

経済産業省や、地方自治体、デザイン関連団体等は、デザインの戦略的な活用に向けて、様々な政策や事業を実施しています。その概要を、下記の項目事に解説します。

- A. デザインの普及・啓発等
- B. 地域におけるデザイン振興
- C. 中小企業等におけるデザイン振興
- D. デザインを通じた国際交流協力
- E. デザイン保護等に関する制度

※2009年以前の過去の政策については、ホームページから閲覧できます。

[http://www.meti.go.jp/policy/mono\\_info\\_service/mono/human-design/reports.html](http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/human-design/reports.html)

### A. デザインの普及・啓発等

快適で潤いのある国民生活の実現や文化の発展を図る上でデザインは重要な分野です。また、産業活動の高度化や差別化を図る上でも、デザインは絶対不可欠な要素です。しかしながら、我が国産業においてデザインの重要性が十分に認識されているとは言い難く、企業・教育分野・一般消費者等の立場に関わらずデザインの有用性についての一層の理解を進めていく必要があります。

#### 文化産業立国戦略（クールジャパン戦略） → 1.

欧米やアジアでは、アニメやマンガを始め、食文化、旅館、伝統工芸品など、日本の商品・サービスが多数存在し人気が出てきています。そこで、これらのクールジャパン商材を海外市場に展開するために、その担い手である地域の中小企業が販路開拓に向けて海外でテストマーケティングを実施することを支援しています。

#### キッズデザインの推進 → 2.

子どもを産み育てやすい生活環境の実現や、子どもの安全安心と健やかな成長発達を目指したデザイン（キッズデザイン）の製品や取り組み等の顕彰（キッズデザイン賞）支援を行い、キッズデザイン製品の普及・推進に取り組んでいます。

2015年「第9回キッズデザイン賞」では、「男女共同参画担当大臣賞」が新設されました。応募作品474点の中から308点が受賞作品として選出され、いずれも過去最高の点数となりました。今までに、累計1,858件（2015年現在）の受賞作品が選ばれました。

#### 調査研究 → 4.

##### ●戦略的デザイン活用研究会（2003年～2008年度）

戦略的デザイン活用研究会は、2003年2月に我が国産業競争力強化のために必要とされるデザインの創造と活用に関する課題と対応について検討・研究するため、経済産業省製造産業局に設置されました。「競争力強化に向けた40の提言」を取りまとめ、提言を受け「デザイン&ビジネスフォーラム活動等によるデザイン関連のセミナーやフォーラムの開催を促進」などの施策を行いました。2008年度第2回戦略的デザイン活用研究会では、今後のデザイン政策の具体的な方向性として、①経営②教育③国際化の3つの柱を立てました。

##### ●クリエイティブ産業に係る知的財産権等の侵害実態調査及び捜査環境等の整備のための調査（2011年度）

日本企業が高付加価値化を実現し、世界市場における存在感を高めていくためには、経営戦略としてデザインを活用していくことが必要と考えられています。

## II デザイン政策の概要

### ●デザイン活用促進検討委員会（2013 年度）

経営における広義のデザイン活用事例や、経営者のデザインに関する思考例等を広く集め、製品・サービス開発のイノベーションにおけるデザイン思考の活用についてベストプラクティスを導き出すことを目的として開催し、デザイン思考の取り組みの成功要因と今後の課題を抽出しました。

### ●国際競争力強化のためのデザイン思考を活用した経営実態調査（2013 年度）

広義のデザインの意味やその思考法、取り組みについて、企業・経営者に浸透させることで、中小企業をはじめ、我が国企業によるデザイン思考の活用を通じたサービスの高付加価値化を図ることを目的に開催されました。また、デザイン活用によるクールジャパン推進の競争力強化に向けた基盤整備を行うための調査の一環としても位置づけられています。デザイン業における問題の整理を行うと共に、経営層等に対しデザイン思考がもたらす、利益・価値への理解を促進することや、インハウスデザイナー（企業内デザイナー）のデザイン思考能力向上のための方策等について検討しました。

### ●デザイン政策に関する検討会（2013 年度）

今後のデザイン政策の方向性を議論するために、有識者に対するヒアリングを実施し、そこで明らかになった論点を、学識経験者や実務家によって構成された検討会にて検討しました。論点はデザイン政策の3つの柱である1. 経営、2. 教育、3. 国際化のそれぞれの観点において整理されました。特に経営とデザインの関係については、デザインの役割の変化、経営者の認識、企業におけるデザイン人材といった領域に分類される広範囲な論点が導き出されました。

