

学際的デザインによる「モノづくり」

デザインディレクター
大阪大学大学院教授

川崎和男

かわさき かずお



敗戦から立ち直って、高度経済成長を実現し得たのは、わが国が「モノづくり国家」の道歩んだからだ。わが国にとって、資源は唯一、人財とその技術力であり、インダストリアルデザイン力は、確実にその体系を支えていたと思う。

しかし昨今、中国、韓国、台湾などの近隣アジア諸国の産業力が大きく伸び、日本国内にあった生産の現場が彼の地に移されてからは、デザイン力までも移るといふ事態が生じている。

デザインは創造力の表現であり、独自性の主張にその本質がある。したがって、改めて国内での技術者とデザイナーの独自のイノベーションを再創成する必要がある。

ところが、その再創成を動機づける機関と制度が不在である。機関と制度、それは新しい国家的な組織の構築という話になるが、もはやそうした組織そのもののデザイン創成自体が、デザイン対象化されなければならない。「デザインは追いつかれてしまった」という認識が必要だ。

中国では、二十世紀までは「デザイン」設計」と訳語を与えていたが、二十一世紀に入るやいなや「デザイン」策略」と再定義した。台湾においては「新資源」と意味づけている。

韓国ではデザインを科学技術に位置づけている。このように、近隣アジア諸国は、デザインの職能的役割を、産業経済の範疇を超え、「拡張と拡大」の文化戦略という国家的な策略化をめざしている。

翻って、わが国の大学でのデザイン教育は、美術系・工学系・教育系の一部領域に配置されてきたのが現状である。

そこで私は、そうした学部・学科の編成を、「デザイン理工学」「デザイン医工学」「デザイン文理学」「デザイン政経学」としてまとめることを主張している。デザインこそ、学際性の実学であるからだ。理系と文系の専門領域の学際化は、デザインによりその実現可能性が大きくなるのである。

「モノづくり」日本が貿易立国として復権するには、産業経済から国際文化に至るまで、従来の専門領域を超えた国家的な体制づくりが不可欠である。

すでに「ブランドデザイン」という言葉はよく使われているが、その実現のための具体的な体制と制度は何もデザインされていない。私は、「学際的デザイン」を行うことこそ、貿易立国復権に向けた中核的戦略だと確信している。