

Design and Observation

KII+O:

デザインと観察

+クリエイティブゼミ vol.31 デザイン編
観察のカガク
実践編：デザインの観察ノート

デザイン・クリエイティブセンター神戸では、2019年7月、+クリエイティブゼミ Vol.31 デザイン編「観察のカガク 実践編：デザインの観察ノート」を開催しました。観察は身の回りの世界から多くの情報を引き出すための技術であるばかりでなく、デザイナーとしての能力を育てるための重要な行為です。この講座では、「観察ノートを作る」過程を参加者が一緒に体験しながら、デザインの基礎となる観察について学びました。本冊子は、より多くの方に観察についての考え方や技術を学んでいただけるように、講座の内容を再構成したものです。

目次

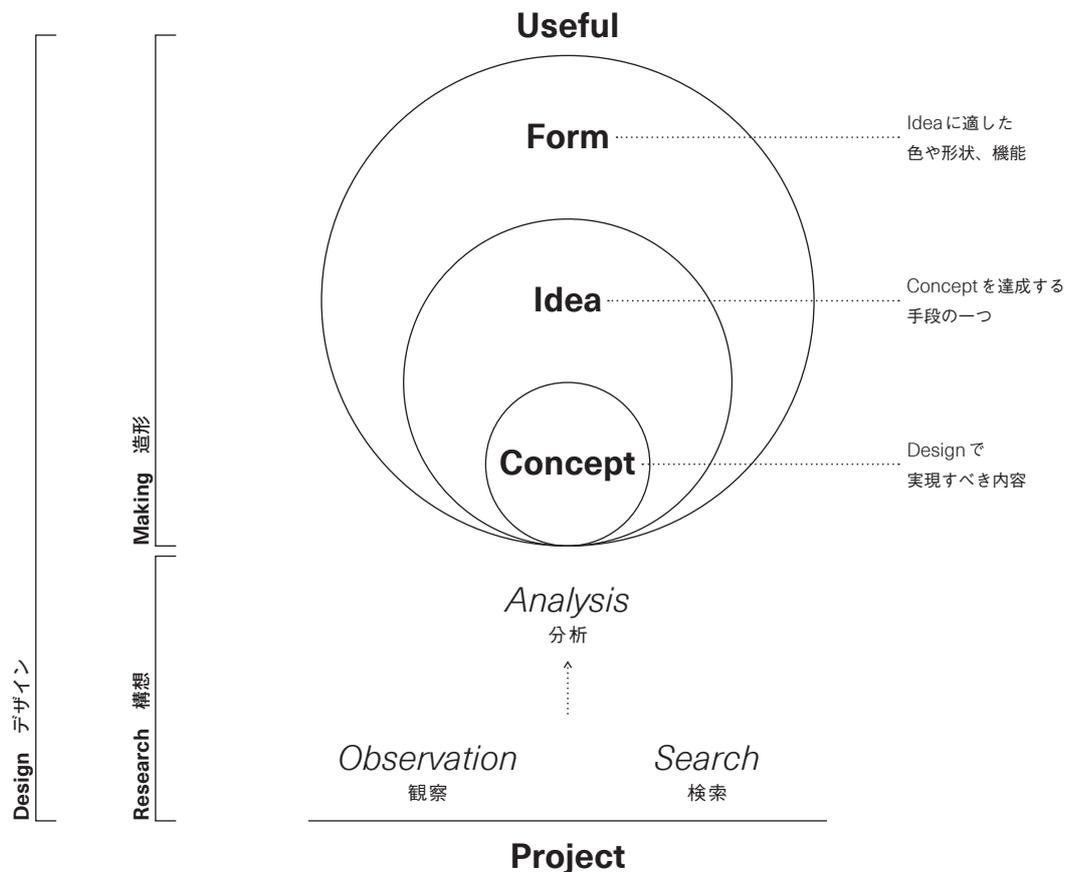
デザインと観察	02
観察で得られる情報	04
観察の方法1：分解する	06
観察の方法2：分類する	08
観察から発想する	10
観察の練習	12
講座概要	13

