

Social design

blueprints
for a better
society



平成の時代に
大きく変化した
デザインの概念。

日本における ソーシャルデザインの 軌跡。

さてここからは、「ソーシャルデザイン」という言葉が
いつ誕生して、どのように浸透していったのか、
時代背景と事象を振り返りながら紐解いていきましょう。



公益財団法人日本デザイン振興会
矢島進二さん

1962年、東京生まれ。大学卒業後、食品・雑貨関連企業を経て、1991年に現職に転職。グッドデザイン賞を中心に様々なデザインプロモーション業務を担当。東海大学、首都大学東京大学院、九州大学芸術工学府非常勤講師。月刊誌『事業構想』でビジネスデザインをテーマに連載を執筆中。

本論に入る前に、まず私が何者なのか、自己紹介をしておきたいと思います。

私はグッドデザイン賞を主催する『公益社団法人 日本デザイン振興会』で、長年、デザインのプロモーションの業務に従事しています。

中学校時代からデザインに興味を持ち、デザインや美術の学校へ進むことも考えましたが、職業としてのデザイナーになりたい訳ではなかったので、大学は新聞学科に進みました。正直に言えば、デッサンが苦手で実技試験に自信が全くなかったからなのですが。

学生時代は、メディア論や企業文化などを囃っていたいましたが、ちょうどN T TのC I（コーポレートアイデンティティ）に社会の目が集まるな

した。触れる、という以上に、場合によっては「○○デザイン」をつくりだすことを考えたり、「○○デザイン」の効果や効用を社会的に浸透させること自体が「業務」でもあるという、風変わりな職種に就いているのが私です。

こうした不可思議な仕事をしている私が、「○○デザイン」の中で、特に関係の深い「ソーシャルデザイン」について、業務上というを超えて、自分ごととして初めてテキストにまとめてみたいと思います。

特に、なぜ「ソーシャルデザイン」なるものが必要とされ、生まれる「状況」になったのか、そして一般的な用語に近いものとして浸透した背景についてを。なんとと言っても、今の日本のトレンドの先端に位置するこの『自遊人』の特集にまで、ソーシャルデザインのバリエーションが登りつめた要因について、拙文で恐縮ですがお付き合いくだされば幸いです。

デザインといえば、従来はプロダクトやグラフィック、ファッションなどのデザインを指していました。その後、コミュニケーションやブランド、サービス、最近では、ビジネスや体験などにも、デザインという用語が使われる状況や認識に変わりましたが、デザインの概念を、一層広げたのが、ソーシャルデザインだと思います。

さて、ソーシャルデザインという概念は、日本でいつごろ誕生したのでしょうか。

独断ではありますが、昭和が終わった1989年から土壌が耕され、種がまかれ、21世紀になった途端に蕾が膨らみ、2009年に最初の花が咲きました。そして2011年以降、数々の新しい

ど、デザインと企業や経済、文化との関係が、地殻変動していました。

頻繁に通っていた場所は、池袋や渋谷の西武百貨店で、カルチャー、アート、デザイン、マーケティングなど様々な時代の息吹を、分別もつけず同時代的にインプットし続けていました。雑誌『アクロス』などを愛読するなど、堤清二氏によるセゾン文化の申し子の一人かもしれません。

1980年代はこうしたことにどっぷり浸かっていた。それらを、ジャーナリストチックとまでは言えませんが、社会的な事象、状況論的な視点でぼんやり眺めていました。今も変わりがませんが、デザインそのものよりも「デザインを巡る状況」を、アート作品よりも「アートを取り巻く

種が風にのって各地にふんわり飛んでいき、その土地ごとに根付いていったように思っています。

別頁にソーシャルデザインに関する事象を、年表形式にまとめました。意図していなかったのですが、結果として平成の30年間を網羅することになりました。この年表をもとに、点と点を繋ぎ、ソーシャルデザインを巡る状況論をご説明していきます。

なお、掲載した事例は、グッドデザイン賞受賞作を中心にあくまで筆者個人の体験をもとに選んでいますので、東京に偏っていますし、漏れも多いと思います。また内容において事実誤認していることもあるかもしれません。ご意見などがありましたら、ご連絡をいただきますようお願いいたします。

前置きが長くなりましたが、ここからソーシャルデザインを巡るツアーを始めましょう。

昭和の終焉とともに消えた消費者

まもなく平成最後の正月を迎えますが、平成時代は31年間で終わることが決まっています。1989年の新年が明けてすぐに昭和天皇が崩御し、テレビではCMが全面的に自粛し、追悼番組が2日間放映されました。

CMの自粛は22年後の東日本大震災時もありましたが、視聴者の気分の違いがあったように思います。1989年の時は、CMが消えて「寂しいが少しだけ新鮮な気分」、2011年は「CMはもう無いほうがいい気分」といったような違いです。震災というこれまで経験したことがない事態だ

状況」に、興味と関心を持つのは、その頃の実体験が土台になっているようです。

そして、1991年に現職の「デザインの振興」を目的とする組織に、転職することができ、グッドデザイン賞の運営など、四半世紀以上にわたって、様々なデザイン関係者と一緒に時を刻んできました。「デザイン振興のミッション」は、ひとことで言えば「デザインの社会的価値」を上げることになります。

その間、エコロジーデザイン、ユニバーサルデザイン、インタラクティブデザインなど、次の時代を標榜するテーマ性をもったデザインに、最近ではエクスペリエンスデザインやビジネスデザインなど、数多くの「○○デザイン」に触れてきます。

ったこともあります。CMが消滅して不思議な安堵感が東京育ちの私にはありました。おそらくは、消費を煽られることへの嫌悪感かもしれせん。ドラマなども録画で見ることが普通になり、CMをスキップすることが日常になったこともあります。

ですが、昭和の時代は、CMなどの広告は時代の華であり、CMを見るのが目的で番組を見ていたという人もいます。大量生産と大量消費に何の疑いを持たない、「消費者」なるものが存在し、「消費は美德」の思想がまだ通用していました。「昭和」とはそうした時代でした。

デザインの話をしますと、平成元年の1989年7月に、名古屋市の市政100周年を記念して「世界デザイン博覧会」が開催されましたが、デザイン関係者であってもその記憶は薄く、歴史に残ることはありませんでした。

同時に現経済産業省がデザイン政策として、1989年を「デザインイヤー」と定め、全国の自治体や企業、教育機関などにデザインの有用性を提唱する啓蒙活動を行いました。富山や兵庫、新潟、山梨、福井など全国各地に「デザインセンター」といったデザインの拠点が設立され、またデザイン系の学校や学部がうまれる契機になりました。同時にデザイン関連の雑誌が創刊されたり、展示会などのイベントも増えてきました。

そして、確証はありませんが、私たちが日常生活において「デザイン」という言葉を使うようになり始めたのも、この頃かと思われます。その後も徐々にデザインは一般化し、平成が進むにつれて、ある意味「民主化」されていきます。

日 時	イ ベ ント	種 別
1989-01-08	…………… 昭和から平成に	
1990-12-01	大迫修三「リクルート・クリエイションプロジェクト(年末チャリティ企画展)」	プロジェクト
1995-01-17	…………… 阪神・淡路大震災発生	
1995-03-20	…………… 地下鉄サリン事件	
1997-12-11	…………… 気候変動に関する京都議定書採択	
1998-12	…………… 特定非営利活動促進法(NPO法)施行	
1999-01	シキタ純「BeGood Cafe」開始	イベント
1999-05-04	NHK「エンデの遺言 根源からお金を問うこと」放映	メディア
1999-06	小黒一三『ソトコト』創刊。2000年から「スローフード」を特集	
1999-06-22	英治出版設立	組織
1999-10	坂本龍一、後藤繁雄、中島英樹、空里香クリエイティブ・ユニット「code」発足	プロジェクト
1999-11	水谷孝次「MERRY PROJECT」開始	プロジェクト
1999-12	柄谷行人：著『可能なる Kommunismus』(西部忠論文あり)	書籍
2000-02-01	河邑厚德：著『エンデの遺言 根源からお金を問うこと』	書籍
2000-03	「エティック」NPO法人化	組織
2000-06	柄谷行人「NAM」開始	プロジェクト
2000-11	岩佐十良『自遊人』創刊	メディア
2000-11	ナガオカケンメイ「D&DEPARTMENT PROJECT」開始	プロジェクト
2001-02-15	池田正昭『広告』編集長就任(～2002年2月)テーマ「future social design」	メディア
2001-02-19	上田社一「Think the Earth」設立、地球時計発表	組織
2001-04	「アースデイ東京」開始、マイケル・リントンと坂本龍一のトークがネットで放送	イベント
2001-04	柄谷行人、坂本龍一他：著「NAM生成」	書籍
2001-04-25	坂本龍一「ZERO LANDMINE」リリース	アクション
2001-06-20	広井良典：著『定常型社会 新しい「豊かさ」の構想』	書籍
2001-09-11	…………… 米国同時多発テロ発生	
2001-10-23	池田正昭、嵯峨生馬「地域通貨アースデイマネー」開始	アクション
2001-12-15	黒崎輝夫「R-project」開始	プロジェクト
2002	マエキタミヤコ「サステナ」設立	組織
2002-04	立教大学大学院「21世紀社会デザイン研究科」開講	教育
2002-04	坂本龍一、河邑厚德：著「エンデの警鐘 地域通貨の希望と銀行の未来」	書籍
2003	馬場正尊他「東京R不動産」開始	プロジェクト
2003-01	長谷部健「グリーンバード」設立	アクション
2003-06	小林武史、櫻井和寿、坂本龍一「ap bank」設立。2005年から「ap bank fes」開始	プロジェクト
2003-06-22	マエキタミヤコ他「100万人のキャンドルナイト」開始	アクション
2003-08-15	池田正昭「打ち水大作戦」開始	アクション
2003-09	佐野章二『ビッグイシュー日本版』創刊	メディア
2003-10-01	西村佳哲：著『自分の仕事をつくる』	書籍
2003-11-08	佐藤直樹、馬場正尊他「東京デザイナーズブロック・セントラルイースト (2004年から「セントラル・イースト・トーキョー」に改称)」開催	イベント
2003-11-14	D&DEPARTMENT「USED G MARK EXHIBITION」開催	イベント
2004-02-17	…………… 日本経団連 企業の社会的責任(CSR)提唱	
2004-03	嵯峨生馬：著『地域通貨』	書籍
2004-03	小黒一三『ソトコト』特集：ロハス	メディア
2004-06	岩佐十良『自遊人』事務所を南魚沼に一部移転	アクション
2005-01	マエキタミヤコ他「ホワイトバンドプロジェクト」開始	プロジェクト
2005-01-01	徳田祐司、石川淳哉「peace design project : retired weapons」開始	プロジェクト
2005-01-01	嵯峨生馬「サービスグラント」開始	プロジェクト
2005-03-25	…………… 愛知万博開催	
2005-04-28	「チーム・マイナス6%(クールビズ)」開始	アクション
2005-05-28	愛知万博で「地域通貨サミット in EXPO2005」開催	イベント
2005-06	山名清隆、真田武幸「スコープ」設立	組織
2005-08-01	山崎亮「studio-L」設立	組織
2005-09	黒崎輝男「世田谷ものづくり学校」「スクーリングパッド」開校	教育
2006	米国で「Bコーポレーション」運用開始	アクション
2006-01	…………… ライブドア事件発生	
2006-04	関西大学大学院理工学研究科「ソーシャルデザイン専攻」開講	教育
2006-07-16	鈴木菜央、兼松佳宏 他「グリーンズ」開始	メディア
2006-07-26	永田宏和「NPO法人プラス・アーツ」設立	組織
2006-09	…………… mixiがブームとなり「ソーシャルメディア」が一般用語として使われる	
2006-09-02	長谷部健、左京泰明「シブヤ大学」開校	教育
2006-10	フェリシモ・ユネスコ共催ソーシャルデザインネットワーク「DESIGN 21」開始	プロジェクト
2006-11-07	Think the Earth オンラインショップを「ソーシャル・デザイン・マーケット」に改称	プロジェクト

NPOとコモンとデザインの民主化

そして、1995年に昭和の時代にはなかったことが立て続けて発生します。一つは、1月の「阪神・淡路大震災」。二つ目はその2ヶ月後に起きた「地下鉄サリン事件」です。ともに神戸と東京といった日本を代表する都市で起きた未曾有の出来事で、直接的な被害を受けていなくても多くの日本人が心的外傷を受けました。

ですが、これを機に、生まれたのが市民による主体的な「ボランテニア活動」です。それ以前にも赤い羽根共同募金などはありませんでしたが、行政に一方的に委ねるのではなく、個人の意志にもとづく活動が広範囲に行われるようになりました。「市民」という表現も、この頃から言葉通り「市民権」を得ていきます。

政府もその意義に気がつき、1998年の「特定非営利活動促進法」、いわゆるNPO法の施行に繋がります。NPOやNGOは、海外ではずっと以前から存在していましたが、市民が行う自由な社会貢献活動、そして「非営利」という概念が、幅広く日本人に認知されることになったのは、極めて大きな意味があったと思います。

従来の日本では、パブリックか、パーソナルの二元論でしかモノゴトを捉えることができなかったものが、その「中間領域」となる、コモンのな存在・概念が、ある意味初めて可視化されたとも言えるでしょう。

