

家電や自動車などのカタログでよく目にする「グッドデザイン賞」。文字通り、優れたデザインを持つ製品に与えられる賞で、文房具などの日用品から大規模建造物まで、幅広いジャンルを対象としている。

これを選定しているのは財団法人日本産業デザイン振興会という団体。1969年に、旧通商産業省のデザイン審議会の答申を受けて設立された。デザインというと、単なる外見だけを指すと考える人もいるかも知れないが、日本産業デザイン振興会常務理事の青木史郎さんはこう話す。

「機械工業の振興になぜデザインが必要なのか。品質や機能ばかりが良くても、ユーザーにとって使いにくいものではダメです。いくら性能がいい機械でも、スイッチが誤操作しやすい配置だったら、買おうとする人はいないでしょう。さらに、製



クリエイティブについて語るリチャード先生

これは、工業デザインにおける日本の産業と海外の様々な研究機関との連携拠点を目的としたもので、最終的な狙いは産業の高度化だ。

欧米では20年以上前から、経営的な視点から工業デザインの研究を行なってきた。また、それを体系立てて教育する方法も確立してきた。青木さんによると、日本の工業デザインはもちろん優れているのだが、経営的な視点でデザインを考えると、いうことに関しては欧米に遅れを取っているという。

インターナショナル・デザイン・リエゾンセンターは、そうした日本の産業に抜けている経営的な視点によるデザインの教育を補完するため、

国際的なデザインの連携拠点

「インターナショナル・デザイン・リエゾンセンター」



プロファイリング分析について論議し合うクベツ先生と生徒たち

アメリカのイリノイ工科大学インスティテュートオブデザインやニューヨークのプラットインスティテュートをはじめ、オランダ、ドイツ、フィンランドなど、世界各国の大学と協力関係を結び、国際的な産学連携を可能としている。

リエゾンセンターでは、これら海外の大学教授などを招き、デザイナーを対象としたセミナーを開催している。最先端の研究を知ることができただけでなく、講師へ直接質問ができることや、ワークショップへの参加、あるいは留学生との交流など、充実した教育プログラムが用意されている。



イノベーションの重要性を説くパトリック先生

しかし、海外の大学の協力は簡単

に取り付けられるものだろうか。

「実はアメリカなどの大学の研究室は、ベンチャービジネスをやっているようなものなのです。というのも、彼らは自分たちの研究を産業界に出して、産業で実践されないと認められないという側面があります。だから『日本には研究を成果にできるマーケットがありますよ。場所を提供しますので活動しませんか?』と打診するだけでOKでした。日本自

転車振興会からの支援は、こうしたアプローチをする上でとても役に立っています。また、こうした活動に理解を示していただいた事にとっても喜びを感じています。人材育成には長い時間と資金が必要なので、ありがたいことです」

若いデザイナーや学生でも、先端研究にかかわれるよう、セミナーの料金も安く設定しているのもポイントだ。最近では、以前受講した人が「こんなセミナーをやってほしい」と、企画を持ち込んできたという。リエゾンセンターの活動が核となり、工業デザイン界の技術と意識の向上が加速し始めているようだ。

(文・大城 祐)

品に使いやすさだけでなく、企業の姿勢や独自性を盛り込むことは企業のブランド力強化にもつながります。つまり、工学的な観点だけでなく、経営面やユーザーの視点など、様々な視点から製品を考えることで、国際競争にも勝てるようになるのです。デザインとはそのような総合的な視点から製品を考えることであって、機械工業の振興には必要不可欠なのです」

デザイン一つで、売り上げは大きく変化し、メーカーの信頼にも大きな影響力を持っているのだ。

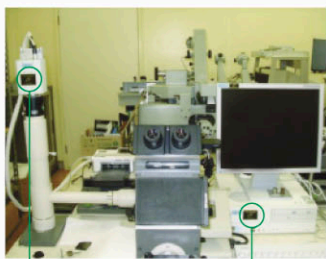
日本産業デザイン振興会は工業デザインに光を当て、発展に貢献するために、これまでに多くのグッドデザイン賞の選定や委託研究を行ってきたが、2007年3月から、「インターナショナル・デザイン・リエゾンセンター」という新しい取り組みを始めている。

競輪マークみつけた

〈栃木産業技術センター〉

地域産業の発展を目的に設立された「栃木県産業技術センター」。ここでは県内の中小企業に対し、新技術・新製品の開発、技術高度化について支援している。また、中小の地域産業や大学等とのコラボレーションを図り、新しい技術の開発が進められている。

写真は、計測や三次元表示も可能なデジタル顕微鏡。この顕微鏡では金属組織などを拡大観察・撮影・デジタルデータ化することが可能になった。



デジタル顕微鏡

