

○梅澤委員 よろしく申し上げます。

ファッション・デザイン分野ということになっているのですけれども、今日は基本、デザインにフォーカスをして、かつ世界的に人材が集まるようなハブを作るということを中心に据えた具体的な議論を少しさせていただきたいと思っています。

そういうことが東京でできたらいいよねというところは多分ここまでの議論でコンセンサスになっているので、あとはどんなハブを作ったらいいか、それはどうやったら実現するのか、デザインといってもいろいろな分野にまたがるので、どういうところに特に東京ならではのユニークなエッジを作っていったらいいか、この辺のところを中心に議論をさせていただこうと思います。

まずこのデザインスクールあるいはデザインラボの構想の目標です。世界最高水準のデザインスクールあるいはデザインラボを作りたい。

「世界のデザインハブTOKYO」を象徴するようなものを作りたい。

世界のデザイン系の才能と日本とアジアの産業をつなぐブリッジにしたい。

その結果として、それを日本の産業競争力の源泉にしたい。

ここまでのところは違和感ございますか。あるいはもっとこういう目標設定にしたほうがいいのではないかというものがあれば、ぜひお願いします。

生駒さん、どうぞ。

○生駒委員 全く異論がないので発言しようがないのですけれども、この間、田川さんからもお話があったように企業の中にチーフ・クリエイティブ・オフィサーという、CEOとかCFOと並ぶぐらいの立場にクリエイティブなディレクションができる立場の人を据えていく。新しく産業として成功している企業はほとんどそうになっていますね。デザインと経営というのが一体化している状況、結果として、この「デザインスクール／ラボ構想」がそういうことにつながっていくといい。日本の産業構造の中にそういう新しいチャンネルとか、そういう構造が生まれることにつながることを願っています。

○梅澤委員 ありがとうございます。

高橋さん、どうぞ。

○高橋（智）委員 今、東大の中に倫理であったりとか、当然労働であったりとか、そういう委員会があって、その人たちがここが危険だから直しなさいどうこうとチェックをして回るのです。同じような形で企業であったり大学であったり、何かしらデザイン的な部分をチェックするようなもの、嫌われるような気もしますが、ちなみにその安全委員会はせっかくきれいに作った建物であったり、そういうところに「指詰め注意」とかというシールを斜めに張って回るわけです。だから、それを剥がして回るようなデザイン組織を作ってもいいのかと思います。

○梅澤委員 なるほど。それは企業でも学校でも、全ての組織においてということですね。

○高橋（智）委員 そうです。ある程度嫌われてもよいので、そうやってそういう意識がない人たちに強制力を与えるような嫌われるデザイン組織を作るのも手かなと思いました。

○梅澤委員 デザイン視点からいろいろなものをチェックして、指導するという立場だと思うのですが、そこで言われているデザインはどう定義されますか。

○高橋（智）委員 それもどちらかというと抜き出した何かを作ろうということではなくて、基本的なそれぞれの部署であったり、またその施設であったりをデザイン的な観点からチェックして行って、それを整えることがデザイン意識を高めていくことだと思っていて、多分、犯罪の撲滅と一緒に割れ窓理論的なことで、そこら辺のデザインが乱れていることがデザインへの意識がいかないことにつながっていくような気がするのです。

○梅澤委員 企業の中によくあるチーフ・ブランディング・オフィサーと似たような動き方をする。ブランドのポジショニングというか、ブランドプロミスから見て、我々のビジネスのオペレーションが適合しているのかしていないのかをチェックしましょうと。それをデザインに置き換えたような感じですね。

○高橋（智）委員 そうです。それが対外的なことだけではなくて、その施設自体においてもデザイン的な観点でメンテナンスができればいいのかと感じています。

○梅澤委員 クラインさん、どうぞ。

○アストリッド・クライン委員 もう一回新しくハブを作るより、場所がないラボでいいのです。一番おもしろいのは、いつも現場で見る実際の工場、実際に作っている場所で一番イノベーションをやっているのだから、そういう企業ネットワークみたいなもので、大学はそこで企業を回って3カ月間とか4カ月間でコースになったらおもしろいのではないかと思います。

○梅澤委員 場所を一つに作る必要はなくてということですね。

○アストリッド・クライン委員 そうです。それをおもしろい企業とか日本の伝統技術とかは地方にあるので、そういう感じで回りながら、地方でもいいのではないかと思います。

○梅澤委員 政府の方々にお伺いしたいのですが、デザインを日本の産業の競争力の源泉にしよう、そのために人材育成をしようという動きは、今まではどの程度あったのでしょうか。

○佐合経済産業省商業情報政策局生活文化創造産業課長 経済産業省でございます。

経産省もデザイン政策というのはずっと続けておりまして、古くはグッドデザイン賞とかの認証制度で海外の市場を開拓していくということでもあります。

当然クリエイティブな発想を企業経営の中にもっと取り込んでいく必要があるだろうということで、我々も研究会などはかつてもやっておりまして、クールジャパンが始まる前、感性価値研究会とかといったところからそういう源流はあるのですが、クリエイティブな人材を産業がどういうニーズを持っているのかというのを体系的に調査しながらプログラムを作ったりというのは、まだそこまでは至っていない状況でありまして、そういう人材を作っていかなければいけないという問題意識はございます。

一方で、我々が勉強した、まだ不十分でありますけれども、企業の経営者の方もクリエイティブな経営、デザイン経営というのは非常に大事であるということで、日産などはCCF

