

# 21世紀のビジネスシナリオ；upgrade-Ver.2021 における『概念デザイン論』

1995年10月に自著書籍として世の中に公開した「21世紀のビジネスシナリオ」は、既に絶版となって入手するのが難しいのですが、26年前に執筆したこの内容が現在の時代に極めてマッチングしている状況に鑑み、手元の資料をベースに、若干の現在地点での加筆修正を施し、皆様方に今、ご活用頂けるようにしました。

この書籍の本質はTDN（東京デザインネットワーク）生活探求部会でメインテーマとなった『文化技術』という存在論的哲学に対して、それをどのように実際に展開して行けばよいのかという実践哲学の『概念デザイン論』を適用させて論じたものです。

具体的方法論についてはかなりの部分で今風の活用が可能であり、種々のヒントが散りばめられていると自負していますので、是非この機に、いまいちどお読み頂き、ご活用して頂ければ幸甚です。

なお、書籍の手持ち分も若干ありますので、本自体を入手されたい方は是非ご連絡下さい。

概念デザイン研究所 山口泰幸 website <http://www.gainendesign.com/> E-mail [taizan@gainendesign.com](mailto:taizan@gainendesign.com)



- ・はじめに；文化技術論の振り返り
- ・文化技術論と概念デザイン論
- ・995年版21世紀のビジネスシナリオ；表紙と目次等
- ・『概念デザイン論』抜粋部分の原本
- ・まとめ・提言
- ・おもな参考文献



## はじめに

この論説は1994年に日本機械学会誌上で発表した「美とテクノロジー；自動車の概念デザイン」の中でその定義と運用方法とを綿密に提言している『概念デザイン論』を、時代という抗えぬ奔流に鑑み、今まさに皆様方に改めてご開示する必要があると認識し、分かりやすく補足的に解説するものです。日本機械学会誌の原本である「自動車の概念デザイン」については別掲してありますので、そちらをご参照下さい。

ここでは、翌1995年に発表した「21世紀のビジネスシナリオ」でさらに『概念デザイン論』を詳細に述べていますので、『概念デザイン論』を中心に解説して行きます。「21世紀のビジネスシナリオ」（1995年10月出版）のサブタイトルは「『文化技術』という新概念で創る企業・仕事・商品・人」としてありますので、まずは『文化技術』について簡単に整理した上で、『概念デザイン論』の原本を公開するかたちで紹介して行きます。

私の思いとしては、TDN（厳密には生活探求部会のメインテーマ）が当時社会に向けて提唱し始めた、哲学である『文化技術論』を具体的にどのように実践展開させて行くのかという観点で、『概念デザイン論』を適用させながら、このTDN発信の大きなテーマに向き合ったつもりです。

哲学には、大まかに「存在論」、「認識論」、「実践論」がありますが、「21世紀のビジネスシナリオ」における『概念デザイン論』は、まさに哲学の「実践論」であると理解していただけると幸甚です。

それでは、早速補足説明を進めて行きたいと思います。



## 文化技術考

私が「21世紀のビジネスシナリオ」を執筆した1995年当時、インターネットの検索エンジンも貧弱で、google（1996年スタート）などもなく、「文化技術」について古い文献を調査することは極めて困難でした。哲学、デザイン、技術の分野では殆ど関連の書籍は見つからず、TDN生活探求部会が提唱し始めた「文化技術論」が初見であるとの認識を皆が共有していました。当時TDNテクノロジー探究部会座長であった私は、生活分科会からの要請を受け、生活分科会提言をサポートするかたちで、1993年には既に仮説として完成していた「概念デザイン論」を「文化技術論」の実践哲学部分として適用したわけです。「21世紀のビジネスシナリオ」を1995年に執筆した背景には、そうした当時のデザインを取り巻く環境や活動があったこと、TDN発信の「文化技術論」が当時かなり難解で、もう少し分かりやすい解説が欲しいとの社会的要請があったこと、哲学の実践部分を強化する必要があると私自身が感じていたことがあったわけです。

したがって、この当該書籍は約半分を「文化技術論」の解説に充て、残り半分を実践的な方法論である「概念デザイン論」に割り振ってあります。

時代が流れ検索エンジンが強力になってきた2010年以降「文化技術」について調べると、予想外の情報に出会うことになりました。それが真の創始である青山士（あおやまあきら1878生まれ）氏が土木工学会の中で語った「文化技術」なる文言です。青山氏は1936年という戦時体制の日本の土木工学の先駆者として活躍され、当時の軍事工学（Military Engineering）と対極をなす土木工学（Civil Engineering）という構図の中で、後者を明確に「文化技術」として明示し提言されました。青山氏の見解では軍事工学は破壊の技術、文化技術は創造の技術と明確に分け、「文化技術」は市民生活や文化向上のための技術・工学であることを既に昭和初期に提起されたのでした。因みに青山士氏はパナマ運河建設にも尽力された日本の誇れるエンジニアとして著名です。

そういう流れを汲むならば、青山氏が提言した「文化技術」の中にこそその本旨である、市民生活や文化向上の意図が読み取れるわけで、その流れの中で1990年代、その当時の現代風哲学として肉付けしながら拡張解釈した「文化技術論」をTDNが採用したと理解するのが適切なことかと判断しています。

本来であれば当時、青山士氏の「文化技術論」にまで遡り、文言設定の歴史や意義を踏まえながら、それから60年後の新たなTDN「文化技術論」を「概念デザイン論」でサポートできれば盤石であったと惜しまれますが、結果として創始者の「文化技術論」の本流からは逸れていなかったという点で、幸運でもあり、またそれなりの実績も残せたのではないかという感慨を現在もっています。「文化技術」については2000年以降、他にもいくつかの提言が諸氏からなされているようですが、源流はやはり1936年の青山士氏にまで遡るという認識で良いかと思えます。

「概念デザイン論」にはそうした存在論的哲学としての「文化技術」を、具体的にかつ方法論的に実践哲学として語ろうとするところに真の狙いと意義があります。



# 21世紀の ビジネス・シナリオ

Taikoh Yamaguchi

山口泰幸

「文化技術」という新概念で創る企業・仕事・商品・人

new business  
scinario

COLLECTION  
of  
CULTURAL SCIENCES  
文化科学高等研究院

COLLECTION  
of  
CULTURAL SCIENCES

Taikoh  
Yamaguchi

21

世紀の  
ビジネス・シナリオ

山口泰幸

E.H.E.S.C.

