

心と身体がゆりうごくツールのちから

Active Tool Design.

Edited by Miyake Yuri , Iwata Kana

心と身体がゆりうごくツールのちから

Active Tool Design.

Edited by Miyake Yuri , Iwata Kana

アクティブになろう！

じゃなくて…

気づけば、アクティブになっていた！

が理想です…。

Active
Tool 
Design.

私たちは、 もっとツールに 頼っていい！

「アクティブラーニング」って最近ちょっとよく耳にする言葉ですが、よく考えてみれば、

そりゃあ、アクティブな方がいいに決まっています。
そりゃそうしたいのはやまやまだったりもします。

誰だって、そうしたいと思っていても、なかなか努力や根性論では人は変わらないもの。

がんばって考えなさい、とか、がんばって発言しなさい、とか、がんばって聞きなさいとか、
なんか、そう言われてやる時点で、「受動的」…。

ところで、「アクティブになる」ってどういう状態なんでしょう。
アクティブになる、というのは自分の意志で動いているのだけれど、どこか自分の意志とは関係なく、「勝手に動いてしまっている」ようなモードになること。
なんじゃないかと。

だから、もしかすると、何かの外的要因でアクティブになっていたにも関わらず、本人は、「私ってアクティブ」「俺ってやるう」なんて思っていたりする。
そんなもんです。しょせん人なんて…

ところが、こういう外的要因に頼ることを猛烈に、「けしからん！」「どんな環境でもできるようにならないと駄目だ！」と言う方が案外結構たくさんいらっしゃいます。そういう教育を長い間受けてきたこともあり、私たちは、外的要因に頼ることを「いけないこと」「情けないこと」だと学習しているんですね。
でも、そうでしょうか。

人はもっとツールや状況込みで能力を発揮すべきですし、実際社会に出た時には、一人で頑張ってできないより、ツールや他者に頼ってでも、できることの方が、はるかに能力があると評価されます。

ツールや環境は、それ自体が目立つより、「いつの間にか」が最も理想的デザインと言えます。しかし、だからこそ、デザインすべきものだから、デザインしようとは、案外念頭にないことが多いのです。
アクティブツールデザインは、この影の存在に光を当て、人が負荷なくアクティブになれるためのツールや環境を模索し、デザインするという試みです。



アウトプットと インプットの循環 をつくる。

呼吸のように、人は吸ったり、吐いたり。
人が生きていく活動も、何らかの知識を得たり、感受したりするインプットと、話したり、表現したりするアウトプットの循環にあります。
この吸ったり、吐いたり循環が上手くいかないと、あらゆる状況で支障をきたしてしまいます。

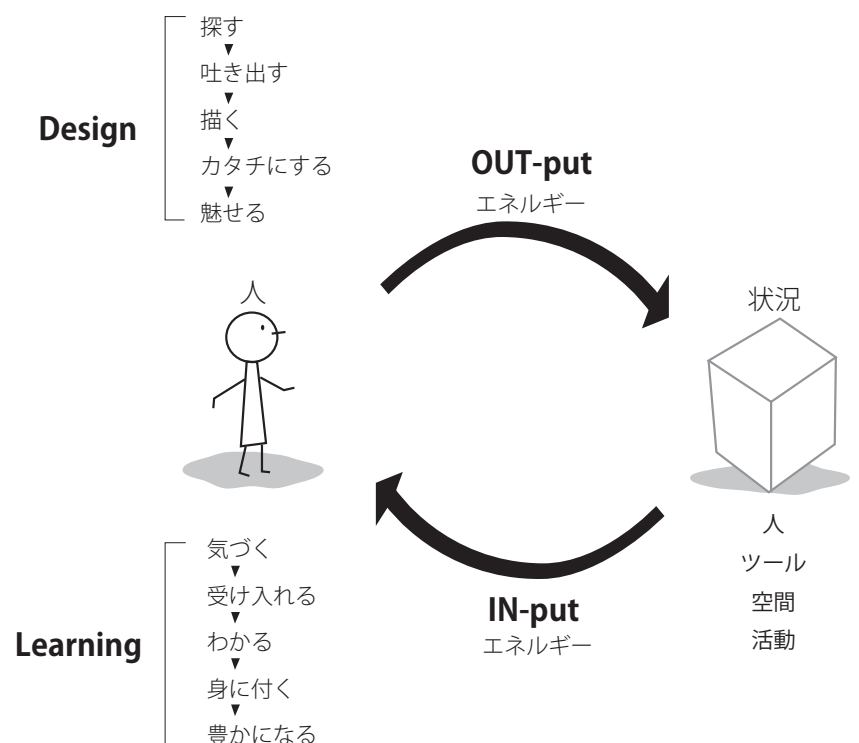
しかし、人は誰もが、思ったことを素直に口に出したり、うまく表現したりするのが難しかったりします。また、反対に、受け取る側としても、よく聞きなさいとか、よく見なさいと言われても、どうよく聞き、どうよく見たらよいのか、わからなかったりします。どう頑張ればよいのか分からないことをよく人は、「頑張れ」と言うのです。

