我が国の新・デザイン政策研究

~海外のデザイン政策動向・教育事例調査、デザインが企業経営に与える効果の先行研究レビュー~

詳細版報告書

経済産業省 商務・サービスグループ デザイン政策室



2022年4月

経営イノベーション本部 DESIGN×CREATIVE TEAM

はじめに ~本研究の背景と目的~

我が国におけるデザイン政策は、1958年に通商産業省(当時)にデザイン課が設置されて以降、「意匠盗用の防止」や「グッドデザインの啓蒙」をテーマに展開され、その期間中、世界デザイン会議(1960年/東京、1989年/名古屋)や、世界インダストリアルデザイン会議(1973年/京都)といった、デザイナーを主体とした会議が各地で開催された。また、デザインイヤー(1973年・1989年)を中心に各地でデザインイベントが実施される等、デザイナーや企業のみならず、一般市民も対象とした啓蒙を主たる目的としたデザイン政策が展開されてきた。

2000年代以降は、「感性価値」の提案といった「ブランディング」に資するデザイン政策が展開される中、一部の地域ではデザインイベントが継続して開催され、2008年には、国際連合教育科学文化機関(ユネスコ)の「創造都市ネットワーク(デザイン分野)」に名古屋市と神戸市が加盟した(通称:ユネスコ・デザイン都市)。2010年代後半以降は「デザイン経営」を提言、2019年には同ユネスコ・デザイン都市に旭川が加盟する等、デザインが企業内のみならず、地域社会にも拡がり根付くことも意識し、時代の変化に合わせたデザイン政策提言が行われてきた。

そして近年の我が国では、デザインの対象領域の拡大や、創作主体の拡大を通したデザインの民主化、「デザイン経営」推進による産業界のデザインへの関心の高まり、高度デザイン人材育成を掲げるデザインスクールの登場等、デザイン界及びこれを取り巻く環境が急激に変化しており、この環境変化に対応した新しいデザイン政策の在り方の検討が求められている。

これを踏まえて、本研究では、(1)各国・地域のデザイン政策、(2)デザインが企業経営に与える意義や効果、(3)我が国及び海外におけるデザイン教育について調査・分析し、今後の我が国のデザイン政策の在り方の検討に資する情報を整備することを目的とする。

目次

1.	各国	・地域のデザイン政策	1
	1.1	考察:我が国のデザイン政策の特徴・課題と、新・デザイン政策に必要な観点	1
		1.1.1 調査サマリー:諸外国・地域のデザイン政策	1
		1.1.2 我が国のデザイン政策の特徴・課題	
		1.1.3 新・デザイン政策に必要な観点	6
	1.2	英国のデザイン政策	7
		1.2.1 概要(全体観)	7
		1.2.2 個別施策	
	1.3	フランス共和国のデザイン政策	10
		1.3.1 概要(全体観)	10
		1.3.2 個別施策	11
	1.4	ドイツ連邦共和国のデザイン政策	14
		1.4.1 概要(全体観)	14
		1.4.2 個別施策	
	1.5	イタリア共和国のデザイン政策	18
		1.5.1 概要(全体観)	18
		1.5.2 個別施策	
	1.6	オランダ王国のデザイン政策	
		1.6.1 概要(全体観)	21
		1.6.2 個別施策	22
	1.7	デンマーク王国のデザイン政策	24
		1.7.1 概要(全体観)	24
		1.7.2 個別施策	
	1.8	フィンランド共和国のデザイン政策	
		1.8.1 概要(全体観)	29
		1.8.2 個別施策	29
	1.9	中華人民共和国のデザイン政策	
		1.9.1 概要(全体観)	
		1.9.2 個別施策	
	1.10	大韓民国のデザイン政策	36
		1.10.1 概要(全体観)	36
		1.10.2 個別施策	
	1.11	台湾のデザイン政策	
		1.11.1概要(全体観)	
		1.11.2 個別施策	
	1.12		
		1 12 1 概要(全体観)	

		1.12.2 個別施策	44
	1.13	シンガポールのデザイン政策	49
		1.13.1 概要(全体観)	49
		1.13.2 個別施策	51
	1.14	アメリカのデザイン政策	55
		1.14.1 概要(全体観)	55
		1.14.2 個別施策	55
	1.15	インドのデザイン政策	62
		1.15.1 概要(全体観)	62
		1.15.2 個別施策	64
2.	デザ	インが企業経営に与える意義や効果	66
	2.1	「効果」に対する先行研究のアプローチ	66
		2.1.1 先行研究の類型化	66
		2.1.2 先行研究における効果とその手法	
	2.2	先行研究の問題点	68
		2.2.1 議論の土台 〜先行研究の共通認識〜	68
		2.2.2 先行研究の問題点	
	2.3	同様の調査を我が国において今後実施するに当たり留意すべき事項	70
3.	我が	国及び海外におけるデザイン教育	.71
	3.1	幼少期から10代中盤までの成長期におけるデザイン教育	71
		3.1.1 初等中等教育段階における政府主体のデザイン教育事例	71
		3.1.2 大学主体のデザイン教育事例	73
		3.1.3 業界団体主体のデザイン教育事例	
		3.1.4 デザインミュージアム主体のデザイン教育事例	
		3.1.5 民間企業主体のデザイン教育事例	
	3.2	非デザイナーがデザインを学ぶもの	
		3.2.1 ビジネスパーソンがデザインを学ぶ事例	
		3.2.2 教員がデザインを学ぶ事例	
		3.2.3 中央政府職員がデザインを学ぶ事例	
		3.2.4 一般市民がデザインを学ぶ事例	
	3.3	デザイナーに対するリカレント教育	
		3.3.1 専門性を深めるための教育	79
		3.3.2 広義のデザイン教育	81
		3.3.3 ビジネススキル教育	81
	3.4		81
	3.4	3.3.3 ビジネススキル教育	81 82
	3.4	3.3.3 ビジネススキル教育 我が国におけるデザイン教育の特徴と課題	81 82 82

	3.4.4 ソフト・コンテンツによるデザイン教育	.83
3.5	海外の動向及び我が国の現状を踏まえた提言	
	3.5.1 ソフト・コンテンツによるデザイン教育(教養としてのデザイン)	.87
	3.5.2 就業前の子どもに対するデザイン教育(主に学校、美術館等の教育普及事業).	.88
	3.5.3 非デザイナー向けのリカレント教育(ビジネス・教養目的等)	.88
	3.5.4 デザイナー向けのリカレント教育(高度な専門教育等)	.89

1. 各国・地域のデザイン政策

諸外国及び地域のデザイン政策との比較を通じ、現在の我が国のデザイン政策の特徴及び課題を分析すると共に、今後の我が国のデザイン政策を検討するに当たっての必要な観点を提示する。

まず公開情報から、2022 年現在における諸外国及び地域のデザイン政策を把握した。デザイン政策に関する公開情報の有無や充実度、我が国のデザイン政策を検討する際の有効性を踏まえて、14 の国・地域¹を対象とし、2022 年現在のデザイン政策を調査し我が国のデザイン政策との比較を行った。

以下では比較の結果得られた我が国のデザイン政策に関する考察と、14 の国・地域のデザイン政策 事例を提示する。

1.1 考察:我が国のデザイン政策の特徴・課題と、新・デザイン政策に必要な観点

ここでは、諸外国及び地域のデザイン政策と比較して明らかとなった我が国のデザイン政策の特徴・ 課題を整理し、今後新たなデザイン政策を検討するに当たり必要とされる観点を示す。

1.1.1 調査サマリー:諸外国・地域のデザイン政策

諸外国及び地域のデザイン政策の概要・特徴と、そこから得られた示唆を表 1-1 に整理した。諸外国・地域のデザイン政策の詳細については、後述する。

¹ 本研究では、グレートブリテン及び北アイルランド連合王国(英国)、フランス共和国、ドイツ連邦共和国、イタリア共和国、オランダ王国、デンマーク王国、フィンランド共和国、中華人民共和国(中国)、大韓民国(韓国)、台湾、香港、シンガポール共和国、アメリカ合衆国、インドの14の国・地域を調査対象としている。

表 1-1(1) 各国・地域におけるデザイン政策の概要

表 1-1(1) 各国・地域におけるテザイン政策の概要			
国•地域	デザイン政策の概要・特徴 	調査からの示唆	
英国	 政府や中間組織、産業界や教育機関がデザインを国の発展に 資する重要な要素として、幅広い分野でデザイン活用を促進 している デザインを活用した社会課題解決・イノベーション、デザイン 活用人材の増加を推進するため、表彰やコンペ、企業とデザ イナー人材の交流活性化等を支援している 	産業振興にとどまらず、幅 広い分野でデザイン活用を 促進しており、"デザイン"が 広義のデザインとして一般 大衆に受け入れられている	
フランス 共和国	 地域圏・都市・企業ごとにデザインの研究・活用が推進され、 デザインに関わる認識にデザイナー間、市民間で地域格差が ある 2019年のデザイン会議を経て、国内の全国統一的なデザイン政策の策定・政策実行に向けた準備が始まっている 	国主体のデザイン政策が充実せずとも、企業・人物・建築が狭義のデザインの観点において一定の評価を得ている	
ドイツ 連邦 共和国	 デザインを含む文化・クリエイティブ産業を、独立した1つの 経済成長分野として確立し、競争力を強化することを目的 に、国(連邦経済気候保護省、文化・メディア連邦政府委員) がイニシアチブを設立 主に、デザイナーのネットワーク構築、資金調達、能力向上の 観点で支援他、表彰イベント、産業モニタリングレポート発 刊、研究活動等も行う 	経済・文化関連省庁の連携 により国家横断的に政策を 推進 デザイナー支援、研究、社会 への普及等多方面から振興 策を展開	
イタリア共和国	・教育大学省の策定する国家研究計画において <u>"クリエイティビティ、デザイン、made in Italy"を重点分野の1つ</u> に掲げている ・同分野を国力の基礎として捉えており、振興することで、 SDGsへの貢献、国民の生活の質向上、各都市の発展等に繋がるとして財政援助等を行う(その他詳細な取組については公開情報で確認できず)	経済・文化面で重視するの みならず、SDGsや生活の 質、都市の発展等の社会貢 献と繋げて振興を計画	
オランダ 王国	 重要9産業(トップセクター)の1つとしてクリエイティブ産業を位置づけている 政府、大学等の公的機関、企業、業界団体等が横断的に連携しクリエイティブ産業を振興している点、イノベーション創出や社会課題解決に貢献することを目指してクリエイティブ産業の力を活用している点が特徴的 	産業振興にとどまらず、 イノベーション創出、社会課 題解決への貢献に向けて、 各アクターが連携して取組 を推進	
デン マーク 王国	 クリエイティブ産業を重要産業と位置づけ、1997年からデザイン政策を開始 2019年からは政策的アプローチとして、人材育成、投資、起業支援、公共部門へのクリエイティビティ活用等、6つの行動分野とそれに紐づく28のイニシアチブが策定されている 	産業振興にとどまらず、教育、公共部門でのデザイン 活用等、幅広い分野に対し 政策的にアプローチしてい る	
フィン ランド 共和国	 クリエイティブ産業振興を国策の重点領域に設定。クリエイティブ産業の成長をサポートし経済に還元するエコシステムの構築を目指す。クリエイティブ経済のロードマップを雇用経済省が発表 クリエイティブ産業におけるデータの蓄積、蓄積したデータから経済成長に与える影響を効果測定しエコシステムの検証を目指す点が特徴的 	クリエイティブ産業の経済影響を定量的に測った上で、 経済に寄与するエコシステムの構築を戦略的に進めている	

表 1-1(2) 各国・地域におけるデザイン政策の概要

	表 1-1(2) 各国・地域におけるデザイン政策の根	
国•地域	デザイン政策の概要・特徴	調査からの示唆
中華人民共和国	 製造業・文化産業の産業振興の観点から、「中国製造2025」等にクリエイティブ産業の政策が含まれている。持続的な産業発展を達成するためにイノベーション主導の機能を推進 クリエイティブ産業のデザインプロセスにおける新しい組織モデルの形成、デザイン成果共有の推進が特徴的 	イノベーション主導の産業振 興に重点を置く中で、デザイ ンコミュニティ・プラット フォーム構築を戦略的に 進めている
韓国	 人的資本と創造性を核とするデザイン産業経済の実現を目指しており、デザイン産業融合戦略推進計画を策定 特に研究開発とデザインの融合を通した新産業の創出や高付加価値商品の開発促進に注力している。他にもデザイン産業におけるビジネスエコシステムの高度化やデザイン産業体制の整備を進めている 	製品開発のプロセスに注目 し、研究開発の上流からデ ザイナーを参画させること で高付加価値商品の開発・ 新産業の創出を 目指している
台湾	 デザインを重要な競争力と捉えており、MIT(Made in Taiwan)から DIT(Designed in Taiwan)への転換を目指す 台湾デザイン研究院(TDRI)の活動を通じて、デザイン政策立案の推進と国際的影響力の拡大、産業アップグレードの推進、公共及び社会イノベーションの促進を目指す 	デザインによる産業アップ グレードに注目するととも に、行政、公共部門、市民参 加の社会活動に対する デザイン政策が推進されて いる
香港	国際文化交流の拠点として発展させるという中華人民共和国、国家第 14 次5カ年計画に基づき、2022-23 年度の予算ではローカルクリエイティブ産業の育成を支援すると発表 デザイン分野のスタートアップ支援をはじめ、産業振興、文化振興両面において、多様なデザイン政策を実施	クリエイティブ産業の育成や デザイン分野のスタートアッ プ支援等、産業・文化振興に おけるデザイン政策が推進 されている
シンガ ポール 共和国	 2025年までに「イノベーション主導型経済」と「愛される都市」になるというビジョンを掲げ、デザインをビジョン実現への戦略的ツールとして重視している デザイン感覚を持った人材の育成、企業や政府におけるデザインの役割拡大、地域コミュニティへのデザイン思考啓蒙等の政策を実施 	国家ビジョンとデザインを 接合させ、市民のデザイン リテラシーの向上に対する 取組を国が全面的に支援 している
アメリカ 合衆国	 「政府機関に対するデザイン思考教育」、「都市づくりや公共 建築物のデザイン向上」に向けた政策を展開 職員向けのデザイン思考教育を推し進める政府機関の存在 や、建築デザインの品質担保や都市やコミュニティのレジリエ ンスの向上を目的としたデザインワークショップ、各種プログ ラム等を実施 	行政サービスの顧客価値向 上や社会課題解決のツール として、デザインを浸透・ 活用している
インド	 ・2007年に国家政策を掲げ、インドデザインカウンシルや4つの国立デザイン研究所の新設等、デザイン政策の推進基盤を構築 ・日本や英国と連携して、India Design Mark(表彰制度)や Design Education Quality Mark(デザイン教育の品質保証制度)を整備。年間 10 億円規模の中小零細企業への税制優遇も実施 	デザイン政策の推進基盤を 構築し、他国と連携しながら 表彰制度やデザイン教育の 品質保証制度等の仕組み づくりを進めている

1.1.2 我が国のデザイン政策の特徴・課題

諸外国及び地域と比較した我が国のデザイン政策の特徴・課題は、大きく次の5つに整理される。

①【政策ビジョン】我が国における、デザイン政策の目的や位置づけが不明瞭である

海外では、国策として明確に目的を設定しながら、デザインやクリエイティブを位置づけている国も存在する。例えば、インドでは、デザインのビジョンや戦略、アクションプランを国家政策として提示している。シンガポール共和国においても経済開発庁傘下のデザインカウンシルがデザイン政策の基本計画を策定し、その中で「イノベーション主導型経済」「愛される都市」になるというビジョンを掲げている。

我が国のデザイン政策は産業・企業の競争力強化に向けた具体的な対応策を推進することを目指しているが、「国策」としてデザインをより広く捉え、デザイン政策のビジョン・目的・位置づけを明確に示すには至っていない。

②【政府体制】政策検討の場が、一部の省庁に限定されている

海外では、我が国の経済産業省や文部科学省、国土交通省等に相当する関係省庁が連携して政策を担う国が多く存在する。オランダ王国では経済・気候政策省を主とした関係省庁がクリエイティブ産業を重要産業と位置づけ、業界団体を中心にアジェンダ(具体施策)を具体化する「トップセクター政策」を実施している。複数の省庁と関係する業界団体が横断的に協力し合うことで、機動的な政策運営を実現している。

一方、我が国では、経済産業省や特許庁等デザイン関連の政策を所管する省庁が限られる上、府省庁が横連携して推進するような総合的なデザイン政策立案に至っていない。一部特定省庁に閉じた中で施策が検討されていることもあり、デザイン政策の中で触れられるテーマは産業政策が中心となっている。

③ 【中間組織】 デザインに関するシンクタンク機能(調査研究機能、政策提言機能)が脆弱である

海外では、デザインに関する政策提言や政策推進等を担う「デザインカウンシル」を設置する国が多く存在する。今回の調査対象である 14 の国・地域のうち、アメリカ合衆国・中国を除く 12 の国・地域においてデザイン政策やデザイン振興を包括的に検討・推進するデザインカウンシル等の中間組織が存在する。

海外のデザインカウンシルや中間組織は、政策を提言し立案からその推進までを政府と連携して実施している。産業振興だけでなく、社会課題解決やイノベーション創出に向けて主体的に調査研究・プロジェクト活動を実施しており、デザイン政策を下支えする重要な役割を果たしている。

我が国では、デザイン業界団体は存在するものの、デザイン振興・情報発信・表彰制度の運営等が主な活動である。デザインカウンシルのような調査研究や政策提言の機能を有する中間組織が不在であり、デザイン政策の立案から実行を支える体制が整っていない。

④ 【施策対象】産業政策中心で、市民や行政を含む「総合的なデザイン政策」が不十分である

海外では、市民へのデザイン教育や行政サービスの質向上に向けたデザイン活用等、幅広いデザイン政策が施行されている。例えば英国・デンマーク王国では初等中等教育段階の公教育における義務教育必修科目に「デザイン」が含まれている。問題解決能力・創造性・イノベーション創発能力を強化することを狙いとし、意匠に閉じないデザインの価値を学ぶための教育プログラムが整えられている。また、アメリカ合衆国では行政サービスを担う政府職員に対してデザイン思考プログラムが提供される他、社会課題へのデザイン活用を促すプロジェクトを支援する等、デザインが持つ社会的な価値に着目した取組が見られる。

我が国では、義務教育課程において「デザイン」が必修化されていないこともあり、国民のデザインに対する理解は十分ではない。大学や専門学校でデザイン教育を受けた者は、何らかのコミュニティへの参加や自身のデザイン業を通じてデザインへの理解・専門性を深められる。しかし、その他の一般市民はデザイン教育機会が乏しく、デザインへの理解を深められずにいる。社会に対してデザインがどのような価値を発揮しているのか等は十分に認識されておらず、デザインはデザイナーのものであるという誤った理解が浸透している状況にある。

⑤【社会実装】コンセプトや気運づくりを政府が担い、デザイン政策の実践は民間に委ねている

海外では、具体的なデザイン政策と補助制度を合わせて展開することで、民間の実践を支援する事例も見られる。例えば、インドではデザイン評議会が中小零細規模の製造企業がデザイン・ブランド創造企業となるよう支援する体制が整っている。デザイン意識向上のためのセミナーやワークショップ、コンサルティングサービスを受けることができ、補助金の支給も受けることができる。韓国では、韓国デザイン振興院がデザイン主導の製品開発を積極的に実施した中小企業を数十社選定し、その企業に対して新製品開発やグローバルマーケティング、広報等に関するサポートを提供している。

また社会実装に当たり、デザイン政策の効果を測定し、デザイン政策の PDCAサイクルを回すことを 目指す国も出てきている。フィンランド共和国は経済に貢献するクリエイティブ産業の在り方を模索して おり、デザイン政策の評価を通し、経済成長に寄与するクリエイティブ産業は何かを明確にした上で、その実践・実行を可能となる体制構築を目指している。

我が国における政策はデザイン政策のコンセプト策定やデザイン業界の気運を高めるイベントの開催 に留まっており、民間企業への支援策は不充分である。またデザイン政策の効果測定がされていないこ とから、デザインやその政策の有用性に関して企業や国民の意識を啓発する段階まで及んでいない。

1.1.3 新・デザイン政策に必要な観点

各国・地域とのデザイン政策との比較から明らかとなった我が国のデザイン政策の特徴・課題を踏まえ、新しいデザイン政策の検討に必要な観点を以下に示す。

①【政策ビジョン】「National Design Policy」の策定

今後のデザイン政策を検討するに際し、「国策」としてのデザイン政策のビジョン・目的・位置づけの明確化、関連省庁・中間組織による横断的な施策立案を検討する必要がある。その上で、ビジョンの実現や目的の達成に向けた具体的な施策の立案と推進が求められる。

②【政府体制】総合的なデザイン政策を支える、「府省庁横断的な政府体制」の構築

今後、社会課題解決に向けたデザインの活用等、総合的なデザイン政策を検討する際には、府省庁が 連携して検討・推進できる政府体制の構築が必要とされる。またデザインの多様な役割が期待される中 で産業政策だけでなく、市民や地域、公共サービス等、デザインの適用領域を拡大し、政策テーマを総 合的に検討しなければならない。

③【中間組織】「日本版デザインカウンシル」の設立

海外では、デザインカウンシル等がデザイン政策立案・推進の下支えとして重要な役割を果たしている。我が国においても、デザイン政策の提言や推進を担う中間組織として、「日本版デザインカウンシル」の設立を検討すべきであり、デザイン政策の実現と持続的な発展を支える体制を整える必要がある。

④ 【施策対象】国民のデザインリテラシーを養う、「教養としてのデザイン」の普及

海外では義務教育をはじめとする多様なデザイン教育機会の提供により、誰でもデザインを学ぶことのできる環境が整えられている。一方、我が国では、デザインに関する教育番組や展示会、一部地域でデザイン思考を学ぶワークショップ等が開催されてはいるものの、一般市民がデザインを学ぶ機会は乏しく、学習内容の体系化等も為されていない。より良い社会の創造に向けてデザイン活用の可能性が拡大する中で、国民のデザインリテラシーを高めるデザイン教育の普及が求められる。

⑤【社会実装】デザイン政策評価と、企業・国民の意識啓発

我が国のデザイン政策は、政府が当該コンセプトを策定し、デザイン活用等の具体化を民間が担っているが、当該デザイン政策の効果測定が為されておらず、企業や国民の意識啓発には至っていない。海外では政府やデザインカウンシルがデザイン政策の有用性を研究・評価し、その成果を発信している。我が国においてもデザイン政策の有用性を評価・発信し、デザインやその政策の意義や影響力を企業や国民が十分に理解し、自らの行動を変えていけるような働きかけが必要とされる。

1.2 英国のデザイン政策

1.2.1 概要(全体観)

英国は、2021 年発行の UK Innovation Strategy²にて 2035 年までにイノベーションにおける グローバルリーダーになることを目標と掲げ、イノベーション創出のための重要な要素の 1 つにデザイン を位置づけており、イノベーション分野のカウンシルである Innovate UK³ が中心となって産業界に向 けたイノベーションのためのデザイン政策を実施している。イノベーション創出に向けたデザイン政策以 外に、Design Council によるデザイン振興施策、Department for Education(教育省)やAHRC ³(Arts and Humanities Research Council)による教育機関向けのデザイン政策も充実している。 産業界に対しては、政府機関である DCMS(Department for Digital, Culture, Media & Sport、デジタル・文化・メディア・スポーツ省)と BEIS(Department for Business, Energy & Industrial Strategy、ビジネス・エネルギー・産業戦略省)、Innovate UK、Design Council、 Design Commission4等が主体となり、デザイン政策が実施されている。Innovate UK は、イノベー ション戦略として「Design in Innovation strategy 2020-20245」を発行し、(1)コンペティション・ 助成金等を通じたデザインへの投資の推進、(2)研究開発資金の援助等を通じたデザインへの新規参 入コストの削減、(3)Catapult Centres⁶等を活用した企業とデザイン人材のアクセス支援、(4)デザ イナーへのビジネスコーチング等による英国企業のデザイン活用効果の最大化を主要な戦略テーマに 設定し活動している。Design Council は、デザインの経済における影響を測定する Design Economy 等の研究や社会課題を反映した Black Creatives 等のイベント、ワークショップ、政策へ のリアクションの発信等を実施している。また、Design Commission は、The All-Party Parliamentary group for Design and Innovation (APDIG)の研究部門で、研究を通じてデ ザインが経済と社会の改善をどのように促進し、政府と企業がデザインの重要性をより良く理解できる かを探ることを目的とし、政治家とデザイン業界の専門家やデザイナーが社会課題と政策について議論、 交流するイベントを主にオンラインで開催している。

教育機関に対しては、初等中等教育と高等教育で政策の主体が異なる。初等中等教育に対する政策は、政府機関である Department for Education(教育省)と地方自治体政府が主体となり、「デザインと技術」という科目が義務教育課程で必修化されている。また、高等教育に対する政策は、政府機関である DCMS と BEIS、芸術・人文科学分野のカウンシルである AHRC が政策の主体であり、「Creative industries clusters programme」というクリエイティブ研究資金出資プログラム等が実施されている。以下で個別施策について詳細に説明する。

 $\frac{\text{https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment data/file/l}{009577/uk-innovation-strategy.pdf}$ (2022年3月17日閲覧)

https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment data/file/910246/InnovateUK DesignStrategy Web-Enabled.pdf (2022年3月10日閲覧)

² BEIS(ビジネス・エネルギー・産業戦略省) UK Innovation Strategy

³ Innovate UK、AHRC は共に BEIS の支援する UKRI という中間組織に所属するカウンシルである

⁴ 国会議員とデザインカウンシル等の業界団体所属メンバーで組成される超党派デザイン研究グループ https://www.policyconnect.org.uk/apdig/about (2022 年 3 月 10 日閲覧)

⁵Innovate UK Design in Innovation strategy 2020-2024

⁶ Catapult Centres は Innovate UK によって設立された、イノベーターとアイデアの検証を可能にする専門家・テクノロジーのネットワーク化を目的とした組織 https://catapult.org.uk/(2022 年 3 月 11 日閲覧)

1.2.2 個別施策

(1) Innovate UK's Design Foundations⁷ (Innovate UK/KTN)

Design Foundations は、Innovate UK 内の組織である KTN(Knowledge Transfer Network)のデザインチームが運営している。昨年は総予算 80 万英ポンド(約 130 百万円)の中で、人間中心設計型の様々な初期開発プロジェクトに対して資金を援助、イノベーションの加速を図っている。

(2) Design Innovation Network⁸ (Innovate UK/KTN)

Design Innovation Network は、イノベーターがその開発工程においてデザインを取り入れ、イノベーションの成功確率を上昇させることを目的として KTN により設立されたネットワークである。デザイナーは参加することで、ビジネス・イノベーションの知見の獲得が可能となる。2022年2月には、当該ネットワークのキックオフイベントがオンラインで開催され、英国のトップイノベーター・トップデザイナー12人がスピーカーとして登壇した。

(3) Design Economy (Design Council)

Design Economy は、英国のデザインの価値を定量的に測定する Design Council の重要な研究の1つで、3 年ごとに調査・報告が実施されている。Design Economy 2018⁹は、英国のデザイン価値を英国経済との関係から定量的に明示しようと試みており、例えばデザイン業界・金融業界等の様々な業界に属する全てのデザイナーの経済に対する総付加価値は、2016 年で約 852 億英ポンド(約 13 兆円)と測定された。現在実施中の Design Economy 2021 は、英国のデザインの価値を社会的、環境的、経済的の 3 方面から探る研究となっている。

(4) Black Creatives¹⁰ (Design Council)

Design Council が開催したオンラインイベント。Black Lives Matter が叫ばれ、COVID-19 への対応の中で黒人コミュニティへの不平等がますます顕在化していることから、英国のデザイン業界も業界内の不平等の解消に取組み、より多くの人々が力を発揮する社会を志向しなければならないという考えに基づきイベントを開催された。プログラム内容は、黒人のデザイナーがインタビュー形式で作品の紹介や製作の工程で考えていたことを発信するというもので、延べ 145,000 人以上がこのイベントにアクセスした。

⁷ Design Foundations の概要 https://ktn-uk.org/opportunities/audience-of-the-future-design-foundations-2/ (2022年3月14日閲覧)

⁸ Design Innovation Networks 公式サイト https://ktn-uk.org/programme/innovation-networks/ (2022 年 3 月 17 日閲覧)

⁹ Design Economy 2018 https://www.designcouncil.org.uk/what-we-do/research/design-economy (2022 年 3 月 17 日閲覧)

¹⁰ Black Creatives イベントHP https://www.designcouncil.org.uk/black-creatives (2022年3月4日閲覧)

(5)「政策決定における芸術とデザイン研究の活用」に関するワークショップ¹¹ (Design Commission)

Design Commission はデザイン、政策、政治がより結びついた戦略的な考え方を重視しており、 政府に議論や研究結果を示すだけでなく、国のデザイン政策の検討・策定に関わっている。

2021年の取組では、CHEAD(Council for Higher Education in Art & Design) と共同で「政策決定における芸術とデザイン研究の実現」に関するワークショップを開催した。講演者に大学でアート&デザインを研究する専門家を招き、「アート&デザインの専門知識とエビデンスをどう活用できるか」、「アート&デザインの研究や芸術研究の方法論は英国の直面する課題への取組にいかに活かすことができるか」、「アート&デザインの研究がいかにして英国の政策決定に影響力のあるものとなり得るか」をテーマに全3回のオンラインワークショップが開催された。

(6) Creative industries clusters programme¹² (AHRC)

2018 年からは、Creative industries clusters programme という出資プログラムが AHRC によって実施されている。これは AHRC が主催する予算 1.2 億英ポンド(約 190 億円)の研究資金出資プログラムで、映画業界からファッション、ビデオゲーム業界まで様々なクリエイティブ関連業界における初期段階の研究開発に投資を行っている。今まで出資した研究開発の中には、ビジネスとして成功した研究もあり、今後も業界全体の成長を加速させることを目指している。

https://www.policyconnect.org.uk/news/how-can-we-use-our-arts-and-design-expertise-and-evidence-base (2022年3月4日閲覧)

¹¹当該ワークショップには APDIG の議長である労働党の議員も出席している

¹² AHRC の公式 HP 上の当該プログラム紹介 https://www.ukri.org/our-work/browse-our-areas-of-investment-and-support/creative-industries-clusters-programme/ (2022年3月10日閲覧)

1.3 フランス共和国のデザイン政策

1.3.1 概要(全体観)

