



ホンダの「シ

ビック」のデザ

インを担当し

た、日本の自動

ことを大学で活かす」（実業之日本社）

に上梓されている。

その第一章は「学生は『商品』である。」

だった。（26p）抜粋する。

現状分析の一環として、先生たちにヒ

アリングした。

「私たちのお客さ

んは誰ですか？」

そう問いかけてみ

ると、「学生こそが、大学にとつてのお

客さま」という答えが大半だった。これ

には素直に納得できないところがある。

自分は周りの先生たちとだいぶ見方が違

っているな、と早くも感じた。

「では、私たちにとつて商品とは何で

ご縁で邂逅すること

ができた。箸ピー競

技の箱は、岩倉信弥

氏のデザインなのである。

岩倉信弥氏はホンダを退職されてか

ら、多摩美術大学教授・生産デザイン学

科プロダクトデザイン科長に招聘され

た。十年間の科の改革が「教育現場のデ

ザインマネジメント——ホンダで学んだ

すか。」

そう質問すると、「カリキュラムなどの教育内容、そのための施設や設備が充実していることが商品です。」という返事が多かった。これにも納得しかねる。

私は先生たちを集めた場で、改めて自分の意見を述べた。

「大学にとってのお客さんは、卒業生たちを就職させてくれる企業や社会。これが第一。次に多摩美へ学生たちを送り出してくれる高校や予備校もお客さんと呼んでいいでしょう。」

先生たちは、まるで意味不明な話を聞かせられている、といった表情であった。おそらく頭の中には「それならば、学生

は何なんだ」という反論が浮かんできたろう。私はそこでもっとも伝えたい考えを述べた。

「大学にとって、商品は学生たちです。」

新年度が始まって、幼稚園の『商品』について、職員に話した。『商品』はもちろん子どもである。立派な子どもに育てることこそ私たちの使命であり、あの幼稚園へ入園させると子どもを立派にして、子どもを社会や保護者は知って、子どもたちを送ってくれるのだ。もちろんその基礎に『安全』があることは言うまでもない。だから幼稚園のお客さまは、幼稚園を選び子どもたちを送ってくれる

保護者の皆さんだ。

愛育園にとつても『商品』は子どもたちである。子どもたちを立派な人にする。ことこそ我々職員の使命である。では愛育園のお客さんは誰か。

私は、岩倉氏の考えに共感するが、お客さまについては異論を持つ。私は「お客さま」その「商品」のためにお金を出して「商品」を買う。同じように、幼稚園の保護者もお金を出して、円福幼稚園に子どもを入園させてくれる。在園する子ども達の姿や職員の姿勢や、園舎、園庭等の設備をみて、三年後の我が子の姿に期待して。

愛育園のお客さまはどなただろう。ず

っと考えていた。「お金を出してくれる人」をキーワードとして、愛育園のお客さまは誰かと職員に問うた。すると、青谷副園長が即座に「社会」と答えた。愛育園は税金で運営している。社会の人びとのお金だ。だから「商品」は「立派に育った子ども」を見た「社会」の評価こそ、円福寺愛育園が生き延びる道と、私は改めて自覚した。『おもいやり』も『園福』も『ホームページ』も社会の人に愛育園の子どもたちを知ってもらうためである。