でも、もしもそこに1枚の紙があれば、話すのが難しくても、図にしてみたり、絵にしてみたり、丸めたり、折ったり、切ったりしてカタチで表したり…。表現の手段が格段に広がります。

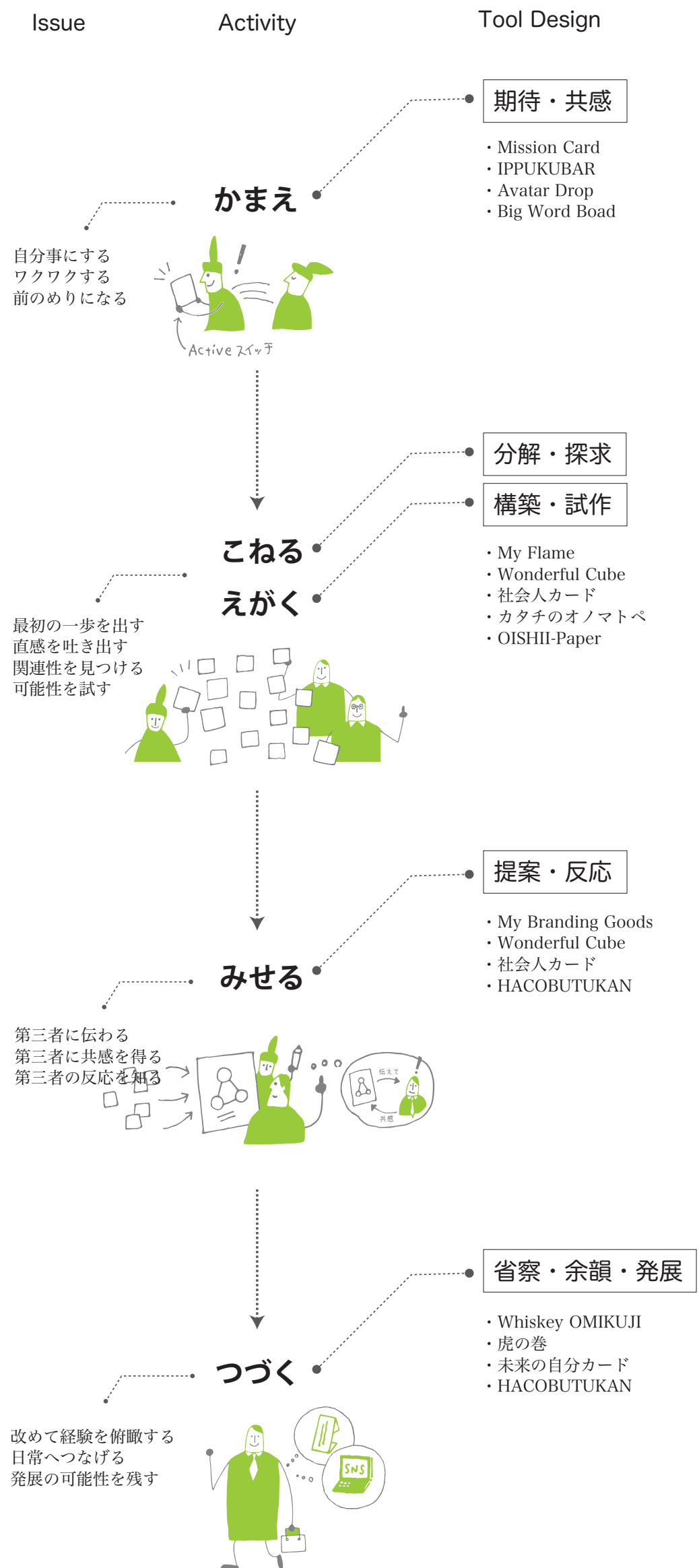
また、受け取る側も、よく見るためのフレームだったり、ものさしがあれば、ぼんやりと見ていたときよりも、たくさんの情報を同じ状況からキャッチできたりします。