フランス共和国では、2013 年にデザインを管轄する文化省と経済・金融・復興省によって、デザインに優れた部署・チームのある企業の増加、製造やデザインにおける高度な職業訓練・教育の提供等を目的とした国家的デザイン戦略 National Design Policy が策定された。しかし、同国では、地域圏・都市・企業ごとにデザインの研究・活用¹³が推進され、デザインに関する認識・理解にデザイナー間、市民間で地域格差が拡大しているために、国策としてのデザイン政策の実行は難しく National Design Policy は浸透しなかった。また、ナショナルデザインセンターへと発展することを期待して設立された全国的なデザイン業界団体である APCI(Agency for the promotion of industrial creation)¹⁴は 2018 年に財政難に陥り、設立以来開催していたナショナルデザイン賞 Observer du design も継続不可となったため、国策としてのデザイン政策の実行は更に難しいものとなった

しかし、国際的に SDGs等の社会課題の解決が注目されるようになり、国を挙げての取組を強化する ためにも 2019 年に政府・有識者たちが Assises du design 2019 を開催、当該会議の報告書¹⁵に て新しい国主体のデザイン政策の策定、実行を促した。この文書では、以下の 6 つのテーマが設定され、 テーマごとに提言が記述されている。

①デザインの推進

- ◆ 全国的なデザイン企業・デザイナーのネットワークを構築・運営する
- グローバルなデザイン賞を創設する
- 展覧会やワークショップ等様々なイベントが全国各地で一斉に行われるフランスデザインウィークを 開催する
- 有形のデザインだけでなく、パブリックデザイン等の無形のデザインの収集・展示も促進するような 政策の策定

②企業戦略におけるデザインの集約・活用

- 国の経済戦略の中核にデザインを据える
- Bpifrance(日本政策金融公庫のような企業)におけるデザインの活用促進
- 地域ごとのデザイン支援計画を策定する
- 既存の地域ごとのデザイン支援策を強化する
- 中小企業のデザイン活用を促進するために企業とデザイナーとの交流を活発にする
- 会社員を対象としたデザイン研修を展開する

③デザイン教育の整理・高度化

● フランス共和国の高等教育機関におけるデザインに関する教育実態を把握する

¹³ ヌーヴェル・アキテーヌ地域圏のデザインプラットフォーム、サンティ・ティエンヌ市の国際デザインビエンナーレ、lille-design というデザインプラットフォーマーの活動等が挙げられる。これら個別施策については後述する。

¹⁴ APCIの公式 HP https://apci-design.fr/ (2022年2月7日閲覧)

¹⁵ Assies du design 2019 は英語版が発行されている

https://www.assisesdudesign.com/doc_root/Ressources/cahiers/5e674a82c8265_Synthese_AssisesDu Design_ANGLAIS_planches.pdf (2022年2月10日閲覧)

- デザインを学ぶ学生たちの作品を展示する全国イベント(単位認定あり)を毎年開催する
- 地域の若手デザイナーと企業・公共機関の採用担当者との交流を活発にする
- アート&デザインの専門大学(école)においても博士課程の導入を認可する
- デザインスクールでの継続的な教育の充実させる
- デザインスクールにおいてプロフェッショナルとしての実践とアントレプレナーシップの導入教育を 行う

④フランスデザインの国際的影響力の強化

- 国際的に通用するフランスデザインのスローガンを作成する
- デザインとデザイナーの力で、中小企業を中心としたフランス企業の国際競争力を高める
- 海外のフランス人デザイナーたちの活動を支援する
- 国際的に通用するデザインに係る学位制度を整備する
- デザインを通じて国際的な評価を高める政策を実施してきた地方自治体の経験を活用する

⑤公共政策におけるデザインの持続的な活用

- デザインを通じた公共空間におけるイノベーションを支援する
- デザイナーに対する研修を行い、公共部門におけるデザインの認識を高める
- ⑥ デザインエコシステムの構築(デザインに関する経験・方法論・トレーニング・マインドセットが一般市 民の間で継続的に共有・実践が繰り返されること)
 - ナショナルデザインカウンシルを設立する
 - Programme d'Investissements d'Avenir (PIA、未来への投資プログラム)¹⁶ において人間中心設計のイノベーションプロジェクトに対する投資を活発にする
 - 各地のデザイン関連の情報を取りまとめたデザインポータルサイトを立ち上げる
 - デザインの経済的インパクトを測定する

この提言を受け、2020 年には展覧会やワークショップ等様々なイベントが全国各地で一斉に行われる フランスデザインウィークが開催され、2021 年 9 月にはデザインカウンシルが設立される等、全国統一 的なデザイン政策の策定・政策実行に向けた準備が始まっている。以下で個別施策について詳細に説 明する。

1.3.2 個別施策

(1) ヌーヴェル・アキテーヌ地域圏のデザインプラットフォーム17

ヌーヴェル・アキテーヌ地域圏は、フランス共和国南西部に位置する地域圏で、圏内の著名な都市にはボルドー等がある。地域圏として戦略計画を発表しており、知識・イノベーション・競争力の経済の実現に向けてデザインの活用を推進している。その中心は、ADI Nouvelle-Aquitaine(Agence de Développement et d'Innovation Nouvelle-Aquitaine)という非営利団体であり、Design

¹⁶ PIAは将来性のある研究やイノベーションに対する資金援助プログラム https://uk.ambafrance.org/Investments-for-the-Future-Programme (2022年3月17日閲覧)

¹⁷ ヌーヴェル・アキテーヌ地域圏のデザインプラットフォーム HP https://www.design-en-nouvelle-aquitaine.fr/ (2022 年 3 月 10 日閲覧)

en Nouvelle-Aquitaine というオンラインのデザインプラットフォームの運営等を通じて地域圏下の企業活動支援、イノベーション創出支援を実施している。このプラットフォームでは、地域圏内のデザインに関連する記事やコンペティション、ウェビナー等の情報提供だけでなく、企業が地域圏内のデザイナーやデザインスクール等を地図や職能から検索し、コンタクトできる機能も備わっている。

(2) リール都市圏のデザインプラットフォーマー¹⁸とワールドデザインキャピタル 2020¹⁹の誘致

リール都市圏は、フランス共和国北部のオー=ド=フランス地域圏の首府であるリール市を中心に周囲地域一元的に管理・運営するための連合体である。この地域は、かつての工業の中心地であり、現在でも国内では有数の工業地域である。このような経緯から、産業振興・イノベーションを重視した政策が多く実施されており、デザイン活用も推進されている。このデザイン活用推進の主体は、lille-designというプラットフォーマーで、地方政府から支援を受け、都市圏内のデザイナー間コミュニケーションを促進するオンラインイベントや企業向けのデザインコンサル、クライアントへのデザイナー紹介等のサービスを提供している。

また、2020 年には地方政府の主導により、世界デザイン機構のワールドデザインキャピタル(WDC) の誘致にも成功している。WDC は、市民の生活を改善するためにデザインを効果的に活用している都市をピックアップするプロモーションプログラムである。展示会、コンペティション、ウェビナー等多くのデザインイベントが開催され、地域への更なるデザインの浸透とデザイン活用の対外的なアピールがなされた。

(3) サンティ・ティエンヌ市で開催される国際デザインビエンナーレ²⁰

サンティ・ティエンヌ市は、フランス共和国の南東部オーヴェルニュ=ローヌ=アルプ地域圏に属する。 サンティ・ティエンヌ市には、アート&デザインの高等教育機関 École Supérieure d'Art et Design de Saint-Étienne が設立されており、この学校が主体となって、1998 年からデザインの推進を目的 に国際デザイン展覧会(デザインビエンナーレ)が 2 年に 1 度開催されている。ビエンナーレでは、アート からイノベーション、海外のデザイン研究等様々なテーマの展示、ワークショップが1ヶ月間、市内の至る 所で実施されている。このような経緯からアートやデザインが街にも浸透しており、街中にアート作品や 印象的な建物が存在している。

ビエンナーレが開催されアート&デザインの街としての知名度が高かったことから、2009 年には市・地域圏・文化省の支援でシテ・ドュ・デザインという文化施設が上述の école と隣接して設立された。この施設は、芸術・デザインの教育(学生の研究、展示の場としての機能等)、デザインの普及(常設展示や展示ツアーを市民向けに開催等)、企業や自治体に対するデザイン活用のコーチングや研修等を提供している。2010 年以降、ビエンナーレもこの施設と école の共同主催となった。

¹⁸ リール都市圏のデザインプラットフォーム HP https://www.lille-design.com/en/lille-design (2022 年 3 月 10 日間監)

¹⁹ ワールドデザインキャピタルは WDO (World Design Organization)の 2 年ごとに選定する。 https://wdo.org/programmes/wdc/about/ (2022 年 3 月 10 日閲覧)

²⁰ 国際デザインビエンナーレ 2022 HP https://biennale-design.com/saint-etienne/2022/ (2022年3月9日 閲覧)

(4) フランスデザインウィークの開催21

フランスデザインウィークは、フランスデザインの認知度向上を目的とした国際的・全国的なイベントである。上述の Assies du design 2019 の中では、デザインの推進を目的に提案され、文化省と経済・財務・復興省の資金投入で財政難を乗り越えた APCI が中心となり、各地のデザイン系団体(シテ・ドゥ・デザインや各地域のデザインスクール等)の協力を得て開催された。2021 年のデザインウィークには、学校、スタジオ、企業、業界団体等、複数のデザイン団体が参加し、展示会、会議、デザインスタジオへの訪問、オープンハウス、ワークショップ等 350 のイベントが全国各地、オンライン上で提供された。

(5) デザインカウンシルの設立22

フランス共和国のデザインカウンシルは、上述の Assises du design 2019 の中で、デザインエコシステムの構築を目的に提案されていた施策である。文化省や経済・金融・復興省が出資して設立され、デザイン関連の問題を研究、政府に対する政策提言の実施の他デザイナー間、デザイナーと政府の長期的な交流・対話の促進といった機能を担うことが期待されている。

²¹ フランスデザインウィーク 2022 HP https://francedesignweek.fr/ (2022 年 2 月 24 日閲覧)

²² 文化省 HP で国立カウンシルの設立が発表 https://www.culture.gouv.fr/en/Presse/Communiques-de-presse/Nomination-de-Sandra-Rey-a-la-presidence-du-Conseil-National-du-Design (2022 年 2 月 17 日閲覧)

1.4 ドイツ連邦共和国のデザイン政策

1.4.1 概要(全体観)

ドイツ連邦共和国におけるデザイン政策は、2007 年以降、連邦経済気候保護省(Federal Ministry for Economic Affairs and Climate Action)と文化・メディア連邦政府委員 (Minister of State for Culture and the Media)により、「文化・クリエイティブ産業イニシアチブ (Initiative Kultur- & Kreativwirtschaft der Bundesregierung)」²³という枠組みで進められ、多様な施策が打ち出されている。当該イニシアチブは、国内の文化・クリエイティブ産業を独立した 経済分野かつ成長分野として確立し、競争力を強化すること、革新的な取組を行う小規模企業やフリーランスのアーティストの雇用機会を改善することを目的に、2007 年に連邦政府が立ち上げた枠組みである。文化・クリエイティブ産業の定義として、これを構成するサブマーケットとして、デザイン、音楽、書籍、美術、映画、放送、舞台芸術、建築、出版、広告、ソフトウェア・ゲームの 11 分野と、その他を挙げている。デザインがサブマーケットの 1 つとして数えられており、当該イニシアチブが振興を推進する対象となっている。

さらに、中間組織であるドイツデザインカウンシル(Der Rat für Formgebung)²⁴による取組も充実している。ドイツデザインカウンシルは、ドイツ連邦共和国のデザインやブランドの社会的認知を強化し、企業のデザイン・ブランド開発をあらゆる側面でサポートする 1953 年設立の非営利財団組織である。

文化・クリエイティブ産業イニシアチブ、ドイツデザインカウンシルでは、共通して、デザイン産業を国の 重要な経済分野の1つとして捉えており、成長分野として確立すること、強化することを目的に各種施策 を展開している。いずれもデザイン産業従事者を主な施策のターゲットとしているが、一部、一般市民に 対する取組も見られ、国全体でのデザイン振興を目指していることが分かる。以下、デザイン領域に特 化し、幅広い振興策を推進する各主体の取組を紹介する。

wirtschaft.de/KUK/Navigation/DE/Home/home.html (2022年3月11日閲覧)
²⁴ Der Rat für Formgebung ウェブサイト https://www.german-design-council.de/ueber-uns/ (2022年3月11日閲覧)

1.4.2 個別施策

(1) 文化・クリエイティブ産業イニシアチブの取組

文化・クリエイティブ産業イニシアチブでは、2007 年に立ち上げられて以来、枠組みの目的として下記の10点を掲げている。これらの目的を達成すべく、多様な具体施策を打ち出している。

■ イニシアチブの目的

- 1. 文化・クリエイティブ産業を独立した経済分野かつ成長分野として確立し、競争力を強化する
- 2. 経済的なモニタリングを継続し、文化・クリエイティブ産業の発展状況について毎年概観する
- 3. 各サブマーケットの構造、課題、開発ライン、ニーズに関する対話を継続する
- 4. 文化・クリエイティブ産業における経済的なネットワーク構築を改善する
- 5. 文化・クリエイティブ産業の関係者、特にベンチャー企業創業者に資金調達の機会を提供するためのネットワークを構築する
- 6. 文化・クリエイティブ産業の企業の発展をより一層支援できるよう、経済・技術政策プログラムを 見直す
- 7. 特にフリーランスや小規模な文化事業者が外部資本にアクセスしやすいようにする
- 8. 国内の文化・クリエイティブ産業の可能性をこれまで以上に強く海外にアピールするために、海 外貿易促進プログラムへのアクセスを改善する
- 9. 芸術家のための社会保険を維持し、更に安定させる
- 10. デジタル著作権保護の枠組みを更に発展させる

上記目的を達成するための、具体的な施策内容としては、文化・クリエイティブ産業コンピテンス・センターの設立、文化・クリエイティブ産業パイロットプロジェクトの運営、情報発信、経済支援が挙げられる。

ア) 文化・クリエイティブ産業コンピテンス・センターの設立

文化・クリエイティブ産業コンピテンス・センター (Das Kompetenzzentrum Kultur – und Kreativwirtschaft) 25 は、当該イニシアチブに属する、文化・クリエイティブ産業振興に関する組織で、①「開発・イノベーション」、②「ネットワーキング・プラットフォーム」、③「分析・トレンド」の 3 つのテーマに沿った施策を行っている。

- ① 「開発・イノベーション」では、クリエイティブ産業にアプローチや方法論を取り入れることによる、イノベーション創出を目指している。例えば、Creative Labs というイベントでは、参加者が社会課題に対し6ヶ月間、デザイン思考等のアプローチで議論・検討を行う
- ② 「ネットワーキング・プラットフォーム」では、クリエイティブ人材と、クリエイティブ人材との交流を求める人々を結び付けることを目指している。オンラインツールによる対話・ワークショップの他、クリエイティブ業界従事者による講演、インタラクティブに会話できるプラットフォーム等を提供し

²⁵ 文化・クリエイティブ産業コンピテンス・センターウェブサイト https://kreativ-bund.de/ (2022年3月11日閲覧)

ている

③ 「分析・トレンド」では、文化・クリエイティブ産業に関するデータや業界動向を調査・分析し、レポートとして発刊、国際会議の開催等、シンクタンク機能として各種研究活動を行っている

イ) 文化・クリエイティブ産業パイロットプロジェクトの運営

文化・クリエイティブ産業パイロットプロジェクトは、文化・クリエイティブ産業の取組をビジネスや社会に広めるために毎年行われている表彰制度であり、2021 年においては 32 の受賞者が選出されている。受賞した場合には、非公開のワークショップへの参加、1 年間のメンターによる支援を受けることができる他、国内メディアからの高い注目を得られることから、文化・クリエイティブ産業企業・プロジェクト・起業家等の参加者にとって、重要なプロジェクトとして位置づけられている。

ウ)情報発信

文化・クリエイティブ産業に関するモニタリングレポートを年に 1 度発刊・ウェブサイト上でも公開しており、同産業の社会的認知に貢献している。また、ウェブサイト上では、文化・クリエイティブ産業従事者向けの様々な情報提供を行っている。具体的には、当該イニシアチブ主体以外の施策を含む、ネットワーク支援、資金調達マッチング支援、各種育成プログラム、コンサルティング・トレーニングコースの紹介等を行っており、特に小規模の企業やフリーランスのアーティストを支援する内容が多く掲載されている。

工)経済支援

文化・クリエイティブ産業向けの経済的な支援は、主に連邦州単位で行われている。ほぼ全ての州が、 奨学金やプロジェクト資金の財政援助の仕組みを有している。また、新型コロナウイルスによる影響を受 けた企業を保護するためのプログラムとしては、連邦政府から各種プログラムが打ち出されており、文 化・クリエイティブ産業全体に対しては、2021 年 7 月時点で 20 億ユーロ(約 2,630 億円)以上が助 成されている(デザイン産業に対する内訳は不明)。なお、プログラム対象期間は開始当時の予定から延 長され、2022 年 3 月末までの継続が決定している。

(2) ドイツデザインカウンシルの取組

ア)表彰制度・コンペティション

デザインカウンシルは様々な表彰制度・コンペティションを企画・開催し、デザイン領域の社会的認知の強化、若手デザイン従事者の支援を目指している。具体的には、ドイツデザイン賞(German Design Award)、ドイツブランド賞(German Brand Award)、ニューカマーコンペティション(Newcomer-Wettbewerb ein&zwanzig)、建築デザイン賞(ICONIC AWRDS)、デザインコンペティション(Design Plus)等を多種多様なコンペティションを開催している。

イ)若手デザイナーの育成

デザインカウンシルは、若手デザイナーの育成に注力しており、上述のニューカマーコンペティションの対象はデザイン学校の学生・卒業生となっている。デザイン学校の卒業生向けには、German Design Graduates²⁶というイニシアチブもあり、展覧会やコンペティション、ネットワーキングイベント、講演会を開催する他、ウェブサイト上に作品と卒業生の情報を掲載するプラットフォームを提供する等、若手デザイナーの活動を支援している。

また、2011 年にはドイツデザイン博物館財団(Stiftung deutsches Design Museum)²⁷を設立しており、同財団は、教育に注力したデザイン振興を行っている。その取組の一環として、デザイン関係の学生のみならず、幅広い学生・子どもを対象に、デザインを学んでもらう機会として、デザイン博物館でのワークショップイベントや、学校への出張プログラム等を展開している。

ウ)研究・情報発信

研究活動を担う機関としては、ドイツデザイン研究所(IfDRA, Institute for Design Research and Appliance)を設立しており、理論や実践を独自のものとしてではなく、両者を繋ぐことを目指したデザイン研究を行っている。ドイツデザイン研究所では研究活動以外にも、専門家を招いたセミナーやトークイベント(Design Talks)等のイベントも開催しており、デザイン従事者はこれらのイベントを通し、専門的な情報を収集することができる。デザインカウンシルはウェブサイト上で、デザインに関する様々な基礎知識や授業で使えるコンテンツをトピックごとに掲載しており(Designwissen)、デザイン従事者からデザイン分野初心者、教育者が気軽にアクセス可能な情報サイトとして機能している。

さらに、ドイツデザイン博物館財団は、国内の歴史的なデザイン作品をデジタル化し、フォトライブラリ化・デジタル図書館化し、ウェブサイト上で公開している。デザイン文化・歴史を保護しつつ、幅広い対象に、デザインを広める取組となっている。

²⁶ German Design Graduates ウェブサイト https://germandesigngraduates.com/ (2022年3月11日閲覧)
27 ドイツデザイン博物館財団ウェブサイト https://www.deutschesdesignmuseum.de/ (2022年3月11日閲覧)

1.5 イタリア共和国のデザイン政策

1.5.1 概要(全体観)

イタリア共和国はデザイン分野を国の重要な経済・文化要因として捉えており、教育大学研究省が策定する科学技術戦略や研究システムにおける重点分野を示す国家研究計画(PNR, Programma Nazionale per la Ricerca)²⁸においても1つの分野として取り上げられている。政策以外にも、イタリア工業デザイン協会(ADI)²⁹等の中間組織によりデザイン振興に関する多様な取組が行われている。イタリア共和国でデザイン分野は重視されているが、"made in Italy"に代表される古典的な意味合いでの"デザイン"を対象としていることが主であり、デザイン思考等に関する取組はあまり見られないことが特徴として挙げられる。

国家研究計画(PNR)は、前述の通り、科学技術戦略や研究システムにおける重点分野・事項を示す もので、教育大学研究省が策定し、経済計画のための省庁間委員会(CIPE)により承認される。最新の 国家研究計画(PNR)2021- 2027 では、重点分野の「人間的な文化、創造性、社会性、社会変革、インクルーシブ・ソサエティ」の項目に「クリエイティビティ、デザイン、made in Italy」がある。

デザインやクリエイティビティはイノベーションの真の原動力であり、イタリア共和国の国としての能力の基礎となっているとされている。また、イタリア共和国の 4A(家具、食品・ワイン、衣料・ファッション、オートメーション・機械)の主要生産分野とクリエイティブ産業全般における"made in Italy"を経済的、文化的に重要なものとして捉えている。競争力の基盤である国際市場での販売機会がコロナ禍で失われる等、環境が変化している中で、国家研究計画(PNR)は、国の発展のための研究・技術革新を進める施策として位置づけられている。なお、一期前の国家研究計画(PNR)2014-2020では、プログラム推進のため、「Made in Italy デザイン・クリエイティビティ」分野に対し、2.6 千万ユーロ(約34.2 億円)の資金提供がされた。

イタリア工業デザイン協会(ADI)は、1956 年にミラノ設立された、デザイナー、企業、ジャーナリスト、評論家、研究者、学生・教師、流通業者等が参加する中間組織で、国際的なデザインの促進、強化、保護を目的として活動をしている。文化面、経済面でインダストリアルデザインを牽引しており、各地でイベント等の開催、デザイン職の認知を広げる活動、知的財産の問題に対するデザイン審査会の創設等を行っている。なお、ADI は、国際インダストリアルデザイン団体協議会(ICSID)、欧州デザイン団体協議会(BEDA)、国際デザイン協議会(ICoD)等の創設メンバーとしても知られている。

https://www.mur.gov.it/sites/default/files/2021-

²⁸ 教育大学省 Programma Nazionale per la Ricerca 2021-2027

^{08/2.}AllegatoEsteso Cultura.pdf? cf chl jschl tk =sqtrlBAvQ4EH4051dJHpLIESyvKxJG2L9AoUNZoZ ovo-1639382061-0-gaNycGzNB1E (2022 年3月 11 日閲覧)

²⁹ イタリア工業デザイン協会(Associazione per il Disegno Industriale)ウェブサイト https://www.adi-design.org/homepage.html (2022 年3月 11 日閲覧)

1.5.2 個別施策

(1) 国家研究計画(PNR)の詳細³⁰

国家研究計画(PNR)2021-2027 において、取組テーマは 6 つ設定されており、それぞれについて 具体的な KPI が設定されている。

1つ目は、「デザイン基礎研究」であり、具体的な KPI としては、査読付き論文誌 [科学及び/またはクラス A] の出版数の増加、テーマ分野における博士号取得者数の増加、研究プロジェクトに参加する国際的な研究者/研究機関の数の増加、出版物以外の普及活動の増加、研究プロジェクト内で開催されるセミナー/研修コースの数の増加、研究プロジェクトの訓練を受ける人数の増加、研究プロジェクト内の継続的な研修活動の増加等が設定されている。

2つ目は、「Made in Italy の強化」であり、Made in Italy の企業数、売上高、輸出、特許数、新ブランド数、雇用者数の増加等が KPI として設定されている。

3つ目は、「持続可能な開発目標達成への貢献」であり、サステナビリティ分野における大学・研究機関と産業界の研究協力協定数、特許数、中小企業の数、雇用数の増加等が KPI として設定されている。 4つ目は、「生活・仕事の質向上」であり、顧客満足度調査・分析を実施するプロジェクト数、市民等がコンテンツ制作に貢献したプロジェクトの割合等が KPI として設定されている。

5つ目は、「Made in Italy の各都市発展」であり、対象地域に進出している中小企業数、若年層・女性・障がい者の雇用数、無形文化遺産及び人類文化遺産に特化した地域目録数、ワークショップ/セミナー/研修コース数、デジタル博物館、バーチャル博物館、アーカイブ、文化遺産の促進と利用のためのアプリケーション数等が KPI として設定されている。

6つ目は、「企業活動による地域開発・国際競争力の向上」であり、個人・集団レベルでの文化的・創造的遺産の保護と強化に関する大学/研究機関・地方自治体の研究協定数、文化・クリエイティブ分野で活躍する中小企業数・雇用者数、価値ある文化的・創造的資源の比率、著作権の数等が KPI として設定されている。

https://www.mur.gov.it/sites/default/files/2021-

³⁰ 教育大学省 Programma Nazionale per la Ricerca 2021-2027

^{08/2.}AllegatoEsteso Cultura.pdf? cf chl jschl tk =sqtrlBAvQ4EH4051dJHpLIESyvKxJG2L9AoUNZoZ ovo-1639382061-0-gaNycGzNB1E (2022 年3月 11 日閲覧)

注)イタリア共和国の当該国家研究プログラムについては目的、取組テーマ、KPI 等の記載はあるが、具体施策内容について公開情報なし。

(2) 工業デザイン協会(ADI)による表彰制度等の取組

ア)表彰制度・コンペティション

ADI は、世界最古の権威あるデザイン賞として知られるコンパッソ・ドーロ賞の運営をしている。コンパッソ・ドーロ賞は 1954 年に設立され、歴史的なコレクションは ADI 財団により管理されている(後述 ADI 博物館参照)。

また、毎年行われるコンパッソ・ドーロ賞の予備選考としての役割もある、ADI デザインインデックスの 選抜・評価も行っている。

イ)デザイン従事者向け支援策

デザイン従事者向けの支援として、デザインの知的財産問題に関する助言・アドバイスをするための デザイン審査員や専門助言委員会を設置している。その他、教育・トレーニング関連では、デザイナー向 けの職業訓練・イベントや奨学金、展示会・会議の開催等を行っており、デザイナーが継続的に活躍でき るための支援を行っている。

ウ)博物館

また、ADI により 2001 年に設立された ADI 財団 31 は、ADI 博物館(ADI Design Museum Compasso d'Oro) 32 を管理している。コンパッソ・ドーロ賞の歴代コレクションを含む、文化遺産省が芸術的・歴史的と認めた国家文化遺産を保存している。

常設展以外にも、期間限定の展示会や、子どもから大人・学校・企業向けのデザインワークショップ、デザインカフェ等を企画・運営し、デザイン従事者以外の幅広い層に対し、国内外のデザイン文化の普及・向上に貢献している。

32 ADI 博物館(ADI Design Museum Compasso d'Oro)ウェブサイト https://www.adidesignmuseum.org/ (2022 年3月 11 日閲覧)

³¹ ADI 財団 (Fondazione ADI Collezione Compasso d'Oro)ウェブサイト https://www.adi-design.org/fondazione-adi.html (2022 年 3 月 23 日閲覧)

1.6 オランダ王国のデザイン政策

1.6.1 概要(全体観)

オランダ王国のデザイン関連政策は、クリエイティブ産業関連政策に包含されている。クリエイティブ産業は、オランダ王国の重要9産業(トップセクター)33の1つに設定されており、経済・気候政策省(正式名称:Ministerie van Economische Zaken en Klimaat)が主導するトップセクター全体に対する政策(トップセクター政策)にて定められた方針がクリエイティブ産業関連政策のベースとなっている。

トップセクター政策として、経済・気候政策省は 2019 年に「ミッション主導のトップセクターとイノベーションに関する政策(正式名称: Missiegedreven Topsectoren- en Innovatiebeleid(MTIB))」を発表³⁴。MTIB は、持続可能で健康的かつ安全で、気候変動に左右されない社会への移行を加速し、オランダ王国の競争力を強化するべく、的確なイノベーション政策によって政府・企業・研究機関が社会的課題に取組み、長期的にオランダ経済を強化することを目指している。そして、トップセクターのイノベーション力を社会的課題の解決につなげていくために、トップセクターが共通して取組む 4 つの社会課題テーマとして、(1)エネルギー転換と持続可能性、(2)農業・水・食料、(3)ヘルス&ケア、(4)安全を掲げている。

MTIB に関連した研究活動やプロジェクトについては、KIC ファンド(後述)等から資金援助を受けることができる仕組みとなっており、クリエイティブ産業を含むトップセクターは、MTIB の方針に基づいて研究活動やプロジェクト活動を具体化している。KIC(正式名称:Kennis- en

Innovatieconvenant) 35は、政府、企業、研究者・有識者が、MTIBの実現のためにコミットすることを宣言したもので、MTIBに関連する研究活動やプロジェクトに対する資金援助予定36が含まれる。 KICの資金リソース規模は、トップセクター全体に対するものであるが、2020年の実績で約49億ユーロ(約6,200億円、1円=0.0078ユーロ)、うち民間資金から約20.5億ユーロ(約2,600億円)、公的資金から約28.5億ユーロ(約3,600億円)であった。

MTIB の政策方針を受けて、クリエイティブ産業では、有識者や業界関係者で組織されるトップコンソーシアム「CLICK NL₁37や、クリエイティブ産業の企業・労働組合等で構成された戦略的諮問機関で

³³ オランダ政府は 2011 年、更なる経済成長と社会繁栄の実現を目指し、オランダ王国が強みを持つ 9 つの産業分野として、農業・食品、園芸・育種、水、ライフサイエンス・健康、化学、ハイテク、エネルギー、ロジスティクス、クリエイティブを「トップセクター」に位置づけ、各産業の一層の規制緩和を図り、政府・企業・研究機関の 3 つの主体の連携を促進している。(参考:国立研究開発法人 科学技術振興機構 研究開発戦略センター「科学技術・イノベーション動向報告~オランダ編~」(2017 年 3 月) https://www.jst.go.jp/crds/report/NL20170411.html (2022 年 3 月 8 日閲覧)

³⁴ Kamerbrief over Missiegedreven Topsectoren- en Innovatiebeleid(ミッション主導のトップセクターとイノベーション政策に関する議会への書簡、2021 年 10 月)

https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2021/10/15/kamerbrief-over-missiegedreven-topsectoren-en-innovatiebeleid (2022年3月8日閲覧)

³⁵ オランダ政府「KIC(Knowledge and Innovation Covenant)」

https://www.nwo.nl/onderzoeksprogrammas/kennis-en-innovatieconvenant-kic (2022年3月8日閲覧)