TOKYO  
Design  
NETWORK

## Taikoh Yamaguchi new business scinario

時代が変わる。企業が変わる。仕事が変わる。どのように？  
いちはやく変化に対応し21世紀の先端ビジネスをきりひらく  
にはどうすればよいのか？ だれもその答えを見いだせ  
ず、目の前の現実の山積する問題にあえいでいる。これでは  
会社は存続しえない。日産自動車で数々の商品開発・コン  
セプト開発にとりくんできた著者は本書で、東京デザイン  
ネットワーク(キヤノン、ソニー、NEC、日産自動車)  
の活動を通してえた、新しいテクノロジー論「文化技術」を  
駆使して、一気に問題を解決し、ネオパラダイムへのシナ  
リオを描いてみせる。21世紀ビジネスは文化技術で楽勝だ。

文化科学高等研究院 E.H.E.S.C. 定価2,000円(本体1,942円)  
ISBN4-938710-09-9 C2034 P2000E



## プロローグ 最大のテーマは二十一世紀を創造すること

二十一世紀が間近にせまってきた。世紀末ということがいわれて久しいが、身のまわりのあらゆる分野で世紀末的現象が生じており、すでにわたしたちは実感として、世紀の交替期という混沌を十分に味わっている。混乱的な現象群の存在と同時に、新世紀を展望する予測論もまた、悲観論、楽観論ともに多種多様に存在している。たしかに、未来を正しく見据えようとすることは大切だ。しかし、もっと大切なことは、未来をみずからの手で創りあげることではなかろうか。

二十一世紀以降の世界がどうなるかということよりも、二十一世紀以降の世界をどのようにし、そして具体的手順としてどのように創りあげていくのかということ、本書の最大のテーマとして取りあげた。

二十一世紀は過去数百年の、いわゆる近代パラダイムが大きく変転する、文字どおり新しい世紀といわれている。新しい千年紀は、いままでとはまったく様相のことなる時代としてスタートするということだ。世の中のしくみも、価値観総体も、社会を支える基本テクノロジーも、すべてが変容することが考えられるのである。異次元へのワープということばが、もっとも的確にわたしたちの実感を表現しているのではないだろうか。

「近代」は大きく変容し、新しい時代は、将来、新たな命名をされることだろう。しかし、新しい時代は「近代」の全面否定でもない。「近代」が、現在のわたしたちの社会、生活、諸技術、そして科学技術文明を成功裡に築きあげてきていることは、疑いのない事実である。これらを全面否定し、時間を逆行しにすることは不可能だ。「近代」という人類が大きく飛躍した時代をふまえながら、新しい時代を創造していくことが重要なのだ。二十一世紀は、「近代」の全面否定でもなく「近代」の延長でもない、まったくの新しい時代であるとの認識が、まず必要であろう。

こうした状況下で求められることは、新しく体系的な、認識論、戦略論、具現化論が、ワンセットで存在することの重要性である。つまり、新しい哲学的体系にもとづく思考と方策とが必要なのである。包括的で、斬新で、創造的な思考と方策を実現するために、新たに文化技術（Cultural Technology=CT）というテクノロジー論を導入して、具体的に二十一世紀以降の世界を創造していくこと、それが本書の最大のねらいである。



## 「概念デザイン」手法

しくみ変えの二番目は、基本戦略の設定のしかたや仕事のプロセスを大幅に変えることであり、それをひとくくりでいうと、「概念デザイン」手法の確立ということになる。

図43は、文化技術的世界観に根ざした仕事の進め方や、論理だてをおこなう場合の根幹となるソフトウェアのあり方を示している。1章の図7で示した「時代転換のキーワード」をここでもういちど振り返ってみると、オールド・パラダイムの「時代平均値的」特徴は、（資本主義）経済；（資本）を社会生活の大枠組みとし、物質あるいは顕現物に焦点を当てながら、科学技術によってそれを秩序だてて達成していく世の中であるということができる。

これらの特徴は、時代を形成しわたしたちの生活を方向づける、潜在構造あるいはそのまた潜在構造であるが、1章の図9～図11で示したように、企業や仕事や商品の方向性を目に見えぬうちに決定していくものである。たとえば、オールド・パラダイムは大規模・画一構造であり、効率主義であり、単品の個別最適化などが根底として「是」とされる社会である。こうした潜在的な構造は、必然的に人々の思考手順や優先順位づけ、仕事のしかたや部下の教育方法などへ、陰に陽に影響をおよぼすものである。

図41で、すでに切り口としての（インフラ革命）、（プロセス革命）、（評価革命）ということ提言したが、これらは換言すると、変化のためのハードウェア的な視点と、そのダイナミズム的でソフトウェア的な視点と、基準的視点が必要であるということである。

創造型社会においては、しくみ変えのなかで、新しい社内外のインフラを「どのような新しいダイナミズムで」活用するのかということが、非常に重要なポイントになる。（しくみ）というと固定化された物的なものにとらえられがちだが、手順やルート、価値観基盤や優先順位などの不可視なダイナミズムも重要な（しくみ）といえる。

創造型社会における（しくみのダイナミズム）を概括的に整理したのが、図43である。まず、オールド・パラダイムのダイナミズムをみてみよう。ダイナミズムは基本指針設定や企画、計画といった仕事の上流において、その影響力を直接発揮してくる。オールド・パラダイムの仕事の進め方は、構造的には「分業」にほかならない。大規模・画一、効率、均質、管理といった切り口を潜在構造としてもった場合、（人間の機械化（前述））もふくめて（分業）ということが、企業や仕事の大勢としての構造を形成している。そもそも仕事の「上流、下流」（筆者も便宜上、先に使ったが）という認識や「部・課制」、「権限範囲」等のキーワードは、オールド・パラダイムの潜在構造から発しているものである。



次に、視座的にはどうであろうか。これは図7で示した（先鋭化）の裏返しでもあるが、分業化された仕事における個々の物、自分の仕事、自企業などの個別最適化を発現させる原動力たる「排他主義・排他志向」あるいは「対峙的姿勢」である。 $\sum xi$ -MAX（複数の事象のそれぞれの最大値の加算）はかならずしもMAX- $\sum xi$ （複数の事象が加算されたときにとりうる最大値）にはなりえないが、それでも、あくまでも「みずからの守備範囲」の最大化を常態と設定しつづける姿勢が「排他主義・排他志向」である。これは必然的に排出物やその放置を生み出すと同時に、敵対関係や基準外の排除なども生み出すといえる。たとえば現況では、東南アジアで生産される野菜の日本への輸出は、品質チェックによって合格歩留まりがかなり低いといわれているが、これなども視座の点で「排他志向」が強く働いているせいであるといえる。

