

【制作記録】

座談会「人間とは何か」 (「Visionary Thinking」展 特別企画

Roundtable Discussion “What is a Human Being?”

河崎 圭吾 KAWASAKI Keigo
入矢 真一 IRIYA Shinichi
矢島 幹生 YAJIMA Mikio



河崎 本日はVisionary Thinkingの座談会にお集まりいただき誠にありがとうございます。私は進行役の本学のインダストリアルデザイン専攻教員の河崎です。今日は宜しくお願い致します。今回の座談会のテーマは、「人間とは何か」です。座談会のメンバーをご紹介致します。1人目は林信行さん。本学の名誉客員教授であり、アート、テクノロジー、デザインなどさまざまな業界の最前線取材し、発信し続けるクリエイティブ・ジャーナリストです。2人目は本学のOBで名誉客員教授であり、「Hotchkiss」代表の水口克夫さんです。水口さんにはVisionary Thinkingのアートディレクションを毎回お願いしています。3人目は結城康和さん。カーデザイナー・工業デザイナーとして「スズキ」でジムニー、スイフト、MRワゴン、ラパンなどの量産車や、コンセプトカーデザインを多く手がけています。4人目は「ミサワホーム」「SONY」を経て、現在は「スカパーJSAT」のメディア部門でCP事業を担当されて

いる今井豊さんです。2018年より、本学との産学連携事業のプロジェクトマネジメントもしていただいています。5人目は入谷真一さんです。プロダクトデザイナー、UI・UXデザイナーを経て「SONY」で勤務後、本学の教員になられ、UI・UXデザインを中心に指導をされています。6人目は矢島幹生さん。カーデザイナーとして「いすゞ自動車」に勤務後、本学の教員になられ、インダストリアルデザインを指導されています。

「人間らしさ」とは何か

河崎 人間は古くから人間のためにものをつくり続けてきました。そこには必ずデザインが存在しており、デザインを行うには、人間を深く知る必要があるのではないか。そこで今回のテーマを「人間とは何か」としました。はじめに自己紹介を兼ねて、最近「人間らしさ」を感じたことをお話してください。

結城 Visionary Thinkingに取り組むのは今年で6年目です。学生と新しいモビリティのアイデアを考えるのが面白く、毎年楽しく取り組んでいます。人間らしさとは何かという問いですが、私の子どもが小学生と一緒に歴史を勉強していると、何千年も大昔の壁画に「近頃の若い者はなっていない」と書かれていたとか出てくるんです。最近ネットから拾った情報では、今から約100年前の大正9年に発表された「100年後の未来予測」という絵が出ていて、そこ

で予測された中の「簡易スケート自動車」は今の電動キックボードだし、「おすすめを提案して持ってきてくれる行商」はAmazon、「対面電話」はFaceTime、「変な踊りが流行する」ってTikTokだよなど。そこで思うのは、人間の考えることや根本的なニーズは昔も今も変わらないということ。時代がどんなに変わっても普遍なのが、「人間らしさ」ではないかと思います。



河崎 人間の脳は1万年以上進化していないと言われていますし、100年前とえば、T型フォードが生まれたり、旅客用の飛行機が生まれたり、トーマス・エジソンによる蓄音機、白熱電球、動画投影機キネトグラフが発明されていて、テクノロジーのベースは既に多くが存在していたこともあり、未来予測の下地が出来上がっていたこともあり100年前に行われたVisionary Thinkingが実を結んだ結果とも言えますね。

矢島 私には今8歳と4歳の子供がいます。子育てで何が大変かって、ご飯を食べるといった人間としての基本すらも子どもはできないことで、食事中は子どもが口からこぼしたのを拾うのと、口にご飯を入れるのとで大忙しです。子どもと一緒に衣食住を一からやり直しながら、食べること、着ることが成ってこそ人間だなと実感しています。一方、仕事ではいすゞ自動車では17年間カーデザインに携わり、人も組織も、すべてがものを中心として動く環境にいました。この春から金沢美大の教員として学生に

教える立場となり、人間が中心の環境に移動したことで、人間が育つプロセスや人間とは何かを改めて考える日々です。ものをつくるのと人を育てるので大きく違うのは、教えたことがそのまま反映されるのではなく、思いもよらない時に、思いもよらない形で反応が返ってくること。この不確定さ、不安定さは人間そのものだと感じています。

河崎 人間は直立二足歩行で骨盤が上下に短くなり、産道が小さくなったことに加えてアウトラロピテクスから現代人に至るまでに脳の大きさが3~4倍大きくなったことで、人間は1年早く産んで手取り足取り育てていく戦略をとったことが矢島さんの子育て奮闘記に繋がっていますし、人間の不確定で不安定さにも繋がっているような気がします。

入矢 人間らしさと聞いて思い出すのは、一緒に暮らしている娘とのやりとり。いつも「ご飯、何食べたい?」「何だろう」と禅問答のようになる。決められないんです。昨日も、久々の東京なので東京でしか食べられないものを食べるつもりが、悩んだ末にいつも食べているものを食べました。決める過程で迷ったり、迷うことを楽しんだり、決めてからも未練が残ったりするのはいかにも人間くさく、何かを投げれば答えが瞬時に返ってくる機械やシステムにはない要素です。人間らしさは、答えを出すまでの過程にあると思います。

河崎 動物の行動には迷いがなくスッと立ち上がって目的に向かって動いていくのに対して、人間だけが「決められない」「迷う」は正に人間の脳の進化が生み出した「認知革命」によるもので、「認知革命」とは流動的知性を発生させるニューロンの新しい組織化が起こったことで得られた象徴能力です。これにより人間は、異なるカテゴリーに属しているものを組み合わせて理解する「隠喩」(メタファー)や「換喩」(メトニミー)の能力が生まれて、それを組み合わせて「言語」や「象徴」というものを使えるようになりました。そして人間以外は視点が一つであるの

