

# エイジングとデザイン

加齢化 感覚

## 第5回 — 「討議」

今回（vol.5）は、本研究のまとめ作業の前に、〈エイジングとデザイン〉の展望について、デザイナー松田行正さんと話し合ってみよう、という主旨のものです。



この「討議」を通して、本研究の狙いやデザインが担う新しい「テーマ」、「主題」の余地のアウトラインを確認したり、描出することを試みます。

いづれにしてもそのことは感覚を媒介とする「高齢社会に於けるデザイン」への扉を押し開けてゆく、というデザイン史上稀なチャレンジのスタートとなるもの、と云っても過言ではないでしょう。

- ・ 老いと感覚のメカニズム
- ・ 老いのふるまいと感覚
- ・ 老いのモデル
- ・ 老いとデザイン

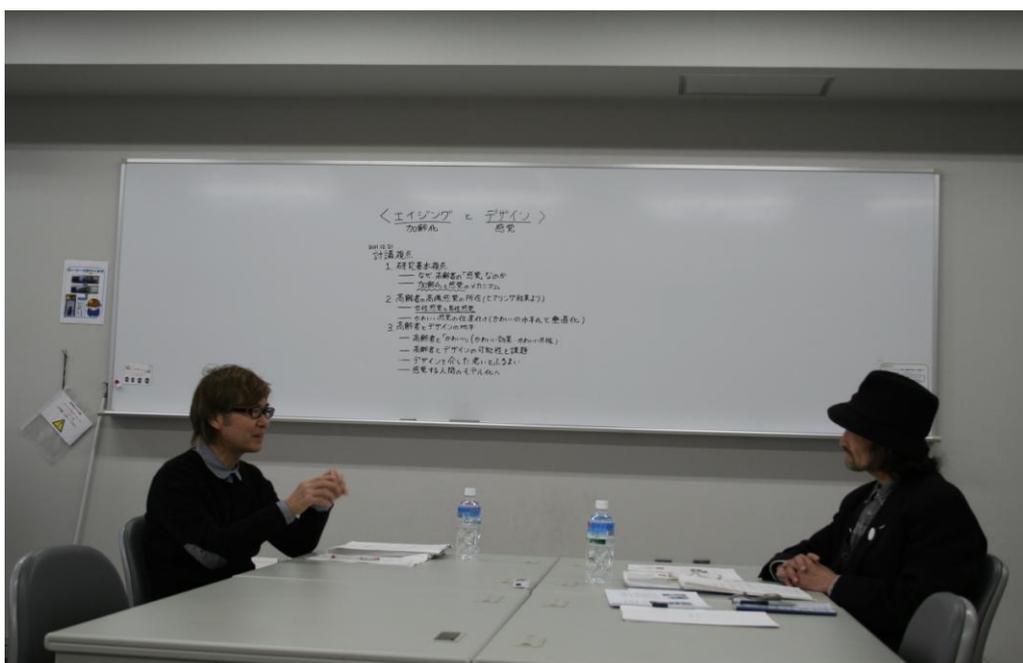
などの視点から、新しい〈感覚する高齢者〉の像をデザインの可能性として討議してゆきます。

この討議が老いと感覚の為のデザインへの先駆けとなれば幸いです。(真壁)

<プロフィール>

松田行正 (まつだ・ゆきまさ)

1948 年生まれ。グラフィックデザイナー、兼アートディレクター。マツダオフィス及び出版社『牛若丸出版』主宰。多摩美術大学造形表現学部デザイン学科非常勤講師。



## <エイジングとデザイン>への展望

### 1. なぜ、高齢者の感覚なのか

**真壁** — 総人口の30%以上が60歳以上の高齢者が占める「高齢社会」が急速化している現在、高齢者の持っている生理的なメカニズムをデザインの上からも把握しておかないといけないのではないかと考えています。特に加齢化に伴い、聴覚や視覚はだんだん衰えていきます。記憶もただらになっていく。一方で、「気持ちいい」、「楽しい」、「幸せ」という高揚感覚は、加齢化につれ減退するのか、膨らむのか、一定なのか実はよく分かっていないのではないのでしょうか。

社会的に右肩上がりだった60、70年代のデザインは、ベースに核家族を中心とした成長思考、進歩史観がありました。しかし、「縮み」と「減退」という現在の社会趨勢のなかで、感覚を扱うデザインをどのように捉えたらいいのか、というのは大きなテーマでしょう。

これから加齢化と感覚という問題が少しずつ大きな社会的主題になってくるのではないかと思うわけです。つまり、日々を生きぬく上で、感覚は豊かなふるまいに繋がる余地を持つのではないか、という思いがあるからなのですが。

ヒアリング被験者のなかに、今また感覚の蓋を開けようとしている人がいました。自分が過去に蓄積した感覚にもう一度出会うためのポジティブな感覚の蘇生のようなものでしょうか。

**松田** — 過去を辿る旅だけでも充分時間を費やしますよね。自分史ダイアグラムでも作りはじめたら、それこそ残りの人生を全て費やしても終わらないかもしれません。自分に関わるなんでもかんでも撮影してパソコンで編集している人がいますが、いくら時間があっても足りないと言ってました。でも自分の感覚を過去に遡ってたどってみるのは面白そうですね。

**真壁** — そのような、自分の感覚の見直しや棚卸しをすべきだと思います。認知学や心理学など様々なものが学際的に入ってくる感覚デザインのプログラムができればプロジェクトになる。そうしたものへの第一歩となるものが<エイジングとデザイン>の研究として位置付けられる。厚生労働省や文部科学省は、これから高齢者の感覚とどのようにコミットしていけばよいのかに気づいてい

ないのです。また、高齢者の犯罪率が伸びていることも気掛かりです。感覚の上手な引き出し方や付き合い方をもたないがために、物欲やあるいはその逆で禁欲的なことで代理行為を果たしていることがあるのではないのでしょうか。

**松田** — 犯罪の側面で見ると限り世代格差はありませんね。年を取っても嫉妬はあるでしょうし。皮肉のようですが、ネガティブな面では、いつまでも感覚は衰えないということかもしれませんよ。

**真壁** — そうですね。確かに高齢者の犯罪の複雑さは深刻ですよ。背後には感覚の問題があると思います。感覚が十全に開放されていない、つまり感覚の余剰性を全部吐き出せていないようにも思えるわけです。

また、〈エイジングとデザイン〉というと、みんなが、転ばないとか蹴躓かないとか、身体機能補助であるユニバーサルデザインのことだと思ってしまうんです。ここではそうではなく、恐らく加齢のなかで眠っている豊潤な感覚の種子をどう扱い、日々少しでも幸せになれるのかという新しい高揚化のことを考えています。資質としては女性感覚が大いに反応、感応しそうな感じは持っています。

**松田** — ユニバーサルデザインや体に負担がかからないように、といったことは高齢者にとってももちろん重要なのですが、多少負荷のあるほうが、良い場合もあるのではないのでしょうか。要は、自分の興味あるもの、面白いものに対しては、多少難があっても克服するのが楽しかったりしますからね。また、感覚も「手取り足取り」だと鈍磨してしまいそうです。

