



コーヒーとデザインのサロン

TORREFAZIONE RIO ×  undesign

おいしいを 可視化する



コーヒーの「おいしさ」って何でしょう？
豆でしょうか？
入れ方ででしょうか？
飲み方ででしょうか？
シーンでしょうか？
コーヒーほど、「おいしい」が不可解な食品はありません。だからこそ、普段心なく食している「食べること」について改めて向き合ってみるよい機会になりました。

サロンでは、厳選された農園で採れたコーヒー豆を最高の状態で自家焙煎するリオのスペシャルティコーヒーを少しずつ飲み比べて、おもしろい等価交換のワークを通して、来た人たちとワイワイおしゃべりしながら「おいしい」の可視化にチャレンジしました。

セピア色の
記憶...

1

コーヒーとの出会いなおし

コーヒーは農作物。
だから腐ります。

ポコポコポコ：ポットのお湯が湧く音。そしてフワ〜つと漂う
コーヒーの香り。ウエルカムコーヒーを飲みながら焙煎前と後
のコーヒー豆を触ったり、匂ったり、食べてみたり。「コーヒー
って豆なんだ」と当たり前のことに気づきなおします。野菜のよ
うにコーヒーを売っているというリオの八木さんから、普段飲
んでいるコーヒーは、どんな風に収穫されて、どんな風に加工さ
れているのか、生産に関わるお話を伺いました。コーヒーは焙
煎後二週間が美味しく飲める目安だそうです、見た目にも味もよ
くわからない間に次第に酸化し、腐敗していくそうなのです。



2

カップリング

コーヒーの印象を 模様におきかえる。

いよいよコーヒーの飲み比べ（カップリング）。プロが行うカップリングでは、酸味や甘み、アロマやクリーン度など多くの項目を採点していきます。これはなかなか素人には大変。ここでは、三種類のコーヒーを飲み比べ、その印象に近い模様をパターン紙の中から選びました。軽やかな味には、水玉模様、どっしりとした印象には、濃い色合いの紙と、飲み比べることによって、不思議とそのキャラクターが見えてきました。

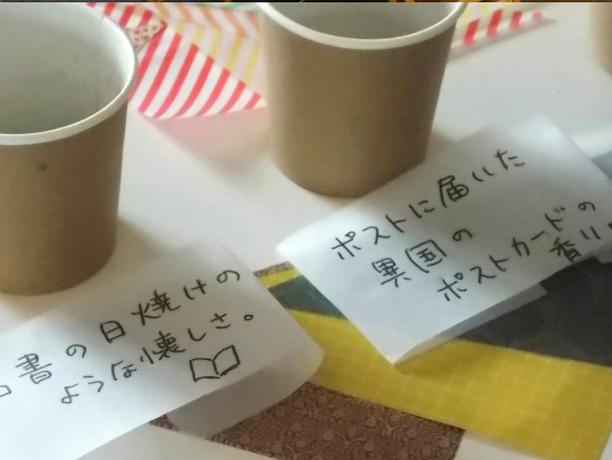


3

コーヒーの帯をつくる

記憶と感覚を旅して、
紡ぎだされるコトバ。

本に帯があるように、コーヒーにも帯があってもいい。本を手にとつてもらうために、本の中の一番オススメの部分ズバつとやってのけるのが「帯」。その感覚で、コーヒーの味わいの中から自分の感覚にひつかかった部分をコトバに変えるわけです。コーヒーを飲みながら自分の中にある記憶が呼び起こされ、感覚を総動員する中から言葉が絞り出されます。「よくわからない」という帯ができてオツケー。それが本当の感覚だから。でも気になります、よくわからない味」ってどんなものなのか。



4

コーヒーのてんらんかい

消費者であり デザイナー。

飲んだ中から1つだけを、コーヒーパックに選んだ模様紙をそえ、帯を巻き付けパッケージジシ、みんなのものをディスプレイしました。みんなの書いた帯を見て、「おいしい」は人生の数だけあるのだなあ……。そして、どんな味がするのか飲んでみたいと思うのです。

