サンガク

情デの産学共同授業

多摩美術大学情報デザインコース

もくじ

経験デザイン

サービスデザイン 06

メディアデザイン

Creative Visualization Workshop
データポートレイト 12

社会デザイン

デザイニングエモーション
セレンディピティ 20

ユニバーサルデザインワークショップ 26

はじめに

多摩美術大学情報デザインコースが研究や実践の対象としている、ユーザーエクスペリエンスのデザイン（経験デザイン）やソーシャルデザイン（社会デザイン）、情報可視化やメディアのデザイン（メディアデザイン）といった分野は、社会の基盤を形づくるためのデザイン、またその手法として扱われることが多い。それは情報デザインが「表層」ではなく「深層」にアプローチするデザインであり、形態を選ぶことなく情報をデザインできることの証でもある。

1998年の開学以来、情報デザインコースでは、大学内、あるいは個人の研究制作に留まることなく、多くの企業や公的機関と共同研究を重ねてきた。たったいま社会にあるリアルな課題に取り組むことによって、他大学に先駆けてスタートさせた（つまり未開拓だった）「情報をデザインすること」について、より深い考察にたどり着くことができると考えたからである。
この小冊子は、2016年度と17年度のそのレポートである。

私たち情報デザインコースが、企業や公的機関と取り組む共同研究の方法はふたつある。
そのひとつは、正式に共同研究先と大学が研究契約を結ぶ、一般に「産学共同研究」とよばれているものだ。この場合、学部や大学院の授業の対象とするほか、主たる教員と共同研究者、参加を希望する学生などで構成するグループで実施するなど、さまざまな研究形態がある。本編の前半のふたつ「サービスデザイン」と「データポートレイト」がこれにあたる。
ふたつめは、学部の授業を企業や公的機関からの協力得て行なう「授業協力」である。こちらは契約のような約束事はなく、信頼をもって協力関係をつくり授業を進めていく。その結果を共有することもあるし、協力した事実を確認するだけのときもある。後半のふたつ「セレンディピティ」と「ユニバーサルデザインワークショップ」がそれにあたり、企業やNPO、博物館、他大学等の協力を得て行なった授業の記録となっている。

ここに掲載されているほかにもこれまでたくさんのプロジェクトが実施されており、また現在も進行中である。社会と大学を取り結ぶ私たちの実践が、次代の情報デザインを切り拓くきっかけになることを約束して、これまでご協力いただいた方々、そしてこれからご協力いただく方々への感謝に代えたい。

経験デザイン

多摩美術大学情報デザイン学科は
長年にわたってこの分野をリードしてきました。
私たちはユーザーや顧客について考え、共感し、デザインによって
豊かな経験を提供することが「経験デザイン」の本質と考え、
人々と共に新しい経験価値を探求すべく活動を続けています。

サービスデザイン

産学共同研究　地域によるトータルライフサポートに関するサービスデザインの研究（1）（2）
共同研究者　日本電気株式会社（2016年度）、医療法人社団KNI（2017年度）
担当教員　吉橋昭夫、長田純一
参加学生　3年経験デザインII　サービスデザイン 履修生
実施年度　2016年度後期、2017年度後期

ヘルスケアサービスをテーマにしたサービスデザイン

3年次の演習「サービスデザイン」ではこれまでに、食、ショッピング、観光などのテーマを扱ってきた。2016年度からは社会課題に取り組むこととし「ヘルスケア」をテーマとする共同プロジェクトを実施した。本学と日本電気株式会社（以下NEC）、医療法人社団KNI（以下KNI）の三者が共創して地域とヘルスケアサービスの未来を描くことを試みた。

