

応用視覚芸術とサービスデザインのヨーロッパにおける活用方法

池内麻依子^{*1}・平川 和明

On the Use of Applied Visual Arts and Service Design in Europe

IKEUCHI Maiko^{*1}, HIRAKAWA Kazuaki

(Received August 3, 2017)

キーワード：応用視覚芸術、サービスデザイン、デザインの方法、ヨーロッパ

はじめに

近年、最も地球温暖化の影響が顕著な北極域において、急速な環境の変化を背景に、海氷、氷床の減少による新航路の利用や鉱物、生物資源の開発など経済活動に対する関心が国際社会から高まっている。その一方で北極域での新たな資源開発の可能性が高まれば、地球全体の環境や生態系への影響などの課題も増えてくると考えられる。本稿は、そのような北極域における問題についてアートとデザインの側面からのアプローチ事例を取り上げ、地域の特徴である環境や自然を活用し、地域のイメージ構築や活性化に貢献する応用視覚芸術とサービスデザインの活用について記述する。筆者の一人の池内は、現在フィンランドの北極域にあるラップランド大学の北極圏のアート&デザインプログラムに在籍し、応用視覚芸術について研究している。北極圏にあるキッティラという町の体験型テーマパークで、フィンランドの伝統文化や物語などをもとに雪と氷を利用した環境デザインのプロジェクトを行っている。

1. 北極圏の気候と北欧のデザインと社会について

応用視覚芸術とサービスデザインについて述べる前に、これらの分野が積極的に社会に取り入れられているArctic Design (北極のデザイン) について先に記述する。Arctic Designをより理解するために、北極圏についての情報をまず記載する。

はじめに、北極圏の気候についてだが、自然環境が厳しく過酷である。具体的には、冬は日照時間が短くなるため暗くて長く感じる。日照時間が一番短い時期は、1日のうちの2時間未満にまでなる。反対に夏は、ほぼ24時間外が明るい状態になる。年によって違いはあるが、早ければ、11月下旬から雪が積もり、4月中旬くらいまで雪がある。年間の平均気温は+0.2℃であり、日本でいう夏よりも冬の状態の方が長い。

個人的にだが、実際北極圏で生活をして感じる事は、極限の環境での生活は、如何に物事をシンプルに効率よく行うかという事を集中的に考えさせ、発展させている様に思う。そのため、フィンランドなど北欧の国では、シンプルで使いやすい陶磁器、木工家具などの工業製品のデザインが発展したと考えられる。また、長い冬は外出する機会が減り、室内で過ごす時間が増えるため、考え事をする時間も増える。暗く考えがちになるが、生きる希望を持って生活するために、自分達の未来の生活のリスクを減らす事に努め、教育や医療などの社会福祉システムを作り出してきたのではないかと思う。

1-1 Arctic Design (北極のデザイン) とは

Jokela, Timo・Päivi Tahkokallio (2015) (「Arctic Design Week フォーラムと触媒」, 『Related to north 2015』 p118, Lapland University Press) によるとArctic Designの概念が初めて公表されたのは、2010年である。それは、明らかに活力を増やしてきた北極圏に関する国際的、政治的、経済的、環境的議論

*1 The University of Lapland, Master's degree program, Arctic Art & Design, Applied Visual Art

への北部のためのデザインの貢献であった。当初、この概念は疑惑を喚起した。なぜなら、北の美的搾取、異国的な北極の認識、逆に天然資源の功利主義的搾取と結びついていたからである。しかし、World Design Capital 2012（産業デザイン社会国際会議よる都市振興プロジェクト）での Helsinki-Rovaniemiプロジェクト（2012～2014年）では、Arctic Design（Lillberg, P., Jerndahl, T., Orjasniemi, M. & Nukarinen, A. -M. (2014). Arktista muotoilua 103 000 kilometriä. WDC 2012 Helsinki-Rovaniemi-projektin Helsinki-Rovaniemi project). Rovaniemi: Pohjolan Painotuote Oy. Retrieved from <http://wdc2012helsinki-rovaniemi.blogspot.fi/p/arktista-muotoilua-103-000-kilometria.html>. loppuraportti[103,000kilometersofArcticdesign.ThefinalreportofWDC2012]) の概念とブランドを強化した280以上のデザイン制作とプロジェクトが含まれていた。このことから、2010年以降、Arctic Designのコンセプトは日々進化し、現在ではより広く理解され、受け入れられるようになってきている。