対象的には、オールド・パラダイムのそれは「顕現物の産出・可視物」と総括できる。いうまでもなく、オールド・パラダイムにおいても「サービス産出」など物質化していないものを対象としていることはあるが、総じていうと、オールド・パラダイムでは結果としてあらわれるモノやコトに主たる関心事があるということである。このオールド・パラダイムの各極を構造軸、視座軸、対象軸上で対極的に転換させたのが図43である。ネオ・パラダイムではそれぞれ順に、モノや考え方を生み出すダイナミズムとして、構造的には「統合一元」、視座的には「包括・融合」、対象的には「潜在構造の創造・不可視物」が重要な切り口となると考えられる。「統合一元」とは、たとえば一人が最初から最後までという視点や、より大局的な視点から全体を統括すること、いままでない範疇や人材を幅ひろくあつかうことである。「包括・融合」とは排他的に廃棄・排除してきたものをもすべてとりあつかい、止揚的にまとめあげていくことである。

「潜在構造の創造・不可視物」とは、ものごとを生み出す前に存在する潜在構造そのものを創造・開拓していくことや、結果としての顕現物に付帯している不可視物に十分な意味を認識していくことである。

ダイナミズムとしてのこれらの新しい視点をさらに具体的にプロセス化するために、1章でも述べたように、「概念デザイン」というアプローチを明確化させるのである。すでに述べたように、「概念デザイン」には重要な三つの進め方の分野がある。すなわち「観相」、「創想」、「具象」である。これらを上述のダイナミズムに適応させると、認識領域としての「観相」が視座軸の「包括・融合」座標に、無から有の創造領域としての「創想」が構造軸の「統合・融合」座標に、実際にモノやコトを生みだしていく領域としての「具象」が対象軸の「潜在構造の創造・不可視物」に対応すると考えてよい。





しくみ変えのダイナミズムとして、具体的な実践展開戦略としての概念デザイン手法の導入や、その活用、また、後述する人材の育成プログラムなどが必要である。

文化技術開発がプロセス革命において具体的にすすめる手順が、概念デザインである。概念デザインとは広義のデザインを意味し、創造行為全般を考える枠組みである。このなかには当然、狭義のデザインもはいる（以下、概念デザインの説明については、日本機械学会誌94年7月号特集の「自動車の概念デザイン」から多くを引用した）。概念デザインの定義は、1章の図38「概念デザインの定義と役割」で示したように、（デザインを取り巻く環境を総合的に認識し、カタチを生み出す潜在橋遣およびカタチの創造を通じて、思想の発信、技術の牽引を戦略的かつ実践的に展開すること）である。そして、概念デザインを実行する人を概念デザイナーと呼ぶ。文化技術者は概念デザイナーでもなければならない。

商品という創造物のこれからの進化を考えると、現状でわたしたちがかかえている問題は大きい。市場の不透明感、技術の行き詰まり感、デザイン行為の閉塞感等である。とくに創造性を発揮すべき分野においては、情報システムの整備やコンピュータ等による表現ツールの飛躍的進歩により、創造の領域が崩壊しつつある。そして、創造行為の主体が徐々に市場サイドに流出している。逆に、既存の専門家集団においては、旧守的で技法のみに固執した狭義の創造行為が温存されている。こうした状況を打破し、文化技術開発を円滑にすすめるためにも、概念デザインという思考の枠組みを考えてみたい。

概念デザインや概念デザイナーという門戸は、かぎられた特定の人たちだけに開かれているわけではない。みずからの手で何かを生みだしたいと、創造行為に情熱を捧げることのできる人すべてに開かれているのだ。情報リテラシーが圧倒的に上がり、しかも表現ツールが格段に進歩してきている現在、さらに将来はもっと、創造行為の源泉は創造意思そのものなのである。年齢差、男女差、経験差、物理的技法差等を超克して、創造行為は創造意思と創造への情熱をもつ者へと帰着する。今後、概念デザイナーの輩出のためには、現況のデザイン教育を包含したうえで、さらに広範な分野、たとえば、プロデューサー教育やジェネラルアーキテクト教育やその他の超領域的コーディネーション教育などを、総合的に教育できるシステムやプログラム、さらには制度が必要となるであろう。



概念デザインが主目的としている、カタチの創造のカタチとは、前述のように顕現するモノやコトの総称である。文化技術開発の実践行為の主流となる概念デザインでは、具体的にカタチを生み出すことが重要なことなのだ。深い眠りにについている高尚な理論といったものは、概念デザインでは対象としていない。カタチを生み出す潜在構造およびカタチとして何かをこの世に生みだしていくことが、もっとも大切なことであるとしている。カタチにするということは、全的な総合化を最終段階でかならずしなければならないということである。それは、多律背反する複数の事象をすべて引き受けて、昇華させる行為なのだ。そこにこそ創造行為の本質がある。文化技術の本質もまさにそこにある。調整をしながらまとめあげていくこと、その実践性が文化技術開発では何よりも大切なことである。カタチの創造を支えるのは、審美追究、機能高揚、価値増殖の三つである。

審美追究とは、文字どおり美しいもの、感動をよびおこすものあくなき追究である。追い求めるだけではなく、美や感動にたいする研究も必要だ。創造型社会で生みだされるモノはすべてが美しいモノでありたい。少なくとも美を追究した痕跡があってほしいのだ。芸術作品であれ、工芸品であれ、工業製品であれ、この世に創造されるモノには美の追究という基礎があるべきだ。ルドルフ・シュタイナーによれば「美（芸術）とは真理あるいは神の表徴」である。二十一世紀にはあらゆる創造物は、あるがままの真理の表現であるべきだからである。

機能高揚とは、必要な機能はその最大限の能力が発揮できるようにカタチがリードすべきことと、カタチによって新たに機能が発見されることである。カタチは新しい使われ方や次なる機能の発掘につねに貢献すべきなのだ。価値増殖とは、カタチとしてこの世に顕現したものが時間とともに文化資本を強化していくことである。カタチは物理的には風化する。また、当初の必要機能にたいしては変化してくる。しかし、文化資本的には価値増殖が可能なのである。ありていにいえば、時間とともに愛され高価になれるモノ、そういうカタチが創造されることが重要なのだ。

概念デザインでは、カタチの創造を通して、思想が発信されることが求められる。カタチそのもの、概念デザインのプロセス、概念デザイナーの姿勢を通じて、思想が発信されていることが重要である。

