

フォーラムの総括

湘南工科大学 和田精二

第6回アジアデザイン国際会議が開催されるまでの2年間、募金委員会の活動を通して学の世界から産の世界に関わることができた。この経験により産と学のかかわり方について多くのことを感じ取った。2002年暮れに開催したプレフォーラムでは、出席した企業のデザイナーから、「危機的な状況にある企業のデザイン部門にとって、デザインの国際会議に関わっている場合ではない」「企業のデザインが置かれている現状に対する認識に欠けている」という厳しい意見をいただいた。企業のデザイナーが学の世界に多くを期待していないことをあらためて認識した。学の世界に多くを期待していないという表現は正確ではなく、企業のデザイナーがデザインを専門とする「学会」に多くを期待していないと言い換えるべきかも知れない。これはデザインの学会が開催する研究報告会への企業側からの報告者、参加者が近年減少の一途をたどっていることで容易に確認できる。企業にとって期待が薄いということは得られる利益が少ないことにある。とすれば、学の側が「産学連携」を標榜する前に冷静な現状分析が必要ではないのかと感じた。

企業内デザイナーにとってもフリーランスデザイナーにとっても、デザインは企業活動を通して実現する。そのため、日本におけるデザインの問題はつきるところ企業の問題であり、同時に企業におけるデザインの問題でもある。デザインの学は経験の学であると共に、現場の学でもあるから、企業におけるデザインのかかえる問題については、もっと学の世界で論じられて然るべきである。現代のデザインが抱える諸問題に切り込まずに、デザインを論じても机上論になりかねない。そうした観点からも、学が産に信頼されず乖離している現状は、決して好ましいことではない。そのあたりが、募金運動を通じて感じ取ったことである。

一方、産の側に問題がないかということ、これまた大いにありそうである。募金委員会の活動が始まった2001年ごろから一部の例外を除いて企業の経営環境が軒並みに悪化し、企業内デザイン部門も社内の他部門同様に組織の見直しやスリム化を強いられる事態が続出した。こうした企業のデザイン部門にとっての生き残りを賭けた正念場とタイミングをあわせるように募金委員会の活動が推進されたことになる。そうした中で「危機的な状況にある企業のデザイン部門にとってはデザインの国際会議に関わっている場合ではない」「企業のデザインが置かれている現状に対する認識に欠けている」といった発言が飛び出した訳である。所属する企業の経営状況にデザイン部門が大きく影響されるのは当然のことであるし、利益の追求を第一義として考えなければいけないため、固定費の削減等に対して対応策に取り組みかねばならなかった事情も理解できる。にもかかわらず、かかる状況におかれているからこそ、現状を打破するために、何かしらこれまでとは違った思考をすべきではないのか、違った場で違った人間と思考していくトライアルの場をもつべきではないのか、長い間企業に身をおいてきた経験から強く感じた次第である。

デザインをする喜びも悲しみも生きがいも全て企業と共にあるのが日本の企業内デザイナーの現状であろう。それはそれでデザイン部門のマネジメントがうまく機能してきた証しでもある。

にもかかわらず、全てがうまく機能している訳ではない。新規に採用する若手のデザイナーの意識の低さから、外国人デザイナーの採用で活路を見出そうとする姿勢は、企業人も元企業人も一致していた。一方、論議には出てこなかったが、熟年デザイナーの扱いにかかわる課題も解決していないのが実情である。企業のリストラ策と連動して、彼らが定年前に企業を去っていく情報には今でも時々耳にする。企業内デザイン部門は所属する企業と共にあるから、組織の命運を共にするのも理解できる。企業の組織論から言えば、それが当たり前のことであり、何をいまさらというところかも知れない。にも関わらず、企業を離れて今感じるのは、そうした思考は、結局は高度成長時代のモデルそのものではないのか、様々な問題点をそのまま先送りしただけであり、鳥瞰的な視点からの意見が聞かれたわけでもない。それに代わる 21 世紀デザインのモデルが打ち出されてもよいのではないかという疑問がついて回った。問題を抱えながら解決策を見出し得ていないのが現状である。特に前者の問題は直接に学に関わる問題でもある。外国人を採用することは、組織のマネジメントとしては理解し得るひとつの解決策である。にもかかわらず、管理者の養成という長期的展望からはこれまた先送りされた問題解決策と考えざるを得ない。この種の問題はまだまだ山積している。こうした状況を変えていくために産と学が連携していくことで問題が簡単に解決していくと楽観的には考えていない。これまでも産学連携は行われてきた。その結果を通して今のような意識の齟齬が生まれたという一面も否定できない。委託研究を依頼した企業にある種の期待はずれからくる幻滅感をいただいているデザイナーを何人も見てきた。それゆえ、現状を改革していく意思を共有していないのも事実である。「学会の大会に参加したが少しも興奮するところがない」という企業内デザイナーもいた。にもかかわらず、そうした意見もまた旧来のモデルの中で語られていることも否定できない。

