

NEW

STEAM

SCIENCE  
科学

ENGINEERING  
工学

MATHEMATICS  
数学

TECHNOLOGY  
技術

ARTS  
芸術・リベラルアーツ

SELECT  
選ぶ

EMOTIONAL  
感情を育む

MAKE・MORE  
MOST  
作る

S  
様々な本物の  
素材を用意

E  
「おっ！  
なんかいいね！」  
を発見する

M  
もっと考えて  
最高を作る

THINK  
考える

T  
素材・色・形を  
組み立て創造する

A  
見た目の美しさ  
心で感じる美しさ

MEBUKI LAB

# 種は、どこで芽吹くのか。

——新 STEAM 教育とデザインの力

「本物の素材と触れ合うことで生まれる種—————

—————感性教育と Design と Art。」

## 目次

序章 光は、価値を見つける

### 【第一部 理論編】

第1章 STEAM 教育の「A」はなぜ日本で機能しないのか

第2章 感性と非認知能力——偏差値では測れないもの

第3章 デザイン思考という「右脳の言語」

### 【第二部 実践編】

第4章 同じ教室に、違う宇宙がある

第5章 感性の芽が動く瞬間

第6章 種は、どこで芽吹くのか

### 【第三部 設計編】

第7章 MEBUKI フレームワークの全貌

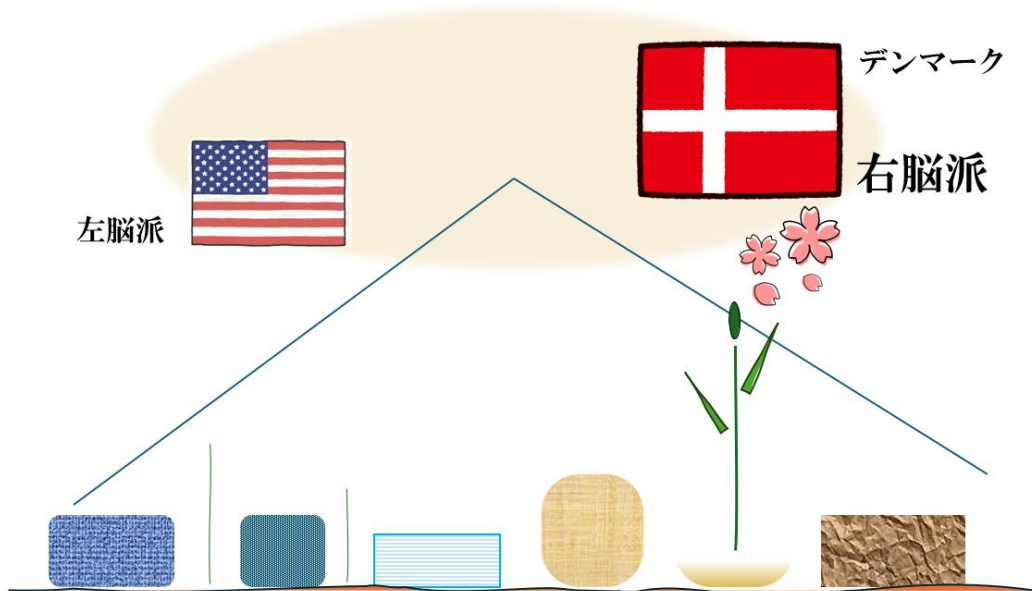
第8章 芽吹いた先の景色

第9章 新 STEAM 教育を社会に根付かせる

第10章 企業・地域・家庭が連携する創造のコミュニティ

終章 種が社会に根付く日

## はじめに



デジタル教育という言葉を知ったのは2021年の夏。当時息子が小学6年生の時。夏休み前に学校からもらってきたチラシにはこんなことが書かれていました。

「これからはデジタルの時代、プログラムの作成も授業に入ります。学習センターでプログラミング教室やります」と。その頃、世の中はコロナの最中で緊急事態宣言が発動していた時期でした。学校ではリモート授業が急ピッチで進められ、導入が徐々に進められていましたが、まだまだ画質も音も悪い状態です。こんな状況では……。学校のインフラはまだまだ整っていない。これからもっともっと進むだろう。そう感じプログラミング教室に息子を誘いました。今思えば、プログラム教室と言ってもマウスで動く絵をクリックしたり、移動したりする程度であり、今の時代なら幼稚園児でも出来るお遊びの体験会のような感じだったことを覚えています。ですが、もらった複数の資料にはアメリカ発の「STEM教育」の云々が書かれてあり、同時にデンマークの教育制度の紹介もありました。デンマークの教育制度は非競争と主体性を重視すると書かれています。アメリカとはまるで違う。幸福度を重んじ人と比較しない文化が根付いています。僕は照明の仕事を通じてずいぶん前からデンマークの意匠照明器具「ルイスポールセン PH-5」のことは知っていた。同時にデンマークの文化には「ヒュッグ」という心地よさを表す言葉があることも知識として知っていました。照明器具の明るさを補填するように、ろうそくは日常的に使われ、スーパーのレジ前には大量のろうそくが今も売られているらしいです。デンマー

クはどちらかという右脳寄りの文化。僕はデンマークの文化に共感しました。しかし、日本の教育システムはアメリカの「STEM教育」を取り入れる方針です。

「STEM教育」は課題解決能力や論理思考を養う教育手法。昨今ITやAIの時代になり、ますますデジタル社会を無視することが出来ない世の中では左脳よりの「STEM教育」の方が馴染むのかも知れません。更に、日本は評価制度が今も根強く、比較する文化であることは否めません。さらに、「STEM教育」の中にA「Art」が入り、論理思考の理数系にも柔軟な考えを取り入れた「STEAM教育」を、文科省が推奨している事実と直面します。

僕は照明設計を通じてデザインの世界で仕事をしています。どちらかというデザインは主観的な立ち位置で右脳派が多い傾向にある業界です。右脳派集団はSTEAM教育とは逆の視点です。

数年前、デザインに携わる協会活動で、子供たちにデザインを伝えるボランティア活動に参加しました。この活動はsoda活動といい、未来の子供たちのデザインの種を蒔き、デザインの意識を高める活動です。Sodaとは、seeds of design awardの略。デザインの種に賞を与えよう。という取り組み。活動の基本的な考え方は「デザインは教えるのではなく、伝える」というスタンスで子供たちと接します。子供たちの自由な発想から将来実社会に出た時に自分の得意を即戦力に役に立つ「武器」にする。これをデザインというフィルターを通して発見する授業のイメージです。

そこには論理思考は存在しません。あるのは「自由な発想」です。そして、このsoda活動にはもう一つとても素晴らしい仕掛けがあります。それは、「素材」。協会には250を超える協賛企業が在籍しその中の企業から出る端材や廃材を使えること。廃材と言ってもまだまだ使える本物の素材です。ホテルや高級レストランで使う素材が沢山使えます。これを自由な発想で形にします。論理思考は必要ありません。しかし、文科省は「STEAM教育」を推奨。そこで考えたのがSTEAMにデザインやアートの視点で新しく意味を持たせたらどうかと。それが「新」STEAM教育です。

---

まず、従来のSTEAM教育を見ていきます。

Sは**Science**（科学）：理科的知識、法則の理解

Tは**Technology**（技術）：ITスキル、プログラミング

Eは**Engineering**（工学）：ものづくり、ロボット製作

A は Arts (芸術・リベラルアーツ)：感性、創造性、デザイン思考、文化

M は Mathematics (数学)：数理的思考力

A を除くと完全に左脳型の教育プログラムです。

これに対して、「新」STEAM 教育は、右脳型の教育プログラムです。

S は Select 様々な素材を選ぶ。様々な本物の素材を用意。

T は Think 考える。素材・色・形を組み立て創造する。

E は emotional 感情を育む。「おっ！なんかいいね！」を発見する。

A は Art。とりあえずそのまま置きます。後で説明します。

M は M(Make・More・Most)作る。もっと考えて、最高を作る。

こんな風に置き替えてみました。

これって、全ての子供たちに当てはまるのではないかと。工作は苦手でも選ぶのは得意な子供たちもいます。工作も選ぶのも得意じゃないけどあれこれ考えるのが得意な子供たちもいます。もくもくと作り続けるのが好きな子供たちも。みんな個性があります。これを論理的思考で型にはめるべきではない。そんなことを考えてながら、ふと思いついたことが soda の seeds の種。種は蒔いているが、芽はどこに出ているのか？という疑問。もしかしたら芽が出ていないのではないかと。

種は、どこで芽吹くのか？ この本のタイトルであるこの芽吹くに注目し、芽吹くことを軸に色々と考えていた時、新 STEAM 教育と同じように MEBUKI にも意味をもたせました。

M = MATERIAL (素材に触れる) 本物の素材から、感性が芽吹く。

E = EMOTIONAL (感じる力) 感情が動く瞬間が、芽を育てる。

B = BEAUTY (美を探求する) 美的センスは、探求の中で芽吹く。

U = UNIQUE (自分らしさ) その子らしさが、芽吹く環境。

K = KEEP TRYING (挑戦し続ける) 挑戦する力が、成長を芽吹かせる。

I = IMAGINE & INTEGRATE (想像×統合) デザイン思考を芽吹かせる。

一人ひとりの中にある個々の感性の種を大切に育て、花開かせる。それが、めぶき Art Design Academy。

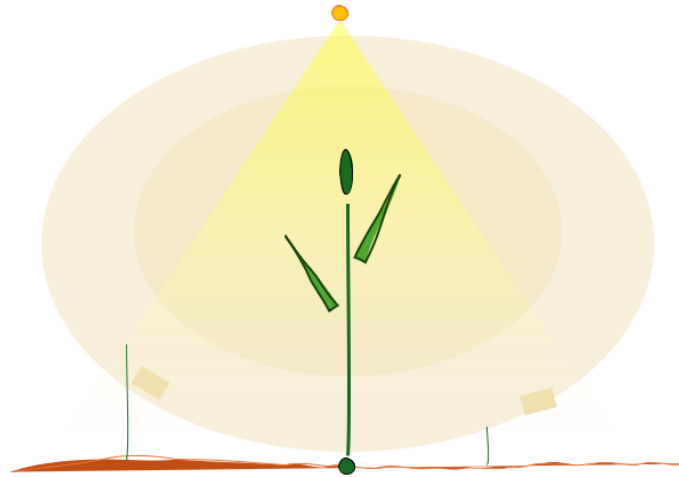
さて、これから始まる物語は、MEBUKIの種に肥料を与えたり光をあてたりしながら種を芽吹かせる旅です。芽吹かせるにはどんな方法があるのだろうか。どんな場所なのだろうか。どんな光をあてると良いのだろうか。

様々な視点と角度で考えてみました。あなたなら、どんな芽吹かせ方が良いのか一緒に考えてください。そして、答えを共有してください。正解は一つではありません。それぞれの空間にあった最良の答えがきっとあるはずです。

さて、めぶき Art Design Academyの子供たちが作った作品に、白色と電球色の2色の光を用意し、どちらが好みかをいつも問います。正解はないですから意見も分かれます。それでいいのです。感性を育む教育ですから。面白いですよ。様々な答えが飛び交います。「きれいだから」という子もいれば、「売れそうだから」というはっきりとした意見を言える子もいます。「なんとなく・・・」という答えが出ない子もいます。「出来た作品に違う色の光を当てるとこんなにも見え方が違うんだ」このことに気づいてもらうのがめぶきの目指すところです。

それでは、僕の専門分野の光の話から始めよう。光が空間の価値を変えるように、感性を刺激する光を当てることで、子どもたちの中に眠っていた才能が、静かに芽吹きはじめる様子を想像しながら、読み進めてください。

## 序章



# 光は、価値を見つける

はじめまして。僕は光の専門家。光を使って様々な空間を創る仕事をしています。空間にある素材に光をあて、その場の空気感が光を当てることで変わる照明設計を長年続けてきました。建築設計士の方々やインテリアデザイナーの方々と一緒に。

光をどの角度から当てるか。光の色温度は何ケルビンにするか。光が出る量はどこまで広げるのか、絞るか。そうした細かな判断の積み重ねを設計することで、空間の「見え方」や「感じ方」を決定的に変えることができます。そんな仕事をしています。

美味しい料理を出す素敵なお店なのに、白く弱い照明のせいでどこか陰気な雰囲気になっているととてもかわいい外観のレストラン。きれいな花を売っているのに、照明の色が合わず生花がくすんで見えてしまうお花屋さん。素晴らしいアート作品なのに、20年以上前の古い蛍光灯照明が当たったままの個展ギャラリー。

そういう場所を見るたびに、僕はいつも思っていました。

**ほんの少し、光を変えるだけで——。**

光の当て方が合っていないだけで、そのものが本来持っている魅力が、まるで存在しないかのように見えてしまいます。逆に言えば、正しく光を当てさえすれば、どんなものでも驚くほど輝きを増します。これが、26年間この仕事を続けてきた僕の、ゆるぎない確信です。

Soda 活動をしていたある日、ふと気づきました。もしかして、光は作品にあてるだけの話だけではないのではないかと。もしかすると、子供たちの気持ちを動かすことができるのではないかと——。光は照明の光ではなく心に灯る光もあると言うことを。

---

## 小学5年生、63名との出会い

2023年11月、東京都葛飾区の宝木塚小学校。

僕はその日、soda 活動に初めて参加しました。5年生63名、12グループの子どもたちを前に、僕は「仮想店舗をデザインする」という授業の補助講師として立っていました。

廊下に並べられた素材を見た瞬間、子どもたちの目が変わりました。

タイル、本物の木材、壁紙のサンプル、小さなタイル片、布、金属、アクリル……。普段の授業では絶対に触れることのない「本物の素材」が、廊下いっぱいに広がっています。

「これ、なに？」「触っていいの？」「なんか、ザラザラしてる！」

さっきまで半信半疑の顔をしていた子どもたちが、素材を手にとった瞬間からキラキラしはじめました。目の奥が、明らかに変わった瞬間でした。

僕はその光景を見て、四半世紀以上ずっと光の仕事をしてきた人間として直感的に感じました。

## 物理的な光ではなく「感じる光が当たった瞬間」

光は明るくするだけの道具ではなく「心に響く光の当て方もある」。

子どもたちは、それぞれ素晴らしい感性を持っています。でも、その感性に光が当たる機会が、あまりにも多くありません。学校の授業では、どうしても「正解」を教えることが優先されます。「上手い・下手」で評価されます。決められた手順で、決められた答えに向かって進みます。

公平性や評価の仕組みの中でありとあらゆるものが判断され、偏差値は相対的な学力レベルを数値化しています。主に志望校選びに使われていますから誰もが馴染みのある評価基準でしょう。

それは決して悪いことではありません。世の中が偏差値を評価基準にしているのですか

ら。でも、感性というものは、論理思考や偏差値だけで測ることができません。個々の中にある独自の捉え方や感じ方があります。これを「非認知能力」として徐々に注目されています。

感性は、本物に触れた瞬間に揺れ動きます。僕はこれを「なんか、いいね。」という言葉で表現しています。はじめは本人もすぐにはわからないけれど、誰もがどこかで感じる感覚と思っています。この感覚は必ず芽生えます。そしてその芽は、自分以外の他人に「いいね」と気づいてもらえたときに、初めて育ちはじめます。友達同士の会話で「良いじゃん、それ!」「おおお!」と歓声を聞いたとき、思いました。その子の芽が育ちはじめていると。

子供たちに「楽しかった?」と聞くと、「楽しかったです。」と即答で返ってきます。

その日の授業が終わって、僕は確信しました。

**この活動には、続きが必要だ。と。**

**「もっとやりたかった」という声**

Soda 活動は約 20 年にわたり、延べ 1 万人以上の子どもたちにデザインの種をまいてきました。僕自身も、10 回以上の出前授業に参加し、1000 名を超える子どもたちと向き合いました。

葛飾区、杉並区、流山市、山形県、広島県——場所が変わっても、毎回必ず同じことが起こります。

授業が終わると、子どもたちがこう言います。

「もっとやりたかった」「時間が足りなかった」と。

名残惜しい気持ちを残したまま終了時間を迎えます。

続きが出来る場所を作ることは出来ないものか？ 続きが出来る扉を開けたらどんな世界が広がっているのだろう。感性がいっぱい詰まった扉を開きたい子どもたちは確かにいます。「論理思考」ではなく「デザイン思考」で。STEAM 教育ではなく、「**新**」STEAM 教育の**デザイン思考**で。

soda の出前授業は一日限り。次はありません。種はまかれています。芽吹いたのかどうかを確認する術がありません。だから、芽吹く場所を作ろうと思いました。

子どもの感性に、光を当て続ける場所。本物の光も、心に響く光も。

一日で終わらない、継続的な場所。「上手い・下手」ではなく「目が輝いたかどうか」を見ることができる場所。講師はデザイナーやアーティストでなくてもいい。そっと隣にいて、少しだけ空間やデザインに興味があればそれでいい。子供たちに寄り添った質問をするだけでいい。続きは子どもたちが考えて答えを探すだろう。

アートデザインアカデミー「めぶき」は、そうして生まれました。

---

## この本が問いかけること

本書は、教育書であると同時に、一人の実践者の記録でもあります。

文部科学省が推進する STEAM 教育は、Science・Technology・Engineering・Art・Mathematics——その中で、最も実践が遅れているのが「A」。すなわち Art は、捉え方によっては考え方が少しでも違うと大きな振れ幅につながります。創造性、感性、デザイン思考。これらは「教える」ことがとても難しい領域です。しかも、STEAM 教育の教育現場では左脳派の論理思考の先生が多いので「答えがないのが正解だ！」なんてことはありえない世界の方々が沢山います。だから、後回しにされてきました。さらに、僕は声を大きくして言いたいです。「先生に必要なのは「教える」技術ではなく、「伝える」技術だ。——つまり伝え方などだと。現在の STEAM の Art の領域は教えてもいないし当然伝えてもいません。ぽっかりと穴が開いている状態だと感じています。

