

生活と環境セミナー

地域を元気にするデザイン思考

issue+design 代表 筧 裕介

日時：平成28年2月13日(土) 14:00～

●自己紹介

生まれは福井市内。小学校の時に父の転勤で北海道に、その後関東で生活をしている。

現在、博報堂の社員とNPO 法人 issue+design の代表、高知県佐川町のクリエイティブディレクターの3つの職をいただき、全国各地で様々な地域の課題を解決する仕事をしている。

●ソーシャルデザインって？

ソーシャルは social issue(社会的課題)。前東京大学総長小宮山先生曰く、日本は『課題先進国』。人口減少、少子高齢化などは、インドも中国もどこもいずれは経験する課題で、一足先に日本が経験しているだけ。ビジネスモデルや社会システムを構築していれば、世界に対して輸出していくことができるのではないか、という意味で『課題先進国』という言葉を使っている。

今の時代は、とても世の中が複雑になっていて、論理的に考えても答えが見つからない課題がいっぱいある。そういう状況に対して美しさや楽しさとか共感の力、「自分もやってみたい、参加したい」という人の気持ちを動かせるような行為、それが人を動かし、人が集まり、社会に幸せなムーブメントを起こすような行為を私たちは『デザイン』と広い意味でとらえている。

そして、一部のデザイナーだけでなく、思いを持っているいろんな方と一緒に解決していきましょう、というのがソーシャルデザインという考え方である。



1. デザインの可能性1：情報の本質を伝える

デザインが地域の課題解決ために役立つことは5つほどある。1つ目は“情報の本質を伝える”こと。伝えるべき情報の本質を見極めてそれを表現する行為がデザイン。

●演習①人口減少日本・クイズ

Q1：現在1億二千万人の日本の人口は、90年後には何人ぐらいに？

Q2：30年前の結婚世帯の子供の数の全国平均は2.23人、現在は？

Q3：30年前の生涯未婚率は男性で4.3%、現在はどの程度？



人口減少日本・クイズ



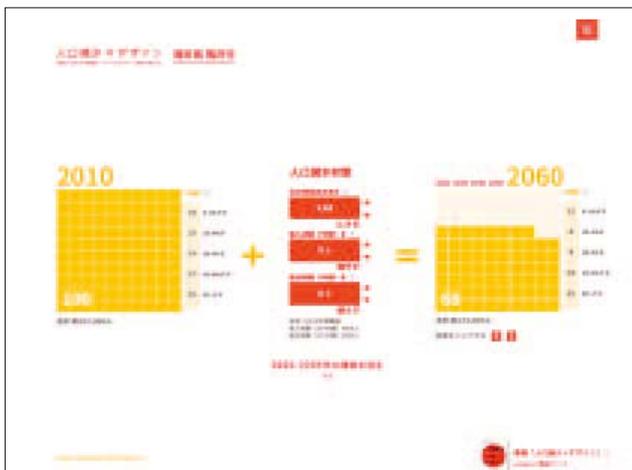
回答用紙記入後、隣の人と意見交換

Q1 について、2 億人ぐらい：2 人、1 億人：0 人、8～9 千万人：8 割、6～7 千万人：1,2 割、もっと少ない：1 人。答えは 4,959 万人。正解者はひとり。1、2 年前までは増えると答える人が多かったが、最近では減ると答える人が多くなってきたが、8～9 千万人と答える人が多い。

では、福井では？ということ、いろんな地域で使える Web サイトを作った。それによると、福井市は 2060 年には 68% に、日本とほぼ同じペースで減少。他のところを見てみると、越前市は 6 割、坂井市は 69、大野は 40、池田町では 36 まで減る。東京ですら 2 割減少する。県庁所在地は 3 割程度、中山間、離島地域から人口がどんどん減っていくということ。

人口減少をどうやって食い止めるか？それを考えるためのツールを使った。例えば福井市は 68 に減るが、子育てしやすい環境をつくり、現在の合計特殊出生率 1.65 を 2.0 にする。さらに仕事を作り、15 歳～24 歳の男女の転出者数 2,400 人を 1 割減らすと人口は 80% 減でキープできる。

さらに、転入者を 20～49 歳の転入者 4,300 人を 10% 増やすと 2050 年には今の人口の 9 割程度を維持できる。



人口減少 × デザイン

この数字は現実的な数字ではないが、みんなが共通の基準で理解して考えてもらうための土台として作ったもの。

2. デザインの可能性 2：住民同士をつなげる

issue+design は阪神淡路大震災の 15 周年と神戸がユネスコのデザイン都市に認定された記念プロジェクトとして始めた。

● できますゼッケン

大都市の避難所は行っても周りの人は知らない人ばかり。これは、女子学生 2 人が提案したもので、避難所で自分はどんなことができ、どういうことが好きなのかを共有するような ID カードの仕組みを用意すると、支援活動が円滑になるのでは？と考えた。例えば炊き出しが必要になったとき、調理師免許を持っているということが分かれば声かけやすくなる。

