

調査報告書

我が国企業・地域・行政等の デザイン動向

令和5年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業

2024年3月22日

目次 CONTENTS

1. JAPAN DESIGN REPORTについて	3
2. カンファレンスについて	23
参考 JAPAN DESIGN REPORTの継続と発展に向けて	32
参考 先行研究・関連事例の調査	34

1. JAPAN DESIGN REPORTについて

デザインの動向や意義を可視化し、社会全体に発信する

- 経済産業省デザイン政策室が2023年1月に設置した「これからのデザイン政策を考える研究会」にて、デザインの動向や効果を継続的に調査・発信する機能の不在を再確認。この課題に対する1つの取り組みとして、本調査事業を通した『JAPAN DESIGN REPORT』の制作がある

背景

日本のデザイン動向を網羅的に取りまとめ、デザイン活用の効果等を継続的に調査し、戦略的に社会に対して発信する機能が不在



企業や行政等のデザイン導入・活用の機運を十分に醸成できず。

日本のデザイン動向を世界に発信できず、ジャパン・デザインのプレゼンスを十分に発揮できていない。

△ デザイン導入・活用のきっかけ・機運醸成

△ ジャパン・デザインのプレゼンス発揮

目的

日本の企業・地域・行政等のデザイン動向を網羅的に把握し、デザイン活用の効果等の調査を実施



調査結果をJAPAN DESIGN REPORTに取りまとめ、デザインの動向や意義を可視化・発信。
デザイン業界のより一層の連携を促し、デザインに関する議論を活性化する。

○ 社会全体にデザインの動向や意義を発信

○ デザイン業界の連携と議論の活性化

5つの観点から、日本のデザイン動向を俯瞰する

- JAPAN DESIGN REPORTでは、「世界×デザイン」「地域×デザイン」「企業×デザイン」「行政×デザイン」「文化×デザイン」の5つの観点に分けて、200名超のデザイン関係者に取材や執筆の協力をいただき、拡大するデザイン領域の多様な動向を豊富な事例とともに紹介している



34年ぶりに日本で開催された WDO 世界デザイン会議東京2023 を特集

世界デザイン会議の概要

- デザイン分野の国際組織であるWDO(World Design Organization/世界デザイン機構)が2年に1度開催する国際カンファレンス
- **2023年は第33回目**として、10月27日～29日の3日間に渡り東京で開催。
日本での開催は34年ぶり(1973年に京都、1989年に名古屋で開催)
- **世界39の国と地域から297名**のデザイン関係者や、エコロジー、エンジニアリング、コミュニケーション、サイエンス、テクノロジーなど幅広い領域の前線を担う関係者が結集
- **来場者はDay1、Day2で延べ1,172名**(現地参加886名／オンライン視聴286名)を記録

ディスカッションテーマ

コロナの流行に伴い生じた、「Planet(地球)にまつわる、地球環境問題の危機的状況の進行」と「Technology(科学技術)にまつわる、AIの普及をはじめとするDXの劇的な加速」、そしてこれらの変化に対し人々がどう向き合っていくべきかという「Humanity(人間性)」における課題、そしてこれらの考え方をいかに社会に実装するかという「Policy(政策)」が論点として挙げられ、これら4つのテーマを中心とした議論を各分野のデザイナーや有識者を中心に展開

[4つの分科会におけるテーマと議論内容]

Humanity - 新たな人間像からデザインを考える

人以外の生物への共感の必要性、デザインの倫理的・人道的側面

Planet - 環境問題ソリューションからデザインを考える

大量生産・消費からサーキュラーエコノミーへの移行、それに伴う社会システムの変革の必要性

Technology - DX からデザインを考える

人はAIとどのように向き合っていくのか、テクノロジーへのアクセス性の向上とルールや規範の必要性

Policy - デザイン政策のこれからを考える

デザインの在り方をどう社会実装していくか。日本が他国から学び、次にどんなアクションを起こしていくべきか

WDO 世界デザイン会議東京2023 総括

- 本会議に付随して、2日目に開催された各分科会のモデレーターを一堂に会したWDAアフタートークイベントが開催され、本会議への期待や日本の今後とすべきアクションについて議論がなされた。また、本調査事業では実行委員長の田中一雄氏へのインタビューを実施した
- アフタートークイベント及びインタビューを踏まえた総括は以下の通り

1 人間中心主義からの脱却



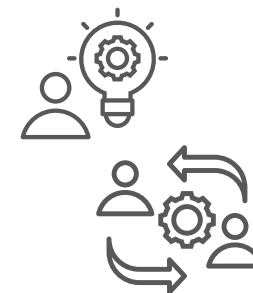
- ・ 近年加速する環境問題の深刻化や社会構造の変革に伴い、Human-centered Designなどに代表される人間中心主義からの脱却の必要性が提示された
- ・ 現代における複雑な社会課題の解決には、グローバルサウスなどの遠くに存在する人々や未来の人間、そして人以外の多種多様な生物(自然や微生物)への「共感」が必要であり、それを可能にする手段として、人口知能(AI)をはじめとしたテクノロジーの意義と可能性について議論された

2 領域を超えた協働の必要性



- ・ 現代における複雑な社会課題の解決を目指すうえで、デザイナーは多様なステークホルダーを巻き込み、アクションへ結びつけていくことに長けており、これからの時代に必要不可欠な人材である
- ・ 人以外のものへの共感を通じた課題解決には、デザイナーだけでなく、様々な領域の専門家との協働が必要不可欠である。そのためには、異なるステークホルダーが同じプラットフォームで議論するための共通言語(プロトコル)を作っていく必要がある

3 日本独自の「デザイン」を確立する



- ・ 「スモールd」や「ビッグD」といったデザインの定義に関する議論はやめ、両者を含んだ、日本ならではの「デザイン」の在り方を考えるべきである
- ・ アミニズムをはじめとした、日本古来の思想や価値観、日本の「デザイン」そのものを見つめ直し、深い洞察から課題を掘り起こし、具体的なアクションを各々が起こしていくことが重要であり、そのためのアクションプランや推進する仕組みづくりが求められている

JAPAN DESIGN REPORT「世界×デザイン」のサンプル



全国のデザイン動向パート

- 全国のデザイン動向として、公益財団法人日本デザイン振興会（JDP）秋元氏、デザインジャーナリスト 土田氏の2名に原稿執筆いただき、両者の立場・視点から我が国のデザインの現状や課題を整理した

日本においてデザインはいかに認識されているのか

公益財団法人日本デザイン振興会 事業部 課長
秋元 淳 氏



この国では、デザインする側と、社会全般（デザインされる側）のデザインに対する解釈が異なる。デザインする側の我田引水な解釈に基づいた「デザインの拡張」により、デザインの定義が広がりすぎたことで、デザインの価値を理解する端緒が不明瞭になったとも言える。

JDPの全国調査によれば、一般の人々にとって、デザインに対する認識はいまだ見た目の美しさやその便利さに留まっている。一方、グッドデザイン賞への応募動向から、デザインされる側だった人々が、デザインの可能性を咀嚼し、アプローチの独創性と、事業として実装するための仕組みづくりに挑んでいる姿が見て取れる。デザインする側のインハウスデザインにも、デザインが本来求める「人間を取り巻く全体状況の最適化の実現」へ近づく変化の萌芽が見られる。

今後のデザイン振興には、デザインの意図や目標、実践の手法を、社会の関心とどう接続していくかが問われる。人々の「デザインをしよう」という意志を、より強固に後押しできる体制づくりが重要である。

デザインが担うべき価値に関する試論 ミラノデザインウィークに見る 可能性と課題から

デザインジャーナリスト
土田 貴宏 氏



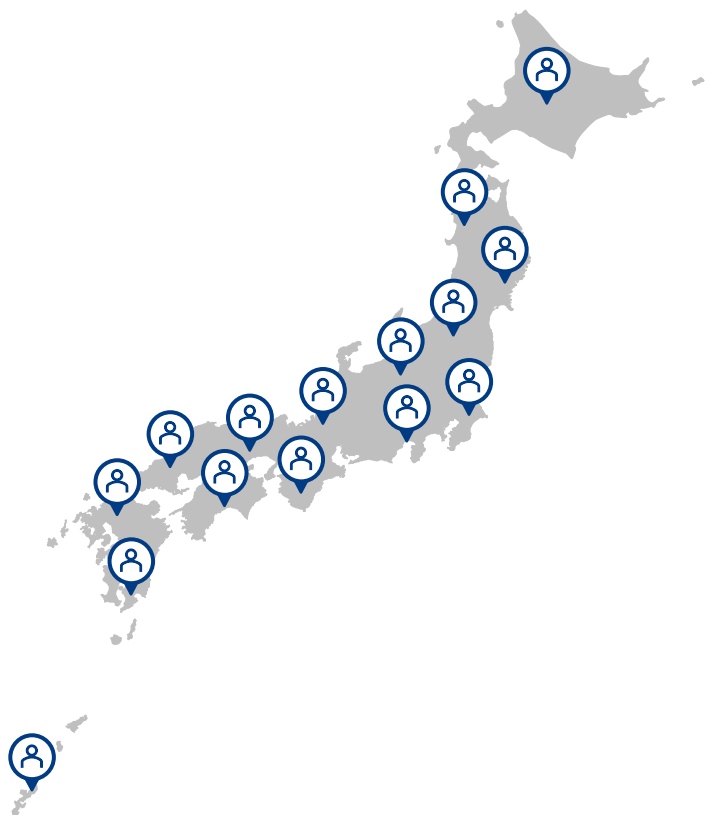
国際的なデザインイベントであるミラノデザインウィーク（MDW）は、企業や個人が各国から様々な目的や出展形態で参加し、様々な領域のあらゆる人々が集まり、無数のチャンスが生まれる場だ。日本からも出展を経てビジネスチャンスを実現した企業や、世界中のメディア、メーカー、ミュージアム等と交流し成果を上げるデザイナーも見られる。

一方でデザインイベントへの出展の成果は、商業面だけで測るべきではない。こうした場は新しい創造の土壌となり、未来の市場を育てていくことにもつながる。デザインイベントへの参加者は、自らが文化を担う意識を持つことが必要である。

日本のデザインの発展のためには、海外で学んだプロフェッショナルの知見を生かす産学連携の推進や、デザインを学ぶ人々の海外との交流支援等を通し、中長期的な視点でデザイナーの国際化を図るべきである。企業やデザイナーに関しても同様に、文化的価値を重視し、中長期的展望をもってデザインに取り組むことが大切だろう。

記事執筆・取材を依頼した47都道府県有識者の一覧

- 都道府県毎に1～3名の有識者を選定し、“デザインジャーナリスト”として各地域の主なデザインの取り組みやデザイン活用・振興の課題、今後の展望に関する評論に協力いただいた

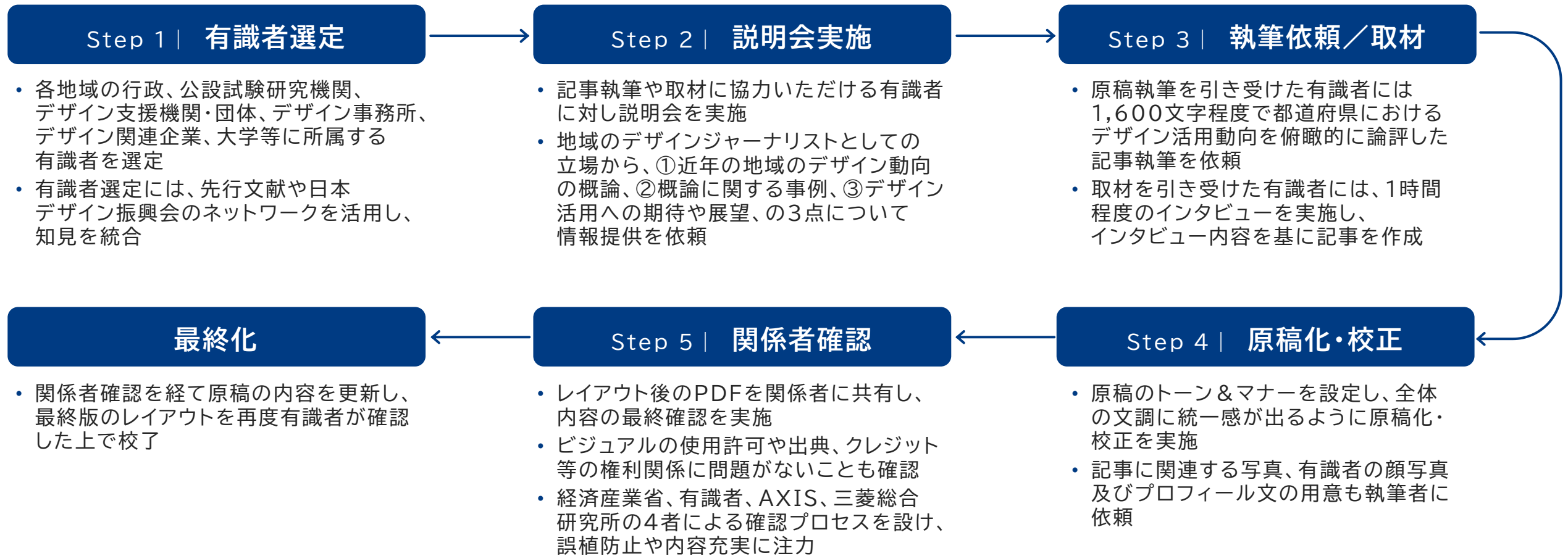


エリア	所属	担当(敬称略)
北海道	北海道デザイン協議会	越智
青森県	青森産業技術センター	工藤
岩手県	岩手県工業技術センター	小林、金田、永山
宮城県	宮城県産業技術総合センター	伊藤
秋田県	あきた企業活性化センター	武藤
山形県	山形県工業技術センター	月本、大場、木川
福島県	ヘルベチカデザイン株式会社	佐藤
茨城県	茨城県デザイン政策アドバイザー／筑波大学／札幌市立大学	蓮見
栃木県	RICE株式会社	坂内
群馬県	テシマ デザイン スタジオ	手島
埼玉県	埼玉デザイン協議会	影山
千葉県	千葉県産業支援技術研究所	岡村
東京都	東京都産業労働局	三道
神奈川県	神奈川県立産業技術総合研究所	守谷、佐々
新潟県	ヒッコリースリートラベラーズ	迫
富山県	富山県総合デザインセンター	堂本、吉田
石川県	石川県デザインセンター	谷口、志甫
福井県	デザインセンターふくい 福井県産業労働部	呉藤 竹原
山梨県	山梨県産業技術センター	串田
長野県	長野大学企業情報学部	石川
岐阜県	株式会社リトルクリエイティブセンター	今尾、高野
静岡県	静岡文化芸術大学デザイン学部	和田
愛知県	ユネスコ・デザイン都市なごや推進事業 実行委員会	江坂
三重県	三重県工業研究所	榊谷
滋賀県	滋賀県東北部工業技術センター 滋賀県商工観光労働部	山下 岡田