まずデザインと観察の関係を確認しておきましょう。下の図は、デザインという行為を図解したものです。デザインのゴールが「役に立つ (Useful)」ことだとして、そこに至るまでにどのような手順を踏むのかを示しています。

依頼された仕事にせよ大学の課題にせよ、あるプロジェクトが始まったら、デザインの対象やそれを取り巻く環境について情報収集を行います。「観察 (Observation)」もその情報収集の方法の一つです。ただし、書籍やインターネットから必要な情報を探す「検索 (search)」とは異なり、観察では改善が必要な製品を実際に使ってみたり、関係する場所に出かけてみたりするなど、自身の体験を伴います。そのほか、関係者に対するヒアリングも広い意味での観察といえるでしょう。

その上で、集めた情報を分析し、デザインでどんなことを実現すべきかを明確にする「コンセプト (Concept)」を抽出します。コンセプトを決めたら、今度はコンセプトを実現する手段としての「アイデア (Idea)」を具体的な「造形 (Form)」とともに考えます。分野によって細かな違いはあるにせよ、これが一般的に理解されているデザインのプロセスであり、私たちはこうした行為全体を「デザイン」と呼んでいます。このように考えると、デザインとは「アイデアにかたちを与える行為」でありながら、同時に、リサーチを通してカタチを与えるべき「アイデアについても精査する行為」であるということがわかるでしょう。

デザイン・プロセスは構想に関わる部分 (Research) と造形に関わる部分 (Making) とに大きく分けられますが、観察はその両方にとって重要です。詳しくは後述しますが、デザインの初期段階で集める情報は、コンセプトを抽出するためだけのものではありません。「この色は綺麗だ」「こんな形が参考になるかもしれない」というように、色や形に関する情報も同時に集めることになるからです。こうした色や形に関する造形的な情報の蓄積が、センスや「感性」と呼ばれるものの正体です。造形的な知を育てる観察という行為は、デザイナーの能力を高めるための継続的な学習であると捉えることもできます。



次に観察で得られる情報について確認しましょう。下の図は「見る」という行為を中心にして、それぞれの活動からどんな情報を得られるのかを図化したものです。デザインのための観察では、観察という行為を「記述」「体験」「収集」という3つの活動に分解して考えています。

記述 Description

記述は「情報の論理化」です。観察してわかったことや気付いたことは必ずメモを取り、書き残すようにします。慣れないうちは何を書いてよいのかわからなかったり、書くまでもない些細なことだと決め付けてしまったりするかもしれませんが、書くという目的をもつことで、より注意深く対象を見るようになります。文章を書くことで、自分の考えも論理的に整理されます。

