

5

文化×デザイン

ここでは、主に2023年に開催されたデザイン関連のフェスティバルやアワード、企画展といった28のイベントを紹介する。掲載しているデザイン関連イベントは、長期にわたって継続され、一般からも広く認知されているものや多くの人々が来場し高く評価されたもの、日本のデザインを広くとらえながら一歩先に前進させようとするものなど実に多様である。各々の責任者や企画者の方々に取材協力いただき、イベントの背景や目的、運営や展示における工夫と成果、今後の展望などを取り纏めている。

今日、日本ではこうしたデザイン関連イベントが数多く開催されており、デザインの品質向上や社会浸透に貢献している。2023年は「イヴ・サンローラン展 時を超えるスタイル(国立新美術館)」や「クリスチャン・ディオール、夢のクチュリエ展(東京都現代美術館)」や「倉俣史朗のデザインー記憶の中の宇宙(世田谷美術館)」など、美術館でのデザイン関連の企画展が多く開催され、一般の人々にデザインの役割や可能性、デザイナーの思考などを広く伝えた。日本のデザイン文化を育んでいくような取り組みを継続的に観察することで、日本のデザインがいかなる変化を遂げてきたのかを明らかにできるだろう。

また、デザイン関連イベントは首都圏だけでなく、あさひかわデザインウィークや世界ボスタートリエンナーレトヤマ、燕三条 工場の祭典など各地域に広く見ることができる。日本ではデザインミュージアムの不在に関する議論がデザイン業界を中心に長年行われているが、市民とデザインとのタッチポイントは全国各地に存在していることを今回の調査をとおして確認できた。

なお、本パートで紹介した28の事例はほんの一部に過ぎない。紹介しきれなかった主要なデザイン関連イベントは末尾の資料にて概要を掲載しているのでご覧いただきたい。

展示期間中に開催された、茅葺きワークショップ。



パンデミック後の建築と暮らし 問いかける 「How is Life? —地球と生きるためのデザイン」

会場：TOTOギャラリー・間／会期：2022年10月21日～2023年3月19日

コロナ禍の議論をきっかけに

「TOTOギャラリー・間」は、住宅設備機器メーカーのTOTOが運営する建築の専門ギャラリーである。1985年の開設以来、延べ139万人(2023年12月時点)の来館者を受け入れ、国内外の建築家の個展を開催してその思想や価値観を伝えてきた。コロナ禍での約10カ月間にわたる閉館期間中、ギャラリーの運営委員が先の見えない社会や人々の暮らしにおいて建築がどうあるべきかを議論したという。「How is Life?—地球と生きるためのデザイン」展はその議論をきっかけに企画された。

本展では、塚本由晴(東京工業大学大学院教授)、千葉 学(東京大学大学院教授)、セン・クアン(東京大学特任准教授兼米ハーバード大学デザイン大学院講師)、田根 剛(Atelier Tsuyoshi Tane Architects代表)をキュレーターに迎え、建築を「人びとの暮らしをより良くすることに奉仕するもの」と捉え直して議論を重ねた。気候変動や社会格差、感染症の拡大といったさまざまな課題に直面する時代にこれから人はずどのように暮らし、建築はどう奉仕するのか。それを一方向的な問いかけや提言ではなく、さまざまな分野のリサーチとステークホルダーとの議論を通じて、本展のテーマである「地球と生きるためのデザイン」を

見出していくという主旨だ。

世界の事例を展示

千葉県鴨川市の釜沼集落にキュレーターが集まって展示に向けた調査と計画を進める合宿を行なった。キュレーターたちからの問いかけ「How is Life?」に答えていると考えられる事例を世界中から100以上集め、その背景、伝統知や共同体の考え方、それらをつなげるシステムなどの要点を整理。そのうち約21のプロジェクトを展示することになった。

例えば事例「小さな地球」では、塚本が理事を

務める一般社団法人「小さな地球」が進めている釜沼集落でのフィールドローリングを紹介。山林を整備して、古民家を宿泊可能なコモンスペースに再生したり、耕作放棄地を茅場に転換したりといった実践と観察から得た気づきを少しずつドローイングにして共有してきた。本展では、20人近い学生が描いた「パブリックドローイング」を展示。そこで行われている棚田の米づくりや梅酒づくり、夏みかん畑の収穫といった取り組みのすべてが描き込まれ、農、林、建設などの領域がひとつの里山でつながり循環している様子が見て取れる。また千葉が提案するプロジェクト「バ

イシクル・アーバニズム(Bicycle Urbanism)」は、新しいモビリティのシステムや技術が注目されるなか、都市の移動手段として「自転車」の位置づけや意味を捉え直す取り組み。各都市における自転車インフラの実情を詳細にリサーチした成果を発表するとともに、多くの提案を盛り込んだ大型模型や駐輪のためのプロダクト模型などを展示した。会期中には自転車ライフスタイルを提案するゲストを交えた座談会や、実際に自転車で東京を走りながら都市のあり方を体験するワークショップも行われ、欧米の追随ではなく、日本や東京独自のインフラ整備についても

意見が交わされた。

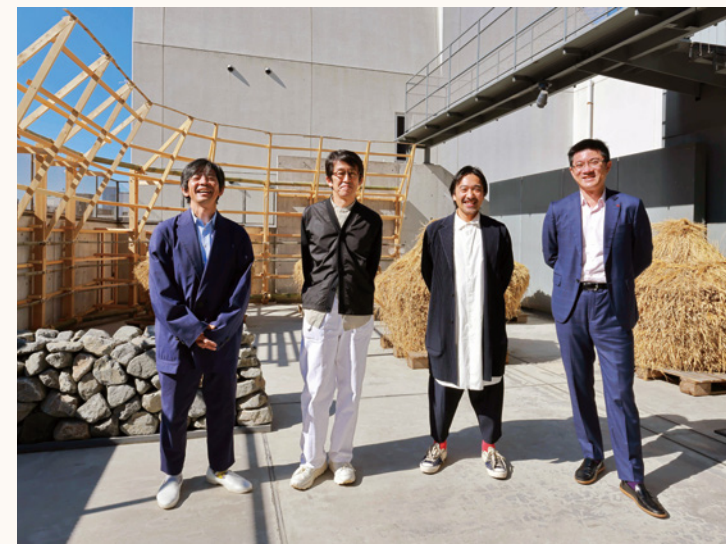
未来を創造する展示に

TOTOギャラリー・間は、こうした企画展と、活動のベースである建築家の個展をこれからも継続することで、建築家を持つ多様な思想や建築のさまざまな価値を表現していく。これらの活動を通して、時代を超えてより多くの人に建築に対する理解と共感が広がり、未来の創造につながることを願っているという。(取材先／TOTOギャラリー・間 筏久美子)



写真やドローイングのほか、建築模型や道具などが展示された会場。

「バイシクル・アーバニズム」のワークショップの様子。



企画展「How is Life?—地球と生きるためのデザイン」でキュレーターを務めた、(左から)塚本由晴、千葉 学、田根 剛、セン・クアン。



「デザインスコープ」展のカタログ。

デザインの可能性を探り、 クリエイターの視点を提示する 「デザインスコープ—のぞく ふしぎ きづく ふしぎ—」

会場：富山県美術館／会期：2022年12月10日～2023年3月5日

クリエイター 8組10名を選出

富山県美術館は、前身である富山県立近代美術館からの移転と「富山県美術館 アート＆デザイン (Toyama Prefectural Museum of Art and Design)」への名称変更を経て、「アートとデザインをつなぐ美術館」として2017年に開館した。本展は富山県美術館の開館5周年記念展のひとつ。デザインというレンズを通した視点を「デザインスコープ (design-scope)」と名付けて、第一線で活躍するデザイナーやアーティストと対話を重ね、これからデザインがどのような提案をすることが可能なのか、またデザインとアートが限りなく近づく現在の状況をミクロ／マクロの視点から俯瞰する、という内容だ。

本展は、若手のデザイナーやアーティストら8組10名で構成。同館の副館長やディレクター、学芸員らが入選にあたり、現代デザインに関わ

る情報を収集することから始め、候補者にこれまでの仕事や考え、展望などを取材したうえで決定した。展示に際しては、デザインやアートの最前線で活躍するクリエイターたちが未来に向けて何を考え、どのようなことに挑戦していくのか、またそのプロセスに焦点を当てた。

対話して進める企画

特に重視したのは、すでにある問題の解決ではなく、問題そのものを見出すところから探求する参加作家の取り組みについて、ライブ感をもって来場者に感じとってもらうということ。それぞれに自らの作品や活動について言葉で表現してもらい、キーワードを抽出。そのキーワードをヒントに、作家たちの感性や思考に直接ふれるような展示を心がけた。同館の本展企画チームによると、「明確な目的地を設けるのではなく、クリ

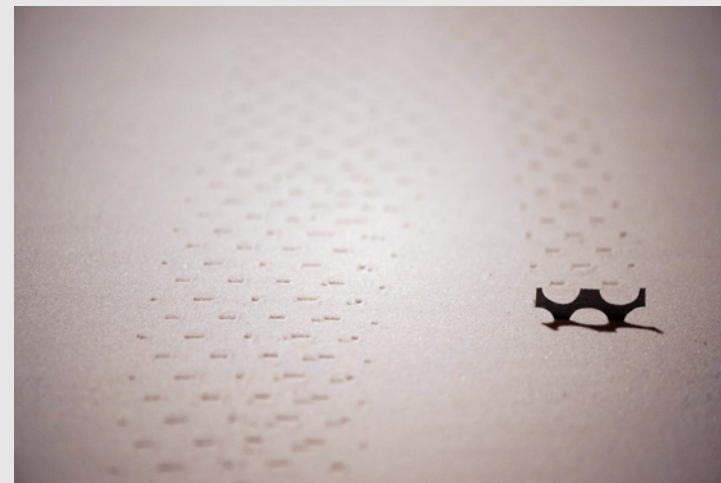
エーターたちとコラボレーションしながら、一緒に行き先を探りたいという気持ちで企画を進めていった」と言う。そのため出品作品や制作物についても美術館側から指定するのではなく、デザイン思考をとおして対話を繰り返しながら、それぞれが考えていることと本展のコンセプトがマッチするような作品のあり方を見つけていった。その結果、本展のために新たに制作された作品が大半を占めた。

新作やプロセスの展示

会場の入り口に展示された「Matches Wall」(岡崎智弘)は、マッチ棒を使ったコマ撮りアニメーション作品。「動いているものとそれを目にする人の関係」を探るために、デザイナーがライフワークとして制作を続けている映像をまとめて壁面のモニターで上映した。またデザイナー



岡崎智弘「Matches Wall」2022年
Photo by Ryohei Yanagihara



狩野佑真「Rust Harvest」2019年
Photo by Ryohei Yanagihara



三澤 遥「紙が動くと」2022年
Photo by Ryohei Yanagihara

の三澤 遥による「紙が動くと」は、砂、釘、ビー玉といった身近な素材と動く紙を組み合わせることで、さまざまな動きや「らしさ」が生まれるという作品。三澤がこれまで自主的に発表してきた「動紙」シリーズの新作として本展のために制作した。また「Rust Harvest」(狩野佑真)は、錆(さび)を模様として家具や衣服などのプロダクトに利用する実験である。今回はそのプロセスを農作物の生産サイクルに見立て、錆を「収穫」するところから展示。来場者は、ネガティブなイメージの錆が美しいアートになる様子に大きな興味を示していたという。67日間の会期で1万6,421人が訪れ、盛況な展覧会となった。

富山県美術館は今後も、デザイン領域を含めた多面的な企画を行っていくという。(取材先／富山県美術館 副館長(デザイン担当) 桐山登士樹、ディレクター(デザイン) 川上典李子、学芸課長 以倉 新、普及課学芸員 内藤和音)



富岩運河環水公園に建つ富山県美術館。
設計を手がけたのは建築家・内藤廣。



空間演出は、建築家の重松象平が手がけた。
© DAICI ANO

メソンの作品が一堂に会した展示会場。
写真左は「パー」スーツ。
© DAICI ANO



写真家の高木由利子による撮り下ろし写真の展示。
© DAICI ANO

ディオールと日本文化 関係性を見つめる協業インスタレーション 「クリスチャン・ディオール、夢のクチュリエ」展

会場：東京都現代美術館／会期：2022年12月21日～2023年5月28日

70年を振り返る大規模回顧展

「クリスチャン・ディオール、夢のクチュリエ」展は、フロランス・ミュラーのキュレーションによって2017年のパリ装飾芸術美術館を皮切りに、ロンドン、上海、ニューヨークなどの都市を巡回した回顧展をベースに、1,100点を超えるドレスや帽子、バッグ、ジュエリー、そしてデッサンや絵画などの資料を通して、同メソンの70年以上に及ぶ歴史を展観する大規模なファッション展である。創設者のクリスチャン・ディオール(1905年～1957年)と、そのクリエイションを継承してきたイヴ・サン＝ローラン、マルク・ボアン、ジャンフランコ・フェレ、ジョン・ガリアーノ、ラフ・シモンズ、マリア・グラツィア・キウリといったクリエイティブ・ディレクターたちによる、

過去から現在までの作品を一堂に展示。特にディオールデザインを象徴する「パー」スーツは、1947年に発表されるや「ニュールック」と呼ばれ、ファッション史に大きなインパクトを与えた。展覧会では、そのオリジナルと、後継者たちが再構築したコレクションなどを組み合わせて壮大なインスタレーション空間をつくり上げた。

日本会場独自の展示

もうひとつの見どころは、日本会場独自の構成と、東京都現代美術館の収蔵作品とのコラボレーションである。クリスチャン・ディオールは、終戦後の日本において女性の社会進出の機運が高まり、和装から洋装への転換が進んだ時期に、最初に上陸した西洋のファッションブラン

ドであった。本展ではメゾンと日本の関係性に焦点を当て、ディオールとその後のクリエイティブ・ディレクターたちが影響を受けた日本の芸術や文化を取り上げて展示した。「ミス・ディオールの庭」と題された部屋では、同館所蔵の田淵安一「眠れる花の組曲」や、収蔵後の初展示となった手塚愛子の織物から糸を引き抜き再構成した「Mutterkuchen-01(あなたに帰る場所がありますか、もしそうなら、それは偶然?それとも必然?)」などが展示された。同館の所蔵作品は、展覧会全体で戦前から現代までの各時代を映し出す絵画や立体作品が7作家16作品出品され、同時代のドレスとともに空間を彩った。これはディオール側の提案によって実現したものだ。ミュラーは「光栄なことだった。絵画とドレスには共通する美があふれており、両者は対話

できると考えた」と語る。そのほか写真家の高木由利子が本展とカタログのために撮り下ろした写真も展示された。なお東京展では、世界的な建築設計事務所であるOMA (Office for Metropolitan Architecture)・ニューヨーク事務所に所属する建築家、重松象平が空間演出を手がけ、和紙など日本らしさを感じさせる素材を多用した展示デザインも話題を呼んだ。



東京都現代美術館の所蔵作品とドレスが展示された
「ミス・ディオールの庭」。
© DAICI ANO



公民館がない場所でもパラソルひとつで公民館になる、というコンセプトで活動する「バーラー公民館」(運営: 那覇市若狭公民館)を再現したスペースで開かれた「おしゃべり会」。

社会デザイン拠点としての公民館の可能性を探る 公益財団法人日本デザイン振興会＋公民館のしあさって・プロジェクト 東京ミッドタウン・デザインハブ 「公民館のしあさってとはデザインのしあさって!? ～Work in progress～」

会場: 東京ミッドタウン・デザインハブ / 会期: 2023年3月3日～31日



書籍『公民館のしあさって』にも登場する、公民館の歴史や仕組みを紐解いた図説。

これからのデザインと公民館の役割

公民館とは、戦後間もなく社会教育を牽引する機関として全国に設置された拠点であり、現在でも8万館以上あるといわれている。当時、社会教育とは地域住民が主体となって実践から自治精神を学び合い育てていくことであり、それが結果的に地域住民を主体とした社会を形成していくことにつながる、と考えられていた。現代に読みかえれば、シビックプライドを育みながら地方創生を目指す拠点が公民館だったともいえる。今、そうした場所として改めて公民館が興味を持たれている。一方、デザイン領域においても、地域が抱える課題に対するソーシャルデザインを展開

する拠点、また、その場づくりの重要性が注目されている。本展はこうした状況を踏まえ、公民館の歴史を紐解き、公民館の本来の可能性に焦点を当てた展覧会である。各地の公民館やデザイナーの取材を通して「公」について掘り下げ、その「しあさって(未来)」を思索した。

きっかけは、書籍『公民館のしあさって』(2021年、ポダーインク)の刊行記念のトークイベントだった。公民館とデザインをつなぐアクションを起こすと面白いのではないか、という会話から本展が企画された。独自の活動を行う全国の公民館や、公共的な立ち位置で活動するデザイナーやアーティストによる活動を、主にテキストと写真資料、会期中のトークイベントを通し

で紹介。テキストは企画チームが各地を訪れてインタビューした全10回分の内容をすべて文字に起こし、全長約100メートルにおよぶロール紙に印刷した。インタビュー中に登場した資料類も参考として展示した。

おしゃべりから生まれた気づき

展示会場内のスペースでは、公民館がない場所でもパラソルひとつで公民館になる、というコンセプトで活動する「バーラー公民館」(運営: 那覇市若狭公民館)を再現。そこで「おしゃべり会」と題したトークイベントが実施された。展覧会企画チームと公民館関係者、あるいはデザイナーが

車座になって、来場者とともに自然発生的な「おしゃべり」を繰り広げた。このアイデアも、本展のための取材旅行での何気ないおしゃべりから生まれた発見や気づきがひじょうに面白く示唆に富んでいた、という企画チームの体験に基づいている。全部で9回の「おしゃべり会」が行われ、公民館のマネジメントやコーディネーター、大学研究者、学芸員、地域と共創する企業やデザイナーが登場し、「顔の見える公共のあり方」「地域でこれから必要な人材」など多彩なテーマについて語り合った。特に公民館関係者とデザイナーによる回では、双方の活動を紹介しながら活発な意見交換が行われ、公民館というある種の社会インフラで実践されている事業と、課題解決のた

