

2005年度第10回物学研究会レポート

「私たちのデザインを考える」

岩崎一郎氏

(イワサキデザインスタジオ主宰)

×

柴田文江氏

(デザインスタジオエス主宰)

2006年1月25日



物学研究会
SOCIETY OF RESEARCH & DESIGN

1月の物学研究会は、インハウスデザイナーを経て、同時期に自らのデザインスタジオを設立された岩崎一郎さんと柴田文江さんを講師にお招きしました。お2人は日本のプロダクト・インダストリアルデザイン界を牽引するデザイナーとして、着実に実力をつけ、その仕事も注目されています。今回はセッション形式で、お2人のデザイン観、現在に至る経緯、未来展望について語っていただきました。以下サマリーです。

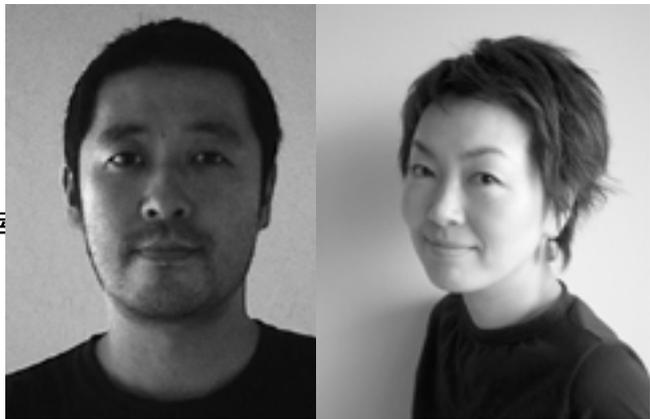
「私たちのデザインを考える」

岩崎一郎氏

(イワサキデザインスタジオ主宰)
×

柴田文江氏

(デザインスタジオエス主宰)



; 左 / 岩崎一郎氏 右 / 柴田文江氏

はじめに

関 本日は、2006年度第1回目の物学研究会ということで、新春にふさわしいフレッシュなデザイナー、柴田文江さんと岩崎一郎さんのお2人お招きし、「私たちのデザインを考える」というテーマで、セッション形式で進めます。

お2人とも、岩崎さんがソニー、柴田さんが東芝のインハウスデザイナーとしてスタートされ、その後独立してフリーランスとして活動を始められて、同じ時期にそれぞれの拠点となるデザインスタジオを設立。今後の活躍が最も期待される同世代のデザイナーです。今回のセッションでは、お2人のデザイナーとしてのアイデンティティや仕事に取り組むモチベーション、企業とのコラボレーションやコミュニケーションの形、これからデザイン界を担っていくお2人なので、デザインの未来展望といったことが、浮き彫りになればいいなと思います。

インハウス時代～独立まで

関 はじめに、自己紹介も含めて、それぞれソニーと東芝のインハウスデザイナー時代のご自分について、お話し願います。

岩崎 イワサキデザインスタジオの岩崎です。僕は1986年にソニーに入社しました。80年代当時のソニーは、ウォークマン、ディスクマン、プロフィール、ビデオカメラなど、魅力的な製品を次々に発表していて、輝いていた時代でした。僕もデザインをするのならソニーしかないと考えていました。最初のチャンスは高専の3年の夏。ホームステイの準備中に、「特別にソニーの企業実習に参加できる」といわれて、先輩たちの就職活動に混じって実習に参加しました。まだデザインコンセプト云々もよく理解していないときにいきなりソニーのデザイン現場を見てしまったので、完全に魅せられてしまいました。当時はPPセンターという名称でしたが、昼休みなどには什器やブースの隅っこで、徹夜続きのデザイナーが寝っころがっていたりして、「これがプロなんだ」と感心ひとしおでした。そして当時19歳だった純粋な若者は「ソニーしか入りたくない」と思い込んでしまったのです。ところが実際はソニーへの就職は非常に難しい。そこでソニー以外の夢を真剣に考えて、ミラノ工科大学に留学する計画も進めていたのですが、結果的にはソニーに無事就職できたわけです。ところが実際に就職してみると、配属されたのはテレビグループ。ウォークマンのデザインをしたかった僕にとって、勝手に思い描いていた人生設計が狂い始めた瞬間であり、いきなり想定外からの出発でした。ここで3年間、主にヨーロッパ向けのデザインを担当し、その後パーソナルオーディオグループに移って、ラジカセ、カーオーディオのデザインをしました。