体験 Action

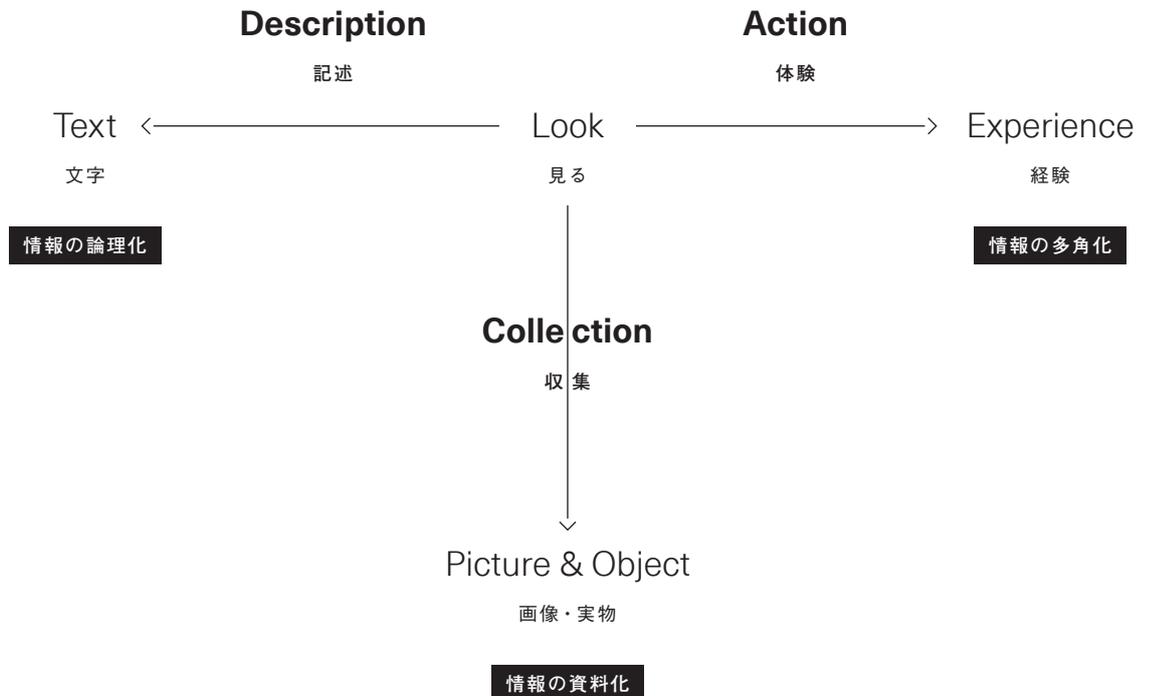
体験は「情報の多角化」のために必要です。現代はインターネットから集めた情報だけでかなりの分析を行うこともできますが、視覚に偏った情報となりがちです。見ただけで理解したつもりにならないように、製品であれば実際に使ってみたり、質感を確かめたりします。五感の全てを使って様々な角度から、「見ている」以上の情報を得られるようにしましょう。

収集 Collection

収集は「情報の資料化」です。情報は言語化した際に簡略

化（記号化）されてしまうので、見たことや感じたことを文章で残す際、実は多くの情報が失われています。デザインは色や形といった造形的な要素から刺激を受けるため、文字以外の形態で情報を残す手段を考える必要があります。手に入れられるものは可能な限り手元に保存しましょう。蓄積された視覚資料が別な機会に発想の源となることもあるため、観察がデザイナーの能力を育てるといっても過言ではありません。

