

# これからの 家電の行方

長く愛されるモノは  
人々の無意識の中にある

プロダクトデザイナー  
深澤 直人氏

無印良品 炊飯器 丸みのあるフォルムの炊飯器は、白一色でコンパクト、どんなキッチンにもすんなり馴染む。



無印良品 壁掛式 CD プレーヤー

目の前にひもがぶら下がっていたら、引っ張ってみたいくなる。換気扇のような形をした壁掛け式 CD プレーヤーは、人間が無意識にやってしまう行動原理から生まれた。思わずひもを引くと、風ではなく音楽が流れてくる。



±0 加湿器

艶やかな水滴を連想させるドーナツ型の独特のフォルムは、加湿器というより、美術品のオブジェのよう。存在感はあるものの、おしつげがましくなく、昔からそこにあったかのような佇まいが印象的。



Panasonic 照明器具 MODIFY

球体をスパッと半分に切ったようなシンプルなデザインは、ありそうでなかったモダンで魅力的な空間をつくり出している。慣れ親しんだ形を継承しながら、新しい技術で常に今の環境に適合させていくという思想から「MODIFY(モディファイ=改良/修正)」と名付けられた。

高度経済成長の時代、家電はまさに豊かさの象徴でした。しかし技術の進歩で、あらゆるものが小型化していきます。テレビは薄くなり、電話は手のひらに収まるようになりました。その結果、家電は壁か身体のいずれかに近づくという二極化が進んでいます。

例えばエアコンは壁面から飛び出すのではなく、近い将来、家庭においてもビルトイン型になっていくかもしれません。では、そのときデザイナーの役割とは何か。エアコンの形をデザインしても意味がありません。この部屋にはどんな空調が魅力的なのか。そのアンビエント(雰囲気)全体をデザインすることが我々の仕事になっていきます。

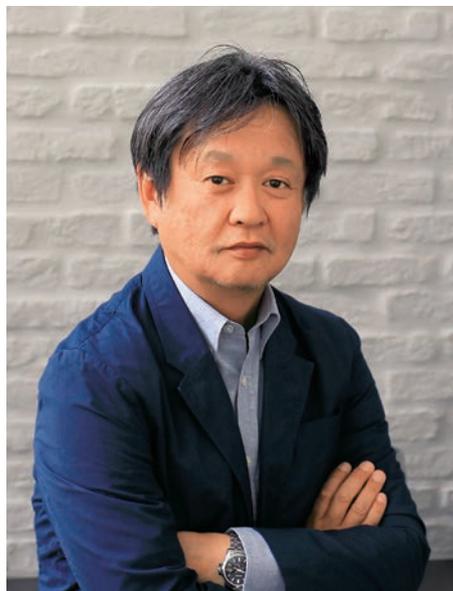
つまり独立したモノではなく、環境に調和したひとつの分子としての存在が、これからの家電の姿なのです。実際、私の手がけた家電も、それらが壁と身体どちらに属するものかをまず考え検討し、どちらにも属さないものについては、調和したひとつの生活空間そのものとしてデザインすることにこだわりました。

家電に限らずあらゆるデザインは、人間が無意識に持つ元型に具体的な

姿を与えていく作業です。元型とは心理学者のカール・グスタフ・ユングの言葉ですが、デザインに置き換えてみれば、誰もが共通で良いと感じる要素といえます。だから何世代にもわたってロングライフで使われ続ける製品は、本来みんなが良いと思っていたデザインなのです。

それは環境とも調和しています。人は何かモノを使うときに、そのモノについて一生懸命に考えたりはしません。何気なく無意識に使っている。実はそれがモノと人が最も調和している状態です。この色やスタイルが今、人気だからというマーケティング的な発想のデザインは、最初は注目を集めるかもしれませんが、すぐに消えてしまう。しかし人々の集合的無意識を掘り当て、そこに線を引くことができれば、そのモノは長く愛され続けるはずですよ。

エンボディメント(embodiment)。私が大切にしている言葉で、概念を顕在化するという意味で使われます。デザインもこれと同じです。デザイナーのエゴや自己主張ではなく、誰もが無意識に良いと思っている元型に姿を与えること、それこそがデザインの本質だと考えています。(談)



深澤 直人(ふかさわ・なおと)

1956年生まれ。80年多摩美術大学卒業。89年に渡米し、世界的なデザインコンサルティング会社IDEO入社。IDEO東京支社長を経て2003年NAOTO FUKASAWA DESIGN設立。無印良品、「au/KDDI」INFORMATION、「±0」加湿器など、環境に溶け込むデザインをテーマに名作を手がける。米国IDEA金賞、ドイツIF金賞、日本グッドデザイン賞金賞など国内外での受賞多数。多摩美術大学教授、日本民藝館館長を務める。