僕はこの本で、その問いに正面からぶつかり答えを見つけたい。そう思っています。

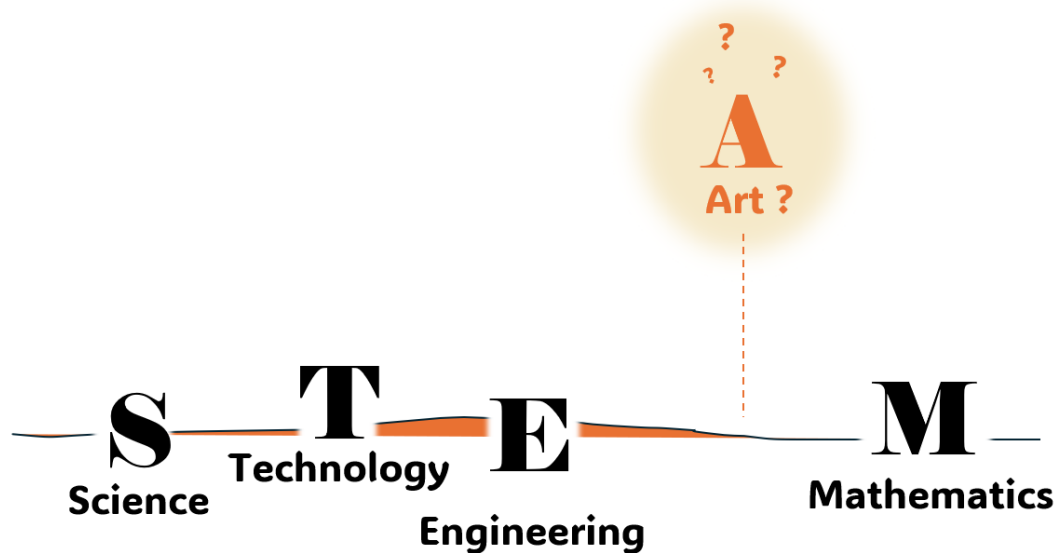
感性は数学の様に教えられないかもしれませんが、**伝え育てることはできる**。本物の素材に触れ、感情が動く瞬間を作り、「それ、いいね」と言葉にして返す。その繰り返しの中で、子どもたちの中に眠っていた感性の種が、静かにそして確実に育ち芽吹いていきます。そのきっかけを素材と光を使って伝えます。そして気づいてもらおうと思っています。

Soda 活動で蒔いた種は、今どこで芽吹いているのか。めぶきで芽吹いた感性は、中学・高校・そして社会に出た後、どう根付いていくのか。

その問いを携えて、本書を読み進めていただければ幸いです。

**光は、必ず価値を見つけます。子どもの感性にも、同じことが言えます。**

## 【第一部 理論編】



### 第1章 STEAM教育の「A」はなぜ日本で機能しないのか

「A」だけが浮いている

文部科学省がSTEAM教育を推進し始めてから、すでに数年が経ちます。学校現場ではプログラミング教育が必修化され、理数系の教科横断的な学びが少しずつ広がっています。しかし、現場の教師たちに率直に聞いてみると、ほぼ必ず同じ答えが返ってきます。

「Aのところだけよくわからなくて！」

STEAM——Science（科学）・Technology（技術）・Engineering（工学）・Art（芸術）・Mathematics（数学）——のうち、S・T・E・Mには明確な「教え方」があります。正解があり、手順があり、評価基準があります。ところが「A」だけが違う。何を教えればいいのか。どう評価すればいいのか。そもそも「A」とは何なのか。

答えが出ないまま、「A」は後回しにされてきました。

これが、日本のSTEAM教育が抱える問題のひとつです。

「A」の定義が曖昧なまま広がってしまった。

そもそも「A」とは何を指すのか。ここに根本的な問題があると考えます。

STEAM教育を最初に提唱したジョー・ヤックマンは、「A」をFine Arts（美術・芸術）に限定せず、Liberal Arts——人文社会科学全般、哲学、倫理、文化、経済——を含む広い概念として定義しました。つまり「A」は「絵を描く」ことでも「音楽を演奏する」ことでもなく、人間として世界をどう捉え、どう意味づけるかという営みそのものでした。

文部科学省もこの広い定義を採用しています。「芸術、文化、生活、経済、法律、政治、倫理等を含めた広い範囲でAを定義する」と明記しています。

ところが実際の教育現場では、「A」は美術の授業や図工の時間と混同されることが多い。あるいは「創造性を育む」という抽象的な目標だけが掲げられ、具体的な実践に落とし込まれないまま宙に浮いている。これが現状です。

広すぎる定義が、かえって「A」を掴みどころのないものにしてしまっているのでしょう。

### 「教える」ことができないから、後回しにされます

もう一つの理由は、評価の問題です。

学校教育は本質的に「評価する」システムの上に成り立っています。テスト、通知表、偏差値——あらゆる学びは何らかの形で数値化され、比較され、序列化されます。S・T・E・Mはこのシステムと親和性が高い。計算が正しいか間違いかは明確だし、プログラムが動くかどうかとも明確です。

しかし感性は、正しいか間違いかで測れません。

「この絵は感性が70点」とは誰も言えません。「この子の創造性の偏差値は55」とも言えません。もし感性に評価基準を設けたら数値に変換した瞬間に本質を失う。だから評価できません。評価できないから教えるににくい。教えるににくいから後回しになります。

これは教師の怠慢ではありません。システムの問題です。

東京大学大学院の山内裕平教授は、この問題をさらに深く掘り下げています。教師に必要なのは「教える」技術ではなく「伝える」技術だと。論理的な正解を与えることではなく、学ぶ者の感性を刺激し、自ら気づく瞬間を作り出すことだと。

この視点は、僕がsoda活動を通じて現場で感じてきたことと、完全に一致します。

「感性」と「テクノロジー」 どちらが出発点としてじっくりとくるか？

もうひとりの有識者中島さち子氏——この方も日本の STEAM 教育をリードする方です。「A」に関しては少し違う視点で捉えています。二人の見解を整理すると、興味深い共通点が見えてきました。

山内教授は「アートとは、科学技術が誰のために、どのようにあるべきかを問い直す手段だ」と説く。中島氏は、世界を見る新しい視点を生み出すことがアートの本質であり、「誰もがクリエイターになれる」と主張します。アプローチは異なるが、二人に共通しているのは、**感性や創造性の重要性を強調している**という点です。

その主張には、深く同意します。

しかし、一点だけ違和感があります。

両氏の実践の根底には、プログラミングやロボティクス、デジタルテクノロジーが土台として存在しています。山内教授のワークショップでは micro:bit やモーターが使われます。中島氏の実践ではゲームを「作る側」になることが強調されます。感性を語りながら、その出発点はデジタルの世界です。

これは STEAM 教育の主流が、あくまでも**左脳的な論理思考の延長線上に「A」を置いている**ことを示しています。「感性も大事だ」という言葉は本物だとしても、実際の設計は「技術ありき」なのです。

ここに、僕たちの素材を使ったデザイン思考のリアルな実践現場との決定的な違いです。

僕たちの活動では、テクノロジーもデジタルも使いません。使うのは、本物の素材だけです。最近ではロゴやイメージキャラクターを AI で作る子供たちも増えてきましたが、そこは演出の一部であり、時代背景からすると共存する方法を見出さなければならないと考えます。

壁紙の手触り、木材の温もり、タイルの重さ、アクリルの透明感。机いっぱいに広げられた素材を手にした瞬間、子どもたちの目が変わる—— その瞬間は、どんなデジタルデバイスでも再現できません。画面の前ではなく、素材の前で起きる。指先が感じた「なんか、いいね。」が、全ての出発点になります。

これは単なる手法の違いではありません。「**感性の出発点**」が**根本から違う**。

そしてここで、もう一つ重要なことがあります。 それは、

本物の素材には、それを開発し製造し販売している企業が存在します。ここで使う素材は、企業から提供された端材や廃材。ホテルや高級レストランで実際に使われている本物の素材が、子どもたちの手に渡ります。

これはめぶきと社会が、素材を通じて**直接つながっている**ということです。

山内教授や中島氏が語る STEAM 教育では、子どもたちはテクノロジーを通じて社会と接続します。しかしめぶきでは、子どもたちは**本物の素材を通じて社会と接続する構図**。その素材の向こうには、設計者がいて、職人がいて、企業がいます。素材に触れることは、その全ての人の仕事に触れることでもあります。

感性教育の出発点を「テクノロジー」に置くか「本物の素材」に置くか。この違いが、めぶきの「A」を定義する核心です。

そこで、めぶきは「A」を機能させるためには3つの条件が必要と考えました。

### 「A」を機能させる3つの条件

#### 第一に、「本物」との接触。

教科書に載った芸術の写真を見ることと、本物の素材に触れることは、まったく別の体験です。机の上に並んだ素材を手にした瞬間に目が変わる——あの反応は、「本物」にしか起こせません。素材の質感に触れることで、五感を通じて入ってくる情報が脳に伝わる。これはデジタルの画面越しでは絶対にわかりません。論理の回路を飛び越えて感性に直接届く。これこそがアナログの醍醐味です。

「A」は、本物なしには始まりません。

#### 第二に、「正解のない問い」の設定。

山内教授が設計したワークショップでは、学習者はまず目隠しをした状態で触覚だけで相手とコミュニケーションを取ることを試みる。そこには正解がありません。ただ「感じる」ことと「試みる」ことしかできません。と事例紹介がありました。

この「正解のない状態」こそが、感性を動かします。正解を探している間は、感性は眠ったままです。「なんとなくいい」「なんかしっくりこない」という言葉にならない感覚が動き始めたとき、はじめて「A」の学びが起動します。

僕はこれを「なんか、いいね。」と呼んでいます。この一言が生まれた瞬間に、感性の芽が動き始めているのです。

### 第三に、「気づきを言葉にする他者」の存在。

感性は、一人では育ちにくいと考えています。子どもの作品を見て「今、目が変わったね」と気づいてくれる大人や仲間がいること。「それ、どうしてそうしたの？」と問いかけてくれる人がいること。感性の動きを言語化するプロセスを、一緒にたどってくれる存在が必要です。

学校の教師が一人で40人の子どもの感性に向き合うことには、構造的に限界があります。だからこそ、soda活動のようにプロのデザイナーが直接子どもたちと関わる場の意味があるのです。子供たち一人ひとりに確実に渡した未来の「種」。そこには「あなたの得意は〇〇だね」と伝える言葉があることで、そうか。気が付くこともあります。または、一緒の場所にいる仲間から「この色使い、いいね。」と言われたことで気が付くこともあります。

### めぶきが目指す「A」の実装

両者の論考の結論は明快です。「A」の真の役割は、感性に基づいた創造を刺激することにある。という視点。

これはまさに、めぶき Art Design Academy が目指す視点と重なります。

「本物の素材」と「正解のない問い」と「プロの眼差し」「仲間からの感想」を、複合的な形で子どもたちに届けたその先には「なんか、いいね。」という感性の動きが芽生え、それを積み重ねの中で育てていくことこそがめぶきが目指す「A」の実装です。

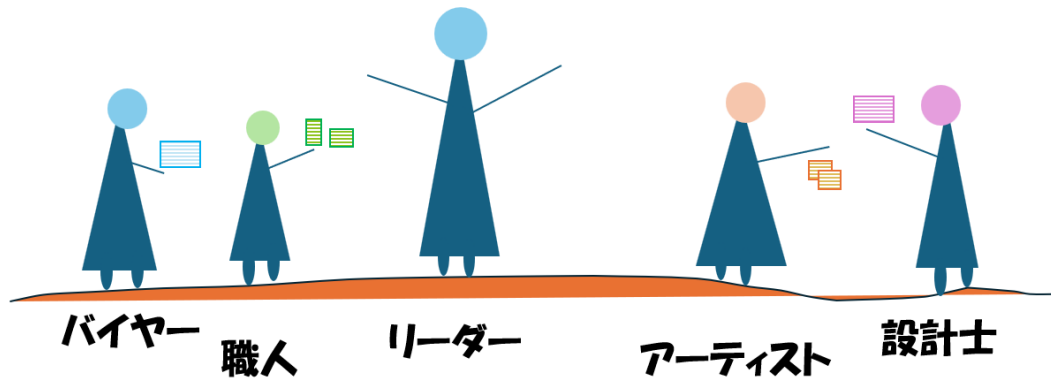
### MEBUKIの6つの要素

Material（素材に触れる）・Emotional（感じる力）・Beauty（美を探求する）・Unique（自分らしさ）・Keep Trying（挑戦し続ける）・Imagine & Integrate（想像×統合）——は、山内教授が「Aの統合の正当化論理」と呼んだものを、小学生の現場に落とし込んだ実践的なフレームワークであると言えるのかもしれませんが。

「A」が日本で機能しない理由は、定義が曖昧だからでも、教師の力不足だからでもありません。「A」が育つための条件——— 本物との接触、正解のない問い、気づきを共にする他者が、学校の構造の中に用意されていないからです。

その「条件」を整える場所を作ること。それが、めぶきの使命を考えます。

## 第2章 感性と非認知能力——偏差値では測れないもの



「この子は何が得意なんだろう」

親御さんと話していると、ある言葉に何度も出会う。

「うちの子、好きなことが見つからなくて」「何が得意なのか、さっぱりわからなくて」  
「勉強は普通なんですけど、それ以外に何かあるのかどうか……」

言葉は違っても、根っこにある不安は同じです。偏差値という物差しでは測れない、我が子の「何か」が見えません。そのことへの、切実な焦りがあります。

この不安は、親御さんの過剰反応でも杞憂でもありません。むしろ、今の時代を正直に生きている証拠だと思います。なぜなら、偏差値が通用していた時代は、静かに終わりつつあるからです。

AIが論理的な処理を代替し、正解のある問いはますます機械の領分になっていきます。そんな時代に子どもを育てる親御さんが「偏差値以外の何か」を求めているのは、本能的に正しいと思います。

問題は、その「何か」にはっきりとした名前がついていないこと。

その「何か」に、今、**非認知能力**という言葉をあてはめてひろがりつつあります。

## 非認知能力とは何か

非認知能力という言葉が教育の世界で注目されるようになったのは、ノーベル経済学賞を受賞したジェームズ・ヘックマンの研究がきっかけ。彼は幼児期の教育への投資が、その後の人生にどれほど大きな影響を与えるかを長期追跡調査で証明しました。そして、その影響を媒介していたのが、学力テストでは測れない能力——やり抜く力、自制心、好奇心、協調性、自己肯定感——だったことを明らかにしました。

これらをまとめて「非認知能力」と呼びます。

認知能力（IQ や学力テストで測れるもの）に対して、数値化しにくい能力全般を指すとでも都合の良い便利な言葉です。文部科学省も近年この概念を重視し、学習指導要領の改訂でも「生きる力」「主体的に学ぶ態度」としてこの非認知能力を推奨し取り込んでいます。

しかし、ここで正直に言わなければならないことがあります。

非認知能力という言葉が一般化しても、それを「どうやって育てるか」は、まだ十分に答えが出ていません。「褒めて育てよう」「失敗を経験させよう」「自己肯定感を高めよう」——正しいことを言っているが、どこか抽象的です。現場の手応えが伴っていません。

学校教育の外側を見てみましょう。民間企業でも STEAM 教育を前面に出し、学童機能と併用した遊びと学びを探求した次世代型教室もすでにあります。しかし、その中身は、算数脳、プログラミング、ロボテック、サイエンスと「アート」が入っていない教室が多い傾向。ここでも「教室＝教える」という固定概念がそうさせているのか？ あるいは、「A」が曖昧過ぎて取り扱えない事情があるのか？ いずれにしても「A」に対して正面から向き合うことは予想以上に難しいのかも知れません。

学校への出張授業を通じ沢山の子供たちに触れあったことで感じた僕なりの見え方があります。デザインと創作アートが融合した制作体験は「教える」のではなく「伝える」ことだと思います。そして、非認知能力は、「育てる」ものではなく、「芽吹く」ものだ、と。

---

## 感性が動いた瞬間に、非認知能力は育ちはじめます

流山市向小金小学校での授業のことを思い出します。

僕が担当した班は5人組でした。女子2人、男子3人。最初はなかなかまとまりがありませんでした。何もしゃべらない女の子がいました。その子に多くの時間を費やすうちに、

全体の進みが遅れました。

しかし気づいたことがあります。しゃべらないその子は、細かい作業をもくもくとこなしていることに。誰よりも丁寧に、誰よりも集中して。

別の男の子は、材料探しが楽しいらしく廊下と教室を行ったり来たり。もうこれは立派な素材探しのバイヤーさんです。もう一人は素材の並べ方や置き方に1時間以上こだわり続けました。アーティストです。リーダー格の女の子は全体をまとめ、もう一人の男の子は空間のレイアウトを考えることに没頭していました。女の子はマネージャーの素質があり、男の子は設計士です。

5人が5人、まったく違う「得意」を持っていました。

これは偶然ではありません。毎回の授業で同じことが起きる。正解のない問いの前に立ったとき、子どもたちは自然と自分の「好奇心」で動きはじめます。誰かに「あなたはこれをやりなさい」と言われたわけではありません。素材を前にして、感性が動いた方向に、自然に手が伸びていきます。これが後に「得意」となる原石になることを子供たちはまだ知りません。

**感性が動いた瞬間に、その子の非認知能力が姿を現します。**

やり抜く力は「もくもくとこなし続ける子」に見えました。好奇心は「廊下と教室を行き来する子」に見えました。協調性は「全体をまとめようとする子」に見えました。創造性は「並べ方にこだわり続ける子」に見えました。