思想の発信の柱は、時代認識、優先順位、時代変革の三つである。

時代認識とは、概念デザイナーがどのような時代認識でそのカタチをあたえたのかを明確にすることである。カタチという顕現物のなかや、それを語ることばのなかに、時代の方向性を示す必要がある。優先順位とは、大切なものの順位を明言することによって、とりあげるべき課題と廃棄すべきものを明確化することだ。そのことによって創造者の意思を表明しなければならない。時代変革とは、つねに時代を変革していくという姿勢を表現することである。概念デザイナーは時代の保守者ではなく、つねに時代の変革者なのだ。次の時代創造のために、カタチを顕現させるのである。



技術の牽引は比較的創造行為では重要であるにもかかわらず、明確に意識されにくい点がある。概念デザインでは、とくに結果としての技術牽引を重視し、概念デザイナーには技術牽引の責任を課している。前述のように、個的夢想は現状での技術開拓可能性の領域までもカバーしてくると考えられるので、コンセプトとしての文化領有域は、いくつかの未開拓あるいは未開発技術分野をふくむことになる。逆に、そうした分野を適切にふくむような文化領有域設定のほうが望ましい。概念デザインではコンセプトを実現するためと同時に、将来、他の分野へ展開できるような技術の牽引をすることが必要なのだ。

技術の牽引には次の三つの柱がある。技術発掘と、技術促進と、技術洗練である。

技術洗練は低いハードルである。これは、すでに開発されている技術の再構築やリファインのことである。なかなかよいものだが、大きい、ぶかっこう、ねだんが高い、作動が複雑であるなどといった内容を洗練していくことだ。技術促進はやや高めのハードルで、お蔵入りとなってしまうもの、いま一步要求性能が出せなかったもの、ねだんが非常に高いものといった、照準は定まってはいるものの、さらに研究開発を必要としている技術を促進させることである。技術発掘は高いハードルである。最終イメージのみがみえてはいるものの、基礎研究段階から着実に研究開発を要するものである。

概念デザインの使命である技術牽引は、これらの低いハードル、やや高めのハードル、高いハードルの三つのハードルを、バランスよくすすめることが重要である。

概念デザインを的確にすすめるためには、図49で示したようなアプローチが必要である。1章の図2「概念把握の基本三輪」で示したように、概念デザインにおいても三つの体系が重要である。すなわち、認識体系、思考体系、具現化体系である。概念デザインでは、それぞれに特有の名称をつけ、「観相」領域、「創想」領域、「具象」領域と大きくくりで区分している。これらの領域は、概念デザインをおこなううえでの手順の順位でもある。また、各領域は図49ではそれぞれ独立分離しているが、実際の概念デザイン行為においては各領域は重なりあう部分がある。

観相とは、実相の観照を意味し、「すべてのものの、ありのままの真実の姿」を「主観を交えずありのままに客観的にながめ、認識すること」である。（言うは易く行うは難し）で、実際に世の中や物事を認識するときには主観や思いこみははいる、狭隘な見方しかできないのが一般であろう。概念デザインではこれを戒める意味もふくめて、観相を実行することにより、もっとも大切な的確な認識をまずもつことを第一としているのである。とくに文化領有域開発などの空間をあつかったり、CTフォーメーション上で偏向することなく文化技術開発をすすめるためには、多元的な情報を観相できる実力が必須なのである。



観相の実際の柱は、予測情報ネットワーク、独創的予測、検証活動である。観相は一朝一夕にできるものではない。概念デザイン行為のなかでも多くの時間を、観相に費やすべきである。そのためには日ごろからオープンウエツプを活用した、直接人脈による生情報の予測情報ネットワークを整備しておくことが大切である。独創的予測は、概念デザイナー独自の切り口や思考方法をみいだしておくことである。たとえば、数学的方法ではなく自然観察法であるとか、哲学的な思考方法など、その人の生活実感と体験にもとづく切り口を準備しておくことだ。検証活動は、実際に現物、現地を見聞しておくことと、自分の予測の振り返りを長期にわたって客観的におこなっておくことである。とくに概念デザインの観相では、実際に見聞きし、歩きまわっていることが重要なのだ。その意味では、テーマ設定には関係なく、遊行していることがものをいう。

創想とは、無から有を創造することである。（想い）を創造することなのだ。概念を生み出すこと、あるいはコンセプトを研究することであり、ソフトの産出という観点では、創想は概念デザインの肝となっている。創想の柱は、着眼法、仮説構造化法、発想法の三つである。着眼法のポイントは既出の客観化の客観化であり、構造化しているおおもとの構造をみいだしていくことにある。仮説構造化法のポイントは、概念を新しい構造的なイメージで語りつくすことにある。発想法のポイントは、仮説構造をいかに的確なことばで語るかにある。これらに共通して大切なことは、直観の分析や研究などをふくめて、「全」を認識することについての探究を深めることにある。

具象とは、表象の具現化である。つまり、創想領域で創出された心的イメージを、この世の中に具体的なカタチあるものとして顕現させることである。概念デザインにおいて概念デザイナーが実際に苦勞するところは、具象領域かもしれない。それは概念デザインの実践や文化技術開発においては、その本来の目的であるコンセプト開発や文化領有域開発と同時に、あるいはそれ以前に、（地ならし）が必要となることが多いからである。これは、慣性が大きく地味なものを、コツコツと整備することなのだ。

具象領域の柱は、インフラ・システム開発、表現法、デザイン・技術翻訳の三つである。

インフラ・システム開発とは、CTフォーメーションにおける機能配分や構成要素の組み合わせ、また狭い範囲では、社内の活用可能設備や流通機構の再構成、さらには新しい手順や基準の整備などである。

表現法とは、いわゆる狭義の意味のデザインワークやその向上のための基礎研究、プレゼンテーション技術、とくにコンピュータを駆使した表現ツール開拓などである。

デザイン・技術翻訳とは、コンセプトや文化領有域というソフトを具体的に事物として顕現させるための、物理展開のことである。この翻訳は、無限の世界ともいえる表象を、限定世界ともいえるこの世に存在せしめる、いわば美技であり、プロデューサーとしての概念デザイナーのセンスと実力が、全面的に表出するところでもある。



以上のような観相、創想、具象の三領域において、それぞれ三つずつの柱によって、概念デザインは実際にすすめられるのである。概念デザインの実際の手順の概念図を図50に示した。これは、CTフォーメーションでの概念デザイン手順である。概念デザインのアプローチの九つの柱が、CTフォーメーションの流れの全体について関与しているのが理解できるだろう。

