

金沢美術工芸大学 視覚デザイン専攻教授

寺井 剛敏

PRI・O
トップ対談

大阪府印刷工業組合 理事長

浦久保 康裕

メディア・ユニバーサル・デザインが 大阪・関西万博のレガシーに

私たち印刷業界は約15年前から「伝わりやすく、分かりやすい」に配慮した情報伝達分野におけるユニバーサル・デザイン、いわゆるメディア・ユニバーサル・デザイン(以下:MUD)に取り組んでいます。また、全日本印刷工業組合連合会(以下:全印工連)ではMUDの知見を

集め、さらなる可能性を見出すために「MUDデザインコンペ」を主催、毎年実施しています。そのコンペの審査委員長をお願いしています金沢美術工芸大学の寺井剛敏教授に、MUDに取り組む意義やこれからの可能性についてお伺いしました。



カラーバリアフリーからMUDへの変遷

浦久保: MUDのスタートはカラーバリアフリー(CUD)、つまり色覚障がい者の方々の見やすさに配慮することからスタートしましたが、色覚障がい者の方々は国内で約320万人と言われていて、人口比ではごく少数で配慮の必要性はあるものの実際の対応となるとなかなか進まなかったのが実情でした。しかし、国内の超高齢化社会が現実となり、加齢で色の見え方や文字の見づらさへの配慮が求められるようになり、色覚障がい者のみならず高齢者に対しても文字・組版など、メディア全般への配慮としてMUDに代わっていきましました。そのあたりの変遷をどのようにみておられましたか?

寺井: 少し長くなりますが、まず私がMUDに関わった経緯からお話したいと思います。金沢美術工芸大学・商業デザイ

ン科を卒業した私は広告代理店でさまざまなデザインにかかわらせていただきましたが、同校の恩師が定年退職されるということで大学からお声がけいただき、選考を経て2001年に着任することになりました。前任の恩師が色彩学の専門家だったこともあり、色彩演習の授業を受け持つことになりました。

午後からの授業は東洋美術や色彩論など座学を行うのですが、今の生徒たちにオーソドックスな色のことを教えるだけで、社会に出て本当に役立つ内容になるのか疑問を持っていました。そんな時に石川県工業試験場から色覚シミュレーションについて大学と連携したいという依頼があり、2年程度共同研究を行いました。デザイン科の学生たちは将来、メーカーや代理店などに就職することが多いこともありますが誰しもを思いやる気持

ちを若いうちにインプットすることを目的に、この共同研究の成果を中心とした授業を2004年から取り入れることにしました。

国内高齢者の割合が年々増加するにつれて、色覚障がい者だけでなく、加齢からくる色覚を中心としたさまざまなバリアを持つ人たちに配慮していくことが当たり前前の時代になりつつあります。当初はシミュレーションするために特別なゴーグルを装着したりしていましたが、現在では、アプリやAdobe製のソフトにMUDのチェック機能が標準搭載されるなど、非常に簡単に確認することができるようになりました。

この流れを客観的にみますと、さまざまなバリア(障がい)を持つ方に対して思いやる創意工夫への取り組みが確実に高まってきているように感じます。

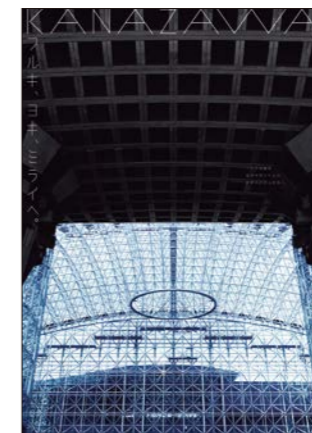
行政や教育の現場でMUD

浦久保: 寺井先生は行政へのかかわりも深いのでご存じかと思いますが、昨今では自治体の調達要件にMUDアドバイザーの資格が求められたり、学校の教科書にUDフォントが採用されるなど、MUDの必要性が認められる社会になってきました。さらにCSR、SDGsへの取り組みでMUD対応に拍車がかかりました。行政、民間企業からさまざまな要請に対応されておられる寺井先生から見て、その変化は感じられますか?