そう、私たちはすっかりデザイナーのプロセスを一足飛びにこなしていました。コーヒーという不可思議な飲み物を自分なりに価値をつけ、提案していました。

誰もが消費者であり、デザイナー（提案者）なのです。



コーヒーのてんらんかい



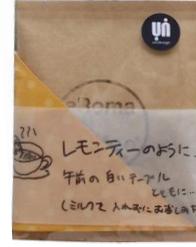
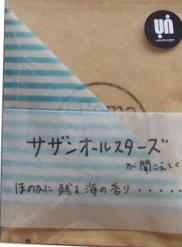
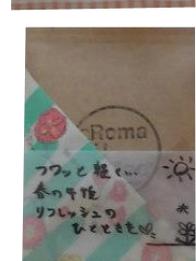
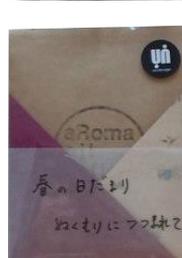
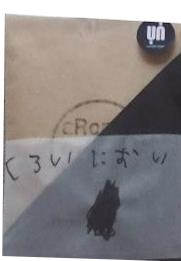
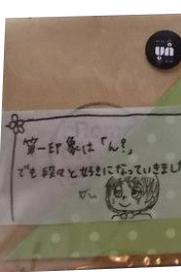
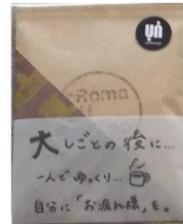
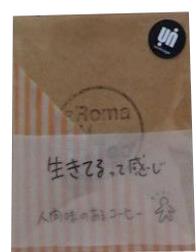
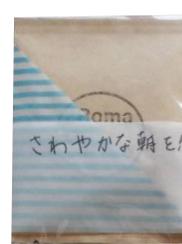
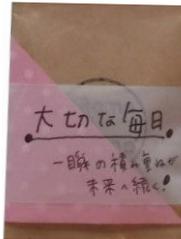
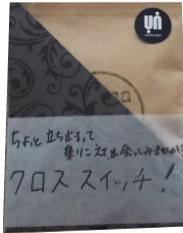
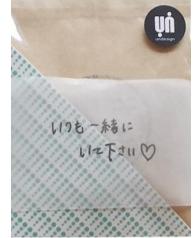
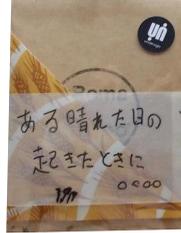
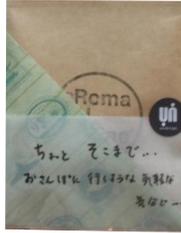
ホンジュラス



コスタリカ



エチオピア







コーヒーとデザインのサロンから生まれたパッケージ

TORREFAZIONE RIO ×  undesign

このコーヒーのパッケージは、芹屋のスペシャリティコーヒー専門店 Torrefazione RIO と学び × デザインのサロンを手がける undesign による「コーヒーとデザインのサロン」でのワークをもとにつくられました。

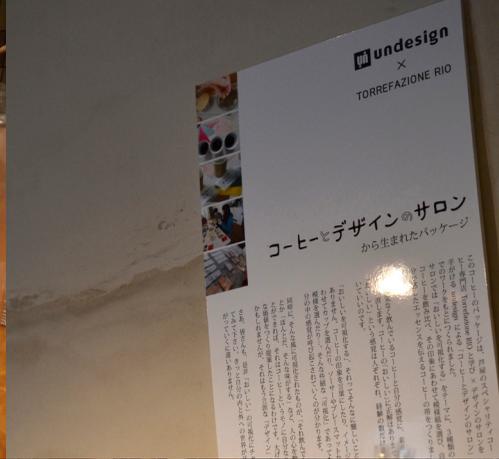
サロンでは「おいしいを可視化する」をテーマに、3種類のコーヒーを飲み比べ、その印象にあわせて模様紙を選び、自分が感じたエッセンスを伝えるコーヒーの帯をつくりました。

普段何気なく飲んでいるコーヒーと自分の感覚に、素直に向き合い直します。コーヒーの「おいしい」に正解はありません。「おいしい」という感覚は人それぞれ、経験の数だけ違っていいのです。

「おいしいを可視化する」、それってそんなに難しいことではありません。コーヒーの印象を言葉にしたり、イメージにあわせてカップを選んだり、ソーサーやプレスマットなどの模様を選んだり…。そんな些細な「可視化」であっても、自分の中の感覚が呼び起こされていくのが分かります。

同時に、そんな風に可視化されたものが、「それ飲んでみたい」とか「ほんとだ、そんな味がする」など、人の心を動かすことができれば、それはコーヒーというモノに自分なりの新たな価値をつくり提案したことになるわけです。大げさに思うかもしれませんが、それはもう立派な「デザイン」です。

さあ、皆さんも、是非「おいしい」の可視化にチャレンジしてみてください。きっと自分の内と外への世界がどんどん広がっていくに違いありません。





ゴロさんの デザインのはなし

編集、それは人の営み

人と対話する。
自分の考えたことをしゃべってみる。
人のお話に耳を傾けてみる。

たくさんのお話を交わすなかで、自分にとって
“意味のあることば”を拾い、脳に焼きつけてい
く。

日々の暮らしの中で、不安や不満を感じる。それを
解消するために様々な情報を集め、取捨選択しな
がら意思決定していく。

今日のおでかけを、実りあるよい時間にするため、
最適な洋服を選び、必要なものをかばんの中に取
りそろえて行く。

たくさんのお店をまわる中、
自分の「すてきな暮らし」に思いをはせながら、
自分にとってもっとも価値のある商品を選び、買
う。

ボクたち人間は、いつも何かを“編集”しながら
暮らしています。ボクたちは毎日毎日、よりス
テキな人生を生きるため、それこそ膨大な選択肢
の中から、いろいろなものごとをチョイスしなが
ら生きているのです。