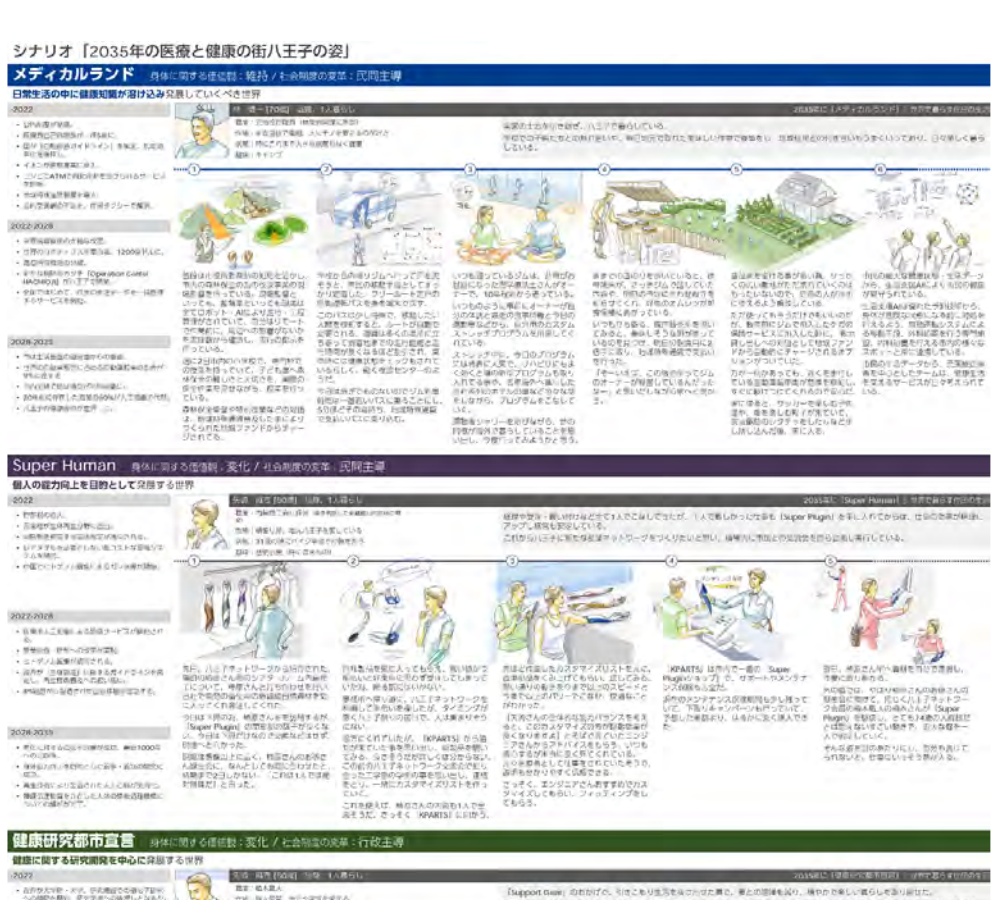
共同研究は二つのフェーズで構成し、フェーズ1では、NECのデザイナー、KNIスタッフと本学の研究メンバーが参加して「シナリオ・プランニング」の手法と「UXデザイン」を組合せて「未来の八王子市」の三つのシナリオを導いた（図1）。フェーズ2では、導いたシナリオのひとつ「メディカルランド」を取り上げ、3年生の演習授業「サービスデザイン」において具体的なサービスアイデアの検討を行なった。

授業では「未来の八王子市のヘルスケアサービス」を課題として設定し、学生の視点で住民に医療や健康を提供するための新しいサービスを提案した。現状では様々な制約のためヘルスケアサービスを自由に開発することはできないが、技術や規制緩和が進んだ未来に視点を置いて新しいサービスのかたちを提案することにした。

地域と医療について知る

若い世代は病院を利用する機会が少ないため、まずKNIのさまざまな取り組みについて医療者としての考え方や活動についての話を聞いた。診察や治療だけでなく、患者さんやご家族の生活全般に対する目配りやサービスの提供、地域との連携、海外での病院設立など、KNIの具体的な活動を知ることで、学生たちが自分との関わりやデザインが貢献できることは何かを考えるきっかけとなった。

さまざまなサービスの企画を発想したあと、アイデアをかたちにしていく段階では病院で



〔図1〕**シナリオ「2035年の医療と健康の街 八王子」**

〔図2〕「**八王子健康ごはん**」
小島縁、佐藤光沙子、吉田小夏、ワラス由梨

〔図3〕「**めでぃくま**」
平山ひとみ、堀田優紀、堀尾七海、本田七海

のフィールドワークを行なってアイデアや仮説がどのような価値を持つか確認した。また、デザインにあたって必要な情報を、看護師、リハビリスタッフ、管理栄養士、医療相談員などの医療従事者からヒアリングした。教室の中で発想・展開したアイデアを、実際の医療サービスの現場に持ち出して、ステークホルダーの目線から評価することによって、アイデアの本質を確認し良い点や課題を把握することができた。

サービスをデザインする

サービスを具体化するためにプロトタイピングと評価のプロセスを繰り返して、新たなヘルスケアサービスが生まれた。その中のいくつかを紹介する。

「八王子健康ごはん―病院食ビュッフェで美味しく楽しく健康に」〔図2〕は、病院にあるレストラン内で栄養士が監修した病院食をビュッフェ形式で提供するサービスである。摂取カロリーの目安や栄養情報の書かれたメニュー、主菜用と副菜用に分かれたお皿などによって利用者に健康的な食事を意識させ、持ち帰れるレシピカードやウェブサイトでの情報提供によって自宅でも健康的な食事を取るよう促すものである。

