

第3回市民活動講座トークセッション

『デザイナーの視点から考えるまちづくり』開催レポート

1. 開催概要



「グラフィックデザイナー 新村則人の世界」展（令和7年8月26日（火）～9月28日（日）みどりが丘図書館）に合わせて市民活動講座を開催した。

多様なライフスタイル、幅広い年代の市民が暮らしやすいまちの姿はどのように形作られるのかについて、ソーシャル（地域）デザインの視点で考える市民活動講座。

- ・と き : 令和7年9月13日（土）10時30分～正午
- ・ところ : みどりが丘図書館 スタジオ2
- ・テーマ : 地域の課題解決にソーシャルデザインの考え方を取り入れる。
- ・登壇者 : 新村則人（グラフィックデザイナー／周防大島町浮島出身）
武井史織（絵本作家／柳井市在住）
桑名宏樹（ファシリテーター／あわいDesign 代表／岩国市在住）
- ・対 象 : センター利用登録団体の人、地域づくりに関心がある人

2. トークセッションの内容

（1）デザインとは（名詞から動詞へ）

（桑名氏） 参加者と共に「デザインとは何か」という問いかけから始めたい。一般的には「カッコいいグラフィックやウェブページ」といったクールなイメージが強いデザインだが、近年では「生活、コミュニティづくり、政策」など多岐にわたる分野で「デザイン」という言葉が使われている。

（新村氏） 自身がグラフィックデザイナーとして「メッセージを伝え、気持ち良い空間を作る。」ことにあがるが、デザインを言葉で定義することは難しい。

（武井氏） デザインを名詞ではなく動詞で『設計する』と捉えている。これにより、最終的なアウトプットには専門スキルが必要な場合があるものの、プロセスには誰もが参加し貢献できる。ソーシャルデザインは「社会の課題にデザインの力を活かし、公共の利益のために活用すること。」であり、問題への洞察力と感性を持って向き合うことが最も重要。

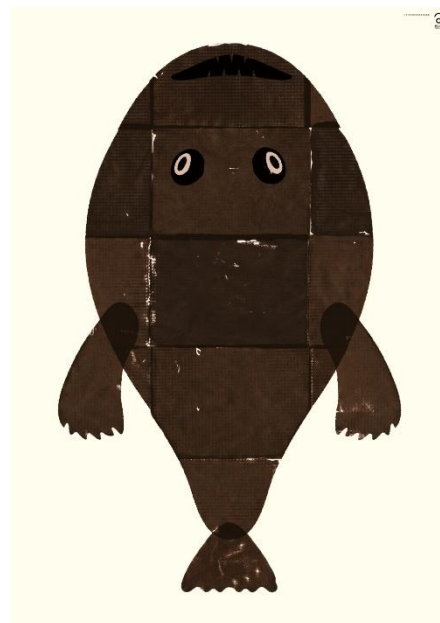
3. 登壇者のデザイン活動事例と地域への影響

(1) 新村氏のグラフィックデザインと地域ブランディング

(新村氏) デザインの原点は、小学校4年生の時に美術の先生から教わったポスター作りから始まった。特に「音をデザインする。」という課題は衝撃的で、見えないものを形にするアイデアの重要性を幼少期に学んだ。具体的な地域ブランディングの事例を紹介する。

・下関のあんこうブランディング

「フグ」の陰に隠れていた下関の「あんこう」を日本一のブランドにしたいという依頼。あんこうのビジュアル化（イラスト）と「新鮮な美味しさ」というコピー（当初は「ポストフグ」）であんこうのイメージを刷新し、価格が2～3倍に高騰するほどのブランディング効果があった。デザインにおいて言葉（コピー）もビジュアルと同様に重要であり、ビジュアル先行で制作したが、コピーライターとの連携も大切だと感じた。



・長門市の道の駅「センザキッチン」



公募形式では、平均的なものになりやすいという考えから、ネーミング公募に反対し、コピーライターと共に「センザキッチン」という覚えやすい名称を考案。道の駅のシンボルマークとして鍋と地域の特産品を組み合わせたデザインを制作した。ネーミングとマークを早期に決定することで、プロジェクトチーム全体の目標や目印となり、アイデアを統一することで効果があった。この道の駅は日本で2位に選ばれるほどの成功を収めた。

・子ども向け教育「瀬戸内デザイングランプリ」

山口県の小中高生を対象としたポスターデザインコンテストを10年前に立ち上げ、現在では応募数2,000件、知事も出席する大規模イベントに成長。地域企業からの協賛も増え、地域貢献意識の高い企業が増加したこと、そして楽しいことを継続することが地域づくりにおいて重要だと思う。

(2) 武井氏のソーシャルデザインと地域活性化

(武井氏) デザインを意識したのは大人になってからで、「自然以外は誰かしらがデザインしたもの。」であることに気づいたことがきっかけ。3.11を機に、デザインの力を消費ではなく、社会課題解決に活かしたいと考え、ニューヨークで学び直し、「デザイン地元」というソーシャルデザインプログラムを立ち上げた。柳井市への移住は、子どもを授かったことを契機に、自身が育ったような豊かな自然の中で子育てをしたいという思いからだった。具体的な地域活性化のワークショップ事例としては、以下のとおり。

