

コンテンツ

- 1 私が概念デザインに係わってきた履歴のポイント
 - 2 コンセプト研究を取り巻く当時の状況と「概念デザイン」
 - 3 商標権における概念デザインの有効性、機能性
 - 4 概念デザイン・メソドロジーにおけるキーポイント
-

1 私が概念デザインに係わってきた履歴のポイント

⇒私は 1990 年前後の当時、コンセプト研究のプロフェッショナルでした。

1) 1973 年に慶應義塾大学工学部計測工学科を卒業後、同年 4 月に日産に入社しました。大学での専門性を活かし、車両実験部で耐熱実験データの電算処理 (EDPS) を担当しシステムを完成させた後、当時焦眉の急であった排ガス規制対策を施した各種新車開発の耐熱実験に携わりました。

2) 1980 年からは開発部門の商品開発室および技術企画室において、フェアレディー Z 等の商品開発を担当し、1988 年以降は総合研究所内車両研究所で先行車両研究を担当、最終的にはデザイン本部の主担として先行デザイン計画を担当しました。1989 年、1991 年にモーターショーコンセプトカーを研究開発し、その展示や解説などにも取り組みました。つまり私は当時、非常に先鋭的な業務であったコンセプト研究のプロフェッショナルで、周辺の諸事情、コンセプト研究に関しては非常に精通していました。

3) 1990 年前後からコンセプト研究に邁進し、その一環として感性工学やデザインにも少なからず関与してきており、1990 年には東京デザインネットワークからの招聘でテクノロジー部会の座長になり、日産のデザイン本部の管理職やデザイナーにも知己が多く、それゆえに、日産で初めて研究職の主研とデザイン主担を兼務した次第です。研究所時代の 1994 年に執筆した日本機会学会誌上の論文「自動車の概念デザイン」はいうまでもなく、1995 年に日産に在籍しながら自著として執筆・出版した「21 世紀のビジネスシナリオ」を知る社内の人間は数多く、200 部以上を社内に配布したこともあり、比較的私自身の知名度が高かったせいもあって、多くの日産エンジニアやデザイナーがこの書籍を参考にしています。その中の数名は私の席を訪ねてきて書籍を所望されたので、直接当該書籍を手渡した記憶があります。

4) 先日も Facebook を通じて日産デザイン本部で一緒に仕事をしていた人から思いがけない話を聞きました。1996 年 1 月に私が日産を円満退職したときにデザイン本部の同僚達が歓送会を催してくれたのですが、そのときの幹事であったと思われる人が私の書籍である『21 世紀のビジネスシナリオ』をよく覚えていて、2021 年の春頃に、山口さんの予言が当たっているという意味で、「時代がいよいよ来ていますね！」…というメッセージを送ってくれました。私が言及したコンテンツをよく覚えておいて頂けたありがたさを感じると同時に、1995 年に著した『概念デザイン論』や関連のキーワード例えば『多

元在籍』や『個的空間』などが今この時代に通用できるモノと改めて確信した次第です。日産マン諸氏で大学に転出し、教授として活躍している人々にも私の『概念デザイン論』は当然届いているに違いないと思います。

5) 1996年に日産を退社・独立し「概念デザイン研究所」を設立した最大の理由は、「概念デザイン」という文言の重みと、それが含有する将来性に対するやり甲斐を直観的に認識したからで、「概念デザイン」がもたらす新たな価値創造に対する希望と責務を感じたものです。

2000年以降、武蔵野美術大学に招聘され「概念デザイン」論を講義する機会を得てから現在まで、大学教育の場で貢献できていることも、日産時代の努力とその成果の賜であると、自負しています。

因みに、武蔵野美術大学の非常勤講師に就任した2002年4月には、既に概念デザイン論の骨子であるコンセプト・メイキング方法論の枠組みや2年生、3年生、4年生用の講座計画は完成されていました。またそのすぐ後に、修士生、博士後期課程用の講座計画も完備し、実際に指導もしていました。

2 コンセプト研究を取り巻く当時の状況と「概念デザイン」

⇒「概念デザイン」を着想し、言葉の発明を行ったのは、時代背景と専門的能力が関係しています。

1) 1990年前後の当時、先行車両研究やその一環としてのコンセプト研究を手がける者は社内外において非常に希で、そうした先端的あるいは異端的研究開発に大勢がサポートしているような状況には無く、現在では当たり前のように飛びかう「概念」や「コンセプト」などの文言さえも、非常に特殊な分類に置かれていました。私の過去のメモによれば「コンセプトエンジニアリング」が当時の最先端課題でした。

2) 現在デザインの戦略性や有用性は言うまでもありませんが、約30年前の当時を振り返ると、デザインの主流は「プロダクションデザイン」であり「コンセプトデザイン」はマイナーな存在で、デザインの現場では「先行デザイン」と称するのが通例でありました。私の分析ではデザインの戦略性が実際に商品開発やビジネスフィールドに有効性を発揮してきたのは、実に2000年以降であり、今流行のデザインシンキング志向などは2005年以降に出現しています。1990年代初頭、東京デザインネットワークに私も参画しながらデザインの影響力向上に向けて尽力してきていますが、実体としてデザインが本格的にパワーを持ち始めたのは最近のことなのです。