Miettinen, S., Laivamaa, L., & Alhonsuo, M. (2014) Designing Arctic Products and Services. In T. Jokela and G. Coutts (Eds.), *Relate North - Engagement, Art and Representation*. (pp. 104-126). Rovaniemi: Lapland University Press.) Miettinen, S. & Tahkokallio, P. (2014). Arktisesta muotoilusta kansainvälinen kilpailuetu. In S. Miettinen (Ed.) *Muotoilujattelu [Arcticdesignasaninternational competitive advantage. Design thinking]*. (pp 164-169). Tampere: Teknologiateollisuus ry.) Jokela, T., Coutts, G., Huhmarniemi, M. & Härkönen, E. (Eds.) (2013). *Cool-Applied Visual Arts in the North. Publications of the Faculty of Art and Design of the University of Lapland. Series C. Overviews and Discussion 41. Rovaniemi: University of Lapland.*) などによると、Arctic Designは“行動”として理解されるべきであるという考え方が中心となっている。なぜなら、Arctic Designをとおして、北と北極地域での福利と競争力を高めることを目指しているからである。Arctic Designは、遠隔地やまばらに住んでいる地域の特定の問題を解決するために、芸術、科学、デザインなどの分野を組み合わされたものである。

方法論的・テーマ的にも、Arctic Designの研究は、ユーザー中心のデザインとコミュニティ中心のデザイン (Miettinen et al. 2014)、社会デザイン研究 (Manzini, E. (2014). *Making Things Happen: Social Innovation and Design. Design Issues*, 30 (1). pp. 57-66.)、デザイン思考 (Brown, T. (2008). *Design Thinking. Harvard Business Review*, June 2008, pp. 84-92.)、コミュニティベースおよび環境ベースの応用視覚芸術 (Jokela et al. 2013) と結びついている。

北極圏の状況、習慣や生活、北の文化、また国際的な見通しを理解し、それに注意を払うことは、Arctic Designにおいて重要である。また、Arctic Designの専門知識とは、持続可能な開発の原則とし、困難な問題を認識、分析、解決する能力のことを意味している。応用視覚芸術を含むArctic Designの実践は、先住民の知識を尊重しつつ、天然資源や文化的に持続可能な開発などの要因を考慮に入れることである (Jokela, T. & Coutts, G. (2014). *Preface. In T. Jokela, & G. Coutts (Eds.), Relate North-Engagement, Art and Representation*, (pp. 6-12). Rovaniemi: Lapland University Press.)。

Jokela, Hiltunen & Härkönen 2015b; Hardt 2012) Jokela, T., Hiltunen, M. & Härkönen, E. (2015b). *Contemporary Art Education Meets the International North. In M. Kallio-Tavin and J. Pullinen (Eds.) Conversations on Finnish Art Education*, (pp. 260-279). Aalto University publications series Art+Design+Architecture 5/2015. Helsinki: Aalto ARTS Books.) Arctic Designは、北極地域に適した創造的な仕事と起業家精神の形態を発展させ、地域の競争力を高めるための革新的な活動を支援する。デザイン起業家精神と共に、アートの経済的価値も、北極圏ではますます重要視されている。

Jokela, Timo・Päivi Tahkokallio (2015) 「Arctic Design Week フォーラムと触媒」, 『Related to north 2015』 p118, Lapland University Pressの中でMiettinenなどはArctic Designにおいては、サービスデザインにおける、公共セクターやアドベンチャーツーリズム産業分野のサービス産業に関する研究開発業務が特に重要であると述べている。さらに、応用視覚芸術や芸術教育とサービスデザインのコラボレーションは、北半球の社会経済的幸福のための新たな機会を開くと期待されている。ますます拡大するサービスデザインは、地域に根ざしたアート教育、デザインツールや方法を使用してエンドユーザーがプロセスに積極的に参加をするような応用視覚芸術と共通する部分が沢山ある。

北極圏の様な極限の環境で作られサービス、システム、デザインやアートは、またはそれらを作り出す方法論は地球上のほかの地域においても応用・活用されることが可能である。

2. 応用視覚芸術

2-1 応用視覚芸術とは？

応用視覚芸術とは、地域やコミュニティなどのために、アートやデザイン（美術教育ワークショップなども含む）を利用して地域を活性化にする芸術の応用方法である。地域やコミュニティで生活する人々のために、アーティストやデザイナー、または教育者などが中心となり、様々な専門家と地域の人々と共に地域の特徴（環境・地形・自然等）を活用したアート、またはデザインなどを利用して活動する。地域やコミュニティのために、アートやデザインを活用した作品や美術教育ワークショップなどを作成するため、その地域の文化、風習、自然環境、地形的特徴など、そのエリアについてしっかりと調査をして、それらの要素を考慮して作品や活動を計画する。多くの場合、アーティストや様々な分野の専門家はボランティアの様な形で関わることが多い。

2-2 応用視覚芸術の活用例

応用視覚芸術の活用例は沢山あるが、その中でもヨーロッパで行われたプロジェクトであるTUNDORA PROJECT（ツンドラプロジェクト）を例としてあげる。

Kolostyák Laila (2016) (「TUNDRA PROJECTと氷の芸術的素材としての融解」, 『Relate North, culture, community and communication Edited』 Jokela, Timo・Coutts, Glen, p166 Lapland University Press) によると、このプロジェクトはアーティストのLaila Kolostyákが、イル＝フランス地域圏のリメーでアートフェスティバル“L'Art dans toutes ses états 2007”に参加した際に行ったプロジェクトである。1200万人以上の人々が住むヨーロッパ最大の首都圏に北極のツンドラを再現した。このプロジェクトが行われた目的は、芸術的手段を通して、人々に地球温暖化の危機に目を向けてもらうことであった。

