

LETTER FROM COPENHAGEN コペンハーゲン通信 PART VII 1

わが家でも使っている
デンマーク製品の数々



カイ・ボイスンの木製玩具「モンキー」



ルイス・ポールセンのPHランプ



デンマークデザイナーの食器

デンマーク王国 DATA

人口582万人、面積4.3万平方キロ(≒九州)、欧州最古の王室を有する立憲君主国。「世界一幸福度の高い国」「環境・デザイン・福祉先進国」として知られ、アンデルセン童話、食器・家具・知育玩具などのブランドは日本でも有名。

2007年1月より本会事務局職員が在デンマーク日本大使館に出向しています。国際競争力や人々の幸福度で高い評価を受けるデンマークからの現地報告を不定期にお届けします。

小林 功人

在デンマーク日本大使館二等書記官
(経済同友会事務局より出向中)



デザインなしに価値は創造できない

2019年1月、古澤芽衣書記官の後任として着任した小林功人と申します。所属元の住友林業では、住宅事業の法務部門で、リスク管理業務に従事していました。

まさか自分が初めての海外生活をデンマークで過ごすとは夢にも思っていませんでしたが、秩序立った社会、豊かな国民性、爽やかな夏の気候など非常に生活しやすい環境のもと、大使館業務、日常生活共に充実した日々を過ごしております。7月には秋篠宮皇嗣殿下同妃殿下下のフィンランド訪問、10月には即位礼正殿の儀の応援スタッフとして日本に出張に行っておりました。皇室外交の一端を担ったことは、今の立場でしかできない大変貴重な経験でした。

さて、前置きが少し長くなりましたが、これからできる限り定期的に、デンマークについて皆さまに紹介していきたいと思いますので、お付き合いいただけますと幸いです。

第1回は、デンマークのデザイン産業について触れます。家具、照明、食器などの日本でも非常に人気の高いデンマークのプロダクトデザインは、無駄を省き機能的で洗練されており、当地でも「ミニマリスティック」と形容されています。暗くて寒い冬に家の中の暮らしを快適にするために、高品質な製品を開発してきた歴史を経て、今やデンマークにとって競争力のある、欠かせない産業となっています。

一方、プロダクトデザインの発展の歴史の中で、同時にデザイナーの思考法「デザインシンキング」が培われてきました。デザイン思考とは、「ユーザー目線で製品やサービスなどの再デザインを繰り返す考え方」だと説明できると思います。この思考様式は、近年、日本でも徐々に普及してきているようですが、企業における製品・サービス開発、行政の戦略立案にも広く取り入れられている点がデンマークの特徴だと思います。

実際、デンマークの大企業には、Chief Design Officer (CDO)が配置されており、彼ら同士の企業を横断した組織も存在し、CDO間の情報交換も密に行われております。また、CEOもCDOを重視し、定期的に報告を求めているそうです。私がお会いした当地 Danish Design CenterのCEOであるChristian Bason氏は「高付加価値デザインは、自動的に顧客の課題を解決し、市場に価値を創造すると認識されている。技術、製品、戦略も必要であるが、デザインなしに価値は創造できない」とまで発言していました。

「ユーザー目線」というキーワードは、日本のどの企業でも頻りに議論の前提になっているとは思いますが、この目線によって、徹底的に「再デザインを繰り返す」ことで、人々が心地よく過ごせる「人間中心の」社会を作っていくという意味で、デンマークは世界で最も幸せな国のうちの一つにランキングされるに至ったのかもしれない。