補足資料:配布ポスターについて

はじめに

2016年度のファブ地球社会コンソーシア ムの活動成果の一つとして、3D プリンタを 取り巻くビジネスの状況をまとめた 「ECOSYSTEM OF 3D BUSINESS」と、ファブ 人材のあり方をまとめた「FAB 3D ROAD」を 作成しました。作成のねらい、位置付けに ついて補足します。

ECOSYSTEM OF 3D BUSINESS

ECOSYSTEM OF 3D BUSINESS では「メーカー」と「メイカー」という二つのキーワードを中心に、どのようなビジネスがこれらを構成しているか、あるいは派生するかを、ファブ地球社会コンソーシアム 3D 人材育成ワーキンググループの主要な参加企業とファブ 3D コンテンストのスポンサーを軸にプロットしています。

キーワードとなっているメーカーとメイカーの語は異なる意味を持っている語です。例えば、Wikipediaの「メイカーズムーブメント」の項では『メイカームーブメントに参加する個人を「メイカー」と呼び、日本語で家電製造業者を指す「メーカー」とは区別される。』と述べられています[1]。(英語では後者は通常 Manufacturer と呼ばれます。)

メイカームーブメント (Maker Movement) を、クリス・アンダーソンはその著書

「MAKERS」において、『伝統工芸から、ハイテク電子機器まで、さまざなものづくり活動が含まれるが、大半は昔から存在しているものだ』とし、その特徴を三つにまとめています[2]。

- 1. デスクトップのデジタル工作機械を 使って、モノをデザインし、試作する こと (デジタル DIY)。
- 2. それらのデザインをオンラインのコ ミュニティで当たり前に共有し、仲間 と協力すること。
- 3. デザインファイルが標準化されたこと。おかげでだれでも自分のデザインを製造業者に送り、欲しい数だけ作ってもらうことができる。また自分でも、家庭用のツールで手軽に製造できる。これが、発案から企業への道のりを劇的に縮めた。まさに、ソフトウェア、情報、コンテンツの分野でウェブが果たしたのと同じことがここで起きている。

ここで、「メーカー」と「メイカー」は対立する存在ではないことにも留意が必要でしょう。例えば、2015年に開催された『MakerCon Tokyo 2015 - 「メーカーがつくるメイカースペースとメイカーコミュニティのいい関係」』のセッション内容の説明

冒頭においてはモノづくり領域での『新しい挑戦』のためには、『両方の顔を持つ人々が混ざり合っていっしょにつくりながら進めていくことが重要』と指摘されいます[3]。 2016年度はこの「混ざり合」いが、「代理店」や「メディア」に媒介され、また、「データ」や「材料」などのインフラ、「オープンイノベーション」の社会的な潮流を受け

て、加速していった年でした。

FAB 3D ROAD

FAB 3D ROAD はファブを担う人材のあり方とファブ技術の適用領域をまとめたものです。それぞれの段階において必要とされるであろう技術、社会的な位置付け、段階を登っていく際の難しさなどをまとめています。

ポスターでは、ファブ人材のあり方を「ビギナー」、「ホビースト」、「クリエイター」、「デベロッパー」、「パイオニア」5つの段階で捉えています。この5つの段階に沿った成長を求めるものではなく、ファブ人材がスキルアップを考えたときに、何を学べばよいのか、できるようにならなければな

らないことは何かを自覚するための手がか りとなるべく制作しています。

また、ファブの適用領域は「教育」、「趣味」、「意匠」、「工業」、「特殊」の5つのキーワードで捉えています。ファブ人材が実現したいこととそのために必要な技術を考える際の手がかりになることを期待しています。

今後の展開

今回制作したポスターは、2016年の時点での暫定版となるものです。今後もコンソーシアムでの議論を元に継続的にアップデートをしていく予定です。

参考文献

[1] メイカーズムーブメント『ウィキペディア 日本語版』

(https://ja.wikipedia.org/) 2017年3 月 22 日 20 時の最新版

[2] MAKERS クリス・アンダーソン著 関 美和訳 2012年10月24日NHK出版 [3] MakerCon Tokyo 2015 - 「メーカーがつ

[3]MakerCon Tokyo 2015 - 「メーカーがつ くるメイカースペースとメイカーコミュニ ティのいい関係」

(http://makezine.jp/blog/2015/10/mct-2015-session_a.html) 2017年3月22日20時の最新版