これらは教えて育てたものではありません。素材という「本物」の前で、感性が動いたことで、自然に引き出されたのです。だからこそ、本物の「素材」が必要なのです。

---

## 偏差値という物差しの「外側」にあるもの

日本の教育システムは、長い時間をかけて精巧な「選別の仕組み」を作り上げてきました。

小学校でテストがあり、中学で内申点がつき、高校入試があり、大学入試があります。その積み重ねの中で、子どもたちは早い段階から「自分は勉強ができる子か、できない子か」というラベルを意識しはじめます。

偏差値は確かに便利な指標です。ある種の認知能力、記憶力、論理的処理能力、情報の整

理能力を数値化し、比較するのに役立ちます。

しかし偏差値が測っているのは、あくまでも「その物差しで測れるもの」だけ。

物差しの外側に、何も無いわけではありません。

工作は苦手でも、素材を選ぶセンスが抜群な子がいます。発表は苦手でも、もくもくと作り続ける集中力を持つ子がいます。答えを出すのは遅くても、誰よりも問いを深く考え続ける子がいます。そして、少し発達ゆっくりさんの子であっても、勉強の進みはゆっくりでも、自分の作った作品を誰よりも的確に、誰よりも積極的に伝えることが出来る極めて高い能力を発揮したケースも目の当たりにしました。

これらは偏差値という物差しには映りません。しかし社会に出たとき、これらの力こそが「その人らしさ」になり、「その人の武器」になります。

探究とは、この「物差しの外側」を自分で歩いていく力のこと。そう思います。

---

## 「探求」と「探究」——— 二つの言葉が示すもの

ここで少し言葉の話をしたいです。

「探求」と「探究」——— どちらも「たんきゅう」と読みますが、意味が違います。

「探求」は、あるものを探し求めること。答えがある問いを追いかける行為です。「真理を探求する」「解答を探求する」——— 目的地が存在する旅です。めぶきという素材選ぶ行為がそれに当てはまります。与えられたものから最適なものを選ぶ。Select は探求にあたります。

「探究」は、深く究めること。答えが存在するかどうかはわからないまま、ただ深く掘り続ける行為です。「自分を探究する」「感性を探究する」——— 目的地のない旅です。めぶきという Emotional と Think です。Emotional と Think は掛け算で相乗効果が生まれると考えています。感じながら考える。掛け算の組み合わせですから、ここはまさに元祖 STEAM の M : mathematics の数字の考えと重なります。

学校教育が得意なのは「探求」で、答えのある問いを効率よく解く力を育てます。しかし「探究」は、学校教育の最も苦手とするところです。なぜなら評価できないからです。どこまで掘り下げたかは、数値に変換できません。

めぶきが育てたいのは「探究」。

素材を前にして考え、組み立てて、壊して、また組み立て直して出来上がったものが「なんか、いいね。」と感じる。なぜいいと思ったのかを振り返る。もっと良くできないかと試みる。そして、考える。違う素材と組み合わせてみる。また感じる。また考える。視点を変え、角度を変え、高さを変える。この繰り返しが「探究」です。答えを探しているのではなく、感性の向かう先を、自分で掘り下げていきます。

これは、生涯を通じて使える力です。

何にでも応用できます。生きていくうえで全てのものに共通します。

---

### 「自分らしさ」は教えられません

非認知能力の話をお母さんにすると、よくこう聞かれます。「どうすれば非認知能力が高い子になりますか？」

答えに詰まる。なぜなら、非認知能力は「高める」ものではなく、「発揮される」ものだからです。

自分の意思で行動でき、何かに夢中になれる力を育むことがひとつのゴール設定。それには沢山の色々な物に触れ感じる。そしてその体験や経験をしたからこそわかるものが必ずあります。

プログラム講座に通わせれば「やり抜く力」が育つわけでも、褒め方を変えれば「自己肯定感」が上がるわけでもありません。

その子の感性が動いた瞬間に、その子固有の力が現れます。現れた力に「それ、いいね」と誰かが気づく。気づかれた経験が積み重なって、はじめてその子は「自分はこれが得意かもしれない」と思い始めます。「好奇心」が「得意」に変わる瞬間がここで初めて現れます。この積み重ねの先に「自分らしさ」があります。

自分らしさは、教わることもできません。誰かに与えることもできません。ただし、**芽吹く条件を整えることはできると考えます。**

めぶきのMEBUKIフレームワーク—— Material・Emotional・Beauty・Unique・Keep Trying・Imagine & Integrate——は、この「芽吹く条件」を6つの要素で整理したものです。素材に触れ(M)、感情が動き(E)、美を探求し(B)、自分らしさが現れ(U)、挑戦し続け(K)、想像と統合が起きる(I)—— この循環の中で、その子だけの感性が育っていきます。

偏差値を位置づけるとすれば、この循環の外側にあるのがあるべき位置付けなのかも知れません。

偏差値で測れないものを育てるためには、偏差値とは異なる物差しが必要です。その物差しを「感性」と呼び、その育ち方を「芽吹き」と呼び、それがめぶきの名前の由来であり、この教室が存在する大きな理由です。世の中にある〇〇教室の「教」は教えるですから、探求室にあたります。めぶきの場合究める場所なので探究室若しくは「LAB」の表現がよいのかも知れないですね。

---

### 感性は「才能」ではなく“経験の積み重ね”

感性は生まれつきのセンスではなく、

- どんな環境で育ったか
- どんな体験をしたか
- どんな人と関わったか
- そこで何を感じ、どう思ったか

によって育つ“後天的な力”だ。と思っています。

「感性や非認知能力の重要性は、子育ての場面だけではありません。職場で若者と関わる人ほど、『数字では測れない力』の重要性を肌で感じていると思います。」

「この子は何が得意なんだろう」この問いは、学力テストでは見えない“その子の未来の伸びしろ”を探す行為でもあります。

- **好奇心**（知らないことにワクワクする）
- **粘り強さ**（うまくいかなくても続ける）
- **協調性**（人と関わる力）
- **創造性**（新しい発想を生む）
- **観察力・感性**（細部に気づく、感じ取る）
- **自己表現力**（言葉・身体・作品で伝える）

これらは、これからの長い人生生活をする上で強く求められる部分。そして、人として判断され評価される部分です。必ず誰かに見られます。

僕の専門分野の照明世界でも、光の色温度や影のニュアンスに敏感な人は、日常的に「見る」「感じる」「比べる」を繰り返しているものです。僕の場合、いつも心がけている

ルーチンがあります。それが「一問一答ゲーム」です。

## 感性を磨く、一問一答ゲーム

これは、僕のルーチンでもあるが、今になると「癖」であり、自動化した当たり前のこと。参考事例として受け止めてください。

日常生活を営む上で、一步家の外に出かけると様々なものが目に入る。意識的に思わなければ目に入ったものは勝手に脳に記憶されることも少なからずあるとしても、そのほとんどは忘れ去られてしまいます。そこで、始めたのが「一問一答ゲーム」もう20年以上続けています。このゲームのルールは簡単です。相手はいません。自分一人でやるゲームです。例えば、久しぶりに会った友人との食事。手軽なビストロに入ったら、まず目に映る範囲の画角でこう問う。

「照明を一か所だけ変えたとしたらどこをどう変えるか？」

照明を足す場合もあれば引く場合もあります。

例えば、入り口付近の壁にかかっている一輪挿しに焦点をあてたとします。

おそらくこの店の従業員の誰かが気を使いお花を替えているのでしょう。しかし、その一輪挿しには光が当たっていません。光が当たってなくても何も問題ないし、店内は明るいので一輪挿しはきれいに見えます。この一輪挿しを演出するにはどんな光を当てると良いのか？明るさの基準となるベース照明の明るさを絞り一輪挿しに向けたやや強い光を当てるともっとこの空間が素敵に見えて、来店者の良い記憶として残すことが出来るのかもしれない。一輪挿し専用の小さな照明を取り付け、店内の明るさを少し落とそう。

これが僕が出した一問一答ゲームの答えです。

目に入った一瞬だけ心の中で答えを出します。いつもこれを繰り返します。何千回も何万回もやっていると思います。誰にも迷惑をかけない自分一人で出来る遊びです。

感性とは、こんな些細な日常の習慣の中でも磨かれるものです。特別な才能も、高価な道具も必要ありません。ただ、目の前のものに『問い』を立てる癖をつけるだけでいい。

この『問いを立てる癖』こそが、デザイン思考の入口と考えています。感性で感じたことを、思考の道具に変えていく――。その方法論を、次の章で語りたいと思います。

### 第3章 ——デザイン思考という「右脳の言語」



感性が育つ条件は整いました。非認知能力が「芽吹く」メカニズムも見えてきました。

では、「センスがいい人」ってどんな人？

「あの人、センスがいいよね」という言葉をよく耳にします。

しかしよく考えると、「センス」とは何を指しているのでしょうか。生まれつきの才能なのか。特別な訓練を受けた結果なのか。それとも、もっと別の何なのか？

前章で書いたように、感性は才能ではなく習慣です。では「センスがいい人」は、どんな習慣を持っているのか。

答えは意外なほどシンプルです。と僕は考えています。「感じたことを、言葉や形に変換する事が上手い人」生まれ持った才能がある人は世の中に沢山います。ですが、その才能を開花させるには何かのきっかけになる「押しボタン」があると思っています。それが、スポーツであっても、絵を描くことであっても。

センスのある人は「なんか、いいね。」で終わらせません。なぜいいと思ったのかを考えます。どこがいいのかを言葉にしようとしています。同じ「いい」でも、何が違うのかを比べます。この動作の繰り返しが、感性を思考に変え一歩進みます。

この「感性を思考に変えるプロセス」に、名前があります。

それが、**デザイン思考**。

## デザイン思考は目に見えるものではありません

デザイン思考という言葉は、ビジネスの世界で広く使われるようになりました。スタンフォード大学の d.school が体系化し、「共感・定義・発想・試作・テスト」という5つのステップとして紹介されています。企業の新商品開発や組織改革のツールとして、多くの場所で活用されています。

しかし、この文脈で語られるデザイン思考には、ある偏りがあると考えます。

**「問題を解く」ことが前提になっている。**

課題があり、解決策を考え、プロトタイプを作り、検証する。論理的で合理的なプロセスです。しかし、ここには「問題が先にある」という前提が埋め込まれています。

本来のデザイン思考は、もっと手前から始まると考えます。問題を解く前に、**問題を見つける**。問題を見つける前に、**違和感を感じる**。違和感を感じる前に、**ただ観察する**。

この「観察→違和感→問い→思考→表現」という流れこそが、デザイン思考の本質です。そしてこの流れの出発点は、論理ではなく**感性**だ。

だからデザイン思考は「右脳の言語」なのです。結果的にはどこかで誰かの役に立つこと全般を「デザイン」という一括りでまとめられている。そう感じます。

---

## 突然現れる感性。認め合う人としての共鳴

山形県山形市の第9小学校での出張授業の事です。

3年生72名、13グループ。僕が担当したグループのテーマは「魔法ミュージアム」。5人全員女子です。

最初は全員が好き勝手に話していました。誰かがキラキラした素材を持ってくれば全員が根拠もなく飛びつく。誰かが「こうしたい」と言えば別の誰かが「違う」と言う。まとまりません。進みません。

しかし、ある瞬間から変わりました。

一人の女の子が、透明なアクリル板を光にかざしました。「これ、光に当てるとキレイ」と言いました。それだけです。言葉にならない感覚を、ただ口にただけです。

その一言で、全員の目が同じ方向を向いました。「いいね、それ。」

「じゃあ入り口をこれにする」「窓もこれがいい」「床も光るようにしたい」—— どこからそのアイデアが来たのか、誰も説明するわけでもないし、説明している様子もありません。自発的に突然登場した「なんか、いい。」その共鳴が、グループを動かしました。

これが本物の素材を使ったデザイン思考のリアルな現場です。

論理でもなく、指示でもなく、**感性の共鳴が問いを生み、問いが発想を動かし、発想が手を動かします。**

「透明な素材が光を当てるとキレイに見える」——これは観察です。「だったら入り口に使えるかもしれない」——これは発想です。「やってみよう」——これが試作です。「もっとこうしたい」——これが改良です。

d.school が体系化した5つのステップが、3年生の女の子たちの会話の中で、自然発生的に起きていました。

---

## めぶき式デザイン思考の流れ

めぶき式デザイン思考には独自の流れがあります。小学校への出張授業はチームで一つの世界を作ります。それに対してめぶき式は個人に焦点をあてます。自分との対話は他人の主観が入らないからこそ独自性が研ぎ澄まされる。個性が磨かれるからこそいっそう輝きを放つ感じます。これは、デンマークの教育システムです。チームでしか見つからない発見ももちろんあります。完全マンツーマンではないので、他人の作品と比べることもできます。制作物が違えば違う視点での発見や好奇心も生まれます。それが次のステージへ移行するきっかけになることも十分に考えられます。学校のように学年で分けられることもありません。年代の違う子供たちが同じ視点で物事を考え感じる。これがめぶき式デザイン思考の概念です。

### 第一段階 触れる (Material)

まず素材を手にしめます。目で見ただけでなく、触れます。重さ、温度、質感、においまで含めて、全身で受け取る。この段階では「何かを作ろう」とは考えません。触れることで何を感じるかに集中します。

### 第二段階 揺れる (Emotional)

「なんか、いいね」が生まれる瞬間です。これは分析ではありません。感性が反応した合図です。この「揺れ」を大切に扱う。流してしまわず、立ち止まる。「なぜいいと思ったん

だろう」と自分に問います。「エモイ」という表現が日常の言葉として若い人たちに使われたのも、感情をストレートに表現がすることにモヤモヤがあり、エモイの一言で完結する。伝えることが出来る。そんな揺れ幅があるかも知れません。

### 第三段階 選ぶ (Select)

揺れた感性をもとに、素材を選ぶ。選ぶという行為は、思考です。「これよりあっちの方がいい」という判断の中に、その子の価値観が現れます。何を重視するか。何を切り捨てるか。選択の瞬間に、その子の「らしさ」が顔を出します。選ぶ行為は一生涯続きます。毎日繰り返されています。考えることなく自動的に判断することがほとんどですが、形あるものを選ぶ時の基準のベースはどこかで必ず形成されます。

### 第四段階 考える (Think)

選んだ素材をどう組み合わせるか。どんな形にするか。どんな空間を作るか。ここで論理が入ってきます。感性が感じたものを、形に変えるための思考です。この段階では「どうすればうまくいくか」という問いが生まれます。ここは元祖 STEAM 教育の左脳的な考えと共存する場面です。

### 第五段階 作る (Make・More・Most)

手を動かします。組み立っています。崩します。また組み立っています。完成させることよりも、「もっとこうできないか」と考え続けることが大切です。作りながら考え、考えながら感じ、感じながらまた作る。この往復運動が、思考を深めます。その結果、一歩進んだ景色が見えるようになります。

### 第六段階 伝える (Art)

完成した作品を前に、他人に対してプレゼンテーションをします。「なぜこうしたか」を言葉にします。この言語化のプロセスが、感性と思考をつなぐ最後の橋です。うまく説明できなくてもいい。「なんとなくこっちの方がいい気がして」という言葉の中に、その子の感性の結晶が宿ります。

---

## 「なんでそうしたの？」という問いの力

「なんでそうしたの？」は、評価ではありません。批評でもありません。ただの問いです。しかしこの問いが、子どもの思考を深める最大の道具になります。

「なんとなく」と答える子が多い。それでいい。「なんとなく」の中に感性があります。そこからさらに聞く。「なんとなくって、どんな感じ?」「他の素材と比べてどう違う?」「もし色が違ったらどうなると思う?」

問いが続くうちに、子どもの中で何かが動く。「なんとなく」が、少しずつ言葉になっていきます。同じ色合いをまとめてみた。とか、形をそろえてみた。言葉になった瞬間に、その子は自分の感性を「認識」します。認識した瞬間に、それは「自分の思考の道具」になります。

これが、デザイン思考が感性を育てる仕組みです。

感じるだけでは感性は育ちません。感じたことを問われ、言葉にしようとする経験を積み重ねることで、感性は思考と結びついていきます。

---

## 右脳と左脳は対立しません

ここまで読んで、こう思う人がいるかもしれません。「結局、論理的思考も必要なんじゃないか」と。

その通りです。否定しません。

作品を作るには、素材の物理的な特性を理解する必要があります。どう支えれば倒れないか。どんな接合方法を使うと固定できるのか。スケール感を揃えるためには大きさの比較が必要だとか。これはれっきとした論理的思考です。

しかし、出発点が違う。

論理的思考から始めると「正解のある問い」を解こうとします。感性から始めると「まだ問いになっていない何か」を探します。前者は既存の枠の中を効率よく動く力です。後者は枠そのものを問い直す力です。

AIが論理的処理を代替する時代において、価値を持つのは後者です。

右脳と左脳は対立しません。感性が右脳で受け取り、論理が左脳で整理し、また感性に戻っていきます。この往復運動こそが、めぶきが育てようとしている思考のスタイルです。

山内教授が「学びの往復運動」と呼んだものと、本質的に同じです。ただ、めぶきではその出発点を徹底して「本物の素材」に置いています。そこから感性が生まれると――。

## デザイン思考は「生き方」になる

西初石小学校での2年目の授業。全てのスケジュールが終わり片付けをしていると、男子児童が二人、僕のところに駆け寄ってきました。「先生の腰バックに付けている缶バッジ、お金払うから売ってほしい」と言う。

結構真剣でした。交渉のはじまりです。

この子たちは、好きなものを手に入れるために「価値を感じ、交渉する」という行動をとったのです。誰かに教わったわけではありません。自分なりの方法で考え勇気をもってアプローチしてきたのだと思います。