これが 2008 年 12 月にできて、ビジネスに結び付けることも考えたが、当時行政は防災に金をつける意識がなく、全然ダメだった。

そこから 2 年ほどたった 2011 年の 3 月 11 日、東日本大震災。2 年前にデザインワークショップをやっていたので、津波の映像を見ながら何ができるのか、一晩考えていた。そこで思いついたのがこちら。

翌日、神戸市にいて、神戸の教訓を生かし、役に立つツールを作れないかと相談した。一週間かけて、いろんなバージョン作った。名刺大では現場で機能するデザインでない、ワッペン形式などいろんなタイプを試してみて、最終的に仕上げたのが 4 色の『できますゼッケン』。自分ができる仕事の領域を赤が医療・介護、青が言葉やコミュニケーション、黄色が専門技能・特殊技能、緑が一般の生活支援とし、自分ができていることを表現してコミュニケーションがとれることを目指した。

これは、釜石、仙台、石巻で採用され、多少は被災地の現場の支援に役立ったかと思う。



できますゼッケン

●総合計画

高知県佐川町という人口1万4千人の町。総合計画はどこの町でも作っている。自分たちが暮らすまちが5, 10年後どうなっていくのか、そのために行政がこういうことやります、ということが書いてあるとても大切なもの。しかし、誰も見ていない、使っていない。それを意味あるものにすべく取り組んだプロジェクト。

●幸福度を軸にした総合計画

我々は10年後に目指す町の姿をしっかりと表現すること、それに向けて行政と住民のアクションプランを明確にすること、これが総合計画であると定義づけた。ここでは、住民の幸福度を測る仕組みを作り、それを高める計画を立てることとした。それを測るのに5つの指標を設定した。

1つ目は「自己実現と成長」、積極的に学んで新しいことに挑戦して成長を実感できると人は幸せを感じる。2つ目は「つながりと感謝」豊かな人間関係があって人に感謝の気持ちを持っている、3つ目が「独立とマイペース」、4つ目が「前向きと楽観」、最後が「安心と安全」、身の危険を感じず、経済的に安定して生活できると人は幸せ。この5つの指標を実感する住民がどんどん増えていくことが、この街の未来の幸せで、そのための計画づくりをやりましょうということに。

そこで、町民に5つの幸せをどの程度感じているか調査して、全国47都道府県でも県民の幸福度を調査し、その結果をもとに佐川の町民はどの程度幸せで、何が問題なのかを考えてもらう仕組みを作った。

調査の結果、幸福度が最も高かったのは、沖縄県。幸福度は客観的指標と主観的指標がある。福井が1位でよく出てくるのは客観的指標。1人当たりの住宅面積、貯蓄額、医療機関数など。我々は主観的な指標、つまり住民が先ほどの5つの指標についてどう思っているか?というアプローチをした。

トップテンは沖縄の1位をはじめ、西日本の県。ちなみに福井は13位。福井の人は「幸せだ」と実感している人も多く、生活環境も良いという結果。5つの指標をみると、「安全・安心」「人とのつながりを感じ

ながら暮らせる」が55以上ですごく高いが、「新しいことへのチャレンジ」と「自分らしさ」が50を割っている。

佐川町は675ポイントと全国で6~7位と極めて高いが、住民も行政職員も危機意識が薄く、チャレンジ意識が低い。自己実現の文化を根づかせてないと、益々厳しくなっていく、と町長が話していた。



佐川町総合計画

計画は誰が作るの?我々はこの町の10年後を考えながらみんなで作るという手順を設計した。佐川町をもっと幸せにするための定員を考えようということで、約200名に集まってもらった。15テーブルに分かれ、色んな町の課題を議論した。

その後、観光、仕事、健康、育児など、テーマ別に分かれて、各々の領域の未来を考えた。その後「次世代」として中学生、さらに「地区(旧村)単位」、全16回のワークショップで未来を考えて総合計画を作った。中学生もとても積極的に参加してくれた。

計画書は住民向けと行政職員向けと2種類を作成中。町の未来像を25個住民の方の声から拾いあげて、10年後こんな町になるために皆さんこんなことをしてください、とまとめた。盛んな林業を活かした「佐川ものづくり大学」、植生豊かな佐川を「まち丸ごと植物園」にして住民がガイドになってもらい、みんなが散歩できるようなまちなど。書籍化したのは、佐川がどんな町を目指しているのかを世の中の人に発信したいから。