入社以降は余りに忙しくて余裕がなく、ただ黙々と仕事をこなすという感じでした。さすがにこのままではいけないと思って、入社2年目からは1年に1度、仕事を離れて1人で京都に行くようにしました。そして、まとまった時間を得て、普段は余裕がなくて考えられなかった将来のことを客観的に考えるようになったのです。

関 当時のソニーは、デザインの先進性では日本のトップ企業であり、デザインアイデンティティ、ブランディングも、どの企業よりも先駆けて取り組んでいたと思うんです。岩崎さんも、そうしたことを感じながらデザイン開発に臨んでいらしたのですか？

岩崎 明文化されたものはなかったと思います。けれども各デザイングループは大体12～13人で構成されていて、グループ内のデザイン審議の中でアイデアやスケッチに対して徹底的に議論し、手を加えてより良いデザインに仕上げていく。だから、新人が変なデザインをしても、みんなで一定レベル以上に作り上げていくわけです。僕はそんな過程の中でソニーのデザインについて感覚的に学んでいたという印象です。けれども、もっと上層部の人たちには、例えば井深大氏の「設立趣意書」のような経営層から降りてくる方針を受けながら、ソニーのデザインアイデンティティについて常に議論してたとと思いますが、当時の私の立場では知る由もない。

柴田 皆さんこんばんは、柴田です。私も3年弱ですが、東芝でインハウスデザイナーを経験しました。短期間ではありましたが、今も東芝の卒業生という気持ちがありますし、自分の基礎をつくって

くれたと感謝しています。私が東芝に就職したきっかけは、大学のゼミで、日本初の東芝製の電気釜をデザインした岩田義治先生に出会ったことでした。なぜだか分からないのですが、先生も周りの人たちも「柴田は東芝を受ける」という雰囲気だったのです。私自身の気持ちといえば、実は私も東芝の医療機器のデザインに憧れを抱いていたし、一方で将来的にはフリーランスになりたいとも思っていて、それであれば東京にデザイン拠点のある企業が良いだろうとも考えていました。東芝の拠点である芝浦は、当時東京の新しい遊びのスポットとして注目されていたのです。私の中には、医療機器のデザインしたいという真面目な部分と都心に居たいというミーハーな部分の両極が共存していて、その両方を満たしてくれるのが東芝だったのです。

東芝には3年弱いましたが、ドライバーや懐中電灯を担当する小型家電チームに配属されました。ここは多摩美や武蔵美を卒業した女の人が配属されることが多く、前任者もなぜか3年くらいで辞めていくという部署でした。一方で、小型家電チームは自分の感性でデザインできる環境であり、たくさんアイテムを担当しました。当時はまだ手書きの二次元図面が主流だったので、自分が描いた図面と仕上がったモデルのイメージが違ってやり直したり、夜な夜な先輩方の図面をトレースしたり、いろいろ勉強させてもらいました。今から16年前、23歳当時の私はとても未熟で、曲線が使えず直線的なデザインが多いのです。例えばこの「くるくるドライバー」。90年代初めはソバージュヘアがはやっていて、ドライバーが売れなくなったのです。そこで髪について勉強に行き、地肌だけ乾かすアタッチメントをデザインして、すごく売れたという思い出があります。このように若いデザイナーでもできるような仕事を振ってもらって、わりと定時に帰らせてもらい、土・日はスキーに行ったり、本当に楽しい3年弱でした。