**真壁** — 恐らくそれは身体性からも、そのほうが健全だと説明できるのではないのでしょうか。そこでは人間というものがトータルに捉えられていないんですね。眼で見て、「ここは危ないかな」という緊張を認知したときに、それに対して全体の神経や体のバランスがどのように対応するかというような刺激を一切抜いてしまうわけですよ。それは生命体としての力が弱くなっていくことです。ですから、蹴躓かないということは逆にいうと、何かの機能や対応力を失っているわけです。私たちは〈エイジングとデザイン〉というものを、結論めいたことすら引き出し得ていないのですが、もう少し、感覚とデザインが沿

いながら老いのふるまいを豊かにするレベルの世界を模索してゆきたいと考えているわけなんです。

## 2. 高齢者と遊びの感覚

**真壁** — <エイジングとデザイン>の研究の行く先には“遊び”の思想に近いところがある様に思われます。高齢者が感覚でラジカルに遊ぶという世界が描けないものか、と考えるんですね。感覚がどれほど人間をポジティブにさせてくれるかを、もう一度考え直す必要がある。

**松田** — 新聞のインタビューで、エアロスミス（1970年代から活躍しているロックバンド）のボーカルのスティーブ・タイラーは、若さの秘訣は？ という質問に、「次々と楽しいことを見つけるからさ」と答えていて、感動したことがありました。確かにそうなのですね。「楽しいこと」は見つけなくてはならないのです。「楽しいこと」のほうからはやってきません。つまり、日々発見が若さの秘訣だったんですね。

私はデザインという仕事柄、ディテールにばかり向き合っていますので、ディテールに楽しみを見つけないと仕事自体が楽しくなくなってしまいます。線をこう引くとか、文字をこう組むとか、細かい楽しみが溜まって、大きい楽しみになります。そういうことを長くやっていると楽しみを見つけ方がたいへん楽になってきます。こうしたことが精神の健康法だと思います。

**真壁** — 特に精神の健康の視点から見ると、男性の中高年が生活習慣病、メタボリックシンドロームというものに対して非常にナーバスになっていますが、感覚の心不全や動脈硬化はもっと深刻だと思います。日本の生涯就労的なところの倫理的なコード、仕事に対する進め方、人間関係などの全てがコントロールされた挙句、ほっぽりだされたときに一番疲弊しているのは感覚なのではないのか、と思うわけです。感覚はその人のアイデンティティーの大きな部分を形成していますからね。定年した人の感覚をリカバリーするような、感覚をサポートするデザインはないものでしょうか。つまり、楽しみを見つけ方ができない、遊べない、何からこだわっていけばいいのかということが分からないわけですからね。

松田 — 誰しも何らかのこだわりをもっていると思うのですが、そのこだわりの展開の仕方がよく分からないのではないのでしょうか。でも時間だけはたっぷりあるわけで。いちばん手っ取り早いのは、何かを集めればいいんじゃないかと思います。他者の理解なんて不要です。自分にだけ価値のあるものなんてステキですよ。私は、職業柄かもしれませんが、カバーを折るなどして、1枚でオビを兼用しているような本は、内容の如何にかかわらず買っています。そして、それがどんどん嵩じてきて、今はカバーを折ってあるように見える本も集めています。しかも自慢じゃないですが、1冊も読んでいません。じゃあ、なんのために買っているのかといえば、集める楽しみのために買っています。この、たわいのなさがコレクションの魅力の一つだと思います。

真壁 — 一瞬それまでの硬直した感覚のバランスが崩れて、自分のなかに溜まっているものが外のモノと繋がって、一気に活性化するという感覚の構造変化はないのでしょうかね。

松田 — それは「恋愛」だと思いますよ。人でもコレクションでもよいですが、誰かを何かを好きになることは甚大なパワーを生み出します。愛は壁をも貫くです。

真壁 — 話が急に変わりますが、電車のなかで60、70歳の方がパズルをやっている姿を思い出しました。

松田 — 数独とかですね。

真壁 — あれは、ある種の脳の活性化を図っているんでしょうが、自分の記憶と感覚を重ねるような方向に向かうと先ほどの感覚の構造変化にも良いのかと思いました。

松田 — そっちのほうが楽しそうですね。ゲームはゲームで楽しいんでしょうが。自分の記憶を再編集して、別の人生を描いてみるとか、「歴史のif」ですね。もし、あそこで彼女に出会わなければ、みたいな……。

**真壁** — 青春時代の草のにおいや雲のイメージなんかを彷彿するような……デザインしませんか？（笑）

**松田** — 今 CD を買う人は少なくなりましたが、私はパロディ・ジャケットを集めているので、今でも CD を買っています。パロディ・ジャケットというのは、例えば、ビートルズのアルバム・デザインを真似たものなどです。「アビー・ロード」というアルバムでしたら、横断歩道をビートルズのように歩きさえすれば、すぐオマージュできます。「横断歩道を歩く」ということがビートルズの記号になっているからですね。そんなわけで「アビー・ロード」風ジャケットは山ほどありますが、どれも印象は似ています。コレクターにとっては、その網羅感が良いのですね。大分集めました。こうしたパロディ・ジャケットに浸っていると、過去の思い出の展開例、あるいはヴァージョン・アップみたいな感じがします。変形した思い出の再生産ですね。

余談ですが、週刊『モーニング』で連載されている、かわぐちかいじ画「僕はビートルズ」というコミックが好きで毎週見ているのですが、平成の時代のビートルズのコピーバンドの若者が、ビートルズがデビューする 1 年前にタイムスリップします。彼らはビートルズの曲を自分たちのオリジナルだと発表して、のし上がっていきます。そのことで本物のビートルズが刺激され、まだ誰も聴いたことのない新曲をつくってくれることを期待して。そして、イギリスでの公演を成功させたとき、ビートルズがゲストで出てきて健在をアピールしました。彼らはすべてをビートルズに告白することを決意します……、みたいな内容ですが、なかなか眼を離せません。そこでは、オリジナル云々を超えたところにいるビートルズが描かれていました。ビートルズの素晴らしさは、自分たちの感覚を信じていて、それをきちんと形にする術を心得ていた、というメッセージのようです。自分たちの感覚を信じ切るなんて普通の人は無理ですね。周りの雑音に影響されてしまいます。でも 60〜70 年代のアーティストには感覚を信じ切っていた人たちが多かったですね。反体制がかっこいいという時代風潮がなおさら後押ししたのでしょね。

**真壁** — 70 年代に活躍したアーティストたちが再度活動を始めているということに関して、もう一度意味を読み解くと面白いですね。そのような遊びを究極にする表現の場面でデザインがどうコミットできるかについては、まだ手がつ

いていないように思います。高齢化しても感覚は躍動し、より過激になっていくのでしょうかね。

### 3. 加齢化と感覚のメカニズム

**松田** — 過去の感覚記憶は、断片的かもしれませんが蓄積されていきます。例えば何かを見て、「あ、それ何かに似ている」と思うと急に魅力的になったりします。この“似ている”と思える回数が増えれば増えるほど、感覚に対する引き出しが増えたことになりますね。

“似ている”ということ言えば、数年前に建築雑誌の表紙をデザインすることになりました。そこでデザインのコンセプトを考えるために、街をブラブラ歩いていると、建築物をだんだん別の角度から見ようになりました。例えば、建築物のどこかの部分にアルファベットを認めるようになったのです。柱が“H”に見える、といったような感じですね。ここから建築のなかのアルファベット探しがはじまったのですが、これも感覚の記憶から派生する対象の読みとり方、遊び方に繋がったと思うのです。

