

デザインの社会性をめぐって

——USD フォーラム・レポートより——

西 尾 直

◆はじめに

本論の基本的な枠組みは、1996年6月開催されたUSDフォーラム（大阪デザイン団体連合〈USD-O〉主催）における筆者の基調提言と、後日刊行されたレポートを下敷きとしている。したがって本論は、原則として大阪におけるデザイン環境の現状分析に基づいている。

このフォーラムでは、基本テーマ「デザインの社会性」をめぐって、USD-O加盟12団体の代表約80名が参加したバズセッションの成果に大きな期待があった。[※5]

こうしたテーマに、初めて正面から取組んだデザイン団体の意欲が、従来とは明らかに異質な刺激を含んだ社会環境の著しい変化に根差していたからである。

一方、デザインもしくはデザイナーの社会的側面をめぐると言えば、もともとデザイン社会学・デザイン環境論自体の主題だから、これまでのケーススタディで、すでに指摘したいくつかの問題との重複が少なくない。

その詳細はレポートに委ねるが、デザイナーの関心の対象としてはなじまなかったこのテーマが、デザイナー自身に直結する課題として、ようやく理解されつつある意識の流れを、多くの発言の中に実感している。

デザイン現場と学術研究分野との間に、デザインの社会性に対する意識と姿勢の共有を期待したこの研究活動の目標に、少し前進したかも知れない。

はじめに述べた筆者の基調提言を補足する意味も含めて本論を、このフォーラムにおけるさまざまな論議に対するひとつの解答とも考えている。

◆デザインの社会性をめぐる二つの側面

現代社会におけるデザイン機能の及ぶ領域がそうであ

るように、デザインの社会性をめぐる話題の間口は限りなく広い。今回のUSDフォーラムで展開されたさまざまな論議の折り目を整える意味で、きわめて漠然としたこのテーマに対して、基本的な二つの側面を考えている。

その第一は、デザインと人々の営み（社会）とのかかわりの中に含まれる本質的な機能の再認識であり、これを日常的なデザイン活動を通じたデザイナー個々の視点に置き代えてもよい。

そして第二に、現代の社会構造の中に組み込まれたひとつの社会機能としての位置および、その周辺との関係の確認であり、言い代えれば、社会を構成する一単位であるデザイナー社会からの視点がある。

前者をデザイナーの職能的な自覚の範囲とすれば、後者は社会的な枠組みを背景とする意識の開発だから、このふたつが無関係ではあり得ないにせよ、目標への道筋は必ずしも一本ではない。したがって、本論では、このふたつの側面から、二通りのアプローチを試みたい。

第一章 人々の営みの中で

◆ひとつの社会機能としてのデザイン

ここ数年来、デザインの社会性をめぐる話題がデザイン関係者の間にしばしばとり上げられるようになったのは、経済効率最優先という長年わが国を支配した社会正義がゆらぎ始めて、デザインへの取り組みにも、まっとうな潮の満ちてきた兆しであろうか。

そう思えば、いま明らかな逆風の中でデザインの停滞を憂えることよりも、デザイナーそれぞれのデザイン思

想を改めて問い直す貴重な機会と思えるのだが、1960年代以降、経済の表面的な消長を追ってひたすら走り続けたデザイナーにそのゆとりが残されているだろうか。

少なくとも「デザインの社会性」というテーマには身近にさし迫った実感はない。しかし、この主題—デザインと社会との関係が、経済環境や社会背景の変動によって俄に発生したわけではなく、恐らくデザイナーたちの平均的な思惑とは別のところで、デザインには社会性という側面がついて回っていたはずである。

デザイン社会学で度々述べてきたように、本論では、デザインの大きな働きを「人々の営みの中に、快適な秩序を生み出すためのシステムづくり」そして個々には「人々の営みのあらゆる側面に作用する社会機能もしくは生活機能」のひとつと考えている。(デザイン社会学：デザインの基本概念より)

この概念に基づいたデザイナーの日常的なデザイン活動(その結果も併せて)とは、この働きを形に表す作業だから、それ自体がすでに社会性を、しかも大きな比重をもって含んでいることを容易に理解できるはずである。