「めでぃくま―暮らしに寄り添う薬の配達屋さん」〔図3〕は、薬を薬局まで取りに行く手間を省くことができるサービスである。スマホアプリと連動したドローン型のロボットが、処方された薬を患者さんへ直接届ける。また、市販薬を常備して街を巡回している小型ロボットや、駅などに設置されタッチパネルに症状を入力して薬を受け取れる自動販売機型など複数の場所と形態を想定して、患者の経験価値を高めるような薬の提供サービスをデザインした。

「NURSE IDOL PROJECT（ナースアイドルプロジェクト）」〔図4〕は、ウェブサイトやスマホアプリを通じて「ナースのアイドル」を応援することで若年層に健康的な生活を送ってもらうためのサービスである。健康診断とセットになって

〔図4〕「NURSE IDOL PROJECT」
金子栞、木下菜奈子、油井千佳子

〔図5〕「OPETOMO」
神田綾音、齊藤可南子、長濱愛望

いる握手会や生活習慣を改善することで特典が手に入るアプリなど、アイドルを応援しながら健康になっていく仕組みを考えサービス全体をデザインした。

「OPETOMO（オペトモ）」〔図5〕は入院患者をサポートするためのコミュニケーション・ロボットの提案である。患者はOPETOMOと会話することで入院や手術への不安が和らぎ、他の入院患者との交流の助けにもなる。医師や看護師はOPETOMOを媒介として患者の体調やメンタルに関わる情報を把握して、それを治療や看護に反映することができる。他にも患者や市民の目線から考えた様々な提案が生まれた。

地域と医療とサービスデザイン

成果報告会において、いずれの提案も未来のヘルスケアサービスの可能性を示すものとしてよい評価を得ることができた。また、マーケティング学会など学外でも発表をおこない専門家から様々なご意見をうかがった。「ヘルスケア」や「医療」は難しいテーマだが、患者やサービス利用者の視点をこの分野に持ち込むことで、これまでとは違う良いUX（経験価値）を提供することができる。また、これらの分野においてコンセプトや企画を具体的なかたちにし「見えるようにする」ことの価値も大きいと考える。今後も医療や地域など社会課題に関するサービスデザインの実践を重ねていきたい。

プロジェクト実施にあたり、日本電気株式会社事業戦略イノベーション本部のみなさま、医療法人社団KNIならびに関係者のみなさま、八王子市民のみなさまから多くのご支援・ご協力をいただいた。ここに深く感謝したい。
（吉橋昭夫）

メディアデザイン

メディア（media）はメディウム（medium）の複数形で
「媒（なかだち）」を意味し、その手法や機関のことを指します。
私たちはヴィジュアライズを主技術としてメディアの特性や状況を考察し、
視覚言語やメディア環境についてのさまざまな実験を行なっています。

Creative Visualization Workshop
データポートレイト

産学共同研究　IoT 技術を用いたライフデータヴィジュアライゼーション
共同研究者　株式会社インテリジェンス、株式会社カヤック
担当教員　山辺真幸、永原康史（情報デザインコース）、田所淳、久保田晃弘（メディア芸術コース）
参加学生　情報デザインコースメディアデザインⅠ　山辺ゼミ履修生、メディア芸術コースメディアラボ履修生、ほか参加希望者
実施年度　2016年度前期

はじめに

共同研究を締結した株式会社インテリジェンスは転職サイトDODA（https://doda.jp/）を運営する企業で、求職・採用におけるライフデータの応用を研究しており実証データを求めていた。そのための開発を担当していた株式会社カヤックから提案があり、産学共同研究としてはある種特殊な形態で進めることになった。その試みは「未来の面接プロジェクト」と名付けられ、私たち多摩美術大学のほか、慶應義塾大学SFC、首都大学東京が参加した。

DODA 未来の面接プロジェクト公式サイト
https://doda.jp/promo/campaign/lifeinterview/

CVWSについて

情報デザイン学科はメディア芸術コースと情報デザインコースの2コース制をとっている。入試から授業内容まですべて異なるが、転コースが可能なようにカリキュラムの大きな枠組みは揃えている。

これまでお互いの学生がコースを越えて履修できるのは、2、3年で単位を取得する選択必修の講義科目群だけであったが、2016年度から芸術コースのメディアラボとデザインコースのメディアデザインで3年次前期演習授業を共同開講することになった。それが、今回紹介する「クリエイティヴ・ヴィジュアライゼーション・ワークショップ（CVWS）」である。

