

デザインの半世紀

20 世紀後半の「豊かな社会」を支えたデザインとデザイナーの心の軌跡

The Scenery of Designership in the latter half of 20th Century

西尾 直

はじめに

◆デザインの半世紀

20 世紀後半の日本のデザイン界をリードした JIDA (社団法人日本インダストリアルデザイナー協会) が創立 50 年を迎えたのは 2002 年の秋である。

1952 年からのこの 50 年と言えば、第 2 次世界大戦後のわが国が、驚異的な復興から世界の経済大国と呼ばれる位置を獲得するまでの半世紀と (正確に言えば峠を越して足をとられたところまで) ぴったり重なり合っている。まことに判り易い 50 年だが、この両者に共通する起伏は、言うまでもなく偶発的な一致ではない。

遡って敗戦後のわが国に、アメリカから与えられた再建のシナリオは、工業生産の高度化と自由市場経済の拡大によって 20 世紀前半の世界を先導したアメリカ近代産業システムの忠実な踏襲であり、あるいはアメリカンドリームが描き出した「豊かな社会」を再現する道程でもあった。したがって例えば、1920 年代のアメリカですでに実証されたデザインの有効な働きをふり返るまでもなく、このシナリオの中で与えられたデザインの役回りは、人々が待望する「豊かな社会」への貴重な傍役として、その出番と成長を約束されていたと言ってもよい。

とりわけ工業生産と直結したインダストリアルデザインには、わが国のデザイン史上例を見ない繁栄の半世紀を象徴する華麗なステージであった。

因に JIDA は、NDC (社団法人日本デザイナーズクラブ・服飾 1947 年)、JAAC (日本宣伝美術会・グラフィック 1951 年 ※70 年解散) に次いで 3 番目の全国組織だが、その後続いた領域の細分化とその数にお

いて世界にも稀な分野別デザイナー団体の分立は、当時の急激なデザイン需要の拡大に触発されたデザイン専門技術領域それぞれの自立宣言であった。1960 年を境に、高度経済成長路線をほぼ確立した産業界の活況を象徴する現象でもあろう。

このような 50 年代以降のわが国におけるデザイン成長の軌跡をそのまま映し出した、その意味でもいっそう判り易い半世紀である。

少なくとも、ここまではそうであった。

しかし、ここで「デザインの時代」ともて囃された繁栄の日々を回顧するつもりはない。

本論の関心はそうではなくて、20 世紀末以降の厳しい逆風の中で、それまでの強烈な自負を無為のうちに放棄したかに見えるデザイナーの、何がそのアイデンティティを支えていたのか。ここではこのことを、敗戦後のきわめて脆弱な基盤を省みることもなく、驚異的な経済急成長の流れに乗った望外な繁栄を、その上に積み上げたこの半世紀に対するデザイナーの自覚、もしくは少し間口を広げて思想的根拠への関心と言い代えたほうがよいかもしれない。

この間に世界水準を誇示した造形面の輝かしい実績と比較すればいかにも観念的な論点だが、しかし、いまや専門技術と知識に何ひとつ不足のないデザイナーに求めるものがあるとすれば、あるいは欠けるものがあるとすれば、このことではなかったか。

おそらくこの主題には、デザイン機能の限界を見極める多分に自虐的な作業を伴う。21 世紀に、再び「デザインの時代」を期待する論議もいま盛んだが、新たな社会秩序を構築するための理論の上では確かに間違いではないけれども、果たしてそうなのか。

ひとつ判っていることは、仮にそれが単に 1980 年代の再現であるとするれば、少なくとも本論の研究対象ではない。と言うよりも、それは人々が待望する新たな秩序や期待する価値とは道筋が少し違うからである。

◆思想的根拠を読む三つのアプローチ

デザイナーの思想的根拠を読むというこの試みに、三通りの切口を考えている。

いま、各技術領域を通じたデザイナーのアイデンティティに共通する接点があるとすれば、それはおそらく、造形芸術にかかわる「創造的表現者の衿持」と見て間違いはない。百年の伝統に従った造形芸術系に属するデザイン教育もそうであるように、問題は多いけれども現状では一般の人々にも判り易い側面であろう。

これを第 1 の切口として、ふたつ目には「現代の産業構造を組織する自立した社会機能としてデザインに取り組む姿勢」はどうか。デザインビジネスに対する取り組みと言ってもよいのだが、いまや市場経済システムに組み込まれたデザインの成果は、言うまでもなく諸々の社会機能との合意と協働に支えられている。はじめの切口とは必ずしも同調し難いこの自覚の濃淡が職能上のそれぞれの姿勢に表れるのだが、市場原理に支配されるこの側面は、とりわけ本論の視点において論理的には読みにくい切口かもしれない。

このふたつの切口を、デザイナーの内面から外縁への拡がりのプロセスとすれば、三つ目には、その外縁を主体とする切口があつてよい。「人々の営みを主役とする視点」とも言えようか。デザイン社会学の基調と最も深くかかわるこの側面は、表現者側の論理に基づいて組み立てられた旧来のデザイン論とはなじみの薄い切口だが、当然のこととして前のふたつとは根元でしっかりと結びついている。

そのいずれに拠り所を求めるかが、思想的根拠の在りようでもあろうが、この三つの切口から、これまでの半世紀に続くデザインの、これからの流れを読み取れないかという試みである。

