

地方創生に活かす「デザイン・シンキング」と エッジ・イノベーション

石本 和治

太成学院大学人間学部 企業論 講師

大阪デザインセンター 理事

大阪デザインセンターで「デザイン・シンキング（思考）」のセミナーやフランスのデザイナーの皆さんとの交流セミナー・ファシリテーターを務めてすでに4年が過ぎました。残念なことにメゾン・エ・オブジェなど毎年4～5回海外視察を行っていたのがコロナの影響で全く動けなくなってしまいました。デザインセンターが60周年を迎えせっかくの機会なのでコロナ禍で日本の企業が遅れているといわれているデジタルをどのように社会・経済に活かし、世界の先進国にキャッチアップし再び「ジャパン・アズ・No.1」を取り戻せばいいのか、地方創生面からこの場を借りて少し考えてみたいと思います。

最近SDGsやESGなどの言葉をよく聞きますが、どこまで企業の皆さんが意識して取り組んでいるのでしょうか。そうした社会生活に重要な項目を他人事とせずどこまで自らのものとして感じ、ビジネスに取り込んでいるか、そうした意識が問われている時代、そうした解決にデジタルはどのように役立つのでしょうか。

スーパーシティとかスマートシティという言葉もまた、新聞紙上などをにぎわしてきています。海外の「IT先進国」ではすでにITを活かしたスマートシティが誕生していますが、そう言われて今読者の皆さんはどの国のどの都市を想像されたのでしょうか。

コロナの影響が始まる前に中国やアメリカをたまたま視察に訪れ、アマゾン・エフェクトの実際とBATH『アリババやテンセント（騰訊控股）、ファーウェイ（華為技術）等』と言われる中国企業の現状を見て回りました。

アメリカのCES展示会で有名なラスベガスから周辺の6つの州を見て回った際の郊外ショッピングセンターの荒廃ぶり、頑張るウォルマートの店舗、小生が日本のある企業に入社した頃シアーズ・ローバックは世界的にも有名な店舗でしたが、落書きだらけの無残な姿に、またその近くではトイザらスも同様な姿で看板が無残にも風雨にさらされている状態でした。都会ではあこがれていたニーマンマーカスの店舗も閉められており、あまりの激変ぶりに呆然と立ちすくんでしまいました。

翻って天津から北京など中国のBATHの動きを目で確認しようと中国人の友人と見て回りましたが、IT技術の実際の生活への活用とその進み具合は否応でも日本の遅れを感じずにはいられませんでした。アリババグループのスーパー「盒馬鮮生（フォーマー・フレッシュ）」などのラスト・ワンマイル競争はアメリカ並みというよりそれ以上、さらには深圳の新空港、深圳はファーウェイ（華為技術）、テンセント（騰訊控股）などの本社があり、アリババグループの杭州とスマートシティ競争の先端を走っている感じでただ驚くばかりでした。

5Gの活用がやっと日本でも注目され始めましたが、身近な例ではゲームセンターをはじめ実際の利用が始まっており、日本のゲームセンターとは全く異なるゲーム機器構成に唖然としました。それらの印象や内容にここでは細かく触れませんが、コロナ禍でそうした先進事例を実際に見ることのできない現在、ますます日本が遅れていくのではと危惧してしまいます。どうすれば追いつき、追い越すことができるのでしょうか。というよりもなぜ中国などでITを活用

した「リープフロッグ現象」が起こったのでしょうか。

日本は過去に「ジャパン・アズ・No.1」と言われたアナログ資産の充実した時期があり、その資産を継続してメンテナンスしてきました。そこにイノベーションは起こらず、いつの間にか失われた30年が経ちました。

年寄りのボヤキで終わらせたくなくて、地方創生へのアイデアをいろいろな場所で披露していますが、東北地方や九州地方の災害・復興のため企業支援を行うたびに感じたのは、現状は昔への回帰、再生でありそこに時代を先取りした新しきや、地域の特徴を生かした独自の復興支援の姿が見られなかったこと、感じられなかったことです。

企業の商品開発や販路開拓の支援を続けていますが、ハード面の復興を見るたびになぜもっと将来を見越した地域に合った復興を目指さなかったのか疑問に思っています。

海外視察で見たスーパーシティをすぐに作れとは思っていません。地方の活性化は経済を回すことであり、そのために何をすればよいかを考えることです。小生は自動運転ロボットの自動運搬車のプラットフォームづくりと活用を提案しています。これからの人口減少社会、高齢社会の中で人力に頼ることは考えられません。というよりも考えずにITやロボットの力をいかに活用するかを考える必要があります。そのためまずは地方の活性化をそうしたITや無人ロボットを自由自在に動かすことで、過疎化が進む中山間地や人里離れた住民の皆さんの「今」を活かすことです。そしてコロナ禍で分かってきたワーケーションの実現の可能性です。移住しても生活や人の動きが不便では活性化につながりません。

地方でせっかく作った農作物や果物、鮮魚や加工品、少量でもそれなりの量でも必要な時に必要な人に、無人で運び、人の移動も自由にできるような自動運搬車の活用こそ、地方の活性化につながるのではないのでしょうか。都会からスーパーシティのイノベーションを起こすのではなく、地方から「リバーズ・イノベーション」または「エッジ・イノベーション」を起こすことでそれを都会に活かしていくことこそ、日本経済の活性化への早道だと思います。

デザイン・シンキングは事業戦略の推進やイノベーションにつながるツールのはずでした。日本では残念ながら、活かしきれなかったのが現状です。フランスのデザイナーのアトリエなどを訪問すると、そこには3Dプリンターがあり、会議の場には発想法などに関係したキーワードチップが並べられ、まさに「デザイン・シンキング」の実践が行われていると感じました。それは自然にデザインの世界に、当たり前のように活かされていました。

これからの日本が世界にキャッチアップし再び模範となるような経済・社会を構築していくために、コロナで動けない今こそTV会議などを通じて、これからの日本を本音で語り合い、6Gなどを活かした未来の社会をどのように進めて行けばよいのか、真剣に討議し個々の役割を明確にしなが、時代を先取りし、経済的にも社会的にも、そして精神的にも豊かな社会のデザインを作り上げてほしいものです。

デザインセンターの60周年を祝い、同時に皆様の健康とご発展を祈念しながら、コロナを克服した日本の明るい未来を、皆さんと共に夢見ていきたいと思ひます。