デザイン制作現場を離れれば、恐らく最も有能な生活者と思えるデザイナーがこれまでその周辺にさほどの関心を示さなかったのは、圧倒的な経済性の優先と、時には個人的な造形性の追究といったデザイン制作上の大義名分が、数字や形には表れないデザインの社会的側面を、通常のデザイン活動とはなじまない、むしろ異質な要素として覆い隠して来たためではなかったか。

USD フォーラムにも見られたこのテーマへのある種の戸惑いは、単なる無関心からではなく、経済性に左右されるきわめて現実的なデザイン現場での意識の混乱のようにも思えるのである。

◆道具づくりから商品づくりへ

少し遡って、全盛を極めた工業会社の必然とも言える経済・社会を通じた情報化への大きな流れは、1980年代を前に人々の日常に定着する。もとよりそれは、経済環境の変動や停滞による一過性の現象ではなく、高度成長の主役であった物質的価値に替って、情報価値が経済の主流を占める情報産業社会(梅棹忠夫：情報産業論・1962～3)の成立である。 [※1]

わが国では1970年代に早くも見られた「文化の産業化・または商品化」現象は、明らかなその兆しであり、第2次大戦後の工業生産性優位の政治・経済体制が物の生産から情報の生産への構造的な改革を迫られるプロセスを象徴する社会現象であった。 [※2]

このことによって、デザイナーはそれまでの形と色に対する技ばかりではなく、人々の欲求を刺激するための知恵を要求されるようになるのだが、しかし、ひたすら当面する市場性を追求した戦略的な商品づくりのノウハウのみが、人々の期待する新たなデザイン手法のすべてではない。例えば、人に必要な道具を作るという原点に戻った素朴な物づくりや、人々の生きる歓びに應える根源的な消費(欲求)への理解は、市場的大勝利には結びつかなくとも、人々の営みに豊かな彩りを添える働きがある。

20世紀初頭のウィーンで、そして1960年代のスカンジナビアで、人々の共感を呼んだのはデザインの近代化、高度化(実際には工業生産の近代化、高度化だが)とはむしろ距離を置いた物づくりを通じた手と心のぬくもりではなかったか。彼等に共通して工業生産の高度化に遅れをとったそれぞれの経済環境を背景とする現象とも言えるのだが、その後の科学技術と工業力の飛躍的な向上によって、人々にもたらされた物質的ないし経済的繁栄が、人間本来の秩序とは必ずしも同調しないことを、人々は実感しているし、デザイナーもまた、そのことを学んできたはずである。 [※3]

◆新たな社会秩序への期待

たとえデザイナーが、自ら望んだものではなかったかとしても、結果としてはわれわれ自身を含めた多くの人々が選択したわが国の経済性・生産性最優先の国家的体制が、デザインに今日の成長をもたらしたことは事実である。しかし、いまやこの体制が守り続けた社会正義に対する疑問と反省が、人々の間に新たな秩序への願望を生み出しているとするれば、このことをデザインの社会性をめぐる主題への序奏と考えてもよいのではないか。

そうだとすれば、作り手の思想と無縁な物づくりは、少なくともプロの世界にはあり得ないのだから、デザイナーの認識において問題は明らかにデザイン制作活動以

前のプロセスにある。

デザインの社会性を、この段階から考えることに異論はあるかも知れない。デザイン制作にかかわって経済効率の追求が、社会性への関心をはるかに上回る現実は、「道具づくり」から「商品づくり」へと変質した現代デザインの宿命的な体質と言えばその通りなのだが、それだからこそ、デザイナーひとりひとりのデザイン思想が問われることになる。いま望まれる新たな社会秩序への方向や展開を左右するデザインの社会性を支える期待は、それ以外にないからである。

しかし、そのデザインとは、一部の企業やデザイナーが占有する経営戦略資源として機能したかつての恣意的なデザインではなく、人々の営みの中にほどよくインテグレートされた社会機能もしくは生活機能のひとつであることの自覚が前提なのだから、その成立にかかわる諸々の社会機能との関係や、その作用に対する理解は、もはやデザイナーの関心の有無を問う段階ではない。

そうでなければ、いまデザイナーと呼ばれている人々の手にデザイン機能のコントロールを委ねる日は、再び来ないかも知れないのである。

第2章 現代社会を構成する成員として

◆デザイン環境を考える

デザインの社会性をめぐる二つ目の側面は、はじめに述べた現代社会を構成する成員（分野）としてのデザイナー社会に視点を置いたアプローチである。 [※4]