実際に制作された作品は、北極圏からの天然の氷のブロックを並べ、氷を掘り出し円柱形を作り出し、その上にフランスの土と芝生を乗せたものであり、ツンドラを連想するものであった。

ツンドラとは、ロシア、カナダ、アラスカ、北欧のラップランド地域などの北部に存在する土壌の下層が永続的に凍結されている地域のことである。世界の土壌拘束炭素の3分の1がツンドラにあり、その中の永久凍土が溶けると二酸化炭素の形で炭素を空気中に放出すると言われている。大量に温室効果ガスである二酸化炭素が放出されると、その分地球全体の温度が上昇し、結果的に北極や南極の氷や氷河が溶け、そのプロセスが加速する。ツンドラの土壌は25～90cm下から凍るため、樹木は育つことができない。主となる季節は、夏と冬の2つであり、冬の気温は摂氏-50度まで下がる。夏は6～10週間続き、夏には何千もの鳥や昆虫が移動し、平原に住んでいる。また極東のツンドラには、Nganasan、Nenets、Samiなどの遊牧民がトナカイの集団と共に住んでいる。地球温暖化によって、北極のツンドラは現在劇的に変化しており、新しい種類の動植物がツンドラに移動してきていると言われている。これらの地域での産業活動はほとんど行われていないが、現在ウランを含む石油、ガス、鉱物の探査によってこの状況は変化してきている。

(Kerr 2007; Kerr, R. A. (2007). Global Warming Is Changing the World, Science 13/2007: Vol. 316, Issue 5822, 188-190.) Ravni&Vylka 2001; Ravna, Ø., & Vylka, Z. (2001). Tundraens folk. Fotografi av Øyvind Ravna. Oslo: Landbruksforlaget.) Tundra. (2016). National Geographic. Retrieved from: <http://environment.nationalgeographic.com/environment/habitats/tundra-profile/>



図1 ノルウェー、ラップランド地方にあるツンドラ
撮影：J. nos Kolosty. k

このプロジェクトでは、世界的な規模で起こっている理解不能で壊滅的な結果を招く溶解プロセスを、多くの人々に意識してもらうために行われた。世界で多くの人々が既に感じている地球温暖化によって、北極・南極にある氷や氷河、永久凍土は現在急速に溶けてきている。

Laila Kolostyakovは、環境問題などの“変化”そのものに普段から注目をしており、また人類の環境に適応する能力や、自分の生活に合うように世界を変えることのできる能力にも興味を持っている。このような興味がアーティストをツンドラプロジェクトの作品制作へと向かわせたと考えられる。

このツンドラプロジェクトでは、北極圏の200km北にあるスウェーデンのラップランドのトルネ川でできた天然の氷をフランスに持ち込み、アートインスタレーションに使用した。氷の層が一番厚くなる北極圏の冬の終わりである3月に、氷を川から切り出した。氷は夏の間、氷倉で保管された。そして秋、フランスに送られる直前でブロックとして切り出された。合計で12トンの天然の氷がラップランドからフランスに持ち込まれ、フランスの土と芝生と共にアート作品として展示されることとなった。

作者は、このような彫刻作品を作る際に、時間はとても重要な部分になると考えている。なぜなら、素材として利用している氷は、状況によって溶ける時間が変化するためである。実際にプロジェクトで氷を組み立てていた際も、溶けないように保護していたにも関わらず、既に溶け始めていたと語っている。作品で使われていた氷は溶けることによって、その材料としての大きさや質量、パワーや強度が減少していった。

アーティストによると、私達の周りには自然は壊れやすく、自然の概念は私たちの普段の生活から遠く離れている場合が多い。そのため、実際に自分達の行っていることが、地球上の氷の消失に影響していることを見て感じてもらうために、実際に北極圏で取れた氷を遠く離れた場所に住んでいる人々に触れてもらったり、感じてもらう距離を持って行き、作品を設置する事が重要であった。



図2 梱包された氷



図3 氷のブロックで作った円柱



図4 氷の上に土と芝生をのせる



図5 完成



図6 氷が溶けてくる



図7 溶けて崩れてくる



図8 氷が完全に溶けた状態

撮影：Laila Kolostyakov Jos. e Coquelin.

