

MIRAI DESIGN LAB.

DENTSU + HAKUHODO

株式会社 電通
株式会社 博報堂

2012年1月24日

電通と博報堂の産学連携ラボ 第一期活動の集大成

「MIRAI DESIGN LAB.」第一期 最終発表 ～大学生・大学院生による、“2030年の社会”に向けた4つの提案～

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井直）と株式会社博報堂（本社：東京都港区、社長：戸田裕一）は、2010年9月に両社で共同設立した産学連携ラボ『MIRAI DESIGN LAB.』の第一期の集大成として、“2030年の社会”に向けた4つの構想を提案します。第一期は、2011年3月に「MIRAI DESIGN AWARD 2030」を受賞した大学生・大学院生4チームと共に、“2030年の社会”に向けた構想を約9ヶ月間かけて練り上げてきました。

「MIRAI DESIGN LAB.」は、電通と博報堂がコミュニケーション・カンパニーの責務として、「そのアイデアが、未来を創る。日本を変える。」をフィロソフィーとして設立。その活動の第一期として、昨年、全国の大学生・大学院生から“2030年の社会”を想定したアイデアを募る「MIRAI DESIGN AWARD 2030」を開催し、ワークショップ等を通じて構想を練り上げてきました。

今回提案するのは以下の4テーマです。 ※詳細は参考資料2に記載

【経済】「信任貨幣 (Confidence Currency)」(東京大学大学院 学際情報学府)

【環境】「未来に灯りを灯す」(九州大学 統合新領域学府)

【国際】「ノマドパスポート -NOMAPO-」(慶應義塾大学 総合政策学部)

【医療】「広告医学が拓く、新たな医療のカたち」(横浜市立大学 医学部医学科)

今回提案した内容は、今春に書籍等で発信することを予定しています。

《本件に関するお問い合わせ》

電通 コーポレート・コミュニケーション局 広報部
博報堂 広報室

市川・林田
小澤・藤井

TEL 03-6216-8041

TEL 03-6441-6161

<参考資料1>

「MIRAI DESIGN LAB.」概要 ※2010年9月24日 配布資料

『MIRAI DESIGN LAB.』基本趣意

そのアイデアが、未来を創る。日本を変える。

情報があふれる社会から、つなぐコミュニケーション社会へ。

コミュニケーションの力と可能性で未来を創る、アイデア開発ラボが発足。
思いを集うのは、未来の力と直接向き合う大学、
そしてコミュニケーションのプロである電通と博報堂。

コミュニケーションとは、個人と個人、人と社会、人と可能性、
人と未来をつなぐ形のこと。

あるときは言葉、空間、環境、経済、文化、技術、システム、そして心。
集うのは、未来を視る人、構想する人、価値を創る人、
それを伝えようとする人と志です。

今の私たちの想像や期待をはるかに越える、力強い未来をめざして。
まずは20年後の未来を、拓いていきます。

主催： 株式会社電通、株式会社博報堂

協力： 九州大学大学院 芸術工学研究院

所在地： 東京ミッドタウン・デザインハブ 九州大学・芸術工学東京サイト内
東京都港区赤坂9-7-1 ミッドタウン・タワー5F

URL： www.miraidesign-lab.com

問合せ： 03-3545-8408 (MIRAI DESIGN LAB. 事務局)

発起人： 池永 忠裕 (株式会社電通 プロモーション事業局 プロモーション・デザイン室長)
永井 一史 (株式会社 HAKUHODO DESIGN 代表取締役社長)

協力： 清須美 匡洋 (国立大学法人九州大学大学院 芸術工学研究院 教授)

MIRAI DESIGN LAB.

DENTSU + HAKUHODO

<参考資料2>

4 チームのアイデア概要

発表テーマ

■ 信任貨幣(Confidence Currency)

東京大学大学院 学際情報学府

概要 既存のお金の問題点を解決し、人と人との間をより良いかたちで結んでいくような貨幣のあり方をデザインする。アイデアは、「人の信任」を新たな価値要素とした仕組みを作ること。

そんな「信任貨幣」システムを適応する社会実験の場として、地方政治の選挙システムに着目。「自治体予算に信任貨幣を組み込む」など、具体的な仕組み作りについて議論。さらにその理論がどう機能し、人の行動にどう影響するかを確かめるため、実際に「信任貨幣ゲーム」を開発して実験した。コミュニティの中で長期的に信任が構築されていく仕組みについて数々の発見があった。今後はこの仕組みを使い、実際に地方自治体への提案や、教育現場への応用などを目指す。