に対して人間は自分視点と相手視点の二つを持つようになり、「悩む」を生み出しました。二つある視点を一つにする作業が座禅だったりします。要は本来の動物に戻る作業を必死に修行することで体得していると言えます。

水口 私はもう子育てはひと段落して、今は塩麴と醤油麴を育てていまして。麴を育てるのに欠かせないのが混ぜる作業で、出来上がるまでの約3週間ずっとかき混ぜるんですが、混ぜているうちに感情がどんどん移っていくんです、麴に。人間でもペットでもないものに感情移入して、愛おしく思えてくる。加えて、時間がかかるほどに麴が価値あるものになっていく。目に見えないものに対して感情を与え、時間をかけるほどに価値を見出してしまうところに、人間っぽさを感じています。



河崎 目に見えないものまで視点を持っていける。思いを馳せることが出来る能力は正に人間が生き抜く為に備わった「共感力」ですね。この「共感」(おもいやり)は助け合いの精神を生み出すと同時に「戦争」も生み出してしまう事が人間の大きな矛盾にも繋がっていますね。

今井 私は病気をして、病気という変化によって自分の感情や性格が大きく変わるという不思議なことを経験しました。不安で発狂しそうになったり、生きている時間を少しでも長くしようとしているのか、すごくせっかちになったり。これまでの自分と

は違う自分になっていくんです。この変化はシステムのバグとは違って、もともとの本能や性格的な傾向が強調されているような感じです。AIなら勝手に変わってしまうことはないだろうし、それだけに自分が勝手に変わってっちゃうこの現象が面白くて、最近、自分が「人間である」と強く感じます。

河崎 最近の研究であらゆる生物が認知を行っている事が分かってきています。生物の認知は感覚機構などの情報処理メカニズムの複合体であり、認知を使うことで未来予測を行い、備え、生存を脅かす様々な脅威に対して創造的に反応しているようです。今井さんが病気をされたことで今井さんのからだは認知が働き未来予測を行い、脅威に備え創造的に反応し始めていることは生物の神秘であり人間の神秘とも言えますね。

林 業界をつくってきた人たちにインタビューし、その発展を最前線で見えてきた生き証人。最近では「IT業界の琵琶法師」と名乗るとこともあります(笑)。そもそも、どうしてIT業界に興味を持ったのか自己分析してみたら、実はテクノロジーというよりかは「未来」に興味があったと気づきました。そして素敵だと思う伝統を残すことも未来づくりなのだと気がきました。以来、伝統から最先端テクノロジーまで、自分が推したい幅広い未来の種に目配せをしています。今の時代、未来に最も大きな影響を及ぼす出来事としてAIの存在は無視できません。このAIの台頭で「人間とは何か」「日本人とは何か」を考える機会が増えました。人間らしさとは何かは難しい問いです。そこで逆に「何が人間らしくないのか」を考えてみましょう。「ミルグラムの電気ショック実験」で電気ショックを与え続ける被験者は我々が非人間的と感じる対象だと思えます。でも人間は自分の本心、自由意志といったものに目をつぶり、置かれた役割などに身を委ねてしまうと機械的あるいは非人間的に振る舞ってしまいます。そう考えると人間らしさの本質は「自由意志」や「意識」なのかもしれません。意識については様々な見

解がありますが、私が信じたいのは中部大学の津田一郎先生の説。意識は数式で表せるかも知れないが、その際、係数としてカオスが関わってくる。だから人間の意思の可能性は無限だという考え方にロマンを感じています。



河崎 「ミルグラムの電気ショック実験」は私が生まれた1963年から度々行われてきた実験で最近行われた実験でも権威者の指示であれば9割の人々が電気ショックのボタンを押し続ける事が明らかになりました。確かに人間の正義と権威からの自己防衛の合間で揺れ動く心理とその後、何も判断できなくなり無意識にボタンを押してしまう。正に人間らしくない代表的な事例ですね。また、AIの登場であらゆる物が計算可能となると係数としての「カオス」こそが身体を持った人間らしさということに繋がりますね。

河崎 お話ありがとうございました。人間は自然物から人工物をつくり続けてきています。その「目的」と「ゴール」はどこにあると考えますか？

結城 シンプルに考えると、人間は人工物で自らを拡張しないと生きていけない生き物じゃないですか。丸裸では犬よりも弱いから、必然的に、何千年、何万年も前から道具や住まいといった人工物をつくって生き延びてきた。その人工物が発展し続けているだけで、人間が存在する限りエンドレスにつくり続けると 생각합니다。ゴールは人類絶滅のとき。

河崎 「目的」はこの世界で生き延びるための身体拡張。「ゴール」は生き延びる以上の欲望を持っている人間だからからゴールはないということですね。

矢島 私も結城さんと基本的に同意見です。人間がものをつくるのにゴールはないし、もっといえば目的もない。生存や暮らしをより便利にするためにつくるというのも表面上のことで、実際には、人工物をつくる機能が本能としてインプットされているのではないのでしょうか。最近、構造主義の本を読んで印象に残ったのが、人類学者レヴィ・ストロースの「交換」の概念にまつわるエピソードです。「交換」の習慣は互いにメリットがあるから発展し、貨幣経済につながったと考えられてきたけれど、そうではなく、人間にはもともと交換したいという強い動機があって、それこそが発展の原動力だと主張した人がいたそうです。私には後者の説のほうが、自分の実感からも腑に落ちました。ものづくりも「つくりたい」という強い動機からつくり、それを繰り返しているのが人間の本質だと考えます。



