

Japan chapter

World Industrial Design Dayに先駆けて

時代の変化に伴う

Icsidと各国のデザイン団体の価値提供の再考



参加者

社団法人日本インダストリアル
デザイナー協会

浅香嵩

田中一雄

<http://www.jida.or.jp/>

公益財団法人日本デザイン振興会

矢島進二

<http://www.jidp.or.jp/>

千葉大学

小野健太

<http://www.eng.chiba-u.ac.jp/>

武蔵野美術大学

中原俊三郎

<http://www.musabi.ac.jp/>

多摩美術大学

和田達也

竹中佐織

<http://www.tamabi.ac.jp/>

国際デザインセンター名古屋

木村一男

<http://www.idcn.jp/>

ICSID理事

西山浩平



ご挨拶

WIDD(World Industrial Design Day)に際して、日本のICSIDメンバーで『デザインとはなにか?』を再考してみるワークショップを開催した。

本レポートはその時の抜粋である。デザインを取り巻く状況を厳しいと捉えると、そのようなバイアスがかかって見えてしまう。しかし厳しく見えてしまうのはデザインの定義が時代が変わって市場環境とずれてきているからなのかもしれない。

そこでそういう考えの下、時代にあったデザインの定義を再考することで、状況をチャンスとして捉えられるようにしたいという気持ちでワークショップを開催した。

各デザイン団体、大学の代表者が、それぞれの会員、学生に向けてデザインを別の角度から見直せるヒントを持ち帰ってもらえたら幸いである。

Icsid理事 西山浩平



千葉大学 小野健太



武蔵野美術大学 中原俊三郎



多摩美術大学 和田達也

Icsidをとりまく環境

2012年6月29日に開催予定、今年で5回目となるワールドインダストリアルデザインデーを前に、東京・六本木のデザインハブ内にある武蔵野美術大学デザイン・ラウンジにて、Icsid会員の6団体の代表者と、歴代のIcsid理事3名が集まり、外部のファシリテーターを迎えてワークショップを行なった。グローバル化や情報産業の革新が急速に進む中、Icsidが社会にどのような価値を生み出せるか、また、各々の所属する組織はデザインを基軸に、具体的にどのような役割を果たすべきなのかを自由に論議した。

分野や組織、あるいは国境をも越えて個人同士が繋がることが容易な今、Icsidがメンバーシップ制度でこれまで提供してきた「世界とのネットワーク」というインセンティブだけでは通用しなくなっている。実際、欧州では会員離脱が相次ぎ、会費制で運営しているため財政難に陥るといった悪循環。日本でも同じ状況だが、それ以前にもともとIcsidの認知度が低い。現代社会のトレンドに合わず形骸化する中で、それでもIcsidがこれまで育ててきたネットワークには可能性があり、どうレバレッジしていくかが一番の課題だ。



左から、Icsid理事の西山浩平氏、国際デザインセンター名古屋の木村一男氏、社団法人日本インダストリアルデザイナー協会の田中一雄氏、浅香嵩氏

高齢化、弱体化

日本のデザイン団体は高齢化に加え、デザイン産業、デザイン行政の弱体化もあり、縮小の一途を辿っている。過去、自動車や家電製品といった工業デザイン、ものづくりで世界を牽引してきたが、時代の流れとともに消費行動は変化し、日本のデザイン産業は、どこでどのようなデザインが求められているのかという、根本的な問いを目前に迷走している。デザイン行政も、他国から評価されるコンテンツが多くあるにもかかわらず、効果的に発信・輸出する政策をとれないままだ。このような現状の中、日本のIcsidメンバー組織は様々なチャレンジを抱えている。

デザインへの関心低下

千葉大学、武蔵野美術大学、多摩美術大学ともに、受験生確保に苦戦している。若者のデザインそのものに対する興味が薄れており、入学後、学生のモチベーションを維持することは難しいと言う。また、モチベーションの低下は、未知のものに対して視野を広げることにも当てはまり、海外留学等で経験を積むことに消極的な傾向が色濃い。様々な境界線がなくなっている現代社会で、世界に通用する人材輩出に懸念が残る。このような状況を打開するには、単に教育カリキュラムを変えるだけでなく、学生、教授、学校運営サイ

プログラム

開催日: 2012年6月14日

時間: 16~18時

場所: 東京ミッドタウン・デザインハブ内、
武蔵野美術大学デザインラウンジ

挨拶

自己紹介

フリーディスカッション

- Icsidの日本と世界における現状
- 日本のデザイン界の課題
- 参加者所属団体の課題
- 国際社会における日本のデザイン
- Icsidとして提供できる新しい価値

ブレインストーミング

- 具体的、実践的なアイデア出し
- 来年に向けてIcsid Japanの活動

終了

ドのマインドセットを根本的に変容させていくことが必要だ。なによりも、純粋に「楽しい」体験を教授と生徒が一緒に創り出していくプロセスが鍵を握っているだろう。

一方で、中国、韓国を始めとするアジア諸国からの留学生は年々、数を伸ばしており、彼らの期待とニーズに合ったプログラムを作るとともに、学士終了後の進路サポートシステムの整備も必要である。