エリア	所属	担当(敬称略)
京都府	株式会社GK京都	榎本
大阪府	大阪産業局	川本
兵庫県	デザイン・クリエイティブセンター神戸 合同会社シーラカンス食堂	近藤 小林
奈良県	株式会社中川政七商店／STUDIO POLICY DESIGN	羽端
和歌山県	和歌山県商工観光労働部	吉田
鳥取県	鳥取短期大学生活学科	清水
島根県	株式会社益田工房	洪
岡山県	岡山理科大学工学部／弥田俊男設計 建築事務所	弥田
広島県	広島市産業振興センター 広島県立総合技術研究所	田中 橋本
山口県	山口情報芸術センター[YCAM]	菅沼、高原
徳島県	グリーンバレー 徳島経済研究所 徳島県立工業技術センター	大南 里 室内
香川県	株式会社イースト／やしまーる	中條
愛媛県	ビンデザインオフィス有限公司	山内
高知県	梅原デザイン事務所／武蔵野美術大学	梅原
福岡県	福岡県工業技術センター	楠本
佐賀県	佐賀県政策部	田中
長崎県	景色デザイン室 ながよ光彩会 INTERMEDIA／水脈	古庄 貞松 佐々木
熊本県	株式会社かつあき	佐藤
大分県	星庭／テンポラリー耶馬溪	福田
宮崎県	chigood.design	関屋
鹿児島県	薩摩リーダーシップフォーラムSELF	ふるかわ
沖縄県	Luft	真喜志

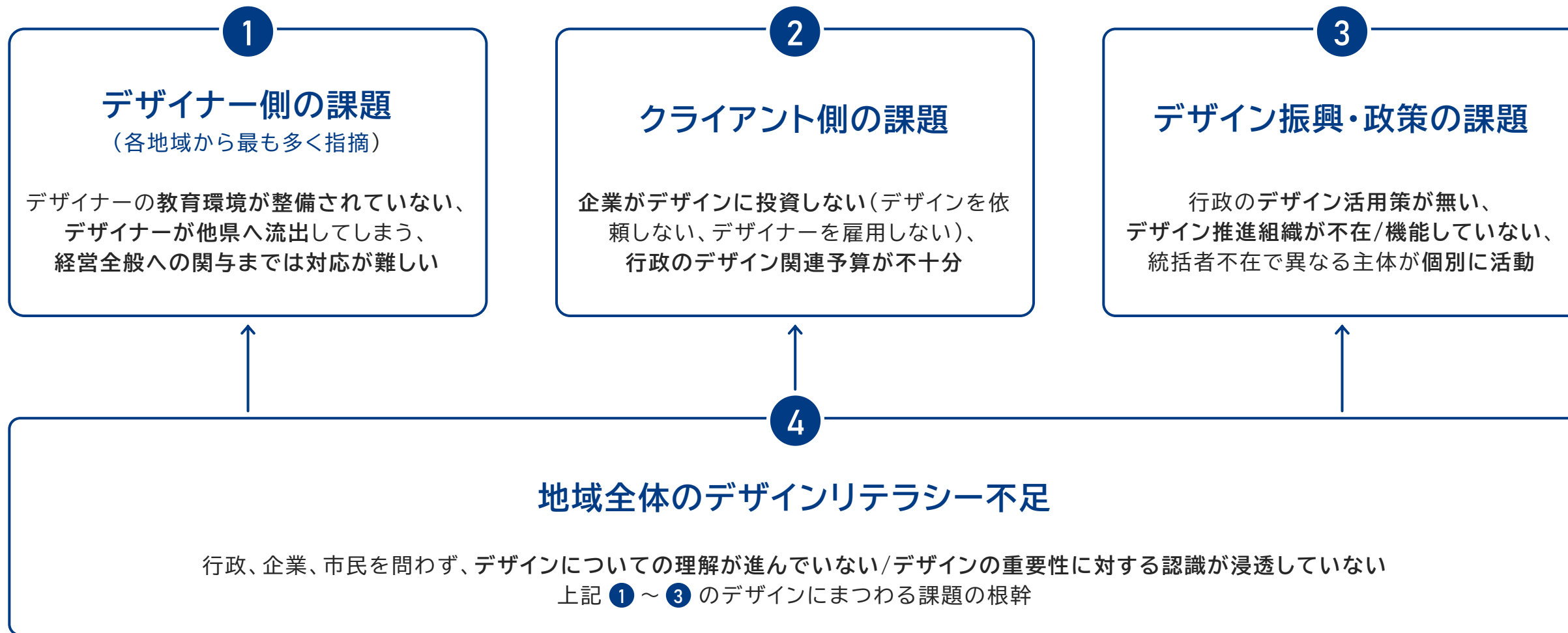
47都道府県のデザイン動向パートにおける原稿作成の流れ

- 原稿の作成にあたり、各都道府県について下記のプロセスにて有識者選定や原稿作成を実施した
- 原稿作成では、執筆依頼と取材の2つの選択肢を用意することで、有識者の属性や状況に寄り添った円滑なプロジェクト遂行を実現した



47都道府県のデザイン動向から見えてきた課題

- 47都道府県の地域のデザイン動向を整理すると、デザイナーとクライアント、デザイン振興・政策に関する課題、その根底にある地域全体のデザインリテラシー不足の課題が浮かび上がった



各地域でみられたデザイン活用の取り組み

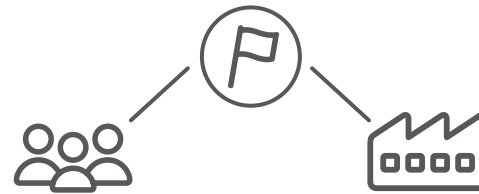
- 行政主体の中小企業へのブランディング、デザイナーと事業者のマッチング、アワードや認証制度の実施など、行政による産業振興の取り組みが多く、各地域で確認できた
- また、地域に根差した産業や地域全体に対するデザイン活用に、地域のデザイナーや行政官が取り組む事例も多く確認できた

1 行政による産業振興



- 中小企業へのブランディング、商品開発から販路開拓までの一貫支援
- デザイナーと事業者のマッチングと、その後の製品・事業開発の伴走支援
- 優れたデザインに対するアワードや認定制度の実施

2 地域に根差した産業によるデザイン活用



- 伝統工芸等にデザインを活用し、付加価値を創造
- ものづくりを核とした、地域自体のブランディング
- オープンファクトリーなど、新たな顧客体験を創造する取り組み

3 地域全体のデザイン活用



- 特定の拠点を中心とした場づくりや、官民連携による都市デザイン
- 地域ビジョンの策定や、シティプロモーションの実践
- 医療や介護、環境（資源活用等）の地域課題へのデザインアプローチ

JAPAN DESIGN REPORT「地域×デザイン」のサンプル



多様な業界企業やデザインファーム、教育機関等の活動を共有(36事例)

- 民間や大学による企業活動におけるデザインの効果等の研究や、大企業から中小企業まで多様な業界企業におけるデザイン活動の紹介、企業のデザイン活用を幅広く支援しているデザインファームの取り組みやデザイン浸透等の課題意識、大学等のデザイン教育事例などを共有

「企業×デザイン」で紹介する36事例(JAPAN DESIGN REPORT掲載順・名称)

1	株式会社三菱総合研究所、公益財団法人日本デザイン振興会
2	独立行政法人経済産業研究所(RIETI)
3	立命館大学 デザイン科学研究センターDML(Design Management Lab)
4	一菱金属株式会社
5	NTT コミュニケーションズ株式会社 KOEL Design Studio
6	キヤノン株式会社 総合デザインセンター
7	コクヨ株式会社 クリエイティブ室／ YOHAK DESIGN STUDIO
8	株式会社ジャクエツ
9	ソニーグループ株式会社 クリエイティブセンター
10	株式会社ディー・エヌ・エー デザイン本部
11	東急株式会社 URBAN HACKS
12	株式会社中川政七商店
13	NEC
14	株式会社能作
15	パナソニック株式会社 デザイン本部
16	富士通株式会社 デザインセンター
17	富士フイルム株式会社 デザインセンター
18	株式会社諏訪田製作所

19	株式会社堀場製作所
20	マツダ株式会社
21	株式会社マネーフォワード
22	株式会社三井住友銀行
23	三菱電機株式会社 統合デザイン研究所
24	ヤマハ株式会社 デザイン研究所
25	ラクスル株式会社 デザイン戦略本部
26	一般社団法人電子情報技術産業協会 デザイン部会
27	アクセンチュア株式会社 Accenture Song
28	株式会社グッドパッチ
29	Takram 株式会社
30	GK デザイングループ
31	株式会社日本デザインセンター
32	神山まるごと高専
33	産総研デザインスクール
34	多摩美術大学
35	一橋大学 データ・デザイン・プログラム
36	武蔵野美術大学

日本企業におけるデザイン活用の輪郭 1/2

- 36事例に加え、デザインエディターの小山和之氏に「「デザイン経営」宣言を切り口に捉える日本企業におけるデザイン活用の輪郭」と題して、以下のように直近のデザイン動向を総括いただいた

1 「デザイン経営」 宣言の成果と評価

- 「デザイン経営」宣言の後、産業界で真っ先に動きがあったのは、IT分野やベンチャー、スタートアップなどであり、「デザイン責任者（CDO、CCO、CXO など）の経営チームへの参画」「事業戦略・製品・サービス開発の最上流からデザインが参画」などを推進する企業が数多く存在した。続けて、こうしたフットワークの軽い企業の事例を参照したうえで、その他の事業領域や意思決定コストの高い大企業などへも動きが波及した
- デザイン経営の成果は、知覚品質向上によるブランド価値向上のようなわかりやすいものから、商品企画・開発における顧客理解が深まったことによる体験品質、顧客のエンゲージメント向上、新規商品開発における立ち上がりの良さなど、さまざま見られる
- なお、これらの成果が出るまでの時間軸や評価軸は異なる。それらを一律に評価しようとする、企業の時価総額のようなマクロ指標になるが、マクロ指標は寄与する変数が多岐に亘るため、デザインの寄与具合をクリアにすることは容易ではない
- この評価という軸は各社の意思決定者や企業文化、組織体制などに大きく左右される。
適切な評価軸の開発とともに、定量評価が難しいことを前提とした、企業における新たな“扱い方”の定義も必要

2 実行者不足を埋める、 教育機会の拡大

- 「デザイン経営」宣言に端を発して、デザイン教育にも変化が生まれてきている。産業界では慢性的な人材不足に伴い、ビジネスの現場ですぐに活躍できる人材を求める声が年々増加。その声に応えるべく、企業活動を意識したデザイン関連のコースや教育プログラムがここ数年で急増した
(2019年に武蔵野美術大学が開設した造形構想学部クリエイティブイノベーション学科、および大学院造形構想研究科 クリエイティブリーダーシップコース、2020年に開講した多摩美術大学の履修証明プログラム「多摩美術大学クリエイティブリーダーシッププログラム」、一般社団法人デザインシップが2021年より実施しているデザインスクール「Designship Do」、等)
- こうした教育機会の拡大は、デザインを活かしたいという企業側ニーズに対し、それを実現できる人材が不足していることを表している。デザイン経営という新たな価値発揮の手法に対応できるデザイナーや高度デザイン人材はまだ不足しており、その差を埋めるうえで、デザイン教育の重要度は引き続き高い