めにデザイナーが日々取り組んでいることは、本質的に共通しているということが明らかになった。今後、公民館のコーディネーターとデザイナーが協働することで、互いの専門性を生かしながらよりよいソーシャルデザインに向けたアウトプットができるのではないか、という示唆もあった。

新たなデザイン領域を提示

本展を通して、社会教育やデザインの関係者以外に向けても、公民館とデザインが掛け合わさることで生まれる相乗効果について発信することができたという。来場者には学生も多く、例えば卒業後の進路として、公民館に就職してソーシャ

ルデザインに取り組むという選択肢もあるかもしれない。本展は、そうしたデザイン領域の新しい可能性を若者に示す機会にもなった。(取材先／公民館のしあさって・プロジェクト コアメンバー 西山佳孝、公益財団法人日本デザイン振興会 課長 川口真沙美)



「ダイアログ：大地との対話からの始まり」の展示風景。
左から、石塚源太「Taxis Groove」(2023年 作家蔵)、田上真也「殻纏フ 溢ルル空」(2022年 作家蔵)。
Photo by Takeru Koroda

創造へと向かうエネルギーを浮かび上がらせる 「跳躍するつくり手たち： 人と自然の未来を見つめるアート、デザイン、テクノロジー」

会場：京都市京セラ美術館／会期：2023年3月9日～6月4日

伝統と革新が交わり進化する美術館へ

京都市美術館は1933年の開館以来、長く市民に愛されてきた。その建物は公立美術館として日本に現存する最も古い建築である。2020年には「京都市京セラ美術館」と新たな通称を得て、現代の美術館に必要とされる機能をアップデートしリニューアルオープンした。本館は創建当時の和洋が融合した本館の意匠を最大限保存しながら現代的なデザインを加え、所蔵品を紹介する本館展示室「コレクションルーム」、現代美術など多様な展示に対応する新館「東山キューブ」、新進作家を支援する「ザ・トライアングル」を新設し、伝統と革新が交わりながら進化

する美術館を目指す。

その新館「東山キューブ」で開催された特別展「跳躍するつくり手たち：人と自然の未来を見つめるアート、デザイン、テクノロジー」では、人間や地球の歴史を意識しながら柔軟な発想でめざましい活動を展開する日本のアート、デザイン分野の作家を取り上げた。企画・監修を担当した川上典李子(武蔵野美術大学客員教授)は、2018年にパリ装飾美術館での日本の工芸、デザインの展覧会にゲストキュレーターとして参加した際に「現代日本における創造活動はグローバルな課題に対する示唆に満ちている」と思い至ったという。「数多くの史跡や伝統工芸が残る京都から国内外に広く発信することに意義がある」と

し、作家の選考やテーマの立案を行った。

多様な関係性の再解釈

本展では、1970年代1980年代生まれを中心とした20人・組の作家による新作や初公開作品を多数紹介。過去と未来、自然と人工、情報環境と実社会といったさまざまな関係性を軽やかにつないで再解釈する作家たちの作品や活動から、世界が直面する激動の時代に求められる「創造へ向かう跳躍するエネルギー」が鮮やかに浮かび上がることを狙った。展示は、「ダイアログ：大地との対話からの始まり」「インサイト：思索から生まれ出るもの」「ラボラトリー：100年前と



GO ON「100年先にある修繕工房」(2023年 作家蔵)
Photo by Takeru Koroda

TAKT PROJECT「glow ⇄ grow: globe」(2019年 作家蔵)
Photo by Takumi Ota



A-POC ABLE ISSEY MIYAKE「TYPE- II 004」(2023年 作家蔵)
Photo by Takeru Koroda



100年後をつなぎ、問う」「リサーチ & メッセージ：未来を探るつくり手の現在進行形」という4つのメッセージに合わせてセクションを分けた。主な作品として、京都を拠点に伝統工芸を受け継ぐ6名のユニット「GO ON」は、「日常で使われる『もの』の命を100年先につなぐためにいま何をなすべきか」をテーマに、作品「100年先にある修繕工房」を展示。金網細工とオーディオ機器、木桶の技法と小型冷蔵庫、竹工芸によるインスタレーションなどをおして独創的な世界を示した。あわせて、モノを大切に長く使うための「修繕」という考え方が“当たり前”になっている未来のビジョンも提示した。

デザインスタジオのTAKT PROJECTは人工

と自然の関係に着目し、プログラミングされたLEDの光で特殊な樹脂を硬化させ、氷塊や鍾乳洞のように成長させていくインスタレーション作品「glow ⇄ grow: globe」などを出品。作品をおして「制御できない自然のなかに人間は存在しており、そのことを今改めて知覚することが重要」という思想を例示した。

イッセイ ミヤケが展開するブランドA-POC ABLE ISSEY MIYAKEは、京都の職人による高度な手捺染技術により現代美術家・宮島達男のデジタル数字を再構築して表現した「TYPE- II Tatsuo Miyajima project」を発表。素材を貼り合わせたボンディング素材にスクリーン版を重ね刷りし、特殊な加工で柄を生む独自の取り組

みを紹介した。

京都市京セラ美術館では、若い作家の学びの場となる展覧会を企画することを大きな使命として捉えている。現代美術として絵画や彫刻だけではなく、アニメや漫画の原画、ファッションなどの現代に生きるわれわれを取り巻く文化(視覚芸術)を幅広く伝えていく考えだ。(取材先／京都市京セラ美術館 事業企画推進室 展覧会プログラムディレクター 土屋隆英)



須藤玲子「ピカチュウの森」2022年、個人蔵

ポケモンの世界観を通じて工芸に親しむ 人間国宝から若手まで作家20名の挑戦 「ポケモン×工芸展—美とわざの大発見—」

会場：国立工芸館／会期：2023年3月21日～6月11日

ポケモンをきっかけに

国立工芸館は、近現代の工芸・デザインを専門とする国立美術館である。1977年に東京国立近代美術館工芸館として東京・北の丸公園に開館し、2020年に石川県金沢市に移転した。本展は、移転後の海外からの観光客増加を見すえ、「ポケモンをきっかけに工芸に親しみ、魅力を発見してもらう」ことを目的に企画された。

2019年に株式会社ポケモンから「工芸とポケモンとのコラボレーションで、本格的な展覧会を開催したい」というアプローチがあり、移転後より本格的な検討が始まった。ポケモンには「みず」「ほのお」「でんき」「むし」「くさ」といったタイプがあること、またストーリーには「技」「育成」「交換」といった工芸にも通じる要素があることから、そうした共通点を整理しながら全体の構

成を考えたという。

1章「すがた ～迫る!～」では工芸の技によって思いがけない物質から呼び起こされたポケモン、2章「ものがたり ～浸かる!～」は冒険へのあこがれとバトルで繰り出される「技」のイメージ、3章「くらし ～愛でる!～」ではポケモンをとおして工芸に受け継がれてきた機能や装飾への想いを紹介。全章を通してポケモンの世界観やストーリーを体感しながら工芸の世界にいきなり、最終的には日々の暮らしを彩る工芸の魅力を知ってもらうことを意識した。

工芸の技と素材が結集

作品はすべて新作であり、人間国宝から若手まで20名の作家がそれぞれの技法と素材で挑んだ。各作家に対してポケモンを指定せず各自

の視点や興味に委ね、必要に応じて株式会社ポケモンから各ポケモンに関わる詳細な情報を提供してもらった。例えば羽の下に隠れている骨格の形状や、対戦に際して展開する「わざ」の現象などを検証しながら制作を進めていった。最終的に20人の作家による陶磁や漆工、金工、木工、染織、ガラスなど72点の多彩な作品が集まった。

子どもや若年層にも工芸を

来場者数は9万5,000人を超え、そのうちの多くを占める子どもや若年層が工芸にふれる貴重な機会となった。来場者が作品を撮影してSNSで発信できるようにした効果も大きい。鑑賞を深めるため多言語の音声ガイド、子ども向けにはセルフガイドを用意したほか、出品作家

や本展企画者によるトークイベントを実施するなど、モチーフの選択理由や素材技法について詳しく解説した。

一般にはまだ敷居が高いとされる工芸の世界。同館では本展の成功をきっかけに、「工芸とは人々の暮らしの身近にあるもの」として、今後も幅広い層に楽しく親しんでもらうための活動を続けていくという。(取材先／国立工芸館 工芸課長 岩井美恵子、主任研究員 今井陽子)

桂盛仁「帯留・ブローチ ブラックー
『威嚇』、『眠り』、『立ち姿』」2022年、個人蔵



小宮康義
「江戸小紋 着尺『ゲンガー・ゴースト』」
2022年、個人蔵



古田泰一郎
「サンダース」2022年、個人蔵



福田亨「雨あがり」2022年、個人蔵

©2024 Pokémon
©1995-2024 Nintendo/Creatures Inc./GAME FREAK inc.
Photos by Taku Saiki



展示会場では、ジオラマやデジタルコンテンツを使い、暮らしのなかの「不快のデザイン」が紹介された。

本当の「快」とは？ 不快を排除する社会に問いかける 「世の中を良くする不快のデザイン展」

会場：GOOD DESIGN Marunouchi／会期：2023年3月24日～4月23日



デザインと社会をつなぐコミュニケーションプラットフォーム、GOOD DESIGN Marunouchi。



子どもの誤飲を防ぐため、ゲームカードに苦味成分を持つ物質が塗られている Nintendo Switch。

公募による社会・市民視点の企画展

GOOD DESIGN Marunouchiは、公益財団法人日本デザイン振興会が主催・運営する、デザインと人、デザインと社会をつなぐコミュニケーションプラットフォームである。千代田区に約110平方メートルのスペースをもち、展示やトークイベント、ワークショップなどの開催を通じて、身の回りや社会の課題に対するデザインの可能性について考え、実践する機会を提供している。年間を通じてさまざまな企画展を行っているが、2021年度から展示企画の公募も実施。そうすることでデザイン業界の内側からの視点ではなく、広く社会や市民の視点に立ったテーマが設定され、そこを入り口にデザインという創造的な気づきを提供している。

「不快」が世の中を良くする？

第1回の選出企画「漫画とデザイン展」はコロナ禍にもかかわらず約1カ月の会期中、来場

者数が1万3千人を超え、大阪でも巡回展を開催した。第2回の2022年度は22件の応募があり、「世の中を良くする不快のデザイン展」(会期：2023年3月24日～4月23日)が選出された。「不快」というネガティブな感覚を効果的に活用することで、世の中を良くするデザインへと昇華させるコトやモノの事例を紹介する内容だ。

展示では、千葉大学名誉教授の日比野治雄による監修のもと、ジオラマやデジタルコンテンツを用いて、日々の暮らしに隠れているさまざまな「不快のデザイン」を可視化し、その取り組みや心理的な効果を詳しく解説。例えば、緊張感を与える音で構成した緊急地震速報チャイム音や、臭い匂いをつけた都市ガス、子供が飲み込まないように苦味をつけたゲームソフトのように、あえてユーザーに不快感を与えることで問題を解決するもの。あるいは、薬のような味のエナジードリンクや、調理の必要なホットケーキミックス粉といった、ある種の面倒臭さ、ネガティブな心理を逆説的に価値につなげるプロダクトだ。

SNSでも大きな反響

本展は、ふたつの「創造的な気づき」を発信することを目的としている。ひとつが、「不快のデザイン」から「快い社会」を生み出すというデザインの可能性である。一般的には、使いやすくなりやすい、また見た目が美しく洗練された「快のデザイン」が「快い社会」を生み出すとされているが、そのセオリーを反転し、これまでとは異なる視点で不快の本質に着目し、新しいデザインのアプローチ方法を提示した。

もうひとつは、あらゆる不快を排除しようとする現代社会に向けた問いかけである。多様性やコンプライアンスが盛んに議論されるなか、本当の不快とは一体何なのか。誰かの快のために、別の誰かが不快になってはいないだろうか。そうした身の回りにある不快と快の関係について紐解いた内容が、「みんなにとっての快適」を強制されることに違和感を感じている多くの人の共感を得て、主にSNS上で大きな反響を呼んだ。

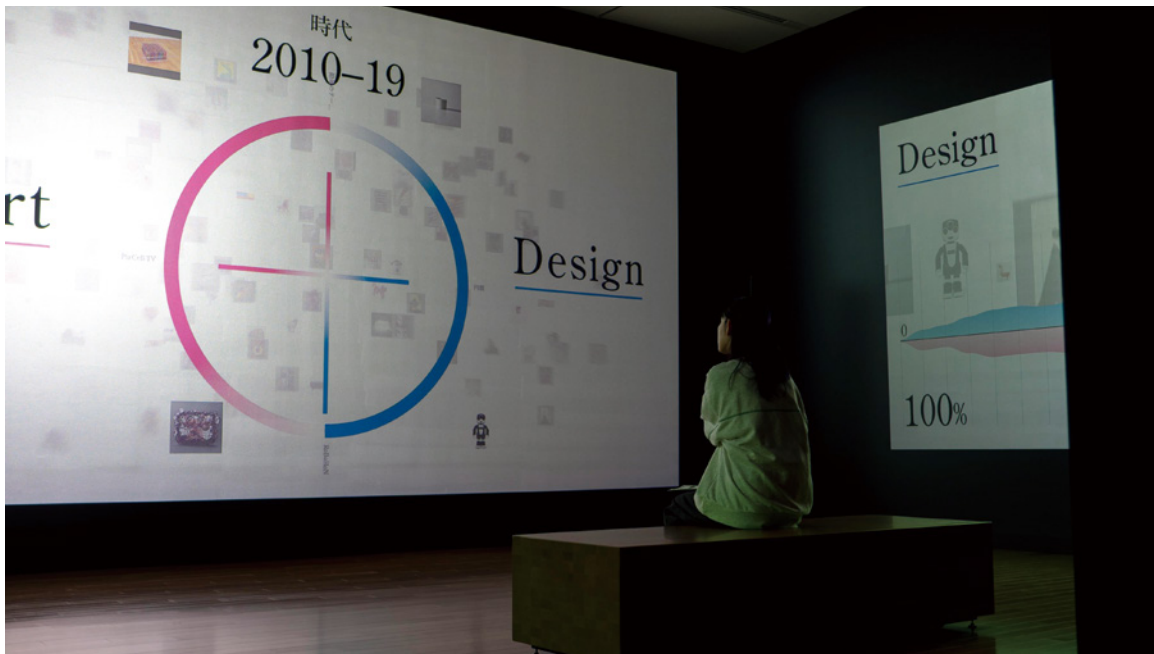
1カ月で2万6,435人が来場し、GOOD DESIGN

Marunouchiとしての最高動員を記録。多くのメディアにも取り上げられ、これまで不要なもの、排除するべきものと思われてきた「不快」の可能性を世の中に広く発信することに成功した。(取材先／株式会社電通クリエイティブ×クリエイティブディレクター 中沢 俊、公益財団法人日本デザイン振興会 課長 川口真沙美)

エナジードリンクに対して「妙な味で値段が高い方が効果があるに違いない」と感じる、人間の心理現象を紹介。



来場者の投票結果をリアルタイムで反映した、出品作品の分布図。



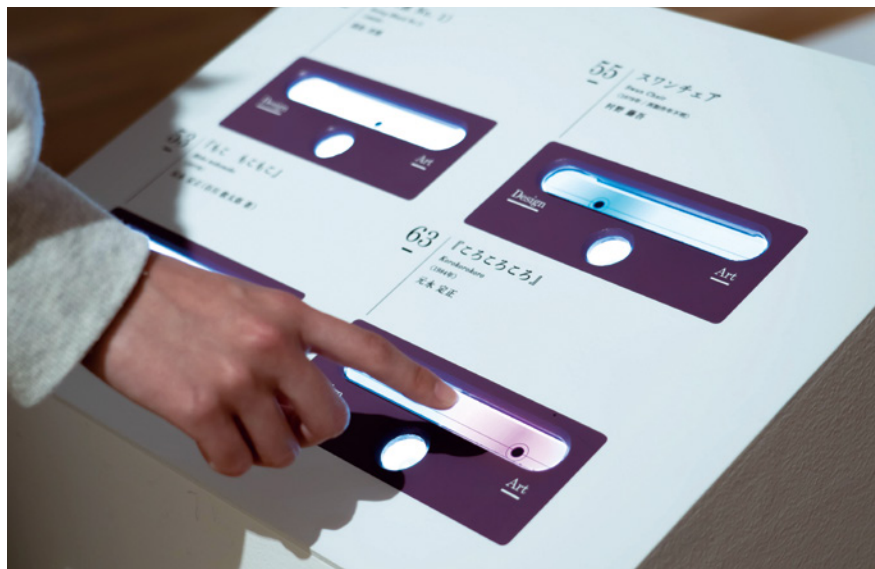
デザインかアートか？ 「割合」を問いかける参加型展示 「デザインに恋したアート♡アートに嫉妬したデザイン」

会場：大阪中之島美術館／会期：2023年4月15日～6月18日

投票結果をリアルタイムで反映

大阪中之島美術館（大阪市）は2023年4月15日から6月18日まで、開館1周年記念展「デザインに恋したアート♡アートに嫉妬したデザイン」を開催。同館のコレクションの柱であるデザインとアートを同時に展示する初めての試みであり、両者の境界や“重なりしろ”を見つけていくことをテーマとしている。同館では設立時からデザインとアートの境界や違いについて議論してきた。開館1周年を機に、本展を通じて改めてこのテーマに真正面から向き合ったという。

110点の出品作品について来場者自身が「デザインとアートの割合」を投票し、その結果がリアルタイムに反映される、参加型展示の手法をとった。客層は20～30代が多く、SNSでは「投票してきました」「そんな風にアートとデザインをじっくり考えたことはなかった」「誰かと一緒