寺井: まず行政と民間企業を比較しますと、行政はMUDに対する取り組みは遅れていると感じています。浦久保さんがおっしゃる和歌山県の入札要件にMUDへの配慮が入るといった事例はごく稀で、全国的にみるとまだまだ浸透していないと感じています。これは私たち石川県でも

同様です。私は金沢市の広報ディレクターという立場もあるのでよくわかるのですが、金沢市は加賀友禅など全国的にみても「工芸」というモノや技術に多くの予算をかけています。しかしMUDのようにソフトや人々の意識(見えないモノ)に予算を投資する風潮には至っていません。反対に民間企業のほうが断然進んでいて、大手企業になればなるほど、MUDへの配慮をすることは当たり前になってきたといえるでしょう。

しかしSDGsという大きな変化のきっかけがやってきました。金沢市でも「金沢市ゼロカーボンシティ」の宣言もしており、行政としてSDGsはホットなワードになっています。持続可能な開発目標の17項目とMUDをどのように結び付けていくのが、今後の普及・啓発の鍵を握るのではないのでしょうか? この2つを絡めることで市民・企業・行政に対してMUDの共感度を上げていくことで、誰も取り残さない社会への一歩が踏み出せると思っています。



第66回日本観光ポスターコンクールグランプリ(国土交通大臣賞)



国公立の美術大学で初めて取り入れたMUDの授業

浦久保： 寺井先生が勤務されている金沢美術工芸大学では国公立の美術大学で初めて、MUDを授業として採用されました。その経緯と取り組み後の学生の変化や他大学の変化などがありましたら教えてください。

MUDを通じて誰しもを思いやることを若いうちから学ぶべきだと思ったからです。他大学などはどうか分かりませんが、具体的にMUDを取り入れているのは当校だけだと思います。

美術系の学生はここ数十年で学ぶことが飛躍的に増えてきたのが要因なのかもしれません。私が学生時代はまだまだアナログの傾向が強かったのですが、いまは

動画編集などデジタルへの教養も身につけなければなりませんので、そこまで手が回らないのかもしれませんが。

大手民間企業で働く卒業生のお話を聞きますと、入社するとMUDに対応したモニターが既に設置されているのが当たり前で、MUDを学んだからどうこうではなく、知識があることが前提で配属されていると聞いたことがあります。

寺井： 経緯については冒頭にお話したとおり、デザイン技術を学ぶだけでなく、



地元銀行役員及び担当部署へ、今後の新しい取り組みについて提案(2020年度)



湖池屋JAPANプライドポテトパッケージデザインを提案、金沢市長と記者発表

コロナ禍が起こしたコミュニケーションの変化、そして今後について

浦久保： 寺井先生は視覚デザインの専門家として、コロナ禍における視覚デザイン・視覚コミュニケーションに変化が起こったとお考えでしょうか？ また変化がもたらしたこれまでにない課題などがありましたら教えてください。

る実技が圧倒的に多いので、リモートの授業に最初は戸惑いが生じました。幸いにも1学年が150名程度なので、対面授業は人数制限を行いながら実施することができましたし、彫刻科などでは屋外授業も結構な頻度であるので、いろいろと検証しながら対応していきました。

テクノロジーを使った新たな発見もありました。例えば漆を塗る授業では通常、細かい手元の動きや筆の入り方が見えませんが、固定カメラを数台設置

することで細かな作業を伝えることが可能になりましたが、やはりアート作品を直接見たり、場の空気感を感じられないという、もどかしさは残ります。またどうしてもリモートだと雑談がしにくい。思考やデザイン、気づきというのは何気ない日常会話から生まれるものも多いので、新たなコミュニケーションのあり方を模索しています。