これもある意味デザイン思考の本質です。

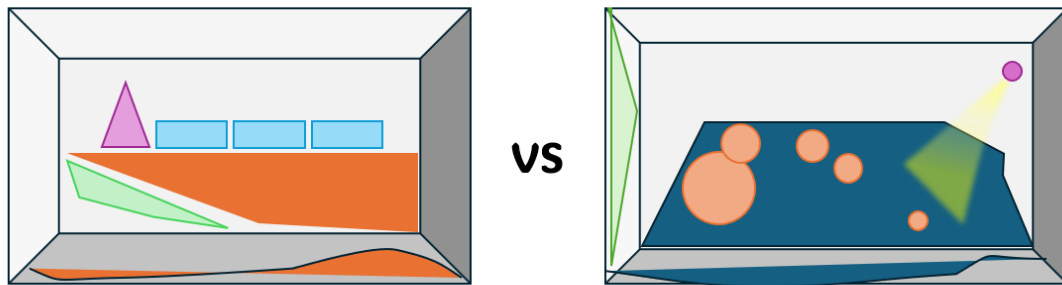
観察（先生が持っている）→問題（欲しいものが手に入らない）→発想（お金を払えば手に入るかもしれない）→実行（交渉する）。このプロセスを、小学生が自然にやっていた。

デザイン思考は、図工の時間だけのスキルではありません。**感覚を持って世界を観察し、問いを立て、試みる——この姿勢そのものが、生き方になっていきます。**

その生き方を持った子どもが社会に出たとき、何が起きるか。第4章では、デザインの出張のsoda活動がまいた種が中学・高校・社会へと根付いていく姿を、実践の記録とともに深掘りしていきます。

## 【第二部 実践編】

### 第4章 同じ教室に、違う宇宙がある



講師の眼差しが、作品を変える。「正解がない」は「答えが無数にある」ということ。

実践編に入る前に、一つ確認しておきたいことがあります。

「正解がない」という言葉が多く出てきました。しかしこの言葉は、誤解を招きやすい言葉でもあります。

「正解がない」と聞くと、「何でもありだ」「好き勝手にやればいい」と受け取る人がいます。しかし、それは違います。

正解がないということは、**答えが無数にある**ということです。

一つの素材の前に立ったとき、それをどう使うかの答えは無数にあります。床に使っても、壁に使っても、天井に使っても、間仕切りにしても、看板にしても、オブジェにしてもいい。どれも正解です。どれも間違いではありません。

だからこそ、難しい。そして、楽しい。

「好きにしていっていい」と言われた瞬間に、人は迷う。物差しがないからです。その迷いの中で、感性が動いた方向に手が伸びる。この「迷いと選択」のプロセスの中に、その子だけの思考が宿ります。但し、この「好きにしていっていい」にも注意しなければならないことがひとつあります。それは、何かのテーマを与えないと、人は固まってしまう。ということ。真っ白なキャンバスを目の前にした時、最初の一步を踏み出すに時間がかかる。そのようなイメージです。最初だけヒントを与え、そのヒントをトリガーに次へ進む小さな仕掛け

を準備するのも良いでしょう。その仕掛けを作るのは我々大人の役割です。

隣に誰かがいる。それが、手の伸び方に影響を及ぼす。そう思います。

---

### 講師の引き出しが作品の深さや質を決めます

作品に対する講師の引き出しは子どもたちにどんな影響を与えるのか？

経験の量ではありません。知識の多さでもありません。

「何を見ているか」です。

ベテランの講師は、子どもの手の動きをあまり見ていません。素材選びにもあまり口出しをしません。では、何を見ているのか？ 子どもたちを動かすことに必要なもっと手前にあるもの。

どこで手が止まったか。何に時間をかけたか。どんな時に目が輝いたか。

その時点では、まだ作品に効果は現れません。でも子どもの中には確実に拘る何かが存在しています。ベテランの講師はそれを見つけて、そこに「問い」を返します。

「それ、なんでそうしたの？」「他の形だったらどうなると思う？」「ここ、もっとこうしたらどうかな？」「どうやって組み立てる？」

問いを受けた子どもは、自分が「感じていたけど言葉にしていなかったもの」に気づく。気づいた瞬間に、作品が動き出します。

大事なことは最適と思える答えを知っていたとしても「教えない」ということです。

全く教えない。ということではありません。どうしても気づかない時には伝えながら気づくきっかけを作ることです。例えば、布と木材を固定する場面があったとします。机の上には物を固定する材料がいくつか置いてあります。セロハンテープ、両面テープ、木工用ボンド、瞬間接着剤、セメダイン。選択肢は色々あります。講師は経験上、最適な答えを知っています。でも教えません。正解をすぐに教えると作業のスピードは上がります。しかし、ダメな経験は記憶に残りません。ダメな組み合わせと一緒に正解を肌で感じてもらう。これが目的です。スポーツの世界ではこれをリカバリー能力という場合があります。成功体験の裏側には数えきれないほどの失敗があり、失敗しそうになった時の修正方法がリカバリー能力です。

子どもの行動に「問い」か「気づき」を返しているだけです。初めから正解を教えた講師

は、一人もいません。学校の授業の様に時間が決まっていれば仕方がなく途中で正解を教え、しまいには講師が手を出し組立て作業を手伝う場面もありますが、めぶぎの場合基本的には自分の力で前に進むことを目指したプログラムにしてあります。

## 子どもの「役割」は自然に生まれる

もう一つ、学校の実践の中で繰り返し目撃してきたことがあります。

チームで作業をすると、役割が自然に決まっていきます。

向小金小学校の5人組のことは第2章で書きました。バイヤー、アーティスト、設計士、職人、リーダー ――― 誰も決めていないのに、それぞれが自分の「得意」を使って動き始めました。

広島県庄原市の東城小学校でも同じことが起きました。

「昆虫食堂」を作ることになった男子4人組。クワガタはどんな味か、テントウムシも食べようか、と言いながら、一方で「壁紙はかわいいのがいい」と主張します。工作が得意な子が黙々と骨格を作り、探すのが得意な子が素材を選び、話し合いが得意な子が全体の方向を決めます。

意見のまとまりが早く、どんどん進む。

このチームに共通していたのは「仲が良い」ということです。仲が良いから、自分の意見を言えます。意見が出るから、違いが生まれます。違いが生まれるから、役割が分かれます。役割が分かれるから、それぞれの「得意」が発揮されます。

これは偶然ではありません。「正解のない問い」の前に立ったとき、人は自分の「得意」で動こうとします。それがチームの中で重なり合ったとき、自然に役割分担が生まれます。

学校という集団活動の中でしか得られないコミュニケーション能力は育むことができますが、集団生活に置いて物事を決める際、このような場面は容易に想像できます。「班長を決めよう」「発表係は誰にする」――― 役割を先に決めてから動く。役割を決めずにまず素材の前に立ってみる。動き始めて、気づいたら役割ができていた。学校でのデザイン教育の出発点はこのような考えです。

役割は決めるものではなく、感性が動いた先に自然に現れるもの。

これは、社会に出てからも変わらない原理だと思います。

---

### 「時間が足りない」の正体

学校での出張授業が終わるたびに、必ずと言っていいほど聞こえてくる言葉があります。

「時間が足りなかった」「もっとやりたかった」

最初はこれを「反省点」として受け取っていました。段取りが悪かったのか。説明に時間を取りすぎたのか。もっと効率よく進行できたのではないかと。

しかし何度も経験するうちに、気づきました。

これは反省点ではありません。**没頭の証拠**です。

時間が足りないと感じるのは、時間を忘れるほど集中していたからです。「もっとやりたかった」は、やり残した不満ではなく、もっとやれると感じている手応えです。

西初石小学校の校長先生は、2年目の授業後にこう言いました。「昨年の児童からも今年の児童からも『時間が足りなかった』という声が出た。でも作品の出来栄は、今年の方が大幅にレベルアップしていた」と。

この言葉に、大切なことが含まれています。

「時間が足りない」と言いながら、作品は良くなっていました。つまり子どもたちは、与えられた時間の中で精一杯没頭しました。その没頭の密度が、作品の質の高さを決めたということ。作品の出来栄の違いは、昨年の5年生が6年生の作った作品を見ていたということ。来年はこれが出来るかもしれないという期待が根にあったのが原因だったのかもしれない。

没頭とは、外から強制できません。やらされている子どもは没頭しません。「やりたい」という内側からの動きが、没頭を生む。そしてその「やりたい」は、感性が動いた瞬間にしか生まれません。

**没頭こそが、非認知能力が育つ瞬間**です。

「時間が足りない」という声が聞こえるたびに、僕は思う。今日も、芽が動いた、と。

講師が「見ている」もの。「評価しない」は、「見ていない」ことではない。

むしろ逆。評価しない講師は、評価する教師よりもずっと深く、子どもを「見ている」。

点数をつけるとき、人は「完成物」を見る。何ができたか、何ができなかったか。しかし、めぶきの講師たちが見ているのは、プロセスの中の「瞬間」です。

どこで手が止まったか。——その子が何に迷っているかがわかる。

何に時間をかけたか。——その子が何を大切にしているかがわかる。

どんな時に目が輝いたか。——その子の感性がどこで動くかがわかる。

これらは点数になりません。通知表に書けません。でも、その子の「才能の芽」がどこにあるかを示す、最も正直な情報です。

めぶきの教室では、この「見方」を継続的に積み重ねていきます。一日だけでは見えないものが、10回、20回と重なることで、見えてきます。

「この子は素材を選ぶとき、必ず触ってから決める」「この子は一度決めたら最後まで変えない」「この子は誰かに見せてから次に進む」「この子は自分の意見よりも他人の意見を優先する」いろいろです。これらは、一日の授業では気づけません。継続の中でしか見えてこない「その子らしさだ」。と考えます。

soda 活動の一日の経験が、めぶきの継続につながる理由がこれです。

---

## 種が落ちた場所を、覚えています

あの日、廊下で素材を手にしてニヤニヤしていた子どもたちは、今どこにいます。あのアクリル板を光にかざした女の子は、今も光を見るたびに「なんか、いいね」と感じているでしょうか。

わかりません。確かめる方法がありません。

だからこそ、めぶきが必要です。

soda が蒔いた種が、しっかりと芽吹く場所が必要です。一日で終わらない、継続的な場所が。「なんか、いいね」という感性の動きを、次でも、またその次でも、拾い続けてくれる大人がいる場所が必要です。

種は、落ちた場所を選びません。でも、芽吹くためには土が必要です。水が必要です。光

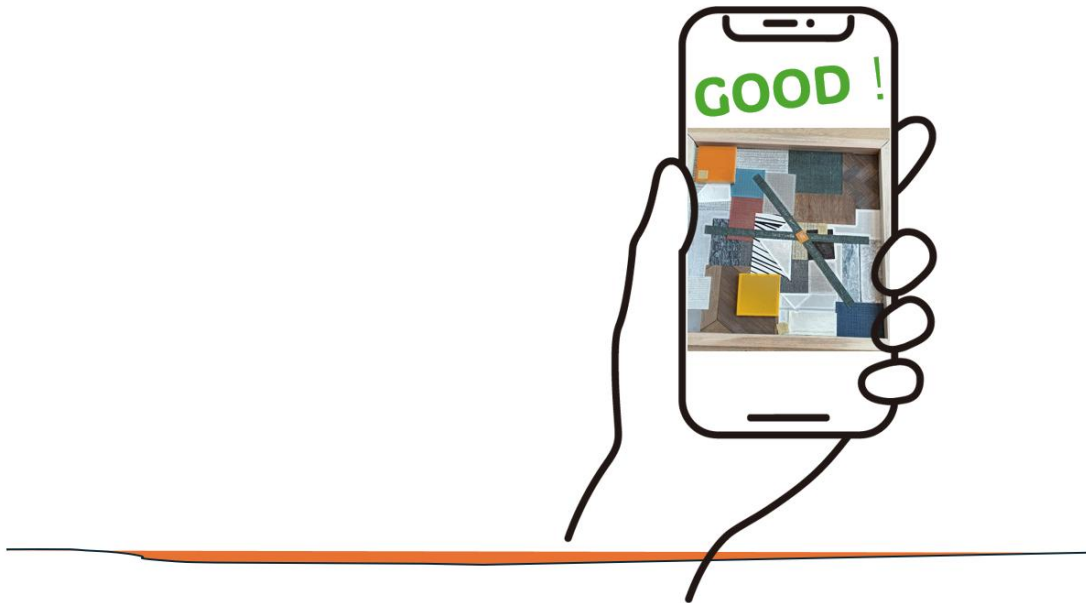
が必要です。

めぶきはその土であり、水であり、光です。soda が蒔いた種が芽吹く場所、続きが出来る場所。

第5章では、感性の芽が、どんな瞬間に動き始めるのか。そして、その芽が中学・高校・社会へと根付いていくとき、何が起きるのかを考えました。



## 第5章 感性の芽が動く瞬間



### 「作品」ではなく「その子」を見る

めぶきの体験会は、完成した作品を評価する場ではありません。

「上手にできたね」とは言いません。「すごい作品だね」とも言いません。代わりに使う言葉があります。

まず、最初は「いいね」から始まります。そして、「どうしてこの色を選んだの?」「ここ、どうやって決めたの?」

問いを返します。感性の動いた方向を、一緒にたどる。それだけです。

しかし、この「それだけ」が、教室の外で予想外の出来事を起こすことがあります。

---

### パパの待ち受け画面

「見てください！ これうちの子が作ったんですよ」

「スゴイ！スゴイ！」 と歓声。

これは、体験会に参加した隣り合わせのパパどうしの会話です。

その日の体験内容は、株式会社サンゲツから提供いただいた使い古した壁紙の見本帳を使

ったデザインアートパネルの制作。

まず見本帳から壁紙を剥がすところから始まります。名付けて『ビリビリンピック』これは株式会社サンゲツが名付けたワークショップ名。剥がすだけでいい。それだけのことなのに、子どもたちは夢中になります。紙が剥がれる感触、手に残る手触り、めくった先に現れる色と柄——この瞬間から、感性のスイッチが入ります。

剥がした壁紙を、予め用意したパネルに自由に貼っていきます。どこに何を貼るか、正解はありません。どんな配置でも、どんな組み合わせでも、その子が「いい」と思ったものが正解です。最初の1枚目を貼る時は緊張する様子は皆共通。なかなか貼ることが出来ません。1枚目を貼り終わると作業は加速度的に進み始めます。自由に貼る子もいれば、きっちりかっきりと整列を好む子もいます。それを親御さんが見て、「うん、うん確かにいつもこんな感じ」という場面もあれば、「えっ？こんなところにこんな拘るんだ！」と驚く親御さんもいます。

めぶきの体験会に申し込まれたのはおそらくママ。おそらくこの時参加したパパは付き添いで来た。という雰囲気の子でした。

最初、パパは足を組んで椅子に座っていました。娘さんの作業を、少し距離を置いて眺めていました。「付き添い」の姿勢です。

しかし、しばらくすると変化が起きました。

娘さんが選ぶ壁紙の色に、もぞもぞと何か言いたそうにしています。だんだんと前のめりになってきました。気づいたら口を出していました。「そっちよりこっちの方が合うんじゃない？」「ここにこれを置いてみたら？」

娘さんはパパの言葉を聞いているのか、聞こえないふりをしているのかわからないが自分のペースで壁紙を貼り続けました。娘の方が強い暖かい親子関係です。

なんだかんだあって、ついに作品が完成。

パパは立ち上がって、スマホを構えました。写真を撮る——ここまではよくある光景です。しかし次の瞬間、パパはその場でスマホの待ち受け画面を変えました。

娘さんの作品の写真がスマホの待ち受けに。

それだけではありません。近くにいた他の参加者に、スマホを向けながら自慢げに見せ始

めました。「見てください。これうちの子が作ったんですよ」と。

「スゴイ！スゴイ！」という声が上がりました。どうやら他の参加者と知り合いらしい。パパ同士が盛り上がっていました。

僕はその光景を見ながら、思いました。

**これです。これが「娘さんの心の中に光が当たった瞬間だ」と。**

娘さんが作ったものがパパの心を動かしました。パパが「これはアートだ」と感じた瞬間、娘さんの作品は「宿題の成果物」でも「習い事の練習」でもなくなりました。本物のアートです。

親が子どもの作品を「アートだ」と心から感じる瞬間——— これは、どんな賞状よりも、どんな評価よりも、子どもの自己肯定感を育てます。「自分が作ったものが、パパのスマホの待ち受け画面になった」という事実は、その子の中に一生残ることでしょう。

## **壁紙という「本物の素材」が持つ力**

この体験会で使った素材は、株式会社サンゲツが提供してくれた壁紙の見本帳です。

市販の工作キットではありません。画用紙でもありません。実際にホテルや住宅やレストランなどの壁に貼られている本物の壁紙の見本です。色の豊かさ、質感の多様さ、素材の厚みと重さ——これらは「本物」にしか出せない情報量です。

子どもたちが「ビリビリンピック」で見本帳を剥がすとき、一枚一枚の壁紙の違いを五感で受け取ります。ツルツルしたものとザラザラしたもの。薄いものと厚いもの。光を反射するものと吸収するもの。似たような色、微妙な質感。見本帳ですから、全てが違う素材。

この感触の記憶が、貼る場所を選ぶときの「判断材料」として使われます。「なんとなくこっちの方がいい」という感覚の正体は、さっき手で感じた情報の積み重ねです。もちろん色使いもあります。しかし、色だけではない何かを確実に感じ取っているはずです。

