

インダストリアルデザイン教育の新展開に向けて

For new development of the industrial design education

黒田 宏治
デザイン学部生産造形学科

Kohji KURODA
Department of Industrial Design, Faculty of Design

佐井 国夫
デザイン学部生産造形学科

Kunio SAI
Department of Industrial Design, Faculty of Design

磯村 克郎
デザイン学部生産造形学科

Katsuro ISOMURA
Department of Industrial Design, Faculty of Design

IDビジネス最前線の専門家も交えた研究会を設置して、ID分野の実務動向を概観するとともに、いま求められるデザイン人材ニーズに関する調査を行った。デザイン実務者からは、日本のデザイン学生はマニュアル指向、雑貨指向が強く、社会的な視点に欠ける、教養教育の減少で大学の画一化が進んでいると指摘された。また、実務現場では領域総合化の傾向があるとともに、基礎力に加え、発想力、幅広い知識、コミュニケーション力などが重視されているようだ。

We set up a study group which consists of the professional members of ID business and university researchers, and conducted investigation about the business trend and design talented-people needs of ID field. From the design professional members, it was pointed out that a Japanese design student has a manual inclination and a strong miscellaneous-goods inclination, that a social viewpoint is missing, and that uniformalization of universities is progressing by reduction in education in humanities. On design business, there is a tendency of synthesis of some domains and, in addition to design basic power, they are asking for the student having imagination, wide knowledge, and communication power.

1. はじめに（研究の目的と方法）

実践的学問領域であるインダストリアルデザイン（ID）教育の充実を図っていくためには、実社会（産業界等）の「生きた」情報の教育現場への導入、さらにはデザインビジネス最前線との連携が、あるいは地域社会との連携も、重要な課題である。

そもそもIDは、インダストリー（産業）のデザインに端を発する領域であり、社会的課題や企業の戦略的課題等に対応して立体・平面・空間さらにはハード・ソフトなどを領域の総合化が期待され、近年そのような社会的要請の一層の高まりが見られるところである。また日本国内にあってはデザイナー数が過飽和状況であり、国際的には中国等の台頭著しいなか日本IDのアイデンティティ構築ないし戦略的サバイバルも模索されるなか、ID分野の高度実践型教育の構築に向けた取り組みに着手すべき時期を迎えていると考えられるところである。

そこで本研究では、そのようなID教育研究の置かれた現状認識を踏まえ、IDビジネス最前線の専門家も交えた研究会を設置して、ID分野の実務動向を概観するとともに、いま求められるデザイン人材ニーズを明らかにし、本学ID教育の教育プログラム構築の契機とすることとした。

■静岡文化芸術大学 ID 教育研究会

- ・委員 田中一雄 ((株)GK デザイン機構 代表取締役社長)

藤本清春 ((株)GK ダイナミックス 道具文化研究所 所長)
清水尚哉 ((株)GK ダイナミックス 道具文化研究所 部長)

黒田宏治 (静岡文化芸術大学 教授)
佐井国夫 (静岡文化芸術大学 教授)
磯村克郎 (静岡文化芸術大学 准教授)

- ・開催 第1回 平成23年9月21日(水)
第2回 平成23年10月7日(金)
第3回 平成23年11月11日(金)
第4回 平成23年12月9日(金)
- ・備考 1. 委員の所属・役職は研究会当時のものである。
2. 各回とも会場は(株)GKデザイン機構Pルームである。
3. 2～4回については特別委員招聘により報告・討議を行った。

2. デザイン学生の現状評価

- ・いまの日本のデザイン学生には、グローバルな意識や社会を変えようという意欲が欠けている。デザインには、社会的な視点とか、大きく物事を捉える見方とかも大切である。もっと国際コンペに応募するような気概がほしい。

ID教育の現状と課題



ファインアートなしの環境
 ●ファインアートが持つオリジナリティー追求、制作の持続性、制作技術・精度の学び
 ●スケッチ力



モチーフ依存
 ●造形のモチーフ依存度が高い、あるいは抽象化思考の少なさ。

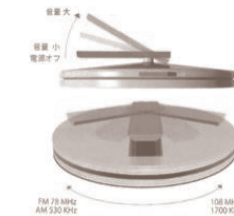


コマーシャリズムへの傾倒
 ●コマーシャルな展開、説明の達者さに比して、ものづくりの原理、論理構成のなさ
 ●雑貨世代の付加価値依存
 ●社会的な視点への誘導

5 SUAC ID教育の課題



文系指向
 ●機械技術、電子技術、情報技術への取り組み方
 ●ソリューションにつなげられるか
 ●文化芸術大学のデザインとは



ユニバーサルデザイン
 ●入学時はUD指向、卒業時は？



リサーチ能力
 ●情報収集力
 ●分析力
 ●文章力
 ●仮説設定力

(図：SUAC・ID教育の課題)

- ・同時代の学生としては、日本のデザイン学生の主張は弱く、アジア系の中はでひ弱である。台湾、香港、韓国、中国などアジア圏の学生は共通してプレゼンテーション能力、コミュニケーション能力が高く、情報処理・構成もロジカルでうまい。
- ・現在のネット世代の学生は日常的にデジャヴ体験を享受しており、リアルな情報にあまり触れずに育っている。そのせいだろうか、現実にも身を置き、現場の生の情報に触れようとする学生が少ないのは問題である。
- ・最近のデザイン学生を見ていると、自分を中心に半径3メートル以内しか考えたくないような気風がある。学生の雑貨型価値観を、社会的なものやものの本質に向けるモチベーションにどう変えるかが課題である。
- ・いまの学生はマニュアル指向が強いように思う。大学教育の中ではデザインの定式みたいなものはどこでも教えていると思うし、書店にいけばハウツー本もいろいろと出ている。卒なく無難にこなす学生が多いが、型にはまらない学生もほしい。
- ・これは教える側の問題かもしれないが、学生の知識の幅というか発想源が薄くなっている印象である。最近の大学では教養教育が減ってきて、どこも同じような専門教育ばかりになっているからかもしれない。

