

知識とネゴシエーション

シャープ株式会社 SAS事業本部
国内デザインスタジオ エキスパートデザイナー

小池 岳男 氏 (高校37期)

東京都昭島市生まれ
武蔵野美術大学卒業後、シャープ株式会社 デザイン部門に所属。
エアコン、クリーナー、オープンレンジ、洗濯機などの家電製品のデザインを手掛ける。



私は様々な家電製品のデザインを手掛ける「インダストリアルデザイナー」です。自らデザインした商品が店頭に並び、選んでいただき、使ってもらい、そのデザインを好きになってもらえること、それが私の何よりの喜びです。日本国内だけでなく、北米、欧州、豪州など世界中の商品を手掛けてきたので、もしかすると、世界のどこかの人と、製品とデザインを通じて繋がっているのかもしれない。

一見華やかな職業に思われるかもしれませんが、もちろんアイデアとセンスだけでは、商品開発の長い道のりの途中で立ち足はだかる、目の前の高い壁、厚い壁、硬い壁を突破することはできません。そうした厳しい状況をなんとか打破するための心強い装備、それは“知識とネゴシエーション(折衝)”です。

【立高時代】

立川高校の自由で自主性に富んだ素晴らしい校風については周囲から常々聞いていました。入学して最もそれを感じたのは伝統のキャンパスです。休み時間や放課後などの空き時間に、各人が分担しながら制作したブロックを一つ一つを組み上げて、我が陣地に聳え立つキャンパスの威容を見たときの感動は忘れられません。思えば、ものづくりのダイナミズムにワクワクした原点は、このキャンパスにあったのだと思います。

【インダストリアルデザイナーという仕事】

一つの製品を商品化するためには、次のような基本的知識が必要になります。

- ① 技術的な知識の習得 → 樹脂や金属の成形方法や、塗料や印刷の知識が増えるほど、新しいデザインに挑戦することができます。
- ② 商品戦略に関する知識の習得 → コストの低減、他社への優位性、時代が求める機能性が高いほど、商品力は高まります。
- ③ UI(ユーザーインターフェース)や品質の知識の習得 → 使い易さや安全品質が高いほど、消費者から高い評価を得られます。

しかし新たな挑戦の先には、日程/コスト/不良率の増加など様々なリスクが伴います。そのため、様々な場面で各関係部門と見解の相違が生じるのです。このもつれた糸を解きほぐし、開発を前に進めるために必要なのがネゴシエーションです。

技術部門に新たな設計に挑戦してもらう時も、企画部門に機能/コスト/デザインの配分を見直してもらう時も、相手に課題を丸投げするのではなく、自ら対案を提示し利点とリスクを視覚化し、お互いにフラットな状態で話し合います。その中で、改めて目指すゴールをしっかりと共有し、思いが真っ直ぐに伝わる正しい言葉で説得すれば必ず障壁は超えられるのです。



インテリアホン JD-XF1



空気清浄機 FU-20HC



ホットクック KN-HW16/24F



エアコン AY-T40SX



北米向けエアコン CV-P09FR

【皆さんへのメッセージ】

これから大学進学や社会の中へと進んでいく皆さんも、さまざまな形で社会と関わっていくことになるでしょう。そうした中で生じる様々な壁を超えるために必要なのは、やはり知識とネゴシエーションです。

知識は盾です。あらゆる方角から様々な考えが飛び交う中で、本質の矢を掴み取るためには、日々智力を磨かなければなりません。

本質から外れるほどゴールは遠のき、議論は混沌とし、どこまで行ってもモヤモヤが晴れることはないからです。ネゴシエーションは矛(ほこ)です。しかし相手を論破するための武器ではありません。相手の懐に飛び込みその考えを共有した上で、相手が自らの考えで行動してもらうように気持ちを促す、しなやかな刀なのです。

無限の可能性を秘めた立川高校の皆さんも、それぞれの盾と矛を持って、是非とも自らの路を切り拓いてください！