

(参考) 我が国のデザイン政策の歩み

デザイン政策の歩み

■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

■近年は「デザイン経営」や「高度デザイン人材」等に関する施策を実施

「デザイン盗用防止」 & 「グッドデザインの啓蒙」

「感性価値×ブランディング」「デザイン経営」

1950年代	1960年代	1970年代	1980年代	1990年代	2000年代	2010年代	2020年代
・戦後復興 ・輸出振興 ・デザイン盗用問題 ・意匠／デザイン奨励審議会設置 ・Gマーク制度創設 ・通商局デザイン課創設 ・輸出品デザイン法制定	・いざなぎ景気 ・東京五輪 ・世界デザイン会議 ・貿易振興局検査デザイン課設置 ・日本デザイン団体協議会発足 ・日本産業デザイン振興会発足	・大阪万博 ・日本列島改造論 ・札幌冬季五輪 ・「成長の限界」 ・石油ショック ・'73 デザインイヤー ・「デザイン業」分類	・科学万博つくば ・バブル景気 ・物の豊かさ<心の豊かさ ・国際デザイン交流協会発足 ・貿易局検査デザイン行政室設置 ・'89 デザインイヤー	・東西冷戦終結 ・バブル崩壊 ・阪神・淡路大震災 ・長野冬期五輪 ・デザイン功労者表彰 ・産業政策局デザイン行政室設置 ・輸出品D法廃止 ・D奨励審議会廃止 ・Gマーク制度民営化	・「IT革命」 ・愛知万博 ・iPhone ・リーマンショック ・製造産業局デザイン政策チーム設置 ・感性価値創造イニシアティブ ・JAPANブランド ・キッズデザイン賞創設	・東日本大震災 ・クールジャパン戦略 ・地方創生 ・第四次産業革命 ・デザイン思考隆盛 ・商務情報政策局クリエイティブ産業課設置 ・デザインイノベーション ・「デザイン経営」 ・「高度デザイン人材」	・デジタル庁 ・コロナ禍 ・東京五輪 ・大阪・関西万博
・日本インダストリアルデザイナー協会設立 (52) ・意匠奨励審議会設置 (56) ・グッド・デザイン商品選定制度発足 (57) ・通産省通商局にデザイン課設置 (58) ・デザインを護る展示会 (58) ・デザイン奨励審議会に改称 (59)	・世界デザイン会議開催 (東京) (60) ・デザイン奨励審議会答申 (61) ・貿易振興局に検査デザイン課を設置 (検査課とデザイン課を統合) (66) ・日本デザイン団体協議会 (現D-8) 発足 ・財団法人日本産業デザイン振興会 (現JDP) 発足 (69)	・デザイン奨励審議会中間答申 (72) ・'73 デザインイヤー (ICSID'73 京都 等開催) (73) ・行政管理庁が日本産業分類に「デザイン業」新設 (76) ・日本グラフィックデザイナー協会発足 (78) ・輸出検査及びデザイン奨励審議会中間答申 (79)	・国際デザイン交流協会 (国デ協) 設立 (81) ・検査デザイン課を検査デザイン行政室に改組 (87) ・輸出検査及びデザイン奨励審議会中間答申「一九九〇年代のデザイン政策のあり方」(88) ・'89 デザインイヤー (ICSID'89 名古屋、世界デザイン博等開催) (89)	・「デザインの日」制定 (90) ・デザイン功労者表彰 (90-99) ・輸出検査及びデザイン奨励審議会中間答申「時代の変化に対応した新しいデザイン政策のあり方」(93) ・輸出品デザイン法廃止 (97) ・Gマーク制度民営化→グッドデザイン賞 (98)	・戦略的デザイン活用研究会報告「競争力強化に向けた40の提言」(03) ・JAPANブランド育成支援事業 (04-) ・キッズデザイン協議会発足 (06) ・キッズデザイン賞創設 (07) ・感性価値創造イニシアティブ報告書 (07) ・感性価値創造イヤー (08-10) ・国デ協解散 (09)	・商務情報政策局にクリエイティブ産業課を設置 (11) ・第4次産業革命クリエイティブ研究会報告書 (17) ・産業競争力とデザインを考える研究会報告書『「デザイン経営」宣言』(18) ・「高度デザイン人材育成ガイドライン」(19) ・成長戦略実行計画 (「創造性人材」) (19)	・成長戦略実行計画 (「社会人の創造性育成」) (20)
(デザインに関する審議会・法律)							
意匠奨励審議会 / デザイン奨励審議会 / 輸出検査及びデザイン奨励審議会							
輸出品デザイン法							
意匠法							
工芸指導所	産業工芸試験所	製品科学研究所					
工芸ニュース							