観察を効果的なものにするために、観察で得られる情報を「論理化」「多角化」「資料化」という3つの方法で適切に処理することを忘れないようにしましょう。



分解する

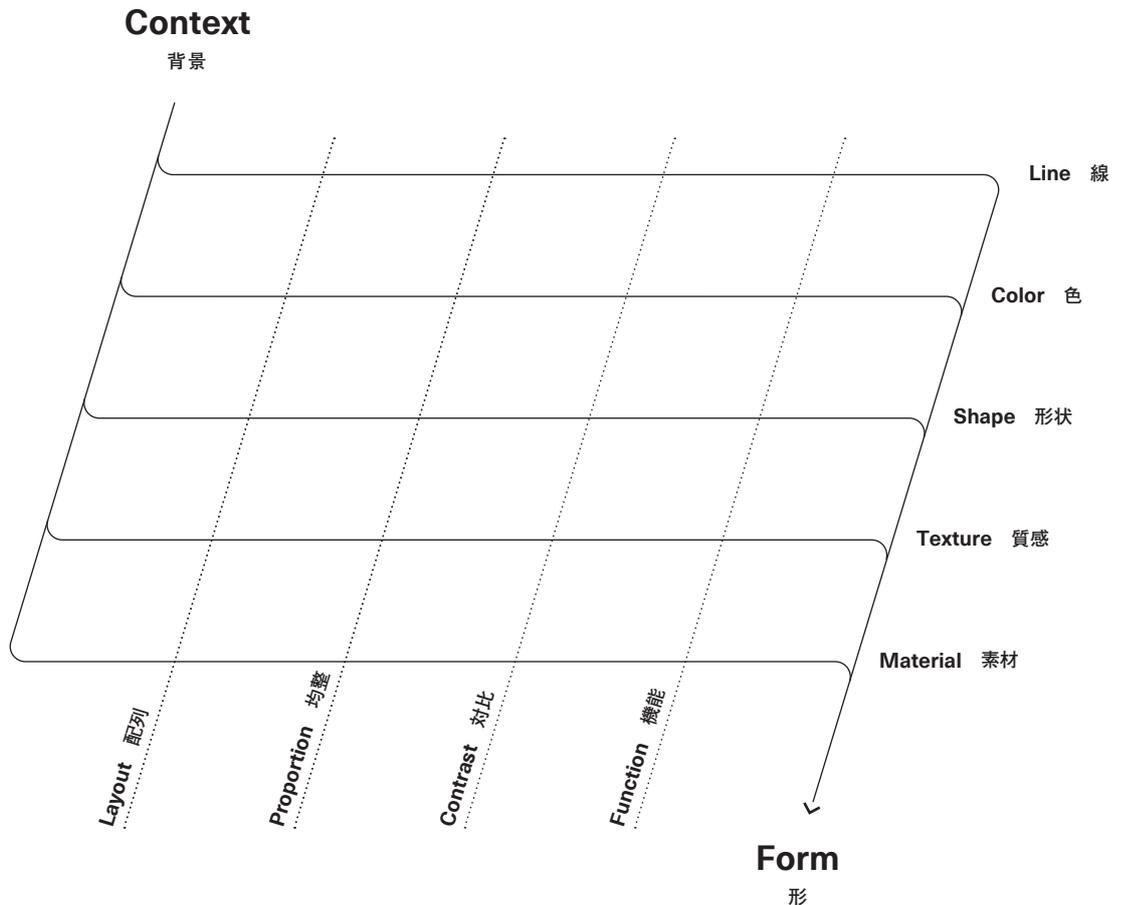
どうすればよい観察ができるのでしょうか。下の図は1つの観察対象に含まれる要素を分解して図示したものです。これらの要素は観察の際に注視するポイントと捉えることもできるでしょう。

「わかる」は漢字では「分かる」と書きますが、観察対象をよく理解するためにも「分ける」ことは重要です。ポスターのような平面作品でも家電製品のような立体物でも、ある物事を認識するためには観察対象をそれぞれの要素に細かく区切って知覚します。ポスターであれば、版面の「どこに」「何が」「どのような状態（色・図形）で」使われているのか、「線 (line)」「色 (color)」「形状 (shape)」といったそれぞれの要素がどのような関係にあるのか、について観察します。立体物であれば、そこに「質感 (texture)」や「素材 (material)」、あるいは「機能 (function)」なども加わるので、実際に触れてみながら観察することになります。観察対象を注視するポイントごとに分けることで「情報の分節化」を行います。メモに書き出したり、気になる点を写真に残したりすることは分節化の作業を助けるものです。

例えば、目の前に1つのコーヒーカップが置かれているとして、それは「何色なのか」「取手はどんな形をしているか」「素材は何か」「注がれている液体は何か」と、どの部分に焦点を当てるかを意識することです。この時にどれだけ多くの視点を持てるかによって観察対象から引き出せる

情報の量が変わってきます。一例ですが、下の図では縦軸に個別の造形的要素を記し、横軸にはその関係性を記しました。私たちを取り巻く世界は、こうした要素が複雑に結びついて一つの「形」なり「状況」を成立させています。したがって、デザインを考える際には、これらの要素の中で「どこ」が障害（問題）となっているのかをそれぞれ検討していく必要もあるでしょう。また、「情報の分節化」とは単にできるだけ細かく分ければよいというものでもありません。不必要なまで分解してもより混乱が深まるだけです。分節とは、ある程度適切なまとまり、意味を持ったまとまりに分けることを指します。