つまり、ツールは、人のアウトプットとインプットの活動を刺激し、手助けすることで、この二つの活動をうまく循環させる役割を持っているのです。
うまく回っていないと感じたら、自分が頑張るのではなく、どういうツールを使えばよいか、を考えればよいのです。

この二つの循環がうまく回るということは、一人の思考を広げるだけでなく、まわりとつながる接点をつくりだし、思考がつながっていくことができるのも、ツールの大きな利点です。



ここが ツールの 使いどころ。



おいしいを 可視化する！？

“OISHII” Paper

「おいしい」って何でしょう？

特にコーヒーやお酒のような嗜好品は、一体何が「おいしい」のだからよく分からなかったりします。

スペシャルティコーヒーの専門店 TORREFAZIONE RIO (トレファツィオーネ リオ) の店長でバリスタである八木 俊匡さんは「お客さんがコーヒーを注文する時にうまく味を表現できないんです。表現できれば、自分が望む本当によいものを選ぶようになる、そうすれば生産側のレベルも上がるし、コーヒーの文化はもっと広がっていく」と。

確かに一般人にはコーヒーの味を判別することも困難です。ところが、コーヒーを飲み比べ、目の前にある模様紙から、それぞれのコーヒーの味をあてはめてくことは不思議なことにできるのです。味を模様に変換することで、自分が確かにコーヒーの中から感じ取っているものがあるのだと実感できます。一生懸命に感じようと思っても感じなかった「味」が何かに変換することで、眠っていた感性が目をさましたかのように。

2013.2.16,17 @ Studio504

「コーヒーとデザインのサロン〜おいしいを可視化する〜」

主催：Rio 様

企画：un labo. × Rio



— OISHII Paper —

色とカタチで 発想する絵本

“SOREKARA SOREKARA”

いつの頃からだろう、絵を描くことやデタラメな物語をつくるへの「ためらい」が支配していて、一歩が出せなくなったのは。

絵の得意な人も、そうでない人も、
一枚の“カタチ”を手がかりに物語を紡ぐ。
誰もが絵本作家になれる魔法の絵本。

絵本「それから、それから」は、不思議なカタチや色を見て
いるうちに、何かに見えてきたり、ストーリーが浮かんでき
たり。

誰にストーリーを話すような気持ちで、
誰かの顔を浮かべながら、絵本づくり。

ストーリーに完成はなく、それから、それから。
話を聞いた子どもや友だちも、カタチをつかって、ストーリー
が生まれていきます。

“楽しい”をつなげる、完成のない絵本「それから、それから」

企画：いわた花奈、三宅由莉、松村佳代
デザイン：いわた花奈



探すことで 好奇心は 生まれる

HACOBUTUKAN

自分だけのミュージアム

小さい頃、珍しい石ころや葉っぱや貝殻をあつめてきては、箱にしまって宝物にしていました。
博物館のはじまりは、自分の家に珍しいものを集めておいている部屋があり、それを時々披露していたのだとか。

HACOBUTSUKAN は、自然の中から、集めてきておもしろいモノを、ハコブツカンで展示するためのキット。
宝物をしまっておくだけでなく、誰かに見せびらかすためのツールです。

誰かに見せるんだと思うだけで、
歩いている景色がまったく違って見えてきます。
自然の中から宝物を見つけ出す目はとても鋭く、何気なく通り過ぎていた場所も宝の山に見えてくるのです。

企画：塩瀬隆之（京都大学総合博物館）
デザイン：三宅由莉
制作：BOX&NEEDLE



自分だけの箱物館をつくろう！
HACOBUTSUKAN
©SHIOSE LAB. X PLAYFUL LEARNING DEVICES



タバコを 野菜スティックに 持ちかえる！？

“IPPUKU” BAR

人とたわいもない話をする時、私たちはよく、「手持ち無沙汰」という言葉を使います。

不思議ですが、何かを持っていないと、話しぶらい。ものなのですね。

最近はなくなってきましたが、会社には喫煙所という場所があり、煙草を吸う人たちが集まる場所があります。煙草の善し悪しは別として、ここは、仕事の会議の場とはちがい、アンフォーマルな会話を楽しむ場所になっています。ここでの話しやすい雰囲気が社員間のコミュニケーションを深めたり、意外なアイデアが生まれたりするのです。