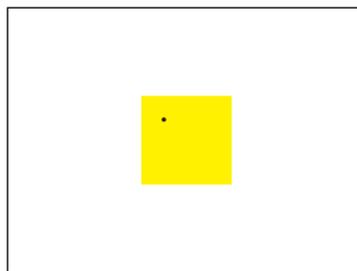
**真壁** — 建物の表層に表れるディテールとして、“G”や“F”に見えたりするわけなんですね。

**松田** — そのことに感動して、もっと色々なものに見えないかと探しはじめました。すると“顔”がよく見つかるようになりました。そのようなことを、漫画の『ドラゴン桜』で教わったのですが、心理学用語で“カラーバス効果”と言うそうです。色を浴びる効果ですね。それは、「今日は赤い服を着た人を探すぞ」みたいな決意をして街に出ると、赤い服を着た人がたくさん見つかるわけです。でもそれは、その日にたまたま赤い服を着た人が多いわけではなく、普段は着目していなかっただけなんです。私のアルファベットや顔探しも着目したら次々と見えてきました。

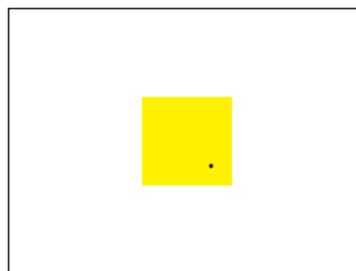
“カラーバス効果”は何かとリンクさせるという能力ですね。何かのきっかけがあって気付くわけなので、きっかけがない限り全然気づきません。そのきっかけづくりの引き出しが増えることが年を取るのだと思います。

**真壁** — その通りだと思いますね。まったく同感です。加齢化と感覚のなかで最大のテーマは、高齢者は感覚の体験をたくさん持っていることが挙げられますからね。

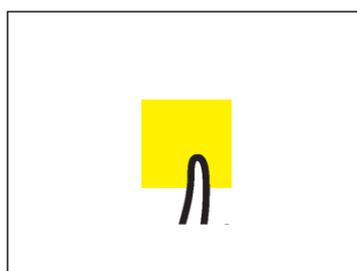
**松田** —メディアクリエイターの佐藤雅彦さん（1954 年-）の『差分』という本に面白い話が載っていました。例えば、図①に点があります。これを見たら、ただ点があると思うだけです。しかし、連続して図②を見ると、点が動いたように感じますよね。さらに図③を見ると、点が指のなかに隠れたような感じを受けますよね。このように、モノを見るときに、あらかじめ何かを見ると、その影響からなかなか逃れることができません。そういうことを“プライミング効果”というそうです。



図①



図②



図③

プライミング効果に似たものに、“先入観”、“モンタージュ”、“サブリミナル効果”、感覚ではなく表現手法ですが、“エピテトン”、“クリシェ”などがあります。“先入観”は、固定観念に囚われること。“モンタージュ”は、いろいろな画像を連続して見せることで考えを誘導するようなこと。“サブリミナル効果”は、意識下に映像などの刺激を与えて、相手に無意識で行動しているかのように思わせること、“エピテトン”というのは、“豊穡の女神”の“豊穡の”などといった、ギリシャ神話にでてくる決まり切った肩書きです。肩書きが付くことでイメージをある程度誘導できます。“クリシェ”も“エピテトン”と同じようなもので、決まり文句です。小説の“ミステリー”なども、布石を打って読者が犯人だと思えるように誘導し、最後にどんでん返しを用意します。こうした、最初に知った情報が次の全く関係のない情報にも影響を与えるようなことを“プライミング効果”と呼びます。

“プライミング効果”の延長上に、図 a があります。でも何の絵かさっぱり分かりません。縦にしたり、逆さにして見る人もいることでしょう。分からなくて、結構イライラすると思います。実は、この絵には髭面のおじさんがいます。でも、一度髭面のおじさんだということが分かってしまったら、それ以降は髭面のおじさんにしか見えません。もはや、それまで何の絵か分からなくて身もだえした、いわば幸福な時間は永遠に失われてしまうのです。後戻りできないという意味で、これは強力なプライミング効果の例と言えます。ここに先ほど言いました“似ている”と感じることの原理が潜んでいるように思います。



図 a

**真壁** — 松田さんが示してくれた図像は、図像としてのゲシュタルトを見抜く、つまり感覚や認知をオートマチックに誘導する「引き出し」を示すということ

もあるけれども、高齢者はこういう引き出しを潜在的にたくさん持っているんですね。恐らく、私たちが試みた「カワイイ臨界」や「ほほえみ誘導」の検証も、高齢者がもち合わせる多くの記憶された感覚の「引き出し」と大いに関係してくるものなのでしょう。

**松田** — 誰もその引き出しを開けてくれないから、一人で色々と思っていることがあるかもしれません。表明できるような機会があると、もっと楽しくなりますよね。

**真壁** — そろそろ、もっと高齢者の優位性を引き出すようなデザインを考えなければいけませんね。私たちが行ったこうした「感覚」についてのヒアリングは、高齢者にとって自己の経験の表明になって楽しかったんだと思います。



#### 4. 男性感覚の所在

**真壁** — 調査を進めるほどに、現在の高齢者に関して、同じ年齢でも男性と女性との感覚のギャップをととても強く感じました。特に男性の場合、60～65歳くらいまで企業に勤めていたり、社会との繋がりが強くあります。その30、40年のなかで感覚も<sup>カタ</sup>こまれていると考えた方が自然ですね。そして定年後は急に自己責任で生きなさいと言われたときの感覚の在り様に愕然としてしまうわけですよ。

先ほど感覚の引き出しについてお話がありましたが、男性感覚は引き出しが

極めて少ないです。観念、論理性、合理性などの余計なものが、外皮のように何重にも感覚を覆ってしまっています。65歳になり、明日から定年だと言われたところで、容易には外皮は取れませんからね。

**松田** — サラリーマンのような制服的なファッションをしている人の休日のファッションは、急にアイデンティティのないような恰好になる人が多くてきついですね

**真壁** — ファッションとしての記号が自分に憑依しているのですが、それがどのような総合的記号を発しているかを全然考えられていないじゃないかな。そこに、きつさが表出してくるわけなんですよ。

**松田** — 本当は、世の中には楽しみがたくさんあるのに、普段からそれを見つめようとする努力をしていないから、そうなってしまおうんでしょうね。

**真壁** — 男性の場合、感覚の問題を過小評価し、それに対するの自覚と整理ができていないんでしょうね。

ところがディテールを自らがこだわって楽しむのではなく、ある種クレジット化されたディテールの集合が担保されたものの方が、世の中に対して自分も自信を持てますよね。現役のときに、そういうものが消費の感覚の対象だったんですが、現役を終えると、そうは贅沢できない、あるいはそれを着ていく場所がない。そうなった途端に、感覚という自分の主体性に自信が持てなくなってしまうわけです。それは驚きですね。多くの男性の場合の感覚とは、その様なきわどさを持っているわけなのね。

## 5. 女性感覚と男性感覚

**真壁** — 男性と女性のヒアリングを比較して、ショックだったことがあります。調査で使ったパネルを見て、女性は「楽しい」、「面白い」、「素敵」と言ってくれました。しかし男性がこれを見ると、「これは買えないからだめだ」とか、矮小な対応になってしまうんです。男性は、現役のときはブランド品などの自