3. サービスデザイン

3-1 サービスデザインとは？

サービスデザインとは、近年ヨーロッパやアメリカで注目を集めている比較的、歴史の新しい分野である。サービスデザインを活用することで、顧客だけでなく企業や企業で働く人々にもより良い空間で利益をもたらす方法を作り出すことが可能になる。様々な企業や団体がサービスデザインの方法論や活用領域について日々話し合い、新しく作り出している。

アカデミックなアプローチからのサービスデザインの定義は、『THIS IS SERVICE DESIGN THINKING, Basics-Tools-Cases 領域横断的アプローチによるビジネスモデルの設計』によると、様々なデザイナーやデザイン会社によって行われている。その中のThe Copenhagen Institute of Interaction Design (2008) What is Service Design? from <http://ciid.dk/symposium/sds/>では、サービスデザインとは無形の各種メディアを組み合わせ活用し、様々な分野を通して優れた思考を生み出すことを目指す新興の分野であると考えられている。更に、小売、銀行、輸送、ヘルスケアなどの業界でこのサービスデザインの方法が応用された場合は、エンドユーザーのサービスに対する体験に大きな利益をもたらすとも考えられている。サービスデザインの実践的手法は一般的に、ユーザーに対してホリスティック（全体的）なサービスを提供するためのシステムやプロセスのデザインに役立つとも書かれている。

分野横断的な実践手法であるサービスデザインは、デザイン、マネジメント、プロセス・エンジニアリングなどの分野で発展した数多くのスキルが組み合わされて作られている。多様なサービスは昔から存在しており、あらゆる工夫が施され、いろいろな形態で提供されてきている。しかし、各種の新たなビジネスモデルを意識的に取り入れてサービスを編成すれば、それはユーザーのニーズに寄り添うものとなり、社会の中に新しい社会経済的価値を創出していくことができる。The Copenhagen Institute of Interaction Design (2008)では、サービスデザインとはつまり、知識主導型経済において重要な役割を果たすことになるはずであると考えられている。

更に、ビルギット・マーガー (Mager, B. (2009) . “Service Design as an Emerging Field” . In: Miettinen & Koivisto (Eds.) : Designing Services with Innovative Methods, Helsinki: Taik Publications, p. 28-42.) は、「サービスデザインが目指すのは、サービスのインターフェースをユーザーの視点から確実に有益で使いやすく望ましいものにするのと、サービス提供者の視点から効果的、効率的、特徴的なものにするということです。」と述べている。コンピューターやデジタルガジェットと切っても切れない現代社会にとって、良いインターフェースをデザインすることは確実に企業そしてユーザーの両方に利益をもたらす。

また、サービスデザインでは、サービスや商品をデザインするだけでなく、より良い商品やサービスをデザインする方法論やデザインツールを作り出すことも積極的に取り組まれている。デザインエージェンシー Continuum (2010) . Service Design: What. From http://www.dcontinuum.com/content/expertise_page.php?pageid=62 のサービスデザインの定義に対するアプローチに、「サービスデザインには、社員が自社ブランド特有の方法で優れたサービスを提供するのに役立つ環境、ツール、プロセスを開発することも含まれている」と記述されている。このようなツールや方法論を確立することによって、より簡単に効果的なサービスやシステムを作り出すことができる。また、Live|Work (2010) Service Design. from <http://www.livework.co.uk/articles/creating-customer-centered-organisations> は、サービスデザインとは、すでに確立されたデザインのプロセスやスキルを応用して、様々なサービスを開発する取り組みであるため、既存のサービスを改良し新しいサービスを考案するための、創造的かつ実践的な手法であるとも述べられている。

サービスデザインの分かりやすい例として、31 Volts Service Design (2008) One line of Service Design by Marc Fonteijn, from <http://www.31v.nl/2008/03/one-line-of-service-design/> は隣り合う2件のコーヒー・ショップを挙げている。もし2件の隣り合うコーヒー・ショップがあり、それぞれがまったく同じメニューのコーヒーをまったく同じ値段で販売していたら、入る店を選ぶ決め手となるのがサービスデザインであると説明している。同じ様なサービスや商品の中から一つ選ぶとしたら、よりポジティブな経験ができる商品やサービスをユーザーは選ぶ。

『THIS IS SERVICE DESIGN THINKING. Basics-Tools-Cases 領域横断的アプローチによるビジネスモデルの設計』の中では、サービスデザイン思考の5原則について書かれている。①ユーザー中心、②共創、③インタラクションの連続性、④物的証拠、⑤ホリスティック（全体的）な視点、である。

始めの①ユーザー中心とは、サービスは顧客の立場からデザインされるべきであるということ述べている。なぜなら、顧客に利用してもらわなければ、どのようなサービス業務も成立しない。本来のサービスの目的は、顧客の個々のニーズに応じることである。サービスは、サービス提供者と顧客とのインタラクションによって作り出されるものであるからである。

②共創とは、サービスに関わる全てのステークホルダー（利害関係者）にサービスデザインの過程に参加をしてもらい、サービス案を検証し意思決定を進めていくということである。その理由として、個々のサービス案には、多くの登場人物や顧客グループ、また従業員やインターフェースが関わってくるからである。より良いサービスをデザインするには、全ての利害関係者の力を集結させることが大切である。