因みにデザイン社会学では間口の広い研究対象を特定する意味で「デザイン環境論」を併記しているが、テーマの共通する今回のUSDフォーラムで、基調提言のはじめに「デザイン環境」の問題をとりあげたのは、デザイナー社会にとって、とりわけ団体組織を単位とする諸々の活動には最も身近で、最もベーシックな社会的側面だからである。

このフォーラムを主催したUSD-Oがこの数年来、活動目標に掲げる「地域デザイン環境整備」への取り組みは、一般産業界における基盤整備事業のようなハード面の投資を伴う活動ではなく、USD-Oを接点とする地域社会と

デザイナー社会とのかかわりようを確認する作業と言ってもよい。多分に抽象的だがこの目標の彼方には、デザインを通じて地域社会のアイデンティティの確立を目指す大きな期待がある。それは、今後の地域社会にデザイナー団体の意思と行動を主張するための舞台づくりと、同時に、デザイナーひとりひとりの将来的利益に結ぶ布石とも言えるのだが、しかし、デザイナーにとって最も関心の深いデザイン制作上の刺激も、衆目を集める華やかなアクションもないこの作業に対する理解と合意は、一部の間によりやく兆し始めた段階であろうか。

いまあらためて、デザインの社会性を問う論議が開かれたのは、その意味でひとつの前進だが、参加者のこのテーマに対する関心には、不透明な社会背景と共に、ここ数年続いた経済不況によるデザイン需要の大幅な後退、縮小に直面した現実的な不安が、強く結びついている。

しかも、景気に左右される職能上の必然的な現象への不安だけではない。そのことよりも「デザインの時代」ともてはやされた1980年代以降の一般的デザイン認識の背信を実感した動揺も含めて、現代文化のリーダーを自負した社会的位置づけに対する確信が、その根拠を見失ったことへの不安でもあろう。

このことは、第2次大戦後の工業生産の拡大による驚異的な高度経済成長という、いわば他者の肩車に乗ったデザインの技術的、経済的繁栄を、自ら築き上げた社会的地位の確立と早合点した多くのデザイナーが、いずれは通らなければならない森を抜ける道なのだが、その動機がどうであれ、枝葉のゆらぎが、根や幹となる部分への関心を呼び起すきっかけとなったことを、むしろ幸いと思っている。

少し言葉が過ぎたかも知れないが、少なくとも今回のUSDフォーラムにおけるテーマ設定の背景がそうであったことは間違いない。

◆デザイン環境の枠組

デザイン環境に対する基本的な考え方は、デザイン社会学・デザイン環境論の序説から述べてきた通りだが、こうした機会に改めて、一般的な表現としてはいかにも曖昧な「デザイン環境」の概念に、もう少し具体的な、少なくともこの論議の基準となる枠組を与えておきたい。

例えば「商品のデザイン性」という多分に不用意と思える表現が、専門家の間にも通用するように、デザインを物づくりにおけるスキルの段階と、その結果に限定した解釈を全面的に否定するつもりもないのだが、正しくはデザインの成立が造形表現のプロセスにおける専門技術の集積だけではなく、さまざまな社会機能との生産的な合意に基づいた直接・間接のコラボレーションを前提とする総合的な成果であることに異論はないと思う。

この原則を、デザインを核とする社会構造に置きかえれば、例えば経済・科学・芸術・教育・行政など、多くの社会機能のデザインをめぐる構造的配置や、それぞれの関係が形成する基盤構造が、日常的デザイン活動を裏から支える構図が成り立つ。社会の表舞台に登場するデザインもしくはデザインされたものたちを頂点として想定したピラミッドの、内部や底辺にあたる仕組みである。

この構図からは、同様に他の社会分野におけるそれぞれのピラミッド（基盤構造）の中にも、社会機能のひとつとして相応な位置と役割を与えられた、その分野におけるデザインの姿が見えてくるはずである。

こうした土台とも骨格ともなる部分と、それらの作用が引き起こす諸々の現象をひっくるめて「デザイン環境」と考えている。

◆デザイン環境の作用

このようなデザイン環境に見られるさまざまな動きは多くの社会機能同士の関係やバランスから起る、いわば水面下の現象だから、それ自体がデザイナー個々のデザイン活動に直接的な影響を及ぼす作用は少ないと考えてもよい。原則としてはそうなのだが、これらの現象は、あらゆる分野にわたる人々の価値観や行動傾向を忠実に反映した結果であり、したがってデザイナーの問題意識やデザイナー社会の思惑とは必ずしも同調するわけではない。デザイン制作現場とは一見無縁と思われる社会現象が時にはデザインの動きを左右するほどの展開を見せるのはこのためである。