慢できるデザイン、かっこいいデザインを取得していた、つまり消費の対象としてデザインや感覚に接していたわけです。ところが定年になったら、消費意欲を自分で抑制して、かっこいいデザインに対して傍観者になるようなんです。つまりは「感覚」に対して傍観するしかない。それはとても生々しい発言でしたね。「お金がないと感覚は買えない」という前提なんでしょう。恐らくこれが、男性が感覚から疎外されている大きな部分ではないかと思います。ですから、提示したパネルを見て、感覚をシュミレーションできづらいんでしょうね。感覚との同着化が進みづらいのです。

**松田** — 少し前に、どう見ても引いて開けたほうが良いようなドアが、実はスライド式のドアだったということがありました。そのことに感動できるかどうかということは重要ですよ。ね。「なんだこれ」と言って怒るか、「すごいぞ、この発想」と言って笑えるか。

**真壁** — 男性の場合は怒るんでしょうね。

**松田** — 女性の場合は、これ面白いから写真を撮っておこう、とかになりますね。

**真壁** — 自分の内的な投影としてデザインがどう見えるかということ、そして女性の場合は感覚を通して人とコミュニケーションすることができるということが、この調査によってだいぶ分かってきました。その感覚が人と共有できたら、繋がることができ、楽しいと思いますよ。

**松田** — 女性の場合は、ずっと「かわいい」が練磨されてきていますが、男性の場合は頑張って「かっこいい」ぐらいじゃないでしょうか。

**真壁** — 人と感覚が共有できるということを男性は容易に信じないし、良しとしない方が多いようです。

**松田** — 大学の生徒数は女性の方が圧倒的に多く、女性の方が一生懸命に取り組んでいますので、男性と女性でも若いうちから取り組みに対する格差ができ

てしまいます。その大きな違いは素直な積極性だと思います。女性は色々なことの楽しみ方を知っているからかもしれません。柔軟ですね。男性の場合、頑固で、一度考えに取り憑かれたら、なかなか軌道修正が難しそうです。それが良い場合もたまにはありますが、頑固というのは、往々にして邪魔な感性ですね。若いのにすでに余計なものを背負っているように感じます。もちろん、そうじゃない男性もいますが。

**真壁** — 調査をしていくなかで、現在の高齢者の世代からは女性の資質と男性の資質には感覚の上でもハンデがあると感じています。ところが今の20、30代を見ると、感覚の性差は少し緩くなってきているように思いますね。今回研究した65歳以上の方々とは異なるかたちで、20、30年後に加齢と感覚という像ができるのではないかと思います。ここで議論しているようなことは、20年後は当たり前のことかもしれません。感覚がもう少しユニセックス化されて、女性の感覚も分かるようになってきているかもしれません。ユニセックス化というけれども、基本は男性が女性感覚を理解できるようになるということが基本なので、女性が男性感覚を取り入れるということではないように思いますよ。

## 6. モダンデザインにおける身体感覚

**松田** — ところで、去年から紙の本を駆逐するとして話題の電子書籍は、本らしく振舞っています。でも、その本らしさを装っているところが逆に、過渡期だと感じさせます。今のように対本で語られるうちはまだまだでしょう。おそらくその先に出てくるものは本と競合するものではない、というか本を超えた、本とは違う魅力を持ったメディアだと思います。ポスト電子書籍ですね。

**真壁** — もっとインターラクティブでインボルブするようなメディアのイメージなんじゃないかな。

**松田** — そうでしょうね。そうすると、それらを享受する子どもたちは、感覚の楽しみが今の大人とは全く異なってくるかもしれませんね。私の3歳になる娘は、もちろん絵本も好きですが、携帯画面を指でフリックするのも好きです。

ビデオを観るときのコンテンツを探すときもテレビ画面を両手で移動させよう  
とします。どうやら画面はフリックで移動できるものと思っているようです。  
この感覚が生まれてから、まださほど経っていないと思いますが、このような  
新しい体験と加齢との共存は難しそうですね。

**真壁** — これまで、モダンデザインには、加齢というファクターから〈感覚〉  
を捉える研究があまりなかったように思います。知覚の体制化やゲシュタルト  
は、自立する人間がオートマティックに知覚の上で結像する世界を原理的に追  
求していたわけです。しかし、聴覚、視覚、触覚というものが劣化してくると  
いうことは予見としてあったとは思いますが、年を重ねるとい、つまり経験  
化というファクターは誰も考えなかったんだと思います。

**松田** — モダンデザイン自体、“新しい”という表象がないと進まないようなも  
のでしたからね。21世紀は、文明批評家のマーシャル・マクルーハン(1911-1980  
年)が「道具は手の延長だ」と言うなど、車やテレビ・ラジオが、人間の身体  
の拡張にあったことを唱えました。この論によって後押しされるかのようにさ  
まざまないわゆる便利なものが発明・開発され、地球を覆いました。それが、  
20世紀後半には環境問題など深刻な事態を地球にもたらしました。もちろん、  
マクルーハン斬新な分析をただけですが、そろそろその分析も検討し直さ  
ないといけない時代に来たと思います。

**真壁** — そして70年代のマーシャル・マクルーハンの「The Medium is the  
Message」を境に、感覚の基礎的な研究が途絶えてしまったように思います。

**松田** — 全てが手の延長だということでしたが、蓋を開けてみたら感覚を鈍磨  
させてしまうようなこともありました。手で実際に本をめくるためには精妙な  
指先の感覚が必要ですが、電子書籍ですと指先は結構ラフです。それを続けて  
いたら感覚は鈍ってくるでしょう。しかし21世紀はすでにそういう方向にきて  
しまっています。今まで便利だと思っていたものが、ただ単に体を鈍くさせる  
だけのものじゃなかったのか、という20世紀の反省が今とても必要だと思いま  
す。

**真壁** — 電子書籍などは、矮小化した身体性の挙句ですよ。古典的な身体からすると、本をめくるような動きは肩甲骨と連動しているはず。しかしタッチパネルを操作するような動きは、恐らく身体全体の骨格との連動はあまりしないと思います。

**松田** — 手袋をしていると紙をめくるのが大変ですが、手袋をとると一枚一枚めくることができます。この感覚はすごいと思います。タッチパネルを操作するような感覚だけに特化してしまったら失うものも多そうです。生まれてから本も読まずにそういう操作ばかりしている人には異なる可能性が生まれるのかもしれない。どんな新人類が生まれるのか傍目から見てみたい気はあります。

**真壁** — 一方で、高齢者にとって指の操作は脳に良い、という言い方がありませんね。これはどうでしょうか。身体の全体性としての反応が正常であってこそそのものが、部分のみの活性化を強いている。加齢化において、いまどきの身体性に絡めとられるということは、高齢者の幸せにはならないわけです。畑仕事や野良仕事は、タッチパネルを操作するような動きではありませんから。どこかで体を不自由にしていますし、体がもっているトータリティを失わせているわけです。

**松田** — やはり、人間はバランスを保ちながら生きている生物です。身体にまんべんなく、様々な動きを与えてやるのが、身体を、そして脳を活性化させる一番の方法ではないでしょうか。確かに指の操作は脳に良いと言われますが、タッチパネル・レベルではないでしょう。キーボード操作もブラインド・タッチでがんがんなな敲くくらいじゃないと効果はないと思いますが。