③インタラクションの連続性だが、サービスは一定の時間をかけて展開する動的なプロセスであるため、それぞれの顧客とサービス提供者とのインタラクションの連続性を時間軸をもとにしっかりと考えてデザインされる必要がある。サービスリズムは顧客の気分に影響するため、映画のように進行のスピードバランスが大切である。

④物的証拠については、サービスという無形のものに有形の物的証拠をうまく組み合わせることで、サービスの存在を顧客に伝えることができる。サービスの証となる物的要素は、サービスの体験を実際のサービス期間後にも引き伸ばしてくれる。更に、物的要素はサービスのタッチポイント（顧客接点）やプロセスに関わる何らかの情報を顧客に説明し、伝える目的にも利用できる。

⑤ホリスティック（全体的）な視点は、インタラクションの連続性によって作られるサービスを考える際に重要である。サービス自体は無形だが、有形物を用いて有形の物質環境の中で行われるためである。顧客は五感（見、聞き、嗅ぎ、触れ、味わう）を使って環境を認知するため、サービス以外の要素でも顧客が無意識に感じ取っているかもしれない物事に配慮をする姿勢は、サービス自体の体験にも大きく影響を与える。そのため、ホリスティックな視点を持つことは大切である。

サービスデザインでは、ユーザーやステークホルダーを巻き込んでアイデアや意見を聞き、その後商品やサービスのプロトタイプを作る。そして実際に作ったプロトタイプをユーザーやステークホルダー（利害関係者）に使用してもらい、改善点や気づきなどの意見を集める。そして、それらの意見をもとに新しくプロトタイプを作り直す。このプロセスを何度も繰り返すことで、改良を重ねることができ、より良い商品やサービスを生み出すことができる。

この『THIS IS SERVICE DESIGN THINKING. Basics-Tools-Cases 領域横断的アプローチによるビジネスモデルの設計』では、スターバックスについても触れられており、スターバックスが日本や欧米で人気を誇っているのは、そこで味わえる空間や感覚が心地良いものであるからであると書かれている。このように、商品のクオリティだけでなく、それに関連した良い経験をも求める顧客が増えてきている。“経験経済”という言葉もあり、経験が市場の中で重要な役割を与えるようになってきている。機能や使いやすさだけでは、私たちの暮らしはもはや十分には満たされなくなってきており、それらはあっても当然と期待されるようになってきている。顧客が探し求めているのは、情緒的な結びつきや経験（エクスペリエンス）である。今、この“経験”は、差別化を実現する要因として価値を高め、楽しさを味わわせるだけでなく、人々のアイデンティティの形成と表現に役立つまでになっている。

特に、現在の西洋文化圏では、顧客は機能的な問題解決策はもちろんのこと、日常の中に楽しみを与えてくれる魅力的な解決策を望んでいる。

3-2 サービスデザインの活用例

サービスデザインの活用例として、フィンランド北部ロバニエミで行われたArctic Design Weekの中の24-hour design competitionについて取り上げる。まず簡単にArctic Design Weekに触れてから24-hour design competitionについて述べる。

Arctic Design Weekは、2009年に始めて組織されたロバニエミデザインウィークが2013年に改名されたものである。毎年2月中旬に開催され、展示会、セミナー、ワークショップ、Arctic Designに焦点を当てた参加イベントなど様々な活動から構成されている。様々な分野の人々、アーティスト、会社、大学などの教

育機関などが協力イベントやプロジェクトを行うため、これらの人々を結びつけ、ネットワークを広げる役割も担っている。また、デザイン教育と美術教育の両方に関連する教育フォーラムの場としても見られ、イノベーション、コラボレーション、参加をサポートしている (Jokela, T., (2013) .Engaged art in the North:Aims, methods, contexts. In T. Jokela, G. Coutts, M. Huhmarniemi and E. Härkönen

(Eds.) ,Cool - Applied Visual Arts in the North, (pp.10-21) .Publications of the Faculty of Art and Design of the University of Lapland.Series C.Overviews and Discussion 41.Rovaniemi: University of Lapland.)。2013年のEuropean Commissionでは、デザインは主に北欧を含むEUの発展政策を支えるものであり、イノベーション活動の一環であるとされ、重要視されている。

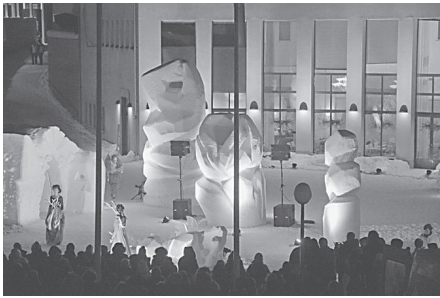


図9 Arctic Design Week 雪の彫刻
撮影Antti-Jussi Yliharju.



