

デザイナーに  
仕事を依頼する  
前に読む、

# デザインと デザイナーの 説明書

無料版

DESIGN AND DESIGNER'S MANUAL  
BY TATSUYA MARUKAWA / WIPE

FREE VERSION

v1

W | P E

壁にかかっている絵画がアートで、  
それを壁に掛ける事が、デザインです。

丸川竜也

デザイナー／WIPE代表

## デザインってなに？

デザインとは何でしょうか。デザイナーとはどういう人達でしょうか。デザイナーではない人から見ると、少し特殊で、わかりにくい世界なのかも知れません。デザイナーの仕事は、「見た目をかっこよくすること」と答える人がたくさんいます。つまり、「装飾」が主な仕事だというイメージが根付いているようです。確かに、見た目をよくすることも大切な仕事ではありますが、それはデザイナーの仕事のほんの一部分に過ぎません。装飾は氷山の一角で、でも、その一角しか人の目にふれないので、そんな風に思われる人が多いのだと思います。

デザインは、「デザイン」という何か固有のモノを指しているわけではありません。辞書で調べてみると、「設計・図案・意匠」などと書かれていることが多いですが、かといって、それだけのことをデザインと呼ぶわけでもありません。日本語に訳すにはとても難しい言葉ですが、デザインと無関係な人も場所も存在しない、ということだけは、確かな事実です。

デザインとは、何らかの問題や課題を解決するために行う方法であると同時に、その結果のことです。例えば私たちは、雨が降ったら傘をさします。傘が生まれた理由は、「日差しから身を守る」ことや、「雨に濡れてしまう」という問題を解決するためです。これを、「発明」と呼ぶか、「開発」と呼ぶかは人それぞれですが、雨に濡れるという問題を解決しようと傘

を作ったこの行為自体は、「デザイン」と捉えることができます。つまり、「雨に濡れる(問題)」→「傘をつくる(モノ)」→「雨に濡れない(コト)」となり、さらに、「傘を持つ手が疲れる」などの新たな問題が生まれ、それを解決するために様々な工夫を繰り返し行う。この、「傘」というモノ(手段)も、「雨に濡れない」というコト(目的)も、その全てを統括(手段+目的)して、デザインと呼びます。

デザインには、「デザインされたもの」と「デザインされていないもの」という区別はなく、「良い(正しい)デザイン」と「そうでないデザイン」という考え方によって区別されます。つまり、良く(正しく)ても悪くても、それ自体はすべてデザインである、とご理解ください。例えば、あなたが知人に、自宅の場所を教える(目的)ために、最寄り駅から自宅までの地図を手描き(手段)したとします。上手でも下手でも、それ自体はどちらもデザインです。ただし、知人が迷うことなく自宅にたどり着けた場合は、良い(正しい)デザインとなり、こんな地図じゃわからないよ、と文句を言われてしまったら、それはダメなデザインだったとなります。

よく、高級ブランドの服や時計ならわかるけど、まさかスーパーのチラシや食料品は「デザイン」じゃないだろう、と言われることがありますが、それは間違いです。どちらも、れっきとしたデザインであり、目的や使命が異なるに過ぎません。例えば、デザイナーズ・マンションという言葉聞いたことがあると思いますが、この言葉の使い方は間違っています。「デザイナーズ=カッコいい」というイメージを連想させようと考えられた

言葉なのだと思いますが、マンションに限らず、どれもがすでに「デザイン」であって、これもまた、目的や使命によって、見た目や仕様が異なるに過ぎないのです。デザイナーズ・マンションだけが、「デザインしたもの」ではなく、「デザイナーがデザインしたもの＝かっこいいもの」ではありません。正しいデザインが施されたものが結果として、「かっこよく」なります。かっこつけようとすればするほど、余計にかっこわるくなってしまうのは、デザインの理解や捉え方や方法が間違っているからです。

