

デザイン環境と社会環境の接点に

—団体活動を通じたデザイナーの社会的意識の推移—

西 尾 直

◆はじめに

序説で述べたように、デザイン環境論とは、デザインの造形手法やその成果を問う研究ではなく、社会機能としてのデザインの成立基盤を構成する諸々の要素——それは例えば経済・社会・地域・文化・教育あるいは業界を含めて——の構造的配置とそれぞれの関係を分析する試みである。したがって本論は、デザイン環境と社会環境との接点にあって、デザイナー社会の公共的側面を象徴する団体組織の、とりわけ大阪を拠点とする DAS（社団法人総合デザイナー協会）40年の起伏を軸として、デザイナーの社会的意識の推移を検証する作業と考えている。

1) デザイナー団体の成立

◆1950年代のデザイナー社会

第2次大戦の余韻も覚めやらぬ1940年代に、早くもデザインという一種の流行語を仕立てあげたのは、服飾デザイナーたちの意識せざる功績だが、NDC（社団法人日本デザイナークラブ）が産声をあげたのが1948年だからまさに焼跡からのスタートと言ってもよい。

デザインが戦後最初の脚光を浴びた50年代後半には、急速に成長する経済環境の目覚ましい進展に伴い、産業活動のあらゆる過程を通じて有効に作用するデザイン機能への著しい関心の高まりがあった。そして一方、巷では若者たちの人気を集めるカタカナ職業のハシリともなった第一次デザイナーブームが、この時代を象徴する社会現象となっている。

わが国特有とも思える細分化されたデザインの各分野

は、こうした現象と共に急激に膨張した産業界の無秩序なデザイン需要に対して、それぞれ個別の対応を迫られたデザイナーたちの、いわば混迷の中から生れている。

このことは自由市場経済におけるデザインが、その動向に左右される宿命的な体質の証明と言ってもよい現象だから、この職能的分類には、当然デザイナーたちの理論的な裏付けがあったわけではない。

現在もそうなのだが、デザインの概念がしばしば再構成を迫られるのは、常に現象が先行する成長過程に理論体系の定着が望み難いからであり、必ずしも学術研究分野の未熟や停滞のためだけではないが、依然として感覚的な表現技法分類に基づいた造形教育の枠組を出ないデザイン教育にもその原因がないわけではない。

しかし、こうした現象に対するほとんど無視に近い無関心の理由は、当面するデザイン活動にとって、メリットもなければリスクも伴わないためだろうが、少なくとも、このことがデザイン分類や分野の認識に混乱と不統一が続く原因となっている。とりわけ昨今の日常現象が先行するボーダーレス化の進行によって、分類の整理と分野の再編成はデザイナーたちへの宿題のひとつと思われるのだが、そしてその動きもしばしば見られるようにはなったのだが、少なくとも、その解答として彼等が同一の結論を得た経験はまだない。

50年代から60年代にかけて、こうして分立するデザインの各分野を拠点に、続々と誕生したデザイナー団体の多くは、したがって分野の成立と同様に、幹となるデザイン機能から枝分かれした体系的分類に基づいた編成ではなく、産業界における需要傾向に応じた技術的背景の

共有を前提とするいわば同志的な集合であった。このことが、今に続くデザイナー団体の、どちらかと言えば公共的な意識よりも、限られた仲間意識が優先する体質の土壌となるのだが、いわゆるタコツボ文化の典型的なこの成立は、したがってそれぞれの分野を単位とするデザイナー個々の啓発や組織の拡大発展には最も有効な体制であった。しかしその反面、各団体結成の動機がそうであるように、彼等の当面の目標はひとまづ各分野の確立であり、その社会的認知へのアピールは、同時に他分野との差別化の強調だから、本来、基盤となるべき総合的なデザイナー社会（あるいはデザイン業界）全体を単位とする自覚が欠落していたとしても、それはむしろ、こうした日本型タテ割構造にあって必然的に発生する共通の死角と言うべきであろう。戦後わが国のデザイナー社会を支えてきた分野別デザイナー団体の、少なくとも70年代までの平均的傾向はそうであった。

◆主要団体の設立年度（以下文中は英文略称を使用）

JIDA	社）日本インダストリアルデザイナー協会	1952年
JID	社）日本インテリアデザイナー協会	1958年
JAGDA	社）日本グラフィックデザイナー協会	1978年
	(JAAC 日本宣伝美術会	1951年～1970年)
SDA	社）日本サインデザイン協会	1965年
OSG	社）日本室内装備設計技術協会	1955年
DDA	社）日本ディスプレイデザイン協会	1959年
NDC	社）日本デザイナークラブ	1948年
NDK	社）日本デザイン文化協会	1956年
JPDA	社）日本パッケージデザイン協会	1960年
※業界組織		
ODOU	協）大阪デザインオフィスユニオン	1975年
※連合組織		
USO-O	大阪デザイン団体連合（12団体）	1981年

