武蔵野美術大学 80周年記念フォーラム

MAU 80 2009

1929年の開校以来、豊かな教養を備えた造形の専門家を育成し、さまざまな分野にクリエーターを送り出してきた武蔵野美術大学。今年80周年を迎えたのを機に、美術大学や美術教育が社会に果たすべき役割について、さまざまなイベントを通じて発信しています。その一環として、有楽町朝日ホールで「世界美術大学学長サミット」（10月31日）と「国際デザインシンポジウム」（11月1日）が開催されました。

世界美術大学学長サミット

World Summit of Art University Presidents

主催／武蔵野美術大学 後援／朝日新聞社

美術大学の時代的、社会的意義と使命
生きる、をつくる。つくる、を生きる。

世界美術大学学長サミット 東京宣言

人間の多様な個性と創造性を根源とする美術教育は、
感性と理性をつなぎ、真の自由と豊かさを追求する運動として存在してきた。
美術大学は、利益と効率のみを追い求める今日的状況を超える
新たな価値を創造する大きな可能性を持っている。
私たちは、その役割と責任を改めて認識し、社会との連携を深め、協力して
世界に貢献する決意を、ここに宣言する。

2009年10月31日

Tokyo Declaration of the World Summit of Art University Presidents

Recognizing that art education, which is rooted in the diverse individuality
and creativity of human beings, links sensibility and reason, and has existed as a movement pursuing
the ideals of true freedom and affluence; And believing that
art universities have enormous potential to create new values transcending the present
state of affairs in which only profit and efficiency are pursued;
We hereby reaffirm the role and mission of art universities and declare our determination
to deepen ties with society and cooperate in contributing to the world.

31 October 2009

甲田洋二 武蔵野美術大学 学長

今回、本学の80周年記念事業として国内外の美術大学による学長サミットを開催し、現代における美術大学の存在と美術教育の意義を検証することとしました。

私たち美術大学が担っている美術教育は、正解が一つではありません。あるいは正解がないかもしれません。しかしながら、ひたすら正解を求めていく創造的な活動であると信じております。学習の基となるのは個々人の感性であり、その感性を磨き発揮させる特性があります。

私たちが直面する諸課題に対して、これまで様々な解決策が試みられてきてはいますが、簡単には答えの出ない問題が山積しています。この状況の中で私たちの専門分野である美術の思考法や価値観、いわゆる「美の力」が、今こそ必要ではないかと考えています。

トニー・ジョーンズ総長（シカゴ美術館附属美術大学）による基調講演と参加大学によるご発言を通じて、美術大学の使命や美術教育の可能性などを明らかにしていきたいと思います。

基調講演「美術・デザイン教育における課題と挑戦」

トニー・ジョーンズ氏 シカゴ美術館附属美術大学 総長

アートアドミニストレーター、ブロードキャスター、作家、美術・デザイン史家。グラスゴー・スクール・オブ・アート、シカゴ美術館附属美術大学、英国王立芸術学院の学長を歴任。専門分野は近現代の芸術及び建築研究。2003年に大英帝国勲章を受章。

現代の美術大学では何を教えるべきなのか

現在、世界中の美術大学が、グローバルな変化に対応し、何をすればいいのかを議論しています。今、美術大学は旧世代にとっては異星人のような、デジタル時代と情報革命の落とし子を学生として迎えています。彼らは膨大なイメージのコラージュにより、スタイリッシュでセンスの良いものをつくりあげる能力にたけています。しかし、そこに社会との関係性や意味はなく、「しょせん物まねにすぎない」との意見もあります。現在の若者の多くは、アートとデザインの歴史的な継続性と、社会における意義について理解が乏しいとの指摘もあります。

そのような学生に対応すべく、新しい教育が必要とされています。「今までのカリキュラムは意味がなく、ゼロからやり直すべき」という意見さえあります。第一に取り組まなくてはならないのは、基礎課程の大々的な刷新です。まずは歴史と理論をしっかり教え、表現力豊かな技術を身につけさせることが大切です。

そのうえで、多彩な分野を学際的に融合させた、新しいプログラムによる教育が必要です。変化し続ける現代社会では、クリエーターの仕事も多様化、複雑化しており、学生も特定の分野を学ぶだけでは生涯通用する基礎を築けなくなっています。現在のクリエーターには、歴史、哲学、人類学、科学、エンジニアリング、社会学、文学、映画などにまたがる幅広い知識が必要だといわれています。一番大事なのは、「学び方を学ぶことだ」という意見もあります。