来場者は専用デバイスを使い、各作品の「デザインとアートの割合」を投票する。



横尾忠則が自主的に制作した宝塚歌劇団のポスター
「夢を売る妖精たち／宝塚歌劇団」
(1966年 サントリーポスターコレクション、大阪中之島美術館寄託)



倉俣史朗「Miss Blanche」
(1988年製作：1989年 大阪中之島美術館蔵)



KDDI株式会社／深澤直人(D)
「INFOBAR」(2003年 KDDI株式会社蔵)



永井一正「I'm here」
(1992年 サントリーポスターコレクション、大阪中之島美術館寄託)

に鑑賞して、投票の結果を見比べると楽しい」といった感想が寄せられた。

作品は、同館に限らず他館の所蔵作品から工業製品、ポスター、絵画、家具、彫刻、写真など幅広いジャンルから出品された。特に社会に大きな影響を与えたものが選定され、1950年代から2010年代まで年代ごとに展示。キャプションには作家名、作品名、制作年のみ記載し、あえて作品の解説は省いた。来場者自身に「これはデザイン？」「これはアート？」と問い、考えてもらうための工夫だ。以下に、主な作品と投票結果を紹介する。

デザインとアートの広がりや重なり

倉俣史朗の名作椅子「Miss Blanche」(1988年製作：1989年 大阪中之島美術館蔵)は「デザイン38% アート62%」。世界的デザイ

ナーである倉俣が手がけた本作はデザインの枠組みでは捉えきれず、他のデザイン作品にはない鑑賞価値がある。投票結果からもアートと判断した割合が大きく、「美しいデザインの椅子」ではなく、「美術作品としての椅子」と判断した来場者が多かった。横尾忠則が自主的に制作した宝塚歌劇団のポスター「夢を売る妖精たち／宝塚歌劇団」(1966年 サントリーポスターコレクション(大阪中之島美術館寄託))は「デザイン38% アート62%」。必ずしも「広報印刷物はデザインである」とは言い切れない結果となった。また永井一正「I'm here」(1992年 サントリーポスターコレクション、大阪中之島美術館寄託)は「デザイン27% アート73%」。日本グラフィックデザイナー協会(現在の日本グラフィックデザイン協会)が主催するポスター展の出品作であり、デザインの枠におさまらない作風は多くの人からアートとして捉えられたようだ。KDDI株式会社／深澤直

人(D)「INFOBAR」(2003年 KDDI株式会社蔵)は「デザイン90% アート10%」。同作はニューヨーク近代美術館(MoMA)の永久所蔵品に選定されており、工業製品でありながら「アート」と捉える向きも少数ながらいいた。

「デザインか、アートか」の二者択一ではなく、その割合について来場者に考えてもらったことで、デザインとアートの領域の広がりや重なりをわかりやすく定量的に示すことができたという。本展キュレーターによると「参加型の展示手法についても一定の成果があり、今後も研究開発を続けていきたい」。また「アートとデザインを並べて展示することについても、展示方法や空間のつくり方、観覧体験の工夫によって、分野や見た目の違いに関わらずどちらも“作品”として同じレベルで見てもらえることがわかった」と振り返った。(取材先／大阪中之島美術館 学芸課長 植木啓子)

展示風景
提供:国際交流基金



海外に伝える、 生活に根差した日本のデザイン

独立行政法人国際交流基金

「Japanese Design Today 100 (現代日本デザイン100選)」

会場:東京ミッドタウン・デザインハブ／

会期:2023年5月20日～28日

文化コンテンツとしてのデザイン

独立行政法人国際交流基金は、世界全地域で「文化芸術交流」「日本語教育」「日本研究・国際対話」という3つのフィールドにおける総合的な国際文化交流事業を実施している。そのミッションは日本と世界をつなぐ場をつくり、人々の間に共感や信頼、好意をはぐくむことである。特に文化芸術交流フィールドの「造形美術(絵画・彫刻・工芸・建築など)」分野においては、国際展への参加、日本美術や文化の企画展、海外での日本作品の巡回展、あるいは海外で高い評価を得た展覧会の帰国展などを行っている。

「現代日本デザイン100選」は、海外巡回展事業のひとつとして、日本文化を海外に発信するという同基金のミッションのもと「デザインを日本の重要な文化コンテンツとして世界に発信す

るべき」との考えから始まった企画だ。2004年、2014年に続き3回目の実施となる。生活者あるいは消費者にとって身近なデザインの発信を通して、日本と海外の相互的な文化交流を図ることを目的に展示を行う。今回も東京ミッドタウン・デザインハブ(会期:2023年5月20日～28日)での実施を皮切りに海外巡回をスタートした。2023年度はエジプト、トルコを巡回し、今後さらに複数国の巡回を想定している。

厳選された13のカテゴリー

本展の内容は、企画選定委員である柏木 博(デザイン評論家)、深川雅文(インディペンデント・キュレーター／クリティック)、佐藤 卓(グラフィックデザイナー)、橋本優子(デザイン史家)により、まずカテゴリーの検討から行われた。戦後

日本の復興と産業の発展に裏付けられる、日本におけるデザインの源流と呼ぶべき「Origin」と、2000年以降に生み出されたものを中心に、日本の生活や文化を表現していると考えられる製品やサービスを集めた「Furniture」「Electronics」「Tableware and Cookware」「Clothing and Accessories」「Stationery」「Daily Life」「Health and Medical」「Safety and Disaster Supplies」「Mobility」「Architecture and Environment」「Communication」「Synthesis」の計13カテゴリーで構成。特に注目すべきは、気候変動や災害の発生、DXやパンデミックといった社会変化に合わせて大きな動きが見られる領域として「Safety and Disaster Supplies」や、サービスやシステムといった「コト」のデザインとして「Communication」などが新たに設けられたことである。

デザインの価値を示す

新設カテゴリー「Safety and Disaster Supplies」の出品作のひとつ、WOTA株式会社の水循環型手洗いスタンド「WOSH」は、使用した水の98%以上を再生して循環利用でき、水道のない場所や災害現場などで活用される。また「Communication」では、デジタル技術「QRコード」が出品された。技術そのものは1990年代に生まれたが、近年の急速なデジタル化によって一気に広がった。このように環境の変化によって製品やサービスの価値が大きく変わることも、現代のデザインの特徴として打ち出す。一方で「Furniture」で出品されている、マルニ木工のアームチェア「HIROSHIMA」は、場所や時代に左右されない価値を持つデザインを示す。さまざま



HIROSHIMA アームチェア(板座) 株式会社マルニ木工
Photo by Yoneo Kawabe
©Maruni Wood Industry Inc.



WOSH WOTA 株式会社

まなシーンで長年使うことができるシンプルな美しい椅子として、世界中でロングセラーとなっている。

また本展では会場の展示もデザインととらえ、グラフィックや展示什器のデザインを日本のデザイン会社(TSDO)と設計事務所(トラフ建築設計事務所)が担当した。数年にわたってさまざまな地域や会場で展示を行うことを想定し、運搬性を考慮したデザインとなっている。

デザインは産業領域と文化領域にまたがり、日本の文化や社会、生活を表現しているものであり、海外に伝えてゆくべき重要なテーマとして今後も海外巡回を実施していく考えだ。(取材先／インディペンデント・キュレーター、クリティック 深川雅文・国際交流基金 文化事業部 美術チーム長 嶋根智章)



QRコード
株式会社デンソー
株式会社デンソーウェーブ



メインビジュアル

マテリアルと人間の関わりを捉え直す 「Material, or」

会場：21_21 DESIGN SIGHT ギャラリー 1&2／会期：2023年7月14日(金)～11月5日(日)



展示空間に順路はなく、鑑賞者が床に置かれた作品を歩いて発見していくようにデザインされた。

マテリアルと素材を分ける

近年、素材に焦点を当てたデザイン関連イベントが国内外で数多く開催されており、その多くがサステナブルや環境負荷に着目した内容となっている。本展では、そうした問題解決の視点以前に、さまざまな環境問題が提起される現代において、そもそも素材とは何か、人間とどのような関わりを持ってきたのか？といった根源的な問題に立ち返り、これからのデザインの根本を問い直す機会を提供するものである。

本展のディレクターであるデザイナーの吉泉聡 (TAKT PROJECT代表)は、地球資源である「マテリアル」に対して人間がどのように向き合

うべきかを軸においたという。「(人間によって)『もの』がつくられる過程には、この世に存在するありとあらゆる『マテリアル』が『素材』として意味づけされるプロセスが含まれている」(吉泉)。

そこで本展では、本来同義である「マテリアル」と「素材」を分けてとらえ、まだ特定の意味をもたないマテリアルが、人や生物との関わりの中で「もの」へとつながる意味を与えられて素材となる様子を、20組を超す参加作家や企業による立体作品や映像作品をとおして展観。企画協力者として芸術人類学者の石倉敏明、パイオミメティクスデザイナーの亀井 潤を迎え、これまで人間が育んできた自然との関係性について

アート、デザイン、人類学の観点から紐解くと同時に、マテリアルに関わる最先端の科学技術によって人間の感覚がどのように更新されていくのかを展望した。

マテリアルを身体的に感じるための仕掛け

吉泉は、本来人間にはマテリアルと対峙したときに何かを感じる能力が備わっていると考え、あえて個々の作品の解説を前面には展示せず、鑑賞者のイマジネーションを助けるためのコピー(言葉)を添えるにとどめた。また展示台を使わず、床に直接作品を配置することで、鑑賞者に

立ったりしゃがんだりする姿勢の変化を促し、視点の違いによってマテリアルをより身体的に感じてもらふ工夫をした。

「削りかけ」(笹野一刀彫 おたか三兄弟)は、木の棒を刃物で薄く削って無数の房が下がる状態にした、日本各地で見られる呪術や信仰の意味合いをもつ飾り(供物)である。作品は山形県米沢市のものだが、ほかにもアイヌでは「イナウ」と呼び、神に捧げるための祭具として少しずつ形を変えてつくられてきた。枝を切って削る行為を

とおして、人間は木そのものと対話してきたのだ。同作品は、木というマテリアルの解像度を高め、その木が育ってきた環境にまで思いを巡らせる。

また『Comoris BLOCK』(ACTAN FOREST)は、竹炭、コーヒー、食品廃棄物などの身近なマテリアルを固めてつくったブロックに、木や草花を植栽した作品。微生物が発生してブロックを分解し、それが土壌となり、やがて森になるところまでを想像させる。会期中には作品にカナヘビやクモなどが住みつき、トンボも飛来した。

入場者数は63,146名となり、その多くは若い世代。都市生活のなかで、自然のマテリアルに触れる機会があまり多くはないからこそ、自然物に対する関心の高さを伺うことができた。

21_21 DESIGN SIGHTは文化としてのデザインの未来を発見し、つくっていく拠点として、今後も展覧会を通してデザインの楽しさに触れ、新鮮な驚きに満ちた体験ができる機会を提供していく。(取材先／TAKT PROJECT代表 吉泉 聡)



吉田勝信+荒 達宏+二戸勝也+渡部 萌「calling coals / coal's calling」。

ACTANT FOREST「Comoris BLOCK」。



笹野一刀彫 おたか三兄弟「削りかけ」。

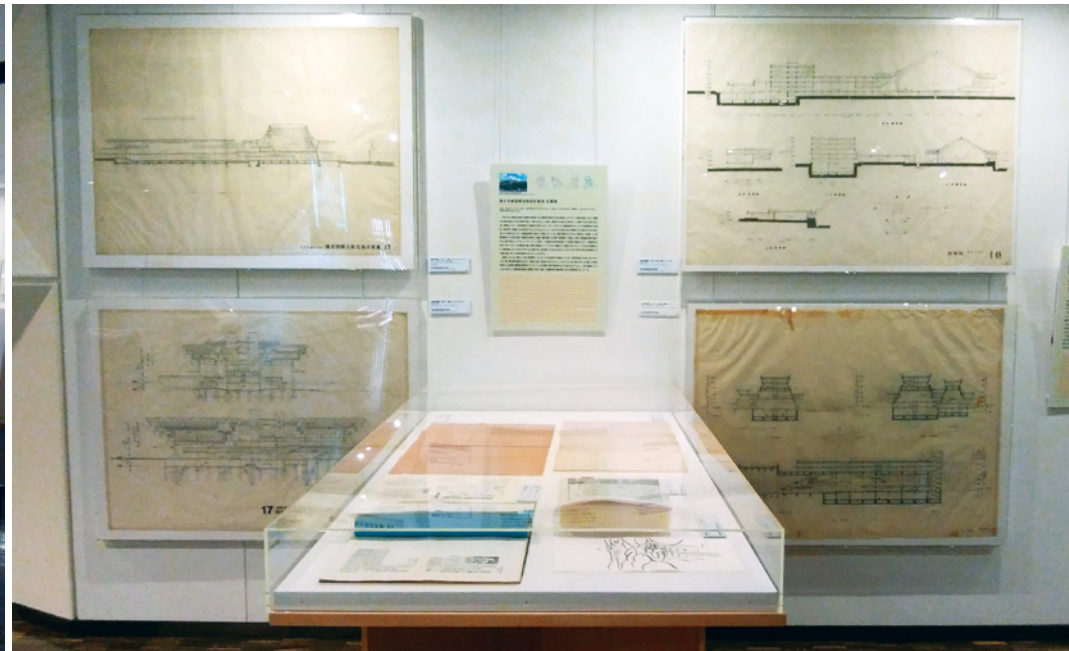
12名の建築家に関するコレクションが展示された。



「第2部:飛躍と挑戦」の展示。



「国立京都国際会館」のコンペの応募案。(右下から時計回りで)一等に選出された大谷幸夫、菊竹清訓、高橋誠一、大高正人の作品。



日本の建築文化の発展に向けて 「日本の近現代建築家たち」

会場: 国立近現代建築資料館／会期: 第1部2023年7月25日～10月15日、第2部2023年11月1日～2024年2月4日

建築に関する 大規模アーカイブシステム

日本における近現代建築の資料の収集・保存について、これまでは主に大学の研究室や美術館・博物館が部分的に行っており、日本の近現代建築史にとって重要な資料が散逸したり、海外流出するケースが発生していた。国立近現代建築資料館はそうした課題に対応するため、近現代建築の情報収集、資料収集・保管、展示・教育普及、調査研究などを担う組織として設置され、2023年で設立10年を迎えた。

同資料館では、近現代建築の発展に寄与した建築家の図面だけでなく、写真、記録、スケッチ、模型など、建築に関する資料やアイテムを収集し、大規模なアーカイブシステムを構築している。これまでに計20万点程度、約30名の建築家に関する資料を収蔵してきた。

建築の魅力を多面的に伝える

本展は、開館10周年の区切りとして実施するものだ。10年におよぶ活動の紹介とともにアーカイブのなかから12名の建築家に関するコレクションを、「第1部:覚醒と出発」、「第2部:飛躍と挑戦」の2部構成で紹介。あわせてこれまでの展覧会で取り上げた建築家のオールヒストリーの動画も公開した。近年、美術館でも建築に焦点を当てた展覧会が開かれ、一般にも「建築は芸術のひとつ」として捉えられている。そんな今こそ、本展をとおして建築の面白さや文化性、芸術性を、親しみやすいかたちで伝えようと企画された。

第1部では、日本近現代建築の出発期にあたる作品、またその発展に大きく貢献した作品や活動を紹介。吉阪隆正「ヴィラ・クウクウ」(1957年)、安藤忠雄「住吉の長屋」(1976年)

をはじめとする著名な作品の図面などが展示された。

第2部では、建築家の代表作のみならず、コンペティションの応募作品や、実現に至らなかった作品などの貴重な資料を展示。特にコンペティションへの応募は、建築家にとって挑戦の機会であり、その後のキャリアにつながるポイントとして興味深いものである。建築家の代表作だけではなく網羅的に収集・アーカイブ化している同資料館だからこそ可能な展示だった。例えば、「国立京都国際会館」(1963年～1966年)のコンペで一等となった大谷幸夫に加え、高橋誠一、菊竹清訓、大高正人の応募作品も展示することで、同時代の建築家をもつ自由な発想を対比的に見せる試みとなっている。

また同資料館では、各展覧会のために建築家本人はもちろん、その教え子(弟子)や仕事仲間にインタビューし、建築家のオールヒストリー

をまとめてきた。建築家がどのように着想を得て、どのように実現させていったのかわかる貴重な動画資料であり、10周年の節目として会場で一部の動画を公開している。

未来を見据えたアーカイブ活用

近年、昭和初期から戦後以降にかけての近代建築の竣工当時のデザインを重要視し、それらを保存、継承する動きが多く見られる。同資料館では収蔵する図面原本などの資料を貸し出すことで歴史的建築物のリノベーションやメンテナンスに協力している。このように建築資料のアーカイブ化の取り組みは、現在の建築物が将来に歴史的建築物となった際、その建築が生まれた背景を後世に継承することにつながると考えている。今後もこの活動を継続しながら、建築資料を所蔵する大学の研究室や美術館・博物館など



国立近現代建築資料館のエントランス。

とのネットワークを構築し、日本の建築文化の発展に貢献していくという。

同資料館は、この10年間で設立当時の期待を大きく上回る活動成果を上げてきた。それだけ社会的ニーズも大きいことがわかる。収蔵庫スペースの拡張や専門人材の育成など喫緊の課題

はあるが、それらを解決し、更に発展していくことを期待したい。(取材先／文化庁国立近現代建築資料館 主任建築資料調査官、東京都立大学名誉教授 小林克弘・文化庁国立近現代建築資料館 主任建築資料調査官 橋本純)



亀倉雄策賞を受賞した、岡崎智弘による「デザインあneo あの世界」の映像(左)と、三澤 遥による「玉造幼稚園」のサイン計画(右)。

第一線のグラフィックデザイナーの仕事が集結 「日本のグラフィックデザイン2023」

会場：東京ミッドタウン・デザインハブ／会期2023年9月1日～10月19日

年鑑発行と掲載作品展の実施

日本グラフィックデザイン協会(JAGDA)は1981年に設立されて以来、デザイナーの仕事を広く紹介することを目的に、年鑑『Graphic Design in Japan』を発行している。正会員が過去1年間に手がけた仕事や作品を募集し、選考会によって選出された作品を収録する(2023年版で43冊目)。また、2008年からは年鑑に収録された作品を紹介する企画展「日本のグラフィックデザイン」を六本木の東京ミッドタウン・デザインハブで毎年開催している。