みたいな組織上に取り込んでおられますが、大事だけれども、まだどうしても導入が進まないということだと思います。

これは企業サイドで幾つもデザインマネジメント、クリエイティブ経営をやっている企業の例をうまく見せていって、産業界でもっと取り組みを進めるような環境を少しずつ作っていきたいと思っているところと、大学サイドで非常に協力していただけるのだというところが多分あるのだと思っています。既に私が言うのも何ですけれども、東京大学ではアイスクールとか、あるいは京都大学でも2年前にデザインスクールというものを設立されておられます。多分発想としては学際的な分野で研究をして、デザイン的なマネジメントができる人材を育てていこうという取り組みが、そういう意味では東大、京大という2つの大学で、ほかにもあるかもしれませんが、象徴的に始まっているという状況なので、ここをどう強化していくかということも一つ検討の方向性としてあるのではないかという気がします。

○梅澤委員 ちなみにi.schoolはディグリープログラムではないと理解しているのですが、京大のほうはディグリープログラムですか。

○佐合経済産業省商業情報政策局生活文化創造産業課長 すみません。私も深くはあれなのですけれども、ちょっと調べてみます。

○梅澤委員 ありがとうございます。

今回ここで議論をしようと思っているのは、まさにそのグローバル版です。日本人が日本人に教えるのではなくて、世界から来た留学生に英語で教えられる。世界から集めたファカルティーを持っているものを作りたいという意図で提起をさせていただいています。

田川さん、今、デザインの話があったのです。

○田川委員 もともとこのテーマの下敷きとなっている問題意識として、日本のデザインやクリエイティブのほとんど99%、ほぼ100%が日本人の手によって行われているという状況があります。日本は今後人口も減っていきますが、グローバルでいえばデザインに対する需要はこれから大きく拡大していきます。ですので、ここにいらっしゃるクラインさんのように、世界からやってきた優秀なクリエイティブ人材が日本を舞台にして才能を発揮するような環境をつくるのがとても重要です。それをやることで日本のクリエイティブ力が、日本人だけではなく世界の人たちによって構成されているような状況を生み出す。ここがポイントだと思います。

クラインさんも私も、ロンドンのロイヤル・カレッジ・オブ・アートという大学院の卒業生です。このロイヤル・カレッジの学生の内、イギリス人の比率は3割程度です。7割はイギリス国外からの留学生で、その留学生の大半が卒業後もロンドンにそのまま住みついて、ロンドンをベースにデザインやアートの活動をしています。その状況がイギリスのクリエイティブパワーを構成しているのです。

その実現の前提となっていたのが、例えばビザの緩和政策です。海外からのクリエイティブ人材が卒業後、きちんと土着をして、土着をした後に産業に組み込まれる形で活躍し

たという状況がありました。そういった状況を日本の中でも仕掛けていけないか。そして、それを実現する舞台としてのデザインスクールやラボという構想が候補として考えられるということです。

このアイデアをロイヤル・カレッジの教授陣にぶつけて意見を聞いてみたのですが、今、国際的には高度クリエイティブ人材というものは先進国の間で奪い合いになっています。例えばアメリカ、イギリス、ドイツ、そういった先端的な技術を持っている国々がクリエイティブ人材を奪い合っている。この状況はデザインをデザイン単体として見ても意味がわかりません。そうではなくて、デザイナーを、いわゆるイノベーションを生み出すためのコア人材として理解することで、初めて意味がわかります。つまりイノベーションのコア人材を国々が奪い合っている状況だと。そのような競争環境の中で、日本がスクールをぽんと作ったからといって海外から学生が来ますかという話になると、非常にそこは疑問だと、イギリス人の教授は言っています。

今、アートスクール、デザインスクールについて、グローバルの中には非常にいい大学が幾つか存在しています。そのような大学と比肩できるようなレベルのものができるか。海外の人から見たときにも、これは日本に行かないとまずいと思うようなレベルのものをどうやって作れるのか。このようなレベルの目線設定が必要だと思います。

例えばスクールを作ったときに、優秀な学生からするといろいろな選択肢がグローバルの中に存在している。その中で3つ、4つの最上位の選択肢の一つに、どうやって入っていくか。それを実現するためには、まずは立ち上げ直後に、できるだけ短期間にグローバルでの知名度を作り上げることが重要です。スクールもしくはラボを作るとすれば最初の2、3年が鍵で、その間に際立ったプロジェクトを集中的に5本から10本ぐらい作る。そして、それをメディアを通して国外に発信し、東京にこんなものができたぞということをバンと打ち出していくことをやらなければなりません。そうすることで、まず、最先端にいるプロフェッショナルや教育現場のリーダー達が興味を持つ場所にしなければなりません。

優秀な教授や指導者がいないスクールには優秀な学生は集りません。クラインさんもおっしゃっていましたが、学生を集めるためには、それに先立って、どうやって優秀な先生たちを日本に連れてくるのか。そこが重要です。優秀な先生たちが日本に来るためのインセンティブというのは、例えば資金面、例えば研究テーマ、例えば良質の土壌など、いろいろあるのですが、このような点を、まずは入り口として議論していかなければいけないのかと思います。

○梅澤委員 テーマの話をしたいのですけれども、どういうテーマだったら優秀なデザインマインドを持った教授陣が東京で少なくともしばらく教鞭を振るってみようか、あるいはプロジェクトワークをしてみようかと思いますか。

○アストリッド・クライン委員 今までのデザインスクールはすごくアーキテクチャでやったり、プロダクトデザインでやったり、ペインティングでやったり、いろいろあるので

すけれども、今度時代は変わってきて、例えばまちおこし、どうやってデザインで解決できるのか。日本の産業はすごく独特な産業であるので、伝統も独特であるので、それをどうやってデザインで生き残るように、そういうデザインスクールがあったら日本にしかできないデザインスクールだろうと。