寺井： コロナ禍において良し悪しは別として、本校でも大きな変化が起こりました。特に美術大学のなかでも美術科や工芸科というのは対面でモノに触れたりす

MUDコンペティションの審査

浦久保： 寺井先生には「MUDコンペ」の審査員を永年お願いしていますが、このコンペにおける出品傾向の変化を感じられていますか？ また、MUDへの理解促進やさらなる発展のためにMUDコンペが果たす役割はどのようになっていくべきでしょうか？

寺井： 「MUDコンペ」から時代背景を反映して「MUDコンペ」へ進化してきたわけですが、近年では若い世代を中心として、時代性を反映させた作品が年々多く

なっているように感じます。これはデザインを通じて社会課題を解決することが可能だということが徐々に浸透してきている証だと感じます。

しかしMUDだけではどうしてもインパクトが弱いように感じています。先にも申し上げましたが、SDGsの17の目標を前面に出しながら、その課題解決のひとつとしてMUDのストーリーをセットにしていくことでMUDの必要性を高めることができるのではないかと考えています。

次のステップとして、何が社会課題なのかを「先に見つける力」を磨いていくことが重要と思っています。デザインだけでは、メシが食えない時代ですので、学生には本人の「存在意義(Purpose)」を考え、自分の目指す北極星を見つけるように伝えているのですが、自分の弱みのなかに答えがあることが多いのです。強みは結構他人と同じことが多いのですが、弱みは千差万別なので、そこから存在意義を見つけ出し、社会課題を見つけるヒントにしています。

2025年をMUDの新たなゴールとともにスタートにする

浦久保： 私たち大阪府印刷工業組合では2025年大阪・関西万博を経済・社会活性化の好機に位置づけています。MUDは情報コミュニケーションの分野(サインや印刷物など)で貢献できると考えていますが、MUDの普及も含めて万博とMUDの協働について先生のお考えをお聞かせください。

SDGsもそうですが、世界的な取り組みに対して必要性を感じるのが日本人の行動心理です。2025年の万博には世界中から多くの方がやって来ますので、大阪から世界に対してMUDの存在意義や必要性を発信していかなくてはいいでしょうか。「おもてなし文化」もそうでしたが、私たちが日々日常で気づいていないことでも海外から見ると評価が高いことはたくさんあります。SDGsを絡めながらMUDの必要性を海外の人たちに評価してもらうことで、国内のMUDに対する見方が変わる可能性もありますし、これが大阪・関西万博のレガシーになればいいなと思っています。

浦久保： 私たち印刷業はMUDをはじめ環境対応やCSR認証など他の業界に比べて積極的に取り組んでいます。世間一般の印刷業に対する認識は残念ながら印刷物を製造する旧態依然とした産業という認識が強く、そのことが企業活動にマイナスとなっているのも事実です。

印刷業の未来に向けて、地域や行政に対して私たちの取り組み内容や未来に向けたビジョンをしっかりと伝え、存在価値や果たしている役割を認識していただくことが不可欠です。その意味においても2025年万博をいい機会としてとらえていきたいと考えています。今後ともご指導のほどよろしくお願いたします。

本日はありがとうございました。

PROFILE

てらい たけとし
寺井 剛敏

1961年石川県生まれ。視覚デザイン専攻教授。石川県ビジュアルデザイン協会会長。石川県景観審議会委員。金沢市広報ディレクター。金沢市屋外広告物審議会会長。神戸芸術工科大学非常勤講師。金沢美術工芸大学大学院修了。(株)乃村工藝社、(株)博報堂を経て現職。本学では、ブランディング、ソーシャルデザイン、色彩演習を担当。受賞歴、ディスプレイ産業大賞、ディスプレイデザイン優秀賞、JCDデザイン大賞、日本サインデザイン賞優秀賞、日本観光ポスターコンクールグランプリ国土交通大臣賞など。代表的な仕事、NISSAN本社・銀座ギャラリー改装プロデュース、カネボウ「LUNASOL」店舗プロデュース、北陸新幹線ロゴマーク、金沢の食文化シンボル、スローガン企画制作、金沢市観光ポスター、その他デザインディレクションなど多数。