考えています。

受賞作の多くも、既存の選択肢の中から正解を探すのではなく、「こうしたい」という強い意志によって、新たな道を切り拓いてきました。



“北極星”にたどり着くためのパス（道筋）は、誰かに決められたものではありません。最短距離に行くことも、30年かけて活動を続けるスローな取り組みも、あるいは前例のない方法論で豊かさを生み出す挑戦も、自らの意志と責任において選ばれたものであれば、すべてが等しく尊いデザインです。

それは企業にとっては、「うちはずっとこれを作ってきた」というアイデンティティの枠組みから「解放」され、「自由」な選択肢を取りうるということでもあります。「何屋さんなのかよくわからなくなる」ことを恐れず、自らの領域を問い直す「自由」です。

「自由と解放のデザイン」ではなく、「デザインの自由と解放」としたのは、まず「デザインする側」が主体的に自由になることが必要だからです。デザインが自らの枠を壊し、意志を持って自由になる。それによって初めて、さまざまな課題や生きづらさを解決する選択肢が生まれ、社会全体が本当の自由を手にできるはずです。

デザインの力を信じ続けてほしい。一人のひらめきや熱量が世の中を動かすことができると信じ、行動し続けてほしい——本年度のテーマには、そんな願いが込められています。

TRENDS BY GENRE

2025年度グッドデザイン賞 受賞作ジャンル別の潮流・傾向

グッドデザイン賞の審査は、応募対象を領域別にグループ分けした「審査ユニット」ごとに行われます。ここでは「審査ユニット総評」として、審査を通じて見られた領域特有の傾向や課題を紹介します。

各審査ユニット総評の全文は
下記ウェブサイトでも
読むことができます



www.g-mark.org/learn/past-awards/gda-2025/review

ユニット01 身につけるもの

技術が絶え間なく進化の中で、時代にふさわしいものづくりの在り方を常に更新していくことが求められている。さらに、効率化や合理性の影に埋もれがちな繊細な価値を、確かな技術力によって掘り上げる取り組みが注目された。一方で、企業が自社の専門領域を越えて新たな分野へ挑戦する動きも見られた。

デザイナー/ジュエリーアーティスト 本多 沙映

ユニット02 パーソナルケア用品

特に高い評価を集めた作品に共通していたのは、単に課題を解決したり利便性を高めたりするのにとどまらず、その先にある人としての誇りを取り戻そうとする取り組みであった。乳児期には優しく抱かれ、壮年期には誰かを支え、やがて高齢期には周囲に支えられる。ケアし、ケアされる往還のなかで、デザインとは単なる機能や形を生む営みにとどまらず、人に寄り添い、思いやる愛情そのものである。

プロダクトデザイナー 鈴木 元

ユニット03 文具・ホビー

かつて新しい発想で「はじめの一步」を踏み出した企業や分野が、地道な改良や工夫を積み重ね、単なるモデルチェンジを超えて着実に歩みを続けてきた成果が高い評価を集めた。また数は多くないものの、デザインの受け手にとっての「はじめの一步」に寄り添うような提案も見られた。

ユーザーエクスペリエンスデザイナー 佐々木 千穂

ユニット04 生活用品

日々使われる成熟した製品が多い領域だが、それ故に生活者がいつの間にか受け入れてしまっている使い勝手のわずかな澁みや困り事を見出し、思わず膝を打つような鮮やかな切り口で解決を図るデザインが際立った。見慣れた日常の中に潜む課題に対し、本質的な改善を試みる姿勢が評価された。

プロダクトデザイナー 石橋 忠人

ユニット05 生活家電

大量生産の仕組みという制約の中で、美観や便益だけでなく、持続可能性や倫理観を含めた「次の時代へ繋ぐべき形」とは何か。慣例的な素材の使用を前提とせず、別の適材への置換によって改善された製品が見られた。また、目新しさを追わず、末長い使用を想定した、地味ながらも丁寧に誠実なデザインが改めて価値を見せていた。

プロダクトデザイナー 中坊 壮介

ユニット06 映像/音響機器

健全なものづくりの中にグッドデザインは宿る。歴代の製品で培ったノウハウを的確に継承・更新し、最新の技術へと昇華させることで、自らの強みを磨き抜いている企業や製品が多く見られた。奇をてらうのではなく、本質的な価値を追求する姿勢が、この分野の信頼性を支えている。

デザイナー 三宅 一成

ユニット07 情報機器

なかでも評価が集まったのは、「信念と挑戦」「感性に機能する」「継続できる仕組み」といった観点から、困難な課題に挑むもの、人との関係を丁寧に直視し模索するものであった。また新たな技術によって大きな社会変化をもたらす、いくつかの「兆し」が見られた。

デザインディレクター/プロダクトデザイナー 宮沢 哲

ユニット08 産業/医療 機器設備

一定のレベルに達しているデザインが多い中で、製品のカテゴリーは既存だが、その中で新たな機能や価値を提供しているデザイン、そして新しい製品カテゴリー自体を提案しているデザインが見られた。また一般の人々の目には触れない、縁の下の力持ち的なデザインも本ユニットの特徴である。

設計工学研究者 村上 存

ユニット09 住宅設備

今年度の審査では、これまで当たり前だと思われていた事象を改めて問い直し、継続的な改良に取り組んできた姿勢が高い評価につながった。無意識に使われるものこそ、その操作感や手触りなどのわずかなクオリティーの違いが、日々の生活の質を大きく左右する。

建築家/デザイナー 寺田 尚樹

ユニット10 家具・オフィス/公共 機器設備

審査を通じて共通して浮かび上がったのは、資源の持続可能性や多様性への配慮、災害対策や労働力不足への対応といった、大きな社会課題への応答である。製品単体の魅力だけでなく、それが置かれる社会システム全体を見据えたデザインが増加している。

デザイナー 田淵 智也

ユニット11 モビリティ

取り巻く環境が目まぐるしく変化する今日、新たな価値を湛えたプロジェクトを社会実装にまで漕ぎ着けるためには、生み出す側にも変化が必要であることを改めて認識させられた。多くのリソースを要する分野だからこそ、既存の枠組みを超えた挑戦が重要視されている。

クリエイティブコミュニケーター 根津 孝太

ユニット12 建築(戸建て住宅~小規模集合・共同住宅)

個人の自宅内や敷地内で完結する個々の空間の充実を追求する住宅は鳴りを潜めた。その代わりに、むしろ個人よりも、他者や隣地、あるいは地域まで含めた「関係性」を丁寧にデザインし、またメンテナンスすることで、間接的に豊かな暮らしを得ようとする住宅・群が、おおきな勢力を占めてきたのではないかと感じさせられた。

建築家/大学教授 原田 真宏

ユニット13 建築(中~大規模集合・共同住宅)

「コミュニティ」の定義を議論することから審査は始まった。ここで評価されるべきコミュニティとは、閉鎖的で強固な結束ではなく、人と人、人と地域が緩やかに関係を築く営みである。そうした視点から新しい時代のロールモデルとなり得るような取り組みが注目された。

建築家 柝澤 麻利

ユニット14 建築(産業/商業施設)

審査の重要な軸となったのは「地域にふさわしく、普遍的な価値や未来像を提示しているか」。評価を集めた作品に共通するのは、短期的な経済性や効率性だけに依らず、場所と自らにとって本当に必要なものを見極め、大胆かつ丁寧に形にする姿勢だ。従来の枠組みにとらわれない普遍的な価値を提示する試みが、産業・商業施設を刷新していくことを期待したい。

建築家 成瀬 友梨

ユニット15 建築(公共施設)・土木・景観

特に公共性の観点から議論を行ったが、商業建築や住宅など他のユニットでも公共性を重視してデザインされている作品が多いことに気づかされた。公的主体が整備する施設だけでなく、それぞれの立場から公共性を捉え、デザイン的なチャレンジをしている作品が少なからず存在した。

都市研究者 伊藤 香織

ユニット16 インテリア空間

デザインが優れていると共に、社会へのまなざしや未来へのビジョンを示す事例に強く関心が寄せられた。今年度より独立したユニットとして、戸建て・集合住宅からオフィス、商業施設、公共建築まで多岐にわたる空間デザインの可能性が示された。

インテリアデザイナー 五十嵐 久枝

ユニット17 メディア・コンテンツ

従来の情報伝達や表現手段を超え、日常や文化を媒介する新しいデザインの姿が鮮明に現れた。SNSでの共有や拡散が生活者の価値観を変える中、体験が可視化され共有されるプロセスそのものを前提としてデザインに組み込む傾向が強まっている。

デザイナー 森内 大輔

ユニット18 システム・サービス

今年度、特に高い評価を集めた受賞作は、社会課題を解決するための高度で複雑な仕組みを、簡潔で洗練されたサービスデザインとして結実させた事例であった。また生成AIに関しては、利便性・効率性のツールとしてだけでなく、個人の能力を拡張し、人々の協働を容易にする、社会を変える「はじめの一歩」をファシリテートする力として活用したデザインが生まれてくることに期待したい。

ストラテジスト 長田 英知

ユニット19 地域の取り組み・活動

今年度の審査で印象的だった観点を3つ挙げたい。第1に、長期的に継続されてきたプロジェクトの存在。第2に、目の前の課題解決にとどまらず、社会全体に向けた問題提起を含む複層的なメッセージを持つプロジェクトが複数見られたこと。第3に、有形無形のデザインを統合し社会に届けようとする力強さである。

都市デザイナー 内田 友紀

ユニット20 一般向けの取り組み・活動

特筆すべき傾向は3点ある。1つ目は資源循環のビジネス化。2つ目は、行政主導の事業が全体適正のデザインを実装した大規模な取り組み。3つ目の大きな傾向は、子どもの学びに関する取り組みである。他にも障害者や高齢者の環境を改善する取り組みなどが見られた。

デザインディレクター 廣田 尚子



齋藤 精一

Seichi Saito

2025年度
グッドデザイン賞審査委員長

デザインの自由と解放

私たちの社会や生活をより良くするためには、モノ・コトが一体のデザインが必要だ——こうした言説はもはや共通認識となったように思う。しかし、その思考・行動・活動を、企業や団体の中で実現するためのプロセスは実装できているのか？ それを受け取る人や社会がデザインの力に気づけているのか？ つくり手と受け手の両者が同じ期待値でデザインできているのか？ 個人の熱量や能力、視点、そして勇気を持ち寄り、有機的につながりながらアウトカムに向かいデザインをつくりあげる視点を、経営や経済・ビジネスが持っているのか？

これからデザインはどこに向かうのか？

19世紀後半、「デザイン」はアーツ・アンド・クラフツ運動を源流として生まれた。産業革命により生活文化や職人技術が失われつつあることへの批判に端を発した運動だ。その精神は、デザインがさまざまな分野に浸透・拡大した20世紀にも残り続け、21世紀には新たなフェーズへと入った。モノのデザインだけではなく、コトのデザインも含む定義・概念として認識されるようになったのだ。

2018年のグッドデザイン大賞に「おてらおやつクラブ」が選出されたのをきっかけに、たくさんの議論が起きた。小文字のd（プロダクトやグラフィックのデザインなど）と大文字のD（社会やビジネスのデザインなど）の議論が各所で起き、その議論が段々と現在のモノとコトを一体として包含するデザインの概念として定着した。国や行政の資料にも「デザイン」という言葉が使われるようになり、2025年の大阪・関西万博のテーマにおいても「未来社会のデザイン」という言葉が掲げられた。

ただ、さまざまな分野の方々との議論の中で、デザインという概念が拡張し続けている現状に対して、理解し称賛する意見もあれば、一部では広がりすぎたことに対する懸念も出てるように感じる。これからのデザインはどこに向かうのか？

今のデザインに「自由」はあるか？

「デザインの自由」という言葉は、ミスマッチな言葉の羅列のよ

うに思われるかもしれない。だが、グッドデザイン賞を俯瞰で見てきた私にとっては、いま考えるべき疑問が詰まっているように思う。

何かをより良くする思考・行動・活動がデザインの出発点なら、いまそれはどのような状況にあるのだろうか？「自由」が複数の選択肢から選ぶ権利を意味するのなら、いまのデザインは自由だろうか？ それは過去の延長ではなく、社会全体で共有できる北極星に向かっていているだろうか？ デザインをつくる人の視点や経験を、高解像度で理解し判断できているか。組織やチームが、その可能性を無意識に潰していないか。選択肢を狭めていないだろうか？ デザインの力が社会や企業に還元される関係性を、どこまで理解できているだろうか？ 専門教育を受けていなくても「自分はデザインしている」と思える状況を、社会や組織はつくりけているだろうか？

デザインはつくり手にも、受け手にも常に自由であるべきで、それが次のフェーズに行くために必要な思考だと私は考える。

デザインが起こす「規定思考からの解放」

本年度も、たくさんの拡張するデザインに出会うことができた。それらは、定期的に考えられている視点やプロセス、取り組みや実装などから解放する力を持っている。

「仮設住宅」という従来の概念からの解放

大賞を受賞した「DLT 木造仮設住宅」は、災害の多い日本において人が移住を強いられる場合にも豊かな暮らしや環境をつくる取り組みを、即時的に活動可能なDLTという素材を通じて実現していた。長年災害や震災の復興と向き合ってきたからこそ、また、次を見越して開発を行ってきたからこそ、美しいデザインだと思う。

「誰かが何とかしてくれる」という固定観念からの解放

気候変動によって、今まで以上に夏は暑く、冬は寒い気候になった。高度経済成長期に建設された学校の対策は大きな課題となっている。「学校断熱ワークショップ」では、通常行政に頼りがちな断熱性能改善を、生徒や先生、地域の方々が主体となって取り組んでいる。やってくれる誰かを待つのではなく、自分たちの能力で課題を主体的に改善する、デザインの活動だと思う。

大型イベントにおけるスクラップアンドビルドからの解放

多くの大型イベントで、開催に際したデザインが注目されることはあるが、会期終了後に「どう消えていくか」までが提案されることは少ないように思う。大阪・関西万博の象徴でもあった「大屋根リング」では、それが計画段階から検討されてきた。今後国や自治体、民間のイベントにおいて、このような取り組みが日本でも当たり前の実装されることが期待できる。

「デザインに関わる人」の変化と、意識の変革

「クリエイティブ・クラス」という概念が提唱されてから20年以上が経ち、いまそのあり方は大きく変化していると考えている。創り出す者だけでなく、プロセスに関わる人や利用する人にも、「デザインに関わっている」という意識を持つ人が増えているように感じる。ただ、さまざまな製品やサービスを生み出す企業側に、デザインに参画している意識はあるだろうか？たとえば、経営や営業、販売がデザインの一部として意識されているだろうか？

デザインの自由とは、常に多数の選択肢を持ち、選ぶ能力と体制を持つこと。そしてデザインの解放とは、自由を実現するための体制や意識の変革。その両者がなければ、デザインの真の力を発揮することは難しい。市民や消費者、マーケットなどを大きな集団として扱っていた時代から、テクノロジーの力によって高解像度のコミュニティや思考を持った活動主体と直接会話ができるいまだからこそ、デザインに関わる人や意識の変革が必要だと強く思う。

デザインが社会に、企業に及ぼす影響への期待

デザインや文化は、GDPや株価といった経済的指標に直接貢献していないという議論がある。私個人はまったくそうは思わないが、それを証明する方程式がないのも事実だ。デザインは本当に非財務の活動なのか。いまのあなたの取り組みを顧みて以下の問いについて考えてほしい。

- 1 あなたの組織の中でデザインは受け入れられているか？
- 2 デザインの力をあなたの周りでは信じているか？ 信じるための機会はあるか？
- 3 あなたのチームに共有のアウトカムはあるか？アウトカムを議論する機会はあるか？
- 4 あなたのビジネスや活動の中でデザインと経済の関係性の議論はあるか？
- 5 あなたの関わるデザインのプロセスにおいて自由（複数の選択肢）は常にあるか？
- 6 最終的な製品やサービスはあなたも含めたチームにとっての良いデザインになっているか？それを客観的に評価できる体制やプロセスはあるか？

良いデザインとは、生活の中で安心して使える道具というだけでなく、良い道具を生み出すプロセスそのものであり、それに関わる人や社会が今よりも少しでも良くなる状況をつくる力までも持ったものである。だからこそ、その力をもっと多くの人に知ってもらい、デザインという活動に自分の能力や役割を持ち寄って参加してもらいたい。

デザインの自由と解放

この数年、デザインは加速度的に拡張を続けてきたが、いまその限界点に達しつつある。この状況を打破するには、デザイン自身だけではなく、周りの環境をも変える必要があるのではないだろうか？

デザインの活動は、とても強く、柔軟に、美しく昇華されている。しかし、境界を飛び越え、さらに多くの人に社会の細部にまでより良い製品やサービスを届けるためには、意識やプロセスの見直しが必要だ。

だからこそ、「デザインの自由」と「デザインの解放」を今一度考えたい。自分たちの固着した考え方を変え、今まで以上に多種多様なデザインを展開し、文化になることを期待したい。自分自身もそれを意識し、活動へと活かしたい。

解説：提言の背景・関連トピック

文責＝編集部

デザインの起源としての 「アーツ・アンド・クラフツ運動」

本提言でも示されていたように、現代においてもしばしば「デザインの起源」として参照されるのが「アーツ・アンド・クラフツ運動 (The Arts and Crafts Movement)」です。この運動は19世紀後半にイギリスと欧米諸国で興った国際的な芸術運動で、産業革命による機械化と大量生産が生活文化を貧しくし、職人技術や美しい生活環境を失わせつつあることへの批判から生まれました。