関 お二人のやめる直接的なきっかけは何だったんですか？

柴田 就職して2年半ぐらいたったところに病気になって20日間ほど入院しました。そのときに今後の自分のデザインについて考えることができたのです。私の配属先は時間的に余裕のあったのですが、私としてはもっと忙しくデザインに没頭したいという気持ちが常にくずぶっていました。これが辞める動機でした。そして、ある大手のスキーウェア会社に再就職しましたが、本当の私はフリーランスを目指していたのだと思い直して、初出勤日の午後に辞めることを伝えて、大顰蹙を買ってしまいました。そんなこんなで、何とかフリーとしての活動を開始したわけです。東芝時代は、デザインよりはデザイナーになる勉強をさせてもらったような気がします。

岩崎 僕は独立を考えたことがなかった。ただ、仕事としてデザインを始めたら、自分が抱いていたデザインと企業のインダストリアルデザインの差が大きくて、ちょっと幻滅してしまった。これはソニーには何の責任もなくてあくまでも僕の問題で、過度な期待を抱いていたことと自分の力不足が原因です。とにかく人として経験を積んでいないから良いデザインができるわけがなし、一度すべてをリセットしようと思って「とりあえず辞める」という結論に至ったわけです。第一歩として、今の自分が通用しない場所で暮らそう。結局イタリアが気候や生活、自分が魅力を感じるものを多く持っている場所だった。イタリアの生活は期待どおり、新しい価値観との遭遇にあふれていました。日本から引っ張っていた価値観が次々とひっくり返されて、日々発見と感動の充実した生活を送っていました。

関 どこかのデザインの学校や事務所に入ろうとかは考えなかったのですか？

岩崎 デザインをしに行ったわけではなかったので…。最初の3カ月くらいはシエナの語学学校に通いましたが、生活に慣れてくるとちょっと物足りなくなって、ミラノへ行きました。ところが言葉がちょっとだけ話せても、できることはデザインしかないわけです。悶々としながらもデザインを取っ掛かりにしてミラノで生活をし、いろんなことを考え、求める日々でした。全てをリセットしてわかったこと、やっと発見したテーマは「食」でした。人の生活に欠かすことのできない、喜ばれ、求められ、最もクリエイティブなもの。結果的にその道には進みませんでした。今でも「食」というテーマをとっても大切にしています。けれども一から勉強するには遅すぎると判断して、改めてデザインを見つめ直すことになったのです。2年ほどのイタリア生活はとても充実していましたが、中途半端な日本人になってしまうのが嫌だったので、居るなら居る、帰るなら帰る、どっちかだなと思った。結局日本に戻ってきました。ところがイタリアから戻って、29か30歳でMUTECCHの仕事に出会うまでは、気持ちも仕事もデザインから少し離れていた時期でした。そしてようやく30代になって、デザインに再び向き合い始めました。けれども、デザインに対して迷いがなくなったわけではなくて、目の前の課題をがむしゃらに必死にやっていたという感じです。

柴田 私は、独立当初は自宅を事務所にしていました。東芝でのお給料を稼げるようになるのに2年ほどかかりました。雑誌や新聞広告のデザイナーの求人欄を見ては、求人の方を見ては営業に行ったり、デザインを売り込んだり、小学生向け理科教材や実験用のプラスチック成型品のデザインをしていました。2年ほどした頃からデザインコンペに応募するようになりました。貯金30万円すべてをモデル代につぎ込んだ体重計のコンペは、グランプリではなかったのですが入賞しました。これを見た企業の方からお仕事をもらったり、そこから別の会社を紹介されたり、今でも大切なクライアントさんです。ちょうど27歳くらいだったかと思います。これがきっかけで、35歳までなんとか仕事ができるかなあと自分で思えるようになりました。

独立以降のデザイン

関 岩崎さんはもっとゆっくり考える時間が欲しかったからソニーを辞め、柴田さんはもっと仕事がしたいから東芝を辞めた。対照的で興味深いですね。そんなお二人はその後事務所を設立されて、多くのプロジェクトに取り組んでいらっしゃるわけですが、独立以降の作品の紹介、そしてデザインに対する考え方をご説明いただけますか？

(以下、ビジュアルを使いながらのプレゼン)