しかし、煙草の身体への影響などが言われる昨今、喫煙所のコミュニケーションのよい部分だけを活かしたいものです。ならばいっそ、煙草を野菜スティックに持ちかえて、コミュニケーションをとる場をつくれればよいのではないのでしょうか。

これは、good work palce 研究会として、人と人がつながり新しい価値を生んでいくような「働く場」のデザインを実際に思考錯誤しながら考えていくワークショップ時に出てきたアイデアです。

good work place 研究会

企画：株式会社シャープ UX 室× un labo.

@ un labo.sakai



こんな招待状が届いたら…

Mission Card

茶道には、主客一体で場をつくるという考え方があり、客は茶会の場を盛り上げるため、教養を養っておく必要がありました。

現代においても、その場、その時を主客でつくりあげるような場づくりを考えた時、参加者となる人の会に望む姿勢を、来る前から整えておく必要があります。

こんな時に、当日までに宿題をやってくるように、とお願いすることもありなのですが、どうもやらされる感がいただけません。仕方なしにではなく、楽しんで自ら積極的に取り組める仕掛けはないかと考案されたのが、ミッションカードです。

イベントの招待状として送られたカードには、1枚1枚、会にくる日までに参加者が果たさなければならないミッションが書かれています。

ミッションはすべて会の主旨にあわせて考案したものの。

このカードは、書籍『プレイフル・ラーニング』上田信行、中原淳著 三省堂のワークショップ撮影のために企画された 2011 unconference@neomuseum のためのインビテーションカード。

イベント主催：上田信行、中原淳、三省堂

カード企画デザイン：三宅由莉



あっちと こっちと その間

Big Face partition

空間をしきり、空間をつくるパーティション。
カードを組み立てるように、はめ込めば、パーティションの
中にも小さな空間ができる。
置いているだけで、思わずのぞいてみたり、もぐってみたり、
空間の行き来を楽しみたくなる。

このパーティションは、三井不動産レジデンシャル株式会社が手がける、柏の葉のマンション共有部（コモンスペース）のためのツールデザインとして制作されました。

クライアント：三井不動産レジデンシャル株式会社

企画監修：上田信行、竹山聖

共同開発：株式会社アモルフ

デザイン：三宅由莉

制作：BOX & NEEDLE



絵の中に 降り立つ

Avatar Drop

「絵をじっくり見なさい」とか「絵から何かを感じ取りなさい」とかって言われても、目をこすって見るものの、これ以上無理ですって思った経験ないでしょうか。

でも、これは、決してあなたが悪いわけでもなければ、感度が低いわけでもないのです。ただ、目の前にある絵（情報）が他人事であるが故に、そこから何かの情報を得ようと本能的に働かないわけです。そりゃそうです。ならば、もっと自分事にするための仕掛けが必要です。

そこで私たちが考えたのが「分身鑑賞法ーアバターアプリシエーション※」。これは、二次元の絵を客観的にそこにある情報だけをピックアップするのではなく、絵の中に自分自身が降り立ち、三次元の世界の中で何かを感じるという鑑賞方法です。

小さな子どもは、絵本や絵の世界に入り込み、空想の中で遊びます。けれども大きくなるにつれ、なかなか絵の中に飛び込んでいくのが難しくなってきます。ところが何か小さなものを自分の分身に見立てて、それを絵にかざしてみてください。えっそれだけ？と思うかもしれませんが、急に自分自身が絵の中にどんどん引き込まれていくのがわかります。そして、今まで見えなかった絵の世界が詳細に見えはじめ、物語が生まれてくることに驚くのです。

※分身鑑賞法（アバターアプリシエーション）は、総合地球環境学研究所が所蔵する国連子供環境ポスターを使用したワークショップの企画の中で、飯塚宣子、三宅由莉、いわた花奈、松村佳代によって開発したものです。