「社会」ことは全て、役所の仕事とっていたのですが、そうではなく、私たちも主体的に参

画・参加できることを知ったのです。また参加することで早期の解決に繋がることが、明らかにあったのです。私たちのこの意識の変容と、それを誘発する状況の変化があったからこそ、「ソーシヤルデザイン」が、その後生まれることになりました。

余談ですが、「コモンの概念」の浸透は、日本で「カフェ」が一般解になるのと軌を一にします。室内でも路上でもない、オープンテラスのある店が、初期のカフェのアイコンでした。スターバックスが北米地区以外で初となる日本に進出したのは、震災の翌年となる1996年で、カテゴリーが喫茶店でなく「カフェ」であり、「サードプレイス」というコモンのなものを身近に感じさせたからこそ、日本市場でも成功したと言えるのではないのでしょうか。

上述のように、NPOの誕生など社会的活動の顕在化とコモンの概念の定着、デザインの民主化が、偶然にも同時並行的に進んだことで、ソーシヤルデザインを巡る状況は転回することになりました。

地球環境問題からサステナブルデザインに

もう一つ、私たちの意識を変えた大きな要因があります。21世紀になって急速に敷衍した「環境問題」です。昭和の時代では、水俣病やイタイイタイ病など工業化に伴う「公害」がメインでしたが、1993年に環境基本法が制定されるなど、法の整備や企業の自主的な取組みによって国内での公害は減少していきました。

それによって問題となったのが、「地球環境問題」です。二酸化炭素の温室効果ガス放出などによる地球温暖化や、オゾン層破壊問題など、国家の枠を超越した問題が浮上してきます。

そのため、1997年に気候変動に関する国連による会議が、日本で、それも京都で開催されました。ここで採択されたのが、いわゆる「京都議定書」と言われるもので、国内で開催されたため、日本のメディアでも大きく報道され、私たちの身近な問題として降りてきました。内容的にも、一企業や特定エリアの枠を遥かに超えたものであるので、社会全般の課題として持ち上がってきました。

同時に、1991年のソビエト連邦の消滅により、米ソ冷戦が終結したことで、「グローバルゼーション」の動きが急速に、かつ広範囲に広がってきました。多国籍企業の浮上など、従来の「国境」を前提としていた「インターナショナル」に変わり、地球全体の視点から考える「グローバルゼーション」「グローバル化」という概念に、社会の視座も、私たちの視点も同時に移行していきます。EU統合による国境なき単一市場の創設も当然、重なります。

公害から地球環境問題に変わったことで、デザイン領域にも変動が起きました。「サステナブルデザイン」の隆盛です。大量消費社会を脱し、持続可能な社会への移行を促す機運が、京都議定書後にデザイン界にも浸透していきました。それはどんな状況の変化を促したのでしょうか。

デザインは、デザインのためを考えていけば良かった20世紀の「自己完結型」から、社会や地球

日 時	イ ベ ント	種 別
2006-12-10	ムハマド・ユヌス、グラミン銀行とともにノーベル平和賞を受賞 以降「社会起業家」が注目を集める	アクション
2007-01-20	アル・ゴア「不都合な真実」日本で公開	メディア
2007-03	雑誌『オルタナ』創刊	メディア
2007-03	早田吉伸「カット・ジュービー」開始	アクション
2007-05-15	AXIS「Exit to Safetyーデザインにできること」開催	イベント
2007-07-19	坂本龍一、池田正昭「more trees」設立	組織
2007-08-09	山名清隆、真田武幸他「東京スマートドライバー」開始	アクション
2007-09-01	永井一史「hakuhodo+design project」主宰	組織
2007-10-12	アル・ゴア「不都合な真実」でノーベル平和賞を受賞	アクション
2007-12-26	紺野登：著『ソーシャル イノベーション デザイン 日立デザインの挑戦』	書籍
2008-06	カンヌライオンズ「ソーシャルグッド」企画の受賞が増加	メディア
2008-07-07	…………… 北海道洞爺湖サミット開催	
2008-07-20	並河進「千のトイレプロジェクト」開始	プロジェクト
2008-08	伊勢谷友介他「リバースプロジェクト」開始	プロジェクト
2008-08	ナカムラケンタ「日本仕事百貨」開始	メディア
2008-09-15	…………… リーマン・ショック発生	
2008-10-01	寛裕介「issue＋design」設立	組織
2008-10-24	AXIS「eating+design デザインにできること2」開催	イベント
2008-10-26	永井一史『広告』編集長就任（～2012年1月）	メディア
2008-11-01	柳本浩市：著『デザイン＝ソシアル』発刊	書籍
2009-	本村拓人「グランマ」設立	組織
2009-01-20	…………… オバマ大統領就任	
2009-01-22	中田英寿「TAKE ACTION FOUNDATION」設立	組織
2009-02-08	デザインハブ「Social Design, Design + Community + Social Impact」開催	プロジェクト
2009-03-20	永井一史「TAP PROJECT」開始	イベント
2009-04-01	福井崇人、並河進他「電通ソーシャル・デザイン・エンジン」開設	組織
2009-04-01	studio-L「第四次海士町総合振興計画 島の幸福論」策定	プロジェクト
2009-04-01	古田秘馬他「丸の内朝大学」開校	教育
2009-05-15	…………… エコポイント制度開始	
2009-05-29	hakuhodo+design、studio-L：著『震災のためにデザインは何が可能か』	書籍
2009-07-01	黒崎輝男「自由大学」設立	教育
2009-08-08	広井良典：著『コミュニティを問いなおす つながり・都市・日本社会の未来』	書籍
2009-10	…………… 鳩山内閣誕生「新しい公共」提示	
2009-10-20	シンシア・スミス：著 槌屋詩野：監訳『世界を変えるデザイン ものづくりには夢がある』	書籍
2009-11-25	ナガオカケンメイ「d design travel」開始	メディア
2009-12-23	デザインハブ・槌屋詩野「BOP層向け製品＆ビジネス開発ラウンドテーブル」開催	イベント
2010-	日本でもファッション領域で「エシカル」が使われ始める	アクション
2010-03	「横浜ランデヴープロジェクト」開始 その中から栗栖良依「SLOW LABEL」発足	プロジェクト
2010-03-12	デザインハブ・兼松佳宏他「Designers Accord Tokyo Town Hall」開催イベント	イベント
2010-04	慶應義塾大学「ソーシャルデザインセンター」開設	教育
2010-04-24	谷崎テトラ他「WorldShift Forum」開催	アクション
2010-04-28	ナガオカケンメイ、山崎亮他「マルヤガーデンズ」開業	プロジェクト
2010-05-15	デザインハブ・AXIS・グランマ(本村拓人)「世界を変えるデザイン展」開催	イベント
2010-06-10	藻谷浩介：著『デフレの正体 経済は「人口の波」で動く』	書籍
2010-09-24	永井一史・池永忠裕「MIRAI DESIGN LAB.」発足	プロジェクト
2010-12-18	…………… アラブの春発生	
2011-	マイケル・ポーター「Creating Sheared Value(CSV)」提唱	アクション
2011-01-01	江副直樹「九州ちくご元気計画」開始	プロジェクト
2011-02-14	…………… 日本のGDP世界3位に	
2011-03-11	…………… 東日本大震災発生	
2011-03-12	本田技研工業「通行実績情報マップ」開始	アクション
2011-03-13	太刀川英輔「OLIVE」開設	アクション
2011-03-20	hakuhodo+design他「できますゼッケン」東北被災地で活用	アクション
2011-03-29	米良はるか・クラウドファンディング「Readyfor」開設	メディア
2011-04	村田智明・京都造形芸術大学大学院「ソーシャルデザイン・インスティテュート」開設教育	組織
2011-04	more trees「LIFE311」展開	アクション
2011-04-01	松本理寿輝「まちの保育園」開設	教育
2011-04-02	永田宏和「阪神・淡路大震災＋クリエイティブ タイムライン マッピングプロジェクト」開始	プロジェクト
2011-04-20	嵯峨生馬：著『プロボノ 新しい社会貢献新しい働き方』	書籍
2011-04-22	山崎亮：著『コミュニティデザイン 人がつながるしくみをつくる』	書籍
2011-05-29	山崎亮「情熱大陸」出演	メディア
2011-06	芦沢啓治他「石巻工房」開始	アクション

といった「他者との関係性」を前提とするものに変わらざるを得ない状況になったのです。

同時期に浮上しました「ユニバーサルデザイン」も同様で、デザインの要件設定がこの頃から変転して、社会性を考えること、社会的価値の向上といったものが求められることになりました。これは日本だけのことでではなく、産業や経済と密接に関わるデザイン自体も、グローバル化する必要がでてきたと言えますししょう。

20世紀と21世紀をまたぐタイミングで、デザインの民主化とグローバル化が、ほぼ同時に起きたことで、デザイナー、クリエイターの意識や価値観が大きく変わっていきます。また、従来のデザイナーと言われている人たち以外から、デザインへのアプローチが増えていき、デザインの枠組みが大きくシフトしていきます。

クリエイターの意識変容

最も早く意識変化を起こした領域は、広告や音楽業界に属するクリエイターでした。常にビビッドな時代感覚を持ち、次の動きに敏感な方々が多いからだと思えますし、おそらく直接的に消費社会を煽り、先導してきたことの反動もあったからかもしれません。代表的な活動を紹介していきます。

音楽やいち早くデジタルコンテンツ業を仕事にしていたシキタ純さんは、1999年から「持続可能な社会と平和」をテーマに、「BeGood Cafe」という今でいう「コミュニティイベント」を主宰していました。2003年にはNPOの認可を受

け、農業や環境、貧困問題を、オープンでフラットで対話するイベントを原宿などで開催し、この場にはその後のソーシャル系を担うプレイヤーの何人かが参加したと聞きます。

また、東京ADC（アートディレクターズクラブ）やニューヨークADCなど、著名な賞を多々受賞し広告界で華々しい活躍をしていたアートディレクターの水谷孝次さんは、1999年から「MERRY PROJECT」を開始されます。「笑顔は世界共通のコミュニケーション」を合言葉に、広告で培ってきたレベルの高いビジュアル表現で、戦争や貧困などによって笑顔がもてない世界中の子供たちに、希望をもたらす活動をボラン



「MERRY PROJECT」
(2006年グッドデザイン賞受賞)

ティアベースで始めました。2009年にはNPO法人をつくり、現在も一貫した活動を展開されています。

地域通貨がもたらしたもの

1999年にNHKスペシャルでエポックとなる番組が放送されました。NHKプロデューサー河邑厚徳さんによる「エンデの遺言 根源からお金を問うこと」で、児童文学『モモ』で知られるドイツの作家ミヒャエル・エンデさんが、亡くなる1年前のインタビューをもとにしたドキュメンタリー番組です。

急速に進むグローバル化や、貧困や戦争問題など、現代人の精神の荒廃には「お金」の問題が潜んでいると指摘し、実体経済から乖離しつつある現在の貨幣にかわって「新しい貨幣システム」を提案しました。エンデさんはこう言いました。「人々は、お金は変えられないと考えていますが、そうではありません。お金は変えられます。人間がつくったのですから」。

エンデさんのプロポーズは、いわゆる「地域通貨」のことで、再放送と翌年の書籍化によって、地域通貨ブームの発端になりました。それ以前に地域通貨がなかったわけではありませんが、『モモ』の作者であるインパクトや、NHKという影響力のあるメディアが取り上げたため、その後に『パン屋のお金とカジノのお金はどう違う』といった関連書籍の発刊が続くなど、広範囲に伝播してきました。

地域通貨は、社会課題やコミュニティ、地域活

性化などのソリューションの手法として今でも有効なものだと思います。その後、一旦ブームは沈静化しましたが、2018年の現在において、ブロックチェーンやフィンテックといった新たなテクノロジが生まれたこともあり、再度注目が集まっています。また、エンデさんが提示した「お金は変えられる、デザインしても良い」という目から鱗のような発想は、とても刺激的で、多くのクリエイター、文化人に衝撃を与えました。

例えば、哲学者の柄谷行人さん、音楽家の坂本龍一さん、博報堂のコピーライター池田正昭さんたちです。この3人はみな影響力をもった方々で、地域通貨で相互に繋がりがいい初期のソーシャルムーブメントを牽引しています。

柄谷さんは、NAM (New Associationist Movement) という資本や国家への対抗運動を2000年に立ち上げ、坂本さんもコミットされ、書籍『NAM生成』を共著します。また、経済学者であり現在でも地域通貨研究の第一人者である西部忠さんとともに、ウェブベースの地域通貨「Q」を2001年に立ち上げました。

西部さんは、LETS (Local Exchange Trading System: 地域交換交易系统) という、カナダのエンジニアであるマイケル・リントンさんが考案した地域通貨システムの研究者でもあり、「Q」もLETSを採用したものです。LETSは当時、カナダだけでなく、ニュージーランドやオーストラリア、イギリスなどで実際に運用されるなど、地域通貨を世界的に広げる役目を果たしました。

また坂本さんは、編集者の後藤繁雄さん、デザイナの中島英樹さんと、クリエイティブ・ユ



「サービスグラント」
(2010年グッドデザイン賞受賞)

行う活動を始め、参加者には地域通貨「r」が対価として渡され、それで付近のカフェでコーヒーを飲むなど、小規模ながら都心の真ん中で、オルタナティブな経済圏形成の実験を行っていきました。