図10 雪でできた野外ステージでのファッションショー

Arctic Design Weekでは数多くのステークホルダーとともに様々な協力プロジェクトを提供してきた。そして初期段階から、ADWは参加型設計プロセスをテストおよび開発するための新しい方法を模索してきた。コ・デザインと参加型の方法は、Bason, C. ((2010) .Leading Public Sector Innovation.Co-creating for a better society.Poole:Policy Press.) によると、現代のデザイン思考の中心であり、イノベーションの生産におけるその意義は、企業と公共部門の両方で認識されている。最初のArctic Design Weekは都市の住人に焦点を当てられた。それ以来、参加型設計手法は、サービスデザインプロジェクトの一部と、デザインウィークに市の住人が参加する企業とのプロジェクトを形成してきた。参加型のデザイン方法の目的は、都市住人や起業家 (Tahkokallio, P.& Oförsagd, J. (2015) .Arctic Design Week ja Arctic Design Year. Luonnos jatkosuunnitelmaksi. Rovaniemi:Rovaniemenkaupunki, elinkeinojaosto.) の目に見えるデザインのエリート主義者を排除することでもあった。なぜなら、異なる背景を持つ参加者とユーザーは、意思決定を支援するために、さまざまな視点とアイデアをデザインプロセスにもたらすからである。

開発の目的が、都市の住人のように異なる種類のユーザーにも同様に役立つはずの困難なターゲット、エリア、またはサービスである場合、この目的の重要性は明確になる。民族誌の手法、視覚化、市民の体験などからもたらされている参加者同士のクリエイティブな対話により、共有ビューを作成して新しい解決方法を描くことができる。もう1つの重要な理由は、コ・デザイン手法がコンセプト、サービス、または戦略の実現を容易にするということである。パートナーが最初からデザインに従事している場合、実現にも容易に取り組むことができる。Bason, C. ((2010) .Leading Public Sector Innovation.Co-creating for a better society.Poole: Policy Press.) は、特に公共部門のイノベーションを計画する際にはこれらを重視し、最初のブレインストーミングは実現の第一歩と考えるべきであることに留意すると述べている。

参加型デザインプロセスの1つの例は、Arctic Design Weekの一環として、2009~2012年に実施された“24-hour design competition”である。競技のコンセプトは、Tahkokallio Design +のPäiviTahkokallioによって作成され、競争の目的は、ロバニエミ市が指摘した分野を開発するための革新的な概念を生み出すことであった。2009年には、クリスマスライアングル (ロバニエミ空港、サンタクロースビレッジ、サンタパーク地区)、2010年は大規模なレクリエーションエリアであるOunasvaara、2012年には、WDC 2012ヘルシンキ・ロバニエミ・プロジェクトの一環として、ヘルシンキ市と協力して、ロバニエミの中心にストリートレベルの小規模店舗を開発することを目標として実施された。“24-hour design competition”は、4つのデザインチームが参加し、各チームは、競争のテーマを表す地元の企業、ラップランド大学の芸術とデザインの学生、ユーザーまたは都市の住人の代表者、プロのデザイン企業で構成されていた。デザインのプロフェッショナル達の仕事は、競争の中で非常に高速な設計プロセスを経てチームを導くことであった。

“24-hour design competition”の最も重要な目標は、さまざまな都市の開発にデザインの可能性を導入し、参加型デザインのメリットを引き出すことだった。特に、さまざまな分野の企業、デザイン会社、大学、開発中のコンセプトのユーザー同士の間で新しい種類の協力を作り出すことだった。それぞれのチームが作成したコンセプトは、革新的で面白いものであったが、いざ当事者（市当局）にデザインのプロセスに従事させると、全てのパートナーが作業を続けることは困難であることが分かった。また、美術やデザインを学ぶ大学生と地域の企業やフィンランドを代表するデザイン会社が協力する機会を提供することも目的の一つであった。学生は優れたデザインのプロフェッショナルや企業と協力する機会を得たことに特に満足していた。このコンセプトにおいて、フィンランドの最高のデザイン企業を巻き込んだことは、明らかにロバニエミのブランドイメージを、デザイン界で興味深い都市としてのイメージへと改善させた。

2015年のArctic Design Weekの“24-hour design competition”では、ロバニエミの水力発電会社Kemijoki Oyと協力して、新しいモデルが実施された。デザインコンペは、Kemijoki Oyに企業の社会的責任プログラムを実施する方法を提供した。競争のテーマは、人口の高齢化に伴ったケミヨキ川に面した村落の課題に焦点を当てた、“グッドライフ・イン・ヴィレッジ・デザイン・コンペティション（村の良い生活）”についてであった。4つの村、Autti、Hirvas、Juujärvi、Oikarainenが招待され、それぞれの村は芸術とデザインを学ぶ大学生、ラップランド大学の他の学部の学生、ラップランド応用科学大学のさまざまな部門からなるチームと協力し、コンペに参加した。これらの高等教育機関の教師も参加した。それぞれの特定の村の観点からの“良い生活”と、良い生活のために必要なサービスを定義するために村落者と学生チームは、1ヶ月間働いた。Arctic Design Weekでは、最終的な村への訪問と、“良い生活”を可能にする選択をされたサービスコンセプトを達成するための集中的な24時間のデザインコンペでデザインプロセスが終了した。この最終段階では、各村とその学生チームはフィンランドの最高のデザイン企業の1つにサポートされ、導かれることになった。

