

---

「デザインの日記念講演会」記念講演

平成5年10月7日

---

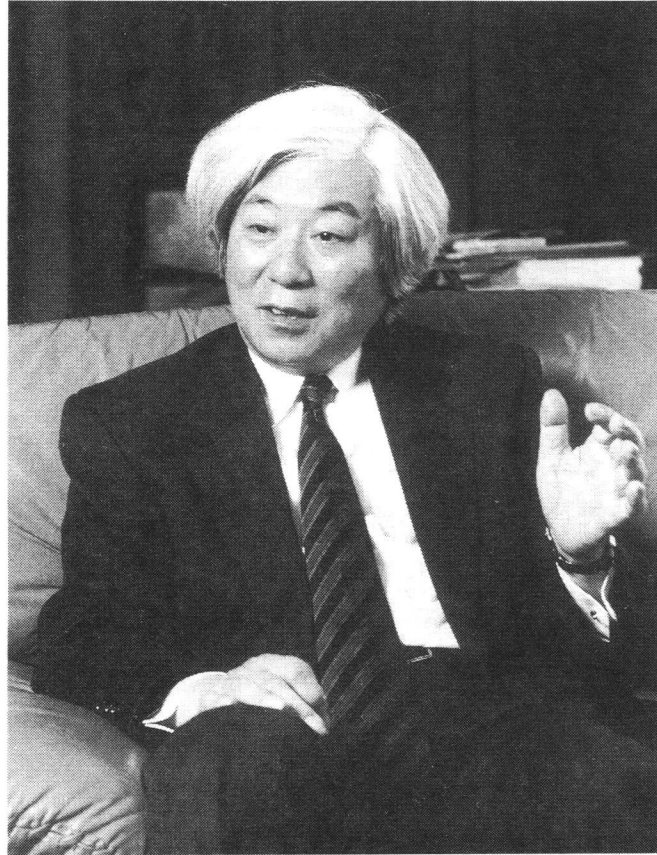
デザインの新天地平へ向けて  
—アブダクション仮説提示力としてのデザイン—

東京大学総長  
吉川弘之 博士

(財)日本産業デザイン振興会

---

## 吉川弘之 博士 プロフィール



1933年東京生まれ。工学博士。東京大学工学部精密工学科卒。同大学院工学博士課程修了。1966年東京大学工学部助教授に就任。工学部教授、工学部長、工学部附属原子力学研究施設長、総長補佐などを経任し、1993年4月、東京大学総長に就任。

専門は一般設計学、ロボット工学。

著書には「ロボットと人間」(NHK出版)、「テクノグローブ」(工業調査会)、「一般設計学序論」(精密工学会)など。

工学の新領域としての「人工物工学」を提唱し、東京大学「人工物工学研究センター」(平成4年度より発足)の設立を推進。



---

# デザインのアブダクション

(財)日本産業デザイン振興会発行「Design News」222号(1993年6月)より抜粋

---

## デザインの状況

今のデザインの状況は、必ずしもよくないと私は思っています。これだけ人工的な製品、商品というものが氾濫している中でそれを手にして、いろいろな意味で美しいと言いますか、機能が美しいとか、姿が美しいとかいったもの、本当に感動できるような商品が果たしてあるのだろうかという問題があります。

では、一体なぜ今のデザインが、良くないのか。それは必ずしもデザインの良さが持つ価値というものについて社会的な理解を得られない状況が背後にあることを考える必要があります。

デザイナーが悪いと言っているのではないのです。デザイナーは立派に努力されています。

一つは、教育に問題があります。一体、デザインとは何かということについて、踏み込んだ考え方が特にわが国の場合は不足しています。それは他の分野とも共通することですが、多くの学問は輸入といえますか移入という形で入ってきた。デザインも、例外ではなかったわけですが。もちろん、形状や造形的な意味で、いわゆる和風といえますか日本風のものには伝統としての必然性を持っていた。それと西洋の伝統としての洋風のものとの融合させようという努力は、今までにいっぱいあった。現在でもあるでしょう。しかし、それは成功していないと思う。表現しにくいのですが、やはり、デザインそのものとデザインとは何かということをも混同してしまった。つまり、デザインを輸入すると同時に、デザインとは何かというデザインの定義も輸入してし

