

## 第1回デザイン支援事業のまとめ

以上が、第1回デザイン支援事業に関する報告書である。日本セルフセンターとして初めての会員施設に対するソフト支援という取り組みであったため、その趣旨や目的を理解してもらえないという矛盾を抱えながらの事業遂行となってしまった。

結果として4施設中、成果物であるデザイン制作に進めたのは2施設であり、しかもそのうちの1施設は提案のほんの一部を実施したに過ぎない。つまり今回のデザイン支援事業で完全な形でサポートできた施設は1施設に終わってしまったわけである。これは募集や選考の段階から、会員施設に対して今回の事業内容や目的、参加するための条件をきちんと明示できなかった運営上の問題も多々あると考えている。途中でサポート活動を中止せざるを得なかった施設のみならずには、この場を借りてお詫び申し上げたいと思う。

もちろん施設側に、問題が存在していたのも事実である。「デザイン支援事業」と聞いて、単に製品のパッケージデザイン等を「無料で」サポートしてくれる事業だと勘違いしてしまった関係者が多かったのではないだろうか？

しかし今回日本セルフセンターとして実施したかったのは、単なる施設経費の補助としてのデザイン支援活動では決してない。綺麗な包装紙やオシャレなパッケージを作るだけなら、施設の周りの印刷会社や知り合いのデザイナーに依頼すればいいことである。私たちが目指していたのは、そういうレベルの活動ではなくて、デザインを施設経営の中心に据えるという新しい時代に対応した情報発信のあり方なのである。

「工賃倍増計画」を実現するための経営戦略の一つとして、デザインというソフト分野に目を向けた経営者が福祉事業家の中においても現われることを期待したいと思う。当然のことながら、福祉施設は単にお金儲けをすれば良いわけではない。製品やサービスの販売時において、ユーザーに対して自分たちの存在価値を知らしめる義務があるはずだ。そのような情報発信手法として、ぜひともデザインを有効に活用してほしい。それが本事業の本来の狙いだったのである。

結果的に、本来の意味で今回の支援事業の趣旨を理解し、全ての提案を受け

入れてデザイン成果物の作成に進んだのは、社会福祉法人みかわ・花の木苑（愛知県）のみである。幸いなことにこの施設で実現したデザイン事例は、私たちの意図が凝縮された典型的な見本となった。

詳細については花の木苑の調査報告書並びにデザイン提案、最終デザイン案に記載しているのでここでは重複を避けるが、あえてここで特記しておきたいのは「施設をアピールするための魅力的なデザイン素材は、施設内部にこそ存在している」という事実である。

デザイン作業というと、単に製品のうわべだけを綺麗にするだけの装飾と誤解している人が多い。しかし本来の「デザイン」とは、そんな薄っぺらな作業ではない。とくに施設で作られる製品デザインを考えることは、施設で働く人たちの共通の目的をイメージ化することでもある。このことの実践的な事例として、花の木苑のデザイン案を他施設でもぜひ参考にさせていただきたいと思う。

利用者たちの作品をビジュアルコンセプトにした今回のデザインは、花の木苑の職員たちの意識を変えるきっかけになるはずである。これまで同施設では理事長と施設長しか施設の名刺を持たず、職員からもそのことに対する要望は聞かれなかった。しかし今回の名刺デザインを見た職員たちから「こんな名刺なら、私もほしい」という希望が続出。その意見を採用し、施設長はこれを期に全員の名刺を作成することにしたのだという。

これこそが、デザインの持つ力である。今後、花の木苑の職員たちは利用者たちの作品を前面に出した名刺を配ることで、施設の営業マンとしての自覚に目覚めていくことだろう。デザインイメージは製品ともリンクしているため、名刺を配布することがすなわち製品を宣伝することにもつながっているのである。花の木苑におけるデザイン戦略はまだ始まったばかりだが、ぜひ今後の展開や職員たちの意識の変化を見守っていきたいと思う。花の木苑のような事例が日本中に広がっていくことで、福祉施設におけるデザイン戦略のあり方が少しずつ変わっていくのではないだろうか。

第一回デザイン支援事業実行委員会

## 【第1回デザイン支援活動スタッフ】

対象施設選定：日本セルフセンター総務広報委員会

現地調査及びデザインプランニング：Kプランニング

グラフィックデザイン：モアデザインコーポレーション

企業診断士による効果分析：セブンシーコンサルティング