◆作家団体か職能団体か

一般的な意味で、団体組織を通じた言動は、日常的な経済行為とは異質な公共性を持つ。したがってその対象が同業社会であれ一般社会であれ、デザイナーの社会的意識のありようを忠実に反映するのだが、デザイン分野

それぞれの成立過程による影響は、時代背景や社会環境の変化に対する各団体の反応に微妙な差異を生む。それは、この当時の分野間に潜在した量質両面の格差と共に、当面する利害もまた同質ではあり得なかったからである。しかし、本来は団体組織によって確保されるべき職能上の共通利益が、多分に抽象的・精神的な範囲と限られた分野の領域を出なかったのは、デザイナー団体の成立が未成熟な分野に依存したためだけではなく、その背景にふたつの理由が考えられよう。

たびたび述べてきたように、工業生産の高度化による経済成長を目指す国策に従って、50年代の初めから通産省の手によっていち早く進められたデザイン奨励指導政策はあくまでも経済振興を、具体的には輸出促進を目的とする生産業活性化の一手段であり、デザイナーを対象としたものではない。これがそのひとつであった。したがって行政上、規制もなければ優遇もないという職能上の利権や身分の保証などとは一切無縁の、きわめて特殊なデザイン業界が現出したのである。しかし、不当とも思えるこうした措置に無関心であり続けたデザイナー側の姿勢がその一方にあった。このことが、ひとつめとは背中合わせの第2の理由となる。

ごく大まかな見方だが、1960年前後のデザイナー、もしくはデザイン業は、経済との関係において、その営みとは必ずしも同調しない多分に個人的な造形活動としての認識が主流であった。言い換えれば、職能的、業界的保証よりも、それをはるかに上回る作家的な、もしくは文化人的な評価への期待であった。

この傾向は、当時、質量共に圧倒的なシェアを占めていたグラフィックデザインの分野が、デザイナー社会を少なくともその体質をリードしていたこととも無関係ではない。彼等の関心が、今もしばしばそうであるように造形表現の感覚的な側面に集中していたからである。

しかし、この分野に限らず、デザイナーの造形性に対するストイックな追求もしくは欲求は、世代を超えて共通する基本的な体質と言えようし、それと共に、デザイナーに対する評価が、デザイン界の内外を問わずもっぱら造形的成果への関心であったことも事実だから、いわば需要者側と供給者側との間に、ほぼ同質の認識と価値

観に基づいた関係が成立していたのである。

しかし、この認識は、同時に経済性を優先する業界意識の否定につながる姿勢であり、例えば行政施策の対象として、少なくともその目安となる業界組織はもとより経済基盤を異にする企業内デザイナーと自営デザイナー

(これがデザイン業である)との差別化の意識すら持とうとはしなかった当時のデザイナー社会では、むしろ常識であった。この間、デザイナー団体と業界組織との意識上の混同も含めて、当時のいわば成長途上のデザイナーにとっては、個人的な造形成果を抛りどころとする素朴なデザイン思想に基づいた分野を共にする精神の一体感が、職能的利害に優先する共通利益に思えたとしても決して不可解ではない。ただ、このことがデザイナー社会もしくはデザイン業界の社会的成熟を遅らせた要因のひとつであったと言え、確かにそうかもしれない。

2) DAS の誕生

◆毎日新聞社の文化事業として

デザインの各分野を基盤とするデザイナー団体の成立とその背景を概観したが、DASの誕生は、50年代のデザイナー社会には類を見ないきわめて特異なケースであった。1956年の秋である。

周知のように、この組織の母体は、デザインの社会性文化性にいち早く着目した毎日新聞社のいわば文化事業としての試みであった。この構想はしかし、この当時のデザインブームに便乗した安易な着想ではない。

毎日新聞社とデザインとのかかわりには、戦前に遡る長い歴史があった。1931年に始まる「商業美術振興運動(印刷広告図案・衣裳図案の募集と展覧会・講演会の開催、主催：大阪毎日新聞・東京日日新聞)」は、図案家と呼ばれた当時のデザイナーたちにとって、大きなそして実質的な登龍門であった。戦前のデザインに対する社会的ないし職能的位置づけを顧みるならば、この“商業美術振興は”現在の一分野を意味するものではなく、その枠組みを超えたわが国におけるデザイン振興奨励事業の草分けと言ってもよい画期的なプロモーションであった。

こうした伝統に培われた毎日新聞社のデザインに対す

る基本姿勢と、それを母体とする前提が、当然のこととは言え、多くのデザイナー団体とはすべての面に異質なこの組織の性格を決定的に左右する。前項に述べた当時のデザイン界をふり返るまでもなく、建築を中心にデザインのほぼ全分野を包含した少数エリートの選抜が異例ならば、DASの由来であるD(Designer)A(Authority)S(Sponcer)三者同列の構成もそうなのだが、少なくとも、当時のデザイナーの発想にはあり得なかったこの編成が、DAS自体の活動にだけではなくデザイナー社会の全般にわたって、恐らく構成員の自覚を上回る大きな影響を及ぼしている。それは単に異例というよりも、デザイン分野を通じた総合的な組織が、その後各地に設立されるように、デザイン団体のあり方にひとつの方向を示した意味で、わが国のデザイン史上特筆に値する存在であったと言ってもよい。