³⁶ KIC はコミットメントを表明するものであり、資金提供に対する強制力は持たない。リソースの配分を決定する権限はリソースを持っている組織が有する。

³⁷ CLICK NL はクリエイティブ産業のトップコンソーシアムである。トップコンソーシアムは、各トップセクターに 1 つ存在し、各

ある「Dutch creative council」³⁸等によって、クリエイティブ産業やその研究者が取組むべきイノベーションプロジェクトや研究テーマの方向性を具体化した「クリエイティブ産業のナレッジとイノベーションのためのアジェンダ(正式名称: KENNIS- EN INNOVATIEAGENDA VOOR DE CREATIEVE INDUSTRIE 2020-2023)³⁹」が作成されている。アジェンダの遂行に当たっては、中央省庁、研究機関、大学、地方自治体、デザイン関連企業等が必要に応じて連携しており、助成金を適宜活用しながら取組が行われている。以下にその具体施策を示す。

1.6.2 個別施策

(1) CLICK NLの取組

ア)MTIBの4つの社会課題テーマに対する取組

「クリエイティブ産業のナレッジとイノベーションのためのアジェンダ 2020-2023」では、MTIB2019 にて設定された 4 つの社会課題テーマ(エネルギー転換と持続可能性、農業・水・食料、ヘルス&ケア、安全)に対して、クリエイティブ産業としてどのように貢献するかという方針が提示されている。

CLICK NL は、クリエイティブプロフェッショナル⁴⁰や研究者と彼らのサポートを望む人々のマッチング、助成金制度やコラボレーションのスキームに関する情報提供、プロジェクト構築の支援等を通して、MTIB の4つの社会課題テーマに関連するプロジェクトの立ち上げや推進を担っている。多様なプロジェクトが実施されている⁴¹が、その内容に応じて中央省庁(司法・治安省、内務省等)、研究機関、大学、地方自治体、デザイン関連企業等がプロジェクトパートナーとして参画している。

イ) クリエイティブプロフェッショナルに向けたナレッジシェア

クリエイティブプロフェッショナルが持つナレッジや暗黙知、スキル、経験等を研究機関と連携して理論的に明らかにしようとしている。研究成果やプロジェクト事例は CLICK NLの HP 上で公開されており、人々はクリエイティブプロフェッショナルがどのような知識を活用して実際の社会課題に対しソリューションを導いたかを学ぶことができるようになっている。

ウ)クリエイティブ産業の知識基盤を強化する研究活動

クリエイティブ産業が社会課題に取組む中で、クリエイティブプロフェッショナルの活躍領域が拡大し、

産業の従事者、企業、研究者等で形成された業界組織である。独自のオフィススペースや所有物を持たないバーチャルな組織として機能しており、ボードメンバーは大学関係者、業界関係者、地方自治体の代表者、研究機関のリーダー等で構成されている。また、オブザーバーとして、経済・気候政策省、教育・文化・科学省が参加している。

³⁸ Dutch creative council は、2012 年に設立されたクリエイティブ産業のための独立した戦略的諮問機関で、クリエイティブ産業をトップセクターとして活性化し、国内及び国際的なリーディングセクターに発展させることを目的としている。

³⁹ CLICK NL「KENNIS- EN INNOVATIEAGENDA VOOR DE CREATIEVE INDUSTRIE 2020-2023」 https://www.clicknl.nl/kennis-en-innovatieagenda/ (2022年3月8日閲覧)

⁴⁰CLICK では、クリエイティブ産業で活躍する人材を「クリエイティブプロフェッショナル」としている。

⁴¹ プロジェクトの具体例「VvE ソーラーコーチプロジェクト」:ソーラーパネルの家庭への普及がなかなか進まないという課題に対し、サービスデザイン会社のノウハウを活用したプロジェクト。従来のように技術的・法的・経済的にアプローチするのではなく、社会的な側面や住民の意思決定プロセスに着目。住民の意思決定を促す方法を学んだ「VvEソーラーコーチ」を育成し、ソーラーパネルの設置拡充に貢献した(MTIB社会課題テーマ「エネルギー転換と持続可能性」に関連するもの)。

必要とされるスキルも拡大していくことを見込み、大学やクリエイティブセクターの専門家等と連携し、知 識開発を継続的に実施している。

「クリエイティブ産業のナレッジとイノベーションのためのアジェンダ 2020-2023」では、新たな知識 開発分野として次の3つのテーマを掲げ、開発のためのロードマップを提示している。

- ① Design for Change: 人々のモチベーションを高め、行動に影響を与え、刺激することで、人々を動かすための戦略
- ② The Humane Touch:複雑化する製品やサービスに関連して、人々を惹きつけ、つなぎ、信頼し、力を与えるための戦略
- ③ 価値創造:ソリューションや新しい提案を実現するための戦略

1.7 デンマーク王国のデザイン政策

1.7.1 概要(全体観)

デンマーク王国のデザイン政策は、クリエイティブ産業関連政策に包含されている⁴²。デンマーク王国のクリエイティブ産業は約 117,000 人がフルタイムで働き、派生する経済活動を含めると年間約3,480 億デンマーククローネ(約6兆円)を生み出す重要な輸出産業であり、産業振興による更なる成長が期待されている。また、公共部門におけるデザイン活用も積極的に行われている。

デンマーク王国では、クリエイティブ産業に対する政策を定期的に打ち出しており、直近では「デンマーク王国のクリエイティブ産業の成長計画 2019(正式名称:Vækstplan for de kreative erhverv2019)⁴³」の中で、産業振興に向けた政府の取組を示している。「デンマーク王国のクリエイティブ産業の成長計画 2019」では、政府内に設置されたクリエイティブ産業のための「クリエイティブ産業の成長チーム(正式名称:Vækstteam for kreative erhverv)⁴⁴」の提言に基づいて、「創造的なデンマークで成長を生み出す」という政府ビジョンを達成するために、6つの行動分野とそれに紐づく28のイニシアチブが設定されている。

公共部門では、2001年から20年以上に渡って行政サービスへのデザイン思考の導入・展開を目的に様々な施策を実施している。その他、義務教育課程においてデザインを学ぶ「手工とデザイン」を設置し、デザインの学習を通して問題解決能力や創造性、イノベーション創発力の強化を目指している。

また、国立のデザインセンター「Danish Design Center(DDC:デンマークデザインセンター)」等の中間組織もデザイン振興施策の推進を担っている。政府からの資金援助を受けながら45、デザインに関する調査・研究とデザイン政策への提言を行う等、シンクタンク的機能を果たすと同時に、企業や自治体と協力して、具体的な施策の実行を担っている。

⁴² クリエイティブ産業は次の 11 の産業で構成されている:建築、書籍・出版、デザイン、映画・ビデオ、コンテンツ制作・コンピュータ、アート・クラフト、音楽、ファッション・衣料、家具・インテリア、ラジオ・テレビ、広告

⁴³ デンマーク王国政府(産業省)「Vækstplan for de kreative erhverv2019(デンマーク王国のクリエイティブ産業の成長計画 2019)」https://em.dk/publikationer/2019/vaekstplan-for-de-kreative-erhverv/ (2022年3月8日閲覧)

⁴⁴ 2012 年 3 月に当時の産業大臣、文部科学大臣、文化大臣によって設立された。参考:デンマーク王国産業省 (Erhvervsministeriet) HP https://em.dk/nyhedsarkiv/2012/marts/nyt-vaekstteam-skal-komme-med-anbefalinger-til-styrket-vaekst-og-beskaeftigelse-i-de-kreative-erhverv/ (2022 年 3 月 10 日閲覧)

⁴⁵ 政府からの資金援助は、産業省とDDCの間で結ばれる「Resultatkontrakt(パフォーマンス契約)」に基づき支出されている。なお 2012 年度に国から受け取った補助金額は 25 百万デンマーククローネ(約 4 億円)であった。また、DDCのボードメンバーのチェアマンの選出は産業省によって行われている。参考:産業省HP

https://em.dk/nyhedsarkiv/2012/marts/erfaren-erhvervsmand-i-spidsen-for-bestyrelsen-for-dansk-design-center/ (2022年3月11日閲覧)

1.7.2 個別施策

(1) デンマーク王国のクリエイティブ産業の成長計画 2019(正式名称: Vækstplan for de kreative erhverv2019)

6 つの行動分野と 28 のイニシアチブのうち主要なものの概要を以下にて示す。

行動分野①クリエイティブスキルの強化

企業、学生、研究者が協力して、創造性・技術・ビジネスセンスに基づき、新しいビジネスモデル・製品・サービスを生み出す起業家的・イノベーティブな環境として、「イノベーションと創造性のためのデンマーク研究所(正式名称: Laboratorium for Innovation og Kreativitet Danmark)」を設立する。このために政府は、2020年から 2022 年にかけて2,000 万デンマーククローネ(約 3 憶 4 千万円)を拠出する⁴⁶。その他、芸術系教育機関への補助金増額や奨学金プログラムの検討を行うこととしている。

行動分野②クリエイティブ産業への投資強化

スタートアップ企業を含む、デンマーク王国の成長企業の資金調達活動を改善するため、Growth Fund を強化。国家保証付き融資枠を 4700 万デンマーククローネ(約8億円)から 5450 万デンマーククローネ(約9億円)に拡大した。

行動分野③クリエイティブな起業家の支援

企業と芸術・文化セクターとのマッチングを強化。潜在的な投資家やビジネスパートナーを探索し、クリエイティブ事業への投資を促進。

行動分野④公共部門におけるクリエイティビティを活用したイノベーション

公共入札に関して、入札者が仕様書に規定されていない、独自の解決策やアイデアを出すことで、イノベーティブな解決策を考案することを促進。好事例をデンマーク入札・消費者庁の WEB サイト⁴⁷を通じて公開。

行動分野⑤著作権に関する制度整備

オンラインコンテンツの著作権保護のため、権利者の同意なしに音楽や映画等をストリーミング、ダウンロードすることは違法であることを一般市民に知らせることを目的とした予防措置を開始。

行動分野⑥輸出増と国際社会の中での地位向上

デンマーク産業連盟、デンマーク企業連盟等との官民パートナーシップにより、デンマーク王国のクリ

⁴⁶ デンマーク王国産業省「Laboratorium for Innovation og Kreativitet Danmark https://em.dk/media/13183/faktaark-laboratorium-for-innovation-og-kreativitet-danmark.pdf (2022 年 3 月 10 日閲覧)

⁴⁷ デンマーク入札・消費者庁 HP(Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen)<u>https://bedreudbud.dk/</u> (2022 年 3 月 10 日閲覧)

エイティブ産業のためのマーケティング・コンソーシアムを設立⁴⁸。外国の商業・政治上の要人やメディアのデンマーク王国への訪問をアレンジする等の活動を通してデンマーク製品の輸出拡大に貢献する。政府は 2019 年から 2022 年にかけて、この活動に 1000 万デンマーククローネ(約 1.7 億円)を拠出する。

(2) 公共領域におけるデザイン思考の活用:破壊的タスクフォース(旧・マインドラボ)49

2001年に企業省に設置された「マインドラボ」、マインドラボを発展させる形で 2018年に企業省、産業省、財務省の 3 省共同で設置した「破壊的タスクフォース」を主体として、公共部門でのデザイン思考の活用が 20 年以上実施されている。

ア)デザイン思考を活用したワークショップの実施

企業省にてデザイン思考を活用したワークショップを 5 年間で約 280 回開催。組織統合を行った直 後の同省が組織横断的なプロジェクトを遂行するためのサポートを実施。

イ) 省庁横断型のプロジェクト活動の実施

2007 年頃から複数の省庁や自治体等が参加するプロジェクトを実施。「企業の手続き負荷の軽減プロジェクト」には、マインドラボに加え、規制所管省庁、民間企業、研究機関、専門家といった幅広いメンバーが参加。企業へのインタビュー、実際の行政手続きの観察、ジャーニーマップの作成といったサービスデザイン型のアプローチを採用して課題の発見、解決策の検討が進められた。検討結果は、ワークフローの見直し、手続きに関するガイドラインの作成、デジタル技術の広範な活用といった施策を決定する際の判断材料として用いられた。

ウ)職員の能力向上

中央政府職員のプロジェクトマネジメント技術向上を目的に、省庁間の情報交換ネットワークを形成する等の取組を実施。他にも、雇用省と連携して職員のリーダーシップ、調査能力、行動力向上のトレーニング等を実施した。

(3) Danish Design Center(DDC:デンマークデザインセンター)50による取組

ア)プロジェクト活動の実施

Digital Transition、Social Transition、Green Transition の3分野にて、企業や自治体等、デザイナーと協力して、社会課題解決を目的とした「イノベーションプロジェクト」を立ち上げ・推進している。

⁴⁸ デンマーク王国産業省「Markedsføringskonsortium for dansk kreativitet」<u>faktaark-markedsfoeringskonsortium.pdf (em.dk)</u> (2022年3月10日閲覧)

⁴⁹ 本章は、一般社団法人行政情報システム研究所「2019 年 06 月号特集 デンマーク王国の公共部門におけるデザイン思考の実践―クリスチャン・ベイソン氏講演内容より―」

https://www.iais.or.jp/articles/articlesa/20190610/201906_02/ (2022年3月8日閲覧)を参照して執筆。

⁵⁰ デンマークデザインセンターHP https://ddc.dk/ (2022年3月8日閲覧)

プロジェクト例としては次のようなものがある。

- ① 「デジタル倫理コンパス」の開発(Digital Transition):デジタル製品・サービス開発時に注意 すべき倫理的観点を整理したツールボックスを開発
- ② より良い里親システムの開発(Social Transition):自治体と協力し、デザイン的手法を活用しながら、より良い里親制度の開発を目指したプロトタイプを開発・試行
- ③ 希少資源を最大限に活用する真の循環都市を作り出すデータ駆動型ソリューションの開発 (Green Transition):ニューヨーク、トロント、アムステルダム、グラスゴー、コペンハーゲンの 5 都市をパートナーとして、循環型都市を作り出すためのデータ駆動型ソリューションを全世界 から募集、26 か国から 137 のソリューションを集め、優れたものを表彰

2) デンマークデザイン賞の実施

DDC は、デンマーク王国のデザイン専門家で構成される「デザインデンマーク」と共同でデンマークデザイン賞を運営。デンマークデザイン賞を通して、デンマーク王国におけるデザインの価値と影響を示し、企業や社会におけるデザインとデザイン思考の活用を促し刺激することを目指している。

3) 分析レポートの発行(例 企業におけるイノベーションとデザインの関係について)

調査研究活動を実施し、HP 上で研究成果を公開している。直近では、2021 年 2 月にデンマーク王国と日本企業での調査をもとに大企業のリーダーがイノベーションを成功に導くスキルセットを分析したレポート「Diving Deep Into Corporate Innovation」を発行 51 。

(4) 義務教育課程におけるデザイン教育

同国では、国民学校の3年生~8年生(10歳~15歳)を対象とした義務教育課程の教科として「手工とデザイン」⁵²を設置。3年生から6年生の間に1学年以上で受講することが必修とされており、7年生~8年生は選択科目として実技をメインに学習することとなっている。

同国のデザイン教育は、教科全体を通して問題解決能力の育成を重視している点が特徴である。さらに、デザイン教育が職業教育の一環として「イノベーションと起業家精神」を強化する教科としても位置づけられている点も、同国の特色となっている⁵³。

教科の目的としては次の3点を挙げられている54。

① 審美的側面、機能的側面、(ユーザーとの)コミュニケーション的側面から価値のある手工製品の 製作、様々な素材を使用・表現する実践を通して、生徒が関連する知識と技術を習得すること

⁵¹ DDC「Diving Deep Into Corporate Innovation」https://ddc.dk/wp-content/uploads/2021/09/Diving-deep-into-corporate-innovation-2020-1.pdf (2022年3月23日閲覧)

⁵² デンマーク小学校教育法 https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2020/1396 (2022年3月18日閲覧)

⁵³ デンマーク王国を含む北欧では、ICT 教育、言語教育、職業教育等の充実が全教科に関わる目標となっている。

⁵⁴ 一色玲子「北欧における教育評価を手掛かりとした家庭科政策学習モデルの構築」 https://kaken.nii.ac.jp/ja/file/KAKENHI-PROJECT-24730739/24730739seika.pdf (2022 年 3 月 11 日 閲覧)

- ② 生徒が自己製作を通して、製品完成に向けたアイデア、思案、実践の相互作用を理解する能力を身につけること。またデザインの過程で探求、実験、問題解決に取組むことで、創造性や革新的なアプローチを促進し、決断力や判断力を涵養すること
- ③ 生徒が製作やデザイン、意見交換等を通して、その時の環境、様々な文化や時代を反映した素材についての知識習得に寄与すること

例えば、「ミニチュア椅子作成コース」では、デンマーク王国でこれまで生まれた椅子のデザインやその背景・歴史を参考にして、生徒自身でミニチュア椅子の作成に取組む。製作の過程では、椅子の構造を分析する力、適切な材料選択を行う力、設計をする力、製作をする力等を習得する。最後に自身で製作した椅子についてプレゼンテーションを行う。

1.8 フィンランド共和国のデザイン政策

1.8.1 概要(全体観)

フィンランド共和国では 2019 年に採択した「Osallistava ja osaava Suomi – sosiaalisesti, taloudellisesti ja ekologisesti kestävä yhteiskunta(社会的・経済的・生態学的に持続可能 な社会を目指すための包括的・効果的な政府プログラム)」55にて産業の成長志向の中にクリエイティブ産業の振興を位置づけている。フィンランド共和国におけるクリエイティブ産業は GDP の 4%未満を占めており、他の北欧諸国よりも少なく、EU 全体平均の 7%をも下回っており、クリエイティブ産業の成長、GDP におけるクリエイティブ産業のシェアの増加、クリエイティブ産業の労働条件の改善等が課題とされている。

そのため雇用経済省は 2020 年に「Luovan talouden tiekartta(クリエイティブ経済のロードマップ)」56を策定し、クリエイティブ経済を促進するための方策を定めた。このロードマップはクリエイティブ産業関係者によるワークショップの検討内容に基づき策定され、雇用経済省・教育文化省・クリエイティブ産業を支援する組織(Business Finland, Creative Finland)が実施を促進・指導する責任があることを示した。

2012 年にも雇用経済省は 2020 年までのデザイン政策戦略をまとめた「DESIGN FINLAND PROGRAMME」⁵⁷を策定したが、本ロードマップはより経済成長に寄与するようなクリエイティブ産業を目指す内容にシフトしている。

DESIGN FORUM FINLAND⁵⁸は雇用経済省から補助金を受けて運営され、企業向けにデザイン活用を目的としたトレーニングプログラム、デザインアワードの開催を実施している。他にもORNAMO⁵⁹という中間組織がデザイナーのコミュニティ・キャリア構築の支援やデザイン分野における経済見通しのレポートを策定しており、これら 2 つの団体がデザインカウンシルと同様な役割を果たしている。

1.8.2 個別施策

(1) Luovan talouden tiekartta(クリエイティブ経済のロードマップ)

ロードマップは 5 つのテーマ(モデルの構築、教育の高度化、企業への支援、クリエイティブ産業のグローバル化、クリエイティブ産業の影響力評価)に沿って方策・提案がまとめられており、クリエイティブ経済を促進するための出発点を明確に示している。このロードマップの実行、または実行を支援する組

 $\frac{\text{https://tem.fi/documents/1410877/2901871/Design+Finland+Programme/8603cb0b-52ce-4025-b208-0ad65e353b43/Design+Finland+Programme.pdf} (2022 年 3 月 10 日閲覧)$

⁵⁵ フィンランド共和国政府公式 HP https://valtioneuvosto.fi/marinin-hallitus/hallitusohjelma (2022年2月1日閲覧)

⁵⁶ フィンランド共和国雇用経済省公式 HP 2012 年から 2020 年までのデザイン政策戦略がまとめられている https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162474/TEM 2020 48.pdf?sequence=1 &isAllowed=y (2022 年2月 1 日閲覧)

⁵⁷ Creative Finland 公式 HP

⁵⁸ DESIGN FORUM FINLAND 公式 HP https://www.designforum.fi/en/ (2022年2月1日閲覧)

⁵⁹ ORNAMO 公式 HP https://www.ornamo.fi/en/ (2022 年2月 1 日閲覧)

織として、雇用経済省と教育文化省、そして Business Finland⁶⁰/⁶¹, Creative Finland⁶²が存在 する。Business Finland はフィンランド共和国の省庁・公的機関が連携した Team Finland⁶³のうち の構成組織であり、イノベーションに関する資金調達とグローバル化支援をする公的機関である。 Creative Finland はクリエイティブ産業の発展を支援する国家コミュニケーションプロジェクトとその メンバーを指し、AGMA⁶⁴(クリエイティブ産業エージェント・マネージャー協会)によって運営されている。 Creative Finland はクリエイティブ経済とクリエイティブ産業のためのコミュニケーションプラット フォーム、クリエイティブ業界の情報発信を実施している。

5つのテーマ及びテーマの中で細分化されたタスクを以下に示す。

① モデルの構築

- 1. クリエイティブエコノミーのデータベース構築:クリエイティブエコノミー関連のデータベースを整備
- 2. クリエイティブエコノミーをモデリングし、効果測定を実施。経済成長に影響を与えるツールの開発と実践を試行

② 教育の高度化

- 1. クリエイティブ経済に関連する委員会開催:クリエイティブ産業の責任者やステークホルダーにとって必要なスキル開発やトレーニングに関する議論を実施
- 2. クリエイティブ経済関連スキルの教育:学生がビジネス、販売、マーケティング等製品化の基本的な概念に精通するための情報・教育を提供
- 3. 職業能力の調査:クリエイティブ分野で求められる最新の専門スキルを明らかにし、ギャップを特定・修正するためのオペレーティングモデルを実装する
- 4. マニュアル提供やニーズ分析結果の共有
- 5. クリエイティブ産業のための専門家ネットワークの構築
- 6. クリエイティブエコノミーを成長させるデータプラットフォームを活用する企業の取組を支援
- 7. IPR スキルの構築支援

③ 企業への支援

1. プラットフォームの構築:クリエイティブ産業の特別な専門知識を持つハブ組織・拠点を設置。情報の共有・コラボレーションを促進するネットワークを形成

2. カウンセリングノウハウの蓄積:カウンセリングガイドの更新等、クリエイティブ分野のカウンセリングサービスの知識を蓄積する

⁶⁰ Business Finland 戦略 公式 HP https://staging.businessfinland.fi/en/for-finnish-customers/strategy (2022 年 2 月 14 日閲覧)

⁶¹ Business Finland 公式 HP https://staging.businessfinland.fi/en/do-business-with-finland/home (2022 年 2 月 14 日閲覧)

⁶² Creative Finland 公式 HP https://www.creativefinland.fi/ (2022年2月14日閲覧)

⁶³ 日本フィンランド大使館 チームフィンランド紹介サイト https://finlandabroad.fi/web/jpn/ja-team-finland-in-country (2022年2月14日閲覧)

⁶⁴ AGMA 公式 HP https://www.agma.fi/meistal (2022年3月10日閲覧)

④ クリエイティブ産業のグローバル化

1. グローバル化に向けた成長支援:国際的なクリエイティブ産業ネットワークを構築しコネクション 展開を支援。イベント・市場情報をまとめたアーカイブを提供

⑤ クリエイティブ産業の影響力評価

1. 専門委員会を開き効果測定の項目や定義を明確にする。他業界との連携を促進するため、創造性と革新性に関連する指標開発を行う

(2) DESIGN FORUM FILAND による取組

DESIGN FORUM FINLAND はフィンランド美術工芸協会⁶⁵によって運営されている非営利団体であり、フィンランド美術工芸協会、工業産業省、企業、産業芸術連盟オルナモの共同プロジェクトとして1987年に設立された。現在では企業や組織がデザイン活用の方策を学べるようなイベントを開催し、企業の競争力の強化支援を行っている。他にもデザイン思考に基づいたトレーニングイベントを開催しており、ビジネスの課題を特定しデザインを通じてソリューションを提供できるためのスキル開発支援を実施している。また若いデザイナーや戦略的に経営にデザインを活用した企業を対象とした「DFFAWARDS」という表彰も実施している。

(3) ORNAMO による取組

ORNAMO は工芸・デザインの発展、アーティストの相互協力、技術の向上・開発を目的として 1991 年に設立された。前身は 1911 年に設立された、フィンランド共和国で最も歴史のあるデザインの専門家コミュニティ「Ornamo Art and Design Finland」である。現在はデザイナーのコミュニティ支援や学生向けのキャリアコンサルタント、またデザイン分野における経済見通しのレポートを発刊している。ORNAMO 協会の投資によって得た資金や協会会員費、また寄附をプールとした ORNAMO 財団を立ち上げている。ORNAMO 自体の活動費等はこの財団を原資にしていると推測される。

⁶⁵ DESIGN FORUM FINLAND history https://www.designforum.fi/tietoa-meista/historia/ (2022年2月1日閲覧)

1.9 中華人民共和国のデザイン政策

1.9.1 概要(全体観)

1978 年の改革開放以降、中国におけるデザイン政策は重要度を増しており、中央政府、国務院、多くの関連省庁や委員会の文書に工業デザイン産業政策、クリエイティブデザイン産業政策が記載されている。

中国の産業構造に基づき、デザインに関する国家戦略の大半は製造業やサービス業の産業政策として位置づけられており、工業デザインに関する戦略が中心となる。また、近年では急速に変化する技術環境の中で、デザインも新たな意味合いを持つようになっている。インターネットやビッグデータ等によるパーソナライズデザインやサービスデザインはその一例である。

2015 年 5 月に発表された「中国製造 2025」66では、9 つの重点戦略として、(1)国家の製造イノベーション能力の向上、(2)情報化・産業化の更なる融合、(3)産業の基礎能力の強化、(4)品質・ブランド力の強化、(5)グリーン製造の全面的推進、(6)重点分野における飛躍的発展の実現、(7)製造業の構造統制の更なる推進、(8)サービス型製造と生産者型サービス業の発展促進、(9)製造業の国際化発展レベルの向上が掲げられている。これらの重点戦略により、中国の設備と中国のブランドを拠り所として、「中国製造」から「中国創造」への転換、「中国速度」から「中国品質」への転換、「中国製品」から「中国ブランド」への転換の実現が期待されている。デザイン関連の政策として、世界的な影響力を備えた複数のデザインクラスターの形成、専門的・開放的な一連の工業デザイン企業を育て、OEM企業によるデザイン研究センターの設立の奨励、ODM生産(他社ブランドによる製品の設計から製造までを請け負う)と自社ブランド製品の輸出への転換を支援している。また、研究開発・デザイン・創造性等のリソースの蓄積・共有を促進し、クラウドソーシングやクリエイタープラットフォーム等の革新的なネットワーク型公共サービスモデルの開発を推進する。

また、2019年に文化観光部が発表した「文化産業振興法(案)」⁶⁷においても、クリエイティブデザイン産業に関する施策が見られる。具体的には、クリエイティブデザインサービスの推進により、製造業と現代サービス業の付加価値を向上させることや、伝統工芸活性化のため、手工芸技術と現代技術、工芸設備、クリエイティブデザインの有機的な融合を推進させること、文化資源のデジタル化を推進し、中国の文化要素をクリエイティブデザインに融合させることが挙げられている。2021年5月に発表された「第14次5カ年文化産業発展計画」⁶⁸では、クリエイティブデザイン産業の発展を促進させるために、専門性が高く、個性的でブランド力のあるクリエイティブデザイン企業を育成するとしている。デザイン教育の政策についても、クリエイティブデザイン教育を発展させ、若手デザイナー、実践型・応用型・複合型の人材を育成し、社会全体のデザインへの積極性と自発性を引き出すことを戦略としている。

中国製造 2025、第 14 次 5 カ年文化産業発展計画に関連する主な個別施策は以下の通りである。

http://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/cyfz/202012/t20201206 918520.html (2022 年 3 月 4 日閲覧) 68 文化観光部 第 14 次 5 力年文化産業発展計画

⁶⁶ 中国政府網 中国製造2025 http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/19/content 9784.htm (2022年3月4日閲覧)

⁶⁷ 文化観光部 文化産業振興法(案)の意見募集のお知らせ

http://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/cyfz/202106/P020210607537541941661.pdf (2022年3月4日閲覧)

1.9.2 個別施策

(1) 中国製造 2025 に関連する主な取組

中国製造 2025 で掲げられている重要戦略に関する主要な取組を紹介する。

まず、重要戦略「国家の製造業イノベーション能力の向上」に関する取組として、中国優秀工業デザイン賞、DIA、工業デザインセンターの認定・助成が挙げられる。中国優秀工業デザイン賞(CEID)69は、工業デザインの分野で中央政府によって承認された唯一の国家政府賞である。CEID は先進的なデザインイノベーションを伴うプロジェクトと組織を表彰し、中国の工業デザインの優れた成果を紹介し、工業デザインを発展させるための環境を整えることを目的としている。また 2016 年、中国美術学院と中国工業デザイン協会は浙江省政府の支援を受け、中国初の国際工業デザイン賞である「DIA(Design Intelligence Award)」70を杭州に設立した。受賞者に対する賞金を用意する他、産業マッチングを支援するサービス、投資・融資サービス、プロモーション等の支援を提供している。

加えて、2013 年から 2 年に 1 度、工業情報化部は優れた工業デザインを有する企業に対し、国家級工業デザインセンターの認定を行い、助成している。「国家級工業デザインセンター認定管理対策(試行)」の要求に基づき、一部地方政府は、省(市)級工業デザインセンターの認定を実施する政策文書も発布している。各省(市)認定基準では、規模や競争優位性、デザインイノベーション能力と実績を重要な認定指標とし、企業が高度化・専門化の方向へ発展するよう導いている。認定された国家級または省(市)級の工業デザインセンターに対して、各地は財政支援を行っている。71

次に、重要戦略「情報化と産業化の更なる融合」に関する取組として、デザインプラットフォームの構築が挙げられる。インターネットを活用したパーソナライズデザインやサービスデザイン、デザインプラットフォームの構築により、優良デザイン成果の蓄積・共有を推進する事例も見られる。工業情報化部は2018年から「国家工業インターネットパイロットプロジェクト」の認定活動を開始した。第一期「国家工業インターネットパイロットプロジェクト」の認定活動を開始した。第一期「国家工業インターネットパイロットプロジェクト」として認定されている忽米网(HUMI) 72は、工業インターネットプラットフォームとして、工業デザインに特化としたプラットフォーム機能を有しており、デザインサービスだけではなく、優良デザイン事例、国内外の主要デザイン DB、プロバイダーリソース(デザイン企業、製造企業、デザイナー等)、公募プロジェクト等を幅広いリソースを整合し、デザイナーに向けたクラウドサービス(PJ管理、デザインツール)、教育プログラム等も提供している。