河崎 「目的」はこの世界で生き延びるための身体拡張であるが、目的の前に人工物をつくりたいという強い動機があることが人間の本質と言うことですね。

入矢 僕もつくることにゴールはなく、「もうやめましょう」と言ってやめられるものではないと思います。目的は「快適にするため」で、エアコンのない世界にはもう戻れないように、快適な状態が一度

スタンダードになると前に戻るのは難しく、より快適な状態を求めて先に進み続けるしかない。すべての人間が煩悩を捨てれば止まるかもしれないけれど、人間はそういうものではないでしょう。

河崎 目的は「快適にするため」人間が煩悩を捨てない限りゴールは無い。確かにそうですね。因みにエアコンの発明は南北戦争後の南から北への人の流れを逆転させ、アメリカの政治地図を大きく塗り替えたようです。この流れは現在も世界中で起こっていて人類史上最大級の人口移動を起こしているようです。住めない暑さのところに広大な住める土地がエアコンによって作られ、温暖化を促進しています。

水口 これは本で読んだことですが、人間は火を使うことで調理ができるようになり、そのおかげで胃に負担がかからなくなり、エネルギーが脳に回るようになって脳が大きくなったと。恐らく、人間はそうやって自分の体を拡張していき、拡張することで脳が大きくなり、さまざまな機能を備えてきた。その過程で、つくることに対して脳が快感を覚えるようになり、脳が快感を求めて物をつくる、つくことで脳がさらに働くようになる、これを繰り返して発展してきたのではないかと。結局、脳が快感を覚えるかどうかに行き着くと思います。

河崎 人間の移動の始まりはホモ・ハビリスからホモ・エレクトスに移行した190万年～180万年前まで遡りますが、移動をする中で常に何か自然と対峙しながら試行錯誤を繰り返してきた。その中に、落雷による山火事がわかりませんが火を扱うことを学び、生活に取り込んでいく。そして先ずは人間拡張として火を使った料理により腸の外在下を行うことで脳は大きくなり、腸は短くなり、睡眠時間が短くなり、移動の距離が伸びて試行錯誤で道具を作る時間も増えてよりクリエイティブに目覚める。良い道具が作れるとドーパミンが大量に出る、そしてまたつくるの繰り返しが加速していったのですね。

今井 長野県に縄文時代の集落の遺跡が多数発見される地域があって、出土品を展示する博物館がありますが、それらを見ていると、遮光器土偶とか「何でこんなものをつくったのか」と不思議に思うんです。水口さんのお話にもあったけど、脳が発達して思考するようになり、感情や想像力が豊かになり、それが生活環境と結びつたときに何かをやってみた衝動が生まれ、人工物がつくられるようになったのではないかと。例えば豊作を願う気持ちを表現したくなって、豊穡の神をつくったとか。そうでもなければ、ラスコーの壁画だって描かれなかっただろうと思います。

河崎 ものを作る目的は特になく、脳が発達で感情や想像力を豊かにして創作の衝動が生まれた。正に妄想が立ち上がってきた人間の脳の進化がそうさせたということですね。なるほど。

林 私がこのテーマで真っ先に思い出すのが、2016年にイタリア・ミラノのトリエンナーレ美術館で開催された「NEO-PREHISTORY-100Vervs」展です。石器時代から現代までの100の道具が展示され、その道具に対応する100の動詞が示されていました。展示スペースの前半4分の1くらいはひたすら石の展示で、形の異なる石の横に握る、叩く、潰すなどの動詞が書かれていました。時代が下るとICBMの本物があって、それには「威嚇する」、リトルボーイは「絶望する」、スマホには「自己組織化する」という動詞がついていました。この展示であらためて道具とは人間の欲の結晶なのだと感じました。中盤までは生存や効率化の欲を満たす道具なのですが、次第に他人よりも優位に立つための欲をはじめ歪んだ欲望の道具が増えてきているのを感じました。まだAIは展示されていませんでしたが、道具としてのAIを見るときにも、人がそれをどう使おうと欲するかが我々の未来を左右する鍵を握っていて、使いようによってはディストピアにしかならないとも思っています。今や巨大になり過ぎた人類の「欲望」は我々を蝕むことの方が増えてきたように感じます。

河崎 林さんの回答は、目的は人間の際限のない「欲」を満たすことでありゴールは無いと言うことです。

人間の欲と道具の関係は密接で、欲が道具を生み出す原動力になっているという視点はその通りだと思います。最近の高度な計算機がより複雑な計算も可能とし人間が取り残されていく中で人間が持つ「他人よりも優位に立ちたいと言う欲」をどう対処していくかがより重要になってきていますね。

風土と伝統と人間

河崎 今年1月1日に能登半島地震が発生し、伝統工芸の存続が話題となっています。伝統工芸は売上の減少や職人の減少などで震災前から厳しい状況にあり、このままでは数年で消滅する危機的な状況です。今や伝統工芸品のような製品を機械生産することも可能な時代ですが、それでも伝統工芸は必要か。必要だとすれば、なぜなのか。率直なご意見をお聞かせください。

結城 親戚付き合いしていた人が地元・富山の伝統工芸、高岡銅器の職人をしていて伝統工芸が身近だったこともあり、工芸に限らず、歌舞伎や祭りといった「伝統」はあったほうが良いと思います。「型があるから型破り、型がなければ単なる形無し」というように、それまで積み重ねてきたものがあってこそイノベーションも生まれるので。現代の車のデザインも基本的な様式は400年前の馬車にルーツがあり、社内でも伝統に学ぶことを重視しています。伝統が失われ、私たちの根っこがわからなくなってしまうことも問題。精神的な意味も含め、未来の人たちのマイルストーンとして伝統は残すべきだと思います。

