

日本のデザインを語るデザインミュージアムの在り方を考えるカンファレンス

開催日時：令和5年3月17日（金曜日）14時00分～17時00分

開催場所：国立新美術館 講堂（Microsoft Teams によるオンライン配信あり）

議事録 ※敬称略

プログラム

- 開会挨拶 茂木 正（経済産業省 商務・サービス審議官）
- 挨拶 板倉 寛（文化庁文化経済・国際課長）
- 挨拶 逢坂 恵理子（国立新美術館館長）
- 基調講演 「いま改めて考える日本のデザイン資源」 齋藤 精一（パノラマティクス 主宰）
- 調査紹介 「デザイン資源を所蔵する全国の施設調査」 下藤 菜々子（経済産業省デザイン政策室係長）、山越 理央（株式会社三菱総合研究所シニアプロジェクトマネージャー）
- トークセッション
「全国各地のデザイン資源と我が国におけるデザインミュージアムの可能性」
<モデレータ>
齋藤 精一（パノラマティクス主宰）
原川 宙（経済産業省デザイン政策室 室長補佐）
<登壇者>
五十嵐 哲也（山梨県産業技術センター主幹研究員、博士（情報科学））
植木 啓子（大阪中之島美術館 学芸課長）
久保田 大輔（特許庁 審査第一部意匠課長）
倉森 京子（一般社団法人 Design-DESIGN MUSEUM 代表理事）
洪 恒夫（株式会社丹青社 エグゼクティブクリエイティブディレクター | 東京大学総合研究博物館 特任教授 | 日本デザイン団体協議会（D-8）「ジャパンデザインミュージアム設立研究委員会」委員長）

布垣 直昭（トヨタ自動車株式会社 社会貢献推進部長 | トヨタ博物館 館長 | 富士モータースポーツミュージアム 館長）

半田 昌之（公益財団法人日本博物館協会 専務理事 | ICOM 日本委員会 事務局長）

平芳 幸浩（京都工芸繊維大学デザイン・建築学系 / 美術工芸資料館 教授）

宗村 泉（凸版印刷株式会社 印刷博物館 副館長）

矢島 進二（公益財団法人日本デザイン振興会 常務理事）

閉会挨拶 俣野 敏道（経済産業省デザイン政策室長）

議事録

開会挨拶 茂木 正（経済産業省 商務・サービス審議官）

- 本日は年度末のお忙しい中、多くの方に御参加頂き感謝。また、御登壇者の皆様におかれましては遠方から御参集頂き心より御礼申し上げます。
- 先月、国立新美術館講堂にて「これからのデザイン政策を考える研究会」を開催し、業界のトップランナーの方々に我が国のデザイン政策の在り方についてご議論いただいた。その際、日本国内のデザイン資源のアーカイブ化やデザインミュージアムの必要性について多くの言及があった。
- デザインミュージアムの議論には半世紀以上前からの長い歴史があり、経済産業省においても、また近年は文化庁においてもそれぞれデザインミュージアムの必要性に言及している。この両者が初めて、関係者を集め一丸となってオープンな議論を進められる場がようやく出来てきたため、本日はこれをさらに突き詰めて具体的な議論を進めていく機会と認識している。
- デザインは多様な考え方があると先日の研究会でも言及があったが、デザインミュージアムの議論は、国内のデザイン資源をどう活用していくかとの点において非常に重要。「資源」のテーマの議論でも、デザイン資源は大きく分けて次の三つの役割があると言及されたと承知している。
- 一つ目はデザインを学ぶ際の知的基盤として活用、二つ目は地域産業の活性化や文化創造の源泉として活用、三つ目は海外にジャパニデザインを発信する拠点。
- これらはフィジカルなミュージアムもあれば、デジタルを活用したバーチャルなミュージアムも両方あり、こうしたものが組み合わせられることで、今申し上げた三つの役割をデザイン資源が果たしていけるのではないかと考えている。
- こうした示唆を受け、まず最初の一步として、日本にはいわゆるデザイン資源というのがどれだけあるのかを把握する必要があると考え調査を行った。対象は、海外のデザインミュージアムの多くが収蔵しているプロダクトデザイン・グラフィックデザイン・

パッケージデザインとし、これらを収蔵している国内施設とした。

- 結果、各地の企業ミュージアムや博物館など、少なくとも 1,500 以上の施設においてデザイン資源が保有されていることが示唆された。これは把握できている範囲のため、今後さらに増える可能性がある。例えば地域に根付いたもので、施設に収蔵することが難しいデザイン資源もあり、これらの膨大なデザイン資源をどのようにネットワーク化して皆様にご覧頂くのか、あるいは、何らかの形で集めて見ていただく機会を設けられるかが重要。ひいては、デザイン資源大国の日本として海外に表現することができる非常に重要な機会になると考えている。
- 対して課題は、仮に一カ所にデザイン資源を集めたとしても、この膨大なデザイン資源をどのように維持していくのか、どう発展させていくのか、どう管理していくのかの問題がある。一筋縄では行かない課題であり、デザインに関わる皆様の御協力をいただきながら、例えば人的・金銭的・収集などの面においてどのような形が理想的なのか、持続可能な形でデザイン資源の取扱いについて考えていく必要があると考えている。
- 本日わざわざ御多忙な登壇者の皆様にお時間を頂戴してお集まり頂いたのは、多様な可能性を持つデザイン資源について、限られた管理コストの中でどのようにデザイン資源を活用し残し続けるか、デザイン資源を維持管理し発展させるエコシステムがどうあるべきかを御議論いただきたいため。本日はその可能性を皆で考えるキックオフの会として位置付けたい。その上で、いただいた示唆や課題を整理し、具体的なアクションの作りこみにまで進めていきたい。
- 今年 10 月の世界デザイン会議 2023 東京、2025 年の大阪・関西万博など、エポックメイキングなマイルストーンまでに我々に何ができるかについても考えていきたい。そのような重要な場で、日本全国津々浦々のデザイン資源を多くの方にわかりやすく見せ、次の時代にきちんと残っていく形で収集し繋いでいく仕組みづくりをこの場で議論できればと考えている。
- 本日はどうぞよろしく願いいたします。

挨拶 板倉 寛（文化庁 文化経済・国際課長）

- 文化庁 文化経済・国際課ができて 4 年半程度が経過している。京都移転を控え、文化観光や食文化などの課も新しくできているところ。そうした中で 7 割の職員が京都、3 割の職員が東京に残る。文化経済・国際課は引き続き東京に残る。
- 文化経済・国際課は文化芸術の本質的価値、社会的・経済的な価値を可視化、向上させ、自律的な発展を目指していく課となっている。特に、経済が成熟段階の我が国では、インバウンド誘致も含め、これまで培ってきた文化資源をどう活用していくか、経済資源を文化資源に投資していくかが非常に重要。
- 国立新美術館は霞が関とも近いので個人的にも金曜日のナイトミュージアムなどに訪れている。11 月、12 月に開催された「DESIGN MUSEUM JAPAN」展も個人的に拝見

させていただき勉強になった。

- 本務においても、国立新美術館も含めた日本の美術館、博物館の在り方、あるいはそれ以外の文化経済関係者の方々とどのような形で文化芸術をより良いものにしていけるかについて検討を行っているところ。
- 今年度の文化審議会文化政策部会にて審議してきた第2期文化芸術推進基本計画の案が大詰めを迎えているが、その中で産業界においてもアートやファッション、デザイン、コンテンツ等のクリエイティブ産業を含め、文化芸術を創造的な経済活動の源泉と捉える動きがあることを踏まえ、産業界の投資、需要の拡大を促進することで文化芸術の創造を支える新たなエコシステムの確立を図るという記述がされており、こうした観点からも経済産業省との連携の必要性を認識している。

挨拶 逢坂 恵理子（国立新美術館 館長）

- 経済産業省主催により、多彩な登壇者を迎えてデザインミュージアムに関するカンファレンスが初めて開催されることをお喜び申し上げます。
- 国立新美術館は2007年に開館した国立美術館であり、コレクションを持たない代わりに様々な芸術表現を体験し、学び、多様な価値観を認め合うことができるアートセンターとして活動している。
- 情報資料の収集や公開、供給事業と共に、美術だけではなく、デザイン・ファッション・建築・マンガ・アニメーションなど多彩な展覧会を開催してきた。
- 昨年12月には、NHKの主催で、デザインミュージアムジャパンという展覧会を開催いたしました。無料だったせいもございですが、大変多くの方々にいらしていただいた。
- 皆様も既にご存知だと思いますので私が言うまでもないが、欧米では「デザイン」という言葉は、「実用目的のために応用されるアート」として「Applied Art」のジャンルに分類されている。日本語のデザインという言葉に着目すると工業デザイン、グラフィックデザイン、ファッションデザイン、都市デザイン、環境デザインなど実に多くの分野で日々デザインと関与していると気づかされるのではないか。
- デザインの歴史は実用的な産業とも深く結びつき、経済の発展にも寄与してきた。デザインは、私たちの日々の生活を豊かにするかけがえのないものと言えるだろう。
- デザインを掲げるミュージアムとはどのようなものなのだろうか。日本では既に、多くの優れたデザイナーが輩出されている。
- 一方、デザインという言葉が普及する以前から、各地域ではささやかな手仕事にはじまり産業に至るまで、豊かなデザイン力や優れた美意識を醸成してきたという歴史もある。
- カンファレンスが、こうした日本のデザイン資源にも着目し、過去と現在と未来をつなぐデザインミュージアムの在り方を語り合い、情報を共有する貴重な場になればと願っ

ている。実り多いカンファレンスになることを期待している。

基調講演 「いま改めて考える日本のデザイン資源」 齋藤 精一（パノラマティクス主宰）

- 基調講演として、カンファレンス後半のディスカッションへの話題提供を行う。
- 工芸、手仕事、工業デザイン、近代デザインなど、「日本にすぐれたデザインが残っている」という前提の上で、「その資源をどう残し、どう活用し、経済活動にどのように結びつけるのか」、「すべてを経済に結びつけなくとも、どう守っていくのか」について、様々な立場の方と共にアクションプランを議論できればよいと考えている。
- 「これからのデザインを考える研究会」で、自分は「資源」のテーマを担当している。そのレポートは3月末に共有できるだろう。「デザインをどのように残すのか。どう活用するのか。」が、そこでもディスカッションの大きなポイントだと考えている。
- 「Applied Art」という言い方がなされること、「日本では意匠、中国では設計」と翻訳が異なること、地域デザインなど目に見えない取り組みやプロセスのデザインもあること—など拡張されるデザインの概念をアーカイブし活用するデザインミュージアムが制度、政策、活動体として必要と考えている。このようなデザインミュージアムを国立で作ろうという話題は100年程議論されているが、まだ日本には国立のミュージアムはないことが現状である。
- 日本は「工芸」と「近代デザイン」の扱い方が異なるため、議論がわかれたり、止まったりしている。扱い方の違いにより、消えてしまう資源も存在する。「過去のものをアーカイブする観点」と、「古いものを活用して新しいものを作る観点」があり、工芸などで既に消え始めている資源については、どこに寄贈するかということも考える必要がある。近代デザインにおいては、海外に寄贈することも仕方ないという姿勢で、資源の寄贈先について考えるべく最終フェーズに入っているのではないかと考えている。
- 本日のカンファレンスでは、様々な形で存在するデザイン・工芸・産業のアーカイブの試みをつなぎ、力を合わせ、日本にデザインミュージアムを創る具体的なアクションプランを作る機会にしたい。ネットワーク型のデザインミュージアムに、資源を活用し、日本の様々な産業を強くすることができないかと思っている。
- 東京クリエイティブサロンの冊子を作るときにリサーチして発見があった「世界的にみてクリエイティブな都市はどこか」を尋ねた2022年11月の調査では、1位のニューヨークに次いで東京は2位であった。一方、東京に在住している人が「自分のことをクリエイティブだと思うか？」という問いに「そう思う」と答える割合は低く、「創造性への自信が極端に低いこと」が大きな問題と考えている。日本人が、自分たちの周りに持っているリソースを再定義できていないこと、そこに価値を見いだせていないことがデザインミュージアムにおいて大きな課題ではないかと考えている。
- これまでは、1950年台にできた各業界団体が、それぞれの業界団体の中で最適化して