## **本物の素材が、感性の語彙を増やす**

ここで、第1章で書いた「教室と社会のつながり」が現れています。

サンゲツの壁紙を作っているのは、設計者がいて、製造に関わる職人がいて、品質を管理する技術者がいます。子どもたちがビリビリと剥がしている一枚の見本帳から始まる向こ

う側に、リアルな仕事の世界があります。

素材に触れることは、その世界に間接的に触れることでもあります。

---

### 「お帰りなさい」のアートと光の構想

この体験会から、一つのアイデアが生まれました。

照明デザイナーとして、僕はずっと考えていました。子どもたちが作ったアートパネルに、光を仕込めないか、と。

具体的にはこういうことです。

完成したアートパネルの上部に、薄型の LED 照明を仕込む。小さな人感センサーのスイッチを取り付けます。玄関や廊下の壁に掛けられる仕組みにします。

そうすると何が起きるか。

帰宅したとき、玄関のドアを開けた瞬間に、センサーが反応します。我が子が作ったアートパネルが、静かに光る。玄関の照明スイッチを押す前に、その光が「お帰りなさい」と語りかけます。思わず「ただいま」と声が出てしまうように。

毎日、その光景が繰り返されます。

子どもは「自分が作ったものが、家の中で生きている」と感じ続けます。親は帰宅のたびに、子どもの感性を共にします。家族の日常の中に、その子だけのアートが根付いていきます。

これは飾るだけの作品ではありません。**生活の中で機能するアートです。**

デザインとアートの融合—— めぶきが目指しているのは、まさにこれです。美しいだけでなく、生活の中で意味を持つ。感性で生まれたものが、日常に溶け込んでいく。

「お帰りなさいのアートと光」を、めぶきの体験会の正式プログラムにしていきます。これが今、僕の中で動き始めていることです。

---

### 感性の芽が動く瞬間のリスト

体験会を重ねる中で、「感性の芽が動く瞬間」にはパターンがあることがわかってきまし

た。

●**素材に触れた瞬間。** 初めて見る素材、初めて触れる質感。「なにこれ！」という声が上がった瞬間に、感性のスイッチが入る。この瞬間を大切に扱う。急かしません。ただ触れさせます。そして見守る。好奇心や興味がどこにあるかを観察します。

●**選ぶことで迷っている瞬間。** どの壁紙を選ぶか、どこに貼るか、迷っている子どもを見ると、大人はつい「これにしたら？」と言いたくなります。でも待つ。その迷いの中に、その子の感性が動いています。迷いを奪いません。親子参加の場合、もう、必ずと言っていいほど親が口出しします。「この色の方がいいんじゃない？」「ママはこっちの方が」良いと思う。「えっ？それ、そこに貼るの？」と。それは当たり前のこと。人生経験が土台にありますから。本音は「黙っててください」です。あまりにも口出しするママには人差し指を口に当ててジェスチャーでいうことがあります。・・・「しー！」と――。

●**誰かの作品を見て「いいな」と思った瞬間。** 隣の子の作品を見て、目が変わる瞬間があります。「あの色の組み合わせ、いいな」「あんな形にしたかった」―― この感情が動いた瞬間が、次の選択を変えます。影響し合うことを歓迎します。学校には規律があります。皆と同じことが出来ることで得られる安心感もあります。しかし、ここではそれが必要ありません。あなたがいいなと思うことをあなたが思うがままに形にすればいいのです。誰かの刺激を受けることはとても素晴らしいことです。

●**「もう一回やり直したい」と言った瞬間。** これが最も重要な瞬間かもしれません。完成したはずなのに「やっぱりここを変えたい」と言う。この言葉は、その子の中に「もっと良くなる」という感性の基準が生まれた証拠です。この瞬間を見逃しません。終わった後、首を傾げる子どもは一定数います。なんか足りない。なんか足したい。ちょっと違う。この瞬間がこそが感性が芽吹いた瞬間です。

●**保護者が前のめりになった瞬間。** パパが足を組むのをやめて、椅子の端に座り直した瞬間。ママが「私もやっていいですか」と言った瞬間。保護者の感性が動いた瞬間は、子どもの作品が「その家にとっての本物のアート」になった証拠です。

---

## 保護者が変わると、子どもが変わる

めぶきの体験会で気づいたことがあります。

子どもの感性は、保護者の反応に敏感です。

親が「うまくできてるね」と言うとき、子どもは「評価された」と感じる。しかし親が「これ、どんな感じで作ったの?」「これは何?」と聞くとき、子どもは「自分のことを見てもらっている」と感じる。

この違いは、子どもの次の行動を変えます。

評価された子どもは、次も『うまく』作ろうとします。見てもらった子どもは、次も『自分らしく』作ろうとします。パパが待ち受け画面を設定した瞬間、娘さんは何を感じたでしょう。パパは、「自分が作った作品をアートだと思っている」という事実は、その子の中に「自分にはアートを作る力がある」という確信を植え付けたことと同じ。子どもも親の行動で何かを感じるはずです。

この確信が、感性の根っこになります。「自分らしさ」はここで芽吹きます。

めぶきは子どもだけを変える場所ではありません。**子どもの感性を通じて、保護者の感性も動かす場所です。** 家族の中に「感性を大切にする文化」が育つとき、子どもの感性は学校の教室の外でも育ち続けます。よく親は子供に成長させてもらっています。その通りと思います。子どもの感性が動く瞬間は何にも変えがたい充実感や満足感そして幸福感を親に与えるのかも知れません。

### 光が、作品に命を吹き込む「お帰りなさい」のアートと光

お帰りなさいのアートパネルに使う LED 照明の仕掛けは子どもたちと一緒に作ることが出来るようにしたいと思っています。プロトタイプの仕掛けでは、百円ショップで売っている LED 照明を活用しました。この LED は USB で点灯します。USB の電圧は 5V。乾電池を 4 つ直列につなぐと 6V。これは使えます。ここは元祖 STEAM 教育の M、mathematics の基本。数字で答えがでます。ここはキッチンとした正解を出す場面です。乾電池を 4 本繋いでも感電することはありません。電氣的にも安全性が担保出来る。子どもたちの体験には安全性の担保は無視できませんから。

薄型の LED 照明ははさみで簡単に切ることが出来ます。パネルに合わせ上部に仕込みます。

ここで読者の皆さんにとっても大事なことを伝えます。

### 光を直接見えないように隠す意味

これは、作品を演出するために極めて重要なテーマです。作品にあてる照明が見えてしまえば、こう感じる。「照明が当たっていて素敵な作品に見えるね」と。照明が当たっている

と気づかれた時点で「なんか、いい。」には繋がりません。照明が目に入ることによって作品に集中できないと脳が勝手に判断してしまうからです。どこから光が当たっているかわからない。だけど、パネルがきれいに演出されている。まさに美術館照明の照明テクニックです。だから、幕板でLED照明を隠しました。どうせなら幕板も壁紙でデザインして。

人感センサーのスイッチの選定にも悩みました。誰かが近づくと、センサーが反応して光が灯る。

スイッチを押す必要はありません。暗い部屋に入った瞬間、作品が静かに光る。ここは「ふわ〜」っと点灯するスイッチが必要です。人感センサーで反応し一瞬にしてパッと点灯するものではありません。「ふわ〜」っと点灯するのがいいのです。これをフェードイン機能といいます。これは元祖STEAM教育のEngineeringの基本。EngineeringからEmotionalにシームレスに融合します。

この実験の結果は、写真を見ていただくのが一番早い。壁紙の白とグレーと黒のトーンが、光によって奥行きを持つ。素材の質感が、光の角度で全く違う表情を見せます。昼間は「アートパネル」として存在し、夜は「光のオブジェ」として存在します。一つの作品が、時間によって二つの顔を持つ。このようなイメージです

これが「お帰りのアートと光」の原型です。

玄関に掛ければ、帰宅するたびにセンサーが反応します。照明のスイッチを探す前に、我が子の作品が光で迎えてくれます。その光景が毎日繰り返される時、その作品はもはや「工作の宿題」でも「体験会の記念品」でもありません。**家族の日常の中で生きているアート**になります。

照明プランナーとして26年間、光で空間の価値を変えてきました。その知識と経験が、子どもたちの作品に注がれる瞬間——これがめぶきでしか生まれない価値なのです。

---

## タイルが引き出す、大人の感性

子ども向けの体験会で、予想外のことが起きました。

持参した素材の中に、タイルのサンプルがあります。壁紙・木片・アクリル・カーテン生地・カーペット——様々な素材を並べているのに、なぜか**タイルに引き寄せられる保護者が多い**。

タイルは他の素材と違う重さがあります。硬さがあります。冷たさがあります。手のひら

に乗せた瞬間の「本物感」が、他の素材とは次元が違う。この感触が、大人の感性を刺激するのかもしれませんが。

あるパパが、タイルを体験用のパネルに仮置きしながら夢中になっていました。「こういうのを自分で作れるワークショップはありますか？ これ、面白いです。」と聞いてきました。

ママよりパパの方が、タイルへの反応が強い傾向があります。これは興味深い発見です。素材の「重さ」や「硬さ」という物性が、男性の感性に響くのかもしれません。あるいは、「本物の建材を自分で扱う」という体験が、職人的な感覚を呼び起こすのかもしれませんが。

この発見から、大人向けのワークショップの構想が生まれました。

写真のタイルアートパネルは、その実験作品です。壁紙・和紙・タイルを組み合わせた作品。青いタイルの規則正しい配列と、金色の六角形タイルのリズム。白いタイルの面と、テクスチャーのある壁紙の面。これは子どもの作品ではなく、大人が時間をかけて向き合った作品です。



子ども向けとも、大人向けとも言えます。めぶきの素材は、年齢で感性を選びません。

### MEBUKI LAB の構想

この経験から、一つの構想が具体化してきました。

**MEBUKI LAB**—— めぶき Art Design Academy の中に創設する、素材と感性の実験室です。

小学生向けの教室と並行して、様々な素材を常時用意した創作の場を作る。壁紙・タイル・木材・アクリル・左官材——それぞれの素材の専門家がここに関わる。

左官職人を巻き込んだ左官アートパネルのコースも構想中。漆喰を自分の手で塗る体験

は、デジタルの時代においてこそ、特別な感性体験になります。素材の抵抗を手で感じながら、自分の意思で形を作っていく——— この経験は、リアルだからこそ得られる体験です。

MEBUKI LAB は教室ではなく、**素材と人間の感性が会う実験の場**。子どもも大人も、プロもアマチュアも、同じ素材の前に立つ。感性に年齢も経験も関係ありません。

そして、この LAB には企業が参加します。

タイルメーカー、壁紙メーカー、木材メーカー、左官材メーカーに左官職人——— 自社の素材を「教育と創造の現場」に提供することは、製品のカatalogでもショールームでも伝えられない価値を伝える場になります。**使われた素材が、子どもの手でアートになります。**その瞬間を、企業が共にします。

これがめぶきの協賛企業に対して提供できる、最も本質的な価値です。

---

**感性の芽が動く瞬間は、計画できません。**

条件を整えること。本物の素材を用意すること。正解のない問いを立てること。感性が動いた瞬間を見逃さない大人がいること。そして、光を当てること。

待ち受け画面になった娘さんの作品。タイルに引き寄せられたパパたちの感性。光を仕込んだアートパネルが暗い部屋で静かに灯る瞬間。

これらは全て、めぶきがまだ始まったばかりの段階で起きていることです。

**始まったばかりだから見えることがあります。** 最初の一步を踏み出した場所にしか、種が落ちる瞬間は見えません。

**第6章へ——— 種は中学でどう芽吹くか**

**「感性の芽が動く瞬間は、計画できない———」**

めぶきの体験会はまだ始まったばかりです。実績は多くありません。でも、待ち受け画面の出来事は、一つのことを示しています。

感性が動いた記録は、消えません。スマホの中には娘さんの作品があります。毎日それを目にするたびに、あの体験会の記憶が蘇る。娘さんにとっては「自分が作ったものが、パパに刺さった」という事実と記憶が残る。

この記憶が、5年後・10年後の娘さんの中でどう芽吹くのか。

soda 活動で本物の素材に触れた子どもたちは、今どこにいるのか。中学・高校と成長していく中で、あの日の記憶はどう姿を変えていくのか。

第6章では、種が時間をかけて芽吹いていく姿を、追っていきます。

## 第6章 種は、どこで芽吹くのか



「何にもわかってない営業マンだね！」

20代のころ、僕は北海道の住宅メーカーで営業マンをしていました。

受注金額を少しでも上げることが仕事だと思っていました。打ち合わせのたびに「キッチンのグレードアップはありますか」「坪数を少し大きくしてはどうですか」と提案していました。ある施主の奥様が、家具・カーテン・照明に300万円の予算を取っているという情報を聞き出して、その予算を設備グレードアップに使わせようと虎視眈々としていました。

そのとき、奥様に言われた言葉が今でも残っています。

「あんた、何にもわかってない営業マンだね！」

見透かされていました。

奥様は照明によって部屋の雰囲気が変わることを期待していました。光が空間を変える可能性を、直感的に知っていたのだと思います。しかし僕には「照明の予算？ 明るければそれでいいのでは？」という感覚しかありませんでした。感性のアンテナが、そこに向いていなかったのです。

竣工後、営業担当だった僕が夜にそのお宅にお邪魔してわかったことがあります。

リビングルームに、シーリング照明とシャンデリアの中間のような、大きな意匠照明が鎮

座していました。正直、僕の好みではありません。「これにお金をかけたのか？」とその時に思った正直な感想です。

しかし、その部屋に入って暫くすると、何かを感じます。

空気が違う？ 光の質が違う？ その照明器具が作り出す「空間感」が何かを感じさせたのかも知れません。

「照明って、こういうことかもしれない」——— 言葉にならない感覚が、その夜生まれた感じでした。

これが、僕の照明との出会いです。奥様の「何にもわかってない」という言葉が、僕の中にあつた感性の種がそこに落ちたのかも知れません。

### **セオリーを破った答えが、正解！**

その後、商業施設に特化した照明メーカーに入社しました。

ここで、光が人の心を動かすという事実を、現場で何度も目撃します。

アパレル店では、照明の向きを変え、光の当て方を変えるだけで売上が変わりました。

「なんていうことだ！」と何度も思いました。照明一つで人の購買行動が変わるのか？ 感性が動かされた人間は、財布を開くのか？ 照明と人間の心理は奥深い関連があることを知ります。

中でも忘れられない現場があります。回転寿司店の照明設計です。

その店はマグロが美味しいと評判の店。マグロだけで6種類のメニューがあります。マグロが美味しそうに見える光を作って欲しいという依頼です。

照明のセオリーでいけば、演色性の高い光を選ぶ。食材の本来の色を忠実に再現する光です。しかし、何度演色性の良い光源を使った照明器具を提案しても社長は納得しません。マグロが「美味しそう」に見えない。手をのばしたくならない。と一点張り。料理が美味しそうに見える照明器具じゃダメなのか？

そこで、セオリーを捨てました。

マグロは赤なので、肉用の赤い照明をベースに、見本で取り寄せたりサンプルでもらったりした様々な照明を片っ端から混ぜてみた。結果、なんと、色味の悪い黄色味を帯びた白色照明と肉用の赤い照明を混ぜた照明がゴールとなったのです。照明の教科書には載っていない組み合わせです。「こんなのが正解のはずがない」という先入観や偏見を一旦横に置

くことで生まれた「なんか、いい」という感覚。

結果は、面白いようにマグロが売れました。笑いが止まらないほど売れました。

この経験が、僕の中に一つの確信を植え付けました。

**「正解のない問い」の前では、セオリーより感性が勝つことがある。ということ。**

教科書の答えではなく、感性が動いた方向に進む。その勇気を持った者だけが、見たことのない景色に辿り着く。

これは照明設計の話です。しかし同時に、これはめぶきが子どもたちに伝えたいことと、完全に重なっています。

### 感性は、どこで根付いたのか

ここで一つの問いを立てたいです。

僕の感性という「種」は、いつ根付いたのか。その「種」はどこから来たのか？

僕の芽は照明メーカーに入社してから育ったのか。アパレル店や回転寿司の現場で大きくなったのか。

おそらく違う。

根付くきっかけは、あの奥様に「何にもわかってない」と言われた瞬間だったと今は思います。竣工後の夜、あのリビングの光の中でのなんとも言えない複雑な感情と時間。「これにお金をかけたのか」と思いながら、何かが違うと感じた瞬間。

あの感覚が、僕の中の「芽吹き」だったのかと思っています。

種が落ちた場所は、住宅の竣工現場でした。肥料も水もない場所でした。残念ながらそこで根付くことはありませんでした。その後、僕は照明メーカーという土を見つけました。そこには肥料と水が沢山あり、芽は一気に育ったのでしょう。

では、僕の種はどこから来たのでしょうか？

おそらく、小さいころから経験しているキャンプの焚火にあると思います。火を囲むのが好きで、はぜる音が好きで、あかるくはないけれど揺れる炎を見るのが好きで、火をいじることが何よりも好きだった。そう、僕の種は焚火です。たまたま僕は小さな頃から経験した焚火の「灯り」が種になったと思いますが、もしかすると、「薪」が種になったかも

知れません。もし「薪」が種だったとしたら全く違う人生を歩んでいると思います。

**種が落ちた瞬間と、芽吹く瞬間は、必ずしも同じ場所ではありません。**

学校の廊下に並んだ素材を手にした子どもたちの目がキラキラした瞬間—— あれが種の落ちた瞬間です。その種がいつ、どこで芽吹くかは、わかりません。5年後かもしれません。10年後かもしれません。全く違う場所で、全く違う形で芽吹くかもしれません。

でも、種が落ちれば、必ずどこかで芽吹く。

種が落ちなければ、芽吹く可能性すらありません。

自分の種がどこにあるのかも、何なのかもわからない子供たちが沢山います。だから、soda 活動は地道にコツコツと全国の小学校にデザインをきっかけに種を蒔いてきた。蒔き続ける意味はここに 있습니다。

**感性が根付いた大人は、何が違うのか**

僕は26年間光の仕事をしてきました。

女性の肌がきれいに見える照明があります。子どもの勉強が捗る照明があります。夜景がきれいに見える照明テクニックがあります。同じ食事内容でも空間の明るさを少し暗くするだけで客単価が上がる。カフェでは回転率が高くなる照明手法があります。低回転率でも客単価が上がる照明設計があります。