こうした見方は、デザインの方向や質を決定づける条件をデザイナーの造形作法や個性的表現に託した従来のデザイン観とはなじみ難いアプローチかも知れないが、しかし、少なくとも、他の社会機能との関係において、

デザイン機能の主体性を否定するものではない。

人々がその営みの中で選択した思考や行動の表現とその傾向が、ひとつの社会に定着した結果ないし状況を文化と呼ぶならば、現代社会が築き上げたそのスタイルには、当然のこととしてデザインとデザイナーの働きがすでに含まれている。見方を変えればこのことは、一社会機能としてのデザイン、あるいは一社会分野としてのデザイナー社会の意思表示や働きかけが、他の社会機能を、時として社会そのものを動かし得る可能性をも示唆している。それは前章に述べた新たな社会秩序の構築に対するデザイン機能の主導性や、独創的なエネルギーへの期待でもある。

その意味を含めて、現代社会を構成する多くの社会分野との間に、均等な位置と生産的な合意を確保する作業は、デザイン環境基盤整備への序章に過ぎないのだが、その成果は、やがてデザイナー社会の内にも外にも限りなく拡大される。

USD-Oを足場として大阪のデザイナー団体がいま目指している活動目標に託した意味は、このことの以外にはないはずである。

◆デザイン環境の仕組み

デザイン環境の組成と、その作用に対する考え方は以上の通りだが、度々述べたように、この周辺に派生する現象は、現代の社会構造の中に組み込まれた諸機能間の関係やバランス如何が引き起こす問題だから、原則としてデザイナーひとりひとりの手に負える範囲ではない。

したがって、多くの社会分野がそうであるように、大まかな目安だが、ひとつの社会機能（分野）を特定する仕組みを整えた団体組織の働きがこの側面をフォローする。本論で言えば、デザイナー社会という抽象的な枠組を、外部（他の社会分野）からもよく見える具体的な装置に組み替えたシステムとその作用である。

この装置がうまく機能すれば、内部間はもとより外部への働きかけや、その間の調整に有効なばかりではなく外部からのさまざまな刺激やプレッシャーをいったん吸収するクッションの役割を果たす。デザイナー個々への影響や負担を緩和する一種のリスクヘッジであり、問題が個々のデザイン制作活動に直接作用するような、例え

ば技術的な領域でない限り有効な仕組みである。

このような最も基本的な段階を改めて確認したのは、デザインの社会性をテーマとする論議がいまとりあげられているように、1960年代以降のデザイナー社会の成長と繁栄の中に隠された唯一の死角が、この側面への取組みだったからである。

ふり返って、このことに無関心であり続けたデザイナー社会に何も問題がなかったわけではないし、1981年にはUSD-Oが発足して、形の上では「ひとつの社会機能を特定する仕組みを整えた」のだが、今後の目標とする望ましいデザイン環境への道筋を確める意味で、2~3の論点をチェックしておく。

そのひとつは、デザイナーの社会的な側面における活動拠点としての団体組織。そしてふたつめに、社会的な認知の一基準となる行政上の位置だが、この2点の流れを遡ればデザイナー社会の長年におよぶ体質的な構造に含まれた同一の主題とも言えようか。そうとすれば、その源流にあるデザイン教育のプロセスを、三つめのポイントに加えなくてはなるまい。

戦後50年にわたって明確な産業政策措置の埒外に置かれた行政との関係は、1996年の通産省における管轄部署の改変によって今後の流れは大きく動く。良かれ悪しかれ、流れは確実に変る。しかし一方依然として表現技法教育偏重の基本姿勢に固執する文部省の旧態に揺るぎはない。この逆流は“百年河清を待つ”ことにもなりかねないのだが、これまで、こうした体制に対する効果的な行動を何も起こさなかったデザイナー社会自身の体質という、この三つを重ねてみれば、論点は明らかに一連の水脈の中にある。ただ、この3点のうち前2者に関する主張は、デザイン環境論ケーススタディ1~6の間に、度々とりあげた論旨と重複する部分なので、ここでは団体活動を通じた社会との接点を辿ることにする。