また、これからのデザイナーには、環境に配慮した製品や人間にやさしいサービスをつくりだすこと、さらにイノベーターや起業家のような視点も求められます。さらに、現代社会では一人でできる仕事には限りがあります。さまざまな価値観やバックボーンを持つ人と協力しながら仕事ができる能力も不可欠です。

これからの美術大学は、このような能力を育むための幅広いカリキュラムを用意し、学生が生涯にわたって生かせる能力を養う必要があります。

大きな影響力をもつアートやデザインの力

今や、アートやデザインは、あらゆる製品やサービスに不可欠な要素です。製品やサービスに付加価値を与え、生活の質を高め、娯楽産業の推進力になっています。現在のアーティストとデザイナーは、生産的イノベーターとして、社会のさまざまな分野で求められる人材になっています。実際、クリエーティブな産業の影響力は絶大です。例えばアメリカでは、アートやデザイン関係に250万もの人が就労しています。その経済的な価値は、数十億ドルにものぼります。かつての「クリエーティブな人間はアウトサイダーや役立たず」という考えは、完全に過去のものとなっているのです。

美術大学出身者が生み出すアートやデザインは、社会のあらゆる分野や人々の生活に影響を与えます。デザイナーのジョナサン・アイブは、iMacやiPodといった製品を生み出すことで、世界にコミュニケーション革命を起こしました。何十億ドルもの経済的効果も生みだしています。かつて美術大学で学んだ一人の青年が、これだけ大きな変化を世界にもたらしたのです。アートやデザインは、少ない投資で、とてつもないインパクトを社会にもたらすことができる分野なのです。

私は芸術や文化は、睡眠や食事、愛や信仰同様、人が生きていくうえで欠かせないものだと思います。それに対し、美術大学の存在意義は、まだまだ社会から過小評価されているのではないでしょうか。美術大学はその使命や存在意義を明確にし、自分たちがやっていることに大きな価値があることを、広く社会に伝えていく必要があるでしょう。

また美術大学は、才能はあるけれど、普通の人とはどこか異なっていたり、他に居場所のない若者たちの安らぎの場であってほしいと思います。ここは、企業や一般の大学ではできないことができて、まだ誰も知らず、名前もつけられていないことにかかわれる場所です。そして美術大学で学ぶことは、「凍てついた孤独なスタジオへのチケット」ではなく、「より豊かな未来へのパスポート」なのです。

サミット

宋 「多元的に相互作用を及ぼし合いながら、和して同ぜず」。お互いに交流しながらもそれぞれの特性を生かしていくことが、我々の教育方針の一つです。中国の経済発展や都市化で生じる問題にも、積極的にかかわっていこうと考えています。都市プランや古い町並みの保護など、杭州市が進めているものや、上海万博関連のプロジェクトも請け負っています。環境保護や省エネを含め、「美の力」によって、国がより良い方向に向かうよう努力することが、我々の使命だと考えます。

崔 現代社会における美術教育の役割は、「美」という価値について教育することで、人間を癒やし、その尊厳を守り、人々が美しく生きられるようにすることです。理性が発達した現代社会では、感性や美術の価値が軽視される傾向にあります。現代社会における美術大学の使命は、急激な社会の変化に対応しつつ、芸術的な精神とその役割を守り、維持することにあると思います。また韓国では、従来の画一的な教育を改め、美術教育を社会に開かれた21世紀型、全人型のものへと転換することを目指しています。

ヒュバネン フィンランドでは、国のイノベーション戦略にアートやデザインの関係者が積極的にかかわっています。その結果、国もクリエーティブ産業やアート、デザインの重要性を認識しはじめています。大学制度の見直しや刷新も行われていますが、我々の提案により、デザインとビジネスと工科大学を合体させ、学際的に学ぶことができるアールト大学という新しい大学が生まれることになりました。ちなみに私どもの大学では、「手でものをつくる」ことへの人気が高まっており、学生の起業家精神も旺盛です。