余談ですが、94歳でお亡くなりになったギブソン・レスポールの生みの親レス・ポールさん（1915-2009年）は、最晩年までライブをし、達者な指さばきでした。しかし彼は、いたずらに指を高速で動かしていたのではなく、指を動かしながら頭は、音楽の展開のことで猛回転していたと思います。この連動がよかったのではないかと思います。これが単に機械まかせの自動的な動きでしたら身体の活性化にはほど遠いと思います。

**真壁** — 年を重ねていったときに体のなかにある資質を、そうしたテクノロジーは、真に豊かにさせてくれるのでしょうかね。これは高齢者の視点から「アップル」を吟味し直すことにもつながるでしょうね。

**松田** — ある科学者が、有機体である人間は、シリコンを使ったコンピュータとは相性が悪いし、紙に描かれた絵のほうが、デジタルでつくられた図形よりも記憶に残りやすい、とっていました。それを踏まえると、人間には発見する喜びというものがありますが、モニターだけを見ていて発見するより、散歩して発見するほうが、喜びはずっと大きいと感じると思います。

**真壁** — 高齢者向けのデザインはモダンデザインとは間逆な方向で新しい体系ができるといいですね。機能は形態を拘束しない、形態は機能に従わないというような。

**松田** — 形態は機能に従わないなんて、すごく魅力的に聞こえます。そろそろ、そういう時代だと思います。20世紀後半あたりから色々と諸問題が出ましたが、3.11の大震災と原発問題はそうした人類が無反省に突っ走ってきたことへの大いなる反省を促すきっかけとなりました。デザインもそろそろ20世紀の呪縛から逃れられる道を探りたいですね。

また余談ですが、原発をやめろ、なんて言うと、じゃあ明治時代、江戸時代に戻りたいのか、などと脅されます。本当は少しの不便で良いはずなのですが、極論を言うと効果的だと思っている人もいます。でも江戸時代には受け継ぎたい精神があります。それは、種子島に鉄砲が伝来して以来、日本は世界一の鉄砲生産国となりました。普通ですと、このまま、より強力な火器を手に入れようとする道をまい進します。ところが、徳川幕府になって、鉄砲には倫理がないとして、火器を徐々に作らなくなりました。強力な武器を手に入れながらそれを放棄した国は世界でも日本しかありませんでした。しかし、火器を封印したからといって、他の分野での創意工夫は続けられ、その文化レベルは明治時代の駐日総領事ハリスを驚かしたくらいだったのです。

こうした創意工夫は今も生きています。藻から石油を取り出したり、少ない風力で大きなエネルギーを得る研究、また泥からプラスチックを作ろうとするなど、ユニークな発想による研究が続けられています。ここには「形態は機能

に従う」じゃない発想を求められているような気がします。

## 7. 高齢者の高揚感覚の所在

松田 — 一昨年、実業乃日本社から発売された「少女の友」※の復刻版がベストセラーになりました。おばあちゃんを中心に売れたわけですが、言ってみれば、おばあちゃんだけでベストセラーになったとも言えます。やはり女性だからですよ。

(※「少女の友」は1908年(明治41年)に創刊し、1955年(昭和30年)に休刊しました。中原淳一氏の挿絵もあって一大ブームになりました。「『少女の友』創刊100周年記念号 明治・大正・昭和ベストセレクション」は2009年に出版され、ベストセラーになりました。)

真壁 — そこにある図像が、女性たちのいくつかの感覚の引き出しのヒダと繋がるんでしょうね。

みんな、グラフィズムとしても、自分たちの生きてきた証と繋がれるような図像を求めているんでしょうかね。

松田 — 私はグラフィックデザイナーの杉浦康平さん(1932年-)のデザインに憧れてデザイナーになったのですが、先日、武蔵野美術大学で開催された杉浦康平さんの大回顧展を見て、一気にその当時の熱い思い、つまり杉浦デザインを学び倒すぞみたいな、20代、30代のころの熱気が、ありありと思い出されました。単に懐かしいだけではなく、新鮮でした。それは、当時も杉浦デザインを散々分析したはずでしたが、年月が経ち、様々な経験が加わり見る目も変わったのです。特に感じたのは、杉浦さんは、やりたいことがはっきりしていた、ということです。杉浦さんは、杉浦ヴォキャブラリーと呼ばれるような様式をたくさん提示してきましたが、追随者にとってはその様式に則れば、杉浦風デザインができるわけです。ところが、杉浦さん自体には、そうした様式をすべて捨て去ってもいいから新しい表現をしたい、というような覚悟があったように今回の展覧会で感じました。ちょっと横道に逸れてしまいましたが、こ

こには懐かしさと新しい視点が入り混じることの重要さがあります。

**真壁** — 今回の調査でも分かったんですが、気持ちがハイになる、軽やかになるという高揚感覚はどこからくるのか調べていたら、女性感覚と男性感覚の違いが少しずつ見えてきました。男性の場合は、ブランドやデザインの潮流としてオーソライズされているものなどのように、社会的に担保されているものでないと高揚しないようです。しかし、女性の場合の原則は破調です。やはり、ズレ、はずし、ヌケという、整っていないものに女性たちは繊細に反応してくれました。男性は、整っていないものはモラルに反するという反応でした。整った秩序を前提に生きてきているわけですから、それにふさわしい感覚の適応というものがあったんですね。

**松田** — 男性は自分の感覚に自信がないわけですね。

**真壁** — 男性の方が感覚のレンジが狭い、ということでしょう。ところが女性は、ほんの小さな差異を見つけて楽しくなるようです。

対象者にカワイイという言葉をおぶつけても、様々な捉え方があるんだろうと思っています。ですので、対象者に対してカワイイという定義はあえてしないようにし、逆にお話を伺いながら、この方はカワイイをどう捉えているのかということをお伺いしようとしています。



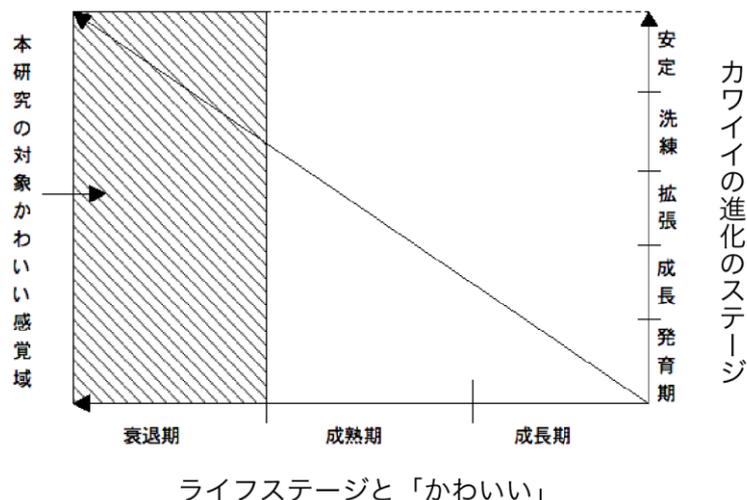
## 8. カワイイ感覚の位置付け

**真壁** — 研究の下地にあるカワイイ感覚の位置付けですが、まずカワイイには時間的経緯を伴う横軸、つまりライフステージとしての水平の流れがあります。生まれてから、身の回りにあるもの全て取り込んで、カワイイという感覚の素地が作られます。就学期になり、友だちや社会的な学習がはじまり、小学校の高学年や中学生になると、カワイイのど真ん中になります。そして高校生、大学生になると、ただカワイイに溺れるのではなく、自分との向き合い方や自己表現、あるいは他者との繋がり、カワイイの主題を見つけ、利用していかなければいけなくなります。20 代の後半や 30 代になると、他者に自分独自のカワイイをアイデンティティーとして示したくなります。40、50 代になると、今まで追っていたカワイイをいったん吟味して、愛おしいものに対してカワイイが向きます。今調査しているのは、ここから先の方たちのカワイイがどのようなものかということです。つまりカワイイにはライフステージがあるということです。