「デザインは経営資源」

日本ではデザイナーの社会的地位やデザインに対する価値認識が低く、デザイナーが活躍できる場面がまだまだ限られている。デザインとは、商品パッケージや車の形を描くこと、という一般的な認識はまだまだ抜けない。このことは、中小デザイン企業や個人で働くデザイナーがどのように食べていくかという切実な問題を引き起こすと同時に、大学でデザイナー志す若い世代に、就くべき職がないことも意味する。日本のデザイン産業が縮小する中で、貴重な人材を育成・維持するためには、デザインに対するパブリックの意識を転換させることが不可欠となってくる。そのために、まずは、企業の経営者層に、デザインは経営に多大なる影響を与え、利益を生み出すための資源だということを教育することが大切だ。

青田刈りはいらない

優秀なデザイナーの育成には、教育機関の改革だけでなく、リクルーティング活動をする企業の考え方にもメスを入れなければならない。日本のリクルートメントにおける慣習の1つである青田刈りは、大学生が学業に専念することを妨げ、物理的な時間を奪ってしまう。未来のデザイナーとして、多様な知見を得ることに時間と情熱を注ぐべきにもかかわらず、「就職できるかできないか」という短絡的なゼロサムゲームに陥り神経をすり減らしてしまう。特に、青田刈りはかなり早い時期の大学3年生を対象としており、対象となった学生は、大学生生活のおよそ半分とも言える時間を就職活動に割られることになるのだ。日本のビジネス業界は、大学4年間で自分の将来をすべて決定しなければならないような風潮を作り出しているリクルーティング制度を見直し、優秀なデザイナーの卵がじっくりと世界を探索できるような土壌を、大学と協働して耕すことが求められている。

眠っている才能

昨今、台湾を始め、アジア近隣国でのデザイン産業における女性の雇用比率が急増している。欧米と比べ、アジアは女性が社会に出て働く文化が浸透していないと考えられているが、出遅れているのは日本だけのようにも見受けられる。日本のデザイン団体が企業や行政を巻き込みながら、女性という活かされていない、眠っている才能を発掘し、より多くのチャンスが待っている海外へ送り込むというアイデアは有用だ。他国でデザイナーとしての地位を確立し、日本のデザインへの評価を上げる、あるいは帰国して、海外で吸収したことを日本のデザイン界に還元するなど、日本のデザイン力の底上げに繋がるだろう。こういったイニシアチブを取れば、揺らいでいたデザイン団体の社会的意義を再構築することが可能かもしれない。

デザインの役割の変化

製造業が隆盛し、消費文化が熟成していた時期は、プロダクトデザインに代表されるようなものが「デザイン」だと思われていた。同じ製品のデザインを変えていくだけでも物は売れた。そのため、日本のデザイナーの多くは美術系大学出身だ。しかし、暮らしのあらゆる側面での利便性が高まり、情報にも不自由せず、満たされた生活を送っている先進国の人間は、見た目のデザインを変えたところで、もはや消費への欲求は刺激されなくなってしまった。これまでの経済システムや文化的価値とは根本から違うイノベーションが必要になっている。今、求められているのは、デザイナーそのものというより、高いデザインセンスを兼ね備え、エンジニアリングやコンピューターサイエンスなど、ものづくりのための科学的知識と技術を持った人材や、デザイン思考を以て戦略を練ることができる経営者だ。

とはいうものの、デザイナーというプロフェッショナルが果たすべき役割は依然としてある。専門職であるデザイナーの育成と、デザイン思考という方法論の普及。その両方を行なっていかなければならない。

Disconnect, then Reconnect.

日本のIcsidメンバーが抱えるさまざまなチャレンジを、Icsidというグローバル組織に属している価値を最大限に活かすことで乗り越えていくにはどうすればいいだろうか。Icsidのような団体に属することが、ネットワークを作るためのアドバンテージではなくなってきていると前述したが、それでも、単にフェイスブックで「友達」だけではない、目に見える形で人との関係性には特別な意味がある。どこの誰に何を聞けば、次のステップに進めるのか。鍵となる人物、組織との十分な繋がりにはオンラインだけでは生み出せない。そこにIcsidのような旧来型ネットワークの強さがある。