岩崎 「携帯電話」は、売れるデザインを考えて欲しいと言われて、売れるデザインって何だろう？という問いに対する僕なりの回答でした。「僕なり」というのは、自分の感覚で考え、自分を信じること。そして僕と感覚を共有できる消費者は相当数いるはずだから、自分と波長の合う人のために「物」を考えれば、結果は必ずついてくると考えました。デザイナーの仕事は「市場を創造すること」で、これをやったら売れるという物をデザインすることでないと思います。実際、僕はこうしたアプローチしかできません。

「チャイルドシート」はTAKATAという安全装置メーカーの仕事でした。ちょうどチャイルドシートが必要な年頃の娘が居たので、父親としての個人的な気持ちが強く、ぶれることなくきちんと筋を通せたように思います。しかし、このチャイルドシートをデザインする前に初めて関わった別のプロジェクトでは、エンジニアから「我々は育児用品ではなく安全装置を作る。命にかかわることだ」と常に言われていたので、自分の中で命の重さとデザインを秤にかけて手が動かなくなってしまうのです。でも、どんなに安全を考えても、結局は使ってもらわなければ命は守れないという考えに至り、今では、安全装置（チャイルドシート）こそは売れることに意味のあるデザインだと考えられるようになりました。命を守るための機能とデザインは相反することではなくて、物が物としての役目を果たすために大事な両輪です。デザインの役割は相当大きいと思っています。

「テーブルウェア」の世界は、情報機器などとは違い、数値的なものを含めて振れ幅が大きくておおらかに向き合う気持ちが大切です。けれども、これだけ物が溢れている中でデザインする意味を突き詰めないわけにもいかない。そこで僕が出した結論は、「生活には不完全さ、曖昧さが存在しているのではないか。そうであれば、デザインの統一感をあまり意識する必要はないし、ひとつのアイテムがひとつの機能を満たせばそれで良いのではないか」ということでした。「ドロップ」という皿は、おおらかで不完全な形で料理を盛りつけやすい、盛りつけられてはじめて完成するというあたりまえのことを考えてデザインしました。「ハープ」というティーポットは、日本茶でも、紅茶でも使える和でも洋でもないデザイン。「エスプレッソメーカー」のデザインは、清潔感とか優しさを感じさせたかったのと、注ぎ口の吹きこぼれを配慮しました。

パーソナルチェアの「ループ」は最新作です。1枚のクッションを折り曲げたような造形で、座面が低く、室内ではコンパクトに納まりますが、座ったときにはゆったりとした広さを感じられるデザインです。ヘッドレスト付、なし、座面のみ3種類があり、使い方と座り心地を好みに合わせて選べます。「ローテーブル」はパーソナルチェアとオットマンで完結していた後で作ることになったため、どうしてもそこに入り込むカタチが考えられなくて、考えるデザインはことごとく反発してしまっただけです。そこで、パーソナルチェア、オットマン、ローテーブルの3つのテンションで完結させることを諦め、パーソナルチェアとオットマンに、おおらかに寄り添うくらいの造形を考えだしたら、自然とこういうカタチができました。これは同じ変形五角形の天板とベースが支柱を軸に作られているアンシンメトリーなデザインですから、レイアウトする角度により微妙に表情が変わります。

「スピニングリール」はエバーグリーンという釣り業界ではカリスマ的なメーカーの製品です。同社ではすでにリール以外の製品は全部そろっていて、究極の道具としてのリールを作りたいと熱望していました。プロジェクトは2002年に始まりましたが、フィールドテストや手直しを繰り返して、完成までに非常に時間がかかりました。その分じっくり納得できる仕事になりました。

柴田 「ベビーレーベル」シリーズは、先ほどコンペに応募した「体重計」と共に私のデザインの原点です。その理由は先ほども少しお話ししましたが、私自身の中にある両極端な志向や相反する要素を繋ぎたいというモチベーションに合致したテーマだったからです。ベビー用品は見た目の可愛らしさとは対照的に、要求されるものは介護用品ぐらいハードな製品です。そのデザインには可愛らしさとハードさの両極の融合が求められます。このベビーバスのデザインポイントは足です。側面をなだらかにし、転倒防止のためのフットプリントを大きくするための機能部分を、デザインのチャームポ