さらに、デザイン成果の共有を推進するために、2014 年に浙江大学は中国イノベーションデザイン 産業戦略アライアンス(IDAC)⁷³を設立した。2021 年には「中国イノベーションデザイン大会」を開催し、全国各地でイノベーションデザインのビッグデータセンターの設立を発表した。デザイン知識サービスプラットフォームの構築を通じて、地域間・業界間の優秀なデザイン事例等に関するビッグデータの蓄積が 期待される。

https://wap.miit.gov.cn/xwdt/gxdt/dfgz/art/2020/art 129c2a36e2f3417fb654020473aea4ec.html (2022年3月4日閲覧))

⁶⁹ 中国優秀工業デザイン賞(CEID) http://www.ceid-award.cn/ (2022年3月4日閲覧)

⁷⁰ DIA(Design Intelligence Award) https://en.di-award.org/ (2022年3月4日閲覧)

⁷¹ 工業情報部 各地が工業デザインセンターの建設を積極的に推進

⁷² 忽米网(HUMI)工業デザインプラットフォーム https://zh.360humi.com/(2022 年 3 月 4 日閲覧)

⁷³ 中国イノベーションデザイン産業戦略アライアンス(IDAC) https://idachina.cn/zy (2022年3月4日閲覧)

重点戦略「サービス型製造と生産者型サービス業の発展促進」に関する取組として、サービス型製造業アライアンスが挙げられる。工業情報化部は 2017 年にサービス型製造業アライアンス(China Service-Oriented Manufacturing Alliance)74を設立した。これは全国でサービス型製造75の取組に携わる企業、大学、研究機関、金融機関、業界団体を結集することにより、各地域においてサービス型製造の重要性に関する宣伝活動を行い、地方の政策実行を指導するものである。具体的な活動としては、ベストプラクティスの認定を通じて地域の工業デザイン産業の発展を促進している。2020 年から 2022 年にかけて、新たに 200 のモデル企業、20 のモデル都市を選定すると発表した。

(2) 第14次5カ年文化産業発展計画に関連する主な取組

第14次5カ年文化産業発展計画で掲げられている関連政策に関する主要な取組を紹介する。

クリエイティブデザインを取り入れた地域産業の統合開発を促進するために、文化産業振興資金の予算から条件を満たした文化企業への支援が行われている(補助金や奨励金、利子補給や保険費補給等)。2021年には、中央財政部から 1.1 億元(約 21 億円、1 人民元=19.11円)の文化産業振興資金76の予算が地方政府に移転され、主要地方政府(省・市)は、文化クリエイティブ産業振興資金として、文化クリエイティブ産業の主要プロジェクトや企業への支援を行った。文化・クリエイティブ産業への支援には地域差がある。文化クリエイティブ産業に力を入れている杭州市では、2011年の振興資金規模は4.11億元(約 78.6億円、1 人民元=19.11円)に達している。また、文化クリエイティブ産業基地として、杭州市文化創意産業基地委員会に認定される場合に、市の産業振興資金から一時金として50万人民元(約 936万円、1 人民元=19.11円)が提供される77。他に、北京は3年間に5億元78(約 95.6億円、1 人民元=19.11円)、上海は約1.3億元79(約 24.9億円、1 人民元=19.11円)の予算規模に達している。

産学官連携によるデザイン教育、デザイン成果実装及び地域産業発展を促進させる動きもある。深セン中学校は、国内外の有名企業(テンセント、HUAWEI等)または研究機構(中国科学院等)と連携し、12 のイノベーション体験センターを設立した⁸⁰。華東理工大学においては、学部教育にイノベーションとアントレプレナーシップ教育コンテンツを取り入れている。加えて、修士課程入学試験を免除する学部生の 9 割以上は多種類のイノベーションの実践的活動に参加した経験があり、ドイツ連邦共和国のレッド

⁷⁴ 中国サービス型製造業アライアンス(China Service-Oriented Manufacturing Alliance) https://www.csoma.org.cn/(2022 年 3 月 4 日閲覧))

⁷⁵ サービス型製造は、製造業と関連性のあるサービス業との融合により、製造業全体の付加価値の向上を目指す。電子商取引 (Eコマース)はその一例である。

⁷⁶ 中国政府網 2021年の文化産業振興資金(予算)に関するお知らせ

http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-06/22/content_5620014.htm (2022年3月4日閲覧)

⁷⁷ 浙江省財政庁 第一視窓(コラム) 「杭州における文化創造産業の発展支援の実践と考察 杭州市財政局より」 http://czt.zj.gov.cn/col/coll167118/index.html (2022 年 3 月 4 日閲覧)

⁷⁸ 北京投資促進サービスセンター「北京の文化創意産業の発展を促進するための政策」

http://invest.beijing.gov.cn/xxpt/tzzc/bjszc/whcylbj/201912/t20191206 948140.html (2022年3月4日閲覧)

⁷⁹ 上海市人民政府「2021年度のクリエイティブデザイン産業の発展を促進するための特別財政基金」

https://www.shanghai.gov.cn/cmsres/9c/9c3ce66da0df45e4855290de5a04e0cb/19ae7c94376fefaa 02833f9bf0ff0cb3.pdf (2022年3月4日閲覧)

⁸⁰ 深セン中学校 イノベーション体験センター https://www.shenzhong.net/single96.html (2022年3月4日閲覧)

ドットアワード、IF Design Award 等の国際的デザイン賞の受賞実績もある⁸¹。清華大学はミラノ工科大学と連携し、2017 年に中伊デザインイノベーション基地(China-Italy Design Innovation Hub) ⁸²を設置した。清華大学とミラノ工科大学のデザイン領域のリソースを最大限に活用し、人材育成、デザイン研究、展示交流の機能を発揮し、産学連携分野では、研究成果の社会実装、インキュベーション事業を行っている。具体的に、中伊デザイン創新基地に設置された清華大学文化創意発展研究院では、クリエイティブ管理博士課程プログラム(Executive PhD in Innovation)、文化・クリエイティブ産業のリーダー育成プログラム(Leader of Cultural & Creative Industry Series Project)等のプログラムを通じて、領域横断型人材の育成を目指しており、年1回の「デザイン未来」オンライン会議の主催をはじめとした国際交流を積極的に展開している。

_

⁸¹ 華東理工大学「イノベーションとアントレプレナーシップ教育を実施し、「革新的で、複合的で、応用された」高品質の人材を育成するJhttps://zsb.ecust.edu.cn/2020/0721/c2326a113210/page.htm (2022 年 3 月 4 日閲覧)

⁸² 清華大学中伊デザイン創新基地 https://www.cidih.tsinghua.edu.cn/index.htm (2022年3月4日閲覧)

1.10 大韓民国のデザイン政策

1.10.1 概要(全体観)

韓国は更なる経済成長のため、人的資本とクリエイティビティを核とするデザイン産業の実現を掲げている。リソースを投入することによる経済成長には限界があり、経済の成長を底上げしうる付加価値を生み出すデザイン産業を目指す一方、クリエイティブとイノベーションが経済成長を牽引できていないという課題も抱えていた。

そのような背景の中、産業通商資源部(MOTIE)は 2014~2017 年におけるデザイン政策として「口みり 산업융합전략추진계획(デザイン産業融合戦略推進計画)」を発表した。この計画ではデザイン主導型研究開発システムの構築を通した産業融合の活性化、デザイン産業のビジネスエコシステムの高度化、地域のデザイン人材育成・デザインインフラ拡充のための体制の整備(デザイン拠点の構築)の3点が目指すべき目標として挙げられている。現在はデザイン産業融合戦略推進計画にて打ち出された指針に基づいて、デザイン産業の専門人材育成計画83・雇用創出法案84が検討されている。また産業通商資源部はデザイン政策関連予算を獲得しており、2020 年度の決算85では産業振興・イノベーション関連の予算枠で合計 71,562 百万ウォン(約 66.7 億円)を計上している。

他にも韓国デザイン振興院(Korea Institute of Design Promotion)⁸⁶が主体となり、デザイン産業を支援・推進している。製品やサービスの付加価値向上のための企業支援、デザイン産業の統計調査の実施や政策提言等、デザイン産業のシンクタンク・コンサルティング機能も果たしている。

1.10.2 個別施策

(1) デザイン産業融合戦略推進計画

デザイン産業融合戦略推進計画は3つの基本方針が掲げられている。

① デザイン主導型の研究開発システムの構築を通した産業融合の活性化

研究開発の全ての過程にデザイン関係者が参加するシステムを政府省庁・民間企業・地域レベルで 浸透させ、デザインと研究開発が産業として融合し付加価値の高い製品・サービスを生み出すことを目 指す。そのため企業・団体に対し必要な教育を提供し、優秀なデザインを生み出した企業・団体には広報 支援を実施する等の支援を行う。

83 MOTIE 公式 HP プレスリリース 2015 年にクリエイティブ産業専門人材開発プロジェクトを産業通商資源部が発表。 リーダーレベルでデザインと産業を融合できる人材を育成するための計画を示した。

http://www.motie.go.kr/motie/ne/announce2/bbs/bbsView.do?bbs cd n=6&biz anc yn c=Y&bbs se q n=62912(2022年2月1日閲覧)

84 MOTIE 公式 HP プレスリリース 2020年1月に開催されたデザイン業界人事会において関連法案を本格推進することを産業通商資源部が発表

http://www.motie.go.kr/motie/ne/presse/press2/bbs/bbsView.do?bbs cd n=81&bbs seq n=162555 (2022 年2月 17日閲覧)

85 MOTIE 2020 年度決算報告書から「デザイン(디자인)」が名称に含まれる費目を抽出、合計値を 2021 年 3 月末日の為替で日本円換算したものを記載

http://www.motie.go.kr/motie/ms/mg/executive/bbs/bbsView.do?bbs seq n=95&bbs cd n=25&curre ntPage=1&search key n=&cate n=&dept v=&search val v= (2022 年 3 月 4 日閲覧)

86 KIDP 公式 HP https://eng.kidp.or.kr/eng/00 main/main.php (2022年3月9日閲覧)

中小企業に対してはエンジニアリングデザインに関わる支援を集中的に実施し、高付加価値商品の開発を促進させる。特にデザイン融合効果が高い電子工学・ロボット分野をはじめとした 7 大重点戦略分野⁸⁷を対象としている。その他中小企業に対する支援策としては、製品設計やブランディングのコンサルティングサービス・デザイナー派遣、投資に関する相談会等を実施している。

学生や社会人を対象とした教育施策として、専門エンジニアリングデザインスキル開発、専門の教育プログラムを提供。デザイン専攻学生に対するカリキュラムでは他分野(IT・自動車)との連携を奨励、工学専攻学生に対してはデザインを必修科目とする等、産業融合に関連するスキルセットが習得できる教育体制が整えられている。社会人向けには海外インターンシップやデザイン教育専門プログラムの提供を支援している。

② ビジネスエコシステムの高度化

ビジネスエコシステムの高度化を実現するため、民間企業を対象に多様な施策を実施。デザイン企業向けにデザイン特化型のビジネスインキュベーターがバックアップを務めるワンストップの窓口サービスを提供。海外進出を希望するデザイン企業に対しては、進出先でのネットワーク構築や情報提供、M&Aをサポートする等グローバルレベルの企業まで成長できるよう手厚い支援を提供している。さらにデザイナーの権利保護とデザイン盗用防止のための制度を策定。デザイナーが正当な対価を得られるようデザイン分野別のロイヤリティガイドラインも策定し、デザイン企業の成長を促す体制を構築した。

また、流通業や公共医療等他分野にもサービスデザインを導入し新市場の創出を目指すべく、デザイン活用のためのデザインガイドラインを開発。多様な分野でのデザイン活用を促進する。その他社会課題を解決する手法としてのサービスデザインにも着目し、社会課題とそのソリューションとしてのサービスデザイン事例を公開、デザインに対する一般市民の関心を高める取り組みが進められた。

③ 地域のデザイン人材育成・デザインインフラ拡充のための体制の整備

地域におけるデザイン人材の育成、インフラ拡充のため、デザイン振興組織の高度化を図る。デザイン 振興組織が全ての業界におけるデザインをサポートし、中小企業の能力開発支援に注力できるように組 織体を業種別に編成、各業種の研究振興組織の交流による産業誘導支援能力の向上を促す。

またデザイン競争力向上のために必要なインフラの整備にも注力。デザイン業界の中で業種別にクラスターを組成し、クラスター内の企業同士や関連分野クラスターとのシナジー創出を図る他、デザイン産業統計等の情報提供のためのインフラ強化や、「産業デザイン振興法」の改定による健全なデザインビジネス環境を構築する。

一般市民の間でのデザイン認識向上のためのデザイン教育を実施する。文化施設におけるデザイン プログラムの提供や卓越したデザインへの表彰等の活動を通し、デザインに対する意識を高め、その延 長線上に K-Design の人材育成やモデル輸出といったデザイン産業のグローバル化・ビジネス機会の 拡大を狙う。

-

⁸⁷ モビリティ、船舶、ロボット、生活産業、電子工学、医療、公共サービスを重点分野として設定

(2) 韓国デザイン振興院(KIDP)による取組

KIDP は 1970 年にデザイン政策や戦略を計画・実施する機関として設立。産業通商資源部 (MOTIE)と連携しデザイン政策の提言・実践に取組んでおり、デザインによる産業競争力の強化・社会 価値の創造を目指すことをミッションとして掲げている。

① イノベーションの支援とデザイン業界のマネジメント

韓国デザインセンターやデザイン研究センターを運営し、デザイン業界のマネジメント・支援を実施している。デザイン思考によって組織のイノベーションを生み出すためのワークショップの開催に加え、ブランド体験デザインの開発・モデル化等のイノベーションに関わる支援を実施している。未来のデザイン産業に貢献できるクリエイティブな人材を生み出すために、高校生向けにデザイン思考を用いたワークショップを提供する等、次世代の人材獲得に関わる活動も実施している。

② デザイン教育とトレーニングの提供

学生からプロのデザイナー向けまで多様なデザイン教育とトレーニングプログラムを提供している。学生向けのプログラム「Korea Design Membership(KDM)」では、有望な学生を発掘し、デザイン業界を担う人材となるよう教育支援⁸⁸を実施。またデザインと工学を融合させることができる人材を養成するための教育課程を新設している。

デザイナー向けにはコンサルタント研修を毎年開催しており、デザインコンサルティングの方法論に基づきケーススタディと組み合わせた実践的なプログラム⁸⁹を提供している。デザインコンサルティング専門の企業とKIDPが共同でコースを運営しており、デザイナー経験年数に応じた異なるレベルのコースが設置されている。

③ デザインに関わる調査・デザイン政策の提言

一般企業・デザインを活用している企業・デザイン企業と政府省庁・地方政府を対象に、デザイン業界に関わる統計調査⁹⁰を実施している。統計はデザインの活用状況・デザインに関するフリーランスの状況・デザイン関連の教育機関の状況に関するもので、この調査をもとにデザインが経済に与える価値が推定されている。2019 年度におけるデザイン産業の価値は 18,291 百万KRW(約 163 億米ドル、約 1 兆 7,214 億円)⁹¹にのぼる。これらの統計調査をベースにしながら、通商資源部と提携し将来のデザイン政策の在り方を検討している。

https://www.jetro.go.jp/ext images/world/asia/kr/ip/ipg/seminar_report/21-1.pdf (2022年3月9日閲覧)

https://eng.kidp.or.kr/eng/04 newsevent/01.kidp news contents.php?page=5&seqnum=80&keyword =&searchitem= (2022年3月9日閲覧)

⁸⁸ 韓国デザイン産業の現況及び振興施策

⁸⁹ デザインコンサルタントトレーニングコース

⁹⁰ KIDP 公式 HP 統計調査の概要 https://eng.kidp.or.kr/eng/03 resource/01.statistics.php (2022年3月9日閲覧)

⁹¹ 米ドルは統計調査に記載、日本円は統計調査結果に記載がないため、2019 年 12 月 31 日の為替で日本円に換算

④ デザインの意識向上を促すイベント開催や海外展開支援

デザイン意識の啓発向上やデザイナーの地位向上に向けたイベントを積極的に開催している。国際デザインフェア「Design Korea⁹²」を開催し、その中では展示会や講演・トークセッションが実施されている。創造的な経営・デザインを通じて産業発展に貢献した個人・組織に対する「韓国デザイン賞」や国家認証マークとして認定される「グッドデザイン賞」の表彰も行っており、そのためのコンペティションも開催している。

またデザイナーの海外展開を支援するために、海外にも拠点を設けそのデザインセンターの運営も担っている。アジア 7 か国が参加したアジアデザイン共有協議会も開催⁹³しており、海外とのコネクション構築も積極的に推進している。またグローバルでデザイン活用の方策を検討するためのイベント、「IN TERNATIONAL INTEGRATED DESIGN CAMP⁹⁴」も運営しており、2021 年には 17 か国から 12 団体の企業・機関や 41 の教育機関から総勢 88 人が参加した。

⑤ サービスデザインの実践、産業イノベーションの実践及び支援

サービスデザインの可能性を広めようと政策企画にサービスデザイン手法を導入。国民がオーダーメイドできるような政策・サービスの開発⁹⁵を目指している。市民、公務員、サービスデザイナーをメンバーとして 10 人前後で編成された市民政策デザイングループが、サービスデザイン手法を用いながら政策の検討・実行とフィードバックの収集等政策評価のPDCAを回しデザインの効果を検証している。

また政策分野だけでなく、都市再生の課題解決に資する画期的なビジネスモデルを提案する若い起業家を支援、Style Tech (第四次産業革命技術(IoT・AI・センサー等)とファッション・美容等のスタイル産業の融合)業界を支援するオープンイノベーション活動等、多様な分野を対象とした活動を推進している。

⑥ デザイン産業に関わるプラットフォーム・データベースの構築

デザイン業界に関わるデータ蓄積や市場トレンド等の情報発信にも力を入れている。2014 年より韓国における消費財産業統計やデザイン産業に関わる統計等の調査を実施している。またホームページ上ではデザインに関する取組や動向、企業とのコラボレーション活動等をも積極的に発信しており、プラットフォームを介した情報提供も推進している。

https://eng.kidp.or.kr/eng/04_newsevent/01.kidp_news_contents.php?page=1&seqnum=115&keyword =&searchitem= (2022年3月9日閲覧)

https://eng.kidp.or.kr/eng/04 newsevent/01.kidp news contents.php?page=1&seqnum=121&keyword =&searchitem= (2022年3月9日閲覧)

https://eng.kidp.or.kr/eng/04 newsevent/01.kidp news_contents.php?page=4&seqnum=91&keyword =&searchitem= (2022年3月9日閲覧)

https://eng.kidp.or.kr/eng/04 newsevent/01.kidp news contents.php?page=6&seqnum=69&keyword =&searchitem= (2022年3月9日閲覧)

⁹² Desgin Korea 2021 開催報告

⁹³ 第11回アジアデザイン共有協議会 開催報告

⁹⁴ 国際統合デザインキャンプ(IIDC)開催報告

⁹⁵ 公共サービスの向上に向けたデザイン教育・トレーニング

⑦ デザイン企業のビジネス支援や権利保護

デザイン企業サポートの一環としてデザイン主導イノベーションプログラム⁹⁶を実施している。このプログラムでは国内製造業においてデザイン主導の製品開発を実施した中小企業を毎年 30~60 社ほど選定、選定された企業はデザインスキル評価・新製品開発・グローバルマーケティングや広報支援を3年間受けることができる。また新興企業が社会にアピールする場が持てるよう、デザイン・製造を融合させた企業が製品を発表し、消費者に製品の魅力を伝えることのできるイベント「デザイン・製造融合デモデー⁹⁷」も開催している。

他にもデザインを支援する取組としてデザイナーの権利保護活動や、デザインに関する紛争調停も 行っている。

⁹⁶ デザイン主導イノベーションプログラム 2021

https://eng.kidp.or.kr/eng/04 newsevent/01.kidp news contents.php?page=6&seqnum=74&keyword =&searchitem= (2022年3月9日閲覧)

⁹⁷ デザイン・製造融合デモデー

https://eng.kidp.or.kr/eng/04 newsevent/01.kidp news contents.php?page=2&seqnum=107&keyword=&searchitem= (2022年3月9日閲覧)

1.11 台湾のデザイン政策

1.11.1 概要(全体観)

台湾は、主要先進国が「デザイン」を国家競争力の重要な要素と捉えていることから、デザインイノベーションエコシステムやデザイン改善の目標を戦略レベルに進化させ、デザインで台湾を変え、MIT「Made in Taiwan」を DIT「Designed in Taiwan」に転換することを目指している。

2019 年には、経済部と文化部が「設計主導の領域横断統合イノベーション計画」(設計驅動跨域整合創新計畫)98を共同発表し、デザイン及びデザイン思考を通じて、政策立案、企業革新、公共サービス、社会・国際問題、国際外交戦略の強化を目指すとしている。また、2020年には、デザインを台湾のコアコンピテンスとして確立させるため、台湾クリエイティブセンターを台湾デザイン研究院(TDRI)99として機能を強化した。台湾デザイン研究院(TDRI)の設立目標として、次の3つ、(1)政策立案の推進と国際的影響力の拡大、(2)デザイン思考を通じて産業のアップグレードを推進し、台湾を「ハイエンドの製造センター」及び「ハイテク R&D センター」に進化させること、(3)若者がクリエイティビティを発達させることができるように、デザインプラットフォームを構築し、公共及び社会イノベーションを促進することが掲げられている。

台湾デザイン研究院(TDRI)による主要個別施策100は以下の通りである。

1.11.2 個別施策

(1) 政策立案の推進と国際的影響力の拡大のための取り組み

TDRI は、台湾デザイン未来ロードマップを作成し、政策分野にデザイン思考を取り入れるための研究活動を行う等政策立案のための活動を行っている。分野横断的かつ革新的な連携メカニズムを確立させ、政策立案におけるデザイン思考の導入や、台湾のデザイン政策の開発戦略の検討を進めている。

また、国際的デザイン外交も行っており、台湾トップクラスの学際的デザインチームを育成、国際舞台へ送り出している。デザインの国際的なリソースを動員するためのネットワークを構築し、国際舞台に台湾の声を伝えるためのプラットフォームを整備している。デザインを台湾と世界のコミュニケーションメディアとして活用することで、台湾産業の国際的な認知度を向上させ、台湾デザインのイメージアップと国際的な協力の機会を確保することが期待されている。

(2) 産業アップグレードの推進

TDRI は、産業デザインに関する情報発信や企業向けカウンセリングサービスの提供等による産業支援を実施している。2020年には「TGA(Taiwan Good Agriculture)プロジェクトを実施した。EC に参入した小規模農家のブランド開発、商品パッケージデザインの改善、ブランドストーリーやビジネス哲学の拡大や、台湾のプレミアム農産品ブランドのブランドイメージ構築やリブランディングを支援し、台

⁹⁸ 立法院「文化部 109 年次予算評価報告書(文化部 109 年度單位預算評估報告)」

https://www.ly.gov.tw/Pages/Detail.aspx?nodeid=33577&pid=188891 (2022年3月4日閲覧)

⁹⁹ 台湾デザイン研究院(TDRI) 公式 HP https://www.tdri.org.tw/ (2022 年 3 月 4 日閲覧)

¹⁰⁰ 台湾デザイン研究院(TDRI) 2020 年度年次報告書 https://www.tdri.org.tw/about-tdri/2020annual-report/ (2022年3月4日閲覧)

湾農産品のアップグレードと付加価値の向上とブランドイメージ確立の支援に成功している。

TDRIは産業発展とイノベーションを促進するため、デザイナーと産業界のマッチングプラットフォームの提供、地域企業の持続可能な発展の支援も行っている。さらに学術的な研究開発成果の産業化を推進し、科学技術部との文理連携を強化するため、学術機関の技術移転取引や特許に関する指導を行い、デザインの市場価値を生み出す活動も支援している。

また、ゴールド・ドット・デザイン賞シリーズ、次世代デザインフェア(Young Designers' Exhibition)、次世代産学連携(YODEX Industry-Academia Cooperation)等のイベントも開催している。これらのイベントはデザイナーに成果を発表する場を提供すると同時に、産学交流やデザインマッチングを促進する大きなプラットフォームとしても機能しており、今後の更なる発展が期待されている。

(3) 公共サービス・社会イノベーションの促進

TDRI は、政府部門にサービスデザインを取り入れるためのメカニズムや戦略を開発している。公共サービスの発展動向、サービス提供の主要要素を分析し、政府部門がデザインの手法とツールを用いて、人々のニーズを把握し、公共サービス領域におけるデザイン思考を用いた政策立案ができるよう支援している。公共サービスデザイン基準の策定、改善効果の継続的な追跡によるサービスの質の最適化等を通じ、イノベーティブな公共サービス環境の創出を目指している。

さらに、社会イノベーションの促進も掲げている。産業・社会・環境問題の考察から、地元企業、NPO・NGO を結びつけ、セクター横断的な仕組みや市民参加の仕組みをデザインする。地場産業活性化のため「T22 プロジェクト」は、台湾全土の 22 の県・市の地場産業の活性化をビジョンに、TDRI の産業研究・指導、国際市場開拓、マーケティング等の経験を統合し、台湾の地場産業の活性化を図っている。また、「防災デザインにおけるソーシャルイノベーション」プロジェクトは、デザイナーの社会的責任に着目し、SDGs のグローバルな目標に貢献するように設計されたものである。このプロジェクトによって5つの緊急避難キットと8つの体験型防災教育ツールが設計・開発された。

教育面では、台湾デザイン館、Not Just Library 等のデザインスペースを活用し、テーマ別の展示会や様々な領域の展示イベントを開催し、デザイナーやクリエイターのためにクリエイティブ的な活動を行う空間を提供している。

1.12 香港のデザイン政策

1.12.1 概要(全体観)

2017 年、香港特別行政区政府は政策演説において、ビジネスや教育等の全ての部門にわたって香港のデザイン思考とデザインスキルを強化し、デザイン産業とクリエイティブ産業の発展、特に若い才能の育成を支援し、創造的思考とデザイン能力に対する社会の認識を高めるとの姿勢を示している。101直近では、2021-22 年度予算演説において、Create Smart Initiative102に 10 億香港ドル(約150億円、1香港ドル=15.23 円)を投じるだけなく103、香港を国際文化交流の拠点として発展させるという中国の国家第14次5か年計画104にもとづき、2022-23年度の予算ではローカルクリエイティブ産業支援する方針を表明し、今後2年間に初の香港舞台芸術市場を開催するために4,200万米ドル(約50.5億円1米ドル=120.35円)を約束した105。

デザインが高く評価されるようになった現在、香港特別行政区政府は Hong Kong Design Centre(HKDC)を通じて幅広い年齢層の人々にデザイン思考を広める必要があると考えており、香港特別行政区政府によるクリエイティブエコノミーを推進する機関である Create Hong Kong (CreateHK)やHKDC が中心となりデザイン政策を推進している。

HKDC は、デザインと関連するクリエイティブ産業の振興において、常に政府の密接なパートナーとして活躍してきた。2001年の設立以来、政府はHKDCの運営資金として総額300万米ドル(約3.6億円、1米ドル=120.35円)を提供し、デザインの才能を育てるとともに、地域及び世界における香港のデザイン産業のイメージ向上・促進を図ってきた。さらにHKDCは政府から Design Incubation Programme 等の運営を委託されているだけでなく、香港デザイン界の新人育成のために Hong Kong Young Design Talent Award をはじめとした施策を運営している。香港特別行政区政府は、アジアの優れたデザイン都市としての香港の地位を強化するために HKDC が一連の施策を実施できるよう、今後も資金援助等のリソースを提供する予定である106。

HKDC は、CONNECT、CELEBRATE、NURTURE、ADVANCE、ENGAGE の 5 つの主要な キーワードにもとづいた多様なイノベーション志向のプログラムの提供を通じて、デザインとイノベーション

https://www.policyaddress.gov.hk/2017/eng/policy ch03.html (2022年3月22日閲覧)

¹⁰¹香港特別行政区「The Chief Executive's 2017 Policy Address」

¹⁰² クリエイティブエコノミーを推進する香港特別行政区の政府機関 Create Hong Kong による、クリエイティブ部門に特化した資金調達スキーム。アジアのクリエイティブ・キャピタルとしての香港の地位を強化し、地域のクリエイティブ産業の発展を促進・加速させる目的で、2009 年 6 月に香港特別行政区政府によって設立されたものである。

¹⁰³ Hong Kong Design Centre「Hong Kong Design Centre Supports the Injection of An Additional \$1 Billion into CreateSmart Initiative to Promote the Creative Industries in 2021-22 Budget Address」(2021年2月)

^{104 2021} 年から 2025 年までの国家発展のための青写真と行動指針を定めたもの。2021 年 3 月 11 日に中華人民共和国の全国人民代表大会で正式に承認された。

¹⁰⁵Hong Kong Design Centre「Hong Kong Design Centre Welcomes Additional Resources to Boost Local Creative Industries in 2022-23 Budget Address」(2022年2月)

https://files.hkdesigncentre.org/workspace/froala custom/files/ee3a3aaf8ec393c1a683c2f587bc3a9 4.pdf(2022年3月22日閲覧)

¹⁰⁶ 香港特別行政区「The Chief Executive's 2017 Policy Address」

https://www.policyaddress.gov.hk/2017/eng/policy_ch03.html (2022年3月22日閲覧)

を使用した事業開発及び価値創造を推進し、社会の幸福を向上させることをミッションとしている。¹⁰⁷ それぞれのキーワードの詳細と、関連した主な施策は以下の通りである。

- ① CONNECT:デザイナーや企業、アカデミアの交流とコラボレーションを促進する(Business of Design Week)
- ② CELEBRATE:優れたデザインやデザイナーを称える(DFA Design for Asia Awards、DFA Hong Kong Young Design Talent Award)
- ③ NURTURE: クリエイティブな人材、新進のデザイナーやスタートアップ企業に対して、より多くの活躍の場を提供する(Design Incubation Programme)
- ④ ADVANCE:組織内のイノベーションを促進し、香港のデザインエコシステムを推進するための専門知識とノウハウを進化させる(Knowledge of Design Week、UNLEASH! Empowered by Design Thinking)
- ⑤ ENGAGE:業界のニュース、知識、洞察を共有することによって社会に従事し、一般の人々のデザインへの関心と理解を喚起する(BODW CityProg)

これらの施策の多くを、先述したクリエイティブエコノミーを推進する香港特別行政区の政府機関、 Create Hong Kong がリードスポンサーとして支援している。次に上記の個別施策について詳述する。

1.12.2個別施策

(1) Business of Design Week(BODW)

