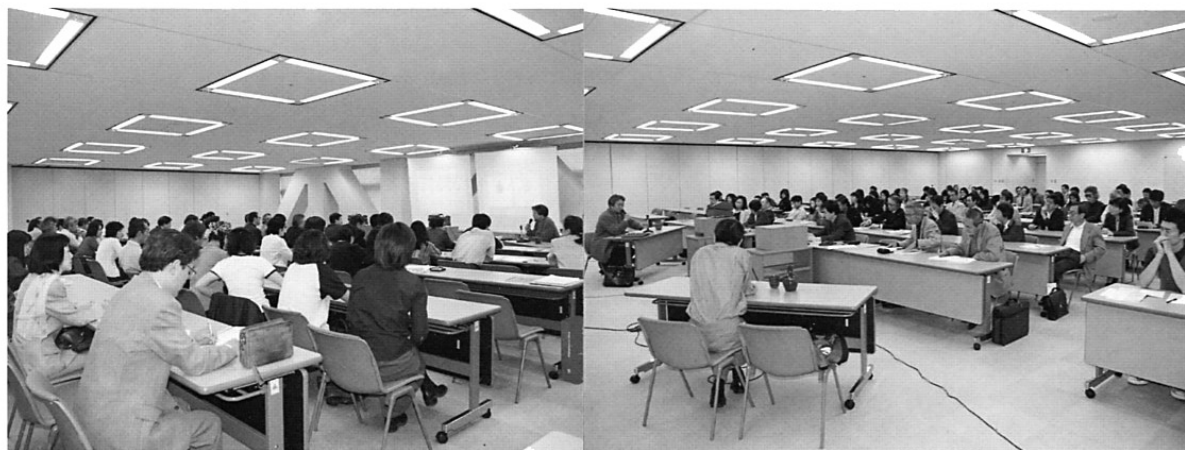


総会・オープンセミナー
[時代が変わる/デザインが変わる/]



セミナー会場・T.F.T960号室

〈第二部〉原 研哉VS池亀拓夫

「デザインビジネスの近未来～その実践のための方法論」

- 〈原〉 21世紀は経済から自立したデザインの時代になると思う。デザインはまず形にして社会の中の諸問題の交差点にそれを置いてみるのが大事。そこに「デザインの批評性」が浮かびあがってくるはずである。最近ようやくデザインがデザインとして流通し始めた。本当のデザインコンセプトを持ったデザイナーがこれから求められる。
- 〈池亀〉 原さんに仕事を依頼するのは作品を通じて人間的な部分のコミュニケーションがあったからではないでしょうか。今後コミュニケーションのプロとして、どこに広げていくかが問題ですね。
- 〈原〉 コミュニケーションは問題発見のプロセスです。まず、そこにどんな問題が潜んでいるのか見極めることが重要。解き方は多様にあります。
- 〈池亀〉 バリのデザイナーなどは自分でリサーチしている。
- 〈原〉 企業内に宣伝部があって、既存のソリューションが想像できてしまうものは面白くありません。全く別のことをやっている人から出てくる仕事の方が面白い。
- 〈池亀〉 日本はインハウスデザイナーが多い。ミケーレ・デ・ルッキが外部にいてデザインマネージメントをしているように企業内にデザインマネージャーが入れば良い。センスの悪い経営者がデザインを判断するのもっとも始末が悪い。これからは「生業デザイン」、「独立デザイン」の時代となります。
- 〈原〉 デザインとは「受注産業」でなく「提案産業」です。デザインを実践していくためのしたたかさを身につけなくてはなりません。何故、この考えにたどりついたか、ということをも自分自信で説得していく、言葉と提案力でフィールドを開拓していく熱意がこれからは必要。
- 〈原〉 私が高校生の時、確か絵描きだったフンデルト・フッサー氏が今は年をとってから建築までしているということに驚きました。創造のエネルギーと熱意が新しい局面を拓いたのでしょう。
- 〈池亀〉 つまり体感できるところから生まれてきているということですね。社会は今もデザインを求めている。だから、これからもデザイナーは自分のポートフォリオをかかえて自分自信の仕事インキュベートしていく時代です。原さん、最後にデザインとは。
- 〈原〉 良いデザインをしたい。しかし、デザインはその人を超えられない。つまり、自分自身を超えられないのです。今まではスキルや情報を沢山持っていれば良かったけれど、これからは違います。デザインするということはデザイナー自身が「いかなる生活者であるか」ということに尽きると思います。

(レポート 杉山 哲三・中島 良弘)