イントに転化させているのです。このシリーズは他に25アイテムありますが、「可愛い部分がイコール機能部分である」というのがデザインコンセプトです。だから、この可愛らしさは単に装飾ではなく、クリアすべき機能要件に対する解答といえるのです。

こういう意味で、私は自分をプロダクトデザイナーというよりもむしろインダストリアルデザイナーなのだと思っています。工業デザインとは、先端的なテクノロジーや巨大かつハイテクな生産システムと関わりながら、同時に人を豊かにするための道具を作るという相反するものを融合する行為です。そして工業デザイナーはその真ん中で両極を繋ぐ人であり、私はそうありたいなあと願っています。男性が多いこの世界で、彼らとは違う何か、私にしかできないクロスオーバーのやり方を探求していきたいし、それに気づかせてくれたという点で、このベビー用品は私にとっては原点となる仕事でした。同時にこのプロジェクトは私に造形的なデザインという意味でも大きな転機をもたらしてくれました。それまでの私はある意味でデザインを我慢していたのだと感じます。この仕事をしてきた2000年当時、デザイン全体がボリューム感のある有機的な形に飽きていてシャープで無機質な造形を志向していました。本来、私は有機的な形が好きなだけど時代のトレンドにあわせて、私のデザイン、自分の造形を我慢していました。そんなときにこの仕事にめぐり合って、自分にブレーキをかけずに思いっきり造形ができたのです。

「象印のキッチン用品、ZUTTO」の開発テーマは「どんなキッチンにもマッチする」でしたが、当初はそんなデザインはあるはずないと感じていました。ただ、どこのキッチンにも鍋やフライパンはあるので、そんなデザインならば可能性があるかも・・・というのが、私の結論でした。シリーズの中の炊飯器は、曲げわっぱから発想した和のモチーフです。

「体温計」はシンプルなアイテムなので、一見するとデザインするところがないように見えます。そこで、本質的な機能部分を積極的にデザインするという私のアプローチに立ち戻ってみました。私は体温計では腋の挟む部分が機能部分だ判断し、子どもの細い腕でもホールドできるように、先端をちょっと太めでフラットな形状にデザインしました。また体温計は赤ちゃんや子どもだけでなくお年寄りも使うわけで、液晶の部分を最大に大きくし、右ききも左ききも関係ないように数字の配置を縦にしました。コンセプトは「マザーズラブ」。お母さんのような丸みと安心感があって、絶対裏切らないという信頼感を表現しました。

「携帯電話1」は子ども用の携帯電話です。子どもたちはお父さんから借りてきたような厳つい携帯を使わざるを得ない。そこで、女の子たちもぴったりで、持ちやすく、やわらかいフォルムで使いやすいような、そんなデザインの携帯をデザインしてほしいと依頼されました。グループヒヤリングなどもやって、「Sweets = お菓子みたいな」というキーワードに至りました。洋菓子みたいにピカピカで、ゼリーのような光沢感で、フレッシュで、可愛らしさのなかに上品さがある・・・そんなイメージを表現した言葉でした。

「携帯電話2」は、最近発表されたもので、Sweetsの第2弾です。Sweetsは小学校3年生からターゲットだったんですけどこれは、高校生ぐらいまでを目指してつくりたい。基本的には、今の携帯の流れをくんでいて四角っぽいのですけれども、持つとやわらかい形状になっていて、見た目はシャープですけど、小さな女の子たちの手にもなじむというものです。

デザインの進め方

関 自分のデザインスタジオを持つと、スタッフも居たり、事務所のマネジメントも当然やらなければなりません。そんな環境の変化が、仕事の進め方や発想の方法とかに影響するものなのでしょうか？

岩崎 僕は、もともと人と話したり一緒に何かするということが好きでしたが、自分のデザインをだれかが絵にしたり図面にするということが考えられなかったんです。ただ、何でも一人でやっていると限界もあるし、モチベーションが下がったときにはクライアントに迷惑をかける可能性もある。それに僕はいろんな仕事を同時進行できないタイプなので、事務所を作って、スタッフが居ることによってすごく助けられていると感じています。ただ、誤解のないように聞いていただきたいんですけど、「いかにわがままでいるか」ということを最近よく考えるようにしています。