情報の要素を意識的に分けることができるようになったら、次に意識しなければならないのは、それぞれの焦点に対してどれだけ具体的な観察ができるかという点です。仮に「コーヒーカップは何色ですか」と聞かれたのに対して、「赤」とだけ答えるのと「朱色に近い赤」や「ワインのような赤」と答えるのでは、それが正確かどうかはともかく、後者のほうがより詳細に対象を捉えようとしていることがわかります。「赤」という色のグループ（群）の中から、さらに「どんな」赤なのかを「分けて」いく作業といえるかもしれません。対象の認識のための分節化は、1つのものごとを分解するだけでなく、ある群の中でのその特徴を分類していくことも含まれます。次にその点を確認しましょう。



分類する

対象の分解による分節化だけが効果的な観察の方法ではありません。観察対象の特徴を捉えるためには、別の何かと比べてみることも必要です。下図は「情報の分節化」の様々な方法を示したものです。

「分ける」という言葉には「区別する」という意味があるように、他のものとの違いを明確にすることで観察の精度が高まります。「比較」はそのための方法です。複数の情報を比べてみることで、人は初めてそれぞれの特徴を認識することができます。一つの製品だけを観察しているうちは気がつかないことでも、同じ機能を持った製品と比較しながら観察すると、細部の微妙な造りの違いにも気がつきます。比較を通してそれぞれの形状の違いがどのような目的から生まれているのかを推測したり、各製品の利点や改善点を判断できるようになるでしょう。

比較する際は、比べることに意味があるもの同士を選ばなければなりません。例えば、文房具のボールペンと調理器具の包丁を比べても有意義な結果が得られるとはいえません。この場合、異なるメーカーのボールペン同士を比較対象とするか、「書く」という機能が共通する同じ文房具同士（ボールペンと鉛筆など）で比較するのが適切です。ただし、観察の目的に合うのであれば、文房具と調理器具を比較することで有益な情報を得られることもあるでしょう。

上記のように、観察の目的に沿うように条件を設定し、似

通った要素や関係をもつ情報の集合（カテゴリ）を作り出す作業を「分類」といいます。比較の土台にもなる情報の「群」を意識することは、観察の時だけでなく、その後アイデアやコンセプトを考える際にも必要になります。「分類」はそれ自体が「情報の分節化」の方法ですが、観察や検索の結果を編集するための基本となる能力でもあります。適切な「分類」ができるということは、情報を整理し、アイデアを導き出す際の「ルール」を作ることができるということです。文房具のように身近なものであれば、同じ機能や形状のものをすぐ思い出すことができますが、まだよく知らない観察対象の場合、そもそも同じカテゴリに分類できるものを想像すること自体が難しくなります。リサーチにおいて観察と検索の両方が必要であるのは、未知のものほど観察に先立つ情報検索の比重が大きくなるためです。