●特許庁「産業財産権制度各国比較調査研究等事業」「子ども・子育て製品をアジアにおいて適切に保護するための知的財産権制度等に関する調査研究」（2014 年度）

日本の「子ども・子育て製品」のアジア諸国への海外展開に向けた確かな情報把握及び日本企業を中心とした産業財産権制度ユーザーに活用される資料としての成果の取りまとめを目的として調査を実施しました。

### ●省内におけるデザイン思考活用に向けた取り組み（2015 年度～現在）

経済産業省の業務においても、「デザイン思考」活用の動きが活発になってきています。

#### デザイン行政研修 → 5.

デザイン行政に取り組む経済産業局、地方自治体、公設試験場、団体等職員等が連携してデザイン振興に取り組むために必要となる知識（デザイナー・企業のニーズ、効果的な連携、戦略等）について習得を図り、業務遂行に必要な実践的知識やスキルの習得、人脈の形成を目的とした研修を開催しました。

#### グッドデザイン賞について → 9.

##### ●グッドデザイン賞

グッドデザイン賞は、1957 年に通商産業省によって創設された「グッドデザイン商品選定制度（G マーク制度）」が、1998 年に民営化され、現在は公益財団法人日本デザイン振興会が主催する民間の事業です。グッドデザイン賞は、日本唯一の総合的なデザインの評価・推奨制度で、「デザインが優れたものごと」を選び、生活者や産業などに働きかけ、私たちの社会をより豊かな方向へ導いていこうとする活動を半世紀以上続けてきました。

##### ●グッドデザイン賞海外展開

公益財団法人日本デザイン振興会（JDP）では、海外のデザイン賞を創設・運営においてサポートを行い、日本のグッドデザイン賞との連携（受賞者が海外デザイン賞参加において優遇されるなど）を取っています。具体的には、タイ王国の「デザインエクセレンスアワード」や、インドの「I-mark」、シンガポール「SG Mark」などとの

連携を行っています。また、台湾、韓国、香港のアジア諸国及びカンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナムの東南アジア諸国において、デザインの普及・啓蒙活動を連携して行っています。

## 経済産業省シンボルマーク及び MI の整備について → 10.

経済産業省のシンボルマークは、1976年（昭和51年）に通商産業省創立25周年、前身である商工省創立50周年の記念事業の一つとして制定されました。シンボルマーク制定に併せて「通商産業省シンボルマーク使用基準解説書」（デザイン・ガイド・マニュアル）も1977年4月に作成されました。2008年4月には、ホームページや記者会見用バック・省内のサインなどを新たに加えた様々なデザインを加え、「経済産業省デザインシステムマニュアル」が完成し、その後、2012年6月に改正しました。

## B. 地域におけるデザイン振興

地域社会、地域産業の活性化を図るために、生活空間、環境、産業までに及ぶ地域の個性を活かした総合的なプロデュース機能としてのデザインが重要となってきています。こうした認識の下、地域におけるデザインの研究開発や地域間の連携を強化するための諸施策を実施しています。

### デザイナーデータベース（「JAPAN DESIGNERS」） → 3.

日本全国のデザイナー情報を、デザイナー個人の過去の仕事や受賞歴等から検索できるデータベースです。国内外の企業・団体・個人等、デザインによるソリューションを必要とする者と、デザイナーのマッチングを促進するため整備しました。

<http://www.japan-designers.jp>

#### ●デザイン開発指導連絡協議会（ブロック別デザイン会議）／各経済産業局

地域産業におけるデザイン振興を促進するため、経営、流通等も含め、総合的なデザインマネジメントの見地から、デザイン開発指導のあり方を十分検討し、より実効あるものとするため、本協議会を開催しています。

## C. 中小企業等におけるデザイン振興

中小企業が多様で活力ある成長発展をするためには、デザインを活用することによってオリジナリティの高い商品の開発を行うことが重要です。そのため、次のような中小企業庁関連施策等の積極的な利用・活用を推進しています。

