

産業デザインは、デザイナー・メーカー・ユーザーという役割の異なる三者の関係性により成り立ってきた。昨年、ロンドンのデザインミュージアムを訪れ、このことを改めて考えさせられる機会を得た。このミュージアムは1989年にオープンし、当初デザインミュージアムの先駆けとして話題となったが、スペースを拡張するため西ロンドンへ移転し、2016年11月に新たにオープンした。無料で入場できる常設展時のテーマが、「Designer Maker User」だ。展示されている歴史に残る製品群を見ていると、これら三者による優れた関係性の結実が、グッドデザインを生み出してきたことを再認識する。テクノロジーの進化により、あらゆるモノやサービスが進展し、これらが人々の日々の生活、そして社会全体にまで大きな影響を及ぼす。新たなモノやサービスが使い勝手の良いものとしてユーザーに届けられるためにデザインの果たす役割は大きい。今回はデザインミュージアムにおける「Design Timeline (デザイン年表)」の展示を通し、「Designer Maker User」の関係性の変遷を辿ってみたい。

デザインの起点はどこにあるのか？従来デザインはクラフツマンが担っていたが、クラフツマンによる製作は当然高価なものであった。転換期となるのは、近代の量産化技術の発展にある。18世紀の急速な工業化の波は、量産化により安価な製品作りを可能とし、今まで上流階級の者にしか手にできなかったものを一般消費者でも購入可能な身近な存在へと変えた。しかしそれと同時に、それまで直接相對していた作り手と消費者の間にギャップを作ってしまった。そのギャップを埋める架け橋として、デザイナーが必要となった。その役割は、消費者を惹きつける魅力的な形を考え、かつ量産技術に適したものをメーカーへ提供することだ。これが「The birth of design (デザインの誕生)」と位置付けられている。そして工場生産による安価な製品作りが求められる中、1759年、

ジョサイア・ウエッジウッドにより、世界で最初の近代化工場の1つと言われる陶磁器の複合施設が設立された。ここでブランディングや消費者の嗜好の研究も行われ、これらはその後の多くの生産現場に受け継がれている。今から約260年も前のことだ。

その後忘れてならないのはウィリアム・モリスの存在だ。Morris & Co.は、1861年彼がデザインした美しいプリントのファブリック類や家具を生産、販売する会社として自らにより設立された。彼はすべての人々が良い家に住むこと、良いデザインの製品を普通の

人々へ普及させることを望んだが、残念ながら高いクオリティーを求めて製造された彼の製品はとても高価だった。しかし、彼のこの精神は150年以上経過した現在でも受け継がれ、Morris & Co.は今も存続している。また、日本においても多くの企業が、彼の創作プリントによる様々な製品を販売し続けている。デザイナーと消費者が長期に渡る関係性を築いている、まさにこれこそが

グッドデザインだ。

「Designer Maker User」の関係性の中で特筆すべきは、ソニー(1946年創業)だ。ベーターマックスビデオシステム、ウォークマンなど、イノベーティブな製品を自社内で独自に創出、普及させた。メーカー

が企業という組織の中で、デザインと融合した革新的技術の製品を産出した点は、過去のクラフツマンとユーザーの関係におけるクラフツマンの役割を企業という組織体の中で成し遂げたと言える。

また、1997年再びアップル社に復帰したスティーブ・ジョブズがデザイナー、ジョナサン・アイブによるデザインリードの製品づくりに取り組み、iMacやiPhoneを誕生させたことは記憶に新しい。そして私たちは今、3Dプリンターの登場により新たな技術革新に直面し、「Designer Maker User」の関係性は新たな局面を迎えている。三者の新たな関係性から産出される新たなグッドデザインに期待したい。

デザインで伝える メッセージ4 ~Designer Maker User] ~の関係性

渡邊知子国際特許事務所 代表
弁理士 渡邊知子



デザインミュージアムのエントランスに飾られたタイトルボード(3つのタイトルが数分ごとに入れ替わる)