[1] 創造的表現者の衿持

◆デザインと造形思想

「芸術家の思想はその作品に表れるもの」と一般にはそう言われているけれどもデザインの場合はどうか。

デザインは芸術ではないと言ってしまうとこの論議自体に意味がないのだが、折しも日本を代表するグラフィックデザイナー早川良雄が「毎日芸術賞」を受賞した（03 年 1 月）。デザイナーとしては 90 年代の永井一正に次いで二人目の栄誉だが、デザインに対する「芸術賞」という評価には、さまざまな受け止め方がある。おそらく永井の受賞時のように、「遂にデザインが芸術として認められたか」といった短絡な見方ばかりではあるまい。

因に本論は、デザインが芸術かどうかにはさほど関心はないが、もともと絵画、彫刻あるいは音楽、文学、演劇など、あらゆる創造的表現はそれ自体が芸術行為であり「デザインの働きに重要な部分を占める表現」のプロセスも例外ではない。しかし、だからと言ってそれらのすべてに芸術的価値があるとは限らないのだから、早川の受賞は、デザインの成立に含まれた創造的表現と、その成果がもたらした精神性への影響力（グラフィックデザインの持つコミュニケーション効果への貴重な機能のひとつだが）に芸術的価値を認められた結果であり、一口で言えば、早川の類い稀な個性と鮮烈な表現力への評価である。その意味で彼を識る人々には、むしろ遅すぎた栄誉とも映ろう。

ただ、このような評価は、数あるデザイン領域のうちグラフィックデザインに最も顕著な特性であり、そしてこのことが、魅力的だが誤解と錯覚に満ちたこの分野の歴史を彩ってきたとも言えようか。

例えば仮にインダストリアルデザインにおいて、完成した商品（デザイナーから言えばこれが作品である）から、人々が思想を読みとることがあるとするれば、それは多分「デザイナーの思想」ではなくて「企業の理念」として受けとめるはずである。

このことは、優れたデザインのむしろ基本的条件でもある。そうとすれば、表現者の「思想が作品に表れる」デザインはきわめて稀なケースに限られようし、同時に一般的な見方がそうであるように、その思想的根拠が、創造的表現行為に対する美学上の意識の在りようを指すとすれば、それは表現者それぞれの姿勢と見識にすべてを委ねるべき領域であって、他者が（ここでは本論が）その是非を問う問題ではない。

造形思想とは、表現者の恣意が許される聖域において、表現者が自らを律する自己完結型の意識であり、人々の営みの中に敷衍されるデザイン思想の原則は、それとは異質な論理と考えた方がよい。

ここで改めて、基礎的な理解をくり返すが、本論は造形表現に対する技法、手法の心得となるデザイン研究ではない。わが国では、普通教育課程の教科書もそのように扱っているけれども、デザインそのものは多様な位相を持つさまざまな社会機能間の信頼と合意によって成立する社会機能のひとつであり、したがってその働きは、表現者に委ねられた表現の成果ばかりではあり得ないからである。

このような人々の営みへの日常的なデザインの働きと、表現者としての欲求との葛藤は、デザイナーの宿命的な命題としてあり続けようが、このことに対するデザイナーの意識を探る手立てとして、はじめにふれたデザイナー団体の成立と活動を少しふり返ってみよう。あるいは回り道のようなのだが、デザイナーと社会との接点をフォローする団体活動には、さまざまな事情や思惑の入り組んだ個々の職能的デザイン活動とは、やゝ距離をおいた彼等の本音がしばしば窺えるからである。

◆団体活動に託した表現者の心

はじめに少しふれたように、50年代から60年代にかけて、高度経済成長路線の急速な拡大と共に、デザインの各技術領域には、専門技術と関連業界を共有する、いわゆる分野別デザイナー団体が次々と誕生している。

この成立は、当時の無秩序に近いデザイン需要の急激な膨張に対して、各分野それぞれに個々の技術をもって応えたデザイナーたちの、いわば現象対応型の分立と言ってもよいのだが、デザイン分野の細分化を促進したこのような動きが、結果として「工芸・図案」に一括されたかつてのマイナーな扱いから脱皮する好機ともなったのである。

こうした機運の高まりと共に、デザインの各技術領域に「それぞれの自立」とその「社会的認知」という当面の目標を共有する同志的連帯が芽生えたことは容易に理解できようが、しかし早々に直面した現実、彼等の意欲とは裏腹な当時のきわめて低調な一般的デザイン認識であった。「造形性の高度化」への取組みは、この課題に対する強力な説得力として、しかもデザイナーには最も手近な表現という目に見える効果への期待だが、同時に「造形」以外、彼等自身をアピールする有効なコトバを持っていなかったためでもあろう。

したがってその後、各団体がしばしば試みるプレゼンテーション活動にも明らかなように、この同志的集合に託された期待は、創造的表現者の矜持と、それを支える感性や技術を高度に維持するための装置であり、あるいは各領域の自立への意欲とその団結を誇示する精神的な砦でもあった。

デザイナー側の取組みはそうだが、一方、人々の受けとめ方はどうか。

市場経済の活性化と共に、産業界におけるデザインへの取組みは、造形性という漠然とした感性の世界から、次第に、開発と成長に直結する有為な機能と、経済原則に忠実な働きに注目する。システム化へ向う企業戦略資源に見合った評価である。この認識はIDをはじめ徐々にだがデザインの全領域に及んで、やがて訪れる「デザインの時代」への兆しでもあった。