CTフォーメーション上での最上流は、すでに述べたように、個的夢想の確定である。個的夢想は、CTNを軸として知的個人や自律協働体から情報発信される。それをCTNがテーマとして確定していくことになる。次に、オープンウェブ上でCTフォーメーションがなされる。CTフォーメーションの形成時には、そのテーマの文化技術開発にかかわるインフラシステムが構築されると同時に、CTフォーメーション運用ルールやスケジュールがシステム構築の一環として確定される。その後、テーマとして確定された個的夢想は、さらなるニーズ掘り下げと、テーマに関する周辺動向のチェックと、テーマに関して必要な一次研究とを検証活動としておこなう。

文化領有域の形成のなかでもっとも重要なのは、仮説構造化法によって設定された構造化仮説である。この構造化仮説にたいして、発想法を用いて重要なキーワードを抽出していくのである。構造化仮説と抽出されたキーワードは、家だとえるならば礎石である。この二つにたいして、三つの検証をおこなう。実地検証、先端技術開拓可能性の検討、キーワードの二次研究である。文化技術開発手順の重要な特徴は、このようにCTフォーメーションの主要構成メンバーとしての学問分野へつねに研究委託をおこないながら、抽象概念の論理化を適切にすすめるところにある。

こうした流れをへて、文化技術開発の焦点である文化領有域の確定がなされる。文化領有域の明確化においては、表現法が重要なポイントになるのはいうまでもない。

文化領有域は概念デザイナーによってデザイン・技術翻訳がおこなわれ、はじめて具体的なカタチとして顕現できうる状態になる。文化領有域の翻訳は、空間や単体を合わせて具体的な商品イメージとして、その全望があきらかになる。具体的な商品イメージがなされたあと、それを産出するためのシステムが開発される。

前述のように、このシステムは既存の企業の内部インフラのみで構築されることは少ない。つまり、複数企業やその他の創出機構の新たな組み合わせや、創出のための新たな産出組織形成などによって、オープンウェブのなかにこの産出システムが構築される。産出システムによって試行的に生みだされたモデルの検証をへて、商品展開がなされる。

以上のように、方法論の主軸としての概念デザインをおこないながら、CTフォーメーション上で実際の文化技術開発がなされるのである。概念デザイナーとしては、最上流の個的夢想の情報発信段階からモデル検証まで、三貝してリーダーとして文化技術開発に深く関与していくことになる。



エピローグ ふたたび、最大のテーマは二十一世紀を創造すること

台風一過のあとの光景が好きだという人がいる。台風のあとに訪れる真っ青な空もさることながら、折れた木々やはがれた瓦、ちぎれた電線、散らかり放題になった紙くずなどが気持ちいいというのである。いままで整然としていたものが壊れること自体は、好ましいことではないのは事実であるが、台風で一掃された清浄感や、また新たに作り直すことの楽しさのほうがそれよりも勝るらしい。考えてみれば、私たちはまさに台風のなかにいるのかもしれない。さまざまな事物が壊され消滅していく現実がそこにはある。しかし、同時に台風一過のようなすがすがしさを、心のどこかで期待しているようなところもあるのだ。どう壊れていくのか、どう変容していくのかも定かでない。どうすべきかという明確な指針があるわけでもない。結論をいえば、自分たちで思いのままに創っていくしかないのである。こういう時期こそまさにチャンスなのではないだろうか。幸い、近代においてあらゆるものが便利になった。あらゆるものが準備された。近代が創造的破壊を受けるといっても、身の回りに存在していたものが、戦火で消失するようになってしまわない。ある意味では非常に愉快的世界が現出しつつある。何かをしたいという意思の持ち主には、どのようにしてそれを成就するか道の道が開かれているのだ。

いま必要なのは、創造の意思と意欲である。指針もふくめて創っていってしまえばよいことである。

筆者は二十一世紀の序盤には、いわゆる高齢者の仲間入りをする。個人的にも、高齢化というテーマは切実で大きなものである。人口問題や環境問題もますます大きなものとなるだろう。二十一世紀に生きる人にはいろいろな大きな課題が待ち受けている。それゆえにいまから、わたしたち自身が二十一世紀を創造していくことが大切なのだ。わたしたちが豊かに生きられるように、楽しいことが多いように、人間らしく思索し、人間らしく死ぬためにである。

(知的個人が共創)しながら二十一世紀を創造していくこと、それが最大のテーマである。



図1 環境—思考—テクノロジー—新環境のスパイラル進化

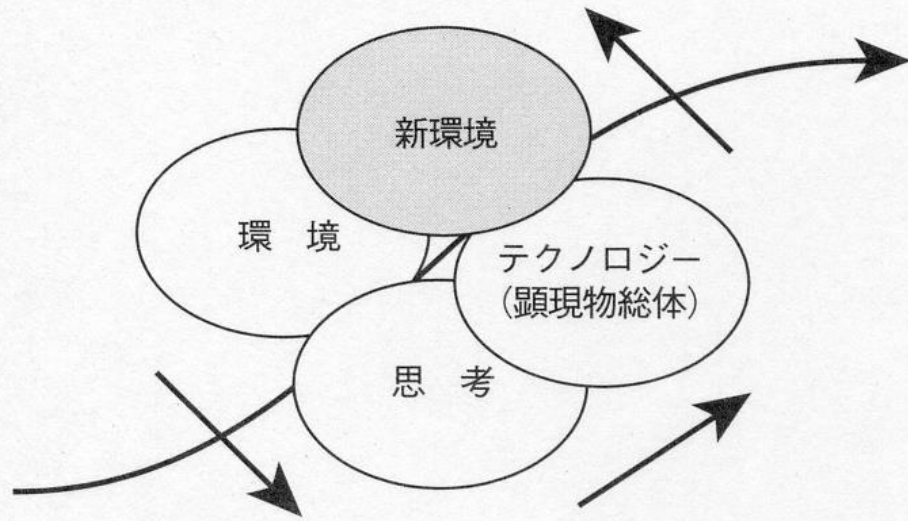
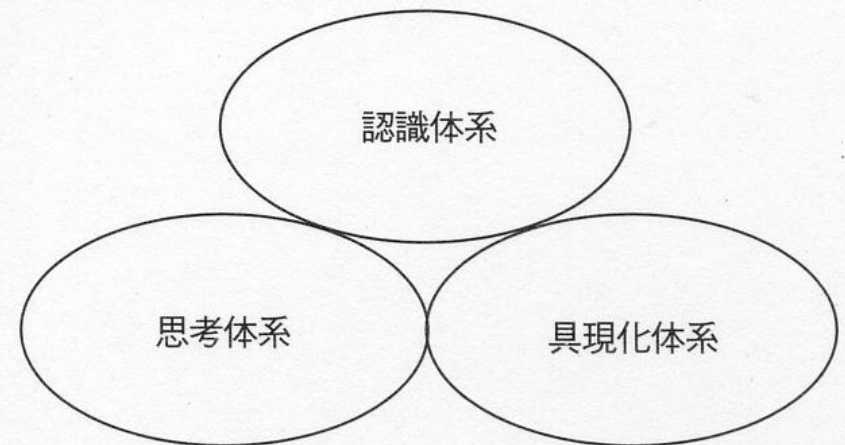