○梅澤委員 日本が持っている社会課題を逆にこにして、日本のユニークなあるいは先端的な社会課題をこにして、それを解決したい人たちを集めるというのは一つありますね。

念のためですけれども、申し上げます。デザインというと、多くの人は最初に製品のデザインを考えがちなのですけれども、サービスデザインという領域が今、世界中で注目を浴びていて、今の話はまさにサービスデザインあるいはシステムデザインと言われるような社会システムや企業が持っているビジネスの生態系全体をどうデザインをするか。

○世耕内閣官房副長官 そうすると、それは目に見えないわけですね。

○梅澤委員 目に見えないわけです。そこもデザインの力が振るわれている領域です。

○高橋（智）委員 でも、広げるとまた何をしたいかわからなくなる。先ほど言われた象徴的な10本のプロジェクトを走らせるというのと相反するような気もするのです。

○梅澤委員 もう一回そこに話を戻します。

もう一つのエスタブリッシュメントの間の誤解は、デザインというと感性価値のものであると。これも感性価値ものだけではなくて、機能価値と感性価値と両方を最適化するものであると多分定義をすべきですし、世界の優秀なデザイン人材はみんな両方のマインドを持って仕事に当たっていますね。

○田川委員 日本のデザイン産業が経てきた歴史の中で、グラフィックデザインや広告系のクリエイターの方々が個人の名前が出る形で、目立って活躍をされてきました。しかし、日本の産業の背骨を担っていたいわゆるインダストリアルデザイン、日産でもトヨタでもソニーでも大量のデザイナーがいますけれども、そういう方々は会社員ですので、個人名で自分たちのことをあまりアピールしてこなかったのです。その影響もあって、デザインという仕事のイメージが、テクノロジーや産業とは遠いものとして捉えられているのではないかと思います。

世界的にはデザインはイノベーションやビジネスクリエーションのコア要素として考えられています。ですので、デザインスクールを作るとしたら、日本の企業がデザインをどうやって産業の中に組み込んでいくのか、それがちゃんとビジネスにつながっていくのかというプロセスや事例などを、シンクタンク的に研究する機能も重要なのではと思います。

○生駒委員 デザインがこれはメインのテーマなのですけれども、デザインというのは、私としては産業競争力の原動力にするためには我々が立ち返って考えなければいけないことが今、すごく大きくあって、ものづくり、デザインに基づいてどうやってものを作っていか。ある意味では、私は産業革命ではないですけれども、今世紀我々が考えなければいけないことの一つというのは環境への負荷であったり、あるいは人権的な問題であった

り、産業構造全体が考えなければいけない、それをリデザインしなければいけない局面にも直面していると思うのです。

私はデザインスクールといったときに、形だけを追うデザインスクールでは全くなくて、ものづくりの根底から考える視点だったり、日本だと私は今、伝統工芸に携わっているのですけれども、本当に日本は世界でもフランスやイタリアと並ぶぐらい伝統産業が残っています。そういうものとリンクして、新しいデザインの可能性を考えていく。我々のこの国の風土の中で、自然と共生していくような感性というのは日本ならではだと思ふのです。そういうことを十分に取込んだちょっと先に行くようなデザインの考え方、そういうものが構築できるような、あるいは開拓できるような、実験できるようなラボになればいいかと思ひます。

自分たちが持っている素材力、ファッションに関してだけ言わせていただくと、素材は大国です。世界に誇る素材大国ですので、本当に先ほどクラインさんもおっしゃったのですけれども、本当に例えば地方のいろいろな陶芸の里とか、そういう産地と組むようなプログラムというものもたくさん作れるとは思ひます。そういうことで、双方向で元気になっていく、産業を活性化させるような効果はこのラボで生めたいと思ひます。

○梅澤委員 この間、西陣織の細尾さんと靴デザイナーの串野さんともこの議論をして、彼らはもちろん京都ベースで作りたいとは思ひていますが、伝統工芸を一つの突破口にしたクリエイティブスクールというものを作りたいとも思ひています。

○生駒委員 まさしくリンクしたいです。そういう西陣織もそうですし、陶芸もそうです。

○アストリッド・クライン委員 一番大事なのは、先ほど田川さんが言ったようにそれをビジネススクールとリンクしないとイケない。どうやってそれがいい経済になるのか。今まではいつもデザインが勝手にアーティスト的にしか考えていなくて、ビジネスが成り立たないと意味がないのです。

最近例があつて、伊東豊雄さんは大三島を日本で一番暮らしたい島に変更したいのです。トランスポーターションがない、アコモデーションがないとか、なかなかいい場所なのですが、産業的にはミカンしかないのですけれども、それをワイナリーにチェンジしたりとか、そういうものを考える。すごく具体的な問題点なのですが、例えばデザインを通してそれができるのではないかと思ひます。

○田川委員 私もクラインさんがおっしゃったように、ビジネスとの関係の中でデザインを捉えるという視点を持たないデザインスクールはあまり意味がないのではと思ひています。

前回の本会議でも出させていただきましたけれども、ビジネス・テクノロジー・クリエイティブのBTCトライアングルのイメージです。例えばこのBTCの構造を最初から抱え込む形のスクールが必要だと思ひます。

ただ、スクール設立の前に、皆さんもおっしゃっていますが、具体的なプロジェクトの成功事例をたくさん出せるような場所にしておかない限りは、求心力は時間とともに低下

してしまいます。この点について順番論としては、最初に作るべきは、私はスクールではなくてラボなのではないかと考えています。

このラボは、ハイレベルなプロフェッショナル人材が集まる場所とする。次に、そのような人材が成功事例や際立った成果を生み出す。そして、そのような事例を通して、ラボの活動が世界の中で噂されるようになり、それに魅かれて、また人材が集まってくるというサイクルを作る。