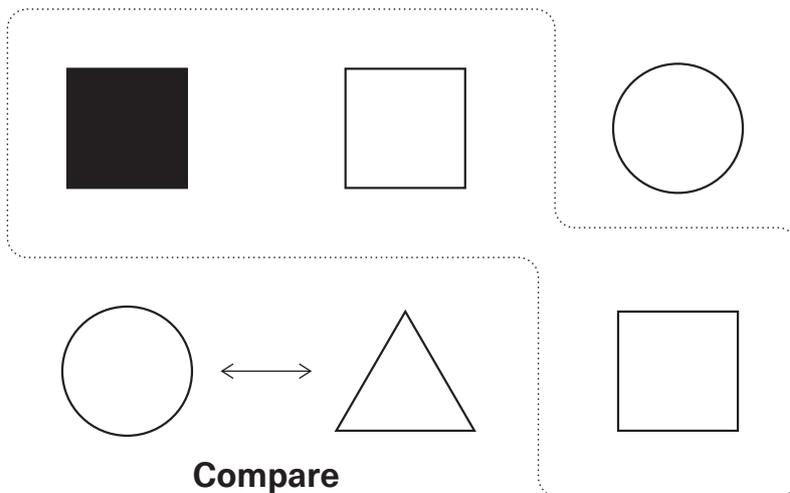
Segment

分解



Categorize

分類



Compare

比較

最後に、観察で得られた情報を整理して、アイデアやコンセプトを得る方法について考えてみましょう。

直観や造形から思いつく

実際のところ、コンセプトとアイデアはP.3で図示されたような順序立った関係ではありません。アイデアがコンセプトに先行することもあれば、「なんとなくの完成形のイメージ」からデザインが進んでいく場合もあります。作るべき方向性が見つかるのであれば、どの部分から考え始めてもよいのがデザインであり、直観による発想も歓迎されます。観察が構想と造形のどちらにも力を持つのは、デザインの発想のプロセスにこうした特徴があるからです。

アイデアからコンセプトを導く

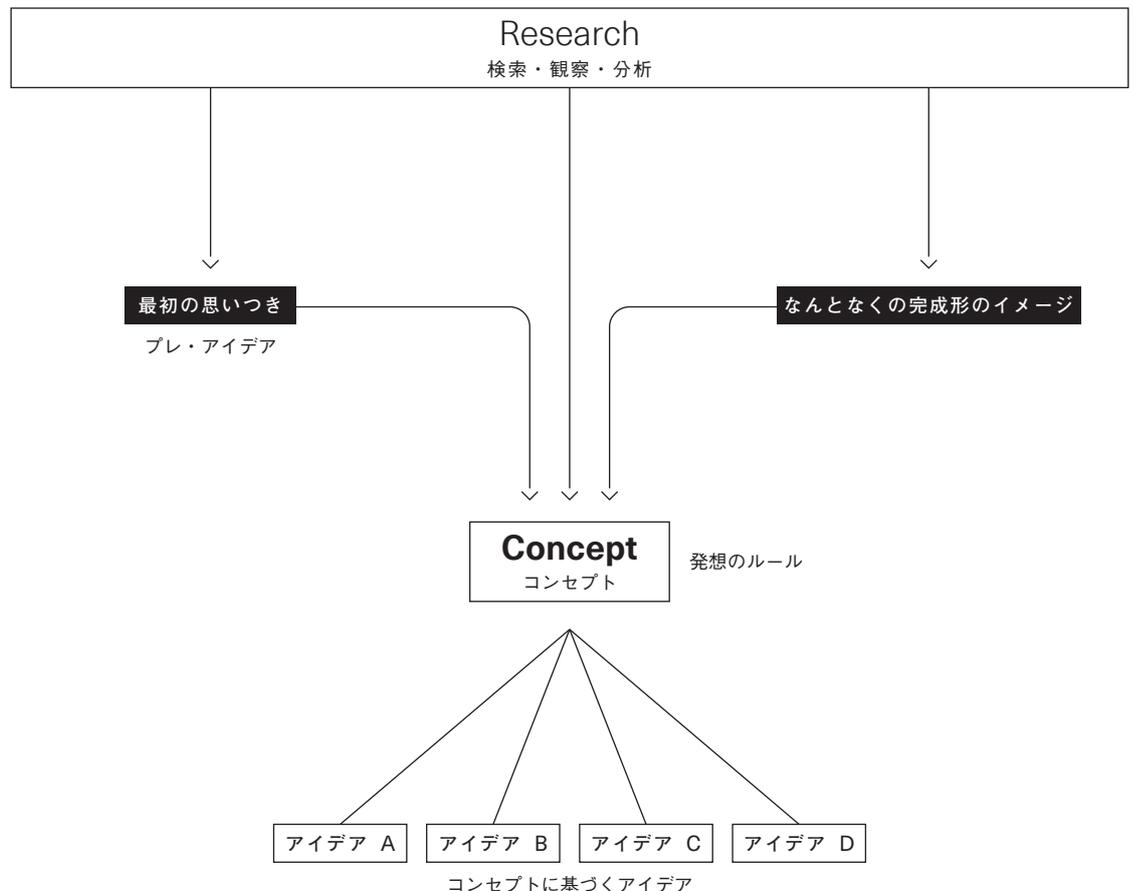
「最初の思いつき」からアイデア（プレ・アイデア）に辿り着いたとして、それが上手くいかなかったなら、別のアイデアを考えなければいけません。また、「自分が作っているもの」を他人に説明する必要もあります。これらの問題はコンセプトが明確になることで解消されます。コンセプトとは発想のルールであるため、コンセプトが明確になればアイデアはそれに基づき考えることができます。最初のアイデアを思いついた時点では、まだ自分自身でコンセプトを把握できていない場合がほとんどです。直観で得られたアイデアを論理的に分節する過程を経ることで、初めのアイデアからコンセプトを抽出することができます。