3) 「コンセプトエンジニアリング」は1990年代に米国クライスラー社が新車開発で設定した新しい取り組みで、この言葉は流行りました。当時、研究・開発の現場では明確に「デザイン」、「コンセプト（企画・立案）」、「エンジニアリング」が分かれており、これらを統合しながら全体像を構想するようなプロデューサー能力の必要性を私は大いに感じて、新たに「概念デザイン」なる概念提起を行ないました。因みに「デザイン」、「コンセプト」、「エンジニアリング」の前2者を繋ぐのが「コンセプトデザイン」、後2者を繋ぐのが「コンセプトエンジニアリング」、前後を繋ぐのが「サイマルテニアスエンジニアリング」です。当時の主眼は「コンセプトエンジニアリング」と「サイマルテニアスエンジニアリング」に絞られます。

4) 近い言葉の「コンセプチュアルデザイン」には2つの解釈があります。一つはSF映画（エイリアン

やスターウォーズなどが好例) のようなまず現実にはあり得ない想像上の物語や物を描き出すときに使われるもの、二つめは巨大ダム建設やスペースラボのように試作ができない対象を事前に構想し描き出すというもので、土木建築関係や宇宙工学の分野で取り扱われます。因みに私の「概念デザイン研究所」における英語訳はやむなく Conceptual Design Labo.とじていますが、真意と心情的には Gainendesign Labo.でありウェブサイトも <http://www.gainendesign.com/>とじてあります。

5) 概念自体は当時から極めて哲学的で難解な言葉であったことは間違いありません。概念は言葉の生成あるいは置換によって初めて、他者に伝達できるという見解も当時からありました。すなわち、概念自体の存在は言葉の存在でもあり、新しい概念は新しい言葉によって語られるというのが真理です。したがって、1990年前後の時代に「概念工学」が「コンセプトエンジニアリング」の日本語訳として使われていたことは事実ではありますが、30年前に「概念デザイン」なる文言とその定義づけを生み出すことは難産であると同時に創造的行為であったということを示し上げておきたいと思えます。

3 商標権における概念デザインの有効性、機能性

⇒「概念デザイン」の独創性；この文言が持つ斬新性やインパクトに気づいていた私は1990年代後半、独立後すぐに、商標権の獲得にチャレンジしました。概念デザインの実績を重視していたので、とりあえず「概念デザイン研究所」という言葉の商標出願を行った次第です。

1) 香川県の商標『うどん県』は、登録商標（商標登録第5516559号）になっており、2012年8月に正式に商標登録されました。この商標は議論の盛り上がりも含め、周知された良い事例です。この商標における『うどん』も『県』もそれぞれ日常使われる簡単な言葉であって、『うどん県』はその組み合わせですが、『うどん県』という一体の文言の持つインパクトは強烈で、しかも新しい文化的価値を生み出しました。つまり簡単な言葉プラス簡単な言葉が、結果新たな価値ある文言となった証左で、こうした状況は新しい文言が生み出す新情報性といわれます。

2) 私が1990年代前後に着想した「概念デザイン」という文言も、単に「概念」ということばと「デザイン」ということばとを合体させただけの、簡単で想起しやすい文言では無く、「概念デザイン」には言葉としての斬新さと音感のユニークさ、それが生み出す新たな文化的な価値や方法論大系への期待が込められています。当時コンセプト研究の只中にいた私にとって、周辺に存在したコンセプトデザインやコンセプトエンジニアリングという言葉を超えて、新たな名称や定義を背負った文言開発が必要でした。

3) 通常デザインには「スタイリングを生み出す行為」と「考え方や全体構想をプロデュースする行為」とがありますが、当時殆ど前者におけるデザイン行為が主流だったのに対して、私は敢えて後者の位置づけを重視して「概念デザイン」という文言を捻出しました。つまり単純に「コンセプトデザイン」を和訳してつけた名称ではなく、「概念」という漢字使いや濁音が含まれた音の響きなども考慮して、それまでにはなかった「概念デザイン」という文言を採用したわけです。

4) 1994年当時、「概念デザイン」という文言設定に周囲は、「ナルホド」という声や、「不思議な命名だ」

という反応があったことを覚えており、少なくとも「誰でも考えられる簡単な普通名詞だ」というような反応はありませんでした。なお、私は当時より新しい概念設定をするための文言捻出については、「言葉の発明」という言い方を用いており、まさに「概念デザイン」なる文言は私の「言葉の発明」であるとの認識を持っています。2000年以降、私が武蔵野美術大学において学生達に初めて概念デザイン論を講義しはじめてから、徐々に、「概念デザイン」という文言や考え方が広まってきているように思います。

5) 1994年以降、特に1996年に独立して「概念デザイン研究所」を設立して以降現在まで、数多くの企業とのコラボプロジェクトにおいて、「概念デザイン」に基づく種々の方法論適用を通して、実績と成果を積上げてきております。つまりビジネス領域および公的教育機関において、私の運用する「概念デザイン」は貢献すること大であると同時にその実効性が証明されているといえます。