最初からアートスクールを立ち上げて5年くらいは目立った結果が出ません。まずはコンパクトなプロフェッショナル集団を、ラボとして、例えば20人ぐらいの規模でスタートする。その中にビジネスパーソンも入れて、デザインストラテジーの研究も行う。

イギリスにデザインカウンスルというものがありますけれども、イギリスのクリエイティブ産業振興政策の幹の部分にはデザインカウンスルが作ったと言われています。このデザインカウンスルにデザインストラテジーやクリエイティブストラテジーを研究するリサーチャーが数人いて、論文をたくさん書いていました。そういう機関は日本にはないと思いますので、例えばそのような機能もこのラボの中に組み入れてみたらどうかと思います。

○生駒委員 私もすごく今の御意見に賛同するのですが、ラボで成功例をまず出す。

例えば名和晃平君のやっているSANDWICHなどはまさしく自然発生的かもしれないですが、ある種スクール化していて、本当に彼の活動の中でどんどん若い学生さんたちが巣立っていくみたいな自然発生的ラボ、スクール化していますね。村上隆さんなどもそういう例だと思うのですが、そういう形で、ある程度の水準の人たちが最初に立ってラボ化して、成功例を作っていく。ビジネスクリエイティブな日本から発信できる、日本だからできる成功例というものを出していくというのは、私は第一歩としてはありかだと思います。すごくいいと思います。

○高橋（智）委員 私もそう思います。最初から今の日本の社会課題を解決しようということをするのではなくて、既に仕事で幾らでもある人たちにとりあえずそこを拠点にもらって、それぞれの仕事をやらせてもらって、その成果をこのラボの成果ともできるようにして発信することによって、やがてスクールにもなり、やがて社会課題も解決できるかもしれないけれども、最初からそういう何かを与えてしまうと、社会課題に足を引っ張られてしまうのかという気がします。

○梅澤委員 ありきたりなものが出て終わりますね。

○高橋（智）委員 つまり、それこそ何とかデザインの力で頑張りたいと思っている中小企業のおじさんがやってきて、こちら側も骨がしっかりしていない時点でいろいろなものをぶら下げ過ぎてしまうと、走っていけない気がします。

○田川委員 生駒さんがおっしゃったことは非常におもしろいと思います。ラボにプロフェッショナルがいて、その人たちが仕事をしている。そこにインターンのような形で学生も片足を突っ込むことができるという状況で、半開放型の組織としてスタートして、それが徐々に教育の形をとっていくというのは流れとしても自然です。

○生駒委員 究極のアクティブラーニングというか、本当に学ぶことがどんどんアクションに変わっていくような状況というのは今、大学でもどこでも日本でもすごく導入されて始まっているのです。

私がいろいろ見てきてすごく勢い、一番今の時流の流れにフィットとしている人材の生まれ方というのは、一つはそういうSANDWICHのような、あるいは村上君。それから、ファッションだと「ここのがっこう」というのを山縣君、リトゥンアフターワーズのブランドのデザイナーさんがやっているのですけれども、彼の育てている生徒さんは海外でもものすごくいい賞をとっているのです。日本だとなかなかすぐ評価されないのですけれども、そういう例も出てきているので、それをグローバルに発信していく。グローバルのステージの中でどんどん展開していくようなことが、気が短いのですけれども、キックオフしてすぐに成果を出したいという感じはあります。そこから本当に自然発生的にスクール化していく形というのはいいかと思います。

○梅澤委員 今のお話は、基本全部日本の極めて才能のある一人のクリエイターが、ある意味で自分のパッションで主に日本人の学生を集めて私塾を作って成功してきましたというパターンですね。今、出てきた例は全部私塾です。

それを日本の才能ある人がではなくて、世界から集まってそういうことが起こっている場にするためには何が必要ですか。あるいはどういうテーマ設定が必要ですか。マテリアルは一つ出ました。あとは何でしょう。

○生駒委員 最初の20人をどう選ぶかというところですね。

○梅澤委員 そうです。最初の20人のうち5人は日本人でいいと思うのです。けれども、10人か15人は最初から世界から集めたい。

○高橋（智）委員 日本人の優秀な人間を集めると、自然と徐々に海外からも入ってくるのではないですか。

○田川委員 構成比率はよく考えたほうがいいかと思います。海外の方々にとって、日本語の壁は低くないので、基本的には英語で活動をしない限りは、海外からの人材は集まらないと思います。

私は個人的には、公用語は2つで日本語と英語でよいと思います。来るリサーチャーたちにも日本語の勉強の機会を提供したりして、その土着化を進めるということも必要です。いずれにしても、日本の人材だけでやるよりは、外に開放するイメージを作っていたほうが、もともとのテーマである、海外からの高度クリエイティブ人材の土着化という内容に沿っていると思います。そのテーマを、スタートの時点でしっかり体现しているような構成がいいのではないかと思います。

○生駒委員 フランス大使館などはエクスチェンジプログラムで、既にフランスから京都の九条山というところにレジデンシャルプロジェクトで半年とか1年とかミュージシャンを呼んできたりダンサーを呼んできたりして、京都あるいは日本のアーティストと交流をさせてプログラムを作って、インスタレーション、最終的にパフォーマンスしたりなどと



いうのは始めているのです。

構成比率は慎重に考えないといけないと思うのですけれども、第一歩目からある程度グローバルな人材を集めることはすべきだと思います。あと、アジアからもね。

○梅澤委員 それをしないのだったら多分、今、ある大学や私塾がそれぞれ頑張ってくださいでいいような気がするのです。でも、それで突破できる気がしないのでこういう議論をしているのです。