日本企業におけるデザイン活用の輪郭 2/2

- 36事例に加え、デザインエディターの小山和之氏に「「デザイン経営」宣言を切り口に捉える日本企業におけるデザイン活用の輪郭」と題して、以下のように直近のデザイン動向を総括いただいた

3 道具が変わる デザイナーの役割

- ツールの変化もここ数年の企業を取り巻く大きな変化である。なかでも言及したいのが、「Figma」そして「生成AI(Generative AI)」だ
- FigmaはIT系企業で今やデファクトスタンダードになりつつあるコラボレーションインターフェースデザインツール。**注目すべきは、Figmaが「デザインツール」でありながら「デザイナーだけではないすべての人のための道具」であることだ。**従来はデザイナーだけに閉じていたデザインデータを他の職種の人にも開き、デザインに携わる人が専門職以外にも社内に増えていく。企業においてデザインを活かす、ないしはデザイン経営を推進する場合、非デザイン職の理解は非常に重要。**デザインをデザイナーに閉じないことで、非デザイン職の理解や習熟を促進、結果的にデザイン経営を前進させる。その意味でFigmaは大きな役割と可能性を持っている**
- また、生成AIに関して、多くのビジネスパーソンがそうであるように、デザイナーもまたAIがあらゆる作業をしてくれるようになったとき、「自分は何をすべきか」を問われてきている。数年前よりAIによるバナーやロゴなどの自動生成サービスは出てきていたが、その精度がここ1、2年ほどでぐっと上がった。**今や作業者としてのデザイナーは不要となり、より本質的な価値提供を考える必要に迫られてきている**と言っている。
- ここで参考になるのが、2017年のデザイン学会で専修大学の**上平崇仁教授が発表した「3つのデザインアプローチ」**だ。氏はデザインを「for User(ユーザー中心デザイン)」「with People(CoDesign / 当事者(と共に)デザイン)」「by Ourselves(当事者(による)デザイン)」の3つに分けて説明している。ここでは**デザイナーの役割をそれぞれ「プロとして最適解を出す」「コミュニティを先導する」「コーチング」としており、デザイナーという職種の価値発揮の可能性が大いにあることを示している。**AIによって「プロとして最適解を出す」部分は代替されるかもしれないが、後者にいくほど代替難易度が高くなり、人の介在価値が高まる。同時に、**非デザイン職種に対して、デザイナーという職種を捉え直してもらえようような働きかけもよりいっそう必要になってくる。**FigmaやAIといったツールがその後押しとなるだろう

4 社会全体のデザイン 理解促進へ向けて

- 社会全体のデザインに対する理解はいまだ浅く、それは企業内においてもそう大きくは変わらない状況が続いている。**デザインを活かせるか否かは意思決定者の理解度に委ねられ、組織としての再現性や構造化へのアプローチは不十分である**
- **組織や社会全体のデザインへの理解を深めるための構造的なアプローチによる変化は非常に緩やかなもの。それを早めるのは小さな活動の積み重ねである。**デザインに携わる人々、そして本レポートを手にとってくださるようなデザインに明るい方々には是非、そうした小さな変化を積み重ねる意識のもと社会と、そして目の前の人と向き合ってほしい

JAPAN DESIGN REPORT「企業×デザイン」のサンプル

③ 企業×デザイン

独自のデザイン哲学「魂動」を体現した
ビジョンモデル「RX-VISION」(P)と「VISION COUPÉ」(M)。

店舗やウェブサイトのUIなど、ユーザーとマツダを結びつけるあらゆるタッチポイントのデザイン業務も、デザイン本部内に設置したブランドスタイル戦略部が担当する。

マツダ株式会社
デザインで日本の魅力を発信する

独自の技術とデザイン

マツダ株式会社は1920年に広島で創設。「人馬一体」という、ドライバーとクルマの一体感を高めることを設計理念の中心に据える同社の強みは、その独自の技術とデザインに宿る。1967年に発表されたコンパクトながらも高性能なロータリーエンジンや、1989年の誕生以来続けたハットバックと翼とを並置するライトウェイトスポーツカー「ロードスター」などにより、世界的な名声を得ている。近年は「iSKYACTIV」(スカイアクティブ)技術などの新世代車高運動制御技術の開発や環境技術への取り組みにも注力しており、技術とクルマの絆を重んじる哲学で、自動車業界における独自の地位を確立している。

デザイン哲学の確立

マツダは長らく、車種ごとに独自のデザインコンセプトを受け入れ、極めて明確化されたデザインを追求する体制をとっていた。各開発チームは担

当するモデルのデザインのみを把握していたため、マツダブランド全体の価値には育みしなかった。そんななか、2009年にはデザイン本部のトップに就任した前田育男（現シニアエグゼクティブ）は「ブランドへの愛着を深めることが企業力向上につながる」という観点から、ブランドデザインを推進。マツダの歴史や不変的な価値を言語化し、「魂動（にどう）」という独自のデザイン哲学を確立した。この新たな哲学は、「MAZDA 魂（SHINING）」「RX-VISION」「VISION COUPÉ」など形のものとなったビジョンモデルとして発表され、マツダブランドの方向性が形づくられていった。

デザイン哲学の確立には多くの時間と努力を要した。前田は、魂動デザインの理念を形づくる過程で、経営層に徹底したプレゼンテーションを行い、マツダがなぜその方向性を選んだのか、どのようにブランド価値を高めるのかについて手段を尽くして説明したと語る。この一連の取り組みが「ブランド価値経営」という経営スタイルにつながっている。

その後、製品デザインのみを手がけていたデザ

イン本部内にブランドスタイル戦略部が発足。それ以前は、ロゴ制作を含む製品以外のデザインはマーケティング部門が外部の代理店に委託していたが、この部署の設立により、動画や静止画、店舗やウェブサイトなど、ユーザーとマツダを結ぶあらゆるタッチポイントのデザイン業務を社内ですべて手がけられるようになった。そのことで、一貫したマツダブランドが確立されていった。

日本の美意識の追求

マツダのデザインの根底にあるのが、日本的な美意識へのこだわりだ。自社のブランド理念を語るうえで、マツダは日本ブランドとしてのアイデンティティを重視し、日本独自の美意識を追求する。「魂動デザイン」の次世代を担うデザイナーとして、「引き算の美学」に基づいた日本人の繊細な感性をデザインに取り入れることで、日本の美意識を体現し、人々の感情に訴えかけられるものづくりを目指す。前田は、魂動デザインのうねりから独自のデザインシステムを築きつつも、伝統と比較して、日本には「ジャパニデザイン」と呼べる明確なスタイルが未だ形成されていないことに危機感を持っている。この課題感に基づき、マツダはデザイン戦略の策定段階から、伝統工芸職人とのつながりを重視し、日本に根付く文化や美意識を深く理解するため職人のもとに学びにいらっている。マツダの製品をおして日本の魅力を発信することで、世界の人々を日本に注目するきっかけになれば、と前田は語る。

マツダはこれまで一貫したデザイン哲学のもと、数多くのモデルを送り出してきたが、近年は長期的な成長戦略の一環として、車両製造にとどまらず、モータースポーツのサブブランド「MAZDA SPIRIT RACING」の設立など、事業領域を拡大している。ジャパニデザインを体現する、マツダの美意識が受け継がれたさまざまなプロダクトやサービスを見る日は遠くない。（取材先/マツダ株式会社 シニアエグゼクティブ 前田育男、デザイン本部 部長 中込 雅）

2021年に広島市で行われたマツダスピリットレーシング（MAZDA SPIRIT RACING）を模したモータースポーツコスプレイベント（模写MAZDA SPIRIT RACING）。

③ 企業×デザイン

**未来価値を洞察し、
クリエイティブな文化を醸成する**
三菱電機株式会社 統合デザイン研究所

デザイナーの日本発祥から創設した、AI戦略推進、最先端プロダクト「AI SPEC」に「ローアイ（ローアイ）」「AI」ともなる未来の暮らしを、マツダやロボット、デジタル化のフロントエンドをともに創り出す。

三菱電機「未来価値創造」の取り組み。製品とは異なる価値観で生まれる人々の暮らしを、未来から描く。未来価値創造の取り組み。

デザイナーの日本発祥から創設した、AI戦略推進、最先端プロダクト「AI SPEC」に「ローアイ（ローアイ）」「AI」ともなる未来の暮らしを、マツダやロボット、デジタル化のフロントエンドをともに創り出す。

デザイナーの日本発祥から創設した、AI戦略推進、最先端プロダクト「AI SPEC」に「ローアイ（ローアイ）」「AI」ともなる未来の暮らしを、マツダやロボット、デジタル化のフロントエンドをともに創り出す。

未来価値洞察から始まるデザイン思考

三菱電機株式会社は、次の100年に向けた持続的成長を目指す「未来価値創造」をとおして同社の可能性を広く探求している。同社の統合デザイン研究所は、各事業部や他の研究所との連携をとおしてデザイン思考の全社展開を推進しており、ニーズや課題の探索から検証まで、事業部間の各領域で関係者と共通認識を形成している。UXデザイン、ソリューションデザイン、プロダクトデザイン、インタラクションデザインなどの専門家を擁し、既存事業の強化と新事業の創出に貢献している。世界経済や経済動向など社会を取り巻く環境が目まぐるしく変化し、人々の生活に影響する事柄が頻りに増えつつある時代の

その先を考えるには、これまでの延長線上ではなく、非連続・不確実な未来にも目を向ける必要がある。統合デザイン研究所では2017年より、課題解決に何かなデザイン思考プロセスの最上流に未来価値洞察を位置づける活動を実施している。未来価値洞察とは情報ソース（未来の可能性）として活用することで視界を拡大し、膨大な量の小さな変化の兆しを収集・分析・考察。そこから気づきを得ることで、やがて大切になる未来の価値を抽出し、より良い未来を提案する手がかりとしている。活動の成果は「未来価値洞察年表」として多様なテーマごとに10年後・20年後・30年後といった時系列で取りまとめ、同社の全社員に公開されている。未来からのバックキャストで、事業の機会創出や新たな研究開発テーマの設定などを推進している。

近年では同研究所への社外からの表彰実績も生まれている。2022年にRed Dotデザインアワードを受賞した院内搬送ロボット「MEDY（メルディ）」は、同社の自動車事業部と新設されたモビリティ事業イノベーションプロジェクトが実現した。このロボットは、院内搬送ロボットとして開発に着手。ユーザーである医療従事者にいかに寄り添えるかを開発目標のひとつとして、徹底した現場実証と同時に、ロボットと人間が共存する未来のイメージを形にした。そこから「優しく、力強く、寄り添ってくれる医療」というバリエーションを体現するようなデザインを固めていったという。

全社にクリエイティブな文化を醸成

統合デザイン研究所では、デザイナーの自主研究に経営層を巻き込んでおり、新しい事業のコンセプト設計やリサーチ、次々機械学習を見据えた研究など、自分たちで設定したテーマで研究を行い、事業部門へ提案する活動を重視している。2013年度以降、デザイナーが自らの課題意識をもって自由にテーマを設定できる公開型のプロジェクト「Design-X」も実施されており、オフィス内での活動として定着している。そこから生まれたプロジェクトのひとつ「AI SPEC（エーアイ・スペック）」は、社員一人ひとりがAI（機械学習）を自分事として考えるための議論の場をつくる取り組みだ。近年、身の回りの製品やサービスにAI技術が広がる一方で、倫理的な社会課題も顕在化している。AI技術を開発する三菱電機は、この課題と正面から向きあう責任があるとして、社内のデザイナーとAI研究者が中心となり、本プロジェクトを始動。2020年9月に、SFプロトタイプングのアプローチとして「AIの思考プロセスを理解すること、自分たちが描いたテーマにしたマンガを制作し、作中に登場するいくつかの小道具を実際に制作した。AIに誘われる同社情報技術総合研究所の研究者とデザイナーとのディスカッションや社内外でのワークショップなどを開催し、同社が2021年12月に策定したAI倫理ポリシーの検討にも貢献した。

統合デザイン研究所は、経営層から現場の設計者まで、デザイン思考の研修やワークショップをとおして関係者と意識を揃らせてきた。部長の長崎隆幸は、研究所のカルチャーを反映した取り組みをとおして、全社にクリエイティブな文化を醸成していきたいと考えている。同研究所は140人程度の組織であり、三菱電機という巨大な組織の中で活動や事業を担っていくことはできない。企業文化として従業員がデザインを理解できるようにすれば、デザインが活躍するチュエーションは自然と増えていくはず。前述した自主研究のなかにはローンチでできていないものも数多く存在するが、それでも失敗を恐れずに自主研究の取り組みは続けられている。長崎は、デザインの魅力や価値らしさを知ってもらうためには、世の中に実装していくことが重要であり、そのためには多くの関係者と「スクラム」を組んで取り組んでいきたいと考えている。（取材先/三菱電機株式会社 統合デザイン研究所 部長 長崎隆幸）

中央省庁や地方自治体における取り組みを紹介(14事例)

