

生活者としての私



Q1. いま、一番欲しいものは？
健康かな。車椅子ですし、心臓病を患っていていつ入院することになるかという不安が常にあります。

Q2. 落ち着く場所は？
自宅のベッドの中が一番。テレビがあれば満足です。

Q3. 望む生活スタイルを一言で表すと？

今は今で快適ですが、海外で暮らしてみたいと思います。第一希望はパリ。ニューヨークもミラノも悪くはないのですが、パリが好きですね。理由は……別に現地の人と関わるわけでもないですし、よく分かりませんが、それと、行ったことはないですがニュージーランドにも興味があります。いずれにしてもこの世である地球上にいないといけませんから(笑)。

Q4. 1週間オフだったら何をします？

お笑い番組を見ながらひたすら寝ていたい。普段も、論文を書くのがエッセイを書くのが、全部お笑い番組を見ながら執筆仕事をしているんです。この論文なら紳士さんかな、さんまさんが最適かな。思考はまったく分離しません。逆に静かなところで仕事をする人は信じられない。難解な論文を読むと、凝り固まった頭で書くからこんな論理になるんだよ、と思ったりします。私の場合は頭の中をお笑いのでぐちゃぐちゃにした方が、ちゃんとした言葉が出てくるのです。

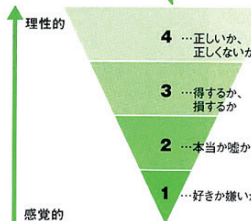
Q5. いまハマっているものは？
ペン回し。僕の研究室では学生も必須です。いろいろ技があるんです。また、お笑いも昔から好きで、最近ではオーディエンスなど新人の芸人さんを見発見すべく見えています。

かわさき・かずお デザインディレクター、医学博士。大阪大学大学院教授、日本産業デザイン振興会グッドデザイン賞審査委員会委員。メガネやインテリ用品、ロボット、人工臓器まで、幅広いプロダクトのデザイン・研究・教育活動を行う。海外美術館に永久収蔵作品多数。

ナーやメーカーが一所懸命に薄くしても、ユーザーはデコラティブにしたりストラップのボリュームがすごかったり。そこには、デジタルに対する恐怖感が根底にはあるのかもしれない。先ほどのキティちゃんでも、黒目だけで表情がないから、自分の感情を投影できる。自分が悲しいと、一緒に悲しんでくれているように見えることが、ある種人間のヒーリング的な存在だと思えます。

デザイナーを育てていて思うのですが、優秀な子は趣味性が高い。自分と、自分が好きなモノとの世界を持っています。モノを収集するのは、自分に足りないものを知っていて、それを集めているんです。自分が持っていない能力を知ろうとする姿勢の表れです。これがつまり、最初に話した「一人称」を自分で強化することにつながっている。デザイナーだけでなく、商品を開発する人もメーカーも、誰かに向かって仕事を人は皆同じです。自分自身の深さを知って初めて、誰かに届けられるモノをつくることができると思います。

4つの価値基準



もししばしばあります。でもそう言いながら、僕自身は「カワイイ」モノが大好きですし、特に女性はかわいいものが必要だ、というのわかります。医療の現場でも、看護師さんたちが持っている文具などは皆キティちゃんです。

ただ、そういう個人の判断と、デザイナーとして「カワイイデザイン」を良しとしていいのか、という点には距離があります。これからのデザイナーにとって重要なのは、もう世界的な言葉にもなってしまったこの「カワイイ」を商品価値の中でどう位置づけていくかということでしょう。

一人個人の価値基準は、今後どのように変わっていくとお考えですか？

資本主義には、マルクスの「使用価値」と「所有価値」がありますが、それがいまだ分化するとともに、同じ「所有」でも「収集」することに価値を見出しているのか、あるいは「顕示」するために所有しているのかなど、もう一段階先の階層が生まれて細分化しています。この価値の多様化は、今後ますます進むと思っています。たとえば携帯電話でも、デザイ

人の価値観には4つのステップがある、と川崎氏。一つ目は、好きか嫌いか。まず、子どもは単純に好き嫌いで選ぶ。二つ目は、本当か嘘か。中学生くらいになると、本当かどうか疑うことも出てくる。三つ目は、得か損か。「つまり、好きで、本当で、自分が得なものは満点。でもさらに人間には『正しいかどうか』という社会的存在を正当化する基準がある。こんなことは嫌だし、嘘っぽい損をする。でも正しい、という価値観こそ最も重大です」。人がモノを選ぶプロセスを把握することで、受け手の理解につながる。

バンクな若者と物々交換



美大生時代はバンクだったという川崎氏。先日、講演のために地元・福井に行った際に会ったバンクな若者と物々交換をしたそう。「これいいね」とほめられた「先生あげるよ、原宿で690円だった」と彼のプレスレットをもらい(写真上側)、自分の腕の指輪を代わりにあげた。それで「聞いいいいね」と龍岡好会が結成されました(笑)。共通の価値観を見出せば、相手に近づける。

知らずの三人称、つまり彼や彼女、彼らが見えてくるというもの。それが、プロダクトデザインにおいては最終的なエンドユーザーの評価になります。

「カワイイ」という価値観を送り手としてどう捉えるか

一最近「ペン回し協会」の会員になられたそうですが、いまの世の中をどう見られていますか？

会を創設したのは14歳から18歳の子たちなのですが、60歳にして入れてもらいました(笑)。ペン回し用のペンには、普通の男の子向けのものと、かわいいものがある。この「かわいい」というのが意味では困った価値観なんです。長年Gマークの審査に関わってきましたが、よく「これカワイイ！」ということだけで投票しようとする審査員を「かわいいだけで選ぶな！」と怒ったこと

自身が本当に欲しいものか？」と聞いて「いやあ別に」と答えるようなら、それは第三者に届くものにはなりません。自分が欲しいものができたら、次はお母さんや恋人などの身近な「あなた」=二人称にプレゼントして「良いモノを創ったね」と言われるかどうかをイメージさせます。一人称、二人称の視点を得られて初めて、見ず

「自分」「あなた」を知って初めて第三者が分かる

一川崎さんは学生の指導もされていますが、使う人の視点についてどう指導しているのですか？

ユーザーのターゲット像を考える前に、まずは一人称をしっかり考えることが重要です。ある課題作品について、学生に「これは君



時代の気分の読み解き方

クリエイターの視点
デザインディレクター

川崎和男

相手の視点を知るには、まず自分を深掘りする

メガネなど身近な製品を手がける一方、医療機器の設計にあたり医学博士号も取得している川崎氏だが、その素顔は「ペン回しにはまって60歳にして協会に加入」というから驚きた。いまの時代の価値観を、どう捉えているのだろうか。

Kazuo Kawasaki Ph.D.