IoT技術を用いた情報取得によって、ビッグデータはますます私たちの生活と密接に関わりを持ち始めている。本演習授業は、データを単なる数字の塊ではなく自分たちと深く関係のある“情報”として捉え、自らの表現に結びつけることができる力を養うことを目的としている。

「クリエイティヴ・ヴィジュアライゼーション」は、「クリエイティブ・コーディング」と「データ・ヴィジュアライゼーション」を合わせた造語であ

学生作品。小課題では当時決まったばかりのオリンピックエンブレムを素材に、コードによる造形を試みた。

る。「クリエイティブ・コーディング」とはプログラミングによって創造的な活動を行なう表現手法で、「データ・ヴィジュアライゼーション」は大量情報時代に求められる可視化の技術だ。このふたつを併せて、データを創造的に可視化する試みを意味している。

技術的にはアーティストやデザイナーのために開発されたProcessingやopenFrameworksといったプログラミングツールを用いて、データを視覚的に表現した作品を制作する。この授業では、まずopenFrameworksのレクチャーや小課題を通じてコードによる描画技法をハンズオンで学び、その後各自の制作に入る。今回、その課題として産学共同研究で得たデータ（履修生のライフデータ）を生かした。

産・学における目的の違い

産学共同研究では、往々にして企業と大学で違う目的を持つことがある。目的を共有して始めるのが本然の姿だとは思うが、それぞれ軸足の位置が違うこともまた認めなければならない。今回、企業側が欲しいのはライフデータのサンプルであり、我々が求めたのはそのデータそのものである。ライフデータを取るという共通の目的はあるがその使い道が全く異なるのだ（冒頭に「ある種特殊な形態」と書いたのはそのことだ）。

今回の産学共同研究では実証実験に参加する代わりに、生のデータと解析したデータの2種類を受け取り、履修生の制作の素材とした。

JINS MEME を装着した様子とその計測用 iPhone アプリ。
MEME とアプリは Bluetooth によって連絡しており、アプリを通じて取得したデータがサーバーに格納され、ディープラーニングによって解析される。

JINES MEME によるデータ取得

ライフデータの取得に使用したのはメガネ型の IoT 機器「JINS MEME」である。メガネメーカー JINS の製品で、目に関するデータと身体に関するデータを取得することができる。目に関するデータは、視線方向、まばたき、まばたきのスピード、まばたきの強さ。身体に関するデータは、姿勢のズレ・頭の傾き、歩行判定、加速度等で、それらを解析して集中度や心の安定などを測る。

JINS MEME サイト
https://jins-meme.com/ja/

本研究において解析して得た結果は以下。

zone_focus：　思考が集中できているかどうかを示す値。目の動きに関連するデータから算出。

zone_calm：　精神的に集中できているかどうかを示す値。目の動きに関連するデータから算出。

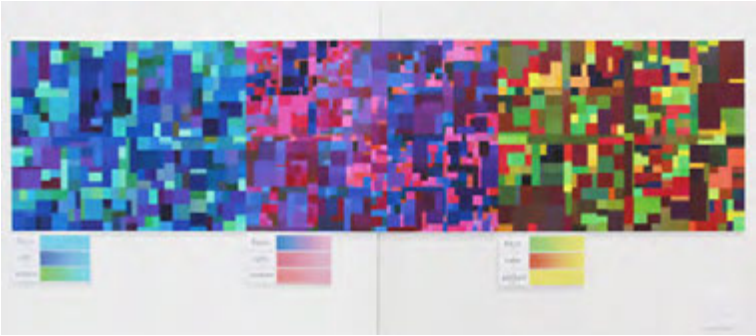
zone_posture：　姿勢が安定しているかどうかを示す値。身体の動きに関連するデータから算出。

（以上の値は、1 分間の平均値を表示）

zone_date：　それぞれの値が測定された時間

5 月 17 日に JINS MEME の使用法とそのデータを送受信する iPhone アプリの説明が株式会社カヤックからなされ、そこから約 3 週間、学生たちは IoT メガネをかけて生活し、自らのライフデータを取得した。慣れないメガネをかけて生活するのはそれなりの負担があり途中リタイアしたものもいたが、おおよそ 10 名分のデータを取得することができた（メガネを装着したのは希望者のみ）。データは匿名で採集した。

データ解析からは興味深い結果を得ることができた。たとえば、授業時間における集中度の個人差であり、思考の集中が深夜に偏っている者、どうしても姿勢が安定しない者など個人の特徴の検出である。それによって、デー



