

たじみん昼話 32

形状+感性+機能、デザインの力！

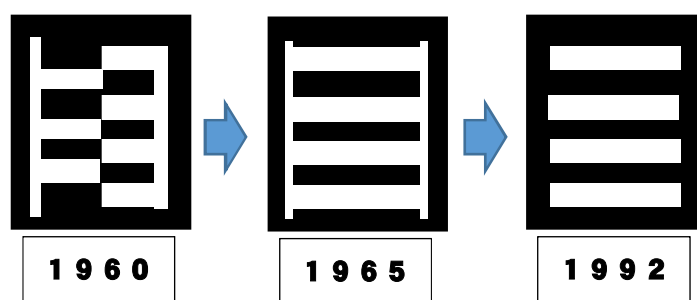
企業は、製品の高機能化とともにデザインによって視覚や触感の領域に踏み込むことで、製品価値の向上と、企業ブランド全体のイメージの向上を図っている。

例えば、自動車のハンドルの厚みや形状は、従来握りやすさを目的として設計されてきた。しかし現在は、車格を上げることが目的とした重厚感を感じさせるデザインになっている。ドアハンドルにおいては、「よりおしゃれ」「よりかっこよく見える」という、デザイン本来の目的を果たしながら、扱いやすさや質感の確保、さらに空力操安性の向上や風切り音の低減など、機能的な目的をしっかりと達成している。

車と言えば、私たちが日頃お世話になっている信号機も大きく変化している。信号機は、1994年にLED化がスタートしたが、現在はレンズ直径25cm(-5cm)、厚さ9cm(-54cm)、横幅105cm(-20cm)、重さ9.9kg(-15kg)と、薄く小さく軽量化されながら、デザインはよりかっこよくなっている。登下校時に注目して欲しい。

登下校時と言えば、道路で見かけるガードレールも、デザインによって様々な機能を持つ。白長のデザインは周辺になじむことと視認性や視線誘導の心理的作用がある。また凸凹形状デザインは、自動車事故に対する剛性を高めながら乗員頭部の衝突回避と衝撃力の低減という物理的機能を持っている。

さらに道路には第3世代の横断歩道がある。この歩道は、道路を美しく見せるデザインでありながら、補修や設置の時間短縮と、スリップ防止機能も持っている。意外と高機能なのだ。確認して欲しい。



私たちの周辺は、高機能を持った多くのデザインに溢れている。多治高生には、そのデザインの意味と機能を探究することを通して、自らの創造性を高めることに挑戦して、真の考える力を磨いて欲しい。