これらは、教科書には書いていません。

マニュアルを覚えれば出来るものではありません。現場で感じ、試し、また感じて、少しずつ積み重ねた結果です。この積み重ねが豊かな感性を持ち大きく安心できる大人へと変わるのではないかと考えます。

豊かな感性が根付いた大人は、「なんか、いいね」という感覚を物事の判断の基準として使います。その感覚は言葉にできます。言葉にして他者に伝えられます。そして、その感覚を手がかりに、セオリーを超えた答えに導き辿りつけることが出来るようになります。

これは、照明の仕事だけの話ではありません。

デザインも建築も料理も経営も教育も—— あらゆる仕事の現場で、「なんか、いいね」という感性の判断が、最後の一手を決める瞬間に繋がります。論理が行き詰まった場所で、感性が突破口を開く瞬間があります。

感性が根付いた大人は、その突破口を持っています。これを持つことが出来るか否かは人

生を歩むうえで大きな差に繋がることでしょう。

---

## 中学・高校で、感性はどう育つか

本物の素材に触れた小学生が、中学・高校へと進む。

その先で何が起きるか。正直に言えば、まだわかりません。soda の活動が始まって 20 年が経つが、その後の子どもたちを系統的に追跡したデータは存在しません。

しかし、いくつかのことは言えます。

感性の種は、思春期の荒波の中でも消えません。むしろ思春期は、感性が大きく揺れ動く時期です。「自分は何者か」「何が得意か」「何に向かっていくのか」——— これらの問いが最も切実になる時期に、小学校のときに触れた「なんか、いいね」という感覚の記憶が、静かに影響すると思っています。

進路選択の場面で、「なんとなくこれが気になる」という感覚が顔を出します。文化祭の展示に、空間づくりへのこだわりが現れます。美術の授業でも、素材の質感に敏感な生徒がいます。

これらは証明できません。でも、種が落ちていれば、こういうことが起きる可能性があります。

めぶきが目指すのは、この「可能性」を「確率」に変えることです。

一日限りの soda 活動から、継続的なめぶきへ。小学校から中学・高校・大学・社会へとつながる感性の成長の軸を作ること。その軸を、東京藝術大学と東京都美術館が主催する「とびらプロジェクト」のような社会的な運動と連携させながら、社会に根付かせることを目指したいです。

---

## 「なんか、いいね」が仕事になる日

回転寿司のマグロが売れたあの日、僕は照明の仕事を天職だと感じました。

好きなことが仕事になる、という言葉があります。しかし正確には違う。「なんか、いいね」という感性の判断が、仕事の中で機能するようになる——これが、感性が根付いた先にある姿です。

好き嫌いではありません。得意不得意でもありません。「なんか、いいね」という感覚を、仕事の道具として自分自身で使えるようになること。これが、めぶきが10年後・20年後の子どもたちに届けたい一番のものです。

パパの待ち受け画面になった娘さんの作品——— あの日、彼女の中に小さな種が落ちた。

5年後、その子が部屋の模様替えをするとき、「なんか、こっちの方がいいな」という感覚で家具の配置を変えるかもしれません。10年後、仕事の場面で「なんか、このデザインじゃない気がする」と感じて、もう一度考え直すかもしれません。20年後、自分の子どもと一緒に何かを作りながら「これ、いいね」と言うかもしれません。

それが、感性の種が芽吹いた先にある人生です。

僕の26年間がその証拠です。奥様に「何にもわかってない」と言われた20代の営業マンが、今めぶきという場所を作っています。あの夜のリビングで感じた「何かが違う」という感覚が、26年かけてここに辿り着きました。

種はどこで落ちるかわかりません。でも、落ちた種は必ず、どこかで芽吹く。

それを信じています。だから、めぶきを作りました。

## 第7章へ——MEBUKI フレームワークの全貌

感性の種が落ちる瞬間、芽吹く瞬間、根付いていく時間、そして場所——— 第2部では、この流れを現場のエピソードと共に追ってきました。

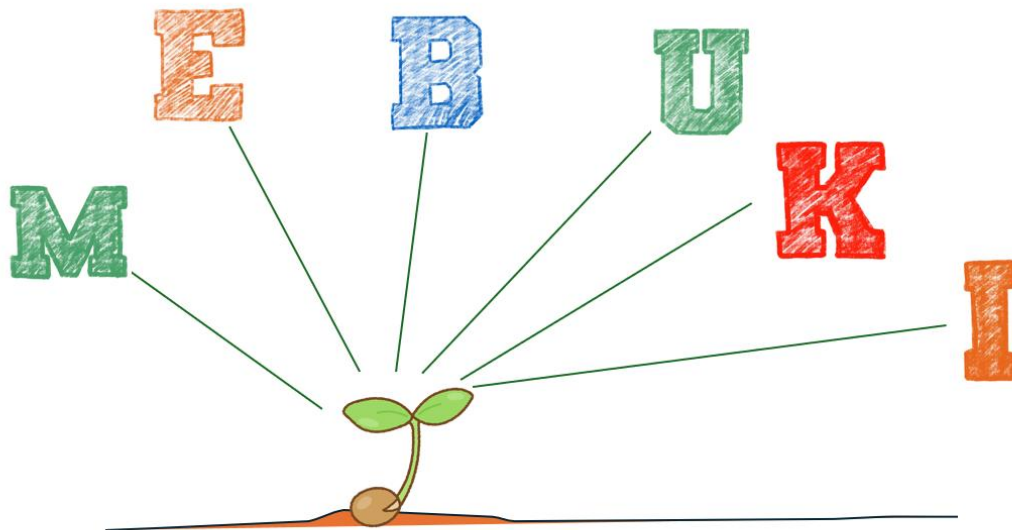
第3部では、この流れを「設計」する話に入ります。

めぶきは、感性が芽吹く条件をどのように設計しているのか。MEBUKIの6つの要素は、それぞれどのように機能するのか。そして、めぶきが目指す「新STEAM教育の社会実装」とは何か。

第7章から、その全貌を語っていきます。

## 【第三部 設計編】

### 第7章 MEBUKI フレームワークの全貌



——— 種に、直接肥料を与える。

植物を育てるとき、普通はこう考えます。

良い土を選ぶ。土に種を植えます。水をやり、肥料を与え、日当たりの良い場所に置く。環境を整えることが、育てることだと思っています。

この考え方は、教育にも深く染み込んでいます。

良い学校に入れます。良い塾に通わせます。良い家庭環境を整えます。——— 環境を整えることで、子どもは育つと信じられています。それは間違いではありません。環境は確かに大切です。

しかし、一つの問いが残ります。

**土が良くなければ、種は芽吹けないのか。**

環境が整っていない子どもは、感性を育てられないのか。良い学校に行けない子は、創造性を伸ばせないのか。忙しくて子どもと向き合う時間が取れない家庭の子は、「なんか、いいね」という感覚を育てる機会がないのか。

めぶきは、この問いにこう答えたいです。

**違う。土を選ばなくても育つ種を作ればいい。種に直接、肥料を与えればいい。**

種を土に植えてから肥料を与えるのではなく、種そのものに肥料を染み込ませます。そうすれば、種はどんな土に落ちても、自分の力で芽吹くことができる。

まさに、元祖 STEAM 教育の S、Science の世界です。

この「種に直接与える肥料」が、MEBUKI の 6 つの要素です。

---

### なぜ「環境待ち」ではいけないのか

soda 活動で、地方の小学校を回ってきました。

都内の子どもと、地方の子どもと、感性の豊かさにあまり差は感じませんでした。裕福な家庭の子どもと、そうでない家庭の子どもとで、素材に触れたときの目の輝きに差はありません。

しかし、その輝きを「次につなげる環境」には、明らかな差があります。

都内に住む子供たちは放課後に様々な習い事の選択肢があります。しかし地方の山間部では、選択肢が限られます。家庭によっては、感性を刺激する体験に触れる機会がほとんどない子どもがいます。しかし、僕はこう思いました。自然から受け取るものは、あらゆる人工物では決して感じる事が出来ない大きな力がある。と。

環境が整うのを待っていたら、その子の感性の種は、土を見つける前に風化してしまうでしょう。

だからこそ、種に直接肥料を与える必要があると考えました。

MEBUKI の 6 要素を経験した子どもは、その経験を「自分の内側に持ち帰る」日常の中でその経験が働き続けます。素材を見るたびに「なんか、いいね」と感じる習慣。迷ったとき自分の感性に問いかける癖。誰かに「いいね」と言葉をかける反射。

これが、種に染み込んだ肥料です。

土がどこであれ、この肥料を持った種は、自分の力で芽吹く可能性を持つ。こう考えます。

## MEBUKI フレームワーク——6つの肥料

では、6つの要素それぞれが、種にどんな肥料を与えるのかを丁寧に解説します。

### M —— Material (素材に触れる)

最初の肥料は、「本物に触れた記憶」です。

固まる前の漆喰の感触、木材の温もり、タイルの重さ、壁紙の質感——— これらは一度手で触れると、脳に刻まれます。この記憶は、脳の奥深くまで経験として浸みこむことでしょう。

街を歩いていてビルの外壁を見たとき、「あ、あの素材だ」と気づく感覚。カフェに入ったとき、床のタイルカーペットに目が向く習慣。本物の素材に触れた記憶は、日常の中で「観察する眼」を必ず育てます。

観察する眼は、感性の入口です。感性は、見えないものを見えるようにする力からしか生まれません。その原点が様々な素材に触れ、感じることに思っています。

### E —— Emotional (感じる力)

二番目の肥料は、「感情が動いた経験の記憶」です。

「なんか、いいね」という言葉にならない感覚が動いた瞬間——— この経験は、その子に一つのことを記憶させます。**自分の内側に、判断の基準がある**ということ。

学校の勉強では、判断の基準は外側にあります。正解は教科書の中にあります。評価は先生がします。しかし感性の判断は、自分の内側から来る。「なんか、いいね」という感覚は、誰かに与えてもらうものではありません。自分の中から湧き上がるものです。

この経験を積み重ねた子どもは、「自分の感覚を信じる」ことができるようになります。これが自己肯定感の本当の意味です。他者に評価されることで生まれる自己肯定感ではなく、自分の感性を信頼することから生まれる自己肯定感。これを大事にしたいと思いません。

### B —— Beauty (美を探究する)

三番目の肥料は、「美しさの基準を自分で作る経験」です。

「美しい」は、教えられません。しかし探究はできます。

なぜこの配色が気持ちいいと感じるのか。なぜこの形がしっくりくるのか。なぜこの素材

の組み合わせが「なんか、いいね」なのか——— この「なぜ」を追いかける経験が、美の探究です。

答えを求める「探求」でなく追いつける「探究」。美を探究し続ける人間は、日常の中に美を見つける力が宿ります。美を見つける力は、あらゆる仕事と生活を豊かにします。

回転寿司のマグロの照明で、セオリーを破った答えが正解だった——— あの経験は、「探求」と「探究」の複合から生まれ結果なのかも知れません。いずれにしても「美しく見せたい」という感性は、教科書の中には書いていないことです。

#### U —— Unique (自分らしさ)

四番目の肥料は、「自分らしさを発揮した成功体験」です。

向小金小学校の5人組を思い出します。しゃべらない女の子が、もくもくと細かい作業をこなしていました。廊下を行き来するバイヤーの男の子がいました。素材の並べ方にこだわるアーティストがいました。

誰も「あなたはこの役割をやりなさい」とは言っていません。正解のない問いの前に立ったとき、自然と「自分らしい」動き方が現れました。

この経験から見えること——— **自分のやり方で動いていいのだ**ということです。

集団の中で「みんなと同じようにやらなければ」という圧力は、学校生活の中で常にあります。しかしめぶきでは、自分のやり方が最も良い結果を生む場面を生むことがあります。この成功体験が、「自分らしさ」を肯定する力になります。

#### K —— Keep Trying (挑戦し続ける)

五番目の肥料は、「完成させなくていい、という体験」です。

「もっとやりたかった」「時間が足りない」——— この声は、没頭の証拠だと書きました。しかしもう一つの意味があります。

完成していなくても、その子の中では何かが動き続けているということです。作品が未完でも、感性の探究は止まっていません。教室を出た後も、頭の中で「あそこをこうすれば良かった」「次はこうしたい」と考え続けます。

この「続きを考え続ける力」が、Keep Trying です。

一度失敗したら終わり、ではありません。完成しなかったら負け、でもありません。次があると思えること、また試したいと思えること——— この感覚が、挑戦し続ける力の根

っこになります。そして、ここには子どもから大人へ成長する過程で静かに大きくなることがあります。それは、「集中力」。時間が足りなかった、もっとやりたかったという子供たちでも、集中する時間にはある程度の限界があります。年齢を重ねるごとに集中力は長くなりますが、夢中になることで限界まで没頭する。これも挑戦し続ける力を養う源と考えます。

## I —— Imagine & Integrate (想像×統合)

六番目の肥料は、「バラバラなものをつなげた経験」です。

壁紙とタイルとアクリルと木材—— 全く異なる素材を、一つの枠の中に統合します。それぞれの素材の質感・色・重さを頭の中で想像しながら、配置を決めます。この経験が、Imagine & Integrate。

これはデザイン思考の最も高度な段階です。バラバラな情報を想像力でつなげ、新しい意味を生み出します。この力は、社会に出てから最も必要とされる力の一つです。

例えば、会議の場で、異なる部署の意見をつなげて新しい提案を生み出す力。異業種の知識を組み合わせて新しいビジネスを設計する力。これらの根っこに、Imagine & Integrate が必ずあります。

## 6つの肥料の循環

重要なことがあります。

MEBUKIの6要素は、順番通りに進むプログラムではありません。

素材に触れ (M)、感情が動き (E)、美を探究し (B)、自分らしさが現れ (U)、挑戦し続け (K)、想像と統合が起きる (I) ——この流れは、一方向ではなく**循環する**。

Iの統合が生まれた瞬間に、新しいMが始まる。新しい素材への好奇心が生まれ、新しいEが動き出します。この循環が続くとき、感性は螺旋状に深まっていきます。

一回の体験で6つ全てが起きる必要はありません。今日はMとEだけでいい。次回はBとUが動く。その積み重ねが、やがてIに辿り着く。

だから、継続が大切です。一日限りのsoda活動では、この循環を回しきれません。めぶきの存在意味が、ここに 있습니다。では、sodaは必要ないのか？ そんな疑問があります。

答えは「否」です。

soda の活動こそが、土台を作る大切な土俵となるからです。学校教育は集団生活の場。協調性、コミュニティ、気遣い、思いやり・・・ 集団でしかわからないことが沢山あります。この土台がなければ MEBUKI は機能しないと考えます。この土台がなければ、単にわがままな自己中心的な種が芽吹いてしまうことになってしまいかねないからです。

---

## どんな土でも、芽吹く種へ

MEBUKI の 6 要素を経験した子どもは、この肥料が入った種を持って外に出る。

良い学校に行けても、行けなくても。恵まれた家庭環境であっても、そうでなくても。都市部に住んでいても、地方の山間部に住んでいても。

「なんか、いいね」という感性の判断を持つ種は、どんな土でも芽吹く力を持つ。

これがめぶきの信念です。

環境を整えることが全てだとは思いません。でも良い土に出会うことは、芽吹きを助けます。しかしめぶきは、土に頼らない種を作りたいと思っています。自分の力で根を張り、自分の決めた方向に向かって育っていく種を。良い土なのかどうかを見極められる力と一緒に。

20 代の営業マンだった僕が、奥様の一言で感性の扉を叩かれたように。あの夜のリビングの光の中で「何かが違う」と感じたように。どんな場所に落ちた種でも、触れるべき「何か」に出会ったとき、芽吹く。

めぶきは、その「何か」を用意する場所です。

## 第 8 章へ——学校の「外」から教育を変える

MEBUKI フレームワークは、めぶき LAB の中だけで機能するものではありません。

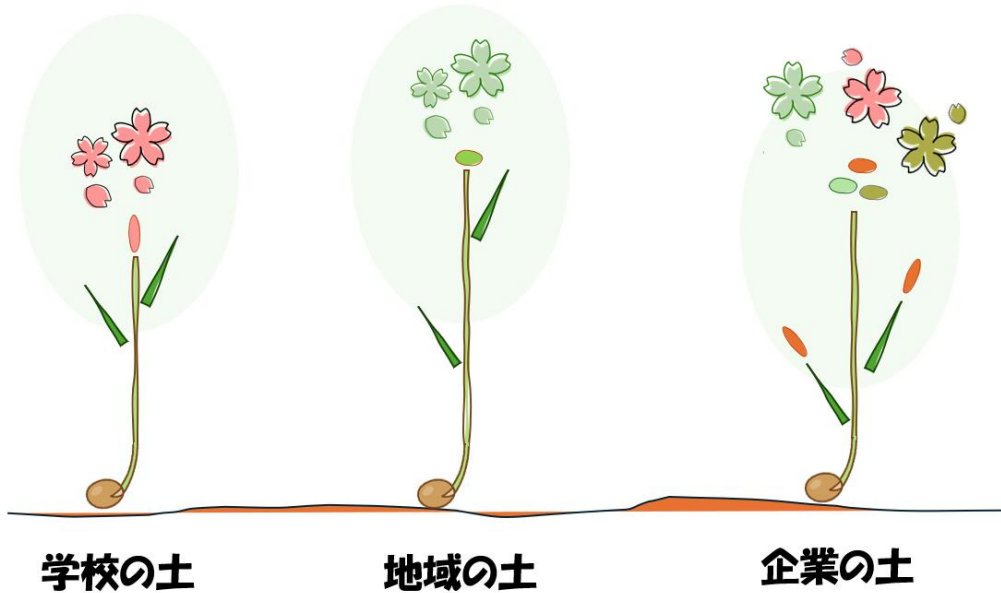
学校の授業の中でも、家庭の食卓でも、企業の会議室でも—— 感性が動く場所であれば、どこでも機能します。この機能は一生涯動き続けます。