「meme map」**小石澤楓**
3人分の解析されたデータを色のグラデーションにあてはめ、それぞれの1日をツリーマップとして可視化した。まっとうなデータヴィジュライズの手法をとりながら、美しい色のコンポジションに仕上がっている。

タに人間の傾向が現われるということが改めて確認できた。もっと多様なライフデータを取得することができれば(そして適切に解析することができれば)、データにも“人格”を認めることができるだろう。

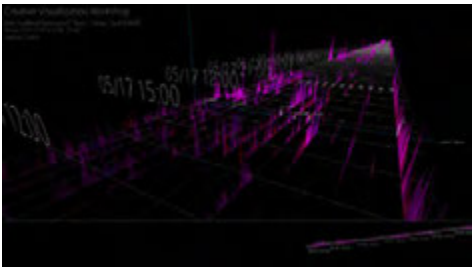
データポートレイト

さて、参加学生はその取得したデータを基に作品を制作するのだが、それにあたり私たちは「データポートレイト」というテーマを設定した。まさにデータによって肖像を描くというものである。肖像とはいっても人のカタチは出てこない。先ほど述べたデータの“人格”のようなものをどう表現するかを考えるのである。

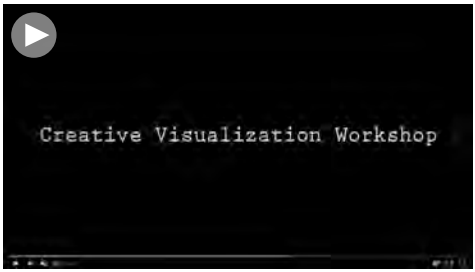
データには生活時間が伴っているので、いきおい時間軸のある動画表現やそれを利用したインタラクティブな作品が多くなるが、データを生物に見立てて水槽に閉じ込めた作品やデータを手で操るような作品も生まれた。このあたりのジャンプの仕方が美術大学で行なう

「**ヒトモニョ**」**佐藤栞**
情報を架空の微生物に見立て、取得したデータで10の微生物の形状と動きを作成。ハーフミラーを用いて水槽の中に浮かんでいるように見せた。まさに一人ひとりのライフデータが生きているように表現した作品。

「Feeling of data」**白石覚也**
モーションセンサーを用いて、あたかもデータを手でこねているような感覚を創出。鑑賞者の映像を取り込むことによって、現実の人間とデータ化された人間の情報が交叉するふしぎなインタラクションを演出した。



Life Log Visualization
http://www.masakiyamabe.com/portfolio/life-log-visualization/



授業紹介映像

共同研究の面白さであろう。ジャンプの例として、三つの学生作品を紹介する(p.15)。

発表と成果

学生作品は2016年７月16・17日に開催された多摩美術大学オープンキャンパスにおいて展示され、公開講評会も行なわれた（八王子キャンパス 情報デザイン棟ギャラリー）。

同時に、山辺講師によるJINS MEME被験者全員のデータヴィジュアライゼーション「Life Log Visualization」も研究成果として発表された。

また、SNSを通じてこの授業の開講を知った他大学の学生が、聴講生として授業に参加したことを付け加えておく。

授業の進行は全てソフトウェア開発のプラットホームであるGithubで共有された。

Github授業ページ
http://creativevisualization.github.io/home/

まとめ

先に「産・学における目的の違い」について述べたが、本研究はそれが良い方に働いたように思う。

企業の目的は採用マッチングシステムのための実証実験であり、実際にライフデータが面接に応用できるかどうかの研究素材の取得である。一方、我々は新しいデータ可視化表現を探ることを目的としており、“自分事”として考えることができるデータを求めていた。また、IoTから生まれるビッグデータのデザインという2016年春時点の課題をいち早く大学の授業に取り入れたいという気持ちもあった。そういった立ち位置の違いはあったが、それを承認し合うことでお互いの発見と相乗効果が生まれた。DODAサイトでは多摩美での授業が報告され、多様なライフデータの表現とともに、人と企業のマッチングへの応用が可能であるという実証実験の結果が発表された。

特別な共同研究の場を作っていただいた株

オープンキャンパスにおける講評会風景

式会社インテリジェンスと株式会社カヤックのみなさまに感謝の意を表したい。

大量情報は最初から大量にあるわけではなく、個々人の情報の集積である。その可視化表現は情報提供者の一員（＝個々人）である鑑賞者の五感に訴えることで、さらなる情報を生むだろう。その先の成果を期待してやまない。（永原康史）