しかし、経済効果への貢献を前提としたその位置付けは、デザイナーの多くが望んだ創造的表現者に対する社会的評価とは、必ずしも同質ではない。

このことにおいて「それぞれの自立」という、初期

の目標をひとまず果した同志的集合に、もうひとつの期待が生まれる。それは経済効率を錦の御旗とした産業構造にしっかりと組み込まれたデザイン環境の中で、否応なく同調せざるを得ない諸々の世俗的な要求と、表現者としての個々の欲求をほど良く中和する心理的な受け皿の働きであった。

こうした要望に応えたデザイナー団体の活動は、当然のこととして表現技術とその精度を競う仲間うちの論理が優先する範囲において、とりわけ有効に機能するのだが、同時にこのことによって、デザイン認識の啓発という当初の目標に最も有効な手段であった「造形性の高度化」が、次第に目的のすべてであるかのような思い込みに変質していったのではなかったか。

その一方、「それぞれの自立」と「社会的認知」への欲求とは、とりも直さず他団体との差別化を強調する姿勢でもある。したがってここには、デザイナー社会全体をひとつの単位とする認識は育ち難い。例えば、地域社会とのかかわりなど、公共的側面に対する取組みもそうだが、とりわけ各団体間の交流や連携にはいかにも消極的であった。

大まかな見方だが、80年代に入ってなお根強く残ったこの傾向は、デザイン全般を通じた基礎理論面への慢性的な無関心と併せて、「自立した社会機能」としてのデザインに対するいくつかの読み違えを重ねた団体活動の死角とも言えようか。

このことは、デザイナーを評価する根拠をもっぱら造形性に求めた一般的な（デザイナーを含めた）認識に対する表現者としての自然な反応でもあろうが、しかし、デザイン機能の社会的貢献度への評価基準は、当然そればかりではない。このことに対するデザイナーとしての答えはどうか。ここでの問題はそのことである。

[2] 自立した社会機能の心得

◆ビジネスとしてデザインに取り組む姿勢

遡って敗戦後のわが国は、アメリカに倣った工業生産と市場経済の拡大によって、経済大国への道 را 走り続けるのだが、その間のデザインビジネスの急速な発展もまた、20世紀初頭のアメリカに見た近代デザイン成長の軌跡を想起させる現象であった。しかし、驚異的な経済成長に対応するデザイナー側の態勢には、とりわけビジネスとしての取組みとその基盤整備において明らかな不備があった。

戦後間もない人材面の不足や、教育研究面の立ち遅れは、当時のあらゆる産業分野に共通した条件だが、しかし、例えば“ビジネスライクな”という表現が、この世界では必ずしも好意的な見方とは限らないように造形芸術として育てられたデザインには、ビジネスとの健全な結び付きに思わぬ長い時間が必要であった。

前章で見たように、もともとビジネス感覚とはなじみ難い創造的表現者のスタンスを基軸としたデザイン現場では、少なくとも、産業構造に組み込まれた社会機能のひとつを職能とする（これがデザインビジネスである）意識は乏しい。それとも、急激な需要の拡大を前に、足元を省みるゆりのなかったデザイン現場の意識が、デザインビジネスの急成長に追いつかなかったためか。したがって、次第に態勢を整えた企業の市場戦略展開に、システムとして対応し得るデザイナーは、60年代に入ってなお希少であった。

やがて望外な繁栄と共に「現代文化をリードする」と豪語したデザイナーの自負が、実際には強大な企業力への依存であったように、諸々の社会機能との協働に支えられたデザインの、とりわけ経済との分ち難い関係は、近代産業システムの確立と共に成長したデザインの宿命でもあろう。

しかし、いまやすべての決定を経済効率に託した市場の勝者を常に正義とするこの側面において、しかもデザイナーの多くが、創造的表現と経済原則との生産

的な合意に対する理論的な確信に疑問がある（と見ても間違いではない）とすれば、この関係から、本題にかかわる論理的な是非を問うことにあまり意味はないかもしれない。

したがって、ここでは、経済との直接的関係から少し離れて、デザインビジネスの社会的位置とその保障に対するデザイナーの意識を、経済と並ぶ産業行政との関係を通じて読み取れないか。言い換えれば、産業構造の一角を占める「デザインビジネスの健全な自立」に対するデザイナーの姿勢を確認する作業である。

しかし、遡ればデザイン教育よりも長い歴史を持ったデザイン行政に対するデザイナーの関心は低い。造形面や経済との関係とは異質な働きとその成果が、デザイナーの目には見え難いためであろう。とりわけ美学に準拠する教育面では学習する機会すら殆どない。

したがって、行政そのものに対してもそうだが、本来はひとつの産業分野と行政との間を結ぶ業界もしくは業界組織不要論や、それにも増して徹底した傍観姿勢が大勢を占める現状も理解できよう。たしかに個々の利害とは直接のかかわりはないように見えるけれども、しかし、その結果はどうか。ビジネスとして明らかに不当な行政上の曖昧な扱いに気付いてもないのではないか。

その意味では、デザイナーの思想やその根拠を問う段階ではないかもしれないが、人々の間にデザインビジネスへの関心がようやく高まりつつあるいま、漠然としたその背景に、せめてピントだけは合わせておきたい。

◆自立した産業分野の社会的義務

ごく一般的な見方だが、行政に対する無関心（あるいは無視、不信を含めて）は、濃淡こそあれ、おそろくあらゆる芸術分野に共通する傾向であろう。しかし、その多くは、彼等が批判する“行政の（芸術への）無理解”そのものよりも、実際には、適切な政策措置（税金を正しく使う名目）の不備に対する不満と見て間