「日本のグラフィックデザイン2023」では2023年版年鑑に掲載された作品を紹介。同書では会員約400人から約2,100件の応募があった。正会員による互選で選ばれた29名(正会員約3,000人のおよそ1%)の選考委員がそれぞれ

の視点から評価・投票し、約580点の掲載作品を選定した。展覧会では、掲載作品から約300点を実物とモニターで紹介。1万2,120人が来場し、日本の第一線で活躍するデザイナーの作品を一覧できる機会として好評を博した。

本展で展示される代表的なものとしては「亀倉雄策賞」「JAGDA賞」「JAGDA新人賞」の受賞作品がある。以下に各賞の概要をまとめる。

JAGDA新人賞

3つのうち最も歴史が古く、1983年に創設。39歳以下の会員を対象としており、将来が有望な若手デザイナーに授与される。2023年は、新人賞対象者140名のなかから石塚 俊、藤田佳子、矢後直規の3名が受賞。受賞後はグラフィックデザイン領域における認知度の向上と人的ネットワークの拡大などが期待さ

れ、実際に仕事の規模を拡げるデザイナーが多くみられる。その後続く若いデザイナーを刺激し、JAGDA新人賞を目標に自己研鑽する機会になっているという。

JAGDA賞

各年度の優れたグラフィックデザインを表彰・記録していくことを目的に2008年に創設。ポスター、ジェネラルグラフィック、CI・VI・シンボル・ロゴ・タイプフェイス、ブック・エディトリアル、パッケージ、新聞広告・雑誌広告、環境・空間、デジタルメディア、映像、複合の10のカテゴリーがある。2023年は、ポスター「これはリンクではない」(服部一成)、ジェネラルグラフィック「芸術激流 ラフティング+アート」(牧 寿次郎)、ロゴ「Juchheim」(永井一史)、ブック「岩松了戯曲集(1986-1999/2000-2022)」

(葛西 薫)、パッケージ「七條甘春堂」(関本明子)、新聞広告「ユーミンをめぐる物語」(窪田新)、環境・空間「玉造幼稚園」(三澤 遥)、デジタルメディア「演奏図案」(坂本俊太)、映像「POCARI SWEAT 手をのばそうよ。届くから。」(松永美春)、複合「香林居」(藤田佳子)が受賞。

亀倉雄策賞

JAGDA初代会長を務め、日本のデザイン界に貢献した亀倉雄策(1915-1997)の名を冠した賞であり、グラフィックデザインの発展の寄

与を目的に、遺族の寄付によって1999年に創設された。年齢・キャリアを問わず、その年に最も輝いていた作品とそのデザイナーに授与される。2023年はJAGDAの選考委員8名、外部の選考委員2名が最終審査にあたった。受賞者は、岡崎智弘(作品:放送局の番組コンテンツ映像「デザインあneo あの世界」、クライアント:NHK)、三澤 遥(作品:幼稚園のサイン計画「玉造幼稚園」、クライアント:玉造幼稚園/ジャクエツ)。基本的に受賞作品は1作品だが、2023年は選考の結果、初めて2作品が同時受賞となった。

アジア圏への巡回

「日本のグラフィックデザイン」展はアジア圏からの注目も高く、これまでに韓国・ソウルや中国各都市、香港への巡回展も実施してきた(2023年版は、2024年4～5月に香港「PMQ」で展示予定)。JAGDAでは、今後も顕彰・出版によってその年ごとの日本の優れたデザインを記録するとともに、展覧会を通じて、国内外への発信も継続していきたいと考えている。(取材先/公益社団法人日本グラフィックデザイン協会 事務局 諫山佐樹子、工藤千佳)



JAGDA新人賞とJAGDA賞を受賞した、藤田佳子の作品。



JAGDA新人賞を受賞した、石塚 俊の作品(右・左)と、矢後直規の作品(中央2点)。



会場にはモニターを活用した展示や大判ポスターの展示も。



パッケージデザインの展示風景

es, style remains.

スタイルは永遠である。



Chapter1「1962年 初となるオートクチュールコレクション」より。
©Musée Yves Saint Laurent Paris

Chapter2「イヴ・サンローランのスタイル アイコニックな作品」より。
紳士服からヒントを得たジャンプスーツやサファリ・ルック、
トレンチコートなどが展示された。
©Musée Yves Saint Laurent Paris



Chapter9「アーティストへのオマージュ」より。
カクテル・ドレス「ピート・モンドリアンへのオマージュ」(左手前)など、
美術作品をオマージュしたドレスが並んだ。
©Musée Yves Saint Laurent Paris



Chapter11「イヴ・サンローランと日本」より。
©Musée Yves Saint Laurent Paris

「モードの帝王」40年のクリエイションを展観 「イヴ・サンローラン展 時を超えるスタイル」

会場：国立新美術館／会期：2023年9月20日～12月11日

没後初の大回顧展

「イヴ・サンローラン展 時を超えるスタイル」は、20世紀のファッション界を席卷し、「モードの帝王」と呼ばれたファッションデザイナー、イヴ・サンローラン(1936年～2008年)の没後日本で初めてとなる回顧展である。イヴ・サンローラン美術館パリの全面協力を得て、デザイナーとして鮮烈なデビューを果たした1958年から引退する2002年までの約40年にわたるクリエイションの全貌を、オートクチュールのルック110体のほか、アクセサリー、ドローイング、写真を含む262点によって展観するもの。会場は全12章で構成された。

時代や芸術と呼应し生まれた「スタイル」

イヴ・サンローランは美術作品とファッションの融合を提案して伝統的なオートクチュールの世界に新風を吹き込んだほか、演劇・バレエの舞台芸術や映画の衣装制作などさまざまな芸術分野との協働に取り組んだ。本展では、サンローランが遺した「ファッションは時代遅れになるが、スタイルは永遠である」という言葉に着目し、芸術や同時代の潮流との呼应によって構築された「スタイル」を紹介した。

例えばChapter2では、紳士服からヒントを得てつくられたタキシードやジャンプスーツ、トレ

ンチコートなどを展示。60年代後半の女性解放運動が興隆した時期と重なり、実用性と快適性にエレガンスを加えたアイコニックなシルエットが生み出された。

またChapter7以降では、演劇やバレエなど舞台芸術や映画のために手がけた衣装やスケッチを展示。ピカソ、マティス、ブラック、ファン・ゴッホ、ボナールといった画家たちに対する敬意から、美術作品をオマージュしたドレスが多数制作された。会場では、サンローランの代名詞的な作品であり、本展のメインビジュアルにもなったカクテル・ドレス「ピート・モンドリアンへのオマージュ」が、多くの来場者の注目を集めた。

最終章のChapter11では、サンローランと日

本との関係を紐解く。1963年の来日をきっかけに日本の文化や伝統工芸品から多くのインスピレーションを得たといい、同時にサンローランの提案したスタイルは日本のファッションやデザインの世界にもさまざまな影響を及ぼした。

展示ジャンルに「ファッション」も

本展の会場となった国立新美術館は、芸術を介した相互理解と共生の視点に立った新しい文化の創造に寄与することを使命に、2007年、独立行政法人国立美術館に属する5番目の施設として開館した。コレクションをもたない代わりに、人々がさまざまな芸術表現を体験し、学び、多様

な価値観を認め合うことができるアートセンターとして活動しており、アニメや漫画、建築などと同様にファッションもひとつのジャンルとして重視し、これまでも多数の展覧会を開催している。今後もファッションに関わるさまざまな視点の展覧会を企画、検討していくという。(取材先／国立新美術館 特定研究員 小野寺奈津)

Photos by Ooki Jingu



街にイノベーションを起こす「結節点」 「“Syn: 身体感覚の新たな地平” by Rhizomatiks × ELEVENPLAY」

会場：TOKYO NODE／会期：2023年10月6日～11月12日

新しい体験価値を生む4つのポイント

2023年10月、東京・虎ノ門に開業した「虎ノ門ヒルズ ステーションタワー」(森ビル株式会社)の新施設「TOKYO NODE(トウキョウノード)」。その開館記念としてイマーシブシアターイベント「“Syn: 身体感覚の新たな地平” by Rhizomatiks × ELEVENPLAY」(以下、「Syn」)が開催された。

同施設は虎ノ門というビジネスの中心地に、人間のクリエイティビティを刺激する仕掛けの場として誕生。NODEとは、何かと何かをつなげる「結節点」を意味する。同施設では世界と日本人と人をつなぐために、ビジネス、アート、テクノロジー、エンターテインメントといったあらゆる要素のコラボレーションを通じて新たな体験価値を創造し、発信していく拠点になることを目指す。その新しい体験価値を生み出すために重視しているのが以下4つのポイントである。

1. 人の物語り/自分の物語り(ナラティブ)

すべての鑑賞者が同じ体験をするのではなく、自分だけの体験を持ち帰ることができる。すなわち「物語の主人公」になれる。

2. 個人体験であり集団体験でもある(共感)

ひとつのコンテンツを体験する時に、周りの人たちと一緒に体験することで共感する喜びを感じられる。

3. そのときにしか経験することができない(LIVE)

環境や客層に合わせて演技や演奏が変化するように、デジタルコンテンツもリアルタイムで生成され、その場所、その瞬間だけのクリエイティブを体験できる。

4. ストーリーが変化する(インタラクティブ)

鑑賞者もまた一回性の物語に関与でき、影響をもたらすことができる。

さらに、TOKYO NODEのオープニングを飾る「Syn」は、(1)施設のコンセプトを表現していること、(2)こけら落としとして「祝祭性」があること、(3)施設の特徴的な空間の使い方を示す手本となること、の3点にも重点を置いた。

ツアー型のイマーシブシアター

「Syn」は、真鍋大度と石橋 素が主宰するクリエイティブチーム、Rhizomatiks(ライゾマティクス)と、MIKIKO率いるダンスカンパニー、ELEVENPLAY(イレブンプレイ)がタグを組ん

で今回のために制作した新作である。GALLERY A/B/Cの3つのギャラリー・総面積約1,500平方メートル、天高が最高15メートルある大規模な空間を使ったツアー型のイマーシブシアターであり、約70分間の公演中、総勢24人のダンサーがパフォーマンスを繰り広げ、鑑賞者はダンサーに誘われながら3つのギャラリーを進んでいく。そこに演者と観客の境界はなく、動く壁によって伸縮する空間の中で鑑賞者自身がパフォーマンスに入り込み、ダンサーと同じ目線でそれを見るところという体験が最大の特徴となっている。

パフォーマンスを支える多彩なクリエイターにも注目が集まった。舞台やドラマ、映画の脚本を手がける上田 誠(ヨーロッパ企画)がストーリーを執筆し、1980年代からメディアアートの第一線で活躍する藤本隆行(ダムタイプ)が照明デザインを、またミュージックビデオやCMなどの映像を手がける三藤秀仁がセットデザインを担当。さらに近年グラフィックデザインやインスタレーションなど活動の幅を広げるYOSHIROTTENがロゴとキービジュアルを制作した。

企業とクリエイターの協業

アートイベントを主催する森ビルにとって、こうしたクリエイターたちとの協業を成功させることは重要だ。日頃からさまざまな分野のクリエイターを発掘してコミュニケーションを取り、その得意分野と可能性、本人の展望などを踏まえて、企画とマッチングしている。

「Syn」のプロデューサーでもある森ビルの杉山 央によると、「企業とクリエイターとのコラボレーションは想像以上に難しい」という。「ユニークな才能や高度な技術をもつクリエイターに依頼すればなんでも創り出せるように思うかもしれないが、予算との整合性が取れなかったり、企画で実現したいことに対してクリエイター側の経験がなかったりすることもある」。また集客という意味では、作品の創造性やメッセージを損なうことなく、より多くの人々にとってわかりやすく共感しやすいストーリーを提供する必要がある。例えば過去に森ビルがお台場で運営していたデジタルアートミュージアム「チームラボボーダレス」は“地図のないミュージアム”をコンセプトとしていたが、開幕当初に来場者から「何を見たらよいかわからない」「どう進めばよいかわからない」



ギャラリーBでは、巨大な可動壁によってダイナミックに変化する空間が演出された。



といった指摘を受けて、体験設計の導入部を改編したこともあった。

杉山によると、「クリエイターとコラボレーションする企業に求められるのは、つくり手の想いやビジョンをすくい上げながら、その企画にとって本当に必要なものは何かを突き詰め、洗練された完成物として世に出していくというマインドセットだ」という。そのためにはクリエイターとの信頼関係を前提としながらも、予算やプロジェクト全体の適切なマネジメントが欠かせない。森ビルがほかにはない体験価値を数多く提供しつづけることができているのは、こうしたスタンスでクリエイターと協業しながら、同時にビジネスのデザインを確立しているからだといえる。

デジタルツイン実装へ

またTOKYO NODEでは、国土交通省がさまざまなプレイヤーと連携して進める都市デジタルツイン実装プロジェクト「PLATEAU(プラトー)」と共催でハッカソンイベント「TOKYO NODE“XR HACKATHON” powered by PLATEAU」を開催した(2023年10月～11月に参加者を募集、参加者による開発期間を経て同年2月に最

終審査会を実施)。TOKYO NODEに併設された研究開発拠点「TOKYO NODE LAB」が主導し、虎ノ門エリアの広範囲にわたる高精度なデジタルツインの開発環境をクリエイターに提供し、新しい都市体験を生み出すためのXRアプリケーションを開発してもらうというもの。アプリケーションはエンターテインメント、アート、シミュレーションおよび可視化ツール、虎ノ門エリア・施設の利便性向上のツールなどジャンルは問わない。目的は、クリエイターがリアルな都市とバーチャルの世界をまたいで自由に表現し、多くの人々がその“物語の主人公”となって入り込めるようなプラットフォームを生み出すこと。杉山は「豊かな未来を形づくるために、近くの未来や遠くの未来を見据えている多様な人々が集まってくる場を目指す。そしてその人々が交じり合いながら次々と新しいイノベーションが起きる街へと変えていきたい」と語る。(取材先／森ビル株式会社 新領域事業部 杉山 央)



「笑い」の展示会場。100点のパッケージが紙の展示台に並び、梅原 真がそれぞれのパッケージについて語る映像が流れた。



「機能」の展示会場。クリエイターごとに展示エリアが設けられた。

紙の魅力を紐解き、紙の未来を見つめる TAKEO PAPER SHOW 2023「PACKAGING —機能と笑い—」

会場：KANDA SQUARE HALL／会期：2023年10月13日～22日



「ぬけぬけ」「不器用」などのキーワードに当てはまるとされた、「あじ豚とんかつソース」(株式会社ゲシュマック)。

紙業界最大の展覧会 「竹尾ペーパーショウ」

竹尾は1899年に創業した紙の専門商社である。東京・神田錦町の見本帖本店、青山見本帖、淀屋橋見本帖、福岡見本帖という4つの自社展示スペースがあり、製品を紹介するほか、紙に関連するさまざまな展示を行っている。なかでも1965年から開催している「竹尾ペーパーショウ」は日本の紙業界において最大規模の展覧会として知られる。

パッケージを見直すふたつの視点

2018年以来5年ぶり、49回目となった竹尾ペーパーショウのテーマは「PACKAGING —機

能と笑い」。企画・構成はデザイナーの原 研哉が担当し、「機能」と「笑い」のふたつの視点からパッケージを見直すという主旨。展示は、「笑い」に始まり、「紙と循環」と題されたパネル展示を経て「機能」に至る構成とした。

まず「笑い」については、デザイナーの梅原真がキュレーションを担当。「パッケージの役割は、思わず手に取らせる力。それはひと言で言えば『笑い』である」として、これまでにない角度からパッケージの魅力を紐解く。国内外から約6,000のパッケージを収集し、梅原が設定した「まじめ」「型やぶり」「魔球」など40のキーワードに照らして100点に絞り込んだ。おれの顔がのぞくぼち袋や、持ち手部分もグラフィックの一部となる紙袋など、手に取ったら思わず笑顔になるようなひねりのあるパッケージデザインを紹介した。

もうひとつの「機能」については、古くからある身近な素材でありながら、テクノロジーの進化によって大きく変わる紙の未来に目を向ける。デザイナーやアーティスト、建築家ら13組が15の作品を制作し、社会インフラや流通、環境を考慮したパッケージを提案。例えば建築家・三井 嶺の「ジグザグ梱包紙」は、送るものの3次元データとカッティングプロッターを用いてジグザグ状の包装材を切り出す仕組み。運ぶためだけの過度な梱包をやめることで、開梱と片付け時の利用者のストレスを軽減する。また、梱包材に直接説明書を印刷できたり、梱包された状態のままディスプレイできたりといった、新たな機能を備える。また原 研哉＋日本デザインセンター原デザイン研究所による「マンゴーの本」は、高級果物であるマンゴーを傷つけないように保護しながら、その価値

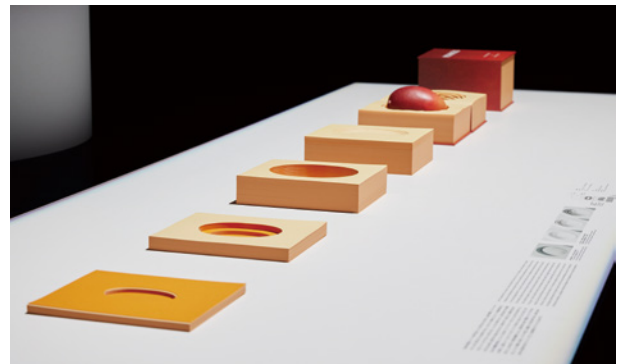
を最大化する贈答用パッケージの提案。本の体裁をした箱の内側に紙の切り込みを施すことによって、マンゴーを収めるとその形状びつたりと凹みができ、取り出してもその形が維持される。贈った相手が中身を食べた後も、幸福感を内包した記念の品として残る。