さらに、渋谷をアースデイマナーを用いて現実に変えていくプロジェクト「渋谷川グッドデザイン計画」を、筆者も関与し『広告』の誌面企画としてスタートしましたが、具体的アクションには残念ながら繋がりがありませんでした。

ところが、「渋谷川グッドデザイン計画」は脈々と地下で進行していたことを、今年の秋に知ることになります。

9月に渋谷駅周辺の再開発で誕生した「渋谷ストリーム」は、「官民連携による渋谷川および水

ニット「code」を1999年に発足させ、季刊誌『unfinished』の発刊とともに、アーティストとユーザーを繋ぐ「媒体」の意味も含めて地域通貨を導入し、CDや有機栽培の食品を流通させていました。

future social designを標榜した『広告』とアースデイマナー

柄谷さんのNAMや、リントンのLETSは、博報堂の池田さんに大きなインスピレーションを与え、そして、ソーシャルデザインの礎となる重要なメディアが誕生します。

リントンは、地域通貨のことを「just a matter of design」と池田さんに言ったと聞きます。それまで池田さんには、「ソーシャルデザイン」という発想・概念は持っていなかったそうですが、お金もデザインの対象になるのであれば、人を動かすあらゆるものがデザインの対象になる、社会のためにデザインの概念を拡張できるはずだと気づきます。

大手広告代理店である博報堂の企業広報誌『広告』の編集長に池田さんが就任し、トータルコンセプトに「future social design」を掲げました。「ソーシャルデザイン」を名乗った日本では、そして世界でも初めての媒体です。

2001年2月に発刊されたリニューアル第1号の特集は、「LETS EXCHANGE」。地域通貨LETSを全面的に取り上げ、リントンの他、柄谷さんや西部さんらの対談を行うなど「オープンマナープロジェクト」をスタートさせました。

池田編集長は、『広告』を未来社会デザインの

辺空間の再生・整備」を開発コンセプトとし、渋谷川に清流を復活させ、東横線線路跡地を遊歩道として整備し、従来にない水辺空間をもたらししています。

まさに「グッドデザイン計画」で提示したことで、池田さんらと考えていたことが、17年の時を経て実現したと言えます。

しかしながら、『広告』は、いくつかのソーシャルアクションを誘発しましたが、この当時は「ソーシャルデザイン」という表現は、雑誌のサブタイトルで留まり、外部に広がることはありませんでした。おそらく、池田さんらの活動の本質を「デザイン」と捉えるリテラシーを、私たちはまだ持ちえていなかったからなのでしょう。もう数年の時間の積み重ねと、状況のさらなる変化が必要でした。

NPO代表が区長に選ばれる時代に

『広告』は、六本木ヒルズのロゴをデザインしたイギリス出身のグラフィックデザイナー、ジョナサン・バーンブルックさんが、表紙や冒頭のクリエイティブを行うなど、ビジュアル的にもラジカルな様相のメディアでした。

また、誌面では池田さんは坂本さんと、デザインの力で環境問題に働きかけるプロジェクトも始めました。池田さんが仲介し、2001年のアースデイでは、リントンさんと坂本さんの2人が出演するトークイベントが開催され、環境問題と地域通貨を同じテーブルで語りました。この時の模様は、まだ珍しかったインターネットで放送され

実験場にすることを方針とし、紙面上で終わらすのではなく、プロジェクトを生み出すプラットフォームにするという画期的な手法を採りました。実際にリントンを日本へ招聘し、日本総合研究所の嵯峨生馬さんと池田さんとは、地域通貨講座を開講しました。会場は博報堂の本社があった神保町の古いビルで、参加者30人弱の小規模な会でしたが、筆者も参加していました。

この講座の場を媒介として、東急電鉄らを巻き込み、渋谷で実際に利用できる地域通貨「アースデイマナー」を、池田さんと嵯峨さんの2人が首謀者となり、2001年10月にスタートさせました。拠点は渋谷の新南口付近の渋谷川沿いに面した東急線の高架下で、今では「WIRED CAFE」で知られ、カフェブームの立役者であるカフェ・カンパニーの創業店舗にありました。

アースデイマナーの設立趣旨には、「環境の時代、市民の時代にふさわしいまちづくりを推進するための道具であり、新しい経済システムの雛形である」と記されています。任意団体で始しましたが、2002年にはNPO法人となり、嵯峨さんは日本総合研究所を退職され代表理事となり、地域通貨の実践者の一人として活動を続け、2004年には書籍『地域通貨』をまとめられます。

さらに嵯峨さんは、個々人が持っている職業上の知識やスキルを活かして社会貢献を行うボランティア活動「プロボノ」を、日本で根付かせるための支援組織「サービスグラント」を2005年に立ち上げました。

アースデイマナーは、渋谷駅付近のゴミ拾いを

ました。

博報堂という大組織が発行母体であったため、多方面への影響力も高く、扇動性や挑発性が問題になったのか、池田さんは計7冊を発刊後、わずか1年で編集長を解任されました。

池田さんは解任後も、環境ムーブメント「打ち水大作戦」を仕掛けたり（その後、真田武幸さんにバトンタッチ）しますが、博報堂を2006年に退社され、2007年からは坂本さんと共同で森林保全団体「more trees」を設立したり、2008年には環境施設「港区立エコプラザ」の初代代表や、「トーキョーチェンジメーカーズ」を立ち上げるなど、ソーシャルデザインの先陣を常にきつていきました。

池田さんの博報堂、渋谷、ゴミ拾いで繋がるのが、現渋谷区長の長谷部健さんです。長谷部さんも博報堂を2002年に退社され、2003年に清掃活動を行うNPO「グリーンバード」を発足、また渋谷区議に立候補し当選されます。

12年後には渋谷区長になり、ダイバーシティやインクルージョンなどを織り込んだ「渋谷区基本構想」をディレクションするなど、渋谷をソーシャルな面でも強力にリードしています。また博報堂の出身でもあり、デザインの必要性やコミュニケーション手法を熟知しているため、区長となったあと側近に、広告代理店やPRエージェント出身のブレーンを擁しているのも他の首長との違いでもあります。そして2018年4月には、オープンイノベーションにより社会的課題の解決と可能性をデザインする産官学民連携組織「Future Design Shibuya」も発足させました。

デザイン活動家ナガオカケンメイとD&DEPARTMENT

ナガオカケンメイさんが、世田谷の奥沢に「D&DEPARTMENT」1号店をオープンされたのは、2000年11月のことでした。ナガオカさんは、一貫してブレることなく「ロングライフデザイン」をテーマとして、活動を続けています。特にソーシャルデザインと自ら口にされることはありませんが、東日本大震災後に全国各地で一斉に起きる「地域ブーム」の前から、デザイン視点による旅行誌『d design travel』や、日本の地場産業や伝統工芸にフォーカスした「NIPPON VISION」を提示するなど、特異の見立て力によ



「D&DEPARTMENT」
(2003年グッドデザイン賞審査委員長特別賞受賞)



「USED G MARK EXHIBITION」
(2003年11月、12月)

イックスを多用し、主に社会問題を扱い、アンチ消費社会やアンチ資本主義を標榜するラジカルなメディアです。誌面だけで終わらせず、「無買日（不買日）」や「TVをつけない一週間」などのムーブメントも扇動していました。前述した『広告』のクリエイティブをしたジョナサン・バーンブルックさんも、アドバスターズの活動にコミットしていました。

このアドバスターズが主体となり、バーンブルックさんも参加していたのが、「ファースト・シングス・ファースト2000マニフェスト」とい

って「地域」の価値を発掘、プロデュースをしています。

「長く使う」「地域主体」そして「デザイナーの社会性」といった観点から、ソーシャルデザインのキーマンと言えるかもしれません。しかし、それ以上に、私たちの価値観形成に影響を与えたように思います。D&DEPARTMENTがもたらした衝撃は表には見えにくいですが、多方面に深く浸透していきます。私に対しても、「デザインの社会性」を一番最初に投げかけたのはナガオカさんでした。

筆者はナガオカさんとは奥沢店をつくられる前から面識があり、いくつかの関わりもあります。無印良品やエースの方を紹介したことで、無印良品のUSED販売や、エースの60VISIONへの参加などがありますが、共同で企画したのは、2003年11月と12月の「USED G MARK EXHIBITION」です。

以前からナガオカさんは、グッドデザイン賞について「賞をだしておしまいでいいのか」「賞をだせばだすほど、ゴミが増えるだけではないのか」などと発言をされていたので、過去にグッドデザイン賞を受賞した商品の中から、ナガオカさんがキュレーターとなり、中古品としても価値があるものを選び、そして販売する展覧会を東京店と大阪店で開催しました。

こうしたことで、グッドデザイン賞に関連する多くの企業やデザイナーに対して、その頃はまだ馴染みのなかった「デザインの社会性」を伝播することにもなりました。

D&DEPARTMENTと同じく「Ecological.

う、世界各国の著名グラフィックデザイナーに署名を求める運動です。広告や宣伝に関係するクリエイターに対して、「消費を煽ることなく、もっとソーシャルなものを仕事にすべき」、「自分たちのクリエイションを使い方を考えよう」というメッセージを、世界中に投げかけました。

また、イタリアのファッションブランド「ベネトン」が発刊していた『カラーズ』というメディアもありました。

ベネトンの創業者ルチアーノ・ベネトンさんと、写真家のオリヴィエロ・トスカーニさん、グラフィックデザイナーのティボール・カルマンさんが中心となり、1991年に発刊したメディアで、こちらもかなりラディカルなビジュアルで、エイズ、奴隷制度、スラムなどをテーマとし、世界中で話題になりました。

こうした現代社会への警告や諸問題を強烈に投げかけるメディアは、日本には存在していませんが、池田さんは共感をもっていました。それは『広告』の第1号の冒頭に以下のようなマニフェスト的な文章が書いてあることから垣間見れます。

「社会的なことにコミットしていくほうが、目の先の儲け話よりずっとおもしろいと思いませんか。未来や社会のことに人々を導いていく力、それがデザインです。権力に奉仕するデザインではなく、われわれの手にあるデザインとして。」

Creative. Organic. We're designing lifestyles.」を掲げる本誌『自遊人』も、同じ2000年11月に創刊されました。2002年にはオーガニック食品の販売を、新たなメディアとしてスタートし、2004年には編集部ごと新潟に移転して農業を始めてしまったことの先進性は、おべっかではなく、画期的な試みだったことが本稿を読んだとくとおわかりいただけると思います。

『生きのびるためのデザイン』や『カラーズ』がもたらしたもの

本稿は日本におけるソーシャルデザインについての論稿ですので、海外の事例への言及はしませんが、少しでも挟み込みたいと思います。ソーシャルデザインの文脈だけではなく、デザインの社会性を語る際に欠かせないのは、アメリカで活躍したデザイナーであり、デザイン評論家でもある、ヴィクター・パパネックさんです。

1974年に日本で刊行された『生きのびるためのデザイン』（原題：Design for the Real World: Human Ecology and Social Change）は、デザイン界のバイブルとも言える名著です。大量生産や大量消費に加担するデザイン関係者を痛烈に批判し、環境や福祉、発展途上国のためのデザインへの視点をいち早く提起しました。デザイナーの「社会的責任」を公言した最初の一人ではないでしょうか。パパネックさんは、1998年に75歳で死去されます。

カナダには、『アドバスターズ（Adbusters）』という雑誌がありました。商業広告（ad）を破壊する人（busters）という意味で、過激なグラフィ

おそらくここ数年、カンヌライオンズなどで大きな話題となっている「ソーシャルグッド」の水源は、この『アドバスターズ』や『カラーズ』にあるのかもしれません。また海外での状況があったことで『広告』が生み出され、その結果、日本のソーシャルデザインの土台に大きなインパクトを与えることになりました。

そして、2001年9月11日にアメリカで、同時多発テロが発生します。ハイジャックされた民間航空機が使用された史上最大規模のテロ事件で、全世界に衝撃を与えました。この事件がアメリカ市民にどのような変化をもたらしたのかは、筆者にはわかりませんが、「post-9/11」と表現されるように、時代の端境となったことは確かはなずです。当時のジョナサン・バーンブルックさんの『広告』のグラフィックを見ると、その影響を感じざるを得ません。

ソーシャルクリエイティブ、エコロジーとエコノミーの共存

9・11以降、ソーシャルの波は、広告関係者を中心に小規模ながら各所で蠢き始め、社会の表側にできます。背景には、映像表現やインフラになりつつあったインターネットの影響もあります。

電通のコピーライターでしたマエキタミヤコさんも、環境保護運動やNGOの活動に関わること



「100万人のキャンドルナイト」
(2004年グッドデザイン賞受賞)



「AQUA SOCIAL FES!!」
(2012年グッドデザイン・サステナブルデザイン賞受賞)

の古川享さんなど、世界中から多数の賛同者の名前が書かれていて、上田さんの存在を全く知らなかった私はとても驚いた記憶があります。

なお、アースウォッチは、2001年にグッドデザイン賞を受賞されますが、この段階ではソーシャルデザインと言われることはありませんでした。ですが、今のソーシャルデザインの概念に合致するものとしては、グッドデザイン賞の歴史の中で初めての対象と言えるものです。