きた。それらの団体が、今の世の中では縦割りのようになってしまっていて横に繋がっていない。その境界線を溶かしていくことが重要と考えている。全体が何かしらの形でつながっているという時代に来ていると考えられる。

- 「文化はカネにならない」と様々なところで言われてきたが、文化観光という言葉が表わすように、地域や国として持っているものが経済効果としてフィードバックするというエコシステムの循環が分かってきたのではないか。まちづくり、産業、観光などが経済的に評価され、文化としてアーカイブされたのち、課題解決として産業に繋がったり、ビジネスとして観光につながったりといった循環が今起きていると考えている。デザインミュージアムを誰が作るかという議論がこれまでにあったが、文化と経済の関連性が見え始めた今、このようなディスカッションをすることは非常に意味があると考えている。
- デザインミュージアムを具体的に考えるにあたり、「工芸とデザインの定義問題」がある。「古き知恵をそのまま守る」という工芸の側面は文化庁管轄、「イノベーションや産業・経済効果」といったデザインの側面は経済産業省管轄であった。また、政府の管轄だけでなく、自治体・企業・大学・研究機関・民間団体・業界団体など日本全体に散在する資源が一つとして見られていないことが現状である。日本におけるこれらの様々なデザイン資源の連携方法を考えると、おのずとデザインミュージアムという言葉が出てくるのではないか。
- 資源の活用という視点では、「地域のデザインセンター」と「デザインミュージアム」をつなぐ必要があると考えている。デザインミュージアムは全国の工芸やデザインの所在や状態・歴史や作者などのデータを一括で管理している機関であり、自治体や企業、民芸館・工芸館などを一括で管理する仕組みを持つものがあると考えている。
- 日本にデザインミュージアムがないことは大きな問題であり、これ以上沢山のデザインが「消える前に後世に残す」ため、世界的にも連携ができるため、に国立に拘ったデザインミュージアムを作るべきと考えている。また、地域創生についてもデザインミュージアムを通じて考える必要がある。2025年に大阪万博が控えているが、他国では万国博覧会を通じてデザインミュージアムが出来上がったという事例も多くある。
- 国立でなければならない理由について、他国との連携に加えて、「信用」という側面もあるだろう。地域のデザインミュージアム(大阪中之島美術館など)の中心に国立のミュージアムがあると良い。国立のミュージアム(LX)は東京にあるべきであり、そこに地域に分散する既存のデザインミュージアム(L)、地域に分散する郷土資料館・民芸館など(M)、個人・企業のコレクション(S)をネットワーク化していけるのではないかと思う。
- ネットワーク論のような考え方は、サーキュラーエコノミーやWEB3などのワードが言われる今に非常にあっている考え方ではないかと考えている。文化と経済において、これまでは隣接している場所にネットワークが形成されてきたが、今はインターネット

トやブロックチェーン、NFT などを通じて、隣接していないところでも文化的なネットワークを形成できる時代になってきている。ネットワーク化することで、回遊観光や産業の振興を進めていく必要があるだろう。

- 万博という機会は非常に有用と考えている。個人的に、デザインの力で万博を「共創の場所・機会」にしたい。様々な「共創」が日本の産業を強くし、それぞれの地域をアップデートし、世界をより良くする継続活動としてレガシーになるのではないだろうか。
- さまざまな主体が、一点の線に集結してデザインミュージアムや地域創生を一緒に目指すことが重要と考えている。
- 本日はデザイン資源を中心に、その周りに「デザイン業界」「地域・産地、教育機関」「産業界」「官公庁」など多くの方がいらしている。様々な立場の方から意見を投げ込んでいただき、実態を知り、どのようにデザインミュージアムを実現するかという次のアクションを探っていくことで、歴史の大きな一ページをめくることができるのではないか。
- 東京クリエイティブサロンの関連イベントとしているが、東京クリエイティブサロンもファッションとデザインの祭典として取り上げている。民間と東京都で半分ずつ負担して東京クリエイティブサロンを運営している。民間を巻き込んだ財源確保などにも踏み込み、民間の力の資源活用にも踏み込んだ議論をできればよいと考えている。

調査紹介 「デザイン資源を所蔵する全国の施設調査」

下藤 菜々子（経済産業省デザイン政策室 係長）

山越 理央（株式会社三菱総合研究所 シニアプロジェクトマネージャー）

- 経済産業省は 2023 年 1 月に、「これからのデザイン政策を考える研究会」を設置し、現在これからの時代のデザイン政策の議論を進めている。（下藤）
- 設置の背景は国全体の成長戦略に示されているように、世界全体の競争が「コスト競争」から「付加価値の獲得競争」に構造が変化しているなかで、これまでの日本企業がデザインを経営と比較的遠いところに置き、コストや品質に注目してきたことが、マークアップ率が低い一因にもなっているという指摘もある。（下藤）
- アメリカにおいては、創造性や発想力を重視する職業の賃金が上昇していることもわかっており、特に国連貿易開発会議(UNCTAD)では、「今日のイノベーションの概念は、機能的・科学的・技術的性格を超えて、審美的・芸術的な変化を反映するようになった」と指摘している。特に「文化的創造性」を経済成長に如何につなげていけるかが問われているとしている。（下藤）
- 以前は「デザインというものは色や形の表層的なもの」との誤解があったが、徐々に企業活動や地域活性化、行政サービスの向上など、社会の様々な場面にデザインが貢献できることが広く知られるようになり、デジタルツールの発展やデザイン領域の拡大に

伴い、必ずしも専門の美術学校で学ばなくともデザイナーを名乗り、社会で活躍する人たちが増えてきている。(下藤)

- 「これからの時代は、デザインの持つ、文化的創造性が、経済産業の成長や地域社会の活性化、社会課題解決に必要」であるため、今、経済産業省はデザインに注目している。(下藤)
- これからの時代のデザイン政策を考える研究会では、5つのテーマに分けて議論を進めており、その一つに齋藤精一氏が委員を務める「資源」のテーマがある。本カンファレンスは、そのテーマに紐づくものとなっている。研究会では、「素材や技術、社会背景をふまえた創作のストーリーも含むデザイン資源はデザイナーや企業にとっての財産であると共に、我が国にとっての貴重な知的基盤」であり「経済と文化の好循環を回すデザインの中心にデザイン資源が必要」との指摘がある。(下藤)
- VUCA の時代において、デザインの方法論が非デザイナーも含めて注目される中、デザイナー、メーカー、ユーザーの知的基盤としての活用が考えられるほか、地域活性化・文化創造の源泉として、ジャパンデザインの発信源としての活用がデザイン資源には考えられる。(下藤)
- 我が国は世界的にみて高く評価されているデザイン大国であるものの、これまでのデザイン資源が各地に散逸・整理がされておらず、互いに連携も取れていない状況であり、人材育成の基盤や、観光資源として、また地域活性化・文化創造の基盤としても各地に眠るデザイン資源を棚卸しする必要がある。(下藤)
- これまでも、トップデザイナーがデザイン資源に注目してデザインミュージアムの重要性を言及してきた。さらに、文化庁・経済産業省の双方においても、デザインミュージアムの必要性に言及してきた。(下藤)
- 社会全体のデザインに対する期待の高まりのなか、知的基盤としてデザイン資源が活用できると考えているため、今、経済産業省はデザイン資源に注目している。
- デザイン資源は、「企業ミュージアムや博物館等の施設」や「まちなか」に存在している。(下藤)
- デザイン資源を横軸に「可動性・収蔵のし易さ」、縦軸に「風土・環境との結びつき」を取って整理すると、「①プロダクトデザイン、グラフィックデザイン、パッケージデザイン…」、「②サインデザイン、空間デザイン…」、「③建築・土木、都市景観・まちづくり、地域のデザイン…」の3つにカテゴリズできる。②や③は、周りの風土や環境に親和性があり、動かさずにそこにあってしかるべきものと位置付けている。(下藤)
- デザイン資源の保存類型についても3つに大別される。「(1)「デザイン」の切り口で様々なものを一括保存」、「(2)各施設の運営方針に従ったものを保存」、「(3)施設に保存されず(保存できず)本来の場所で保存(現存)」の3つにあたり、(1)がいわゆる「デザインミュージアム」に該当する。(2)は企業ミュージアム・地域の美術館、美術大学の資料館などが該当するが、必ずしも「デザイン」の観点で収蔵・活用されているとは限

らず、各施設の運営方針に委ねられているのが実態となっている。(3)は風土や環境との結びつきの深いものが全国各地に存在しているが、こちらも必ずしも「デザイン」の観点で収蔵・活用されているとは限らない。大規模な施設に一括して「もの」を所蔵する海外のデザインミュージアムとは異なり、「このような施設に所蔵されていない、または施設に所蔵することが難しいデザイン資源」についても可視化・一覧化し、今後活用之余地を見いだすことはできるのかという点も、今後の論点の一つになると考えている。(下藤)

- 今回の調査では、「(2)各施設の運営方針に従ったものを保存」の施設が全国にいくつあるのかについて調査した。(下藤)
- 調査内容については、「施設名(日/英)、施設ウェブサイト(英語ページの有無を含む)、所在地、設立年、運営主体の属性、運営主体名、所蔵している製品等のデザイン領域、所蔵しているデザイン資源の概要、所蔵する代表的な所蔵品の名称や特徴、施設全体の所蔵品数、デザイン資源に関連する可能性のある所蔵品数、通常の年間来場者数」を調査した。基本的な情報から具体的な情報まで確認をしている。(山越)
- 『全国博物館総覧』をベースに、日本博物館協会会員への調査や有識者委員の知見も反映させながらデータベースを構築した。それを基に、デザイン資源を所蔵されている可能性のある施設をピックアップしてロングリストを作成し、そこからデザイン資源の所蔵を確認できた施設を選定施設リストとしてショートリスト化している。3月14日時点で約3,200施設のロングリストが選定されており、そのうちの1,700施設程度が選定施設リストとして反映される見通し。(山越)
- 東京や神奈川などにも多くの施設はあるのはもちろんのこと、北海道や長野県など地方部にもデザイン資源を所蔵する施設が多くあるとわかったことは、本調査の新しい気づきとなっている。(山越)
- 今後、リストの整備を更に進め、日本地図内の様々な施設の情報をグーグルマップやグーグルアース等に反映できる形で経済産業省HPに公開する予定。(山越)