◆D+A+S

したがって、この組織の誕生は大阪のみならず、わが国デザイン界の関心を集める大きな話題となっている。

前章に記した通り、この当時の専門領域を超えるデザイナーの組織的な合流は、各分野毎に拠点を築いたデザイナー社会の成長過程にあって、それぞれの個性を強力に主張するデザイナーたちには到底望み難い行動であり新聞社という彼等とは一歩離れた立場と、客観的なデザイン認識を持った組織母体があってはじめて実現可能な構想であった。

設立趣意に掲げられたこの組織の目標は、これまでそれぞれの領域に分立したデザイナーたちに組織的な交流の舞台を与えると共に、産業界や文化的諸分野との有機的な連携によって、今後予測されるデザイン機能の総合化への道を拓く試みであり、そしてその成果がデザイン自体の向上のみならず、産業界や文化の興隆に貢献する期待をこめている。したがって当面する組織活動の指針はデザイナー個々の質的向上の段階ではなく、むしろそれを基点とした次のステップであり、その意味で産業界の一員としての位置とその自覚を、初めて明確に主張したデザイン団体と言えよう。

異色の組織編成は、言うまでもなくこの理念の表現で

あり、前述したように〈D〉を中核とする〈A〉〈S〉同列の構成は、その大きな特色であった。

〈D〉よりもさらに個人的な器量が作用する〈A〉の機能には、組織運営上さして明確な役割を与えられているわけではないが、毎日新聞社をはじめ各方面のタレントの参加を想定したこの部門は、デザインの文化的側面に対する新たな刺激を期待している。

この組織における〈S〉の存在をあえて特色と言えるのは、この部門がデザイン団体には通例の財政的側面に対するサポートだけではなく、産業人のデザイン団体への直接参加の道と、同時に人材活用の機会を拡大する窓口となる機能を備えているからである。

当時のデザイナーにとって衝撃的とも思えた組織構成の仕組みはこうだが、実際に話題を呼んだのは、当然のこととは言え、デザイン各分野を代表するエリートデザイナーを選抜した〈D〉の編成であった。

◆エリートデザイナーの舞台として

とりわけ初代理事長に大阪を代表する建築家村野藤吾を迎えたように、建築を核とする編成は、戦前からわが国の主流でもあったバウハウスのデザイン思想に忠実ないかにも新聞社らしい発想と言えようが、結果的にこのことは、その意図を上回る大きな意義と好ましい影響を残している。デザイン団体活動における建築家とデザイナーとのパラレルな共存である。

特定事業に対する個人的交流や日常活動における共同作業はさておき、社会的な、という意味で建築とデザインのデリケートな関係は、理論上と職能上とを問わず、時には行政上の問題を含めて、必ずしも健全な共通認識が定着しているわけではない。DASの編成は1960年のWoDeCo（世界デザイン会議＝実行委員長・坂倉準三）以後、建築界との公的な又——は組織的な——交流が次第に疎遠となるデザイン界に、数少ない貴重な接点となったのである。

少数エリートの選抜という権威づけは、組織運営上、実よりも花を優先したきらいがないとは言えないのだが少なくとも結成を前に、前例のないこの組織に対して、共通する価値観を持たなかったデザイナーたちには、分

野毎に結集するデザイナー団体の固い絆とは、無論異質だが、それに代るべき最も重要なファクターであった。

結果的には、それに匹敵する、もしくはそれを上回るD会員たちの強力なメリットとなったのである。

発足を記念したDAS総合展をはじめとする初期の諸事業は、まさしく総合的なデザイン啓発活動の嚆矢と言えるものだが、これらの活動に対するD会員たちの情熱的な取組みを見れば、こうした分野を超えた組織的な交流が、既に名を成した彼等にとっても未経験の、いかに新鮮で大きな刺激であったかは想像に難くないのである。

DASの成立は、すなわちDASを舞台とするエリートデザイナーたちの、いわば蜜月時代の幕開けとも言えようか。

1956年9月2日がその日であった。

3) DASの変遷

◆10年周期の起伏

その成立が異例であったばかりではなく、発足以来のDASの推移には、他のデザイナー団体には見ることもないきわめて象徴的なふたつの大きなうねりがある。

話題を集めた創成期のほぼ10年をひとつの頂点とすれば、それに続く低迷の10年余りをはさんで、25周年30周年の盛り上りを見せた80年代に入って、ようやく第2の頂点を迎えるのだが、この起伏は、単に組織活動における勢いの強弱や密度の濃淡ではない。現象的にはDAS自身の構造的な改革を境として対比される前後30年の質的变化と言えようが、そのことよりも、DASの変遷が、大阪を舞台とするデザイナーの歴史そのものとも思えるのは、この間の、経済を中心とする社会環境の著しい変動がデザイナー社会に与えた多くの影響を、最も実証的に投影してきたためであろう。

