

実践したデザインを第三者で利用するための 社会・活動・道具の観点で捉える記述手段

地域コミュニティを対象としたソーシャルデザインの実践

株式会社トライアンド・東京藝術大学大学院 美術研究科 平野 友規 | 東京藝術大学 須永 剛司



橋本デザイン会議

HASHIMOTO DESIGN MEETING

橋本デザイン会議
バイタリゼーション
デザインアワード

大学生
発想
助言

企業PR
取材
課題

行政
会場
周知

卒業後も市内に滞在

中小企業
取材
課題

社会的観点からデザインを捉えた場合の記述

デザインすべき課題は「価値の形と仕組み」として現れ出る

バイタリゼーションデザインアワードとは？
相模原市が抱える新卒採用に紐づく地元企業の担い手不足という社会的課題に対し、橋本デザイン会議は「バイタリゼーションデザインアワード」というコンペティションを企画・実施した。「バイタリゼーションデザインアワード」とは相模原市の中小企業が抱える悩みや課題に対し、大学生が柔軟な発想で企画を提案する競技会である。採択された企画を企業が実用化することで地域の活性化(=バイタリゼーション)を試みながら、相模原市の学生に対して中小企業をPRする。そうすることで、就職活動の際に選択肢に挙げてもらう取り組み。2016年3月、アートラボ橋本にて開催。

2015年 9月
道具1 企業向け・募集開始
道具2
道具3

2015年 10月
道具4 企業向け・取材&課題検討
道具5

2015年 11月
道具6 企業向け・課題発表

2015年 12月
道具7 学生向け・作品募集開始
道具8
道具9

2016年 2月
一次審査

2016年 3月
道具10 プレゼンテーション

2016年 3月
道具11 結果発表
道具12

活動的観点からデザインを捉えた場合の記述

デザインすべき課題は「経験の形と仕組み」として現れ出る

道具1 アワードのロゴマーク

道具2 アワードの公式サイト

道具3 アワード開催趣旨の動画

道具4 参加企業向け・開催概要チラシ

道具5 参加企業向け・応募用紙

道具6 学生向け・出展企業のPR動画

道具7 学生向け・開催概要チラシ

道具8 学生向け・作品募集チラシ

道具9 学生向け・スタッフ募集チラシ

道具10 会場パネル

道具11 表彰状

道具12 審査用紙

道具的観点からデザインを捉えた場合の記述

デザインすべき課題は「使用の形と仕組み」として現れ出る