トークセッション 「全国各地のデザイン資源と我が国におけるデザインミュージアムの可能性」

<モデレータ>

齋藤 精一 (パノラマティクス主宰)

原川 宙 (経済産業省デザイン政策室 室長補佐)

<登壇者>

五十嵐 哲也 (山梨県産業技術センター主幹研究員、博士 (情報科学))

植木 啓子 (大阪中之島美術館 学芸課長)

久保田 大輔 (特許庁 審査第一部意匠課長)

倉森 京子（一般社団法人 Design-DESIGN MUSEUM 代表理事）

洪 恒夫（株式会社丹青社 エグゼクティブクリエイティブディレクター | 東京大学総合研究博物館 特任教授 | 日本デザイン団体協議会 (D-8)「ジャパニデザインミュージアム設立研究委員会」委員長）

布垣 直昭（トヨタ自動車株式会社 社会貢献推進部長 | トヨタ博物館 館長 | 富士モータースポーツミュージアム 館長）

半田 昌之（公益財団法人日本博物館協会 専務理事 | ICOM 日本委員会 事務局長）

平芳 幸浩（京都工芸繊維大学デザイン・建築学系 / 美術工芸資料館 教授）

宗村 泉（凸版印刷株式会社 印刷博物館 副館長）

矢島 進二（公益財団法人日本デザイン振興会 常務理事）

登壇者紹介

矢島 進二（公益財団法人日本デザイン振興会 常務理事）

- デザイン業界の方にはお馴染みの方だと思うが、日本デザイン振興会でグッドデザイン賞をはじめ長くデザイン振興活動に従事されている。極めて豊富なデザインの知見とネットワークを生かして、今回の経済産業省の調査にデザイン振興に関わる有識者として加わって頂いた。（原川）
- 長年様々なデザインの状況に立ち会うような形で仕事をしてきた。デザインのプロモーションということで、デザインをめぐる状況をよりよくしていくことに注力を注いできた。（矢島）
- 経済産業省、文化庁、さらに国立新美術館の館長が、一緒になって挨拶をされましたが、従来なかったことで、ひとつの新しい状況が今日生まれたと思う。（矢島）
- これがきっかけとなって、それこそデザイン業界が一体となって、デザインミュージアムの在り方を、本格的に考えていければと考えている。（矢島）
- 逆になぜ、半世紀以上にわたってデザインミュージアムができなかったのかという要因も、このカンファレンスで解き明かし、具体的なアクションプランまでフォーカスが当てられるディスカッションにできればと思っている。（矢島）

宗村 泉（凸版印刷株式会社 印刷博物館 副館長）

- 印刷博物館は 2000 年に凸版印刷様の 100 周年記念事業の一環として設立され、印刷文化と歴史、印刷技術を紹介している。グラフィックデザインやパッケージデザイン、ブックデザインに関わる方には大変馴染みが深い博物館の一つではないか。デザインに関連する展示も数多く展開されており、その豊富なデザインの知見と企業ミュージア

ム運営に精通された有識者として今回お招きした。(原川)

- 印刷博物館の設立前から施設に関わってきた。そういう意味では 1 つのところにずっといる。28 年間程度博物館に関わっている。(宗村)
- 凸版印刷 100 周年で作ったいわゆる企業ミュージアムではあるが、展示の中には凸版の社史というものはなく、日本を中心とした印刷史の展示が展開されている。(宗村)
- 今日はデザインミュージアムという一つの大きな切り口で参加させていただいているが、自身は日本国中にあるさまざまな企業ミュージアムのひとつとして参加させてもらっていると認識している。そうした意味では、的を射た回答、意見が出るかはわからないが、よろしくお願ひしたい。(宗村)

半田 昌之 (公益財団法人日本博物館協会 専務理事 | ICOM 日本委員会 事務局長)

- 現職の以前は「たばこと塩の博物館」で長年学芸員として勤務され、米国で活躍したデザイナー、レイモンドローウィーの展示などをご担当された。また、その豊富なデザインの知見や博物館業界のネットワークを生かして、今回の調査研究に有識者として加わっていただいている。(原川)
- ローウィーは本当にすごい。「口紅から機関車まで」というキーワードの中で、様々なデザインを手がけられてきたデザイナー。(半田)
- 私はその博物館(たばこと塩野博物館)の学芸員に長年勤めてきて、産業技術史を担当してきた。(半田)
- 2011 年から日本博物館協会の仕事の手伝いをさせていただき、この 2 年間は、文化庁にて、文化審議会の博物館部会のメンバーとして活動した。昨年 70 年ぶりの博物館法が改正になり、ちょうどこの 4 月から施行になるというタイミングのため、博物館そのものが社会の中で果たす役割が、非常に多様化し、様々な期待を担いつつある状況にある。(半田)
- 今日のご挨拶から基調講演を聞き、デザイン資源というキーワードを、文化資源という言葉に変えたら、全く今の博物館が置かれている状況と一緒に感じながら拝聴していた。(半田)
- 一つの文化資源を保有する博物館という装置が、これから資源を発信して、地域経済、あるいは文化観光含めた社会の活性化にどのように機能して役に立っているのか、という点は、一つ博物館全体としても考えていかななくてはならない重要な課題である。また、その点について、個人的にも興味を深く持っている「デザイン」という一つの領域の中でも考えていけることをとてもいい機会だと思っている。議論に参加させていただき、皆様と一緒に考えていきたい。(半田)

平芳 幸浩 (京都工芸繊維大学デザイン・建築学系 / 美術工芸資料館 教授)

- 平芳先生の在籍している京都工芸繊維大学 美術工芸資料館には、ポスターコレクションを中心に数多くのデザイン資源が所蔵され、文化庁が行っていたデザイナーアーカイブ事業にも参画されていた。あらためて、その豊富なアカデミアとしてのご知見とご経験から、今回の調査研究に有識者として加わって頂いている。(原川)
- 私はもともと国立国際美術館のいわゆる国立の美術館の勤務から始まり、近現代の美術を扱ってきた。現在は京都工業繊維大学で、デザイナー、建築、学芸員を志望するような、学生に教育をしながら、同時に美術工芸資料館で、近代のデザイン資料の保存管理、企画展示を行っている。(平芳)
- 美術工芸資料館は、大学の付属の博物館。そもそも京都工芸繊維大学の前身校である、京都工芸高等学校が1902年に、日本ではじめてデザイン専門の教育機関として発足した際に、ヨーロッパから集めてきたデザイン資源を教育に使うということから収集から始まった。(平芳)
- いわゆるミュージアムで保存するというより、将来におけるデザイン、日本におけるデザインの発展のためにいかにして資源を使うか、ということ自体が館の出発点になっている。そのあたりをふくめて、本日議論をできればと思う。(平芳)

洪 恒夫（株式会社丹青社 エグゼクティブクリエイティブディレクター | 東京大学総合研究博物館 特任教授 | 日本デザイン団体協議会 (D-8)「ジャパンデザインミュージアム設立研究委員会」委員長）

- 日本デザイン団体協議会、通称 D-8 は、デザイン業界のプロフェッショナルの皆さまが集う団体として長くデザインミュージアムの実現に向けた活動を展開され、直近では、池袋をまるごとデザインの街にするとして、昨年11月に豊島区でデザインミュージアムのイベントを開催されていた。本日はプロのデザイン業界を代表するお一人としてお招きした。(原川)
- 私は企業で空間、施設のデザイン、ミュージアムを含めてやってきた傍ら、東京大学の博物館でミュージアムのありかたの可能性を検討する研究をしている。そして、D-8 というデザイナーの団体でも、団体間で連携しながら活動を行っている。(洪)
- D8 は日本デザイン団体協議会の通称で、8つの団体が所属している。建築ファッションを除くとほぼ、広い領域をまかなっている。(洪)
- 最初はインダストリアルデザイナー協会が、信州新町に小さなデザインミュージアムを作った。D-8 という活動組織で手を結ぶと、ジャパンデザインミュージアムができるのでは、という期待の中からこの活動が始まった。(洪)
- ただ一筋縄ではいかず、一足飛びにもいかないということで、調査、試しのパイロット、小さなミュージアム、ジャパンデザインミュージアムというものが、できるのではない

かと、ステップバイステップで進めようと考えた。(洪)

- 研究して、先進事例のデザインミュージアムの海外に関する勉強をした。また、2つの時代日本の中で大きな進歩があった、70年万博、64年の東京オリンピック年と、当時比較をすると、日本のデザインが分かるのではないかと、2つの時代の小さな展覧会やそれを書籍にまとめた活動も行った。21_21DESIGN SIGHTでも、デザインミュージアムに関連するトークショーを実施した。(洪)
- 2つの時代の間をつなぐことの期待度が高まり、クロニクルと称して研究していくなかで、日本のデザインって何だろう？ということが炙り出されるのではないかと、メンバーの中で研究活動をこれまで続けてきた。(洪)
- 系譜といわれるものを一回整理した。そしてそこから読み解ける、「どういう要因からどういうデザインが日本は生まれてきたか」という解剖するようなかたちのアナトミーを見出した。「ジャパニデザインのカロニクル」と「ジャパニデザインの本質をさぐるアナトミー」という2つのコンテンツを作り上げることが出来た。(洪)
- これを活用しながら、様々なシンポジウム、小さな展覧会も行った。先ほどの解剖といわれたところの的確なところを選んでいき、要因となるハブのテーマを研究活動としてやってきた。あわせてシンポジウムも実施した。(洪)
- 近年は2019年から2021年にかけて、豊島区から区政としてのデザインを取り入れたいということで、連携しながらシンポジウムを行った。直近ではまちのなかをデザインで見たいこうという、「街中まるごとデザインミュージアム池袋」を、区政90周年の事業でお声がけいただき、我々が発案し、実施した。いくつかの拠点を見て歩く。一極集中型ではなく、分散型でデザインという目線でまちを見たいこうという活動となった。6日間のプログラムで、コシノジュンコ氏(ファッション)、佐藤卓氏(JAGDA 会長)にも参加いただき、建築デザインにあたるフランク・ロイド・ライトの明日館も取り込みながら、池袋を舞台に我々が探っていくイベントを実施した。(洪)

**布垣 直昭 (トヨタ自動車株式会社 社会貢献推進部長 | トヨタ博物館 館長 | 富士モーター
スポーツミュージアム 館長)**

- トヨタ自動車様で長年デザイナーとして勤務され、まさにデザインが出来る、デザインがわかるトップとして、現在トヨタ博物館の館長を務められている。インハウスデザイン組織と、企業ミュージアムの運営の両方に精通された大変貴重なご知見とご経験をお持ちの方ということで、今回お招きした。(原川)
- 長い経歴はあまり得意ではないため、自称クルマ文化デザイナーという表現をしている。(布垣)
- デザインに従事した後で館長を務めているという点で、何かお話できることがあるのではないかとはいっている。(布垣)

