おしゃれ心で少子化歯止め

楽しむ出産・育児用品続々

出産・育児を〝楽しむ〟ための道具が相次ぎ誕生している。基礎体温計、哺乳（ほにゅう）瓶、ベビーカーなどで、持っているだけで気持ちが浮き立つような形と色、そして初めてでも使いやすい機能性が特徴だ。デザインの力によって子供を産んでみたいと思う女性が増えれば、日本の少子化に歯止めをかける一助になるかもしれない。

体温計・哺乳瓶・ベビーカー…

手のひらにすっぽり収まる卵形を見て、温度計を思い浮かべる人はまずいないだろう。キューオーエル（長野県上田市）が開発した「らん'sナイト」はパジャマのウエスト部分に挟んで寝るだけで、衣服内の温度の変化を蓄積し、女性の体のリズムの変化をつかめる。通常の体温計のように、毎日決まった時間に口に入れたり脇に挟んだりしなくてもよい。

■チャーミングな卵形

使いやすさと並んで目を引くのは、そのチャーミングなデザインだ。手でいつくしみたくなるようなイメージを目指し、卵が2つ重なったような形にしたという。さらにマンダリンオレンジとアボカドグリーンという鮮やかな2種類の色を用意した。

キューオーエルの宮島正子代表取締役は、「基礎体温は不妊治療に欠かせないが、計測の困難さは女性であれば皆体験しているはず。自分の体に向き合って、いつでも子どもを産める一助になれば」と期待する。

ズーム・ティー（東京・港）の「ドクターベッタ哺乳びん」も、機能とデザインをともに重視した商品の一つ。ボトル部分にカーブをつけることで、自然な姿勢で授乳ができるようにした。空気の飲み込みが少なく耳管へのミルクの流れ込みを防げる。デザインも個性的で、目盛りはカラフルに彩られている。使用していない時には飾っておきたくなるような楽しさにあふれている。

この哺乳瓶は、特定非営利活動法人（NPO法人）のキッズデザイン協議会（東京・文京）の第1回（2007年）キッズデザイン賞で金賞となった。冒頭にあげた卵形の温度計は第2回（08年）の大賞（経済産業大臣賞）を受賞した。少子化が進むなかで、出産、子育てに対する世の中の関心は急速に高まっている。

子供が生まれたからといって家のなかに閉じこもっていては息が詰まる。子育てを楽しむには積極的に外に出ることが不可欠で、ベビーカーはそのための重要な道具だ。

英マクラーレンは、ケイト・スペードやミナ　ペルホネンなど著名デザイナーの協力を得て開発した商品を投入した。従来のベビーカーはピンク色や水色など子供向けの色がほとんどだったが、マクラーレンは黒、紺などシャープな色が中心。ハンドルに黒のラバーをあしらったり、プラスチックよりもアルミを多用するなど大人が満足できるデザインになっている。

操作性も良い。ハンドルと前輪が直結しており押す力が車輪に直接伝わる構造になっている。サイズが小さく、折りたたんで持ち運べる点も日本に合っている。マクラーレンは先月、港区南青山に日本初の直営店を開いた。日本代理店の広報、道間恵美さんは「お店に来ること自体を楽しんでもらえたら」と話す。

■楽しいと感じる手段にも

ベビーカーに取り付けるアクセサリーを販売しているのが、スウェーデンの玩具メーカーであるブリオだ。ベビーカーの覆いの部分やハンドルに、ぬいぐるみをぶら下げる若い女性が増えている。

携帯電話にアクセサリーを付けるのと同じ感覚で、友人の持ち物と違いを出して楽しみたいようだ。ブリオのクラース・フォン・ハウスウルフ副社長は「世界中で、子供のいる生活とおしゃれな生活の両立が求められている」と話す。

日本の合計特殊出生率は07年に1.34となり下げ止まったかのように見えるが、出生数は依然として低迷を続けており、少子化に歯止めはかかっていない。女性が子育てを楽しく感じ、子供を産みたいと思うにはどうしたらいいか――。デザインはその有力な手段となる可能性を秘めている。

（デザイン・ディレクター橋田洋子）

design

「当たり前」を疑うものづくり提唱

福田 哲夫さん（産業技術大学院大学教授）

「機能は形態を求め、形態は作法を促すと考え、乗客のマナーを促すしつらえにこだわった」

4月に運行を始めた、日本橋や秋葉原、浅草などの観光名所を巡る東京都交通局の観光路線バス「東京→夢の下町」の外内装デザインを手がけた。通常のバスの天井は、前方が高く後ろにいくにしたがって床が上がるため低くなっていく。「後ろは狭くて乗り心地が悪い」と感じる乗客は前方に固まりがちなため、乗り降りの邪魔になるケースがあった。これを解消するため、クーラーや換気扇の配置を工夫したりして後部の天井をできるだけ高くした。さらに後部のいすの形状に曲線を取り入れ、後部に行くほど車内が広くなっているという錯覚が起きるようにした。「機能と形態を調和させたデザインの力が、人にマナーの改善を促した」と出来栄えに満足げだ。

「デザインする際には、本当に必要なものが何かを見直すことが必要だ」

これまでのデザインは、企業の利潤追求のための小道具にすぎず必要のないものも多かったと言う。そこで、ゴミを出さないスローガン「3R」（リユース、リデュース、リサイクル）に「リフューズ（拒絶）」を加えた「4R」を実践している。「今まで当たり前のようにあるものを一度やめてみる。そうすれば逆に必要なものが見えてくることもある」と話す。例えば今回のバスで外装をステンレス鋼にしたのは、塗料を使うと有害物質が発生し大気汚染につながるからだ。一方、これまでバスではあまり工夫されなかった屋根には熱を伝えにくい白色塗料を採用。空調機やエンジンの負荷を軽減し、省エネ運転できるようにした。

ふくだ・てつお　東京都生まれ。67年都立工芸高校を卒業。日産自動車を経て、インダストリアルデザイナーとしてオフィス家具や自動車、飛行機などのデザインを支える。87年から鉄道車両のデザイン開発に参加。JR新幹線車両「つばさ」「はやて」「リニアエキスプレス」など多数。最近では「N700系のぞみ」を手掛けた。

▶Be Honest！　「デザインにおけるサステナビリティー（持続可能性）とは何か」をテーマに、フィンランドの家具メーカー、アルテック社と同国の服飾雑貨ブランド「マリメッコ」の製品を紹介する。アルテック社の背もたれのないいす「スツール」や、家具の歴史や価値を見直すプロジェクト「セカンド・サイクル」も展示。併設のカフェと連動した展示もある。東京・南青山のスパイラルガーデンで9月9日から9月23日まで。入場無料で会期中は無休。問い合わせは☎03・3498・5605まで。

デザインの扉

■メンタルモデル

製品のインターフェース開発時に用いられる概念で、ある機器を操作する際に利用者が頭の中で描いている方法を指す。例えばほとんどの人には、蛇口から水を出す時にはハンドルを右に回すというメンタルモデルが確立している。これを無視すると使いにくい製品を開発してしまうことになる。

逆に、1つのメンタルモデルにこだわることで製品に革新性が生まれなくなる危険もある。「携帯電話はテンキーを使って操作するもの」というメンタルモデルに基づいて携帯電話機を開発すると、米アップルのアイフォーンは生まれない。機能の追加や進化が著しく様々な楽しみ方や使い方ができる製品では、既存のメンタルモデルがいつまでも通用するとは限らない。　（日経デザイン　丸尾弘志）