コンセプトの定め方

発想のルールとなるコンセプトを整えるために、「最初の思いつき」で実現しようとしていたことは何か？を考えます。例えば、「最初の思いつき」が「ペン型の消しゴム」であったとすれば、「ペン型の消しゴム」の「デザインで実現される内容」を考えます。この例では「細かいところを消せる」ことをコンセプトとして設定できるでしょう。一度コンセプトが明確になったら、あとは「細かいところを消す」ための方法をいくつも考えることができるはずです。これが観察や検索からコンセプトを抽出するための「情報の構造化」という考え方です。

行為について「問い」を立てる

デザインは暮らしをよりよく改善するための手段です。したがって、コンセプトの設定の際も人の行動に関係するように「動詞」を念頭において考える必要があります。上の例であれば、「消しゴム」ではなく「(どのように) 消す」かが問われていました。同様に、「椅子」ではなく「座る」と考えれば、椅子という分類を超えて包括的な情報が扱えるようになるので、発想の幅が広がります。その他、「黄色」ではなく「元気が出る」のように感情を軸に考えることも可能です。肝心なことは「デザインを通して実現したいこと・しなければならないことは何か？」という視点で「問い」を立て、コンセプトを導き出すことです。



観察の練習

特別な準備をしなくても、観察の技術を向上させることはできます。以下に紹介するのは、筆者がこれまでワークショップや社会人講座で実践してきたプログラムをアレンジしたものです。ぜひ試してみてください。

家の中で…

- 「不便だ」と感じる場所を見つけ、その理由を書き出してみよう。
- 家にある製品の中で、人に勧められると思ったものの紹介文を書いてみましょう。
- 同じ種類の文房具や雑貨を2つ以上見比べて、それぞれの形の特徴と相違点を書き出してみよう。
- PCに「好きな色フォルダ」と「好きな形フォルダ」を作って気に入った画像を集めよう。

外出先で…

- 改善した方が良くと思う景色を写真に撮り、その理由を書き留めよう。
- 本来の使われ方ではない使用法をされている物を探し、なぜそうなっているのかを考えよう。
- 特定の色を決めて、その色が含まれる物をできるだけ多く撮影してみよう。