柴田 デザインという点では、私も東芝以来一人でデザインすることが多かったのですが、一人でしかできなかったのですが、現在事務所は5人体制でやっています。昔は一人でやるのが楽しかったのですが、何人かがいないとできないことがたくさんあることが分かりました。今は、できないことをいかにシェアし合うか、刺激しあって高められるか、そんなデザインの方法を模索しています。事務所のマネジメントということでは、まずルールをつくらないでやろうという気持ちがあります。ルールがなくても分かり合えて、「柴田文江デザイン」をつくれるような環境をつくっていくのが、私の役目だと思っています。サッカーチームで喩えるならば、自分はフォワードとキーパー。あとはミッドフィールダーがいたり、ボランチがいたり、バックスがいたり、それぞれゆるい役割分担があればいいのかなあと。そして結果的に私たちがいいプレー（デザイン）ができれば良いということなんです。スタジオエスに依頼される仕事の多くはハッピーデザインなので、日常生活をちゃんと暮らすことを大切にしています。徹夜や土日出勤もほとんどなく、スタッフも私も生活が楽しめるようなスケジューリングを心がけています。そういう意味ではぬるい会社かもしれません。

企業とのコラボレーションの形

関：お二人ともインハウスとフリーランスの経験をお持ちなんですが、これから企業とのコラボレーションやコミュニケーションの形をどう考え、あるいはそれぞれの役割をどんな風にお考えですか？

岩崎 企業とのコラボレーションでは、僕はインハウス出身だから企業の論理が想像できてしまいます。そのためにプロセスを重視しすぎたり、企業の希望どおりの絵を描くことにとらわれていた時期がありました。それに僕は中小企業がクライアントに多いので彼らが抱えている問題や状況に埋もれてしまって、何が正しいのか、進むべき方向性を見失うこともありました。ただ、一生活者に立ち返って考えると、あるべきデザインを実現するために、依頼主と意見が食い違ったとしても辛抱強く説明したり対話したり、時には厳しい態度で向き合わなければいけないときもある、というふうな考えるようにしています。

最近の僕のテーマは「いかにわがままでいるか」です。これは自分のデザイン、仕事や発言に対していかに責任を持つかということと同意です。僕らのようなフリーランスのデザイナーにとって、相手を尊重し過ぎてしまって自分らしさが消えてしまうことは、双方にとって一番よくないことです。クライアントやプロジェクトに対してこうあるべきだという考えを客観的にもって、自分がぶれないように押し通した方が良い結果が出るだろうと思っています。

デザインに対して最近感じているのが、自分の目で見えて感じたことや経験したことしか信じられないということです。僕は経験や生活の中から確かなものを掴んできたし、それは僕の美意識にもつながっている。デザインの仕事をしていると、クライアントもさまざまな問題を抱えているのが分かるので、その解決方法、対話やプレゼンの方法も毎回違ってきます。こうした現実的な課題に一つ一つ向き合って最適な回答を出していくには、むしろ常にあいまいな部分をもっていないと動いていけないことも多い。自分の中で整理しきれない混沌としたものの中に、実は大切なものが隠れているようにも思えます。だから、すぐに答えを出すのではなく、疑問をずっと持ち、考え続けるということが必要なのでしょう。まだ自分のデザインについて明快には答えられないんですが、数年前ぐらいからは何となく自分の中で、自分が今まで何をやっていて、どうしていきたいのかというのがつかめ出したという感じですが。

