

デザインにおける「人間中心」概念を環境倫理の視点から再考する

「小田原みかん農園再生プロジェクト」から生まれた「みかん米粉どら焼き」のデザインプロセスを事例として
 Reconsider the Concept of Human-centered in Design from the Perspective of Environmental Ethics: A Case Study on
 MIKANKOMEKODORAYAKI Produced by Odawara Orange Farm Regenerative Project in Japan.

二宮咲子

Sakiko Ninomiya

関東学院大学人間共生学部共生デザイン学科

Abstract: This study aims to reconsider the concept of "human-centered" in Design from the perspective of Environmental Ethics. Action research was adopted on a concrete case study of the design process of MIKANKOMEKODORAYAKI which was produced by Odawara Orange Farm Regenerative Project. In addition to the previously existing emotional involvement between the "MIKAN" and the individual seniors who care for them, it
 Key Word: Human-Centered Design, Environmental Ethics, Community Support/Ecological Products

became clear that social involvement has strengthened and those sales of community support/ecological products "MIKANKOMEKODORAYAKI" have created new economic involvement. To reconsider the concept of "human-centered" in Design from the perspective of Environmental Ethics and by connecting the two, we can reach the horizon of "design without center" where humans and non-human beings can live and breathe well.

1. 研究背景

1-1. 環境倫理からデザインへ

筆者は学生時代に環境倫理学・環境社会学を専攻し、卒業後は民間企業で15年間、環境政策の調査・研究と立案・運用に係る実務に従事した。2013年に関東学院大学共生デザイン学科(2013年当時は人間環境デザイン学科)着任後は環境・コミュニティデザイン領域の研究・教育に従事し、2018年からは日本デザイン学会情報デザイン研究部会に参画している。このように環境倫理からデザインへと移行してきた自身の研究・教育実践を通じて、環境倫理学で議論されてきた「人間中心」概念と、デザインにおける「人間中心」概念は、同じ言葉・表現を用いているが、概念の定義及び位置づけは大きく異なっていることに気がついた。

1-2. デザインにおける「人間中心」概念

D. A. ノーマン(2013=2015)は『誰のためのデザイン?』増補・改訂版のなかで、1988年の初版にはなかった「人間中心デザイン」という節を追加している。「人間中心デザイン」誕生の背景には、テクノロジーの急速な複雑化や自動化が人々の日常生活において混乱や不具合等の問題を引き起こしている現実があり、それらを解決するためには「人間中心デザイン」への転換が必要で「人間中心デザイン」の役割は、主にインダストリアルデザイン、インタラクションデザイン、エクスペリエンスデザインが対象とする人々のニーズと能力に適した製品やシステム、サービスを保証するようなデザインの哲学・プロセスとしてデザインの各領域と並存すると位置づけている。⁽¹⁾

このように、デザインにおける「人間中心」概念の「人間」とは、デザインの各領域が対象とする人びとを意味し、ユーザーと言い換えることもできる。そしてデザインにおける「人間中心」概念の「人間」に対峙している「人間以外」とは機械や製品、その総体としての人工システムである。

1-3. 環境倫理学における「人間中心」概念

一方、環境倫理学における「人間中心」概念の「人間」とは、周囲の自然環境を認識する主体としての人びとを意味している。

ここで「人間中心」概念の「人間」に対峙している「人間以外」とは動植物や自然環境であり、その総体としての生態系である。1970年代の欧米では、動植物や自然環境は人間の利用目的のために存在すると考える思想、つまり「人間中心主義」の環境思想に対抗して「人間中心主義ではない」環境思想への転換がみられた。クリストファー・ストーンの「樹木の当事者適格」やピーター・シンガーの『動物の解放』などが代表例であり、共通しているのは、人間以外の動植物や自然環境には、人間の利用に関わらず、生命そのものや生命の多様性に内在する本質的な価値があるという主張である。

