

# 21世紀におけるインテリア様式をめぐるバイアス分析と プロトタイピングに向けて —デザイン人類学的カルチュラル・デザイン思考の視点から—

佐藤 研 一\*

## 1. 問題の所在

プロトタイピングという手法は、デザイン思考の中核をなすもののひとつであり、イノベーションを創発させる力の源泉のひとつとして知られる。そして、デザイン思考と人類学的研究の統合とされるデザイン人類学においても、プロトタイピングという手法は、当然のことながら、その中核をなすもののひとつということができるし、いうまでもなく、デザイン人類学がイノベーションを創発させる力を継承しうる源泉そのものでもある。

通常、プロトタイピングは、エスノグラフィー調査などを基にプロトタイプ（試作品）を作製し、フィールドへ持ち帰るなどして実際に試行と修正を繰り返し、完成前に最高度の「ユーザー体験」が実現するまで完成度を高める類の作業を指す。したがって、商品開発のプロセスで考えれば、発売以前に、すでに成功裡に売れることが約束されるということを意味する。

人類学的研究をデザイン思考ともに統合するデザイン人類学の立場からは、こうしたデザイン思考由来のアプローチやモデルを、商品開発的なプロセスに限定することなく、さらには、近年盛んに用いられるようになってきた、サービスやシステムや制度やキャリアデザインなどの目に見えないものの領域、医療や教育や環境問題といったより社会的で公共的な領域での拡張・拡大されたデザイン思考の活用域をさらに離れて、より広い社会科学的な検討の領域で、もちろんこれまでの社会科学的な知見の活用を前提としてのことではあるが、援用を試みることは、当然のことながら十分に可能であるし、また、大きな意味をもつ。

プロトタイピングは、エスノグラフィー調査などを受けて、プロトタイプを製作するのだが、これは、自然科学における実験や社会科学的な思考実験やコンピュータ・シミュレーションなどと重なる部分も大きい。それ自体に特色があるとすれば、より「実戦」に近い状況下で、より具体的、実体的に試行し、データの収集や将来の予想の次元からさらに一步踏み出して、正に「試作品（プロトタイプ）」を試み、あるべき「かたち（デザイン）」を創発させていく「実践」そのものといったものだという点であろう。デザインとは思想や思考に実体としてのかたちを与えることだという

---

\* 国士舘大学 21世紀アジア学部教授

指摘がなされることがあるが、プロトタイピングは、元来、エンジニア、デザイナー、商品プランナーなどといった人々の思想、思考、アイデアの類をかたちにするような試みとは大きく異なり、実際の「ユーザー体験」上の驚きや感動や称賛が生まれる、ユーザーの思想、思考、アイデアの類の実現を目指した試みである。ユーザーとの共創・創発のプロセスといってもよい。

さて、デザイン人類学が、デザイン思考を統合すると、デザイン思考に新たな特長が備わることになる。そうした特長を備えたデザイン思考を「人類学的デザイン思考」と呼ぶとすれば、そこには、次のような特長をあげることができる。

これまでのデザイン思考が、広義のビジネスの文脈を基礎としてきたとすれば、「人類学的デザイン思考」では、ルーシー・サッチマンが、人類学でのデザイン導入の気運に対して示した懸念に真摯に向き合うならば、ビジネスの場も包摂するかたちで、社会科学、人間科学の全領域における様々な文脈を基礎とし、人類学的な「文化分析（文脈分析）」や、ここで試みるような「バイアス分析」などの手法にも重きを置くものということができよう。こうした特長こそ、結局のところ、デザイン思考を社会科学や人間科学の場に持ち込む試みの核心そのものになろう。

デザイン思考の社会科学的な次元での援用という試みには、これまでの実証主義的なアプローチや、解釈学的なアプローチにおけるモデル化や思考実験や理解の次元に止まらない新たな展開を社会科学にもたらす可能性も十分にある。

また、プロトタイピングは、行動経済学的な知見の成果のひとつである「ナッジ（リバタリアン・パターンリズム）」の問題系とも関連する。リチャード・セーラーらは、社会的現実がナッジによって動くものであり、したがって、ある目的をもって意図的にナッジを行うことによって、社会的現実を意図した方向に導けることを示し、その実践への道を拓いた。例えば、ダイエットの成功が望まれる際に、成功につながる選択肢を当該の人々が自然に選ぶようにナッジすることがいかに重要であるかをセーラーは強調している。そして、こうした望ましい方向性自体を導くために、社会科学の視点に留意するデザイン人類学的なグローバル・エスノグラフィー調査に基づくということになる。プロトタイピングを通して、あるべき方向性の人々をナッジ可能なあるべきデザインが完成されていくのである。また、行動経済学的知見への考慮は、「バイアス分析」を筆頭に構造的バイアスへの気づきをもたらす様々な次元での恩恵の享受に向けて、当然のことながら、道を拓くことにつながっていく。

これらに加え、本論文が目指すような社会科学の視点への留意の中核には、これまでに筆者が別の論文を通して繰り返し論じてきたように、アンソニー・ギデンズの示唆にしたがって、社会学、そして社会科学のメインテーマとは、社会変動であり、近代社会科学が、近代社会への変動への関心から誕生したように、現在の社会科学もまた、グローバル化などをともなう近代社会からの社会変動に向き合うべき状況下にあるという問題がある。

こうした認識の上に立つならば、デザイン思考がイノベーションの創発を約束するものだったとすると、デザイン人類学は、こうした近代社会からの社会変動のプロセスの中で、新たな「生活のかたち」の創発にかかわるものを目指すものだということができよう。L. ウィトゲンシュタイン

由来の「生活のかたち」という概念が、クリフォード・ギアツや A. アパデュライなどの代表的な文化人類学によって、「文化」とほぼ置き換え可能なものとして扱われてきた経緯をふまえれば、「生活のかたち」の創発にかかわることを「カルチュラル・デザイン」ないしは「カルチュラル・デザイン研究」と呼称することは可能であり、具体的には、21世紀型の「生活のかたち」の新たなデザインという課題を視野にいれるということである。

そして、こうした新しい「生活のかたち」の創発、デザインにかかわる際に、プロトタイピングの手法の援用が有効であることは容易に想定可能だとしても、その対象に具体的に何を置くかは、一考を要することになる。そこで本研究で注目するのが、ここで取り上げる「21世紀型インテリア様式」とそのプロトタイピングの試みということにある。

その注目の理由とは、家具や壁紙などに代表される「もの」によって構成されるインテリア（室内・室内装飾）とそのスタイル（様式）は、いうまでもなく、プロトタイピングに最適な「もの」のひとつであり、同時に、そこには、人などを中心に社会科学の歴史のなかでそれなりの系譜をたどることが可能な「空間と場所」に関する研究の蓄積や、エイドリアン・フォーティエらの研究に端を発するデザインの社会史の潮流が明示してきたように、社会的な側面が実質的、かつ具体的に、しかも、当然のことながら可視化されたかたちで、濃厚に見出せるのであって、セサ・ローに代表される「空間と場所のエスノグラフィー」研究が明示してきた「空間化」される「文化」の一例そのものでもあるともいえるからである。