社会デザイン

「社会デザイン」とは何でしょう？
私たちは「社会」を人々の営み、
「デザイン」を何かと何かをより良いかたちでつなぐ行為と捉えて、
日常の身近なできごとから世界をとらえる大きな問題までを対象に、
「考え」「つくり」「伝える」デザインとして実践しています。

デザイニングエモーション
セレンディピティ

授業協力　一般社団法人シンク・ジ・アース、ソニー株式会社TS事業部
担当教員　宮崎光弘
参加学生　情報デザインコース社会デザインII 宮崎ゼミ履修生
実施年度　2017年度後期

授業の概要

宮崎ゼミ（デザイニングエモーションゼミ）では、人の感情や感覚に働きかける「共感」のデザインの研究と制作を行っています。2017年度3年後期ゼミは、「Serendipity」をテーマに研究・制作を行いました。セレンディピティとは、素敵な偶然に出会ったり、予想外のものを発見すること。また、何かを探しているときに、探しているものとは別の価値があるものを偶然見つけることです。そのような偶発的な出会いのデザインを二つの課題で取り組みました。

課題1はNPOの「Think the Earth」の協力を得て、社会課題とのセレンディピティーな出会いと情報の伝わり方をデザインしました。

課題2はソニー株式会社の協力を得て、Life Space UXの新たなコンセプトである「It's all here」の考えを元に、住空間における情報との新たな出会い方に取り組みました。

授業の流れ

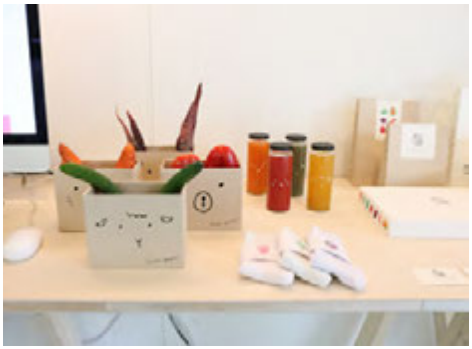
1. 事例から学ぶ〔課題1〕

課題1では、ソーシャルクリエイティブの事例を探索し、その事例が人にどのように影響を与えているかを学生たちが分析してまとめました。分析のポイントとしては、以下の変化に着目しました。

- 心理変容：人の気持ちをどう変えたか？
- 態度変容：人の態度をどう変えたか？
- 行動変容：人の行動をどう変えたか？

参考事例として、シンガポールのIKEAが、保護されている犬たちの里親を探すために、二つのアニマルシェルターと行った犬の里親探しプロジェクト「Home for Hope」（https://www.youtube.com/watch?v=tBka2eF4OAI）と、ベルリン市内で行われた「FASHION REVOLUTION DAY」に向けて提案された2ユーロのTシャツの製造の裏にある真実を知ってもらう自動販売機のプロジェクト「The 2 Euro T-Shirt – A Social Experiment」（https://www.youtube.

〔課題1〕「green luck」長濱愛望
廃棄野菜による雑貨店のブランディング。規格外野菜を活かしたパッケージなど、たまたま見つけたショップで社会貢献できるデザイン。



com/watch?v=KfANs2y_frk）を参考プロジェクトとして紹介しました。

どちらのプロジェクトも、社会課題に対して予期せぬ出会いから、人の気持ちと態度と行動を変えていくデザインが施されています。それらを参考にゼミ生たちが社会にあるソーシャルクリエイティブの事例をデザインリサーチしてまとめていきました。

2. アイデアをSDGsとの関係で考える〔課題1〕

デザインリサーチを経て各自が考え出したアイデアが2015年に国連で採択された持続可能な17の開発目標（SDGs）とどのように関係しているかを考察しました。自分が見つけた課題が世界とどう繋がっているかを意識することで、身近な問題と世界の大きな課題がシームレスにつながっていることを知り、社会的な課題においては、そのようなミクロとマクロの両方の視点で取り組むことが大切であり、そこでデザインには何ができるのかをThink the Earthのディレクターの上田壮一客員教授にも参加していただきディスカッションしました。

3. コンセプトを理解する〔課題2〕

課題2では、品川にあるソニーのショールームで同社の最新技術を使った様々なデモを見学し、その中でLife Space UXの新しいコンセプト「It's all here」を実装したプロトタイプを体験しました。4Kプロジェクターによって壁にランダムに映し出された膨大な量の本や映画や音楽などを「散策」するように楽しむ体験は、コンピュータやスマートフォンの画面で検索する今までの情報との出会い方とは全く違い、身体がまるごと偶発的な出会いを楽しんでいるような体験で、各自がアイデアを生み出す出発点になりました。