河崎 確かに、あらゆるものが激しく変化する中、立ち返る場所を残しておくことが今後ますます重要になるかもしれません。日本は、明治維新以降、西洋化に走り、終戦後の高度経済成長では社会や生活

基盤のモデルは、伝統がないアメリカを追いかけました。その結果が今です。日本は伝統（型）を捨てたことで単なる形無し、つまり本来の日本人の姿が損なわれてしまったのです。伝統工芸から少しずつ日本は伝統（型）を再生する努力が必要だと思いますね。

矢島 私に残ってほしいとは思いますが、需要がないことが問題です。実際、私の生活を見渡しても伝統工芸品はほとんどないですから。つまり、みんなもう「要らない」と思っていて、必要とされていないものは何をどうしようが消えていってしまいます。補助金はあくまでも必要なものを残すためのアプローチであって、その手前で、伝統工芸の意義とは、伝統とは、本当に守るべきは何なのかを考えないといけない。

河崎 日本人の暮らしがイオンモール、コンビニ、アマゾン、マック、スタバに代表されるアメリカのライフスタイルに完全移行している為、日本人の顔をしたアメリカ人と化している現状では、もはや伝統工芸の意義が見出せないところまで来ている事が恐ろしいというか、本来の日本人の暮らしを取り戻したいと思う人だけに伝統工芸の意義が見出せるのが現状だと思います。

入矢 僕自身はお皿などの日用品をたまに買うくらいですが、伝統工芸品はあったほうが良いと思っています。なぜなら、伝統工芸品はエリアに根ざしたものだから。例えば岡山県の備前焼は、その土地から出る鉄分の多い土がなければつくれないというように、そのエリアならではの背景や素材から生まれたのが伝統工芸品です。ここにしかない、という独自性に価値があり、すべてが均一化されたら面白くない。選択肢として伝統工芸品も選べる生活のほうが豊かだし、自分のルーツと紐づくものとしても残していきたいです。



河崎 伝統工芸が、自分自身の生まれ育った土地の土からできているとなると、自身のアイデンティティとも繋がり自分ごととして捉えられるようになるので伝統工芸の意義が見出せますね。また、人間の幸せの大きな要素として「選択できること」があると言われているので、そういう意味でも伝統工芸は重要ですね。

水口 漆や釉薬のような昔ながらの技術は、機能面でも美しさでも他に代えがなく、積み重ねてきた時間という価値も付加された本当に良いものですから、残したほうが良いと思います。ただ、昔のシステムのまま残すのは難しい。伝統的な共同体なんてとっくの昔になくなっているのに、国が地域の工芸を守るために「伝統工芸」というレッテルを貼った結果、名前だけが残ってしまった。それが現在の歪みを生んでいます。今の生活や市場に合わせてシステムをアップデートさせないと、次代の工芸にはつながらないと思います。

河崎 水口さんが指摘されているとっくになくなった伝統的な共同体組織（ゲマインシャフト）は資本主義によって機能組織（ゲゼルシャフト）に変えられていった歴史的な背景を踏まえて、現代のネットワーク時代に相応しい共同体組織を考察していく必要がありますね。

今井 この間、実家を整理したときに、焼き物や漆

器の類を全部処分したんです。だって要らないから。昔は正月に人が集まったりして使ったんだろうけど。それでも未だに、でっかい花瓶とか、今どき使う人がほとんどいないものを大量につくっている産業を残そうとするのは滑稽。伝統産業はなくなったら困るけど、残し方が問題です。規模は今の半分でもいいし、打刃物から発展したハサミブランドの「ALLEX」みたいに、時代に合わせて転換させていくことも重要。ただ、多くの伝統産業は守りをベースにしているから、発展が難しい。フランスでは伝統工芸から新しいものを生み出した若い人にお墨付きを与える制度がありますが、日本では時代に合わない伝統技術を大成した人が人間国宝として認められるので、逆ですよ。日本も守るだけでなく、どう変わるかを考えないと。

河崎 伝統工芸は受け継がれてきた様式、思想、技術を正確に学び実践し後世に伝えることが目的なので、規模は最小限でしっかりと残しつつ、今井さんが言うように、それとは別に若い人が伝統工芸の様式や技術を手軽に活用できて新しい創造活動を行える環境整備が必要ですね。

林 伝統工芸品は、AIのような現代の技術を駆使すればより高効率、高精度につくることができるので、技術的な価値はないと思います。では何が価値かというと、ストーリー。伝統工芸が素晴らしいものになったのは、その土地ならではの風土と需要が接することで生まれ、それがどこかのタイミングでうまくヒットしたから。言葉としても「伝統」より「風土」が合っている気がします。一方で、時代のニーズに合わせて変化することも大事。先日、輪島を訪れたときに、輪島塗の表現技術を進化させモダンなテーブルをつくっている工房を訪れ感動しました。現在のニーズに輪島の技をぶつけて、新しい素晴らしいものをつくっていると思いました。伝統工芸が土地のストーリーを大切にする「風土の工芸」として存続し、そのストーリーに共感する人たちによって発展し続ける。それこそ伝統工芸のあり方ではな

いかと思います。

河崎 伝統工芸の本質は「風土にまつわるストーリー」だったのですね！言われてみると当たり前ですが、「伝統」と言う時間軸の価値に囚われすぎていたのかもしれないね。「風土工芸」はうまく本質を言い当てていますね。流石です！輪島で第一回「風土工芸」コンペティション開催して欲しいですね！