## 2. インテリア様式と社会科学

インテリア様式は、インテリアデザインの世界では「時代様式 (period styles)」とも呼ばれ、「時代性」を示すものとしてもとらえられてきたものである。ルイ 15 世様式、ルイ 16 世様式、ナポレオン様式、ナポレオン 3 世様式、リージェンシー様式、ジョージアン様式、クイーン・アン様式など、かつての為政者などの名が明確に使われ、こうした例はインテリア様式名のほかにはあまり例がないことから、インテリアがもつ「権力」などの社会的な次元との密接な関係性が苦もなく窺える。そして、こうした「時代様式」は、今日でも健在であり、世界最大規模といわれるインテリア関連の見本市であるミラノ・サローネの会場などを覗けば一目瞭然であるように、エジプト製やトルコ産のものも含めて、実際にこうした様式の家具類の生産、流通もまた、グローバルなスケールで文字どおり活発であり、アパデュライらが関心を示した「もののソーシャル・ライフ」の視点からの考察対象ではあるとしても、文字通り「再生産」が繰り返され、「階級」的な違いの構築に関わる重要な構成要素であるという意味でも文字通り「現役」であり続けている。

つまりは、こうした諸様式が当初担っていた社会的な意味合と今日のそれとの間に、厳密にはそれなりの違いはあるにせよ、こうした様式家具の多くが、パリのエリーゼ宮や東京の迎賓館のような場所から最新のラグジュアリー・ホテルなどの室内装飾にいたるまで、格式や贅沢さを示すものとして、昔日同様、今日でも使用されている。さらに、こうした歴史的なインテリア様式に続いて、ウィリアム・モリス由来のアーツ・アンド・クラフツ運動やそれに続く、アール・ヌーヴォー様式、

アール・デコ様式、北欧様式、ミッド・センチュリー様式などを含むバウ・ハウス運動由来のモダン・デザイン様式の数々など、そうした様式もまた、当然のことながら「現役」であり、こうした様式家具類もまた、その一見に反して、場合によっては、歴史的な様式家具類以上に、格式や贅沢さを示すものとして使われる。

そもそも、インテリアとは、きわめて私的なものであり、個人的なものであると同時に、公的なものであり、社会的なものである。人生や社会活動の脇役であるかのように思いがちだが、それらの主たる舞台装置であり、成功達成の象徴そのものであり、しあわせのかたちそのものともなる。映画ハリー・ポッターの様々なシーンで、わたしたちが魔法界のリアリティーを確信する際にインテリアはきわめて大きな役割を果たしていることはいままでもないし、バッキンガム宮殿のインテリアがあのようなものでなければ、英国王室の役割も効力を相当程度削がれることになるはずである。

そうした意味で、インテリアは、人類史の歩みとともに、社会的、文化に重要な意義や機能を担ってきたし、そのことは常に意識され、それなりの意図や資源が傾注される対象であり続けた。それと同時に、インテリアやインテリア・デザインが自立した領域と認知され、その専門性が確立するのは、やはり、「近代」以降の特徴といつてよからう。

学術的な認識の場に目を移せば、そもそも、空間と場所への社会科学的関心の確立も基本的には最近のことといつてよく、さらに具体的なインテリアやインテリアデザインそのものへの関心自体にたつては、専門性の高さや非言語領域ということもあって、ブライトン大学を中心にイギリスで盛んになった社会史としてのデザイン史での取組をのぞけば、美術史家による試みや文化社会学的な示唆やカルチュラルスタディーズでの議論、文化人類学での扱いなども含め、やはり相対的ではあるにせよさらに希薄なものであったといえるのではなからうか。

それでも、あえて、人類学の視点から、関連知見の整理を試みれば、「空間と場所のエスノグラフィ」の系譜と関係するが、「物質文化」の議論は人類学の起源にまで遡るし、近年の「もの人類学」の復権の思潮は、当然ながら無縁ではありえない。デザイン人類学への期待も含めて、21世紀に入ってからも益々「もの」への関心が重要視され、ブルーノ・ラトゥールの業績などに支えられて「意味のシステム」ではなく「ANT」などへの関心の移行をとまなうものとして強く認識されるようになってきたように映る。

さて、改めてインテリアの問題に議論を戻すと、インテリアの問題系が「近代」に入って新たなかたちを示しはじめたという構図が自然に視野を占めることになる。ここでは、こうした構図を前提として論じることにはしたい。

こうした構図は、エイドリアン・フォーティーの画期的とされる研究の中核でもある。フォーティーは、『欲望の造形』の中で、近代陶磁器産業の礎ともいえる英・ウェッジウッド社の興隆の軌跡をたどりながら、科学革命や産業革命などとして描かれるような新しい動きに応じて、それまでの職人主体の工芸のものづくりの在り方とは全く異なる、ギリシャ・ローマの遺物に触発された新たなスタイルのデザイン、化学的な専門知識に基づく実験、機械類の使用も含めマニュアル化さ

れ効率化が意識され均質で良質の量産を可能にした生産システムの構築、マーケティングへの関心をともなったものづくりの様と、それを欲した新たなライフスタイルの成立を描き出している。フォーティーの関心は、ペプスナーに代表される時代を変えた偉大な英雄的デザイナー列伝としてのデザイン史からの脱却であり、社会史としてのデザイン史への転換にあり、ウェッジウッド社の事例の分析は、この問題関心の妥当性と重要性とを裏書きしている。

デザインの変化や成功は、英雄的デザイナーの天才によって説明されるようなものではなく、時代の変化（社会変動）にアフォードされ、淘汰され、寄与するような、社会的な次元での論理によって説明が可能になる側面をももつものだという指摘をここに見てとることができよう。

フォーティーは、ウェッジウッド社の事例分析によってこうした、デザインの社会性を明示した上で、インテリアの分析に筆を進める。そこで明らかにされることは、「近代」における「職住分離」という構図であり、具体的なオフィスでのインテリア様式の成立過程のトレースによって肉づけされる。

オフィス様式の成立過程で、当初テーラー式の科学的な効率改善運動などの影響が顕著で、工場のようないわば殺風景なデザインが基調となるが、その一方で、幹部職員のオフィスには、相対的に豪華さや優雅さをともなう「住」的でパーソナルなテストが残され、そこが、「クラス」の違いの体現ともなっていく。

第二次大戦後の社会の変化は、こうしたオフィス・インテリアのスタイルを基調としながら、明確なオフィス風景の変貌をうながす。民主化によるクラス意識の希薄化や労働者やオフィスワーカーの所得水準の上昇をともなう「中流化」の進行によって、徐々に、一般のオフィスでも、「住」的でパーソナルなテストが意識されたデザインが登場する。厳密には「クラス」の違いは堅持されてはいるものの、その違いは、例えば同じ素材同じ同じデザインのデスクの大きさの違いとか、プライベートな空間が全ての社員に確保される中での占有面積やパーティションによるそれか壁面によるそれかといった、「同質」の上での量的、相対的な違いというテストでの表現、実体化に帰着する。