- 「行政×デザイン」では、経済産業省やデジタル庁などの中央省庁や、福井県や北海道旭川市などの地方自治体における**14の事例を紹介**
- 地方自治体の多くでは、**知事や市長のリーダーシップと、揺るがない信念と情熱をもとに多様な関係者を巻き込みながら具体的な成果につな**げている**職員の存在**が取り組みのカギを握っていた。企業でのデザインの取り組みと同様、行政においてもトップがデザインの重要性を深く理解して全体に周知すること、そして、現場の職員が具体的なアクションを起こし、小さくても目に見える成果を生み出すことが重要である

「行政×デザイン」で紹介する14事例
(JAPAN DESIGN REPORT掲載順・名称)

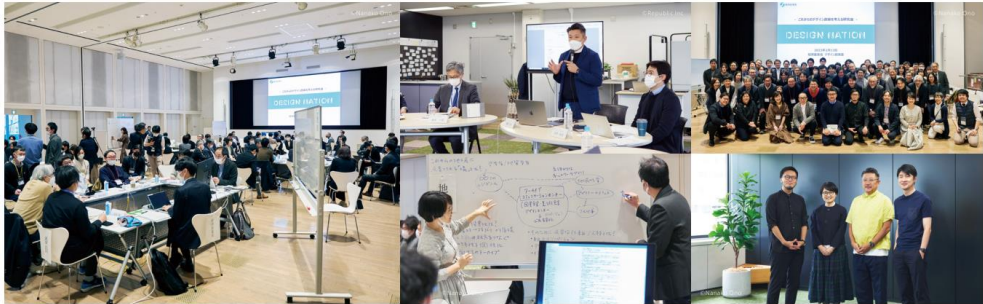
1	デジタル庁
2	経済産業省 デザイン政策室
3	経済産業省 ヘルスケア産業課
4	特許庁
5	環境省
6	北海道旭川市
7	千葉県市川市
8	神奈川県横浜市
9	福井県
10	福井県鯖江市
11	長野県長野市
12	長野県諏訪市
13	大阪府八尾市
14	奈良県奈良市

JAPAN DESIGN REPORT「行政×デザイン」のサンプル

④ 行政×デザイン

経済産業省 デザイン政策室

社会全体にデザインを浸透させるための取り組み



「これからのデザイン政策を考える研究員会」は2023年1月から9月まで計4回にわたって開催された。

これからのデザイン政策を考える研究員会

日本のデザイン政策は、1928年に職工省が仙台市で工業指導所を創設したことから始まり、現在に至るまで約100年の歴史を有する。戦後、通商産業省・特許庁を中心に本格的なデザイン振興政策がスタートし、「グッドデザイン商品選定制度（Gマーク制度）」の創設や、「デザインイヤー」運動の展開、「デザイン経営」や「未来デザイン人材」の推進など、多方面で施策を実施してきた。

近年は少子高齢化や環境問題など複雑な課題に直面し、ステークホルダーが一丸となって解決策を生み出し新たな価値創造を行う、すなわち「デザイン」の知見を多くの人が身に付けることが期待されている。しかし、社会の人々とデザインとの間にはまだ距離があり、デザインはセンスある特別なデザイナーだけが扱うものと思われている。この状況を改善し、国民のデザインに対する理解と共感を得るためには何が必要なのか。経済産業省 デザイン政策室では、2023年1月に有識者会議「これからのデザイン政策を考える研究員会」（座長：齊藤勝一）を招き、具体的な政策を検討した。

研究員会は1月から9月まで計4回行われ、過去100年の日本のデザイン政策を検証。そこで明らかになったのは「いまだにデザイン活用に至らない企業・地域・行政が数多く存在しており、デザインが社会に十分浸透していない」ということだった。また、今後「デザイン政策を立案するにあたり考慮すべき現状と課題を5つの項目に整理した。

1.様々なデザインが生まれ、デザインの定義が人により異なる
デザインが対象領域の拡大と共にデザインという言葉が広がり、人によりその定義が異なる。業界でも十分な情報共有や連携が取れていない。

2.デザイン投資を促す情報が不足している
日本では、デザインに投資、活用した効果が十分に可視化されていない。また、「デザインカンセル」や「デザインセンター」と呼ばれる組織や機能が不足している。デザインの動向や投資効果に関する調査研究が行われていない。

3.デザイン活用が十分に浸透できていない
製造業の「ピカソ」や「パルム」や「パルム」の「ウィンド」デザインミュージアムなど、デザインに関連するものは工業製品やサービスなどデザインに関するものを専門に所蔵・展示するデザインミュージアムがある。日本には製造業やサービス業などデザインミュージアムがあるが、海外と同程度のものがない。デザインは専門人材不足に悩んでいる。

4.教育としてのデザイン教育が不足している
日本は、専門の教育機関でデザインを専攻する以外に、デザインへの理解を深める機会が少ない。

5.デザイン人材が都市部に偏在し、地域のデザイン活用環境が整っていない
日本のデザイン人材の多くは都市部の企業に集中している。デザイン人材の創出や育成と地域に集中しており、地域のデザイン人材は不足している。しかし、地域にはデザイン人材の雇用や受け入れが少なく、デザインやデザイナーの役割も十分に理解されていない。

現在、これらの課題を踏まえ、社会がデザインを活用していくためのアクションプランを盛り込んだ提言をまとめているところだ。

デザイン活用のアクションプラン

主なアクションプランとしては「デザインへの投資効果の可視化」「地域でのデザイン人材活用」「デザインミュージアムの検討」が挙げられる。まずは「デザインへの投資効果の可視化」については、これまでデザインは定量的な評価が難しくとされてきたが、企業におけるデザイン導入の前後で変化した事業を調査分析して定量化を試みるという。またデザイン白書のようなレポートを作成し、社会全体に対してデザイン動向を教育する。「地域でのデザイン人材活用」は、地域での活動に関心をもち、インハウスデザイナーを対象に、デザインを取り入れたい自治体とのマッチングおよび地域でのデザイン活動を奨励する。「デザインミュージアムの検討」については、まずは各地の美術館・博物館が有するデザイン資源を把握し、活用するためのネットワークの創出に取り組むことが考えられる。

デザイン政策室は、「デザインは経済と文化双方の発展に寄与し、社会の発展と発展につながる極めて重要なものである。人々がデザインに触れて理解する機会を増やし、多方面でデザインの活用が進んでいくために、デザイン業界が一丸となって取り組める提言をしたい」と言う。デザインが社会全体に浸透し、あらゆる人々にとって身近な存在となるために、さまざまな領域、地域、世代のデザイン業界関係者と連携しながら、次の100年のデザイン政策につなげていきたい考えだ。（取材先：経済産業省 デザイン政策室 室長補佐 原川 直）

④ 行政×デザイン

千葉県市川市

行政サービスに付加価値を生むために



「このまちの歴史や文化を伝えることできる『いちかわかるた』」

発想力と企画力のある人材確保

市川市では行政サービスに付加価値を生むため、斬新な視点と発想力、企画力のある人材を確保するとともに、職員全体のレベルアップを図ることを目的として、2019年度から「クリエイティブ」の職員募集を行っている。現在、採用された7人のうち、5人は広報分野、2人は企画分野で活躍している。

また2021年度からデザインやプロモーションに関するチームを設け、市内のさまざまな部署と連携しながらプロジェクトを推進している。内容は、広報用のチラシや資料、イラスト・アニメーション、ウェブコンテンツの作成、あるいは空間や環境デザインまで多岐にわたる。その多くは職員が自ら手を動かして制作するが、なかには外部事業者と連携して進めるものもある。メンバーは、業務管理の担当者が1名、デザインの担当者が3名で、2021年度は175件、2022年度は198件、2023年度は199件（12月中旬時点）の制作を手がけた。以下に事例を紹介する。

防犯活動に関するデザイン

2021年9月1日より施行された「市川市引き取り等禁止条例」の周知および啓発活動、また防犯全般について周知するためのデザインディレクションを行っている。市民安全課と連携しながら、地域における防犯意識の向上を目指して、市民にわかりやすく、そして自発的な防犯活動を促すようなデザインを心がける。

同条例を周知するためキャラクターをつくり、そのなかでイベントや公開（パレード）に登場するなど、市民が楽しみながら防犯を認識する機会を設ける。ほかにも小学生向けにはクイズやすごろくを通して防犯について学べる印刷物を配布して好評を博した。その結果、市民安全課へのメールや電話などの件数が増加しており、防犯意識や関心も高まっているという。職員にとっても「自分たちのアイデアがどんどんかたちになり、成果も出ていることがうれしい」とモチベーション向上につながっている。

市の魅力を伝える「いちかわかるた」

市川市に暮らし子どもたちが市川市の歴史や文化について知り、将来を担うために市川市を誇りに感じ、3年生の児童全員からかたちを配布、多くのメディアが取り上げ、9月からの一般販売では数日で完売するほどの人気に、ふるさと納税の返礼品としても取り扱い、今後の増刷も決定し、市川市のシティセールスにも大きく貢献している。

全県市川市では、デザインの力で行政サービスの付加価値を高め、市民へのわかりやすい情報発信に力を入れている。取材先：市川市 市長公室 広報広聴課 小川 修一郎・市井美里（総務部 人事課 伊豆原 尚）

デザイン関連のフェスティバルやアワード、企画展などを発信(28事例)

- 「文化×デザイン」では、主に2023年に開催されたデザイン関連のフェスティバルやアワード、企画展といった28の事例を紹介
- 今日、日本ではこうしたデザイン関連イベントが数多く開催されており、デザインの品質向上や社会浸透に貢献している。近年は美術館でのデザイン関連の企画展が多く開催されており、一般の人々にデザインの役割や可能性、デザイナーの思考などを広く伝えている
- また、デザイン関連イベントは首都圏だけでなく、各地域に広く見ることができる。日本ではデザインミュージアムの不在に関する議論がデザイン業界を中心に長年行われているが、市民とデザインとのタッチポイントは全国各地に存在していることを今回の調査をとおり確認できた

「文化×デザイン」で紹介する28事例(JAPAN DESIGN REPORT掲載順・名称)

1	How is Life? —地球と生きるためのデザイン	15	TAKEO PAPER SHOW 2023「PACKING — 機能と笑い」
2	デザインスコープー のぞく ふしぎ きづ くふしぎ	16	倉俣史朗のデザイン—記憶の中の宇宙
3	クリスチャン・ディオール、夢のクチュリエ	17	あさひかわデザインウィーク2023
4	公民館のしあさってはデザインのしあさって!? ～Work in progress ～	18	Designship 2023
5	跳躍するつくり手たち:人と自然の未来を見つめるアート、デザイン、テクノロジー	19	燕三条 工場の祭典 2023
6	ポケモン×工芸展— 美とわざの大発見—	20	DESIGNART TOKYO 2023
7	世の中を良くする不快のデザイン展	21	RENEW
8	デザインに恋したアート♡アートに嫉妬したデザイン	22	グッドデザイン賞
9	Japanese Design Today 100(現代日本デザイン100選)	23	コクヨデザインアワード2023
10	Material, or	24	SHACHIHATA New Product Design Competition
11	日本の近現代建築家たち	25	世界ポスタートリエナーレトヤマ2021(IPT2021)
12	日本のグラフィックデザイン2023	26	富山デザインコンペティション2023
13	イヴ・サンローラン展 時を超えるスタイル	27	TOKYO MIDTOWN AWARD 2023
14	“Syn:身体感覚の新たな地平” by Rhizomatiks×ELEVENPLAY	28	日本空間デザイン賞2023

JAPAN DESIGN REPORT「文化×デザイン」のサンプル

5 文化×デザイン



広がりすぎたデザインを接続する、
日本最大級のデザインカンファレンス
「Designship 2023」

会場：渋谷ヒカリエホール／会期：2023年9月30日～10月1日

19世紀後半の産業革命以降、デザインと呼ばれるものの対象範囲や役割は現代にいたるまで拡張し続け、かつてないほどに重要視される時代になった。そんなデザインを日本の未来につなげるため、2018年に20代のデザイナーやエンジニアを中心に結成された一般社団法人「デザインシップ」は、日本最大級のデザインカンファレンスを始め、スクールや研修、行政支援、オンライン配信支援、デザインスタジオなどデザイン振興に関わる事業を幅広く手がけている。

法人としてのミッション「次世代の産業に貢献するデザイン人材の輩出」のもと、あるべきデザイン人材像を模索し、そこへの道のりを示すことにより、国民全体の創造性向上に寄与することを目指す。

第3回、従業員2名、その他事務局を要する10名程度の業務委託スタッフによって事業が運営されている。理事も各々の会社や団体で兼業しており、現場のデザイナーや研究者として活躍しているのが特徴だ。