ウィリアム・モリスが主導的な役割を担い、単なる装飾芸術の地位向上だけでなく、手工芸の復興、素材への誠実さ、そして生活の中の美の追求といった社会改革の精神が提唱されました。思想の中核は、中世における職人の制作と労働のあり方に芸術の理想を見出したジョン・ラスキンと、その理論を実践したモリスにあります。

この運動は、「工業化」という当時の社会構造や価値観に対する応答であり、人間と事物との全体的な調和を図る社会運動としての側面を持っていました。デザイン史の始まりとされるこの運動は、当時の規定思考や社会の「当たり前」からの「解放」を試みるものであり、その精神と価値観は150年近くが経過した現代のデザインにも残り続けています。

参考文献

Artwords®「アーツ・アンド・クラフツ運動」[artscape], 2024年. <https://artscape.jp/artword/5555/> (2025年12月21日閲覧)。
野見山桜「『アーツ・アンド・クラフツ運動』と『日常のデザイン』——現代にも通ずるウィリアム・モリスの理想とは?」『美術手帖』, 2023年. <https://bijutsutecho.com/magazine/series/s71/26965> (2025年12月21日閲覧)。

変容する「クリエイティブ・クラス」

デザインの「自由」と「解放」を担う主体について考える上で、提言内で立ち返られていた概念が「クリエイティブ・クラス」です。これはアメリカの都市経済学者リチャード・フロリダが2000年代に提唱した概念で、多くの先進国で労働力人口の約3割を占める、まったく新しいタイプの労働者を指します。彼らの役割は、新しいアイデアや技術、コンテンツの創造を通じて経済を成長させる機能を担うこと。具体的には、科学者、エンジニア、建築家、デザイナー、教育者、アーティストに加え、独自の判断に基づき複雑な問題解決に取り組む知識労働者もこれに含まれます。

クリエイティブ・クラスの大きな特徴は、グローバルなレベルで価値観を共有し、金銭的報酬よりも内発的な報酬が動機づけに不可欠な人々である点です。彼らは世界的に流動性が高く、経済成長の担い手として注目され、都市間、企業間で獲得競争が展開されています。

しかし、本提言においても指摘されているように、この概念が提唱されてから20年以上が経過した今、状況は変わりつつあります。デザインという活動に関わる主体は、創り出す者だけでなく、プロセスに関わる全ての人、そして製品やサービスを購入・使用する市民にまでその意識が広がり、「社会全体でデザインの活動に参画している時代」に差し掛かりつつあるのです。

フロリダ, リチャード「『クリエイティブ・クラス』とは何か 産業革命に匹敵する大変化が始まっている」『DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー』, 2007年5月号, ダイヤモンド社。
フロリダ, リチャード (井口典夫 訳)『クリエイティブ・クラスの世紀』ダイヤモンド社, 2007年。

PICKUP GOOD DESIGN

提言1の視点から選ぶ グッドデザイン



住宅

DLT木造仮設住宅

2024年の能登半島地震により建設された応急仮設住宅。木材に穴をあけて並べたものに木ダボを挿し込んで接着剤を使わずにパネル化したDLT (Dowel Laminated Timber) を、箱型のユニットにして積み上げることで工期を短縮。珠洲市と輪島市において計12棟・166世帯分の二階建て仮設住宅を建設しました。



取り組み

学校断熱ワークショップ

教室の断熱性能が低いのでエアコンがあっても夏季は有効に温度が下がらず冬季は寒い。そこで快適性の確保と省エネルギーのために生徒が主体となって「断熱ワークショップ」は始まりました。先生だけではなく地域の大人も巻き込んで開催されたワークショップは自治体の脱炭素政策検討にもつながり、それが全国へ広がるデザイン・ムーブメントとなりました。



テーブルウェア

精成舎 うづらシリーズ

「uzra (うづら)」は、環境配慮型の新素材「晟土 (せいど)」を用いた肥前吉田焼の器シリーズです。釉薬を使わずに焼成でき、CO₂排出量を約40%削減。不良とされがちな鉄粉も意匠として取り入れ、高い良品率を実現しました。デザインは安積伸氏が手がけ、実用性と美しさを兼ね備えた“はじまりのうつわ”として注目を集めています。

付録

FURTHER DIVING

提言をより深く理解するための参考作品

セレクト&文・齋藤 精一

BOOK

ハンナ・アーレント
『人間の条件』(1958)

今の時代は「活動」の時代だと私は思います。デザインが「労働」「仕事」だけではなく、もっと多くの人にとって「活動」化することで、人や地域が創られ、最終的には産業や経済を強いものにしたいと思います。

BOOK

Jennifer C. Lena
『Banding Together: How Communities Create Genres in Popular Music』(2012)

「共創」という言葉が当たり前になった今でも、多くの人が沢山の障害に直面しています。この本には、そうした障害をいかにして打破するのかのヒントが詰まっています。

SONG

ギル・スコット・ヘロン
『Free Will』(1972)

The Revolution Will Not Be Televised (革命はテレビには映らない)。人知れずさまざまな活動をしている人に勇気を与えてくれる一曲です。



倉本 仁

Jin Kuramoto

2025年度グッドデザイン賞
審査副委員長

デザインに「情緒」を取り戻す

デザインにおける「情緒性」の復権を提言したい。それは単なる「好み」や「美しさ」の話ではない。作り手の内から湧き上がる切実な感性が、製品や空間に「情緒」として宿るとき、それは理屈を超えて他者の心を震わせ、深い共感を生み出す。機能と論理が優先される現代において、デザインが人間同士の相互理解を促し、文化を共創するための「社会との接続点」になり得る。その可能性を、「情緒」という視点から再定義したい。

いま必要なデザインの「先祖返り」

デザインが生まれる起点が「外側」に偏りすぎているのではないか——ここ数年、そんな危機感にも似た感覚を抱くようになった。

マーケティングデータ、社会課題の解決、コストパフォーマンス……外的な条件やロジックをパズルのように満たしていけば、確かに「説明可能な正解」にはたどり着く。ロジックは、私たちを守ってくれる便利な鎧だ。

しかし、その鎧で武装することで、作り手自身が内側に秘めている「本当はこれが作りたい」「理屈抜きにこれが好きなんだ」という直感的な確信や、ある種の「わがまま」とも言える衝動に、蓋をしてしまっていないだろうか。

かつて産業革命の時代、機械による大量生産が可能になり、均質で安価な製品が世に溢れた。人々は便利さを手に入れた一方で、それまで職人が手仕事で作っていた道具が持っていた「美しさ」や、それを愛でる「生活の豊かさ」が失われてしまった。その状況を嘆き、もう一度生活の中に美と喜びを取り戻そうとしたのが、ウィリアム・モリスによる「アーツ・アンド・クラフツ運動」だ。これが近代デザインの起源の一つと言われている。

いま私たちが直面している状況は、形こそ違えど、この時代とどこか重なる部分があるように思えてならない。デザインのメソッドが普及し、誰もがそれなりのクオリティのものを手軽に

生み出せるようになった現代において、失われつつあるのは、「作り手の魂」や「情緒」なのではないだろうか。

だからこそ、私はある種の「先祖返り」を提言したい。ロジックや正解探しからいったん距離を取り、作り手の内側から湧き上がる個人的な美意識や熱量に深く潜ること。そして、そこから生まれる「情緒」や「^{おもむき}趣」を、もう一度デザインの中心に据えること。一周回って、それこそが最も新しい価値となるフェーズに来ている。

噛めば噛むほど味が出る「うまみ」のデザイン

では、これからのデザインに求めたい「情緒」や「趣」とは何か。私は自らがデザインを手がける際、それを「うまみ」という言葉で表現することがある。

一見シンプルでも、噛めば噛むほど味が染み出し、使い続けることで愛着が増していくような深み。その背後には、作り手の膨大な思考と、「どうしてもこれを実現したい」という執念にも似た美意識が詰まっている。そうした「うまみ」のあるデザインこそが、消費されて終わるのではなく、長く人々の生活に寄り添うことができる。

今年度の受賞作には、そうした「うまみ」を持った、作り手の覚悟を感じさせるデザインを発見できた。

たとえば、金賞を受賞したハンカチーフ「クラシクス・ザ・スモールラグジュアリ」。効率や均質性を考えればミシンで縫うべき縁の部分を、あえて手縫いの不均質な揺らぎを残して仕上げている。そこには「風合いが良いから」「美しいから」という、作り手の純粋な美学が感じ取れる。そして、それこそが手にした時に「なんかいいよね」という理屈抜きの肯定感を使い手に与え、大切に使いたくなる気持ちを喚起する。

レンズ交換式ミラーレスカメラ「Sigma BF」も同様だ。経済合理性だけを考えればリスクでしかない「金属の削り出し」の筐体や、すべてのパーツをシルバーで統一するという挑戦もまた、作り手の凄まじい覚悟と美意識の結晶。その結果、カメラ市場が縮小傾向にある中でも、これまでカメラに興味がなかった層までもが「これが欲しい」と手を伸ばす現象が起きている。

「いいもの」は理屈を超えた「接続点」を生み出す

不思議なことに、そうした個人的な熱量やこだわりから生まれた「情緒」は、言葉を尽くして説明せずとも、受け手の感性に直接届く。

いいものは、見ればわかる。乱暴な言い方に聞こえるかもしれないが、この「わかる」という感覚の共有こそが、社会における「接続点」になるのではないだろうか。

その最たる例とも言える受賞作が、大阪・関西万博の木造建築物「大屋根リング」だった。建設前には社会的意義やコストに対する厳しい視線が注がれ、多くの議論や摩擦があったことは記憶に新しいだろう。「終わった後はどうするんだ」「無駄ではないか」……論理的な批判はもっともだ。

しかし、実際にあの圧倒的な木造建築が立ち上がったとき、理屈を超えた「空間の力」が多くの人々を黙らせ、感動させた。作り手がリスクを背負い、戦い抜いて作ったものには、有無を言わさぬ「オーラ」のようなものが宿る。それが、批判的な言葉さえも飲み込み、人々の心を動かすのだ。

もちろん、不便を解消し、社会課題を解決することは重要だ。しかし、それだけではこぼれ落ちてしまう「豊かさ」がある。

圧倒的に美しいもの、情緒的な豊かさを湛えたものがただそこに存在するだけで、人々の心が豊かになり、風景が変わり、使う人の所作までもが美しくなる——そんなデザインの根源的な力を、私たちはもう一度信じてもいいはずだ。誰もが「こ

れがあってよかったよね」と感じる「接続点」が増えていくことが、社会全体を良い方向へ導く力になると信じている。

「準備運動」で美意識を耕す

では、組織や個人がこうした「情緒」のあるデザインを生み出すためには、どうすればいいのだろうか。

それはメソッドやマニュアルで解決できることではなく、作り手自身の「美意識」を耕すしか道はない。

たとえば、私はよく「デザイン思考のワークショップは、あくまで準備運動だ」という話をする。デザイン思考は素晴らしいツールだが、それを使えば自動的にクリエイティブな答えが出る魔法の杖ではない。「観察すること」「社会に目を向けること」の重要性を知り、凝り固まった思考をほぐすための、いわば柔軟体操のようなものだ。

クリエイションの本番は、その先にある。自身の身体の中に「いい」の基準を持っていなければ、いざという時に適切な判断を下すことはできない。日々の「準備運動」をしていない身体からは、とっさの瞬間にいいアウトプットは生まれない。

この点において、以前訪れたデンマークのテキスタイル企業「Kvadrat（クヴァドラ）」の姿勢には、経営的な視点からも強い感銘を受けた。コペンハーゲンから離れた田舎、広大な牧草地の中に佇む美しい社屋。敷地内には羊が放牧され、至る所に現代アートの作品が置かれている。そして何より驚いたのは、社員が美術館に行ったり映画を見たりする費用を会社が負担し、個人の美意識の醸成を推奨しているという事実だ。

彼らは知っている。ものづくりの現場は、企画から製造、販売に至るまで、無数の「判断」の連続であることを。その一つひとつの小さな分岐点で、より美しい方、より趣のある方、より本質的な方を選び取る力は、マニュアルを読むだけでは身につけられない。それは、豊かな美意識を持った個人の集合体からしか生まれないのだ。結果として、Kvadrat社は世界のテキスタイルデザインを牽引する存在となっている。

マーケティングの正解をなぞるのではなく、自らの感性を信じ、覚悟を持って「情緒」を宿す。そうした個人的な「はじめの一步」が、結果として多くの共感を呼び、文化をつくる大きなうねりになっていく——そんな未来を、私は楽しみにしている。

PROPOSAL 2

提言 2 デザインに「情緒」を取り戻す

解説：提言の背景・関連トピック

文責＝編集部

「美」を追究した「民藝運動」

本提言は、現代のデザインがロジックや機能性によって失いがちな「情緒」や「美意識」の復権を説いていますが、日本においてそうした志向のもとで展開された運動の源流として「民藝運動」があります。

民藝運動は1926年（大正15年）に、思想家である柳宗悦と陶芸家の濱田庄司、河井寛次郎らによって提唱された生活文化運動で、提言1や提言2でも言及されるアーツ・アンド・クラフツ運動からも影響を受けています。当時の工芸界が華美な装飾を施した鑑賞用の作品を主流としていたことに異を唱え、名も無き職人によってつくられた日常の生活道具に、美術品に負けない美しさがあるという新しい価値観を提示しました。この民藝運動はたびたび再評価の動きも興っており、昨今では2012年にプロダクトデザイナーの深澤直人氏が日本民藝館の第5代館長に就任したことも契機として、現代的視点からの民藝にまつわるさまざまな議論や展示、デザインが行われています。

民藝運動は、工業化が進み手仕事の文化が失われつつあった時代への警鐘でした。現代においてデザインを「作り手の魂」や「情緒」を取り戻す「先祖返り」と捉える本提言は、民藝運動による「美」の追究とも通ずる面が少なくないでしょう。

「暗黙知」の重要性

提言の中で語られた「言葉を尽くして説明せずともわかる」という感覚や、作り手の身体に宿る「うまみ」は、経営学や哲学の領域で「暗黙知」として定義される概念です。

ハンガリー出身の物理化学者・哲学者マイケル・ポランニーが1966年に刊行した著書『暗黙知の次元』で提唱した「暗黙知」という概念。その含意は、「我々は言葉で語れる以上のことを知っている」という有名な言葉に象徴されます。マニュアルやデータのように言語化・数値化して客観的に伝えられる「形式知」との対比で、個人の経験や身体感覚、勘、直感といった言語化が困難な知識を指します。

倉本氏が指摘するように、ハンカチの手縫いの揺らぎや、シグマのカメラが持つ質感といった「情緒」は、作り手の身体的な経験の積み重ね＝暗黙知から生まれる、とも捉えうるでしょう。提言内で言及されるKvadrat社が社員の美意識を育むために投資しているのも、まさにこの暗黙知の土壌を肥やす行為と言えます。

参考文献

日本民藝協会「民藝」の趣旨―手仕事への愛情【日本民藝協会】. <https://www.nihon-mingeikyokai.jp/about/purpose/> (2025年12月21日閲覧).
日本民藝協会「民藝とは何か」【日本民藝協会】. <https://www.nihon-mingeikyokai.jp/about/> (2025年12月21日閲覧).
日本民藝協会「手仕事の国」で生まれた民藝品の数々【日本民藝協会】. <https://www.nihon-mingeikyokai.jp/about/mingeihin/> (2025年12月21日閲覧).

Artwords®「民藝運動」【artscape】. 2024年. <https://artscape.jp/artword/6831/> (2025年12月21日閲覧).
ポランニー、マイケル（高橋勇夫 訳）『暗黙知の次元』筑摩書房、2003年.
一般社団法人日本経営心理士協会「暗黙知」【経営心理学用語集】. <https://keiei-shinri.or.jp/word/2877/> (2025年12月21日閲覧).