そして、こうした「同質」性が前面に出された、一見快適で「進歩」的に映る、そしてモダンデザインスタイルであることがほとんどだと思われるが、第二次大戦後の新たなオフィス・スタイルのインテリアの中に、「クラス」以外にも、「ジェンダー」の問題なども当然のことながら構造化されてきた。フォーティーは、イギリスの家具メーカー、ヒル社のモダン様式のオフィス家具のポスターを取り上げ、この点を浮き彫りにしている。ヒル社は、米・ハーマンミラー社とのライセンス契約でも知られたモダンデザイン・ファニチャーのメーカーである。

このポスターには、良質の木材と金属素材を組み合わせたスタイリッシュで上品なモダンデザインの、大きさや引き出しの数などが異なるだけのデスク3点が、上中下に配列され、最下段の最小サイズのデスクには、「かわいい秘書」と吹き出しのついたモデル風の若い女性がタイプライターに向かって、満面の笑顔で座り、そのデスクを囲んで、「若いエリート社員」と「シニア・エグゼクティブ」と注記された、長身で仕立ての良さそうなスーツを着込んだ若いモデルのような男性と

風格あるシニアの男性とが、彼女に寄り添い、中斷、上段のデスクは空席という構成になっている。

フォーティーの議論からは少し飛躍させることになるが、ハーマンミラー社の家具類に代表される「インターナショナル・スタイル」に属する「エグゼクティブ・スタイル」は、オフィスビル内のインテリアを振り出しに、リムジンの車内インテリア、空港のラウンジ、旅客機のファーストクラスのキャビン、ホテルのエグゼクティブ・フロアーなどのインテリアに至るかたちで、国境とは無関係な展開をとることになる。

これは、19世紀を中心に、エドワーディアン様式やビクトリア様式やナポレオン3世様式などの豪華なスタイルが、ロンドンやパリからから、ニューヨーク、サンフランシスコ、東京、上海、シンガポールやカイロといった具合に展開し、当然ながら馬車の内装や豪華客船、豪華列車の内装、オフィスや高級ホテルのインテリアに至るまで、国境とは無関係な拡がり示していたことスパイラルな関係にあると見てよいだろう。

ウォーラスティンの理論そのものの可否は別にして、そこで組上にあげられた「世界システム」を想起させる社会的な脈絡を、「空間化」「視覚化」させた事象として、こうしたインテリア様式の「世界」的な流通・展開の軌跡をとらえることは可能である。ここでは、十分な取り組みは不可能であるが、こうした具体的インテリア様式の分析の側から「世界システム」の議論への貢献も十分可能なのではないと思われる。

さて、こうした点を踏まえると、フォーティーの描こうとした、オフィス・スタイルのインテリアの問題系は、ローカルな条件下での検討が不可欠であると同時に、その「世界」的な展開、共通化のトレンドについて、やはり「もののソーシャル・ライフ」の視点からの慎重な洗い直しを怠るわけにはいかないにしても、真剣に検討すべき余地があることになろう。

その一方で、インテリアの「内包」的な特性について改めて補足的に論じると、インテリアは、最も密度高く「時空」の意味づけを示すことが可能な対象のひとつであり、したがって「現実」の構成を色濃く反映しうるものだけということになる。

ここで、「空間」ではなく「時空」と述べる理由は、インテリアは、建物本体と比べ、相対的にはあるが、刹那性が高いからにほかならない。

こうした点が意味することは、インテリアは活きたものであり、それだけに、社会的な事象や文化的なものの表れをきわめて濃厚に観察しうる対象であるものであり、他方、それだけに、その鮮度が落ちる速度も大変速く、もしその観察対象としての価値を最大限に高めるためには、その使用時に記録を残せるように構えるなどの研究調査方法の確立が求められることになり、実はそのハードルはかなり高いものであることはいまでもなからう。

しかしながら、本研究での構想が示すように、プロトタイピングの対象として取り扱う場合には、当然のことながら、そうした困難さとは無縁の状況となる。

ここで問題になるのは、社会科学のあるべき姿勢についての立場に関するものである。社会科学は、社会現象を客観的に調査研究すべきであって、対象である社会現象自体に介入や干渉をしてはならないのではないのかという主張に関わる問題である。基礎研究と応用研究との違いを設ければ、

基礎研究では、研究調査対象への介入や干渉は許されないが、後者では、そのことは当たらないということになるはずであるが、少なくとも、これまで社会科学の実情を思い起こせば、話はそう簡単で単純なものではないことが明らかになる。

話を、「現在」のエスノグラフィックな研究調査に限定すれば、明らかなように、応用研究は当然のことであろうが、そのことと同様に、何のための、誰のための基礎研究であるのかという点もまた、しっかりと明確になされる必要があり、そこで重要になるのが、研究調査対象の側の人々との「共創」や「共生」のためであるという位置づけが求められるという点であろう。研究調査対象が不変で、調査側とは完全に切り離されたものであれば、こうした位置づけが重要とはなりえないが、実際には、研究調査は常に変化して止まず、不変に見える状況下にあったとしても、それは物理学でいう「準静的動態」以上のものではありえない。しかも、その変化は、調査研究対象側の人々によるものを含め人為的なものが大きな割合を占め、今日のようにグローバル化が進行する状況下では、調査研究側の営み自体が、基礎研究の在り方を大きく作用することは当然であるばかりでなく、こうした基礎研究自体が調査研究対象側の人々の行動に影響を与える可能性も十分に生じうるし、調査研究対象側の人々も、人類社会の行方を決定しうる「主権者」として看做されるべき対象にはかならないからである。データの改竄や捏造といった次元のことがここでの主張の外側の問題であることは改めて述べるまでもなからう。

その意味で、「人類学的デザイン思考」としてここで論じているようなデザイン思考の社会科学での活用の試みは、きわめて意義があるもの考える。いうまでもないことではあるが、人類学的デザイン思考は、「人間中心主義」を掲げるこれまでの、産業ベースのデザイン思考とは一線を画し、宇宙や地球という人類が包摂される、生態系の外延全体へと極力関心を堅持する中で、「利用者」「顧客」としての「人間」ではなく、人類としての「人間」の生活の高い質の堅持を実現するリフレーミングを不断に行い、実質的なエスノグラフィックな研究調査を基調としたプロトタイピングを繰り返しながら、あるべきデザインの共創・創発を目指すということである。

改めて、インテリアの問題に焦点を合わせれば、今では良く知られた「持続可能な発展」とか「ワンプラネットライフスタイル」(WWF)とか「ロハス」とか「新気候体制」といった呼びかけによって仮にも希求されているように、新たな「生活のかたち」の構築が求められるなかで、あるべきそのデザインの共創・創発の具体的な試みの手法として、新たなインテリア様式のプロトタイピングという試みが、少なくとも、そうした試みのひとつとして検討されるべきもののひとつとなる。