セントラル・イースト・トーキョーによる都市軸の変動

2000年よりイデーの黒崎輝男さんが主体となり、青山界隈を中心に「東京デザインナーズブロック」というデザインイベントが毎年秋に繰り広げられていました(2005年からは「デザインタイド」に移行)。そして、黒崎さんは2001年から「Reproject」を始動させ、2003年にはスピニアウト的に、日本橋や馬喰町、浅草橋など問屋が集積するエリアの空き倉庫などを使い、建築、デザイン、アートの要素を組み合わせた新しいイベント「東京デザインナーズブロック・セントラルイースト」が始まりました。

青山や渋谷、六本木に代表される西エリアが、経済原理で次々にピカピカに移り変わっていくことへのアンチテーゼ的な要素と、空き物件など古い物件が持つ固有の雰囲気新鮮に感じる要素が重なり、東京の東地区をクリエイションの実験場にしよう、という意欲的な試みでした。

当時、ニューヨークのブックリンなどでは、リノベーションを施したアートスポットが広がり

で、ソーシャル志向を持ち始め、2002年には「ソーシャルクリエイティブエージェンシー」と名乗る「サステナ」を設立し独立され、ソーシャルとエコの分野に特化した広告を手がけていました。

マエキタさんは、2003年から始まった「100万人のキャンドルナイト」や、白いリストバンドを身につけ、貧困を無くす運動を訴える「ホワイトバンドプロジェクト」(2005年)の実行呼びかけ人でもあります。

このキャンドルナイトとホワイトバンドは、クリエイティブを最大限活用することで、全国レベルとなったソーシャルアクションの代表事例と言っても過言ではないと思います。特に、ホワイトバンドは、PRエージェントも深く関わり、スポーツ選手やミュージシャンら著名人が多数出演するカッコよい映像によって、批判意見もありましたが、ソーシャルムーブメントとして成功をおさめます。

2009年に開校した「丸の内朝大学」(2012年グッドデザイン特別賞受賞)の企画運営にかかわった、バウムの宇田川裕喜さんは、このホワイトバンドキャンペーンを学生時代に目にしたことで、クリエイティブ業界へ入る契機となったと聞きましたが、他にも多くの人たちが、ソーシャル領域に関心を向けることになったはずです。

同時期となる2005年、電通に在籍していたクリエイティブディレクターの徳田祐司さんは、石川淳哉さんと共に衝撃的な作品を発表します。曲げられた銃口や戦車の砲弾口に挿された美しい

つつある状況もあって、東京でも類するムーブメントが起こせないかと、馬場正尊さん(2003年から「東京R不動産」をスタート)や、佐藤直樹さん(2010年から千代田区外神田の中学校跡地のアート施設「3331 Arts Chiyoda」のディレクター)、清水義次さん(1992年「アフタヌーンソサエティー」設立)、竹内昌義さん(1995年「みかんぐみ」設立)らが中心メンバーで展開しました。15年経った現在、大隆盛となっている「リノベーション」の立役者が勢揃いしていることに、客観的な事実として、たいへん興味深く感じます。

2004年からはブロックから独立して「セントラル・イースト・トーキョー」となり、以後2010年まで毎年継続され、そのエリアならではの魅力を残しながら、リノベーションやコンバージョンというデザインの力によって、街の価値を創出していきます。

この流れは今でも脈々と続いていて、東エリアにはブルボトルコーヒーの国内1号店や、リトルトーキョーが虎ノ門から移ってくるなど、結果として、東京カルチャーの軸も変えることになりました。

また、ナガオカケンメイさんにも言えることですが、前世紀は「新しい」ことは疑うこともなく、最大の価値だったと思いますが、特に東日本震災によって私たちの価値観が大きく揺さぶられ、「新しい」に一義的な価値はなくなり、「古い」とフラットな関係に変容したことも、昨今のリノベーションやメルカリのブームをみて感じたりしませんでしょうか。

花のイラストレーション作品、ピースデザインプロジェクト「retired weapons」です。クライアントワークではなく、自主的に社会に投げかけたもので、デザイナーとしてのアティテュードに賛同が集まりました。

同じく電通に所属していた上田壮一さんは、1996年に退社され、宇宙からの眼差しで地球を感じるツール「アースウォッチ(地球時計)」を企画・商品化し、2000年に「スペースポート」を、2001年には水野誠一さんや坂本龍一さんらとともに、「Think the Earthプロジェクト」を開始しました。

エコロジーとエコノミーの共存を目指し、クリエイティブの力を使いつつ、事業活動を通じた社会貢献をミッションに掲げ、『百年の愚行』『世界を変えるお金の使い方』などの書籍刊行の他、数々のソーシャルアクションを展開します。

特に上田さんが企画から参加して、東日本大震災の翌年からスタートした、トヨタ自動車の「AQUA SOCIAL FES!!」は、特記すべきものです。大企業の社会貢献活動をCSRの予算ではなく、自動車の広告宣伝費を使うという「お金の使い方」をデザインし、広告が社会を変える取り組みになり得ることを立証し、かつ、対象のクルマが年間販売台数で長らく首位となるという、ビジネス面での成果もだしました。

Think the Earthのウェブサイトを、筆者は公開された当日、偶然見た記憶があります。当時からAXISの宮崎光弘さんらによるデザインで、ルチアーノ・ベネトンさんやマイクロソフト(当時)

ap bankによる社会融資

ミュージシャン関連でソーシャルな活動の先陣を切ったのは「ap bank」です。音楽プロデューサー小林武史さんと、Mr.Childrenの櫻井和寿さん、そして坂本龍一さんの3人が拠出した資金によって、自然エネルギーをはじめとした環境プロジェクトに融資を行う非営利融資機関「ap bank」を2003年に設立し、大きな話題になりました。

融資だけでなく、消費を通じて「快適で環境にもよい未来に向けた暮らし」を考えるプロジェクト「kuruku」も発足させました。また、2005年からは野外音楽イベント「ap bank fes」をつま恋で開催し、ムーブメントの輪をポピュラーなものに広めていき、2011年3月からは東北復興支援活動「ap bank Fund for Japan」も展開し、ライブやそのDVDの収益金を復興支援に充当するなど積極的なアクションを行いました。

ポピュラーミュージックは、影響度の深度が深く、より良い社会に対峙する私たちのマインドセットに、計り知れない効用をもたらしたように思います。

日本経団連OSRを提唱、ロハズからソーシャルへ

こうしたクリエイティブ領域の動きを経済界が追従していきます。

2004年2月、日本経団連が「企業の社会的責任(Corporate Social Responsibility=CSR)」



日 時	イ ベ ント	種 別
2011-06-22	清水征行他「Social Propose クリエイターが社会に対してできること」開催	イベント
2011-07-01	永井一史、福島治、並河進「ユニセフ祈りのツリープロジェクト」開始	プロジェクト
2011-07-13	後藤正文『The Future Times』発行	メディア
2011-07-26	竹村真一他：著『地球大学講義録 3・11後のソーシャルデザイン	書籍
2011-09	清水征行「東北グランマのXmasオーナメント」開始	プロジェクト
2011-10-26	AXIS「POST 3.11 これからデザインにできること」開催	イベント
2011-10-31	経済産業省主催「インフォグラフィックス共有プロジェクト・ツタグラ」開始	プロジェクト
2011-11-16	三浦展、藤村龍至：著『3・11後の建築と社会デザイン』	書籍
2011-11-18	デザインハブ「JAGDA東北復興支援チャリティやさしいハンカチ展」開催	イベント
2011-11-28	issue+design project：著『地域を変えるデザイン コミュニティが元気になる30のアイデア』	書籍
2012-01-10	グリーンズ：著『ソーシャルデザイン』	書籍
2012-01-13	デザインハブ「ユニセフ祈りのツリープロジェクト展」開催	イベント
2012-01-24	エレン・ラプトン 他：著『なぜデザインが必要なのか 世界を変えるイノベーションの最前線』	書籍
2012-02	堂野智史、清水征行他「my home town わたしのマチオモイ帖」開始	プロジェクト
2012-02-01	紀伊屋書店新宿南店で「ソーシャルデザインフェア」展開	メディア
2012-02-12	デザインハブ「『地域を変えるデザイン』出版記念セミナー」開催	イベント
2012-03	トヨタ「AQUA SOCIAL FES!!」開始	プロジェクト
2012-03	中台澄之「モノ：ファクトリー」開始	プロジェクト
2012-03-20	大阪デザイン振興プラザ「ソーシャルデザインカンファレンス2012」	イベント
2012-04	宇田川裕喜、兼松佳宏 他「丸の内朝大学 ソーシャルクリエイティブクラス」開講	メディア
2012-04	清水征行「ふくしまオーガニックコットンプロジェクト」開始	プロジェクト
2012-04	藤村龍至「東洋大学ソーシャルデザイン・プロジェクト」開始	教育
2012-04-26	ナガオカケンメイ「d47 MUSEUM」開設	メディア
2012-05	英治出版など出版社6社共同で「ソーシャルデザインフェア」全国書店で展開 専用コーナー設置の契機に	メディア
2012-05-13	デザインハブ「DESIJ Japan Forum」開催	イベント
2012-08-01	山崎亮：著『ソーシャルデザイン・アトラス 社会が輝くプロジェクトとヒント』	書籍
2012-09-24	山崎亮：著『コミュニティデザインの時代 自分たちで「まち」をつくる』	書籍
2012-10-12	永井一史、柴田文江デザイン「ヘルプマーク」発表	プロジェクト
2012-11-17	福島治他：著『クリエイティブで世界を変える』	書籍
2012-12-20	並河進：著『Social Design 社会をちょっとよくするプロジェクトのつくりかた』	書籍
2012-12-26	…………… 第2次安倍内閣誕生	
2012-12-30	BIOCITY『特集：ソーシャルデザインの最前線』	メディア
2013-01	「Good Job！プロジェクト」開始	プロジェクト
2013-01-15	デザインハブ「JAGDAやさしいハンカチ展 part2」開催	イベント
2013-02	槌屋詩野「Impact HUB TOKYO」開始	組織
2013-02-20	AXIS×IDEO×takram「Collective Dialogue—社会の課題に、デザイン力を」開催	イベント
2013-03-22	ソーシャルデザイン会議実行委員会：著『希望をつくる仕事 ソーシャルデザイン』	書籍
2013-04	武蔵野美術大学デザイン情報学科「ソーシャルデザイン論」開講	教育
2013-04-25	グリーンズ：著『日本をソーシャルデザインする』	書籍
2013-05-16	デザインハブ「未来を変えるデザイン展」開催	イベント
2013-07-09	今一生：著『ソーシャルデザイン50の方法 あなたが世界を変えるとき』	書籍
2013-07-16	高橋博之「東北食べる通信」開始	アクション
2013-08-30	大月ヒロ子、中台澄之他：著『クリエイティブリユース—廃材と循環するモノ・コト・ヒト』	書籍
2013-09-10	寛裕介：著『ソーシャルデザイン実践ガイド 地域の課題を解決する7つのステップ』	書籍
2013-09-26	鈴木菜央：著『「ほしい未来」は自分の手でつくる』』	書籍
2013-10-01	グリーンズ・日本仕事百貨「リトルトーキョー(虎ノ門)」開設	メディア
2013-10-22	横尾俊成他：著『「社会を変える」のははじめかた 僕らがほしい未来を手にする6つの方法』	書籍
2013-10-4	永田宏和「EARTH MANUAL PROJECT展」開催	イベント
2013-11	岩佐十良「里山十帖」開業(正式開業は2014年5月)	メディア
2013-11-20	横石崇「TOKYO WORK DESIGN WEEK」開始	プロジェクト
2014-01-20	デザインハブ「JAGDAやさしいハンカチ展 part3 被災地からのことばのハンカチ展」開催	イベント
2014-03-01	山名清隆他「ミズベリング・プロジェクト」開始	プロジェクト
2014-03-06	篠原匡：著『神山プロジェクト 未来の働き方を実験する』	書籍
2014-03-07	永井一史、福島治、並河進：著(電子版)『ソーシャルデザインの広め方』	書籍
2014-03-11	並河進「Search for 3.11 検索は応援になる」開始	プロジェクト
2014-03-12	並河進：著『Communication Shift「モノを売る」から「社会をよくする」コミュニケーションへ』	書籍
2014-04	山崎亮・東北芸術工科大学「コミュニティデザイン学科」開設	教育
2014-04	東京工科大学大学院メディアサイエンス専攻「ソーシャルデザイン」開講	教育
2014-04-01	ジュリア・カセム 他：著『インクルーシブデザイン 社会の課題を解決する参加型デザイン』	書籍
2014-05-08	日本創生会議・人口減少問題検討分科会「ストップ少子化・地方元気戦略」を提言	アクション
2014-05-12	村田智明：著『「ソーシャルデザイン」の教科書』	書籍
2014-05-28	全国の自治体首長による「ソーシャルデザイン推進会議」発足	組織



「チーム・マイナス6%」
(2005年－2009年)



シブヤ大学

「シブヤ大学」
(2007年グッドデザイン賞受賞)

提唱しました。倫理的観点から、企業は事業活動を通じて社会に貢献する責任を持つことを、日本のそうそうたる大企業1000社を擁する組織体が、正面から投げかけたのです。欧米では1990年代後半から問われていたことが、グローバリゼーションの波に乗り、日本にも押し寄せてきたと言えます。