PICKUP GOOD DESIGN

提言2の視点から選ぶ グッドデザイン



身につけるもの

クラシクス・ザ・ スモールラグジュアリ

108色のハンカチーフは「色」をもうひとつの言葉ととらえ、気持ちを伝えるためのツールとしてデザイン。多くの方に手に取ってもらえる108色のカラーバリエーションを用意し、12色ごとに意味を持たせ、9つのテーマに分けて展開しています。贈る人・使う人それぞれの心情に寄り添い、選ぶ楽しさや表現の幅を広げるデザインです。



オーディオ／ビジュアル

Sigma BF

シグマは、カメラを「人の意識を変え、創造性を刺激する存在」と捉えています。この考えを出発点に、日々手にし、長く寄り添えるカメラの在り方を問い直しました。従来の常識にとらわれることなく、カメラの構成要素を根本から再構築。写真の本質である「撮ること」の純粋な喜びを引き出すために、Sigma BF は生まれました。



公共空間／土木／景観

大屋根リング

大屋根リングは、「多様でありながら、ひとつ」という会場デザインの理念を表す大阪・関西万博会場のシンボルとなる建築物です。日本の神社仏閣などの建築に使用されてきた伝統的な貫接合に、現代の工法を加えて建築しています。会場の主動線として円滑な交通空間であると同時に、雨風、日差し等を遮る快適な滞留空間として利用されます。

付録

FURTHER DIVING

提言をより深く理解するための参考作品

セレクト&文・倉本 仁

PRODUCT

Appleの初代「iMac」 (1998)

半透明ボディと鮮烈な色彩で従来の灰色のPC像を一新し、家電的な親しさと革新性を両立。プロダクトデザインの可能性を大いに広げる発明であった。

PRODUCT

初代ミニ『Mk-1 (マークワン)』 (1959)

燃料不足の社会背景から生まれた製品で、設計者アレック・イシゴニスがエンジニアとデザイナーを兼任。機能主義的パッケージングが外観デザインへ直結した稀有な存在で、両役割が一体化した好例である。

MOVEMENT

デザイン集団「メンフィス」 (1980年代)

メンフィス (Memphis) はポストモダンデザイン運動で、鮮やかな色彩、幾何学模様、素材の遊びを特徴としている。機能性中心の近代主義に反抗した大胆で装飾的なスタイルでデザインの可能性を押し広げた。



永山 祐子

Yuko Nagayama

2025年度グッドデザイン賞
審査副委員長

「未来の当たり前」のために 挑戦し続ける

「今」は過去と未来の通過点であり、連綿と続く時間の一断面にすぎない。「未来の当たり前」のために、いま何をすべきかを私たちは常に問われている。デザインを一過性のものとしてではなく、過去と未来をつなぐ時間軸の中で捉え、考えていくことが大切だ。良いアイデアがあれば周りをどんどん巻き込み、共感するアイデアがあれば積極的に巻き込まれていく。立場を超えてみんなで考えていく、そんな空気感を作っていきたい。

「継続」の重要性

はじめの一步からの「継続」の大切さに気付かされた作品が、グッドデザイン大賞を受賞した「DLT 木造仮設住宅」と、金賞を受賞した「ホテルが無い、水中花が咲く清流・源兵衛川」だ。グッドデザイン賞は“新しい芽吹きを愛でる賞”とも言われる。しかし新しい芽吹きは、時に続かず萎んでしまうこともある。初動の勢いがなくなっても、なお継続し、さらに発展させていくのはとても難しいことだ。

「DLT 木造仮設住宅」の建築家・坂茂氏は1995年、阪神淡路大震災の時からNPO法人VAN（ボランティア・アーキテクト・ネットワーク）を設立し、以後国内外で災害支援を自発的に行ってきた。2022年にはウクライナでも、紙管を使ったプライバシーを守る間仕切りのシステムを避難所に設置する活動を行っている。今回の能登の避難所は、仮設建築の考え方をさらに一歩進め、仮設住宅でありながら、その先の恒久住宅にもなるように設計。新しくDLTシステムを使い、木の表しによる心地良い住環境が実現されており、住んだ人がこの場所を離れたがらないという話も聞く。非常時を見越して常に研究を積み重ねてきた成果が発揮された。

「ホテルが無い、水中花が咲く清流・源兵衛川」も、1990年から始まった息の長い取り組みだ。高度経済成長期に工場排水や生活排水で汚されてしまった川を、行政とNPOがタッグを組み、そこに建築家やランドスケープデザイナーが加わって

魅力的な親水空間をつくった。それが今や三島の人の人々のアイデンティティにもなっている。35年にわたって活動を存続・維持してきたが、若い世代には当たり前になってしまったこの風景を改めて見直し、未来につないでいきたいという思いで、グッドデザイン賞への応募を決めたそうだ。

インフラ、地域資源、公共空間のデザイン

また、スモールコミュニティにおけるインフラの新しい仕組みのデザインも目立った。長崎県五島市赤島の「しまあめラボ」は、国内で唯一“雨水だけで生活する島”において、雨水を貯水・浄化する施設「雨畑」の構築と、島外の人も参加できる体験型環境教育プログラム「雨水生活体験」の活動デザインが主な内容だ。この活動はこの島だけにとどまらず、将来、災害時に私たちを支えてくれる存在へ発展する可能性もある。

「大日止昂小水力発電所」は、宮崎県日之影町^{おおひと}大人地区において、農業用水路を農閑期に小水力発電に転換し、その収益を用水管理や地域活動に還元して災害レジリエンスを高めるプロジェクトだ。発電所の佇まいも、貯蔵庫や家畜小屋に使われていた伝統的な石蔵の石材が再利用され、風景に溶け込み、建築としても魅力的だ。これまで埋もれていた地域資源の利活用モデルとして、今後多くの地域に応用できる仕組みだと思う。

行政主体による取り組みのデザインも魅力的なものが多く見られた。「千代田区公園基本方針2025+公園リニューアル」。公園の入り口の看板に、近年禁止事項が増え続け、“公園は一体誰のものなのか”と問いたくなる経験は、子育ての中で何度もあった。千代田区の取り組みは、そうした禁止事項を見直し、58箇所の公園それぞれに規模や位置付けに応じた特徴を与え、花火やボール遊び、水遊びなど、これまで禁止されていたことができる公園へと再構築した。

進む一次産業における新たなデザイン

一次産業にまつわるさまざまな取り組みのデザインも印象的だった。北海道で実用化されている「レポサク」はスマート農業基盤システム。広大な農地で、親方の指示のもと何十台もの車両を動かしていた農作業。お互いの位置を誤差12cmという高精度でリアルタイム把握することで連絡回数が激減し、作業効率が格段に向上した。熟練技術を可視化することで技術継承にもつながり、若い世代の農業参画も促している点が素晴らしい取り組みだった。作業軌跡を表す黒地にカラフルなラインの画面もインターフェースとして美しく、印象に残った。

「牧場を通じた地域共育型デザイン」は、コロナ禍を契機に本州では少ない放牧酪農に取り組み、創業80周年を機に価値の再構築を行った。牛の堆肥が土に還り、草を育み、また牛がそれを食べて乳となるという循環そのものが牧場の風景となり、人々を惹きつける魅力的な場所になっている。「動物・人・土地のより良い循環」を軸に、牧場の新しい在り方を提示し、生産された牛乳のパッケージやロゴに至るまで、その精神が貫かれている。

「木を伐らない林業」も新鮮だった。育林に特化した林業で、大型ドローンを駆使し、これまで負担の大きかった伐採木の運搬に一役買っている。林業分野で女性の活躍を後押ししている点も、素晴らしい取り組みだと感じた。

過去と未来をつなぐ時間軸の中でデザインする

今年は審査副委員長として3回目の年だった。この3年間でさまざまな気づきがあった。初年度には海外審査委員からの指摘を受け、グッドデザイン賞にはグローバルイシューよりローカルイシューに目を向けた作品が多いことに気付かされた。足元からデザインの源流が生まれ、まずはマイクロコミュニティで実装され、やがて拡大していく姿を見て、ここにこそこれからのデザインの役割と可能性があるのではないかと、細やかな気づきこそが未来を切り開くのではないかと感じた。

2年目には、アイデア段階ではまだスケールが小さくても、共感できる部分があれば巻き込まれる人がいて、実現に向けて大きく動き出す可能性があることを改めて実感した。

そして今年、3年目。30年以上続く活動が大賞・金賞に輝いた。初動から、いかに存続させ、発展させ、未来のスタンダードをつくるか。その軌跡を見るようだった。私たちがいま当たり前のように触れているものも、過去の誰かのアイデアが、誰かの努力によって受け継がれた成果かもしれない。

「今」は過去と未来の通過点であり、連綿と続く時間の一断面にすぎない。「未来の当たり前」のためにいま何をすべきか、私たちは常に問われている。デザインを一過性のものでではなく、過去と未来をつなぐ時間軸の中で考えていくことが大切だ。良いアイデアがあれば周りをどんどん巻き込み、共感するアイデアがあれば積極的に巻き込まれていく。立場を超えてみんなで考えていく、そんな空気感がグッドデザイン賞の発信を通して醸成されていくことを、強く望んでいる。

解説：提言の背景・関連トピック

文責＝編集部

「バックカスティング」で「未来の当たり前」へ

本提言は、デザイン活動を「過去と未来をつなぐ時間軸」の中で捉え、「未来の当たり前」のために「いま何をすべきか」を常に問い続ける必要性を強調しています。この思考法を戦略的に体系化した方法論として、「バックカスティング」(Backcasting)があります。

バックカスティングとは、カナダの環境学者ジョン・B・ロビンソンが1980年代に提唱した概念で、あるべき理想の未来を先に描き、そのビジョンから逆算して、現在おこなうべき活動やその優先順位を決める手法のこと。現在の動向を基に未来を予測する従来の「フォアカスティング」(Forecasting)とは対極に位置します。

永山氏が重視する、初動の勢いが失われてもなお「継続」し「発展」させ、「未来のスタンダード」を築くという姿勢は、この長期的な目標(インパクト)から現在に立ち返り、必要なステップやマイルストーンを設計するバックカスティングのプロセスに不可欠です。バックカスティングを実践することで、現状の制約にとらわれずに普段では気づかない選択肢を発見したり、現時点では乗り越えられない二項対立的な課題についても融合できるシナリオを描いたりすることが可能になるはずです。

参考文献

Irwin, Terry 「The Emerging Transition Design Approach」2018.
Irwin, Terry and Tonkinwise, Cameron 「Transition Design: The Importance of Everyday Life and Lifestyles as a Leverage Point for Sustainability Transitions」2015.
Robinson, J., 「Futures under Glass: A Recipe for People Who Hate to Predict」1990.
馬田隆明「未来を実装する——テクノロジーで社会を変革する4つの原則」英治出版、2021年。
馬田隆明「解像度を上げる——曖昧な思考を明晰にする「深さ・広さ・構造・時間」の4視点と行動法」英治出版、2022年。
朝日新聞SDGs ACTION! 「バックカスティングとは メリットや注意点、フレームワークを解説」.2023年。
<https://www.asahi.com/sdgs/article/14961761> (2025年12月21日閲覧)。

「トランジションデザイン」による社会変革

「未来の当たり前」に向けて長い時間をかけて変革に取り組んでいく際、近年注目を集める「トランジションデザイン」(Transition Design: 移行のデザイン)のアプローチが有効となるはずですが。

トランジションデザインは、提唱者の一人であるデザイン学研究者のキャメロン・トンキンワイズによると、21世紀の社会が直面する気候変動やパンデミックなどの「厄介な問題」(Wicked Problem)に対処するため、システムレベルでの変革を目指す学際的なデザインアプローチです。従来のデザインが既存のシステム内で解決策を探るのに対し、トランジションデザインは、長期的な未来ビジョンから出発し、システムそのものを根本的に変革していく必要性に着目します。この手法においては、先程も紹介した、まず望ましい未来を描き、そこから現在へと道筋を設計する「バックカスティング」の考え方を採用します。

永山氏が提唱する「立場を超えてみんなで考えていく空気感」は、まさにトランジションデザインが重視する「共感・共創」や、当事者たちによる自主的な「ひらかれた」デザインの実現、そして個人や社会のマインドセットの転換に通じるものです。社会を持続可能な方向へ導くためには、一握りの専門家だけでなく、さまざまなステークホルダーが長期的なビジョンを共有し、協力してシステム全体へ介入していくことが鍵となるでしょう。

公益財団法人日本生産性本部「バックカスティングとは：パーパス・戦略策定における活用方法」.2022年。
https://www.jpc-net.jp/column/detail/post_11.html. (2025年12月21日閲覧)。
IDEAS FOR GOOD「トランジションデザイン提唱者に聞く、社会の「厄介な問題」のほぐし方【多元世界をめぐる】」2023年。<https://ideasforgood.jp/2023/06/14/transition-design/>. (2025年12月21日閲覧)。
株式会社ロフトワーク。「Transition Leaders Starter Kit」2023年。https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/souzousei_jinzai/pdf/12_workbook.pdf (2025年12月21日閲覧)

PICKUP GOOD DESIGN

提言3の視点から選ぶ グッドデザイン



公共空間／土木／景観

ホタルが舞い、水中花が咲く 清流・源兵衛川

三島の宝が世界の宝に！世界かんがい施設遺産

本事業は、三島人が汚した川を三島人が川に入り実践活動を通して蘇らせた清流です。人と動植物が共生できる「エコロジーアップ」の思想がデザインのコンセプト。今では子どもたちが気軽に川遊びや魚採りができ、多くの観光客が川の中を歩き、ホタルが乱舞して水中花ミシマバイカモが咲き乱れる、自然度の高い川に再生されています。



取り組み

牧場を通した 地域共育型デザイン

広島市湯来町で85年続く牧場です。コロナ禍を機に放牧酪農へと舵を切り、「暮らしと命につながる酪農」の価値を実感できるあり方の再設計を目指しています。地域と協働しながら放牧地や体験農園、交流拠点を整備するとともに、ロゴやパッケージなどのデザイン面からも理念を可視化し、これからの酪農の姿を問い直すプロジェクトです。



公共空間／土木／景観

XINZHONGSHAN LINEAR PARK

台北にあるこの変革的な都市プロジェクトは、見過ごされていた公園を、住民、通勤者、家族、訪問者のためのダイナミックで活気ある公共空間へと再生させました。日中と夜間の利用をサポートするプログラム可能なサイト特有のデザインスペースにより、包括性、アクセシビリティ、持続可能性を重視しながら、近隣を再び結びつけ、地域の商業を育成し、社会的交流を促進します。

付録

FURTHER DIVING

提言をより深く理解するための参考作品

セレクト&文・永山 祐子

PROJECT

MASS MoCA
(マサチューセッツ現代美術館)
(1999)

工場閉鎖後、街に失業者が溢れていることを危惧し、文化的なミュージアムを起点にノースアダムス市を再生するために生まれたプロジェクト。多くの市民の賛同を集めてマサチューセッツ州の助成金を得て建設され、アート街の再生を行った好事例。

BOOK

佐藤卓
『塑する思考』(2017)

グラフィックデザインの枠を超えた活動に、以前から興味を持っていた佐藤卓さんのデザインの捉え方に関する書籍。日常の中の小さな気づきからデザインに向き合う姿にとても共感した。

EXHIBITION

「デザインあ展 neo」
(2025)

会場に行って驚いたのは親子から若いカップル、年配のグループまで幅広い年代の来場者でござった返っていたこと。オリジナリティある日常のデザイン視点の切り取りとエンタメ感が人々を惹きつけている。



太田 直樹

Naoki Ota

2025年度グッドデザイン賞
フォーカス・イシュー・リサーチャー

アーキテクチャから 余白と更新を生み出す

私たちの暮らしを支えるシステムは、しばしば見えない設計=アーキテクチャに左右されている。私の提言として、牧場、公園、伝統工芸の3つの受賞作から、制約でありながら創造の余白を生むデザインを読み解き、社会のOSを書き換えるようなデザインの兆しを探る。アーキテクチャを手がかりに、見えない決め事の設計をどこまで開き、誰と共有できるのかを問い直す。

既存のシステムを揺さぶるうねり

私たちは、食べたり、移動したり、仕事をしたり、寛いだり、さまざまな場面で「システム」に支えられている。システムは、いつも良いことばかりとは限らない。時間がかかったり、ストレスがあったり、値段が高かったり悪いことも起きる。そして、普段はこうしたシステムについて意識することはあまりなく、システムは変わるものだ、あるいは変えられると思っていない。デザインが形を超えて“構造”を扱う時代に入った。では、どのように社会は設計されるのか？

今年のグッドデザイン賞で、多くのデザインから感じたのは、デザインが「社会構造を形づくる設計」——25年前にローレンス・レッシングが光を当てた「アーキテクチャ」を作り出していることだ。ここでいうアーキテクチャとは、法律や市場と同じように、人の行動や関係を決めてしまう「見えない設計」のことだ。アーキテクチャは、人の行動を制約する構造であると同時に、ある関係性や創造性を可能にする場でもある。このバランスによって、システムを変える可能性が生まれる。

1 循環を身体で感じるアーキテクチャ “私たちはうんこで出来ている”

サゴタニ牧農の「牧場を通じた地域共育型デザイン」は、牧場と牛、牛乳と私たちの生命の循環について、頭に知識を入れるだけではなく、「現地現物を大切に、身体的にフックがかかる形」(サゴタニ牧農3代目の久保宏輔さん) でつながりをつくる。日本でわずか2%の「放牧酪農」とは何か。輸入した飼料ではなく、牧場で育った草を牛が食べる。牛のふんは堆肥となり土

を豊かにする。自然の中で育った牛から絞られた乳は季節によって味が変わる。それを「はるとなつ牛乳」「あきとふゆ牛乳」としてそのまま届ける。日々飲んでいる牛乳が、牛のうんこにつながっていることを、牧場を訪れたときに身体で覚えていく。サゴタニ牧農のアーキテクチャは、物理的な設えが徹底されているだけでなく、それによって“循環に気づく身体体験”を生み出すように設計されている。

2 自由をひらくルールのアーキテクチャ “使用済みの花火は必ず持ち帰る”

多くの公園で「〇〇しない」という制約が増え、自由に遊べない傾向にある中、千代田区の公園は画一的で禁止事項が多い公園から、多様でさまざまな「やりたいこと」が楽しめる公園に生まれ変わっている。「千代田区公園基本方針2025+公園リニューアル」の設計を行なった山田裕貴さんの言葉で印象に残ったものの一つが、「やりたいことが出来るようにルールをつくる」である。公園で花火を楽しむためにどんなルールがあればいいのか。ドッグランやスケートボードではどうか。公園がある地域の特徴を考えながら、利用者が行政とつくるルールは、制約でもあり、同時に自由の余地を生み出すという点で、まさにアーキテクチャである。

3 伝統を時間を超えて更新するアーキテクチャ “モジュール化するときに、変えたことは4つ、 変えなかったことは3つあります”

「Next Artisan, a new way to preserve traditional rush weaving art」でグッドフォーカス賞 [新ビジネスデザイン]

を受賞した台湾の^{イブツ}藺草編み協会は、300年以上続く伝統工芸について、認定職人の平均年齢が70歳から40歳に下がったことに象徴されるように、工芸の保存にとどまらず、将来に向けて持続的な変化を生み出している。その背景には、伝統を口伝からモジュール化したデザインの知恵がある。人によってやり方が異なる技法に対して、「標準」を決めて、変えることと変えないことを意識しながらカリキュラム化されている。藺草編み協会のPo-Chun Hsiaoさんの「台湾では生きた伝統技術を守る」という動的な視線がとても印象に残っている。