ブリッジ 美術大学の目的は、クリエーティブで技能レベルの高い学生を世に送りだし、創作や研究、サービスを通してより良い社会を築くことです。ロンドン芸術大学はそれぞれ独自の特色を持つ六つのカレッジからなります。留学生が多く、多様な経歴、価値観、動機をもつ若者が学んでいます。社会人や社会人経験者を受け入れるなど、生涯にわたる教育にも力を入れています。大学のカリキュラムや研究基盤の発展に資する、企業との連携も重視しています。我々は、新たな才能の出現で成長を遂げる創造的分野において、地域やイギリス経済の中心的役割を担っています。

北郷 東京藝術大学の使命は、これまでの「自由と創造の精神」を発展させ、優れた芸術家や研究者、教育者を養成することです。社会における芸術の必要性を発信し、その価値や重要性をわかりやすく、具体的に社会に伝えることも重要な責務と考えています。未来の日本の文化を形成するうえで必要な想像力や感性を育成する、芸術を基盤とした教育の必要性を広く訴えることにも力を入れています。例えば、図工の意義を教育学上から再評価し、社会に感性教育の重要性をアピールする活動などを行っています。

清田 美術体験で育まれる構想力や想像力は、社会生活に不可欠です。美術はコミュニケーションの可能性を広げ、人と場をつなぐ役割も担います。近年の美術大学は、地域との交流にも積極的です。「100人の学生から1人画家が生まれればいい」との声もありますが、「芸術」の概念が拡散し、すべてが芸術になりうる現代の美術教育の課題は、「1人の天才より99人へ何ができるか」だと考えます。そして創造的な美術教育の場に何より必要なのは、既存の価値観や慣習へ疑問を投げかけることができ、個の尊重、多様性が認められることだと思います。

小倉 美術教育は、技巧や表現方法の学びを通して、豊かな心と感性を育てます。そこで培われた感性は、社会で起こるさまざまな問題を解決する力につながります。近年、地域社会や企業からの受託や共同研究の要請が増えてきたのは、美術大学への評価が高まっているからだと考えます。自分や社会を見つめ、考え、形にし、発表する美術制作のプロセスは、一人ひとりの考える力、生きる力を育む人間教育の場です。美術大学は、最も総合的な教育が行える場だと思います。

諏訪 今、大学に「有効性」や「効率性」が求められていますが、大学にとって最も大切なことは、今すぐ役に立つかわからないことをやる自由が守られていることです。美術大学が社会と連携することは大切ですが、それは社会と同じ価値観を共有することではありません。大学の役割は、今は理解されなくても未来に役立つかもしれないことに取り組み、社会に新しい価値をもたらすことです。そのような大学の役割を、社会が認識するよう働きかけることも大切だと思います。

野田 私どもは8学科からなり、各学科の特化を軸に、一方では、各分野を融合した総合科目、共同実習などにも力を注いでいます。そのうえで、地域再生など社会とのかかわりを重視した研究や創作活動も行っています。そして、コミュニケーション能力が高く、バランス感覚のある芸術家、クリエーターの育成を目指しています。美術系大学では、その場にいるだけで芸術的な雰囲気になり、自然と才能が開花していくような環境づくりも重要です。現場で活躍している方々を積極的に教員登用することも大切なことだと考えています。

ジョーンズ アーティストやデザイナーが社会で過小評価されているのは国際的な問題ですが、アメリカではその状況が変わってきています。ある調査では、子供がアートやデザインを勉強したいと言ったら応援する親が8割、そのような専攻がすばらしい未来につながると考える親が8割もいるのです。「私たちはビジネスの常識にとらわれて自由な発想ができない。学生のおかげで自分たちには思いつかない発想が得られた」という企業の方の声をよく聞きます。美術大学は、自由にやりたいことをやれる唯一の実験室です。

甲田 示唆に富んだ貴重なご意見をありがとうございました。まとめてみますと、一つは、美術教育の可能性が持つ重要性の認識です。知識偏重と言われる傾向に陥りがちな現代の教育にあって、人間の感性と理性の両面にわたる美術教育の特性が、大変貴重な、そして、人間形成に欠かせない総合性をもっているという指摘はとりわけ重要なものでした。

あと一つは、美術大学の教育、研究活動の独自性と創造性についてです。私たち、美術大学は造形表現を追求していますが、単に形にしたり、装飾したりという技術だけを教えているわけではありません。単なる自己表現を超えた、表現することの意味を探り続けています。そのような日々の教育、研究を通じて、これまでにない新たな価値観を生み出そうとしているのです。