違いはない。そうとすれば、元に戻ってその仕組みに対する彼等の不明の方が、むしろ大きな理由と言えないか。反論は承知の上だが、少なくとも、デザインと行政との関係においてこのことは単なる推測ではない。

ふり返って例えば、50～60年代の、それこそ行政文書風に「デザイン制作を主業務とする概ね小規模な事業者」たちの多くは、もっぱらフリーランスデザイナーと呼ばれる、いわば自由業の扱いを自他共に正当な評価と受けとめている。むしろビジネスにかかわる雑事とは、表向き距離を置いた文化人的評価を望んだ彼等の視界には、業界を単位とする行政上の優遇措置などは（仮にあったとしても）問題ではない。造形性を競う創造的表現とはおよそ場違いな、相互扶助や権益保護を前提とした業界組織そのものを否定する姿勢である。論理的な根拠はないが体質的には根強いこのような姿勢は、わが国のデザインがすでに国際的評価を高めつつあった70年代の半ばまで、この分野に法的な資格を持つ業界組織が存在しなかった原因のひとつでもあった。

他方、度々述べているように、現代の産業構造に組み込まれた有為な社会機能には、当然のこととして要求される社会的責任を伴う。このことは、一産業分野として、行政を含めた多くの社会機能間の信頼と合意を維持する基本的な条件だが、デザインビジネス全体をひとつの単位（これが業界である）として成り立つこのかわりには、もとよりデザイナー個々の手に負える問題ではないし、あるいは個々のケースをしばしば有効にカバーしてきた「芸術という隠れ蓑」が通用する範囲でもない。あくまでも自立した社会機能を単位とする義務である。

したがってデザイナーの意識がどうであれ、デザインビジネスが産業社会に正当な位置を確保するためには、自立した社会機能の自覚ばかりではなく、その意思表示として、少なくとも産業政策措置の対象となる枠組を明示する窓口を整えておく必要がある。大ま

かに言えば、これが業界組織の働きだが、しかし、この機能を備えようとしなかった業界不毛に対してなお不作為なデザイナー側の姿勢は、単に行政に対する無関心のためばかりではない。業界組織への偏見やその不在の背景には、他ならぬ分野別デザイナー団体の存在がある。

経済環境の活性化に伴って次第に間口を広げる行政とのかかわりは、デザインビジネスには必須の条件とは言え、個人として取組む範囲は小さい。したがってその働きを組織的に代行する役割を、それぞれのデザイナー団体に託そうという思惑は、いかにも安易だが、一方では、むしろ自然の成行きとも映ろう。

しかし、この思い込みが業界組織とデザイナー団体との微妙な矛盾と誤解を孕んだ不本意な関係のはじまりでもあった。しかもデザイナーの多くが、いまだにその意味にも無関心と言う他はないのだが、このことがさほど問題とならない理由を含めて、こうしたプロセスを立場を代えた行政側から見ればどうか。

ここまでに見たさまざまな現象の、いわば裏返しだが、あるいはこう言い代えてもよい。

わが国の産業構造を支える基盤として、その健全な育成と活性化が叫ばれる中小企業各業界の中に、何故デザイン業界が含まれていないのかという、きわめて素朴な疑問とその背景を解明する作業である。

※業界組織とは同種の事業者（ここではデザイナーを中心にデザイン制作を専業とする概ね小規模な事業所を指す）が、共通利権を法的に確保するための法人組織（事業法人と公益法人の間の中間法人、例えば事業協同組合など）であり、資格と事業内容は公益法人（デザイナー団体）とは異質な性格を持つ。したがって、一般企業（他業界）や公的機関、教育機関に所属するデザイナーは当然、対象外である。一般には、産業政策措置の対象となる業界の窓口機能を備えた受け皿組織と考えてよい。これに該当するわが国初の業界組織が（地方自治体の範囲だが）1975年に設立された大阪府認可の協同組合大阪デザインオフィスユニオン（ODOU）である。なお、この組織は02年9月近畿経済産業局認可の協同組合関西デザインオフィスユニオンとして再発足したが、経済産業省との関係には後述の全国業界組織をめぐる微妙な問題を残している。

◆行政から見たデザインビジネス（業界）

いま世間には、デザインとデザイナーが溢れているけれども、行政側から見たデザイン業界の現状はどうか。周知のように、デザインの行政所管は、原則として経済産業省である。美学の論理とは最も遠い世界であり、このことへの違和感が、かつての行政不信とも無縁とは思えないのだが、その背景を含めて話は少し遡る。

明治以来のわが国が、あらゆる分野に範を求めた19世紀後半のヨーロッパ諸国では、次第に形を整える近代デザインの動きと並行して、早くも政府によるその奨励、育成に取り組んでいる。このことは産業革命以降の工業生産を基盤とする近代国家体制の確立と共に、通商貿易（経済）を通じた新たな国際競争に対する国家的重要課題のひとつとしての取組みであった。

これに倣った20世紀前半のわが国におけるデザインの啓蒙育成も、同様に近代化を促進する産業振興政策に含まれた国産製品の高度化と商品力の向上が目的であり、その対象はしたがってデザイン業ではなく、製造業を中心とする当時の新興産業界への助成である。

第2次大戦後、国家再建の旗印となった経済（貿易）振興に大きな役割を期待されたデザイン奨励政策も、当然のこととしてこの体制を継承した通商産業省（現経済産業省）貿易局の所管であった。この段階でデザイナーの立場は、政策の実施にあたって必要な専門知識と技術を提供する第三者の扱いである。