○高橋（智）委員 一流を呼んで来られるのかどうかというと、そこは不安ですね。お金を積んでもいいわけでもなくてね。

○梅澤委員 でも、ある程度お金は積まざるを得ないでしょう。でも、それだけでは多分、本当におもしろい人たちがたくさんは来てくれないので、逆に我々が何をオファーできますかということですね。

○生駒委員 森万里子さんというアーティストが、ブラジルのリオのオリンピックで正式なアーティスト、公式のアートプロジェクトとして彼女が招待されたということがつい最近起こったのです。本当にブラジル政府がブラジル人アーティストだけではなくて、海外のビッグなアーティストも参加してもらおうと。

ちょっとタイミング的にオリンピックが目の前にあるので、これはジャストアイデアですけれども、例えばオリンピックに絡めたアートプロジェクトをあなたにやっていただきたいという形で東京オリンピックに向けていろいろな国のトップのアーティストを招へいして、モニュメンタルなものを作ってもらうのか、地方創生でもいいのですが、何か一つアクティビティーを起こしてもらおうということをプログラム化する。タイミングの掲げ方ですけれども、そういうことは一つあるかと思います。

オリンピックに向けて、たくさん事が起こると思うのです。だけれども、せつかくこのラボの発信でグローバルステージと考えたときに、日本のアクティビティーにも参加していただく形で実りのあるアクションを起こしていただく。そういう声も聞きかと思っただのです。

○梅澤委員 オリンピックは確かに魅力的な一つです。

○高橋（智）委員 オリンピックは魅力的ですね。

○梅澤委員 なりますね。高橋さんの周りだとどうですか。ロボティクスも私はいけるのではないかと考えているのですけれども、ロボティクスだけではなくて、ほかにも日本が誇るエンジニアリングの分野が色々あると思いますが。

○高橋（智）委員 世界が日本のデザインの何を評価しているのかというと、わかりやすいイメージでいうと、アップルのデザインのような静かで整った、あれが多分世界が評価している日本のデザインだと思うので、当然そこにはマテリアルが密接にかかわっていて、田川さんであったりとか、今、うちの東大にいますけれども、山中俊治さんであったり、皆さんそちら系のものだと思っています。

私は例えばそこに漫画、アニメだったりとか、伝統工芸みたいなものを全部混ぜてしま

うのではなくて、実は我々の世界から評価されているクリーンで整ったデザインというのは、漫画、アニメであつたり伝統工芸であつたり、そういうものからインスパイアされながらそれを作ってきたと思うのです。

だから、私は全ての文化を一遍に取り込んでしまうとごちゃ混ぜになってしまう気がして、エンジニアリングと今、世界が日本的だと思っているデザインと、そこを売り物にしていかないと、その他の周りのものというのはあくまでもインスピレーションを受ける、それは当然日本でしか受けられないものなので、ものすごい資産だとは思いますが、それ自体がアウトプットのように思ってしまうと、結局発散してしまうのかと思います。

○梅澤委員 エンジニアリングやテクノロジーの分野で、これはいいテーマではないかというのはありませんか。

○高橋（智）委員 ロボットは自分自身でやっているものなので、そうです。

○梅澤委員 例えば、バイオはiPSでこれだけ日本が名を上げていて、今、デザインもそうだし、アートもそうですけれども、バイオアートのほうに光が当たっているみたいなどころはあるので、トレンドに乗っている話だとは思っています。

○高橋（智）委員 どこが日本的かですね。

○生駒委員 ただ、私的には今、おっしゃったテクノロジーとクリーンでミニマルな美しい日本、日本は本当にいろいろな要素というか、デザインの魅力においてはものすごく強い分野だとは確かに思うのですけれども、私はどちらかというところ、結構バラエティーを、ちょっとかさを広げてもいいかとは思っています。

クラフトの話は自分が関わっていることもある。逆に私はテクノロジーとクラフトマンシップが組みたいのです。そういうことを起こしたい。分けるのではなくて、ぜひロボットに漆かパールかわからないですけれども、そういう今まで起こり得なかったようなこと、今はもうジャンルを超えるというのが当たり前になってきて、どんなジャンルも組んでいく。

ウェアラブルなどは本当にテクノロジーとファッションが交差していく。バイオとファッションで、この間スプツニ子さんもそういうものを西陣織でなさったし、本当にどんどんジャンルを超えていける力というのも私は日本にはすごくある。フュージョン、混ぜていくような力、混ぜるいろいろな文化が混合して、そこから新しい文化を生み出す力は歴史的に見てずっとあったように思うのです。日本人はそういうことのできる天才的なところがあるかと。デザインの中にもそういうものも感じられるので、ぜひまたここで新たな化学反応が起こるようなラボになるといいかと思うので、私は欲張りに幾つか押すボタンはあってもいいかとは思っています。

○高橋（智）委員 イノベーションを求めるのだったら、生駒さんがおっしゃるように多分混沌とした中で混ぜてどかんみたいなことをすべきなのでしょうし、ストレートに海外に対してザ・日本を打ち出していくのだったら今、評価されているところに絞るべきだし、どちらも方向性としてはあるのかという気がします、どうなのでしょう。

○梅澤委員 ただ、プロダクトデザインのいけているものを作る拠点というだけだったら、世界から人が集まる気はあまりしないのです。それはある意味でスタンダードになってしまっていて、日本だけがものすごく頭が抜けているわけではないのです。

だから、おっしゃるとおりまさにアップルがそのメインポジションを今、とっているわけですから、別に日本に行ってスタディーする必然性もある意味ではなくなってしまうという気はする。

○高橋（智）委員 要するに現実的に、しかも今を見るか未来を見るかというところなのですが、今を見るならば、アップルデザインの原点は日本です。だから、日本に来て学んでくださいと。今、あるものがこれですというのが今を見たやり方だし、その先を見るのだったらもうちょっと。