企業は利益を追求するだけではアウトで、環境問題や人権問題など、さまざまな社会的な責任を果たすべくと、経営層に突きつけたのです。環境報告書に加えて、CSR報告書の作成が求められ、そのためにどんな活動をすべきか、慣れていない多くの企業は戸惑った状態だったように思います。

それはそうでしょう。社会的問題の対応は、役所など「公」が担うものと認識されていたことが、NPOや財団法人などの「中間」法人が担うケースが少し増えてきたところに、さらに、半ば門外漢とされていた「民」である企業体にも降り掛

かってきたわけですから。しかしながら、経団連の提唱は、大きな状況の変化と言えますし、私たちの価値基準にも影響を与えていきます。

その後、「CSRに真剣に取り組んでいるか」を、重要な判断基準として投資する人が増えたり、SRI（社会的責任投資）という投資方法が普及するなど、波及効果は大きくなっていました。近年共感を集める「鎌倉投信」や「ひふみ投信（2016年グッドデザイン賞受賞）」なども、この流れの延長にあるものです。

『BRUTUS』の編集者であった、小黒一三さんが『ソトコト』を創刊したのは1999年です。当初は「環境ファッションマガジン」と名乗っていましたが『BRUTUS』的な特集が多く、2000年からスローフードやオーガニック、スローライフの特集を始めることで、独自のステイタスを持つ媒体になっていきました。特に、2004年から2008年までは「ロハス」を積極的に提唱し、ブームを先導していきました。

その後は、環境問題やエネルギー、社会貢献方面に少しずつシフトし、2011年6月に編集長を指出一正さんにバトンタッチした以降は、一気にローカル、コミュニティなど「ソーシャル&エコマガジン」を謳う媒体に変わり、現在ではソーシャルを語る際に欠かすことのできないメディアになりました。

また、ソトコト編集部に在籍していた鈴木菜央さんは、前述のシキタ純さんからサステナビリティをテーマにしたウェブメディアを一緒につくりなかつた誘われ、兼松佳宏さんらと一緒に2006年にスタートしたのがグリーンズです。

グリーンズに関しては、後述します。

クトルピズによる既成概念の転変

2005年の春は、特に環境問題に関してエポックな事象が2つ生まれました。

一つは、「愛知万博」の開催です。1970年の大阪万博以来となる総合的なテーマを掲げた国際博覧会で、「自然の叡智」をメインテーマに半年間、愛知県で開催されました。

会期中、エコロジー関係を始め、ソーシャル系のクリエイターも講演や、この頃から一般化してきた「ワークショップ」などに多数参画しました。マイケル・リントンさんも来日し、西部忠さんらと「地域通貨サミット」を万博会場で開催したという記録が残っています。

モリゾーとキッコロという、優れたキャラクターデザインの効果もあり、親しみと共感を集めた博覧会になりました。この頃からなのでしょうか、小中学校での環境教育がしっかりなされるようになり、ゴミの分別やリサイクルは「当たり前」になるなど、前の世代とは違う環境リテラシーを持つ若い人たちが増え、そして徐々にそうした層が多数派を占める社会に日本も変わっていきま

た。

もう一つのエポックは、愛知万博の1ヶ月後に始まった「**チーム・マイナス6%**」です。

先に触れた1997年に採択された京都議定書は、2005年に発効となり、地球温暖化を抑制するため、温室効果ガスの排出量を1990年に比べ6%削減することが目標として義務付けられ

▼▼▼「平成」の終焉とともに、「成熟期」へ	日 時	イ ベ ント	種 別
	2014-06-02	原研哉：著『みつばち鈴木先生 ローカルデザインと人のつながり』	書籍
	2014-07-05	『ソトコト』特集：うつくしいソーシャル・デザイン	メディア
	2014-08-22	増田寛也：著『地方消滅 東京一極集中が招く人口急減』	書籍
	2014-11	須藤シンジ「超福祉展」開始	イベント
	2014-11-15	五十嵐太郎、山崎亮：著『3.11以後の建築：社会と建築家の新しい関係』	書籍
	2014-11-26	公文俊平、大橋正和：著『情報社会のソーシャルデザイン 情報社会学概論II』	書籍
	2014-12-01	コニカミノルタ「ソーシャルデザインアワード」開始	イベント
	2014-12-13	d47 MUSEUM「P to P STORE Problem to Product Exhibition Store -47都道府県の地域問題から生まれた製品-」	イベント
	2015-03-11	藤沢烈：著『社会のために働く 未来の仕事とリーダーが生まれる現場』	書籍
	2015-04	田中美帆・多摩美術大学統合デザイン学科「ソーシャル・デザイン論」開講	教育
	2015-04-01	永井一史、柴田文江グッドデザイン賞に「フォーカス・イシュー」新設	アクション
	2015-04-22	今一生：著『よのなかを変える技術 14歳からのソーシャルデザイン入門』	書籍
	2015-04-26	長谷部健「渋谷区長選」当選	アクション
	2015-05-22	岩佐十良：著『里山を創生する「デザインの思考」』	書籍
	2015-06-02	寛裕介：著『人口減少×デザイン 地域と日本の大問題を、データとデザイン思考で考える。』	書籍
	2015-09	…………… SDGs国連総会採択	
	2015-09-01	榊良祐、太刀川英輔他「東京防災」発行	メディア
	2015-09-01	伊藤香織、紫牟田伸子他：著『シビックプライド2【国内編】都市と市民のかかわりをデザインする』	書籍
	2015-10-14	シンシア・スミス 他：著『世界を変えるデザイン2 スラムに学ぶ生活空間のイノベーション』	書籍
	2015-10-17	泉英明他：著『都市を変える水辺アクション 実践ガイド』	書籍
	2015-11-25	アンソニー・ダン他：著『スベキュラティヴ・デザイン 問題解決から、問題提起へ。』	書籍
	2016-02-18	デザインハブ「地域×デザイン-まちを編みなおす20のプロジェクト-」開催	イベント
	2016-02-25	江口晋太郎他：著『日本のシビックエコノミー 私たちが小さな経済を生み出す方法』	書籍
	2016-03	早稲田大学先端社会科学研究所「ソーシャルデザイン研究部門」開設	教育
	2016-03-31	玉村雅敏、小島敏明：著『東川スタイル 人口8000人のまちが共創する未来の価値基準』	書籍
	2016-04	九州産業大学芸術学部「ソーシャルデザイン学科」開講	教育
	2016-04	東京理科大学工学部情報工学科「ソーシャルデザイン系」開講	教育
	2016-04	高知工業高等専門学校「ソーシャルデザイン工学科」開講	教育
	2016-04	兼松佳宏・京都精華大学人文学部「ソーシャルデザイン・プログラム」開始	教育
	2016-04	ナカムラケンタ「リトルトーキョー」清澄白河に開設	メディア
	2016-04-06	寛裕介他：著『みんなでつくる総合計画：高知県佐川町流ソーシャルデザイン』	書籍
	2016-04-16	…………… 熊本地震発生	
	2016-04-23	山崎亮：著『コミュニティデザインの源流 イギリス篇』	書籍
	2016-06-23	…………… 英国EU脱退決定	
	2016-07	日経ビジネススクール「ソーシャルデザイン集中講座」開講	教育
	2016-07	大阪府立江之子島文化芸術創造センター「ソーシャルデザイン入門コース」開講	教育
	2016-09-27	グリーンズ：著『ソーシャルデザイン白書2016』	書籍
	2016-11-16	山崎亮：著『縮充する日本「参加」が創り出す人口減少社会の希望』	書籍
	2017-01-20	…………… トランプ米国大統領就任	
	2017-02-03	デザインハブ「地域×デザイン2017 -まちが魅えるプロジェクト-」開催	イベント
	2017-03-23	松本理寿輝：著『まちの保育園を知っていますか』	書籍
	2017-04	大阪大学COデザインセンター「ソーシャルデザイン」開講	教育
	2017-04	拓殖大学工学部デザイン学科「ソーシャルデザイン論」開講	教育
	2017-08-03	d47 MUSEUM「NIPPONの47人 2017 これからの暮らしかた - Off-Grid Life -」開催	イベント
	2017-08-04	永井一史「FUTURE+DESIGN」発足	プロジェクト
	2017-09-11	日本MO T振興協会「ソーシャル・デザイン委員会」開設	組織
	2017-12-06	田中元子：著『マイバブリックとグランドレベル 今日からはじめるまちづくり』	書籍
	2018-02-21	Think the Earth セミナー&サロン第35回 田中美帆「ソーシャルデザイン論」開催	イベント
	2018-02-23	デザインハブ「地域×デザイン 2018 -まちとまちをつなぐプロジェクト-」開催	イベント
	2018-03-16	デザインハブ「JAGDAつながりの展覧会 Part 1 マスキングテープ」開催	イベント
	2018-04	日本デザイナー学院「ソーシャルデザイン科」開講	イベント
	2018-04-02	長谷部健他「渋谷未来デザイン：Future Design Shibuya」発足	教育
	2018-04-29	磯村歩、福島治「FUKUFUKU+」開始	組織
	2018-06-10	立教大学 講演会「アート/ソーシャルデザイン/NPO」	アクション
	2018-06-25	issue+design 10周年記念展「SYNERGY」開催	イベント
	2018-09-03	兼松佳宏「空海とソーシャルデザイン」開講	イベント
	2018-09-17	林千晶他「SOCIAL INNOVATION WEEK SHIBUYA」で「ソーシャルデザインの本質」出演	イベント
	2018-09-19	グリーンズ「秋田・ソーシャルデザインの学校」開講	イベント
	2018-10-19	今中博之：著『社会を希望で満たす働きかた ソーシャルデザインという仕事』	教育
	2018-10-31	2018年グッドデザイン大賞に「おてらおやつクラブ」に決定	アクション
	2018-11-10	西部忠、池田正昭他「グッドマネーラボ」発足	書籍
	2018-11-25	デザインハブ・グリーンズ「企(たくらむ)展」開催	イベント

ました。

この普及啓発を目的として、国民的運動として立ち上がったのが、「チーム・マイナス6%」です。その一つの実行策が「クールビズ」で、環境省が中心となり服の軽装化キャンペーンを始めました。

その時の環境大臣は自民党の小池百合子さんで、ネクタイや上着を着用しなくてもビジネス上、礼儀に反しないという、私たちの「既成概念の転変」を国が国民に下し、私たちはすんなりと抵抗なく受け入れました。これはよく考えると、前代未聞のことだと思っています。

愛知万博の親近感、チーム・マイナス6%やクールビズというネーミングの巧みさ、(この頃の)小池さんのキャラクター、業界団体の揃った足並みなどが相まって、このソーシャルムーブメントは、歴史に残るほどの成果をもたらしたと思っています(温室効果ガス排出量が本当に削減したかは置いておいて)。

今年の夏のような異常な暑さでも、この「クールビズ」がなかったら、多くのサラリーマンがネクタイを締め、スーツを着ていたと思うと、背中に大汗をかきませんでしょうか。

実は「チーム・マイナス6%」は、プランニングから実施運営に至るまで、最初の3年間は博報堂が全面的に環境省から受託していたので、多くのクリエイターが裏側で参画していたはずです。当時、応札した際の企画書がウェブで公開されていたのですが、とても高度に練り上げたものでありながら、嫌味のないスマートさがあるなど、「ムーブメント創出の企画書」として秀逸だと感心しました。

た記憶があります。

ただし、まだクールビズも、2005年当時はデザインという定義には入っておらず、「ソーシャルデザイン」と呼ぶ人はいませんでした。もう少し時間が必要でした。

新しいまちづくりの手法「シブヤ大学」

先にも触れた「グリーンバード」の長谷部健さんは、もう一つ、とても重要なソーシャルプロジェクトの発案者です。

区議を務めていた2005年に、渋谷全域を大きなキャンパスと見立て、生涯教育プログラムの場とする「**シブヤ大学**」構想を立案しました。渋谷のヒト・モノ・コトを再発掘して編集する、新しい「まちづくり」の手法で、当然のことながら正規の大学ではありません。

そして、グリーンバードの副代表でした左京泰明さんに実行を任せ、2006年9月にシブヤ大学は開校しました。左京さんは学長となり、最初の講座は明治神宮をキャンパスとして、ad-hocの小林武史さん、『五体不満足』の著者乙武洋匡さんらが先生でした。

シブヤ大学のモデルは、他の地域でも応用がきくため、「姉妹校」が各地に誕生し、現在では札幌、名古屋、京都、福岡など8地域にのぼっています。

長谷部さんも左京さんも、発足時からクリエイティブの重要性を認識していて、ビジュアルコミュニケーションは箭内道彦さんや寄藤文平さんなどプロに全面的に依頼しました。またグッドデザ

イン賞にも「地域密着型の新しい教育のカタチ」として応募し、2007年に見事受賞されます。

また、シブヤ大学には、その後ソーシャル系の分野で活動する多くのクリエイターが関係していきます。設立者でもあるASOBYの伊藤剛さん、近藤ナオさんを始め、2008年に「日本仕事百貨」や「リトルトーキョー」を立ち上げたナカムラケンタさんは、「シブヤ大学しごと課」ディレクターをしていました。