まったのです。

別の見方から考えてみましょう。産業革命が突き進んでいるときには、とりあえずデザインはなかったわけです。いろいろなものを自動化していくとか、新しいメカニズムが発明されるとか、新しい装置が考案されるということで機能的に新しいものがどんどん開拓された時代が、産業革命の18世紀の終わりから19世紀にかけて続きます。これは世の中を豊かにしましたし、人間の行動範囲は広くなりました。人間の精神構造が飛躍していく時代です。

ところが、その中で、古い言葉で言えば人間疎外が起き始める。それまでの人間では思いもつかないようないろいろな機能を持ったものが出現してきたということは、自然を相手に暮らしているときとは違う新しい事態の出現です。人工物という誰かが意図したものが実現していくという時代の幕開けだったわけです。

そのときに人工物を決して素直に受け入れることができない人間は、極端なことを言えば機械を覆う、人間と新しい人工物との間のインターフェイスとして許し得るかたちを媒介させるということが極めて社会的な必然性を持っていたと思います。かつて、人間は自然に存在しているものと、少なくとも造形的な意味では改めて適合するために特別な努力をすることを要請されなかった。ところが、それまでの自然の中に人工物という自然とは全く違うものが出てくるという意味では、両者をどういうふうに融和させるかということが非常に大きな課題だった。それがデザインの目標、あるいは存在理由だった。実はそのこと自身も輸入してしまったのだと思います。つまり、融和する方法としての造形というのがデザインだということを輸入してしまったわけです。

たまたま19世紀のデザインは、そういう使命を負っていたのだと思います。人間のインターフェイスを考えないで機能が爆発的に増大して、それが社会を埋めつくしていくという過程の中で考案されたデザインというものは、新しく生まれてきた人工物と人間が矛盾なく共存する、融和していくということが目的だった。そのためのデザインだった。ですからデザインというのは、存在物の規定だと思います。存在物にいちいち定義を与えていくということです。

さて、今はどうでしょうか。産業革命の時代が次々と新しい機能が生まれてきて、それをみんながエンジョイしながら、一方でインターフェイスが矛盾を拡大していくことを目の当たりにしているという時代だとすれば、少なくとも市販の商品については、むしろ今の時代は新しい機能が出なくなったと言う特徴があるのです。しかも、製品が非常に固着したかたちの中で、景気がよくなったり悪くなったりという変動は、相変らず大きい時代だと言えます。

思いもしなかった自動車が出てきたり、電灯がついて感激したりという話はもはやないわけです。デザイン業界の方々がよく言う差別化です。造形的なものの差別化のためにデザインを使おうとする。私は皮肉な意味で、これは悪い言葉だと言っています。差別なんかつけないと売れないようなものは、たいしたことがないのです。

そういうことに多くの製造企業が努力を投入しなければならない時代が来た。したがって、現代は19世紀にデザインという概念が生まれしてきたのと、まったく違う状況にあるわけです。ですから、もしデザインが存在物の規定だとすれば、今のデザインというのは、新しい機能を作り出すものでなければいけない。そういうことに本来のエネルギーを投入しなければいけないのです。しかし、依然として18世紀、19世紀の伝統に基づくデザインを追い求めているのが、今の日本のデザイナーではないでしょうか。

例としてよくないかも知れませんが、中世の絵画とルネッサンス以降の絵画というのは非常に違うと言われています。中世の絵画はものすごい深みと重みがあります。ところが、解放されて個性というものを outs 出さなくてはならなくなったのが、ルネッサンス以降の近代絵画です。もちろん、印象派のように素晴らしい花も咲くのです。ところが、次第に色があせてくる。あせてくるというのは、結局は絵画の本質を忘れて差別化を求めるとそういうことになる。一種のマニエリズムに陥っていく。