更にカワイイでは、65 歳以上の方は感じ方として持ち合わせていないのですが、「キモカワイイ」や「エロカワイイ」や「モダンカワイイ」など、カワイイの概念が拡張しています。カワイイの縦軸、つまり融合化、洗練化、高貴なカワイイを含む、かわいいの進化・拡張の軸となるものです。X 軸、Y 軸のなかにカワイイがあります。平安朝の「いとうつくしき」は、今日の縦・横に拡張し、非常に大きな感覚概念になっています。

高齢者にカワイイの概念を説明するのではなく、その人がカワイイをどのあたりでつかまえているかを知ることが私たちの重要な作業になってくるのです。

(VOL. 1 参照)



松田 — それによって、どのような人生を送ってきたかが分かるわけですね。

真壁 — 分かります。カワイイは感覚の履歴書の裏返しです。現在どんなにご苦労をされていても、若いときの様々な体験がカワイイとして豊かになっている人もいて、今、そういうものが頑張らせているんだと思います。

松田 — そういうものを、どんどん引き出せてあげたらいいんでしょうね。

真壁 — カワイイの感覚領域が非常に広大で、さらに水平と垂直で拡張をしているなかで、女性は「素敵」「おしゃれ」「面白い」という、それらに対応できる感覚の引き出しを多くもっています。ミロやクレーは「素敵」、ファッションブランドの minä perhonen は「おしゃれ」という「高揚感覚」の引き出しに入れることができます。しかし男性は引き出しが「かっこいい」くらいしかありませんね（笑）

今の高齢者にとってのカワイイは、塊としては小さいと思います。しかし今の20代が60代になったときは、恐らくカワイイはもっと大きなものになりますよ。

松田 — メディアの変容も含めて面白そうですね。

真壁 — ：病気に対してのメカニズムがありますが、感覚も、長寿命化とどの様に関わりを持つものなのでしょうかね。興味深いものがあります。

松田 — もっと長寿化したら重要な問題になってきますね。

## 9. 高齢者の感覚像

松田 — 70 歳くらいからダンスをはじめ、世界的に有名になり、103 歳でお亡くなりになるまで現役で踊り続けた舞踏家の大野一雄さん（1906-2010 年）に長生きと感覚について聞いてみたいですね。

真壁 — そう思います。華道家の中川幸夫さん（1918 年-）や画家の片岡球子さ

ん（1905-2008年）など、90歳、100歳の感覚を追いたいですね。

**松田** — 聖路加国際病院の日野原重明さん（1911年-）もそうですね。

**真壁** — 日野原さんは、恐らく男性感覚の限界を踏み越えているかもしれませんね。ですから、女性的な元気さだと私は思います。性差を超えて、母性的な存在になっているのではないのでしょうか。

〈エイジングとデザイン〉への展望として、研究の第1ステージは、ある程度平均的な高齢者の感覚像を把握すること。そして男性感覚と女性感覚の構造の典型を探ることだと思っています。その次のステージでトランスした人、超えてしまった人、その人の感覚とはどのようなものかを、基礎的な資料を基に探ることにより、凡人との違いを披瀝できるかもしれません。それもこれから極めて興味深いテーマになりますね。

**松田** — もうすぐ人数の多い団塊の世代が高齢者になります。どのような社会になるのでしょうか。団塊の世代は感覚の発露の仕方を知っている人が多いので、飛び抜けた人が多くなるのではないかと思います。5年後くらいの方が確実に面白くなってくるかもしれませんよね。

**真壁** — そうした人たちは極めて感覚が研ぎ澄まされているのでしょうかね。

いずれにしても男性だけれども女性感覚が入り込んでいるのではないかと思います。男性感覚だけでは生きにくいので、そうすることによって、自分をもっと生きやすくしているんだと思います。女性のほうが、生きなければいけないという気持ちを持っているため、感覚が緩く対応できるようになっているのではないかと思います。

**松田** — 確か、ユニセックスがはじめて話題になったのは60年代末でしたね。わたしも当時ユニセックスみたいな恰好に憧れましたが、そのころユニセックス・シャワーを浴びた人たちは、年齢を経ても女性的感覚への抵抗感が少ないと思います。

また、昆虫採集は小学生の夏休みの課題の定番ですが、大人になっても昆虫採集をやっている人がいます。解剖学者の養老孟司さん（1937年-）、仏文学者

の奥本大三郎さん（1944 年-）、生物学者の池田清彦さん（1947 年-）たちですね。皆さん共通して、若々しく、社会的な発言をし続けています。虫が好きということは重要な問題なのではないかと思います。彼らは、好奇心旺盛だった子どものころを忘れていませんね。

**真壁** — それは面白い。高齢者にとっては女性感覚と虫感覚ですか（笑）。両方の接点は「かわいい」にあるかもしれない（笑）。いやいや真面目な話ですよ。また、ファッションブランド「ヨージ・ヤマモト」の服を着続けている鷺田清一さん（1949 年-）も若々しい。やはり、これらの方々を見ると、根底には「感覚」の問題がありそうですね。

カワイイという概念が拡張していることに対して、女性は処理しがたいということにはならず、引き出しをいくつか持ち、未知なものにもたじろぐことなくむかえることができると思います。例えば 80 代の方が歌手のレディー・ガガを見ても、自分の引き出しの中に入れることができると思います。しかし、男性はだめなのではないかと思いますね。感覚の構造として。

また、これからの福祉や高齢者の対応において、厚生省の視点には大事なものが抜けている。つまり、感覚をどのように救済するか、あるいはどのように感覚を煽って皆がハッピーになれるかということです。ハッピーになれないような、感覚の動機付けを抜いてしまっているように感じます。

**松田** — 皆が楽しく感じることは多岐に渡っていますよね。今までと同じように楽しめるだろうと思ってやっていたんですが、現在は趣味が多様化してしまっていますからね。その辺の分析がおっしゃるように欠けていると思います。ともかく、カワイイという感覚は無敵ですね。年齢を超えて通用します。しかし、おじいちゃんにはカワイイということに抵抗感があるでしょうね。若い女性から「おじいちゃんってカワイイ」と言われることがあったとしても、おじいちゃん自らカワイイって言うのは孫について言うくらいかもしれませんから。その辺の感覚が拡張できればかなりの開放感・解放感を味わえられるのではないのでしょうか。

## 10. 感覚する人間のモデル化へ

**真壁** — また、高齢者はいかにふるまったら楽なのか、という点も重要ですね。大野一雄さんのように街を踊りながら歩く人がもっと出てくるといいなと思いますよ。つまりは翁童思想の吟味を含む新しい老い方のモデルを提示したいと思います。この研究の究極は、感覚を機軸に置いた、年の重ね方や老いのふるまいを実践するような生き方を提示するということです。感覚する人間の自由な往生の仕方、このような話を、私が 70 歳を越えたときに多木浩二さん（1928-2011 年）と議論したかったですね。老い方のなかにもっとチャーミングな生き方のモデルがあるのではないかと探しているわけです。そのときに、感覚あるいはデザインにはどのような貢献の仕方があるのか私たちは大いに興味を持っているのです。