本日の議論を東京宣言として取りまとめ、世界に向けて発信したいと思います。

宋 建明氏 中国美術学院 副院長

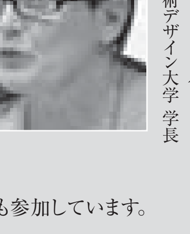
ウィル・ブリッジ氏 ロンドン芸術大学 副総長

小倉文子氏 女子美術大学 芸術学部長

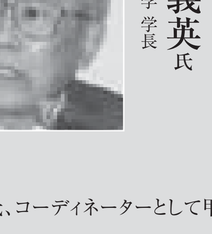
崔 棟勳氏 弘益大学校美術大学 学長

北郷 悟氏 東京藝術大学 副学長

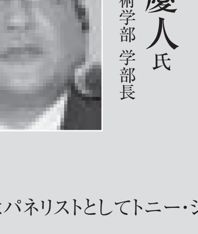
諏訪敦彦氏 東京造形大学 学長



ヘレナ・ヒュバネン氏 ヘルシンキ美術デザイン大学 学長



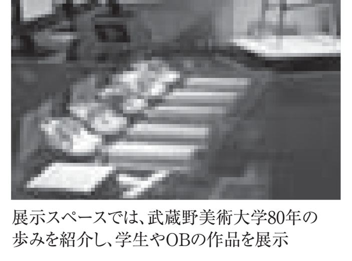
清田義英氏 多摩美術大学 学長



野田慶人氏 日本大学芸術学部 学部長

サミットにはパネリストとしてトニー・ジョーンズ氏、コーディネーターとして甲田洋二も参加しています。

学長サミット後に開催された「80周年記念式典」では、サミット宣言の調印式が行われた



展示スペースでは、武蔵野美術大学80年の歩みを紹介し、学生やOBの作品を展示

国際デザインシンポジウム

International Design Symposium

主催／武蔵野美術大学 後援／経済産業省 朝日新聞社

21世紀高度デザイン教育の展望
—美術大学が拓く新たなるデザイン教育へ—

基調講演「高度デザイン教育の重要度と可能性」

文明動向の視点から

ジョン・サッカラ氏 評論家、Doors of Perception ディレクター

国際デザインネットワーク「Doors of Perception」を設立。イノベーターとデザイナーが協働するプロジェクトを企画・実施。

環境問題は、大量消費やGNPに基づく従来の経済システムがもはや通用しないことを明らかにしています。そして今、持続可能なグリーンエコノミーへの転換が始まっています。

これまでのデザインは、クリエーティブな製品を生み出すことで、大量消費社会に貢献してきました。その結果、環境問題がもたらされたということは、その解決にもデザインがかかわっていけることを意味します。これからの製品やサービスには、環境負荷の少ないものが求められ、デザインにもそのような視点が重要になります。デザインとはそもそも何なのかと、根本から考え直すことも必要になるでしょう。

デザイン教育は、グリーンエコノミーを推進するうえでの大きな力になります。グリーンエコノミーに対応した高度デザイン教育の試みも、世界各地で始まっています。持続可能な社会について学べるイギリスのシューマッハーカレッジやインドの環境教育センターでは、アートやデザインを重視しています。デザインの要素を取り入れた環境型MBAも登場しています。

アートは、環境や社会に対する感性を高め、私たちが自然の一員であることを認識させてくれます。普通の人に見えなかったり、気づかないことを認識させてくれるアーティストの能力は、今後ますます重要になるでしょう。人々が、資源やエネルギーを分け合いながら豊かに暮らしていける社会を築くために、アーティストやデザイナーがやるべきことは無数にあるのです。

国際企業経営の視点から

中村史郎氏 日産自動車株式会社 常務執行役員 チーフクリエイティブオフィサー

2006年から現職。強いブランド力の確立をデザインによるアプローチで成功に導いた、世界的トップデザインマネジャー。

日産では日米欧のスタジオで15国籍のデザイナーが働いています。最近は、新興国系のデザイナーが増加し、フェアレディZやキューブなどはインドやベトナム系のデザイナーの提案です。

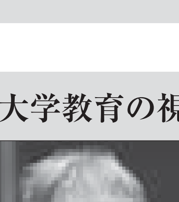
グローバル社会では、多様な価値観をもつ人に商品を提供していくことになり、デザイナーは、文化や価値観の違いを理解し、ユーザーの思いを深く知る必要があります。異文化への理解力や共感力が求められるのです。