4. 制作プロセス

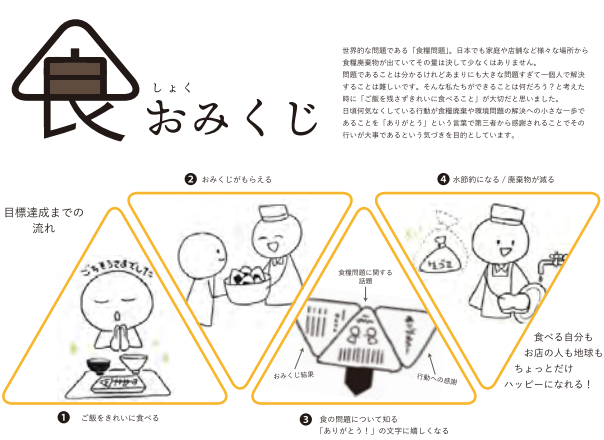
それぞれの課題に対して、グループワークでアイデア創出ワークショップを行い、そこで生まれた数多くのアイデアを精査し、もう一度デザインリサーチを行ないます。ここまでをグルー

〔課題1〕「**それでも吸う？**」**高屋知織**
美しいビジュアルのパッケージは、一見、喫煙の害に対するメッセージに見えない。しかし、ある時ふとそのことに気づくことを想定したデザイン。

〔課題1〕「**てまひまおむすび**」
嶋田亜由美
普段なにげなく手にとっているものの価値を考え直すきっかけのためのデザイン。「おにぎり」から地産地消のあり方や価格の理由を知ってもらうことを目的に制作した。

〔課題1〕「HONEST BURGER」**中島奈々子**
世界で起きている水資源枯渇の問題に対して多くの人に意識を向けてもらうために、ハンバーガーショップのブランドをデザインした。このショップでは、全ての商品にその商品が生産されるまでに使われたバーチャルウォーターの量が表記されている。

〔課題1〕「**魔法のポケット**」**岸田茉利子**
忙しい家庭での子供と母親の限られた時間をより豊かにするための絵本。絵本にあるポケットを使って母親と子供が予期せぬ物語を一緒に作っていける仕掛けになっている。



〔課題1〕「食おみくじ」西川優希
食料問題を身近なところから解決したいという思いから、「おみくじ」を使って日頃のご飯をキレイに食べることの大切さを再認識してもらうためのデザインを行った。

プワークで行ない、ここから先は個人で何をデザインするのかを考えていきます。

コアとなるアイデアが固まったところでプロトタイプを制作。それを上田氏やソニーの方々と共にレビューして、ゼミのメンバーからのコメントも参考にしてブラッシュアップ。その工程を繰り返しデザインアイデアの拡散と収束を重ね、徐々にデザインをカタチにして、完成に向かいます。同時に自身のプロジェクトをどう伝えるかという部分でのプレゼンテーションづくりも並行して行ないます。

5. 最終展示と講評会

最終展示は大学の4Fの廊下のスペースを使って行いました。学生たちが自分たちで展示計画を考えて、展示タイトルのロゴタイプ、課題のアイコン、説明バナー、キャプションなどのグラフィックをデザインしました。ソニー株式会社からは4K超短焦点プロジェクター（LSPX-W1S）を提供していただき、見慣れた廊下の壁面に147インチの4K大画面映像を投影するこ

展示風景。ソニー製の大型プロジェクターで作品を投影。

〔課題2〕「Magical shoes」須田涼介
もしもスニーカーの表面のグラフィックを自在に変えられることができたなら。そのような新素材が開発されることを想定した映像作品。

とで、空間そのものの変化を体感してもらう展示になりました。

講評会はソニーのTS事業部のみなさまにも来ていただき、プロフェッショナルの立場から、それぞれの作品が未来にどんな価値を生み出す可能性があるのかという視点で学生たちとディスカッションをしながら進めました。

6. まとめ

今回の授業協力は同時にNPOと企業から依頼をいただく珍しいケースで行いました。そのため二つのプロジェクトの中で共通するひとつのテーマを見つけることから始めました。そこで導き出したキーワードが「Serendipity」です。

ソーシャルクリエイティブと製品の新しいコンセプトを元にしたアイデア創出は、まったく違うデザインのようでしたが、「Serendipity」というひとるのテーマでふたつの課題を同時に行うことで、本当に人がよろこぶものやこととは何か？という根源的な問いから生まれるデザインにチャレンジすることになりました。そのためゼミでは「どうデザインするか？」の前に、まずは「何をデザインするのか？」を探るために、デザインリサーチに多くの時間を費やしました。