## 新しいデザイナー

デザインは、そういう状況に今追い込まれてしまった。よく考えると今の時代的な問題は、商品という意味で言えば、少なくともデザイ

✓ ナーが相手にしている工業製品と製品体系が必要以上に固着化して、本当に人々が欲しいと思っている新しい製品を生むだけの知恵も教育も企業も産業構造もないという点にあるのです。

今世紀の初め、少なくとも戦後急速に発展した大衆化商品の中からできてきた自動車という産業があれば、自動車を取り巻く鉄鋼産業があり、型産業があり、塗装産業がある。一方、製造技術に関する工作機械のロボタイゼーションの産業が、きちっと護送船団のように固めて自動車産業が成り立っているというかたちです。これは慣性が大きく、変えようとしても中々変わらない。そういう中でどんないい自動車でもつくって見せようというのが日本の産業構造の特徴です。しかし、自動車以外のものにはできないわけですね。そして、一方で船をつくる工場があり、通信機をつくる産業があり、それぞれ固有の構造を持っています。

ところが、たとえば一つの例で言えば、現在数多くの寝たきり老人がいる。生活は大変です。夫婦で交替して面倒をみななければいけない。そういう状況の中で、寝たきり老人を介護してくれる介護装置、昼間は自由に老人が生活できて、夜は夫婦で面倒をみてもいい。そういう介護装置、あるいは自助装置といったものがあれば、今だったら1000万円でも買う。ところが、そういうものをつくる産業技術、知識がないのです。

それは、ないはずですが。過去においてそうしたものは求められなかった。求められるのは、速く走るとか、速く印刷するとか、速く情報を伝達するということばかりです。しかし、家にいる不自由な人を介護するなどというのは、口ではずいぶん言われていますが、そういうものを開発する技術についての基本的な教育もないし、技術体系もないのです。当然企業もない。ましては産業構造もないのです。

✓ むしろデザイナーがやることは、そういった今の素材、要素にどういう専門家がどういう知識を持っているか、どういう製造技術というものが現代社会の中に要素としてころがっているか、また、産業構造としてどういう企業がそういう要素技術を再構成できるかということとをじっくり見て、こういうふうにすればこういう製品ができるんだということを、産業構造にどっぷりつかっている人達には持ち得ない新

しい目で見ることです。つくる人は別にいてもいい。しかし、生産を客観的に規定する立場の人間がいなくてはいけない。今、こういう人が求められている。デザイナーというのはそういう人のことではないかと私は思います。

デザインというものは、そもそも造形的な美しいかたちをつくるというようなものではない。ある時代にはそうだった。今の時代はどうかというと今必要な機能をどうやって、人類が持っている手持ちの技術体系で再構成するということに基づく、新製品のコンセプトづくりということだと思います。

そういうことを考えたとき、それでは各大学でのデザイン教育はどうなっているのか、あるいは専門学校でのデザイン教育がどうなっているのか。それはまことにお寒い。デザインセオリーなどを行っているデザインの先生の中で、そういうことをやっている方も実際にいらっしゃいます。しかし、ほとんど造形的表現しかやっていない。その人たちが集まって産業構造に対する変革の提案をしたり、そういうキャンペーンをしてみたりということはない。企業の中に入っているデザイナーは、ましてやそういうことはできない。それは産業構造の中に取り込まれてしまった虜としてのデザイナーです。そういった素材や技術をどうやって集約していくかという話が、社会的なムーブメントとして本当は必要なわけです。それをやっていない。

まったく同じことが大学においても起こっている。それは産業の中に産業構造があるように、学問構造というものが大学の中であって、それが17世紀、18世紀、19世紀にかけて発展し、定着してきた伝統的な体系の中に安住しているわけです。このような学問においては、知識の体系が縦割りになっている。それを総合しようとする人がまづいないということです。そういう状況ですから、それは別にデザインだけでなく、学問の世界でも問題はすでに起こっているのです。

今日的な課題を研究するにはつねに10分野くらいの学問の人が集まらなくてはならないというのは、大変なコストがかかる。それは新しい問題なのだから当たり前で、過去の学問体系というのは過去の問題を効率的にやるようにできてきたのです。現実には起こっている問題の対処や新しいシステムの創出が単一の知識ではできなくなってし

