その意味では、DASの歴史に登場する有力デザイナーの個人的な名声やその業績、あるいは様々な事業の具体的な記録を追うよりも、それらの背景にあったデザイン環境の動きを検証することの方に、より多くの興味が隠されているように思えるのである。

◆話題の10年と低迷の10年

ふり返って、はじめに述べた大きなうねりの節目には DAS が試みたふたつの改革があったと考えている。

サントリー社長（当時）佐治敬三を理事長に迎えて DAS が社団法人として再出発したのは1962年であった。法人化は団体の発展に当然の過程だから、ことさら改革と言えるものではないのだが、産業界の実力者の中から、デザインに対する最も積極的な理解者をリーダーとして獲得した毎日新聞社の大ヒットが、法人化そのものよりも、その後に DAS の色を染め変えるための強力な布石となったのである。法人化をあえて改革のひとつにあげたのはこのことのためである。

多くの例がそうであるように、団体組織には10年を区切りとして、飛躍か停滞かの転機がしばしば訪れる。

DAS の10年目は、まさしくその例証と言えようか。

法人化による体制の強化と、それに続く10周年というモラルの一新にもかかわらず、DAS には早くも最初の危機が兆していたのである。その不運な兆候として、この節目に新たな発展を期待されたエリートデザイナーたちの蜜月時代には、この時既に翳りが訪れている。というより実際には、この輝かしい関係の蘇る日を再び見ることとはなかったと言ってもよい。

佐治敬三理事長の強力なリーダーシップが形に表れはじめる70年代後半まで続いた長い低迷の日々は、皮肉にも記念すべき10周年の前後に端を発していたのである。

この10年余りをうねりの底とすれば、その間を支えたのは、10周年記念事業のひとつが形を変えて実を結んだ毎日・DAS 学生デザイン賞（1968年創設）だが、毎日新聞社の後盾があってはじめて成立するこの事業を除けば、他に DAS の特色を生かしたさしたる活動はない。

例えば78年まで、会報の発行さえ中断した事実がこの間の停滞を証明している。わずかに、蜜月時代の名残りを止める親睦交流活動が、学生デザイン賞に集約されたかに見えた DAS の火を構成員の間に灯し続けていたのである。

たとえデザイナー自らの理念と行動によって築いたものではなかったにせよ、発足と共にデザイン界の脚光を浴びたこの組織が、わずかの間にその輝きを失った理由

を糺す意味で、直接的なふたつの現象とその背景としてのデザイン環境の動きをふり返ってみたい。

◆1960年代のアゲンストの風

異色の存在には強力な個性が共存するものだが、しかしその分、風当りも強い。60年代に入って、DAS の内と外に、そしてその背景にあったいくつかの現象は、DAS にとっては不運なアゲンストの風向きであった。

そのひとつが、デザイン界を含めた大阪の産業界に快い新風を送り込んだ ODC（大阪デザインハウス・1971年より財団法人大阪デザインセンター）の創立である。

時は恰も所得倍増計画を旗印とする池田内閣の高度経済成長政策がスタートした1960年、大阪の産・官共同出資のもとに、全国に先駆けて実現したこの振興機関の発足は、大阪の産業界とりわけ中小企業の活性化に有効な産業デザインへの関心と期待の大きさを物語っている。

もとより、DAS と ODC それぞれの根本的に異質な機能は、あらためて言うまでもないのだが、公共的なデザイン活動における明確なワークシェアリングの認識が未だ定着していたわけではなく、少なくとも地域社会を単位とする総合的なデザイン啓発活動は、ODC の始動と共にその主舞台を移すことになる。

例えば、ODC における振興事業の柱となった優秀デザイン商品選定審査委員会の編成は、DAS の中枢とほぼ重複した主要メンバーの顔ぶれを見るまでもなく、すでに倦怠の兆していたエリートデザイナー蜜月時代の、所を変えた再現と言えなくはない。しかし彼等の、DAS における活動体験によって触発された専門領域を超える総括的なデザイン認識は、苗木も同然の ODC に対して十分な栄養を与えたはずである。これも DAS の功績のひとつと言えればその通りだが、ODC の充実と共に、DAS は主役の座を、その意識もないままに明け渡したのである。

このことは、それぞれの背景とする行政と新聞社との明白だが微妙な相違とばかりには思えないのだが、結果的にはそうであった。

◆少数精鋭主義の限界

ODC の発足を、外の要因とすれば、DAS の内に起った

現象を一口で言えば少数精鋭主義の挫折であろう。選ばれたエリートデザイナーたちの、作家としての自負が優先する体質は、組織運営上の裁量とはたしかに異質な効用だから、運営に対する無関心や、組織母体への過度の依存を責めるわけにはいかないのだが、そのことよりも明らかな現象は、事業推進に当って、彼等が組織上の手兵を持たなかったことに誘発された一種の組織的動脈硬化である。それは毎日新聞社に託された事務局の努力とはかかわりなく、あるいは予期された事態とも言えなくはないのだが、既に創設時の刺激と興奮の過ぎ去ったエリートデザイナーにとって、活動自体が次第に過重な負担となったことは事実であろう。