人間と手仕事

河崎 今年1月にスタンフォード大学の研究者らが開発したロボット「Mobile ALOHA」は、卵を割るなどの繊細な指先の感覚が必要なタスクもこなすことができます。テクノロジーがここまで進化しても、ロボットやAIでは辿り着けない手仕事の価値はあるのか。あるとすれば、それは何だと思いますか？

結城 車のデザインでいうと、20年前からデジタルを使っていて手描きはしていません。でも、やっていることは手描きの延長で、技術の基本は手描きです。今はAIでデザインすることが増えてきていますが、面白いことに、絵が下手な人がAIを使ってもやっぱり下手だし、つまらない絵を描く人がAIを使ってもつまらない絵になるんですよ。基礎力はやっぱり出ちゃうので、基礎トレーニングとしての手仕事の技術はこれからも重要だと思っています。

河崎 ではこれからの手仕事は、基礎としての位置付けになっていくのでしょうか。

結城 今も手仕事でフィニッシュする製品はほとんどなくて、最後はロボットで組み立てますよね。ですから手仕事は、入口や基礎体力としての役割を果たすことになると思っています。ついでに教育現場の話をする、海外の大学は手仕事にすごくこだわるんですよ。何百万枚と絵を描いて、美しいとは何かを感覚的に習得していく。対して、日本の美大は手仕事を早々にやめて機械に頼る傾向があり、美し

さについての議論はほとんどなく、コンセプトの面白さに重点が置かれる。アプローチに大きな違いがあります。

河崎 日本と海外で教育の現場でこのような違いがあるとは驚きました。日本は手書きスケッチによる美意識の強化を図る必要がありますね。

矢島 手仕事に価値があるかないかといえば、それ自体に価値があるわけではないと思います。手でつくったから高価というのは通らない。でも、人間がどんなものがいいだろうと一生懸命に考えてつくりあげたものには、AIや機械がアシストしたとしても、伝統工芸の話にもあったナラティブのような価値が宿ると思います。

河崎 伝統工芸には、技術以外に思想や様式といった部分もありますのでナラティブの価値は確かにありますね。

入矢 手仕事そのものも重要ですが、人間はそれだけで判断していなくて、そこにある背景やストーリーに手仕事が合わさり、人間の感情の本質的なところと紐づくことによって価値が生まれると思っています。例えば松屋銀座で毎年開催される手仕事展には工業製品も並びますが、手でつくったものでなくても、こういう人たちがつくっているものなら欲しいと思う。手法ではなく、つくる人の志によって価値が生まれるのであって、心持ちが重要な気がします。

河崎 手法ではなく、作る人の志によって価値が生まれるのはすごくわかります。人間は感情で動く生き物なので心持ちが重要なのはその通りだと思います。

水口 村上隆は作品をつくるときにAIを多用しますが、AIにたくさん描かせた中から選ぶのは、彼のセンスであり技術。手仕事ではないけれども、人間がつくったものとしての価値があると感じます。

河崎 身体を使って獲得した感覚で選んでいるということですね。

今井 私はモノによるかなと。この間、母の日に妻向けにコーヒーカップやティーカップを買いましたが、きちんとデザインされているものは、工業製品や水圧転写のほうが図柄はきれいに出るんです。手描きの絵柄は水圧転写だとかえって嘘っぽくなるので、手描きのカップをわざわざ探しました。人の手でつくったことが肌で感じられるようなものならいいけれど、そうでなければ、無理に人の手を介さないほうがきれいに仕上がることもある。両方の選択肢を持っていて、自分で選べるのがいいですね。



河崎 手仕事と機械のそれぞれの良いところを選択できるところに価値を見出したと言うことですね。

林 AIが人間に追いついてきて、ChatGPTもある意味では人間を超えている部分もありますが、一方で自分の専門分野となると、私の場合は文章の代筆をさせてみると結局、自分で書き直してしまうことが多いんです。ChatGPTを使うことで、自分のこだわりや妥協できない領域が見えてきました。AIのようなテクノロジーには辿り着けない価値が手仕事にあるかという話でいうと、私はマルコ・ポーロ型と千利休型という2つのアプローチを提案しています。最適解を出すAIに対してマルコ・ポーロ型はまだAIが学習していない新しい価値領域を探索して発見するアプローチ、一方、千利休型はAIが学習済

みの過去の価値観に対して「今、本当に面白いのはこっちだ」と新しい価値を見出して再定義するアプローチです。

河崎 AIが辿り着けない手仕事の価値を見つけることはすなわちフロンティアの開拓であり、それにはマルコ・ポーロ型と千利休型があると！

時代を越えるデザイン

河崎 大量生産・大量消費の時代が終わり、少量・中量生産が進む中、持続可能な社会の実現において、長く使い続けられるデザインがますます重要になってきています。人間の本質である「飽きる」ことに抗いながら、時代を超えて残っていくものの強さ、本質、美しさとは何か。デザイナーの方々にとってど真ん中のテーマなので大いに語っていただければと思います、どうぞ。

結城 ハードル上げるなあ（笑）。まず前提として「大量生産・大量消費の時代の終わり」とされていますが、私の感覚では20年ほど前に「多品種・少量生産」の時代が終わり、今はむしろ超大量生産時代に逆戻りしていると感じます。携帯電話も多様な選択肢があったガラケー時代とは違い、今はiPhoneが何億台も売るために機種を絞り込んで同じものを大量につくる時代で、一つの製品で多くの人を満たさなければならぬ。デザインの難易度が上がっています。車はというと、昔は3、4年で買い替えていたのが、今は耐久性向上などによって買い替えサイクルが7年から10年に伸び、長持ちするデザインが大きなテーマになっています。こうした背景を踏まえて最初の話に戻ると、飽きる・飽きないといった表層ではなく、人間が普遍的に求めるもの、大切にすることは何かといった、人間の本質を押さえることが時代を越えるデザインの条件になると思います。