アーキテクチャが生み出す関係と創造性

アーキテクチャの可能性は、創造の余白を生み出すことにある。水野祐さんが著書『法のデザイン』でレッシングの枠組みを参照して解説しているように、クリエイティブ・コモンズは、著作権による権利保護 (All Rights Reserved) と、誰も権利を持っていない領域 (No Right) の間に、情報コンテンツの作者が著作権を保持しながらも、一部の権利を解放する (Some Rights Reserved) という中間領域を生み出す。この余白は、さまざまなヒト・モノ・コトが出会い、変化が生まれる土壌となる。

千代田区の公園と台湾の藺草編み協会の活動では、この余白が意図的につくられている。千代田区の公園では、公園の機能がモジュール化され、大きくは「すべての公園に備わっている機能」と「公園ごとに特色がでる機能」に分かれる。前者には、自然環境機能と憩い機能、防災機能がある。山田さんは、公園の設計について、千代田区全体の考え方と個別の公園の設計の間の領域が面白いと話している。この中間層の面白さは、アーキテクチャによって生まれているのではないだろうか。

藺草編み協会は、技術や文化の標準形をモジュール化している。Po-Chun Hsiaoさんは、ピラミッド構造と表現していたが、アーキテクチャとして物理的・技術的な要素が標準形として裾野を形づくることで、現代的なデザインや環境への配慮といった新しい要素を自由に試すことができる余白 (ピラミッドの上部) が生まれている。

また、2024年度の受賞作で、介護予防・外出自主トレーニングプログラムのGoトレを推進するSMARTふくしラボの小柴さんはGoトレには自信があったが、ある人から「それは成功モデルではない。黒部で人的資産がある小柴さんだからできたサービス」と言われてショックを受けたと言う。それを機に変化を生み出す土壌である人とコミュニティに焦点を当て、サービスを創意工夫する余白をつくった。

このように、アーキテクチャはこれまでは変えることを考えなかったようなことを構造から変えていく力がある。ただ、注意点がある。それは、不透明性である。アーキテクチャは必ずしも善意のためだけに使われるわけではない。行政や企業は法律や市場を通して直接働きかけるのではなく、アーキテクチャによって、例えば専門家を通じて、裏側にある意図を隠して、市民や利用者に不透明な形で目的を果たそうとすることがある。

アーキテクチャを広く開いて、積み重ねていく

レッシングがアーキテクチャに注目した2000年ごろに比べて、現代ではアーキテクチャの影響力は、スマートフォンとソーシャルメディアによって非常に大きなものになっている。水野さんが例に挙げている2015年に起こった東京オリンピックのエンブレム問題は、著作権が引いた「ここまでは大丈夫/ここから先はアウト」というラインを、ネットにおける不寛容や暴力が大きく引き上げたと言える。

今回取り上げた3つの受賞作は、サゴタニ牧農の体験ツアーや千代田区の公園のルールづくり、藺草編み協会のテキストづくりなど、アーキテクチャの透明性が重視されていることが素晴らしい。だが、一般論として、アーキテクチャが使われるとき、透明性には注意を払うことが望まれる。さらにデザインとシステムの更新の関係を考えると、人と人との決め事 (アーキテクチャ) が積み重なると、法律を変える力も持ちうる。例えば、シェアリングは、「暮らす」と「泊まる」の間にあるサービスで多数の契約を行うことで、旅館業法の改正につながり、一定の要件を満たせば、簡易宿所のフロント設置義務が緩和されるようになった。

これからデザインは、空間やプロダクトに限らず、人々の関係性や行動を規定する社会の見えない設計を含んで、システムを変えていく起点となるだろう。変化のプロセスでは、アーキテクチャがつくる余白が、新たな出会いや行動、関係の可能性を広げていく。その際、その設計は専門家が一方的に行うものではなく、私たち一人ひとりが使いながら、問い直しながら生み出していくことが大切になる。

まとめ システムの変化を生む視点

なにがなにを規制しているか。
例えば、誰かを車に乗せて運ぶことについて。

規制が行動や関係にラインを引くことで、
その外にどのような余白があり、
どのような試行が行われているか。

余白が侵食されるとしたら、それはどのように起こるのか。

解説：提言の背景・関連トピック

文責＝編集部

「アーキテクチャ」を問い直す

本提言の主題である、見えない決め事的设计=「アーキテクチャ」は、米国の憲法学者ローレンス・レッシングが提示した、人の行動をコントロールする規制作用の概念です。レッシングは、社会の規制作用を「法」「規範」「市場」「アーキテクチャ」の4つの力に分類。アーキテクチャとは、「世界のあり方」あるいは「つくられた環境」による行為の制約を指し、現代の情報社会においては、インターネットを構成するハードウェアやソフトウェアに組み込まれた「コード」が、この規制作用として中心的な役割を果たすようになっていきます。

アーキテクチャの重要な特徴の一つは、法律が違反に対して事後的に制裁を課すのに対し、行為を事前に不可能または著しく困難にする「事前規制」としての性格を有している点です。これにより、規制に従う個人が制約を認識していなくても、人間の判断を介さずに自動的に規制を実施することができます。21世紀初頭、この「アーキテクチャ」の概念は情報社会論を中心にさかんに参照されましたが、本提言は「社会のOSを書き換えるようなデザインの兆し」として捉えている点に特徴があります。アーキテクチャは、法律や市場と同じように、人々の行動や関係性を規定する「見えない設計」です。そしてだからこそ、レッシングは、このアーキテクチャが、国の政策上の意図を、国民に不透明な形で達成するための「迂回路」として濫用される危険性も指摘しています。そのため、アーキテクチャという見えない設計を「どこまで開き、誰と共有できるのかを問い直す」ことは、デザインが社会構造の透明性を高める上で極めて重要になります。

参考文献

Lessig, Lawrence 『CODE: AND OTHER LAWS OF CYBERSPACE』 Basic Books, 1999.
レッシング, ローレンス (山形浩生・柏木亮二 訳) 『CODE インターネットの合法・違法・プライバシー』 翔泳社, 2001年.
レッシング, ローレンス (山形浩生 訳) 『CODE VERSION 2.0』 翔泳社, 2007年.
成原慧 『情報社会における法とアーキテクチャの関係についての試論的考察』 『東京大学大学院学際情報学府 修士論文』, 2011年.
Artwords® 『アーキテクチャ』 『artscape』, 2024年. <https://artscape.jp/artword/5554/> (2025年12月21日閲覧).

「システミックデザイン」という方法論

提言の背景にある、情報が少なく合意形成が難しい「厄介な問題」(Wicked Problem) への対処法として、近年注目を集めているのが「システミックデザイン」という方法論です。システミックデザインは、複雑な社会課題に対処するために、システム思考とデザインの特質を結びつけた学際的なアプローチで、日本ではデザイン研究者の武山政直らによって研究・社会実装が進められています。従来のデザインアプローチが、モノのデザインからサービスデザインへと拡張してきたのに対し、システミックデザインは、目の前の成果物やユーザー体験だけでなく、サービスのルーティンを支える慣習、認知の仕方、制度といった「社会システムそのもの」をデザインの対象とします。

この方法論の目的は、システム全体を包括的に捉え、その構造に影響を与える「システムレベルでの変革」(システムシフト) を促すことです。具体的なプロセスとして、システム思考を用いて社会課題の複雑な相互作用を可視化し(システムマップ)、少ないリソースで持続的な成果をもたらす「介入点」(レバレッジポイント) を見出します。本提言が目指す、アーキテクチャを通じて「余白」と「更新」を生み出すという試みは、システミックデザインが複雑な問題に対して、硬直した巨大計画ではなく、システム全体への介入を志向することと重なります。デザインを、単なる問題解決の技術としてではなく、社会全体の構造を透視し、システムの「規範的なルール」そのものに働きかけて変革を促す方法論として捉え直していると言えるでしょう。

Rittel, Horst W. J. and Webber, Melvin M. 『Dilemmas in a General Theory of Planning』 『Policy Sciences』 Vol. 4, 1973, pp. 155-169.
九州大学大学院芸術工学研究院 デザイン基礎学研究中心 『システミック・デザイン』. <https://www.cdf.design.kyushu-u.ac.jp/lexicon/2100/> (2025年12月21日閲覧).
ACTANT 『システミックデザインの概要をつかもう: シデゼミ Vol.1』, 2023. <https://note.com/designactant/n/n3a8177e04816> (2025年12月21日閲覧).
株式会社ロフトワーク 『Transition Leaders Starter Kit』 2023年. https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/souzousei_jinzai/pdf/12_workbook.pdf (2025年12月21日閲覧)

PICKUP GOOD DESIGN

提言5の視点から選ぶ グッドデザイン



取り組み

The Misanthrope Society

ミスアンソロープ・ソサエティは、フレキシブルでフレンドリーな職場環境を提供することで、うつ病患者をサポートすることを目的としたレストランです。患者を中心とした社会的空間を作り出し、人とのつながりと社会復帰を促します。また、認知度を高め、一般の人々がうつ病をよりよく理解し、受け入れられるよう支援しています。



取り組み

千代田区公園基本方針2025 +公園リニューアル

千代田区立公園に関する①公園基本方針策定、②公園リニューアル整備、③ソフト政策を行っています。3事業を同時に行うことで、地域の課題やニーズに対応した短期・中期での新しい公園づくりを目指しています。区の人口が増加傾向にあり、特に昼間人口が多いなど、多様な利用者ニーズに対応した公園整備の実現に向けた取り組みです。



取り組み

Next Artisan, a new way to preserve traditional rush weaving art

300年の歴史を持つ元里藁草織は、職人の高齢化によって衰退しつつあります。この伝統工芸を保護するため、藁草編み協会は伝統的な知識を文書化し、コンテストやワークショップ、研修を通じて創造的な伝達を促進する認証制度を立ち上げ、その持続可能な未来を保証しています。

付録

FURTHER DIVING

提言をより深く理解するための参考作品

セレクト&文・太田 直樹

BOOK

アダム・カヘン
『対立を超える日々の実践』
(2025)

私たちはさまざまなシステムの中で生きているが、それを換えられる主体だと感じにくい。本書は、気候変動条約の締結などシステム変容に携わってきた著者が、課題の下にある構造や価値観における小さな選択が、仕組みを変えることを描く。

BOOK

堂目卓生・山崎吾郎（編）
『やっかいな問題はみんなで解く』
(2022)

共創や共助という言葉がよく使われるが、誰が主体なのか。立場や考え方によって意見が異なり、「みんな」が合意できる解決策がなかなか見つからない。本書は「やっかいな問題」を解くための考え方、しくみ、場やネットワークを明らかにする。

PROJECT

「豊岡演劇祭」(2020～)

2020年から毎年9月に開催されている演劇祭で、観劇後に残る心身の「重さ」に向き合うことが、最近、自分のリズムになっている。疲労とも高揚とも異なるその感覚は、舞台が半分、観客が半分で作品をつくる演劇ならではの負荷と余韻だと思う。

INTERVIEW 1

大賞受賞から3年、 チロル堂に見る 「意識変容」のデザイン

吉田 田 タカシ × 坂本 大祐 × 太田 直樹



グッドデザイン賞には、次のデザインを目指す“道標”の役割がある。しかし、“賞”はあくまで通過点。受賞作が本当に社会を変え続けているのかは、その瞬間だけではわからない。その課題感から、太田直樹は3年前にグッドデザイン大賞を受賞した「まほうのだがしやチロル堂」のその後をたずねた。

未だ「理想の途中」のわけ

吉田 受賞はすごく大きかったです。地域の人や行政からの信頼につながりました。メディア露出も増え、保護者にとっても「変なところじゃなさそうだ」と安心感につながったように思います。子どもの数も増えました。

坂本 生駒市が子ども関連の施策を考えるためのアンケートをとったところ、自分にとっての「居場所」にチロル堂を挙げる子がたくさんいたそうです。すごくうれしいことでした。また、さまざまな地域からいろんな大人が遊びに来て「チロル酒場」で飲んでくれるようになったのも、大賞の影響だと思います。

太田 行き交う人が増え、運営は安定しましたか？

吉田 いえ、ずっと厳しい状況です。子どもが増えたぶん、寄付もたくさん必要になるので……。 「どうせ飲むなら、子どものためになるチロル堂にしよう」という大人も、もちろん増えました。中には「安すぎへん？ちゃんと子どもの分乗ってる？」と言ってくる人もいます。それ自体すごいことです。でも現実問題、あまりに高い値段で出したら、さすがにお客さんは来ません。それでも人が集まるなら理想ですが、まだまだ「夢の途中」だと感じています。

太田 日本には子ども食堂が1万箇所以上あると言われますが、寄付だけで運営を回せるところは決して多くなく、主宰者の持ち出しで……というところも多いでしょうね。

吉田 チロル堂もいくつか他の地域で展開してもらいましたが、どこもやはり厳しいです。すごく想いはあるものの、それだけでは運営が難しい。うちは共同代表の石田慶子さんが福祉事業所をやっていて、その一部門として運営しているから続けられている。成功しているわけではなく、「成功してほしい」という期待も込めて下駄を履かせてもらっています。

吉田 チロル堂もいくつか他の地域で展開してもらいましたが、どこもやはり厳しいです。すごく想いはあるものの、それだけでは運営が難しい。うちは共同代表の石田慶子さんが福祉事業所をやっていて、その一部門として運営しているから続けられている。成功しているわけではなく、「成功してほしい」という期待も込めて下駄を履かせてもらっています。

大人の意識を変える“装置”

太田 社会的価値を伝える取り組みはどのくらいされてきましたか？

吉田 実は、最近始めたところなんです。というのも、チロル堂は今までソーシャルな側面をできるだけ見せず、「あくまでここは駄菓子屋」「困っている／いないに関係なく誰でも来ていい」という姿勢を大事してきました。だから「子ども食堂」のような言葉も、意図的に多用しないようにしてきました。ただ数年間活動して、それ自体はかなり定着した感覚があり、もう誰も「チロル堂は苦しんでる人が来る場所だ」と思わない。その部分で安心できるようになった今だから、活動の意味をはっきり伝えてもいいんじゃないかと。

太田 「あえて子ども食堂と言わない」数年間も、間違いなく必要でした。そこが積み重なったからこそ、分け隔てなく人が来る状況が今生まれている。

吉田 その時間によって、「子ども食堂」との違いも明確になりました。もちろん「子ども食堂」も大切な活動ですが、僕らは「経済的に苦しい子どもにごはんを食べさせる」のが目的ではない。本当にその支援ニーズに応えるなら、100円以下でカレーを食べられる仕組みではなく、もっと違うアプロー

チが必要。僕らの目的は「大人の意識変容」。日々の小さな寄付を通じて、少しずつ「地域の子どもは地域の大人みんなで育てよう」という感覚が養われていく。これが本当の意味での共生社会じゃないのか？という視点を、できるだけ説教くさくなく広める“装置”がチロル堂だと捉えています。

太田 外からは「地域の大人が子どもたちを助けている場」に見えますが、実は周りにいる大人たちこそが、チロル堂によって変わってきていると。

吉田 明らかな変化が起きています。「チロル堂で飲むと、子どもたちのカレーになるから」と定期的に通ってくれたり。「これは税金みたいなもんやから」と言って、地元の経営者の方が仲間との飲み会を毎月ここで開いてくれたり。「この敵はチロル堂のため」と言って、畑をされている方が野菜を届けてくれたり。そういうエピソードが、本当にたくさんあります。しかも、そういった思いを持つ人が集まるから、気がつく勝手に知り合いになっているんです。他人同士が生駒のことを真剣に語り合ったりする、奇跡のような瞬間が何度も起きていて、確実に人の意識を変える場になっているのを感じます。

「みんなで損を分け合う」

太田 “大人を変える装置”という狙いは、当初から？

吉田 明確になったのはやりながらです。ただ共同代表の石田さんは、長く障害福祉に携わるなかで「福祉や教育を専門機関だけに任せず、みんなでやるべきでは」と

いう課題意識をもともと持っていて、それがチロル堂の運営を経て言語化されてきました。これは全てを秩序化し効率よく進めようとする社会に、少し逆らうことです。でも僕はここに、次の社会の大きなヒントがあるんじゃないかと思っています。坂本さんがよく「チロル堂はみんなで損を分け合う仕組み」と言うんですが、そういう矛盾を孕んだ振る舞いがとても重要じゃないかなと。

坂本 いわば大人の「痩せ我慢」で成り立っています(笑)。でもそれこそが、大人本来の役割だと僕は思います。「子どもだけが得してもらったらいいいよね」という発想で、あとは大人たちが、それぞれにできる範囲でちょっとずつ損をする。かつ、その振る舞いを「俺たちがいいことをしてるから、みんなごはんが食べられるんだよ」とは見せない。子どもが「自分でつかんだチロル札で食べた」と思ってほしい。だから、ここは“魔法”のかかる駄菓子屋なんだ、と言い続けたいんです。

吉田 損を選ぶって、理屈じゃないから理解しづらいんです。でも、経済合理性で考えると省かれるものの中に、実は豊かさがある。実際、僕らはこの活動で全くお金を受け取ってないんですが、自分の懐を痛めている感覚は全然ありません。むしろ得ているもののほうが圧倒的に多い。お金ももちろん幸せの要素の一つですけど、逆に言えば“一つにすぎない”。

太田 それこそ家の中でおこなうことには、経済合理性以外のものがたくさんあります。でも、外に出るとなぜか損得を考えてしまい、同じことができない。

吉田 個人レベルでは理解しているものが、社会になるとできなくなることが僕は大きな問題だと思っています。それは、みんなが「ビジネスの規範」だけで動いてしまっているから。チロル堂は、そうではない「暮らしの規範」のようなものを、社会にもう一度入れようとする活動なんです。