- 本件話を始めて聞いたとき、ちょっと気づくのが遅いのではないかと正直思った。トヨタのグループの創業者の、豊田佐吉は「日本には資源がない国という自覚」を持ち、「知的財産、創造性こそ資源」と言っていた。だから豊田佐吉は発明で国に貢献すると言って、事業を始めた。そのため、本件を聞いたとき、ただ古いデザインのことをいっばい並べても意味ないのではないかと言及し、これから我が国がどのように創造性を食べていけるようにするのかの、生き残りをかけるくらいの覚悟をもってミュージアムに取り組むべきなのではないかと考えた。(布垣)

倉森 京子 (一般社団法人 Design-DESIGN MUSEUM 代表理事)

- 今回の調査研究に有識者として加わっていただいた。NHK では数々のアート・デザインなどの番組を手がけられ、並行して一般社団法人 Design-DESIGN MUSEUM 代表理事としてデザインミュージアムの実現に向けた精力的な活動を展開している。直近では昨年末、国立新美術館において、「DESIGN MUSEUM JAPAN 展」を開催した。デザイン業界のみならず、市民目線も含めてデザインミュージアムの可能性を語れる方として、本日お招きした。(原川)
- Design-DESIGN MUSEUM という団体は、2012 年に三宅一生氏が、当時の国立西洋美術館 館長、現在、多摩美術大学 理事長を務める青柳正規氏と 2 人で日本に「国立デザイン美術館をつくる会」を設立し、活動をされた。そのことをお手伝いしていたが、その気持ちを今に汲んで日本に国立デザインミュージアムができることを願い、活動を行っている。(倉森)
- ただ、自分たちが作りたいと主張すれば国立のデザインミュージアムができるとは全く思っていない。国立のデザインミュージアムの実現には、一般の方々、デザイナーの方々も当然として、様々な方に「デザインミュージアムがあると良い」「デザインは良い、これがあると生活が豊かになる」という思いをもつていただく必要がある。そのような機運をつくるのが自分たちの仕事だと思い活動をしている。(倉森)
- ミュージアムが出来ればいいが、できたときに何を展示するのか、どのように展示するのか、ということにも関心があり、考える必要性を感じている。(倉森)
- 文化庁 板倉課長、国立新美術館 逢坂館長が言及してくださった「DESIGN MUSEUM JAPAN 展」は NHK に企画協力をするという形で開催した。日本の各地のデザインの宝物を、一流のクリエイターの人が探しに行き、それにはどういう物語があるのかということを扱った。デザインのフィルターをかけることでありふれたものが本当に素敵なものとなるということ、デザインがあることで皆さんの毎日が豊かになること、について模索しているところである。そうした立場から今日の議論に参加できればと思っている。(倉森)

植木 啓子（大阪中之島美術館 学芸課長）

- 日本では数少ないデザインを専門とする学芸員として、これまでに多くのデザインに関する展示を手がけられているほか、関西の企業・大学と連携し工業デザインのアーカイブ化の事業も進められている。また大阪中之島美術館では、大阪の近現代デザインをはじめとした多くのデザインコレクションを有しており、数ある日本の美術館の中でも特にデザインの知見や取組のご経験を有する施設の一つとして、今回お招きした。
(原川)
- 大阪中之島美術館は構想 40 年、準備室 30 年で、ようやく昨年開館した、歴史に刻まれる美術館で、近現代美術とデザインを専門にしている。構想の時点から、三宅一生氏が最初の準備委員になっていらしたこともある。(植木)
- 構想のころから、デザインとは呼ばずに、「生活の中の芸術品」という、ちょっと問題を含むような言葉で、モダンデザインの動向をつかむような作品収集をずっと続けてきて、ようやく去年公開することができた。(植木)
- 大阪にかつて「サントリーミュージアム天保山」という、グラフィックデザイン、ポスターを中心としていた美術館があった。そこは、一企業の美術館でありながら、デザインミュージアム志向していたという歴史的な経緯がある。そちらの 18000 点にわたるポスター、グラフィックデザインのコレクションを大阪中之島美術館で預かることになり、大阪市が収集してきたモダンデザインの、特に立体のデザインコレクションと、サントリーの平面のコレクションを合わせることで、日本で有数のデザインコレクションができたのではないかと思っている。現在は、デザインを専門にする学芸員(館長含め計 4 名)で、検証研究をすすめ、1 点でも多くの作品を皆さんにご紹介できればと思っている。(植木)

久保田 大輔（特許庁 審査第一部意匠課長）

- 特許庁意匠課では 1888 年から続く意匠法を所管し、これまでの登録意匠情報が 170 万件以上蓄積され、現在もなお増え続けている。工業製品の現物そのものが蓄積されているわけではないが、この膨大な登録意匠情報もデザイン資源として活用できるのか可能性を探求したく、今回お招きした。(原川)
- 私は平成 9 年に特許庁に意匠審査官、デザインの審査官として入庁し、以来 20 数年間、意匠行政に携わってきた。直近では、5 年前にデザイン経営宣言というものを、特許庁と経済産業省が合同で発表した。その時の「産業競争力とデザインを考える研究会」の事務局にも、特許庁側の室長として参加した。デザイン経営宣言後は、令和元年意匠法改正も担当した。そして、今年の 1 月から意匠課長を拝命した。(久保田)
- 意匠制度について、「特許庁に意匠の権利がほしい」と意匠登録出願を出願していただ

くと、特許庁内で法律に定められた登録要件を満たしているかどうかの審査を行い、審査が通過すれば、登録料を支払うことで意匠権が発生するという仕組みになっている。

(久保田)

- この意匠権は発生して終わりではなく、「こういったデザインが、こういう権利者のもとで権利化されている」ということを一般に広く知らせる必要があるため、意匠公報というものも発行している。意匠公報の内容は、デザインが適用される物品の名称、権利者の情報、実際のデザインの図面など。明治22年に第1号が発行されたが、その意匠は織物の縞模様であった。以来、登録されたものについての意匠公報を発行してきている。(久保田)
- 今年の3月3日時点の最新の意匠登録の番号が右下に書かれている通り、1738910番。これまでこれだけの数の意匠登録がされてきたということになる。議論のテーマがデザイン資源ということで、デジタルアーカイブも含めて議論をするのであれば、特許庁の170万件以上のデータベースも、議論の切り口になると考え、議論に何らかの形で貢献できるのではないかと思う。(久保田)

五十嵐 哲也 (山梨県産業技術センター主幹研究員、博士 (情報科学))

- 山梨県産業技術センターの職員として、県内織物産地を技術・デザインの面から支援すると共に、山梨県のデザイン資源を発掘・デジタル化しオンラインで活用できるプラットフォームの構築に参画された。地域のデザイン資源を単にアーカイブするだけではなく、実際の商品開発にまで繋げ、デザイン資源を未来の取組のために活用する大変先進的な取組を展開されており、本日皆さまに是非ご紹介したいと思いお招きした。(原川)
- 私は山梨県庁の産業振興の部署、いわゆる公設試験研究機関のデザイン技術の専門家として、産地企業のご支援をさせていただいている。(五十嵐)
- 私だけ、都市圏でないところから参加させていただいているので、資料をご覧ください、説明したい。(五十嵐)
- 傘。山梨は、実は洋傘を一番多く作っている。こういった傘をデザイン開発、技術開発をして作っている。傘というのは非常に薄い生地で、それを美しく織るとというのが、山梨の地場産業だが、これにはルーツになるデザイン資源というものがある。(五十嵐)
- 甲斐絹というもので、100年前に作られた絹織物で、昨年この国立新美術館で、展示させていただいた。この時に倉森さんに非常にお世話になった。柴田文江氏がデザインの宝を探す旅の中で、山梨の甲斐絹を見出させていただいたが、その甲斐絹を見つけた場所が、私の職場のアーカイブであった。(五十嵐)
- 甲斐絹は、羽織の裏地に使われた絹織物で、500点ほどの現物があって、それをご覧ください。これは山梨の地場産業の、今は織られていないが、技術デザインのルーツと

して、色々な面で使われている。その一例が、神社の神楽殿で上映されている、落合陽一氏が作られた映像作品で、去年開催された、FUJI TEXTILE WEEK という、富士吉田市の街中で行われるアートイベント、その中で甲斐絹を題材に使っていただいた。

(五十嵐)

- 山梨では産業技術センターとして、左側にあるサイト山梨デザインアーカイブを 2014 年に立ち上げて、山梨の様々な技術を利用できるようにアーカイブしている。(五十嵐)
- 2016 年から開催しているハタオリマチフェスティバルでは、毎年開催前に私がボランティアスタッフや実行委員の方に、この地域には甲斐絹という今はない織物があることなどの歴史のレクチャーを毎年行っている。デザイン資源が、地域のアイデンティティ、ルーツ、私たちがなぜこの街に今いるのか、ということを確認するようきっかけとなれば、地方の暮らしのなかでデザイン資源の意義があるのではないかと考えている。(五十嵐)

ディスカッション

- 紹介だけで 30 分かかってしまったが、分科会形式ではなく、一同に会してディスカッションできればと思っている。(齋藤)
- 経産省の原川さんから、本日、なぜ、皆さんをお呼びしたのか、どういうポジションからご意見いただきたいのかをお話していただいた。(齋藤)
- 1 月にやったデザイン研究会の中でも、たとえば M+の横山いくこさんが、「そろそろデザイン業界の人たちが、デザインミュージアムが必要というのはやめないか？」と言及した。それは一理ある。要はデザイン業界で働いている人間としては、自分のものを残してほしい、消えていきそうなものはもったいないから取っておいたほうがいいとなるが、受け手側からすると、お金がかかることだし、権利的にどうすればいいのか、ということがあると思う。(齋藤)
- 日本デザイン振興協会、D-8、Design-DESIGN MUSEUM の方々に、皆さんから見て、デザイン資源を有する施設をデザイン業界にとってどう活用できるか、デザイン業界でアーカイブすべきだと考えるものと各施設のデザイン資源に乖離があるのかを伺いたい。(齋藤)
- デザイン業界が「こういうものを残すべきだ」と思っているが、デザインミュージアムに必要だということは、それが残っていないということでもある。施設を運営する側と、デザインに近い人たちとに乖離があるような気がしており、その乖離を今回 15 分くらいでディスカッションできたらと思う。(齋藤)
- 今日の発表を聞き、以前雑誌 AXIS でデザインミュージアムの特集があったときに、佐藤卓氏が、国立科学博物館の収蔵品をデザインの視点で再構築することで、新しいデザ

インミュージアムの在り方があるのではないかという提案をされていたのが印象的だったことを思い出した。ある意味、資源はこれだけ全国にある。それをどのようなかたちで再利用するのか、デザインならではの視点で見立ててキュレーションして、ちゃんと見せられるものにしていくのか、という視点がこれまでのデザインミュージアムのディスカッションでは少し欠けていた。(矢島)