・OTENBA クリエイティブワークショップ（周防大島）

周防大島で小学生を対象に「消費側だけでなく、自ら作り出す側になる体験。」と「完成した作品を地域資源としてどう生かすか。」を目的としたワークショップを実施。子どもたちが島の生活の中で聞こえる音をオノマトペで表現し、ラップにする活動を行った。大人にはない子どもたちの視点（「お母さんに聞かせたい」）



が重要であり、この感性から生まれた作品を地域資源として活用するためには、プロデューサーといった「生かす方法を引き出す人」が必要だ。

・使われていない場所の活用ワークショップ（千葉・柏の葉）

使われていない広いスペースを子どもたちがどう活用するかを考えるワークショップ。小学1年生が「お料理祭り」のアイデア（お神輿で具材を集めながらコミュニケーションを取り、カレーパーティーをする）を発表し、ポスターを制作した。アイデアを実行できる場を作り、形に残して共通認識とすることが大切。

・気仙沼の中学生向けワークショップ

地元の魅力（サンマ、カツオ漁など）をモチーフにした紙袋デザインを中学生が手掛けた。このワークショップを通じて、子どもたちが「デザイナー」という職業を知り、家業を継ぎながらデザインをしたい、イラストレーターになりたいという夢を抱くきっかけとなった。子どもたちの作品は、地域の冊子の表紙や地元ビールのデザインにも活用され、自己肯定感を高め、地域への定着率向上にも繋がる。日本において子どもの意見聴取は難しい。ワークショップなどの手法を用いて、「対話」を促進し、言葉の裏側にある思いや意図を引き出す。気づきを促す上では有効な手段だ。

4. 「まちなかの夢プラン」に向けたデザイナーからの提言

(桑名氏) トークセッションの最後として、地域づくりやまちづくりに対するデザイナーとしての提言があればお願いします。

○新村氏の提言：「実行と継続」



- ・「実行すること」が最も重要であり、お金がなくてもまずは自分でやってみることが大切。
- ・うまくいったことは「継続する」ことで、瀬戸内デザインランプリの事例のように地域に根差したイベントへと成長させることができる。
- ・現在の活動は、10年後、20年後に地元に戻ってくる子どもたちが、デザインや

ものづくりに関心を持つことで、地域がより豊かになることを願う「未来への投資」でもある。

○武井氏の提言：「想像力と多様な視点」

- ・「自分の好きなこと」を地域にどう活かすかを考える。
- ・「想像していなかったものと掛け算してみることで、新たなアイデアが生まれる可能性がある。(例：編み物と虫取り)。これは「クリエイティブマッスルを活性化させる」ことにつながる。
- ・「外部からの視点」は重要。柳井市を訪れたフランス人監督が瀬戸内海の多島美を見て「宮崎ムービーのようだ」と感動したように、地元の人にとっては当たり前のものが、外部の目には大きな価値に見えることがある。
- ・「ありたいこと」を言葉にして他者と共有する。想像できることは実現できると信じ、言葉にすることで「言霊」として自分と他者に影響を与え、次元を上げるジャンプに繋がる。
- ・自身の作品をレベルアップさせるために、家族や友人といった「多様な視点からのフィードバック」を積極的に取り入れることが重要。特に厳しいフィードバックには本質が隠されていることが多い。

5. 地域資源の発見と直感の重要性

質疑応答では、「まだ名前のついていないものの価値を見出すプロセス」について質問があった。

(新村氏) 「最初に浮かんだアイデア」を重視し、老若男女に「分かりやすいかどうか」を判断基準の一つとしている。

(武井氏) 「直感」を大切にし、子どもが楽しめるか、これまでにない角度かを重視する。日頃の洞察力や感性が直感に繋がるとし、展覧会を見たり、話を聞いたり、自分ならどうするかを繰り返すことで、この直感を鍛えることができる。また、「違和感」を感じた時にそれを掘り下げて考えることも重要。

6. 今後の「まちなかの夢プラン」への示唆

本トークセッションは、「まちなかの夢プラン」が目指す市民主体のまちづくりにおいて、デザイナーの視点がいかに大きな可能性を秘めているかを明らかにした。

○多様な視点による地域資源の発掘とブランディング

新村氏の事例は、地域に埋もれた価値（あんこう、道の駅の食）に光を当て、魅力的なブランドへと昇華させるデザインの力が、まちなかの潜在的な魅力を引き出す上で不可欠であることを示唆。特に、外部の視点を取り入れることで、地元では気づかれにくいものに新たな価値を見出すことができるのではないかな。

○市民一人ひとりが「設計する」参加型まちづくり

武井氏の提言にある「デザインを動詞『設計する』と捉える」意識は、市民一人ひとりが自らの「好きなこと」を起点に、まちづくりに参画する意識を醸成する上で重要。ワークショップを通じた対話や、自由にアイデアを出し合える環境の整備は、埋もれた声や思いを引き出し、地域課題への新たな解決策を生み出す土壌となる。

○「実行と継続」による夢の実現

どんなに素晴らしいアイデアも、実行され、そして継続されなければ意味がない。小さな成功体験を積み重ね、それを地域全体で共有し、次のアクションへと繋げていくサイクルをデザインすることが、「まちなかの夢プラン」を現実のものとする鍵となる。

今回のトークセッションを通じて得られた知見は、「まちなかの夢プラン」を推進する上で貴重な羅針盤となった。デザイナーの視点を取り入れ、地域住民が主体となって互いにアイデアを掛け合わせ、楽しみながら「まちをデザインしていく」ことで、柳井市のまちなかはより魅力的な場所へと変貌を遂げることが期待される。