### 3. プロトタイピングとバイアス分析

さて、プロトタイピングの作業に向かう前に、もうひとつ重要なプロセスを経る必要がある。それは、ここで「バイアス分析」として取り上げる作業である。この作業は、いうまでもなく、行動経済学的知見に代表される、やはりここで、社会科学における「認知心理学的転回」と呼ぶような認知心理学的心理学からの示唆に依拠するものである。

先ず、本稿の主題のひとつといえるプロトタイピングは、これまでのデザイン人類学的な議論の

場、また、行動経済学的な議論の場双方で十分な認識はなかったにせよ、行動経済学的知見と密接に関係するものである。

ダニエル・カーネマンが「行動経済学のバイブル」だとされていると紹介する、リチャード・セラーらの『ナッジ』の主題である、リバタリアン・バターナリズムを体現する「選択アーキテクチャー」の構築プロセス自体がプロトタイピングだといえる。

というのも、こうした「選択アーキテクチャー」の構築は、認知心理学的な知見が論拠として横たわっていることは確かだとしても、それらは、そうした知見のみから演繹的に導出されるわけではなく、具体的な試行を繰り返すなかでかたちをなすものだからであり、つまりは、プロトタイピングそのものというほかないからである。

認知心理学の知見に基づいて人々の行動を「ナッジ」することが可能であるが、具体的にどのような「ナッジ」の試みが功を奏するかは、「実験」と呼ぼうが、アイデアをかたちにして実際に試してみながら修正なども繰り返しながら試行することでしかわからないのである。繰り返しになるが、アイデアをかたちにしたものは「プロトタイプ」であり、それを使って試行・修正などを繰り返して成果のえられるかたちを見出していく作業・プロセスがプロトタイピングということである。つまり、「ナッジ」はプロトタイピングを必須のものとして成立するものということになる。

では逆に、プロトタイピングの側から考えた時にも、「ナッジ」は必須の関係にあるといえるのだろうか。

やはり必須の関係にある。というのは、プロトタイピングは、ユーザーに代表される関係者全てに対して、見えない新たなものを視覚化させ、操作や使用を可能にさせることで、関係者が求める姿を選択可能にし、より良いかたちを選択させる「ナッジ」のプロセスでもあるからである。プロトタイピングは、ユーザーに、新たな製品やサービスなどを選択させるためのプロセスであり、プロトタイピングに関わったユーザーは、デザインチームから「ナッジ」されているともいえるからである。

さて、プロトタイピングと行動経済学的な知見との関係は実はこのことにつきない。様々なヒューリスティックスとバイアスの問題系が、あらゆる人間の行動との間でそうであるように、プロトタイピングの際にも不可分に絡むからである。

そもそも、人間の認知は、実際にはきわめて限定的かつ不安定で恣意的さえある。人間にとっては、見ていることこそが、実在する世界で生起する現実の正真正銘のすべてであると思えず、そのことを疑うことなど微塵も思い起こすことなど決してない。他人の認知に対しては、疑うことはあるものの、それはあくまでもある個人の認知そのものに関してであり、そのことによって自身の認知、そして、人間の認知自体が疑われたり、揺らいだりはしない。認知心理学的に考えれば、こうしたこと自体が、人間に普遍的に観察できる構造的なバイアスによる錯覚ということになる。

人間の認知は、きわめて限定的な情報であっても、瞬時に、何の疑いの余地すらないまでに、ことの全体像を想い描くことに優れている。認知心理学者がシステム1などと呼ぶ認知システムの優越である。

そして、よく知られているように、限定的な情報であっても瞬時に全体像が思い描かれるのだから、馴染みの薄い状況や複雑な事象に関しては、こうした全体像は当然ながら実際とは大きく離れたものになるわけだが、皮肉なことに、そういうケースであればあるほど、揺るぎない自信がともない、疑いすらもたれないことになる。つまり、こうした全体像は、瞬時にして思い描くこと（ヒューリスティックス）によって生じた錯覚（イリュージョン）でしかないのだが、それこそが揺らぎなき現実として扱われるということになるのである。

例えば、時間概念なども、こうした錯覚の典型である。現在・過去・未来と区分し、それぞれが対等で、したがって、同じ分量の時間の塊のように臍げにでしかないのが、紋切型に理解してそれ以上深く追求することは稀である。それに対して、実際には、G・H・ミードが指摘しているように、現在とは常に瞬時でしかなく、時間の流れの「ローカス（舞台）」というほかないものである。心理学者が、ある幅をもった通常の現在の時間感覚を「見せかけの現在」と呼ぶことも呼応しよう。

未来は想定のみでしか存在しないし、過去は過去で、記憶のみでしか存在しない。記憶は、見たこと知りえたことに限定されることから、記憶の中にしか存在しえない過去もまた同様に限定的なものでしかありえないことになる。これに記録や遺物からえられる情報をふんだんに加味できたとしても、やはり、断片的な情報に基づく想定でしかありえないが、こうしたヒューリスティックスで生じたイリュージョンとしての世界を人間は実感し、その中で生きていると疑いなく感じることができる。

人間は、認知できていない、圧倒的に大部をなす事柄を一切捨象して世界を認知しているということである。社会科学的にいえば、人間とは、結局、そのようにして構成された世界の住人ということなのである。また、文化の多様性としてとらえられてきた問題や、存在論的人類学がとらえてきた問題にも、こうした知見が提示する問題意識も深くかかわることになる。

そして、時空の遷移のみで、時間の生起する場が現在だとすると、空間的には、生活の場がそれにあたろう。本稿の主題のひとつであるインテリアは、当然ながら生活の場の主要な構成要素であり、イリュージョンとして生じた世界にかたちを与え実在させたものの典型でもある。そして当然ながらインテリアは、一見に反して、やはり遷移する、刹那性の高いものでもあるが、やはりバイアスのせいで、そのようなものではないという錯覚のもとで理解されることになる。

本題にもどれば、プロトタイピングというプロセスも、こうしたイリュージョンとしての世界の構築の一端をなすものであり、全ての作業のステップで、そこに関わる認知心理学的な事象に意識的なることが重要となる。

それから、デザイン思考は、発想の転換を可能にし、「行き詰まり」を打開させるアプローチだといわれてきた。デザイン思考の具体的な取り組みの中核をなすのがプロトタイピングということになるが、「行き詰まり」の原因は、結局、ヒューリスティックスとバイアスの問題系と重なる。つまりは、「見たものが全て」ということが、「行き詰まり」状況の立役者であり、具体的には、様々なフレーミングによって、自作自演の「行き詰まり」に直面して苦悩するといったことに陥ることになる。

フィールドワークなどを基調とするプロトタイピングは、フレーミングを動かし、「見たものが全て」ではあっても、具体的な「見たもの」そのものを別の「見たもの」に置き換える、つまりは発想の転換を行い、「行き詰まり」を打開させることを目指すプロセスということができる。