- 齋藤さんが言われる「デザイン業界ではないところの視点」は間違いなく必要だと思う。そういった意味で、既にあるものをどうにかたちで再構築していくのか、を積極的に議論していくことはとても意義があると思う。(矢島)
- 地域のデザイン資源をどのように活かしていくのか、埋もれているものにどのようなものがあるのかを知り、そのデザインがどうしてできてきたのか、地域とどういう価値をもって連携しているのかを紐解くことは、裏返せば、デザイナーが自分でデザインしていくうえで、価値を見出す際のお手本になる。デザインミュージアムはひとつの教育の場としてもものすごく大切な場なのではないか。(洪)
- デザインを教育してくれる場所はあまり無い。私も美大出身だが、美大でデザインについて教えてくれるかという点、歴史や事象に対しては分かるが、どうやったらいいデザインになるのかという掘り起こし、いわゆる解剖していくという領域はなかなか教えられない。有形のものだけでなく、無形もデザインするという発想をしていったとしても、根本の部分は変わらない。価値を見出すために、どのようなプロセスを踏んでいけば良いかという、本当の意味でのデザイン教育をやる場としてもデザインミュージアムは非常に期待ができる。(洪)
- 教材は至る所にある。すべての世の中のものにはデザインされたもので、その裏側にはデザイナーがいる。「工芸」という話が前半にあったが、誰が作ったではなく、なぜ工芸品ができていくのか、それは生活者にとってどういう利益を生み出しているのか、ということを探りほぐしていき、自分がつくる立場になったときに活かしていくことを訴求できれば、教育の場としてのデザインミュージアムに非常に価値があると思う。(洪)
- おっしゃるとおり、私も教育に価値があると思っている。教育は社会に出ていくデザインを第一線で考えている人なのか、学生なのか、幼稚園生なのか、何かそのイメージはあるか。(齋藤)
- オールターゲットだと思う。デザインというものは、小さいころからおもちゃに触る、中高生なら流行りものにあこがれる、高齢者になってくると、自分の好きなものを集める、近くに置くなど、全部の世代にデザインは実は関わっている。(洪)
- 創造力を触発するためのワークショップなど子供たちへの教育が美術館などでも盛んにおこなわれているが、デザイナーになりたい学生にデザイナーたちが教えてあげら

れる場所も重要なのではないか。メディアや媒体になるものを美術館のように並べてキュレーションして解説するのではなく、その裏側をしっかり示すことが重要。(洪)

- すべてが常設の展示ではなく、企画の展示、イベントなどを興せるプラットフォームが今無いのが悩ましい。それがあると今日本が力強くなるのではないか。教育というものは、オールラウンドでオールターゲットではないかと私は思う。(洪)
- 今まで、どのようなデザインミュージアムができたらいいかを Design-DESIGN MUSEUM で議論する際は、地域の色々なデザイン資源を持っているところをネットワークしてできれば良いと思っていたが、昨今の経済産業省の動きを見ると、その点をキチンとやってくださるようなので、今日は次に進むことを考えたい。(倉森)
- 先ほど齋藤精一氏が基調講演で示された、中村勇吾氏のおっしゃった、XL L M S という考え方が、私たちの基盤になっていた。あれは 2013 年に三宅一生氏、青柳正規氏の「国立デザイン美術館をつくる会」の 2 回目のシンポジウムを仙台で開いたときに中村氏が話してくれたもの。(倉森)
- それについて少し補足をさせていただくと、日本中の大小様々なミュージアムがそれぞれネットワークで連携し合う「ネットワーク型デザインミュージアム」を提案していた。例えば東京にある XL が「ホンダシティの展覧会をやりたい」と言ったら全国の L (県立美術館クラス) や M (企業ミュージアムクラス) や S (個人) が資源を有していると手をあげる。Mでは、例えばホンダの企業ミュージアムが「こういうものがありますよ」と言う。S =個人は「ポスターを持っている」「CM の映像 VHS を持っている」と資源をみんなが出してくるようなネットワークによりシティの展覧会ができる、という形だと言及されていた。(倉森)
- また、「何をデザインだと考えるか」ということも重要。人工物はあらゆるものがデザインされているという、逢坂氏の言及したような広いデザインを対象としたい。また、アクチュアルであるということも大事だと思っている。やはりこれからできるデザインミュージアムでは、デザインミュージアムに行って人々の心が動くということに対して、それが現代の目で見るとどういう風に役に立っているのかという視点を忘れてはいけないと思っている。(倉森)
- お話をうかがっていると、今デザイン業界の作っている人たちは、「デザインは絶対こつくるべきだ」「これが無くなってしまうのはよくない」という話をしているが、教育の話であるとか、そこから何かしらの知恵を引き継いで新しい産業に、と皆さんのお話は向いているように思う。(齋藤)
- 教育の話について、例えばアーキビストなどでは、デザインに特化したキュレーターの方向性はなかなか無い。そこをなぜ目指さないのかということ、もっと日本ではこうやるべきなのにとということについて、植木氏の見解はあるか。(齋藤)

- 今ご質問いただいた内容と非常に近いお話を、お亡くなりになられた故柏木博氏としたことがある。(植木)
- 少ないとはいえ、私たちの美術館のように、デザインを専門にする学芸員を必要とする必要としているところはあるので、京都工芸繊維大学などのデザインの学芸員を教育していただく教育機関には教育をしていただきたいが、あまりにもポジションの数が少なすぎる。デザインを専門にするアーキビスト、キュレーターなどは、教育を受けたとしても、出口の就職先の有無は宝くじのようなものである。たまたま卒業したときに、たまたまポジションの空きが出たというような話では、教育現場がそのような人材を育てることは現実的ではない。受け皿の部分が整っていないと、教育をすることができないという事情があると思う。(植木)
- 文化と経済の話で、要は経済的ニーズがないから、職としてのニーズが無いから、文化の循環も生まれずにスタックしてしまうという観点だと思う。(齋藤)
- 消えかけつつあるデザイン資源は確保しておいたほうがいい。資源として、これからアーカイブする理由というのが、何らかしなくてはならない。例えばトヨタの自動車のなかで、トヨタ博物館は、買い戻してまでたくさんアーカイブされているが、社員教育としてどう現状活用されているのかお聞きしたい。また、先ほどの資源として社員だけでなく、自工会のような強い業界団体があり、その中でアーカイブのようなことを長い事やられている。それが、今どう資源として活用されているかのお話をうかがいたい。(齋藤)
- 先に誤解がないようにお話するが、トヨタ博物館は、トヨタの名前がつくが、どこのメーカーでも、ライバルメーカーでも、世界中無くなったメーカーの車でも置いている。(布垣)
- 自身が以前デザインの仕事やっていた頃と、今この立場とで一番大きく変わったことは 時間・時系列の見目である。新車開発、新製品開発はせいぜい数年単位でものを見ていたが、今では100年単位になってきた。(布垣)
- 自動車業界は激変期、生きるか死ぬかという今において、博物館は何ができるかを考えたときに、100年分の車のストックを将来に役立つ目線で見ると、何かヒントになるようなものに使えないかな、という目線で展示会をやるようにしたり、そのような個別のコーナーを作ったりするようになった。それからは、多くのメーカーの方が研修目的で施設を訪れるようになっており、そうした目線の重要性を感じている。(布垣)
- 何をこのデザインミュージアムでストックするべきかという議論において、時間軸のスケールは絶対に入れるべきと思っている。例えばグッドデザインに毎年選ばれるも

のを毎年ストックすれば、いいデザインミュージアムになるかという、違うと思う。グッドデザインは毎年作られたものをその時の目で評価している。しかし、100年後に「あれがすごい時代の転換点になったよね」と今のグッドデザインだけで語れるかという、そうでもない気がする。売れてもいなかったかもしれないけれど、あれがきっかけに変わったよねというものもあるだろうし、逆もあるかもしれない。デザイン的にはあまり評価高くなかったかもしれないけれど、ものすごくあれが世の中を動かした、というようなごくごく普通の日用品だったりするかもしれない。その観点は考慮すべきと感じている。(布垣)

- 車業界さん多分見られている方皆さんご存じの通り、今大きく、業界的にメトロエンジンからEVに変わっている。コロナ後の大きな変化として、新しいデザインを愛でることはもちろん、古いデザインをもう一回評価するようになり、旧車の価値が一気に上がったということも観測している。古いものを直して使った方が良いのではないかというサステナビリティのような話が上がってきている。産業に逆行するようなこともあるが、実はそのノウハウがつまっている場所の完成形が博物館でもあるのではないか。他の博物館、鉄道博物館もそうだと思うが、ときにどのような状態でシステムが動いたかが一ワークする状態で残っていることが大事だと思う。(齋藤)
- 同じ質問を宗村さんにもお聞きしたい。社員、もしくは対パブリックとしての資源の活用現状をお聞かせいただきたい。(齋藤)
- 私たちの博物館では、どちらかと言うと社員向けではなく、企業ミュージアムではあるが、凸版の社史ではない。最初からどちらかと言うと一般社会的な博物館としてオープンしている。(宗村)
- その大きな理由の一つに、印刷物の減少がある。100%無くなることはないが、かなり少なくなってしまう。デジタル化の進展が始まったのが、1995,6年から、印刷物の減少が起きはじめ、2000年になるとさらにデジタル化への移行が進んでいった。それでも、その時の印刷物を残していかなければならないのではないかという単純で大きな原動力に基づき、印刷博物館は運営されている。社内でもそれについては特に反対はない。印刷会社として100年以上活動してきたのだから、その会社がキチンと資源を残さないといけないのではないかということで始めた博物館であり、どちらかと言うと社内よりは社外向けという位置づけの施設である。(宗村)
- 印刷物はほとんどデザイン資源。印刷物にするということは、必ず人の手が入る。大きな意味で、印刷にはかなりデザイン的な要素が内包されていると思う。しかしながら、印刷物は捨てられてしまう。デザイン資源としても捨てられてしまう。そこで、どうしても残しておかないといけないと考えたとき、何を残していくかをセレクトすることがすごく難しい。印刷博物館としては、とりあえずジャンル(例えばポスターや書籍など)

で分類しなにか残せるだけ残そうと取り組んでいる。そこで一番問題となるのは、どうやってアーカイブを管理していくか、それをどこで保存していくかという点。キチンとした状態で保存しないと資源ではなくなってしまう。(宗村)

- デジタルにするということは、デジタルで保管や保存をしても、それはあくまでもデジタルのデータである。印刷博物館としては、データではなく、リアルで残さないといけない。そういう意味では、デザインミュージアムが出来たときには、そのアーカイブするものを、どういう風にしてちゃんと残していくかが大きな問題になってくるのではと思う。(宗村)
- これは誰が保存すべきなのか、最後工場で作った人か、デザイナーなのか、もしくは印刷物であればグラフィックデザイナーなのか、という点について質問したい。(齋藤)
- そこが一番難しいところ。先ほどグッドデザインの問題があったが、私たちの博物館の一つの基準としては、何らかの賞をとったか、や、何らか話題になったかを据えている。また、全然賞も何も取らないけれども、日本で初めてミリオンセラーを達成した雑誌など、そこに何か付加価値的な情報が入っていれば、何とか集めていこうと議論している。(宗村)
- つまり、印刷博物館の収蔵物に他者が依存しているという状態もあるのか。要は、「あそこが多分っておいてくれるから大丈夫」と認識している場合もあるのか。これは次に布垣さんにも聞きたいが、多分同じ状況のようなことが、布垣さんのところでも起きているのではないか。スバルから海外の昔のデザインのものまで、色々なものをトヨタ博物館が残してくれているから大丈夫だろうと各主体が考え依存してしまうケースもあるのではないか。誰が責任、役目をもつのか。もっと分散すべきなのか、ひとつのところやっていった方が良いのか、車に関してはいかがか。(齋藤)
- 今日の一つのテーマになるかなと思ったのは、どういう保存の仕組みにするかということ。そもそもこの国立新美術館にはコレクションがないというのは、すごくヒントになる。(布垣)
- 去年立ち上げた新しい富士モータースポーツミュージアムの半分の展示物は借り物。ミュージアムに時系列でやろうとすると、どうしてもサステナビリティがきまとう。すぐ無くなってしまふような保存ではダメ。どうやってできるだけ長期スパンでそれを扱えるかとなったときに、たまたま現時点ではここがそういったことをやれるからやっているだけであって、本当に長いスパンで見た場合には国が関わることも重要。なぜなら日本がなくなると、デザインを保存する意味すら無くなってしまふから運命共同体である。企業は何十年後にどうなっているかわからない。力がある人がバトンタッチ