日々の小さな行動が、 社会のOSを変える

太田 今回のフォーカス・イシューで僕が考えているのが、「社会のOSを変えるデザイン」です。今いろんなことが制度的な疲労を起こしているなか、何か新しい問いを立て、うまくいくかはわからないながらも今までとは違う方法を探っていく。今日お話を聞いていて、チロル堂で行っていることも、そうした社会のパラダイムシフトを促すデザインだと感じました。時間やお金の使い方、人との関わり方などの具体的な“生活”の形として変化が実際に起き、それが「損を分け合う」といった“意識”の変容にも結びついていくんだと。

吉田 社会のOSを変えるというのは、まさに僕らがずっとやろうとしていることです。日々の中で人が何となく「いいな」と思って何かを選ぶ、その振る舞いの伝染が、新たな文化をつくるって僕も考えています。でも、多くの大人は「ひとりのささやかな行動に社会を変える力なんてない」と思い込んでしまっている。「自分でつくる」教育をされてきていないことが、いろんな問題の根底にあると感じています。確立された社会というものが最初からあるんだ、とみんな思い込んでしまっている。そうじゃなく、社会をつくるために自分がいるんだよ、ということ子どもたちにもっと教えたい。大人にも「自分たちで社会をつくるんだ」という感覚を取り戻してほしいなと思っています。



野生のファイナンスで、 土着の生活リズムを守る

「ない」という欠如の感覚から始め、自分たちの生活・環境に固有のリズムやテンポ、ジェスチャーを大切にしながら、プリコラージュのようにしてファイナンスも含めた仕組みを立ち上げている。そんなデザインが散見された。それらが、長い時間軸を見据え、内発性を起点にしながら、テクノロジーや「外」からの知見を呼び込んでいるのも示唆的だった。「ない」ことを嘆き不満の声をあげるだけでなく、また仕方がないと諦めるのでもなく、淡々と文化の種をまき、実装につなげる。それは、デザインの脱植民地化であると同時に、時間の脱植民地化でもあるようだ。



私からの
提言

中村 寛

Yutaka Nakamura

2025年度グッドデザイン賞
フォーカス・イシュー・リサーチャー

《時間》と《身体》が駆け引きの対象になる時代

社会的生き物である人間の生活で、二度と取り戻すことのできない財産である《時間》と、存在基盤そのもので、これもまた失うと二度と取り戻すことができない《身体》が、駆け引きの対象になっていることが、21世紀の根本問題を象徴しているようでもある。

アテンション・エコノミーが横行する状況下で、生成変化する欲望をリデザインすることは可能だろうか。とりわけ、20世紀から21世紀にかけてのテクノロジーと資本主義の展開のなかで製造された欲望を、コ・リデザイン (co-redesign) することは可能だろうか。生きる時間を取り戻し、必要な生のリズムを守ることはいかに可能だろうか。知性を、所有している情報量や処理能力、与えられた課題から迅速に正解を導く力に見てきた社会から、枠組みを捉え直す力、反逆し別の応答をつくる力、手足やその他の身体部位でなにごとかを生み出し思考する力を尊ぶ社会に移行させられるだろうか。そのとき、デザインはなにをどのようにデザインするのだろうか。

「伐らない林業」による経営のコ・リデザイン

「木を伐らない林業」を展開する株式会社中川は、何よりもそのファイナンスと企業組織づくりが秀逸にできている。我が子に遊んでほしいとせがまれても、仕事だからと断っていた、その日常を見直すこと、自分と家族の時間を守るため、どのように「働く」をリデザインできるかを考え抜くことから中川

氏はスタートする。「数日、数ヶ月、休んでも大丈夫な仕事ってなんだろうと。木って、植えてから育つのに速くても30~40年はかかる。1、2ヶ月休んでも誤差の範囲でしかないんですよ¹」。林業に参入するにあたって、中川氏は自分のやるべきこと、やらないことを決める。まず林業の中でも最もリスクが高く、女性参入を阻んでいる伐採の業務をやらないことに決める。同時に業界内で最も手薄になっている植樹の業務にフォーカスする。

しかし、驚きはここからである。中川氏は会社を立ち上げながら社長にならず、一社員として働く。その上で全員の給与と明細が見えるようにする。この会社では、最も重要かつ大変な現場での仕事を行う者が最も高い給与に設定されている。結果的にそれは一番お金を必要とする子育て世代に重なる。また、いつでも休めるように、正社員でありながら給与が日当制になっている。さらに、会社全体としても利益率を10%に保つようにしている点にも驚く。「それ以下の8%だと返済しながら成長するには難しい。でもそれ以上になってしまうと、必ずどこかに笑顔にならない人をつくりだしてしまう。試行錯誤の結果、10%が最も良い、というのが結論です」。

「水」からはじまるコ・リデザイン

福井工業大学の笠井利浩研究室と近藤晶研究室が長崎県五島列島の赤島で展開する離島振興プロジェクト「しまあめラボ」もまた、自分たちが取り組むべき課題の根本を見極めることか

らスタートしている。「最初は食べ物を最も本質的なことと捉え農業をやってみることにしました」と笠井氏は語る。「なかでも米が重要と捉え、米づくりができるようになりました。しかし水がないと何もできないことに気づいたのです²」。

雨水の利用は、降水量の多いところであればどこでも進められるのが強みだ。水道水に比べて安価で、硬度も極めて低く、不純物が少ない。そのため水垢がつきにくいという利点もある。また、豪雨の時に水を貯めることで、洪水被害を軽減することもできる。現在の日本だとほとんどの場所で上下水道が完備されているので実感がわかないかもしれないが、インフラが整っていない地域では大活躍する。笠井氏は言う。「技術だけでなく私だけでも良いのです。でも、広まってくれないといけない。その部分に近藤先生のデザインの実感しています」。

河川の水に焦点を当てて地域活性を目指すのは、「大日止昂小水力発電所」で受賞した大学発ベンチャーの株式会社リバー・ヴィレッジである。すでにある土地の高低差を利用し、農業用水の一部を用いて年間約32万kWhの発電を行うことに成功している。つくられた電力は九州電力に売電され、年間の売上は約1千万円になっている。通常、この種の発電所は、メンテナンスにコストがかかる。しかし、特殊なフィルターとその傾きの計算によって、この発電所は実質上メンテナンスが要らない。

73世帯（農家53戸、非農家20戸）で構成される日之影町大人地区^{おおひと}で、通常は最も別用途での利活用が難しいとされる農業用水を、どのように使えるようにしたのか。そして、発電所を建てるための9,500万円をどのようにまかなったのか。大人発電農業協同組合の理事長、田中弘道氏の功績が大きい。決して平坦な道のりではなかったと、田中氏は言う。集落ごとに合意を得ていき、全員の出資参加を求める³。「最初は、1世帯ごとに5万円の出資金をお願いしたんですよ。でも、『俺たちは国民年金で生活してるんだぞ、5万円なんて無理だ!』って言われ、4万円でも高い、1万円でも高い、5千円でも無理ってなった」。結局、1世帯4千円に落ち着く。その出資金を手に、宮崎銀行から無担保で融資を受け、2017年11月に発電所は完成した。

「東京」のリズムのコ・デザイン

ひとつの辺境として東京を見たとき、どのような特徴があるだろうか。かつて5年ほどかけて東京中を歩いてみてわかったのは、地区ごとの表情とリズムの違いである。

銀座に根付いた土着のリズムを捉え、企業パーパスに結び

つけながら、場所の再定義をおこなったのは、「Ginza Sony Park Project（銀座ソニーパークプロジェクト）」である。銀座の一等地に大きな余白をとり、大胆な試みを行っている。永野大輔氏（現ソニー企業株式会社代表取締役社長）は、ソニーグループ元社長の平井一夫氏のもとで始動したプロジェクトに当初から関わり、この場所の意味を考え抜いてきた。「プロジェクト開始時、ソニーは業績不振に苦しんでいて、売却してキャッシュに変える決定だってできたはずです。また、できるだけテナントの面積を増やし、売上にすることだってできました。そういう声もあるなかで、そうしなかったのは、短期的にはそれでよかったとしても、その先に何かあるのかを見据えたからです」と永野氏は言う⁴。

1966年以降、この場所に完成したソニービルの一角のスペースを盛田昭夫氏が「銀座の庭」と呼んでいたことの意味、現在よりもっと雑多で、スタートアップ魂が宿っていたはずの銀座という街の独特のリズム、ソニーが創り上げてきたカウンターカルチャー性を伴ったブランド、それらを総合して戦略を考えた。「最初からパブリックなものを目指して公園にした訳ではありません。プライベートの集積がパブリックに繋がっていくと考えています」。徹底した個の追求——私が私でいられる時空間——の追求の先に「パブリック」あるいは「セミパブリック」的なものが浮かび上がるという点が、今後の「社会」を考え直すうえで重要なヒントを提供してくれるように思う。

時間の主導権を取り戻す《第3の道》を

ここまで取り上げてきた事例は、いずれも以下の点で共通性がある。1) 長期を見据えた息の長いプロジェクトであること、2) 土着にあるもの（地形、土地柄、リズム等）を利用していること、3) 長く続けるために、短期的な売り上げではなく持続可能なファイナンスを試行錯誤していること。

複雑な問題に直面し、選択的盲目から沈黙を貫き「ものづくり」に逃げ込むのではなく、また、攻撃的な主張でアテンション・エコノミーに与するのでもない、《第3の道》をともにつくろう。時間の脱植民地化は可能だ。野生のファイナンスで、野生のデザインで、私たちそれぞれに固有の土着の生活リズムを守ろう。私たちの時間の主導権を取り戻そう。悠々と、急いで。

1. 2025年10月27日、株式会社中川 中川雅也さんへのオンラインインタビューより。
2. 2025年11月3日、笠井利浩氏および近藤晶氏へのオンラインインタビューより。次の段落も同様。
3. 2025年11月13日、宮崎県日之影町大人地区へのフィールドワーク中の発言と、その際にいただいた資料より。次の段落も同様。フィールドワークには、大人発電農業協同組合の理事長・田中弘道氏、株式会社 Takebayashi Landscape Architects 竹林知樹氏、株式会社リバー・ヴィレッジ 山下輝和氏に立ち会っていただき、お話を伺った。
4. 2025年11月11日、銀座ソニーパークへのフィールドワークおよび視察、永野大輔氏へのインタビューより。次の段落も同様。

解説：提言の背景・関連トピック

文責＝編集部

「東京一極集中」という前提

本提言は、地域の固有なリズムや、作り手の内発的な動機から発する「野生のファイナンス」による仕組みづくりに焦点を当てています。この提案の前提背景として、現代の日本社会において「固有のリズム」が抑圧されてしまっていること——つまり、日本社会における「東京一極集中」という現状があります。

日本全体では人口減少が続く中で、東京都の人口は増加傾向にあり、2025年9月の推計人口は1,426万人で過去最多を更新し続けています。ヒト・モノ・カネが東京に集まる現状は「一極集中」と批判され、国立社会保障・人口問題研究所の推計でも、全国に占める東京圏の人口割合は今後も緩やかに上昇し、一極集中は継続すると予測されています。特に2050年の人口を2020年比で見ると、増加するのは東京都だけであるとすら推計されています。さらにこの現象は東京圏に限ったことではなく、地方圏でも、地域経済の中心となる都市へ人口が集中する「多極集住」が進展するという指摘もあります。

そうした中でも、提言で事例として取り上げられた地方のプロジェクトは、「ない」という欠如の感覚から出発し、巨大な中央のロジックや短期的な収益に依存せず、独自の仕組みを立ち上げています。この提言は、東京という「中心」が生み出す均質な「時間」や「資本」のロジックから解放され、それぞれの地域が内包する「土着のリズム」を優先することこそが、未来のデザインの鍵となることを示唆していると言えるでしょう。

参考文献

SOMPO インスティテュート・プラス「今後は東京一極集中以上「多極集住」へ～地域別将来推計人口から見る2050年の地域①～」, 2024年. <https://www.sompo-ri.co.jp/2024/02/29/11443/> (2025年12月21日閲覧).

東京都政策企画局「東京一極集中と人口減少問題」, 2025年. <https://www.seisakukikaku.metro.tokyo.lg.jp/population> (2025年12月21日閲覧).

「ブリコラージュ」と「野生の思考」

本提言における重要なキーワードとして出てくる「ブリコラージュ」と「野生」。これらはもともと中村氏の専門でもある文化人類学における重要概念で、近年はビジネスやデザインの領域においても参照されることが増えました。

「ブリコラージュ (Bricolage)」とは、フランスの人類学者クロード・レヴィ＝ストロースが『野生の思考』(1962年)の中で提示した概念。フランス語の動詞「ブリコレ (bricoler)」は、元々「非本来的な偶発運動」を意味しますが、ブリコラージュは「器用仕事」とも訳されます。この思考法の特徴は、計画的に準備されていない、その場その場の限られた「ありあわせの」道具と材料を用いてものをつくる手続きを指す点にあります。この仕事に従事する者は「ブリコール (器用人)」と呼ばれ、彼らが使用する材料は、個々に独自の来歴を持ちながら、同時に「まだ使える」という記号的な性質を持っています。

レヴィ＝ストロースは、西洋近代科学の対極にある、非西洋の先住民が持つ神話的・呪術的な思考様式を「野生の思考」と呼び、その形態をブリコラージュになぞらえました。本提言で示された、地域の地形や文化資源、既存の農業用水といった「ありあわせの」資源を組み合わせ、長期的な持続可能性を目指して「野生のファイナンス」を試行錯誤する姿勢は、このブリコラージュ的な知性に通じるところでしょう。

レヴィ＝ストロース, クロード (大橋保夫 訳)『野生の思考』みすず書房, 1976年.

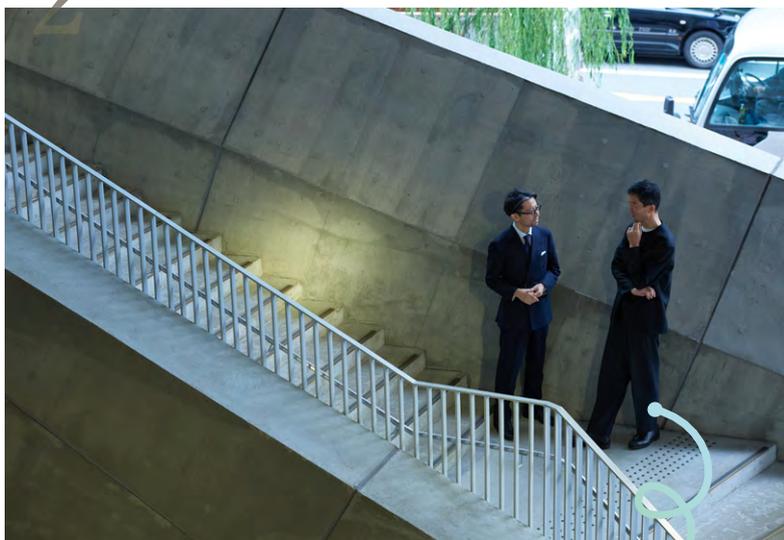
美術手帖「ブリコラージュ」, <https://bijutsutecho.com/artwiki/61> (2025年12月21日閲覧).

日本経済新聞「東京一極」人口1400万人に膨張 高齢化・住宅・治安…過密の限界迫る, 2025. <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOCC143NH0U5A810C2000000/> (2025年12月21日閲覧).