3. デザインの可能性3：地域愛と誇りを呼び起こす

コミュニティトラベルガイドは、現在第5弾。コンセプトは人との出会いを楽しむ旅のガイドブック。第1弾が『^{あまじん}海士人』^{あまぢょう}島根県の海士町。かなり評判がよく、第2弾を考えていた時に、東京で活躍している福井出身の4人組が熱心にこれを作りたいと。彼らを中心に福井のいろんな人にかかわってもらいながら作った。

●コミュニティトラベルガイド『福井人』

ー『福井人』メイキングビデオ上映ー

中身はシンプル、福井の素敵なお人を紹介するというガイドブック。三国で海女をしながらサーファーを楽しんでいる素敵なお母さん、大野でトンちゃんて頑張っている人や、恐竜博物館の館長、永平寺の料理長などが紹介されている。鯖江で眼鏡女子に集まってもらって取材したり、おろしそばにうるさい人におろしそばの魅力と店を紹介してもらおう企画など、基本的に観光コンテンツを人を通じて紹介するという視点にすることによって、福井の人の魅力を伝えていこうという視点。



コミュニティトラベルガイド『福井人』

この取り組みは、公募で集まった人に候補者を出して行って、取材に行き原稿を書いてもらった。もう一つの大きな特徴は、制作費の資金をクラウドファンディングをつかって集めた。最終的にインターネット以外の寄付も含めて250万円ぐらい集めて、出版にこぎつけた。

●『大野人』

その後、一旦、三陸の復興の企画を挟んでいるが、引き続き『大野人』に取り組むことに。これは、『福井人』に参加した大野市の職員が、大野でも作れないか？ということではじめた。

大野の人は優しくてあったかくて人を受け入れてくれる、そんな人と人のつながりを表現した「結の故郷」のロゴをつくった。それを体現する『大野人』。大野という狭いエリアで密な関係の人たちが集まって、すごく丁寧にワークショップをしながら作っていった。大野の宝物を発掘するワークショップを行い、その宝物をどう表現できるかを考えるフィールドワークをした。

最終的には「越美北線」、「軽トラ」、「雪かき」、「バーベキュー」、「里芋」の5チームに分かれて、それぞれの宝物を表現するための企画づくりをした。

例えば大野のバーベキュー文化がおもしろいので、上庄の里芋、野菜、ホルモン、これらを楽しむ新しいバーベキューを観光コンテンツにできないか？ということで、寒い冬だったが、食材を買い込んできて試しにやってみた。七間の朝市で野菜を買って、ヒネどりなど大野や福井ならではの肉を買ってくる。そこでバーベキューの定番スポットを紹介するのでそこでませんか？という観光コンテンツ。



コミュニティトラベルガイド『大野人』

4. デザインの可能性4：人と経済を動かす

林業の町、高知県佐川町で行っている「モノづくり大学」。時代背景の議論の中でモノ作りの民主化が起きているのではないかと情報も同じで、昔は自分の意見や考えを広く世の中に発信する手段がなかったが、今はSNSでも簡単に大きく発信できる。モノづくりの世界も大きく変わりつつあり、皆さんのようにデザインを学んだ学生がそれで食べていける3Dカッター、3Dプリンターなどのデジタル工作機械が普及し、同様にハードルが下がった。

資金調達も先ほどのクラウドファンディングだと100万円単位で集めることも可能になり、販路についても手作り商品売買サイトをはじめハードルが下がってきている。

佐川モノづくり大学は、佐川産の木材を使って、自分で企画して、お金も自分で調達して、作る場所もチャレンジして販売するところまでサポートする場。誰でもモノづくりができるLabo機能や仲間といろんな議論ができるCafé & Libraryがあり、様々な技術が教えてもらえるワークショップも定期的に開催されている。

●勉強したくなる机

ここでは日本の最先端のデザイナーや研究者やエンジニアに自分の作品や研究を発表してもらい、それをベースに佐川でどんなモノづくりができるかというワークショップをやっている。その中で東大の筆記用具の研究をしている研究者が、ひとはモノを書く時の音が大きくなると、書く行為を自己認識でき、結果として書くことに集中できることが学術的に検証されているといわれている。

ある人が、「娘が線や字の練習を始めたが、全然机に座ってられないが、音も好きだからこれを使ったら意外と書くことも楽しくなるのでは？」という話が出て、実用化に至ったプロダクト。イタリアのデザイン市に出展して海外の人にも使ってもらった。このようにモノづくりの民主化はグローバルに広がっている。



『Write More』

5. デザインの可能性5：義務を楽しみに変える

行政は「〇〇をしなければならない、してはならない」と義務的、禁止的な言い方が多い。デザインはこれを楽しみに変えていくことができるのではないかと。

ある学校の先生が、「子どもたちにプログラミングや電子小作のようなものを学ばせたい」といったが、あまり面白くないし、一部のマニアックな子はするが、興味のない子は全然しようとしなない。デザインもしかり。

