

# 根津 孝太

Nezu Kota [znug design 取締役 / クリエイティブ コミュニケーター / デザイナー]

クリエイティブなコミュニケーションを  
空間としてデザインする



人はコミュニケーションにより社会を形成することで進化してきた。その重要性が再確認されたのが新型コロナウイルス感染症下の社会。リモートワークの有効性が確認されたものの、情報と体験を共有する空間への渴望はより増している。最近では、多彩なコミュニケーションのための空間を備えたオフィスも多く見られるようになった。カーデザインをはじめとして、人とモノの関係をデザイナーの視点で問い続けている根津 孝太氏に、クリエイティブ・コミュニケーションのあるべき姿をたずねた。

## 問題意識を高めるために 社会を見る解像度を上げる

— デザインをどのように捉えられていますか。

デザインとは何かしらの問題解決です。強い問題意識が一番のモチベーションであり、社会を見る解像度を上げていくと、さまざまな問題意識が現れてきます。それを解決できるのがデザインだと思っています。もちろん、デザインという意味には最終的にきれいな形を造るスタイリングも含まれるのですが、その根源的な「モノの存在意義」を問われた時には、それが何の解決になるかが重要です。そのプロジェクトやモノの意味を考え抜いて、世の中に必要とされているなら、どんな苦勞をしても生み出したいと思っています。社会を見る解像度を上げるためには、幅広い分野の知識が重要で、何にでも関心を持つことが大切です。しかし、人に一番影響を与えるのは人です。誰かと話をする間に、その人が語る事象に対する解像度が飛躍的に上がっていき、自分がアップデートされ続けていきます。

## アイデアは敵の中にある

— 自動車メーカーでは何をされていたのですか。

当時はカーデザインを担当しており、2005年に開催された「愛・地球博」では「i-unit」のコンセプト開発チームのリーダーを任せられました。当時、チームに広報の方がいらして、「そんなことをしたら、こういうことが起きる恐れがある」など、僕たちの言うことをほぼ全て否定しました。プロジェクトがちっとも進まないで「この人が外れたら良いのに」くらい思い詰めていました。しかしある時、その人が以前「お客様関連部」という部署にいらしたことが分かりました。その会社には「不具合展示会」というものがあり、お客さまの苦情が聞ける電話が置いてあるんですが、そこで受話器を取って録音された怒りの声を聞くと、僕なんか3日くらい気分がへこんでしまいます。あの人はこれをずっと経験されてきたんだと分かった時に、言われていたことが腹にストンと落ちました。ただネガティブなことを言っているのではなく、この人には未来が見えていたのだと分かったのです。不思議なもので、その人へのリスペクトが生まれると、向うもこちらをリスペクトするようになって、今まで歩み寄ることができなかったことでも、一緒に

### CONTENTS

#### 特集：未来の働き方をリデザインする

SPECIAL INTERVIEW  
根津 孝太 氏 ..... 1

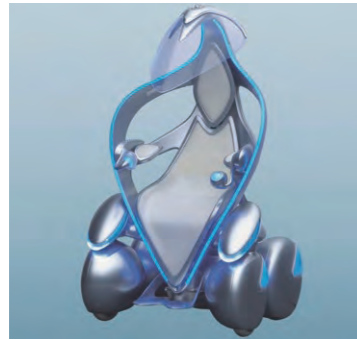
SPECIAL EDITION  
浅沼組名古屋支店 ..... 5  
MFLP船橋Ⅲ ..... 9  
株式会社コロブラ ..... 11  
天神ビジネスセンター ..... 13  
パナソニック エナジー株式会社 セル開発統括本部 ..... 15  
パナソニック東京汐留ビル PERCH LOUNGE ..... 17

RECENT PROJECTS  
S様邸 ..... 19

くらしは文化  
旧名古屋控訴院地方裁判所区裁判所庁舎 ..... 21

\*本誌では略称を用いています。また、一部敬称は略させていただきます。  
表紙写真：浅沼組名古屋支店

落とし所を見つけようという空気が変わっていきました。自分と全く異なるバックグラウンドを持つ、異なる思考回路の人とコミュニケーションをすることで、予定調和ではない、レイヤーがひとつ上のアイデアにたどり着けるのだと思います。これが、著書のタイトルにもした『アイデアは敵の中にある』です。このようにして、「動いて出会う」という「i-unit」のコンセプトは生み出されました。「愛・地球博」は環境博なので、乗り物ならではの社会貢献ができないかと考えました。「動きたい」という気持ちと「動く」ことをシームレスにつなぐことによって、訪れた土地を好きになり、そこで出会った人を好きになる。そうすると、社会や環境を大切にしたい気持ちも、もっと大きくなるのではないかと。こうして、移動することによって、世の中に対して自分の気持ちをポジティブに拡張するツールを提示できたのです。