この仕組みは、所管業務として造形芸術を扱わない当局と、創造的表現者の立場を守るデザイナー側との、双方の思惑を結んだ奇妙な合意の成立と言う他はないのだが、デザイナーの多くは、政策措置の中で正当化された、この不合理な関係にも無関心であった。

それ以来、ごく僅かな事例を除いて、このシステムの改革や修整を試みる動きはない。少なくともデザイナー側からの公式な働きかけはなかったと言ってもよいのだが、行政側としては、「税制上の措置や金融上の措置等の産業政策措置におけるデザインの位置付けは

必ずしも明示的ではなかった」実態を通商産業省自身が認めている。(1990年代のデザイン政策より)

しかし、その原因はまことに明示的であった。それを一口で言えば、政策の対象となるデザイン業界そのものが、行政上には存在しないのである。

その裏付けとしてまず第1に、営業に関する資格も許認可も不要なデザイン事業所の実数すら確認する術がない。度々実施した実態調査の結果を見れば、誰しも非現実的な数字に不審を持つはずだが、その上、ふたつめには、デザイン業務の内容と範囲を特定する理論的または法的な根拠がない。デザインに対する政府の公式見解としては文部科学省の規定する「造形芸術の一分野」が、おそらく唯一の原則ではないか。

しかも、度々述べているように、産業分野として一定の枠組を示す業界組織もないとすれば、規制、保護両面共に税金を使う名目(政策)の立てようがない。“行政の無理解”を責める一部の感覚的な批判とは明らかに意味が違っているのである。むしろ、その体制を整えようとしなかった“デザイナー側の無知”と言えはしないか。

その意味で1995年の貿易局から産業政策局への業務移管は、デザイン業界がソフト産業としてようやく迎えた貴重な局面であった。この措置によって中小企業業界に含まれた新たなデザイン産業としての態勢を整える政策的展開も期待されたのだが、しかし、一方のデザイン業界側は、この事態に反応を示すこともなく、この機会を無為に見過している。そしてそればかりか20世紀型産業構造崩壊の兆しと共に、新産業開発の期待はデザインにではなく、注目はもっぱらIT革命を自称した情報通信技術業界に向けられていたのである。

わずか2年で所管は生活産業局へ、そして01年には、製造産業局へと迷走したデザイン行政は、再び「その対象はデザイン業ではなく、製造業を中心とする産業界」という大戦前からの伝統的な体制に戻っている。

しかし、結果がどうであれ、行政にとってほぼ半世紀近く続いた体制の変更(業務移管とそれに伴うデザ

イン奨励審議会の廃止など)は、それ自体が改革と言ってよいのだが、そればかりではなく、画期的な仕掛けがもうひとつあった。

1997年、産業政策局の後を引き継いだ生活産業局が、姿の見えないデザイン業界に働きかけた「全国業界組織の編成」である。その経緯は、本論の本筋ではないかもしれないが、デザイン業界に対する行政側の認識の推移を読む手がかりとしてとり上げておく。

◆迷走するデザイン業界組織

形式上は支援だが、通産省(生活産業局)自らの肝煎りによって、日本デザイン事業協同組合(JDB)が発足したのは1999年。文字通り日本各地のデザイン事業所が加盟する日本初の全国業界組織(設立時85社)である。

現状では資格認定や登録認可の不可能なデザイン業界の枠組を整えるこの設定は、本省直轄組織によって対象を特化する行政措置であり、同時に、その代替を既存のデザイナー団体に期待したデザイナー側の思惑を否定する妥当な認識の表れでもあった。

しかし、その編成に当たって、低調な業界認識や行政への無関心と併せたデザイン業界の現状分析と今後の展開予測には明らかな読み違いがあろう。あるいはこれまでの実績を確かめるまでもなく、地域単位のキメ細かな施策が期待されるデザイン振興行政との連携において、全国一律体制が有効に機能する確率はゼロに近い。東京中心の発想にはあり得ないけれども、せめて、地方通産局単位の組織作りを先行させる知恵はなかったか。中央管理体制の編成はその後でも決して遅くはないし、あるいは、大阪におけるODOU(前出)の30年近い経験と実績をそれなりに活用する手立てがなかったとも思えないのである。ただ間違いなく時間はかかる。しかし、さし追った事態に対応する一時的な施策とは意味が違うのだから、結果としてこの組織編成は、制度の実施を急いだ通産省の拙速と言う他はないのだが、問題はそのことよりも、JDBに対する

経済産業省のその後の扱いであろう。

現在、所管は前述の製造産業局だが、政策審議または調査研究段階における JDB の位置付けは、「デザインビジネスを主業務としている中小企業者の全国組織」と認めてはいるものの、実質的な「デザイン界の受け皿」は依然として経産省認可の技術領域別 8 デザイナー団体に委ねている。(括弧内は経産省資料より)

業界組織とデザイナー団体の力関係を含めて、デザイン業界の実状に合わせた現実的な方策には違いないのだが、「デザイン界」というきわめて曖昧な表現を含めて、この扱い自体が業界組織の自覚と成長を阻んでいる現実への配慮はない。ふり返って、業界一部の反発を無視してまで、通産省自ら全国業界組織の設立を強行したのは、このことのためではなかったか。