企業にとって、ブランド価値の創造は最大の課題です。デザインは、商品に形を与えるだけでなく、ユーザーに情緒的な経験を与えたり、メーカーとユーザーをつなぐ役割を担っています。そういった意味で、デザインは企業にとって重要な資源なのです。日産デザインでは車のデザイン以外に、CIやディーラーの店舗、イベントなど幅広く消費者とのコミュニケーションデザインに携わっています。

環境対応技術、例えばEV（電気自動車）は、いままでの車の概念を超えた新しいモビリティーに進化する可能性があります。その革新においてデザインの役割は重要です。

デザイン活動は、心地良さを重視する「感性品質」、使いやすいユーザーインターフェースを追求する「インタラクションデザイン」などと専門性が高まり、細分化されています。現在のデザイナーには、幅広い分野の見識と同時に、高い専門性が求められています。そのような現実にどう応えていくかが、高度デザイン教育の大きな課題だと思います。

大学教育の視点から



ジェーン・ラプリー氏 ロンドン芸術大学 セントラル・セント・マーティンズ 学長

専門は美術・デザイン高等教育。ファッション&テキスタイル学部長を17年務め、世界的デザイナーを輩出。

グローバル経済のなか、世界各地にクリエーティブな拠点が生まれ、国の経済やビジネスにおけるクリエーティブの重要性が増しているといわれています。イギリスのデザイン産業は過去10年間で大きく発展し、ヨーロッパ最大になっています。年間売り上げは116億ポンドを超え、世界の経済に大きな影響を与えています。

このような状況のなか、美術大学にとってのチャンスや挑戦すべきことはたくさんあります。グローバル社会のデザインのあり方を考え、変化に対応すべく教育を改善する必要もあるでしょう。さらに大切なことが、「コラボレーション」です。現在、ロンドンなどの文化的な拠点には、世界中から学生が集まり、多様な国の発想や様式、習慣が混ざり合っています。美術大学は、何よりこのような多様性に対応する必要があります。

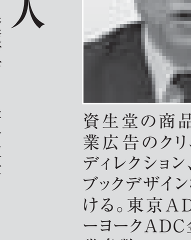
この文脈で言うと、デザインとは「意味を認識し、操作し、コミュニケーションすること」だととらえられるべきです。デザインはとても力強いツールであり、ビジネスリーダーはデザインをビジネスツールとして理解することが不可欠です。新しい大学院レベルのデザイン教育は、このような状況に応えるものでなくてはなりません。幅広い知識と経験を持つ人材の協力のもと、地理、学問、文化、商業の垣根を超えたプログラムをつくり、社会におけるイノベーションを支えるための戦略的な創造性を打ち出し、実行することができる人材を育成する必要があります。

パネル・ディスカッション

ジョン・サッカラ氏 評論家、Doors of Perception ディレクター

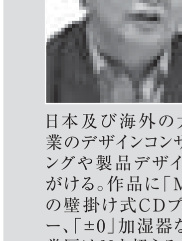
中村史郎氏 日産自動車株式会社 常務執行役員 チーフクリエイティブオフィサー

ジェーン・ラプリー氏 ロンドン芸術大学 セントラル・セント・マーティンズ 学長



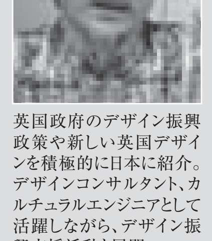
山形季央氏 株式会社資生堂 宣伝制作部 コーポレートデザイン戦略室長

資生堂の商品広告や企業広告のクリエーティブディレクション、写真集のブックデザインなどを手がける。東京ADC賞、ニューヨークADC金賞など受賞多数。



深澤直人 武蔵野美術大学 基礎デザイン学科教授

日本及び海外の大手企業のデザインコンサルティングや製品デザインを手がける。作品に「MUJI」の壁掛け式CDプレーヤー、「±0」加湿器など。受賞歴は60を超える。



コーディネーター 長澤忠徳 武蔵野美術大学 学長補佐、デザイン情報学科教授

英国政府のデザイン振興政策や新しい英国デザインを積極的に日本に紹介。デザインコンサルタント、カルチュラルエンジニアとして活躍しながら、デザイン振興支援活動も展開。