柴田 私は一消費者としては、まともな企業のまともな製品、ちゃんと納得するものというのが欲しいという気持ちがあります。そのために、デザイナーとして一番大事なことは、自分の個性や欲の部分を出すのではなく、その企業の一番いいところを抽出し、それを次の段階に持っていくというのが私のデザインです。仮説を立てて「これがいいですよ」というアプローチではなく、例えばオムロンさんだったら、オムロンの良い部分を私なりのデザインで表現し、それが結果的に次のオムロンにつながっていく、それが消費者にとって無理のないものができると思うのです。そのメーカーの得意なものを生かし、そのメーカーらしい、みんなが期待されているもので、しかも真っ当なものをつくるということを、すごくシンプルですけど、それだけを考えているかなと思いますね。希望としては、長く使われて、長く売られていくというのが理想ですし、「これがあるから自分の生活があるんだ」と思ってもらえるようなデザインを目指したい。・・・というのも、最近引越越しをしまして家具や電気製品を全部新しく買いかえたら、なんとなく自分の居場所じゃなくなっちゃったのです。自分の生活をきちんと作り上げていくためには、物をちゃんと使い続けて愛着をもたないといけない。そのためのデザインは何か？ということを考えています。本当の使うシーンを考えて最適な解を出すというのが自分のやり方で、それをつくるメーカーの一番最適なやり方を探すというのが自分のやり方かなと思っています。

関 最後に、お二人の将来に対するデザイン展望をお聞きしたいと思います。最近のデザインブーム、デザイナーブームが一過性のものなのか、定着していくのかということは、岩崎さんや柴田さんの世代のデザイナーの仕事や活動に掛かっているように思うのですが、いかがですか？

岩崎 詰まってしまうんです。僕はとにかく目の前の課題と向き合って、仕事であればその仕事に集中して、日々生活して行って、その先に結果として、展望が開けてくるのかなと考えます。・・・というか、自分がそれだけ器用じゃないんで、今言えるのはやるべきことを着実にやっていく・・・というこ

とです。

柴田 私も逆にだれかに教えてほしいぐらいなんですけど。私たちの世代は、解き放たれているというか、すごく自由なだと思うんですよ。デザインが抱えていた問題、例えばデザイナーは特別な職業だという認識も崩れているし、だれもがデザインという言葉を理解して、デザインの価値を認めてくれて、良いデザインを良いデザインと評価してくれる時代に、私たちはデザインという仕事についているわけです。一方で、日本は世界有数の工業国で、技術や素材がたくさんあって、いろんなことができる最高の世代なのだと思います。デザイナーという職業はその人の生き方とか考え方が作品に反映されるので、良く頑張る生きて、確実な目を持った一消費者としての視点を保ちながら、デザインに臨みたいと思います。デザインが特別だった時代とは違って、多くの人がほしいと思うリアルな物をつくっていきたいと考えています。

関 どうも、お2人ともありがとうございました。

講師プロフィール

岩崎一郎氏（イワサキデザインスタジオ主宰）

1965年東京生まれ。ソニー（株）デザインセンター勤務の後、渡伊。ミラノでのデザイン活動を経て帰国し、1995年にイワサキデザインスタジオを設立。テーブルウェアなどの日用品から家電製品や情報機器など、プロダクト全般のデザインを手掛けている。

多摩美術大学プロダクトデザイン科非常勤講師、及び東京芸術大学デザイン科非常勤講師。

Gマーク審査委員、オートカラーアワード審査委員等を歴任。

<http://www.iwasaki-design-studio.net/>

柴田文江氏（デザインスタジオ・エス主宰）

1990年武蔵野美術大学工芸工業デザイン学科を卒業後、東芝のインハウスデザイナーとして活躍。94年デザインスタジオ・エス設立。エレクトロニクス製品から日用品まで、主にインダストリアルデザインの開発に携わる。

<http://www.design-ss.com/>

2005年度第10回物学研究会レポート

「私たちのデザインを考える」

岩崎一郎氏

(イワサキデザインスタジオ主宰)

×

柴田文江氏

(デザインスタジオエス主宰)

写真・図版提供

; 物学研究会事務局

編集=物学研究会事務局

文責=関 康子

[物学研究会レポート]に記載の全てのブランド名および
商品名、会社名は、各社・各所有者の登録商標または商標です。
[物学研究会レポート]に収録されている全てのコンテンツの
無断転載を禁じます。

(C)Copyright 1998 ~ 2006 Society of Research & Design. All rights reserved.