### 中小企業等に向けたデザイン振興の取組 → 6.

#### ●JAPAN ブランド育成支援事業

複数の中小企業が連携して、自らが持つ素材や技術等の強みを踏まえた戦略を策定し、当該戦略に基づいて行う商品の開発や海外展示会への出展等のプロジェクトを支援することにより、中小企業の海外販路開拓の実現を図っています。戦略策定段階とブランド確立段階の二つの段階に応じた支援を行っています。

#### ●中小企業向け海外見本市支援（JETRO 日本貿易振興機構）

海外の有力見本市・展示会を通じて日本企業のビジネスチャンスの拡大を支援するための事業を行っています。ジェトロがジャパン・パビリオンを構成する見本市・展示会においては出展経費の一部を補助します。また、出展手続きも一括で行い、通関やブースデザイン、現地広報など各種サービスもパッケージで提供しています。

#### ●伝統的工芸品産業支援事業

経済産業大臣指定の伝統的工芸品（平成27年11月現在222品目）の各産地における意匠開発

のほか、観光など異分野との連携や他産地との連携事業、国内外の大消費地等での販路開拓などに対して支援を行っています。

#### D. デザインを通じた国際交流協力

国際経済社会の相互依存関係を深めるためにも、産業・生活・文化のインターフェイスであるデザインが果たす役割は重要なものとなっています。こうしたなか、デザインを通じた国際交流・協力のための事業が行われています。

##### ●グッドデザイン賞海外展開（再掲） → 9.

公益財団法人日本デザイン振興会（JDP）では、海外のデザイン賞の創設・運営においてサポートを行い、日本のグッドデザイン賞との連携（受賞者が海外デザイン賞参加において優遇されるなど）を取っています。具体的には、タイ王国の「デザインエクセレンスアワード」や、インドの「I-mark」、シンガポール「SG Mark」などとの連携を行っています。また、台湾、韓国、香港のアジア諸国及びカンボジア、ラオス、ミャンマー、ベトナムの東南アジア諸国において、デザインの普及・啓蒙活動を連携して行っています。

##### ●クールジャパン海外マッチング → 1.

クールジャパン商材の海外展開に向けて、海外市場における需要を発掘すべく、今後展開が期待できる重点市場・成長市場である国・都市において、現地企業に対するプレゼンテーション等を実施しました。「地域にあるクールジャパンの商材」の海外 BtoC 市場における需要を把握することを目的としています。

##### ●高度人材ポイント制 → 7.

法務省入国管理局では、イノベーションの創出などに貢献できるような高い能力・資質を有する外国人（高度人材外国人）の受け入れを促進するため、出入国管理上の優遇措置を講ずるために、ポイント制度による優遇制度を導入しています。学歴、職歴、年収、実績などの項目ごとにポイントを設定し、評価の結果一定の点数に達した外国人を高度人材として、在留に関する期間付与や永住許可要件の緩和、また家族の帯同の認可などの優遇措置がとられています。項目の中には、デザイン関連の受賞歴も多数加えられています。

#### E. デザイン保護等に関する制度

##### デザイン保護等に関する制度 → 8.

##### ●意匠の登録制度について

創作者等に一定期間の権利保護を認める知的財産権制度の中で、製品の独創的なデザイン（意匠）を知的財産権（意匠権）として守る法律が意匠法です。意匠制度は、新しく創作した意匠を創作者の財産として保護する一方、その利用を図ることにより、意匠の創作を奨励し、もって産業の発達に寄与することを目的としています。

##### ●知財窓口のデザイン・知財支援

特許庁では 2012 年度から、中小企業等に知的財産に関する悩みや課題を一元的に受け付けて解決を図るワンストップサービスを行う「知財総合支援窓口」を、全国 47 都道府県に設置しました。戦略的なデザイン開発と意匠制度の活用支援を強化する施策として、地域中小企業に対し、デザインおよび意匠制度に関する専門家派遣を開始しています。

## II デザイン政策の概要

### ●デザイン的不正競争防止法による保護について

デザインについては、意匠法による保護に加え、不正競争防止法によっても保護されています。

不正競争防止法は、事業者間の公正な競争秩序の維持を図り、国民経済の健全な発展に寄与することを目的とした法律であり、他人の商品形態を模倣した商品を流通させる行為や商品の出所について混同を生じさせるおそれのある形態の商品を流通させる行為などが不正競争行為として規定されています。こうした規定を根拠に、不正競争防止法を用いて、デザインの保護を図ることが可能です。