

プロダクトデザイナーの継続的能力開発の動向

山内 勉*

The Current of Continuing Professional Development for Product Designers

Tsutomu Yamauchi

Product Designers are required some skills and knowledge in the product development. Based on my professional career, I presumed three skills, they are, Technical skills, Conceptual skills and Human skills. In this study, I interviewed some Product Designers to make sure what skills are needed in the product development process. It emerged that Product Designers are expected to improve their Conceptual and Human skills besides Technical skills for playing a part at the upper and lower stage of the process to create the new value in the product development.

Keywords: Product designer, Product design, Product development, CPD, Skills, Knowledge

1. 研究目的

商品開発における実践的活動としてのプロダクトデザインで求められる能力の開発は、大部分は現場の暗黙知的なレベルで対処されてきた。また、プロダクトデザインが対象とする領域は多岐に亘り、学際的な知識と分野毎の固有のスキルが必要とされてきた。このため、プロダクトデザイナーの能力に関する総合的な研究事例は少ない。¹⁾

技術、建築、土木、造園分野では、既に CPD(継続的専門能力開発)制度があり、求められる知識が明らかにされ、能力開発プログラムも運用されている。一方、プロダクトデザイン分野では、その制度も未だ整備されておらず、専門職としての能力の社会的認知が進んでいない一因である。

本研究の最終目的は、プロダクトデザイナーが商品開発の専門職として求められる能力項目と水準を明らかにし、その開発に有効なプログラムの構築である。これは、将来プロダクトデザイナーを目指す学生の教育カリキュラムを構築する際にも有効になる。今回の研究では、現在の商品開発最前線で求められているプロダクトデザイナーの能力開発の動向を把握する。

2. 研究方法

2-1. 仮説構築

プロダクトデザイナーとしての筆者の経験（民間企業での商品デザイン開発とデザインマネジ

* デザイン学科

メント業務、及び社団法人日本インダストリアルデザイナー協会での職能委員会活動) から、プロダクトデザイナーの能力開発の要件を仮説構築する。

2-2. 現状調査

この仮説の検証には、プロダクトデザイナーの能力開発の実態を把握することが必要である。そのサンプル数は多いほど良く、それにはアンケート調査が効率的であるが、文字記述情報だけでは仮説に対する反応が理解しにくいという懸念がある。そこで今回は、プロダクトデザイナーの能力開発に携わる専門家に直接面談し、ヒアリングをする方法をとった。これは今後、アンケート調査を行う際の質問項目設定に役立つ。

3. 研究結果

3-1. 仮説構築

プロダクトデザイナーに求められる能力を、スキル(技術・技能)と知識(ナレッジ)に分け、それぞれ以下のような項目に分類した。

A. スキル

- (1) テクニカル・スキル(発想力、表現力、展開力)
- (2) コンセプチュアル・スキル(観察力、分析力、編集力)
- (3) ヒューマン・スキル(意思伝達力、対人交渉力、組織化力)

B. 知識

- (1) 基礎共通分野(倫理、一般科学技術、社会文化動向、産業経済動向、法律、契約、規格、基準など)
- (2) 専門技術分野(デザイン論、歴史、色彩、材料、造形技術、人間工学、認知工学、商品企画、マーケティングなど)
- (3) 総合管理分野(組織人材開発、財務管理、生産管理、品質管理、知的財産、事業企画、経営管理など)
- (4) 周辺技術分野(建築、情報工学、システム工学、環境・生態工学、都市工学、生産技術など)

上記スキルは、プロダクトデザイナーに限らず、すべての専門家が備えるべき項目である3つの分類に準拠し、各項目についてプロダクトデザイナー独自の能力に分解した。テクニカル・スキルは造形、可視化する能力であり、単にきれいな絵が描けることではなく、課題解決のための発想、表現、展開する力が不可欠である。コンセプチュアル・スキルは仮説構築、概念形成する能力であり、商品のコンセプト立案に際し、それを検証する論理的プロセスを実行するための観察、分析、編集能力が必要である。ヒューマン・スキルはコミュニケーションの能力であり、自らの意思の伝達、異分野の専門家との交渉、組織活動ができる力である。特に、近年のグローバル社会では、語学力を含めた異文化コミュニケーション力が重視される。

知識については、専門家として求められる4つの分野のうち、専門技術分野は当然として、自然科学、社会科学、人文科学にわたる学際的な知識が求められる。また、商品開発におけるマネ

ジメント業務では、総合管理分野の知識も必要である。

3-2. 現状調査

調査対象は、製造業会社、デザイン会社、デザイン関連団体の3つに分けてサンプリングを行い、ヒアリングの了承を得られた以下の10件とした。(1) 製造業会社5件、(2) デザイン会社2件、(3) 製造業会社内デザイン会社1件、(4) 職能団体委員会2件。

ヒアリングは、仮説を踏まえながらプロダクトデザイナーに求める能力について以下の項目について、順不同で行った。(1) 担当分野、経験年数による要求項目や要求水準、(2) 評価方法、インセンティブ、(3) 習得方法(OJT、Off-JTなど)、研修内容、(4) 業務の変化と求められる能力、開発方法。