60年代に入って活動の中心が部門別（分野別）に移行しつつあった傾向が、そのことを物語っている。それは少数エリートによる活動推進体制の限界を示すと同時にDASの誇る総合力の空しい浪費であった。

しかし、こうした停滞は、この10年間に急速な発展を遂げたデザイン環境の著しい変化と、その対応に遅れをとったDASが自ら招いた苦境ではなかったか。

◆1960年代のデザイナー社会

60年代を通じた高度経済成長を背景とするデザイン需要の増大と多様化に伴って、デザインはその質的向上への期待と共に、ひとまず底辺の拡大と均質化の時代を迎える。急成長を経過した社会全般の安定志向とも同調する傾向だが、同時にそれは、分野を問わぬデザイナー人口の膨張とデザイナー自身の均質化でもあった。

質的な追求よりも量的な安定に依存する「数は力なり」が正当化される基本的な条件と言ってもよい。

このことに含まれるもうひとつの重要な意味は、戦後のデザイナー社会の特長でもあった作家的スターシステムの終焉であろう。それは例えば、有名デザイナーのカリスマ的な造形価値よりも、デザイン機能の総合化への期待が優先する産業界における需要の質的变化と、そのことによって多くのデザイナーが手にした個々の繁栄を前提とする象徴的な傾向であり、それはやがて到来するデザイン大衆化時代への予感であった。

個々の繁栄とは、必ずしも経済的安定のみを意味する

ものではない。多様化するデザイン需要への適確な対応を迫られた専門領域における技術や認識の向上が、従来見られた分野間の格差の解消や、均等な社会的評価を導く。少なくともこのことが、デザイン機能の総合化には最低限必要な条件だったからである。

こうした専門的な研究・啓発に作用する分野別組織のきわめて有効な機能は先にも述べたが、各団体の成長と共に、デザイナーが団体活動に依存する生産的な側面に対する期待を、それぞれの組織によって満たされるとすれば、その前提にある仲間意識の強力な連帯が、相乗的に発揮する効果は言うまでもない。

60年代における個々の繁栄の蓄積を基盤として、分野別デザイナー団体が成長の保証とそれぞれの位置を確実に築いたのが70年代であった。

皮肉にもデザインの総合化を旗印としたDASが、新たな脚光を浴びることなく、逆に凋落の道を辿ることになったのは、したがって目標の誤認ではなく明らかに体制上の誤算であった。総合化とは、ある意味で言えば、個の存在ないし主張の最大公約数を求める作業でもあるのだから、原則的には無名性を前提として成立する。デザインの成立も本来そうなのだが、そうとすれば個人的な評価に拠り所を求めた少数エリート体制とは、多分に矛盾する側面を秘めていたことも事実であろう。

◆デザイナーの社会的姿勢（JAACとJIDA）

DASの推移から少し離れて、多少前後するが、この時期デザイン界に起ったふたつの象徴的な出来事——1970年のJAACの解散と1973年、JIDAが手がけた世界インダストリアルデザイン会議（ICSID世界大会）——にふれておきたい。

このふたつの間には、そしてこれらとDASの間にも直接の脈絡はない。しかし、DASと分野別デザイナー団体との比較も論外を含めて、デザイナーの社会的な姿勢を問う意味でグラフィックとIDというデザインの2大分野を代表したJAACとJIDAの動きは、きわめて興味深い対比であった。例えばこの両者の性格の相違は、年に一度の展覧会によって個人的な造形成果を競う作家集団を自認したJAACのいわば画壇的編成と、社団法人化

を前提に、合理性を重視する活動態勢を整えた JIDA の組織づくりという、同じデザイナーの集合とは思えない構造的な差異にも表れている。

前章で述べたように、60年代まで一步先んじた JAAC を中心とするグラフィックデザイン分野の優勢は、デザイナー個々の資質による分野間の格差というよりも、当時の産業界におけるデザイン需要の量的偏差に基づく現象と言うべきであろう。しかし、工業生産の高度化に伴う企業活動の変化に戦略的な対応を見せた彼等の日常的デザイン活動とは多分に異質な、あえて言えば矛盾をさへはらんだ JAAC の造形運動には、グラフィックアート対コミュニケーションデザインという本質的だが、ある意味では初歩的な対立を内包していたのだが、そのことへの認識が見事に欠落していたのである。

このことが結果的に JAAC の感覚的な権威主義を、彼等にその意識はなかったにせよ、デザイン界の内外に印象づけていたことは事実であった。

50年代 60年代を通じて全盛をきわめた JAAC に突如として訪れた 1970 年の破局が、発展的解消ではなく、この当時の社会現象であった学生運動の延長とも言える新世代の反乱による崩壊であったことは周知であろうが、この事実は、グラフィックデザインが、デザインでありつづけるかぎり、ついて回る誤解に満ちた不透明な構造の恐らく最初の破綻であった。