実際、20世紀から21世紀にかけて、インテリアへの関心や位置づけが、高まってきていることは確かで、ビジネスシーンから個人生活に至るまで、その役割は大きくなっているし、ここで論じるまでもなく既に新たなインテリア様式の形成といっても良いような動きが見られる。

例えば、渋谷の駅周辺を少し歩くだけで、世界観の異なるいくつもの空間の移動という体験をすることになる。既存の空間と再開発されたビル群やその周辺のアプローチ部分の空間との間に、明白なスタイルの違い存在することは確かである。

商業施設や文化施設、ホテルなどとオフィス空間などが併設され、オフィス空間自体が、ラウンジ中心型のコワーキングスペース方式のものが増え、各企業専用空間でさえ、同様にそうしたコワーキングスペース的なスタイルが採用されるケースも多いかたちのビル群が、渋谷、大手町といった具合に、東京での再開発の中核として建設されている。そして、その空間意匠自体、リゾート感覚やアーティスティックな感覚などが加味された、新しいスタイルの模索が実感されるものであることはいうまでもない。

しかしながら、こうした新しい空間のスタイルを理解する際に、構造的バイアス由来の障害が生じているように思われる。

そもそも、こうしたインテリアデザインを構成する際の基調をなすモダン・デザイン様式自体は、歴史的様式と比べて、威圧感がなく、単純で、ラテラルな印象をもつ。ここに、民主化や大衆化や自由化といった社会自体の変容の反映があるという理解が生じることになるが、事態は実はそう単純ではない。

モダン・デザイン様式の台頭の状況を考えると、それは、それらの販売価格やマーケットを想起すると明白なように、最高級で最先端で、文化社会的にいえば、経済資本的にも、文化資本的にも最高峰に位置する特権的な人々のためのものであり、リアル・アートでいえば、パブロ・ピカソらの作品に比肩するものといえる。さらに、ヘーゲルの議論などに象徴されるように、進歩する人類文明史の頂点が「近代」だとすれば、モダン・デザイン様式は、理念的にいっても、文字どおり、歴史的な諸様式の上に現れた、インテリア様式そのもの頂点として位置づけられるものなのである。

こうした垂直統合型社会システムの思想が、21世紀型のインテリア様式を展望する際にも、自動的にフレームとして持ち込まれるのが、少なくとも現状だといえるように思われる。

さらにつけ加えれば、「時代」や「様式」というものを实在視できるのも構造的バイアスが深く関与する。ダニエル・カーネマンが、「システム1」と「システム2」という説明を、こうした構造的バイアスを利用した一種の方便として敢えて採用したのだとする言い訳同様に、ここでの「21世紀様式」といった一連の表記・表現についても、これら自体が正真正銘の構造的バイアス起因のイリュージョンの類にほかならないのだが、そうする方が「わかりやすいから！」という理由から敢えて採用したのだということになる。

#### 4. 21世紀におけるインテリア様式

改めて、デザイン思考の社会科学的な文脈での実践、ここでは、インテリア様式としての「21世紀様式」をめぐるプロトタイピングのプロセスについて論じておきたい。

プロトタイプの製作にあたって、フィールドワークなどを基にした、製作のための必要最小限の条件等の想定が必要である。この時、明暗を別けるのが、単なるデータ収集に終始するかどうかという点である。すでに扱ったように、「行き詰まり」を回避して、非常によくデザインされた「かたち」にたどりつくには、十分な、マルチでグローバルなエスノグラフィ調査の徹底と同時に、本稿でいう「バイアス分析」の徹底が先ずは必要になる。そして、こうした作業も含めたプロトタイピングを納得のいく成果が出るまで繰り返すということになる。よくいわれてきたように、できるだけ早い段階で、プロトタイプをかたちにすることが理想的だと考える。これは経験的にそういえるというだけでなく、実体化こそがデザイン思考の要であり、それこそが定義上からもプロトタイピングそのものだといえるからである。とはいえ、早期のプロトタイプ政策にはそれなりのリスクがとうもなう。筆者が「ハニー・トラップ」と呼ぶ現象がそれで、リサーチャーやデザイナーが、自らのヒューリスティックスにしたがった結果、当初に瞬時にして浮かんだ「デザイン」に魅せられ、それへの執着が生じ、本来向かうべき方向から遠去かり、プロトタイピングが結果的に挫折するような事態のことである。重篤の場合には、そして暫くの間、挫折したことにすら気づかないということにさえ陥る。こうしたリスクを回避するためにも、「バイアス分析」という作業が不可欠になる。

ここでのプロトタイピングにおいても、「21世紀的状况」をエスノグラフィックにとらえ、「ハニー・トラップ」を回避し、「プロトタイプ」の製作と試行の作業に向けた道筋をたどるというプロセスが求められる。

そこで先ず、「21世紀的状况」であるが、筆者がこれまでいくつかの論文などで論じてきたように、グローバル・コスモポリタン社会をめぐる様々なトレンドの展開を取り上げることができている。詳細は、ここでは再論しないが、改めて、ここでの議論に必要なかたちでその論点を整理すると次のようになる。

- ・「気候危機」の高まり
- ・生活の質の向上傾向（「アーティスティックなライフスタイル」の伸長）
- ・世界人口100億人への拡大
- ・スマートテクノロジーの進展
- ・経済システム的大幅な変容（「ニューエコノミー」の台頭）
- ・国民国家を基礎とする国際システムの相対化の進行
- ・「自然主義」に基づく社会文化システム的大幅な変容（「心理学的転回」などの影響）

そして、こうした諸点が互いに重なるなかで帰結することになる「21世紀的状况」の抽出を試みることが、ここでの最初の作業になる。さて、そこで、インテリアの問題系を念頭に、簡潔なモデルに整理すると、次の4点が浮かんでくる。

- 1) 労働からの解放 ⇒ 「職住分離」の終焉
- 2) 気候危機に影響された実質的な都市化の終焉 ⇒ 「エコリゾート型居分住」の潮流
- 3) 資源の希少性の相対的軽減 ⇒ 「豊穰性」の伸長
- 4) 垂直統合型社会システムの解消 ⇒ 「ラテラルで分散型社会システム」の反映

ブルーノ・ラトゥールが論じる「新気候体制」の議論に代表されるように、「気候危機」は、「21世紀的状况」の根幹をなすことは、疑問の余地がなくなってきた。この大きな状況の特徴の上に他の要素が絡むことになる。そこで、こうした要素の様々な組み合わせのなかで、「適材適所」に近い組み合わせの可能性を探り、そのなかで、発達の転換（リフレーミング）などによって実現可能な「デザイン」を模索し、「かたち」にしていく作業に挑むということになる。

こうした文脈での発想を試みる時、「生活の質の向上傾向」は、エネルギーやその他の資源の増大、しかも100億に達する人々全員によるその享受といったアспектからではなくて、「アーティスティックなライフスタイル」の伸長といった文脈から論じられなければならない。