INTERVIEW 2

銀座に具現化した「余白」のデザイン

永野 大輔 × 中村 寛



フォーカス・イシュー・リサーチャーを務める人類学者の中村寛は、2025年度の提言として「野生のファイナンスで、土着の生活リズムを守る」を打ち出した。この提言の内容を考案するにあたって、大きな示唆を与えてくれたのが、グッドデザイン金賞を受賞した「Ginza Sony Park Project（銀座ソニーパークプロジェクト）」だ。プロジェクトを主導してきたソニー企業株式会社 代表取締役社長の永野大輔に、そのプロセスと現在地を中村が聞いた。

ソニーの“象徴”の 建て替えを決断

中村 そもそも、どのような経緯で始まったプロジェクトだったのでしょうか？

永野 本プロジェクトの具体的な構想がスタートしたのは2013年です。前身であるソニービルは1966年に竣工し、数寄屋橋の交差点から銀座への入口となるランドマークとして機能してきました。ただ、竣工して50年近く経ち、その建て替えが検討されていました。

議論の柱となったのは三つ。一つは経済価値、二つ目はブランド価値、そして三つ目が「場所の意味性」です。2013年当時、ソニーは既存事業や不動産が売却され、工場が閉鎖されるような環境下でした。ただ、厳しい状況下で「ソニービル売却」と速報が出たら、50年近くこの地に根差し、ここを愛してきた人たちはどう感じるのか……そうしたブランドリスクを考え、…「売却せずに残す」と判断し、建て替えへと舵を切りました。

中村 ソニーのブランドそのものにかかわる問題だということですね。

永野 はい。ソニービルに対するアンケートをすると「変わることでできないソニー」を象徴しているのではないかと、というネガティブな回答も見えてきました。一方で、竣工当時からすればソニーの事業は格段に増え、ソニービルだけではソニーを表現しきれなくなっていた側面もありました。

中村 人類学には象徴に関する研究がたくさんあるのですが、まさにコミュニティは象徴を求めます。逆に言えば象徴がなければ、コミュニティは作れない。

「庭」から「公園」へ ——ビルをパブリックに開く

永野 そうして建て替えの方向へ舵を切り、改めて場所の意味性、竣工時の創業者、設計者の想いをリサーチしていくと、一つのブレークスルーがありました。数寄屋橋交差点に面した「ソニースクエア」という、わずか10坪のスペースです。

永野 大輔 ながの・だいすけ

1992年にソニー入社。営業、マーケティング、経営戦略、CEO室などを経て2017年から現職。Ginza Sony Park Project 主宰として2013年からプロジェクトを牽引し、2025年1月に「Ginza Sony Park」の最終形をオープンさせた。

そこでは四季折々、ソニーとはまったく関係ないことをやっていました。チューリップを展示したり、クリスマスツリーを出したり、夏休みには沖縄から海の生き物を運んできたり……ソニーの土地でありながら銀座の街に開かれていて、盛田はそこを「銀座の庭」と呼んでいました。実はソニービルの本質は、「街に開かれた施設」なのではないか——創業者、設計者の本質的な想いがそこに込められていたのではないかと解釈したのです。それで「銀座の公園」をつくるという発想に至ったわけです。

ただ、「ずっと何も建てない」というのも面白くない。経済価値としても伸びしろがあるだろうということで、ソニービルの解体途中を一定期間はフラットにして、それを過ぎたらまたビルに戻す……そんなストーリーを描いたんです。

中村 最初から公共性を意識して公園にしたわけではなかったんですね。

永野 あくまで創業者の想いや設計者の

意図を継承しようとした結果、パブリックスペースに行き着いただけで、何か新しいものを発明したという意識はないんです。創業者や続く人々の想いや意図があって、この場所で約50年にわたって受け継がれてきたものがある。結局、一人ひとりが強い想いを持って、それを具現化できるかどうか。そうした共通認識をチーム全体として持てるかどうかなんだと思います。

中村 個人の熱量が他の人を巻き込んで、大きな物事を動かしていく——まさに2025年度のグッドデザイン賞のテーマ「はじめの一歩から ひろがるデザイン」を体現するデザインだと、改めて実感しています。

「建てない」ことで生まれるブランド価値

中村 建物がないことで家賃収入もなくなってしまうわけですが、そうした経済的な懸念はどのように解消していききましたか？

永野 レベニューは減ってしまうけど、その代わりに「ブランドプロフィット（収益）が増える」という構造を綿密にプランニングしました。今回のプロジェクトを実行した場合、メディア露出の想定や広告換算価値を測定して、「ソニーのこうした試みに対してどう思うか」とブランド価値も測定する。そうやって「目に見えない価値」を換算すれば、公園をつくった場合とすぐにビルを建て替えた場合とを比較して、プラスになるのではないか、という論理を固めていきました。

また、ソニーグループの各社をはじめ、他社がここでイベントやプロモーションを行う場合にもスペース費などをいただくこと

になりますから、テナント収入がなくても一定の収益を上げることができる。

参考になったのは、ニューヨークにあるブライアントパーク。かつては治安が悪く、一般の人が立ち入れないほど危険な場所だったのが、運営団体を立ち上げ、夏は映画祭、冬はスケートリンク、ホリデーシーズンにはマーケットと、四季折々のイベントが開かれ、人々が集まるようになったんです。すると、周辺地域にホールフーズマーケットが新店したり、大手会社のオフィスが移転するなど、魅力的なエリアだということで周辺ビルの賃料が上がるなど経済効果が出てきた。日本では公園というと、あくまで行政の管轄というイメージがありますが、ニューヨークという都市部で公園として機能しながら、ビジネスとしても周辺の地域経済に貢献しているわけです。

実験を経てとり着いた「余白」と「プログラム」

中村 実際にGinza Sony Parkを開いてみて、想定外だったことはありますか？

永野 たくさんありましたよ。ただ、そもそもここを「何をする場所なのか」と明確に定義していないので、すべて想定外といえば想定外なんです。よく「こんなの公園じゃない」という声もいただきました。ただ、公園というものは一定の広さがあり、芝生やベンチがあり、木が生い茂っている……といったステレオタイプのものだけではない。私たちはその本質の一つが「余白」だと考えました。

中村 公園そのものの定義を問い直したわけですね。

永野 建築家の槇文彦さんが「パブリックスペースとは、プライベートスペースの集合体である」とおっしゃっていました。Ginza Sony Parkで起こっているのは、まさにそういうことなんだなと実感しました。

毎日同じ場所で新聞を読む年配の男性の方がいて、コーヒーを飲む若い女性の方が



いて、お母さんと待ち合わせる小学生がいる。つまりその方たちにとって、ここがプライベートな空間になっているということ。パブリックというと画一的なイメージがあって、ソーシャルなものだと考えてしまいがちですが、一つひとつ分解していくと、一人ひとりのプライベートスペースがある。

中村 ニューヨーク然り、ヨーロッパなど都市でのフィールドワークをする中で感じるの、東京には「お金を払わずに座ってくつろげる場所」が極めて少ない、ということ。そんな中で、銀座のど真ん中にこんな場所をつくったのは、本当にすごいことですよね。

永野 ソニーでずっとそういう体験をつくってきた企業だと思うんです。ウォークマンは「みんなで聴く」音楽を「一人で聴く」ものにした。さらに銀座という場所の意味性を考えたとき、人口密度の高い場所ですから、何か新しい情報を求めて足を運ぶ方もいるわけです。特定の目的があるわけではないけど、そこへ行けば何か面白いものがあるかもしれない「予感」と、その人に委ねる「余白」が併存することによって、都市の公園が成立する。ですから「プログラム」が必要なんです。

目的を持っている人といない人が混在する、都市型の公園……それが私たちの目指すところですよ。新しいビルを取り壊して、すぐに建て直すのではなく、いったん公園にする。そうすると東京の街にもっと公園が増え、街の姿はもっと変わっていくのではないかと思います。



PROPOSAL 6

提言 6

遠心力の時代に、 「求心力」をデザインする

私たちは一体何に引き寄せられるのか。2025年度の受賞作には「大きな仕事」が目立った。個が尊重され、分断が進み、相互批判が加速。とかく遠心力が働きがちな現代社会。大きな課題に立ち向かい、大きな価値を生み出す大規模なプロジェクトを成功に導くためには、多様な人々を動かす「求心力」をデザインする必要があるのではないか。あるいは無意識にデザインされているのでは——。

私からの
提言



林 亜季

Aki Hayashi

2025年度グッドデザイン賞
フォーカス・イシュー・リサーチャー

「遠心力」が働く時代の到来

昨今、私たちは遠心力が働く時代を生きている。フィルターバブルやエコーチェンバー現象により、ネット上で分極化が発生。意見を極端化させた人々は、異なる考えを受け入れにくい傾向にある。総務省の2024年調査では、ネット上で「他人を傷つけるような投稿（誹謗中傷）」を目撃した人は60.6%。同年の弁護士ドットコムの調査では、ネット・SNS上で誹謗中傷をされたことがあると答えた人は29.8%に及んだ。

帝国データバンクの調査によると、起業法人数は2016年の年間約12万件から2024年には約15万件に増加。パーソル総合研究所の2025年の調査では、正社員が副業を行う「副業実施率」は2018年の調査開始以来、最高の11.0%となった。労働市場も流動化している。

国家レベルでも遠心力が働く。2016年の英国のEU離脱では「主権を取り戻す」というスローガンで超国家的統合に反発した。米国・トランプ政権は反グローバリズム政策として「アメリカ第一主義」を掲げ、支持を得た。

「大きな仕事」を成し遂げる難しさ

本提言は遠心力を否定するものではない。多様性や個の尊重、選択肢の拡大、地域創生など、遠心力によるポジティブな影響も大きい。

一方で、「大きな仕事」を成し遂げることが難しくなっているのも事実だ。人件費・採用費の高騰、人材不足、エンゲージメントの低下。人が定着しにくい環境では、プロジェクトの継続性や知識の蓄積も難しい。多様なステークホルダーの合意形成コストの増大、意思決定の複雑化・長期化。それでも、人々をモチベートし、関心を引き寄せるデザインとは何か。

「求心力」のデザインの事例

ここではまず、2025年度の受賞作の中から、人々を引き寄せる「求心力」のデザインの好事例を紹介する。

① 2025年大阪・関西万博「大屋根リング」 ——求心力を創出した「協働」

未来社会デザイン特別賞を受賞した「大屋根リング」は、2,900万人超の累計来場者数を記録した2025年大阪・関西万博の大黒柱となった。

大林組、竹中工務店、清水建設の3社JVが実施設計・施工を担当。取りまとめ役を務めた大林組の三谷勝章氏は「万博成功という共通の目標があり、各社のプライドをかけて実現することに集中した」。ライバル関係にある3社が協働し、普段は開示しない情報も互いに共有、各社の課題に意見を出し合い、解決した。

藤本壮介建築設計事務所シニアデザイナーの國清尚之氏は建設中からリングの力を感じていた。開幕前は厳しい批判も受けたが「現場ではほとんどマイナスの言葉を聞かなかった。足を運んでもらえれば風向きが変わると信じていた」。三谷氏も「来た人が絶対納得する自信があった。職人も目の色が違った。みんなのテンションがどんどん上がっていった」と語る。

働く人への配慮も徹底された。人手は十分ではない。限られた期間で完成させる手順を追求し、高所作業を減らすため、地上でユニットを組み立て持ち上げる工法を採用した。

結果、1ヶ月前倒しで完成。160の国と地域のパビリオンすべてが内側に収まる、全周約2km、建築面積約6万㎡のリングは「多様でありながら、ひとつ」というコンセプトを体現し、世界最大の木造建築に。リングの「余白」は、来場者に思い思いに使いこなされ、愛された。

2 こみやく——人々の創造性を解放し、ムーブメントに

他にも2025年は万博関連のデザインが多数受賞した。ベスト100に選出された「OPEN DESIGN 2025: 万博における参加と共創を促す生成的デザイン・コモンズ」は万博のデザインシステムを、参加と共創を促すプロトコルとして展開。「こみやく」は、SNS上で二次創作が広がり、ムーブメントに。最小限のルールで多様な創造性を解放し、遠心力を効かせながら人々の関心を強く引き寄せた。

3 Sigma BF——本質思考が生む、組織と製品の求心力

2012年の最盛期から台数ベースで約1/3に縮小したレンズ交換式デジタルカメラ市場。大手カメラメーカーはカメラ以外の事業に多角化し、遠心力を効かせた経営を進める。

シグマが2025年に発売したカメラ「Sigma BF」は金賞・経済産業大臣賞に選出。「BF」は「Beautiful Foolishness」を意味する。カメラの原点である「箱」に立ち帰り、シンプルかつエレガントなデザインを突き詰めた。代表取締役社長の山木和人氏は「日常の美しい一瞬に気づきを与え、クリエイティブな気持ち呼び起こすデバイスとして、カメラの意義がある」と語る。

上場企業の多くは四半期ごとのIRに追われ、短期的な施策を優先せざるを得ない。一方、非上場企業のシグマでは、中長期目線の経営と組織づくりが、唯一無二のブランドや商品作りに影響している。「数十年後に語られるようなものを作りたい」と山木氏。

社員の離職率は1%を下回り、そのエンゲージメントの高さは驚異的だ。ほぼ全ての製造工程を日本国内で行い、福島・会津工場では約1,600人が働く。今回の受賞を地元紙が取り上げ、従業員や地域が誇れるニュースとなった。

「自由だからこそ、何のために、何から解放されるのかを考えて、責任を持って行動する」。既成概念に囚われない山木氏の経営思想が、強い求心力を持ったプロダクトの誕生に繋がった。

4 MUSIC AWARDS JAPAN——業界の求心力を再構築

コロナ禍の打撃をきっかけに、音楽業界にも求心力が働いた。「MUSIC AWARDS JAPAN」はベスト100に選出。実行委員長の野村達矢氏は「世界に日本の音楽をアプローチするために、業界5団体が初めて一つになって取り組んだ」と語る。「透明性・グローバル・称賛・創造」という4つの基本理念を旗印にした。

明確なレギュレーションと選考基準を設定。約5,000人の音楽業界人が投票した。2025年5月の第1回授賞式のアーカイブは記録的な再生回数に。受賞楽曲の国内ストリーミング再生数は平均31%増加した。「業界が一つになり、同じ方向を向いて取り組めたことが大きな収穫。理念を掲げて進んできたことが奏功した」と野村氏。明確な理念と透明性の高いプロセスで、音楽業界に光をもたらす新たなアワードが誕生した。

「求心力」のデザインに共通する5つの要素

これらの受賞事例から、共通要素が見えてきた。第一に、本質思考の徹底と明確なビジョン。原点や本質に立ち帰り、明確な旗印を掲げることが、強力な求心力を生む。第二に、高い透明性と公正なプロセス。第三に、携わる人々の誇りや行動原理を重視する姿勢。第四に、短期的な成果や評価に左右されない、中長期視点の意思決定。第五に、多様性の包摂と共有。大屋根リングは3社JVが、音楽賞は5団体が協働した。

「遠心力」の時代に、大きな仕事に挑む勇氣

出る杭が打たれがちな現代社会。大きな課題に向き合い、大きな価値を生み出す、大きな仕事に挑む勇氣を讃えたい。必要なのは、多様な人々をぐっと引き寄せる強い求心力のデザイン。それは本質思考と明確なビジョン、透明性の高いプロセス、携わる人々を大切にする姿勢、中長期視点、多様性の尊重によって生まれる。

解説：提言の背景・関連トピック

文責＝編集部

協働とムーブメントを生み出す「コレクティブ・インパクト」

本提言は、分断が進み遠心力が働かちな現代社会において、多様な人々を一つの目標へと動かし、「大きな仕事」を成し遂げるための協働とムーブメントを生み出す「求心力」をデザインすることの重要性を説いています。このプロセスを社会的なインパクトへとつなげていくための具体的な方法論として、「コレクティブ・インパクト」が参考になるはずです。

コレクティブ・インパクトとは、特定の社会課題の解決のために、異なるセクターから集まった重要なプレーヤーたちのグループが、共通のアジェンダに対して行うコミットメントであると定義されます。これは、個々の組織がそれぞれの活動を追求する「個別介入」(アイソレーテッド・インパクト)ではなく、セクターを横断する優れた連携によって大規模な社会変化をもたらす、という認識に基づいています。

複雑な社会課題は、企業やNPOといった一握りの組織だけでは解決できません。そのため、行政や企業、市民など多様なプレーヤーが共通の目標に向かって協力することが不可欠であり、コレクティブ・インパクトを成功させるためには、「共通のアジェンダ」「共通の測定システム」「相互に補強し合う取り組み」「継続的なコミュニケーション」「活動をサポートするバックボーン組織」という5つの条件が揃うことが必要とされます。

提言で触れられている、ライバル関係にある3社のJVが「共通の目標」に集中した「大屋根リング」の事例や、音楽業界の

主要5団体が「透明性・グローバル・称賛・創造」という明確な理念を旗印の一つになった「MUSIC AWARDS JAPAN」の事例は、本質思考と明確なビジョン、多様性の包摂、透明性の高いプロセスといった求心力のデザインによって、コレクティブ・インパクトが実現した好例と言えるでしょう。

いま改めて「パーパス経営」を

本提言の主題である、多様な人々を惹きつける「求心力」の源泉として、企業の「パーパス」(存在意義)が重要な役割を果たします。パーパスは、不確実で流動性の高い時代において、企業や個人の羅針盤となり、長期的な価値創出とビジネスの持続可能性を実現するために重要です。企業が自社の目的や社会との関係を明確化し、それを経営の軸とする「パーパス経営」は、ここ数年で世界的に注目を集めてきました。

パーパス経営が注目される背景には、2019年に米国主要企業の経営者団体が、従来の「株主第一主義」を見直し、従業員や地域社会など幅広いステークホルダーの利益を尊重する「ステークホルダー資本主義」を宣言したことが挙げられます。パーパスは、従業員の働く意義や心の支えとなることで、組織のイノベーションの原動力となる力を持っています。パーパス経営は、遠心力が働く時代に、多様な人々を一つの大きな目標へと引き寄せるための、強力な「求心力」を生み出すのです。

参考文献

Kania, John and Kramer, Mark [Collective Impact] [Stanford Social Innovation Review], 2011. https://ssir.org/articles/entry/collective_impact (2025年12月21日閲覧)。
Crutchfield, Leslie R. and Grant, Heather McLeod [Forces for Good: The Six Practices of High-Impact Nonprofits] Jossey-Bass, 2009.
井上英之「コレクティブ・インパクト実践論 企業と社会の利益は一致する」[DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー], 2019年2月号, ダイヤモンド社。
名和高司「なぜ“パーパス”は現場で機能しないのか?—「看板倒れの企業」と「実践できる企業」の決定的な違い」[ダイヤモンド・オンライン], 2025. <https://diamond.jp/articles/-/366690?page=4> (2025年12月21日閲覧)。

名和高司「いま日本企業が目指すべきパーパス経営 個人を突き動かす志を引き出し、組織の力にする人事の役割とは」[日本の人事部], 2021. <https://jinjibu.jp/article/detl/keyperson/2648/> (2025年12月21日閲覧)。
[DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー]2022年6月号(特集:パーパス経営), ダイヤモンド社, 2022.