コンペに勝利したのはAutti村である。彼らが開発したサービスコンセプトは、村人の参加によって彼らのペースを分析し、考慮する事ができたことによって思いついた。彼らのアイデアである“Oikarainen as a Route”のサービスコンセプトは、村人がインターネットベースのアプリケーションを使って近所の人々の支援に積極的に参加することができるように支援することを目的として考えられた。Hirvas村のサービスコンセプトは、この村の村落者の意識を高めてくれる村のホール（物理的またはインターネットベース）の開発に重点を置いていた。Juujärvi村では、村に住む高齢者が、遠隔の社会保健サービスへのアクセスを容易にすることを目的としたサービスコンセプトをデザインした。コンペでは国際的な専門家パネルが招かれ、彼らによって優勝者は選ばれた。

“グッドライフ・イン・ヴィレッジ・デザイン・コンペティション”は、そのプロセスの参加者全員から積極的なフィードバックを受けた。コンペのサポーターである、Kemijoki Oyは、デザイン思考を使用しての実験は、未知への一歩だったと述べている。このイベントは会社に重要な営業環境の情報、すなわちケミヨキ川に住む村人の生活と希望に関する多くの新しい情報を提供した。ほとんどの学生にとって、様々な分野の学生を集める唯一のマルチプロフェッショナルなプロジェクトでもあったため、協力は挑戦的であり困難だったが、沢山得るものがあったと考えられる。学生だけでなく、教師も同様のフィードバックを提供した。プロジェクトに参加した村人たちは熱心にプロジェクトに参加し、参加者数はプロジェクトが進行するにつれて増加していった。主催者は、多くの学生と村落者が、長続きする強い関係を作ったと考えている。しかし、1ヵ月のプロジェクトではできることが限られており、最終目標に到達することは難しい。優れたサービスコンセプトを作り出すことは可能だが、実際の使用可能なサービスにするには、長期的な取り組みが必要である。現時点では、市の役員や様々な利益団体にサービスコンセプトが導入され、継続的にプロジェクトが進行開発中である。しかし、資金調達についての課題なども存在する。この段階では、利害グループに可能な限り早く参加してもらおうというBason（2010年）の考え方が重要視されている。プロジェクトのプロセスが複雑になるほど、プロジェクトの内容に関心を持っている集団が多ければ多いほど、早期参加が重要になる。

Arctic Design Weekで行われた参加型プロジェクトは、公共部門の企業と組織の協力に加えて、大学生とデザイナーなどの多様な人々の協力関係を強調している。このようなプロジェクトは、例えば都市計画、事業活動、または公共サービスに焦点を当てている。それらは共同開発、コ・デザインプロセスへのエンドユーザー（すなわち都市住人）の参加、迅速かつ反復的な開発、段階の能動的な視覚化などこれら全ての要素

をサポートするデザイン思考を採用している。

おわりに

先にも述べたとおり、現代社会は経験経済という方向で新しい市場の開拓と企業やコミュニティの発展を図ろうとしている。現代社会では、技術の進歩と企業同士の競争によって良いクオリティを持った商品が沢山販売されているため、商品にある程度のクオリティが備わっているのが普通だと顧客が思うようになってきている。沢山ある商品の中で、他社と比べて自社の製品を顧客にとって特別なものにするためには、その商品と顧客が関わる経験をよりポジティブなものにすることである。

デザインの分野だけでなく、アートや教育の分野でも、それらに関わる人々の経験を良くすることは重要になってきている。教育やアートでは積極的に人を巻き込み、参加させることで、内容についてより考えてもらえるようになる。参加することは、リアルに体験することであり、人は体の五感を使って特別な体験や新しい経験をすることで物事を鮮明に覚えることができ、その結果、その物事について深く考え始めることができる。良い経験をデザインすることは、他の似たような作品、サービス、システムなどから差別化できるため企業側にとっても重要である。そしてこの分野はこれから更に発展し、重要視されていくと思われる。

応用視覚芸術とサービスデザインは、地域やコミュニティ、企業のために沢山の異なる職業や役職の人々を参加させる人間を中心としたアートとデザインである。応用視覚芸術や芸術教育とサービスデザインのコラボレーションは、北半球の社会経済的幸福のための新たな機会を開くことが期待されている。そして、これらは世界中の似たような問題に直面している場所やコミュニティなどで応用、活用することができる。