戦前～「商工省 工芸指導所」

- **工芸の近代化・輸出振興を目的に、国立のデザイン研究指導機関として設置**（1928年／仙台市）
- 海外の著名デザイナーを招聘し、最新デザイン動向を学ぶと共に日本に適したデザインを追求
（ブルーノ・タウト（独・建築家）、シャルロット・ペリアン（仏・インテリアデザイナー））
- 日本のデザイン界を牽引する多くの人物を輩出（剣持勇、豊口克平ら）
- 機関誌「**工芸ニュース**」を発行（1932年～1974年休刊）＝ 我が国におけるデザイン誌の先駆け
 - ・ 1952年「産業工芸試験所」に改称
 - ・ 1969年「製品科学研究所」に再編（産総研の前身「工業技術院」の研究所の一つ）

工芸指導所の業務



機関誌「工芸ニュース」
（1932年～1974年休刊）

国内外の最新デザイン動向・研究紹介や、
有識者によるデザイン議論がなされた

当所は、各地工芸物産の改善と輸出振興の目的をもって概略以下の業務を行う。

調査研究

内外工芸に関する調査研究及び参考資料の収集

試験鑑定

工芸に利用すべき原料、材料又は機械器具の試験鑑定

商品見本の試作

各種工芸商品の見本試作・配布

製作、加工、図案調整

委託による工芸品の制作加工又は図案調整

実習生・研究生の養成

木工、漆工、金工、図案に関する実習生・研究生の要請

審査及び質疑応答

工芸一般に関する審査・質疑応答

講習及び講演会

工芸に関する講習会・講演会の開催並びに後援指導

設備貸与

事業者の試験研究又は製作加工のための設備貸与

刊行物頒布

工芸に関する試験研究成績調査資料図録等の印刷配布

（出所）商工省 工芸指導所 工芸ニュース第1号（昭和7年）

デザイン政策提言（1950年代後半～）

■1958年 通商産業省 通商局にデザイン課設置

- ①国際問題化し、海外通商の支障となっていた「デザイン盗用問題の解決」
- ②我が国における「グッド・デザイン」の確立・啓蒙を目的

■デザイン＝「機能と形態の融合美」として、工業製品のデザインを中心に政策展開

「グッド・デザイン – その制度と実例 –」（1958年）特許庁意匠課



外国デザインの模倣ではなく、日本独自のグッド・デザインの必要性を説き、日本人のデザインに対する自信回復を促した。

デザインとは単なる模様や装飾ではなく、「機能と形態の融合美」として選定基準を設定。

グッドデザイン商品選定制度（通称“Gマーク制度”）として1957年に創設され、現在のグッドデザイン賞（公益財団法人日本デザイン振興会）に至る。

<グッド・デザイン選定基準>

- ① 機能と形態の融合を目指し、独創性を持つものであること
- ② 量産に適すること
- ③ 材料の性質の正直で有効な使用に成功しているものであること
- ④ 科学技術に立脚すること
- ⑤ 経済性を有すること
- ⑥ 人間性をもつこと

「わが国デザインの問題点とその対策」（1958年）意匠奨励審議会



優秀なデザインの国内製品があるにも関わらず、輸出品のデザインは貧困であることを指摘。

産業界におけるデザイン意識の安易さに加えて、明確な理念を欠き“局面処理”であったそれまでのデザイン行政の転換を提起。

<デザイン振興策>

- ① **ジャパン・デザイン・ハウスの創設**
優秀デザインの海外宣伝・国内産業に対するデザイン啓蒙
- ② **日本手工芸品対米輸出化計画（ラッセルライト計画）**
海外デザイナー招聘・国内工芸品のリデザイン・海外展示・輸出
- ③ **第12回ミラノ・トリエンナーレ展への参加**
当時の世界最高峰デザイン展での入賞が目標
- ④ **政府主催の総合デザイン展**
消費者大衆へのデザイン啓蒙
- ⑤ **意匠センターへの助成強化**
(雑貨・陶磁器・繊維)