観察ノートをつくる

デザインのための「観察ノート」は、単に観察の結果を書き留めたものではありません。メモだけでなく画像を貼ったりパンフレットを綴じ込んだり、デザインを考える上で必要となる様々な情報と、それに対する自分の考えや学びをまとめたスクラップブックである必要があります。視覚資料と思考が結びついた「観察ノート」は、いわば「まとまっていない頭の中」を可視化したような存在であり、それを眺め、ときに手を動かしながら、アイデアの手がかりを探る「発想の道具」です。講座では、「街の案内サイン」をテーマに参加者一人一人が「観察ノート」を作成しましたが、各自の視点や現在の知識量などを読み取ることができました。慣れてくれば、ノートを見ることでどんな情報が不足しているかわかるようになります。デザイナーが普段の仕事の中で一冊ずつ「観察ノート」をまとめているわけではありませんが、デザインの思考力を高めたいなら、練習のために一度ノート作ってみることをおすすめします。



コクヨ
スクラップブックS
(スパイラルとじ・固定式)
A4サイズ

講座概要 + クリエイティブゼミ vol.31 デザイン編 観察のカガク 実践編：デザインの観察ノート

デザインは何もないところから魔法のように生まれるわけではありません。あらゆるデザインは、対象の情報を、集め・整理し・分析することから始まります。とりわけ色や形が重要になるデザインにおいては、観察を通じて文字以外の様々な情報を読み取る力が求められます。

+ クリエイティブゼミ「観察のカガク」実践編では、身近な生活を題材にした観察ノートの作成を通して、「デザインのための観察」の基本的な考え方や、観察からアイデアを生み出す方法を学びます。

日時：2019年7月10日(水)、17日(水)、20日(土)、24日(水)、31日(水) 全5回
19:15～21:00 (20日のみ13:30～17:00)

場所：デザイン・クリエイティブセンター神戸 (KIITO)
2Fライブラリ

講師：久慈達也 (DML / デザインリサーチャー)
近藤 聡 (明後日デザイン制作所 / グラフィックデザイナー)

参加費：3,000円 (教材費含む)

対象：デザイナー、学生、デザインに興味のある方
(photoshop や illustrator の技能は問いません)

定員：20名 (要申込、申込者多数の場合は抽選)

主催：デザイン・クリエイティブセンター神戸

スケジュール：

7月10日(水) 第1回
デザインのための観察
なぜデザインに観察が必要なのか？

7月17日(水) 第2回
観察ノートの作り方1
観察を始める前にやっておくことは？

7月20日(土) 第3回
フィールドワーク「街の案内サイン」
観察中に気をつけることは？

7月24日(水) 第4回
観察ノートの作り方2
観察の後に取り組むべきことは？

7月31日(水) 第5回
観察ノートの使い方
発見からアイデアを導くためには？

久慈 達也 くじ たつや

DESIGN MUSEUM LAB
デザインリサーチャー

1978年、青森市出身。東北大学大学院国際文化研究科博士課程を中退後、神戸芸術工科大学図書館研究員を経て、2012年にデザイン専門の展覧会企画・編集事務所DMLを設立。展覧会企画や原稿執筆のほか、デザインに関する講演や講座も担当している。<http://dm-lab.com/>



近藤 聡 こんどう さとし

明後日デザイン制作所
グラフィックデザイナー

1976年大阪府生まれ。神戸大学発達科学部卒業、IMI(インターメディアム研究所)卒業。解くべき問題の発見を重視し、グラフィックを中心としたデザインによる解決を目指す。神戸芸術工科大学非常勤講師。<http://astt.jp/>



KIITO:

+クリエイティブゼミ vol.31 デザイン編

観察のカガク

実践編：デザインの観察ノート

編著：久慈達也 (DESIGN MUSEUM LAB)

デザイン：近藤聡 (明後日デザイン制作所)

発行：デザイン・クリエイティブセンター神戸

発行日：2020年3月31日

問い合わせ先：

デザイン・クリエイティブセンター神戸 (KIITO)

〒651-0082 神戸市中央区小野浜町1-4

TEL 078-325-2235 FAX 078-325-2230

E-MAIL info@kiito.jp WEB <http://kiito.jp/>

本書の無断転写、転載、複製を禁じます。

©2020 Design Creative Center Kobe All rights reserved.