若手デザイナーを中心に行われるカンファレンス

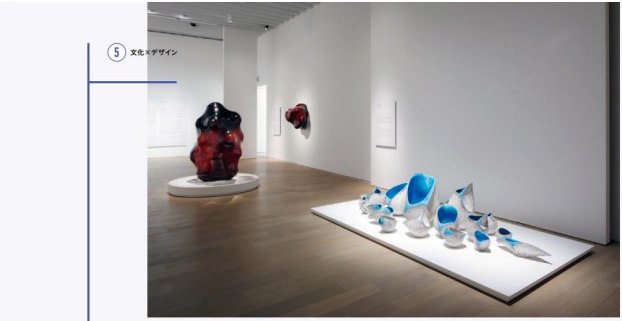
年に1度開催されるカンファレンス「Designship」では、デジタル、グラフィック、プロダクトなど分野問わずデザインに関わるさまざまな人々が一堂に会し、知見や経験を共有する。

2023年秋に開催した「Designship 2023」では、渋谷ヒカリエの会場に5,000人以上が参加し、あらゆる分野や地域におけるデザインの関心や期待、未来への期待が行われた。参加者の大半が20～30代であり、70名前後のボランティアスタッフも主に10～20代のデザイナーだ。70社を超える協賛企業や、後援の経済産業省、日本デザイン振興会、世界デザイン会議、大学機関などと連携しながらコンテンツを企画・実行している。

デザインカンファレンス「Designship」の開催風景。会場は、渋谷ヒカリエ（2023年 作家：TAKU KAWA）。

会場：渋谷ヒカリエホール／会期：2023年9月30日～10月1日

5 文化×デザイン



「デザイン・アート」の対話の場として、会場は、渋谷ヒカリエ（2023年 作家：TAKU KAWA）。

会場：京都市京セラ美術館／会期：2023年3月9日～6月4日

創造へと向かうエネルギーを浮かび上がらせる
「跳躍するつくり手たち：人と自然の未来を
見つめるアート、デザイン、テクノロジー」

伝統と革新が交わり進化する美術館へ

京都市美術館は1933年の開館以来、長く市民に愛されてきた。その建物は公立美術館として日本に現存する最も古い建築である。2020年には「京都市京セラ美術館」と新たな名称を得て、現代の美術館に必要とされる機能をアップデートしリニューアルオープンした。本館は創設当時の和洋が融合した本館の意匠を最大限保存しながら現代のデザインを加え、所蔵品を紹介する本館展示室「コレクションルーム」、現代美術など多様な展示に対応する新館「東山ミュージアム」、新館作家を支援する「アート・イン・アール」を新設し、伝統と革新が交わりながら進化

する美術館を目指す。

その新館「東山ミュージアム」で開催された特別展「跳躍するつくり手たち：人と自然の未来をみつめるアート、デザイン、テクノロジー」では、人間や地球の歴史を辿りながら柔軟な発想でさまざまな活動を開発する日本のアート、デザイン分野の作家を取り上げた。企画・監修を担当した川上典孝（京都市美術館学芸員）は、2018年にパリ芸術美術館での日本の工芸、デザインの展覧会にゲストキュレーターとして参加した際に「現代日本における創造活動はグローバルな課題に対する示唆に満ちている」と思い至ったという。「数多くの芸術や伝統工芸が残り京都から国内外に広く発信することに意義がある」とし、作家の選考やテーマの立案を行った。

多様な関係性の再解釈

本展では、1970年代1980年代生まれを中心とした20人・組の作家による新作や初公開作品を多数紹介。過去と未来、自然と人工、異文化と社会といったさまざまな関係性を解やかにつないで再解釈する作家たちの作品や活動から、世界が直面する激動の時代に求められる「創造へ向かう跳躍するエネルギー」が解やかに浮かび上がることになった。展示は、「デザイン・アート」との対話からのはじまり「インサイト」・「思考から生まれるもの」・「テクノロジー」

100年前と100年後をつなぎ、開く「リサーチ＆メッセージ」未来を導くつくり手と自然の未来をみつめるアート、デザイン、テクノロジー。LEDの光で特別な機能を生み出し、変化や跳躍のように成長させていくインスタレーション作品「glow 21 grow: globe」など。作品をとおして「制約できない自然のなかに人間は存在しており、そのことを今改めて知覚することこそが重要」という思想を表現した。

デザインスタジオのTAKT PROJECTは人工と自然の関係を再構築し、プログラミングされたLEDの光で特別な機能を生み出し、変化や跳躍のように成長させていくインスタレーション作品「glow 21 grow: globe」など。作品をとおして「制約できない自然のなかに人間は存在しており、そのことを今改めて知覚することこそが重要」という思想を表現した。

京都市京セラ美術館では、若い作家の学びの場となる展覧会を企画することを大きな使命として捉えている。現代美術として絵画や彫刻だけではなく、アニメや漫画の原画、ファッションなどの現代に生きるわれわれを取り巻く文化（視覚芸術）を幅広く伝えていくべきだ。（田村光／京都市京セラ美術館 事業企画推進室 展覧会プロデュース 土屋隆英）

2. カンファレンスについて

概要 | カンファレンス『デザインの道標』の共催

- 調査と並行して、我が国企業・地域・行政等に対してさらなるデザイン活用を促すと共に、我が国デザイン業界の連携を促進するためのイベントを開催（ハイブリッド、YouTube配信）

企業経営や地域づくりの中核にデザインを据えることが世界的潮流であることに對し、日本ではまだまだ少ない

本イベントは、デザイン業界のキープレイヤーが互いの専門分野の垣根を越え、**日本のデザインの課題と未来を議論**

開催日・場所

開催日： 3月15日金曜 14:00-17:00

場所： インターナショナル・デザイン・リエゾンセンター

当日のタイムライン

14:00-14:45	セッション1: これからのデザイン政策を考える研究会の報告
14:45-14:50	準備
14:50-15:35	セッション2: 日本デザイン振興会の報告
15:35-15:50	休憩
15:50-17:00	セッション3: 我が国企業・地域・行政等のデザイン動向の調査報告 パネルディスカッション



セッション1 | これからのデザイン政策を考える研究会の報告

- 経済産業省デザイン政策室より、「これからのデザイン政策を考える研究会」の活動を通して見えてきた日本のデザイン活用における課題や今後の取組方針が共有され、「デザインカウンスル」に関する海外動向と今後のアクションに関する議論がなされた

登壇者

原川 宙

経済産業省デザイン政策室
室長補佐

齋藤 精一

パノラマティクス 主宰

田川 欣哉

Takram 代表

主なテーマと議論内容

- 世界と比較した日本のデザイン業界の特徴として、「モノとコトのデザイン領域の距離が近い」という点で今後のデザインのあるべき姿の可能性を秘めており、諸外国の模倣ではない、日本のデザインの源流を作っていくことの重要性が指摘された
- デザイン資源の活用においては、従来縦割り型で発展してきた各デザイン業界のセクショナリズムを緩和させ、各業界が横串で連携していくことの必要性が指摘された
- 民間・行政におけるデザイン活用の促進に向け、調査機能・戦略策定機能・連携機能の3つの主要機能を有し、日本全体を俯瞰して戦略策定と提言を行う常設組織の必要性が指摘された

調査機能

世界のデザイン活用の潮流とベストプラクティスを調査し、その中で日本の位置付けを客観的に理解する。

日本におけるデザイン活用の実態を把握し、時系列・地域別・セクター別で比較分析を行い、ファクト情報として、民間・行政のデザイン関係者が活用できるように定期公開する。

戦略策定機能

調査から理解できる日本の現状を起点とし、日本が取り組むべきアクションアイテムのリストアップと優先順位づけを行い戦略化する。

日本のデザインが果たしうるリーダーシップについてのビジョンをまとめ、定期的に発信する。

デザイン活用推進政策立案のためのシンクタンク機能を果たす。

連携機能

各国のデザイン戦略部門との交流を担い、世界中の本分野におけるキープレイヤーとの国際連携機能を担う。

各国のデザイン戦略部門と提携を行い、グローバルデザインジェンダの策定と発信を共同で行う。

日本国内のデザイン組織・人材をデータベース化し、ニーズを持った民間・自治体に対して連携を行う。

セッション2 | 日本デザイン振興会の報告

- グッドデザイン賞の取り組みである「フォーカス・イシュー」¹の担当ディレクター/リサーチャーが、デザインのあるべき姿に関する9の視点と23の提言『FOCUSED ISSUES 2023 これからの「デザイン」に向けた提言』の内容と制作の経緯を紹介し、今後のアクションを議論した

登壇者

齋藤 精一

パノラマティクス主宰

中村 寛

文化人類学者・デザイン人類学者
「フォーカス・イシュー」リサーチャー

主なテーマと議論内容

- グッドデザイン賞はこれまで、グッドデザインの方角性を受賞作として提示することが目的であった中で、本活動は、これまでの受賞作品から分かったことを体系化し、より良いデザインを実現するための具体的な道導を示したという点で意義がある
- 本提言を通して、政策と現場の肌感覚のギャップから、政策・地域・デザイナーが有機的につながることを目指している。これまでデザイナーが介入してこなかった領域にデザインを介入させることで、行政や業界団体、アカデミアなどの様々な業界の分断を改善していくことを期待する
- 本活動はセッション1(これからのデザイン政策を考える研究会の報告)で提示された常設組織の「調査機能」の一翼を担う存在であり、日本のデザイン動向を定点観測する役割として活動が続けていくことを目指す

¹ グッドデザイン賞の重要な役割として、次なる社会に向けた可能性や課題の発見がある。フォーカス・イシューはこの役割を担う取り組みであり、審査プロセスを通して探求すべきと考えるテーマを「イシュー」として設定。応募対象を観察しながら、これからの社会における可能性やデザインの役割と意義について思索を重ね、審査後に提言として発表している

セッション3 | 地域・企業・行政のデザイン動向の調査報告、パネルディスカッション

- 地域・企業・行政におけるデザイン活動を推進するキーマンが集い、互いの専門分野の垣根を越え、日本のデザインの課題と未来について議論が行われた

登壇者

地域・企業・行政のデザイン動向の調査報告 |

山越 理央

株式会社三菱総合研究所 DESIGN×CREATIVE TEAM 代表

トークセッション |

今尾 真也

株式会社リトルクリエイティブセンター
代表取締役

勝沼 潤

NEC コーポレートエグゼクティブ
チーフデザインオフィサー

月本 久美子

山形県工業技術センター

石橋 勝利

AXIS

広野 萌

デザインシップ 代表理事

主なテーマと議論内容

- デザイナー・クライアント・行政等のデザイン振興組織に共通する課題として、地域全体(行政・企業・市民)のデザインリテラシー不足が指摘され、長期的な目線でデザインの動向や効果を継続的に社会に対して発信していくことの重要性が確認された
- 地域・企業共通の課題として、モノをつくることや既にあるモノをどう売るかといった狭い範囲でデザインの相談を受けることが多いことが明らかとなった。デザインは「何故それを作るのか」を考えるとことも含めてデザインであり、デザイナーは、デザインしようとしているものの本質を問うスキルを有している。デザイナーが持つこのスキルは、様々な領域の課題解決における突破口となり得る
- デザイン活用の促進には、デザインを活用して生まれたアウトプットの提示だけでは不十分である。デザインを標準化された状態で話すのではなく、具体事例を用いながら、デザインの過程やデザインがもたらす効果を整理・言語化し、デザインに興味のない一般の人にも分かりやすく伝えていくことが重要である

実績 | チケット申込者数、YouTube視聴回数、等

- カンファレンスには、会場参加で50名が参加した
- カンファレンスの様子はオンラインでも発信され、当日のオンラインライブで209名が参加した
- 申込者の90%超がデザイン従事者と、デザイン業界からの注目度が特に高いカンファレンスとなった

1 チケット申込者の属性



- ・ 事前チケット申込者: 265名
- ・ 当日会場参加: 50名(申込60名)
- ・ オンラインライブ参加: 209名
- ・ 平均年齢: 43歳
- ・ デザイン従事者: 申込者265名の90%超

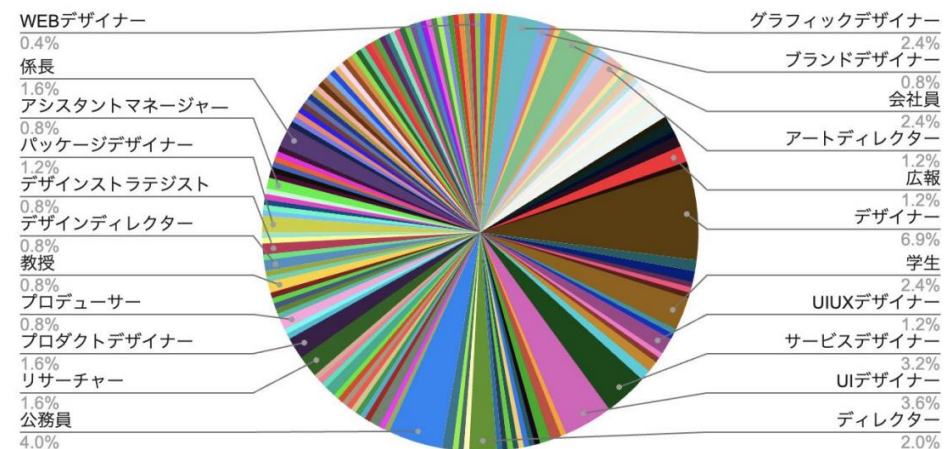
2 YouTube再生データ

※2024年3月19日時点



- ・ 視聴回数(ユニーク): 538回
- ・ インプレッション数: 1,510
- ・ 性別: 女性: 32.6% / 男性: 67.4%
- ・ URL
<https://www.youtube.com/watch?v=zGXX4eHezM>

