



ョンで商品開発をしているが、産地に対する最近の悩みは、人材が急激に不足し産地の商品開発力が低下していること。またソフト面での遅れも感じる。マーケットに関しては国際競争力の中で国内産地を担ぎ、いかに商品戦略を立てるかが悩み。また固定されて広がりがない国内マーケットに対応しつつ海外進出を計るかも課題だ。各社が同じような顔の商品を出しており意匠権の問題も抱えている。

小川 | デザインプロダクションとでも言うかデザインの供給会社を営んでいる。誤解を恐れず言うと悩みは「忙しい」ということ。

つまりギャラが安いので仕事の「量」をこなさないと成り立たない。それに最終商品の顔が明確になっていない仕事が多いので、ただデザインのバリエーションを出すことに追われがちだ。だから本来のクリエイティブな仕事ができない。

大森 | カーテンの商品企画などの会社を営んでいる。産地から製品を買う立場で言うと国際競争の進む中では国内も外国も産地としての位置付けは同じ。つまりいい物がどれだけ安く買えるかということになり、商品がセレクトされるわけだ。だから国内の繊維産業を拡大振興するには独自の開発力、商品力が必要だ。そこにはデザイン面での比重が大きい。生産面では産地での分業は総合力として弱い。規模の拡大が商品力の強化か、二つに一つだ。

森山 | これまでの話で、デザインに対する評価の低さ、産地の人材不足や開発力、国際競争力の低下が指摘されたが新井さんの感想は？

新井 | ここ一年間世界をまわって8ヶ国のデザイナーの方々との交流を深めた。そこで感じたことは、「これ以上安易に物をつくることは罪悪である、という認識の上になつて新しいデザインが提出されるべきだ」ということが特に北欧のデザイナー達を中心とした考え方であること。そして創る人間自身にとっても革命的なもの「これが現代の象徴だ」と感じるエキサイティングなものをデザインすべきだ。単なる商品開発では意味がない。

森山 | 近代化の追求の中で生産することのみ意識が片寄り何を供給すれば人の幸せになるかが失われつつある。会場の皆さんからの意見をどうぞ。

縫製業者 | 縫製の方から言うと素材をつくる側は、織り上がった生地を切って立体にしたらどういふ変化があるかもっと考えて欲しい。縫製が難しく不良在庫になるのはもったいない。

ジャカードデザイナー | 織物の柄のデザインをメーカーと相談してやっているが地味な仕事でもあるが、若い人などもっと関心と興味を持って欲しい。

森山 | デザインの地位向上に絞って意見をうかがいたい。

近沢 | 問題は意匠権だが法的な解決が困難で道義的に企業の姿勢に依存しているのが現状。

小川 | 商品企画をする上で、生産から最終商品までの過程を通じてトータルにデザイナーの能力が十分に発揮されるように取り計らえばその結果としてより良い物ができ、その成功報酬としてのギャラのUPないしはロイヤリティーも考えられるのではないかと。自社では取り敢えずベ

ーバーデザインの段階で意匠登録を具体的に進めている。

川上 | T.D.A. 常任理事

北欧では「悪いデザインは公害である」という考えもありデザイナーはメーカーと協力して数少なく良い物を作って長い年月使って行こうとする姿勢がある。誰がデザインしたかがわかるようにデザインされた物に名前も付く。

下山 | 分業により分断されている情報をもっと密接にして、デザイナーと織物生産者が「デザイン」を共有すべきだ。

三田 | 手間ひまかけて良いものをつくる原点を見直す必要もある。

新井 | 世の中のシステムが確実に変化しているという認識が必要。デザイナーは個性をぶつけ合いチャレンジすべきだ。何かに対応して行くのではなく逆に対応させるぐらいの意気込みが大事だ。

森山 | 今日のテーマと表裏の関係にある人材育成に関しての意見は？

近沢 | 素材や織機そしてマーケットまで一貫してわかるデザイナーを育成したいが現状ではそのゆとりがない。物づくり型とセールス型のデザイナーに分かれるくらいがある。

大森 | デザイナー1人育てるのに最低3千万円位かかる。今の企業の利益率より10%利益が上積みされなければ人材育成は困難だ。

わたなべ | TDA副理事長、多摩美大教授、学校ではデザイナーの独創性や自己開発の基礎を導き、繊維に対する情熱を育む環境づくりに努力している。技術指導には限界がある。

上田 | 産地では技術者をもとめているが、デザイン学校ではアートの興味に片寄っている。アメリカの学校ではオリジナリティーを重視するが、日本では仕事の出来のきれいさを求めるようだ。

山口 | 産地では生産性重視なので少しでも良い物をつくろうとデザインすることが困難だ。何かしようすると「異端」になる。

森山 | 様々な意見が出ましたがこれまでの感想を聞かせて欲しい。

下山 | もっと交流を頻繁にして各々の立場の理解を深め合うべきだと思った。

三田 | 同じ土俵の上で物を作る姿勢と意識が大切だ。

近沢 | ブランドメーカーとして次の方向で考える。①流通機構の短絡化 ②国際戦略を計る ③人材育成のために魅力ある職場づくりと企業のイメージUPにつとめる。

小川 | 消費者にわたる商品にどれだけ責任を持てるか、そのためにデザイナーがどうかかわるかが大事だ。

新井 | デザイナーが産地で仕事場を持ち、職人が売り場に出て行った時、初めて強力な商品ができるのではないかと。

森山 | いろいろな問題提起がありました。今日がその問題解決の出発点になれば幸いだ。これからも産地とデザイナーが本根で話し合い交流を計ることが大切だと思う。皆様ありがとうございました。

レポート[古屋興一]