一方、分野の確立という意味ではわずかに後発と思える ID 分野の、団体で言えば JIDA の活動が、次第に大きな比重を占めるようになったのは 60 年代の半ば頃からであろうか。

経済がデザインの方向を支配するとすれば、とりわけ ID 分野は決定的にそうなのだが、60 年代のやみくもな量産体制からの構造的変革をもたらす情報化への兆しと共に、産業界におけるデザイン認識の向上が、最も顕著にそして最も効果的に作用したのもこの分野であった。

経済環境への反応に敏感な ID デザイナーたちの自覚は、当然の結果として、ID 分野の質的充実と底辺の拡大を促進する。

そのひとつの区切りが、1973 年の世界インダストリアルデザイン会議であった。JIDA が 1957 年に加盟した

ICSID (当時日本では他に (財) 日本産業デザイン振興会が加盟) の総会を兼ねた行事だが、1960 年の WoDeCo

から 12 年、国際的なデザイン交流において、日本が世界のリーダーシップを手にする最初の足がかりとなったのが、この会議の成功であった。(因みに WoDeCo の開催当時、JIDA は協力態勢の未整備を理由に組織としての参加を見合わせている)

この会議のテーマ「人と心と物の世界」は、情報化への理論的な前触れからほぼ 10 年 (例えば梅棹忠夫の情報産業論は 1962~3 年である) 社会現象に先行した情報化を敷衍するキーワードとして、モノからココロへの認識が、やがて一般社会に定着するのである。

この成功とほぼ時を同じくして、一方に解散を余儀なくされた JAAC のこの落差は、デザインの社会的側面に対する団体としてのスタンスの差以外に理由はない。

圧倒的な影響力を持った JAAC の消滅という大きな転機を境に、この分野は一時求心力を失ったかに見えたのだが、それを修復したのは 1978 年の JAAC の復活と言えなくもない JAGDA の発足よりも、むしろその間に着実な実績を重ねた JPDA, SDA 等、さらに細分化された団体活動の成果であった。かつては JAAC との比較において、明らかにマイナーな印象を免れなかったこれらの組織の成長と充実のプロセスは、先に述べた通り JAAC とは既に異なる道を歩んでいたのである。

◆DAS50 年代体制の挫折

70 年代に入ったデザイン環境のこのような変化を見るまでもなく、スターシステムの名残りとも思える DAS の 50 年代体制の挫折は、むしろ必然的な現象ではなかったか。情報化への流れと共に、かつて DAS の誇った分野間交流はもはや日常であり、既に形ばかりとなった少数エリートの権威も、台頭する若い世代には、さほどの関心の対象ではなく、分野毎の強力な結束を上回るかに見えた貴重な財産は、その価値を失ったばかりか、世代間の断絶という負債すら背負うことになったのである。

これに対して構成員が、とりわけ D 会員が何らかの反応を起した事実はない。当時のデザイン界の活況を見れ

ば、彼等がデザイン環境の動きに無関心だったはずはないのだが、ただその流れに DAS を乗せることには徹底して無関心であった。

しかし、こうした状況にもかかわらず、既に評価の安定した学生デザイン賞を表看板とするこの組織には、一方に構成員が僅かながら確実に増え続ける一見不可解な現象を伴って、その根強い生命力が一部にあった DAS 無用論を封じる根拠となっていたのである。もとよりこの生命力とは、組織運営に対するデザイナーたちの意欲や努力をさほど必要としないこの組織の、新聞社を母体に持つ特殊性に由来する以外の何物でもないのだが、しかし、このことによって無為に失ったかに思えたこの 10 年余りが維持されたばかりではなく、結果的には、過ぎ去った栄光の残照を払拭する DAS 再生への貴重なエネルギーともなった。皮肉な意味ではなく、ほとんど白紙に還元された状態が、次の段階にゼロからの再出発を容易にしたのである。

◆1970 年代のデザイン環境

工業社会から情報化社会への推移には、工業先進国に等しく見られる社会環境の構造的変化を伴う。わが国で言えば 1970 年前後を起点とする経済・社会を通じた情報化への波動は、70 年代半ばには、もはや一時の流行現象ではなく、その作用がすでに人々の営みの中に定着している。モノからココロへの合言葉に象徴される感性重視への価値観の移行が、デザインに対する一般的な認識に新たな期待を加えるのである。

少し遡って、デザイン活動におけるハード面（技術力・造形力）に加えてソフト面（企画力・創造性）への要求が、次第に大きな比重を占めるに至った背景には、工業生産の高度化に伴う市場性追求への戦略的変化があった。これを工業社会の爛熟を示す指標とすれば、情報化社会におけるモノの生産から情報価値の創造への、経済体質の変革によって、さらに輻輳するデザイン需要の多様性は、もはや手法の修整に止まるものではなく、デザインに対する既成概念に基づいた専門領域や、時には能力を超える期待を含んでいる。

