

ソーシャルデザインシンキングとMOD－その8 ソーシャルデザインシンキングを基盤としたデザインコンペティション運営

Social design thinking and MOD - 8

Management of design competition based on Social design thinking

(KEYWORDS : MOD, Multiple, Continuousness)

○森 憲朗 (LG Electronics Japan Lab 株式会社 日本デザイン研究所)

1. はじめに

弊社では日本市場においてデザインコンペティションを開催している。これはひとえに、1. ブランド認知度の向上、2. 若い世代の人達にファンになって頂く、3. ユーザーの方々と共に商品テーマを通じて社会でのあり方を考えていく ということを目的とし、2008年から継続している社会との繋がりをを持ったソーシャルデザインシンキングの場としての活動である。社会との協創により変革を誘発させることを目指すという意味では、これもまた社会を巻き込んだソーシャルデザインシンキングであるといえる。これまで携帯電話を商品アイテムとし「私の形態」というテーマの元に、携帯電話を使うシーン、その行為から求められる形、つまり形態はこんな風に変化するのではないか、という発信を社会の皆様と共に考え、世に問うていく場と機会である。そこには主催側がクライアント、応募側が企画・提案者という、本来商品を製販する側とお客様の立場が逆転する場と機会という現象も巻き起こり、相互に今後の商品のあり方を考える、正にソーシャルデザインシンキングを体現している1つの事例と考えられるのではないかな。

2. 運営そのものがMOD

一方主催側は運営上での企画とその活動が伴う。ここにも同じくソーシャルデザインシンキングが取り入れられる。例えば応募総数を増やす施策としてPRを行う場合、多くの予算を計上出来れば広告代理店に丸ごと発注し全てを委託してしまうことが一般的であろう。しかしこれを自前で運営していく場合、通常の大手広告代理店からしか入稿を受け付けられない雑誌広告、Web入稿でない他の手段をあれこれと思考していくことになる。そこには若い世代に訴え、学術の世界でも知名度を上げるための施策としてポスターやチラシを送付、学内での掲示を促す活動、実際に大学へ訪問し講演とジョイントさせたPR、はたまた自治体といった行政への働きかけ、更には中小企業の集まる産業技術センターなどへもコンタクト、足を運び、思いを直に伝えるといった地道な活動により、Web上での拡散力のあるPRにも加え強固な地盤づくりにも繋がる活動を企画・発想することに繋がる、正に多角的なアプローチのデザイン思考が大いに活用されてくる訳である。このことにより、各大学や専門学校でのブランドの認知度、また商品への関心からファンになって頂くケースが生まれ、加えて地域の中小の製造

業を活性化させたい行政からの関心と、今後のものづくりの企業同士の協創・協業への可能性、また中小の製造業としてPRの場ともなり、主催側としては高い技術力を持った中小の企業との出会いとマッチングの場ともなり、産官学の誰もがプラスに働く、WinWinWinの関係が実現する。ある自治体では、中小製造業が自ら商品を企画・デザイン・販売し、自立した経営を実践することを目指す「新製品開発講座」が開講されており、実際に商品企画とデザインの重要性について大企業という立場でなく、ものづくりという視点でお話しさせて頂きつつ、デザインコンペティションのご紹介とそのコンセプト、想いをお伝えする活動も始めている。

この様な工夫がソーシャルデザインシンキングを生み、活動自体をデザインしていくことになり、ひいてはその運営そのものがMODであるといえる。

3. 継続性と更なるソーシャルデザインシンキング

先に述べた様々な運営と活動をいくつものレイヤーと捉え、組み合わせせ時には重ね合わせることで、新たな局面を生み出しデザインコンペティションへの応募総数は第1回目から毎年1000案ペースで増加を続けていくことが出来た。これもひとえに継続性が重要であることを物語っており、加えて見えないところでの見えない活動、インタangibleな部分のデザインが不可欠であるともいえる。毎年見えない部分で常に新しい施策を多角的な発想により創出、工夫を加えた運営と活動により、新たなコミュニティや社会を巻き込んだデザインシンキングを引き起こし、様々な局面で変革を誘発する活動を続けることで、デザイナーのフレキシビリティ、柔軟な発想が生かされてくるものと考ええる。

4. おわりに

これまでのデザインコンペティションの運営には前例や実績、マニュアルなどなく全くのゼロからのスタートであった。予算編成も含めた企画立案から始まり、ネットワーク作り、そして新たな技術や企業の開拓と協業をも視野に入れた活動へと昇華し、単機能でない何重にも重なったレイヤーを形成することで、また新たなソーシャルデザインシンキングを生み出すジェネレーターとして育てていきたいと考える次第である。