図2 概念把握の基本三輪



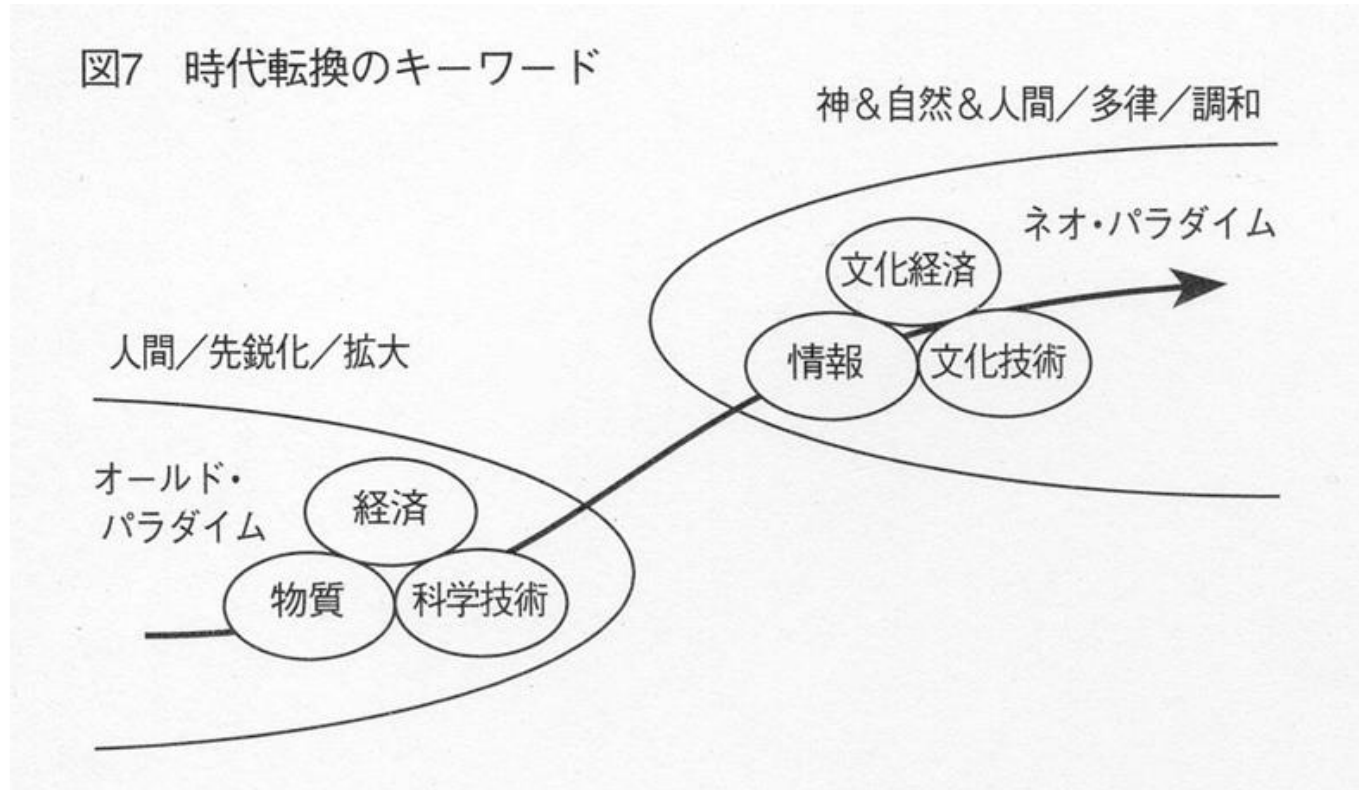




図9 企業の方向性

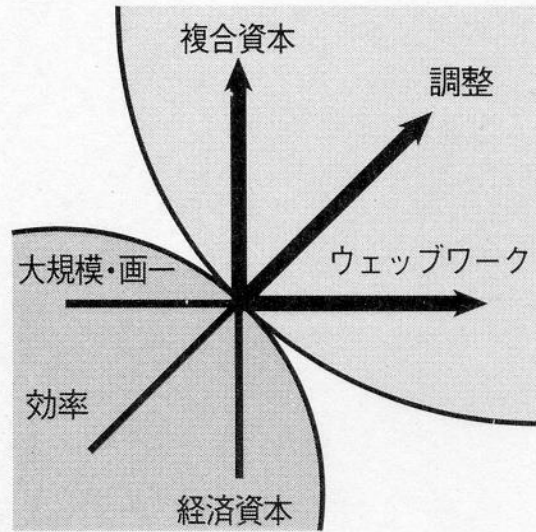


図10 仕事の方向性

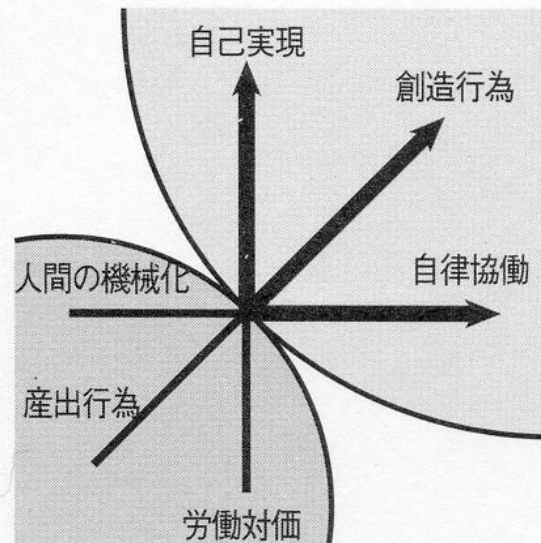


図11 商品の方向性

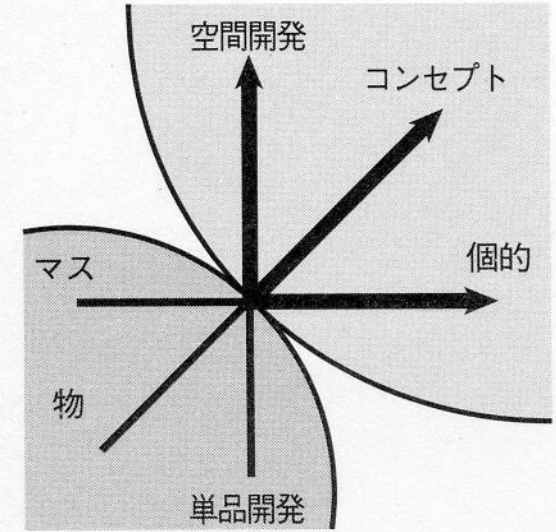


図41 ネオ・パラダイムにおける三つの「革命」

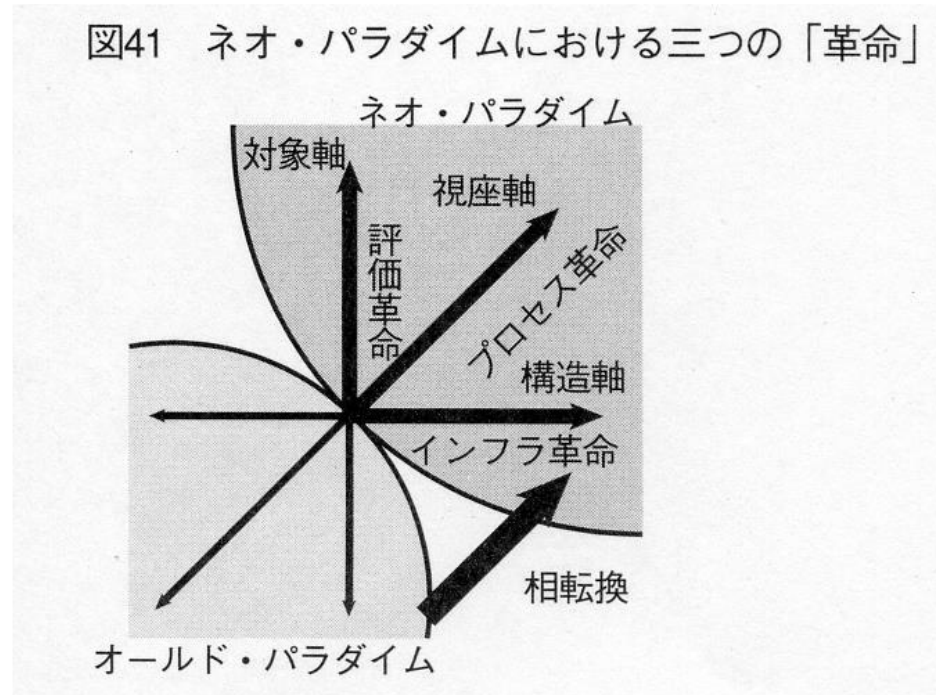


図42 CTN、オープンウェブ、CTフォーメーション  
ネオ・パラダイム

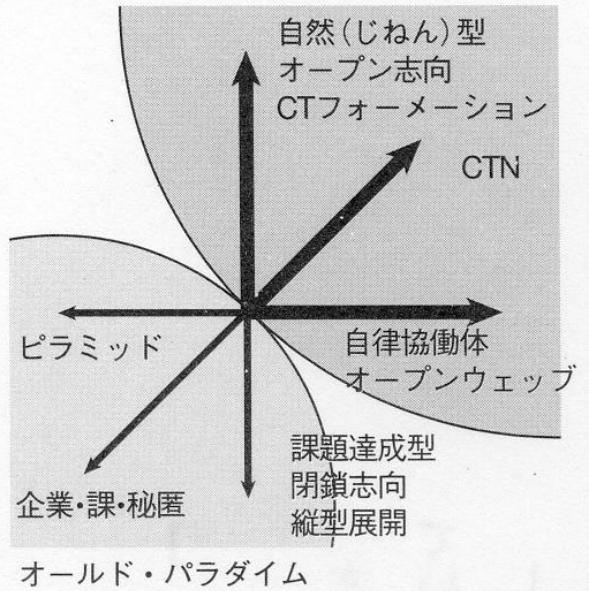


図44 自己テクノロジー

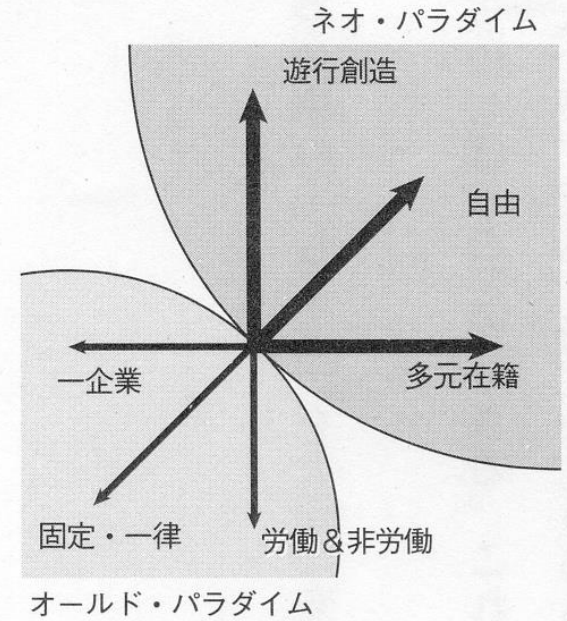


図43 概念デザイン

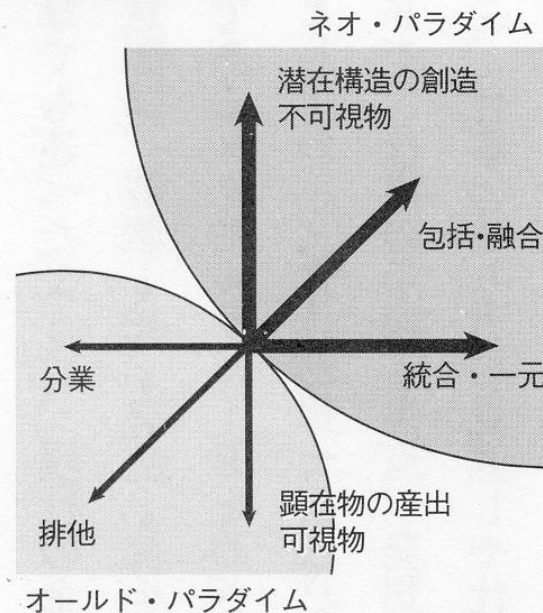
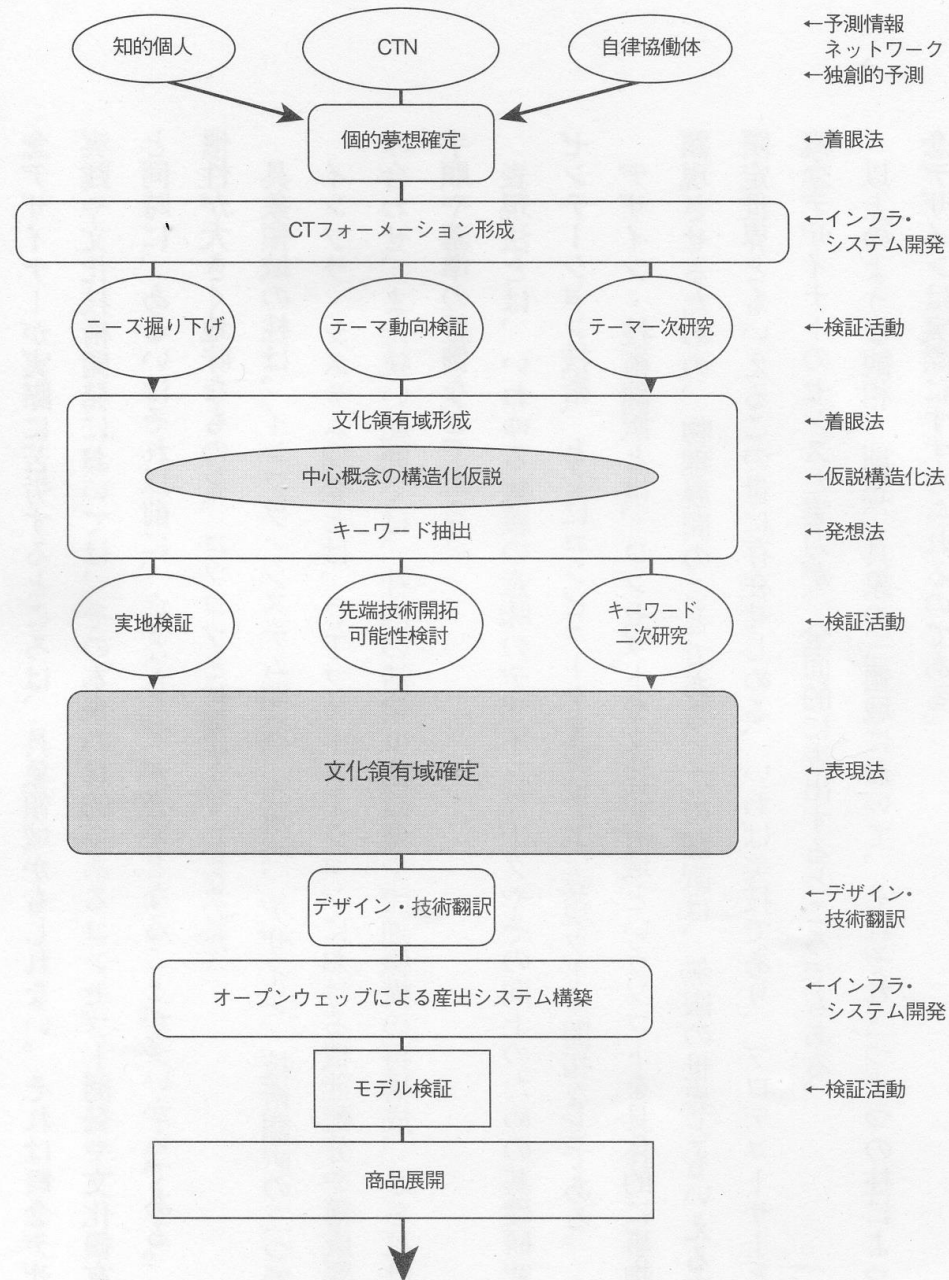


図50 CTフォーメーションでの概念デザイン手順



「21世紀のビジネスシナリオ」の概念デザイン論が語る、今通じるキーワード群  
その一旦をご紹介しますので、詳しくは書籍「21世紀のビジネスシナリオ」をご参照下さい。