そもそも「アーティスティックなライフスタイル」などの傾向は、先進国、それも、比較的恵まれた人々の間に見られる消費者行動のトレンドにほかならず、多くの貧しい人々のそれとは、全く異質のものであるという誤解を招きやすい。これに対して、「アーティスティックなライフスタイル」の究極の高みは、現行で「セレブ」の間で最もエレガントなトレンドのひとつだとされる「エコリゾート」型のライフスタイルを想起すれば自明であるように、「優雅」ではあるにせよ、結局のところ、自然再生可能エネルギーをベースに、キャンドルライトや星空にも助けながら、自然の恵みを活かし、創造力豊かにスローで、ナチュラルな暮らしを実現することにあることになる。

もしそうだとすると、こうした暮らしのかたちは、きわめて逆説的ではあるが、アフリカ大陸や中央アジアの一部などで暮らす、経済指標的には最底辺の人々のそれとの違いは驚くほど小さいことになるのである。また、VR技術の前進もこうした諸点を補強するようにも用いることはいうまでもなからう。

「スマートテクノロジー」「ニューエコノミー」の両輪の加速は、こうしたライフスタイルと親和性が高く、「気候危機」への対応にきわめて効果的なものとなりうる。AIなどによる「自動化」の徹底や生産の適正化や資源消費の効率化は、「労働」を激減させるが、これも、こうした「状況」では、「テクノロジー失業」「格差拡大」などのアспектからとらえるの不適切であり、「労働」からの解放とここで論じている意味での「生活の質の向上」をとまなう「気候危機」への的確な対応という文脈でとらえなければならないように思われる。また、そのことは、これまで都市化の流れ止める要素になりうるし、それはそれで、「気候危機」にも効果的な対応にもつながる。

そして、自動化が進み、分散居住も拡がりをみせるとすると、官僚制に代表されるような組織の意味も薄らぎ、「垂直統合型社会システム」から「ラテラルで分散型社会システム」への移行が顕著になる。これは、インテリアのスタイルにも大きな影響を与えることになる。

さてそこで、インテリアのスタイルへの影響を改めて見てみたい。

先ず、「職住分離」傾向の終焉にともない、既に議論してきたように、ラテラルな時空が基調となると、フォーティエが描いたような近代に向けた変化が、今後は、逆向きに生じ、ビジネス・オフィス型のインテリア様式が、ホテルのラウンジやロビー、カフェやバー、家庭のリビングやサニールームや庭のテラスなどでのインテリア様式との区別が消えていく傾向が見られることになろう。

次に、「エコリゾート型居住」の形態への移行である。気候危機の進行を考えれば、100億人の人類がこれまでの都市化の延長ではサステイナブルには暮らせないことは、「ワンプラネット・ライフスタイル」キャンペーンなどからもわかるように、すでにそれなりの認知がある。それにもかかわらず、都市化の波そのものを否定しない予測や将来ビジョンは少なくなく、むしろ主流というべきであろう。

こうした傾向の裏には、フレーミングの問題があり、意識的には、都市化を否定して豊かな生活のかたちはありえないという想いが厳然と横たわっているように思われる。しかし、都市化を否定しても、豊かな生活のかたちが実現しないわけではないことを示すのは、それほど難しい問題ではない。それには、エコリゾート型の居住スタイルを思い描けば良いだけのことである。綺麗なビーチや満天の星、騒音とは無縁の広々とし自然豊かな環境。贅沢なりネンやジャグジーやレインシャワー。キャンドルライトやファイヤープレイス。真鍮や石材などを含む天然素材を活かしたりゾート型のインテリアスタイル。そして、スローライフに相応しい永く使用することでむしろ雰囲気を増す様々な「設（しつらえ）」に囲まれた暮らし等々である。

それでも、こうした暮らしより、都市化の波に飲まれ続ける方が果たして豊かだという向きもあるだろう。もちろん都会の猥雑さや匿名性や賑わいそのものにもまた、いいようもない素晴らしさがあるのも確かであり、それをもって豊かさの本質のようにさえ感じることも十分な理解が可能である。こうした都会の生活があるからこそ、エコリゾートで過ごす時間にも、はじめて価値が備わるのではないかという意見にも一理あることを認めないわけにはいかない。

しかしながら、現在進行中のサイバーテクノロジーは、最早、リアルな都市空間のみを都市空間として想定しなければならないという制約をこえつつある。サイバー都市空間が十分に都市空間としての機能やその魅力を提供できるならば、環境負荷をかけ存続さえ危ぶまれる鉄やガラスやコンクリートやアスファルトによる都市空間は、維持しかねる程の高コストの割には制約が多くしかも不便で快適さでも劣るとなれば、水洗トイレやウォシュレット式トイレを敢えて退けて、汲取式便所にこだわることに似て、従来型の都市空間を好み、その維持や拡張にこだわることにどのくらい人々の賛同がえられるかは、想像に難くない。

気候危機の煽りで、大幅な海面上昇が予想されることも、都市空間のサイバー化と居住スタイルのエコリゾート化のコンビネーションは、最強とさえいえよう。ポスト5Gの状況下で、サイバー

都市空間の魅力はこれまでの都市空間で実現されてきたあらゆる都市的魅力を十分に凌駕しうるかもしれない。

そして、こうしたサイバー都市空間の充実、資源や物質面での「豊穰性」の伸長と強く相関する。サイバー都市空間のなかで、80階建総大理石仕上げで壁面にダイヤモンドを鏤めたビルを建造したとしても、現実の大理石やダイヤモンドという資源の希少性とは完全に無縁であり、ほぼ際限なく、しかも、限りなく限界費用がゼロに近い状態で建設が可能になる。それ自体の老朽化さえ、サーバーなどの更新といった問題はあるにせよ、生じない。こうしたレベルでは、実際の資源やエネルギーの使用もよりスマートな対応が可能になり、こうした新たな仕組みを活かして愉しむ生活のスタイルが受け入れられるようになることで、相対的、実質的に資源やエネルギーの希少性の緩和が実現することにつながるようになるのである。

すでに以前指摘したように、こうした新たなスタイルは、実は、世界的な最底辺の人々の生活のかたちにも、あまりコストをかけることなく、接続が可能である。

最後に、ラテラルで分散型社会システムの反映についてである。実質的に「職住分離」はなくなるが、職場をサイバー空間に構えるスタイルをとれば、住空間は、自然の恵みを最大限に愉しめるようなスタイルが好まれようし、その際も実際には、住空間に居たままサイバー空間に出かけるかたちになるが、少し贅沢を考えれば、ある程度隔離されて邪魔が入らず、それでいて実際の空間としても良質であることを求めると、書齋型とスタジオ型の中間ともいえるアトリエのような空間が用意できれば理想的であろう。

天井は高く開口部は広くアウトドアリビング・スタイルのインテリア・デザインが主流になるかもしれない。和式やイスラムスタイルでも、同様の傾向をもたせることも可能である。サイバー空間も活用すれば、いつでも、どのようなスタイルのインテリアでも利用可能になることから、刺激的なスタイルはサイバー空間でしかも日替わりで堪能して、実空間では、質にはこだわるが、落ち着いた質素でゆとりを満たした室内空間が好まれることになるのかもしれない。睡眠や健康の質を重視する室内づくりにより特化しやすくなることは確かである。

