

## 研究の要約

本論文には三つの目的があった。第一に、ソーシャル・デザインの社会的意味を考察しデザイン価値の一つである「共有価値」の重要性を論じること。第二に、共有経済をデザインの新たなパラダイムの重要な変化として設定し、これからデザイナーが考慮しなければならないデザイン要素を調査すること。そして第三に、デザインの観点から国内外の共有経済の事例を比較し分析することから、共有を軸にしたデザインの新しい可能性を論じることであった。

序論では、文献調査を通じてソーシャル・デザインと共有経済について考察し、社会的価値と経済的価値を混合した新しい混合価値(blended Value)の時代が到来していることを示した。経済的、環境的価値が調和をなす時代にはこのような価値が共存できる新しいデザイン戦略が必要である。

第1章「デザインの変化とソーシャル・デザイン」では、過去のソーシャルデザインの事例分析を通じて新しいデザイン戦略のキーワードは「共有」であることを示した。社会的価値と経済的価値の共通点ともいえる共有は、今後のデザイン展開の重要な要素である。デザインが商業的機能だけでなく、社会的問題を扱う新しい方法として適用されれば、社会的な問題に一般の人たちの関心を刺激することができ、さらに効果的である。そのためには教育機関を通じて、財政的支援、制度的環境づくりなどが先行すべきである。また、ソーシャル・デザインに従事する個人、あるいは、機関に対する財政的な支援などを行うことが制度的支援案も用意されなければならない。ソーシャル・デザイナーらのプロジェクトを実際の政策に反映することに対して、仲介的な役割を果たすことができる機関も必要である。

**第2章「共有経済におけるデザインの可能性」**では、共有経済の概念や、発達過程、共有経済タイプに対する調査を通じて共有経済の現状を検証した。まず「共有を築にした現時代の新たな動き」をリサーチした。リサーチの結果は三つある。第一に、オンラインだけに依存せずオフラインの場を積極的に活用してこそ、持続可能な共有モデルになることができる。第二に、共有価値に対する、新しい解釈と、コンセンサスを土台にしたデザインが重要である。第三に、共有主体者の役割と消費者の意識が重要である。しかし、これまでソーシャルデザインが持続できなかった理由については、その定義の範囲が広く明確ではなかった。これからの新たなパラダイムとしてのソーシャルデザインのために、筆者はその定義を明確にする必要性を感じた。そこで筆者が再定義したソーシャル・デザインは次の通りである。ソーシャル・デザインはデザイナーの役割と社会的責任を念頭に置いた、デザインそのものである。現代のソーシャル・デザインは共有価値を基盤とした資源の解釈、コミュニティを通じた疎通と教育だといえる。技術の発達により、多様なデバイスが存在するようになったが、持続可能な発展のためには、供給者と需要者の共感を背景にした意志や価値の疎通が重要である。

**第3章「自作研究」**では、多様なカテゴリーを問わず、個人ごとのライフスタイルにふさわしい商品を、リサイクル品でキュレーティングする「リサイクル・ライフスタイル・プラットフォーム」のための仮想のブランド「MUSEUM」のアイデンティティ・デザインを基盤にした、インターフェース・デザインを展開した。実質的な展開やユーザー実験を行っていないという限界点はあるものの、ブランドの理念を具体的にイメージ化し、提案した。自作の展示には、ソーシャル・デザインに基づいたビジュアル・コミュニケーションをスペキュラティブ・デザインの手法で展開した。本研究を通じて制作したプロトタイプとインターフェースの展開、そしてコミュニティデザインの提案が、今後のデザインの新しい可能性を開いていくことを期待したい。

結論では、文献研究及び事例分析に基づいた、これからのソーシャル・デザインの新たなパラダイムをまとめた。そして、筆者が再定義したソーシャル・デザインの一例としての自作を紹介し、その可能性と限界点について述べた。

以上、まとめると、本論文は技術の発展と社会経済の変化による、ソーシャル・デザインの役割を再定義し、これからのソーシャル・デザインの可能性を提示するものである。それと同時に新たなパラダイムとしてのソーシャル・デザインの事例として仮想のブランドを設定し、そのインターフェイスをデザインすることで、これからの方向性を具体的に提示した。特に、デザイナーの視点から見たソーシャル・デザインの問題点と可能性を論ずることは、これからの実際的なデザインの社会的役割として、極めて重要であると考えられる。