- ※ 多元在籍 ⇒ 副業・テレワーク
- ※ 美しい仕事 ⇒ 働き方改革
- ※ CTN ⇒ クリエイティブ・タレント・ニュークreas
- ※ 個的空間 ⇒ コワーキングスペース
- ※ 地方からの発信 ⇒ 地方創生

### まとめ；提言

- ◎1930年代から提言されてきている『文化技術』論は、より豊かな生活を希求する哲学として捉えることが肝要。
- ◎『概念デザイン論』は実践哲学として、『文化技術』をブーストするための最適なエンジンである。
- ◎『概念デザイン論』では既に1994年に明確な定義と方法論提言を体系的に公開してある。
- ◎『概念デザイン論』で提起された仮説群や方法論群は、今現在まさにに活用すべきものである。
- ◎『概念デザイン論』はデザイン領域にとどまらず、広くビジネス領域、生活領域等にも適用可能である。

### 補足説明

TDN；東京デザインネットワーク 日産、日立、キャノン、NEC、ソニーの5社のデザイン部門が、21世紀のデザインおよびデザイナーがどうあるべきかの戦略を探究すべく1990年に結集した団体。生活文、テクノロジー、国際の3分科会によって構成される。生活部会のメインテーマが「文化技術」、テクノロジー部会のメインテーマが「デザイン遺伝子論」、1990年～1993年まで山口は後者の座長を務めた。

CTN；Cultural Technology Nucleus（文化技術核）