03 年に入って、深刻な不況の 90 年代を無為に過ぎたデザイン行政の立て直しがようやく動き始めたが、その期待のひとつに JDB の正当な扱いをあげておく。

一方、デザイナー側の反応を正直に言えば、JDB の存在自体、ごく一部の話題であろう。

デザインビジネスが今後の産業社会において、自立した社会機能(産業分野)として、その正当な位置と保障を望むならば、質量共に健全な業界組織を粘り強く育てる以外に道はないのだが、このことへのデザイン、行政双方に共通する無理解には、前に述べた業界組織とデザイナー団体との「矛盾と誤解を孕んだ本意な関係」が根元にある。

言うまでもなく、デザイナー団体優先に対する疑問とは、他の業界人(勤務する企業の業種によって)あるいは公務員(公立教育機関の教員として)を構成員に含めた領域別の公益法人を業界の利益代表とするこの矛盾である。仮にこのことを正当化するならば、もはや理論と現実のギャップを是正する一時的な方策の範囲を越えてもいよう。

しかし、問題はおそらくその是非ではない。自立した社会機能としてのモラルにも無頓着なデザイナーの、思想以前の体質にあると言えはしないか。

[3] 「人と自然の豊かな秩序」を支えるデザインの働き

◆成長と繁栄の 20 世紀後半をふり返って

科学研究と技術開発の成果が築きあげた工業社会から、人間本来の知性を優位する知識社会への転換は、前世紀末からくり返された論議だが、わが国ではその多くが、すでに行き詰った 20 世紀型産業構造に替って、新たな市場の開発を目指す、いわば失調した経済成長の復旧を目標としている。いま、人々が直面する最大事と言えはたしかにそうだが、しかし、成長率と経済効果の予測をもってすべてに評価基準とする昨今の風潮に疑問はないか。

このわずか 50 年の間に、深く浸透した豊かな社会という「20 世紀の神話」を信仰する人々の、もはや日常的な感覚でもあろうか。

遡って 50 年代から 60 年代にかけてのわが国には、経済による国家の再建という、国を挙げた確かな目標があった。やがて実現した(かに見えた)豊かな社会において、この大義名分はすでに人々の視野にはないけれども、しかし、繁栄を手にした人々が、その代償として、かつて人間の知恵と倫理が生み出した「人と自然の豊かな秩序」を失ったことへの反省は、人々の胸のうちにしっかりと刻みこまれているはずである。このことと矛盾はないか。

世界を巻き込んだ前世紀末の混迷は、資源やエネルギーの過剰な消費が引き起した工業社会の臨界現象だが、ふり返って科学・技術の研究開発それ自体は、人々に豊かな営みをもたらした人類の貴重な財産であった。

その成果の積み重ねが、いまグローバル化と呼ばれる多相な民族間交流を実現したのだが、しかし、この好ましい関係が、やがて人類に共通する緊張と不定に変質したのは、他ならぬ経済の暴走がその原因ではなかったか。人々の営みを支える本来の立場から、次第に主役の座を独占した経済が、繁栄と共に犯

した目的と手段の明らかな読み違いであろう。

一国の利害を越えて、世界の人々がそれぞれに育んだ伝統や文化を、互いに尊重するヒューマニズムを、望ましいグローバリゼーションの基盤とすれば、経済利益の追求を目的とする国際的マニュアル化とは明らかに異質な営みである。当然のこととして市場を制した勝者の論理ばかりが正義ではない。

「経済発展のためならば、何をしても許される時代は終わった」、02年ヨハネスブルグ環境サミット後の日本を代表する大企業幹部のこの言葉は、とりも直さずこれまでの大資本の驕りを自ら曝露した不幸な発言と言えはしないか。かつての国家目標がそうであったとは言え、「何をしても許される」認識は、やがて相次ぐ大企業の不始末とも無縁とは思えないのだが、しかし、このこともまた、人として生きる道のすべてを経済に委ねたかのような20世紀後半において、われわれ自身が選択した「豊かな社会」へのプロセスとその結果でもあろう。

そうとすれば、繁栄への節度と限界を見誤った経済の暴走を責めることは易しいが、その間の開発と成長に貴重な傍役を演じたデザインには、このことに応える用意はあるか。それこそ他人事ではない。

◆物作りのこだわり、物と心の交わり

もともとデザインとは、19世紀半ばの未熟な産業と造形芸術との不確実だが必然的な合意から生れた物作りの、正しくは「商品作り」の知恵と技のシステム化であり、生産性と経済効果への忠実な貢献は、したがってこの出自に由来する生来の体質でもあろう。しかし、体質と言えはそれ以前の「道具作り」を通じた物と心の交わりという、きわめて人間的なこだわりもデザインには同時に引き継がれていたはずである。

心と技が生み出した優れた道具たちの働きは、人と自然の望ましいかかわりを育み、あるいは人と人を結ぶ快い絆として、人々の営みに豊かな秩序を築き上げた、いわば伝統と文化の礎でもあった。

20世紀後半の豊かな社会において、工業生産と市場経済という主役を支え、人々の夢を紡いだデザインには、しかし、このような人々の営みへの愛と気配りが、あるいは抜け落ちていたのではなかったか。

そうでなければ、デザイン本来の正しい働きを、いま改めてユニバーサルデザインなどと騒ぎ立てることもなかったはずである。

われわれはいま、「物の価値と人の心」あるいは「開発と秩序」といった、人類が歴史上にくり返し直面した難題を再び与えられている。その答えはどうか。

いまや市場の拡大を目的とする「商品作り」と、人々の営みを豊かにしつらえる「道具作り」との宿命的な差異に対するかつての鋭敏な反応が、人々の間から消えつつあるかのように思えるのだが、そうとすれば、日本経済を支配するグローバリズムの大きな流れは、国際的な文化の交流や共有のためにはではなく、単に文化の無国籍化ないしマニュアル化をもたらすばかりであろう。