地域で巡回展開催へ

現在は拠点のある東京・仙台・名古屋・大阪・福岡・札幌を中心に随時展示会を行っているが、今後はさまざまな地域にも目を向けて活動をしていきたいという。本展については北海道ニセコ町や、越前和紙の産地である福井県鯖江市での巡回が予定されている。(取材先／株式会社竹尾企画部 次長 鈴木裕也)



三井 嶺「ジグザグ梱包紙」



原 研哉＋日本デザインセンター原デザイン研究所「マンゴーの本」



3脚の「ミス・ブランチ」が展示された第4章。

作品とともに、デザイナーの本質に迫る 「倉俣史朗のデザイン—記憶の中の宇宙」

会場：世田谷美術館／会期：2023年11月18日～2024年1月28日

地元ゆかりのある デザイナーを調査研究

世田谷美術館では、多くの芸術家が在住する世田谷区の特性を生かし、区にゆかりある作家の調査研究とその作品を収集し、展覧会を通じて発信している。デザイナーの倉俣史朗（1934年～1991年）もそのひとりであり、2023年11月に初の回顧展「倉俣史朗のデザイン—記憶のなかの小宇宙」を開催した。

透明感や浮遊感といった特色あるインテリアや家具のデザインで知られ、56歳で急逝した倉俣。1965年に独立して自身の事務所を構え、同時代の美術家たちとも交流しながら、機能性や見た目の形状に主眼を置くデザインとは異なる考え方の作品を発表しつづけた。1980年代にはイタリアのデザイン運動「メンフィス」に参加し、

その名は一躍世界中に広まった。倉俣の作品は各国の美術館に収蔵され、今なお国内外で高い評価を受けている。

没後30年を経て開催する本展では、家具やインテリアの仕事に加えて、創作の源泉を垣間見せるようなイメージスケッチや夢日記も紹介し、「倉俣語録」と呼ばれた作家自身の言葉を手がかりに仕事の全貌を展観する。特に言葉やドローイングを数多く展示し、来場者がその人物像や思想に触れ、デザインの可能性を再認識してもらうことを狙った。

作家の源流をたどる

展示はテーマと年代で分けた大きく4つのパートから成る。第1章は、1965年11月に自身の事務所を立ち上げてから1968年までの模索

期を紹介。各地で飲食店や服飾店のインテリアデザインを手がけ、宇野亞喜良や横尾忠則、高松次郎といった同時代の気鋭美術家に天井画や壁画を依頼した。またオリジナル家具の製作を始め、アクリルの透明性を生かした「プラスチックの家具 洋服ダンス」や、バネ構造の脚部をもつ「スプリングの椅子」など、モノの本質を問いかける倉俣の源流をたどる。

第2章は、倉俣が強い関心を抱いた「引出し」のあり方を探る家具が並ぶ。S字形状をした「変形の家具 Side 1」に代表されるように、倉俣にとって引出しとは人間とコミュニケーションする家具であった。またこの時期から光と空間の関係性に着目するようになり、会場では光を家具の素材として扱った作品「光の椅子」や「光のテーブル」などを展示。

第3章は、「引力と無重力」というテーマのもと、



「プラスチックの家具 洋服ダンス」1968年(右)と、「プラスチックのワゴン」1968年。



右から2番目が「変形の家具 Side 1」(1970年)、左が「スプリングの椅子」(1968年)。



右から「光のテーブル」(1969年)、「光の椅子」(1969年)、「ランプ(オバQ)」(1972年)。



「ハウ・ハイ・ザ・ムーン」(1986年)

1976年から1987年にかけて発表された作品を紐解く。板ガラスを接着してつくる「硝子の椅子」、エキスパンドメタルの「ハウ・ハイ・ザ・ムーン」など造形から重量感を取り除き、風景に溶け込み浮遊するような家具の表現を探索した。

第4章は、色彩豊かで軽やかな印象の家具を集める。代表作として知られる、造花のバラを透明アクリル樹脂に封じ込めた椅子「ミス・ブランチ」は3脚出品され、それが一点もののアートではなく、きちんと機能をもち量産化できるプロダクトデザインであることを示した。また「倉俣史朗の私空間」と称したスペースでは倉俣の蔵書やレコードを一部展示し、愛好していた映画や小説、音楽などに着想を得て家具デザインに生かしていたことも明かされた。(取材先／世田谷美術館 学芸員 野田尚穂)



「硝子の椅子」(1976年)



旭川平和通買物公園のまちなかキャンパスの様子。

持続可能な未来を見据え、 旭川ならではのデザインの方向性を探る 「あさひかわデザインウィーク 2023」

会期：2023年6月17日(土)～25日(日)

旭川家具メーカーの若手職人が技術を競い合う
「木工技能競技大会2023」。
6月25日、旭川デザインセンターで行われた。



家具見本市から発展した デザインイベント

家具の五大産地のひとつと言われる旭川では、かつては筆筒をはじめ和家具の製造が盛んだったが、日本人の暮らしの変化にともなって洋家具にシフトし、「デザイン」に力を入れるようになった。1950年代に始まった家具の見本市「旭川木工祭り」を発展させ、2015年に「あさひかわデザインウィーク(ADW)」として再出発、道北のものづくりに関わる50以上の企業・団体が参加するデザインイベントへと成長した。2023年のADWでは家具や木工をはじめ、教育、建築、機械金属、食、観光など多彩なジャンルの展示、シンポジウム、地元企業の工場見学ツアー、ワークショップなどが行われた。

有識者が提言するデザインの課題

デザイン創造都市旭川シンポジウム
(2023年6月21日 旭川市公会堂)

デザインウィークのメインイベントのひとつ「デザイン創造都市旭川シンポジウム」では、さまざまな分野の有識者が一堂に会し、持続可能な未

来に向けてデザインが果たす役割について語り合った。基調講演に登壇したニューヨーク近代美術館(MoMA)のシニア・キュレーターであるパオラ・アントネリは、1995年に同館で開催した展覧会「現代デザインの素材とその変化」を引き合いにデザインの課題と可能性について説明。それによると、これからのデザイナーは製品に用いる素材を地球資源としてとらえる必要があるという。「機能や性能の追求よりもいかにそれを地球に還元するかについて考え、最善を尽くすべき。特に木材は今後ますます重要な素材となることから、森林資源を有する旭川にとってその保全は最優先の課題だ」。また、アントネリは「デザインには忘れられたローカル文化を復活させる力がある」とも。アイヌという先住民の文化に注目し、そこで活用されてきた素材と技術、風土に根ざしたコミュニティのあり方に学ぶことで、旭川ならではのデザインの方向性が見えてくるはずと話した。「人間中心主義は地球環境に危機をもたらし、限界に達している。これからは自然との調和を図るためにデザインの総合力が求められる」とアントネリ。ひとつの方法として、教育をとおして他者や自然に対する愛を育て、そうしたマインドをもつ人材を社会に輩出していくことが大切だと

締めくくった。

その後のパネルディスカッション「持続可能な未来をデザインするー森・都市・文化・産業・教育の新たな座標系」では、パネリストの森 俊子(ハーバード大学大学院教授)、岩佐十良(株式会社自遊人代表取締役)、馬奈木俊介(九州大学大学院教授)が、持続可能な地域社会を築くためのアイデアや視点を披露。近年注目される「ローカルガストロノミー」のように、地域の風土や歴史、調理方法を生かした料理を通じて、旭川の魅力を発信していったらどうかという提言もあった。このエリアには豊かな水と森、食があり、その自然資源を生かすアイヌの知恵があり、これらを活用しない手はない。地域の持続可能性を実現するためには、コミュニティ全体でニーズや機会をとらえ、さまざまな領域の人々と連携しながら長期的に変化を起こすことが重要であるという。

デザイン創造都市旭川シンポジウムの基調講演で話す、
ニューヨーク近代美術館(MoMA)のシニア・キュレーター、
パオラ・アントネリ。

持続可能な未来のデザインについて議論された
パネルディスカッション。



インタラクティブな家具の展示会

Meet up Furniture Asahikawa 2023

(2023年6月21日～25日 旭川デザインセンター)

出展企業による新作発表や製品の展示を行った。企画展「旭川家具の特注家具展」では、旭川の家具産業の大きな柱のひとつである特注家具(コントラクト)に焦点を当て、商業施設や公共施設などに納品してきた実績を紹介。デザイナーやメーカーによるトークイベントや、誰もが参加してコミュニケーションできるカクテルアワーを開催した。ほかにも市内各所ではオープンファクトリー(工場開放)やショップ・ショールームを公開するなど、旭川が誇る「ものづくりの現場」を多くの人が体感した。合計来場者数は約8,900名。

地域一体型の教育イベント

まちなかキャンパス

(2023年6月17日・18日 旭川平和通貿物公園)

高校生や大学生が「先生」役となり、小中学生とともにSDGsを学習する互学互修の教育イベン

トとして開催された。33団体から582名が参加して46の展示や発表を行い、小中学生とその保護者など約68,000名が来場した。今回は歩行者天国「旭川平和通貿物公園」の路面店舗がサポートし、主催者と参加者、そして地域が一体となってイベントを盛り上げた。

社会課題から広げる議論

あさひかわデザイン会議「デザインの可能性と未来」

(2023年6月20日 旭川市大雪クリスタルホール)

富山県で長年開催されている「とやまデザイン会議」を参考に、富山県総合デザインセンターの桐山登士樹所長をチェアマンとして開催された会議。持続可能性、環境問題、AIやデジタル化など、さまざまな課題を抱える現代社会において「デザインにできること」「デザインが進むべき道」について、主に首都圏で活躍しているメーカーの製品開発やデザイン部門の担当者、旭川市内からは家具メーカーや食品メーカーのデザイン担当者など総勢30名が集まり、意見を交わした。ここで議論された内容をまとめて、今後の

デザイン施策に生かすという。

定量的なものさしをデザインに生かす

あさひかわデザインウィーク実行委員会の渡辺直行会長は、「本来デザインは利他的な行為であり、他者を幸せにすることが究極の目的である」と語る。もちろんその内容は時代とともに変わる。今日のデザインに何を求めるのか。これまでのように利便性や快適だけを追い求めてきた結果、現代社会はさまざまな課題を抱えている。「今回のシンポジウムのテーマのように、持続的な未来を創るためには新しい目線でデザインをとらえ、その力を活用していかなければいけない」。その際に渡辺会長が重視するのは「定量的なものさし」である。目標を設定し、得られたデータを分析して、次のデザインに生かす。「それぞれが小さな幸せを自覚できるような活動を積み重ねていく。その地道な取り組みの先に、『これが旭川のデザインだ』と呼べる象徴的な成果が生まれるはずだ」。(取材先／あさひかわデザインウィーク組織委員

会会長、カンディハウス相談役、あさひかわ創造都市推進協議会会長 渡辺直行・あさひかわデザインウィーク組織委員会副会長、デザインピークス代表取締役、旭川デザイン協議会会長、あさひかわ創造都市推進協議会副会長 伊藤友一)

Meet up Furnitureで開催された、ウェグナー賞受賞者によるクロストーク。



「旭川家具の特注家具展」を見る来場者。



あさひかわデザイン会議ではさまざまな社会課題について議論が繰り広げられた。



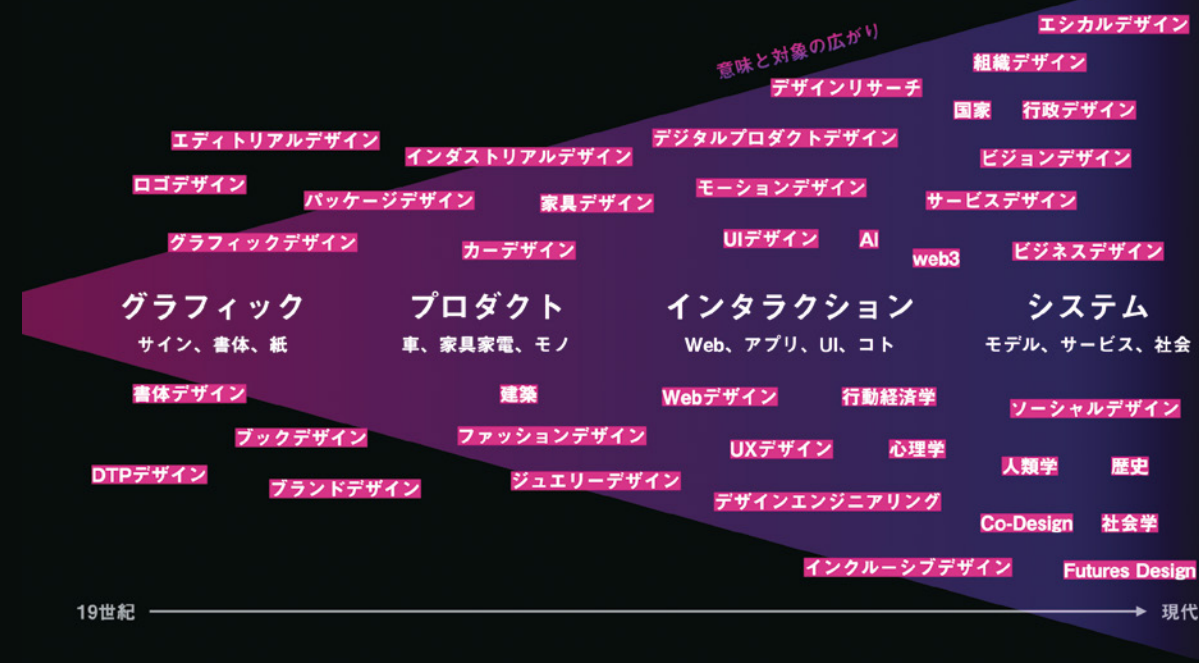
まちなかキャンパスで子どもに教える高校生。



広がりすぎたデザインを接続する、 日本最大級のデザインカンファレンス 「Designship 2023」

会場：渋谷ヒカリエホール／会期：2023年9月30日～10月1日

時代に即した幅広いトピックのもとデザインの現在地や未来について語り、
交流するデザインカンファレンス「Designship」。



次世代の産業に貢献する デザイン人材の輩出

18世紀後半の産業革命以降、デザインと呼ばれるものの対象範囲や役割は現代にいたるまで拡張し続け、かつてないほどに重要視される時代になった。そんなデザインを日本の未来につなげるため、2018年に20代のデザイナーやエンジニアを中心に結成された一般社団法人デザインシップは、日本最大級のデザインカンファレンスをはじめ、スクールや研修、行政支援、オンライン配信支援、デザインスタジオなどデザイン振興に関わる事業を幅広く手がけている。

法人としてのミッション「次世代の産業に貢献するデザイン人材の輩出」のもと、あるべきデザ

イン人材像を構想し、そこへの道のりを示すことによって、国民全体の創造性向上に寄与することを目的としている。

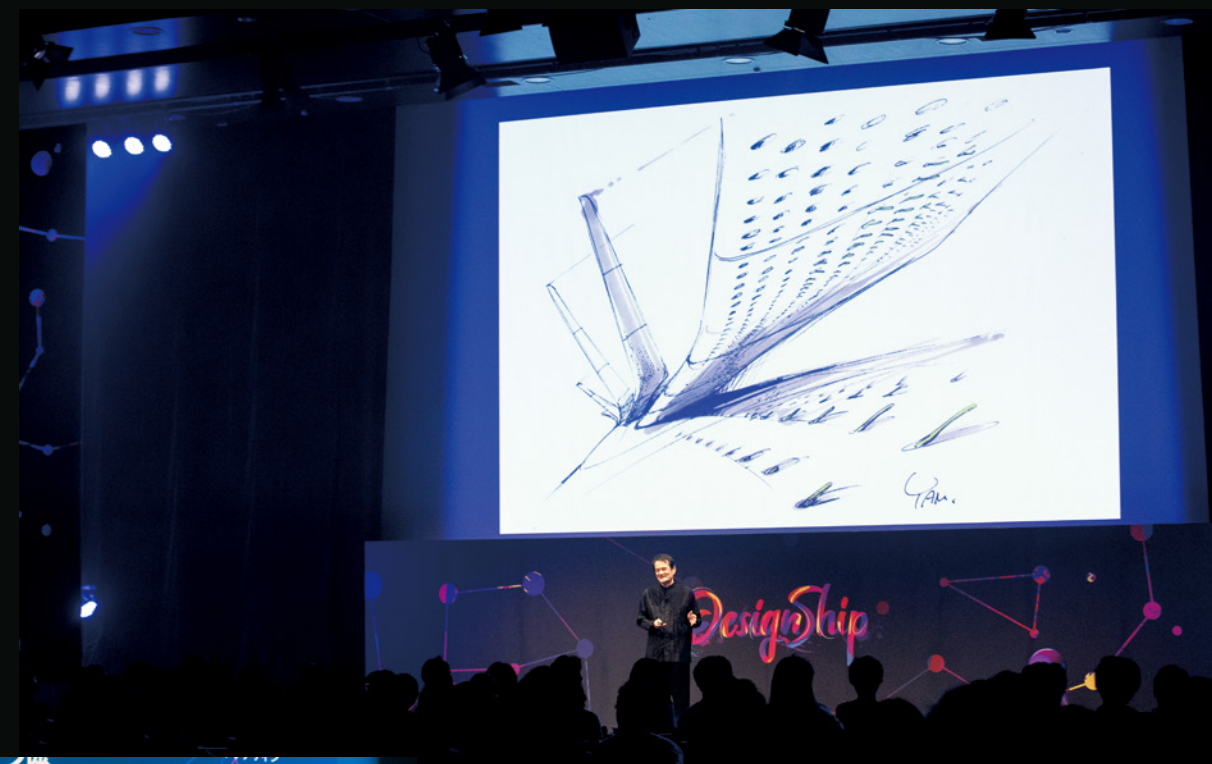
理事3名、従業員2名、その他事業を牽引する10名程度の業務委託スタッフによって事業が運営されている。理事も含め全員が別の会社や団体で兼業をしており、現場のデザイナーや研究者として活躍しているのが特徴だ。