◆デザイン環境への取組み

註釈の[※4]に述べたデザイナー社会の枠組は、デザイナー個々を単位としている。基本的にはその通りだが、デザイナーによる組織的な活動の拠点として機能する団体組織を、その実際的な構成要素と考えてもよい。

USD-Oを編成する12団体がそうであるように、組織体

としては、いまやほぼ完成されたかに思えるデザイナー団体は、その多くが高度経済成長へ向かう1950年代から60年代にかけて、デザインの技術的な各ジャンルを基盤に成立している。しかし、これらのジャンル自体が当時の産業界におけるデザイン需要の急激なしかも無秩序な膨張に個別の対応を迫られた表現技術上の分立だから、少なくとも、デザインの本質的な機能から体系的に枝分れた細分化ではない。

それはむしろ、わが国特有のタコソボ文化の典形とも言えるのだが、しかし、技術的、産業的背景を共有する構成員(個々のデザイナー)たちの緊密な連帯感が、デザイナー団体個々の組織運営と活動展開には強力なエネルギーとなった。

後にこれらの団体の活動が、わが国の世界的なデザイン水準を支えた功績は、国際的な実績や評価にも明らかなのだが、本論の主題に戻って、この成立と性格は前項に述べた「ひとつの社会機能(分野)を特定する仕組みを整えた」組織ではない。このことは、すでに共通する認識だから、それ自体に問題はないのだが、少なくとも先に指摘した「唯一の死角」を生み出した土壌のひとつではあった。

例えば、わが国のデザイン界には、無意識にだが根強く定着したボーダーが各ジャンル間を仕切っている。このことも、それぞれのジャンル毎にその社会的認知をアピールした各団体結成動機の延長上にある。その他の側面にはきわめて有効に作用する同志的結束とはウラオモテの現象だが、丸山眞男説を証明するように、いま求められるデザイナー社会全体を視野に含めた新たな思考の展開において、それを超えるには予想外の時間を必要としたのである。

もとよりこれらのことは、構成員の意思を忠実に反映する組織活動の常として、団体の性格以前に、個々のデザイナー全般に共通した体質的な傾向が大きく作用する。

多くのデザイナー団体が飛躍的に発展した1970年代のわが国におけるデザインの高度化は、自由市場経済体制の必然とは言え、強大な資本力と工業力に依存した急激な成長であり、当然の成果としてデザイナーは予測を上回る繁栄が約束された。この時点で、デザインに対する

正当な理解と評価を訴え続けたかつてのスタンスは、もはや無用のものとなったのだが、その結果、社会との接点という意味では、個人もしくはそれぞれのジャンルを単位とする経済との良好な関係の確保以外に、さし迫ったテーマを持たなかったと言ってもよい。

この傾向は言うまでもなく、ひとりデザイナー社会に限らず、すべての人々に等しく見られた現象なのだが、その後、日ならずしてわが国のあらゆる分野に兆した深いかげりとも無関係とは思えないのである。

このような多分に表面的な繁栄を、揺るぎない安定として、自らの手にしっかりと繋ぎ留めるための作業は、もはや専門知識や技術の精度を主張する段階ではなく、確かな理念に基づく社会認識のレベルがその成果を左右する。しかし、個々の経済的繁栄の中で、もともとデザイナーの関心を集める対象とはなり難いこの側面に取組む意識や姿勢は、単に無関心と言うよりも、大勢としてはすでに他者への依存にすり替えられていたのではなかったか。

このことは、憶測でも仮説でもなく、ふり返って例えば、現実には他の社会分野との間に起ったいくつかの問題を、有力者と呼ばれる一部の人々の個人的な見解や行動に委ねてきた、あるいは、そうせざるを得なかったデザイナー社会の貴重な経験であった。多かれ少なかれデザイナーとデザイナー団体が、このことを折にふれて実感してきたはずである。

その結果がどうであったかを問うのではない。それはまさしくデザイナー社会のこの側面に対する仕組みの不備であり、繁栄のうちに見過した手抜きであった。

「唯一の死角」とはこのことを指している。そしてそのツケが、いま社会環境の激動に揺らぐデザイナー社会のそこそこに顔を覗かせているように思えるのである。

◆地域デザイン環境と USD-O

1980年代を前に、デザイン分野をひとつの単位とする連合体構想が、在阪デザイナー団体の間に生れたのは、こうした団体組織の社会的側面に対する手続きや負担を集約する仕組みを整える目論見と言い代えてもよい。