PICKUP GOOD DESIGN

提言6の視点から選ぶ グッドデザイン



システム/サービス

OPEN DESIGN 2025

万博における参加と共創を促す
生成的デザイン・コモンズ

「OPEN DESIGN 2025」は“開かれたデザイン”を掲げた大阪・関西万博のデザインシステムの設計を起点に単なるガイドラインではなく参加と共創を促すプロトコルとして展開し、生成的オープンデザインシステムとして社会実装したプロジェクト。愛称“こみゃく”を象徴にリアル空間とデジタル空間を横断し文化的共有地を創出しました。



メディア/コンテンツ

MUSIC AWARDS JAPAN

日本の音楽カルチャーを世界へ発信すること、環太平洋地域を中心にグローバルにつながり音楽の未来を切り開いていく機会として、日本音楽ビジネスを担う業界主要5団体が垣根を越え実施運営する国内最大規模の国際音楽賞です。



メディア/コンテンツ

Serendie Design System

Serendie Design Systemは、三菱電機によるオープンソースのデザインシステムです。職種や社外も含めた組織の壁、さらに国境を超えてアジャイルに新しい価値を創出することを目的とし、UIパーツや開発コード、ガイドラインに至るまでを公開することで、オープンでコラボレーティブな事業展開・組織文化を支えます。

付録

FURTHER DIVING

提言をより深く理解するための参考作品

セレクト&文・林 亜季

PRODUCT

SONY 『ウォークマン』(1979)

当時会長だった盛田昭夫氏は「市場に対応しない。市場を創造する」と語った。録音機能のないテーププレーヤーなど売れるはずがないという社内の反対を押し切り、発売に踏み切った。「顧客が求めるものを作る」従属的姿勢からの決別であり、デザインが市場を創造する主体となった象徴的事例。

BOOK

鷲田清一 『だれのための仕事—— 労働vs余暇を超えて』(1996)

哲学者である著者は本書で、仕事と遊び、労働と余暇の二分法の解体に取り組み、働く意味を効率や生産性の呪縛から解放した。「何のために、なぜ働くか」という問い直しの哲学的基盤となる一冊。

PROJECT

経済産業省・特許庁 『「デザイン経営」宣言』(2018)

経営チームへのデザイン責任者の参画、事業戦略構築の最上流からのデザイン関与を必要条件として明示した。デザインをデザイナーだけのものではなく、「企業価値向上のための重要な経営資源」として経営の中核に位置づけた点に意義がある。国がデザインの担い手や役割を解放し、道を開いた画期的文書。

INTERVIEW 3

半世紀前から 「デザインは経営資本」。 デザインと経営の 幸福な関係とは？

鳥井 信吾 × 林 亜季



フォーカス・イシュー・リサーチャーを務める編集者／経営者の林亜季は、2025年度の提言として「遠心力の時代に、『求心力』をデザインする」を打ち出した。この提言の内容を深めるにあたって、林が話を聞きに行ったのが、大阪商工会議所会頭であり、サントリーホールディングス株式会社 代表取締役副会長の鳥井信吾だ。日本の経済界を牽引する立場として、抽象的なコンセプトと具体的なものづくりを結びつけ、ビジョンを具現化し続ける鳥井との対話から、日本企業が再びイノベーションを生み出すためのヒントを探る。

鳥井 信吾 とりい・しんご

1983年サントリー入社。02年、3代目マスターブレンダーとしてウイスキーの品質向上に貢献し、14年サントリーHD副会長。関西経済同友会代表幹事などを経て22年大阪商工会議所会頭に就任。「やってみなはれ」の精神で、関西の経済・文化・地域振興を牽引する。

「デザイン・オリエンテッド」なDNA

林 日本の経済界を牽引してきた鳥井さんのこれまでのチャレンジに、デザインはどのように関わってきたのか。またサントリー社内におけるデザイン組織の位置づけや、社員の方々へのデザインリテラシーの伝達についても、ぜひお伺いできればと思います。

鳥井 サントリーの話で言えば、創業者の鳥井信治郎は、非常にデザイン・オリエンテッドパーソンだったことが大きいでしょう。彼は1899年、20歳で会社を創業した時からデザインに対して強い興味と関心を持ち、それが会社の成り立ち、そして組織の出発点として、今もなお影響し続けていると感じています。

それを裏付けるエピソードがあります。創業前の明治30年に、鳥井信治郎の兄で洋酒商の喜蔵の名前で「向獅子」という商標を登録しています。これは典型的なイギリスのお酒のマークですが、明治30年代と

いう、商標登録制度が日本に制定されてからわずか10年ほどの頃のことです。こんな時期から大阪の船場でデザインを商標登録していたというのは、信治郎のデザインへの先見の明、そして進取の気性の証拠でしょう。

林 商標制度が普及していない時代から、商品の品質だけでなく、外観やマーク（デザイン）をブランドの根幹として捉えていたということですね。

鳥井 彼は、ブランドという言葉は知らなかったがブランドを作ろうとしていた。お酒や飲料の味や香りと同列にデザインを重視し、ビジネスをやっていた。現在のスタートアップと同じで、彼自身が商品開発も、販売促進も、経理も全て一人で担っていたが、ビジネスの出発点からして、既に「デザイン」があった。デザインは顔であり、信用だと知っていたのです。

「デザイナー」以外も デザインを決める文化

林 創業者の鳥井信治郎氏の時代からデザインがビジネスの出発点にあった結果、組織全体にデザインが深く浸透していたことがうかがえます。

鳥井 サントリーの文化を象徴する例として、C.C. レモンという炭酸飲料を作った中嶋悦子さんという女性技術者の話があります。彼女は技術畑で中味の開発一筋でしたが、ビタミンCの量を倍にしたことから「C.C.」というネーミングを提案しました。また、当時のデザイナーが持っていたノートの色を見て、「黄色ではつまらない。この赤みがかったクロームイエローでやろう」と、彼女自身がパッケージの色まで考えた。

ネーミングは宣伝部、デザインはデザイナー、中味は技術者という通常の役割分担を超えて、全体の構成を考える自由が当時のサントリーにあった。専門家ではなくても、

世の中の状況を把握した上で、デザインの方向性を決めることができる。これが、鳥井信治郎の時代から続く「背景にあるものを把握する自由」というサントリーの文化かもしれません。

林 文脈のデザインと言いますか、プロセスの上流工程からデザインが深く関わってくるわけですね。

鳥井 はい。社内で自由闊達に議論ができ、アイデアが遮られずに出てくる文化こそが大事です。「自分が偉いからデザインを任せろ」とか、「言った通りにデザインしろ」といったやり方では、会社も世の中も長続きしないような気がします。

この文化は脈々と続いており、例えば10年ほど前には、当時のデザイン部長がデザイン部のオフィスレイアウトをすべて変えました。今でいう「共創」が生まれやすいような談話室を作り、そこにデザイナーだけでなく、技術者、マーケティング、営業、誰もが立ち寄れるようにしたのです。デザインセクションは、ものづくりのコンセプトと実物をつなぐ媒介者として、経営側でもものづくり側でもなく、真ん中ぐらいにいて全てをつなぐ機能を持っていたほうが都合がいいからでしょうね。

デザインはコストセンターではない

鳥井 私が入社する前の話になりますが、デザイン室は当時の社長であった佐治敬三の直轄部署でした。社長直轄といえば社長室や経営企画室が普通ですが、デザイン室が直轄だったのです。

林 70～80年代前半頃に、大企業がデザイン組織を役員直轄にするというのは、非常に先進的ですね。

鳥井 しかも、佐治敬三はデザイン室の部長たちと個人的にも親しく、頻繁に会っていました。彼はデザインの専門家ではないから、口出しはしません。ただ、彼らと会うことで、クリエイティブな雰囲気に触れたいという気持ち、新しい違う視点でものごとを見られるようになりたいという気持ちがあったのだと思います。

林 デザインを経営資本として重視し、インハウス化されてきたのですね。

鳥井 きっとそうでしょう。デザインを経営理論としてではなく、直感的にわかっていたのだと思います。現代日本のようにデザインがコストセンターとみなされ、コストカットの対象となりがちな状況とは対照的です。

サントリーの歴史的な挑戦——例えばビール事業に60年以上投資し続けたことの根っこや原動力にも、経営層がデザインを信じ、投資してきたことと通ずると思います。日本のウイスキーが世界で存在感を示したことに、デザインはセットになっていると感じています。

例えば「山崎」のラベルの文字は、佐治敬三が自ら書いたものです。日本語の漢字を大きくラベルに描くという発想は、当時としては世界にもなかった大胆なものでした。やはりデザインは信用力ですね。

現物主義が生む「経営とデザイナー」の密な距離感

鳥井 サントリーにはたくさんデザイナーがいますが、とにかく現物主義です。CGやAIを使えばバーチャルに作れますが、基本はできる限り実物のモノを作って議論しています。手で持った時の触感や重さも重要です。パワポの資料だと人の目は輝きませんが、現物を置かれた時により人は目を輝かせます。私たちは現物を売っ



ているわけですから、お客様が現物を目の前にして買うのと同様に、社内でも現物で話すことが大切です。

例えば、かつてグッドデザイン賞を受賞した、緑茶飲料「伊右衛門」の竹筒を模したペットボトル。当時、日本では基本的に同じ形のペットボトルしか作られていなかった中で、現物主義を起点に新しいことを「やってみなはれ」と実践した例です。

林 経営とデザインの距離が非常に近く密接なこと。加えて、経営者と商品の距離が短い。これが革新的なデザインを生み続ける原動力になっているのですね。

鳥井 抽象的なコンセプトと具象的なものづくりの距離がぐっと近い。経営者は、「現場の現実はこちらである。しかし、私の理想はこちらだ」という両極を把握し、その距離を縮め、統合する。この行為は、いわゆる絵ではありませんが、一つのデザインになっている。ヘンリー・フォードやスティーブ・ジョブズのように、デザイナーが本来すべき、抽象と具象を一致させる仕事をやっているわけです。

林 今回、鳥井さんのお話全体を通じて浮かび上がってきたのは、デザインを単なる装飾ではなく、経営と現場、そして社会をつなぐ「現物主義の思想」として捉えること。この哲学こそが、日本企業が不確実な時代を生き抜き、革新を生み出し続けるための普遍的なヒントだと感じました。



APPENDIX

「6つの提言」が できるまで

前ページまででご紹介してきた「6つの提言」。
これらは2025年度グッドデザイン賞と並走するかたちで、
約半年かけて、数多の議論やヒアリングを経て生み出されました。
ここではその背景情報として、「6つの提言」ができるまでの、
フォーカス・イシュー・チームの活動の軌跡をご紹介します。



グッドデザイン賞	2025	フォーカス・イシュー
応募期間	4月	
	5月	
一次審査	6月	チーム発足
二次審査 ベスト100 特別賞審査	7月	審査対象を 横断的に観察・議論
	8月	
	9月	
受賞発表	10月	提言テーマ決定
	11月	受賞者や外部識者への インタビューも行いながら 提言作成 インタビューの動画はこちら
	12月	
	1月	
	2月	提言発表



「儲かるの?」と言われても気にしない。
短期的な数字にとらわれず、
文化や社会への投資が、
巡り巡って経済を動かすと信じてみる。

孤軍奮闘するのではなく、
周りの人を惹きつけ、
巻き込む「求心力」を考えてみる。

「決まりだから」と諦めず、
そのルールや
仕組み(アーキテクチャ)自体を
書き換えられないか考えてみる。

「私たちは〇〇屋だから」という
看板を下ろして、
異分野の領域へ、
軽やかに飛び越えてみる。

今日からはじめる デザインの 自由と解放

「自由と解放」は大がかりな活動だけでなく、
一人ひとりの日々の小さな営みからはじまります。
身近な仕事や生活の中で、
小さな“枠”を外してみませんか?

機能やスペックだけでなく、
「情緒」や「おもむき」
といった心の震えを
大切にしてみる。

「ない」「と」を嘆く前に、
手元にあるもので工夫する
「ブリコラージュ」を
楽しんでみる。

既存の選択肢から
選ぶのではなく、
まだ世の中になく、
自らつくり出してみる。

目の前のアップデートに
追われるのをやめて、
30年先、100年先まで残る
「長い時間軸」で考えてみる。

グローバルな正解よりも、
自分たちの足元にある
「土着のリズム」や
心地よさを優先してみる。

デザインの力を信じて、
「こうあるべき」という
固定観念(枠)を、
勇気を持って壊してみる。

自由と解放のかたちをたどる

セレクト&文・野見山 桜

野見山 桜 のみやま・さくら

デザイン史の研究者として、展覧会の企画や書籍・雑誌への原稿執筆、翻訳を行なう。東京国立近代美術館(2017-2021)を経て、現在は五十嵐威暢アーカイブ(金沢工業大学)のディレクターを務める。

事例選定においては、一度きりで終わらず社会で繰り返し共有・実装された点に着目した。そのため、こうした性質がより顕著に確認できる社会的背景を踏まえ、20世紀以降の事例を中心に選定した。

社会をかたちづくる営みは、既存の枠組みを踏まえながらも、多様な可能性が開かれた状況の中で立ち現れてきた。現状を見つめ直すことは、新たなものが入り込む余地を生み出し、状況に応じてしなやかに行動することで、私たちの生はより豊かになる。このコーナーでは、本年度のテーマである「自由と解放」に応答し、歴史上の多様な取り組みを紹介する。

1910年代 日本

「自主自由」のための道具

ブリキの義足

全生病院(現 多磨全生園)、
制作年不詳(大正期)

1911年にハンセン病の療養所で入所者が発案し、自ら作っていたブリキの義足。単純な構造で、所内で手に入る身近な素材を用いて作ることができたため、作り方が普及し、戦後まで広く用いられていた。使用者は自分の足の状態に合わせて調整したり、足らしく見せるためのカスタムをしたりして装着していたそう。自分で歩く自由を自らの手で作るためのデザイン。



写真撮影：平山みな美
(国立ハンセン病資料館にて)

1920年代 日本

これからの社会が求める教育の象徴

自由学園校舎(現・自由学園明日館)
フランク・ロイド・ライト、1922年

大正デモクラシーを追い風に、子どもの関心や個性を中心においた教育への関心が広まるなか開校した。広い校庭を囲うように建てられた低層の校舎には、優しい自然光が注ぎ込み、不思議な解放感を感じさせる。自由で生き生きとした学びの体験を提供する空間とはどんな場所であるべきか、今なお続く問いの始まりがここにある。



写真：Kakidai (Wikimedia Commons)、CC BY-SA 4.0

1920年代 フランス

女性像をイメージし直す

パリのロータ通りにあるマダム・マチュー＝
レヴィのアパートメントのためのインテリア
アイリーン・グレイ、1920年代

ブティックの女性オーナーの生活空間であり、時に自身をモデルにした広告写真の撮影場所としても使われた。家庭に献身し、清らかであるべきとされた前近代的な女性像から解放され、自立して自由に生きる女性の空間として強い存在感を放つ。モダンデザインにおける装飾の排除は、中性的な印象を演出するうえでも大きな役割を果たした。



写真：撮影者不詳 (Wikimedia Commons)、パブリックドメイン

1930年代 フィンランド

心を解放して病を治す

アームチェア 41 パイミオ
アルヴァ・アアルト、1932年

サナトリウムのためにデザインされた椅子。背もたれが少し倒れているのは、半座位になると呼吸がしやすくなるから。隔離病棟は暗くて怖いという既存概念を覆し、明るい色彩と光につつまれた場所、そこに置かれた温かみのある木の家具。気分が塞ぎ込んでしまう患者やそこで働く人の心を解放したいという思いが垣間見える。

写真：©Artek



1930年代 アメリカ

自由自在に かたちを変える素材

AD-65 ラジオ
ウェルズ・コーツ、1932年

プラスチックの一種、ベークライトを躯体に用いたラジオ。その可塑性を活かし、角を排した滑らかでミニマルな形が特徴的。当時は、大きく重厚感のある家具の風貌をしたラジオが一般的だったが、こうしたモデルは小型でインテリアのアクセントとなる存在として人気を集めた。新素材の誕生により、それまでなかった形態を探求する動きが始まった。



写真：Daderot (Wikimedia Commons)、CC BY-SA 4.0



写真:Sui-setz (Wikimedia Commons) 、CC BY-SA 3.0

1960年代 日本

手にしたどこへでも行けそうな感覚

新幹線0系

日本国有鉄道、1964年

1964年、東京オリンピックの年に世界初の高速鉄道である東海道新幹線（東京—新大阪）が開業。時速200km超の「夢の超特急」は、自由でスピーディーな移動の素晴らしさを広める立役者となった。空気抵抗を考慮して設計された「団子鼻」に加え、白とブルーのツートンカラーは今なお新幹線の象徴的な姿として人々の記憶に刻まれている。



※作品の画像はこちらのリンクよりご覧いただけます（2026年2月現在アクセス可能）

1950年代 スイス

静と動のマリアージュ

アコースティック・ソサエティ第5回春のコンサート
ヨゼフ・ミュラー＝ブロックマン、1953年

ルールは制約としばしばイコールで考えられるが、確かさを保証するものでもある。グリッドに基づく文字情報の配置は、とても静かで安定した印象を与える。対して、画面のいたる場所に自由に配された異なる長さの弧線は、大きなうねりを生み出し、見ている者を渦に巻き込むかのよう。2つが共存しているからこそ伝えられる音のダイナミズムだ。

1940年代 アメリカ

しなやかさが形を解き放つ

レッグスプリント

チャールズ・イームズ&レイ・イームズ、1942年

成形合板は、薄い木材を積層した材料で、圧をかけることで簡単に曲げることができる。そのため従来の板材では難しかった曲面や独特な形状のものを自在に作ることを可能にした。その特性に着目したイームズ夫妻が取り組んだのが医療用添え木。戦時下の資材不足の中で代替素材を用いた医療器具として大いに活躍した。



写真:Daderot (Wikimedia Commons) 、CC BY-SA 4.0

1960年代 イタリア

“当たり前”を 飛び越えたその先

サッコ

ピエロ・ガッティ、チェーザレ・パオリーニ、
フランコ・テオドーロ、1968年

椅子には座面と背面がなければならぬと決めたのは誰だろう。自分たちが当たり前だと思っている物の形に「そもそも」と疑問を呈すことが大事だと教えてくれる。人間工学や普遍性といった言葉を軽く飛び越えて、あつという間に私たちの生活に浸透したいわゆる「ビーズクッション」の起源がこちら。