しかし現実には、学校の構造の中に MEBUKI を実装することには、大きな壁があります。評価できないものは教えにくい。教えにくいものは後回しになる——第 1 章で書いた問題が、ここでも立ちはだかります。

だから、学校の「外」から変える必要があると考えました。

第8章では、めぶきが学校の外側からどのように教育を変えていくか、その戦略を語っていきます。めぶきモデルの全国展開、高校・大学との連携、とびらプロジェクトとの共鳴——社会実装の具体的な設計図です。

## 第8章 芽吹いた先の景色



学校の「外」から教育を変えます

同じ種から、違う花が咲く

ここで、一つの問いから始めたいです。

同じ肥料を与えられた種が、全て同じ花を咲かせるか。

答えは、「否」です。

MEBUKIの6要素という同じ肥料を受け取っても、その種がどんな土に落ちるかによって、咲く花は変わる。学校という制度の中で芽吹く種と、地域のコミュニティで芽吹く種と、企業という環境で芽吹く種とでは、同じ感性の力が、全く違う形で花開く。

これは欠点ではありません。むしろ、めぶきが目指していることの本質です。

一つの正解に向かって全員を育てるのではなく、それぞれ合った土の中で、それぞれの花を咲かせます。その多様さこそが、社会が必要としている力だからと考えます。

では、芽吹いた先には、どんな景色が広がるのか。

---

学校という土で咲く花   ： 問う力、考えて発見する力。

学校という環境で MEBUKI の種が芽吹いたとき、最初が変わるのは「授業の受け方」です。

「なんか、いいね」という感性の判断を持つ子どもは、授業の中でも「なぜ」を問うようになります。教科書に書いてあることを暗記するのではなく、「なぜそうなのか」「他の可能性はないのか」と考える習慣が生まれます。

これは、教師にとって時に難しい生徒です。「先生、それって本当ですか」と問い返してきます。しかし同時に、クラスで最も深く考えている生徒でもあります。今ではタブレットが一人1台支給され、検索や AI に質問した結果の答えの信ぴょう性を考える授業もあるくらいです。情報リテラシーを自らの力で基礎能力として備え、その答えに対しての自分の意見を述べる機会が今よりもっと増えるのかも知れません。そうすると、「授業の受け方」に「なぜ」が習慣化され納得できる「本当の答え」を探求する力が付くという評価項目が出来てもおかしくない時代だと思います。同様にメディアリテラシーの問題も深刻化しています。SNS ではフェイク情報が溢れ、どれが本当のものなのかを見極める能力も必要でしょう。

学校という土の中で、感性の種は「探究する力」として花開く。

決められた答えに向かって効率よく走る力ではなく、答えのない問いを自分の力で掘り下げていく力。これが学校という制度の中で感性が咲かせる花です。

文部科学省が推進する「総合的な探求の時間」は、この花を咲かせるための時間として設計されています。しかし、種がなければ花は咲きません。

---

### 地域という土で咲く花 : つなぐ力、コミュニティを育む力。

地域のコミュニティという環境で MEBUKI の種が芽吹いたとき、咲く花は「つなぐ力」になります。

パパと娘の体験会事例では、参加したパパが待ち受け画面を設定した瞬間、近くにいた他の参加者に自慢げに見せ始めました。「スゴイ！スゴイ！」という声が上がりました。

その瞬間、その場にいた人々の間に、小さなコミュニティが生まれました。子どもの作品を通じてつながりました。

感性が動いた瞬間、人は繋がる。「なんか、いいね」という感覚は、共有できます。共有されたとき、それはコミュニティの核になります。

めぶきが「アート×教育×地域」を掲げているのは、この可能性を信じているからです。子どもの感性が動く場所は、自然と地域の人々が集まる場所になります。保護者が来る。兄弟が来る。近所のお年寄りが来る。地域の企業が関心を持つ。

とびらプロジェクトが東京都美術館を拠点に「アートを介してコミュニティを育む」ことを実現しているように、めぶきは地域を拠点に「デザインと素材を介してコミュニティを育む」ことを目指したい。そう考えています。

美術館という立派な公共な場所ではなくても、子育て世代が集まる地域の中心に。アートだけでなく、デザインと本物の素材を通じて。これがとびらプロジェクトとめぶきの、共鳴しながらも異なる点です。

---

## 企業という土で咲く花 : セオリーを超える力、感性で判断する力。

企業という環境で MEBUKI の種が芽吹いたとき、最も鮮やかに咲く花があります。

それは、「セオリーを超える力」です。

回転寿司のマグロの照明設計で、教科書の答えを破ったあの経験—— 感性の判断が、論理の限界を超えた事例は前に伝えました。この力は、企業の現場で最も求められているものと今では思います。当時の僕には納得の行かない結果でした。それはセオリーが邪魔をしていたからと思います。セオリーの枠を外した瞬間世界は大きく開けます。でも、そこには膨大な新しい情報も存在し取捨選択しなければならない試練も同時に受け入れなければならないことを意味します。ですが、これこそがこれからの時代を生き抜く力の源になるのではないかと考えます。

AI が論理的処理を代替する時代に、企業が最も必要としているのは「まだ答えのない問いを立てる人間」です。仮説を作り、セオリーの枠を外したその先に見える世界。既存のデータから最適解を出すことは、やがて機械が得意とする領域になります。しかし「その問い自体が正しいのか」を問い直すリテラシー力は、感性を持った人間にしかできません。

ここも元祖 STEAM 教育と共鳴する部分です。特定の分野に関する知識や情報を正しく理解・活用・分析し、表現する能力は完全に左脳の領域です。論理的に組み立てる能力養うためにも右脳の新 STEAM 教育との共存が必要だと感じます。

めぶきで育った感性は、社会に出たとき、企業の中でこう機能します。

会議室で「なんか、これじゃない気がする」と感じて、一度立ち止まれる人間になりま

す。プレゼンの資料を見て「なんか、伝わらない」と感じて、作り直す判断ができる人間になります。新しいプロジェクトの立ち上げで「なんか、面白そう」という感性の引力に従って、動き出せる人間になります。

これらは、偏差値では測れません。しかし企業の現場では、毎日使われている力です。

そしてここには、めぶきのスポンサー企業にとっての深い意味があります。

自社の素材を提供することは、単なる教育支援ではありません。**感性を持った次世代の人材を育てることへの投資**だ。と。めぶきで本物の素材に触れた子どもたちが、20年後に企業の現場に立つ。その人材の感性の中に、貴社の素材と向き合った記憶が残っているかも知れません。

素材を扱う企業が教育に関わる意味は、ここに 있습니다。

---

## 制度によって、芽吹き方は変わるか

ここで、一つの問いに正直に答えたいです。

「同じ種でも、置かれた制度によって芽吹き方が変わるのではないか」——この問いを持つ読者がいると思います。

答えは Yes でもあり、No でもあります。

**Yes の側面：** 制度は、芽吹きスピードと方向に影響します。学校という制度の中では、感性は「探究力」として評価されにくいまま育つことがあります。評価されなければ、自信を持って発揮しにくくなります。制度が感性の芽吹きを遅らせることは、現実として起きています。

**No の側面：** しかし制度は、種そのものを変えることはできません。種の中にある肥料、MEBUKI の 6 要素—— は、制度が変わっても消えません。評価されなくても、感性は内側で育ち続けます。その証拠は、僕自身です。20 代の営業マン時代、感性を評価される制度の中にいたわけではありません。しかし奥様の一言と、夜のリビングの光が種に触れたとき、それは静かに育ち始めました。

制度を変えることは大切です。しかし制度が変わるのを待っていては、今の子どもたちの感性に間に合いません。

だから、めぶきは学校の「外」から変えると考えました。

制度の内側で育むのではなく、制度の外側に「感性が芽吹ける場所」を作る。その場所が実績を積み重ね、結果として制度に影響を与えていきます。これがめぶきの戦略です。

とびらプロジェクトが美術館という制度の「外」から教育に関わり続けることで、日本の芸術教育に影響を与えてきたように。Soda 活動が学校という制度の「外」から「内」に入り込みデザイン教育の種をまき続けることで、20年・1万人の子どもたちに触れてきたように。

めぶきもまた、制度の「外」から、静かに、しかし確実に、教育を変えていきます。

---

## 学校の「外」から変える、3つの戦略

具体的に、めぶきはどのように学校の外から変えていくのか。3つの戦略を示したいです。

### 戦略① 体験会から LAB へ、LAB から学校へ

めぶきの体験会が、めぶき LAB への入口になります。めぶき LAB での実績が積み上がり、LAB の活動の必要性が認知されれば、学校への出前授業への扉を新たに開くことが出来るでしょう。soda 活動モデルをめぶきが継承・発展させながら、全国の学校との接点を広げていくイメージです。

「一日だけの体験」ではなく「継続的な実践の場」として、学校の総合的な学習の時間や探究の時間との連携が目標です。

### 戦略② 高校・大学との共同パートナーシップ

中学・高校・大学との連携は、めぶきの次のステップです。

デザイン系・建築系の大学との接点、東京藝術大学のとびらプロジェクトとの思想的共鳴は、連携の可能性を示しています。

具体的には、高校・大学でのコンペティションへの参画を構想しています。めぶきで感性の種を受け取った子どもたちが、高校・大学での創作活動の場で、その力を発揮します。その場を、めぶきがデザイン系の大学と共同で設計します。

「新 STEAM 教育」の実践モデルとして、大学の教育研究との連携も視野に入れていきます。めぶき LAB で起きていることを、学術的に記録・研究することで、理論と実践の往復

が生まれます。

### 戦略③ 企業とのパートナーシップで、社会に根付かせます

学校の「外」から変えるためには、企業の力が必要です。

素材企業との連携は、すでに始まっています。株式会社サンゲツの壁紙が、子どもたちの感性の肥料になっています。この連携を広げ、タイルメーカー・木材メーカー・左官材メーカー・照明メーカーへと拡張していきます。

MEBUKI LAB は、この企業連携の実験の場でもあります。様々な素材メーカーの本物の素材が集まる場所で、子どもも大人も、プロもアマチュアも、感性を育て合う。

「貴社の素材が、子どもの感性の肥料になる」——これはカタログにもショールームにも書けない価値です。MEBUKI LAB で、毎回それが現実になります。

### 芽吹いた先の景色

最後に、10年後・20年後の景色を描きます。

めぶきで感性の肥料が詰まった種を受け取った子どもたちが、社会に出た先で、何かを変え始めます。

デザイナーになった人は、「なんか、いいね」という感性を設計の道具として使う。教師になった人は、「評価するけど、評価しない」という逆説的な考えを持って子どもの感性に向き合う。経営者になった人は、セオリーを超えた判断で社会に新しい価値を提供する。地域で活動する人は、コミュニティをつなぐ力が備わります。

全員が同じ花を咲かせるわけではありません。同じ果実を実らせるわけでもありません。しかし全員が「感性という根っこ」を持っています。その根っこが深いほど、どんな嵐が来ても幹は折れません。

これが、めぶきが育てたい「その子らしさ」の姿です。

花の色は違っていい。実の形は違っていい。しかし根っこには、「なんか、いいね」という感性が宿っています。その根っこを持った人間が、家庭に、学校に、企業に、地域に、社会に広がっていきます。

**それが、種が社会に根付いた日の景色です。**

めぶきはまだ、その景色の入口に立ったばかりです。しかし入口に立っているからこそ、見える景色があります。始まったばかりだからこそ、種が落ちる瞬間が見えます。

一粒の種が、どんな花を咲かせるかは、まだわかりません。でも、種をまき続けます。種に肥料を与え続けます。光を当て続けます。

それがめぶきの、これからです。

---

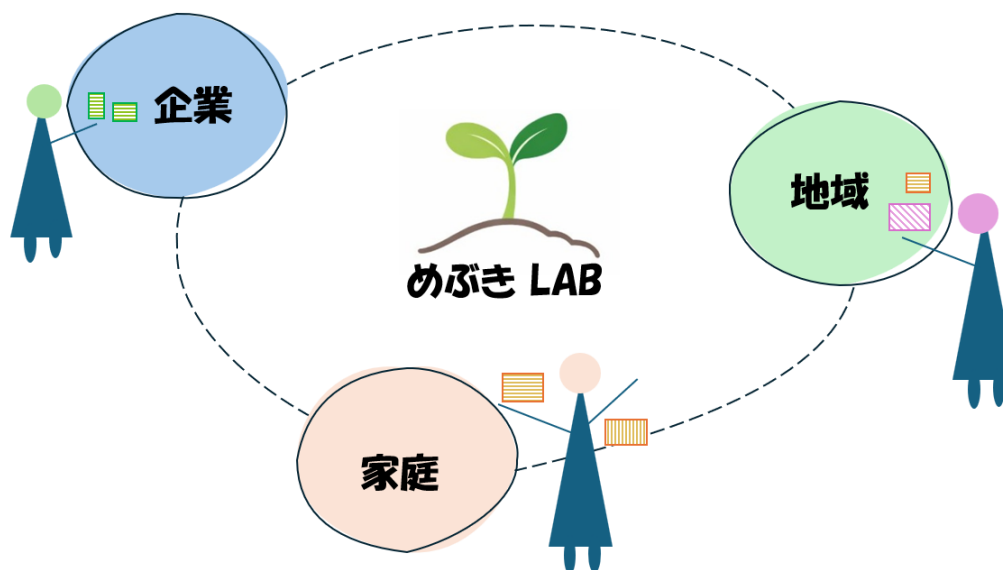
## 第9章へ——「新 STEAM 教育」を社会に根付かせる

芽吹いた先の景色は想像できた。しかし景色を描くだけでは、社会は変わらない。

変えるためには、設計が必要です。資金が必要です。パートナーが必要です。

第9章では、「新 STEAM 教育」を社会に根付かせるための、具体的なロードマップを示します。とびらプロジェクトとの連携、投資型クラウドファンディングの設計、企業スポンサーシップの構造——めぶきが「起点」になるシナリオの全貌を共有させてください。

## 第9章 新 STEAM 教育を社会に根付かせる



—— 賛同企業が「教育の場」になるとき

実店舗より先に、動けることがある

正直に思っていることを言います。

めぶきはまだ、実店舗を構えていません。資金も、実績も、まだ十分ではありません。「新 STEAM 教育」を社会に根付かせると言いながら、その拠点がまだ固まっていません。

絵空事ではないのか？ と問われるかも知れません。ここで、一つ、自ら問いを立てました。

実店舗がなければ、めぶきは動けないのか？

答えは、「否」と考えました。

むしろ逆ではないかと。実店舗を構えることが目標になった瞬間に、めぶきは「場所を待つ教育」になってしまうかも知れないと。場所があることに越したことはありません。体験も発信も定点があった方が良いに決まっています。しかし、場所が先ではなく、**賛同する人と企業が先ではないかと。**

賛同する企業があれば、そこがめぶきの LAB になる。賛同する地域があれば、そこがめ

ぶきの土になる。種をまく場所は、最初から一つである必要はない。賛同の輪が広がるほど、種をまける場所が増える。

これは、今のめぶき戦略の考えのひとつです。他に良いアイデアがあったら教えていただきたいです。わが社の一角を使っても良いという企業様がいれば是非ご協力を願いたい次第です。

---

## 企業のスペースが、教育の場になる

具体的なイメージはこうです。

社内の一角あるいはショールームの一部を、月に一度だけ開放していただく。そこにめぶきが入り、体験会か一回分の講座を、惜しみなく披露する。参加するのは、地域の子どもたちとその保護者です。

企業のショールームには、子どもたちの笑い声が響く。本物の素材——その企業が扱っている素材があれば LAB に取り入れる計画を考えます。素材を手にした子どもたちの目がキラキラする。保護者が前のめりになる。「ビリビリンピック」の様に参加者の歓声声が上がる。

その瞬間、その企業のショールームは「教育の場」に変わります。

企業にとって何が起きたか。製品を売る場所が、感性を育てる場所が変わった。取引先に見せるための空間が、地域の子どもたちの記憶に刻まれる空間になった。

そして自ら発信してもらえたら嬉しい。

「私たちは、地域の子どもたちの感性教育を支援しています」というメッセージを。発信する。地域のメディアに取り上げられる。採用活動の場で語る。

**めぶきが企業のブランドを育て、企業がめぶきの認知を広げる。この循環が始まる。**

このようなことを想像しています。

---

## 「将来、一緒に働く」というイメージ

もう少し想像を進めたい。

その企業のショールームで体験会に参加した小学2年生の女の子が、10年後、高校生にな

っている。進路を考えると、ふとあの日のことを思い出す。本物の素材を手にした感触。「なんか、いいね」という感覚が動いた瞬間。

「あの体験をした場所で、働いてみたい」と思うかもしれない。

あるいは、「めぶきを知っていますか、私、あそこの体験会に小学生のとき行ったんです」と言うかもしれない。

これは決して夢物語ではないと思っています。企業が地域の子どもたちの感性の記憶の中に存在するとき、その企業は単なる「仕事の場所」を超える。「自分の感性と関わってきた場所」になる。のではないのでしょうか。

採用、育成、ブランディング—— 企業が教育に投資する意味は、ここにあると考えます。単に CSR 予算から出す「社会貢献」ではなく、経営の核心に関わる「人材と文化への投資」です。