ソトシヤルビジネスと「不都合な真実」とSNS

私たち日本人が特別なかはわかりませんが、ノーベル賞は誰もが気にするものです。

2006年12月に発表されたノーベル平和賞に、バン格拉デシュの経済学者ムハマド・ユヌスさんが、グラミン銀行とともに受賞したニュースに驚いた人が多かったように思います。一般にはほとんど知られていなかったからです。ユヌスさんのことも、グラミン銀行の名前も、そしてマイクロクレジットというシステムも、当時の私たちの多くは情報をもちあわせてはいませんでした。しかしながら、この受賞によって、広く知れ渡った言葉があります。「ソーシャルビジネス」と「社会起業家」の2つです。

ご存知のように、利益の最大化を目指すビジネスではなく、人々や社会を脅かす貧困や教育、健康、環境といった問題を解決することを目的とするビジネスのことを「ソーシャルビジネス」、その実践者を「社会起業家」といいます。また、「社会的企業(ソーシャルエンタープライズ)」とい

った言葉もこの頃から表出してきました。

また、2007年の年明けには、アメリカの元副大統領アル・ゴアさんが出演する映画「不都合な真実」が、日本でも公開されました。地球温暖化についての啓発活動を、ライフワーク的に行っていた模様をドキュメント映画にしたもので、アカデミー賞を受賞します。

日本でも六本木の映画館で1年以上ロングラン上映されるなど話題となり、その後のDVD発売とあわせ、多くの人がこの映画を目撃しました。さらに、ユヌスさんに続き翌年、環境問題に貢献したとして、ゴアさんにノーベル平和賞が授与されます。

ユヌスさんとゴアさんの2人がノーベル平和賞授与という、バリエーの高い情報を後ろ盾として、「ソーシャル」という概念が、ノーブルな香りを漂わせながら、少しずつ日本人が使う一般用語として顕在化してきました。このニュアンスはその後、「ソーシャルデザイン」にも引き継がれていきます。

さらに、世間的にも、ちょうど2006年から2007年にかけて、mixi（ミクシイ）がブームとなり、「ソーシャルメディア」「ソーシャル・ネットワーク・サービス（SNS）」という用語が、ごく普通に使われ始めます。

「ソーシャルイノベーションデザイン」

このように「ソーシャル○○」という表現だけを順に追いますと、最初は「ソーシャルクリエイティブ」や「ソーシャルアクション」がありまし

たが、ごく一部の領域にとどまっていました。次に「コーポレートソーシャルレスポンスビリティ（CSR）」で少し知名度が上がり、「ソーシャルビジネス」がヒットし、「ソーシャルメディア」で、完全にメジャーになったと言えます。

そして、「ソーシャルデザイン」誕生の直前に登場したのが、「ソーシャルイノベーション」です。トップバッターとして飄々と登場したのが、紺野登さんが2007年12月に日立製作所のデザイン本部の創立50年を記念し、活動の歩みを書籍化した『ソーシャルイノベーションデザイン 日立デザインの挑戦』です。

ここでは紺野さんが用いた、タイトルにある「ソーシャルイノベーションデザイン」という表現に留意したいと思います。「ソーシャル」「イノベーション」「デザイン」の3語を意図的に並行に並べ、「より良い社会を創る会社」である日立を、そしてその担い手がデザイン本部であることを描こうとしました。

これ以降、現在に至るまで、「ソーシャルイノベーション」は、ビジネス界において不動の4番打者のような存在となつていきますが、3語連なる「ソーシャルイノベーションデザイン」という表現は他では目にするのではなく、「ソーシャルイノベーション」と「ソーシャルデザイン」に分岐し各々進展していきます。

「Yes, we can」を経て、鳩山内閣へ

2007年、2008年になると、さらにさまざまなプレイヤーが登場します。

しかしながら、時代の地殻プレートは更に大きく動きます。「Yes we can（私たちには出来る）」のメッセージとともに、その2ヶ月後にアメリカ大統領選でオバマ氏の大統領当選が確定し、翌2009年1月に就任します。今から振り返ってみると、2008年夏から2009年は時代の大きな節目になっていました。

日本においても、因果関係はわかりませんが「変化への希求」が要因かと思いますが、2009年8月の衆議院議員総選挙において、非自民として1994年の羽田内閣以来15年ぶりとなる鳩山内閣が発足します。

「ソーシャルデザイン」命名の経緯

こうした大きな波が打ち寄せるなかで、ようやく2009年に「ソーシャルデザイン」が確立します。具体的な経緯についてご説明していきます。

日米の交流機関として、ニューヨークに拠点を置き、経済や文化、そして時事問題など二国間の相互理解と友好のために、100年以上にわたり活動を続けている非営利団体「ジャパン・ソサエティ」と、私が所属する日本デザイン振興会との共同プロジェクトが2008年から始まりまし

た。ジャパン・ソサエティが注力していたのが「日米イノベーションズネットワーク」プログラムで、ビジネスやデザイン、アート、市民社会の分野で活躍しているキーパーソンを集め、コミュニケーションをはかり、日米両国が直面する問題の解決策に

博報堂のデザイン会社「HAKUHODO DESIGN」代表の永井一史さんは、社会課題の解決に向けて「広義のデザイン」の持つ可能性の研究と実践をするために、博報堂内に横断的なチーム「hakuhodo + design project」を2007年に発足させ、2009年からは日本ユニセフ協会と共に「TAP PROJECT」などをスタートされます。

また、横断チームは、寛裕介さんと山崎亮さんらが中心となる「issue + design」らの設立につながっています。「issue + design」は、神戸市デザイン都市推進室と博報堂が推進する市民参加型プロジェクトで、最初のテーマは「震災」でした。

寛さんは、社会学部を卒業され、博報堂に入社され、マーケティングやブランディング業務に就いていましたが、9・11のテロをNYで偶然目撃したことがきっかけで、「社会課題（イシュー）を解決するためのデザイン」の研究をするために、東京大学の都市工学専攻に入られます。

この頃は、洞爺湖サミットの開催などがあり、社会問題に一段と注目が集まってきた時期と重なり、「issue + design」が掲げた「社会の課題に、市民の創造力を。」は、強いメッセージ性をもって時代とシンクロしていき、ソーシャルデザインのセンターに常に位置して이었습니다。

なお、今年「issue + design」は10周年を迎え、記念する展示会「SYNERGY」を東京と神戸で開催し、2019年1月20日までは名古屋で開催しています。

広報企画プロデュース会社スコップの山名清隆さんは、真田武幸さんとともに「日本愛妻家協

ついて共に考え、よりよい未来を築くことを主眼としたものでした。

そのため、両国で当時、浮上しつつあった「デザインの社会性」を主題とすることにして、企画を進めていきました。デザイナーは社会とどういう関係を持つべきか。デザイナーのクリエイティビティは今後何を生み出すべきなのか。そして「社会をデザインする」とは一体どういうことなのかなのです。

テーマや企画骨子は見えてきたのですが、私の頭を悩ませたのは、それを一言で包含する言葉を持ち合わせていなかったことです。上述のような動きを身近で感じていたのですが、言葉による定義はできていませんでした。

悩んでいるうちに、2006年秋頃に、D&DEPARTMENTで行われた企画展のオープニングで、編集者でThink the Earthのメンバーでもある方と一緒する機会があり、ソーシャル系の表現について話し合ったことを思い出しました。いくつかのワードを行き交わせていくうちに、「ソーシャルデザイン」という表現が、汎用性があつてわかりやすいかもしれないと、雑談をしたことがあったのです

その後SNSが一般化したため、「ソーシャル」という表現が、ポピュラリティを得てきました。そして、公と民の関係性や、社会に対する私たちの認識や意識の変容があり、「ソーシャルデザイン」とシンプルに言い切った表現を、今こそ前面に出すべきと考えました。

2006年当時、ウェブで調べると、当然『広告』の「future social design」はありましたが、

人を動かすあらゆるものがデザインの対象になる。

他にヒットしたのは2件だけだった記憶があります。一つは早田吉伸さんが、慶應大学に「ソーシャルデザインセンター」をつくられる前に、ソーシャルデザインを名乗ったプロジェクトを始めていたことです。

もう一つが、神戸の通信販売企業のフェリシモが、ユネスコと共催して2006年から展開していた「ソーシャルデザインネットワーク・DESIGN 21」です。「Better design for the greater good」とソーシャルデザインを定義し、世界中のデザイナーに対して、環境や教育などのグローバルの課題に対するソリューションを、ウェブで募集するというバイオニア的なプロジェクトでした。

そして、相談した編集者の意見もあってか、「Think the Earthのオンラインショップは、2006年11月から「ソーシャル・デザイン・マーケット」の名称に改称されました。

「ソーシャルデザイン」の確立

イベントのタイトルに「ソーシャルデザイン」を用いたいと、アメリカサイドに聞くと、「そうした表現はアメリカにはない」「ソーシャルインパクトの方が適切だ」などと合意は得られなかったのですが、日本でのプログラムなので敢えて用いることにしました。これが2009年2月にジ

れて、前述した水谷孝次さん、山名清隆さんの他、佐藤可士和さんや中村勇吾さんらの事務所を訪問するなど、日米のデザインの交流をはかりました。

「ソーシャルデザイン」の確立

「せっかくの機会なのだから、フォーラムには次の世代に参加してもらうべき」と上田さんからアドバイスをいただき、グリーンズの鈴木菜央さんや兼松佳宏さんにも参画してもらい、グリーンズの拠点にも、「GOOD」と「IDEO」の3人を案内しました。また今でも検索すると見つかりますが、フォーラムの記録映像とドキュメント作成を、グリーンズに制作してもらいました。



パブリックフォーラム「Social Design」(2009年2月)

ヤパン・ソサエティと東京ミッドタウン・デザインハブで開催したパブリックフォーラム「**Social Design**」で、副題を「Design + Community + Social Impact」としました。

フォーラムのためにアメリカからは、当時、先駆的なコンセプトと先端的なクリエイティブで注目されていたメディア『GOOD』の共同設立者のマックス・シヨアさんと、ケーシー・カプロウさんの2人。また、デザインファーム「IDEO」のエクスペリエンス部門のリーダー、ヴァレリー・ケーシーさんの3名が来日しました。

『GOOD』の2人は、「Design to Social Design to Design (ソーシャルデザインがこれからのデザインにおいて当たり前になってくる)」といったメッセージや、オープンなコミュニケーションが求められている状況について、また、複雑な社会問題の理解には「インフォグラフィック」の手法が、



「ソーシャルデザインネットワーク：DESIGN21」
(2007年グッドデザイン賞受賞)

フォーラム閉会后、兼松さんから「グリーンズがやっていることは『ソーシャルデザイン』と呼ばれるのですね。これからそう表現します」と言われました。実際にグリーンズは、その後、ソーシャルデザインを積極的に使うようになり、そして2012年の初著に『ソーシャルデザイン』と書籍名に掲げ、幅広い支持と市民権を得るなど、ソーシャルデザインを牽引していきます。

私たちが頭の中ではんやりと描く共同幻想的なことに、明確な「言葉」が与えられると、輪郭がはつきりし、そして「定義」となり、社会に定着していきます。こうして日本では2009年2月に「ソーシャルデザイン」が確立し、それまでであったいくつかの小さな水の流れが合流し、より大きな水量となり、全国の水路に広がっていきま

した。兼松さんは、その後もケーシー・カプロウさんと交流を持ち、グリーンズの2冊目の書籍『日本をソーシャルデザインする』に、インタビュー記事掲載しています。また、「デザイナーズ・アコード」に共感され、2010年3月には「Designers Accord Tokyo Town Hall」を、林千晶さん、太刀川英輔さん、田中浩也さんらをゲストに招き、こちらもデザインハブで開催しました。

また『GOOD』の影響もあり、その後インフォグラフィックに注目が集まり、特に政策関連、社会問題の分野で急浮上します。経済産業省は「インフォグラフィックス共有プロジェクト・ツタゲラ」を2011年秋から開始し、デザインハブで原研哉さん、林千晶さん、西村佳哲さんらが出演するカンファレンスが催されました。

有効性が高いことなどをプレゼンテーションしました。

「IDEO」はこの段階で既に「デザイン思考」を掲げていましたが、ヴァレリーさんは「仕事の3分の1はソーシャルに関する案件」であるなど刺激的な説明をされました。さらに、デザイナーや教育者、ビジネスリーダーが、環境と社会により良い影響をもたらすためのグローバルな連合体「デザイナーズ・アコード」を2007年7月に立ち上げたことも説明しました。

日本からは、本稿で既に紹介した、池田正昭さん、上田壮一さん、永井一史さんに出演を依頼し、自身の活動紹介とともに、アメリカの3名とディスカッションをしていただきました。特に池田さんがプレゼンテーションされた坂本龍一さんやジョナサン・バーンブルックさん、地域通貨などの説明を含む、ソーシャルデザイン黎明期の説明内容を、そのままぞっているのが本稿であることをここで明らかにしておきます。

また、このフォーラムの開催にあわせて、筆者はその当時までのソーシャルデザインの動きを簡単なマップにまとめ、CC(クリエイティブ・コモンズ)でウェブで公開しました。また、雑誌『広告』の新編集長に永井さんがこの頃から就任され、リニューアルされた最初の2009年4月号でそのマップを掲載していただきました。