○生駒委員 私などは伝統工芸の世界、実際に海外のラグジュアリーブランドと日本の伝統工芸をつなぎ合わせたりしているのですけれども、外の方の考えもつかないような使い方、伝統工芸の匠の技も素材も考えつかない。

例えば、ディオールさんは西陣織を壁紙にしているわけですね。普通、日本人だと帯でしょうと思うところをそう発展していくことは、私はすごくおもしろい広がり、展開だと思っております、とりわけ伝統的な技術というのはどうしても型にはまりがちなのです。ですので、それを私はアイスブレイクではないですが、こういう機会にどんどん外からのトップクリエイターの方が入ってきて、えっと思うような化学反応を起こすようなもの作りが実現するような場になるといいと思います。

○田川委員 私もどちらかという今、生駒さんがおっしゃったほうのポジションです。今回、話に出ているこの案にとっても近いスクールがあるとすると、例えばMITがメディアラボというものを持っていますが、メディアラボはもう完全に開かれた研究拠点になっていて、そこにスポンサーがかなり入っている。そこで知財を作って、あと、とても大きいのは多分ネットワークなのだと思うのです。そこで2、3年過ごした人たちは各国へ帰りますけれども、いわゆるアラムナイのネットワークでそこに知のネットワークがありますね。それがMITのブランドをかなり強烈に下支えしている。

MIT自体は基礎研究をかなりやっているのですが、メディアラボが担っているのは産業界のつながりと、もう少し哲学的ないわゆる先端的研究というところで、このラボが担うファンクションがあるとすると、きっとそういうところなのかと思います。開かれたオープンなプラットフォーム、リサーチャーに対するプラットフォームで、リサーチャーとかデザイナーたちが次の2、3年どこに行こうかというときに、そこに場所を求めて成果を出して行って、そこでネットワークができていき、そこで口コミも作りながらまた人が回っていく。そこが存在感を発揮することで、その先にぶら下がるスクールの存在の価値の源泉というのが、そのラボのあたりにあるというイメージだと思うのです。

○高橋（智）委員 多分アートであるとかトップブランドというのは、おそらくかなり先を行っているわけです。だから、一般の企業の企業活動から見ると、かなりとんがり過ぎ

ているものであって、この価値をどこに求めるかなのですが、日本の産業であるとか工業製品のデザインレベルを上げていこう、では、それにその人たちが必要とするものをここから生み出していこうとするならば、先を行き過ぎている気もするのです。だから、何を指すかによって、どのレベル。

○田川委員 ただ、繰り返しになりますが、最終的には特に東京に海外から移民として住みついてくれる高度クリエイティブ人材を例えば1,000人や10,000人などという単位で増やせるかというところがポイントだと思うのです。それを目標とするのであれば、スクールとビザの緩和は非常に有効な施策で、これはイギリスでもずっとやられていて、その実効性もある程度分かっている。ただ、スクールを作るためには優秀な教える人たちが必要で、その優秀な教える人たちを欠いては、スクールは成功しないのです。では、優秀な人たちが何に惹かれてくるかということ、これは先端研究だと思うのです。

○高橋(智)委員 これはアワードだったらだめなのですか。どう思われますか。つまり、アルスエレクトロニカがそういう形で成功していますね。

○梅澤委員 なるほどね。

○田川委員 アルスっぽいやり方でお祭りを作るという方法もあり得ると思います。ただ、アルスにも実はリサーチラボがありますよね。あのラボがあることでアルスエレクトロニカが、メディア分野での哲学的なリーダーであり続けられているのです。私はラボに通年で仕事をしているリサーチャーやデザイナーがいることで、厚みが生まれると思っています。年に1回アワードがありますというだけだと東京にクリエイティブな人が土着をしていくということにはつながらないのかと思います。

土着化ということを繰り返しておりますが、私自身、危機感を持っておりまして、放っておくと世界から人材が来ないばかりか、日本の優秀なクリエイターも日本の外に出ていってしまいます。

クリエイティブの力で東京が世界的に競争力のある都市になっていこうと思ったときに、日本人のクリエイターの力だけで競争できる時代はもう終わっているのだと思ったほうがいいのです。そこで、では、どうやってクリエイティブ人材に日本に来てもらい、仕事をしてもらおうかと。完全な土着が一番いいのですけれども、2、3年働いて帰っていくような状況が生まれるだけでも、大きな意味がある。例えばマーク・ニューソンというデザイン界の世界のリーダーがいますが、彼は実は日本で発掘されて活躍するようになった。彼は今でも大の親日家で、日本の伝統工芸と結びついた仕事をしたりしています。その仕事は世界でも話題になりました。

○アストリッド・クライン委員 私は建築の世界で話しているのですけれども、そこで何人も日本の大学で教えていきたいのですが、一つはランゲージバリアであって、あとは非常に大学のシステムがアカデミックなので、いっぱい業務的な仕事があって、それに対して海外のプロフェッサーたちはまずついてこない。

次は、キャリアにならないということで、そういうシステムをまず捨てなければならな

いというのが一つです。

または、みんなクリエイターなのだから何よりもパッションがあって物をクリエイトしたい。何かを残したい。では、そういうチャンスを作ってあげてという感じで、実際に物を作ってちゃんと残して、それで引っ張れるのではないかと思います。

○梅澤委員 そろそろ時間がないのでまとめないといけないのですけれども、これだけは聞いておきたい。特に高橋さんと田川さんにお聞きします。どういう場だったら、御自分か今いるポジションを捨ててでもそちらへ行ってやろうかと思えますか。