山形 資生堂では商品、広告、店舗などのデザインの大半を社内で行っています。その結果、資生堂としての文化遺伝子が引き継がれ、企業イメージが守られています。最近のデザイナーには、クリエーティブプロデューサーとして、ビジネスのなかでデザインを戦略的に位置づけていくことが求められています。造形へのこだわり以上に、ビジネス感覚や社会的視点が重視されます。企業イメージに対する高い見識を持ち、スタッフを率いながら、それを的確にディレクションすることが求められています。

現在のような不況期には、新しい市場をつくり出す能力も必要です。これまでにない夢や楽しさ、生活を提示できる力が要求されるのです。生活を豊かにするためには何をすればいいのか、いかにしてそれを実現するのか、といった視点でデザインに取り組むことが大切です。これまでデザイナーは、先輩の技を学んで上達するものでした。しかし膨大な情報があふれている現代では、情報の中から価値を見つけ提示できる力を身につけることが求められていると思います。

深澤 デザイナーは、複雑な問題をビジュアライズして具体的な解決策を提示できます。「これからこういう社会になるから、こんな製品やサービスで生活をより良くしていこう」と、ビジュアルで社会や企業に提案できるのです。アップルコンピュータやユニクロは、まさにそのような力で成功しました。しかしまだ多くのビジネスリーダーは、その価値に気づいていないのが現状です。

社会における企業の役割が大きく変わっている今、デザイナーとして企業を成功に導くには、社会的、哲学的、生態的なところまで踏みこんで考える必要があります。今後のデザイン教育も、そういったところまでカバーしたものになる必要があるでしょう。デザインの力は、間違った方向に使われてしまうこともありえます。地球環境のことを考えると、ときにはデザイナーは自分の手を止めることも考えなくてはならないかもしれません。そのようなデザインの力をわきまえたうえで、クリエーターがどう社会に貢献すべきかを、大学が教えていく必要もあるでしょう。学生が美術大学でどのような勉強をすれば、どのようなかたちで社会に貢献できるのか、ある程度明確なゴールを示すことも大切です。

サッカラ これまでデザイナーは多くのものを世に送り出し、売り上げの向上や会社の成長に貢献することで評価されてきました。しかし今や、そういった成功こそが地球の破壊につながるという深刻な矛盾に直面しています。これからは、価値観を転換しなくてはなりません。そのためには、自然や地球について科学的な情報に基づいて考えたり、社会やビジネスで起きていることを批判的に考えるための教育も必要です。一般的にデザイナーは、社会に内向きな傾向があります。極論すれば、「すべてのデザイン学校を閉鎖して外に飛び出せ」と言いたいほど、自分とは異なる価値観の人間と出会い、対話をすることが大事だと思います。

ラプリー アーティストは現状に疑問を投げかけ、他の人には見えないかもしれないものを明らかにします。これらのスキルを活用して、個人や地域社会の生活を改善することもできます。教育者はまず、最近の学生が社会問題に大変な関心を寄せているという好ましい動向を認識する必要があります。そして我々教育者は、次代の人材を輩出するのに必要な知見を高めるため、こうした若者の力や情熱を生かすべきだと思います。

中村 現在の美術大学のデザイン教育は、目標が漠然としているように思います。もう少し明確な目標をもった人を対象に、焦点の定まった勉強をする場があってもいいでしょう。社会に出て1、2年してから、自分の適性や本当にやりたいことが見えてくることもあるので、そのような人に教育を提供する場も必要です。我々も、実社会で培った経験を、美術教育の現場に積極的に提供したいと考えています。

長澤 今、従来の造形教育、デザイン教育を超えた、新しい教育が必要になっています。変化する時代の新たな問題意識のうえに立って、より高度なデザインの専門性を目指す「高度デザイン教育」について議論してきましたが、美術大学には、これまでの「造形の専門家」から、「イノベーションの専門家」を育てていこうという意識が求められていると思います。地球規模での価値観の転換期にあって、美術大学は造形教育の良さを尊重しながらも、そのクリエーティビティーを社会に生かすべく、自らを大きく変革しなくてはなりません。そして夢多き若者にチャンスを与え、彼らが困難や新しい目覚めに遭遇したときにしっかりサポートできる、世界に通用する大学院レベルの「高度デザイン教育」のプログラムを準備する必要があるということだと思います。