さらにフォーラムだけでなく来日した3人を連

新政権による「新しい公共」

ジャパン・ソサエティのプログラムの一環で、筆者は2009年3月に視察でニューヨークへ渡航しました。その際に肌で感じたのは、オバマ旋風の熱量でした。特にクリエイティブやネット関係者の支持の高さに驚きました。フェイスブックやツイッターなどのソーシャルメディアを初めて活用して、若いボランティアが草の根運動を盛り上げ、オバマ旋風は全米に巻き起こり当選に至ったと言われていますが、まさにその渦の中にいるような感じがしました。

また、フェリシモの「DESIGN 21」のディレクターであったスミス治子さんを訪問することができました。「DESIGN 21」の前進は、1995年からユネスコ本部と共催で若手デザイナー育成を目的とするデザインコンペであったこと、2006年からウェブに移行しプラットフォーム化を図り、3万人以上の社会的な志を持つデザイナーが集まっていること、さらにムハマド・ユヌスさんと共同プロジェクトを開始する予定があることなど、日本の一歩先を行くソーシャルデザインの実情を教えてもらいました。

オバマ旋風のうねりもあってか、前述したように2009年8月に鳩山内閣が発足し、新政権はさまざまなトライを行います。劇作家の平田オリザさんが内閣官房政策参与となり、スピーチライター的な役割を担ったり、電通のコミュニケーションディレクター佐藤尚之さんも参与となり、ソーシャルネット施策に参画しました。

また、平田オリザさんの投げかけと言われている『「新しい公共」円卓会議』が発足しました。メンバーには、市村良三さん（長野県小布施町長）、井上英之さん（慶應義塾大学特別招聘准教授）、佐野章二さん（ビッグイシュー日本代表）など、現在でもソーシャルイノベーションや地域創生のキーパーソンが参加しています。

円卓会議のレポートを改めて目を通しますと、官が独占していた領域を「公（おおやけ）」に開き、ともに支え合う仕組みを構築することを目的としたもので、NPOが活動をしやすいするための制度設計、ソーシャルベンチャーの育成、ソーシャルビジネスの支援、ソーシャルイノベーションの必要性、ソーシャルキャピタルの構築など、「ソーシャル」表現が満載なのがわかります。

そして、菅内閣が2010年6月に閣議決定した「新成長戦略」の中に「新しい公共」がうたわれ、そうした「ソーシャル用語」が一気に社会に浸透していきます。ソーシャルデザインはまだ出てきませんが、「新しい公共」という概念自体は、今考えてもとてもタイムリーで、こうして「ソーシャル〇〇」が市民権を得て、それ以降ニュースの見出しに普通に使われる状況になりました。

『世界を変えるデザイン』の衝撃

こうした中、2009年秋に状況をさらに変える一冊の本が日本で出版されます。

デザインとデザイン史で有名なニューヨークにあるクーパー・ヒューイット国立デザイン博物館で、2007年5月に開催されていた「Design

for the Other 90%（残りの90%のためのデザイン）」の記録を、日本語でまとめた書『世界を変えるデザイン』です。

出版元の英治出版の情報をそのまま引用します。

「世界の90%の人々は、私たちにとっては当たり前の商品やサービスにほとんど縁がない。その半分は、食糧や水、住居さえ満足に得られない。この90%の人々の生活を良くするには、何が必要なのだろう。思いだけでは変わらない。お金だけでも変わらない。実際にライフスタイルを変えられる、具体的な『もの』が必要なのだ。そのような『もの』をつくる上で、『デザイン』の役割は欠かせない。」

「デザイン」という言葉が持つ意義を考えるうえで、この展覧会と本は、大きなインパクトを日本にも与えました。デザイナーだけでなく、デザイナーでない人に対して、という意味においても。そして、ソーシャルデザインを決定づけることにもなりました。

日本語の監訳をしたのが、当時日本総合研究所ヨーロッパに在籍されていた槌屋詩野さんです。本の内容とともに、この方に会ってみたいと思いい、私は奥付に書かれていた槌屋さんのアドレスにメールをしました。

槌屋さんは、社会的責任投資やBOP (the Base of the Pyramid: 貧困層市場) の企業行動や政策に関する研究をされていた方ですが、日本でもBOPに関する情報が話題となり、少しずつメディアでも取り上げ始めていた時期でした。

お会いして、この本とBOP、そして槌屋さん

いきます。こうして『世界を変えるデザイン』の書籍と展示によって、ソーシャルデザインは、クッキリした輪郭と肌触りのあるリアリティを獲得し、社会に定着していきました。同時にデザインの定義自体も「再定義」されたとと言えるかもしれません。

GDP転落と東日本大震災

2011年初頭における社会的事象の一つは、日本の国内総生産（GDP）2位の座を、初めて中国に譲り渡し、3位に後退するというものでした。中国の国土や人口規模からいって当然のことではありますが、日本人の多くは自負心に痛手を受けたように思います。慢心だったこともあるの



「世界を変えるデザイン展」
(2010年5月)



「東京防災」
(2016年グッドデザイン
金賞受賞)

をさまざまなデザイン関係者に知ってもらうために、2009年の年末にデザインハブで「BOP 層向け製品&ビジネス開発ラウンドテーブル」を開催しました。会場にはNHKの撮影クルーが入るなど、小規模な会でしたが非常に熱量の高い場になりました。この時にサポートしてくれたのは、翌年5月に日本で「世界を変えるデザイン展」を開くことになる「グランマ」のメンバーでした。

なお、槌屋さんはその後、起業されソーシャルスタートアップのコミュニティ「Impact HUB Tokyo」を設立されます。

BOP、エシカル、ソーシャル男子

BOPと同時期、ファッション業界で最初に使われていた「エシカル」という表現も、この頃から一般的になってきました。「エシカル消費」「エシカルライフ」「エシカルインベストメント」など、ソーシャルとはほぼ同じような意味で使用されていきます。その後2015年からは消費者庁が、エシカル消費の普及啓蒙活動を行うことにもつながっていきます。

そして、BOPがブームを迎える中、2010年5月にデザインハブと同じく六本木にあるデザイン拠点AXISの二会場で、「世界を変えるデザイン展」が開催されます。オーガナイズはグランマで、代表の本村拓人さんが中心となり実現させた企画でした。クーパー・ヒューイットの巡回展ではなく、新たに世界中から見出してきた約80点のプロダクトデザインやプロジェクトを紹介しました。

でしょうが。

そうしたなかで起きてしまったのが、3月11日の東日本大震災です。地震、津波、そして原子力発電所事故による未曾有の災害は、日本全体、日本人全員を大きく揺り動かしました。

デザインの領域も、全体としてはフリーズ状態が暫く続きましたが、その中から新しい担い手が現れてきます。

ソーシャルデザイン分野ですと、身の回りにあるものを使い、生きる知恵や工夫を集めたウェブサイト「OLIVE」を、震災発生40時間後に立ち上げたのが太刀川英輔（MOSCHER）さんです。太刀川さんが以前から提唱していた「オープンソースのプラットフォーム」を、ソーシャルデザインのジャンルで実装した意欲的なプロジェクトで、大きな反響を呼びました。「OLIVE」はその後、「東京防災」へと繋がっていきます。

また、3月29日には、日本で初めての「クラウドファンディング」が始動しました。米良はるかさんによる「Readyfor」です。クラウドファンディングは、現在ではもはやプロジェクトの始動時におけるデフォルトのように定着しましたが、Readyforはスタートの段階から、社会課題とクリエイティブの両面を軸として、ソーシャルデザイン関連のプロジェクトの社会実装に、大きな貢献を果たしています。

他にも震災は、数多くのデザイナーや建築家の意識を変え、行動を起こします。決して大仰なことではなく、自分の身なりに近いことであるのが一つの特徴です。ソーシャルデザインの代表的な方々をご紹介します。



「石巻工房」
(2012年グッドデザイン特別賞受賞)



「my home town わたしのマチオモイ帖」
(2013年グッドデザイン賞受賞)



「できますゼッケン」
(2011年グッドデザイン賞受賞)



「震災+ design」
(2010年グッドデザイン賞受賞)

建築家の芦沢啓治さんは、津波で被害を受けた宮城県石巻市の商店街で、ものづくりの場「**石巻工房**」を有志とともにスタートさせました。被災に伴う材料と技術の制約を、デザインの力で機能的な家具に昇華させ、今では世界中で知れ渡る日本家具ブランドになりました。

大阪在住のグラフィックデザイナー清水権行さんは、永井一史さんやオーガニックコットンの普及に尽力している社会起業家の渡邊智恵子さんらを招き、イベント「Social Propose クリエイターが社会に対してできること」や、大阪のクリエイティブ拠点メビック扇町の堂野智史さんらとともに「**my home town わたしのマチオモイ帖**」をオーガナイズしていきます。

同じく大阪でプロダクトを中心に広範囲なデザイン活動を行う村田智明さんは、2011年4月

に京都造形芸術大学大学院に「ソーシャルデザイン・インステイテュート」を開設し、所長に就任されます。また村田さんが中心となって、多くのソーシャルイシューをテーマとする「ソーシャルデザインカンファレンス2012」を開催し、この時の記録をベースに、書籍『ソーシャルデザイン』の教科書を2014年に執筆されます。村田さんと清水さんは、関西地区のソーシャルデザインの牽引者と言えるでしょう。

永井一史さんが中心となって発足したhakuhodo + designと、神戸市、studio-Lが共同して、ボランティアや被災者が「自分にできること」を宣言する「**できますゼッケン**」が、東北の被災地で実際に使用されました。

また、永井さんは、福島治さん、並河進さんの3人で、被災した子どもたちに笑顔を届ける「ユ

2005年に「studio-L」設立後、永井一史さんや寛裕介さんと「issue + design」の発足、地域創生の代表格である「**海士町における総合振興計画の策定**、ナガオカケンメイさんらと鹿児島

の百貨店「**マルヤガーデンズ**」再生の企画などで活躍され、震災後に時代の寵児として一気に表舞台に出てきました。

震災1ヶ月後に『コミュニティデザイン』を発売し、2ヶ月後に「情熱大陸」出演したのがきっかけですが、独特の風貌と巧みな話術もあります。が、何より社会全体で共振したのは「コミュニティデザイン」という名称と概念、さらに「ワークショップ」という手法ではなかったでしょうか。

その後も山崎さんは、続々と著作をだされたほか、メディアやイベントの出演、各種委員会や研

究会への招聘など、全国を行脚され、震災後の社会的課題を解決する導者として活動されます。山崎さんの登場によって、ソーシャルデザインに「コミュニティ」という新たなエッセンスが加わり、より「自分ごと」「地域ごと」に拡張していきま

ソーシャルデザインの定義

コミュニティデザインが引く手あまたな状況の中で、繰り返しになりますが、2012年にグリンズが『ソーシャルデザイン』を世に出し、ソーシャルデザインが社会化されます。同書にも山崎さんや井上英之さんらのインタビューが収録されています。また、同書は朝日出版社が版元です



「アーキエイド」
(2013年グッドデザイン賞受賞)



「海士町における総合振興計画の策定」
(2010年グッドデザイン賞受賞)



「マルヤガーデンズ」
(2010年グッドデザイン賞受賞)

が、編集者が菅付雅信さん、装丁がグルーヴィジョンズによる新シリーズで、本離れが進む中でのが鋭なアプローチであったことも付しておきます。

グリーンズは同書で、ソーシャルデザインを「社会的な課題の解決と同時に、新たな価値を創出する画期的な仕組みをつくること」と定義しています。一言でいうと「自分たちでより素敵な社会をつくる」とも。そして「自分ごと」「マイプロジェクト」という視座で提示したことが、ソーシャルデザインと私たち一人ひとりの距離のとり方を変えていったように思います。単純にいうと、「社会↓私たち」ではなく、「私たち↓社会」という図式に。

寛裕さんの定義は、「人間が持つ『創造』の力で、社会が抱える複雑な課題の解決に挑む活動」(『ソーシャルデザイン実践ガイド』。また福井崇人さんや並河進さんは、「個人の気づきを、社会をよくすることと結びつけること」としました(『希望をつくる仕事ソーシャルデザイン』)。

他にも定義をされた方は多数いますが、多少のニュアンスは違っても「社会的課題をデザインの力で解決し、より良い社会にしていくなこと」ということでは共通しています。

「社会課題」といっても漠然としていますが、震災を目の当たりにして、焦点がはっきりしました。デザイナーの一人ひとりが、直面する「社会課題」復興支援」にコミットしていきます。

逆に震災によって、自国のことで手がいっぱいになったのか、地理的に距離のあるアフリカなどの貧困層を対象にするBOPへの取り組み活動は



「放課後NPO」
(2008年グッドデザイン賞受賞)

地域を変えるデザイン

山崎亮さんは「コミュニティ」で、寛裕さんは「イシュー」で、研究および実践をしてきましたが、実際に解決すべき「現場」は「地域」にあることは明白で、二人とも徐々に地方に活動フィールドをシフトしていきます。

まず寛さんは、書籍『地域を変えるデザイン』を2011年11月に著し、年明けに記念セミナーをデザインハブで開催しました。これも筆者が企画したもので、グッドデザイン賞を受賞した島根県海士町の総合振興計画、放課後NPO、親子健