これからの社会の中でのデザインの役割やあり方を考えると、与えられた「問い」に対する「答え」としてのデザインだけでなく、そもそもの「問い」を見つけるようなデザインがより重要になると考えられます。その意味でも社会の中の異なる分野で活躍されている方々に実際に授業に来ていただき、多くのディスカッションをしながらのデザインプロジェクトを行うことができたことは、学生にとっても大変刺激的でより多くのことが学べたのではないかと思います。ここでの学びを卒業研究制作や実社会に出て行った時に活かしてくれることを期待します。

最後になりますが、今回の授業に多くの協力をいただきました一般社団法人シンク・ジ・アースのみなさまとソニー株式会社TS事業部のみなさまに感謝いたします。（宮崎光弘）

〔課題2〕「beating store 」内村理沙
好みの音楽と家具や雑貨などで部屋を彩り、ユーザーの心をbeatingさせる新しい形のネットショッピング。今までにない魅力的な購買行動のきっかけをデザインした。

〔課題2〕「仮想アトリエ」原田楓子
美大に通う学生の持ち物や趣味、それに対するこだわりを、「仮想部屋」という空間を通して散策できる作品。作り手の趣味を軸にした新たなネットショッピングのデザイン。

〔課題2〕「情報化“車”会」森田聖悟
車社会を普段と違った視点で捉えた作品。車が走っているということがどれだけ情報が詰め込まれて走っているのかを可視化することをコンセプトに制作した。

ユニバーサルデザインワークショップ

授業協力　国立科学博物館、東京都立葛飾聾学校、筑波技術大学、神戸大学
担当教員　楠房子
参加学生　社会デザインII 楠ゼミ履修生
実施年度　2016年度後期、2017年度後期

ゼミの目的

聴覚障碍のある中学生を対象に博物館の展示をわかりやすくリデザインすることがゼミの目的です。

このゼミでは、国立科学博物館（以下科博）にいって博物館のワークショップにおける展示を学び、理解の支援になるようにデザインするにはどうしたら良いかを学びます。

最終成果は、デジタル映像、立体作品、インタラクティヴコンテンツ、ゲームのデザインと多岐にわたりますが、どれもユーザと一緒に作るというコンセプトの基に制作しています。

制作の流れ

1. 事例から学ぶ
インクルーシブデザインについて事例から学びます。

2. 対象のユーザについて学ぶ
東京都立葛飾聾学校を訪問し、ユーザである中学生と交流します。
自分たちの作品を紹介し、それについてコメントをもらいます。

3. 紹介するコンテンツについて
科博の研究員の資料をもとに展示説明の手法について学びます。

短い時間で展示知識を伝えるためにはどうしたらよいかについて科博のスタッフから学びます。

4. ワークショップの組み合わせを検討する
どのようにワークショップを組み立てるかをグループごとに話しあって、自分の担当する内容のデザインを制作します。

5. 企画書を制作
制作する作品について企画書を制作し、科博のスタッフに確認してもらい、気づいたことを

展示風景「鳥のくちばしのひみつ」

展示風景「動物のツノ」

コメントしってもらいフィードバックを得ます。

6. 作品の制作を行なう

各グループに分かれ、話し合いながら制作する。制作終了後、各グループごとにワークショップの組み立てを考えます。

時間配分、プレゼンテーションの強弱、インタラクテイブに行なう箇所の確認、内容がユーザである中学生に理解しやすいかどうかを確認します。

7. 情報保障の専門家である筑波技術大学の教授の前でプレゼンテーション

フレームワークとして、8割制作ができた状況で、情報保障の専門家にユニバーサルデザインの観点からの評価をお願いしました。学生たちの作品のデザインについて、読みやすいか、理解しやすいかという観点でコメントしてもらいフィードバックを得て、制作を行ないました。

8. 最終講評会

最終講評会は科博で行ない、約90分で、3チームにわかれ17人の中学生を対象に各自の制作した作品を用いてプレゼンしました。中学生には、アンケートをとり、わかりやすかった内容、良かったインタフェースについて評価してもらいました。(楠房子)

鳥のくちばしの模型とパネル

「サンガク 情デの産学共同研究」

2018年3月31日　発行

著者

吉橋昭夫、永原康史、宮崎光弘、楠房子（掲載順）

デザイン

松川祐子

編集・発行

多摩美術大学情報デザインコース研究室

http://www.idd.tamabi.ac.jp/design/

© 2018 Interaction Design Course, Information Design Department of Tama Art University
All rights reserved.

多摩美術大学