若手デザイナーを中心に行われる カンファレンス

年に1度開催されるカンファレンス「Designship」では、デジタル、グラフィック、プロダクトなど分野問わずデザインに関わるさま

ざまな人々が一堂に会し、知見や経験を共有する。

2023年秋に開催した「Designship 2023」では、渋谷ヒカリエの会場に5,000人以上が参加し、あらゆる分野や地域におけるデザインの現在地の確認、未来への洞察が行われた。参加者の大多数が20～30代であり、70名前後のボランティアスタッフも主に10～20代のデザイナーだ。70社を超える協賛企業や、後援の経済産業省、日本デザイン振興会、世界デザイン会議、大学機関などと連携しながらコンテンツを企画・実行している。



キーノートセッションや公募セッションなど、
毎年注目を集めるメインステージの様子。



2021年5月に開校した実戦型デザインスクール「Designship Do」。2024年夏より第4期プログラムの開講が予定されている。

第一線のデザイナーによる 公募セッション

カンファレンスのなかで評価の高いコンテンツは、デザインに関する公募セッションだ。毎年100件前後の応募のなかから厳選された数名がメインステージに登壇する。Designship 2023ではセッションテーマ制を導入し、世界のホットピックやデザイン周辺分野などからテーマを公募した。実施したセッションは「AI × デザイン」「インクルーシブデザイン」「DesignOps」「地域・行政 × デザイン」「コミュニケーションデザイン」の5つ。

デジタル庁の伊敷政英氏による、全盲の当事者として、サービスをより多くの人々に届けるためにアクセシビリティをデジタル庁での取り組みに活かしている話や、Googleの館山佳奈氏による、Conversational AI (対話型AI) のデザインプロセスの現場エピソードなど、第一線で活躍するデザイナーたちによるセッションが展開された。当

日のX(旧 Twitter) では合計約65万インプレッションを記録するなど、会場だけでなくSNSを通じても盛んに参加者同士の意見交換や交流が生まれていた。

デザイナーそれぞれの物語に沿う

Designship のコンセプトは1～5回目まで「物語の力でデザインの壁を越える」であったが、6回目にあたるDesignship 2023では「広がりすぎたデザインを接続する」に変更されている。以前のコンセプトでは、デジタル、プロダクト、グラフィックそれぞれの分野のデザイナーたちの多くが感じていた「業界の壁」を、「第4次産業革命」の到来を前に越えていき、知識交換や交流を行うべきであるという考えのもと、それら3つのデザインに焦点を当てていた。しかしデザイン領域はその間も広がり続け、業界や分野の特定が難しい時代となった。そこで運営事務局は、デザイナー一人ひとりの物語に沿ってデザイン分野を

接続する機会を提供することに焦点を置き直した。業界を築き上げてきたトップデザイナーや海外で活躍する若手デザイナーとの交流、注目分野のワークショップなど、これからも参加者のニーズや時代を読みながら、カンファレンスのかたちをアップデートしていく。

「現場」「一流」「第一線」

デザインシップはカンファレンス事業をはじめどの事業においても「現場」「一流」「第一線」という価値観を強く意識している。デザイナーの

ための実戦型デザインスクール「Designship Do」は、経済産業省の提唱する「高度デザイン人材」の育成を目的として、デザイン、ビジネス、リーダーシップの3要素を実践と思考の両軸から学ぶカリキュラムを提供している。

グッドデザイン賞とともに企画・配信している「Designship Dialogue」は、分野や産業、キーワードごとに現場のデザイナーやデザインに関わる人々が対談を行い、デザインの現在地の確認と未来への展望を紡ぐ番組だ。「Designship Studio」は、全国のフリーランスデザイナーで構成されているオープン型(自由参

加型)のデザインスタジオであり、企業や行政とデザイナーのマッチングの機会にもなっている。また、行政や地方自治体に向けた実践型のデザイン研修や、企業向けのデジタルデザインのワークショップを実施している。

代表の広野 萌は「カンファレンスの成果を土台に、事業の形態やコンテンツを時代に合わせ変化させながら、第一線のデザインを追い続け、この活動を未来につなげていきたい」と語る。(取材先／一般社団法人デザインシップ 代表理事 広野 萌、理事 小松尚平)





地元企業、行政、クリエイターに広がる オープンファクトリー 「燕三条 工場の祭典2023」

会場：新潟県燕市・三条市全域、及び周辺地域／会期：2023年10月26日～29日

2012年から徐々に規模拡大

新潟県燕三条エリアを舞台に開催される「工場の祭典」は、産地の金属加工、鍛冶、木工、印刷、農業をはじめとするものづくりの現場を見学・体験できるオープンファクトリーイベントである。その前身は2012年まで開催された「越後三条鍛冶まつり」であった。三条市を拠点とする「庖丁工房タダフサ」(代表・曽根忠幸)、パイニングやキュレーションを行う「メソッド」(代表・山田遊)、三条市前市長の国定勇人が連携して地元企業や行政を巻き込みながら、2013年に「工場の祭典」としてリニューアルした。当初は54社の工

場がオープンファクトリーを行っていたが、その後も影響力のある企業との関係を構築しながら規模を広げていった。

新イベントのツアーが人気に

2023年は87社が参加し、4日間で約2万9,773人が来場した。主なコンテンツは「OPEN FACTORY」「TALK SHOW」「KOUBA TOUR」「PARTY/MEET UP」の4つ。メインイベントの「OPEN FACTORY」には、金属製品・材料、鋳物、刃物、カトラリー、家具などの工場や工房などが参加した。普段は一般の人が入ることので

きない稼働中の作業場やショールームを見学できるほか、なかにはスマホスタンドやスツールをつくる体験ワークショップを開催する工場もあった。日本初の金属洋食器を製造した燕物産株式会社や、近隣の工場と協力して燕三条の分業制の流れを紹介した株式会社塩野谷縫製など、今年から新たに新店した工場もあり、「OPEN FACTORY」は今も地域を巻き込み続けている。「TALK SHOW」では、県内外からさまざまなメーカー、行政、クリエイターが登壇。「クリエイティブを活用した事業づくり」「産業観光と燕三条のこれから」といったテーマで、地域におけるデザインと経営の関係、クリエイティブを活用する効果

などについて語りあった。

また、より踏み込んだイベントとして今回から始まった「KOUBA TOUR」では、昔から燕を支えてきた産業である銅器、鋳、煙管の工場を巡る「燕の大正時代産業ツアー」、金属製品誕生の舞台裏を探究する「金属製品を支える産業ツアー」などを開催。地域を熟知するガイドとともに数力所の工場をじっくり巡るもので、いずれもキャンセル待ちが出るほどの人気となった。さらに会期を通して、オープニングパーティー、交流会、アフターパーティーを開催。会費制で誰でも参加でき、参加企業や祭典関係者、トーク登壇者らと交流で

きる機会を増やした。

若手経営者の新体制に移行

今回は、これまで10年の開催を続けてきた運営体制に一区切りをつけ、2023年に設立した「任意団体 KOUBA」による初めての運営となった。KOUBAは、燕三条エリアで製造業や産業支援サービス業に従事する若手経営者が地域のものづくりを幅広く支援することを目的としている。それにともない祭典についても、これまでの全体監修を務めた山田を中心とするクリエイティブ

チームから、新たに新潟を拠点に活動する堅田佳一 (KATATA YOSHIHITO DESIGN代表) を中心とするクリエイティブチームに運営を移譲した。新体制による最初の祭典であり、KOUBAがコンセプトを立案して自ら案内する「KOUBA TOUR」などの新しい試みが成功した。今後も、地元の若い世代によって自走するイベントに育っていくことが期待される。(取材先／株式会社メソッド 代表取締役 山田遊)

OPEN FACTORYでは、各工場の社員が自社の製品の説明やワークショップを行った。



TALK SHOWで「全国のものづくり産地と、燕三条」をテーマに話す、メソッドの山田 遊 (右)とKATATA YOSHIHITO DESIGNの堅田佳一。



デザインとアートを横断し、感動を与える 「DESIGNART TOKYO 2023」

会場（開催エリア）：表参道・外苑前・原宿・渋谷・六本木・広尾・銀座・東京／会期：2023年10月20日～29日

ミックスカルチャー都市、 東京が舞台

「DESIGNART（デザイナート）」とは、デザインとアートを横断し、感動を与えてくれる物や事象を意味する造語であり、またそれを発信・共有していく活動そのものを指す。2017年にインテリア、グラフィック、建築、デジタル、工芸などの分野を牽引する6名の発起人が株式会社デザイナートを立ち上げ、人々の生活を豊かに彩ることを目的とし、この言葉と考え方を世界に広めるために活動している。その発表の場が毎年秋に開催しているデザインとアートのフェスティバル「DESIGNART TOKYO（デザイナート

トーキョー）」である。コンセプトに「INTO THE EMOTIONS ～感動の入口～」を掲げ、屈指のミックスカルチャー都市である東京を舞台に、世界中からアート、建築、インテリア、プロダクト、ファッション、フード、テクノロジーが集結してプレゼンテーションを行うイベントだ。

テーマは「思考の解放」

7年目となる2023年は「Sparks ～思考の解放～」をテーマに、この数年で大きく変化した社会に向けて自らの発見や思考を解き放つようなクリエイションを集めた。過去最多となる127組（108展示）の出展者による作品・コンテンツが

計83の会場で展開され、過去最大となるのべ約214,500人の来場者が訪れた。

パンデミックにおいてもアートやデザインの取り組みが停滞することのないよう、さまざまな安全対策を取るとともに回遊型イベントとして開催し、オンラインも活用してきた。バーチャル展示やデジタルガイドブック、プレゼンテーション動画、オンラインカンファレンスを実施し、さらに2023年はSNSのPR動画およびレポートの配信、オンラインマップの提供、デジタルスタンプラリーなどのキャンペーンを行った。

DESIGNART TOKYOのオフィシャル展として未来を担うアジアのデザイナーが集う「ASIA CREATIVE RELATION」シリーズを展開してお

り、2023年はゲストキュレーターにアジア太平洋地域のデザインに特化したメディア「Design Anthology」の創刊編集長スージー・アネッタを、また空間デザインに建築家の石田建太郎を迎えて特別展「A NEW HORIZON」を開催。東アジア（日本、韓国、中国、台湾）を拠点とするデザイナー19名による出品作品を通じて、最先端のデザインとライフスタイルのトレンドを紹介した。アネッタは、キュレーションの過程のなかで「バイオモρφイズム（Biomorphism）」「アップサイクル（Upcycled）」「新しいベル・エポック（New Belle Epoque）」「未来の伝統（Future Traditions）」と題した4つのチャプターを設定

し、個々の作品に内在する要素に光を当てることで、現代の若手デザイナーの思考や哲学、あるいはアプローチについて分析しながら将来のデザインの方向性を指し示した。

またオフィシャル会場のひとつエスコルテ青山ビルでは、デンマークの家具ブランド「Muuto」のポップアップストアを中心に、国内外11組のクリエイターによる最新作を集めた展覧会「DESIGNART GALLERY」を開催した。約500平方メートルの空間では、インテリアデザイナーの進藤 篤がコロナ禍後に使われなくなった大量の亚克力板を再利用したインスタレーションを手がけた。



パブリックアートの普及と 人材育成

株式会社デザイナートでは、「多くの人が質の高いものづくりに触れ、価値のある暮らしという体験を重ねていくことがクリエイティブ産業の活性化につながる」と考えている。DESIGNART TOKYOは、世界の人々が創造的に感化しあうプラットフォームとして、またUNDER 30（30歳以下のクリエイター支援）を実施するなど、若手デザイナー・アーティストを後押しするフェスティバルとして、今後も発展させていく。

「A NEW HORIZON」より、
Dongwook Choi「Crest and Trough」シリーズ：ベンチ。
©Nacasa & Partners



スージー・アネッタとのToday at Appleトークセッション。



エスコルテ青山ビルで開催された「DESIGNART GALLERY」。
©USAMIRYO



進藤 篤が手がけた、アクリルパーティションを再利用したインスタレーションと展示台。
「OVER DUST for DESIGNART TOKYO 2023」
©Atsushi Shindo

「UNDER 30」より、鈴木舞の「よしづくしを組む」。
©REINA SAITO



「UNDER 30」より、So Tanaka「Vnsh」。
©So Tanaka



ほかに、同社がクリエイティブ産業の活性化に向けて推進している取り組みがある。ひとつは、パブリックアートの普及を目指すプロジェクト「1% for Art」。これは公共建築の建設費のうち1%を芸術のための費用に充てるというものであり、そのはじめは1935年大恐慌後の米国で仕事を失ったアーティストに対する救済策として生まれた制度だとされる。フランスでは1951年から学校建築に対して導入され、国民が幼少期から芸術に触れる環境に寄与しているほか、ヨーロッパやアジア各国でも実施されている仕組みである。同社は「街中にパブリックアートが広がれば、人々が“豊かな暮らし”について意識を高め、ひいては日本の伝統工芸やものづくり文化が未来に循環していくことができる。社会全体がアートを後押ししてその価値を高めることは日本経済の活性化につながる」と言う。現在

は日本交通文化協会の協力のもと、オンライン署名を通じて「1% for Art」に対する賛同を呼びかけている。

もうひとつは人材育成である。国内でデザインとアートを主軸とした教育事業を発展させ、中長期的にアジアを代表するクリエイティブプラットフォームになることを目指している。さまざまな価値観の変化が起きている時代には、クリエイティブとビジネスを両輪で先導するプロデュース力と、国や文化を超えたコミュニケーション力とマネジメント力などが求められる。同社が設立したDESIGNART研究所(国際ブランディングディレクター養成塾)は、「現代の文化維新を目指す私塾として、幕末に松下村塾を開いた吉田松陰が志士たちを後押ししたように、デザインやアートの力を駆使して新たな価値を生み出し、それを伝え届けるノウハウとネットワーク構築を指南し、

導く学び舎」である。受講生には必要なスキルとマインドを身に付けてもらい、信頼できる同志と出会うことで、社会に貢献する人材を育てることを目的とする。約半年のコースでは、各クリエイティブ分野の第一線で活躍する講師陣が、ビジョン・コンセプト設計から新規事業開発、クリエイティブディレクション、営業やPRなどについて講義し、参加者はワークショップを通して実践的にスキルを磨く。(取材先／株式会社デザイナート代表 青木昭夫)



「UNDER 30」より、ガラ・エスベル
「Archaeology of the Future」。
©Nacasa & Partners



DESIGNART研究所の授業の様子
©Takuya Yamauchi

持続可能な地域づくりを目指す産業観光イベント 「RENEW/2023」

会場：福井県鯖江市、越前市、越前町全域／会期：2023年10月6日～8日

産地の熱量を上げていく

RENEW(リニュー)は、福井の持続可能な産地づくりを目指し、2015年に民間主導で始まった産業観光イベントである。ゆびおりのものづくりが集積する越前・鯖江・福井エリアを舞台に、普段はできない工場の見学やものづくり体験をとおり、つくり手の想いや背景を知り、その製品を手にとることができる。コンセプトは「来たれ若人、ものづくりのまちへ」。狭義の産業観光にとどまらず、雇用創出、産地内教育など、産地の「熱量」を上げるためのさまざまなプログラムを実践し、ものづくりから「まちづくり」「ひとづくり」へとつなげ、産地の未来に向けた好循環を生み出すことを目的とする。

9回目となる「RENEW/2023」では地域の工場・工房や飲食店など94事業者が参加した。恒例の「TRAVEL STAND」では、産地に詳しいスタッフがその地でつくられた器でドリンクを提供

しながら、街の魅力やイベントの楽しみ方をガイド。3日間限定で全国のローカルプレーヤーが集う展示販売会「まち／ひと／しごと-Localism Expo Fukui-」のほか、各種展示やトークショー、眼鏡づくりや紙漉きのワークショップなど60を超えるイベントが開催された。来場者数は約31,000名。

人材確保にもつなげる

RENEWの主催者は一般社団法人SOE。地域でデザイン制作やブランディングを行うデザインオフィスTSUGI(代表：新山直広)と、地元企業の谷口眼鏡(代表：谷口康彦)が出会い、「ものづくりが元気になる」と、地域が元気になる」という危機感を共有したことから、デザインと地域産業を結ぶためにSOEを立ち上げた。RENEWの運営に加えて、宿泊施設の企画運営、産業観光ツアー、メディアやイベントの企画制作も行っている。

さらにRENEW名義で、地域の工房や企業による就職説明会「産地の合説」を毎年実施している。2023年は参加者のなかから約10名の就職が決まった。ほかにもRENEWの公式パンフレットに求人情報を掲載しており、これまでに50名を超える就業者が地域に移住した。今後は職人や営業以外のポジションについても雇用を促進する仕組みをつくっているところだ。

民間と行政の棲み分け

イベントを始めた当初から、関係者は「現場に来てもらえる動線をつくること、職人に誇りをもってもらうこと」を意識しながらコンテンツや伝え方を試行錯誤してきた。昔から鯖江では「京都や石川にはかなわない」という認識が根強いという。当初は「技術を盗まれるかもしれない」と懸念を抱く職人もいたようだが、RENEWを通じて「アップデート工芸産地」を謳い、地域のマイ



ドリンクを楽しんでもらいながら、街やイベントを案内する「TRAVEL STAND」。
Photo by Tsutomu Ogino



「産地の合説」では工場・工房の見学も

ンドを転換するべく取り組んできた。今では職人たちから「人々との交流が嬉しく、仕事にいっそう誇りをもてるようになった」といったポジティブな声が多く聞かれるようになった。