私たちはみんな、「デザイン」に囲まれて生活をしています。あなたの身の回りにあるもの、日常的に目にするもの、手に触れるもの、味わうもの、その全部が、誰かの「デザイン」という仕事によって生まれてきたものです。人や車が行き交う道路も、橋も、信号も、標識も、ビルも、そして、あなたが生活の中で行っている様々な工夫、例えば、料理をどう盛りつけるか、調理器具をどこにどうやってしまうか、どの道順で行くのが最も効率的か、請求書や領収証をどう分類し保管しておくか、分数の計算の仕方を息子にどう教えるか、濡れた傘をどこに立てておくか、スーツケースに荷物をどう詰めるか、社内の連絡をスムーズに行うにはどうすればいいか、カラスにゴミを荒らされないようにするにはどうすればいいか、体重を3キロ落とすにはどうすればいいか、5つ星のレストランも、看板は色あせているけどすごく美味しい焼き鳥屋も、その全てが、「デザイン」です。

デザインは、作る人と使う人の両方によって成立しています。デザインの仕事には常に「相手」がいて、より使いやすく、より心地よく、より安全

なものを生み出すことが、プロのデザイナーに求められる仕事(使命)です。デザインはよくアート(芸術)と比較されることがありますが、基本的にアートは、「相手」ではなく「自己の表現」であり、デザインと違って、代替案を持ちません。ただ、似て非なるものですが、遠い存在というわけでもなく、アートが生まれ、それが世に出るためには、必ず「デザインの道」を通ることになります。絵画を収めるフレームはどれがいいか、アート作品をどこにどうやって展示するか、個展に人を集めてくるにはどうすればいいか。デザインは道であり、方法であり、行為であり、表現です。

さらにデザインは、目に見えるものだけに留まりません。私たちは、空気や風の存在を知っています。目には見えなくても、そこにあることに疑いを持ちません。目には見えなくても、それらを上手く利用することで様々な問題を解決してきました。これも、デザインの正しい活用法です。

デザインは決して遠い存在というわけではなく、私たちの暮らしのすぐそばにあります。ただ、自社の商品をもっと売れるようにしたいとか、好印象を得られる名刺を作りたいとか、何らかの目的を持った特別なデザインを行う場合、例えば、どんな人でも決して迷うことのない、見た目にも機能的にも優れた地図を作るには、やはりプロの存在が必要です。

では、あなたがこれから仕事を依頼しようとしているプロのデザイナーとはどのような人達なののでしょうか。どんな役目があり、どんな仕事をしているのか、これもまた、一般的にはあまり知られていません。

## デザイナーの仕事って？

「デザイナー」とひとくちに言っても、仕事の内容や職種は様々です。グラフィック・デザイナーやファッション・デザイナー、ホームページをつくるデザイナーや、車をデザインするカー・デザイナーなど、その数は、新たな職業やサービスの登場と共に、年々増え続けています。

前述のとおり、デザイナーの仕事は装飾だけではないと説明してきましたが、では、デザイナーの仕事のメインは何でしょうか。もちろん、デザインするものの種類によって違いはありますが、共通していることのひとつは、「何らかの問題や課題を解決している」ということです。歯ブラシをデザインするデザイナーも、カー・デザイナーも、常に何らかの問題や課題に取り組んでいます。売り上げが落ちた、商品が売れない、知名度を上げたい、情報を発信したい、新たな商品やサービスが必要だ、人手が足りない、性能をアップさせたい、世界とつながりたい、など、デザイナーは日々、世の中で起きる多種多様な問題や課題と向き合っています。

さらに、今はまだ誰も認識していない隠れた問題や課題を見つけ出し、それを世に問うことも、デザイナーに課せられた役目だと言えます。例えば、「スマホ」がはじめて世に出た時、多くの人が、「今の携帯電話に不満はない。そんな大きな四角いかたまりなんて、恥ずかしくて使えない」と、前評判は決して良くありませんでした。でも、いざ発売され、それを実際

に使ってみた時に、自分が、これまでの携帯電話に不満を持っていたことや、そこに、改善すべき、または、進化させるべき問題や課題があったことに、はじめて気がつきます。これを、「問題提起(もんだいていき)」と呼び、デザイナーにとっては、問題を解決することだけではなく、新たな「問い」を生み出すことも、大切な役割となっています。

