目　次

はじめに

0　なぜデザイン論か？ ―――― 1

1　デザインとは ―――― 3

1.1　デザインの発生 ・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
(a)　人間の身体機能の外在化としてのデザイン・・ 4
(b)　コミュニケーションとしてのデザイン・・・・ 5
(c)　人間の根元的なデザイン的行為・・・・・・・ 5
(d)　道具のもつ２面性としてのデザイン・・・・・ 6
(e)　道具のもつ社会性としてのデザイン・・・・・ 8
(f)　「デザイン」という言葉の経緯 ・・・・・・・ 8
(g)　技術とデザインの関係・・・・・・・・・・・ 9
(h)　デザインとの関係分野・・・・・・・・・・・ 14

1.2　デザインの意義 ・・・・・・・・・・・・・・・ 14
(a)　実 用 性・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 15
(b)　審 美 性・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 15
(c)　独 創 性・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17
(d)　操 作 性・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17
(e)　安 全 性・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17
(f)　経 済 性・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 18
(g)　秩 序 性・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 19

1.3　デザインの抱える社会性 ・・・・・・・・・・ 19

(a)　デザインへのコンセンサス性・・・・・・・・・ 20
(b)　デザインへのレスポンス・・・・・・・・・・・ 20
(c)　デザインにおける統合化・融合化の方法・・・ 22
(d)　デザインに求められる思考特質・・・・・・・ 24
(e)　デザインの理念・・・・・・・・・・・・・・・ 25

2　デザインの仮説提示―――――――――――――― 27

2.1　デザインのコンセプト　・・・・・・・・・・・・ 27
(a)　コンセプトの定義・・・・・・・・・・・・・・ 27
(b)　デザインのプロセス・・・・・・・・・・・・・ 28
(c)　分析段階・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 31
(d)　総合化段階・・・・・・・・・・・・・・・・・ 32
(e)　評価段階・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 33
(f)　コンセプト化への条件・・・・・・・・・・・・ 35

2.2　デザインのシナリオ・ライティング　・・・・・ 35
(a)　デザインのシナリオ・ライティング・・・・・ 36
(b)　シナリオ・ライティング・・・・・・・・・・・ 38
(c)　シナリオの映像化と評価・・・・・・・・・・・ 39
(d)　シナリオ映像化の事例――建設工事における
配管作業の近未来・・・・・・・・・・・・・・・ 40

2.3　デザインとマーケティング　・・・・・・・・・・ 46
(a)　マーケティングリサーチ・・・・・・・・・・・ 46
(b)　ライフスタイル・・・・・・・・・・・・・・・ 47
(c)　マーケットセグメンテーション・・・・・・・ 51

2.4　コンセプトとマーケット　・・・・・・・・・・・ 51
(a)　仮説提示によるマーケティング機能・・・・・ 52
(b)　仮説提示の方法と場・機会・・・・・・・・・・ 53

3　デザインの発想 —— 57

3.1　デザインの動機 ・・・・・・・・・・・・・・・・ 57
(a)　動　機・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 58
(b)　動機の構造・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 58
(c)　からみあう動機・・・・・・・・・・・・・・・・ 60
3.2　発想のための観察 ・・・・・・・・・・・・・・・ 62
(a)　観　察・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 63
(b)　デザインサーベイとデザインリサーチ・・・・ 63
(c)　「3不」による観察 ・・・・・・・・・・・・・・ 65
(d)　記録と表現・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 66
(e)　主張と姿勢・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 66
3.3　情報の整理と分析 ・・・・・・・・・・・・・・・ 67
(a)　情報の分類・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 67
(b)　心理的要因の整理・分析・・・・・・・・・・・ 68
3.4　発想のプロセス ・・・・・・・・・・・・・・・・ 69
(a)　言葉とイメージ・・・・・・・・・・・・・・・・ 69
(b)　比　喩・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 72
3.5　デザインの造形的発想 ・・・・・・・・・・・・・ 73
(a)　仮説提示から造形へ・・・・・・・・・・・・・・ 73
(b)　造形のキーワード・・・・・・・・・・・・・・・ 76
3.6　デザインの独創性 ・・・・・・・・・・・・・・・ 77
(a)　独創性への段階・・・・・・・・・・・・・・・・ 77
(b)　独創性の条件・・・・・・・・・・・・・・・・・ 78
(c)　独創性と民族性・・・・・・・・・・・・・・・・ 79
(d)　日本の独創性・・・・・・・・・・・・・・・・・ 80