境界に 生まれる バリュー

My Flame

私たちは自分の限界を越えることを「境界」を越えるとか、分野間の垣根を取り払う意味で「境界」をなくすと言ったりします。

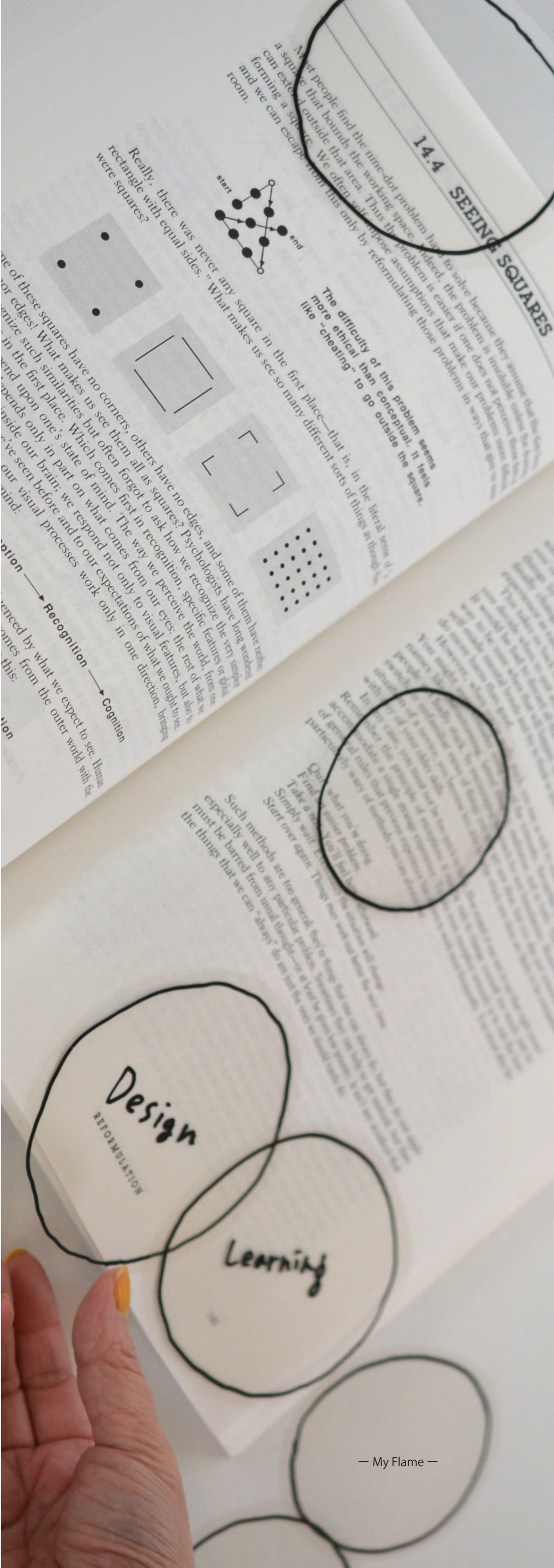
この時に感じる「境界」とは一本の線だったり、そびえ立つ壁をイメージします。

けれども、日本は古来より、この「境界」を曖昧にし、「境界」という境となる世界を丁寧にデザインしてきた国です。人はひとつのフレームに属しているのではなく、さまざまなフレームの中にいます。このフレームが重なり合う境界に、何かが生まれる可能性を感じて。

my flame は、自分を構成しているさまざまな領域を書き出し、自己紹介をします。

重なりあう部分に可能性を見いだしたり、他の誰かと、意外な部分で重なりあったりするのです。

企画デザイン：un labo.
このツールは、undesign サロン@現長
「間に宿る境界のデザイン」において開発されました。



人生に ワンダフルを！

Wonderful Cube

(特許第 5938070 号)

キャリアは一度デザインしても、実際にやってみて、うまくいくことも、いかないこともあります。ただし、やってみた結果から、もう一度プランを見直して修正を加えることで、より目標に近づきやすくなるのです。この実行と修正の過程が、人を成長させます。

まずは、やってみる、そしてうまくいったこと、うまくいかなかったことの理由を考えます。

その上で、もう一度、目標設定が本当に自分の価値を充たすものであるか、プランが目標に近づくために有効だったかを考えて、目標設定の見直しや目標に近づくためのプランを練り直します。