折しも地域社会（大阪）における経済・行政を通じた情報化への目覚ましい動きを背景に、デザイン機能に対

する認識と評価にも、従来とは明らかに異質な期待が高まりつつあった。大阪21世紀計画のスタートや、国際デザインフェスティバルの積極的誘致もそのひとつであり、1981年のUSD-Oの発足は、したがって当時の社会情勢にも同調する必然的な成立であった。

デザイナー社会と地域社会とを、組織的に結んだ接点に用意されたこの窓口を通じて、各ジャンルにおける高度な専門知識と技術を蓄積したデザイナー団体を主役とするドラマの舞台が設営されたのである。

まさしく「人々の営みの（社会）の中に快適な秩序を生み出す」ための活動拠点となるはずであった。

少し皮肉な言いようだが、デザイナーの問題認識には社会現象が常に先行する。その意味で、いま再び社会環境の新たなしなかも最大の転機を迎えて、デザイナー団体が徐々にだが確実な変化を見せ始めている。デザイナー社会の体質的な成熟への期待とも言えようか。

在阪デザイナー団体の共有する貴重な装置としてのUSD-Oを、有効に使いこなす意欲と知恵の成果が実を結ぶ日の間近に迫っていることを予感する。

◆おわりに

ふり返って今回の論議には、デザイン業界（デザインビジネス）をめぐる話題が少なくない。本文中にも、直面する問題に追われる現状には少しふれた。

しかし、デザイン業界が、近い将来における新たな創造的ソフト産業として、未知の領域や未開発市場へ展開するまでを視野に入れるとすれば、ここでの見方には、その社会性をめぐる論旨の片手落ちを指摘されるかも知れない。デザインビジネスとは、必ずしもデザイナーによるデザイン制作業務ばかりではないからである。

その意味では、視点をあらためたもうひとつのアプローチが必要かとも思うのだが、本論にはこのフォーラムの性格上、今日のデザイナー社会という前提がある。

少なくともこの枠内では「デザイン制作に直接かわるデザイナー主体の、おおむね小規模な事業所」を想定した従来の概念をデザイン業界の範囲と考えている。

したがって、その社会的側面をフォローする業界組織が、デザインビジネスの新たな展開に伴って予測される諸々の課題については機会を改めて取り組んでみたい。

◆ノート◆

※1: 本論における「情報産業社会」の概念は、梅棹忠夫氏の情報産業論に基づいている。今回の主題ではないのでくわしくは省略するが、この「情報産業」とは出版・報道・放送等、あるいはハード、ソフトを含めたコンピューター関連産業のみを意味するものではないし、また、科学技術と情報機器の高度化による情報メディアの急激な拡大に象徴される、いわゆる「情報社会（単にあらゆる情報が広く行き渡った社会の意味で一般的に使われている）」とは、現象的に、あるいは部分的には並行するのだが、立論の根拠は異質である。

「情報産業社会」を「情報化社会」（もしくは「高度消費社会」と表記したいのだが、「情報社会」との差別化はいまや期待し難い。このふたつの明確な使い分けは、もはや不可能なのかも知れない。

※2: 例えば60年代以降の地域活性化政策はもっぱら工業生産を基盤とする経済振興であった。山林を開発し海浜を埋立てた産業用地を元手に、企業誘致に経済効果を託した地方自治体の目論見は、やがて経済環境の変動と共に方向転換を余儀なくされるのだが70年代後半から一斉に文化振興の旗印を掲げたのは物から心への合言葉と共に、素材（商品）を文化に切り換えた経済振興への戦略的シフトであり、彼等が突如として文化に目覚めたわけではない。物の生産が経済の主役の座を明け渡す情報産業社会のひとつの典型であった。

80年代の自治体による地域振興型イベントブームはその象徴的な社会現象だが、やがて一過性のイベント効果を地域経済に定着させる企てが、続いて起ったリゾートブームへの呼び水とも言えなくはない。