ところで、デザイナーの仕事はよく、医者の仕事に似ていると言われます。医者は、患者さんの症状を確認し、何が原因なのか、どうすれば治療できるかを正しく見極めないといけません。デザイナーも、依頼された案件にはどんな問題点があり、それをどう解決することが必要なのかを、正しく見極められる能力が求められます。表面だけを見ていては問題の本質を見つけることはできません。ただの風邪だと思っていたものが、実は裏では別の重大な病気が進行していたりすることもあります。そのため、依頼者と徹底的に話し合ったり、現場を見させていただいたりすることが欠かせません。それが名刺のデザインであっても、ロゴのデザインであっても、車のデザインであっても、家やお店のデザインであっても、規模や目的や予算などが違うことで変わってくることはありますが、必要とされることや、問題を解決するという「使命」そのものは同じです。

デザイナーがデザイナーであるために、最も求められる要素は、「人と違う視点を持っている」ということ。その視点のことを、「デザインの視点」と呼びます。どんな問題にも必ず解決できるアイデアがあります。それまでと同じような視点で見えていたら気づけなかったことも、視点を変え、



方法を変えることで見つかることがあります。デザイナーの頭の中はどんなになっているのか、と思うほど、斬新で面白いアイデアを思いつくことができるのは、このデザインの視点、さらには、「デザイン思考」と呼ばれる、独特なモノの考え方があればこそ。そんな、デザインとデザイナーの力を、有効に使わない手はありません。

よく誤解されることは、デザイナーはみんな一緒だろうと思われること。例えば、医者も、料理人も、弁護士も、スポーツ選手も、学校の先生だって、みんなそれぞれ、得意なことと不得意なことがあります。デザイン業界には、万能型のデザイナーもいますが、やはり、それぞれに色があり、得意なジャンルや経験が豊富な分野が異なります。そのため、自分の依頼に合うデザイナーとの出会いが、問題を解決し、案件を成功に導くための欠くことの出来ない条件となります。デザイナー側のペースで淡々と進めようとせず、あなたの話をしっかりと聞いてくれるかどうかなど、案件に真摯に取り組む姿勢があるかどうかで、依頼の可否を判断しましょう。

お勧めしたいのは、最初に予算をきちんと伝えることです。そもそも、デザイン制作の一般的な相場(定価)というものはあまりなく、料金の付け方もデザイナーによって様々です。中には、他社が設定した料金などを参考に決めている、というデザイナーもいたりして、それがなぜその料金なのかの根拠が曖昧な場合があります。予算を伝えることのメリットのひとつは、デザイナーのやる気を引き出せることです。デザインというものは例外なく、何かしらの制約があり、その中で最適な結果を生み出す

のがデザイナーの仕事です。予算、期間、材料、人材、立地、法律、目的など、そういった制約を踏まえたうえで、依頼者の想像を少しでも超えたものを作り出すことこそが、デザイナーの醍醐味とも言えます。予算を伝えるということは、はっきりと制約を伝えることであり、制約というハードルを示された瞬間に、それを超えようとする本能的なやる気がわいてきます。もちろん、だまされて多めに取られるのではないか、などの不安もあるでしょう。許しがたい話ですが、確かにそういうデザイナーもいることは否めません。ですが、ほとんどのデザイナーはそうではないはずなので、安心して、まずは自分の予算をはっきりと伝えることをお勧めします。予算の決め方は、いくらまでなら出せるとか、これぐらいでやってもらえたら嬉しいという金額をもとに決めて、それを堂々と伝えましょう。その金額では出来ません、と即答してくるデザイナーもいますが、何とか方法を考えてみましょうと言ってくれるデザイナーもいて、その場合は予算より安くなる可能性もあります。

見積書などの中に、「ディレクション費」などの、聞き慣れない項目がある場合がありますが、これは何でしょうか？ 実は、案件を問題なく、スムーズに進めるために、そして、より良い結果を生み出すために、これらがものすごく重要な役割を果たしていることは、一般的にはあまり知られていません。例えば、材料や印刷などの実費にお金を払うことはわかるけど、打ち合わせをしたり、市場調査をしたり、サンプル品を作ったり、作業チームのスケジュールを管理したり、そして最も大切な、「デザインを考える」ということにお金を払うことがいまいち理解できない、という人も