価値はすぐには変わりにくいものです。しかし、Purpose（具体的な目標）は、状況によって変わることもあるでしょう。そのため、Wonderful Cube の Layer3 は、何度でも書き直しができるようになっています。願いをかなえたいという強い意志があれば、きっとかなえるための道筋を見つけることができます。

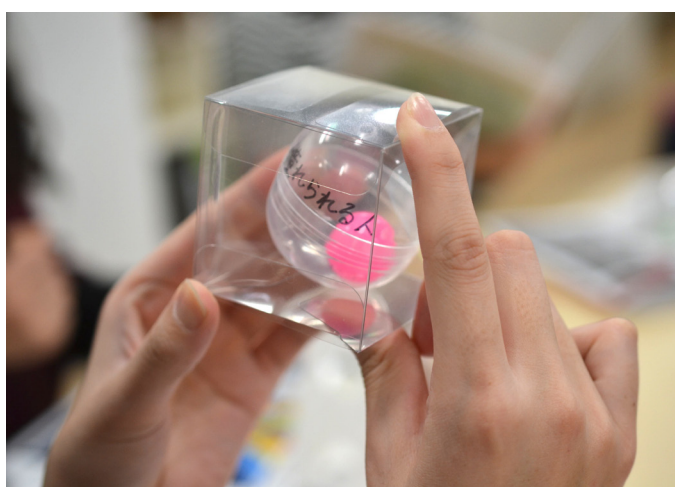
強い意志と、柔軟な検討で、実行と修正を繰り返しながら、「こうありたい」という自分に近づいていきましょう。

生きがい創造プロジェクト

企画：日下菜穂子（同志社女子大学 教授）

制作、販売：我妻崇（株式会社サティスタ）

デザイン：三宅由莉・いわた花奈



みんなを スタッフにする

Blg Words Board

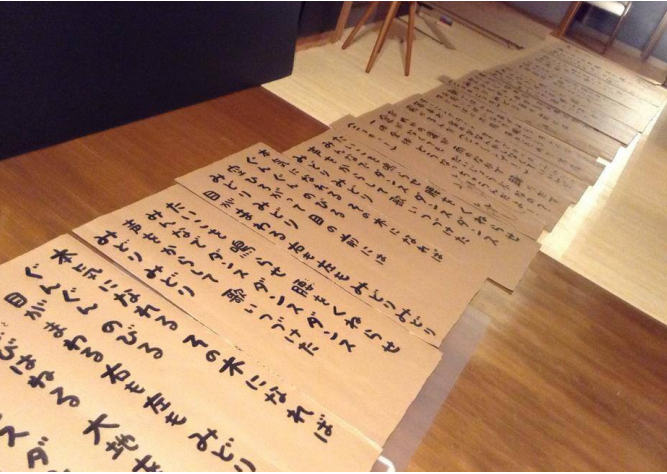
講演や公演の鑑賞ではなく、お祭りは、来た人がみんな主催者のように、盛り上げ役を担わなくてはいけないもの。誰がお客さんで、誰が世話人なのか、ごちゃまぜにして、その境界をなくするのがとても大事なこと。

まだ小さな森に向かってみんなで森の応援ソングを唄うというお祭り（ニョキニョキフェスタ 2014）では、その日以来はじめてその曲を聴くお客さんに、歌詞が書かれた大きなボードを持ってもらいました。

ボードを持つことによって、自分の役割がはっきりとし、それまで傍観者だった人たちがうって変わって前のめりに参加しはじめたではありませんか。
ツールによって、自分の立場をアピールしたり、責任感を感じたりすることで、入りにくかった輪にも飛び込んでいくことができるのです。

ツール企画：三宅由莉
ツールデザイン：いわた花奈

イベント主催：兵庫県阪神南県民センター
総合監修：上田信行（同志社女子大学教授）
総合企画：un labo.
楽曲、森うたワークショップ企画：ベベチオ



いるかも こんな社会人！？

”SHAKAIJIN” CARD

「社会人カード」は、「カード de トーク いるかも!? こんな社会人」ワークショップの為に開発されたものです。社会人のナマの声をもとにさまざまなロールモデルをカードにしました。