これは世界で一匹のオリジナル動物ロボットを作るプログラム。このようなキットを使って3回で完成。最初の授業は電子工作の授業。線をつないで、モーターをつけて動かす。アルデヒノという小型マイクロコンピュータを外のパソコンから制御することができる。

次は、デザインの授業。無味乾燥なロボットを面白いオリジナルな動物に仕上げる。落ちていた葉っぱや木の実などを材料にペンやグルーガンを使って接着する。

そしてプログラミング。指令を与えると指令通りに動くことを体験してもらう。まずは前後移動。次はLEDを赤、青、緑に変化させる、最後は音のコントロール。ブロック形式で簡単にプログラミングできるソフトを使って自分たちでやってもらう。これを通じてモーターの動く仕組みやデザインやプログラミングに興味を持ってきて、自ら学んでもらうきっかけになると、義務的でなく話が広まって行って、子供達の創造性が高まるのではないかと、というプロジェクト。

6. まとめ

デザインが地域の課題解決のためにできる5つのことをお話しした。地域の課題、それは、防災、教育、まちづくり、産業なんでも構わない。それらの課題をデザインの力で解決する、その力も絶対的に正しく論理的に優れた解だということよりも、見た人がやりた、子供達がロボットを作ってみたい、と思ってもらえるかどうかはわれわれが勝負しているところで、そこを“デザイン”といっている。美しさや共感の力で人の心に訴えられて、行動が喚起されて、結果的に社会に幸せなムーブメントが起きていくといいなと思いつながりながら仕事をしている。

冒頭に人口の話をしたが、少子高齢化で人口が減ってまだまだ地域の経済は厳しい状況がある。そんな中でデザインという行為が、すごく複雑化している世の中の本質を直観的に捉えて多くの住民の心に訴える、それが仲間とのつながりや地域愛を育み、人や経済が動き出す。そのための地域づくりのプロセスとして多に役に立つことではないかと考えている。皆さんも卒業後にどういう形でデザインに関われるかわからないが、是非地域のために皆さんが持っているデザインの力を使って頑張ってください、と思う。

質問

Q1 ソーシャルデザインの分野でやっていこうと確信を持ったきっかけは？

A1 入社5、6年目、携帯電話会社の広告の仕事でニューヨークに滞在。2001年9月11日のワールドトレードセンター飛行機突入テロに遭遇。広告の仕事はすごく面白いが、消費を回していくタイプの仕事なので、時間の速度が早すぎる。もう少しじっくりと日本や世界や社会に踏み込んで行けるような仕事をしたいと思い始め、自分でプロジェクトをやり始めた。

Q2 具体的に地域に入っていく段階では、どんな感じでアプローチしていくのか？

A2 まず、1対1のコミュニケーションをしっかりと行い、関係性ができればワークショップなどに来てくれる。うちのメンバーが一度話をしているので、「来ませんか？」

というほとんどが来てくれる。来てもらったら「場のデザイン」、2時間をどれだけ楽しい、もう1回来たいと思ってもらえるか？そこは、我々が勝負しなければならないところ。参加者の気持ちが動いてくれると次は自然と来てくれるし、仲間を呼んできてくれる。

Q3 やりがいのある仕事だと思うか？

A3 そう、幸せな仕事をさせてもらっていると思う。うちの若い子たちはものすごく忙しい。全国7、8箇所のプロジェクトが動いていて、担当エリアを持っていて、ガンガン入っている。儲かるような仕事ではないが、彼女たちに約束しているのは、新しいチャレンジができて、絶対的に面白い仕事を作ってくるのが私の仕事で、文句言わずに頑張ってる、というスタンスに皆ついてきてくれている。

ただ、課題は非常に難しかったり、複雑だったりするが、それを紐解いて解決して何か新しいものを生み出していく仕事は、すごく創造的な仕事でやりがいのある仕事。

Q4 「できますゼッケン」は、どこで費用を回収するのかを念頭に置いて進めたのか。

A4 やりがい、新しいチャレンジができることが第一で、それと報酬は食べていくために必ず必要なもので、そのバランスをどう取るかは、私が考えなければならないこと。中には報酬を取らないという選択も。

「できますゼッケン」は、どういう形で印刷して東北に届けたらいいかが課題だった。新幹線も高速も不通で、そこから沿岸まで車で3時間。大量に印刷してスポンサー企業を募って持っていても、避難所に山積みにしても誰も持っていかないなあと思った。そこで完全にWebサイト上に公開した。A4にしたのもこのプリンターでも印刷できることを想定した。セブンイレブンの“net print”にアップして、どこの店でも出力できるようにして活用できるようにしてくれた方がいた。何らかの手段で行こうと頑張っている人ができるだけ簡単に印刷して持って行けるという流通のデザインを一番意識した。このプロジェクトに関してはお金がかかっていないといえば、かかっていないので収益はゼロ。

以上

(文責 内山秀樹)