○高橋（智）委員 私は今、東大の先端研にいます。先端研とか生産研というのは、ある種日本のメディアラボ的なことをしていて、私は今、自分の会社をやりつつ、そこに籍を置いてやっています。何かそういう形のものなのか。

○梅澤委員 だとしたら、先端研よりもさらに魅力的なラボをつくるためには、何があればいいですか。

○高橋（智）委員 先端研は相当自由です。学生を前に授業をしなければいけないということがなくて、逆に、企業からデザイナーたちを集めて社会人向けのセミナーを開いたりしている。

その中で私が感じるのは、だんだん毎回この話をしてしまうのですけれども、トップのクリエイターでもものすごくイノベーションを起こして引っ張っていくというところが必要なと同時に底上げが必要だと思っていて、私は日本人のクリエイターはものすごく優秀だと思えますし、アーティストも優秀だと思うのですが、それを阻害しているのは企業のヒエラルキーとその構成員たちのデザイン意識の低さだと思っているので、安全教育とか避難訓練などとあわせて1年に1回くらいデザインのことを徹底的にやるような、それを義務化していったってマインドを変えることが必要なのではないかと思います。

○梅澤委員 問題意識は高橋さんと私は全く一緒で、それが私が経営コンサルタントとして日ごろ格闘しているテーマの一つでもあります。だけれども、底上げだけで突破できる気はしていないのです。

○高橋（智）委員 そこは両輪だということですね。

○梅澤委員 両方要る。今回は特にトップを作るというところにフォーカスをして議論がしたいと思っていて、だから、お二人みたいな人が今、いるところを捨ててでも行きたいと思えるものを作らない限り、多分これは機能しないのです。

○高橋（智）委員 どうなのですかね。東大を超える。捨ててもいいと思える。

○梅澤委員 だって、そのレベルを実現しなかったらグローバル最高水準にならないではないですか。

○高橋（智）委員 そうですね。もしくは兼業を認めるかです。私が今、東大にいるのも兼業が認められているからです。

○梅澤委員 そういう意味では、当然兼業は認めることになると思えますし、立ち上げる

に当たっては大学の兼業も認めることになると思います。だけれども、それよりも兼業してでも時間を使っていこうと思うか思わないか。それが特に日本人以外のファカルティーの人がそう思うかどうかというハードルを超えなければいけないという話をしています。

○アストリッド・クライン委員 一番信用的であるのは、イノベーションに対してシステムが新しくあるべきなのではないかと思います。だから、完璧に新しく、今までのものではなく。

○梅澤委員 それはアカデミアのシステムとしてイノベティブであるということですね。

○アストリッド・クライン委員 はい。時代が変わっているから、もう大学で学費は高くなってきて、大学から出てうちの事務所に応募して何もできないのです。もう本当に自分の娘も大学に行かせないようにしているのです。というのは、先ほど言ったように、どこか何をやりたいというその企業とかマイスターとか先生にくっついて、そちらで学費を払って1年間でインターンでやってという、それが好きであったら続いているのですけれども、好きでなかったら別のところでまた学費をと。同じくラボで動ければおもしろいと思うのです。私が今、思っているのは、大学の名前よりインディビジュアルのほうが信頼的です。

○田川委員 私もロイヤル・カレッジの教授と話をしていて、スクールの話もしてみたのですが、スクールの設立には時間がかかりすぎるのではないかという話をされました。ファカルティーを作るとなると5年はかかるし、5年かかっているうちにイノベーションのいわゆる下敷きになっている世界観が変わってくるので間に合わない。ですので、ラボのような形で立ち上げて、できるだけそれを常に更新し続けながら組織のパフォーマンスを出していく。

イギリスにおもしろい学校があって、AAスクールというものがあるのですが、これは世界の中でも最高クラスの建築学校なのですが、ここは学位を出さない学校なのです。これは私塾が学校の形態にそのままなってしまったという感じですが、そういうタイプの人の集め方もあります。

今日、皆さんがおっしゃっていることで共通しているのは、ラボで仕事をするたちがペーパーワークに忙殺されず、アウトプットにこだわられる環境がどれぐらい築けるかという点です。その部分も大事なポイントだと思います。

○生駒委員 すごくわかります。スクールというと、そこはつきまとうところがすごく前時代的な感じがあって、私はラボにはそれがつきまわないと思って、海外からすごいトップクリエイターをどういう条件なら呼べるかと考えたときに、私はメディアラボみたいなものが日本にできて、東京にできて、それがまた新しいシステムを持っているのだというので、新しいチャンネルと新しいシステム、イノベーションに関してのシステムがあってネットワークもあるのだということを言うと、興味を持たれると思うのです。

テクノロジーからクラフトマンシップまでコンテンツが日本いっぱいあるでしょうと。その形で、そこに全部リンクできるメディアラボのような場所ができたのだよということ

は、とても興味を引くのではないかと思いました。

○梅澤委員 ありがとうございます。

○高橋（智）委員 一方で、やはり日本のブランドでやりたい気はします。

○田川委員 組織をつくる構成のパターンは幾つかあると思うので、そこはオプションを作って議論すべきだと思います。

○梅澤委員 だから、活動が東京で起こり、そこに日本の企業や日本人もある一定割合絡んでいれば、それは多分、日本のイノベーションのソースになると思う。それをやるべきだと思うのです。

例えば先ほどの田川さんがおっしゃっていたビジネスとテクノロジーとクリエイティブ、これを全部融合できるような人材を作っていくというのは一つの核になりますという話はしようと思っています。

もう一つは、学校にこだわる必要はなくて、特に短期的にはなるべく流動性というか柔軟性のあるラボ方式を中心に考えて、事がどんどん起こっていくものを作りましょうと、このような話をしようと思っています。