していくとういことがあるかもしれないが、それすら仕組み化するのはけっこう難しいため国が関与した方がよい。一方、国も無限に予算があるわけではない中で、どういう風にそれを維持するかは問題である。(布垣)

- 僕はF F Mのミュージアムの方では、血が巡るミュージアムという言い方をしているが、展示物や収蔵物が、自然に体に血が巡るように、ある程度その時代時代に必要なものが、必要なところからくる。運営している団体は、サステナビリティを保障できる団体、できれば国が常に担保している。あるいはそこに関わることによって、展示されるもののプレミアム性が高まるのであれば、貸す側も意欲的に貸してもらえないかもしれない。このミュージアムに展示されたことで箔がつく、ということであれば、自分のところに戻ってきたときに、あの国立デザインミュージアムに展示されたものだから価値が高いとして、各主体が積極的に貸してくれるかもしれない。(布垣)
- 先ほどお話があった受賞しているかについて、例えばフランスの政府がやっているアーカイブの方法も、映画だったらある程度興行収入が出たものに関してはアーカイブに回しますということとか。Gマークもそうかもしれない。グッドデザインで芽吹いたものをまず愛でるという賞だと思うので、もちろん定点観測して、そのあとロングライフデザインという賞もあるが、それはそれで、おそらくやっていかななくてはならない。もしかしたらデザインミュージアムのひとつの役割なのかなと思うが、久保田さんの方で、170万件の特許申請のご登録があって、その中からどれだけ特許が活用されているかについて意見はあるか。IDもあるし、論文で言ったら、査読をどれだけされているのか、どれだけリファレンスされているのかというのはあると思うが、例えば特許庁の視点で想定されるアーカイブ指針はあるか。(齋藤)
- 170万件以上あるアーカイブがどれだけ活用されているかについて、まずお話ししたいのは、意匠法の法目的が「意匠の保護及び利用を図ることにより、意匠の創作を奨励し、もって産業の発達に寄与することを目的とする」ことだということ。意匠公報を発行する狙いは、たしかに意匠の利用活用を図るところにかかっているが、これは誰が権利化しているかを発信することにより、この意匠を利用したい時にはこの人にアクセスしてライセンスをとってください、あるいはこういったデザインはすでに権利化されているから、新たに創作するときには、このデザインを避けて創作をしてくださいというような活用が狙い。そうすると、本日のテーマで言っている「活用」が、デザイン資源としてこれを利用してさらにデザインを、というための活用を指しているのであれば、相違があることをまず申し上げたい。(久保田)
- では、実際に意匠法の目的にそった、ライセンスのための活用がどれだけ進んでいるかというと、これは申し訳ないが、データがない。私がこれまで意匠行政に関わってきた肌感覚になるが、残念ながらほとんどない。むしろ意匠公報の存在というものは、自分

がデザイン創作をするときに、そのエリアは避けなくてはならないものの調査対象として使われていることが一番多い。(久保田)

- アーカイブ化の指針については、先ほどのスライドのフロー図で言うと、特許庁が審査をした結果登録になり、それは全件公報で発行されるので、法律で定められた登録要件が該当すると思う。例えば意匠法で定義されている意匠に該当するか、つまり物品、最近改正された建築物、画像も入るが、そういった形状に入るものであるかどうか。過去のデザインに似ているものも登録できない。それから容易に創作されたものでないか。こういった観点で審査した結果、通過したものが公報として発行され、アーカイブ化されることになる。(久保田)
- 今まで前半 30 分お話をうかがっていて分かったこととして、皆さん具体的にデザインミュージアムはこうあるべきというある程度のクライテリアは、それぞれの立場からあると感じた。業界のなかにある程度ポジションがあり、その中でも役割というものが、良くも悪くも財源の話になるので少し触れる。たとえば印刷博物館、トヨタ博物館は、どちらかと言うと、本当は業界団体が責任もってそれをアーカイブする必要があるのではないかと。今は企業に依存してしまっている。財源のところの体系が分からないが、これではどこかで息切れするのではないかと。経済が落ちてきたら、一緒に文化財源がどんどん切られて、同じようなことが起きるのではないかと。そうならないようにしていかないといけないと思った。(齋藤)
- 改めて、デザイン資源の使われ方が本当に多様だと確認できた。これまでの議論は、デザイン業界が次世代のデザイナーのために、デザイン資源をアーカイブしていこうという話だったが、先ほどの車の文化や印刷の文化などを次代に繋げていく文脈からもデザイン資源が活用されていることが見えてきた。一方で、意匠課のデータについては何か前向きに次に向けて使えるのではないかと想定していたが、実際のところは先行する権利を踏まないような形で活用されている実態がわかった。多様なデザイン資源の活用の可能性と、制度上使いづらい、使われていない、というところの両面が見えてきた。(原川)
- 植木さんのお話があったところについて、ちょっと中途半端かと思った。今回アーカイブの保存について、誰がどう活用していくか、コレクションをどう見せてゆくのか、その中身が大切。植木さんに連なる人、キュレーターをどういう風に育てていくのかということ。(倉森)
- デザインって何だろうということについて、若い人、デザインの専門家ではない人に訴求することがデザインミュージアムをつくる上で大事と考えている。(倉森)

- その話を半田さんにおうかがいしようと思っていた。博物館というものが、時代によって段々役割が変わっている。これは新しく教育というかたちで、新しいものを共有しないといけないという時代と、アーカイブといった話と、新しい産業つくろうといった話。その中でデザインはどう語られるか。世界の状況から見ても、博物館の中のデザインがどう語られるか、その中で、キュレーターやデザイン人財の雇用、活躍の状況はいかがか、教えていただきたい。(齋藤)
- デザインを担当する学芸員の数が少ない、仕事する場が少ないということはもちろんそうだが、それ以前に学芸員全体について、年間 1 万人ぐらいの学芸員の資格を持った学生の内、現場に就職できるのは 100 人前後、年期付きで非常勤が非常に増えているという課題がある。学芸員の仕事というのは、10 年、20 年かけてキャリアを積みながら、また後継にひきついでいくという一種職人的な部分がある。それが 5 年、3 年では全く人材が育たない。(半田)
- デザインミュージアムとしての博物館のありかたを考えると、車のような大きなものでも、印刷物のような小さなものでも、ものをストックしていくにはコストがかかる。そのため、個人としてのデザイナー、企業としてのデザイン部門が、例えば自社の 100 年の歴史を語るものをストックしようとする、非常にコストがかかるというところで、もっともっと博物館に注目が集まってもいい私は思っている。(半田)
- そういう施設では持ちきれないけど、取っておきたいものが博物館に膨大な数流れてきている。個人のコレクションも含めて、博物館に流れてきている。しかし現状での非常に大きな課題はそれが可視化できていない。どういうものが博物館にストックされていて、それがどういう価値を持っているのか、ということが大切だが、現状は多くの資料が博物館の収蔵庫に入っているが、その収蔵庫自体がブラックボックス化してしまっている。中にいる学芸員、職員は博物館に何があるかをイメージ的に分かっているが、外から見た人は全く分からない。しかもどういうものがあるかだけではなく、そのものが、どういう価値を持っているのかということも全く発信できていない。このような課題を踏まえて、博物館は非常に大きな転機を迎えている。(半田)
- 博物館法の改正の文脈を踏まえると、これからの博物館には連携、ネットワーク化と DX が重要となっている。デジタルトランスフォーメーションを博物館の世界で実施すべき一番大きな理由はブラックボックスになっている中身を可視化してデータとして社会と共有するため。博物館が 10 年先、20 年先も社会資本として、価値を認められて存続できるのか非常に大きな瀬戸際に来ている。(半田)
- その潮流は、世界の ICOM 国際博物館会議の、博物館のこれからの役割というものに明確に表れている。博物館自体が持続可能性を持ってやっていかなくはないといけないということ、やはり博物館自体は、今と未来を生きている人たちがいかに幸せに暮らせるのかということ、その役割を体現していくその情報源としてのツールを提供できる役

割を果たしていかなければ、博物館自体の存在意義を問われるというところに向かっている。そうしたことを、デザインミュージアムの基本的なコンセプトにもぜひ取り入れてお考えいただきたい。(半田)

- 博物館も英語名だと「デザインミュージアム」を名乗るなど、デザインミュージアムという名前でネットワークしていくことはあるのではないか。(齋藤)
- これだけアーカイブしているが、なかなか価値がわからない、ネットワークの中のデータベースに入らない。そこでアカデミアの分野で、価値が分からないものに対し研究、色々な定義があると思うが、そこに今までの知見、価値を見出すゼロイチのエンジンを動かすことがアカデミアの役割ではないか。大学としての役割について、もちろん自社でもアーカイブをお持ちだと思うが、共有であるとか、もしくは研究室がどういう今までのなかで役割を担えるか、思われたことがあれば教えていただきたい。(齋藤)
- デザインの教育上で難しい部分は、あまりにもデザインが身近にありすぎる。有用性の部分の価値についてはすぐ判定ができるが、それ以外の価値についての判定はなかなかできない。単純に美術品のように美的価値というもので推し量れないところを、では何によって価値判断を下していくか、というところが、教育の現場でもなかなか難しい。そこがきっちりできるようになっていけば、おそらくキュレーターとして養成もでき、それがちゃんと博物館の中でコンテンツとしてのデザインの位置付けができていくということにつながっていくのだろう。そのあたりを一番苦労しながら学生にも教えようとしているところではある。(平芳)
- ではそれをいったいどこを基準にしたらいいのか。単純に美術品のようにデザインを判断していくということがいいのか悪いのか、あるいはよく売れたものがいいデザインなのか。要はデザインにとっての良さというものがどこにあるのかということ、誰がどう言語化しているのか、ということが、これから大学の教育の中で、ミュージアムにつなげていく中で、必要な部分になっていくのではないか。(平芳)
- 選定のプロセスは、賞を受賞したといった、ある程度のグローバル判断で決めていくのか、個人的判断、たとえば、Design-DESIGN MUSEUM でやられているような山梨のデザインミュージアムボックスもそうだが、山梨は芝田文江氏の視点で見ているとか、岡山は原研哉氏の視点で見ているとか。すべては無理だが、だったらやらなくて良くなれば、どんどんなくなってしまうものも多い。デザイン資源をどう守っていくかが重要。研究をして、研究対象になったものを例えば残していく、などのご自身の施設の選定プロセスについてもお聞きしたい。(齋藤)