※申込者の属性



実績 | アンケート回答内容

■ 各々のセッションに関して、気づきや学び、感想等のコメントをいただいた

アンケート回答内容(抜粋)



💬 デザインはモノゴトを
良くしようとする哲学 と感じた

💬 デザイン政策は地方部にも目を向けるべき。
地方独自の文化や価値観をデザインに取り入れる
ことで新たな発見があると思った。

💬 デザイン政策の議論は、
社会全体の思考方法を変える
きっかけになる。

💬 デザインの力は計り知れないものの、
デザインの力は
どうしてもわかりにくい もの

💬 目に見えないところで生活を豊かにするデザイン
という営みにおいては、大企業も中小企業もやる
ことは一貫している。名前のないデザインがある
と思った。

💬 日常に溶け込む無名の
デザインを評価することに、
社会をエンパワーメントする力が
ある と感じた

💬 グッドデザイン賞の振り返りを通じて、
デザインが社会的課題解決の手段
であることを学んだ。

💬 デザインの地方分散が、地方創生の新たな道を開く
可能性についても議論してほしかった。
地方の特徴を活かしたデザインは
多様な価値観を生み出す と思う。

💬 ふとした雑談の重要性
を改めて実感した

カンファレンス 当日の風景



最後に

JAPAN DESIGN REPORTは、日本のデザインの動向とその効果を広く社会に発信する1つのメディアであり、多様なデザイン領域で活躍する人や組織を繋ぎ、日本のデザインを発展させていく仕組み。

本邦初となる取り組みをととして、数多くのデザイン関係者とのネットワークを築けたことはかけがえのない財産。今後も多様なデザイン領域で活躍する方々とのネットワークを広げ、国内・海外のデザイン動向や効果に関する調査・発信を継続する。

| 参考 |

JAPAN DESIGN REPORTの 継続と発展に向けて

本調査事業の振り返りと提言

- JAPAN DESIGN REPORTの継続と発展に向けては、**デザインの動向を調査し、地域ネットワークを構築する常設組織を設置し、政府からデザインの効果測定に関するガイドラインの提示や国として定点観測すべき指標を掲げ**、デザインの動向や効果を調査する基盤を整備すべき
- また、JAPAN DESIGN REPORT の全国的な周知と活用促進について、今後さらに検討・実施していく必要がある

デザインの動向

短期間で膨大な情報収集・関係者との調整を実施

- ・ 本調査事業では地域の有識者候補や企業および行政の取材先候補、デザイン関連イベントのリストアップから開始しており、膨大な情報収集と各種調整に時間を要した
- ・ 事業期間も5ヶ月程度と短期間であったため、取材先の見直しや追加的な情報収集等の対応が困難な場面もあった



デザインの動向を常に把握し、地域ネットワークを構築する仕組みの整備

- ・ デザインの動向を俯瞰するためには、各地域の有識者と日常的に情報連携し、企業や行政の新しいデザイン活用やデザイン関連イベントにアンテナを張り、情報を蓄積していく必要がある
- ・ デザイン動向の調査とネットワーク構築の仕組みを整備することが求められる

デザインの効果

デザインの効果測定における難しさ

- ・ デザインの効果を定量的に示すような事例を求める声は多い一方で、自身のデザインの取り組みを定量的に評価することができていない組織が大半を占めた
- ・ その理由として、(1)デザインの領域が広すぎて測定困難、(2)企業価値や売上の向上などに対して、デザインの効果だけを切り出して評価できない、などが挙げられた



デザインの効果とその測定方法に関する議論を深める

- ・ デザインの効果測定に際しては、デザインを細分化し、個々の活動の効果をより細かな指標(KPI)で測定する必要がある
- ・ たとえば、デザインの効果測定に関するガイドラインを整備したり、日本としてデザインの効果をどのように捉え、いかなる指標で定点観測していくべきか等を政府・業界・企業等の関係者が集い、協議すると良い

社会への発信、デザイン業界の連携促進

デザイン業界を超えた発信に課題

- ・ 当然ながら、本調査事業はデザイン業界から高い注目を集めており、カンファレンスに申し込まれた方の90%超がデザイン従事者であった。デザイン業界の外の人々や組織に対して効果的な情報発信を工夫しなければならない



JAPAN DESIGN REPORTの全国的な周知と活用促進

- ・ 地域ネットワークを活かして、全国的にレポート内容の周知を図ると良い
- ・ また、クリエイティブ・コモンズ・ライセンスを利用して、自由に引用できるようにしたり、欲しい情報だけを簡単に検索してダウンロードできるような情報整備もなされたりすると活用が促進されるだろう

| 参考 |

先行研究・関連事例の調査

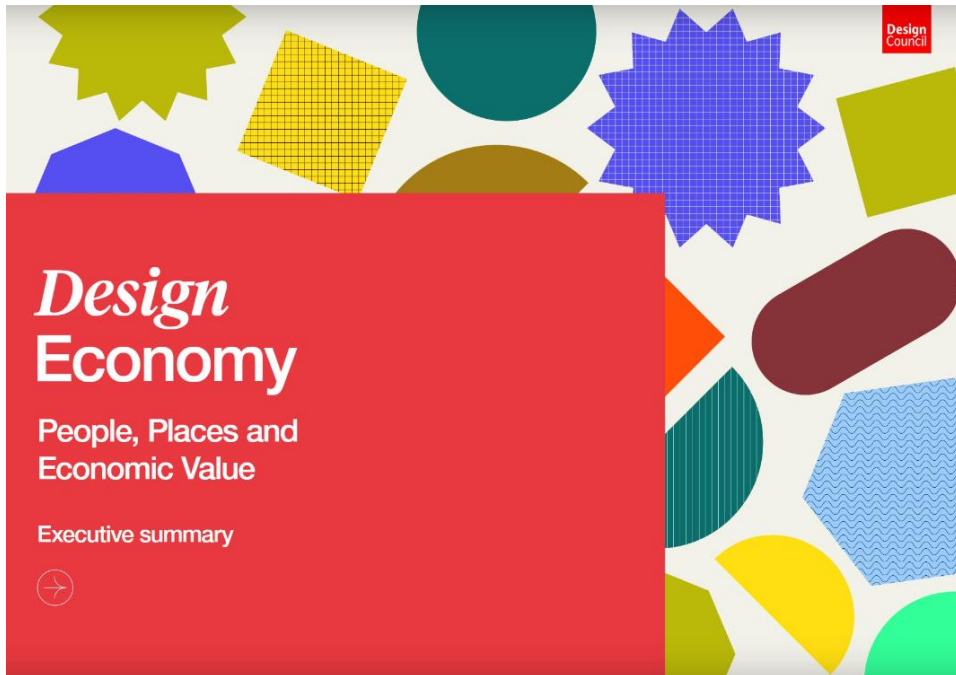
海外のデザイン動向報告書 1/3

■ JAPAN DESIGN REPORTの制作に際しては、海外の同様な調査報告書を確認し、全体構成やコンテンツ、レイアウト等を検討した

事例1 Design Council(英国) による“Design Economy: People , Places and Economic Value”

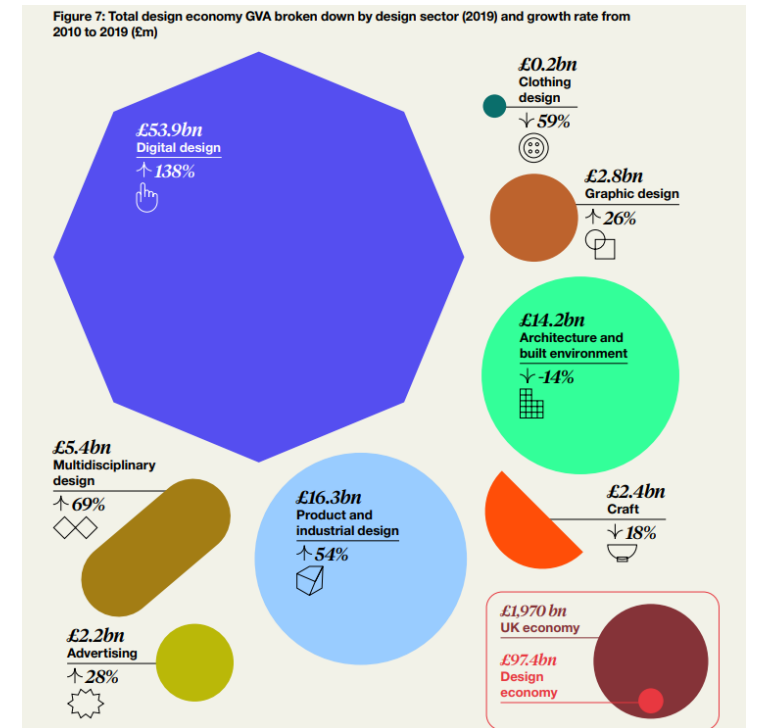
英国Design Councilが3年に1度発表する英国内のデザイン動向に関するレポート ※最新版は2022年版(2021年～2024年が対象期間)

- タイトルが「デザイン経済」となっていることから分かるように、「デザインが英国にもたらす価値の評価」を目的としている
- 最新版では、経済面での価値だけでなく、「社会面・環境面における価値」についても取り上げている



Contents

0.0 Executive summary	11	➡
1.0 Introduction	25	➡
2.0 The economic value of design	39	➡
3.0 Design across the United Kingdom	75	➡
4.0 The value of design clusters to the UK	95	➡
5.0 Who is a designer today	119	➡
6.0 Design in a global UK	167	➡
7.0 Conclusion	181	➡
8.0 Appendices	183	➡

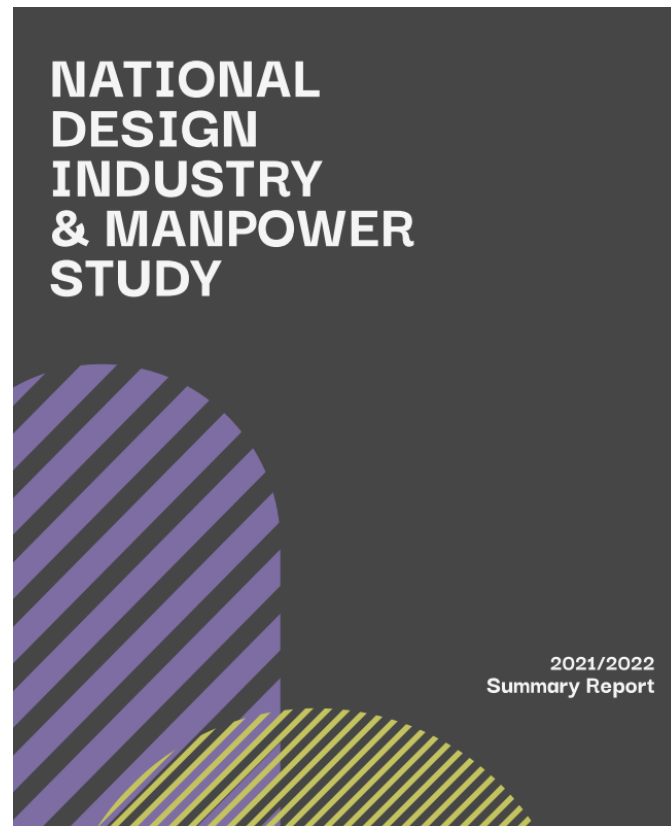


海外のデザイン動向報告書 2/3

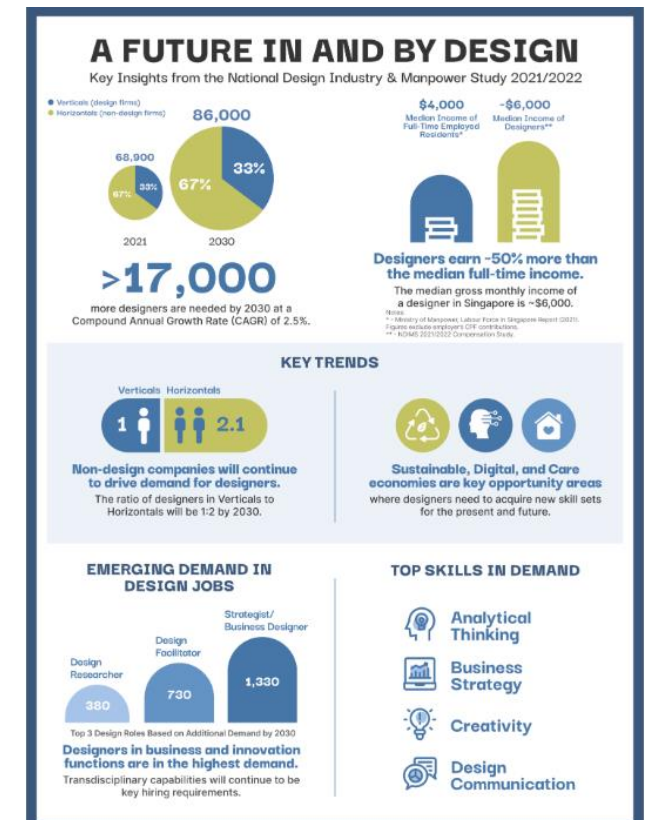
事例2 Design Singapore Council(シンガポール) による“National Design Industry and Manpower Study2021/2022”