小さな“選択”のひとつひとつの総和が「今の
自分」と言えるかもしれません。

私たちがニュースを見たり、人とコミュニケーション

ンを交わすのは、人間としての本能であり、身
を守ったり、生きて行くための術として発達したそ
うです。

良質なインプット

人間生活の営みをそのように捉えると、とくに大
切なのは「良質なインプット」です。

ボクの仕事は「グラフィックデザイン」なので、
「表現すること」が大切なように思われるかもしれ
ませんが、そのための「良質な素材、情報収集（「
インプット」）を、十倍も百倍も大切にしています。

新聞記者は「靴底をすり減らしてこそ」と言いま
すね。雑誌のライターさんも、とてもインタビュ
ー力が優れています。

極論すると、デザイナーの本質はインプットする
こと（＝学ぶこと）かもしれません。もっともつ
とよい商品や情報を社会に届けるため、「良質な素
材（情報）」を集め、編集して、アウトプットする
こと。

これはデザイナーだけの話ではありません。

料理人や接客業の方、学校の先生、マーケティング
に関わるあらゆるビジネスパーソン、いや、社
会に生きる全ての人が、こうやって良質なインプッ
トをしながら、「よりよくしていこう」と、日々の
暮らしを企てているのです。

感じる力

さて「インプット⇨学び」というと、書籍などの「文字情報」を想像される方もたくさんいるでしょう。たしかに、それも一つのカタチ。

でも「学びの素材（⇨良質なインプット）」は、世の中の森羅万象、さまざまなところに転がっています。

分かりやすい話では、五感。

視覚、聴覚、嗅覚、味覚、触覚…

さまざまな器官を通じて、脳で（情報として）認識することも、もちろん含まれています。

こう言うと、とてもうさん臭く感じてしまうかもしれませんが、ボクはとりわけ「第六感」が大切なような気がしています。

今日は天気が悪くなりそうだな。

ここ、何だかちょっと楽しそうだな。

ん？春の気配がしたぞ。

あ、ちょっとみんな退屈してきたな。

案外、ボクたちは古来よりこういった直感を大切に、勘にしたがってものごとを判断してきました。そういう意味でもボクは、「情報のインプットのほとんどを文字情報でまかなう」ことを、あまりおすすしません。なぜなら世の中のあるゆるこのうち、「文字にできること」は、ほんのわずかなパーセンテージ。しかも文字情報は、誰かの視点で切り取られたもので、それが真実かどうかは、誰にも分りません。

その点、やっぱり直接人と触れ合ったり、実際に「場」の中に身をおくことで、「この一言で、ちょっと相手が嫌そうな感じになった」とか、「ちょっとしたあしらえで、ずいぶん柔和な空気になった」とか、決して「文字」だけでは言い表せない「自分にとっての真実」を見いだすことができます。

「アンデザイン」は、まさにそのためのサロンのです。

良質なアウトプット

「知ったことを人に伝えてこそ“学び”となるのです」ラーニングデザインズの西橋悦さんは、そう言いました。良質なインプットを「編集」して、良質なアウトプットにすること…まさに人の営みそのものではありませんか。アウトプットとは、何も「プレゼンテーション」などの表現だけとは限りません。人に言葉で伝えることはもちろん、自分の態度や行動、すべてのがアウトプットです。

アウトプットするためには「編集」は不可欠です。見たこと、聞いたことをそのまま人に伝えるのではなく、そこに「自分の考え」をリミックスさせたり、「自分の視点」で切り取ったり、必ず「自分の思考や価値観」が介在します。その編集の視点が「デザイン」であるといえます。

さまざまな情報を自分なりに解釈し、より「人のため、社会のため」になるように再編し、カタチとして表現する。まさにデザインです。

この「編集作業」がもっとも学びになることは言うまでもありません。目的を考えながら、自分なりの知識や価値観の視点を入れつつ、情報を取捨選択したり、他の「知」とリミックスさせたり。編集作業をくり返しながら、インプットした知識が「自分のもの」となっていくのです。

インプットとアウトプット。

その間にある「編集」という作業そのものが、ボクたちの日常の営みであり、「編集力を上げる」ということがすなわち、

「学びの力」と「デザインの力」を向上させる。そんなふうにボクは思うのです。

「コーヒーとデザインのサロン」～おいしいを可視化する～

日 時：2013年2月16日（土）、17日（日）

時 間：10：30～12：30（午前の部）

14：30～16：30（午後の部）

場 所：Studio 504

CAST

サロンワークデザイン

undesign

岩田直樹

西橋悦

三宅由莉

松村佳代

原田美佳

岩田花奈

TORREFAZIONE RIO

八木俊匡

講師

八木俊匡（TORREFAZIONE RIO）

写真撮影

岩田直樹

岩田花奈

三宅由莉

イラスト

岩田花奈

協力

松田都志男（株式会社リュリュ）

レポート編集デザイン

三宅由莉

TORREFAZIONE RIO ×
<http://ashiya-rio.jp>

 **undesign**
<http://undesign-salon.jimdo.com>