Toyota i-unit (2005) 低速姿勢モード  
©トヨタ自動車株式会社

## 相手の遺伝子をもらって まだないものを生み出す

— その後、電動バイクを手掛けられましたね。

独立した僕が電動バイクzec00（ゼクウ）を造りたいとトヨタ時代の友人に相談した時、紹介されたのが千葉県にあるオートスタッフ末広というバイクショップの社長、中村さんでした。菓子折を持って相談に行ったのですが「電動バイク？うーん」という、取り付く島もない塩対応。「それより俺、やりたいものがあるんだよね」と言われたのがOuroboros（ウロボロス）という3輪のトライクでした。気が付くと「そのデザイン、やらせてください」と言っていました。結果として良かったのは、トライクを一緒に造ることによって、オートスタッフ末広さんの得意な技術や工法を肌で理解できたことです。

僕は映画「エイリアン」の生物としてのコンセプトが大好きです。人間に寄生したエイリアンは人間ほく、犬に寄生したエイリアンは犬っぽい。つまり、宿主はその環境に適応しているはずだから、宿主の遺伝子を半分もらって最適解を生み出そうというのが、エイリアンの生存戦略なのです。同様に、僕はオートスタッフ末広さんに寄生して、最初は手探りでしたが、途中から楽しくなってOuroborosを造りました。zec00は、この造り方をさらに発展させ、このチームでしか生み出せないユニークな構造やデザインを煮詰めていきました。きっと、Ouroborosを手掛けずにzec00を造っていたら、もっと独りよがりのものになっていたでしょう。

### 根津 孝太氏

1969年東京生まれ。千葉大学工学部工業意匠学科卒業。1992年株式会社トヨタ自動車入社、愛・地球博「i-unit」コンセプト開発リーダーなどを務める。2005年有限会社znug design設立、多くの工業製品のコンセプト企画とデザインを手がけ、ものづくり企業の創造活動の活性化にも貢献。「町工場から世界へ」を掲げた電動バイク「zec00」、やわらかい布製超小型モビリティ「rimOn0」などのプロジェクトを推進する一方、GROOVE X「LOVOT」、トヨタ自動車コンセプトカー「Camatte」「Setsuna」、ダイハツ工業「COPEN」、THERMOS ケータイマグ「JMY」「JNL」「JNR」、Afternoon Tea ランチボックス「LUNCH WARE」、タミヤミニ四駆「Astralster」「RAIKIRI」などの開発も手がける。ミラノ Salone del Mobile "Satellite"、パリ Maison et Objet 経済産業省 "JAPAN DESIGN +" など、国内外のデザインイベントで作品を発表。受賞：グッドデザイン金賞 2020（経済産業大臣賞）、CES 2020 INNOVATION AWARD、COOL JAPAN AWARD 2019、日本感性工学会 かわいい感性デザイン賞最優秀賞 2019/2016、ドイツ iFデザイン賞 2010、など多数。2014～2021年度 グッドデザイン賞審査委員、GROOVE X 株式会社 Chief Creative Officer、ヤマハ発動機株式会社 デザインアドバイザー、hide kasuga & Partners パートナークリエイター。著書：『アイデアは敵の中にある』（中央公論新社）、『カーデザインは未来を描く』（PLANETS）。

## コミュニケーションを デザインする

— 両方ともコミュニケーションに関わるお話ですね。

コミュニケーションをデザインするということは、どういう意図でコミュニケーションするかということだと思います。僕はいつも結論あ



Ouroboros (2008) ©オートスタッフ末広



zec00 (2011) © znug design, inc. (p) Kazunobu Yamada

りきでは会議に臨みません。自分としてフルスイングした仮説を、絶対これだと思って自信满满で持って行きます。しかし、それをそのまま持ち帰ってきたらその会議は全く意味がなかったと思っています。誰かと誰かが会って、化学反応をして、互いに思っていることに変化があって帰ってくる。それが会議の本質で、クリエイティブなミーティングのあり方です。3人寄ったら3人分の知恵や思いが合わさって、より高いところに行けるはず。自分だけではたどり着けないレベルに到達するために相手に伝える言葉が「なるほどね」です。表層的に意見が対立していたとしても、同じ課題を解決しようとしているなら、根源的なところまで戻って考えれば、必ず合意点が見いだせます。そこで「それなら、こうしたらどうだろう」と共に知恵を絞ることで、そのチームでなければ到達できないところに行けるのです。