INDUSTRIAL DESIGN IS

産業デザインとは、

正しい明日を創る行為—田中一雄

20世紀の象徴—矢島進二

Useful business tool—西山浩平

作り勝手、使い勝手を適切に可視化すること。工業から産業へ!—浅香嵩

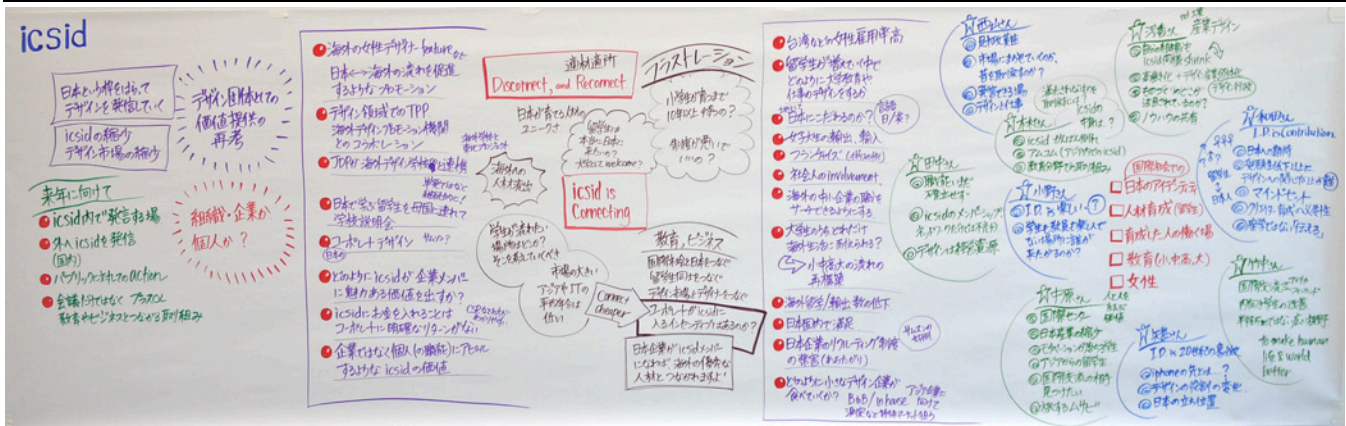
To make human life and world better—竹中佐織

人類と社会へデザインという行為を通じて奉仕すること—木村一男

楽しい—小野健太

人と人を結ぶ価値—中原俊三郎

Contribution—和田達也



しかし、これまでと同じネットワークをそのまま惰性で続けていてはならない。過去に作られ、しがらみと化した繋がり一旦切り離し、現在の日本に欠けている新しい繋がり一国際社会と日本の繋がり、留学生同士の繋がり、デザイン市場とデザイナーの繋がり、海外の優秀な人材と国内企業の繋がり一を再び繋ぎ合わせるのである。これがIcsidの今後の存在意義となるかもしれない。

これからのIcsid

Icsidは、市場の流れを読み解き、そこに必要な資源を適切に発信・提供していく必要がある。例えば、彼らのクライアントである学生が向かいたい行き先をよく見定め、サービスや仕組みを作る必要がある。

今回の議論の中では、主に大学教育に焦点が当たったが、デザイン自体に興味を持たせるには、小・中・高校生などより早い段階から働きかける必要がある。とはいえ、彼らが育つにはさらに10年単位の時間が必要になってしまうので、もう少し短中期的な取り組みを考えていかなければならない。

Icsid in 教育

例えば、日本のデザイナー志望の女性のために、海外で活躍している同世代の女性デザイナーを紹介することによって刺激や活力を与える、デザイン業界のTPPのような、よりオープンなデザインアセットの貿易圏を作り、海外デザインプロモーション機関とコラボレーションする、日本と諸外国のデザイン学校が連携し、継続的なイベントを共同開催するなどのアイディアが上がった。また、日本で学ぶ留学生を連れて、母国にて学校説明会をすることで、日本のデザイン学校の知名度や信用度は上がるかもしれない。

企業会員

現在、Icsidに日本企業会員は1社もないが、s高額の会費を払ってまで属する価値提供ができていない。企業に対して明確なリターンを出せるかどうかが鍵だ。メンバー企業は海外の優秀な人材を直接リクルーティングできる、デザインに対する認識の低い日系企業に対して、デザイン思考による経営をコンサルティングする等、Icsidの今ある資源を利用したサービスを展開すべきだ。個人に対しては、経済が縮小している日本で就職難が続くデザイナーのために、海外の中小デザイン会社の情報提供を早急に取り組みすべきである。

いずれにせよ、ターゲットはそもそも組織なのか、個人なのかは問い直さなくてはならない。

ネクストステップ

- Icsid国内6団体の定期的な交流
 - これまでIcsidの会員団体が国内で集まることはなかった。今回を契機に毎年定期的集まることを提案したところ、総意が得られた。
- デザインの仕事を増やす試み
 - 来年会うまでにデザイン振興団体やデザイン教育機関として新しい時代にデザイナー、デザイン志望者に対する仕事の機会を増やすことにつながる試みをひとつかふたつ立ち上げる。

運営チーム
劉夢非
公益財団法人日本デザイン振興会

川野あゆみ
公益財団法人日本デザイン振興会

ファミリーेशन及び報告書作成
井口奈保
コミュニケーションプロセスデザイナー