BODW は、2002 年に Hong Kong Design Centre(HKDC)が立ち上げた、デザイン・イノベーション・ブランドに関するアジア有数の年次イベントである。¹⁰⁸香港特別行政区政府は、クリエイティブ部門に特化した資金調達スキームである CreateSmart Initiative を通じて、BODW のリードスポンサーとなっている。

BODW は年に1度、1週間にわたって開催される。BODW の様子は、香港のエンターテインメントテレビチャンネル ViuTV や、アートとデザインの複合施設 Police Married Quarters(PMQ)等のパートナー拠点で同時放送され、市内及び世界中の視聴者がサミットにアクセスできるようになっている。さらに、BODW では、コミュニティ内のネットワークと意見交換の促進を重要視し、参加者はバーチャルミートアップやライブチャット等を通じてつながることができる。

直近では、第 19 回 BODW が 2021 年 12 月に「Global Design Reset」をテーマとして対面とオンラインでのハイブリッド形式で開催され、80 人以上の著名人がスピーカーとして、60 万人以上がオーディエンスとして参加した¹⁰⁹。さらに、HKDC は BODW を発展させ、直近の 2021 年に bodw+を立ち上げた。bodw+はアジアを代表するオンラインデザインポータルとなることを目指し、デザイントレンドに関する最新情報や、クリエイティブリーダーや新進気鋭のデザイナーへの独占インタビュー等のコンテ

¹⁰⁷ Hong Kong Design Centre「Our Role」https://www.hkdesigncentre.org/en/about/our-role/ (2022年3月22日閲覧)

Hong Kong Design Centre「Hong Kong Design Centre Annual Report 2020-2021」
https://files.hkdesigncentre.org/workspace/uploads/files/annual/hkdc annual report online 1.pdf
(2022 年 3 月23日閲覧)

¹⁰⁹ Business of Design Week の公式 HP https://2021.bodw.com/en (2022年3月22日閲覧)

(2) DFA Awards

DFA Awards は、2003 年より HKDC が運営しているデザインの表彰制度であり、CreateHK がリードスポンサーとなっている。社会におけるデザイナーの役割を強化し、アジアで商業的な成功と影響力を持つ模範的なデザインとプロジェクトを表彰することを目的としている。¹¹¹

これまでに 2,200 人以上の受賞者を輩出し、デザインの革新的な可能性を世界に発信している。 2021 年には、DFA Awards 開始以来の累計応募数が 15,000 件という節目を迎えた。¹¹²

DFA Awards は「DFA Lifetime Achievement Award(DFA LAA)¹¹³」、「DFA Design Leadership Award(DFA DLA)¹¹⁴」、「DFA World's Outstanding Chinese Designer (DFA WOCD)¹¹⁵」、「DFA Design for Asia Awards(DFA DFAA)」、「DFA Hong Kong Young Design Talent Award(DFA HKYDTA)」の5つのプログラムで構成されている。以下では、「DFA Design for Asia Awards(DFA DFAA)」と「DFA Hong Kong Young Design Talent Award(DFA HKYDTA)」について詳述する。

1) DFA Design for Asia Awards(DFA DFAA)

DFA Design for Asia Awards(DFA DFAA)は、アジアの美意識や文化を体現し、アジアにおけるデザイントレンドに影響を与える優れたデザインを表彰するプログラムである。人々の生活の質を向上させ、将来のデザイン開発に刺激を与えたデザインソリューションに贈られる。

当プログラムは「大賞」「文化賞」「持続可能性大賞」「技術賞」「カテゴリー賞」の 5 つの賞で構成されている。そのうち、カテゴリー賞は、「アパレル&アクセサリーデザイン」「コミュニケーションデザイン」「環境デザイン」「プロダクト&インダストリアルデザイン」の 4 つの分野、更に細かく 24 のサブカテゴリーに分かれている。審査は、創造性や人間中心主義、ユーザビリティ、審美性、持続可能性、アジアにおける影響力、商業的・社会的成功等の要素を考慮し、総合的に優れているかどうかで判断される¹¹⁶。

2) DFA Hong Kong Young Design Talent Award (DFA HKYDTA)

DFA Hong Kong Young Design Talent Award(DFA HKYDTA)は、香港の競争力を維持し、アジアのデザインハブとしての役割を強化するために、将来有望な若手デザイナーを表彰する制度である。運営は HKDC が手掛けており、CreateHK、香港デザインインスティテュート、香港理工大学のデザインスクールが後援している。2005 年に設立され、18 歳から 35 歳までの新進気鋭のデザイン

¹¹⁰ bodw+の概要 HP https://www.bodw.com/en/about-us#our-purpose (2022年3月22日閲覧)

¹¹¹ DFA Awards の概要 HP https://dfaawards.com/en/about award/ (2022年3月22日閲覧)

Hong Kong Design Centre [Hong Kong Design Centre Annual Report 2020-2021] https://files.hkdesigncentre.org/workspace/uploads/files/annual/hkdc_annual_report_online_l.pdf (2022 年 3 月23日閲覧)

¹¹³特にアジアにおいて、生涯を通じてデザインの専門家、教育者、そして社会に貢献した個人を表彰するプログラム

¹¹⁴デザインを戦略的かつ革新的に活用することで、卓越した持続可能なビジネスを成功させたビジネスリーダーを表彰するプログラム

¹¹⁵顕著なデザイン業績をあげ、国際的に認知されている中国出身のデザイナーを表彰するプログラム

¹¹⁶DFA Design for Asia Awards の概要 HP https://dfaa.dfaawards.com/en/background/ (2022年3月23日閲覧)

実務家やデザイン学科の卒業生を対象としている117。

受賞者は海外の有名デザイン企業で 6~12 ヶ月間就業経験を積むか、6~18 ヶ月間海外で学ぶための資金援助を受けることができる。デザイナーが自身のスキルを伸ばし、海外から様々なアイデアを香港に持ち帰り、帰国後に香港のデザイン及びクリエイティブ産業に貢献することを促進する仕組みとなっている。

(3) Design Incubation Programme(DIP)

Design Incubation Programme (DIP)は、デザイン界で活躍するスタートアップ企業を支援する 2 年間のプログラムである。クリエイターや専門機関、学術機関と連携し、デザインビジネスを次のレベルへ引き上げるための資金援助やトレーニング、指導、ネットワーキングの機会を提供している¹¹⁸。 当プログラムは Hong Kong Design Centre が運営し、香港のクリエイティブエコノミーを推進する香港特別行政区政府機関である CreateHK が支援している。DIP プログラムの卒業生は合計 406 の国内外のデザイン賞を受賞し、393 の知的財産権を申請し、1,400 以上の雇用を創出している。また卒業した 214 名のうち、約 95%が卒業後 2 年経ってもビジネスを継続している。¹¹⁹

DIP では、具体的に、①最大 24 万香港ドル(約370万円、1香港ドル=15.23 円)のオフィススペースの初年度無償提供(2 年目からは補助金を支給)、②事業運営費として最大 26 万香港ドル(約 400万円、1香港ドル=15.23 円)の資金援助、③DIP の所有するビジネスセンター¹²⁰での作業スペース及びデザイン関連のスタートアップ企業とのネットワーキングを活用する機会、④優れたメンターによる、会計や財務から運営、マーケティング、戦略、法的指導等の、デザインビジネスに関連したアドバイスと支援、⑤デザイナーの業界知識を高めるための様々なトレーニングプログラム、イベント、ワークショップ、⑥マーケティングやプロモーションのプラットフォームやデザイン業界全体とのコラボレーションの機会といった、業界とのつながり、の6つを提供している。

(4) Knowledge of Design Week(KODW)

Knowledge of Design Week(KODW)は、デザインが社会の複雑な課題をどのように解決できるかについての知識を共有するプラットフォーム。2006 年に開始された当プログラムは、国内外のデザイナー、ビジネスリーダー、起業家、技術者、教育者等が、個人、ビジネス、社会を変革することを狙いとしている。KODW はワークショップ、フォーラム、ネットワーキングイベントで構成され、年に1度、1 週間にわたって開催される。¹²¹

HKDC とデザインナレッジ研究所(IDK)が主催し、香港理工大学デザイン学部(PolyU Design)と Hong Kong Design Institute を共同開催団体に、香港特別行政区政府(HKSAR Government)

https://www.hkdesignincubation.org/?route=about&target=menu-offerings (2022年3月23日閲覧)

119 「Hong Kong Design Centre Annual Report2020-2021」

https://files.hkdesigncentre.org/workspace/uploads/files/annual/hkdc_annual_report_online_1.pdf (2022 年 3 月 14 日閲覧)

¹¹⁷DFA Hong Kong Young Design Talent Award の概要 HP https://ydta.dfaawards.com/en/background/ (2022 年 3 月 23 日閲覧)

¹¹⁸ Design Incubation Programme の概要 HP

¹²⁰ ビジネスセンターとして、DIP CITA Centre と DIP Wong Chuk Hang Centre の 2 拠点が設けられている

¹²¹ Knowledge of Design Week 概要 HP https://www.kodw.bodw.com/en/about (2022年3月22日閲覧)

のクリエイト香港(CreateHK)をリードスポンサーに迎えている。

2020 年は「Designing Digital Futures for the New Normal」というテーマに沿って、新型コロナウイルスの課題に適応し、今日の世界における問題解決と価値創造に焦点を当てたデザイン戦略を共有した。ヘルスケアや未来の働き方、クリエイティビティとデザインリーダーシップ、ブランドレジリエンスに至るまで、15 のテーマ別セッションとインタラクティブなオンラインワークショップで、国内外から40名以上の専門家がスピーカーとして参加した。さらに2021年6月には、「Reimagining Service Economy」というテーマのもと、ホスピタリティ、ヘルスケア、Eコマース、デジタルソリューションの各分野の起業家、現場専門家、一流のクリエイター50人以上が集った。

(5) Unleash! Empowered by Design Thinking

Unleash! Empowered by Design Thinking は、Hong Kong Design Centre が主催する、公共・民間部門や教育、社会に至るまで、あらゆる分野でデザイン思考を発揮することを目的としたプログラム。全ての人が秘めているデザインの能力を解き放つというスタンスのもと、デザイン思考の力で地域の抱える課題を解決し、地域を活性化することを目的としている。122先述した 2017 年の政策演説を受けて、当プログラムに関する一連のイベントが、2018 年 10 月から CreateHK のスポンサーシップのもとで随時実施されている。

プログラム開始時には、世界的なデザイン会社 IDEO のパートナーであるトム・ケリーが司会を務め、「リーダーはいかにして創造的な文化を築き、組織の潜在能力を引き出すか」をテーマに、トップエグゼクティブを対象とした円卓会議を開催した。その後も教育関係者や他分野の専門家を対象にしたワークショップや実社会における重要な学際的問題を通じてデザイン思考を学習するコース、デザイン思考のファシリテーターを養成するコース等、多くのプログラムを展開している。さらに 2019 年には、HKDCが一般の人々がユーザーエクスペリエンスを認識し、デザイン思考マインドを育むテレビ番組の制作¹²³も実施しており、当プログラムもそれに付随した教育ビデオやケーススタディ等を公開した。

直近の 2021年には、教育者がより良いデザイン思考の学習環境を生徒に提供することを目的とした"Reimagining Learning Environments through Design Thinking(デザイン思考による学習環境の再構築)"と呼ばれるワークショップや博覧会 Unleash! @ Learning and Teaching Expo 2021 等数多くのプログラムを開催した。

(6) BODW CityProg

BODW CityProg は、Hong Kong Design Centre の年次イベント Business of Design Week(BODW)の地域拡張型プログラムとして 2018 年に開始された。フェスティバルから展覧会、学校プログラム、公開ワークショップ等の年間を通じて 100 以上のイベントを開催している。

当プログラムの目的は、街全体のクリエイティブビジネスとコミュニティを活性化すること、及びデザイン団体、企業、コミュニティ組織間の交流やコラボレーションを促進することである。運営は HKDC が実

¹²² Unleash! Empowered by Design Thinking programme の概要 HP https://www.unleashhk.org/ (2022 年 3 月 10 日閲覧)

 $^{^{123}}$ HKDC は人々に人間中心設計の認識を高めることを目的とした HK User Experience Hunt プログラムを実施した。プログラムの一環として、2019 年 2 月にテレビ放送会社 TVB の番組「Scoop」で、香港の一般市民とデザイン思考を育むテレビ番組を実施した。2 つのエピソードの平均視聴者数は 125 万 5,000 人を記録した。

施し、香港特別行政区政府の機関 CreateHK がリードスポンサーとなっている。

深水埗や荃湾といった香港の各地域で、①誰でも無料で参加することができるデザイン・クリエイティブ・フェスティバルの「Anchor Site Festivals」、②学生や社会人を対象としたワークショップやデザインコンペティション等を展開するデザイン教育プログラムの「Design EduVation¹²⁴」、そして、③香港各所で開催されるデザイン関連のイベント「Satellite Events & Offers」という3つのプラットフォームを通じて、香港の街と経済のために創造性を育み、活気あるクリエイティブエコシステムを形成している。

¹²⁴ EduVation は、「Design Thinking Education」と「Creative Community Engagement」が掛け合わされた造語である。

1.13 シンガポールのデザイン政策

1.13.1 概要(全体観)

「Singapore is a nation by design.(シンガポールはデザインによる国である)」とリー・シェンロン首相が 2018 年 4 月に演説¹²⁵したように、シンガポールはデザインを国家が成長するための戦略的ツールとして捉えている。デザインを推進する国家機関である DesignSingapore Council(Dsg)¹²⁶は「The Design 2025 Masterplan(以下、マスタープラン)¹²⁷」を発表しており、このマスタープランに沿った施策が展開されている。マスタープランでは、2025 年までにシンガポールが「イノベーション主導型経済」と「愛される都市」になるというビジョンが掲げられており、このビジョンを達成するために5つの戦略とそれらに関連した15の提言が策定されている。5つの戦略と15の提言については、以下の通りである。¹²⁸

戦略(1):「デザイン」を国のスキルセットに導入する

- 【提言1】就学前から中高生までの創造性とデザインセンスを養う、総合的なカリキュラムを開発・ 提供する
- 【提言2】多様な分野にまたがる、産業界で即戦力となるデザイナーを育成する
- 【提言3】業界やデザイン協会と協力し、継続的な専門的能力の開発、及び認定プログラムを導入する

戦略②:企業や政府における「デザイン」の役割を拡大させる

- 【提言4】デザインプロモーションユニットを形成し、シンガポール企業のデザイン採用をワンストップで支援する
- 【提言5】公務員のデザイン思考に関する知識と実践を高める
- 【提言6】公共機関によるデザインサービス調達のベストプラクティスを普及させる

戦略③: デザインファームの競争力を強化する

- 【提言7】デザインによるイノベーションとアントレプレナーシップを促進する
- 【提言8】ナショナルデザインセンターにビジネスセンターを設置し、デザイン会社に対して共有サービスやワークスペース、ネットワークへのアクセスを提供する
- 【提言9】デザイナー、職人、サプライヤー、サポートサービスプロバイダーの物理的及びデジタルなクラスターを形成し、効率的かつ質の高いデザイン生産活動を促進する

戦略④: コミュニティに「デザイン」を取り入れる

• 【提言10】地域のデザイン活動にデザインの専門家が参加し、市民が気軽に質の高いデザイン活

https://www.designsingapore.org/resources/design-2025.html (2022年3月23日閲覧)

¹²⁵ シンガポール工科デザイン大学における閣僚フォーラムにて、シンガポールのリー・シェンロン首相は、「A Better Nation by Design」というタイトルで、シンガポールにおけるデザインの重要性を説いた。

Prime Minister's Office Singapore「Transcript of speech by PM Lee Hsien Loong at the Singapore University of Technology and Design's Ministerial Forum, delivered on 5 April 2018.」(2018年4月)https://www.pmo.gov.sg/Newsroom/pm-lee-hsien-loong-sutd-ministerial-forum (2022年3月23日閲覧)

^{126 2003} 年に設立。デザイン業界、ビジネス、学術、政府を代表するメンバーで構成されている。①ビジネスや行政におけるデザインの役割の拡大、②全ての人がデザインマインドを身につけられるようにすること、③シンガポールデザインブランドの構築を3本柱として、デザインに関する教育、産業振興、社会課題解決等に関する取組を展開している。現在は経済開発庁(EDB)の傘下に属する。

¹²⁷2016 年から 2025 年におけるデザイン政策の道筋を示したもので、2015 年に発表された。デザインは、「複雑な社会問題の解決への効果的なアプローチ」、「ナショナル・アイデンティティーとナショナル・ブランディングへの寄与」、「イノベーションと、ビジネス及び経済における価値創造のための主要な推進要素」の 3 つの役割を期待されており、デザインによる産業振興や雇用創出を図ると同時に、デザイン活動をコミュニティに浸透させ、市民の生活環境の共同創造に積極的に参加することで、より強い帰属意識を育み、全ての人にとって魅力的な住まいを発展させていくことを目標としている。

¹²⁸ Design Singapore Council The Design 2025 Masterplan

動に参加できるようにする

- 【提言11】市民がデザインを通じてより良い生活体験を共創し、そのノウハウを身につけることができるようにする
- 【提言12】住民や観光客が、街中等でシンガポールのデザインの成功事例や優れたデザインに触れられるように都市景観を形成する
- ⑤シンガポールデザインのブランドを発展させる
 - 【提言13】Singapore Design Week を一流の国際的なデザインフェスティバルに発展させ、デザインにおけるリーダーシップを確立する。また、President's Design Award(大統領デザイン賞)の範囲を拡大し、アジアにおける優れたデザインを表彰する
 - 【提言14】主要な見本市やデザインショーにシンガポール・パビリオンを設置し、シンガポールデザインを紹介する
 - 【提言15】Singapore Designマーク¹²⁹(通称 SG マーク)を、デザイン性の高い製品・サービス の地域標準にする

また、2019 年には Ministry of Communications & Information (通信情報省)によって招集 された Design Education Review Committee (デザイン教育諮問委員会) 130 が「Design Education Review Committee Report」を発表した。全ての個人が学際的なスキルセットを必要 とすることを主張し、シンガポールのデザイン教育を強化するために、5つの提言と2つのパイロットプログラム(「Lets' Design Together」、「School of X」)を提示している。5つの提言は以下の通りである。131

提言 1:デザイン教育諮問委員会を通じた産業界との連携を強化する

提言2:デザイン主導の創造的思考スキルを、より多くの分野の学生に伝える

提言3:デザインの専門家や教育者のための継続的な教育・研修を支援する

提言4:プロフェッショナルのための実社会におけるデザイン学習プラットフォームを構築する

提言5:初級から中級、上級までのあらゆる学習段階の人がデザインを学習できるようにする

上記のマスタープランやデザイン教育諮問委員会のレポートを受けて、Dsgは同じく2019年に「The Design Industry Manpower Plan」を発表した。¹³²このプランでは政府機関や教育機関、業界団体、企業、雇用主等のステークホルダーとの強力なパートナーシップのもと、Dsg が主導し、未来のデザイン力を備えた労働力を準備・育成するとしている。具体的には、一般教育(GE:General Education)、雇用前訓練(PET:Pre-Employment Training)、継続教育訓練(CET:Continuing Education&Training)のそれぞれにおけるデザイン戦略とそのアプローチが掲げられている。それぞれの詳細な戦略及びアプローチは以下の通りである。

一般教育(GE)

_

¹²⁹ シンガポールをはじめ、世界のビジネスやコミュニティに影響を与える優れたデザインを設定するために 1985 年設立された

^{130 2017} 年 8 月、シンガポールにおけるデザイン高等教育システムの強化と非デザイン部門の高等教育へのデザイン教育の組み込みを検討するために結成された。メンバーは主要な業界関係者、高等教育機関(IHL)、公共サービス機関の職員等の約 30 名である。学生や社会人が実世界の文脈でデザインを体験し、実践することで学習できるようにすることを目的としている。

¹³¹ デザイン教育諮問委員会「Design Education Review Committee Report: Charting the Future of Design Education」(2020年6月)

¹³² SkillsFuture「Design Industry Manpower Plan」(2019年7月)

デザインマインドを国家的な能力として構築することを目標に、市民がデザインマインドに触れる機会 を増やすことを戦略としている。

戦略に対するアプローチとして、デザイン主導の創造的な学習と実践に若い世代が早くから触れることができるようにすること、教育関係者のデザインスキルを向上させることを掲げている。

雇用前訓練(PET)

産業界と将来を担う人材を育成することを目標に、①デザイン教育諮問委員会を通じた産業界との連携を強化する、②デザイン主導の創造的思考をより多くの分野の学生に浸透させるという2つの戦略を掲げている。

戦略①に対するアプローチとして、「Sklls framework for Design」等を用い、産業界のニーズに合わせて教育機関と産業界の連携を強化することを掲げている。また戦略②に対するアプローチとして、「Let's Design Together」等のデザイン主導の創造的思考を養成する学際的なプラットフォームを学生に提供することを掲げている。

継続教育訓練(CET)

継続的な専門能力開発の機会を増加させることを目標に、①専門家及び教育者のための継続的なデザイン教育及びトレーニングの支援、②プロフェッショナルのための実世界におけるリーンディング・プラットフォームの構築、③誰もがデザインについて学べるためのモジュール式コースとラーニングコミュニティの設置、という3つの戦略を掲げている。

戦略①及び②に対するアプローチとして、プロセスデザインや組織デザイン等のスキルを持つ非デザイン部門の人材を、奨学金制度を活用して育成することや「SkillsFuture Study Award」等の表彰制度によるインセンティブの強化、「School of X」のような、実社会を題材にしたデザイン教育プラットフォームを整備すること等を掲げている。また戦略③に対するアプローチとして、サービスデザインやエクスペリエンスデザイン、ビジネスデザイン等、新たなデザイン領域におけるモジュール式コースを設置することや、SkillsFuture Festival ¹³³等の生涯学習の推進を掲げている。

同プランによって国家のデザイン教育システムを強化することで、学際的なスキルセットを持つデザイン人材やデザインマインドを持った人材を育成し、シンガポール社会全体にデザインスキルを定着させる狙いがある。当該プランの構成要素の中には、2019 年 7 月初旬に導入されたデザイン教育諮問委員会による提言も含まれている。プランに掲げられたアプローチは、高等教育機関(IHLs)、公共サービス機関、産業界の主要なステークホルダーが検討・実施する。

以下、個々のデザイン政策(個別施策)について、詳細を見ていきたい。

1.13.2個別施策

(1) Skills Framework for Design

¹³³ シンガポール国民のスキル向上を奨励することを目的としたイベント。卓越したスキル向上を達成した個人の表彰式や、6 週間にわたるフォーラム、社会人向けのランチタイム講演や 10 分間の学習セッション、ワークショップ等 350 以上の学習アクティビティが開催される。

国家的な取組の一環として 2019 年に公開された、デザイナーやデザインに関連した多様なキャリアについてのガイドライン¹³⁴。各々の仕事の役割や求められるスキル、各スキルの習得に向けたトレーニングプログラムに関する情報がまとめられており、誰でも閲覧することができる。Design Education Review Committee(デザイン教育諮問委員会)の提言を受け、DesignSingapore Council (Dsg)、SkillsFuture Singapore(教育省管轄の法定委員会)、Workforce Singapore(労働省管轄の法定委員会)によって作成された。2019 年に公開が開始されたのと同時に、Dsg やグローバル企業1社、中小企業3社、デザインスタジオ、高等教育機関の7つの組織が当ガイドラインを人材教育のツールとして採用すると公式に発表している。

当ガイドラインでは、デザイン、ビジネス、イノベーション、テクノロジーの 4 つのトラックで 25 の職務 に必要なスキルやキャリアパス、トレーニングプログラムに関する情報を提供している。それぞれの職務 に必要なスキルの情報については、リーダーシップ、コミュニケーション、意思決定等の 18 の一般的な スキルやコンピテンシーだけでなく、ビジネスモデルイノベーション、ユーザーエクスペリエンスデザイン、 デザイン思考の実践等の 48 の技術的なスキルやコンピテンシーに関するものも掲載されている。各スキルの習熟度に対応するトレーニングプログラムが紹介されており、初心者から経験者まで、誰でも自分に必要なトレーニングにアクセスすることができる。さらに、企業がデザインを活用したチームを編成できるよう、当ガイドラインには面接チェックリストや職務広告、OJT 設計図、業績評価等も公表されている。

(2) SkillsFuture Study Award for Design

The Design 2025 Masterplan では、今後のシンガポール発展には、学際的なスキルを持つデザイナーと、デザイン感覚を持つ非デザイナーが必要であるという提言が示されている。この提言を踏まえて、シンガポール人が将来の経済成長分野や需要分野で必要とされる専門技能を開発・深化させることを奨励するために設立されたのが SkillsFuture Study Award for Design である。先述したSkills Framework for Design を活用してデザインスキルを獲得したいと考える個人を、金銭的に支援する施策の1つである。

デザイナーであるか否かに関わらず、実務経験3年以上のシンガポール人であれば当施策の応募資格を有する。応募者は職歴や、受講料補助を希望する授業についての書類を提出し、Dsg の委員は、活動実績や今後のキャリア等の観点から応募者を審査する¹³⁵。応募者が審査に合格すると、政府から授業の受講料補助として5,000シンガポールドル(約45万円 1シンガポールドル=89.17円)の賞金が授与される。¹³⁶

(3) Design Education Review Committee Report で提案された2つのパイ

¹³⁴DesignSingapore Council「Skills Framework for Design」

https://www.designsingapore.org/initiatives/skills-framework-for-design.html (2022年3月23日閲覧)

¹³⁵Design Singapore Council による SkillsFuture Study Award for Design の紹介 HP https://www.designsingapore.org/initiatives/skillsfuture.html (2022年3月23日閲覧)

¹³⁶SkillsFuture Study Award for Design の概要 HP https://www.skillsfuture.gov.sg/studyawards (2022 年 3 月 23 日閲覧)

ロットプログラム(Let's Design Together、School of X)

Let's Design Together は、デザイン教育諮問委員会の報告書で提案されたパイロットプログラムの1つ。2019 年にスタートした当プログラムでは、異なる分野を専攻する学生達がチームとなり、デザイン主導の創造的思考を用いて、複雑な現実世界の問題に対する付加価値のあるソリューションを理解し、アイデアを出し、実践することができる。137

School of X は、地域社会が抱える課題の解決を通じてデザイン思考を学べるプログラムである。 経験豊富なデザイナーがファシリテーターとなり、実社会で起きている課題を基にワークショップを行い、 ソリューションのデザインやテスト、実装に関して学ぶことができる。プログラムの参加資格は誰もが有し、 デザインの経験を問わず、デザイン主導のアプローチを学びたいビジネスパーソンや地域の課題解決に 関心を持つ一般市民等、多様な参加者を受け入れている。

当プログラムは「Workshops(Learn&Research)」、「Workshops(Ideate & Prototype)」、「Coaching」、「Support」の4つのフェーズで構成されている。まず「Workshops(Learn&Research)」では、3回の半日ワークショップとフィールドワークにより、参加者は人間中心設計の研究方法及び研究分析手法を学びながら、課題の深掘りを行う。次の「Workshops(Ideate & Prototype)」では、3回の半日ワークショップと自主的な活動により、参加者は創造的な問題解決とデザインのスキルを身につけ、課題を解決するためのアイデアを生み出す。さらに「Coaching」では、参加者が開発したアイデアを2週間かけて現場で検証する。デザインファシリテーターのレビューを受けながら、アイデアを実際に展開する方法を学ぶ。そして「Support」では、業界専門パネリストによるプレゼンテーションや講評を通じて、参加者が将来にわたってアイデアやスキルを発展させ、より良い社会の実現に向けて主体的に取組めるように支援する。参加者は、顧客、ベンダー、ボランティア等、様々なステークホルダーと協力し合って解決策をデザインすることを、体系的かつわかりやすい方法で学ぶことができる。¹³⁸

(4) Singapore Design Week(SDW)

Singapore Design Week(SDW)は、Dsg が主催する、デザイナー団体や企業、学生、公務員、一般市民を対象とした年に1度のデザインフェスティバルである。2014年に開始された SDW は、シンガポールやアジアからの優れたデザインが世界に向けて発信される場であると同時に、シンガポールの人々や観光客がデザインの価値を体験できるプラットフォームとしての役割を果たしている。SDW を通じて世界のデザイン都市としてのシンガポールの知名度と魅力を向上させることを狙いとしている。

2018 年より Fortune 社のもとで開始された Brainstorm Design Conference ¹³⁹や President 's Design Award(詳細は後述)等を受賞したデザインの展示、シンガポールの街中のデザインを巡るツアーDesign Trailblazers 等、100 以上のプログラムが用意され、毎年およそ 14 万人以上の来場者を集めている。¹⁴⁰

¹³⁹ Fortune 500 社の上級役員、公共政策のリーダー、専門家が集まり、デザインがいかにしてより良い世界を作り、ビジネスを構築し、持続可能性を高め、コミュニティを巻き込み、人々の生活を豊かにできるかを議論するイベント。

¹³⁷ デザイン教育諮問委員会「Design Education Review Committee Report: Charting the Future of Design Education」(2020年6月)

¹³⁸ Design Singapore Council 「School of X Programme Overview」(2021年1月)

¹⁴⁰ UNESCO City of Design Monitoring Report SINGAPORE BY DESIGN: UNESCO CREATIVE CITIES NETWORK SINGAPORE CITY OF DESIGN MEMBERSHIP MONITORING REPORT 2015-2019 J

(5) President's Design Award (PDA:大統領デザイン賞)

President's Design Award (PDA)は、シンガポールにおけるデザイナーやデザインの最も権威ある賞である。Dsg と Urban Redevelopment Authority (都市再開発庁)が共同で運営する。 2006 年に設立された PDA は、2017 年より 2 年に 1 度の賞として、シンガポールの人々や国際社会の生活に変化をもたらしている優れたデザイン及びデザイナーを表彰している。 141

PDA の目的は次の3点、①才能あるシンガポールのデザイナーが、シンガポールの経済的競争力と生活の質の向上に貢献し、大きな功績を残したことを称えること、②シンガポール国民が自国の優れたデザインと一流のデザイナーに誇りを持ち、あらゆる分野で質の高いデザインに対する意識を高めること、③産業界、企業、一般市民、国際社会に対して、デザインの発展と普及に対する政府のコミットメントを示すことである。PDA は、デザイナーを対象とした Designer of the Year と、デザインを対象とした Design of the Year の 2 つのカテゴリーに分かれており、賞はシンガポール大統領から授与される。デンマークの Danish Design Centre(デンマークデザインセンター)やイギリスの British Design and Art Direction、Cooper Hewitt, そしてアメリカの Smithsonian Design Museum(スミソニアン・デザイン博物館、クーパー・ヒューイット)等、世界の名だたるデザイン機関とパートナーシップを結んでおり、受賞者は海外で自身のデザインを発表する機会を得ることができる。