2. 研究目的及び方法

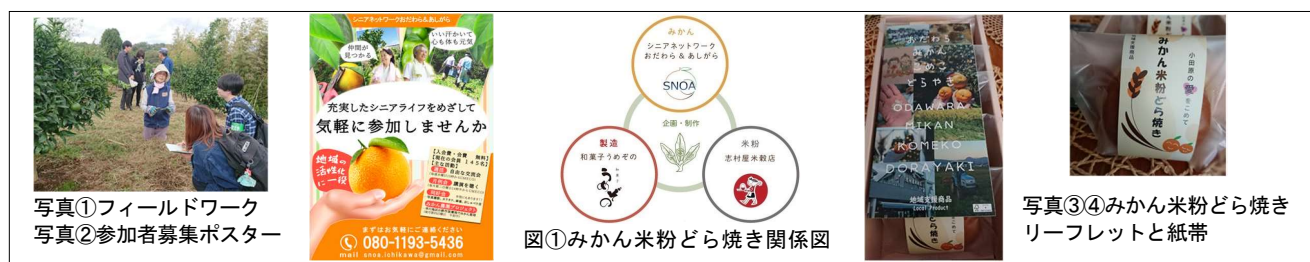
2-1. 研究目的

デザインにおける「人間中心」概念と、環境倫理における「人間中心」概念は定義及び位置づけが異なる。しかし、本研究の目的は、そのどちらが正しいか、あるいは正しくないかを考察することではない。相違を新たな視点の地平と捉えて、デザインにおける「人間中心」概念を環境倫理の視点から再考することを研究目的とする。

2-2. 研究方法

本研究は、デザインにおける「人間中心」概念を環境倫理の視点から再考するために、デザイン学と環境倫理学に共通する「人間と人間以外の存在との関係性」という作業領域に着目する。

デザイン学においては、須永剛司(2019)が情報デザインのプロセスを「人間活動」と「インタラクション」と「コンピュータ」を行ったり来たりしながら、デザインを精緻化し統合していくことであると指摘している。デザイナーはまず「人間の活動」を描き、次にその活動のなかで、人間がその道具(コンピュータ)をいかに利用し、どのように道具とインタラクトする(かかわり合う)のかを描き、そして「コンピュータ(ソフトウェア・アプリケーション)」の機能とインタフェースをかたちづくっていくというプロセスを示している。⁽²⁾本研究では、この「人間と人間以外の存在との関係性」という情報デザインの作業領域を人間以外



の動植物や自然環境を対象とするデザインプロセスの事例分析に応用する。環境倫理学においては、二宮咲子・鬼頭秀一(2009)による人間と自然との望ましい関係性を再構築する「かかわりの環境評価」の理念と手法が「人間と人間以外の存在との関係性」の作業領域を具体的に示している。人間と自然との「精神的かかわり」「社会的かかわり」「経済的かかわり」という調査領域を設定して、人間と自然とのかかわりの地域特性と歴史的な文脈をフィールドワークによって具体的に明らかにし、それらの3つの側面の全てに渡って関係性を結ぶことができる状態を望ましい状態と評価している。⁽³⁾本研究では、この「かかわりの環境評価」の3つの側面をデザインプロセスの事例分析に応用する。

3. 事例分析：「小田原みかん農園再生プロジェクト」から生まれた「みかん米粉どら焼き」

3-1. プロジェクト発足経緯

「小田原みかん農園再生プロジェクト」は関東学院大学共生デザイン学科の自然共生社会デザインを専門とする二宮咲子ゼミナールによる社会連携型の研究・教育実践である。シニアネットワークおだわら&あしがら(SNOA)による、耕作放棄地だったみかん農園再生活動の現状調査・課題分析を行い、学術的知見と学生のアイデア・行動力を生かし、活動の課題を解消するための新たな展開や持続可能な手法を研究し、社会実験的に実践する公学民の協働プロジェクトである。⁽⁴⁾2018年度から継続しており、2021年度には4年間にわたるプロジェクトの成果として、SNOAの活動によって生産された「みかん」を使用した地域支援商品「みかん米粉どら焼き」が商品化され、製造・販売が開始された。