それは構造的改革を余儀なくされた経済環境と同質の

選択をデザイナー自身に迫るものであった。このことは個々の日常的デザイン活動において直ちに要求される決断ではないにせよ、あるいはそれだからこそ、その反応が個々に先行して団体組織の活動姿勢に表れるのかもしれない。

毎日新聞社の DAS に対する再評価と、デザイナーの社会的意識の自覚を促す DAS 再生への兆しを、それと即断するのではないが、少なくとも情報化への波紋が、その他動的誘因のひとつであったことは確かである。

◆少数エリート集団から「数は力なり」へ

DAS にとっては革命的な少数精鋭主義からの脱皮と若返りを目指した再活性化への動きは「数は力なり」を提唱した佐治敬三理事長自らが、初めて見せた積極的なリーダーシップの表れであった。

これが DAS 第 2 の改革となるのだが、1978 年、サントリー前デザイン室長（故）斉藤重孝の専務理事起用がその契機となった。急速な情報化に対応するサントリーの生活文化産業アピールと並行した象徴的な人事と言えようが、それは同時に、毎日色にサントリー色を加えた強力なツートンカラー体制への移行であった。

この変革に当って DAS は、最初で唯一の、少さくはあったが混乱を経験する。それは改革への明確な理念の共有よりも、佐治理事長から託された多数化への結果を急いだやみくもな会員増強が、ごく一部とは言え旧来の構成員との間に生じた無用の軋轢であった。

わずかな、しかも一時の摩擦をあえて指摘する意味は根本的な再構築への試みにもかかわらず露呈した旧態依然の体質が、その原因だったからである。つまりこのことは、事の大小を問わず構成員の意志を反映させる装置もしくはシステムの整備を怠ってきた長年のツケであり必ずしも一運営理事者の独断専行だけがその理由ではない。だからこの小さな波乱を、過度期に見られる一時的な現象として見逃すわけにはいかないのだろうが、それを乗り越えたのはまさしく圧倒的な「数は力なり」の勝利であり、その成果は、やがて迎える 80 年代の第 2 次黄金時代の礎となったのである。

◆第2の頂点を迎えた1980年代のDAS

25周年を迎えた1981年には構成員300の目標を達成し、デザイン界の話題となった30周年の華麗な記事事業の展開へと続くのだが、それはかつてのエリートによる光芒ではなく、創立以来目指したD+A+Sによる総合力の発露であった。

これはもはや歴史ではなく、記憶に新しい現実であるが、あらためてDASの起伏10年周期をふり返るならば、次の節目はすでに目前に迫っている。

分野別組織や業界組織に勝る特性を今後期待する根拠を、言い換えればDASのアイデンティティを何に求めるのかは、その要望の有無にかかわらず、DAS自身が遠からず直面する課題となるはずである。

もとよりそれは全構成員の意志に委ねられているのだが、このテーマには、団体活動を通じた社会的、公共的側面に対する新たな問いかけと共に、デザイナー社会の成熟を目指す諸々の期待がこめられているのである。

4) DASのいま

◆デザイナーの社会的姿勢を問う

90年代に入って、日常的なデザイン活動に対する高度化への期待は言うまでもないのだが、そのことよりも今デザイナーは、デザインそのものの社会的な意味を問われる新たな段階に当面している。しかし、その範囲が地域社会から国際社会までを含むグローバルな規模に拡大されたとしても、このテーマは今に始まったことではなく近代デザイン成立以来の宿題だったはずである。

従来のデザインがそれを黙殺してきたのではないとすれば、その答えを造形成果を通じた感覚的な、時には独善的な認識にすり替えていただけではなかったか。

例えばここ数年来、デザインを経済への奉仕から文化への貢献にシフトしようとする素朴だが短絡な思想が、その単純さ故に奇妙な説得力を持っている。この考え方は、科学技術と経済の発展が繁栄と共にもたらした多くの矛盾と弊害に対する反省の表れだから、それ自体を否定するつもりはないが、しかし、人々にとって経済と文化は必ずしも対極に位置するものではないし、とりわけ

デザインを接点とすればそうである。

日本の繁栄を、そしてデザイナー自身の繁栄を支えてきた経済効率とは、しばしば対立する望ましい人間環境とのはざまにあって、そのいずれにも有効に作用するデザイン機能をコントロールする器量とは——それをいま問われているのだが——それは専門領域における知識や技術を競う水準ではなく、確かな時代認識と豊かなデザイン思想との、新たなそして高度な組立てに他ならないのである。

デザイナー個々の確立もしくは成熟とは、このことを指している。

◆DASの基本的な姿勢

団体組織の存在が社会環境とデザイン環境との最も重要な接点とすれば、団体それぞれの理念に基づく行動のプログラム——これが組織のビジョンである——は、構成員の意志と意欲の反映だから、このテーマに対するデザイナーからの解答とも言えようが、この大義名分には不満と不信が多かれ少なかれついて回る。