シンガポールデザインカウンシルが2017年に開始したシンガポール国内のデザイン産業・人材調査 ※最新版は2021/2022年度版

- シンガポール国内における「デザイン産業の動向分析」と、「人材の需要・供給分析」を行うことを目的とする
- この調査結果を基に、シンガポールデザインカウンシルは人材戦略・政策を策定している(デザイン政策を策定するための1つの基礎調査としても機能している)



01	State of Design Manpower	
	Key Findings	05
	Methodology	06
	Design Workforce	07
	Design Landscape	09
	Design Hirers	10
	Design Freelancers	11
02	Emerging Trends	
	Trends Affecting the Design Workforce	14
	Sustainable Future	15
	Digital Future	16
	Caring Future	17
	Preparing for the Future	18
03	Future Outlook	
	Hiring Outlook	20
	Job Roles in Demand	21
	Skills in Demand	22
	Conclusion	23
	Appendix	24



海外のデザイン動向報告書 3/3

事例3 The Bureau of European Design Association(BEDA)による“European Design Report2.0”

欧州のデザイン組織BEDAによるヨーロッパ各国のデザイン動向の報告書 ※2006年に第一版、2018年に第二版が作成されている

- ヨーロッパ37か国を対象に、各国のデザイン人材や経済の規模、教育などが数値でまとめられているほか、デザイン政策やデザイン賞の有無などを網羅する



Contents

Preface
2 Gernot Blümel Federal Minister for the EU, KfW, Culture and Media of the Republic of Austria
3 Margarete Schramböck Federal Minister for Digital and Economic Affairs of the Republic of Austria
Prologue – Editorial
4 Severin Filek Director, designaustria
5 Bart Ahsmann President, Bureau of European Design Associations
Introduction
7 Michael Thomson Founder and Director, Design Connect

10 Albania
11 Austria
12 Belgium
13 Bosnia and Herzegovina
14 Bulgaria
15 Croatia
16 Cyprus
17 Czech Republic
18 Denmark
19 Estonia
20 Finland
21 France
22 Germany
23 Greece
24 Hungary
25 Iceland
26 Ireland
27 Italy
28 Kosovo

29 Latvia
30 Lithuania
31 Luxembourg
32 Macedonia
33 Malta
34 Netherlands
35 Norway
36 Poland
37 Portugal
38 Romania
39 Serbia
40 Slovakia
41 Slovenia
42 Spain
43 Sweden
44 Switzerland
45 Turkey
46 United Kingdom

Epilogue
47 about BEDA and designaustria
48 Publisher's Note

Albania

Population: 2.9m
GDP in PPS: 29%

There are approximately
350 registered designers/design studios in Albania.
120 to 150 are self-employed and **175 to 200** employed.

47% work in graphic and communication design as major design field,
35% in interior design,
10% in illustration,
5% in fashion and textile design, and
3% in product and industrial design.

The total annual turnover per professional designer is
EUR **6,000**.
15 to 20% of all Albanian designers work for international clients.

The average number of employees of a designer/design studio is
1 to 3, the around
15 established design agencies have
8 to 15 designers employed.

Albania has
4 design universities, where up to
50 people graduate annually.

NACE code 74.10
(specialised design activities) existing | yes | no
with subcategories (like 74.11, 74.12, etc.) implemented: | yes | no

Design policy
national | regional | local | exists | yes | no
and is published. | yes | no

A national | regional | local
innovation | creative industries **strategy** exists | yes | no
and is published. | yes | no

Design award
national | regional | local | exists | yes | no
and takes place annually | biannually.

Source:
Universiteti POLIS – International School for Architecture and Urban Development Policies

デザインの効果に関する先行研究 1/4

■ デザインの効果に関する先行研究は国内外で数多く存在。JAPAN DESIGN REPORTでは「企業×デザイン」で直近の研究内容を紹介した

	目的	主眼	手法(調査対象)	デザイン効果	URL
1 産業研究所 「デザイン導入の効果測定等に関する調査研究」(2006)	デザインの経営に与える効果の整理 中小製造業がデザインを取り入れるためのロードマップを描く	デザイン活用の効果測定(企業認識)、導入方法	アンケート(企業)、事例分析(企業)	「経済的効果」、「モノづくりに与える効果」、「ブランド・イメージに関する効果」、「意識・風土面の効果」等多面的な効果	https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/282046/www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/human-design/koukasokutei.html
2 長谷川光一 「製品開発マネジメントにおけるデザインの重要性」(2012)	デザインとイノベーションの関係を分析	デザイン活用の実態把握	「民間企業の研究活動に関する調査」(企業)	プロダクト・イノベーションの実現、技術的に新規性を持つ新製品の市場への投入	https://nistep.repo.nii.ac.jp/index.php?action=repository_view_main_item_detail&item_id=4156&item_no=1&page_id=13&block_id=21
3 菅野洋介・柴田聡 「デザインに関わる組織要因と部門間調整」(2013)	企業のデザインに関わる組織や戦略が、デザインアウトプットに及ぼす影響を明らかにする	デザイン活用の導入方法	アンケート調査(企業)	デザインの効果はあるもの、という前提	https://www.jstage.jst.go.jp/article/keiejournal/32/0/32_KJ00008987567/article/-char/ja/
4 中小機構 「地域支援機関等サポート事業平成25年度支援事例デザイン活用による高付加価値化支援」(2013)	デザイン活用によるブランド強化	デザイン活用の事例提示	事例分析(企業)	売上・認知度向上	https://www.smri.go.jp/doc/tool/shienjirei25-design3.pdf
5 秋池 篤・勝又 壮太郎 「消費者知識とデザイン新奇性の関係」(2015)	デザイン新奇性が購買意向に与える影響を検討する	デザイン活用の効果測定(消費者の認識)	インターネット調査(消費者)	購買意向の向上	https://www.jstage.jst.go.jp/article/soshikikagaku/49/3/49_47/pdf/-char/ja
6 川上淳之・枝村一磨 「デザイン活動は企業の生産性向上に貢献しているか— 企活調査、民研調査を用いた分析 —」(2015)	企業のデザイン活動と生産性の関係を明らかにする	デザイン活用の効果測定(データ)	「企業活動基本調査」と「民間企業の研究活動に関する調査」の個票データ(データ) 意匠権/特許の所有(データ)	生産性向上	https://www.rieti.go.jp/jp/publications/dp/15j041.pdf

デザインの効果に関する先行研究 2/4

	目的	主眼	手法(調査対象)	デザイン効果	URL
7 経済産業省 「デザインの活用によるイノベーション創出環境整備に向けたデザイン業の実態調査研究」(2016)	デザイン分野における業況調査、産業界のデザイン活用に向けた課題の抽出、デザイン投資に対する経済効果等を調査	デザイン活用の実態調査、効果測定(企業認識)、事例提示	アンケート、ヒアリング調査(企業)	製品・サービスイノベーション(とりわけブランド力・顧客満足度・製品やサービス開発力の向上、売上の増大、下請けからの脱却、シェア拡大)	https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/downloadfiles/fy27/fy27_design_innovation_research.pdf
8 経済産業省 「デザイン等クリエイティブの企業経営における活用実態調査アンケート」(2017)	デザイン活用の実態調査	デザイン活用の実態把握	アンケート(企業)	デザインの定義を広く捉えるほど、営業利益増加率は高い傾向にあった	https://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoujo/daiyooi_sangyo_creative/pdf/005_02_00.pdf
9 デロイトトーマツコンサルティング 「デザインが企業の国際競争力に与える影響等に関する調査研究報告書」(2018)	企業内における「デザイン」の役割、効果、活用の実態を調査し取りまとめる	デザイン活用の実態把握、効果測定(データ)、導入方法	ヒアリング(企業)、財務指標分析(データ)	ブランド価値の向上、イノベーション創出による付加価値の向上、製品単価の向上、利益率の向上	https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota/document/kokusai_kenrika/h29_03.pdf?fbclid=IwAR0HUabk1EBiOsHOiSH6HEgwmPgTG2xnPYuiS7Y2U6gIPlrQnwso8ZvVAoU
10 勝本雅和 「企業パフォーマンスへのデザイン活動の影響分析」(2019)	デザイン活動の企業パフォーマンスへの影響を分析	デザイン活用の効果測定(データ)	従業員数、総資産、研究開発投資、企業のデザイン活動の水準、構造、質の因子を加えた回帰分析(データ)	売上高向上	https://dspace.jaist.ac.jp/dspace/handle/10119/16472
11 日本デザイン振興会・三菱総合研究所 「企業経営へのデザイン活用度調査」(2020)	デザイン経営の取組と売上等のアウトカムとの相関を確認	デザイン活用の実態調査、効果測定(企業認識)	アンケート(企業)	ブランド構築(顧客からの愛情、従業員からの愛着)イノベーション(売上成長、未来への希望)	https://www.jidp.or.jp/2020/11/25/DesignManagementReport
12 ロフトワーク 「中小企業のデザイン経営～経営者のビジョンが文化をつくる～」(2020)	中小企業の経営者がデザイン経営への理解を深め、実践するきっかけを作る	デザイン活用の事例提示、導入方法	フィールドワーク、インタビュー(企業)	定量的な効果の測定ではないサクセスストーリー事例	https://loftwork.com/jp/news/2020/03/05_design-driven-management_report

デザインの効果に関する先行研究 3/4

	目的	主眼	手法(調査対象)	デザイン効果	URL
13 大阪産業経済リサーチ& デザインセンター 「デザイン経営視点での中小企業 の競争力向上について」(2021)	中小企業における「デザイン経営」を促進 する、「デザイン経営」に関する一般の 理解を進める	デザイン活用事例の 提示、導入方法	YAOYA PROJECT事業と その参加企業への聞き取り (企業)	企業の問題解決、人材確保	https://www.pref.osaka.lg.jp/attach/1949/00051733/186design.pdf
14 近藤信一 「地方ものづくり中小企業におけ るデザイン経営戦略の理論構築 に向けた研究」(2021)	外部デザイナーを活用したい企業と デザイン人材のマッチングの事例研究、 感性を起点としたマッチング理論の 構築	デザイン活用事例の 提示、導入方法	アンケート、聞き取り調査 (企業)	デザイン経営の実践による企業価 値の向上と経営基盤の強化、市場 獲得、企業組織の改善	http://www.jspmi.or.jp/material/file/eri/pdf/kikaikeizaikennkyuu/kikaikizaikennkyuu_51_3kondo.miyoshi.pdf
15 グッドパッチ 「ReDesigner Design Data Book2021」(2021)	デザインの価値がどのように変化してい るのかを定点観測、デザイン業界が俯瞰 できるデータの提示	デザイン活用の実態 把握	アンケート(企業)	顧客満足度の向上、新規事業立ち 上がりの加速、ユーザへの本質的 な価値提供、プロダクト・組織・ 採用の品質向上、企業ブランド・ サービスイメージの向上	https://goodpatch.com/news/redesigner-design-data-book2021
16 独立行政法人経済産業研究 「「デザイン」の組織経営への影響 に関する量的検証」(2022)	デザイン組織におけるKPIの検証に関す る先行研究の精度向上、および自社内の デザイン組織の経営への 貢献度をシミュレート・比較検討する 予測システムの構築	デザイン組織における KPI	国内企業50社程度の組織内 構成員にデザイン担当部署の 貢献に関するアンケート調査 を実施	デザイン組織のKPIは「商品開発 力」「情報の提供」「ブランドの一貫 性」「アウトプットの速度」「コスト」 の5要素によって構成される	https://www.rieti.go.jp/jp/projects/program_2020/pg-04/006.html
17 McKinsey & Company, 「The business value of design」, McKinsey Quarterly (2018)	ビジネスの価値を高めることができる デザイン活動を明らかにすること、企業 のデザインの強さ・デザインと 財務実績との関連の有無を示す独自の 指標マッキンゼーデザイン インデックス(MDI)を示すこと	デザイン活用効果 測定、デザインの レベルを示す指標の 提示	アンケート・インタビュー、企業 の財務データ・デザイン アクションの分析	財務実績の向上	https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-design/our-insights/the-business-value-of-design
18 British Design Council 「Design Delivers for Business Report 2012」	デザインカウンスル主催のデザイン リーダーシッププログラムに参加した 企業の財務データ等を分析し、 デザインのビジネスへの効果を示すこと	デザインリーダ ーシッププログラムの 効果検証	中小企業を対象としたデザイン リーダーシッププログラムを実施、 参加企業の財務データ分析・ インタビュー	売上・利益の向上	https://www.idi-design.ie/content/files/DesignDelivers_for_Business_briefing.pdf