## 集まるからできる 「弱いつながりの強さ」

— オフィスにおけるコミュニケーションはどうあるべきですか。

コロナ禍でリモートワークを積極的に進めてきた大手IT企業がレポートを出しました。そこには「弱いつながりの強さ」の重要性について記されています。「ミーティングをするので、みんな集まれ」と言うのは強いつながり。そこには強制力が働いていて、集まる人には共通の知り合いがたくさんいます。そうではなく、ジュースの自販機の前で、たまたま出会った別の部署の人と会話を交わしたりするのが弱いつながりです。こうしたつながりは、多様な情報を早く遠くに伝え、イノベーションが起きたり、新しいアクティビティにつながりすることがあります。このレポートは、偶然のものも含めて、人がリアルに出会うことの重要性を指摘しているのです。

もちろんリモートワークにも良い点は多くありますし、移動時間を無駄だと判断すれば、効率も良いということになります。しかし、失っているものもあると思います。一緒に空間にいて、話者が相手の微細な表情の変化やしぐさを見て振る舞いを変えるなど、お互いに対する解像度が上がります。会議のように皆が話す場では、これが参加者全員に起こるわけで、全体のパフォーマンスが高まるのです。リモートのツールで、これができないと言い切るつもりはありませんが、今の技術では、リアルに場をシェアしていることによる情報量の多さに勝つことは難しいでしょう。

これまでは「とりあえず会議を開催して集まろう」という風潮がありましたが、リモートを経験した今だからこそ「ここはリアルに集まった方が良い」と意識できるようになり、実際に会うことの貴重性を理解できるようになったと思います。

## リアルとバーチャルの 距離感をコントロールする

— 集まる環境を整えることも重要なですね。

これからは、距離感のコントロールがポイントになるだろうと思っています。リアルとバーチャルのそれぞれの良さも理解できたし、せっかくオフィスがあるなら、出勤する人が減って広くなった場所を使って、これまでないコミュニケーション空間を造ろうということにもなりました。同じ場所に集まった時の距離感の作り方、関係性の作り方にも自由度が出ています。

また、リアルとバーチャルを融合した、さまざまな技術も登場しています。バーチャルだけ、まるで同じ部屋に居るかのように、お互いの距離感を感じさせる技術もあります。人は意識・無意識の両方で環境から影響を受けますが、環境や関係性をコントロールする要素技術は、すでにかなり揃ってきていると思います。これを組み合わせた時の効果に、とても興味があります。このような、さまざまな技術を複合することで、人と人の関係性を心地良く整え、人のパフォーマンスを向上させることができる時代になったのではないのでしょうか。

## クルマに学ぶ パーソナルワークプレイス

— パーソナル空間についてお聞かせください。

クルマを、生活の場でなく仕事の場でもない、第3の場所にしようと考えているメーカーがあります。そこを、仕事をして良いし趣味に使っても良い、パーソナルな空間だと定義しています。たとえばソロキャンプが流行っていますが、あれも第3の場所です。なぜ一人でキャンプに行くのかというと、その環境が人に良い影響を与えてパフォーマンスを上げるからです。朝になったら満員電車で会社に行き、残業をして電車で帰るという定型フォーマットが崩れてきたからこそ、どういう空間に身を置いてパフォーマンスを高めるかを、自分で意識して決めることが重要になったのでしょう。

また、人と会って仕事をする場合も、一人で仕事をする場合も「座る」ことが多いと思いますが、「座る」ということは関係性を決めることだと思っています。関係性には人と人との関係性もありますが、人とモノとの関係性もあります。どういう音を流してどのような明かりの環境に座れば良い気持ちになれるか、パフォーマンスを上げることができるかを考えると、スピーカーや照明の位置も含めて、周りにある全てのものがファクターとして関係してきます。人を基点として、光、音、音楽、温度など、どのような関係性を決めていけば快適な場所になるのか、僕はこのような課題を、クルマという制限がある空間で考えてきました。これが、パーソナルなワークプレイスを考える場合に役立つかもしれません。

— ありがとうございます。