河崎 確かに車もiPhoneも超大量生産ですね、長持ちさせるデザインの答えはまだ見出せていないと言

うことですね。

矢島 問いの大元にある「ロングライフ」は、本学の柱となっている柳宗理先生の理念にも通じますが、反面、本当にそうなのかなとも思っています。例えば携帯電話の一般的な寿命は3年から4年ですが、これを単純にエクステンドして10年使えるようにしようとか、そういう話ではないと思うんです。できるだけ長く使えるようにとつくっても、さっきの今井さんのお話みたいに、環境が変われば捨てざるを得ないです。リサイクルにもつながる話ですが、今はむしろ、ものの寿命を適切に計画し、寿命が尽きたところで新しいものと置き換える、新陳代謝の仕組みが必要ではないでしょうか。「飽きる」という人間の本質を肯定し、トレンドに合わせて変化するもの、残していくべき本質的なもの、両方を兼ね備えたものをつくっていくべきだと思います。

河崎 本体の重要な部分は適切な置き換えを行いトレンドに関わる部分は変化に対応できるように予め余白を設けておくということですね。

入矢 リーバイスはもともと、カリフォルニアのゴールドラッシュを機につくられた作業着ですが、戦後に普通の作業着として広まり、50年代にはファッションアイテムとなって、80年代にはハイブランド化しました。時代を超えて残っていくものとは、原型があって、本質は変わらずに変化し、価値を更新し続けられるものだと思います。あとはポルシェみたいなブランドとしての強さも必要だし、人それぞれに最適化できるiPhoneのように、使い方を限定しない「余白」があることも長く使い続けられる要因でしょう。

河崎 個別最適化を産む余白のあり方と原型の強度をいかにあげるか。これはまさに「Hotchkiss」の水口さんが得意とするところかと思いますが、いかがでしょうか。

水口 先日、日本橋の三井記念美術館で行われた「茶の湯の美学」という企画展を見てきました。千利休、古田織部、小堀遠州の茶道具が展示されていてすごい人出でしたが、中でも注目されていたのが古田織部の大井戸茶碗。茶碗が大きすぎるからと4つに割って、赤い漆で継いでいるんです。形も歪でいるけどかっこよくて、何百年も昔に古田織部が「これ、かっこいいよね」と提示した美は、現代の日本人が見ても美しいと思える。時代を超えて美しいと思えるものをつくりだすには、人々の無意識の中に、これを美しいと思う感性があることを見つけ出す力、クリエイティブディレクション力が求められると思います。

河崎 ユングが提唱した概念で人の感情や感性に訴えかけるデザインには、誰もが共通の感覚で親しみを覚える母体となる体験があると言う集合的無意識を織部は直感的に活用していたということですね。

今井 問いに「飽きる」という言葉がありましたが、これは1980年代の飽食の時代の話で、今は「愛着」を持てるかどうかの方が大事だと思うんです。私もこの間、30年以上も昔の学生時代に買った腕時計、それもクォーツをわざわざオーバーホールしましたが、古かろうが安かろうが関係なく、プロダクトに対する愛着を素直に表現できるのが今の時代。これからは、気に入ったものを大切に維持していきたいという愛着を持てることが、長く使い続けられる理由になると思います。

河崎 愛着をどう設計できるかが重要になりそうですね。

林 今はソフトウェアの時代なので、確かにiPhoneは超大量生産なのですが、実は1台1台がすごくパーソナライズされていますよね。iPhoneを毎年乗り換えても、そのパーソナライゼーションの情報がクラウド上に残るので、乗り換えたiPhoneもすぐに旧知の1台になる。今後、ものに対する愛着はこのようにクラウド上のパーソナル情報やユーザーを知

り尽くした旧知のAIが担うのかな、などと思いました。ところで「飽きずに使い続けられるためには」という問いですが、コロナ禍のある衝撃体験を思い出しました。北海道の東川町を訪ねたとき、「この町の一番の特産はこれです」と出されたのが、具のないおにぎりとお水。またまたオーバーな、と思って食べたら、本当に美味しい。白米と水のような、ベーシックなものの品質でこのように勝負できるのって強いなと気付かされました。人間の味覚が大きく変わることはないので、あの魅力は、これからも飽きられることなく当面続くでしょう。一方で多くの技術製品の魅力には賞味期限があります。技術の進歩で製品を取り巻く環境が常に変わってしまうからです。例えば1999年登場のiモードは大成功したけれど、2007年になると、同じサイズの携帯電話にパソコン並みの性能を詰め込んでもっとすごい事ができるようになっていた。なのに過去のやり方に引きずられ過ぎて、iPhoneにやられてしまった。どちらの技術も出発点はベーシックかつ、シンプルだけれど、色々と技術を進歩させるうちに、進化できる道筋の幅が狭くなり、気がつけば時代遅れになっていることもあります。なので、時折、今の技術で作れるニュースタンダード、ニューベーシックは何か？という視点で再評価することが大事なのかなと思っています。

河崎 これは、アップルを長年取材し続けて来られた林さんならではのコメントですね。確かに日本人はモノに執着する傾向が強いので愛着をモノ中心に考えがちですが、愛着はAIが担いそうですね。技術もニーズも早いスピードで変わっていきますから常に技術動向と本来あるべき理想の姿からVisionary Thinkingを行っていくことが重要ですね。