ただし現在ではCreative Talent Nucleus（創造的才能核）と称するようにしている。

CTF；Cultural Technology Formation（文化技術フォーメーション；プロジェクトのような共通意識体）

ただし現在ではCreative Talent Formation（創造的才能フォーメーション）と称するようにしている。



## おもな参考文献

参考文献はビジネス分野、エンジニアリング分野、哲学・思想分野等多岐にわたるが、なかでも本書を執筆するにあたって、とくに参考にしたものにかぎり下記に記載する（年代順）。

村上陽一郎『知の革命史7 技術思想の変遷』（朝倉書店、1981）

飯田賢一『人間と技術のふれ合い』（そしえて、1980）

TDN『東京デザインネットワーク 生活部会活動記録』1990～1994

山本哲士『デザインとしての文化技術』（文化科学高等研究院、1993）『季刊iichiko（第1号～第36号）』

山崎正和『近代の擁護』（PHP研究所、1994）

村上陽一郎『文明の中の科学』（青土社、1994）

アイザック・アシモフ／フランク・ホワイト『西暦3000年の人類』（徳間書店、1994）

山口泰幸『美とテクノロジー；自動車の概念デザイン』日本機械学会誌1994年7月号特集

川喜田二郎『創造と伝統』（祥伝社、1993）

P・F・ドラッカー『ポスト資本主義社会』（ダイヤモンド社、1993）