3. 業務特性と人材ニーズ

(1) パッケージ領域

- ・以前はブランディングや環境系が多かったが、最近のパッケージ分野ではデザインの中でも情報整理の部分

- に強みを発揮できており、それで仕事があまく回っているようなところがある。実際の仕事では問題解決型のデザインが多い。
- ・最近力を入れているのは、3D画像を回転させて見せたりするプレゼンテーションである。例えばシャンプーボトルの場合には、3Dデータでレンダリングしたもので、プレゼンテーションして、調査にもかける。
- ・最近は学生も産学共同とかもやっているの、作品がきれいにまとめている。しかし、個性的ではない。うまくまとめられる力量は、入社後に日々の業務でできていくわけで、むしろ独特の味みたいなものが少ないのが残念だ。
- ・大学教育では手法をきっちり教えるよりは、違う発想も勉強できるような環境が大事なのかも。ともかくコンピュータが無いと何もできないというのは企業側として困る。飛び抜けていくような発想力も欲しい。

(2) プロダクト領域

- ・モーターサイクルを中心としたトランスポートーション・デザイン分野では、デジタル化されているプロセスもあるが、手で作業する感覚やそれに基づく造形を非常に重視したやり方を自負している。
- ・上述分野では、造形力を最優先して人材を求めている。色彩センスは天性のものと考えてるが、造形力は訓練すれば上達する。しかしながら、近年の大学教育では、造形の基礎力や身体的な造形プロセスを重視して教育していないのではないかと。

- 産学連携活動のように実務的なことやチームでの作業経験も重要だろうが、大学時代に基本的な造形能力や物事を組み立てる構成力を身につけ、人間としてのコミュニケーション力を伸ばした人材が欲しい。
- コンシューマプロダクトや業務用機器の分野では、大手メーカー、中小企業とも開発予算縮小傾向の中で、メーカー受注型から新たな産業（ベンチャー、地場産業等）と共同開発するプロジェクトを増やして行きたい。
- 上述分野では、求める人材としては、造形力はもちろん大切だが、発想力やコンセプト立案力、工学的な知識・感覚・興味も重視したい。なぜかっこいいとか、キレイとかを説明できる人がほしい。最近では、大学の理工系出身のデザイナーも増えている。
- プランニング分野の仕事も開拓して行く中では、デザイン思考、エスノグラフィ、ヒューマン・セントラード・デザイン等を援用し、考える力をもった人間性を重視する。
- 総合性志向なのか、何か一つの専門性にこだわるのか、その人なりにこれだけは誰にも負けないという「芯」が欲しい。芯があれば、それ以外の部分は後で広げることができるが、芯の無い人は成長が難しい。

(3) インタラクション領域

- プロトタイプ、アドバンスモデルの設計・制作が中心であり、技術調査から設計・試作、設置、維持管理まで一貫して取り組む。科学のリテラシーや情報メディアへの高い感度が求められる。
- 開発体制は、社内チームが基本であるが、プロジェクト毎にエレクトロニクス、ソフトウェア、金物製作、製品デザインなど様々な分野の外部専門家、制作企業等との連携・コラボするケースが多い。
- 人材採用にあたっては、大学での実績（授業提出物・成績等）よりも、例えば学内外でコラボ活動をしたか、WEB発信をしたかなど、企画力や行動力をもっているかを重視する。個人の魅力や協調性含めて総合的な人間力を評価したい。
- ジャンルが新しいこともあり、知識もスキルも仕事をしながら学ぶかたちになる。いろいろな分野と共同で仕事ができることも重要になる。特定専門に特化した人材より、伸びしろがあること、前向きで意欲的な人間を求めている。

(4) 地方デザイン領域

- 大手のリピータクライアントからの受注業務シェアが高いが、これからはニッチな領域や中小企業が重要になる。小規模なプロジェクトであっても地域企業や地場産業との協働を重視している。デザイン地産地消も課題である。
- 従来のようにプロダクト、グラフィックというような専門縦割り業務ばかりではなく、それらを総合化した業務に対応できることが重要になっている。地方のマーケットで仕事をするには、川上から川下まで対応できるコンサルタント型が望まれる。
- きれいなポートフォリオをつくるよりも、アイデアを

的確にスピーディーに手で描ける能力を重視するとともに、幅が広い興味や意欲がある人材を望んでいる。知識やスキルよりもポテンシャルをみて育てていきたい。

- プランニング、マーケティング、マネジメントも重要だが、モノづくりとしてのデザインが基本だと再認識するべきではないか。基本を教育する事で、小学生から大学生までデザインマインドを共感してもらえる実感もある。
- 地方や地域で苦楽をともにし、身体を使って現場でデザインに取り組もうという若者が欲しいけれど、残念ながら最近は少なくなった。地方でのデザインの仕事にやりがいや確実にあるし、面白いものである。

この研究報告は、平成23年度デザイン研究科長特別研究費を得て実施した研究活動の概要を取りまとめたものである。