3-2. 「みかん米粉どら焼き」のデザインプロセス

プロジェクト1年目はSNOAの活動の現状と課題を明らかにすることを目的としたフィールドワークを実施した(写真①)。その結果、定年退職後のシニアの生きがいと居場所づくりがSNOAの第一の活動目的であり、耕作放棄地の再生という社会的課題が主目的ではないことが明らかになり、参加者募集ポスター制作に反映した(写真②)。フィールドワークは、作業効率が悪い斜面地の農園が耕作放棄されやすいことを実感する機会となった。一方で、自然が豊かで見晴らしがよい斜面地の農園は「若者世代をターゲットとしたイベント会場として活用できる」という発想を生み、プロジェクト2年目の果樹園ウエディングを模した多世代交流イベント「Orange Wedding」の企画プロデュースへと繋がった。この時、小田原市内の耕作放棄地再生活動から生まれた米粉と小田原産の柑橘類を使用してウェディングケーキやスイーツを製作したことが、プロジェクト3年目にSNOAの活動を経済的かつ広報面で支援する「みかん米粉どら焼き」商品化の着想と企画に繋がった。そしてプロジェクト4年目には売り上げの一部がSNOAに還元される地域支援商品「みかん米粉どら焼き」の生産・販売体制の構築、パッケージデザイン、リーフレットデザインに

取り組み、2022年3月から小田原市内の和菓子屋での製造・販売が開始された。プロジェクト5年目を迎える今後は、購入者アンケート調査結果をもとにパッケージやリーフレットのデザインを改良し、小田原市のふるさと納税返礼品に耕作放棄地再生活動の体験とセットで「みかん米粉どら焼き」を登録するなど、耕作放棄地の再生活動とシニアの居場所づくりのための新たな展開と持続可能な手法の研究を継続する。

4. 考察：デザインにおける「人間中心」概念を環境倫理の視点から再考する

みかん農園再生活動への参加動機を「いい汗かいて心も体も元気になる」「放っておくとみかんが可哀想」と語るSNOAメンバーにとって、人間以外の存在である「みかん」は直接的な活動対象であり「みかん」とのかかわり合いは「精神的かかわり」といえる。「仲間が見つかる」という参加動機からは「みかん」はSNOAメンバーにとって間接的な活動対象であり、人と人とのかかわりを媒介する「みかん」とのかかわり合いは「社会的かかわり」といえる。会費無料かつ無報酬の活動のためか「みかん」との「経済的かかわり」を参加動機に挙げる人は2021年度まではいなかったが地域支援商品「みかん米粉どら焼き」の誕生により、今後は「みかん」との「経済的かかわり」がみかん農園再生活動への参加動機に新たに加わる可能性がある。

1990年代以降の環境倫理の議論では、人間以外の動植物や自然環境を人間のために利用することの是非を問うのではなく、誰が、どのように利用するべきかを問うようになってきた。生物多様性保全の政策的取組みでは「人間以外」の生物の多様性が人間の健康、安全、社会関係等(Well-Being)を支えているという「人間」と「人間以外」の存在の重層的な関係性が示されている。

デザインにおける「人間中心」概念が捉えようとしてきたユーザーと製品やサービスとのより良い関係性において「問題を、生きている世界の問いとみなす」⁽⁵⁾ためにも、人間と人間以外の存在としての動植物、自然環境、生態系とのより良い関係性を捉えようとしてきた環境倫理の視点から再考し、両者を接続することによって、人間と人間以外の存在を共に生かし合うような「中心なきデザイン」の地平に立つことができるのではないか。

参考文献

- (1) D.A. ノーマン (2015) 『増補・改訂版 誰のためのデザイン? 認知科学者のデザイン原論』: 10-13.
- (2) 須永剛司(2019) 『デザインの知恵 情報デザインから社会のかたちづくりへ』: 57.
- (3) 二宮咲子・鬼頭秀一(2009) 「かかわりの視点からの湖沼環境評価」 高村典子編 『生態系再生の新しい視点 湖沼からの提案』: 145-178.
- (4) Sakiko Ninomiya (2020) Networking of Intermediary Organizations Ensures Multi-tiered and Multi-generational Collaboration in Social Design Project. Kanto Gakuin University Society of Human and Environmental Studies. 33:3-11.
- (5) 須永剛司 (2002) 「デザインが情報と出会った」『情報デザイン 分かりやすさの設計』: 63.