¹⁴¹President's Design Awardの概要 HP https://pda.designsingapore.org/presidents-design-award/about/2018/about-the-award.html (2022 年 3 月 23日閲覧)

1.14アメリカのデザイン政策

1.14.1 概要(全体観)

アメリカにおける現在のデザイン政策として、大きく(1)政府機関に対するデザイン思考教育、(2)都市づくりや公共建築物のデザイン向上等の取組の2つが見られる。まず、政府機関(政府職員)向けのデザイン思考教育の取組について解説する。

バイデン政権が2021年に発表した「THE BIDEN-HARRIS MANAGEMENT AGENDA VISION 2021¹⁴²」では、全産業における顧客満足度調査¹⁴³において行政機関が最下位であることを受けて、「優れた、公平な、安全な連邦サービスとカスタマーエクスペリエンスの提供」が掲げられている。また当アジェンダでは、政府内の縦割り行政ではなく顧客の人生経験にもとづいてサービス提供をより適切に調整することで、政府は国民のニーズにより良く対応し、全てのコミュニティのために公平な結果を促進できること、そして人間中心設計は個人がどのように連邦サービスを利用するかを包括的に理解するために必要なツールであることが主張されている。

行政サービスのカスタマーエクスペリエンス向上を目指す取組は、バイデン政権前から見られる。20 13年に、連邦政府の最高人事機関である人事管理局(Office Of Personnel Management: OPM)によって設立された組織 The Lab at OPM による政府職員向けのデザイン思考教育クラスや、2015年に共通役務庁(General Services Administration: GSA)による Office of Customer Experience の設立、2017年のニューヨーク市の市長経済機会局による Civic Service Design Tools + Tactics等、行政サービスにおける顧客体験向上に焦点を当てた取組が充実化されている。

その他、連邦政府のもとでは、共通役務庁の公共建築局による建築デザインの品質担保を目的とした「The Design Excellence Program」や、住宅都市開発省による都市やコミュニティのレジリエンスの向上を目的とした REBUILD BY DESIGN による各種プロジェクトの実施等、社会的な価値を高めるような多様なデザイン政策が講じられている。

以下、個々のデザイン政策(個別施策)について、詳細を見ていきたい。

1.14.2個別施策

(1) The Lab at OPM による、政府機関職員へのデザイン思考教育の実践

The Lab at the Office of Personnel Management(以下、ラボ)は、「Transforming government by design」をスローガンとして、連邦政府全体が人間中心設計の能力を構築することを目的とした活動を行う組織である。連邦政府のキャリア職員であるラボのディレクターを筆頭に置き、20 人以上の正規職員を抱えている。正規職員のメンバーはデジタルデザイン、開発デザイン、ビジネス、教育、建築、ジャーナリズム、コンテンツ戦略、都市デザイン、公共政策等の専門知識を持つデザインの

¹⁴² アメリカ合衆国政府「THE BIDEN-HARRIS MANAGEMENT AGENDA VISION 2021」
https://assets.performance.gov/PMA/Biden-Harris_Management_Agenda_Vision_11-18.pdf (2022年3月18日閲覧)

¹⁴³ American Customer Satisfaction Index (2021). 2020 Customer Satisfaction Results [Data set]. (2021年に発表のアメリカの顧客満足度指数、2020年顧客満足度調査結果のデータセット)より引用。以下 URL より取得した。 https://www.theacsi.org/acsi-benchmarks/benchmarks-by-industry

プロ集団で構成されている。加えて、非政府組織出身で様々なデザインの専門知識を代表する非常勤職員の「デザインフェロー」が、短期間、次々と入れ替わりに在籍する。これによって、外部から新鮮な考え方や最新のベストプラクティスをラボに取り入れることを可能としている。

ラボでは、「Design methods can reveal new perspectives and help individuals better understand the challenges they face in their work. ¹⁴⁴(デザインの手法は、新しい視点を明らかにし、個人が業務で直面する課題をより良く理解することに役立つ)」と捉えており、主に政府機関に対して、公共部門における課題解決に向けたプロジェクト支援やコーチングサービスを提供している。連邦政府の回転資金¹⁴⁵として他の機関と出来高払い方式で協働し、州や地方の政府機関、学術機関、非営利団体、国際的なパートナー等、幅広いネットワークと連携しながら、公共部門の複雑な課題の解決に取組む。

当ラボでは、「HCD Design Operations Guide」と称される、人間中心設計に関するガイドラインを公開している¹⁴⁶。当ガイドラインは、人間中心設計プロセスのフェーズごとの理論的な解説がなされているコンセプトガイドと、各々のフェーズの実践に役立つチェックリストやフレームワークを含むオペレーションガイドの 2 冊に分けられる。その他、定期的にイノベーターたちを集め知見を収集し、その知見を講演会や出版物等を通じて発信している。

また、デザイン教育クラスを開講しており、2016年時点で延べ4,000人以上の政府職員が授業を受講している。ワークショップ「人間中心設計の基礎」をもとに、シビックデザイン¹⁴⁷やアクセシブルコミュニケーション¹⁴⁸のデザイン、参加型デザイン¹⁴⁹、人間中心設計の理論を活用した問題解決のためのフレームワーク等、様々な授業を提供している。クラスは少人数制で、対話形式が中心である。現在は新型コロナウイルスの影響もあり、オンラインを活用した公開講座が多数用意されている。公開講座のほかにも、カスタム講座やワークショップも開催している。

ア)ワークショップ「人間中心設計の基礎」の概要

「Human-Centered Design Fundamentals(人間中心設計の基礎)」と称されるワークショップは毎月1回、3日間開催され、人間中心設計の理論と実践を学ぶことができる。ビデオやディスカッションを通じて理論やケーススタディを学んだ後に、人間中心設計を組織内及び組織全体に適用する方法についてプロジェクトベースのコースで学習する。プロジェクトでは、提示された課題を人間中心設計のアプローチを用いてチームで取組むことが求められる。

プロジェクト例として、「analyze current visitor experience to the Lincoln Memorial,

¹⁴⁴ The Lab at OPM 概要 HP https://lab.opm.gov/about-us (2022年3月19日閲覧)

¹⁴⁵ 組織の継続的な運営に必要な資金を、年度の制限なく提供するための資金または口座のこと。

¹⁴⁶ The Lab at OPM「HCD Design Operations Guide」<u>https://the-lab-at-opm.github.io/HCD-Design-Operations-Guide/</u>(2022年3月22日閲覧)

¹⁴⁷ 行政のみに焦点を当てるのではなく、地域社会のあらゆる制度や手段を活用し、地域社会における共通善に焦点を当てている。基本的には人間中心のアプローチで、お互いに奉仕し合い、全ての人のニーズに応えながら、最終的に自分たちのコミュニティをあるべき姿にするための方法を見出すこと。

¹⁴⁸ 情報を明確かつ直接的で理解しやすいものにすること。情報へのアクセスを妨げる様々な障害を考慮し、フィードバックの機会も提供する(例:図書館は対面や印刷物、ウェブサイトやソーシャルメディアといったオンライン空間等、様々な方法で利用者とコミュニケーションを取っている)。

¹⁴⁹ エンドユーザーにレビューを繰り返し、デザインされる製品が彼らのニーズに合っているか、使い易さはどうかを確認しながら、彼らの要望を吸い上げていくデザイン手法の一種。

Vietnam Veterans Memorial, and/or the Korean War Veterans Memorial and envision how we could change/transform the visitor experience in the future(

リンカーン記念館、ベトナム退役軍人記念館、朝鮮戦争退役軍人記念館を訪れる人々の現在の体験を分析し、将来的にその体験をどのように変化させることができるかを想像する)」等が挙げられる。このプロジェクトでは、以下のステップでワークショップが進められた。

- ①フレーミング
 - 3 つの記念碑に関連する事実、偏見、仮定をブレインストーミングする。
- ②エスノグラフィックリサーチ

フィールドワークによって、実際に人々が記念館とどのように関わっているかを観察し、また何人かの訪問者に彼らの経験についてインタビューする。

- ③定性分析とインサイトの導出
 - フィールドワークで得た気づきを付箋に書き記す。チームで気づきを共有し、パターンやテーマを見つけ、そこから洞察を得る。
- ④アイデア出し

人間中心設計のフレームワークを用いてアイデアを出し、コストとインパクトのマトリックスにもとづいて優先順位をつける。

⑤プロトタイピング、テスト

課題に対するアイデアのプロトタイプを他のチームと共有し、質問とフィードバックを受けて学びを 得る。

(2) Office of Customer Experience による顧客体験向上に向けた取組

共通役務庁(General Services Administration:GSA)が2015年に設立した Office of Customer Experience は行政サービスの顧客体験を向上させることを使命としており、サービスデザイン¹⁵⁰、UX デザイン¹⁵¹等のアプローチによって、連邦政府機関やその他の公共部門に従事する組織の職員を支援している。①Strategy(革新的なチーム戦略とアクションプランの策定を通じて、共通役務庁全体で顧客データにもとづいた主要な目標を達成する)、②Research(顧客のニーズをより深く理解し、一貫したカスタマーエクスペリエンスを実現するために、各チームと協力して取組む)、③Capacity Building(共通役務庁のカスタマーエクスペリエンス能力とプロセスを開発・強化することで、より優れた行政サービスの提供ができることを支援する)、そして、④Pilot(将来の製品やプロセスを試作することで、大きなアイデアを評価し、改良するために必要なユーザーからのフィードバックを収集する)の4つを軸に活動を続けている¹⁵²。

(3) The GSA Customer Experience Center of Excellence

The GSA Customer Experience Center of Excellence は、共通役務庁が展開する

¹⁵⁰ 顧客体験のみならず、その体験を継続的に実現するための組織と仕組みをデザインし新たな価値を創出すること。

¹⁵¹ 製品やシステム、サービスの利用を通じてユーザーが得る全ての顧客体験を設計すること。

¹⁵² Office of Customer Experience 概要 HP https://www.gsa.gov/about-us/organization/office-of-customer-experience (2022年3月22日閲覧)

Center of Excellence¹⁵³プログラムの1つである。カスタマーエクスペリエンス戦略、人間中心設計、顧客・機関調査、サービスデザイン、顧客インサイトにもとづいたサービスを連邦政府機関に提供し、行政サービスの顧客体験に影響を与える複雑な課題に尽力している。

当機関が提供するサービスの例として、2019年の米国農務省の顧客・サービス・機関のつながりを可視化するプロジェクト、「The OneUSDA Ecosystem」が挙げられる。米国農務省(USDA)は29の機関とオフィスから成り、4,500以上の拠点に約10万人の従業員を抱え、米国内外の数億人以上にサービスを提供している。このような巨大な顧客とサービスの広がりを見せる中で、顧客・サービス・機関の3つのつながりは複雑化し、米国農務省の職員と顧客にとって、サービスへのアクセスを妨げていた。そこで The OneUSDA Ecosystem プロジェクトでは、米国農務省が提供するサービスの完全なリストを作成した上で、顧客タイプを 213 に分類し、優先度の高い上位 10 タイプの顧客については顧客ペルソナを作成した。154

(4) Civic Service Design Tools + Tactics

ニューヨーク市経済機会局(NYC Opportunity)、ニューヨーク市振興基金、そして設立パートナーの Citi Community Development が主体となって、2017年から Civic Service Design Tools + Tactics と呼ばれるプロジェクトを実施している 56。Civic Service Design Tools + Tactics は、サービスデザインというアプローチを採用して貧困に関連する課題に取組むためのプログラムである。ニューヨーカーの 44.2%が貧困状態で暮らず 57中、フィールドリサーチ、行動科学、経済学、情報技術、デザイン等の関連分野を取り入れながら、サービスを受ける人も含めた全ての関係者が参加して、マイノリティや保護が必要な市民のニーズをより満たせるニューヨーク市を実現する。

プロジェクトの一環として、ニューヨーク市経済機会局は2017年に政策や UX(ユーザーエクスペリエンス)、テクノロジー等のバックグラウンドを持つデザイナーで構成されている Service Design Studio を設立し、ニューヨーク市の政府機関従事者を対象にデザインコンサルティングやトレーニング、イベントの企画等に関するサービスを提供している。具体的には以下を中心とした施策が打たれている。158

Office Hours with the Service Design Studio

毎週、市の職員がデザイナーと会い、プロジェクトやアイデアについて軽いコンサルティングを受け市

¹⁵³ Center of Excellence 民間セクターのイノベーションと政府サービスを活用して、連邦機関の IT 近代化を加速させることを目指しているプログラムである。

¹⁵⁴The GSA Customer Experience Center of Excellence「The OneUSDA Ecosystem: Visualizing the Connections Between USDA Customers, Services, and Agencies」(2019年12月) https://coe.gsa.gov/2019/12/18/cx-update-17.html(2022年3月22日閲覧)

¹⁵⁵ Citi Community Development は、大手銀行 Citi が手掛ける、経済活動に必要な金融サービスを米国内の全ての 人々が利用できるようにする取組を主導する組織。The Mayor's Fund to Advance New York City(ニューヨーク市の 発展のための市長基金)から資金援助を受けている。

¹⁵⁶The City of New York「NYC Civic Service Design Tools + Tactics」 https://wwwl.nyc.gov/assets/servicedesign/ (2022年3月22日閲覧)

¹⁵⁷NYC Opportunity 「The Launch of the Nation's First-Ever Municipal Service Design Studio Dedicated to Improving Services for Low-Income Residents」(2017年10月)

https://wwwl.nyc.gov/site/opportunity/news/014/the-launch-the-nation-s-first-ever-municipal-service-design-studio-dedicated-improving#/0 (2022年3月22日閲覧)

NYC Opportunity 「The Service Design Studio at the Mayor's Office for Economic Opportunity」 https://www1.nyc.gov/site/opportunity/portfolio/service-design-studio.page (2022年3月22日)

民のためのサービスデザインをどのように市の機関の業務に適用させるかについて学ぶことができる。

•Workshops + Trainings

上述のオフィスアワーに寄せられた要望をもとに、サービスデザインの基礎についての実践的なトレーニングを提供する。3.5 時間のワークショップが毎月開催されている。

●Civic Design Forum

データ駆動型・参加型の意思決定について研究している、情報技術・通信省の The Gov Lab + Studio とのパートナーシップにより、ベストプラクティスの共有や製品・サービスデザインのワークショップを隔月で開催している。

(5) The Design Excellence Program

デザインエクセレンスプログラムとは、共通役務庁(General Services Administration:GSA) の公共建築局(Public Buildings Service)¹⁵⁹が企画・実施している、アメリカ連邦政府の建築事業を管理するためのプログラムの総称である¹⁶⁰。1995 年以来、設計デザインを担う建築家とエンジニアを選定し、連邦政府のオフィスにおける最先端のデザインを推進している。プログラムの目的は、公共事業で手掛ける建築デザインの質を担保し、アメリカ連邦政府の資産の長期的な価値と、公共建築物に対する市民満足度を確保することである。

シャレットワークショップ(詳細は後述)をはじめとしたプログラムでは、新たな公共建築を手掛ける建築家やエンジニアを選定するプロセスの合理化や、公共建築デザインのガイドライン導入を実施している。加えて、公共建築局長官によって任命された民間の優れた設計専門家(ナショナル・ピア)を招集し、建設における調達への助言と開発中のコンセプト・デザインの批評を実施している。展示会やイベントの開催や出版物によって、アメリカの歴史的な公共建築を後世に伝えるべき遺産として記録することにも貢献している。そのほか、デザインエクセレンスの傘下には、第一印象、インテリアデザイン、リース建設、都市開発、サステナビリティの各イニシアチブがあり、それぞれの分野で優れたパフォーマンスを発揮するプロジェクトを審査している。以下では、First Impressions Program(第一印象に関するプロジェクト)及び Charlette workshop(シャレット ワークショップ)について紹介する。

ア)First Impressions Program

全米の連邦ビルのロビーや広場の衰退に対処するために設立されたプログラム。Stewardship (資産管理及び空間管理)、Superior Workplaces (快適で安全な職場の維持)、Best Value (創造的で費用対効果の高いソリューション)、Innovation (戦略的に配置されたリソースと協力的な管理運営)を軸に、訪問者の連邦政府に対する「第一印象」を形成する公共エリアにスポットライトを当てた施策を打つ。2016年までに National Satellite Operations Facility (国立衛星運用施設)や The Jacob K. Javits Federal Building (ジェイコブ・K・ジャビット連邦ビル)等数々の重

¹⁵⁹ GSA は連邦政府機関が必要とする空間の多くを提供する責任を担い、建築、エンジニアリング、都市開発、持続可能なデザイン、美術、歴史的保存、建設サービス、プロジェクト管理等、様々な分野で国家的なリーダーシップを取り、公共の空間に関する政策方針、基準を提供している。中でも公共建築局は連邦政府の数十億ドル規模の建築プログラムを指揮しており、連邦政府のオフィスビル、裁判所、その他の施設の建設、改築、変更、修理等を手掛けている。

¹⁶⁰アメリカ合衆国共通役務庁 The Design Excellence Program 概要 HP https://www.gsa.gov/real-estate/design-construction/design-excellence-overview (2022年3月22日閲覧)

イ) Charlette workshop(シャレット¹⁶²ワークショップ)

4~6 人の専門家からなる学際的なデザインチームが、1~2 日間かけて特定のデザイン課題に集中してブレインストーミングを行い、デザイン戦略やデザインソリューション、デザインの方針につながる一連の提言を作成する。

シャレットの例として、建築デザイナーの選定が挙げられる。新しい連邦オフィスビルの建築家を選定する際、書類選考による第1審査を突破したデザイナーと関連する建築事務所は、第2審査において面接と匿名のデザインシャレットにより、各主要設計者の設計上の利点を更に評価される。デザインシャレットでは選定対象の建築チームに課題が提示され、地域社会の状況、建築の戦略とイメージ、コートハウスの機能性、サステナブルデザイン等の観点から、1 日かけてシャレットを行ってもらう。このシャレットは設計の専門家である審査員によって評価される。

またセキュリティシャレットでは、新しい連邦オフィスビルのプロジェクトを計画する際、連邦政府によるリスクアセスメントや安全基準に沿ってセキュリティ戦略を形成する。セキュリティシャレットでは、プロジェクトマネージャーや設計コンサルタント(建築家/造園家/エンジニア)、地元警察・消防関係者、現地の建築基準法担当者、地元の都市・地域計画担当者、そしてコスト・見積もり担当等が集まり、セキュリティだけでなく、より広い設計上の問題や施設のニーズも考慮した議論を行う。2001 年の 9 月から2019 年までにかけて、12 以上のセキュリティシャレットが開催されている。163

(6) REBUILD BY DESIGN

REBUILD BY DESIGN は、ハリケーン・サンディ復興タスクフォースのもとで 2013 年 6 月に開始 された、サンディ被災地のレジリエンスを促進するためのデザインコンペティション及び都市プロジェクト を担う組織である。

当初は 2010 年の America COMPETES 再承認法¹⁶⁴の権限のもとで開催された、ハリケーン・サンディにおける被災地のレジリエンス及びイノベーションを促進するためのデザインコンペティションであった。当コンペティションは、住宅都市開発省を中心に、自治体芸術協会、地域計画協会、ニューヨーク大学公共知識研究所、ヴァン・アレン研究所、ロックフェラー財団が携わった。2014 年 6 月、当時の住宅都市開発省長官は、コンペティションで受賞した 7 つのアイデアに 9 億 3,000 万ドルを授与すると発表し、この資金援助は 2019 年まで継続された。当プロジェクトは、将来の課題に備えるコミュニティや地域のために、政府が研究にもとづく協力的なプロセスを構築するためのモデルとなり、組織化され

¹⁶¹アメリカ合衆国共通役務庁 The Design Excellence Program First Impressions Program 概要 HP https://www.gsa.gov/real-estate/design-construction/design-excellence/first-impressions-program-overview (2022年3月22日)

¹⁶² シャレットとは、デザインの専門家集団が限られた時間の中でデザイン課題を検討することである。

¹⁶³ アメリカ合衆国共通役務庁「The Design Excellence Program Charrettes and Competitions」 https://www.gsa.gov/real-estate/design-construction/design-excellence/design-excellence-program/charrettes-and-competitions

¹⁶⁴ The America Creating Opportunities to Meaningfully Promote Excellence in Technology, Education, and Science Act of 2010: 基礎研究と教育への強力な投資を継続し、国家優先事項として科学・技術・工学・数学の基礎研究及び教育への投資を増やすことで、もとの法律(America COMPETES Act of 2007) の本質を維持することを主旨とした法律。

るに至った。

現在は政府、企業、非営利団体、地域団体等様々なセクターと連携しながら、コミュニティや都市がレジリエンスを構築することを目的としたプロジェクトを実施している。現地訪問、コミュニティとの対話、パネルディスカッション、シンポジウム、ワークショップ等を通じて、都市や地域の社会的・物理的な脆弱性やどのようなリスクにさらされるのかについて研究し、インフラ整備やコミュニティに対する教育事業等を手掛けている。調査段階から政府や地域の関係者と共同で研究を行い、デザイン主導のプロセスを推進することで、大規模で複雑な問題をコミュニティが解決するよう支援する。その他、各プロジェクトで培った研究成果やデザインのアプローチを複雑な都市問題を抱える世界中の都市に提供している¹⁶⁵。

REBUILD BY DESIGN によるプロジェクトの事例として、ニューヨーク市と共同でマンハッタンの 低地帯を洪水や暴風雨等の気候変動の影響から守るための都市景観の形成を支援した(プロジェクト 名は「The BIG U」)。高速道路の高架下に取り付けられた、洪水を軽減するために反転させることがで きるアーティスティックな壁や、既存の沿岸警備隊の建物を改修して、施設の訪問者が潮の干満や海面 上昇を観察できる「Reverse Aquarium」等が設けられた新しい海洋博物館や環境教育施設とする 等、高潮や海面上昇からの被害を防ぐような都市デザインが開発された。

¹⁶⁵REBUILD BY DESIGN「REBUILD BY DESIGN PARTNERS WITH CITIES ON COMPLEX URBAN CHALLENGES」 https://www.rebuildbydesign.org/city-initiatives/ (2022年3月22日閲覧)

1.15 インドのデザイン政策

1.15.1 概要(全体観)

インドでは Ministry of Commerce & Industry (商務産業省)から発表された「National Design Policy(国家デザイン政策)」が2007年2月に内閣によって承認されており、インドにおけるデザインのビジョン及び戦略、そしてアクションプランが国家政策として掲げられている。国家デザイン政策では、産業におけるデザインの重要性が増す中で、「Designed in India, Made for the World」を標語とし、政府による支援、規制、プロモーション、教育等あらゆる側面からインドのデザインを促進することが示されている。国家デザイン政策では、以下9つの具体的な施策が掲げられている¹⁶⁶。

- ① 規制やプロモーション、制度を通じてインドデザインを促進する
- ② 自動車や輸送、宝石、皮革、ソフトグッズ、デジタル製品、玩具やゲーム等の分野に特化した「デザインセンター」や「イノベーションハブ」を設置し、迅速な製品開発や高性能な可視化を実現する施設やツールを提供する。加えて、スタートアップのデザイン主導型企業や若手デザイナーのデザイン事務所を対象として、ベンチャー投資、融資、市場開拓支援といった企業インキュベーションや財政面の支援を提供する
- ③ デザインセンターやイノベーションハブを、特定の地域や特定の産業クラスター、とりわけデザイン の後進地域である北東部に設置するためのスキームを策定する
- ④ 既存の国立デザイン研究所 167 と施設のリソースを国際水準に引き上げる。インドの全地域に質の高いデザイン教育を普及させるために、第11次5カ年計画中(2007年-2012年)にNational Institute of Design(NID)と同様の国立デザイン研究所を更に4つの地域に設立する
- ⑤ 国立デザイン研究所のために、University Grants Commission Act(大学助成委員会法) 第 3 条(f)にもとづく「みなし大学」または「大学」としての地位を獲得し、現在のように単なるディプロマ(職業教育課程)ではなく、B. Des. (Bachelor in Design、学部課程)や M. Des. (Master's in Design、修士課程)の学位を授与することができるようにする
- ⑥ 全てのインド工科大学(IITs)、全ての国立工科大学(NITs)、及び一流の民間工学・建築大学に デザイン学科を設置することを奨励する
- ⑦ 独創性、革新性、美的魅力、ユーザー中心主義、人間工学的特徴、安全性、環境配慮等の主要な デザイン基準を満たすデザインに「India Design Mark」を授与し、インドデザインのブランドイ メージを形成する業界の功績者を認識し表彰するための仕組みを構築する
- ⑧ デザイン専門家を登録し、専門職の基準設定に関する様々な事項を管理するため、Chartered Society for Designers(デザイナーのための公認協会。技術者協会、建築家協会、医学評議会、弁護士会等と同じ系統である)の設立を促進する
- ⑨ 様々な分野から選ばれた著名人による「India Design Council(以下、インドデザインカウンシル)」を設立する

¹⁶⁷ 国立デザイン研究所(National Institute of Design)は、インド政府によって 1961 年に設立された機関。デザイン教育と国家へのデザインサービスの提供を目的としており、デザイン教育やデザインコンサルティングに関する取組を実施している。

Press Information Bureau Government of India「National Design Policy」 https://pib.gov.in/newsite/PrintRelease.aspx?relid=124039(2022年3月22日閲覧)

この国家デザイン政策にもとづき、2009 年 3 月には、Department of Industrial Policy and Promotion (産業政策推進省)の後援のもとでインドデザインカウンシルが設立された。インドデザインカウンシルは、インド国内及び海外におけるインドデザインの認識と有効性を促進することをミッションとする政府機関で、産業とアカデミアの間の連携を促し、インドのデザイン能力を紹介する上で重要な役割を担う。2022年現在、37名の委員で構成されており、委員の任期は3年と定められている。

主な活動は、インドデザインの国際競争力を高めるためのプラットフォームを提供することである。(1) デザインを様々な分野や領域で活用するためのプログラム開発、(2)デザイン教育機関やトレーニング機関のベンチマーク基準やモデルカリキュラムの開発、(3)税制優遇等のデザインを促進するための政策メカニズムとインセンティブの提供という3つの分野のタスクフォースで構成されている。

具体的な取組は、以下の通りである。

- デザインに関する調査、研究開発
- 標準化されたデザインシラバスの開発
- 新規意匠登録の手続きや制度の簡素化に向けた政府との調整
- 製品開発等における、企業とデザイナーとのビジネスマッチング支援デザイン主導のインド製品・サービスの輸出奨励
- 世界のトレンドや市場情報、技術ツールにアクセスできるようにする社会基盤の形成
- デザイン分野における知的財産の創造と保護

具体的な施策内容としては、インドの優れたデザインを認定する India Design Mark や所定の基準を満たすデザイン教育プログラムやデザイン機関を対象とした認定制度である Design Education Quality Mark 等を展開している。

また、2019年にはデザインプロフェッショナルの品質を認定し、プロのデザイナーを管理する組織である Chartered Designers of India (公認デザイナー協会)が設立された。当協会は、インドのデザインプロフェッショナルのベンチマークプロセスを確立することで、そのイメージを向上し、継続的な能力開発を通じてコンピテンシーを高めることを目的としている。

その他、インド政府の Department for Promotion of Industry and Internal Trade(商工省産業国内取引促進局)は National Institute of Design(国立デザイン研究所)を傘下に置いている。インド政府によって 1961 年に設立された国立デザイン研究所は、デザイン教育と国家へのデザインサービスの提供を目的に、デザイン教育やデザインコンサルティングに関する取組を実施している。同研究所は、Ministry of Science and Technology(インド政府科学技術省)より科学・工業デザイン研究機関として認定されているだけでなく、2014 年に制定された National Institute of Design Act(国立デザイン研究所法)により、国家レベルで重要な研究所としても認定されている。国立デザイン研究所は、当初は 1961 年にアーメダバード(グジャラート州)にて設立されたが、先述のNational Design Policyを受けて 2015 年から 2019 年の間に4つの国立デザイン研究所が新設され、現在ではインドの各地域にデザイン研究機関が設置されている体制となっている。

以下では個々のデザイン政策(個別施策)について、詳述する。

1.15.2個別施策

(1) India Design Mark(I Mark)

India design Mark(以下、インドデザインマーク)は、インドの優れたデザインを認定するプログラム及びシンボルマークである。当デザインマークを通じて、インドのメーカーが人々の生活を豊かにする優れたデザインの製品を市場に送り出すよう働きかけていくことを目指している。168

インドデザインマークは、先述した「National Design Policy」にて提案されたものである。2012年、India design council(インドデザインカウンシル)は、公益財団法人日本デザイン振興会と協力し、日本のグッドデザイン賞の制度に学ぶ形で当施策を開始した。インドデザインカウンシルの審査員が優れたデザインを評価し、インドデザインマークを付与する仕組みとなっており、インドデザインマークのシンボルは優れた製品を示す信頼性の高い指標として、当該製品の広告やカタログ、製品パッケージ、その他のプロモーション媒体等、幅広い用途で使用できる。

また、インドデザインマークの審査を受けたい中小零細企業は、Design Clinic Scheme(デザインクリニックスキーム、詳細は後述)の適用を受けることができる。本スキームの利用者はインドデザインマークの第1審査の申請料が完全に免除され、第2審査では、デザインクリニックスキームの担当者がデザインマークを取得できなかった企業を対象に小規模な相談会を開催している。

(2) Design Clinic Scheme

Design Clinic Scheme(以下、デザインクリニックスキーム)は、Ministry of Micro, Small and Medium Scale enterprises(零細中小企業省)と National Institute of Design(国立デザイン研究所)による、中小零細企業のデザイン支援策である。製造業における中小零細企業のデザイン専門性を高めるために開始された National Manufacturing Competitiveness Programme (国家製造業競争力プログラム) ¹⁶⁹の1つの取組で、中小零細企業を単なる製造業からデザイン創造業ないしブランド創造業へと転換させることを目的としている。

デザインクリニックスキームの総予算は、合計7億3,580万ルピー(約11億3,000万円、1ルピー =1.54 円換算)である¹⁷⁰。そのうち、4億9,030万ルピー(約7億6,000万円、1ルピー=1.54 円換算)はインド政府が拠出し、残りは零細中小企業省が拠出する。

当プログラムを通じて、企業はデザイン意識向上のためのセミナーやワークショップ、プロのデザイナーやデザインを専攻する学生によるコンサルティングサービスを受けることができる。プロのデザイナーによるデザインプロジェクトに対して、150万ルピー(約230万円)から400万ルピー(約620万円)の資金が援助される。(零細企業の場合は、費用総額のうち最大75%、中小企業の場合は最大60%の資金援助を得られる)。また、デザインを専攻する学生によるデザインプロジェクトには、20万ルピーを上