3-3. 調査結果

ヒアリングを通じて明らかになった点は以下のとおりである。

(1) 商品開発プロセスの上流段階で求められる能力

商品開発プロセスは、企画段階(上流)から販売段階(下流)を経て、最終的に顧客の手に渡って完了する。正確には、それで終了するのではなく、その後のアフターサービスも含めた業務により顧客の購入後の使用段階の情報を得、次の開発にフィードバックするサイクルをまわし続ける必要がある。(図.1 参照)

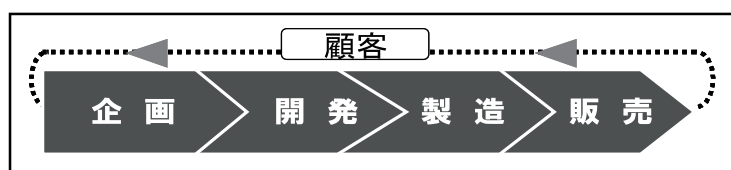


図.1 商品開発プロセス

従来プロダクトデザイナーは開発段階で設計部門と、製造段階で製造部門と協業しながら商品仕様のつくり込みを行うことが主たる役割であった。しかし、「商品を開発すれば売れた」時代ではなく、「如何に開発するか」から「何を開発するか」への変化が求められる時、商品開発プロセスの上流段階である企画の重要性が大きくなっている。これは、企画部門から企画書として商品の基本仕様を受け取り、それを開発段階で具体化する下請け的な従来の業務からの脱皮を意味している。今回ヒアリングした会社は、規模の大小にかかわらず、企画段階での業務を重要視する傾向が顕著であり、それを遂行する人材の能力開発を重点課題のひとつとしている。その能力としては、仮説であげた「コンセプチュアル・スキル」が該当することが確認できた。

2) 商品開発プロセスの下流段階で求められる能力

効果的な商品開発プロセスとして、従来の商品情報を専門部署間順送りで進める「バトンリレー方式」から、開発の上流段階から商品情報を共有して行く「クロスファンクション方式」への転換が求められる。²⁾ このプロセスでは、「何を開発するか」、「如何に開発するか」に加えて「開発したものを如何に伝えるか」という業務が必要とされる。特に最終段階の顧客へのコミュニケーション業務は従来、宣伝、営業関係の専門家が係わるケースが多いが、今回ヒアリングした会

社でも、プロダクトデザイン関係者がカタログ、ウェブサイト、ショールーム展示などにも関わる事例が見られた。これは、商品開発の上流で企画した情報が、正確に下流まで伝わることの重要性が認識されてきたことである。このような業務を遂行する能力は、仮説であげた「テクニカル・スキル」は当然として、「ヒューマン・スキル」のウェイトが大きいことが確認できた。

(3) 基礎的能力の充実

商品開発において「如何につくるか」という基本的課題にも新しい価値創造が求められ、新しい業務へ取り組んでいることがヒアリングで明らかになった。

そのひとつは、CMF (Color, Material, Finish) デザインである。商品の精緻な仕上げは、従来からも日本のプロダクトデザインの特徴であったが、価格競争だけに陥らないためにも、この分野に特化した業務が重要視され、その人材には、幅広い材料、加工法の知識、新鮮な色彩感覚が求められている。これには職能団体委員会で継続的に実施されている最新の素材、仕上げなどの研修会も利用されている。

他のひとつは、インターフェース・デザインである。携帯電話をはじめ、情報技術を搭載した商品の増加に伴い、急速に発展してきた分野であり、大学の情報系デザインコースの増加からも裏付けられる。この分野では情報技術の知識に裏付けされた「テクニカル・スキル」が不可欠である。

(4) 知識レベルの社会的評価への取り組み

プロダクトデザイナーの経験年数に応じて求められる知識と学習・スキルアップの目標を明確にし、客観的に能力レベルを評価する試みが、「プロダクトデザイン検定」として職能団体委員会で検討されている。プロダクトデザイナー自身の能力開発目標の目安、プロダクトデザイナー能力の社会的な認知の向上に効果があると考えられる。

4. 結論

商品開発の現場では、経営環境の変化に伴い、業務の性格も問題解決型に止まらず、ビジョン提案型への移行を模索している。ソリューション・デザインという、顧客に密着し、ニーズをつかみ、サービスまで含めた価値を提供する業務に、プロダクトデザイナーが関わる会社も出てきており、価値連鎖（バリュー・チェーン）における、あらゆる可能性が追求されている。

プロダクトデザイナーが今後開発すべき能力は、従来からの核となるスキルである「テクニカル・スキル」の深化に加えて、「コンセプチュアル・スキル」と「ヒューマン・スキル」の拡充である。

参考文献

¹⁾ 和田精二：「能力視点から見たデザイナーの新しい役割」感性工学 Vol.7 No.2, 2007年12月

²⁾ 社団法人 日本インダストリアルデザイナー協会編纂：「プロダクトデザイン」2009年9月

(平成22年3月31日受理)