

# 東洋的デザインの美しさ

北京大学学生代表

見学日時：2019年11月27日（水）9:30-11:30

見学場所：Panasonic Design Kyoto

## 見学概要

Panasonic Design Kyoto は 2018 年 4 月に開設されたパナソニックグループの家電分野におけるデザイン拠点である。歴史の記憶とモダンな文化が融合するこの京都という都市において、Panasonic Design Kyoto は伝統文化がもたらすインスピレーションを汲み取り、昔ながらのデザインを現代的科学技術に融合させることで東洋的特色に富んだ精美な商品を作り出している。

Panasonic Design Kyoto での活動内容は主に、同所の紹介、デザイン商品及びオフィスの見学、そして団員による「弁当」のデザインの三つであった。

まず、スタッフから同所のデザインにおける四段階の理念である「Notice、Think、Make、Convey」について紹介があった。これはデザイナーが人々の要求を知り、細やかに考え、大胆に創作し、デザインをする際の自身の心情を使用者に伝えることを重視するというものである。こうしたデザイン理念の下、デザイナー達は、自然に近いそよ風を生み出す素朴な外観の扇風機、刺繍模様に触れた時に音を発する特殊なスピーカー、両手で水平に持った時にだけ発光する安らかな心情を暗示する点灯方式の透かし彫り模様の電灯など多くの精美な作品を生み出している。その中で最も印象的だったのは茶筒型の小さなスピーカーで、実際に茶葉を入れることができるだけでなく、茶筒の蓋はスピーカーのスイッチにもなっていた。



スタッフの紹介に耳を傾ける団員たち



響筒

## 感想

こうした特徴的な作品から私たちは、商品のデザインによりいかにして民族としてのアイデンティティーを示すのかについて考えさせられた。これらの強い日本的スタイルの様々な商品は、消費者に対して自然と日本の伝統文化を伝えると共に日本の民族としてのアイデンティティーを示している。消費者市場において選択された文化は日本文化のすべてではないが、消費者に向けた商品は確実に文化的影響力を拡大する役割を果たすものである。そしてこれらの商品は海を越えて世界各地の消費者から好まれることで、古い歴史を持つ神秘的な東洋文明もまたその影響力を拡大するのである。

対して中国については、文化的蓄積がないわけではなく、5000年の歴史を持つ大国ではあるが、中国文化の特色を表現するものについて私たちが思い浮かぶのは、相変わらず青花磁器、山水画、刺繍金襴である。青花磁器が悪いということではないが、もし文化や伝統を現代の商品と融合できれば尚良いと思う。この点について、Panasonic Design Kyoto の日本人デザイナーはすでに実現している。将来的に中国の次世代のデザイナーも私たちの伝統文

化を現代的科学技術と融合することで中国文化への自信を示し、新時代において私たちの古くからの文明が力強く新たな活力を生み出すことを願っている。



弁当のデザインの様子