

まえがき

本書の目的は、「社会」をデザインするための、基本的な理論を提示することである。京都大学デザインスクールは「社会システムやアーキテクチャのデザイン」を中心に置いている。つまり「社会」をデザインの対象として掲げている。しかし、社会とは何かについては、人によってイメージも定義も異なり、社会をデザインするための理論も今のところ存在しない。特に、社会なんてデザインできない、デザインできるというのは全体主義だというような批判も聞かれかねない。これは、社会のデザインを語るための理論基盤がないためである。本書は、この領域に初めて何らかの道筋を提示することを目指している。

本書のタイトルは『組織・コミュニティデザイン』であるが、これはもともと組織とコミュニティという二つの水準の社会形成体をデザインすることを議論する授業を合併し一つの授業「組織・コミュニティデザイン論」として提供していることに由来している。組織デザインは組織論の中でも伝統的に議論の多いテーマであるし、コミュニティデザインは近年注目を集めようになっている。その意味で授業にはわかりやすい名前をつけたという背景がある。本書はこの授業で議論している内容をまとめたものである。

しかしながら、組織デザインやコミュニティデザインというある程度議論されてきた内容に限定されず、最初からこの授業の目的は「社会」をデ

ザインの対象とすることを意識していた。「社会」のデザインを掲げるデザインスクールにおいて、社会学や経営学などの社会科学を専門にしている教員としては、このテーマを教えることは必須であるように思われた。そのため授業でも、組織デザインやコミュニティデザインという名前で一般的に議論されていることは最初に少し説明するだけで、基本的には社会とは何か、どのように考えるべきかなどを、社会科学の基礎理論を交えて教えることにした。

そのため本書は組織デザインやコミュニティデザインとして一般的な内容を知りたいという読者を対象としていない。授業の構成と同じように、伝統的な組織デザインやコミュニティデザインは、最初の前置き程度にしか触れていない。その後は社会科学の基礎的な理論をレビューする形になっている。とは言うものの、著者らはすべての理論をカバーする意図ではなく、社会のデザインに関する著者らなりの考え方に基づいて、重要な理論を紹介している。また、本書は組織やコミュニティをデザインするための実践的な指南書でもない。本書で議論するデザインは、こうすれば成功するというような説明を受けつけるものではない。しかし、デザインとは何か、デザインの対象は何かについての基本的な考え方を理解することで、デザインの実践が充実することは間違いないだろう。

本書は、デザイン学を學問として学ぼうという人々を対象にしている。もちろんデザイン学という學問は未だ明確な形では確立していないため、本書も試行錯誤を経て何とか形にしたものである。新しい學問のための教科書であり、内容は學術的な側面が強く、むしろ研究書の様相を帶びている。しかし同時に、デザインを実践している人々にも知ってもらいたい内容を盛り込んでいる。本書の基本的な主張は、すべてのデザインは最初から「社会のデザイン」であり、本書はすべてのデザイナーの仕事に関わるものであるということである。むしろそれこそが、「社会のデザイン」を掲げ、デザイン学を新しい學問として打ち立てる意味と言えるだろう。

本書の内容は、文部科学省の推進する「博士課程教育リーディングプログラム」において、平成24年度に採択された「京都大学デザイン学大学院連携プログラム」の共通科目「組織・コミュニケーションデザイン論」を通して学生と一緒に議論して作り上げてきたものです。本研究はJSPS科研費JP17K03875, JP15KK0086, JP26870307, JP25240050, JP19560535, JP11610114, JP15K17144の助成を受けたものです。また、本研究は京都大学SPIRITS 2015により助成を受けたものです。第Ⅲ部第7-9章は、トヨタ財団1999（平成11）年度研究助成（1999-2001年）を受けて実施した研究に基づいています。第VI部第11章は、本研究は（独）科学技術振興機構戦略的創造研究推進事業（社会技術研究開発）による研究成果の一部です。

2017年9月

著者