¹⁶⁸ インドデザインカウンシル「India Design Mark」http://indiadesigncouncil.org/index.php/india-designmark (2022 年 3 月 23 日閲覧)

¹⁶⁹ 製造部門に従事する中小企業を支援するプログラム。デザイン専門知識向上のためのデザインクリニックスキームだけでなく、マーケティングサポートや知的財産権に関する意識向上、製造競争力向上スキーム、ICT の推進等、10のスキームが提供されている。

¹⁷⁰インド零細中小企業省「Guidelines For the Implementation of Design Clinic Scheme for Design Expertise to MSME sector Under National Manufacturing Competitiveness Programme」 http://www.dcmsme.gov.in/schemes/Guidelines-Design-Final.pdf (2022年3月23日閲覧)

限として費用総額のうち最大75%の資金が援助される。

(3) Design Education Quality Mark

Design Education Quality Mark は、デザイン機関が一定の品質と基準を満たしていることを保証し、第三者の中立的なレビュープロセスを受けたことを示すものである¹⁷¹。インド国内におけるデザイン機関が急増していることを受け、デザイン機関の多様性を考慮しつつ、異なる教育システムを調和させることを目的に、デザインカリキュラムとその実装に関する共通の理論的根拠や哲学を表す教育フレームワークとして2015年に開始された。デザイン教育プログラムの品質基準の設計においてはQuality Assurance Agency for Higher Education, UK (英国高等教育品質保証庁:QAA)が協力しており、当施策の評価基準は QAA が発行した高等教育のための英国の品質コードにもとづいている。

¹⁷¹ インドデザインカウンシル「Design Education Quality Mark」(2015年3月) http://indiadesigncouncil.org/deqm(2022年3月23日閲覧)

2. デザインが企業経営に与える意義や効果

デザイン研究の分野では、デザインの持つ意義や効果に関する研究が蓄積されている。特に欧米では 英国の Design Council やアメリカ合衆国の Design Management Institute の調査のように、 デザインが企業経営に与える効果として株価や財務指標を分析する手法が広く実施されてきた。本研究 では、日本企業におけるデザイン活用の効果という観点から、国内における近年の研究に対象を絞り、 デザインの経営への効果や意義に関する調査・研究 15 事例を整理・分析し、その結果を提示する。また これらの先行研究における問題点を抽出し、我が国において今後同様の調査を実施するに当たり留意 する事項をまとめることとする。

2.1 「効果」に対する先行研究のアプローチ

2.1.1 先行研究の類型化

デザインの企業への効果について論じたこれらの研究は、その狙いに応じて次の4つに分類できる。

実態把握

国内においてデザイン活動がどのように営まれているのか、デザイン活動の実情を把握する試み(長谷川(2012年)、経済産業省(2017年)、グッドパッチ(2021年)、等)

効果測定

デザインへの注力が経営にどのような効果をもたらすのか、その効果自体を測定する試み(秋池、勝俣 (2015)、川上、枝村(2015)、経済産業省(2016)、勝本(2019)、日本デザイン振興会・三菱総合研究所(2020)、等)

事例提示

デザインを経営に導入、デザインへ注力することによる成功事例を提示し、デザイン経営を促進することの一助とする試み(中小機構(2013)、大阪産業経済リサーチ&デザインセンター(2021))

導入方法(課題提示、提言)

デザイン導入の効果、課題等の分析に加え、実際にデザインを経営に導入していく際のハウツーを提示する試み(産業研究所(2006)、ロフトワーク(2020)、近藤(2021)、デロイトトーマツコンサルティング (2018))

近年は日本でも企業経営におけるデザイン活用への注目が高まっているものの、そもそも定量的に デザイン活動を捉えるデータ自体に乏しい。こうした背景から、①の実態把握の研究では、デザイン活動 の現状を捉えることに主眼が置かれている。これらの研究では主に企業に対するアンケート調査により、 それぞれの調査の目的に応じて社内におけるデザイン/デザイナーの位置づけ、デザイン部署の発言力、 デザイン投資額、デザインに期待される役割等の情報が収集されている。デザインの効果を把握するた めに必要な情報であると同時に、日本のデザイン政策を進める上でも基幹的なデータとなり得る研究であると言える(経済産業省、2017等)。

直接的にデザインのもたらす効果の把握、測定に狙いを置く研究では、②の効果測定が売上高等の数値やアンケート回答等量的なデータから定量的に効果を把握しようとするのに対し(藤本、2019等)、③の事例提示ではデザイン導入による成功体験、サクセスストーリーを個々の事例から描いている(中小機構、2013等)。効果測定と事例提示の両方を合わせて提示する先行研究もあり(経済産業省、2016等)、このような研究はデザイン導入を促進するためのわかりやすいエビデンスとなり得ると考えられる。また事例提示から導入方法へ展開するといった形も散見される(ロフトワーク、2020等)。

実態把握、効果測定・事例提示から、いかにデザインを導入するのか、という点にまで議論を進めているのが④の導入方法を主眼とする研究である。これらの研究は、効果について先行研究分析やアンケート結果から論じつつ、デザイン導入のロードマップやプロセス等を具体的に示すものであり、実際にデザイン導入を進める段階において有用な研究と言える(産業研究所、2006 等)。

2.1.2 先行研究における効果とその手法

先行研究ではデザインの効果を論じるに当たり、効果を測る様々な指標が用いられている。効果測定における主な指標としては、株価、売上高、財務指標(ROA等)、市場シェアの他、生産性や開発力の向上、イノベーションの実現率といった事業への効果を表す指標、またブランドイメージや認知度の向上、購買行動の促進、社員の愛着等幅広い要素が効果として挙げられている。とりわけ、売上や株価等経済面での効果を測る試みが多いことが指摘できる。

また、効果測定における主な手法としては、①客観的な数値・データ(株価・財務指標、意匠権・特許数等)を分析するもの、②企業の認識上での効果(企業のアンケートから得られた回答)を分析するものに分けることができる。これらを単体で、あるいは組み合わせて集計(クロス集計)、回帰分析を行い、効果の測定を行うという手法が取り入れられている。

なお、調査対象に関しては、近年のデザインの効果に関する研究において、その多くが民間企業を調査の対象としている。アンケートやヒアリングの対象となるのは企業であり、消費者を対象としたものは秋池・勝俣(2015)のみとなっている。加えて、対象となる企業については、多くの調査がグッドデザイン賞に応募している企業や当該賞の受賞企業といった「デザインを重視する企業」を事前に抽出して調査を実施している。

2.2 先行研究の問題点

2.2.1 議論の土台 ~先行研究の共通認識~

ここで取り上げた先行研究では、現在のデザインを取り巻く状況に対し共通した認識を抱いており、 それが議論の立脚点にもなっている。その共通認識はこれら先行研究の問題点、ないし今後の研究へ の留意点とも関連し得るため、以下に 2 点まとめておく。

(1) デザインの領域拡大:狭い意味から広い意味へ、狭い対象範囲からより広範な対象へ

デザイン研究の分野では、デザインの持つ意味や対象とする領域の広さが指摘されている。近年では ビジネスにおけるデザインへの関心の高まりから、研究者だけでなく、企業においてもデザインが対象と する領域や期待される役割が拡大していると捉えられている。そうしたデザインの意味や領域の拡大は、 概ね製品の外観、スタイルという狭い意味のデザインから、ユーザー体験や製品/サービス全体、さらに は企業の戦略や組織構造といった経営全体までを含んでいる。いくつかの研究では拡大するデザイン を2ないしは3つの領域に分類しているが、三菱総合研究所(2017)によるデザインの概念の3つの領域 への整理は、現在のデザインを巡る複雑な議論を理解するのに有用であると考えられる。

経営のデザイン (ビジネスモデル、エコシステム)

広義のデザイン (ユーザー体験、製品/サービス全体)

狭義のデザイン (意匠、ユーザーインターフェース等)

デザインの定義: カッコ内はデザインの対象

出所:三菱総合研究所「第4次産業革命におけるデザイン等のクリエイティブの重要性及び具体的な施策検討に係る調査研究報告書」 https://www.meti.go.jp/policy/mono.info.service/mono/creative/downloadfiles/fy28/fy28 I4 creative design.pdf

(2)デザイン活動の把握の難しさ/定量調査の少なさ

2 点目に、多くの研究者が指摘することとして、国内におけるデザインの効果についての定量調査の少なさが挙げられる。定量調査の少なさは、デザイン活動の量的な把握の難しさに所以している。国内にはデザイン活動を総合的に把握するための統計が存在しないことに加え、前述したデザインの領域の広さゆえに、定量的にデザイン活動を捉える試みが難しいという問題もある。

2.2.2 先行研究の問題点

上述の先行研究が指摘するデザインを取り巻く現状を念頭に置いた上で、ここでは先行研究の問題点を以下にまとめる。

(1) 「デザイン」という言葉の定義の揺らぎ

デザインの意味や領域の拡大については多くの研究者が指摘し、それは企業側にも認識されていることがアンケート等からも確認されている。しかし実際にデザインの効果という議論の中で、意匠や UI 等の狭義のデザインと、経営のデザインまで含むより広い概念のデザインとが錯綜する事例が多い。具体的には、デザインを広く捉えるとしながら、意匠権(=狭義の意味のデザイン)をその指標とする等、効果を測る議論の最中に狭義のデザインに意味が収れんする傾向がある。

なお、「デザイナー」に関しては、その定義自体が欠如している。デザインの領域拡大に伴い、そのデザイン活動を行うデザイナーの定義も大きく変化せざるを得ないと考えられる。デザイナーに期待される役割が拡大しているという報告(経済産業省、2016)はあるものの、先行研究が結局のところ議論しているデザイナーは、いわゆるプロダクトデザイナー等の狭義のデザイナーとなっている。

(2) デザイン活用の幅と深度に応じた効果測定手法が確立していない

すでに指摘したように、デザイン領域の拡大(すなわち、デザイン活用の幅の広がり)が認識されているにも関わらず、デザインの効果という場合には、製品やサービスを対象とした狭い意味のデザインが取り上げられる傾向にある。そのため、より広い意味である「経営のデザイン」が企業経営にどのような効果を与えるのかは明確に言及されていない。

また、企業によっては、デザイン活用の幅や深度に違いが想定される。例えば、CDO(チーフ・デザイン・オフィサー)を設置し、デザインをビジネスモデルの構築や重要な経営の意思決定に活用するような「経営のデザイン」を高度に実践する企業と、プロダクトデザイナーが経営からは一定の距離を置き、優れたプロダクトデザインを追求するような狭義のデザインを深く実践する企業では、デザインが企業経営に与える効果は異なるだろう。したがって、個々の企業におけるデザインのレベルに応じて、効果を測定する手法や確認すべき観点、評価指標の設計を検討する必要がある。しかし現時点では、このようなデザイン活用の幅と深度、すなわちデザインのレベルに応じた効果測定の方法論が確立されていない。

(3) 「デザイン」という言葉に対する、調査者と被調査者の間の認識齟齬

デザインの定義の問題と対応し、企業を対象にアンケートやヒアリング調査を行う場合、相互の持つ「デザイン」への認識の間には齟齬が存在する可能性がある。しかし調査者側の「デザイン」の認識と、企業側の「デザイン」の認識の相違点について先行研究ではほとんど言及されていない。

(4) 調査対象の不十分さ:企業数、調査期間、企業の偏り

多くの研究が、企業数の少なさ(川上・枝村 2015 や勝本 2019)、業種の偏り(大阪産業経済リサーチ&デザインセンター 2021)等調査対象の不十分さを自らの課題として挙げている。調査対象企業数で見ると、先行研究のアンケート調査は回答数が 100 社未満のものが大半を占めている。調査期間に関しても、基本的には1回限りのアンケート調査が多く、長期にわたった追跡調査は行われていない。

またデザインの効果を測る調査対象として、特にデザインに注力する企業が選定される場合が多い。 つまり近年のデザインの潮流について一定度の理解を持ち合わせている、デザイン・リテラシーの高い企業が対象となっている。しかし実態調査・効果測定のためには、デザインに注力しない企業(=デザイン・リテラシーの低い企業)、それらの企業のデザインへの認識、デザイン活動の実態も把握する必要があると考えられる。

2.3 同様の調査を我が国において今後実施するに当たり留意すべき事項

提示した 4 つの問題点から、今後我が国において同様の調査を実施するにあたり、留意すべき事項をまとめておく。またこれらの留意事項を踏まえた上で、個々の調査・研究者レベルでの調査研究の実践に加え、国策としてのデザイン政策の一環としてデザインの調査研究を継続・蓄積していくための組織体制の充実化が望まれる。

(1) デザインに関する定義(領域)を明確に示すこと

調査者は自身の研究におけるデザインの定義や領域を明確に示すことが必要となる。

(2) 当該デザインに適した効果測定の指標や手法を検討すること

調査者は、自身の対象とするデザインの定義や領域を明確化した上で、そのデザインに適した効果測定手法を検討する必要がある。また、調査の目的によっては対象とする企業のデザイン実践の幅や深度といったデザイン・レベルの違いも考慮する必要があり、そのためには各企業のデザイン・レベルを測るための指標、並びにそれぞれのデザイン・レベルに応じた効果測定手法の開発が求められる。

(3) デザインに対する認識の齟齬を考慮し、適切な事前説明を講じること

調査の実施に際し、調査者が想定するデザインの領域と定義(当該研究における、デザインという言葉の範囲と具体的な活動内容)を明確に示すこと、そして、アンケートやインタビュー等の調査対象への丁寧な説明を通して、認識を合わせた上で各種調査を実施することが求められる。

(4) 継続的な調査の実施

国内の先行研究では、長期間に渡る調査が実施されていない。デザインの効果を理解する上では、単発のアンケート調査やヒアリング調査だけでなく、時系列に沿った定点調査も重要となる。英国の Design Council はデザインの経済価値についての報告書を定期的に発表している。我が国においても、デザイン効果研究の基盤となり得る継続的な調査が求められる。

(5) 調査対象の十分な母集団と効果測定の多様な観点を考慮すること

先行研究ではデザインリテラシーの高い企業を対象とした調査が行われており、回答に偏りが生じている可能性もある。国内におけるデザイン活動の実態、ならびにデザイン効果の把握のためには、デザインリテラシーの低い企業も含めたより大規模な調査の実施が望ましい。また UX や UI 等デザインを語る上でユーザー視点は欠かせない要素となっており、消費者を含める形での新たな効果測定の手法が期待される。

3. 我が国及び海外におけるデザイン教育

我が国のデザイン教育の特徴及び課題を分析し、我が国における今後のデザイン教育の在り方につ いて検討することを目的に、(1)幼少期から10代中盤までの成長期におけるデザイン教育、(2)非デザイ ナーがデザインを学ぶもの(リカレント教育含む)、(3)デザイナーに対するリカレント教育における諸外 国及び地域のデザイン教育¹⁷²事例を調査した。本章では、事例の分析をもとに、これからのデザイナー・ 非デザイナー共にどのようなデザインリテラシーが求められるのかを念頭に、我が国における今後のデ ザイン教育の在り方について提示する。

3.1 幼少期から10代中盤までの成長期におけるデザイン教育

諸外国及び諸地域で提供されている幼少期から 10 代中盤までの成長期の若者を対象とした教育プ ログラムを調査したところ、産官学それぞれのセクターでプログラムが提供されていた。提供主体を軸に 各国・地域の調査を整理すると「政府(教育省等)」「芸術系大学」「業界団体」「デザインミュージアム」 「民間企業単独」に大別された。

先進的な取組を行っている国・地域では、ビジネス、教育、公共部門といった幅広い分野でデザイン の重要性が認められ、デザイナー・非デザイナーの職業が選択される前、幼少期(初等中等教育段階)か ら成長期の一般市民に対して、多様な内容・形態のデザイン教育が提供されていることが伺える。

3.1.1 初等中等教育段階における政府主体のデザイン教育事例

(1) 英国/初等教育段階の公教育における義務教育科目 Design & Technology¹⁷³

英国の義務教育では、創造力と想像力を用いて多様なニーズや価値観を考慮し、様々な側面から現 実の問題を解決する製品を設計、製作する過程で、数学、理科、技術・家庭科、芸術等の幅広い分野の 知識を習得することを目的とした「デザイン」科目が、5歳~11歳の生徒を対象に必修となっている。

設計、製作に加えて、自分のアイデアや成果物、他者の成果物を批評・評価する工程までカリキュラム に組み込まれている点が特徴である。

¹⁷² 本調査で事例収集する「デザイン教育」とは、学校における教育カリキュラムに限るものではなく、市民が広くデザインに親し むミュージアムやワークショップ、デザインに関する教育番組や各種イベント等、「デザインを学ぶ」ことに関連するもの全般とす

¹⁷³ Design & Technology カリキュラム: https://www.gov.uk/government/publications/nationalcurriculum-in-england-design-and-technology-programmes-of-study/national-curriculum-inengland-design-and-technology-programmes-of-study (2022年2月10日閲覧)

(2) デンマーク王国/初等教育段階の公教育における義務教育科目「手工とデザイン」174

同国では、国民学校の3年生~8年生(10歳~15歳)の生徒を対象とした義務教育課程の教科として「手工とデザイン」を設置している¹⁷⁵。3年生から6年生の間に1学年以上で受講することが必修とされており、7年生~8年生は選択科目として実技をメインに学習することとなっている。

同国のデザイン教育は、教科全体を通して問題解決能力の育成を重視している点が特徴である。更に、デザイン教育が職業教育の一環として「イノベーションと起業家精神」を強化する教科としても位置づけられている点も、同国の特徴となっている¹⁷⁶。

当該科目の目的としては以下の3点が挙げられている。

- 審美的側面、機能的側面、(ユーザーとの)コミュニケーション的側面から価値のある手工製品の 製作、様々な素材を使用し表現する実践を通して、生徒が関連する知識と技術を習得すること
- 生徒が製作を通して、製品完成に向けたアイデア、思案、実践の相互作用を理解する能力を身につけること。またデザインの過程で探求、実験、問題解決に取組むことで、創造性や革新的なアプローチを育み、決断力や判断力を涵養すること
- 生徒が製作やデザイン、意見交換等を通して、その時の環境、様々な文化や時代を反映した素材についての知識を習得すること

例えば、「ミニチュア椅子作成コース」では、デンマーク王国でこれまで生まれた椅子のデザインやその背景・歴史を参考にして、生徒自身でミニチュア椅子の作成に取組む。製作の過程では、椅子の構造を分析する力、適切な材料選択を行う力、設計をする力、製作をする力等を習得する。最後に自身で製作した椅子についてプレゼンテーションを行う。

- 175 2014 年に成立。それ以前は「手芸」という科目があり、「デザインと作品」「職人の仕事」「社会的・文化的内容」の3つで構成されていたが、「手工とデザイン」では「製作-加工」「製作-素材」「デザイン」の3つに再構成された。

¹⁷⁴ デンマーク小学校教育法 https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2020/1396 (2022 年 3 月 18 日閲覧) 一色玲子「北欧における教育評価を手掛かりとした家庭科政策学習モデルの構築」

https://kaken.nii.ac.jp/ja/file/KAKENHI-PROJECT-24730739/24730739seika.pdf (同)

¹⁷⁶ デンマーク王国を含む北欧では、ICT 教育、言語教育、職業教育等の充実が全教科に関わる目標となっている。

3.1.2 大学主体のデザイン教育事例

(1) 中華人民共和国/特別カリキュラムの初等学校設置177

同済黄浦設計創意中学は、同済大学デザインクリエイティブ学院と上海市黄浦区教育局によって共同設置されており、同済大学の教育リソースを活用しながら、学際的なリテラシー、創造性、リーダーシップ、協力精神、社会的使命を備えたイノベーション型人材を育成することを志向している。

また、同済黄浦設計創意中学では、同済大学デザインイノベーション学部の支援を受けて生徒向けに「6・4」型カリキュラム(基本コース 60%、革新コース 40%)が実施され、デザイン主導の革新的な教育が提供されている。革新コースではプロジェクトベースの学習や演習の形式で、国際的な視点を持った「デザイン思考」を対象とした研究志向のコースや、国内外の協力機関と連携した学外活動等が実施されている。

(2) フィンランド共和国/ Design education for kids and young people 178

母体であるアールト大学は、フィンランド共和国の大学再生プロジェクトの一環として、2007年に経済学・技術・芸術の連携を促進し新たな職業教育システム・学習環境の提供を目指した。国の大学設立計画に沿う形で、ヘルシンキ工科大学・ヘルシンキ経済大学・ヘルシンキ美術大学の3校が合併して2010年に設立された。

アールト大学は子ども、若者、教員向けにアート、サイエンス、テクノロジー、ビジネスの分野のワークショップ、オープンレクチャー、イベント、オンラインコース等を提供する「アールト大学ジュニア」を実施している。また、アールト大学ジュニアとアールト大学デザインインサイドイニシアチブと共同で、子どものデザインへの理解とスキルを高めるためのデザイン教育コースを提供している。

子どもたちに積極的な問題設定と解決能力、探求と視覚化の能力、プロトタイプの作成や実験による学習能力を身につけさせるためのワークショップを開発し、2019 年に 15~16 歳を対象に提供した。このワークショップでは、ユーザー中心設計を学ぶため、子どもたちは旅行キットをデザインする課題に取組んだ。現在はデザイン学習活動の理論的基盤を研究・開発中で、新たなプロジェクトを実施予定である。

¹⁷⁷ 同済黄浦設計創意中学 公式 HP https://tc.hpe.cn/info/iList.jsp?catid=27073 (2022年3月18日閲覧)

¹⁷⁸ アールト大学ジュニア 公式 HP https://www.aalto.fi/en/aalto-university-junior (2022年3月18日閲覧)
Design education for kids and young people https://www.aalto.fi/en/research-art/design-education-for-kids-and-young-people (2022年3月18日閲覧)

3.1.3 業界団体主体のデザイン教育事例

(1) フィンランド共和国/工芸産業協会 TAITO の工芸コースやデザインスクール179

フィンランド共和国の工芸産業協会 TAITO は、工芸文化や職人芸の質を担保する目的で 1913 年に設立され、現在はユネスコの無形文化遺産保護条約の専門家組織に認定されている。工芸産業 協会は16の地域工芸協会とその100の事業所からなり、各地域協会が一般の人々向けの教育コース や展示会、コンサルティング活動を実施し、国民がデザインに親しむ機会を提供している。幼少期向けの 教育プログラムとしては、休日開催の工芸コースやデザインスクール、キャンプ等の短期の工芸コースや ワークショップ、放課後学童プログラム等を運営している。

3.1.4 デザインミュージアム主体のデザイン教育事例

(1) デンマーク王国/デザインワークショップとデザインスクール¹⁸⁰

デンマークデザインミュージアムは 125 年以上の歴史を持ち、展示機能の他、図書館、資料のアーカ イブ等も充実しており、デンマーク王国のデザイン史研究の中心的な存在となっている。

同ミュージアムでは、子ども・若者向けに、館内の教育施設で毎週日曜日と学校の長期休暇中に、デ ザインワークショップが提供されている。また、初等教育以降の子どもや教員向けにデザインスクールの プログラムも提供されている。例えば、子ども向けに「ペットボトルから椅子を作る方法を考えよう」、教 員向けに「デザインプロセスについて」というテーマでプログラムが提供されている。

(2) アメリカ合衆国/「Design Together」¹⁸¹

Design Museum Everywhere では、①展示会やイベント、コンテンツを通じてデザインの可能性 を示し、人々にインスピレーションを与えること、②デザインプロセスを用いて、創造的な問題解決者にな るための教育を行うこと、③デザインを使って行動を起こし、変化を起こし、その影響を実証しながら変 革することをミッションに掲げ、分館のあるボストンとポートランドからオンライン上まであらゆる場所で 展示会やイベントを行っている。

同ミュージアムは、Orthographic Projection(正射図法投影の学習)、Home Floor Plan(自分 の生活空間の観察と間取り図作成)、Sustainability:Draft Finder(隙間風を防ぐ機械を作成し、 エネルギー効率性と持続可能性を考える)等のデザイン教育のプログラムを提供している。また、幼稚園 児から高校生までの生徒とその教員向けに、「Design Together」という普及啓発資料を公開してい る。

¹⁷⁹ TAITO 公式 HP https://www.taito.fi/en/(2022年3月11日閲覧)

¹⁸⁰ Design Museum Danmark https://designmuseum.dk/laering/undervisningsforlob/dagtilbud/ (2022年2月24日閲覧)

¹⁸¹ Design Museum Everywhere:

Design Together https://designmuseumfoundation.org/program/designtogether/ (2022年3月11 日閲覧)

(3) アメリカ合衆国/Neighborhood Design Project 182

アメリカ合衆国の Design Museum Everywhere は、14 歳から 18 歳までの若者に向け、チーム制(6~10 人の若者で 1 チームを構成し、6チームが参加する)の 14 週間のデザイン教育プログラムを提供している。各グループにメンターとデザインコーチが付き、問題解決、仕事のスキル、ソリューションの作成等の活動を行う。プロジェクトの成果はプレゼンテーションのショーケースと作品を通じて一般公開される。なお、参加者には報酬が支払われることも特徴である。

3.1.5 民間企業主体のデザイン教育事例

(1) シンガポール共和国/Design Tinkers¹⁸³

Design Tinkers は、子どもに向けたデザインやアート等のワークショップやイベントを開催している。 プログラムへの参加を通じ、子どもたちがデザインの概念や原理、美学に触れ、問題解決のための方法 論としてデザインプロセスを学び、問題解決力を獲得することを目指す。

プログラムは、子どもの好奇心を刺激し、疑問を投げかけ、デザインプロセスを通じてユニークな成果を得るべくアイデアを試すようにデザインされている。ワークショップとしては、「デザイン&アーキテクチャホリデーキャンプ」「デザインにおけるモジュール-オブジェクトデザイン」等が開催されている。

Neighborhood Design Project https://designmuseumfoundation.org/program/neighborhood-design-project/ (2022年3月11日閲覧)

¹⁸² Design Museum Everywhere:

¹⁸³ Design Tinkers 公式 HP https://www.designtinkers.sg/#news-and-features (2022年3月18日閲覧)

3.2 非デザイナーがデザインを学ぶもの

諸外国及び地域で提供されている非デザイナーを対象としたプログラムを調査したところ、「ビジネスパーソン」「教員」「中央政府職員」「一般市民」を対象としているものが多く見られた。ビジネスや公共サービス、教育におけるデザインの重要性が広く認知され始めているため、こうした非デザイナーに対する豊富なデザイン教育が提供されていると考えられる。

その一方で、これらの教育プログラムを受講する層は、非デザイナーの中でも特にデザインの重要性 を理解している層であると推察される。受講者たちの知識や学びを、より広く社会に共有する場を設け ることや、デザイン教育の社会的なプレゼンスをより向上させることは、引き続き先進的な諸外国及び地 域でも課題と考えられる。

3.2.1 ビジネスパーソンがデザインを学ぶ事例

(1) デンマーク王国/デンマークデザインセンターでのワークショップ184

デンマークデザインセンター(DDC)は、国立のデザインセンターで、ビジネスにおけるデザイン活用等を積極的に研究、情報発信し、セミナーやワークショップを開催している。その取組の中で、ビジネス領域で活躍する経営リーダー人材(経営幹部、新規事業担当、次世代経営人材等)に対し、「ビジネスにおいてデザインがもたらす価値」や「デザインシンキングを自社に浸透させる方法」、「ソーシャルイノベーションのためのデザイン活用法」等を学ぶことができるワークショップを行っている¹⁸⁵。

(2) スウェーデン/IKEA 社のデザインワークショップ(Better Together、 Democratic Design)¹⁸⁶

家具メーカーの IKEA は、2016 年から IKEA1 号店だった建物を利用した IKEA Museum を独自に運営しており、ミュージアム内やオンライン上で企業や自治体等を対象に、「Better Together」と「Democratic Design」という 2 種類のワークショッププログラムを提供している。前者は、難易度の高い課題を与えて、グループで課題解決にチャレンジすることで、一人ひとりの創造力を引き出すワークショップである。後者は、同社の基本的な理念である「形、機能、品質、持続可能性、低価格」の 5 原則に沿って、与えられた課題の解決に資する製品の設計にグループで取組むもので、同社のデザイナーとしての体験をすることができるワークショップである。

¹⁸⁴ DDC https://ddc.dk/ (2022年2月24日閲覧)

¹⁸⁵また日本でも同ワークショップを開催したことがある。デジタルビジネス・イノベーションセンターHP https://www.dbic.jp/events/2019/12/20200206-ddc.html (2022年3月11日閲覧)

¹⁸⁶ IKEA Museum 公式 HP https://ikeamuseum.com/en/almhult/visit/group-visits/workshops/#private-person-4 (2022年3月23日閲覧)

3.2.2 教員がデザインを学ぶ事例

(1)ドイツ連邦共和国/ドイツデザインミュージアム財団による教育プログラムの提供187

ドイツデザインミュージアム財団は、デザインカウンシルによって設立されたデザインミュージアム財団で、芸術や文化、科学や研究、研修やトレーニングを通じて、デザインが私たちの生活のあらゆる側面に影響を及ぼしているという認識を高め、人々にインスピレーションを与えることを目指している。

例えば、同財団では、デザイン教育を行おうとする教員向けに、教育省にも認められている認定トレーニングの形で、教員研修のプログラムを提供している。プログラム内容は、デザインの理論に関連する知識を習得するための座学と、その知識を実践的に活用する演習から構成されている。ドイツ連邦共和国では、デザインは独立した科目になっておらず、一般的には美術の授業に組み込まれている。教育に関する者のためのトレーニングプログラムの提供を通じて、学際的な科目として教員にデザインを捉えてもらい、学校教育システムの中にしっかりと根付かせることを目標としている。

(2) 中華人民共和国/教員向けトレーニングプログラム188

2020 年から、上海市教育委員会の指導のもと、上海科学技術芸術教育センターと同済大学デザイン・クリエイティブ学部が教員研修プログラム「上海青少年創意設計学院中核教員養成コース」を共同開催している。研修を通じて参加者はデザイン思考に基づく教育理論と実践活動を理解し、デザイン主導かつプロジェクトベースの学習(PBL)の教育指導方法を習得する。また、イノベーション・デザイン・プロジェクトの開発と青少年向けのワークショップを実施する能力を向上させる。