注力分野の話は多分、マテリアル、ロボティクス、バイオというのは依然として有力分野だと思うので、これは残した上で、場合によっては伝統工芸みたいなものもここにコンテンツとして入ってくるかもしれない。このような話をしようと思っています。

それから、ポスト・スタディー・ワーク・ビザ、これはしっかり書かなければいけない項目なので、これはセットで検討したいという話です。

あとは政府にお願いをする役割ということで、産業界でのデザイン経営の旗振り、お金、ビザ、この3つを書こうかと思っていますけれども、ここまでのところでよろしいですか。

せっくなので、辻さんと加藤さんにもここまでの議論を受けてアドバイスがあれば、ぜひお願いしたいのです。

○辻文部科学省高等教育局専門教育課課長補佐 私は高等教育局の者で、例えば今、拝見しますと、大学院をイメージされているのかと思ったのです。

○梅澤委員 最終的には大学院をイメージしています。

○辻文部科学省高等教育局専門教育課課長補佐 そこにこだわらず、最初はある程度学問が確立して教育するという流れもあるかと思うので、そういう意味では私としては特に異論はございません。

○梅澤委員 学校にならないのだったら問題ないよということですね。

○辻文部科学省高等教育局専門教育課課長補佐 そういう意味ではなくて、どちらの道でもいいと思います。

○梅澤委員 そうですか。大学、大学院を最終的に、最終的にといっても四、五年でそこまで目指そうと思ったらどういうパスが有効そうですか。

○辻文部科学省高等教育局専門教育課課長補佐 ある程度、母体があるところのほうが、時間的にそんなに長くかからないかと思っています。

○梅澤委員 例えばスーパーグローバルで旗を振っていて、中身を作りつつある大学がありますよねあるではないですか。そういうところを母体にするというのが一番早いですか。

○辻文部科学省高等教育局専門教育課課長補佐 スーパーグローバルでも、今日も議論に出てきました東京芸大もスーパーグローバルに採択されていますね。あとは京都の京都工芸繊維大学も採択されていて、そこではデザインスクールですか。世界に一線級のユニットを誘致して、外国人もそこに一線級の教員に来てもらっているということは聞いています。

○梅澤委員 わかりました。

○世耕内閣官房副長官 今、伺っていて、本当に国の役割をどうしたらいいのだろうかと私はずっと考えていたのですが、まずは呼び水ですね。たとえばラボを作るにしても、デザインと経営とかデザインと社会問題みたいな形でセミナーとか、まず最初にそういうものがあって核を作っていくので、そういうところを政府が少し前面に出てやらせてもらって、そこからラボが立ち上がっていくという形が一番いいのかという気はします。

○梅澤委員 ありがとうございます。

○高橋（智）委員 今、私がいるところは実は何でかわからないのですが、人間支援工学というところなのですが、実際に鈴木康広さんというアーティストだったり、工業デザイナーの人だったりとか、アスリートの人だったり、ごちゃまぜにいろいろな人がいるのです。それは一人の先生の裁量でそういう不思議なことをやっていて、その自由が与えられているけれども、先端研全体としてそれをしているわけではなくて、たまたまそういうイノベティブな先生がいるとそういうことが起きているという状況です。

○梅澤委員 もう一つできたらいいと思うのは、各大学に分散しているトップタレントを国内でも1カ所にかき集める。兼業可で、これはできますか。

○横尾知的財産戦略推進事務局長 それはできるのですか。兼業はできるのですか。

○磯谷知的財産戦略推進事務局長 それはやろうと思えばできます。クロスアポイントとかいろいろな制度で、クロスアポイント制度というものがありますから、両方に身分を置くことができます。

だから、それを科学技術レベルでやったのがWPIというワールドプレミアインターナショナル。要するに、科学技術で外国人の比率も2割などにしたトップレベルの研究所を全国5カ所で展開していて、それは全てクロスアポイントで、MITの方が東大に所属したりなど、そういうことをやっています。日本でもそれはできます。

○梅澤委員 なるほど。ありがとうございます。

○高橋（智）委員 もう一つの先端研のいいところは、論文を読まなければいけない、書かなければいけないというアカデミアの学会という閉鎖的な組織に縛られる必要がなくて、私自身も実はどこの学会にも所属しないで、ふらふらと呼ばれてそこでたまに好きなことを言って帰ってくるだけで、私は学術というものが何かの教育であるとか、あるレベルの先ほどから言っている底上げところに役に立つかもしれないけれども、トップレベルのと



ころにおいてはむしろそういう人たちに煩雑なそういう文書を書くことを強いるものだと思っているので、そこからは解放させる役職もあっていいのかと思います。

○アストリッド・クライン委員 多分、今までリサーチをしたときに、レポートを書かなければ、それでメジャーであった。結果的にそれしかなかったのですけれども、でも、あまりおもしろくないのです。物を作りたいとか、物を残して具体的にみんなが使ってそれで一番成功ですから、それを目指して、今まではそういうリサーチに思ったのは、フルブライトのフェローシップとか、そういうイノベーション・フェローシップを政府からも出したら、1,000人とか、何人かはわからない。それですごく直接にアプライドできるのではないか。そこで選択する。

○高橋（智）委員 その方法の一つが懸賞型の補助金だと思っていて、日本的なもので公募を通して予算を獲得したときがゴールで、あとは適当なものを作って書類にして報告したらおしまいというのではなくて、オープンにして、要するに成功した人が1億円なら1億円なりを全部もらうというような、幾つかあるような、DARPAがやっているようなあのタイプのもののほうが何かしら成果につながりやすいような、イノベーションにつながりやすいような気はします。

○梅澤委員 もう時間が終わっております。全体会議がスタートしますので、一回ここで終了させていただきます。ありがとうございます。