カードを利用した、「カード de トーク いるかも!? こんな社会人」ワークショップは、就職活動を通じた「さまざまな社会人との出会い」を振り返ることで、これから働く上で大切にしたい職業観・就業観に気づき、職業生活に向けて前向きな一歩を踏み出すヒントを学ぶことを目的にデザインされています。

書籍『アクティブトランジション -- 働くためのウォーミングアップ』 舘野泰一、中原淳編著 三省堂内にてワークショップでの様子が記載されています。

企画、コピー：浜屋祐子 田中聡
イラスト・デザイン：いわた花奈
ツールディレクション：三宅由莉
制作協力：株式会社 三省堂



カタチの オノマトペ

KIMOCHI no KATACHI

ザギザ、グニョグニョ、ボワワンといったオノマトペが出てくるようなカタチがあります。

やわらかい曲線はやさしい印象、ギザギザ尖ったカタチは驚きや鋭い印象を与えます。

それは、言葉で伝えるよりも前に、人の知覚に届くもの。

カタチを持つオノマトペ的な印象を表現の中にとりいれるとどうなるでしょうか。

企画：ラーニングデザインズ

デザイン：三宅由莉

制作：こふれ



白紙が怖くない ノートブック

Design Mindset Note

真っ白な紙の前にたつと、最初の一筆を入れるのが恐ろしくなります。

むしろ、そこにコーヒーのシミがあれば、少し気が楽になって書き出すことができるでしょう。

このノートは、 図や記号や模様など 100 種類の図柄がうっすらとすでに書かれています。

すでに書かれているものの上に書き出すことの気軽さと、すでに書かれているものに影響されて発想するという両方の利点をもっています。

デザイン：三宅由莉



文字の力

哲学つづり

哲学サロンを開いても、自分の哲学を語れと言われてもなかなか話づらいもの。
けれども、沢山ある哲学の言葉に囲まれていると、その中から自分にじっくりとくるもの、あるいは気になる言葉と出会うことができます。
選んだ言葉をもとに、参加者同士が話をします。
哲学つづりは、選んだ言葉を挟み込み、また自分が考える哲学を書き綴るノート。

哲学サロン企画 :un labo. ×イリベサトコ
哲学つづりデザイン：いわた花奈、三宅由莉



余韻の デザイン

Whiskey “OMIKUJI”

ワークショップやイベントの後、急に現実に戻されて、ぶつりと経験が途切れてしまうようなことがしばしばあります。

イベントでの経験をふりかえり、日常の中でさらに広がっていくための「余韻のデザイン」はイベントを企画する際の重要な要因です。

その時には気づかなかったことも、ふとした時に腑に落ちたり、好奇心が発火したりする。その仕掛けをしっかりとっておきたいものです。

どこか旅行へ出かけたときに、その時の経験を記憶にとどめたくて、私たちはよくお土産を買うのも、余韻のデザインをしているのでしょう。

ウィスキーを人生に重ね合わせて味わうというイベントに用意したのが、ウィスキーおみくじのお土産。

小さなボトルにつめられたウィスキーのキャラクターによって来年を占うというもの。

何が出ても、それはそれ。その時々を生きようというメッセージが込められています。イベントで味わったウィスキーの味と香りを思い出しつつ、いつの日か日常の中で開封してくれることを想像しながら。

イベント企画：un labo. ×イリベサトコ

企画：いわた花奈、三宅由莉、松村佳代、入部聡子

デザイン制作：三宅由莉、いわた花奈



自分キャラで つながる 営業ツール

My Branding Goods

営業マンは、商品やサービスを売ると同時に、自分自身をブランディングし、自分自身への信頼を獲得しなくてはなりません。

マイブランディンググッズは、営業マンが業務の中での自分の特性やセールスポイントを明確にし、お客さんとの接点（仲良くなる）を生み出すためのツール。

自分をキャラクター化し、グッズにして、名刺、提案書、はじめ来客時のコースターやコップなど、あらゆるところに展開します。

また、企業が掲げるビジョンを自分なりに明確にし、ポリシーを力強くお客さんに話ができるようになるため、現行の企業ビジョンの文章の中から、自分がグッとくる一文を抜き出し、なぜその一文なのかを話します。その一文はしおりや名刺に入れて配ります。

クライアント：阪急不動産株式会社

企画：三宅由莉、いわた花奈、岩田直樹

デザイン：いわた花奈