見栄やステータスの証といった要素も限りなく小さくなる可能性があり、素材や加工技術やデザイン自体も、エコロジカルな要請に完全にそい、ここで、「ハッピーエンディングの原則」と呼ぶ前提の下に選ばれることになるはずである。こうした原則は、デザインの際に絶対不可欠な視点であり、これまで考慮されてきた、経済的条件や快適性や利便性、あるいは美的な要素などに優先させて、そこでデザインされた製品などが、最終処分されるまでのライフサイクル全体を通して、また、部材の調達や製造、メンテナンスなどの全過程での営みから結果的に生じる直接および間接の帰結の全てがエコフレンドリーでなければならないことを絶対視するものである。

こうした都市のサイバー化が主流となる頃には、以前は無謀にも有限資源を使って摩天楼を構築しようとしたらしいけど、今考えると本当に愚かな挑戦としかいいようがないよね、といった言説が支配的になっているのではなからうか。そして、こうした愚行の真の原因を認知心理学が明らかにしてきた構造的バイアスの問題と看做すことも半ば常識となっているかも知れない。

すでにふれたとおり、筆者のこれまでの研究で、第二次大戦後の日本を中心としたアジアでのライフスタイルの変化の軌跡のなかでアーティスティックなライフスタイルの傾向が叙々に顕著になってきているという見解にいたったが、こうした傾向は、ポール・レイらによるアメリカを中心とした地域における、「ロハス」と名づけられたライフスタイルを特徴とするとされるカルチュラル・クリエイティブ層の台頭の指摘ともある程度符号する。それはまた、アルビン・トフラーやジェレミー・リフキンが指摘してきた「プロシューマー（生産する消費者）」の台頭の可能性とも、やはりある程度において相関しよう。

こうした基調を考慮すると、「21世紀様式」には、アーティスティックなライフスタイルを謳歌するプロシューマーが、VRなどを駆使して、自らプロトタイピングを繰り返すプロセスそのものという特徴が見られることになることが考えられる。

さて、「プロトタイピングに向けて」と題していることにもかかわるが、ここでの取り組みは、具体的な「21世紀様式」のプロタイプ自体の提示というよりはむしろ、こうしたインテリア様式のプロトタイピングによって社会科学的な知見への貢献が可能になることの指摘、また、より具体的に、「21世紀様式」の特徴についてのアイデアの提示を行うことが主体である。

これに加え、ここで十分な提示の余裕はないが、現在、群馬県吾妻郡中之条町旧六合村地区の「中之条山の上庭園」を中心にして、新たな「生活のかたち」に向けたデザイン人類学的なプロジェクトの進行のなかで、新しいスタイルのガーデン・スクール関連のプロトタイピングとも連携させた「21世紀様式」のプロトタイピングを行う準備を構想している。

## 5. 考察

18世紀以降、社会科学のかたちが整うなかで、専門分化の進行に加え、言語学的転回や解釈学的転回に代表される、分化し続ける専門領域を横断する、文字通り社会科学の思潮の台頭が繰り返され、文理融合の模索なども含め、学際あるいは脱領域、反領域的な研究の場も探究されてきたといつてよからう。

こうした展開のなかでも明白になってきたことのひとつは、動態としての社会の実況と社会的行為としての社会科学や科学の非自立性とでもいうべき実態であり、さらにグローバル化の進展は、ある人々とある人々を分け隔った人々として見做すことの自明性を損わせる状況を到来させつつある。

人類学を例にとれば、周知の通り、徹底的な自己批判の痛ましい軌跡を描いてきたが、これに加え、既に述べた、ナショナリティーやエスニシティーの次元からグローバリティーの次元への視点の変化が顕著になると同時に、認知心理学的転回の影響がしっかりと効きはじめてきているように思われる。ナショナリティーやグローバリティーの次元は、社会的構成・構築の問題への認識のみでは不十分で、そこに、「ネイティブ」と呼ばれるに相応しいような当該の人々に影響を与えるバイアスやイリュージョンの問題とさらにこうした事象を観察し分析し特定して論じるような「リサーチャー」と呼ばれるのに相応しいような人々に影響を与えるバイアスやイリュージョンの問題

とさらにいえばこうして問題視される事象についての言説などを目にし、批判し、あるいは、受容する「読者一般」と呼ばれるのに相応しい人々や、その延長上に成立するであろう「常識」と呼ばれるのに相応しい言説などに決定的な影響を与えるバイアスやイリュージョンの問題などの何層にも複雑に錯綜するバイアスやイリュージョンの問題系に先ずは向き合う必要が出てくる。本稿でバイアス分析と呼ぶ作業が必須ということの意味しよう。

こうした諸点を考慮して浮上する社会的現実像とは、静態ではなく動態態であり、相関する様々な次元と本来は区切れることのないものであり、「ネイティブ」であれ「リサーチャー」であれ「一般読者」であれ「開発業者」であれ「投資家」であれ「行政官」であれ「政治家」であれ「哲学者」であったとしても、人々は、結局、自らの参照枠・参照点から、「見たものが全て」の原則にしたがって、静的で区切られた「真の相」を自覚すらく想起し、疑いなく、そこを前提に一切を取り仕切るようになるような事柄のことだということになる。

こうした「真の相」の次元に立つ限り、「リサーチャー」は「ネイティブ」に介入・干渉してはいけないとかいった問題が問われなければならないし、「ネイティブ」が固有の「文化」「伝統」「アイデンティティー」「土地」を失ったり、奪われたりすることが、本来あってはならない問題として問われ続けることにつながっていく。だが、おそらく、実態は、もっと複雑であり、深淵である。

そこで、「心理学的転回」の灯の下での「デザイン思考」の問題系が必要になる。ひとつには、「真の相」の次元から抜けでることを目指す上での要請であり、そして、変容や介入や干渉の問題への積極的な関わりを目指す上での要請であり、それから、条件の変動への対応を目指す上での要請であり、最後には、再帰的な状況下での技能の熟達への要請が生じることに起因する。

プロトタイピングは、具体的に、生活のかたちの検討に直結する。ここから、新たな「グローバル・コスモポリタン社会」をめぐる社会科学的活動の地平が展開する。

「インテリア様式」が文字通り「時代」の「スタイル」となりうるのなら、「インテリア様式」をプロトタイピングすることで、これからの新たな時代の様相に近づくことにつながるのではなからうか。したがって「課題」に応えるかたちで新たな「かたち」を与えて、体験可能な「もの」を共創・創発させるプロトタイピングという手法の社会科学的な文脈でのとらえなおしを検討することにもまた、十分な意義があるものと考えてる。