それは常に正論を要求される組織としての主張(タテマエ)と個の期待(ホンネ)とが必ずしも一致しないためであろう。たとえ構成員個々の利害と意志の尊重を前提とするにせよ、組織とは単なる個の集合ではないからである。

このデリケートなアローワンスの基準は、その組織の目的と性格が決定するのだが、その意味では、例えば目的を特定する業界組織を一方の極とすれば、DASはそれに相対する位置にあると考えてもよい。そしてそれだからこそ、DASに許容されている多様な価値観の混在は、80年代以降のデザインに対する概念の殆ど無秩序に近い多極化の中で、個々の繁栄に安住するデザイナー社会の縮図とも思えるのだが、創立以来、さほどの対立も混乱もなく、それらを平然と受けとめる懐の深さがDASの特色であった。

異例の成立と、その成長過程に培われたこの特色とは創設以来定着した組織母体への徹底した依存体質の裏返しとして、構成員たちの多彩な主張や行動を、あえてひとつに整合する意識も装置も必要としなかった、特異だ

が貴重な体質と言うべきであろう。

◆あらためて DAS の特色を問う

その顕著な表れのひとつに、DAS を語る人々のしばしば指摘する「サロンの性格」がある。サロンのとは、日常性との意識的な断絶への願望と共に、その効用が好ましい形で日常に反映する期待を含んでいる。デザイナーにとってそれは、憧憬する創造世界のロマンティシズムに通じる精神的聖域のようにも思えるのである。

これを「サロンの性格」の心理的組成とすれば、人事的とも言えるもうひとつの要因がある。

DAS を構成する分野を問わぬ有力デザイナーとは、すなわち各分野における有力デザイナーを意味する。その多くが他団体と重複して所属する D 会員のうち、役員を例にとれば、これまで平均してほぼ 85%以上が他団体との役職兼任者であった。

デザイナー個々に対する分野別組織の意義とその効果については度々述べたが、その反作用として彼等が日常性に直結する現実的な側面を DAS に求めようとは思えないのである。

分野毎の結束や業界組織の連帯に匹敵するメリットとして、あるいはかつてのエリートの権威に替るファクターとして「サロンの性格」が単なる観念から具体的な期待に変容するに十分な条件と言えよう。

しかし、この貴重な性格が、デザイナーに対する職能的な認識の向上と共に、とりわけ他のデザイナー団体との比較において、多分に消極的ないし非生産的な印象を与えてきたことは事実であろう。確かに、組織存立の大義名分としてはいかにも非生産的だし、共通利益もしくは共通認識と言うにはあまりにも抽象的だからである。DAS の存在自体に、あるいは DAS における発言や行動にある種の曖昧さが、又はその懸念がしばしばついて回るのは、このことによる作用に他ならない。

こうした見方に対する異論も誤解も承知の上だが、実際には、DAS 運営の基本姿勢自体が同質の認識に基づいている。この断定は危険だが現実にはそうである。例えば民主社会の原則通り、運営の主権は構成員にあるせよ、本来それに付随する責任の自覚はない。たとえ役員がそ

のために存在するのだとしても、彼等が委託されているのは責任の代行であって、自覚の代行ではない。

この現象は多くの団体に共通する傾向なのだが、しかし、DAS においてはこのことが、構成員のきわめて大胆な活動展開を可能にした理由だとすれば、他団体のそれとは異質な、むしろもうひとつの特色とさえ言えるのではないか。例えば 30 周年記念事業の展開がそうであったように、運営上の諸々の制約から開放された自在な発想と行動によってもたらされる成果である。「サロンの性格」との相乗を前提として有効なこの特色は、ある意味で組織運営と事業推進との関係における理想的な形のひとつと言ってもよい。

他のデザイナー団体には、容易に望み難いこの関係は「サロンの性格」の曖昧さの中に隠された唯一生産的な側の証明とも言えようが、実はそれと意識せず成り立っているのだから、永続的かつ生産的な定着が保証されているわけではない。このことも又、全構成員の選択に委ねられているのである。

◆理想的なデザイナー社会を DAS に期待する

ここまで述べてきたこの組織の体質とその特性に対する評価は、社会環境とデザイン環境との接点に派生する諸々の現象を、デザイナーの社会的、公共的意識との関係において分析する視点に立っている。したがって、本論に対する異見や反論は、むしろ期待するところだが、しかし、なお誤解を恐れずに言うならば、DAS には構成員の数と同じだけのビジョンがあつてよいと考えている。もし、組織としての主体性が問われるならば、それらを包み込む柔軟な——しかし明解な——フレームがあればよい。いまやこの形だけは半ば完成されているかのようにも見えるのだが、個の成熟に比例して限りなく拡大されるこのフレームと、そのアローワンスの妙味が他のデザイナー団体とは本質的に異なる DAS の特性そのものと言えるのではないか。

そしてそれは、すべての「成熟」が導くであろうデザイナー社会の理想的な境地にも思えるのである。

参考文献：デザインの毎日（毎日新聞社 1993 年）

取材協力：社団法人総合デザイナー協会事務局