同研修は、「デザイン思考による科学と芸術の融合」と「デザイン思考による美的教育のイノベーション」に重点を置いている。実施形態は、著名な講師による講座、ワークショップ、イノベーション・デザイン・プロジェクトの現地視察等が含まれる。例えば2020年に開催された「青少年向けのデザイン教育」をテーマとした8日間のトレーニングコースでは、上海市内16地区から、合計39名の教育関係者が参加した。主な参加者は、上海市内の小中学校、青少年活動センター等の美術教員である。189

3.2.3 中央政府職員がデザインを学ぶ事例

(1) アメリカ合衆国/連邦政府職員を対象としたデザイン教育クラス190

アメリカ合衆国では、連邦政府全体で人間中心のデザインを行う能力を涵養することを目的に、The Lab at OPM が連邦政府職員を対象としたデザイン教育の研修を開発・提供している。The Lab at OPM は、連邦政府職員が直面する複雑な課題への対応を支援するために、連邦政府の最高人事機関

https://www.shkp.org.cn/articles/2020/11/wx309819.html (2022年3月11日閲覧)

¹⁸⁷ ドイツデザインミュージアム財団 https://www.deutschesdesignmuseum.de/en/teaching.html (2022年3月11日閲覧)

¹⁸⁸ SHKP「上海青年創意設計学院が正式に開校」

^{189 2020} 年~2021 年に、テンセントは唯一の支援企業として、参加教員に向けてデジタルクリエイティブに関する教育プログラムを提供した。クリエイティブ教育分野におけるゲームの応用価値を紹介し、より多くの教育関係者がゲームの社会的価値を理解できるようにすることを目指している。

¹⁹⁰ The Lab at OPM https://lab.opm.gov/ (2022年3月11日閲覧)

である人事管理局(Office Of Personnel Management:OPM)によって設立された組織である。

研修では、ワークショップ(「人間中心設計の基礎」)、公共のためのデザイン(シビックデザイン)、アク セシビリティを確保するためのデザイン、市民参加を促すデザイン、人間中心設計の理論を活用した問 題解決のためのフレームワーク等のプログラムが提供されている。クラスは少人数制で、対話形式が中 心となっていたが、現在は新型コロナウイルスの影響もあり、オンラインを活用した公開講座が展開され ている。また、公開講座の他にも目的に応じてカスタムされた講座やワークショップが開催されている。

3.2.4 一般市民がデザインを学ぶ事例

(1) 中華人民共和国/農村部でのデザイン実践活動191

「DESIGN Harvests」は、2010 年に同済大学デザイン・クリエイティブ学院院長が設立したデザイ ン主導で農村変革を行うプロジェクトである。同プロジェクトは、デザイン思考の観点から伝統的な農村 の生産とライフスタイルの可能性を探り、都市と農村のコミュニケーションと持続可能な発展を促進する という目的で立ち上げられた。地方政府から支援を受け、上海最大の農業拠点である崇明島を拠点と して実施している。

「DESIGN Harvests」では、ホームステイ、農村クリエイティブ活動、生態体験農園、クリエイティブ 農産物、自然クリエイティブ教室等のイベントを開催し、農村部でのデザイン実践活動を通じて、農村の 文化や経済を活性化させている。一連のプロジェクトを通して、農村部と都市部に相互に接続した小規 模のイノベーションセンターを設立し、都市部と農村部の活力や資源交換の好循環を生み出していく、と いう新しい地域事業モデルが形成されることが期待されている。

(2) 台湾/公共サインコース192

台湾デザイン研究院では、公共サイン(ピクトグラム等)に関するセミナーやワークショップを開催して いる。日本の GK 設計193と共同で実施しており、公共サインに対するデザインコンセプトを確立し、台湾 の公共サービスの発展を促進することを目的としている。

公共サインコースでは、4回のオンラインセミナーと2日間のデザインワークショップを開催。車いす使 用者や高齢者、ベビーカー使用者等 6 名のリードユーザーとともに、台北メトロの現地調査を事前に実 施の上、デザインワークショップにて公共サインに関するデザイン提案が行われた。

¹⁹¹ DESIGN Harvests http://designharvests.com/ (2022年3月11日閲覧)

¹⁹² TDRI https://www.tdri.org.tw/36420/ (2022 年 3 月 11 日閲覧)

3.3 デザイナーに対するリカレント教育

諸外国及び諸地域で提供されているデザイナーを対象とした教育プログラムを調査したところ、教育 内容を軸に各国・地域の事例を整理すると「専門強化教育」「広義のデザイン教育」「ビジネススキル教育」 に大別された。先進的な取組を行っている国・地域では、専門強化教育だけでなく、ビジネス領域や社 会課題解決・イノベーション等に携わるデザイナーを増やすことで、社会全体のデザインに対する認識・ 理解が変容させ、デザインの地位向上を図っていることが伺える。

3.3.1 専門性を深めるための教育

(1) アメリカ合衆国/デザイン業界団体による教育プログラムの提供194

AIGA は、アメリカ合衆国のデザイン業界で最も古くて大きな業界団体である。デザインを、プロフェッショナルな技術としてだけでなく、戦略的優位をもたらすもの、重要な文化的な力として捉え、推進することを目的として、デザイナー志望の学生から熟練したベテランのデザイナーまで、あらゆるステージのデザイナーをサポートするために、以下のようなプログラムを提供している。

- AIGA Business Perspectives for Creative Leaders:エール大学と提携した教育プログラム。経営の課題に対応できるデザイナーを育成し、参加者が次のレベルのキャリアに到達するために必要なスキルと視点を身につけることを目指す。
- Certificates for Creatives:デザインの専門職としての能力開発のためのオンライン学習プラットフォーム。ビジネス、プロジェクトマネジメント、分析的思考と複雑な問題解決、スモールビジネス・マネジメント、リーダーシップ、キャリア開発、コミュニケーションとプレゼンテーション、コラボレーションとリレーションシップマネジメント等のコースが提供されている。

(2) シンガポール共和国/デザイン業界団体による教育プログラムの提供195

インテリアデザイン連盟シンガポール(IDCS)は、シンガポール共和国のインテリアデザインコミュニティをサポートし、シンガポール共和国のインテリアデザインを国際的に高い水準に引き上げることを目的として、PROFESSIONAL DEVELOPMENT PROGRAM(PDP)を提供している。具体的には、インテリアデザイナーを対象にした一連の教育セミナー、ワークショップ、講演、ネットワーキングイベント、スタディーツアー等を開催している。

PDP のイベントに参加した IDCS メンバーには、参加したイベントごとに PDP ポイントが付与され、PDP 認定証が授与される。PDP ポイントは年間 100 ポイントを達成すると、消費者が信頼できるインテリアデザインの基準に達し、シンガポール共和国で最高レベルのインテリアデザインを提供できるという、IDCS が推奨するインテリアデザイナーの証明を得ることができる。

https://idcs.sg/site/page/professional-development-programme-pdp (2022年2月25日閲覧)

¹⁹⁴ AIGA 公式 HP https://www.aiga.org/professional-development (2022年2月24日閲覧)

¹⁹⁵ インテリアデザイン連盟シンガポール(IDCS) 公式 HP

(3) フィンランド共和国/デザイン企業による教育プログラムの提供196

AJK は、1993 年に設立したデザイン分野の成人向けプログラム提供会社である。AJK の創設者のアイリス・ハイコネンは、主要分野とは異なる分野でのトレーニングの必要性を感じたが、ヘルシンキ周辺首都圏でそのような研修制度が無かったため、成人向けの教育プログラムを提供したのが発端である。

AJK advanced training では、トレーニングプログラム(オンライン/オフライン)とウェビナーを提供している。中には、トレーニングが実務経験としてみなされたり、学位が与えられたりするコースも含まれている。成人になって新たなスキルを身につけたい人、従事する分野は変えず新しい知識を身につけたい人向けのトレーニングプログラムとなっている。

(4) シンガポール共和国/デザイン業界団体によるスキルセットの提供197

The Skills Framework (SFw)は、シンガポール共和国のデザイン中間組織である Design Singapore Council が進める国家的なプランである Professional Services Industry Transformation Plan の一部として進められる Skill Future イニシアチブの一つであり、以下のサービスを提供している。Skill Future イニシアチブはシンガポール共和国の人々が、生涯を通じて自分の可能性を最大限に伸ばす機会を提供するための国家的なムーブメントである。この運動を通じて、一人ひとりのスキル、興味関心が発展し、シンガポール共和国の経済的発展とインクルーシブな社会に向けた展開へとつながることが期待されている。

● キャリアパスのガイドライン:

デザイン部門について、どのようなキャリアパスがあるか、仕事の役割、既存及び新規のスキル、 仕事の役割に必要な関連トレーニングプログラムに関する情報を誰でも利用できるようにまとめ られたガイドライン

トレーニングプログラム:

デザイン部門の様々な職務に必要なスキルやコンピテンシーを習得するために、新規参入者や現職の人材が利用できるスキル習得に関する情報を提供

¹⁹⁶ AJK 公式 HP https://www.ajk-jatkokoulutus.fi/ajk/ (2022年2月3日閲覧)

¹⁹⁷ Design Singapore Council 公式 HP https://www.designsingapore.org/initiatives/skills-framework-for-design.html (2022 年2月24日閲覧)

3.3.2 広義のデザイン教育

(1) オランダ王国/クリエイティブプロフェッショナルのスキル・ナレッジ共有198

CLICK はクリエイティブ産業の業界団体で、知識主導型のアプローチにより、クリエイティブ産業のレジリエンスを高めることに重点を置いている。

CLICK では、クリエイティブプロフェッショナル(クリエイティブ産業で活躍する人材)を対象に、「KEMs(Key Enabling Methodologies)」を公開している。KEMsは、クリエイティブプロフェッショナルが持つナレッジや暗黙知、スキル、経験等を理論的に明らかにすることを目的に、CLICK と研究機関等が連携して行っている研究内容を整理しているもので、KEMsの活用事例についてはオンライン上で公開している。活用事例は、「プロセスを体系的に進め、ステークホルダーを巻き込むための方法」「ソリューションの精緻化と実現に役立つ方法」「アイデアやソリューションのテストや検証をサポートする方法」等に関して、クリエイティブプロフェッショナルがどのような知識を活用して実際の課題に対しソリューションを導いたか、といった内容が掲載されている。

3.3.3 ビジネススキル教育

(1) アメリカ合衆国/デザイン業界団体によるスキルセットの提供199

Designer Fund は、35 万ドルから 100 万ドル(約 4,200 万円~1 億 2,000 万円)を初期段階のスタートアップに投資し、デザインサポートとデザイン専門家のネットワークで、スタートアップの成功を支援する団体である。以下の二つのビジネススキル教育プログラムの提供を通じて、企業がデザインを戦略的に活用できるようになることを目指す。

- DESIGN FOR BUSINESS IMPACT:
 Airbnb や Slack、Dropbox 等、数十億ドル規模の企業からアーリーステージのスタートアップまでのケーススタディを公開
- Business Essentials for Designers workshop: デザイナーが自分の作品のビジネス価値を伝えるために必要な言語、考え方、ツールを学ぶこと ができる、インタラクティブなオンライン上のハンズオンのコース

199 Designer Fund 公式 HP https://www.designerfund.com/ (2022 年2月25日閲覧)

¹⁹⁸ CLICK「KEY ENABLING METHODOLOGIES」https://www.clicknl.nl/de-creatieve-industrie/key-enabling-methodologies/、、CLICK「KIA for creative 2020-2023」https://kia.clicknl.nl/、、CLICK「Smart energy cities」https://www.clicknl.nl/cases-kia-2020-2023/case-smart-energy-cities/、、KEMs for mission driven innovation https://kems.clicknl.nl/(上記全て 2022 年 3 月 17 日閲覧)

3.4 我が国におけるデザイン教育の特徴と課題

本節では我が国におけるデザイン教育の特徴と課題を整理する。まず、教育を受ける主体、教育を提供する主体に着目し、その教育の特徴や課題について整理した。具体的には、(1)主に学校、美術館等の教育普及事業等の中での就業前の子どもに対するデザイン教育、(2)非デザイナー向けの、ビジネス目的や教養目的のリカレント教育、(3)デザイナー向けの、高度な専門教育や最新の技術動向等を教授するリカレント教育に分類し、現状を整理した。

また、学校、社会教育施設、民間の教育事業者等以外にも、テレビ番組、社会教育施設の展示事業、 地域の産業観光・イベント事業等からも一般人向けのデザイン啓発のプログラムやイベント等が提供さ れている(「ソフト・コンテンツによるデザイン教育」とする)。こうした現状についても概観する。

3.4.1 就業前の子どもに対するデザイン教育(主に学校、美術館等の教育普及事業)

初等中等教育段階では、理数系・芸術系の個別科目や総合的な学習(高校は探究)の時間等を活用して、知財創造教育や STEAM 教育等が進められている。また、政府の知財創造教育推進コンソーシアム²⁰⁰や民間団体から、教材や先進事例が提供されているところである。

現時点では、個別の科目の中にデザイン教育的な要素が取り入れられている段階であり、体系的な 教育とはなっていない²⁰¹。また、教員養成課程の中にデザイン教育に関する事項が十分に組み込まれて いないため、教員によって教育内容や教育水準に大きくばらつきがあるのが課題といえる。

高等教育段階では、①芸術系大学における伝統的な専門職としてのデザイナー育成、②理工系大学 や高等専門学校、専修学校専門課程(専門学校)等における理工系のデザイン教育、③総合大学等にお ける知財教育²⁰²や STEAM 教育等が行われている。

日本学術会議参照基準において、デザインを冠する科目の参照基準は策定されていないことに代表されるように、デザイン教育やデザイン教育の教授法についての研究は未分化といえる。また、現在はSTEAM 教育の一環としてデザインを含む教育や学びが注目を集めているが、体系的な教育内容や教授法の研究は開始されたばかりといえる²⁰³。

理工系大学や総合大学では、文部科学大臣が認定する教育関係共同利用拠点として、デザインの要素を含む教育の授業教材や、大学教員向け FD(ファカルティ・ディベロップメント)等を提供する等されているが、これらの取組は開始されてから十分に時間が経過しておらず、全国的な浸透は今後であるといえる。

https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tizaikyouiku/program.html(2022年3月7日閲覧)

【情報編】高等学校学習指導要領(平成30年告示)解説

https://www.mext.go.jp/content/1407073_11_1_2.pdf (2022年3月23日 閲覧)

²⁰⁰ 知財創造教育推進コンソーシアム「知財創造教育」に関する教育プログラム

²⁰¹ 平成 30 年 3 月に公示した高等学校学習指導要領において、共通必履修科目としての「情報 I 」を設け、その中には「情報 デザイン」に関する項目が含まれている(令和4年度より実施)

²⁰² 山口大学では、全学部に対する知財教育の必修化に取組んでいる他、大学教員向けの教材や FD 提供を積極的に行っている(山口大学研究推進機構知的財産センターHP(<u>https://kenkyu.yamaguchi-u.ac.jp/chizai/?page id=1956</u>(2022年3月7日閲覧)より)。

²⁰³ STEAM 教育に係る関連学会としては1984年設立の日本教育工学会等があるが、STEM 教育の名前が付された主な学会は2017年設立の日本 STEM 教育学会となる。

3.4.2 非デザイナー向けのリカレント教育(ビジネス・教養目的等)

非デザイナー(デザイン業務に就業していない者やデザイナーとして勤務していない者)向けには、大 学等が履修証明プログラムや科目等履修生、社会人大学院等でビジネスや教養目的のデザイン教育を 実施している。

非デザイナーを対象としたリカレント教育の具体的な実施状況について、体系的な教育プログラムよりも、短期のプログラムが主体となっていると想定されるが、全国的な実態把握が十分ではなく、提供主体・教育内容・授業形態・受講生等の規模や実態は十分に把握されていない。

また、民間企業・団体等もさかんにプログラムを提供しているが、短期集中プログラムが基本となっていると考えられる。

こうした非デザイナー向けのリカレント教育には、現時点では業界標準のモデルカリキュラム等は存在 せず、また、それに伴い、質保証の仕組みがない。また、リカレント教育の成果として大学等が単位や履 修証明書等を発行する、または、デザイン関係の民間資格や試験等を取得・受験等する等が考えられる が、非デザイナーが在籍する企業等で、処遇や待遇等に十分に反映されていない可能性がある²⁰⁴。

3.4.3 デザイナー向けのリカレント教育(高度な専門教育等)

すでにデザイナーとして一定の能力・スキル・経験等を有している者向けには、大学等の学部・大学院 等がさらに高度な専門教育を提供する他、非デザイナー同様、履修証明プログラム等の短期プログラム でデザイン教育が提供されている。

こうしたデザイナー向けのリカレント教育についても、非デザイナー向けのリカレント教育と同様、実態が十分に把握されていない。また、民間企業・団体等も研修等のプログラムを提供しているが、こちらについても実態は把握されていない。

質保証については、通常の大学等の正規課程では卒業認定の方針等に基づく教育課程編成がなされているため、質保証がなされているが、それ以外の短期プログラムや民間のプログラムには公的、または、業界標準の質保証の仕組みはないといえる。

3.4.4 ソフト・コンテンツによるデザイン教育

テレビや地域の産業観光・イベント事業等によって、デザインに親しむためのプログラムが提供されていることも、我が国の特徴のひとつである。また、社会教育施設は教育普及プログラムの他に、展覧会等の展示事業を通じて広く人々に向けて、デザインの理解を深める機会を提供している。以下では代表的な取組を紹介する。

テレビ番組については、以下のようなプログラムが提供されている。²⁰⁵

<デザインの発想を用いて STEAM 教育的なコンテンツを提供する番組>

● デザインあ(NHK)

https://www.nhk.or.jp/design-ah/

²⁰⁴ デザインのリカレント教育だけではなく、リカレント教育全体に係る課題といえる。

²⁰⁵ 本節の URL は全て2022年3月18日閲覧時点のものである。

- デデデザインて何?!(NHK 名古屋放送局) https://www.nhk.jp/p/nagoya-dedede/ts/7M64ZJ4ZR1/
- ピタゴラスイッチ(NHK) https://www.nhk.jp/p/pitagora/ts/WLQ76PGNW2/

<一定程度評価が確立されたデザイナーや身近なデザインに関する教養を提供する番組>

● 日曜美術館(NHK)

https://www.nhk.jp/p/nichibi/ts/3PGYQN55NP/

● 美の壺(NHK)

https://www.nhk.jp/p/tsubo/ts/3LWMJVY79P/

● 美の巨人たち(テレビ東京)

https://www.tv-tokyo.co.jp/kyojin/

• DESIGN TALKS plus(NHK)

https://www.nhk.jp/p/ts/E1XN86K6YE/

● DESIGN CODE(テレビ朝日)2019 年終了 https://www.tv-asahi.co.jp/design/

デザイン振興団体等が、デザインの普及啓発や人材育成のために若年層向けに行っているイベントとして、以下のようなイベントが開催されている。

● 子ども向けデザイン冊子(北海道・旭川デザイン協議会)

https://designteomosiroi.wixsite.com/asahikawa

● 全国高校デザイン選手権(山形県·東北芸術工科大学)

https://www.tuad.ac.jp/dezasen/

● キッズ・ワークショップ(東京都・ミッドタウン・デザインハブ)

https://designhub.jp/exhibitions/6958/

● デザイン発想ワークショップ(東京都・ソニーデザインコンサルティング株式会社)

https://tkids.tsite.jp/shonan/classes/5556.html

● KAIKEN PROJECT(京都府・パナソニックデザイン京都)

https://news.panasonic.com/jp/topics/204649.html

● ちびっこうべ(兵庫県・KIITO)

https://kiito.jp/chibikkobe/

デザイン事務所やデザイン振興団体等が、デザインを通じて産業観光振興や地方創生等を目指す取組として、以下のような取組が行われている。

旭川デザインウィーク(北海道旭川市・旭川デザインウィーク実行委員会)

https://adwhokkaido.com/

● スミファ(東京都墨田区・スミファ実行委員会)

https://sumifa.jp/

● 工場の祭典(新潟県燕三条市/method)

https://kouba-fes.jp/about/

● RENEW(福井県鯖江市等/TSUGI)

https://renew-fukui.com/

● デザイン観光ガイドブック(全国/D&DEPARTMENT)

https://www.d-department.com/item/DDESIGNTRAVEL.html

● TRAVEL UNA(九州地区/UNA ラボラトリーズ)

https://unalabs.jp/publishing/

デザインに力を入れて展覧会事業を行っている美術館等としては、以下が存在している。

● 国立工芸館(石川県/独立行政法人国立美術館)

https://www.momat.go.jp/cg/

● 宇都宮美術館(栃木県/公益財団法人うつのみや文化創造財団)

http://u-moa.jp/collection/life.html

● 富山県美術館(富山県/公益財団法人富山県文化振興財団)

https://tad-toyama.jp/

● 21_21 DESIGN SIGHT(東京都/公益財団法人 三宅一生デザイン文化財団)

http://www.2121designsight.jp/

● アドミュージアム東京(東京都/公益財団法人吉田秀雄記念事業財団)

https://www.admt.jp/

● 日本民藝館(東京都/公益財団法人日本民芸館)

https://mingeikan.or.jp/

● 国際デザインセンターIdcN(愛知県/株式会社国際デザインセンター)

http://www.idcn.jp/

● デザイン・クリエイティブセンター神戸 KIITO(神戸市/株式会社 iop 都市文化創造研究所)

https://kiito.jp/

● AXIS ギャラリー(東京都/株式会社アクシス)

https://center.axisinc.co.jp/floorguide/axisgallery/

● ギンザ・グラフィック・ギャラリー"ggg"(東京都/公益財団法人 DNP 文化財団)

https://www.dnpfcp.jp/gallery/ggg/aboutus/

● リビングデザインセンター OZONE(東京都/東京ガスコミュニケーションズ株式会社)

https://www.ozone.co.jp/

● GOOD DESIGN Marunouchi(東京都/公益財団法人日本デザイン振興会)

https://www.g-mark.org/gdm/about.html

● JIDA デザインミュージアム(長野県/公益社団法人日本インダストリアルデザイン協会)

http://jida-museum.jp/about.html

こうしたソフト・コンテンツによるデザイン教育の活動は、クールジャパン、地方創生、STEAM 教育等

の時代の潮流に合わせ、柔軟に一般の人々も楽しめるプログラムを提供している。SNS による情報発信も上手く取込むことで、こうしたプログラムは一般の人々が楽しみながら「日本のデザイン」「日本の伝統や地域のデザイン」に親しむ機会を提供することに成功している。

その一方で、これらのプログラムは、育成すべき人材像やコンピテンシーを前提としたものになっていない場合が多く、その学習メカニズムは体系的なものになっていない。

3.5 海外の動向及び我が国の現状を踏まえた提言

海外では、幼少期から義務教育課程への教育プログラムの取込等を通じて、デザインへの親しみを育成するための各種の教育活動が行われている。また、非デザイナー層についても、デザインの基礎的な教育(リテラシー)やデザインを活用したビジネス・デザイン、ソーシャル・デザイン等の教育を、国や有力なデザイン団体等が積極的に実施していることが本調査で指摘されたところである。

デザイン教育の先進国では、自国のデザインを研究する研究者の団体やコミュニティが存在し、こうした子ども向けや非デザイナー層への普及啓発的な要素の強い教育も牽引している。こうした普及啓発的な教育を担う教授者の資格要件については、各国・各地域は具体的な情報を公開していないが、非専門家向けの教授法等についての研修や教授者養成の仕組み、教育に携わる人材の能力要件等が想定される。

他方、我が国では、海外のデザイン先進国における義務教育をはじめとした体系的な教育は不充分であるものの、ソフト・コンテンツによるデザイン教育は比較的充実しており、エンターテインメント要素と学びの要素をブレンドしながら高品質な教育プログラムを提供することで、若年層や非デザイナーに対して、日常や地域に存在する「デザイン」に気付かせる、触れる機会を創出する重要な役割を果たしている。その一方で、取り扱われる「デザイン」が企画主体者の考えによって左右される、「有形のデザイン」に限定された考え方に重点が置かれて発信される、または、体系的な教授法や人間の発達段階に応じた段階的な学びの構造になっていない等の課題も見られる。

したがって、我が国において特徴的なソフト・コンテンツによるデザイン教育は、前述の課題を念頭におきながら、引き続き多様な学習者に向けて幅広い形態のプログラムを提供及び拡充し、日本国民に対して、広くデザインへの理解を醸成していくことが期待されると共に、学校における体系的なデザイン教育と連携しながら、我が国の包括的なデザイン教育の環境構築に貢献することも期待される。

今後、優先的に取組まれるべきと考えられる事項は以下の通りである。

3.5.1 ソフト・コンテンツによるデザイン教育(教養としてのデザイン)

(1) ソフト・コンテンツによるデザイン教育の拡充・連携

前述の通り、我が国ではソフト・コンテンツによるデザイン教育が比較的充実しており、日常に存在する「デザイン」に気付かせる、触れる機会を創出する重要な役割を果たしている。また、学校等におけるデザイン教育よりも気軽に、老若男女を問わず教育を享受できるとの特徴がある。我が国では、デザインを担うのは美術大学等においてデザインを専門に学んだデザイナーであり、一般市民とは関係がないものとの認識が一部で見られるが、本来、デザインとは市民一人ひとりの生活や仕事に身近なスキルや考え方であり、教養の1つとして広く学ぶことで、人々の生活や仕事の質が更に向上することが期待される。ソフト・コンテンツによるデザイン教育は、これに資するものとして更なる拡充及び連携が求められ、例えば、我が国のデザイナーの大多数を占めるインハウスデザイナーの知見を市民にわかりやすい形で展開する等の方法が考えられる。国民全体のデザインリテラシーが高まることで、我が国デザイン業界への要求や期待が向上し、業界の更なるレベルアップにつながることも期待される。加えて、デザインの義務教育化や、我が国には未だ存在しない公設のデザインミュージアム創設への機運向上といった効果も考えられる。

(2) ソフト・コンテンツによるデザイン教育の評価

ソフト・コンテンツによるデザイン教育は、企画主体者の考えによってその内容が大きく左右される。 様々な受け手に対応する、多様性かつ柔軟性ある教育を提供できる点ではメリットであるものの、様々な「デザイン」が世の中に溢れることで、デザインの意味が曖昧になり、デザインを学ぶ意義そのものについて不明瞭になることも否定できない。そのため、企画主体者は、曖昧かつ主体的になりがちな「デザイン」を念頭に、その教育を提供することでどのような効果があるのかを努めて把握し、デザイン関係者以外の者に対し、わかりやすい形で開示及び評価する必要がある。

3.5.2 就業前の子どもに対するデザイン教育(主に学校、美術館等の教育普及事業)

(1) 教員養成の必要性

幼少期からのデザイン教育の必要性について、過去のデザイン政策提言においても言及されている通り、我が国では古くから提言及び議論があるものの、デザインを義務教育化するまでには至っていない。海外と比較して、国全体のデザインに対する認識が低いことに加えて、デザインを教えることができる教員の不在や、教育システム自体が整備されていないことが一因と推測される。まだ職業選択前の子どもや非デザイナー層の青年期の人材に向けて、普及啓発やデザインを応用するすべを教授する教育ができる人材育成のため、調査研究や教員養成系大学と連携した実証事業等が必要と考えられる。その際、すでに行われている知的財産教育や STEAM 教育に係る国の研究事業等の成果を活用、または連携する等して、効率的に研究を進めることが有効である。

(2) デザイン教育の在り方についての研究

ソフト・コンテンツによるデザイン教育の企画主体者や大学、学会等と協働し、高等教育段階のデザイナーを目指す人材への教育も含めた、デザイン教育の体系について、研究を学術的に行う必要がある。

3.5.3 非デザイナー向けのリカレント教育(ビジネス・教養目的等)

(1) リカレント教育施策における非デザイナー向け教育の位置づけ

現在、リカレント教育は国の人材投資の拡大の中で注目を集めている。そうした国家的な動向を踏ま え、リカレント教育施策全体の中に非デザイナー向けのリカレント教育を位置づけるべく、有識者等から 意見聴取を行うことが必要である。

(2) 非デザイナーが習得すべき能力・スキル、人材像の検討

各大学、専門学校等ですでに行われている教育プログラムや受講生への調査等を行い、非デザイナーが習得すべき能力・スキル等の要件や人材像について検討を行うことが求められる。

(3)教育の効果、質保証の枠組みの検討

非デザイナー向けのデザイン教育が、どのような成果や効果をもたらすのかについては、まだ具体的な検討が行われていない。まだデザイン教育を受けた非デザイナーが全国的には少なく、取組の年数も

浅いため、厳密な効果測定は難しいと考えられるが、非デザイナー向けにデザイン教育を行うことがどのような効果や成果をもたらすのかについての検討が開始される必要がある。また、リカレント教育として支援する場合には、非デザイナー向けの教育についても質保証の在り方が検討されるべきであると考えられる。

3.5.4 デザイナー向けのリカレント教育(高度な専門教育等)

(1) 高度デザイン人材育成研究会206での成果の把握及びアップデート

2018年度に実施された経済産業省「高度デザイン人材育成研究会」では、非デザイナー人材を含み、デザインを活用する人材の要件や求められる能力等について提言を行っている。この成果はすでに個別の大学等でその教育課程編成に反映されていると考えられるが、国としても改めて、その実態把握を行い、企業からのニーズや教育現場の実態に合わせてアップデートしていくことが望ましい。

(2) 専門領域を極める、他のデザイン領域と連携するプログラムの拡充

高度デザイン人材育成研究会においては、デザイナーに対して文字通り「高度に」、かつ広範なスキルセットを求める提言が行われたが、デザインの現場では、そのようなデザイナーを実際に育成することは困難との意見も散見される。必ずしも上のポジションを望まず、現場で手を動かすデザイナーであり続けたいとする者も存在しており、そのようなデザイナーに対して、専門のデザイン領域の能力を極めると共に、他のデザイン領域との連携を学ぶ機会を拡充することで、個人ではなくチームとして高度なデザインを提供することも考えられる。

以上、デザイン教育の種類別に我が国のデザイン教育の在り方について論点を整理した。なお、全ての教育種類・教育段階について、全国的な実態把握が必要であることも付言しておく。

89

^{206 &}lt;a href="https://www.meti.go.jp/shingikai/economy/kodo_design/index.html">https://www.meti.go.jp/shingikai/economy/kodo_design/index.html (2022年3月7日閲覧)

我が国の新・デザイン政策研究 詳細版報告書 令和3年度中小企業実態調査事業(地域におけるイベント・エ	こ.ねニノソこれ 辛*	≚办┷ <u>╁</u> ┢╾┼	· ** /	
2022 年4月	- ノメーティ スノト座詞	長♥材化な性ツク快副事	≀ 未 <i>)</i>	
			式会社三菱総合研	
		1	経営イノベーション	ン木部