デザインの効果に関する先行研究 4/4

	目的	主眼	手法(調査対象)	デザイン効果	URL
19	Design Management Institute “What business needs now is design. What design needs now is making it about business.”(2015)	デザインを重視する企業の価値を評価するための独自の指標DMIデザイン価値指標を作成、デザインを重視する企業とS&P 指数全体と比較し、デザインへの投資が株価に与える影響を調査する	デザイン活用の効果測定	デザイン活動を示す指標の作成、株価分析	株価の向上
20	British Design Council “Design Index: The Impact of Design on Stock Market Performance, (2004)	デザインの活用と株価パフォーマンスの関連性を測定すること	デザイン活用の効果測定	株価分析	株価の向上
21	Liedtka, Jeanne “EXPLORING THE IMPACT OF DESIGN THINKING IN ACTION“ (2018)	デザイン思考の実践を特定し、組織のイノベーションを高めるというデザイン思考の価値を評価する	デザイン思考の効果測定(イノベーション)	22組織の事例分析	組織内でのイノベーションパフォーマンスの向上

海外先進国・地域におけるデザイン関連施策の事例 1/5

- 海外先進国・地域におけるデザイン関連施策の情報公開のレベルに関して調査を実施した
- 英国やドイツ、デンマークなどは政府やデザインカウンシル等の中間組織による詳細な情報発信がなされている

国名	団体・個人・企業	レポートタイトル	参考URL
アメリカ合衆国 情報レベル:低 全米単位の機関からの大 局的な公開情報が僅少。 各地域、各州で予算を基に 独自施策を施行している	NEA（全米芸術基金） National Endowment for the Arts Home Page National Endowment for the Arts	A New Research Agenda for the National Endowment for the Arts: FY 2017-2021	Microsoft Word - ORA 5yragenda final (arts.gov)
	BEA（商務省統計局）	Arts and Cultural Production Satellite Account, U.S. and StatesNew statistics for 2018 and 2019; prior years updated	Arts and Cultural Production Satellite Account, U.S. and States U.S. Bureau of Economic Analysis (BEA)
	RAO（各地域） / SAA（各州） （NEAの支部のような団体）	（ウェブサイト上に各種取組み情報掲載あり）	State and Regional Arts Organizations National Endowment for the Arts
英国 情報レベル:高 デザイン政策、その他振興 組織の公開情報が充実。 政府の方針、対する中間 組織からのリアクションも 発表されている	DCMS(文化、メディア、スポーツ省)	Annual Report and Accounts 2019-20 協議会は、住宅開発のための新しいローカルデザインガイド を開発するための資金の後押しを与えた - GOV.UK (www.gov.uk)（都市の再デザインの補助）	Department for Digital, Culture, Media & Sport - GOV.UK (www.gov.uk) Department for Digital, Culture, Media and Sport - Annual report and accounts for the year ended 31 March 2020 (publishing.service.gov.uk) 協議会は、住宅開発のための新しいローカルデザインガイドを開 発するための資金の後押しを与えた - GOV.UK (www.gov.uk)
	DESIGN COUNCIL	Design Council responds to the 'Planning for the Future' White Paper Design Council ウェルビーイングに向けて、デザインで寄与したいこと	Design Council Design Council responds to the 'Planning for the Future' White Paper Design Council
	UKRI（Research & Innovation）- Innovate UK ビジネス、エネルギー、産業省出資の非政府組織	InnovateUK DesignStrategy Web-Enabled.pdf (publishing.service.gov.uk)	UKRI - UK Research and Innovation

海外先進国・地域におけるデザイン関連施策の事例 2/5

国名	団体・個人・企業	レポートタイトル	参考URL
フランス共和国 情報レベル: 中 デザイン政策に関する公開資料は限定的だが有り デザイン賞やデザインイベントが主な施策	ministère de la Culture (文化省)	Consultation publique pour une stratégie d'accélération des industries culturelles et créatives	http://www.culture.gouv.fr/Référentiel des métiers du design final (entreprises.gouv.fr) 文化・創造的産業を加速させる戦略に関する公的相談 (culture.gouv.fr)
	APCI (デザイン振興会)	フランスデザインウィーク(国が支援、APCIが主導) Home (francedesignweek.fr)	APCI - Promotion du design (apci-design.fr)
ドイツ連邦共和国 情報レベル: 高 デザイン政策、その他振興組織の公開情報が充実	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (ドイツ連邦経済・エネルギー省)	InfoKreativ - Designwirtschaft Praxistipps für Kreative & Kulturschaffende (デザイン関連従事者向け施策)	BMW - InfoKreativ - Designwirtschaft
	Initiative Kultur - & Kreativwirtschaft der Bundesregierung (連邦政府による文化・クリエイティブ産業イニシアチブ)	Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2020 等 (文化・クリエイティブ産業モニタリングレポート)	KuK - Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft - Startseite (kultur-kreativ-wirtschaft.de)
	Rat für Formgebung (German Design Council, ドイツデザイン評議会)	(ウェブサイト上に当該評議会他ドイツ国内のデザイン振興に資する各種取組み情報掲載あり)	Rat für Formgebung (german-design-council.de)
イタリア共和国 情報レベル: 中 デザイン政策に関する公開資料は限定的だが有り	Ministry of Education, University and Research (MIUR, イタリア教育大学研究省)	Programma Nazionale della Ricerca 2021-2027 (PNR, 国家研究計画プログラム)	https://www.unibs.it/sites/default/files/2021-10/Pnr2021-27.pdf
	Fondazione Associazione per il Disegno Industriale (ADI財団)	(ウェブサイト上に当該財団のデザイン振興に資する各種取組み情報掲載あり)	https://www.adi-design.org/fondazione-adi.html
スペイン王国 情報レベル: 低 デザイン政策に関する公開資料が僅少	Barcelona centre de Diseño (バルセロナデザインセンター)、Red Española de Asociaciones de Diseño (スペインデザイン協会ネットワーク)等のデザイン関連6組織	PACTO POR EL DISEÑO (2021/4) (国家戦略検討に向けたデザイン協定)	Microsoft Word - LML Pacto por el Diseño definitivo.docx (pactoporeldiseño.es)
	Design Institute of Spain (スペインデザイン協会)	Dossier Dios 2021 (スペインデザイン協会の2021年版取組み概要等)	DOSSIER DIOS 2021.pdf (dropbox.com)
	Ministerio de Ciencia e Innovación (スペイン科学・イノベーション省)	DISEÑO COMO HERRAMIENTA PARA LA INNOVACIÓN Y MODERNIZACIÓN DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS 2020 (デザインを活用した行政革新・近代化に関する報告書) 等	Diseno adm publica online.pdf (xn--ecosistemadeldiseo-30b.es)

海外先進国・地域におけるデザイン関連施策の事例 3/5

国名	団体・個人・企業	レポートタイトル	参考URL
オランダ王国 情報レベル:中 やや抽象度が高いが政府等の政策方針に関する情報が取得可能。デザイン振興機関などの中間組織からの公開情報も限定的ではあるが取得可能	オランダ教育・文化・科学省 (The Ministry of Education, Culture and Science)	CULTURE AT A FIRST GLANCE 2016	CIB2015 ENG publicatie v8 DEF.pdf
	Crafts Council Nederland (オランダにおけるクリエイティブ・クラフトとクリエイティブ・メイキング・カルチャーの発展のためのナショナル・プラットフォーム)	Jaarverslagen(年次報告書)2016-2020	Jaarverslag 2020.pdf (craftscouncil.nl)
	オランダ外務省、オランダ教育・文化・科学省 (The Ministry of foreign Affairs and The Ministry of Education, Culture and Science)	International cultural policy, 2021-2024	Internationaal+cultuurbeleid+2021-2024 ENG.pdf
デンマーク王国 情報レベル:高 デザインを含むクリエイティブ産業における成長計画が政府から公開されるなど取組みに関する情報が充実	デンマーク商務・成長省 (Erhvervs- og Vækstministeriet)	Vækstplan for de kreative erhverv2013,2019 (デンマークのクリエイティブ産業の成長計画)	07-02-13-summary-vaekstplan-kreative-erhverv-english.pdf (em.dk)
	The Design Management Institute (1975年に設立された、デザイン主導のイノベーション促進を目指す国際的な会員組織)	From the World's First Design Policy to the World's Best Design Policy(2010)	From the World's First Design Policy to the World's Best Design Policy (stjornarradid.is)
スウェーデン王国 情報レベル:低 政府等・中間組織の公開情報は限定的	スウェーデン文化省 (Kulturdepartementet)	Politik för gestaltad livsmiljö 2017 (建築政策やデザイン政策における国家目標2017)	Politik för gestaltad livsmiljö (regeringen.se)
	国立研究開発法人化学技術振興機構	科学技術・イノベーション政策動向報告～スウェーデン～	科学技術・イノベーション政策動向報告～スウェーデン～ 戦略提案・報告書 研究開発戦略センター (CRDS) (jst.go.jp)
ノルウェー王国 情報レベル:低 デザイン政策に関する公開資料が僅少	ノルウェーデザイン評議会 (Norsk Designråds)	Norsk Designråds Årsrapport, 2012-2013 (年次報告書)	https://www.nsd.no/polsys/data/filer/aarsmeldinger/AN_2012_52971.pdf
	ノルウェーデザイン & 建築財団 (Design og arkitektur Norge(DOGA))	Årsrapport , 2020 (年次報告書)	https://doga.no/globalassets/pdf/design-og-arkitektur-norge_arsrapport-2020.pdf

海外先進国・地域におけるデザイン関連施策の事例 4/5

国名	団体・個人・企業	レポートタイトル	参考URL
フィンランド共和国 情報レベル: 中 デザイン自体よりクリエイティブ産業に主眼を置いている模様	ornamo (デザイン・芸術・デザイン産業の専門組織)	Muotoilualan politiikkasuositukset 2019–2024 (2019-2024年のデザイン政策計画)	Muotoilualan politiikkasuositukset 2019 2024.pdf (ornamo.fi)
	Työ- ja elinkeinoministeriön (雇用経済省)	Luovan talouden tiekartta (クリエイティブ産業経済ロードマップ)	https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162474/TEM_2020_48.pdf?sequence=1&isAllowed=y
中華人民共和国 情報レベル: 中 中央・地方政府の公開情報はデザインを含む製造業・文化産業に主眼を置いている模様	国務院	中国制造2025(中国製造2025)	http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/19/content_9784.htm
	文化観光省	“十四五”文化产业发展规划 (「第14次5カ年」文化産業開発計画)	http://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/cyfz/202106/P020210607537541941661.pdf
	北京大学	国家战略与中国设计产业发展 (国家戦略と中国デザイン産業の発展)	http://www.designresearchj.com/gygcsj/article/abstract/20190103
大韓民国 情報レベル: 高 政府等・中間組織の公開情報が充実	UNCTAD (国際連合貿易開発会議)	The creative economy in Korea (韓国のクリエイティブエコノミー)	https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2017d4_en.pdf
	Seoul Metropolitan Government (ソウル特別市庁)	Seoul Design Survey (ソウルデザイン調査)	https://www.theicod.org/storage/app/media/resources/Icograda%20Documents/ICO WDS 2009 South Korea.pdf
	MOTIE (産業通商資源部)	기술과 시장을 연결하는 디자인융합, 이제는 확산이다 (デザイン・研究開発融合施策)	https://www.motie.go.kr/motie/ne/rt/press/bbs/bbsView.do?bbs_seq_n=78824&bbs_cd_n=16
台湾 情報レベル: 中 政府の公開情報は限定的だが、中間組織の公開情報が充実	台灣設計研究院 (台湾デザイン研究所)	台灣設計未來藍圖 (台湾デザイン未来ロードマップ)	https://www.tdri.org.tw/32129/
	台灣設計研究院 (台湾デザイン研究所)	2020台灣設計研究院年報 (2020台湾デザイン研究院年次報告書)	https://www.tdri.org.tw/about-tdri/2020annual-report/

海外先進国・地域におけるデザイン関連施策の事例 5/5

国名	団体・個人・企業	レポートタイトル	参考URL
シンガポール共和国 情報レベル:高 政府等・中間組織の公開情報が充実	DesignSingapore Council (デザインシンガポールカウンセル)	Design 2025 Masterplan (デザイン2025マスタープラン)	https://www.designsingapore.org/resources/design-2025.html
	DesignSingapore Council (デザインシンガポールカウンセル)	Dsg-II : strategic blueprint of the DesignSingapore initiative, 2009-2015	https://www.nlb.gov.sg/biblio/13200185
	UNESCO	UNESCO City of Design Monitoring Report (ユネスコ都市デザインモニタリングレポート)	https://www.designsingapore.org/resources/unesco-monitoring-report.html
オーストラリア連邦 情報レベル:低 デザイン政策そのものの文献が少ない。取組みはイギリスを手本にしている模様	Australian Creative Industries Innovation Centre	Creative Business IN AUSTRALIA	https://opus.lib.uts.edu.au/bitstream/10453/47764/1/CreativeBusinessinAustralia.pdf
	Australian design council	national prosperity and long-term growth through design (デザインによる国の繁栄と長期的な成長)	https://issuu.com/gooddesignaustralia/docs/3_adc_design_manifesto

未来を問い続け、変革を先駆ける