

MOD (Management of Design)と生産管理・第2稿-その1

製品開発企画と企業内デザイン活動

Product Development Planning and In-house Design Activity (2)

和田精二 (湘南工科大学)

1、はじめに

デザイナーの社会的評価の向上を目指す動きが活発化しつつある現在、デザインに関するさまざまな論を整理することがMODを検討する上で必要と思われる。日本のデザイナーは大半が企業内で活動していること、デザイナーの思考は仮説形成に大きく依拠しているために、普遍的解を目指す工学領域とは矛盾した構造にあること等を前提としてMODを考察する必要がある。製品開発企画もこれまでにない製品を発想する意味で仮説形成によるところが大きい。製品開発企画とデザインを対峙させながら考えることはMOD論構築につながると考える。

2、企業内デザイン活動について

日本のデザインの大半が企業内の終身雇用制度のもとで分業化・専門化を前提に進められており、欧米とは異なったビジネス形態にある。日本のデザイン会社や個人デザイナーは企業から下請け的にデザイン受注することが多く、意匠権も企業に属するのが大半である。時折、デザイナーの給与に関わるデータが専門誌に掲載されるが、大半のデザイナーは所属企業の経営状況に左右されるため、絶対数の少ないデザイン会社や個人事務所についてのデータの域を出ない。日本の産業をデザイン面から支えてきた企業内デザイナーはアノニマスな環境下でその役割を果たしてきた。企業内デザイナーは所属企業に閉じた活動をすることが前提であり、直接利益に結びつかない社外活動を避ける傾向が強いためもあって学会活動も極めて低調である。企業内デザイン部門には問題点も多い。専門化・分業化・効率化を求めるあまり1次情報よりも社外調査会社等からの2次情報に頼るために、経験からくる勘が醸成されない傾向にある。また、組織の目的よりも組織を維持するための組織管理自体が目的となっている可能性もある。契約社員を加えても企業内デザイン部門は人員比で0.3-0.5%に過ぎないことから、社内の熾烈な競争体験にさらされないために組織的にも個人的にも闘争心が育たず、結果的に物分りのよい体質になりがちである。ひところ、開発の川上を目指す川上進出論が標榜されたが、経営知識や高度化する技術知識の克服が困難なこともあり、企画部門へのデザイナーの進出は今のところ達成できていない。UD(ユニバーサル

デザイン)や図記号標準化運動等に関するデザイン業界を横断した活動が活発に行われていながら、社会的評価が高くないこともデザイン業界の大きな課題と言える。

3、デザイナーの思考について

人間の推論は大まかに演繹推論、帰納推論、仮説形成に分かれ、デザイナーは仮説形成を主たる武器としている(注)。仮説形成はある種の事実から直接観察し得ぬ別種の事実を推論するいわば発想と呼ばれる部分であり獨創性が求められるが、体系的な論は確立されていない。工学における推論は演繹推論がメインで、誰がやっても同じ結論に達する解を求めるため、他者とは違う発想を目指すデザインとはお互いに相容れないことになる。デザインと工学の連携が試みられてきた目的は、デザイナーの資質や能力を発揮させるための最適な組合せを求めるマネジメントにあったとも極論できる。最近では、デザイナーと技術者が棲み分けながらデザイン部門に新しい雇用を生み出したUDがその成功事例と言える。一方、製品開発企画は主として技術者を主体として行われてきたが、この領域も、過去にない発想(仮説形成)を重要視する点でデザインと目的を共有する。仮説形成は、営業、経理等、どの領域でも求められるが、製品開発企画やデザインの場合は、特にその比重が大きく、デザインの場合は、大方の活動が仮説形成に費やされることになる。学問の世界で新しい理論として高い評価が与えられるのは全く新しい法則の提案であるように、産業界でも世の中に存在しなかった製品が開発され、それがヒットした場合に社会的評価が与えられる。ここに仮説形成が働くが、演繹推論は間違わず、帰納推論は間違ったとき修正の方向性が与えられるのに対し、仮説形成は間違ったとき、次の推論はゼロからやり直しとなる。

4、まとめ

仮説形成は独創的な反面、間違いを犯す可能性がある。ここにデザインと工学が連携する意味がある。デザイナーの社会的評価を上げるためには製品開発企画領域への進出が必要であること、そのためにはデザイナーと同じく仮説形成が重要視される製品開発企画領域の成功事例の調査析等が必要であることを以上から感じ取っている。

(注)「科学者の新しい役割」吉川弘之 岩波書店