そのような現象に正しい道筋を整える働きを、人々はかつてデザインに期待したのではなかったか。そして、その答えとして先人達が残した貴重なテキストのいくつかを、われわれは過ぎ去ったデザイン史上の感傷として無視してはいないか。

◆「神の声」となったマーケットの決定

遡って第2次大戦後の混乱から立ち上がる力となった造形性の向上と、その成果への正当な評価を訴え続けたかつてのスタンスは、デザイナーが自ら望んだ成長へのハードルであり、結果として創造的表現者の矜持を守り通したデザイナーにはさほどの重圧ではない。

しかし、やがて開発と効率を追求する「豊かな社会」への一本道を、疑いもなくひたすら走り続けたその後のデザインにとって、その道筋を照らす市場の決定はまさしく「神の声」となった。

それ以来、市場性と経済効果というプレッシャーを背負ったデザインの働きは、知らず知らずのうちに

「人々の営みの豊かな秩序」のためにではなく、神の声に忠実な「人々の営みとの駆け引き」に変質していたのではなかったか。

いまやグローバルに展開する市場の意志を変える力はデザインにはないけれども、人々の価値観は確実に変化している。その結果に従う働きが市場本来の役目だが、いま人々の目には、暴走する経済と共に思想を失った市場の姿と、デザインが重なり合っただけに見えるか。

例えば、固有の伝統や文化を、大資本による集客力や経済効果と引き換える安易な選択は、しかし一方では、地域開発の晴れ姿とも映ろう。このことに対するデザインの姿勢はどうか。

「神の声」に従うとすれば結果は明らかだが、相反するこの両者のいずれにも貢献し得るデザインの不思議な働きを、いかにも巧みな現象処理能力とってしまえばそれ以上ではないが、このふたつを分けるものがあるとすれば、それは何か。あるいはそのことによる人々の信頼に揺ぎはないか。

世界水準を誇示する造形表現に関する限り、人々の支持と評価に不安はない、と思う。あるいは市場経済の原理原則とその手法には長じたとも思うけれども、この先デザインに求められる自覚は明らかにそれ以前の問題であろう。このことへの解答を、再び造形性に委ねることは、デザイナー自身には容易な作業だが、しかし、人々の期待はおそらくそれだけではない。

◆USD-0の小さな試み

02年6月、USD-O・大阪デザイン連合機構が試みたUSDフォーラム「デザインと大阪の街物語」は、このような市場の論理とデザイン思想の在りようを問う小さなシュミレーションである。少なくともこのフォーラムに託した筆者の目論見はそうであった。

天神・天満町街トラスト、天神橋筋商品連合会との共催によって、地域の活性化を試みるこの催しの主意を収録しておく。(筆者文責)

“デザインと大阪の街物語”と名付けたこのフォーラムは、大阪の人々が共有する誇らしい伝統と文化を繰り返すだけでなく、開発と効率をひたすら追い求めた20世紀後半の反省と併せて、新時代を迎えた地域社会の明日を豊かに綴るシナリオでもある。

いま、天神橋筋界隈に住む人、働く人、そして訪れる人、すべての人々の心を結ぶ、明るく元気な街づくりが進められている。ここには、人々の営みの中に、時には華やいだ彩りを添え、時には素朴な喜びを創るデザインの舞台がある。地域社会の繁栄と共に成長するデザインに期待される働きを、ひとまずこの舞台の上に描き出してみようというこの試みには、「明日の大阪を創る」デザイナーの心意気がこめられている。

人々の営みに豊かな心を通わせるデザインの正しい働きを、人々と共に確めることも目的のひとつである。(後略)

市場経済を基盤とする20世紀型産業構造に支えられた豊かな社会を、驚異的なスピードで実現したわが国には、当然のこととしてそれと並行する諸々の難題を抱えこんでいる。日に日に現代化した都市環境は、内包する課題の複雑さにおいてその最たるもののひとつであろう。

公共投資や大資本による大型商業施設に対して、限られた地域を単位とする旧来の商店街との関係は、成熟した消費社会に必然するテーマだが、とりわけ資本力、集客力と話題性において明らかに劣勢な商店街の活性化は、ここ数十年来の各都市に共通する難問であった。

このフォーラムがとりあげたテーマの大まかな背景はそうだが、日々の「商い」という、きわめて人間的な杵に結ばれた「街と人の営み」を主役とするこのシーンには、グローバルな市場システムを前提とした最新デザイン手法の出番はない。しかし同時について回る問題は、デザインが正面から取り組むテーマかどうかという傍観姿勢であろう。かつての造形性に代って著

しい経済性、市場性への傾倒が引き起す反応だが、ここでの問題の本質は、そうした個々のケースに対応する手法の是非ではなく、20世紀後半の繁栄を築いた市場原理の一方的な拡大への問いかけである。

言うまでもなく国際関係に必然する市場システムの機能を軽視するつもりはないし、そのための健全な経済環境の高度な維持と整備は、今後も最優先課題としてあり続けるであろう。ただそれが、何故、かつての成長率争いの延長でなくてはならないのか。

少なくとも、ここまでに確認した人々の価値観の変化が示す方向は、明らかに、これまでの豊かさに対する見直しを指している。地球温暖化が象徴する環境、資源、エネルギー等の有限性に気付いた人々が、自ら招いた地球の危機をようやく自覚した良識でもあろう。