人間の豊かさ

河崎 最後に、人間の豊かさとは何か。みなさんが今、思うことをお聞かせください。

結城 今は100年に1度といわれていた災害が10年に一度起きる時代です。大地震も多いですし、コロナ禍のような危機もある、台湾有事が始まればうちの近所の浜松基地にも弾が飛んでくる。ある日突然、今までの生活がなくなるかもしれない危機感が高まり、生きているだけで豊かといえるような時代になってしまった。今は豊かさを追求するよりも、ミニマムを考えるほうがしっくりきてしまう時代と感じます。

河崎 台湾有事も大地震もこれからは繰り返し起きると言われるウイルスによるパンデミックも後、数年先の危機だと考えると確かに豊さの概念が大きく変わってきますね。

矢島 豊かさとは「余裕」のことだと思うのですが、私は根が貧乏性なのか、せっかく技術が進歩して余裕が生まれても、そこに新しいタスクやアイテムをどんどん詰めこんでしまうので、忙しいし、狭くなるし、自分で自分を追いこんでいる状況です。これまでは足りないものを満たすことが豊かさでしたが、今は自分で持てる量を自制しないと、豊かにならないという逆説が生じています。

河崎 確かにモノもコンテンツも溢れ出している世の中で、貧困よりも肥満で亡くなる人が多い時代とにかく適切な量を調整して自分自身に余白を作れるかが豊かさにとって重要な要素になってきているように思います。

入矢 豊かさを現す言葉にラグジュアリーがありますが、昔はラグジュアリーといえば高価、裕福、広い、大きい、といった価値観だったのが、最近是人それぞれに心地いいと思えることがラグジュアリーと考えられるようになってきています。私自身が最近、感じる豊かさは、できるだけ物を減らして、余白を持つこと。人との距離を保てる金沢の環境にも豊かさを感じます。人によってはお金がなくても豊かとか、自由な時間を持てることが豊かだとか、

豊かさの価値観が多様化しています。

河崎 豊さの価値観が多様化してきていると言うのは選択の幅が広がっていると言うことでとても良いことです。

水口 怖い話を聞いたんです。ある大手代理店でクリエイティブ・ディレクターまで務めた男性が、定年退職しましたと。ところが今も毎朝、会社のIDカードを首から下げて駅のホームにいるというんです。その男性と朝、同じ駅を使っている女性から聞いた話です。

河崎 ホラーですね。笑えないです。

水口 生活に困窮した人が今を生きるのに精一杯で、先のことを考えられないのは理解できますが、そうではなく、過去に縛られて自分の未来を考えられないというのは、すごく貧しいことだと思う。自分の未来を考えることは、社会の未来を考えることにもなるはず。未来のビジョンを描きながら生活すること、志を持つことが豊かさにつながる、僕はそう思っています。

河崎 ありがとうございます！まさに Visionary Thinking！

今井 以前はテキストを打ったり、エクセルをまとめたりで忙しかったのが、今はベーシックな部分をAIが全部やってくれるので余裕ができました。時間に追われなくなったぶん、未来のことも含めていろんなことを考えられるようになったし、同じコーヒーを飲むのでも、時間に余裕があると味わい方が全然違う。それがAIによって自分に起きた変化で、入谷先生が仰っていたように、心の余裕が新たな豊かさになりつつあると実感しています。僕らが学生だった80年代は生活が快適便利になることが豊かという思想でしたが、2020年代の今、豊かさを「心のゆとり」のようなものに再定義することで、未来を

よりイメージしやすく、AIがもたらしてくれる幸福感も見出しやすくなるかもしれません。

河崎 豊かさを「心のゆとり」とすると未来が明るくキラキラしてきますね！

林 東日本大震災の際、シャネルの会長であるリシャール・コラス氏がシャネルの化粧部隊を引き連れて東北に行き、避難所の女性たちに化粧をしたことです。女性たちはすごく感動して、久しぶりに化粧をして心の余裕が生まれ、豊かな気持ちになったと話したそうです。こんな風に、必要最低限のベーシックニーズから、ちょっと上の余裕を楽しむことが豊かさではないか。それは日本人が本来持っていた価値観であり、風流を解する感性や衣食住に対する美意識といった、贅沢ではない範囲で暮らしを楽しむ精神文化が日本にはもともと備わっています。それを世界の人たちも求めているから、今、日本を訪れる外国人が増えている気がする。そう考えると日本の未来にポテンシャルしか感じないし、日本の文化こそがクールなんだということを、日本人も改めて自国の伝統に学びながら、世界に発信していくべきだと思いますね。

河崎 日本人本来の精神文化や衣食住に対する美意識が世界が求める豊かさになって来ていることは本当に誇らしいことですし、日本の未来は明るいですね。

河崎 みなさま、長時間に渡りお付き合い頂きまして誠にありがとうございました。「人間とは何か」と言う難しいテーマでお話し頂きましたが未来を洞察する上で欠かせないテーマであり、人間を取り巻くあらゆるジャンルが関係していることがお分かり頂けたと思います。学生にはこの Visionary Thinkingの授業を通して自分の興味・関心ごとから社会接続のきっかけを作り、未来を洞察する上であらゆるジャンルに興味を抱きビジョンを描く楽しさを知っていただけたらと願っております。本日は長