- オブジェクトベースで言うと、実際には選定して大量にあるものの中から選んで残しているわけではなく、残ってきたものを残しているというプロセスではある。そのうえで残しているもののなかで何を研究対象とするかというのは、やはりそれぞれのデザインの歴史的価値、意匠上の価値などで研究者が関心を持って、研究の対象にしていくということになっている。(平芳)
- デザインをどうやって選んで残していくかというのは、おそらくDXのこと、そして国立のデザインミュージアムの設立のことも含め、いくつかのレイヤーが同時に必要だと思っている。オブジェクトベースで全部残すということは現実的ではない。それを、なおかつ一か所に集めるというのは非現実的なことなので、国立でデザインミュージアムをオブジェクトベースでやるのだとすれば、おそらくキュレーターが中心となってセレクションを行うであろう。そうすると、その時のデザインミュージアムが、いったい何をデザインとして認めて、どういうミッションで何を残すのかという指針をちゃんと作ったうえで、オブジェクトを残すことになる。残らないもの、こぼれるものに関しては、それ以外のレイヤーでちゃんとフォローしてすくって行って、調査をしたい人、研究をしたい人、観察をしたい人が、アクセスできるようにしていくという点が、これまでの美術館や博物館などとのデザインとの関わり方の違いとなるだろう。(平芳)
- その指針、ポリシーが必要なのだと思う。何のためにこれは残そうと思うのか。そう思うものに関しては、全部残したいではなく、そこからそぎ落として、できるだけ後々資源として活用できるもの、今の資源として残しておかないといけないのだろう。そこで一か所に集めることはおそらく無理なので、分散型が現実的か。(齋藤)
- 五十嵐さんには、まず1点は先ほどの選定プロセスのなかで、山梨の中で独自にアーカイブをどういうプロセスで行われているか、それは属人的なのか、もしくは制度的なのかということと、もう1点は地域の中にある技術センター、博物館、美術館などの、その連携性みたいところ、現状はあまり連携していないのか、それともデザインミュージアムのような形で、デザインというキーワードで出てくるのかということをお聞きしたい。まずはアーカイブのところから。(齋藤)
- 山梨のデザインアーカイブについて、アーカイブを作ったのは私ではないが、私が知っている範囲でお話すると、今お話しされたレイヤーの一つだと思っており、山梨の博物館や考古学博物館など、色々な小さなミュージアムに、ひとつ新しいレイヤーを加えたのが、山梨デザインアーカイブと思っている。(五十嵐)
- 発端はあるお寺に、ウサギのかたちをした古い文鎮があって、見に行ったら放置されていて、埋もれていて、それをもったいないと研究員の発見が、こういうもったいないものが山梨にはいっぱい眠っているのではないかと、思い収集を始めたこと。これを事業化

して実施したのが山梨デザイナーアーカイブになる。その過程では、博物館や考古学博物館の学芸員と連携をしている。(五十嵐)

- 山梨デザイナーアーカイブはここで議論しているようなデザインミュージアムとは異なり、デザインされたものを集めたというよりは、デザインをする行為のなかで活用する山梨にあるマテリアルをまとめたもの。例えば縄文土器や、砂の色がこんなだった、古い文様といったそういう素材、データベースのようなもの。学芸員にとって、このようなデータベースをオープンにして、デザインの素材に使ってみたいかということは抵抗があることかと思っていたが、すごく協力的であった。自分たちが収集して所蔵したものが人の目にふれる機会が増えることが嬉しいということ。学芸員とも円滑に連携が取れ、新しいレイヤーで横軸を立てていくことは、学芸員目線でも喜ぶケースが多いのではないかと思った。(五十嵐)
- もうひとつ、地域の文化施設や技術センター、そういうところがネットワーク化されていくことに対しての抵抗はあるのか。今ネットワーク化されていることが重要なのか、されることで大変な仕事が増えるなどの弊害もあるのかもしれないが、現状どういう状態になっているのか。県内／県外でどうなっているか、ご自身のまわりで起きていることについてご共有いただきたい。(齋藤)
- ネットワークのレイヤーが初めて出来て数年たったところで、そういう意味では何か今後の参考になるような事例かと思うが、まだこれからという印象。(五十嵐)
- 例えば、トヨタ博物館で全部車をお願いしようということは無理。だから、山梨にゆかりのある分野など、特定の分野だったら山梨でひきとるという可能性も考えられる。これは博物館で大丈夫、国立でなくとも山梨で所蔵するので大丈夫、などといった役割分担がなされることについて、個人的にはどう思うか。(齋藤)
- 少し話がずれるかもしれないが、甲斐絹という絹織物があるをご紹介したが、これもやはり私の職場で後から収集したのではなく、当時生産されていて約百年前に収集していたもの。書庫に入っていて、普段あまり見る人もいなかったが、私がそれを見たときに、これはすごく面白いのではないかと感じた。面白がる人がそこにいるのかどうかが大変だと思う。これはこういう風に見ると面白い、その面白さを人に伝えたい、ということから、私はことあるごとにその甲斐絹を引っ張り出して紹介するようになっていた。個人の興味や発意に基づくこともある、そういうスターティングポイントを活かして、トップダウンとボトムアップ両方の仕組みが補完しあうような形がいいのではと思う。収集するにしても、どうしてもこれを集めずにはいられないという個人の業が大事。(五十嵐)

- 大学の博物館で、研究と色々深く関わる中で、そこにある試料を本質的な資料に近づけていくには、やはり調査・研究が重要と考えている。専門の学術研究のなかで、資料としての価値が特定されていく。最初は試料として集め、それを本当の資料に活かしていく。デザイン資源というのも、一次資源にあたる荒々しいものから、価値を見出された資源へと変化させることになるだろう。デザインミュージアムにおいても同じ活動が考えられる。ミュージアムの面白い点は、資源を再資源化すること。価値が分かった資料をどう編集して組み合わせ、どうストーリーをつくりあげていくのか、といいキュレーションにものすごく魅力があると思う。(洪)
- 最初の一時的な資源を集めるのは、さまざまなものを探せばいいが、その先に、面白そうなものを掘り起こしていくことで価値が専門的な知見で見えてくる。その上で、それを生かしていったって、どういう展示で見せていけばいいのか、どう伝えていけばいいのかというプロセスがある。それが展開できるところがミュージアムの魅力ではないか。(洪)
- 我々D-8のなかで考えていくなかで、なぜデザインミュージアムが必要なのかと言ったときに、故浅香氏というインダストリアルデザイナーが力説されていたのが、日本にはデザインをクリティック(批評)する場所がないじゃないかということだ。評価していく面では学術研究などがあるが、それとは別にデザインというもののかたちだけではなくて、持っている意味やもたらす便益などまでクリティックする場所が絶対に必要である。だからデザインミュージアムを作らなくてはいけない。クリティックされていけば、これを今度はインタープリテーションして(分かり易く人々に伝えて)いくことで、普及啓発に繋がっていくということだと思う。そういう一連の流れがある。(洪)
- ただ集める、散逸するから集めるというのは初段階としていいと思うが、それを次に資源化して変えていくということが重要。DXやデータベースなど、色々な手段はあると思うが、やはりものづくりで私が実感するのは、ハード、システム、ソフトで出来ているということ。今資源と言っているのはどちらかというソフト。DXでデータベースを活用するというのはシステムが必要という話。そのためにはどういうプラットフォームが必要かというのはハードの話。それは一極集中の大部屋に入れるということではなくて、ネットワークするというのも、インフラのハードの話と言ってもいいのかもしれない。そこで情報をちゃんと掌握するためのシステムを組み立てて、最後はやはりソフトに帰着する。どういうものをどういう風に関心、知ることが収穫につながるのか。あるいは自分の学習につながるのか。それをトータルで考えていく必要があるのではないか。ミュージアム像ということで、考えていく必要があるのではないか。それらを系統立てて整理していくのが大事ではないか。(洪)
- 残したほうがいいのか、多分何かしらの宣伝をしたほうがいいのか、とい

うのは皆が思っている。それを活用できるような資源として、宣伝して、新しさを求めようというのは分かるが、先ほど言っていた経済とそれが結びつかないと絶対出せるものでないと思う。その議論が大きく抜けていたのではないか。(齋藤)

- 試料=資料というのはその通りで、資源としての試料をネットワーク化していくというのはハードの話。ネットワーク化されたからどういう経済効果が起きるのか、アーキビストいわゆる芸術と同じようなアーカイブのしかた・人員体制について考える必要がある。もう少しビジネス視点でネットワークを考える必要があるのかもしれない。(齋藤)
- 昨日、名古屋の有松でテキスタイルを手掛ける suzusan の村瀬弘行氏のお話を聞いていたが、技術、素材、用途と3つでどれを残すかという点について、技術を残すと回答されていた。素材と用途に関しては今まで反物だったがそれがカーディガンになったり、素材がシルクや染だったのが、カシミアになったりしても、それでいい。どこにピントを合わせるか。それで新しい産業や新しい商品などが多分出来るとおっしゃっていた。(齋藤)
- 今回デザインミュージアムに関しては、資源を活用するということまで頭だししないと、エンジンが回らないような気がしてきた。そこでちょっとグッドデザインのところでも矢島さんにお話をうかがいたい。美術と大きく違う体制をについて、デザインミュージアム、デザイン振興という点で思われていることは何かないか。(齋藤)
- 難しい質問。まず、グッドデザインは、どう選ぶか、誰が選ぶかというところでは、あくまでもその年のグッドを選ぶ、ということに限定しているシステムです。ミュージアムのためであるとか、伝統を残すためという視点は入っていないわけではないが、そこに力点はおいていない。(矢島)
- グッドデザインの中から、本当に殿堂品のようなものをコレクションする機能を、重層化することはできるかもしれない。どういうミュージアムをつくり、どういう意義や役割を果たすかというミッションが分かれば、選ぶテクニックや仕組みは十分用意できると思う。しかしそれはあくまでデザイン業界のためのものに偏ってしまいそうな気がするし、経済産業省が説明されたエコシステムにならない気がする。(矢島)
- デザインミュージアムについては、リアルなものもネットワークも含めて、それを活用することのメリットをちゃんと明示し、それに対する対価を払える仕組みを構築することが重要ではないか。(矢島)
- 世界中の博物館の館長と交流しているなかで最も出る話題は、お客さんが来ない、お金足りない、収入どうしようみたいな話。日本には博物館、ミュージアム施設で5000を超えていると言われているが、年間10万人以上の来場しているのはほんの一握り。トヨタ博物館は、年間26万人、30万人近くになるが、それでもけっこう厳しい。そうい

うなかで、では、お客さんがくればいいのか、お金があればいいのか、という問題かというところでもない。何か伝えなければというところと、えらそうなことを言っても、独り立ちできなければ、発信にもならないというバランス感もデザインだと思う。