減少していきました。

書店でのソーシャルデザインフェア

ソーシャルデザインを別の意味合いで、世の中にインストールした人たちがいます。それは、出版業界です。

年表にはソーシャルデザインに関連する書籍を覚えている限り掲載していますが、『世界を変えるデザイン』や『なぜデザインが必要なのか』、寛裕さんの著作の多くが英治出版によるものです。同社は1999年の設立から、社会性のあるテーマに焦点をあてた書籍を中心にパブリッシュする特異の立ち位置の出版社です。

そして、2012年2月から紀伊國屋書店新宿南店で、約150タイトルを集めた「ソーシャルデザインフェア」が催事企画として展開されます。その後、英治出版と朝日出版社とが共同して、山崎亮さん、寛裕さん、兼松佳宏さんらの推薦書をもとにパッケージ企画にして、『デザイン』の力で、新しい未来をつくる!!」ソーシャルデザイン関連書フェア」を各地の主要書店で展開しました。

その後、春秋社、晶文社、羽鳥書店なども加わり、関連書籍を増やし、そして購買にも結びついたからだと思いますが、一部の書店で常設コーナーになっていきます。筆者が初めて遭遇したのは、今はなき渋谷バルコブックセンターで、正式なコーナーサインによって「ソーシャルデザイン」の表示を目にした時は大変驚きました。

デザイン系の出版社が加わってないこともあつ

康手帳らをケーススタディとして、デザインの可能性を地域の視点から考えるもので、2016年からデザインハブで展開する「地域×デザイン」の発端となったイベントです。

「地域」といえば、冒頭部と一部重複しますがナガオカケンメイさんが、誰よりも早く、自身のプロジェクトとして取り組んでいました。47都道府県ごとの旅行誌「d design travel」を2009年に創刊、2012年春には渋谷ヒカリエに「d47 MUSEUM」を開設するなど、地域文化や地域で営む人たちに根ざしたもののづくりにこそ、デザインの未来があるということを示唆してくれました。

地域と都会の価値はフラットで等価である、という視座はとても新鮮でした。特に3・11によって私たちは、自分たちの足元を否応なしに見つめ直すことになりました。その結果、自分が住んでいる町、生まれた土地、そしてこれから生きていく地域などについて、これまであまり深く考えていなかった、もしくは選択肢などないものと思っていたことが、自由で、もつと真剣に考えないといけない私たち一人ひとり「イシュー」であることに気がつきました。

当然、福島原発の問題が最も大きかったはずですが。東京の電力エネルギーが福島などに依存していた客観的事実を知ったこと。生鮮食品の放射能

てか、設置されたコーナーはデザインやアート系ではなく、人文や社会学、あるいはカルチャーの近くであったことも、対象者の多様性拡大という面で効果的であったように思います。

また、書店で常設コーナーとなるのは、「学術的」な意味合いにもなります。ソーシャルデザインに興味もなく知らない人でも、書店の中でコーナー表示を見れば、「へえ、そうしたテーマ(概念)が知らない間にできて、もう世の中の当たり前(一般解)になっているのか!」と認識するものです。こうなれば、他の出版社も追従していきます。雑誌やウェブでの特集にも伝播していきます。

そして同フェアは、名古屋大学、一橋大学、東京大学をはじめ、全国の大学の生協の書籍売り場でも展開されていきました。筆者の憶測ではありますが、書店と大学生協のこのフェアが、大学や専門学校で「ソーシャルデザイン」の名を付した学部・学科の新設増加に影響したのではないでしようか。

それ以前に、慶應義塾大学「ソーシャルデザインセンター」、京都造形芸術大学大学院「ソーシャルデザイン・インスティテュート」など既に先行者はいましたが、学生を集める立場から考えても、教育機関が「ソーシャルデザイン」を門構えに掲げるほど、このワードがトレンドになった証左であり、独自性発揮と他校との差別化に使われています。

なお、年表記載の特に教育関連の情報は、筆者の調査が不十分が原因で、数々の漏れや誤りもあるかもしれませんが。お気づき方はご指摘ください。

の問題もあります。さらに過疎化や少子化の問題なども重なり、Uターン・Iターン、二拠点生活などが、若い世代を中心に、ごく自然な振る舞いのようなものに意識が変わっていきます。

そうした世代に熱く支持された代表格がグリーンズで、2013年4月に発刊した2冊目『日本をソーシャルデザインする』を中心に、ムーブメントをより強力に推進させていきました。

また、岩手県議であった高橋博之さんが、2013年7月にNPO東北開墾を立ち上げ「東北食べる通信」を創刊します。「つくる人」と「食べる人」を体験を持って繋ぐメディアは、静かながら着実に共感の輪は全国に広がり、いまでは全国35地域で展開され、さらにその輪は、「2019年地域創生元年」の宣言をした台湾に飛び火して、既に4媒体を出すに至っています(2018年11月現在)。

そして、2013年11月に岩佐十良さんが「里山十帖」を開業(正式開業は2014年5月)されます。こちらも体験を提供するリアルメディアであり、ともに、2014年にグッドデザイン特別賞を受賞されます。

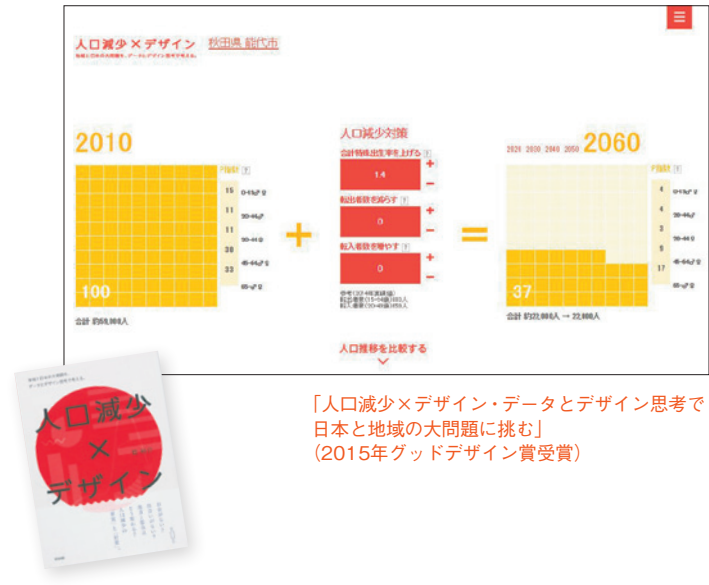
同じ頃、徳島県神山、兵庫県豊岡、北海道東川などの先進的な地域プロジェクトが広く注目を集めることになり、若い世代だけでなく、社会的な現象になっていきます。

社会的課題をデザインの力で解決し、より良い社会にしていくなことでは共通しています。

政策となったソーシャルデザイン

そうした中、2014年5月、行政関係者に大きなインパクトを与えたのが、日本創生会議・人口減少問題検討分科会（座長・増田寛也）による提言「ストップ少子化・地方元氣戦略」です。このままだと523の自治体が消滅の危機に直面するというショッキングな内容で、「地方消滅」の言葉と共に一気に拡散していきました。

同じ5月には、実態は把握していませんが、全国の市町村長有志による「全国首長連携交流会」が、内部に「ソーシャルデザイン推進会議」を発足させます。



めもあります。

当然、フォーカス・イシューはソーシャルデザインを主対象としますが、ソーシャルデザイン自身を次の次元に引き上げる機能も果たしました。そして、デザイン自体もここ数年で、デザインシンキング、ビジネスデザイン、デザイン経営など新たなストーリームをうみ続け、社会的価値を取り戻し、そしてイニシアチブをとりつつあります。2015年9月には国連サミットで「SDGs」が採択され、日本でも政府及び経団連を始めする大手企業群がこぞって追従する社会状況とも、フォーカス・イシューはリンクしています。

NPOがグッドデザイン大賞となる時代に

フォーカス・イシューを始めて4年目となる今年、60年余りのグッドデザイン賞で新たな歴史に

こうしてソーシャルデザインは、地方消滅の危機感の煽りを受け、その解決策の一つにも浮上し、行政の施策の主題にもなっていくます。さらに、2014年秋の第2次安倍内閣改造で「地方創生本部」が発足し、地域創生は突如大ブームになっていきます。ここでは、必然的に「ソーシャル」は前提条件となり、「デザイン」は必要条件になっていきます。

ソーシャルデザイン自体の社会的価値は確かに高まったのですが、施策や政策に祀り上げられたことで、同時に概念がぼやけ、せっかく描ききれそうにあった輪郭が崩れてしまったようにみえました。

このことは、ソーシャルデザインに限ったことではなく、ユニバーサルデザインもサステナブルデザインも、全くと言っていい程同じ道筋を歩んできました。

ユニバーサルデザインは高尚な概念提示で、おそらく日本で初めて「○○デザイン」として、新聞の見出しで使われたワードだと思いますが、その後、政策に取り込まれたことで価値が暴落したように思います。

サステナブルデザインも、同じように高潔なものとして、世に出て広がったのですが、ある時から、政治家や企業が自己のポジションの「持続可能」の意味で口にするようになり、言葉としての価値は凋落してしまいました。もしかしたら、「○○デザイン」は、同位相になるのかもしれない。

しかしながら、ソーシャルデザインのポテンシャルが下がったのではなく、デザインそのものの残る事象がおきました。グッドデザイン大賞に、「貧困問題解決に向けてのお寺の活動おてらおやつクラブ」が選出されたのです。正にソーシャルデザインであり、受賞者は「特定非営利活動法人おてらおやつクラブ」で、NPOが初めて大賞を勝ち得たのです（詳細は10ページをご覧ください）。

冒頭で触れたように、1998年にNPO法が日本で施行されたことで、市民による自由な社会貢献活動が法的に認められ、そして「非営利」という概念が市民権を得る契機となりました。グッドデザイン大賞は、その年のTOP1ではなく、その時代の「共感の象徴」を選ぶもので、そのために、同じく1998年のグッドデザイン賞の民営化以降の大賞選出は公開制を取り入れ、審査委員だけでなく、受賞デザイナーや市民を含め「みんなで選ぶ」スタイルに変えてきました。

これまでも、札幌の「モエレ沼公園（2002年）」、痛くない注射針「ナノパス（2005年）」、ホンダの「通行実績情報マップ（2011年）」、パナソナルモビリティ「WHILL（2015年）」など、ソーシャルの文脈にも符合するものが大賞に選ばれてきましたが、受賞者がNPOというケースはありませんでした。

デザインの主体者が、企業やデザイン事務所ではなく、非営利組織であったことは、デザインを巡る現況の一断面を如実に表出していますが、本原稿をここまでお読みいただいた方には、違和感はなく受けとめたのではないのでしょうか。

そして、今後、デザインの担い手はさらに多種多様になり、近い将来のデザインプロジェクトは

現代社会におけるポジショニングが、不明瞭な状態に陥ってしまったからだと思います。産業構造の変化に対しても、経済の変革にも追従できず、またテクノロジーやスタートアップの隆起においても先導性が発揮できず、社会的な中心軸からデザインは少し乖離しているような状況になっていきました。

グッドデザイン賞のフォーカス・イシューはSDGs

そうした状況に楔を打つ意味もあって、2015年4月、審査委員長・副委員長に就任された永井一史さんと柴田文江さんの発意により、グッドデザイン賞は「フォーカス・イシュー」という新たな取組みを導入しました。「ローカリティ」「学び」「働き方」などのテーマを掲げ、社会課題の解決に有効な役割を果たしているデザインを、グッドデザイン賞の中から抽出し、その社会的価値を言説化し、共有していく試みです。

グッドデザイン賞の応募は、特に2010年以降、仕組みづくりや、取り組みのデザインが増えってきました。プロダクトや建築においても、ハード的なモノとサービスのコトを分離して捉えること自体が無意味となり、また従来のような各々のデザイン領域ごとではなく、統合して対峙する必要性が生じてきました。

フォーカス・イシューは、横断的にデザインの領域を越境することで、新たな可能性を見出していく役目もっています。そして、課題の解決の前に、課題自体を抽出、発見することにこそ、これからのデザインの役割であることを明示するた

NPOやNGOなりが主体となるケースは普通のものになっていくでしょう。

そして、ソーシャルデザインの守備範囲は、あまねく広がっていき、もはや特殊解でなく一般解になってきたと言えます。年表に記載したように、さまざまな書籍が世に出て、まだ未整理の状態なので本稿では詳細な記述はしませんでした。が、全国で「ソーシャルデザイン」を学ぶ教育機関が増えています。今後は大学だけでなく、高校や中学の授業でも導入されていくことでしょう。

ソーシャルデザインは、平成という新しい時代とともに始まり、阪神・淡路大震災の発生によって社会化し、東日本大震災の影響で大きく拡張し、今年の記録的な台風や北海道地震の余波の中、来年の平成の終焉とともに、成熟期に移行していきます。

次の時代に、次の担い手によって、必要とされるデザインは変化していきます。社会（ソーシャル）とともに過渡し、その対応をしていくのが、ソーシャルデザインであり、デザインの本質でもあるからです。

『DESIGN=SOCIAL』。2016年3月に46歳で急逝された稀代のアーキヴィスト柳本浩市さんへの追悼を込めて、2008年に出された彼の書籍のタイトルで本稿は締めさせていただきます。長いツアールにお付き合いただき、ありがとうございます。

このあとは、最近のグッドデザイン賞の受賞デザインを事例に、ソーシャルデザインの現況について考察していきます。