ところで詩人の谷川俊太郎さん（1931 年-）の感性や感覚は、モノや出来事に対してどのように反応するのでしょうか。言語と絡めないと反応できないのか、それに「これカワイイね」というような感覚がどのようにになっているのか気になります。

**松田** — 谷川俊太郎さんには何度かお会いしたことがあるんですが、感覚が若いんです。直感的ですね。素直に面白いと反応し、基本的に否定形ではありませんでした。やはり、すぐ否定する人はあまり面白くありませんね。話がそこで終わってしまいます。

また横道に逸れてしまいますが、刑事ドラマを観ていつも思うのですが、警察の幹部は、はみ出し刑事の意見を必ず否定しますね。警察は超階級社会ですが、その構造自体に欠陥がありそうです。ただし、そこが面白くて刑事ドラマをいつも観てしまうのですが。とにかく、なんでも肯定しつつ高めてくれる先達はありがたいですね。

**真壁** — 感覚的に鋭敏な高齢者は、貴重な私たちの研究資源だと思っています。第 2 ステージは、恐れることなく挑みたいですし、感覚人間のモデルを見つきたいと思いますね。老いのふるまいを、より自由に、豊かにするための感覚の所在、またその感覚をキックするためのデザインはどのようにあったらよいのかということです。それは、ポスト・ポストモダンの重要なテーマでもあると

思います。日本が高齢化の先進国であるとしたら、この問題は韓国や中国にも出てくるわけですからね。

**松田** — 中国は文化大革命があった期間、教育は滞りました。勉強できなかった子どもたちは、ブランクに悩みながら、年がいったから勉強し始めた人がかなりいます。先日お会いした、中国でも有名なブック・デザイナーの呂敬人さん（1947年-）も、文化大革命で農村に行かされ、大事な時期に勉強ができなかった世代ですが、現在は、中国のブック・デザイナーとして最先端の感覚をもっています。このまま老いていくと、もっとすごいことになるような気がします。文化大革命の時代は最悪な10年間でしたが、呂さんにとっては勉強が遅れたことが新たなパワーを生んだと言えるかもしれません。

**真壁** — 学習意欲のある年寄りでありたいですね。そういうことが、感覚する人間のステップを築いていくのではないのでしょうか。

## 1.1. 高齢者とデザインの可能性

**真壁** — 人間の成長理論では、幼児期から就学期は公平に機会を与える、一律な教育をしていきます。その裡で比較的感觉は望ましい感觉反応の方向が示され、平均化した存在となるものでしょう。高齢者たちが小学校時代の同窓会を楽しみにしていますね。小さな頃的感觉が重なり合うからでしょう。しかし65歳から先は感觉が多岐に、そして多様になってきます。それまでの多彩な、一様でない感觉体験が各自の固有性として在るわけです。この多様な感觉に対してどのように対応するのか。今は何のルールも法則性も見当たりません。しかし、「ほほえむ」や「カワイイ」と思う素地はどこかで普遍性を持ちうるのではないかと私たちは思っているわけなのですよ。

**松田** — カワイイはプチ恋愛みたいなものではないのでしょうか。ちょっと好きになっちゃった、みたいな感じですよ。ね。“恋する乙女”は良い感じがしますけれど、“恋する男性”は、あまり良いイメージはしませんね。“恋するおじいちゃん”はカワイイですけども（笑）。

**真壁** — もっとも大切なことは、〈エイジングとデザイン〉は受け手の発想に立ったデザインでなければいけないことです。送り手のメッセージだけでは成り立たないわけですからね。

**松田** — 今までは基本的に一方通行だったんですよね。

**真壁** — そうです。受け手の持っている感覚体験の広い海のなかに、波紋が生じるようなデザインが生まれる余地があるのではないのでしょうかね。本研究は、そのトライへの第一歩だと思っています。

今回の〈エイジングとデザイン〉にからめて、デザインの可能性について松田さんはどのように思われますか？

**松田** — 高齢者がどのようなデザインに対して素敵だと思えるかはまだよく分かりませんが、自分も含めた団塊の世代が高齢化すれば、今までの老人とはかなり違った展開が期待できるのではないのでしょうか。団塊の世代は生活を楽しむ術をよく知っている人が多いし、新しもの好きだと思えるからです。彼らは若い人のエキスを吸収するのも厭わないと思います。私がそうですから。おそらく、30歳以上に受けるデザインは高齢者にも受ける時代がくるような気がします。でも、デザインも含めて、色々なことを楽しむためには健康でなくてはなりません。しかし、健康を志向するとそれが目的になりやすく、他の楽しみをスポイルしがちになります。その兼ね合いが難しいと思います。私のことでは、いずれ自分の感覚が、高齢者の感覚をも若者の感覚をもカバーできると信じていますので、今の感覚で突っ走れ、ということになるかもしれませんね。手前味噌ですが。

また、真壁さんがおっしゃる男性の高齢者のユニセックス化は、今後より重要な課題として浮上してくると思います。

**真壁** — そうですね、それがどのように高齢者の感覚と共振できるかだと思いますよ。

高齢者と若者の感覚はどのようにすれば繋がれるのか。繋がらなくても良い、あるいは、しょうがないと云う見解もあるでしょうが、実際のところ繋がらな

いと高齢社会は立ち行かなくなります。多世代、異世代交流について、カワイイ共振というレベルを概念としてはもっていますが、実際にありうるのかどうかを調査しています。感覚の話をする際に、高齢者の方々が気持ちよく、そしてオープンマインドになってくれ、「あなたとおしゃべりできてよかったわ」と話してくれましたね。これは目から鱗でした。いかに高齢者と若者がカワイイという感覚概念を通して繋がることができるのか、ということへの気づきの契機にもなりました。

高齢者の感覚は縮んでもいなければ、減ってもいけない、ただ封印されていて、開花していないだけです。それが開くきっかけは何だろうか、そしてそのようなデザインはあるのではないかと思いますね。

本日は、長い時間お付き合い頂き、有難うございました。＜エイジングとデザイン＞のシーンに具体的なデザイン提案をしてゆきましょう。楽しみにしています。



## 加齢化コラム

年を重ねる事の利点

“加齢”とは年を重ねることである。この場合幼児が成人になることも、成人が老人になることも同じ言葉に含まれる。つまり、成長と老化という二つの言葉を含んでいる。この中では人間の“成長”と“老化”について考えてみたい。

まず、“成長”するために絶対に必要な物は何だろうか？まず親の存在が挙げられよう。人間は多くの他の動物と違い、立って歩くことのできない弱弱しい存在として出生する。つまりこの時点で、親・養育者の重要性が指摘される。

しかし、なぜ成長につれて、反抗期が存在するのだろうか。親が重要であるのならば反抗期の存在はないのが自然ではないかと思える。だが反抗期が起きるのは、小児期でも小学校高学年～中学校くらいだ。この頃には幼児期の弱弱しい存在を脱し、体が成人期へと近づきつつある。この時期にこそ、反抗期は成人期を迎えるために一個人としての力を蓄えるための必要不可欠な期間ではないだろうか。反抗期でなくとも、自分の意見を言い・考える事を経て、成人になるための成長を踏んでゆくことになる。