いますが、ディレクション費などはまさに、これらの表にはあまり見えないことのない裏方的な作業にかかる費用のことであり、案件における大黒柱的な存在のことであります。通常、家を建てる際にも「設計料」がかかります。建築資材や作業員達の労働に対してお金を払うことはわかるけど、設計料がこんなにかかるのは納得できない、と依頼者に言われて困ったという建築関係の方も多いと聞きます。ですが、家がちゃんと建つのも、工事や施工を安全かつスムーズに進めることができるのも、全ては優れた設計や管理があってこそ。設計がいい加減だったり、現場の進行や管理がずさんだったりしたら、家はまともに建ちません。

デザインも同じです。案件の進行や管理がずさんだったり、出されたアイデアが陳腐なものであったりしたら、良い結果は出ません。より良い結果を生むためには、センスや技術だけでなく、これまで蓄積してきた知と技をフルに活用して生み出される「アイデアの精度」にかかっています。デザイナーの最大の商品は、「アイデア」だと言っても過言ではないでしょう。それほど、ディレクション作業や、アイデアを考える作業は重要なのだということをご理解ください。昔から、「段取り八分・仕事二分」という言い方をしますが、デザインにおいても、優れたディレクションやアイデアが案件における仕事量のほとんどを占めていますので、相応の費用になることも致し方ないことだをご理解いただければと思います。ただもちろん、あまりにも高額だと感じたら、遠慮や躊躇をせずに、直接、デザイン会社やデザイナーに聞いてみましょう。また、デザイン料金の支払いには、最初に半分、納品後に半分など、複数にわけて支払う方法や、

ロイヤリティー(売上の一定割合を毎月支払う)で支払う方法などがあります。あとで問題にならないように、事前によく話し合っ決めてみましょう。出来れば、取り決めを定めた契約書等があれば安心です。さらに、制作物に使用されている写真やイラスト、動画や図形などが、他の著作権を侵害していないかを、デザイン会社、またはデザイナーに必ず確認してください。最悪の場合、依頼主であるあなたが、損害を賠償しなければならないケースもありますので、特に注意が必要です。

デザインはあらゆる所に存在していて、私たちは日々その中で暮らしています。それらは全て、どこかのデザイナー(または、デザイナーという職種ではないけれど結果的にデザインを担当した人)がデザインしたものであり、何十という工程を経て、あなたが店頭などで目にする、パッケージなどの最終的な見た目のデザインへとつながっていました。そして出来ることなら、見た目などを決める最終段階になってはじめてデザイナーを呼ぶのではなく、より良い結果を生み出すためには、企画を立ち上げる最初の段階からデザイナーに参加してもらいたいと思います。そのほうが断然良い結果を生み出しやすくなります。なぜならデザインは、問題や課題を解決するための最も有効な方法のひとつであり、問題解決においてのプロであるデザイナーは、あなたの心強い味方だからです。

デザイナーの発想はどこから来るのですか?とよく聞かれます。中には、天からアイデアが降ってくるかのように誤解される方がいますが、そんなことはあり得ません。しいて言うなら、「ピン!」と来ることはあり

ます。様々な経験の上で蓄積してきた膨大な情報の中から、まさかの組み合わせを発見することは、デザイナーにとっての最上の喜びです。アイデアとは、すでに存在している何かと何かの組み合わせ。その落差が大きいほど、生まれるインパクトも大きくなります。まるで、落語の謎かけ遊びのようですが、「ピン！」と来るその瞬間のために、常日頃から様々なものを見て、聞いて、味わって、日常の小さな違和感も見逃さぬように、空気の流れや変化に常に心を解放しておく。そうした経験値を無限に積み上げていくことが、デザイナーという「生き方」なのです。

最後に、あなたの目の前にいるデザイナーが、あなたにとっての最良なデザイナーかどうかを見極めるために、「あなたはどのようにして、デザイナーになろうと思ったのですか？」と聞いてみてください。その答えを聞いて、あなたが「ピン！」と来たなら、迷うことはありません。

最良なデザイナーとの出会いがありますように。そして「デザイン」が、未来への扉を開いてくれる、最高の友であることを願っています。

丸川竜也

---

● お気づきの点などがございましたら下記へご連絡ください

W | P E

デザインオフィス・ワイブ

三重県津市中央6-2 [TEL] 059-253-7845 [MAIL] info@wipe.jp [WEB] http://wipe.jp