#### 参考文献

- ・ Appadurai, Arjun ([1996] 2010): *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis, University of Minnesota Press. (門田健一訳『さまよえる近代: グローバル文化の文化研究』[2004] 2007年、平凡社。)
- ・ Appadurai, Arjun (2013): *The Future as Cultural Fact: Essays on the Global Condition*, London, Verso.
- ・ Brown, Tim (2009): *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*, New York, Harper Collins Publisher. (千葉敏生訳『デザイン思考が世界を変える: イノベーションを導く新しい考え方』、2014年、早川書房。)
- ・ Brynjolfsson, Erik and McAfee (2014): *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a*

- Time of Brilliant Technologies, New York, W.W.Norton & Company. (村井章子訳『ザ・セカンド・マシン・エイジ』2015年、日経BP社。)
- ・ Downes, Larry and Nunes, Paul (2014) :Big Bang Disruption:Business Survival in the Age of Constant Innovation, UK, Portfolio Penguin. (江口泰子訳『ビッグバン・イノベーション』、2016年、ダイヤモンド社。)
  - ・ Forty, Adrian (1992) :Objects of Desire:Design and Society Since 1750, Thames & Hudson. (高島平吾訳『欲望のオブジェ』、2010年、鹿島出版会。)
  - ・ Florida, Richard ([2012] 2014) :The Rise of Creative Class, New York, Basic Books. (井口典夫訳『新クリエイティブ資本論：才能が経済と都市の主役となる』、2014年、ダイヤモンド社。)
  - ・ Florida, Richard (2008) :Who Is Your City:How the Creative Economy Is Making Where to Live the Most Important Decision of Your Life, New York, Basic Books. (井口典夫訳『新クリエイティブ都市論：創造性は居心地のよい場所を求める』、2009年、ダイヤモンド社。)
  - ・ Friedman, Thomas, L. (2006) :The World Is Flat, England, Penguin Books. (伏見威蕃訳『フラット化する世界 上・中・下』、2012年、日本経済新聞社。)
  - ・ Gatt, Caroline and Ingold, Tim ([2013] 2014) :“From Description to Correspondence:Anthropology in Real Time”, in Gunn, W., Otto, T. and Smith, R.C. (eds.), Design Anthropology:Theory and Practice, London, Bloomsbury.
  - ・ Geertz, Clifford (2000) :Available Light:Anthropological Reflections on Philosophical Topics, Princeton,Princeton University Press.
  - ・ Geertz, Clifford ([1983] 2000) :Local Knowledge:Further Essays in Interpretive Anthropology, U.S.A, Basic Books.
  - ・ Geertz, Clifford (1973) :The Interpretation of Cultures:Selected Essays, New York, Basic Books. ・ Giddens, Anthony and Sutton, Philip W. (2013) :Sociology:Seventh Edition, Cambridge, UK, Polity Press.
  - ・ Giddens, Anthony ([1999] 2003) :Runaway World:How Globalization Is Reshaping Our Lives, New York, Routledge. (佐和隆光訳『暴走する世界：グローバリゼーションは何をどう変えるのか』2007年、ダイヤモンド社。)
  - ・ Gratton, Lynda (2014) :The Key:How Corporations Succeed by Solving the World’s Toughest Problems, New York, McGraw Hill Education. (吉田晋治訳『未来企業：レジリエンス経営とリーダーシップ』2014年、プレジデント社。)
  - ・ Jordan, Ann T. (2013) :Business Anthropology:Second Edition, Long Grove, Illinois, Waveland Press. ・ Karneman, Daniel (2012) :Thinking Fast and Slow, UK, Penguin Books. (村井章子訳『ファースト & スロー 上・下』、2014年、ハヤカワノンフィクション文庫。)
  - ・ Latour, Bruno (2018) :Down to Earth:Politics in the New Climatic Regime, Polity. (川村久美子訳『地球に降り立つ：新気候体制を生き抜くための政治』、2019年、新評論。)
  - ・ Leach, Edmund (1990) :“Aryan Invasions over Four Millennia” in Ohnuki-Tierney, E. (ed.) , Culture through Time, Anthropological Approaches, Stanford, Stanford University Press, pp.227-245.
  - ・ Low, Setha (2016) :Spatializing Culture:The Ethnography of Space and Place, Routledge.
  - ・ Marcus, George E. and Fischer, Michael M. ([1986] 1999) :Anthropology as Cultural Critique:An Experimental Moment in the Human Sciences, Chicago, The University of Chicago Press.
  - ・ McGrath, Rita G. (2013) :The End of Competitive Advantage:How to Keep Your Strategy Moving as Fast as Your Business, Boston Massachusetts, Harvard Business Review Press. (鬼沢忍訳『競争優位の終焉：市場の変化に合わせて、戦略を動かし続ける』、2014年、日本経済新聞社。)
  - ・ Murphy, Keith M. and Marcus, George E. ([2013] 2014) :“Ethnography and Design, Ethnography in

Design...Ethnography by Design”, in Gunn, W., Otto, T. and Smith, R.C. (eds.), Design Anthropology: Theory and Practice, London, Bloomsbury.

- Ong, Aihwa (2006) :Neoliberalism as Exception:Mutations in Citizenship and Sovereignty, Kansas City,DukeUniversityPress. (加藤敦典・新ヶ江章友、高橋幸子訳『〈アジア〉、例外としての新自由主義』2013年、作品社。)
- Otto, Ton and Smith, Rachel C. ([2013] 2014) : “Design Anthropology:A Distinct Style of Knowing”, in Gunn, W., Otto, T. and Smith, R.C. (eds.), Design Anthropology:Theory and Practice, London, Bloomsbury.
- Rabinow, P., Marcus, G., Faubion, J. and Rees, T. (2008) :Designs for Anthropology of the Contemporary, Durham NC, Duke University Press.
- Reich, Robert B. (2015) :Saving Capitalism:For the Many, Not the Few, New York, Alfred A. Knopf. (雨宮寛他訳『最後の資本主義』、2016年、東洋経済新報社。)
- Redclift, Michael R. and Woodgate (eds.) (2011) :The International Handbook of Environmental Sociology, Second Edition, UK, Edward Elgar.
- Rifkin, Jeremy (2015) :The Zero Marginal Cost Society:The Internet of Things, the Collaborative, Commons, and Eclipse of Capitalism, New York, Palgrave Macmillan. (柴田裕之訳『限界費用ゼロ社会』2015年、NHK 出版。)
- Sassen, Saskia (2001) :The Global City:New York, London, Tokyo, Princeton, Princeton University Press. (伊豫谷登士翁監訳『グローバル・シティー：ニューヨーク・ロンドン・東京から世界を読む』、2008年、筑摩書房。)
- Steger, Manfred ([2003] 2017) :Globalization:A Very Short Introduction, Oxford, Oxford University Press. (櫻井公人訳『グローバリゼーション』、2010年、岩波書店。)
- Suchman, Lucy (2011) : “Anthropological Relocation and the Limits of Design”, Annual Review of Anthropology 40, pp.1-18.
- Watts, Duncan J. (2012) :Everything Is Obvious:Why Common Sense Is Nonsense, New York, Atlantic. (村井章子訳『偶然の科学』、2014年、ハヤカワノンフィクション文庫。)