時間に渡り貴重なお話しありがとうございました。



右手前から、

水口克夫（株式会社Hotchkiss代表）

今井 豊（スカパー JSAT株式会社）

林 信行（金沢美術工芸大学名誉客員教授）

右奥から、

河崎圭吾（金沢美術工芸大学教授）

結城康和（スズキ株式会社）

矢島幹夫（金沢美術工芸大学講師）

入矢真一（金沢美術工芸大学教授）

参加者一覧

河崎 圭吾 KAWASAKI Keigo

（金沢美術工芸大学 デザイン科 インダストリアルデザイン専攻 教授）

1963年金沢市生まれ。1987年金沢美術工芸大学工業デザイン専攻卒、同年NECデザインに入社。2001年から2006年までサンフランシスコにある(株)NEC USA,inc Design& Research Officeにて勤務。渡米中は研究員としてデザインファームのWhipsaw Inc.に勤務。シリコンバレーの動向調査や北米をターゲットにした商品開発に従事。2010年より現職。新しい枠組みでの産業連携PJや大学での授業のあり方を実践研究を行っている。

受賞歴：「Voice Point」音声会議装置がNY近代美術館パーマネントコレクション選定。「SX-4」super computerはGマーク大賞受賞。その他国内外の受賞

多数。

入矢 真一 IRIYA Shinichi

（金沢美術工芸大学 デザイン科 インダストリアルデザイン専攻 教授）

1970年岡山県生まれ。インダストリアルデザイン専攻教授。1993年金沢美術工芸大学卒業、同年ソニー(株)に入社。業務用機器などのプロダクトデザイン担当後、UI/UXデザイナー、チーフアートディレクターとしてUX/UI領域を統括、様々なビジネス領域を経験。Any Surface designコンセプト、Airpeak、Vision-S. AFEELA, Starsphere PJなどを担当。デザイン受賞歴としてはiF 2011年 VAIO Media Gallery、グッドデザイン賞 2007年 mylo COM-1, 2015 Smart B-Trainer, 2021年 Airpeakなど。2023年より現職。UX/UIを軸にしたプロダクトデザインの研究と教育を行っている。

矢島 幹生 YAJIMA Mikio

（金沢美術工芸大学 デザイン科 インダストリアルデザイン専攻 講師）

1985年東京生まれ。2007年に金沢美術工芸大学製品デザイン専攻を卒業後、いすゞ自動車デザインセンター所属。海外向けピックアップトラック、SUV、コンセプトカー、国内向けトラックなどのエクステリアおよびインテリアデザインを担当。2024年より現職。主にモビリティデザイン分野の研究と教育に携わる。

今井 豊 IMAI Yutaka

（スカパーJSATメディア事業部門 経営企画部）

1987年金沢美術工芸大学卒業。87年ミサワホーム(株)入社、システム家具等の製品開発を担当。91年ソニー(株)、映像機器のマーケティング、音楽配信など通信系サービスの事業企画、テレビ・映像機器の技術企画、広色域表現の検討と標準化を担当。2009年よりスカパーJSAT(株)。3D、4K、HDR、広色域など次世代放送技術の検討、現在はTutti Music Entertainment(株)でクラシック音楽配信事業を手が

ける。

結城 康和 YUKI Yasukazu

(スズキ株式会社 四輪デザイン部 エクステリアグループ
専門職)

1993年金沢美術工芸大学卒業、スズキ(株)入社。エク
ステリアデザインや先行デザインを経て、チーフデ
ザイナーに。量産車からコンセプトカーのデザイ
ン、将来機種の先行開発などを担当している。

水口 克夫 MIZUGUCHI Katsuo

(Hotchkiss代表)

1964年金沢市生まれ。金沢美術工芸大学を卒業後、
電通入社。2012年、Hotchkissを設立。2015年には
金沢支社を開設。おもな仕事は、JR東日本「北陸新
幹線開業広告」、NHK大河ドラマ「真田丸」ポスター、
みんなのレオ・レオーニ展ディレクションなど。
ADC賞、カンヌ国際広告祭、アジア太平洋広告祭ベ
ストアートディレクションなど受賞歴多数。2017、
18、19、22年度グッドデザイン賞審査委員。著書に
は、『アートディレクションの「型」。～デザインを
伝わるものにする30のルール～』（誠文堂新光社）、
『安西水丸さん、デザインを教えてください！～安
西水丸装幀作品研究会～』（Hotchkiss）、『金沢ブラ
ンド100』（他7人と共著／北國新聞社）

林 信行 HAYASHI Nobuyuki

(フリーランス・ジャーナリスト／コンサルタント)

1967年東京生まれ。1990年、米国テキサス州立
ヒューストン大学在学中から米国IT最前線の取材
を始め国内の雑誌や新聞で報道。アップルやゲーグ
ルを含むなど主要IT企業の経営者、技術者やデザイ
ナーを取材。インターネット、スマートフォン、タ
ブレット普及の最前線も伝えた。2007年頃からは国
内企業向けのコンサルティング活動を開始。2010年
頃からテクノロジーは必ずしも人を豊かにしていな
いと考えを改め、良い未来を生み出すデザイン重視
の姿勢の啓蒙に傾注。ダイソン財団の理事やグッド
デザイン賞の審査員も務めた。その後、AI時代の到

来を予見し課題解決を探すデザインのアプローチよ
りも、課題や問いを重視したアートの取材に傾注。
「ジョブズは何も発明せずにすべてを生み出した」
(青春出版) など著書多数。

(かわさき・けいご

インダストリアルデザイン専攻／家電デザイン)

(いりや・しんいち

インダストリアルデザイン専攻／

UI/UXデザイン・プロダクトデザイン)

(やじま・みきお

インダストリアルデザイン専攻／

モビリティデザイン)

(2024年10月21日 受理)