RENEWの成功により、産地に来てもらい職人の仕事を見てもらうことの重要性を実感し、今後もその点を強化していく。こうした産業観光イベントを成功させるためのポイントは、民間と行政の棲み分けであるという。当初数年間は行政を交えずに運営を進め、本来の目的やコンセプトのブラッシュアップに努めた。そのうえで行政のサポートを得ることで、既存の補助金スキームではなく、RENEWに最適化された仕組みを構築することができた。この独自の体制がイベントを自走させ、目標を見失わない運営を後押ししている。(取材先／TSUGI代表、SOE副理事、クリエイティブディレクター 新山直広)



「産地の合説」における就職説明会。



2023年度グッドデザイン賞の二次審査会の様子。

デザインの背景と目的、プロセスや成果を評価する「グッドデザイン賞」

受賞発表: 2023年10月5日／大賞発表: 2023年10月25日

グッドデザイン賞とは？

1957年、日本の経済復興やデザインの輸出強化を踏まえて、産業力の向上にふさわしいプロダクトを国として選定・支援することを目的に、通商産業省(当時)が「グッドデザイン商品選定制度(通称:Gマーク制度)」を創立した。1998年に民営化され、「グッドデザイン賞」として財団法人日本産業デザイン振興会(現・日本デザイン振興会、以下、JDP)が承継し、デザインの力で人々の暮らしや社会をよりよくするための活動を続けている。

時代によってデザインに求められる役割も変わるなか、グッドデザイン賞では理想や目的を果たすために築いたものごとを「デザイン」とする。製品や建築といった有形のデザインから、システム、サービス、地域の活動といった無形のデザイ

ンまで、人々の暮らしを構成するあらゆるデザインを評価。現在は20前後のカテゴリーごとに専門の審査ユニットを編成し、デザインの背景と目的、プロセスや成果などを、「人間」「産業」「社会」「時間」という4つの視点から審査する。

2023年度グッドデザイン大賞

2023年のグッドデザイン大賞(その年に受賞したすべてのなかで最も優れたデザイン1点に贈られる内閣総理大臣賞)には、老人デイサービスセンター「52間の縁側」(有限会社オールフォアワン／株式会社山崎健太郎デザインワークショップ)が選ばれた。施設にはカフェや「寺子屋」も備える共生型デイサービスであり、高齢者だけでなく子どもや地域住民が気軽に立ち寄ることがで

き、困ったときに助け合える福祉の拠点になっている。審査委員からは「お年寄りがサポートされるだけでなく子どもを見守ったり、子どもが大人の手伝いをしたりと、昔は当たり前にあったであろう風景が日常的に展開される様子がイメージできる。長い縁側と広い屋根下空間がそのコンセプトを見事に体現させ、実際の状況を誘発させている」と高く評価する声が挙がった。

また2023年度グッドデザイン賞受賞展「GOOD DESIGN EXHIBITION 2023」では、1,500点を超す全受賞作品が展示された。最新の受賞商品や人気の受賞商品を購入できるポップアップのほか、長年愛される「ロングライフデザイン賞」の受賞作品も紹介するなど、「グッドデザインの今」を集めた。

グッドデザイン・ニューホープ賞

2022年度からは、将来のデザイン分野を担う新しい世代への支援を目的として「グッドデザイン・ニューホープ賞」が創設された。各種専修専門学校・大学・大学院の在学者や卒業生(新卒)が在学中に制作した課題制作や卒業制作、自主研究の作品を応募できる。「物のデザイン」「場のデザイン」「情報のデザイン」「仕組みのデザイン」という4つのカテゴリーごとに審査を実施し、新しい時代を予感させるような可能性やアイデアを評価する。

2回目となる2023年度は、応募総数415点のうち78点が受賞し、うち8点が優秀賞として最終審査に進んだ。最優秀賞には項 雅文(武蔵野

美術大学 造形構想学部 クリエイティブイノベーション学科既卒)の「代替を超えるバイオ素材ー生えるおもちゃMYMORI」が選ばれた。3歳から10歳向けの玩具キットで、菌糸体からきのこを育ててブロックをつくり、遊んだ後は土に還すことができる。きのこの匂いや手触りなど五感を通じて得られる驚きと愛着、そしてものづくりの喜びを育むというコンセプトが評価された。

グッドデザイン賞の特徴は、モノ自体の佇まいや美しさだけではなく、「どう社会とかかわっていくか」という点に重きが置かれていることだ。ニューホープ賞では、若い世代ならではの既成概念にとらわれない自由なアイデアを評価する。今後、ニューホープ賞がグッドデザイン賞に影響を与えたり、グッドデザイン賞の応募企業がニュー

ホープ賞で新しい才能と出会うといった、相乗効果を期待しているという。

「振興」と「評価」の役割

グッドデザイン賞は、デザインのプロモーション・メソッドとしてデザインを広く社会へ定着させていく「振興」の役割と、事業者の多様なモチベーションに応える「評価」の役割を、高いレベルで両立させることを目指している。特に年々参加のウェイトが高くなっている海外に対して日本のデザインの位置付けやアドバンテージをいかに発信するかも、目下の課題である。(取材先／公益財団法人日本デザイン振興会)



2023年度グッドデザイン大賞を受賞した、老人デイサービスセンター「52間の縁側」。



2023年度「グッドデザイン・ニューホープ賞」最優秀賞に選ばれた、玩具キットの「MYMORI」。



東京ミッドタウンで開催された「GOOD DESIGN EXHIBITION 2023」(2023年10月25日～29日)。

若手デザイナーと 新たな道具を生み出す 「コクヨデザインアワード 2023」

最終審査：2023年3月18日

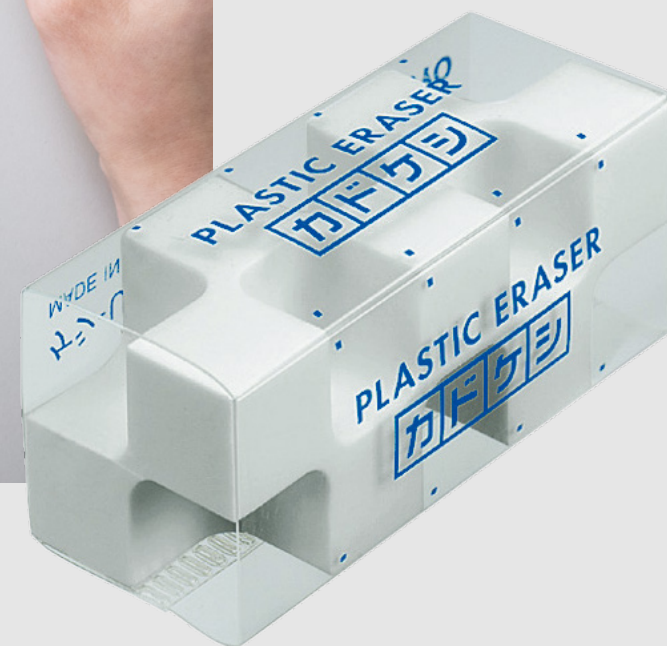
2023年グランプリ作品
「Sahara」。



2022年グランプリ作品
「Flow of Thoughts」。



2003年に製品化された「カドケン」。



受賞者とコクヨの共創

コクヨデザインアワードは、文具・オフィス家具メーカーであるコクヨ株式会社が主催するプロダクトデザインの国際コンペティションである。2002年に創設され、現在は「才能あるデザイナーの応援と共創」を目的として開催している。応募資格は、企業や個人、年齢や性別、職業、国籍などを問わない。例年1,000～1,500件ほどの応募があり、応募者の約半数を20代が占める。また、近年は全体の約4割が海外からの応募となっている（2023年実績：海外55カ国・合計508件／応募総数1,023件）。

本アワードの大きな特徴のひとつは「製品化」である。受賞作品は、受賞者とコクヨの商品開発者との共創による製品化が検討される。同社は「生活や仕事に身近な道具に新たな息吹を吹き込む優れたデザインを、確かな製品として世

に送り出すことで、デザイナーの今後の活躍を後押しし、同時にワクワクする未来のワークとライフの創造を目指す」としている。これまでに製品化された受賞作は22点（2024年1月時点）に及ぶ。2003年に製品化された「カドケン」は発売から1千万個を販売する大ヒットを記録。また2023年に製品化された「スマートなダブルクリップ」はグッドデザイン金賞（2023）を受賞している。

時代を反映したテーマ

創設から20年を経て「デザイン」のとらえ方も変化してきた。当初の機能とデザインによる問題解決から、感性に訴えるストーリー、さらに近年では社会的意義が重視されるなか、アワードが設定するテーマもそうした背景を反映している。2022年のテーマ「UNLEARNING」では、こ

れまで疑うことのなかった知識や積み上げた経験をリセットし、未来を思い描くうえで求められるプロダクトのデザインを募った。グランプリ作品「Flow of Thoughts」（Emilie & Joseph）は、情報過多となった世界のなかで自らの思考を整理するためのノートだ。白いノートをあらかじめ落書きのような線で埋めて、一部分にしか書き込めないという制約を設けることで、ユーザーの新しい発想を促す。

また2023年はテーマを「embrace」とした。社会が直面する課題や、人それぞれの「違い」を受け入れて肯定することにより、見る人や使う人を前向きにするプロダクトデザインを募集。その結果、「のびのびとした絵を描くためには、のびのびとした道具が必要なのは？」という考えから生まれた「Sahara」（王尾仁恵）がグランプリとなった。仕切りのないひとつづきのパレットが、ユーザーの自由な創造力を引き出す。サハラ砂

漠のような広大さをもってそれを受け止め、優しく包み込む道具のあり方が評価された。

若手デザイナーを支援

今後は、より多くの人々の多様なアイデアや感性が集まる場へとアワードを発展させ、モノづくりの可能性をさらに広げていきたいという考えのもと、海外からの応募のさらなる増加を目指すという。また、現在は「若手デザイナーの登竜門」として定着しているが、表彰や製品化以外にも新しい才能や優れた創造性をより多くの人々に知ってもらい、クリエイティビティが連鎖する仕組みをつくるため、アワードとして若手デザイナーを支援するあり方について模索しているところだ。（取材先／コクヨ株式会社 コクヨデザインアワード事務局 奥山由希子、佐藤祐子、馬目 亮）



2023年10月13日に行われた表彰式。
右から、ゲスト審査員の武井祥平、
審査員の三澤 遥、深澤直人、原 研哉、中村勇吾。



「しるし」の可能性広げるデザインを問う 「17th SHACHIHATA New Product Design Competition」

最終審査：2023年9月8日



応募作品を手に議論する審査員。

テーマは広義の「しるし」

「SHACHIHATA New Product Design Competition (シャチハタ・ニュープロダクト・デザイン・コンペティション)」は、商品化を前提に今までにないプロダクトデザインを求めるコンペティションである。印章・スタンプと文房具のメーカーであるシャチハタが1990年から10年にわたって開催してきた。しばらく中断した後、より広がりを持った活動ができるよう一般社団法人未来ものづくり振興会が主催者となって2018年に再スタート。2023年に第16回が行われた（応募件数1,287件）。

近年、デジタル化により印章を使用する機会は減っているが、本コンペのテーマは広義の「しるし」であり、その可能性を広げるようなプロダクトや仕組みの提案を求める。応募資格は、企業・団体、個人・グループ、年齢、性別、職業、国籍などは問わない。応募者はインハウスやフリーランスのデザイナーのほか、授業の課題にしている大

学もあることから学生の応募も多いという。年齢層は20代が40%、30代が20%、10代が10%で、平均年齢は約33歳となっている。

一次審査はA3サイズのPDF1枚による書類審査、一次審査の通過者は模型を制作して最終審査に臨む。審査では、テーマの理解力、時代のニーズをとらえた新規性・革新性、そして提案の実現性を判断する。すべての受賞作について商品化を検討し、これまで7件が商品化された。近く8件目として第15回の準グランプリ受賞作品が発売される予定だ（2023年12月時点）。

個性や感性を映す朱肉

第12回（2019年）グランプリを受賞した作品「わたしのいろ」（作者：歌代 悟）は、さまざまな色のインクを織り交ぜた色鮮やかな朱肉。「にしきごい」「みかん」「つばき」といった日本らしい色彩をテーマにしたカラー展開で、ハンコを押すときの気分や時間などに合わせて、異なる色で

“しるす”ことができるという朱肉の新しい価値と、使い手の個性や感性を生かすという視点が評価された。本作品の商品化にあたっては、複雑な配色を実現するのに非常に手間のかかる製造工程が必要なことから、作者の歌代氏とシャチハタの設計担当者が綿密な議論を重ねながら開発を進め、2020年、テスト販売を経て受注販売に至った。好評だったため、2021年には第二弾と第三弾が発売されている。なお、作者の歌代氏は株式会社博展のクリエイティブディレクター兼 SATORU UTASHIRO DESIGN デザイナーとして活動しており、受賞後は2023年に自らのプロダクトブランド「sorekara（それから）」を立ち上げ、商品の企画から販売までを一貫して行う。

本コンペは今後も継続し、「しるし」「しるす」ことの可能性を求めて、毎年新しくゲスト審査員を迎えながらテーマを決めて開催していくという。（取材先／シャチハタ株式会社 広報室室長 向井博文、広報室 山口高正、櫻間海咲）



2019年のグランプリ受賞作品で商品化された、歌代 悟による「わたしのいろ」。



過去最多5,943点の応募から選出されたポスター作品。

歴史を紡ぐポスターデザインの国際公募・選抜展 「世界ポスタートリエナーレトヤマ2021(IPT2021)」

会場：富山県美術館／会期：2021年7月10日～9月5日（※新型コロナウイルス感染拡大のため8月17日で終了）

1985年に創設

世界ポスタートリエナーレトヤマ (IPT) は、世界のポスターデザインの現況と成果を概観するため、富山県美術館が国際的に公募・選抜して展示公開する活動である。日本のグラフィックデザインを牽引した亀倉雄策、田中一光、永井一正、福田繁雄らの後押しもあり、1985年（前身である富山県立近代美術館としての活動期）に創設されて以来、3年ごとに開催している。2021年には、第13回世界ポスタートリエナーレトヤマ2021 (IPT2021) が行われた。

紙メディアの力強さと可能性

テーマを特に定めないA部門と、IPT2021の自主制作部門のテーマ「INVISIBLE」で応募・制作するB部門を設定。テーマについては、コロナ

禍にあって世界情勢も不穏ななか「感染症、差別といった目に見えない脅威が存在する一方で、心のなかなど目には見えなくとも大切なものが存在するはず」というメッセージを込めたという。世界64の国と地域から5,943点という過去最多の応募となり、クライアントワークから自主制作のメッセージ性の強いものまで多様な作品が集まった。ネット環境の普及によって紙の存在感が低下するといわれるなかでも紙媒体での募集を継続し、その結果、技術の高さだけではなく、紙のメディアとしてのポスターの力強さと可能性に満ちた作品が審査員の目をひいた。テーマ、技術、表現のバランスがとれているもののほか、ポスターの前に立つ者に解釈の余地を与えるもの、一瞬で見るものを捉えるような作品が入賞した。

グランプリはマーティン・ヴォートリ（スイス）の作品「VideoEx 2018 実験映画・フィルム・フェスティバル、チューリヒ」（A部門）。「最初から目

を引いたというよりも、賞候補を絞り込むなかで、活気のあるビジュアルが段々と気になりだしてきた。マンガの吹き出しのような形が飛び出し、その中にタイポグラフィが見え隠れする。独特の奥行と躍動感が、映像のフェスティバルを伝えるのにふさわしい。最大の魅力は、要素の多いビジュアルを無理にまとめようとはせず、自身がやってみたくと思ったことに素直に向き合っていることだ」と審査員から評価された。

デジタルデータでの応募枠も

また、若い世代が挑戦する場として2018年に新設されたU30+ Student部門は30歳以下と学生を対象とし、デジタルデータでの応募とする。諸媒体のデジタル化が進み、大学などの教育機関で紙のポスターを制作する機会が減っていること、また印刷のクオリティを高めようとするとコス

トがかかり若い世代にとって負担であることなどが理由だ。1,890点の応募があり、そのうち事前審査を通過した作品については富山県美術館側でB1サイズポスターとして出力し、それをもって最終審査を行った。金賞は副島智也の「盲目に叫ぶ」。「全体的に入選作のレベルが高くなっており、なかでも本作の見えない何かを求める力強いイラストレーションが圧倒的に目をひいた」と審査員から評価を得た。

地域にデザインを広げる

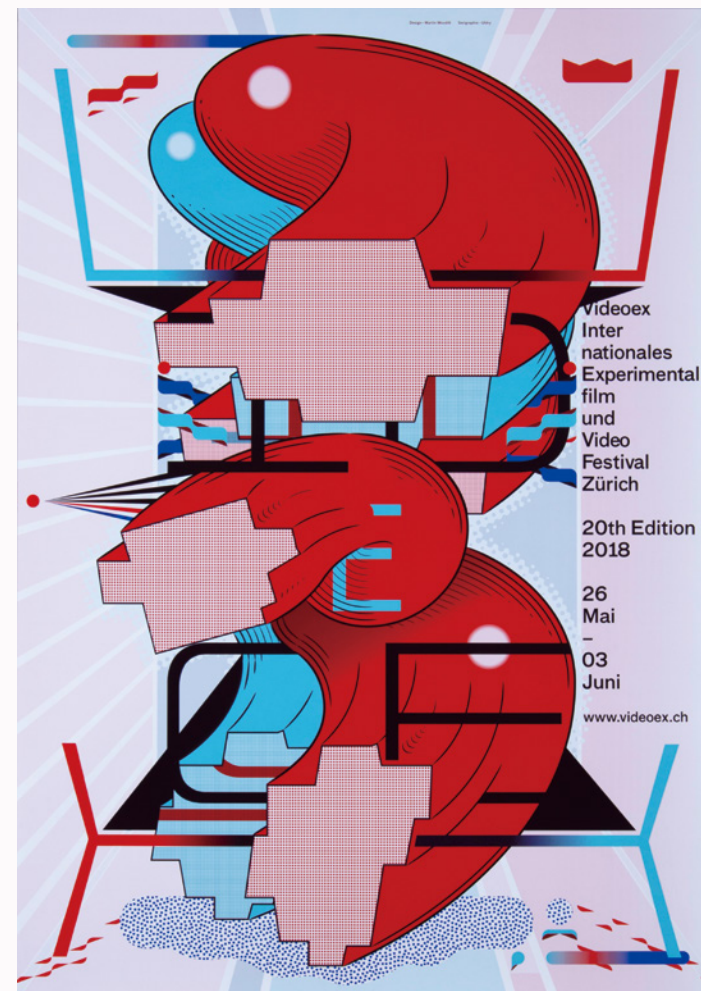
長年にわたって開催を続けているため、地域でも認知され、IPTの活動に関心を持つ裾野が広がっている。地域の若手グラフィックデザイナー