この視点は、めぶきへの協賛は「支援」ではなく「共同経営」に近い概念に入らないのでしょうか。

---

## 企業投資型クラウドファンディングとの連携

企業投資型クラウドファンディングとしての協賛。

FUNDINNO やセキュリテなどの投資型 CF は、事業の「社会的意義」と「成長可能性」の両方を問う形で事業の可能性に投資する制度。つまり株と同じ考え方ではありますが、株は所有と共に会社の所有者になるが、投資型の CF は所有者ではなく応援者としての位置付け。すなわち経営協力ではなく一緒にの思いで賛同します。という位置付けになります。株と同じように利益が出た場合は還元するシステムです。利益追従型ではなく、事業を応援しながら賛助するイメージの CF です。協賛企業とのかかわりがある状態で CF に臨むことと、何もない状態で臨むことでは、投資家の反応が全く変わると考えています。

すでに数社の協賛企業がめぶきの思想に賛同し、素材提供を頂いております。引き続き協賛企業を増やしながらか種類を増やし、豊富な素材がある LAB だということを広めたいと考えています。

賛助企業から頂いた調達資金は、教材・プログラムの開発人材育成、場合により実店舗の計画に充てます。賛同企業のネットワーク→CF→実店舗、という流れが、めぶきのロード

マップの予定です。

---

### とびらプロジェクトとの連携 ———形が出来てから

東京藝術大学と東京都美術館が連携するとびらプロジェクトは、めぶきが目指す方向と深く共鳴しています。

しかし、連携には「対等に語れる実績」が必要です。めぶきが今の段階で連携を求めても、思想の共鳴だけでは前に駒を進めることは難しいと考えています。

まず賛同企業のネットワークを築き、体験会の実績を積む。CFでの資金調達も計画する。実店舗を持つアンテナも張る。NOTEや書籍を通じて「新STEAM教育」の思想を発信し続ける。

その積み重ねの先に、とびらプロジェクトとの連携が自然に生まれる。「めぶきと話したい」と向こうから思ってもらえる状態を作ることが、正しい順番だと思っています。

対等な立場で語り合える日が来るまで、めぶきはしっかりと土台を固めます。

焦らないで確実に。止まらないで正確に。

---

### めぶきが「起点」になるシナリオ

最後に、めぶきが「起点」になる未来像を描いてみました。

2026年

賛同企業のスペースで体験会・講座を開始

NOTEと書籍で思想を発信

協賛企業のネットワークを構築

2027年

企業投資型CFで資金調達

実店舗「MEBUKI LAB」を本格稼働

流山市を「新 STEAM 教育の実践都市」として発信

2028 年

可能であれば、soda 活動のネットワーク経由で全国展開

デザイン・建築系大学との共同プログラム開始

MEBUKI LAB の水平展開

2029 年～

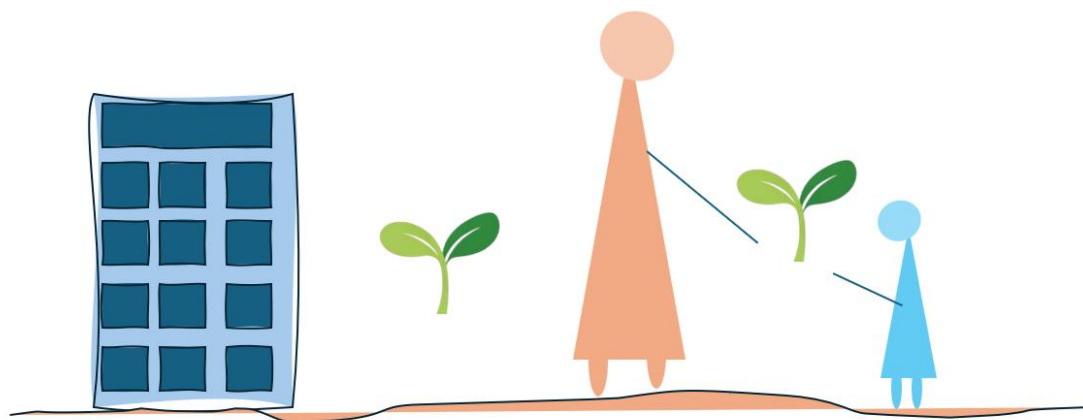
とびらプロジェクトとの連携

「新 STEAM 教育」の社会実装モデルとして

全国の教育機関・企業・地域への展開

このロードマップの起点は、実店舗でも資金でもない。

賛同していただける一社の企業と、一人の保護者と、一人の子どもです。



## 第10章 企業・地域・家庭が連携する創造のコミュニティ



### ——感性の旅のプラットフォームへ

#### 教室の「外」で起きること

めぶきの体験会が終わった後、参加した子どもたちはどこへ向かうのでしょうか。

家に帰り、夕食を食べ、お風呂に入り、眠る。翌日は学校へ行く。いつもの日常に戻る。

しかし、何かが違います。

和紙の感触が、指先に残っています。壁紙のあの色の組み合わせが、頭の片隅にあります。「なんか、いいね」という感覚の記憶が、日常の中でふと顔を出します。

これが、めぶきが目指していることの本質です。教室の中で起きることより、教室を出た後に何が起きるか。感性の種は、教室を出た瞬間から、その子の日常という土の中で動き始めます。

しかし、種が芽吹くためには、日常の中にも「水」と「光」が必要です。

肥料が入った「種」を作ったその先に水と光を用意するのが、企業であり、地域であり、家庭です。これが土になります。この三者が連携するとき、めぶきは教室を超えた「創造のコミュニティ」になります。

## 好奇心の種が、次の扉を開く

体験会では、特定の素材に強く反応する子どもがいます。

タイルを手にした瞬間から離さない子。和紙の質感に何度も触れ直す子。照明の光が変わった瞬間に「わああ！」と声を上げる子。

この反応は偶然ではありません。その子の感性が、特定の素材と「共鳴」した瞬間です。

この瞬間を見逃さないことが、めぶき講師の最も大切であり重要な仕事です。そして、この瞬間を起点に「次の扉」を開くことが、めぶきの深掘りコースの始まりです。

たとえば、和紙に強く反応した子どもがいるとします。

めぶき LAB での体験は、和紙の感触を知ることから始まりました。次のステップは、和紙がどこから来るかを知ることです。誰が作るのか。どんな場所で作られるのか。どんな時間をかけて生まれるのか。

この問いにリアルな答えを具体的に提示できる扉。これが深掘りコースの扉のイメージです。和紙の扉は、日本の伝統文化継承を担う価値のある扉になる可能性も十分にありません。

「めぶきとびらプロジェクト」こんな名称で活動すると、東京藝大と東京都美術館の「とびらプロジェクト」と共鳴できる日が早く訪れるのかも知れません。

和紙に最初触れたときの表情。漉いた瞬間の声。照明の光を当てたときの沈黙。——これらを全て記録した「感性の旅のレポート」を作ります。

このレポートは、三者に届きます。

**保護者へ：**「我が子がこの旅で何を感じ、どう変わったか」という記録。偏差値では見えない、その子の感性の成長記録です。

**協賛企業へ：**「貴社の素材が、子どもの感性にこう働いた」という証拠。カタログにもショールームにも書けない、リアルな価値の記録です。

**めぶき自身へ：**一人の子どもの感性が動いた記録の積み重ねが、めぶきの「実績」になります。数ではなく、深さとしての実績です。

## Soda 活動とめぶきが「交わる接点」

ここでもう一度、soda 活動とめぶきの関係を整理したいと思います。

Soda 活動の基軸はボランティア活動。協会の方針があり、学校への営業も協会が行います。一日限りの出前授業として、全国の小学校に種をまいてきました。その数1万人以上。

めぶきの基軸はビジネスです。継続的な学びの場として、種を作りが芽吹く場所まで伴走できる仕組みと仕掛けを作ります。

この二つは、競合しません。**soda が入口、めぶきが出口**という設計が可能です。

soda の授業で特に感性が動いた子どもに対して、「めぶきという継続的な場所がある」という情報が届く設計。授業後に配布する案内に、めぶきの情報を載せる。soda 講師がめぶきの存在を知っていて、興味を持った保護者に紹介できる。

soda 活動の20年・1万人にまいてきた種の「続き」を、めぶきが担う。両者の存在意義が、むしろ高まります。

---

## 企業・地域・家庭、三者が連携する仕組み

めぶきが創造するコミュニティに発展するためには、三者の連携が必要です。

### 企業の役割

企業は素材を提供する協賛企業とスペースや活動資金を提供する賛同企業の二軸の役割があります。協賛企業に置いてはLABで生まれた作品や体験談が、自社のブランドとして発信できます。

天童木工、サンゲツ、イヨベ工芸社、八光、スミノエなどの協賛企業は、自社の廃材や端材を教育現場に活用するという感性教育を通じた、深いブランディングが可能になります。

株式会社サンゲツは壁紙を提供します。その壁紙が子どもの手でアートパネルになり、インテリアとして空間に溶け込むことで唯一無二の価値となり、この瞬間に、サンゲツの壁紙は「廃材」から「家族の記憶」に昇格します。

## 地域の役割

流山市という地域は、めぶきの最初の土です。子育て世代の人口増加率全国1位という現実が、めぶきの市場の大きさを示しています。地域の行政・学校・商業施設・企業が連携することで、流山市が「感性教育の実践都市」として発信する。その実現が可能な地域です。

## 家庭の役割

家庭は、めぶきで感性の種を手に入れた子どもたちの日常の土です。保護者がめぶきの思想を理解し、家庭の中で「なんか、いいね」という会話が生まれるとき、感性は家庭でも育ちます。

「お帰りなさいのアートと光」が玄関で灯るとき、家庭そのものが感性を育てる場所になります。

## 創造のコミュニティが生まれるとき

企業が素材と場所を提供し、地域が土になり、家庭が日常の水と光を注ぐ。さらに企業も水と光を注ぎ続ける。

この三者が連携するとき、めぶき LAB は実験室を超え実社会と連携する教育プログラムとして歩き出すでしょう。

流山市の子どもたちが、伝統文化の和紙を漉き、照明を作り、売る体験をする。その作品が家の玄関に飾られ、毎日光で「お帰りなさい」と語りかける。様々な体験プログラムが出来る可能性があります。その子が中学・高校と成長する中で、感性の根っこが深くなっていく。

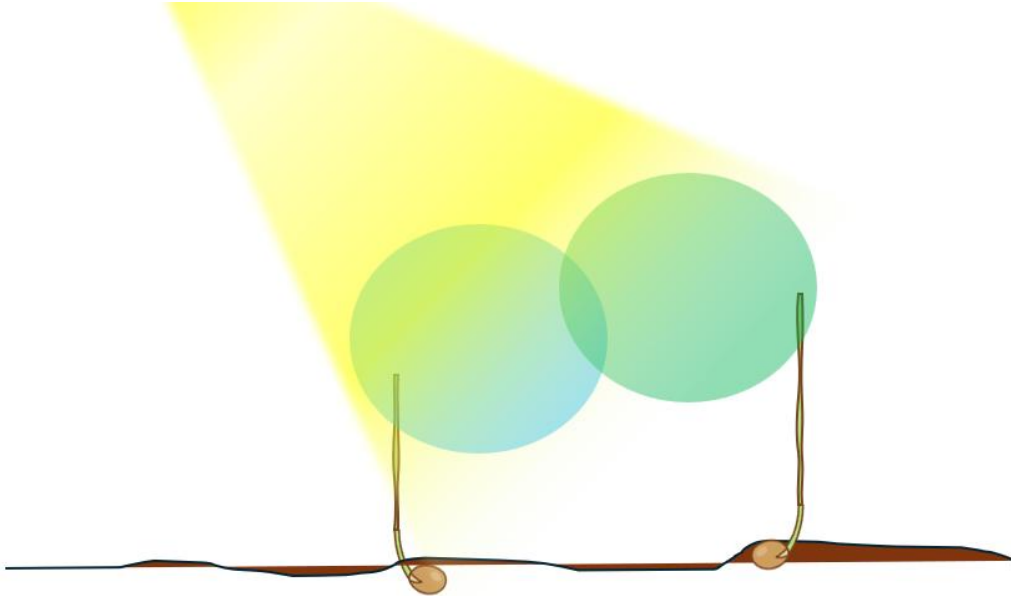
やがてその子が社会に出たとき、「自分の感性を社会に通用させる力」を持っています。

これが、創造のコミュニティが生み出す果実です。

一つの LAB から始まった小さな試みが、企業と地域と家庭をつなぎ、社会に根付いていく。

**その起点が、めぶきです。**

## 終章 種が社会に根付く日



### あの日の廊下を、もう一度

2023年11月。葛飾区の宝木塚小学校の廊下。

タイル、木材、壁紙、アクリル——本物の素材が廊下いっぱい広がっていました。

素材を手にした瞬間、子どもたちの目が変わりました。さっきまで半信半疑の顔をしていた小学5年生たちが、指先で素材の質感を確かめながら、ニヤニヤしながら帰ってこない。

その光景を見て、照明プランナーとして26年間光の仕事をしてきた僕は、直感的に思いました。

ああ、これだ。これが「光が当たった瞬間」だ。

あの廊下から、全ては始まりました。

---

### 種は、すでに落ちている

この本を読んでいただいた方に、お伝えしたいことがあります。

種は、すでに落ちています。

Soda 活動が 20 年間・1 万人の子どもたちにまいてきた種。めぶきの体験会でパパの待ち受け画面になった娘さんの作品が落とした種。タイルを手にしたパパの感性に落ちた種。光を仕込んだアートパネルが玄関で灯るたびに、家族の記憶に落ちていく種。

これらの種は、すでにそこにあります。

問題は、芽吹く場所がなかったこと。

学校への出前授業は一日で終わります。次がありません。種はまかれましたが、続きがなかった。だから、めぶきを作りました。種が芽吹く場所を、作りました。

---

### 光は、価値を見つける

照明プランナーとして長年仕事をしてきて、一つの確信があります。

光は、価値を見つける。

美味しい料理を出す素敵なお店でも、光の当て方が間違っていれば、その魅力は伝わりません。素晴らしいアート作品でも、光が当たっていなければ、存在しないかのように見えてしまいます。

しかし、正しく光を当てさえすれば、どんなものでも驚くほど輝きを増します。

これは空間や作品だけの話ではありません。子どもの感性にも、同じことが言えます。

「なんか、いいね」という感性の動きに、誰かが光を当てる。「今、目が変わったね」と気づいてくれる大人がいる。その瞬間に、感性の種が芽吹き動き始めます。

めぶきは、子どもの感性に光を当て続ける場所です。

---

### この本を書いた理由

この本は、めぶきの認知を広げるために書きました。資金を調達するために書きました。賛同してくれる企業と出会うために書きました。

20 代の営業マン時代に奥様に言われた「何にもわかってない」という言葉。あの夜のリビングで感じた「何かが違う」という感覚。缶バッジを「お金払うから売って」と交渉してきた小学生。パパの待ち受け画面になった娘さんの作品。

これらの点と点が、線になりました。

照明プランナーとして光の仕事をしてきた26年間と、感性教育と向き合ってきた活動が、「めぶき」という一つの場所に収束していく必然が、見えてきました。

---

### 偏差値では測れないものを、大切にできる社会へ

日本の教育は今、転換期にある。と思っています。

文部科学省がSTEAM教育を推進し、非認知能力の重要性が語られ、探求学習が広がっています。「正解のない時代を生きる力」という言葉が、教育の世界で飛び交っています。

しかし現場では、まだ「A」が空洞のままです。感性を育てる方法が、まだ見つかっていません。評価できないものは教えにくい。教えにくいものは後回しになる。この構造は、変わっていません。

めぶきは、この空洞を埋めようとしています。

学校の「外」から、本物の素材と本物のプロの眼差しで、子どもたちの感性に光を当てる。「なんか、いいね」という感覚を大切にできる文化を、MEBUKI LABから地域へ、地域から社会へと広げていく。

これは大きな野心かもしれません。しかしめぶきはまだ、始まったばかりです。だからこそ、できることがあります。始まったばかりの場所にしか、種が落ちる瞬間は見えません。

---

### 読んでいただいた方へ

この本を最後まで読んでいただいた方に、お願いがあります。

もし、この本の中身が「なんか、いいね」と感じた瞬間があったとしたら、その感覚を大切にしてください。

それが保護者の方であれば、我が子の「なんか、いいね」に耳を傾けてみてください。うまくできたかどうかではなく、どこで目が輝いたかを、見てみてください。

あなたが教育関係者の方であれば、「評価しない」という勇気を、一度試してみてください。正解を教えるのではなく、感性が動いた瞬間を「いいね」と言葉にして返す。それだ

けで、子どもたちの何かが変わり始めると思います。僕は教育のプロではありません。教育現場のやり方や崩すことのできないセオリーもあると思います。ここは尊重します。でも、どこかで試す方法を考えていただけたら嬉しいです。

あなたが企業の方であれば、貴社の素材や空間が「子どもの感性の肥料になる」という可能性を、想像してみてください。単なる CSR ではなく、次世代の人材と文化への投資として。

そしてもし、めぶきの思想に賛同していただけるなら、ぜひ一緒に歩んで欲しいです。

種は、一人では芽吹かせられません。水が必要です。光が必要です。土が必要です。

あなたの会社が、めぶきの水になってくれるかもしれません。光になってくれるかもしれません。土になってくれるかもしれません。

---

## 最後に

缶バッジを「お金払うから売って」と交渉してきた小学生がいました。

後日、校長先生に背景を話し、缶バッジ 2 個を託しました。「今でも欲しい気持ちが確認できたら渡してください」と。

その子が今も缶バッジを欲しがっているかどうか、わかりません。でも、あの真剣な眼差しは忘れられません。

好きなものに真剣になれる力。欲しいものに向かって動ける力。感性が動いたものに、自分なりの方法でアプローチできる力。

これが、感性が根付いた子どもの姿です。

この姿を、もっと多く見たい。沢山の子供たちと時間を共有したい。

そのために、めぶきはあります。そのために、この本を書きました。

光は、価値を見つける。子どもの感性にも、同じことが言えます。種は、必ず、どこかで芽吹きます。