

前回は日本人である特権について話しました。今ごろ皆さんは、自然と湧き出る「品格あるデザイン」を感じ取って、自己陶醉していることでしょう。

今回は相手の心をさらに強く掴むには、どのような思考でデザインすべきか、について話したいと思います。どんなに素晴らしいイメージが湧いたとしても、相手の求めるものから外れたら自己満足でしかありません。デザインはアートとは違って、クライアントにとってビジネス上のメリットが高いことが必須条件です。例えば、ホテルでは、エンドユーザーの満足度向上、オフィスでは、企業イメージや生産性の向上などを追求した結果、収益向上に繋がって初めてデザインが評価されます。海外のプロダクトデザイナーは、目標の販売数に達成しない場合、金型等の一部の費用負担を強いられることがあると聞きます。それだけデザインには責任が伴うものです。

一方、このことを考え過ぎると萎縮して、自由に新鮮な提案ができなくなりがちですが、恐れていたら我々の価値はありません。上記のことは必須条件であることは変わりませんが、その中でデザインの差別化を強く求められます。海外クライアントはその傾向が顕著なため、特に初めての提案段階では、相手の想像を超えるインパクトを与えることが重要です。そのためには、潜在的に持っている日本人の感性を引き出すこと、当たり前だと信じていることに疑問を抱き発想転換してみることで、自らが利用する視点で新鮮なサプライズをどう持たせるかを考えることが必要です。表層のコーディネーションだけでは限界があるため、特に初期のプランニングや空間構成の段階では効果的です。初めに相手の心を掴んだら、その後は上手く進む確率が高いものです。お気に入りの相手との初デートや、お見合いの時の第一印象は重要です。皆さんだったら、どう自分を表現しますか？

大久保豊