そうした経緯を背景にデザインビジネスフォーラム委員会が組織され、国際会議の場を活用してフォーラムを開催、産の方々にも参加いただいて討論することになった。公式に開催した昼の部と非公式に開催した夜の部をもった。中国や韓国のデザインの問題も論議された。韓国において、IMF 危機以降に一部大手企業の経営幹部とそのデザイン部門が国家の強力な支援を受けながら、積極的なデザイン戦略を展開することでグローバルな成果をあげてきたことは、デザインの世界ではあまねく知られたことである。最近では、中国発のデザイン情報が駆け巡っている。まだスタイリングが主体のレベルにとどまってはいるものの、デザイン学科を有する大学や専門学校は 400 校を超え、毎年の卒業生も 10 万人以上、デザイン事務所も上海、広州地区で各々 1 万社に達すると推測されている。また、65% のデザイン事務所が 2000 年以降に設立され、第一線のデザイナーの大半が 20 歳代、経営者層でさえ 30 代半ばまでというところがほとんどである。（国際デザイン交流協会調査）自らの企業内に文字通り閉じこもり、社外へ発信していかない傾向の強い日本の企業内デザイン部門は、海外のデザイン関係者からいささか閉塞感の漂う元気がない集団と捉えられている嫌いがある。今回の国際会議でも韓国の VIP から日本のデザイナーにもっと頑張ってもらいたい旨の発言があった。海外のデザイン業界からはそうした目で見られているようである。

日本のデザインは本当に韓国や中国に負けているのか。負けているとしたらどういうことで負けているのか、という論議が国際会議までなされてきた。ムード先行で語られるのは健康的ではない。韓国政府の庇護政策は長い目で見ればデザイン業界の体質を弱くするように思える。行政

による保護は長い目でみれば対象となった組織の体質を強くしないことは過去の歴史をみれば事例にこと欠かない。中国のデザインがどのくらい強いのかを考えるためには中国企業を知るべきであろう。日本の GDP に対する研究開発投資の比率は 3.1%で世界最高であるのに対して中国は 1%に過ぎず、特に民生目的の研究開発投資はほとんどゼロに近い。世界的なデフレの源泉は中国にある。そのデフレ下で企業が生き延びるためには先端技術をさらに先鋭化する以外に手はない。それが無い国は日本から技術を買わなければ経済が成り立たないのが現状である。中国は外資頼みで成長し、自ら研究開発をしない。一方で若者の理工系離れの著しい日本は将来に不安があるが、今のところ企業が頑張っている。元気な企業にいるデザイナーは元気である。デザインの問題はすぐれて企業の問題に起因するように思える。

また、日本の GDP は約 500 兆円だが、輸出が 55 兆円で輸入が 50 兆円。日本は既に貿易立国ではないから、日本のマーケットで勝った企業が生き残れる。とすれば、デザインが販売を左右する製品が輸入されるのに打ち勝っていけば日本のデザインは相対的に見て海外のデザイン評価を気にせず、元気にやればよいことになる。今、日本のデザインは、所属する企業が国内で生き残るためにひたすら頑張ればよい。今回のフォーラムでも、日産自動車の経営幹部がデザインという経営資源をトップダウンで効果的に活用してきた経営のうまさあらためて感じさせてくれた。これまでデザイナーは企業の経営幹部に対してデザインを理解させるための努力が不足していた。デザインを言葉で説明することは論理力を必要とすることになり、デザイナーの不得手とするところであったが、いつまでも暗黙知のせいにしていない場合ではない。デザインの先鋭化とは、上記のような努力を通じて、国内市場の要求に肉薄していくことに尽きる。結論的に言えば、中国、韓国問題よりも、国内問題にある。経営の場にデザインの機能する部分は必ずある。企業のモノづくりにデザインはついて回る。デザイン部門は、社内でも設備投資が少ない部門であるが、その能力をよく知り効果的に活用すればいい。アイデアはデザイナー個人の頭脳の中にある。デザイナーをトップダウンでうまく活用することが重要である。

本報告書に掲載されている内容は、昼夜を通して語られた内の昼間の部の記録である。発表した企業に対する守秘義務もあって、夜のミーティングの内容は割愛せざるを得なかった。それでも、掲載した公開フォーラムでは、デザイナーの偏差値の問題、若い日本人デザイナーの意識の低下と外国人デザイナーの採用問題等、これまであまり俎上にあげられなかった問題が論議されたことは収穫であった。フォーラムに参加いただいた皆様方にとって、少しでも参考になればフォーラム委員会一同大変光栄である。

以上