この段階から地域を単位として経済と行政がスクラムを組んだまさしく文化の産業化現象が、国と自治体とを問わず日常的に定着したのである。

※3: はほぼ同時期のバウハウスに比較すれば、ヨーゼフ・ホフマンを中心とするウィナーウェルクステッテの業績には、知名度も評価も決して高くはない。

むしろその後のウィーンには、工業生産の近代化に同調しなかった彼等のデザイン思想を軽視する論評さえあった。しかし、デザインが道具づくりから商品づくりのノウハウへ移行する分岐点となった当時の、工業化へ向う大きな波に乗り遅れたオーストリア経済を背景としたこの見方には、人々の営みとの関係において明らかな読み違いがある。たとえ工業生産による経済成長とはなじまなかったとしても物づくりの根源にあるクラフトマンシップへのこだわりが人々の支持を失うことはない。

同じ意味で少し大まかな見方だが、60年代の北欧デザインが人々の人気を集めたのは、すでに世界を制しつつあった圧倒的な工業力による量産製品への、きわめて人間的なアンチテーゼと言えはしないか。

もっとも、この当時、北欧のIDデザイナーたちが、自国の工業技術レベルを嘆いていたことも忘れ難い事実だから、工業生産高度化の遅れが、物づくりにおける手のぬくもりを守るという現代デザインのパラドックスなのだが、デザイナーにとっては、しかしきわめて貴重なテキストであった。

※4: デザイナー社会という表記について

現在、ひとつの社会分野を示す最も一般的な「デザイン界」という表記は、正確には、デザイナーだけではなく、いわゆるデザイン関係者（例えばデザイン関連団体やデザイン振興機関の役職員、あるいは一般企業のデザインマネジメント専任者等デザインを主業務とする人々）を含んだ単位であり、それぞれに立場を異にするデザイン認識や価値観の混在がある。一方、近年ようやくその認識や位置を確保した「デザイン業界」は、デザインビジネスに従事する事業所（法人・個人、業態・規模の大小を問わず経営者と全従業員を含めて）の範囲であり、例えば一般企業や教育機関に所属するデザイナーは対象から除外される。

したがって、経済基盤や産業的背景あるいは技術ジャンルを問わず、あらゆるデザイン制作に携わるデザイナー全般を対象とする単位を表すために「デザイナー社会」と表記している。デザイン自体の厳密な解釈や領域にはあえて拘らない大まかな枠組みだが、デザイン制作活動を通じた連帯感と社会認識の共有を前提とする社会分野の単位と考えている。

※5: 大阪デザイン団体連合加盟団体および

USD フォーラム参加者

◆協同組合大阪デザインオフィスユニオン

竹内信元・吉田順年・高橋利子・白井良和・松本禎一・青木陸祐・鈴木教博・越田英喜

◆スタジオフォトグラファーズ関西

藤田幸一・片山一郎・鈴木利孝

◆社) 総合デザイナー協会

石橋利夫・田中一雄・馬渡喜徳・金野隼人・河野荘二・山岸邦夫・鴻上和雄

◆社) 日本インテリアデザイナー協会関西事業支部

小宮容一・夏原晃子・山崎晶・石原薫・安藤真吾・鬼田勲・八十常充・佐々木恵子

◆社) 日本インダストリアルデザイナー協会関西ブロック

井上斌策・竹綱章浩・青木孝章・須藤正時・佐藤紀雄・藤本英子・森一

◆社) 日本広告制作協会関西ブロック

源地弘・榊原悠・本田實・村上英明・井下正博

◆社) 日本サインデザイン協会関西地区

出井豊二・武山良三・社頭脩史・森聖一・吉田恵三

◆社) 日本室内装設備技術協会大阪支部

森田求・植田益夫・今西隆次・新酒敏子・二井健治・奥田忠彦・高木喬 ※現・大阪府インテリア設計士協会

◆社) 日本ディスプレイデザイン協会関西支部

太田真昭・大和田昌・藤井宏次・伊部和徳・尾崎大・蔭山力雄

◆社) 日本商環境設計家協会関西支部

里吉明・山田悦央・蔭山利夫・神戸一生・亀井克二・白井進

◆社) 日本デザイナークラブ関西支部

青木芳子・田中秀一・島澤英子・勝山裕子・宮本みづえ・西川昭子

◆社) 日本パッケージデザイン協会西日本

大門敏彦・岡信吾・大久保隆・岩城賢作・平井宥子・今北紘一