「概念デザイン」という新しい文言設定は、その設定経緯や新情報性および実績から見て、商標登録されるに足る要件を具備しているわけです。因みに『概念デザイン』という根源の商標登録は第32類；経営の診断・助言、第45類デザインの考案、第41類セミナーの企画・運営または開催の各役務において2018年7月および2020年9月（2021年7月に維持決定）に特許庁より商標登録がOKとなり、概念デザイン研究所の商標権大系は完備されました。

4 概念デザイン・メソドロジーにおけるキーポイント

⇒概念デザイン・メソドロジーは方法論大系ですが、その中には3つの大領域があり、33の個別の主要方法論が配備されています。

1) 3領域とはそれぞれ『観相』、『創想』、『具象』です。そして全体を通してメインの手法が33ありそれらがシステムチックに連動して方法論大系を形成しています。そのどれもが重要な個別種法ですが、その中でも特に一つだけ最重要な手法を選ぶとすると、それは『コンセプト・パッケージ法』になるでしょう。もちろんこれだけでできて概念デザインのハンドリングは不可能ですが、概念デザイナーの概念デザイナーたる所以は、この『コンセプト・パッケージ法あるいはCP法』の完璧なるハンドリングがこなせるか否かにあります。

2) CP法の中でもさらに重要なのは『123CP法』です。これを抑えれば大半の商品や作品のコンセプト・メイキングは上質にかつ迅速に仕上げることができます。ただし、真の概念デザイナーは『124, 125…12NのCP法』に精通する必要があります。

3) CP法を確立したのは2016年頃になります。2002年から美大で運用を開始した概念デザイン論はその後2009年から社会人セミナーにおいて検証と実績を積み重ね、現場のコミュニケーション等を踏まえながら2016年に天啓のように降りてきたアイデアがこれで、コンセプト・パッケージという新たな概念設定によって概念の捉え方や表現方法がより精密に、より高品質に、より迅速になってきました。

4) 概念デザイン関連の商標登録用に言葉の発明をした文言群

概念デザイン関連の商標に用いている文言は私が概念デザイン・メソドロジーを駆使する中で、熟考の

末に捻出した“選ばれた文言”であり、概念デザインを円滑に進めるためには無くてはならない文言群なのです。概念デザイン研究所は超零細企業ですので、アイディアやノウハウ、システムの保護を主たる目的として、手間暇も予算も厳しい中、相当数の概念デザイン関連商標を登録してきております。概念デザインをスムーズにハンドリングするためにはこれらの文言を駆使することは必須であり、同時に概念デザイナーを目指す人を助けます。ゆえに、概念デザイン・メソドロジー（方法論大系）に精通するだけでは無く、同時並行的に、数多くの関連した特別の文言群にも慣れ親しんで、大いに使うことお奨めします。ごく自然に“言霊”として概念デザイン・メソドロジー中に出てくる特別な言い回しを「体で覚えて発する」ことが肝要です。

5)2021年現在、概念という文言はもはや流行語を超えて当たり前のように老若男女が気軽に使うようになってきています。哲学的には結構難解な文言なのですが、誰でもが使える言葉に進化したという意味ではたいへん歓迎したい事態ではあります。1990年頃は概念という文言自体、「固い」、「難解」、「重い」という観点でデザインや商品開発の現場で使われることはほぼ無かったのが実際です。事実、1996年に私が「概念デザイン研究所」を立ち上げたときの家内の最初の言葉は…「なにそれ！」であったことが概念デザインを取り巻く当時の環境を物語っています。今彼女は「流石！先見の明がありましたね！」と反省の弁を言ってくれますが…。未来に輝く価値を現在地点で伝えることって…本当に難しいことですね。

『概念デザイン』は1990年代初頭には誰もが考えつかない、いわば『珍奇で古めかしい文言』ではありましたが、それから約30年後の現在、『概念デザイン』は時代のど真ん中に来る“クリティカルヒット！”な文言設定なのです。2021年に『概念デザイン』を中心にした関連商標群が完備されたことは、私のライフワークである「概念デザインの深化と実践」におけるひとつの大峠越えになります。

言うまでも無く、次なる茨のロードは『概念デザインの継承』、即ち後継者の人財開発とさらなる概念デザインの深化と実践の遂行です。これが私の終活なのです。

◎概念デザインをマスターし活用してみたい志ある、個人、企業、学究機関、公的組織等とのコラボが実現することを心より祈念し、お待ち申し上げます。

【叩けよ、さらば開かれん！…】

2021年8月31日 概念デザイン研究所 主宰 山口泰幸

概念デザイン研究所 HP⇒ <http://www.gainendesign.com/>

山口泰幸プロフィール ⇒ <http://www.gainendesign.com/taizan.html>

連絡メール ⇒ taizan@gainendesign.com

CP法に関するpdf ⇒ <http://www.gainendesign.com/ron/gainendesignmethodology-brush-up-by-CP.pdf>