写真: Daniela De Ponti, CCO

1950年代 日本

一番楽しいのは 自由を求める時

森・林

山城隆一、1955年

1950年代に入り、写植技術の導入が始まる頃に実験的に制作されたのがこのポスター。活字ではこんな文字組は不可能であるし、手描きで大量の文字をランダムに配置するには相当な時間がかかる。写植だからこそ実現できる表現を試しに作ってみた様子が伝わってくる楽しい作品。技術を理解しようとする不自由な段階、発展の途上が案外面白い。



※作品の画像はこちらのリンクよりご覧いただけます（2026年2月現在アクセス可能）

1950年代 日本

制限から生まれる有効性

スピードケトル

柳宗理、1953年

戦後、ガスの節約を促すために作られたやかん。扁平なのは短時間でお湯が沸くように火のあたる面積を広くしたため。実は本体の中心部、底面から上部にかけて円筒が通っており、火にかけるとそこまで熱が行き渡るように設計されている。物資不足という不自由さから生まれたものだが、エネルギー節約の観点から考えて今も有効なプロダクトだ。



写真提供: 柳工業デザイン研究会



写真: Jordy Meow (Wikimedia Commons)、
CC BY-SA 3.0

1970年代 日本

場所に縛られずに 生きるための家

中銀カプセルタワービル
黒川紀章、1972年

建築家の黒川紀章は、交通や通信の発達により常に移動し、新しい情報や価値を求める人々「ホモ・モーベンス」が登場すること予言した。1969年のことだ。まだ見ぬ世界の様子を想像し、そのために必要な建築を考えて行き着いた先にあったのが交換可能なカプセルに住空間を設けることだった。ノマドという言葉が日本で広がるずっと昔のこと。

1970年代 アメリカ

自由を支える おおらかさ

I ♥ NY コンセプトスケッチ
ミルトン・グレーザー、1976年

タクシーの中でペーパーナプキンにさっと描かれたものが、原画となりロゴとして誕生したという逸話がある。シンプルな造形ゆえに様々なところで自由に使われているけれど、それを許容する寛容さがあるから広まったといえる。そういえば、ニューヨークの象徴的なシンボルの代表格といえば「自由の女神」だ。



※作品の画像はこちらのリンクよりご覧いただけます (2026年2月現在アクセス可能)

1980年代 アメリカ

無知=不自由

沈黙=死

サイレンス=デス プロジェクト

(アヴラム・フィンケルシュタイン、ブライアン・ワード、オリバー・ジョンストン、チャールズ・クロフ、クリス・リオナーネ、ホルヘ・ソカラス)、1987年

エイズの流行を広く知らせるために作成され、アクティビズムの視覚的シンボルとなったポスター。ナチスによる同性愛者の人々への迫害を象徴するピンクの三角形を中心に配置して、沈黙が死を招くという強烈なメッセージを発信した。啓発することで抑圧されていた患者や感染者への差別を解消することも期待された。

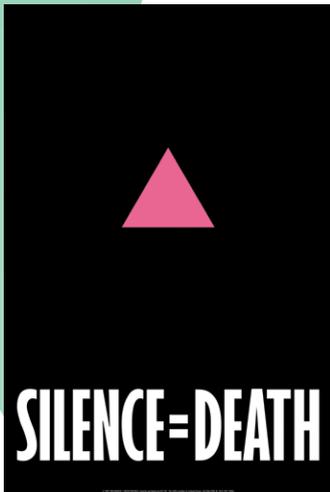


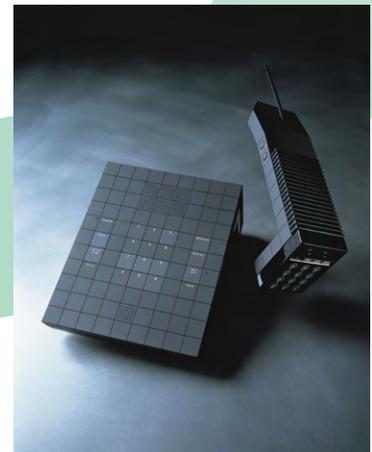
写真: DemonDays64 (Wikimedia Commons)、
CC BY-SA 4.0

1980年代 日本

選べる時代が生んだ 新しいかたち

レガム コードレステレフォン
五十嵐威暢、1989年

1987年に販売が自由化されたことで、様々な色や形で販売されるようになったコードレス電話機。OA機器が普及し始めたのもこの頃で、多様な機械がオフィスに導入されるなかで、仕事場のインテリアも変化した。その頃、電話といえば女性が主たるターゲットだったが、男性ユーザーを想定した直線的で無機質なデザインが登場。



写真提供: 五十嵐威暢アーカイブ

1990年代 日本

ギザギザが もたらした世界

エッセンシャル
花王、1991年

今では当たり前にあるシャンプーボトルの触覚識別の凹凸。ささやかな変更ではあったけれど見えにくさを抱える全ての人に対して洗う自由度を高めた工夫だ。最初は1社のメーカーが始めた取り組みだったけれど、それが広がり、国内にとどまらず国際的な規格にまでなったのもすごいこと。ほんのちょっとした気づきが誰かの生活を変えた事例。



※作品の画像はこちらのリンクよりご覧いただけます (2026年2月現在アクセス可能)

1990年代 アメリカ

文字や画像が 動き出した!

フライングレタース
ジョン・マエダ、1996年

アプリを使えば自由に画面上で文字や画像を動かすことができるようになった現在。逆に動かないグラフィックを見ることのほうが少なくなった。デジタル表現の礎を築いた作品は、プログラミング言語を駆使して制作されたマウスの動きに反応する「本」だった。本に格納されたフロッピーディスクのデータをパソコンで読み込んで見る方式。



※作品の画像はこちらのリンクよりご覧いただけます (2026年2月現在アクセス可能)

2020年代 世界

不安を遮るための 小さな一枚の布

マスクの作り方

ジョンズ・ホプキンス病院、2020年

6年前、世界はコロナ禍に揺れていた。マスクが不足し、人々はインターネットで見つけた布マスクの作り方を手がかりに、なんとか日常を守ろうとしていた。マスクをつけなければ外に出ることが許されなかったあの時期を、私たちはどのくらい覚えていられるだろうか。作り方のデータはデザインミュージアムに収蔵されている。



※作品の画像はこちらのリンクよりご覧いただけます(2026年2月現在アクセス可能)

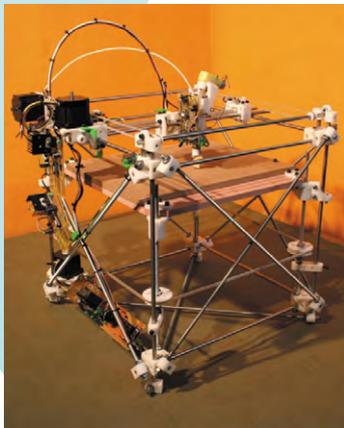


写真: Adrian Bowyer (Wikimedia Commons)、CC BY-SA 3.0

2000年代 世界

自由な 創造のための機械

レップラップ プロジェクト

エイドリアン・ボウヤー、2005年

主流技術である熱溶解積層方式の特許切れを契機に、自作3Dプリンターのオープンソース化が広がった。世界中で実験が繰り返され、安価に手にいれることが可能となった今、個人の創造性が社会に直接反映されるようになった。この変化により、従来、ものづくりの現場に欠かせなかったデザイナーの役割や存在意義は問い直されつつある。



写真: David Fuchs (Wikimedia Commons)、CC BY-SA 4.0

1990年代 世界

使う楽しさを 解き放つ

iMac G3

アップル、1998年

それまでパソコンとはただの便利な機械で、外観はこの次だった。そこに登場したのがスケルトンボディで未来的な姿をしたこちら。個人の好みに応じて色を自由に選べるという点が魅力的でインテリアの一部として広く受け入れられた。コンセントを差し込めば、すぐ使えたためユーザーを配線の煩わしさから解放し、設置場所の自由度を高めた。

2020年代 日本

伝えることは こんなに自由だ

投票ポスター

表現と政治、2021年～

有志のグラフィックデザイナーやイラストレーターによる、投票を促すポスターが集まるサイト。社会を少しでも良くしたいという気持ちと、何かを視覚的に伝えたいという創造的な動機がうまく重なっている。SNSの広がりとともに、政治参加の意思が可視化されるようになった。データは自由にダウンロードして印刷できる。

画像提供: 表現と政治、制作者: (左上) 坂内拓、(右上) ワタナベマリエ、(左中) 牧寿次郎、(右中) 上坊菜々子、若井玲子、清水直子、(左下) △(三上悠里、保田卓也)、(右下) 惣田紗希



写真: Evan-Amos (Wikimedia Commons)、パブリックドメイン

2000年代 日本、北アメリカ、ヨーロッパ

黒い箱から広がる自由な世界

プレイステーション2

2000年

何よりも子どもながらに衝撃だったのがその佇まい。友人宅の和室に置かれたテレビ画面の前に真っ黒な箱がずっと立っていて、かっこよかったのを覚えている。立ち上げの時の音とモーショングラフィックが相まって、「未来」がどうやって来たかと思った人は多かったはず。画面の中に広がる3DCGの創り出す自由な世界に感動を覚えた。

2000年代 日本

描く理想と自由な発想

ホワイトシリーズ

野田瑛瑠、2003年

模様入りのものが一般的だった瑛瑠のキッチン製品、当初は真っ白い容器は売れないと社内で反対されたという。日々仕事をしながら家事をしていた発案者。だからこそ求めた理想があった。軽量で、コンパクト。作り置きが素敵に見える。自分の「欲しい」は、きっとみんなの欲しさに繋がっていると自由に発想したことが起点となった。



写真提供: 野田瑛瑠



自由に、緻密に、長く続ける。 「希望」としてのデザインの未来

枠組みにとらわれない「自由さ」、 そして「継続」の重み

——2025年度グッドデザイン賞を振り返って、どのような変化の兆しを感じましたか？

齋藤 本年度のフォーカス・イシューのテーマ「デザインの自由と解放」に象徴されているように、勇気を持って「はじめの一步」を踏み出している取り組みが非常に多かったと感じます。たとえば、今まで誰も考えつかなかったようなプロセスで作られた分散型の小水力発電「大

日止昂小水力発電所」や、農業DXのスタートアップが提供するスマート農業基盤「レポサク」のように、既存の枠組みにとらわれない新しい実装のあり方が多く見られました。

もう一つ印象的だったのは「継続性」です。大賞を受賞した「DLT 木造仮設住宅」は建築家の坂茂さんが長年取り組まれてきた挑戦の成果ですし、また金賞の「ホテルが舞い、水中花が咲く清流・源兵衛川」は30年以上続けてきた活動です。そして単に長く続けているだけでなく、

時代に合わせてアップデートも続けている。過去の蓄積を現代的な価値へと昇華させる、時間軸の厚みを感じる年でもありました。

永山 私も本年度は特に「時間軸」を強く意識しました。30年前に始まった活動が今なお評価されるということは、当時の初動がいかに未来を見据えたものであったかの証明でもあります。

今は変化の激しい時代ですが、だからこそ、目先の新しさだけでなく、30年後に

どうなるかという長い射程距離を持って、未来のスタンダードの種をまくことが求められている。今年の大賞や金賞の選出には、そうした「時間を超える強度」への評価が表れていたと思います。

倉本 私は、デザインのアプローチが良い意味で「二極化」していると感じました。一つは、デザイナーが中心となって周囲を巻き込み、大きな社会的「うねり」を作っていく動き。地域や製造現場、住民を含めたエコシステム全体をデザインする方法論が、ここ数年で確実に定着しています。

もう一つは、それとは対照的な「職人的な深掘り」です。レンズ交換式ミラーレスカメラ「Sigma BF」やハンカチーフ「クラシクス・ザ・スモールラグジュアリ」のように、飽くなき執念で細部を突き詰め、針の穴を通すような鋭さで次の扉をこじ開けるものづくりに注目が集まりましたよね。

社会を巻き込む「広がり」と、個人の美意識を突き詰める「深さ」。この両極が同時に、かつ高いレベルで現れたのが本年度の特徴だったように思います。

「鳥の目」と「虫の目」を瞬時に行き来する

——本年度の傾向も踏まえて、今後デザイナーやデザイン業界が取り組むべき課題についてはどう思いますか？

齋藤 「デザインへの投資価値」を社会に対して証明していく必要があると考えています。デザインの領域が拡張し、プロセスや仕組みそのものを疑い、再構築する権利をデザイナーが得た今だからこそです。企業や地域の中で、デザインがどれだけの価値を生み出しているのか。それを経済合理性の風に流されることなく定義し、信じ抜くことができるか。

同時に、受け手（消費者）のリテラシーを高めていくことも重要です。そのデザインがどのような文脈や歴史の上に成り立っているのか。押し付けがましくなく、自然と背景にある哲学やストーリーに興味を持ってもらうためのデザイン——言わば「文脈の翻訳」もまた、デザイナーの重要な仕事になっていくはずですよ。

永山 「受け手の理解」を深めるためには、コミュニケーションそのもののデザインが鍵になりますよね。どんなに素晴らしい経営をしても、それだけでは伝わらない。パッケージやWebサイト、アプリのUIといった「インターフェース」が魅力的であって初めて、その背後にある思想が届きます。

今年を受賞作を見ても、取り組みの素晴らしさはもちろんですが、それを伝えるためのコミュニケーションやグラフィックの質が非常に高いものが目立ちました。デザインが社会実装のエンジンとして機能していることを改めて実感しましたね。

倉本 私はデザイナーに求められる能力として、改めて「視点の往復」が不可欠になっていると感じます。先ほどの「大きなうねり（マクロ）」と「職人的な深掘り（ミクロ）」の話にも通じますが、社会環境や経営的な視点といった「鳥の目」と、素材の質感や0.1ミリのディテールにこだわる「虫の目」。この極端に異なるスコープを瞬時に行き来する能力がますます重要になるでしょう。

経営者と対等に社会意義を語り合った次の瞬間に、現場の職人さんとネジ一本の納まりについて激論を交わす。その振幅こそが、複雑化する現代のプロジェクトを貫く幹になっていくと思います。

デザインは「希望」である

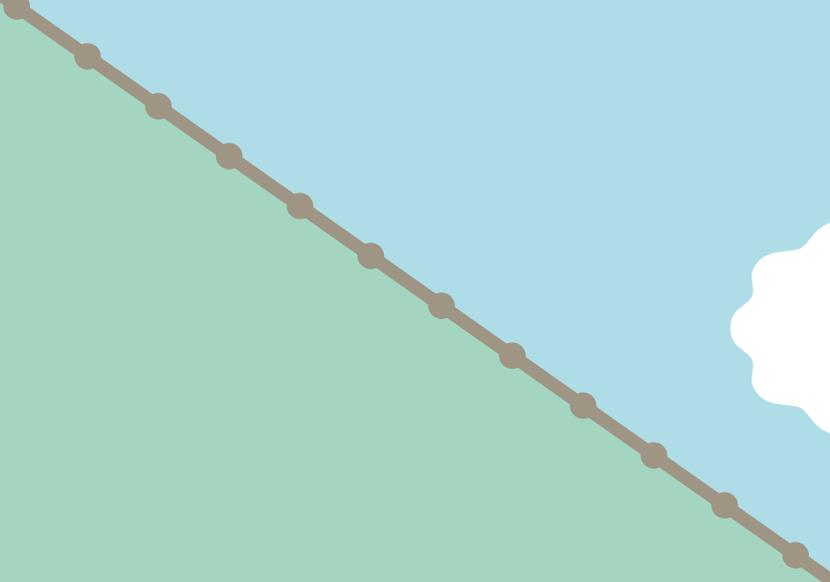
——最後に、これからのデザイン業界、あるいはグッドデザイン賞へ向けたメッセージをお願いします。

齋藤 「デザインは希望だ」と思っています。政治や経済の状況が決して明るい話題ばかりではない中で、デザインの力で救えるものはまだまだたくさんある。作り手である我々自身がその力を信じ、使いこなし、そして受け手である社会にもその価値を気づかせてあげること。グッドデザイン賞というプラットフォームが、そうした「希望」を可視化し、社会全体をエンパワーメントする活動として続いていくことを願っています。

永山 この数年間で、グッドデザイン賞に応募される領域は驚くほど広がりました。それは「デザイン」の定義そのものが拡張している証拠でもあります。

グッドデザイン賞が「未来の予感」を感じさせる良質な事例を提示し続けることで、作り手には次なるヒントを、受け手には「自分も何か変えられるかもしれない」という気づきを与える。そんなポジティブな循環の起点として、これからも社会全体を元気づける存在であってほしいと思います。

倉本 デザインが駆動するとき、そこには常に「こうなったらいいな」という「願い」があります。未来は不確実で、予測することはリスクでもある。しかし、勇気を持って「良き未来」を描き、そこからバックキャストして「今、何が必要か」を形にする。その「はじめの一步」の連鎖が、社会を少しずつ、しかし確実に良くしていくはずですよ。未来と現在との距離を縮める力を持つデザインが、これからも世の中に溢れていくことを期待しています。



FOCUSED ISSUES 2025

2026年2月発行

デザイン: 平山みな美

撮影: 今井駿介、進士三紗 (INTERVIEW 1、INTERVIEW 3)、ほか提供写真

対談構成: 佐々木将史 (INTERVIEW 1)、大矢幸世 (INTERVIEW 2)、長谷川リョー (INTERVIEW 3)

編集: 小池真幸、小山和之 (designing)

発行者: 公益財団法人日本デザイン振興会