一方、“老化”について考えてみよう。“老化”とは「加齢に伴う生理的機能の減退」を意味する。衰えや劣化という負の意味合いが強い。社会的にも弱者と見られ、悪いものであり、なりたくない物として扱われていた。しかし、私達がみぬまハウスで出会った方々は今までの人生を反映した好みと性格を持った強い人間性の持ち主達だった。彼らが衰えによって弱者とみなされるのは、とてもおかしなことである。

実際に近年では、高齢者＝弱者の考えが見直され、“老化”の利点である経験の豊かさから高齢者＝賢者として扱う機会が出てきた。考えの変化は、アメリカにおける老年学「サクセスフル・エイジング(successful aging)」、赤瀬川源平が用いた言葉で流行語にもなった“老人力”などが例としてあげられる。

この様に見てくると、加齢という概念の中には、成長期にみた反抗期の如く、成長にとっての「免疫力」となる自己と他者との関係性になじむ社会性がしくみとして必要になり、同様に、老化にも他者となじんでゆく為の「免疫力」が入用なのが良く分かる。

参考文献

老いの様式 その現代的省察

多田富雄・今村仁司一編

誠信書房

テキストブック家族関係学 家族と人間性

山根常男・玉井美智子・石川雅信一編

ミネルヴァ書房

## 高揚感覚コラム

人間の感情機構のしくみ

今回私たちは高齢者の高揚感覚を調べた。だが、感覚とは具体的にどのようなものだろうか？

感覚	1) 目・耳・鼻・皮膚・舌など（感覚器）が身体の内外から受けた刺激を感じ取る働き。また、感じ取った色・音・におい・温度など、知覚を構成する基本的要素。こちらは物理的属性との関係で、まだ意味づけられていないものとして知覚とは区別される。 2) (美醜・善悪など物事について) 感じとること。また、感じとる心の働き。感受性。感じ方。
知覚	感覚器官に与えられた刺激作用を通して、外界の事物・事象を、ひとまとまりの有意味な対象としてつかむはたらき。
感情	1) 喜んだり悲しんだりする、心の動き。気持ち。気分。 2) ある状態や対象に対する主観的な価値づけ。「美しい」「感じが悪い」など対象に関するものと、「快い」「不満だ」など主体自身に関するものがある。
高揚感	気持ちが非常に興奮した感覚のこと、高揚した気持ちのこと。

感覚は、ものに対して感情を抱くために重要な役割ということが分かる。心理的な側面だけでなく身体的な側面として使われることも納得できる。

つまり老若男女問わず、「見る→感じとる（感覚）→ものを判別（知覚）→感情を抱く」という流れの中で「かわいい」などの感情を抱くことができるのだろう。

だが、私たちが年を重ねると以前と違うものの感じ方をする（感情を抱く）のはなぜだろうか。流れで考えるならば、年を重ねることで、知覚・感覚どちらか、あるいは両方になんらかの変化がそこに起きているからと推測される。

知覚は減退しても、リンゴをリンゴと頭で理解する能力は衰えない。となると、やはり感覚が原因であろうか。

感覚の変化は、肉体と記憶の二つが作用している。ここでの肉体とは、加齢に伴う成長（例：目線の変化）と、老化によって生体機能（感覚器）が減退すること（例：視界が悪くなる）を指す。記憶とは、時勢などの流行によるもの。これは例え疎い人でも、周りが流行に乗っていれば必ず目にすることになるので、影響をもたらす。みぬまハウスの方々の好みが今までの暮らしを聞くと納得できるものだったのは、ここから来るのだろう。いわば、「感覚の引き出し」だ。つまり感覚の引き出しによる「現実」への対

応は、高齢者の利点である“賢者”の面がもたらす重要な資産となるものだろう。高揚感覚はこうした加齢者の感覚の引き出しと大いに関係があるのが分かる。

#### 参考文献

老いの様式 その現代的省察	多田富雄・今村仁司一編	誠信書房
感覚・知識心理学ハンドブック	和田陽平・大山正・今井省吾一編	誠信書房

### 高齢者の生き方コラム

老いる事が楽しみになる思想と、社会が高齢者にやる気を持たせる方法

高齢者＝弱者とされるのは、65歳以上は2人に1人が病気を持つほどある意味で当たり前の事だ。一番つらいのは「病苦」を受ける高齢者である

しかし、これを悲観せず、やわらかく受け止めるのが、高齢者＝賢者の“思想”であろう。作家である赤瀬川源平さんが用いた言葉“老人力”で衰退を考え直してみる。“老人力”でいう力とは、若者が思う能“力”ではない。年をとって衰える事を“力がつく事”として表現しているのである。普段の生活で例えるのなら、掃除が分かりやすい。

『思い出があるから今まで捨てるべきだが捨てられなかった物がある。

だがこれは既に使わないダメになった物だ。これを捨てて新しい物を買う事にしよう！』つまりこの“思想”では、老いを「しょうがない」と諦めつつも、新しく生きるエネルギーという次への意欲に繋げる事を述べているのである。

他にも老いを悪く捉えない思想として“翁童論”がある。読んで字の如く、高齢者と子供の共通性を説いたもので、両者の行動によってそれを証明している。老人になると子供に戻る等と聞いた事があるだろう。いわば“逆行思想”というわけだ。これでは高齢者＝賢者の“成長思想”と対立するのではないかと思うだろうが、実は両方がうまく働き合って高齢者は賢者になるのである。“老人力”での諦めには、論理で抑えつけられていた感覚を解き放つという働きが含まれていた。この解き放たれた感覚が、高齢者を子供へと逆行させているように見せているのである。

しかし、国政や学論で高齢者の尊厳を見直す一方で、それを妨げかねない動きは未だ身近に存在している。

化粧品でもよくある「若々しく見せる・あろうとする」事だ。しかし、今放送されているCMは若者に対しては「衰退の恐怖」を訴えているように見える。登場するモデルも高齢者ではない。一方で完全な高齢者向けのCMはスキンケア等の医療品ばかりである。ここに老いることへの二極化した謙老化が進んでいるように見られる。みぬまハ

ウスの方々は化粧をしていたが、私の祖母も含めて高齢者になると化粧をしなくなる人は多い。

そういった人々にやる気を持たせるために、CM等の身近な物から高齢者の尊厳を守る物を作る必要があると感じる。そしてそれは、超高齢社会で高齢者のニーズを得る事にも繋がるだろう。

参考文献

テキストブック家族関係学 家族と人間性	山根常男・玉井美智子・石川雅信一編	ミネルヴァ書房
翁童論	鎌田東二―子供と老人の精神誌	新曜社
老いと死のファークロア	鎌田東二 翁童論II	新曜社

\*\*\*\*\*

テープ起こし・編集担当

桑沢香織

共立女子大学卒業。学生の頃から「カワイイデザイン」の研究を続けている。

コラム担当

牧野佳代子

共立女子大学 建築・デザイン学科 掘ゼミナール3年 チームカワイイ

## 次回予告

次回（vol.6）は、本研究〈エイジングとデザイン〉の最終回となり、まとめ作業を行います。

老いと高揚感覚に関わる幾つかの研究仮説を軸に、計5回のヒヤリング結果を解説してゆくものです。

私たちは、高齢者が少しでも生き易くなる為のデザインの可能性を見い出してゆきたい。その為の基礎的な「デザイン要件」の発見に繋がるまとめ作業になれば良い、と考えます。