■ 未来に灯りを灯す

九州大学 統合新領域学府 ユーザ感性学専攻

概要 行きすぎた光の拡大に疑問を感じた人々が、その「有限性」や「情緒性」、「暮らしを豊かにするパワー」といったあかりの価値に改めて気づき、単なる照明としての“光”から、自分の個性に合った“灯り”として、向きあう時代こそが2030年である——。チームのこの考え方がアワードを受賞した直後の3月、東日本大震災が日本を襲い、奇しくも「人とあかり」の関係性について、世間的にも大きな見直しが求められることに。

チームでは、「あかり」の持つ多面性/多様性を学び、アイデアを深めていくため、「あかり」にまつわる様々な分野の有識者を訪問。九州大学の安河内朗教授(生理人類学)、建築・照明設計の松下進氏、ライティングデザイナーの内原智史氏、照明デザイナーの松下美紀氏らにご協力を賜り、お話をうかがいながら、「人とあかり」に関する知見を深めた。

今回の最終発表会では、2030年に向けたコアアイデアとして、あかりの物性や情緒性を表す新しい基準「moon」を提案。「月」をモチーフにした背景は、間接的にあかりを楽しむ日本人の文化や美意識を高めてきた存在であること、また、満ち欠けを繰り返す月は、人体に大きく影響する自然のリズムを有していることが挙げられる。

※「1 moon」の定義…

満月のときの月あかり=0.2ルクス程度で、且つ生活の中で、情緒や感性をインスパイアしてくれるあかりを定義。

「moon」による気付きや啓発を通じて、人々があかりに対する美意識を育み、さらには情緒や感性を豊かするあかりを暮らしの中に再発見するような2030年を目指し、真の「あかり先進国・日本」（あかりにまつわる文明も文化も成熟した国）を実現する。

■ノマドパスポート -NOMAPO-

慶應義塾大学 総合政策学部 総合政策学科

概要 今後、世界の国境は殆ど意識されなくなり、国を超えたプロジェクトが今よりも一層盛んになると予想される。そして2030年の未来では、“NOMAD”と呼ばれるライフスタイルを展開する人々が増え、国を超えて情報を自在に操り新しい価値を創出している“超（ハイパー）ノマド”というエリート層が新しい未来を切り開いていくと仮定した。

この新しいライフスタイルや考え方を広めることを目的として、11月よりU STREAM上で「NOMAD TV」という番組を設立。若者から大人まで幅広いゲストを迎え、“NOMAD”生活における課題である<情報><移動><創造性><情熱・夢>について議論を重ねることで、“超（ハイパー）NOMAD”であるための要素が見えてきた。

①「変化を楽しむ」：環境に依存しないイノベーターである

②「物欲<経験欲」：モノを所有せず、身軽な生き方

③「心身健康」：人並み以上の体力と強い精神力

④「自由」：自分のしたいことを明確に認識し、挑戦し、実現し続ける自由をもつ
今後も番組を継続することで、来たるべき未来象、その社会で活躍する人物像、そして夢を実現していくための重要要素を今後も模索し続けることで、この混沌とした時代を生き抜いていける人材を少しでも日本に増やしていくことを目指す。

■ 広告医学が拓く、新たな医療のカタチ

横浜市立大学 医学部医学科

概要 2030年、医療の知識と広告の考え方を融合させて、情報が健康を生む時代へ。

生活習慣病を代表とする「予防可能疾病」が死因や医療費の多くを占めるようになり、人々はセルフマネジメントで健康になれる時代。人の健康につながる専門的な医療の知恵と、人の行動・習慣に影響を与える「広告」の手法を活用することで人々の健康増進を目指す新規学術領域「広告医学」を立ち上げる。

第一歩として、「高血圧」に焦点を当てたアクションを開始する。具体的には、高血圧を予防するのに効果的な「減塩」を呼びかける活動を展開する。まず企業の社食や大学病院構内において、魅力的なメッセージを実験的に発信し、減塩意識や行動の変化を検証する。

さらに、実験から得られた知見を基に、日本に4000万人存在する高血圧患者の大幅な減少につながる効果的な情報発信法を迫及。同時に、健康と情報に関する知見を学問として広く研究する「広告医学」を普及させ、情報で健康を生める社会の実現を目指す。

以 上