の励みにもなっているという。県内にはものづくり企業が多く、富山県総合デザインセンターをはじめデザインに関わる現場や人材も多い。同美術館もデザイン分野に力を入れており、地方から世界に発信し認知される国際公募展として、地域文化やグラフィックデザイン領域など多方面に貢献できる活動を継続したいと考えている。

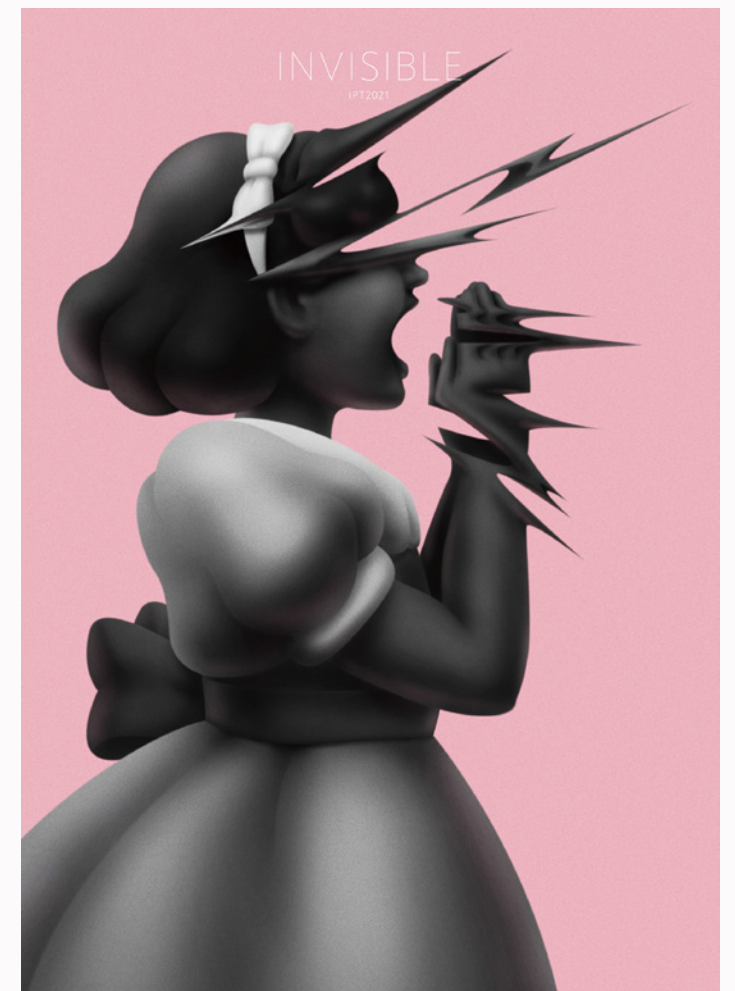
なお次回、IPT2024のテーマは「Think()」となった。審査員がテーマについて議論するなかで出たアイデアの共通点が「考えることを促す」であったため、「Think」に続く()内に「応募者自身が1単語を入れ、クレジットとして加える」ことを条件とした。（取材先／富山県美術館 副主幹、学芸員 稲塚展子）



床に並んだ作品を見て意見を交わす審査員。



IPT2021でグランプリを受賞した、マーティン・ヴォートリ「VideoEx 2018 実験映画・フィルム・フェスティバル、チューリヒ」(2018)。

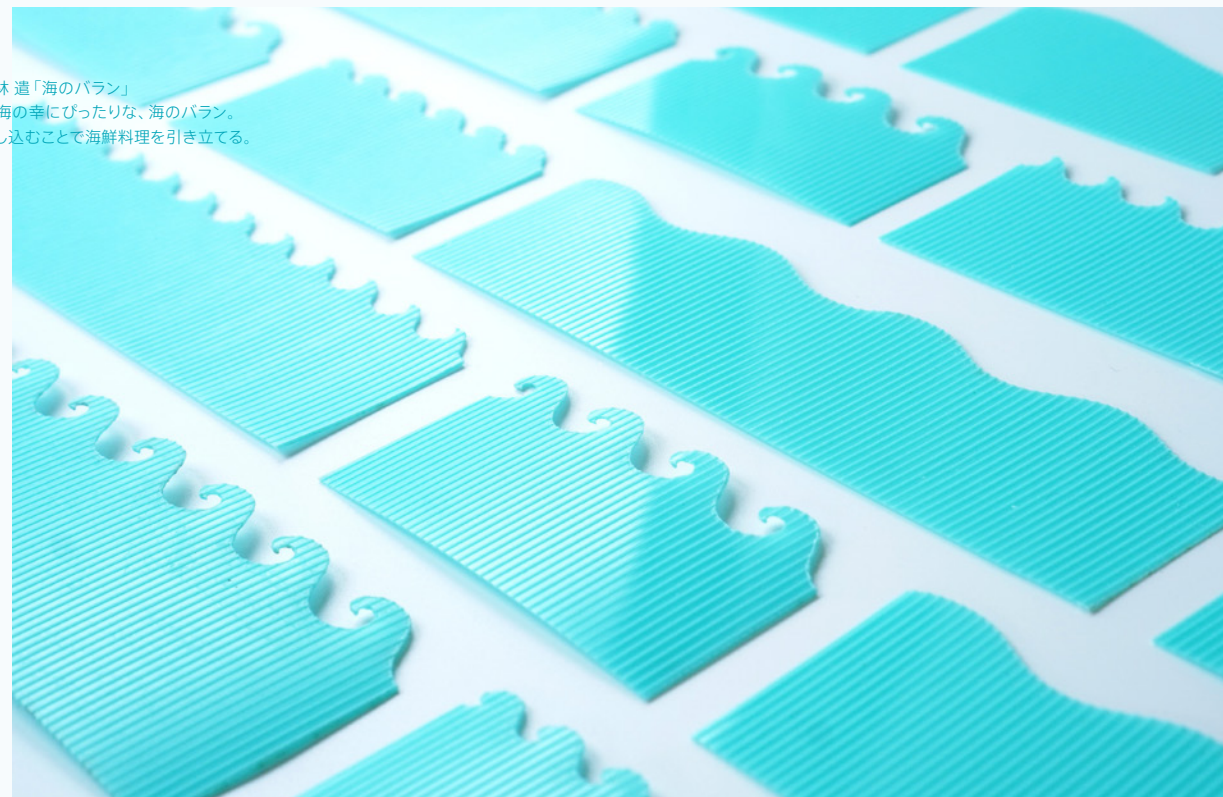


IPT2021の「U30+ Student」部門で金賞を受賞した、副島智也「盲目に叫ぶ」(2020)。

グランプリ 山本 敦「HARVEST(ハーベスト)」
ワイングラスのようにステムとフットの付いた
ガラスのフードストレージ。



準グランプリ 小林 遼「海のバラン」
富山県の豊かな海の幸にぴったりの、海のバラン。
お弁当などに差し込むことで海鮮料理を引き立てる。



時代に応じたテーマで中小企業とデザイナーをつなぐ 「富山デザインコンペティション2023」

最終審査: 2023年11月1日

若手デザイナーの登竜門に

「富山デザインコンペティション」は、1994年から開催している、商品化を目指す日本初のデザインコンペティションである。富山県にはものづくりの企業が多く集まっているが、プロダクトデザイナーが少ないという課題があった。そこで大企業のインハウスデザイナーの力を借りて、県内の中小企業が自社ブランドをつくることを目的にコンペを開催したのが始まりだ。それから30年におよぶ開催を通じて、これまでに約8,800名のデザイナーが関わり、多くのブランドが立ち上がった。少しずつ若手の参加も増えていき、現在では「若手デザイナーの登竜門」として知られている。

同コンペティションはデザインウエーブ開催委員会(構成団体:富山県、富山市、高岡市)が主催しており、初期から審査を一般に公開してきた。コンペ後の商品化および新産業創出の役

割は富山県総合デザインセンターが担い、42点の商品化を実現している。

2019年には、これまでの「商品(モノのデザイン)」の募集に加えて、「プロジェクトプラン」すなわちサービスや体験といったコトのデザインも応募できるようになった。また2020年～2022年には「企業の抱える課題に関する募集テーマ」「デザインメンタリング」など、より社会や応募者にとってリアリティのあるプロジェクトにチャレンジし、デザインコンペティションの改善を図っている。

審査後にマッチング会

第30回の節目となる富山デザインコンペティション2023では応募テーマを自由とした。応募数202点のなかから、グランプリ1点、準グランプリ1点、審査員特別賞1点、学生賞2点が選ばれた。そして最終審査後に、受賞したデザイナー

と県内企業とのマッチング会を開催し、商品化に向けた検討が進んでいる。

次代を見据えた富山モデルを

世界のものづくりのあり方が大きく変化するなかで、多くのメーカーを擁する富山県としての産業振興や人材育成はどうあるべきなのか。また、それを促進する同コンペの今後の方向性やスキームについても見直しと検討が進んでいるという。例えば現在のように一社ごとのボトムアップを目指すだけではなく、連携を通じて取り組みの内容や領域を広げていく可能性もある。次の時代の産業や暮らしを見据えながら、新しい「富山モデル」として落とし込んでいきたいと考えている。(取材先／富山県総合デザインセンター 所長 桐山登士樹、統括研究員 窪英明)



学生賞 木下 快「Plus」
読みかけの本や好きな本を一冊だけ、好きな場所に置いておくためのブックスタンド。



審査員特別賞 蒲生孝志「ラクに運べるバケツ」
水を運ぶ機能に加えて、
既存のバケツの不満点を洗い出して解決した。



学生賞 平田奈穂「藍染めの鯉のぼり」
藍染めをとおして、少子化の課題を抱える鹿熊(魚津市)地域と子どもたちをつなげるプロジェクト。



若い世代に向けた支援と活躍の場の提供 「TOKYO MIDTOWN AWARD 2023」

最終審査(デザインコンペ):2023年9月6日

デザインとアートの街へ

2007年3月に東京・六本木で開業した東京ミッドタウンは、ホテル、文化施設、130におよぶ商業店舗、オフィス、住居、クリニック、公園などが集約された複合都市。計画時から「JAPAN VALUE(新しい日本の価値・感性・才能)を創造・結集し、世界に発信しつづける街」をコンセプトに、六本木の地域特性を生かしたデザインとアートの街にするというビジョンのもと、サントリー美術館、21_21 DESIGN SIGHT、東京ミッドタウン・デザインハブなどの文化施設を誘致し、日々さまざまなデザインとアートの活動を繰り広げている。

その東京ミッドタウンが主催する「TOKYO MIDTOWN AWARD」は、才能あるデザイナーやアーティストとの出会い、応援、コラボレーションを目指して、デザインとアートの2部門で同時に開催するコンペティションである。東京ミッドタ

ウンが街づくりのミッションとして掲げる、「クリエイティビティを喚起すること」を具現化するプロジェクトとして、2008年にスタートした。開催当初はデザインコンペには「モノ」のアイデアが多く寄せられていたが、2013年に「コト」のデザインがグランプリを受賞するなど、時代の流れが反映される結果となった。応募年齢は39歳以下で、16年間で応募者数は23,996組。アートコンペでは87組、デザインコンペでは139組の受賞者・入選者が生まれた。

また同アワードでは、賞の授与で終わることなく、受賞したデザイナーの未来にも焦点を置いている。若い才能を育成・支援するという目的から、受賞作を実現させることも重要なプログラムとなっており、これまでに19点を商品化、1点をイベント化した。2008年の審査員特別賞受賞作「富士山グラス」は東京ミッドタウン内でも販売されてヒット商品となった。これをきっかけにデザイナーの鈴木啓太は自らのデザインスタジオを設

立し、スタートアップやメーカーとのイノベーション、幅広い領域の新製品開発で活躍している。

人にフォーカスしたアワードへ

「TOKYO MIDTOWN AWARD 2023」ではデザインコンペ／アートコンペへの1,479点の応募作品のなかから受賞・入選16作品が選ばれた。デザインコンペのグランプリは、人から人へと受け渡すバトンと人と人をつなぐ活動である募金をかけ合わせた作品「動く募金箱」(黒澤 杏)。この年のテーマである「つながり」に対して、手渡しするというアクションを通じて人の思いそのものをつなげていくことを提案し、高く評価された。

なお2018年からは、アイデアや作品だけではなく、それらを生み出す「人」にもフォーカスするアワードへの進化を目指し、これまで以上に受賞後の支援を拡充することになった。受賞者・入賞者の成長を継続的にサポートするととも



2023年デザインコンペのグランプリ受賞作品、黒澤 杏「動く募金箱」。



2008年のデザインコンペで審査員特別賞を受賞し、ヒット商品となった鈴木啓太「富士山グラス」。

に、コラボレーションの機会も創出しているという。例えば、東京ミッドタウンで年間を通して開催されるイベントのインスタレーションや館内装飾などのデザイン、キービジュアルやコンセプトワークなどクリエイティブ面での協業を仰ぐ。コラボレーション事例として、3月に開催されるイベント「Street Museum」ではアートコンペの受賞者が新作を展示するほか、初夏に開催される「MIDTOWN OPEN THE PARK」の「こいのぼりGALLERY」では、デザインとアート両部門の受賞者がこいのぼりのデザインを手がけている。

今後もTOKYO MIDTOWN AWARDは育成型アワードとしての進化を続け、未来のデザインとアートを担う若い世代に向けた支援と活躍の場を提供していくという。(取材先／東京ミッドタウンマネジメント株式会社 タウンマネジメント部企画グループ シニアエキスパート 井上ルミ子)



コンペ受賞者がデザインした「こいのぼりGALLERY」のこいのぼり。



作品ごとにプレゼンテーションパネルを見ながら審査する三次審査。
©TSUCHIDA HIROSHI

空間が生み出す“価値”で社会を豊かに 「日本空間デザイン賞2023」

最終審査：2023年8月26日

事象や時の流れも「空間」

「日本空間デザイン賞」は、日本で唯一かつ最大の空間デザインのアワードである。「卓越したプロジェクトや優秀なデザイナーを発掘し、それを世界へ発信していくことで、空間デザインの新しい可能性を拓ける」ことを目的とし、日本商環境デザイン協会と日本空間デザイン協会の既存のアワードを合併するかたちで2019年に創設したものだ。同デザイン賞では、物理的なスペースだけでなく、そこで起こる事象や時の流れまでも含む、広義の「空間」から発せられるさまざまな新しい価値を導き出し、社会の豊かさにつなげていくことを使命としている。

応募カテゴリーは大きく3つに分かれ、Aグループはエキシビションやショーウィンドウ、エンターテインメント空間、Bグループはショップや食の空間、および大規模商業空間、Cグループは博

物館やオフィス、住空間など、全部で11のカテゴリーで構成される。

審査は、時代性、創造性、社会性、文化性、意匠性、革新性、持続可能性という7つの基準で評価する。まず一次・二次でグループごとに専門の識者が審査をし、三次審査で提出されたプレゼンテーションパネルをもとに、空間デザイン以外の専門家も交えながら審査を進める。賞は、グランプリに相当する「KUKAN OF THE YEAR／日本経済新聞社賞」を含めて7種類の賞を選定する。2021年度からは、持続可能性に寄与するプロジェクトに対して「サステナブル空間賞」が設けられている。

世界に向けたアワードとして

グランプリとなる「KUKAN OF THE YEAR 2023」には3作品が選ばれた。そのうちのひと

つ、小野 司 (tono) による「Sumu Yakushima～Regenerative Life Studio～」は、鹿児島県屋久島町のプロジェクト。自然と人の共生をコンセプトに「人が住むほどに自然が澄んでいく」という実験住宅。焼いた杉の木杭を打ち込み、土の中に菌糸のネットワークを形成させる。また周囲の植物や樹木の根を誘引して地中で絡み合わせることで地耐力を発揮するという。空間デザインの概念を地下空間まで拡大させたことが評価され、近年世界的に取り組みが進む「環境再生建築 (Regenerative Architecture)」にも通じるプロジェクトとして注目を集めた。

準グランプリの「KUKAN OF THE YEAR RUNNER-UP」は株式会社丹青社の田中利岳と橋本旬平による「陸前高田市立博物館」が選ばれた。東日本大震災によって甚大な被害を受けた「旧市立博物館」と「海と貝のミュージアム」を中心市街地に合築し、新たに陸前高田市立博



グランプリを受賞した、
小野 司 (tono) による
「Sumu Yakushima
～Regenerative Life Studio～」。



準グランプリを受賞した、
株式会社丹青社の田中利岳と橋本旬平による
「陸前高田市立博物館」。

物館として整備したプロジェクト。歴史と文化の拠点のみならず、多くの市民や観光客の交流の場となることを目指した。施設コンセプトを「未来への約束」とし、空間を緩やかに分けながら歴史のストーリーに沿って展示を構成し、来場者がコーナーごとのメッセージを体感的に受け取れるように工夫した。

同デザイン賞には毎年800から1,000件の応募があるが、今後はさらに知名度を上げてより多くのデザイナーに参加してもらいたいと考えている。日本はもとより中国や香港、台湾などのアジア圏、世界からの応募を期待しているという。(取材先／一般社団法人 日本商環境デザイン協会 理事 笠原英里子、一般社団法人 日本空間デザイン協会 理事 高橋文朋)



公開三次審査の様子。
©TSUCHIDA HIROSHI