参考文献

- Jokela, Timo・Päivi Tahkokallio (2015) 「Arctic Design Week フォーラムと触媒」, 『Related to north 2015』 p118, Lapland University Press
- Lillberg, P., Jerndahl, T., Orjasniemi, M. & Nukarinen, A. -M. (2014) . Arktista muotoilua 103 000 kilometriä. WDC2012Helsinki-Rovaniemi-projektin Helsinki-Rovaniemi project]. Rovaniemi: Pohjolan Painotuote Oy. Retrieved from <http://wdc2012helsinki-rovaniemi.blogspot.fi/p/arktista-muotoilua-103-000-kilo-metria.html>. loppuraportti [103,000kilometersofArcticdesign. ThefinalreportofWDC2012
- Miettinen, S., Laivamaa, L., & Alhonsuo, M. (2014) Designing Arctic Products and Services. In T. Jokela and G. Coutts (Eds.), *Relate North - Engagement, Art and Representation*. (pp. 104-126) . Rovaniemi: Lapland University Press.
- Miettinen, S. & Tahkokallio, P. (2014) . Arktisesta muotoilusta kansainvälinen kilpailuetu. In S. Miettinen (Ed.) *Muotoilujattelu [Arcticdesignasaninternational competitive advantage. Design thinking]*. (pp 164-169) . Tampere: Teknologiateollisuus ry.
- Jokela, T., Coutts, G., Huhmarniemi, M. & Härkönen, E. (Eds.) (2013) . *Cool-Applied Visual Arts in the North*. Publications of the Faculty of Art and Design of the University of Lapland. Series C. Overviews and Discussion 41. Rovaniemi: University of Lapland.
- Manzini, E. (2014) . Making Things Happen: Social Innovation and Design. *Design Issues*, 30 (1) . pp. 57-66.
- Brown, T. (2008) . Design Thinking. *Harvard Business Review*, June 2008, pp. 84-92.
- Jokela, T. & Coutts, G. (2014) . Preface. In T. Jokela, & G. Coutts (Eds.), *Relate North-Engagement, Art and Representation*, (pp. 6-12) . Rovaniemi: Lapland University Press.
- Jokela, Hiltunen & Härkönen 2015b; Hardt 2012] Jokela, T., Hiltunen, M. & Härkönen, E. (2015b) . Contemporary Art Education Meets the International North. In M. Kallio-Tavin and J. Pullinen (Eds.) *Conversations on Finnish Art Education*, (pp. 260-279) . Aalto University publications series Art+Design+Architecture 5/2015. Helsinki: Aalto ARTS Books.
- Kolostyák Laila (2016) 「TUNDRA PROJECTと氷の芸術的素材としての融解」, 『Relate North, culture, community and communication Edited』 Jokela, Timo・Coutts, Glen, p166 Lapland University Press

- Kerr 2007;Kerr,R.A. (2007) .Global Warming Is Changing the World,Science 13/2007:Vol. 316, Issue 5822,188-190.
- Ravni&Vylka 2001;Ravna,Ø.,& Vylka,Z. (2001) .Tundraens folk.Fotografi av Øyvind Ravna. Oslo:Landbruksforlaget.
- Tundra. (2016) .National Geographic.Retrieved from:http://environment.nationalgeo-graphic.com/environment/habitats/tundra-profile/
- マーク、スティックドーン・ヤコブ、シュナイダー (2013) 『THIS IS SERVICE DESIGN THINKING. Basics-Tools-Cases 領域横断的アプローチによるビジネスモデルの設計』 郷司陽子訳、株式会社ビー・エヌ・エヌ新社
- The Copenhagen Institute of Interaction Design (2008) .What is Service Design? Retrieved 10 August,2010,from http://ciid.dk/symposium/sds/
- Mager,B. (2009) . “Service Design as an Emerging Field” .In:Miettinen & Koivisto (Eds.) :Designing Services with Innovative Methods,Helsinki:Taik Publications,p.28-42.
- Continuum (2010) .Service Design:What.Retrieved 10 August 2010,from http://www.dcontinuum.com/content/expertise_page.php?pageid=62
- Live|Work (2010) Service Design.Retrieved 10 August 2010,from http://www.livework.co.uk/articles/creating-customer-centered-organisations
- 31 Volts Service Design (2008) One line of Service Design by Marc Fonteijn.Retrieved 10 August 2010,from http://www.31v.nl/2008/03/one-line-of-service-design/
- Jokela,T., (2013) .Engaged art in the North:Aims,methods,contexts. In T. Jokela,G. Coutts,M. Huhmarniemi and E.Härkönen (Eds.) ,Cool - Applied Visual Arts in the North, (pp.10-21) . Publications of the Faculty of Art and Design of the University of Lapland.Series C.Overviews and Discussion 41.Rovaniemi:University of Lapland.
- Tahkokallio,P.& Oförsagd,J. (2015) .Arctic Design Week ja Arctic Design Year.Luonnos jatkosuunnitelmaksi. Rovaniemi:Rovaniemenkaupunki,elinkeinojaosto.
- Bason,C. (2010) .Leading Public Sector Innovation.Co-creating for a better society.Poole: Policy Press.

参考リンク

“旅行に最適なシーズン” ,<<http://www.visitrovaniemi.fi/ja/puran/ryoko-ni-saiteki-na-shizun/>> 2017年7月13日アクセス.