4　デザインのアプローチ——81

4.1　デザインのアプローチ・・・・・・・・・・・・81
(a)「モノ」と「コト」・・・・・・・・・・・・・81
(b)「コト」からの創造・・・・・・・・・・・・・82
(c)　デザインランゲージ・・・・・・・・・・・・84
(d)　かたちへのアプローチ・・・・・・・・・・・85

4.2　造形のルール・・・・・・・・・・・・・・・・90
(a)　造形の基本作法・・・・・・・・・・・・・・90
(b)　デザインイメージ・・・・・・・・・・・・・92

4.3　コンフィグレーション・・・・・・・・・・・・94
(a)　コンフィグレーションの流れ・・・・・・・・94
(b)　コンフィグレーションの方法・・・・・・・・95
(c)　モジュラーコーディネーション・・・・・・・97
(d)　理想のコンフィグレーション・・・・・・・・98

4.4　エルゴノミクス・・・・・・・・・・・・・・・99
(a)　エルゴノミクスとは・・・・・・・・・・・・100
(b)　エルゴノミクスの新たな役割・・・・・・・・101
(c)　エルゴノミクスをいかに導入するか・・・・・102

4.5　インターフェースのデザイン・・・・・・・・・103
(a)　接点の人間化・・・・・・・・・・・・・・・103
(b)　インターフェースとデザイン・・・・・・・・108
(c)　インターフェースと認知・・・・・・・・・・109

5　デザインの理念——113

5.1　デザインとアイデンティティ・・・・・・・・113
(a)　アイデンティティとは・・・・・・・・・・・114

(b)　コーポレートアイデンティティ・・・・・・・115
(c)　プロダクトアイデンティティ・・・・・・・・117
(d)　プロダクトイメージ・・・・・・・・・・・・118
(e)　カラープランニングとコーポレートカラー・・120
5.2　ユニバーサルデザイン　・・・・・・・・・・・121
(a)　ユニバーサルデザインの背景・・・・・・・・121
(b)　ユニバーサルデザインとは・・・・・・・・・123
(c)　ユニバーサルデザインの達成・・・・・・・・124
5.3　エコロジーとデザイン　・・・・・・・・・・・125
(a)　エコロジーとデザインポリシー・・・・・・・125
(b)　エコロジーデザインの具体例・・・・・・・・126
(c)　エコロジーとデザイン思考・・・・・・・・・128
5.4　ロングライフデザイン　・・・・・・・・・・・128
(a)　ロングライフ商品・・・・・・・・・・・・・129
(b)　馴質異化と異質馴化・・・・・・・・・・・・130
(c)　ロングライフ化とデザイン・・・・・・・・・131
5.5　グランドデザイン　・・・・・・・・・・・・・132
(a)　地域づくりの背景・・・・・・・・・・・・・132
(b)　地域づくりへのアプローチ・・・・・・・・・133
(c)　グランドデザインにおけるコンセプト
づくりの条件・・・・・・・・・・・・・・・・・134
5.6　グッドデザイン　・・・・・・・・・・・・・・136
(a)　グッドデザイン賞とは・・・・・・・・・・・136
(b)　これからのグッドなデザイン・・・・・・・・139

さらに勉強するために　・・・・・・・・・・・・・・・141
索　引・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・145