しかし、開発と成長を、あるいは経済効率を唯一の社会正義と信じてきた人々には、新たな一步をふみ出す勇気ときっかけがない。

このことは、人々が現実に受け止める価値観の揺ぎに対して、変化への確かな指針を示そうとしない無能な政治と深く結びついている。もとよりこの段階にデザインの出番はないかもしれないけれども、せめて日常的な営みの中で、その先導となる働きをデザインに期待できないものか。

われわれはこれまでに、世界の人々がかつて共有した「人と自然の豊かな秩序」の再生を志す行動のテキストを与えられている。それらは、デザイナーの多くが期待するメジャーな晴舞台とは遠いけれども、例えばグローバルマーケットに背を向けた「フェアトレード活動」の半世紀に余る実績や、マニュアル化社会を象徴するファストフードに対して、自然と伝統を守る「スローフード運動」を支持する人々が、世界の国々でいま確実に増え続けているように、世界の人々が待望する新たな秩序への道標は「神の声」ばかりとは限らないのである。

◆豊かさを見直す新たな秩序へのデザインの働き

豊かさそのものを見直す新たな価値基準の設定は、すでに明らかな環境、資源、エネルギー等の限界や、少子化による人口減を前提としたわが国には、必ずしも論理先行の観念的な仮説ではない。

むしろ間近に直面する現実でもあろう。そうとすれば「何故かつての成長率争いの延長ではなくてはならないのか」前項のこの疑問に対する答えはどうか。

もともと成長率とは人々が求める価値（豊かさ）を表す基準ではなく、結果としてついてくる数字に過ぎないのだから、個々の経済活動の目標にはなるけれども、少なくともその目的ではない。しきりに「改革なくして成長なし」と言う日本の政治には、したがって20年、30年先を見越した成長の中身とその是非を問う議論が先行しなければならないはずである。このプロセスを無視した「持続的な経済成長」へのやみくもな盲信が、80年代以降の政治、経済を通じて今日の混乱を招いた原因でもあろう。

しかし、いまやゴールの見えない障害物レースを強行する政策や、己れの失敗を政治に転嫁する経済思想の不毛を嘆くことよりも、デザイン自らこれに応える用意はどうか。

仮に、広井良典氏の「定常型社会」理論—成長を前提としない「新しい豊かさ」の構想（※）—を下敷きとして、デザイン独自の働きを組み込んだ新たなデザイン研究を試みるとすれば、そのアプローチは「成長不測な経済における新市場戦略とその手法の開発」ではなく「成長不要な新たな社会秩序を整えるためのデザイン開発」である。

具体的なプログラミングの段階ではないけれども、例えば、物とエネルギーの大量消費をさらに拡大するための手段となった「市場向けの商品開発や情報操作」から、人々が待望する「豊かな秩序作り」へのシフトは、その最も基本的な心得であり、デザインには今すぐにも取組める作業のひとつであろう。

広井理論にふれる紙数がないのは残念だが、このプ

ロセスに対する人々の理解と生産的合意の可能性は、おそらく表現以上に創造的なこの作業の精度に左右されよう。

しかし、それだけではなく確実に求められるもうひとつの取組みが、仕組みは単純だが操作の難解な心のギアチェンジである。

自然の摂理と倫理を軽視したグローバルマーケットの独走とその矛盾を人々はすでに体験している。少なくとも迷走する市場の決定はもはや「神の声」ではない、というこの自覚もまた、長く市場経済の尖兵をつとめたデザインには勇気が要るだろうけれども、それは、低迷する現実を止むなく受け入れた上での選択ではなく、自らの意思と意欲を行動に表す勇気である。

ふり返って USD・O が取組んだ今回のテーマとこの流れとは、疑いもなく一本の線上にある。

このことを、あえてデザイン本来の正しい働きを取り戻すための取組みと言い代えてもよいのだが、当面の論理的共感や行動の結果がどうであれ、小さな、しかし現実的なシュミレーションとして USD フォーラムに託した筆者の期待は、このことへのデザイナーの姿勢を確認することであった。

※広井良典（千葉大学経済学部助教授）

定常型社会 — 新しい「豊かさ」の構想 — (岩波新書01年6月初版)

◆おわりに

ごく大まかな観察だが、20世紀後半の日本の成長と繁栄を支えたデザインとデザイナーの心の軌跡を、三通りの切口からふり返ってみた。因に本論の基調は、デザイン社会学の冒頭に規定した「あらゆる人々の営みの中に、快適な秩序を整え、人々が求める物心両面の新たな価値を提供するデザイン」本来の正しい働きを確認することと、その意欲と行動を静かにそして休まず続けることへの期待だが、この半世紀のデザインの働きを自省したその答えはどうか。

おそらくすべてのデザイナーに共通する、造形に夢

を託した「表現者の欲求」と、その一方の、開発と効率を追求する市場論理に従った「人々の営みとの駆け引き」と、このふたつの間の相剋に費やしたエネルギーが、人々の営みへの愛と気配りを上回っていたとは言えないか。

この過程において問題は、明らかに造形性をめぐる技術面にはない。そのことよりも、デザインの本質を見極める正当な理論と、デザイナー自らを律する思想的根拠に不備はなかったか。

地球ぐるみの混迷を脱した新たな社会において、再び「デザインの時代」の訪れる日があるとすれば、それは多分、かつて望外な繁栄をもたらした経済効果への貢献よりも「人と自然の豊かな秩序」を再生するデザイン本来の正しい働きへの人々の評価であろう。

少なくとも本論の予測と期待はそうである。