- かつよくて美しければいいのか、というとお客さんはそんな単純には来訪しない点で、ミュージアムそのものもデザインと同じ難しさを抱えている。(布垣)
- お客さんが来たいと思える魅力をミュージアムそのものが発信していないところは廃れていく。最近力を入れているのは、リピートされなければならないということ。一見さんで毎回、「1回みたからいいや」だと施設の長続きは難しい。空間から何か醸し出す雰囲気があり、そこにいたいと思わせるものでないといけない。仮にデジタルサイトだとしても、見て居たいと思われるものがないといけない。デザインミュージアムそのものが、とてもデザインされていないといけないと思う。ただ物を集めたからミュージアムという生易しいものではなく、そこをプロデュースする人、デザインングできる人が関わらないと失敗する。(布垣)
- おっしゃる通りだと思う。植木さん、議論が始まって40年、準備室が始まって30年、政治的な状況にも相当影響を受けながらつくられて開館されて今に至る中で、お金が足りないとはどういうことか、そこに来たくなる施設とはなにか、都市型の文化施設とはなにかなど、思われることはあるか。(齋藤)
- やはり大阪中之島美術館の場合、非常に困難な時代を乗り越えて設立された。ご存じの方もいらっしゃると思うが、日本で初めてのPFIコンセッション方式で運営されている。(植木)
- いわゆる行政の一部署と違って、予算をいただいて実施するだけではなく、入りと出を踏まえて最終的に黒字にするというミッションを抱えている。お金がないという問題とは日々直結している。(植木)
- 岡本太郎展のように、非常に人気のある展覧会というものが片方であり、例えば先ほど話に出ていた、ここをやっぱり掘り下げて検証して紹介していかなければならないテーマについては、人気展示の資金を投下して全体の予算をやりくりするなどしている。お客さんに来てもらうことで、都市型の美術館としてそこで賑わいの創出や観光拠点という経済的なミッションを果たしつつ、文化的な公立美術館として、こういう研究、蓄積、収集をするというミッションにも取り組むという両立を何とか実現しようと努力していることが現状。(植木)
- おそらく大学も市立の美術館、博物館もみな抱えている状況は同じ。PFI事業だから、すごく財政的に厳しいことを言われるのではないと言われるが、むしろ何もできずに予算だけが削られていく小型の公立の美術館の方がよっぽど厳しい状況なのではないかとも思う。(植木)

- 今、ミュージアムとアーカイブとの議論がすこし混在している。ミュージアム、博物館、美術館は、収集の時にしっかり評価してから収集する。だからそれがブラックボックスの中に入っているということはない。基本的にしっかりと番号をつけられて整理されている。資源化される前の試料でアーカイブスとして蓄積してあって、これから活用していこうというものがある。中之島美術館はそれを両方やっていて、大阪市では他の美術館、博物館もそのような整理をやっていく必要があるという話をしている。(植木)
- デザインミュージアムは、ミュージアムなのか、アーカイブスなのか、あるいは国立新美術館のようなコレクションを持たないアートセンターなのか。この3つの機能の一体どこに軸足を置くかはとても気になった。(植木)
- 印刷博物館として、今例えば言われていたアーカイブなのか、どういうポジションでおられるのか。(齋藤)
- 基本的にはミュージアムなので、ミュージアムとしての役割はしていく。まず収蔵品があり、それを整ったシステムで施設を管理し、それを学芸員がキュレーションする。収蔵品を持ちだしてきて企画展を行い、展示をしていくというやり方をしている。(宗村)
- 自分たちが持っている収蔵からもどう選ぶのかという話があるが、収蔵の概念がネットワーク化されているデザインミュージアムを考えると、もっと色々な企画ができるのではないかと思うが、いかがか。(齋藤)
- 大変に素晴らしいアイデアだと思うし、私として総論は賛成。ただし、各論となると困難かと思う。(宗村)
- 各ミュージアムはそれぞれ単体で活動しており、いま直ぐにネットワーク化することはできない。公共であろうが、私立であろうが、それぞれのルールがあり、収蔵方法や収蔵の条件は異なる。それらのある程度クリアした上で、収蔵品をネットワーク化して、日本全国で収蔵品をシェアすることも考えられるが、それはだいぶ先の話かと思う。(宗村)
- 個人的に、10年後など先の話ではなく、どちらかと言うと、来年から何ができるかという近い話をしたい。(齋藤)
- ネットワーク化としては、例えば国宝とか重要文化財のようなものが、デザインに関してもおぼろげにあると感じていて、新しいクライテリアを作り、もう一度その収蔵のデータベースを作り直すというのもありなのではないか。(齋藤)
- ネットワークはありだと思う。そうでないと、膨大なデザインワールドを収蔵するのは

不可能だと思っている。それは物理的、経済的の両側面と言える。(布垣)

- 去年、アメリカで世界自動車博物館会議があり、そこでの最もホットスポットトピックはネットワーキングであった。車は投機対象になってしまっていて、1ミュージアムが買う値段でなくなっている。たとえばトヨタ博物館で一番人気のあるトヨタの2000GTは、1億円以下ではよほどコンディション悪いのでないと買えない。単に値段だけでなく、欲しい物というものの数が少なかったりする。数が無くなってしまって手に入らないといったときに、僕らがやったことは、ネットワークの中で誰か持っていないかという物々交換。プライスレスなものを揃えるときにはネットワーキング化は必須ではないかと思う。(布垣)
- 海外ではやっていないわけではないとも思うが、今ネットワーキング化すべきかどうか、もしくは可能かどうかについて、半田さんにコメントいただきたい。(齋藤)
- ものを貸借する、ものを移動させるという意味でのベースになるネットワークはなかなか難しいという現実があると思う。(半田)
- デジタル化されたアーカイブをネットワーク化して繋いでいって、例えばデザインというキーワードだったらデザインで、どういうミュージアムにどういうデータがあるのか、ということを知ることが出来るというネットワークは、非常に大事だし、必須。(半田)
- そうした意味では、①コレクションがあって、②アーカイブ化されていて、③アートセンターとしての情報発信力があるということについて、それぞれが独立した施設あるいは組織として縦割りで存在するのではなく、1つの博物館に3つの機能が包含されつつ、より広いセクターとの連携ができることが、博物館に求められる時代なのだろう。(半田)
- デジタル化された情報レベルのネットワーク共有というのは、ヨーロッパでは、ヨーロッパ人にて膨大な情報をフリーで見ることができる。しかも高精細なデータが商用にも私用にも、研究目的でもビジネスでも使えるプラットフォームとして整備されている。こうしたことは、あまり時間をかけずに日本でも始めていっていただきたい。始めていきましょうよ。(半田)
- 先ほど倉森さんが出来る前提でとおっしゃったように、出来る前提、出来ないダメだと考えている。(齋藤)
- 2000GTの話などは、ではVRで見ますというものではないと思う。デザインはやはり目の前に現れて、ともすれば触れるもの。重力があるもの、重さがあるものではないかと思っている。そこで美術館どうして物の貸し借りが発生しないと、いわゆるネットワーク化のデザインミュージアムにはならないのではないかと個人的には思っている

る。(齋藤)

- コレクションは保存していくべき環境というものが、素材によっても違うし、マテリアルによって全然違う。例えば湿度が何パーセント、温度が何度という環境を用意していただける施設同士では流通が可能。東京国立博物館では、ようやく国の施設としてのナショナルセンター機能を果たそうということで、指定物件としての国宝や重文を、輸送時も保険料も払って、地方に出して行って展示をしていただくというプロジェクトを始めているが、環境を無視してものだけ動けばいいということだと、今度はものの保存という視点でリスクが生じる。そのようなバランスが重要だと思っている。(半田)
- おっしゃる通り、その点は先ほどのハードの話に戻ってきて、スペックをある程度あわせていかないといけない。例えば今改修される博物館、美術館が多くなってきているし、新しくできたところでは、重要文化財、国宝級のものを受け入れられるようなスペックの収蔵庫も出てきたと思う。例えば文化庁の重要文化財のように、何らかのルールも含めて作っていかなくてはならないと思っている。(齋藤)
- アカデミアの分野ではデザインミュージアムに対してどのようなルールをつくるべきか、平芳さんにお聞きしたい。アカデミアはアートに関してはルールメイキング、ポリシーメイキングをやられていると思っているが、デザイン分野は、自社でも学校でも法人として、アーカイブを持たれていて、その保存がちゃんとポリシーに落ちていくというのはあたりすぎるのか。(齋藤)
- デザイン資料の保存、管理の問題は、美術館と博物館と、大学の教育用の施設と若干違うところがある。デザインは複数存在しているのが前提で保管されていて、教育のために実際に触らせたりする。美術館、博物館にもものが入ると、絶対に触れなくなる。見るものにしかない。(平芳)
- 半田さんがおっしゃったように、資料の貸し借りの問題でも、どこにだったら貸せるのかという条件が違う。ルールをいかに統一していくかは、実はハードルが高い。文化庁の事業で、10年くらい前にデザインのアーカイブ中核拠点事業として、全国の施設調査を行った。今もホームページが残っているが、どこの施設にどれくらいのグラフィックデザインがあるか、プロダクト資料があるかが一眼できるようになっている。今回も作られようとしているが、施設のどこに何があるかは分かるが、そこに行っても見ることができないという点が、一番ハードルが高い。(平芳)
- 各施設が何を出すかというのは、統一化された基準があるわけではない。それぞれの展示のプランにそって、展示をしている。デザインのミュージアムがないと、デザインは展示の優先順位がどうしても下がるので、なかなかアクセスができない。ヨーロッパ

一ナみたいな、デジタルのデータベースが横断で検索できるようになって、少なくともそこで、ものがどこにあるか見られるというアクセスみたいなものを、日本で何とか実現しようとする動きと、文化庁のイノベートミュージアムのような動きが、同時並行的に動いていることが非常に重要になってくると思う。(平芳)

- Web スリー時代の今は、ルールではなくて規範に重きを置くべきではないか。ルールを作ってしまうと、その線から出るか、出ないかだけを判断するようになってしまう。線を出た人は補助金が受けられないということになる。規範というのは、いいことをしていればその方向に歩み寄る、先行きが悪そうであれば、別の方向を検討するという話になると思う。こうした規範に基づく考え方は必要だと思う。(齋藤)
- データベースはすぐにでもすすめていかなくてはならない。そのうえで物理的なものをどう生かしていけるか、地域や県立のミュージアムをどうしていくか、ということを考えていく必要がある。また、特許庁のデータベースはとても重要だと思う。
- デザインミュージアムがアートミュージアムと異なる点は、デザインは資源になるという点である。投資としての資源ではなく、集客としてではなく、次の産業を生み出す可能性がある資源となり得る。これらの資源は、特許や他のものともっと関係を繋げないといけない。アートとは違う文脈で、データベースのつくり方や関係構築の仕方を連携していかないと次が見えてこないのではないかと思う。(齋藤)

まとめ

- 一個人の印象として、デザイン資源がどのように使えるのかについて、もう少し整理し、アーカイブに取り組む上でのインセンティブや皆さんの共通認識を作っていないことには、この議論をなかなか進めるのが難しいと感じた。(原川)
- 山梨県五十嵐さんの地域という文脈や、特許庁の意匠のデータベースなど、使いそうな切り口は多くあると思った。印刷博物館様、トヨタ博物館様も、デザイン資源が前向きに使えるものであること、使うべきであることには気づいている。このなんとなくの気付きをもっとクリアに、「誰に対して」「どのデザイン資源を」「どのように使うか」という点を社会に示し、皆さんのコンセンサスを獲得することを、アーカイブ化と合わせてやっていくことが重要ではないかと感じた。(原川)
- 全員集合でないとこうした議論はできない。引き続き議論していければ。(齋藤)

以上