デザイン政策提言（1960年代）

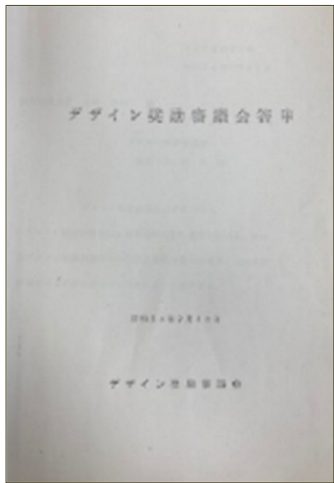
■ デザイン＝「企業経営」に直結するもの

■ 企業経営者に対して強力なデザインポリシーの確立を求める

■ デザインは産業界だけではなく、国民生活にも関わるものとして 一般大衆もデザイン政策の対象に

■ 小中高の 児童生徒に対する「一般デザイン教育」の充実を図ることを提言

「デザイン奨励審議会答申」（1961年）通商産業省デザイン奨励審議会



<デザイン振興の基本的態度>

- ・デザイン問題をデザイナー個人の感覚に依存する芸術的問題と捉えるのではなく、企業経営や国民経済に直結する問題として捉えること。
- ・企業におけるデザインポリシーの確立と、これを裏付ける企業内のデザイン管理が必要であること。
- ・輸出品デザインの改善のためには、まず国内製品のデザイン性向上が必要であること。
- ・産業界だけではなく一般大衆にもデザインの意義を周知徹底していくためには、散発的に終わりやすかったこれまでの施策を見直し、関連機関が民主的かつ有機的な連絡と協力をもたらす恒久的方策が必要。

<デザイン振興政策>

① デザイン振興の中心的機関の設立

JETRO、業種別デザインセンター、各都道府県、民間団体によるデザイン活動の連携不足・局所的な活動を解消し全国的なデザイン振興を行うための中心的機関

② デザイン教育の充実

小中高の普通教育課程におけるデザイン教育＋デザイナーの量的質的拡大

③ デザイン研修機関の設立

中小企業におけるデザイン活動の充実を図る

④ 官公設試験研究機関の充実

インハウス・フリーランスデザイナーの活動に資するデザインの基礎的研究、海外のデザイン事業や理論、デザイン資料の紹介

⑤ 総合デザイン展の開催

政府主催の総合デザイン展、国立近代美術館の施設活用による国民一般に対するデザイン啓蒙

⑥ 意匠センターの助成強化

模倣防止事業を行う繊維・陶磁器・機械・雑貨等の各意匠センターに対する助成強化

(参考) 世界デザイン会議 (1960年／東京)

- 日本における初めての国際デザイン会議 (通称WoDeCo)
- グラフィック・クラフト・インダストリアル、建築・デザイン評論・デザイン教育など領域間を超えた討論を行い、各専門領域間の繋がりと国際的な繋がりを生み出すことを目指した

世界デザイン会議 (1960年5月／東京)



- テーマ：新時代の全体像とデザインの役割
- 会期：1960年5月11日～16日 (6日間)
- 会場：産経会館など (東京都)
- 参加国 (地域) : 38 ■参加者：227名 (海外84名、国内143名)

会の閉会にあたり、以下の東京宣言を採択

世界デザイン会議 東京宣言

我々は本日世界デザイン会議東京会議の幕を閉じるにあたり、会議に参加したすべてのメンバーの名において、つぎのことを宣言する。

我々は人種・言語・国家の相違を越え、現代に生きる人間として互いに会い、知り、話すことの価値をここにあらためて確認する。

我々は今日の世界がこのような相互理解と相互寄与の場を必要としていることを確信する。

我々は来るべき時代が人間の権威ある生活の確立のために現代よりも一層強い人間の創造的活動を必要としていることを確認し、我々デザイナーに課せられたつぎの時代に対する責任の重大なることを自覚する。

我々はこの東京会議によって点ぜられた灯を消すことなく、つぎの時代に対する我々デザイナーの協同の責任を手をたずさえてはたさんことを誓う。

我々はこの東京会議の後、やがて来たるべき国際的機構の活動が開始され、つぎの時代の人間の幸福のために確固たるイメージの探求が行われることを提唱する。

画像出典：G K 50年の歩み—2.デザイン運動と提案活動／1960～1969 (GK Report No.7 2000年12月)
<https://www.gk-design.co.jp/kikou/GKReport/No7/No7-R.html>

出所：日本の近代デザイン運動史 (1990年 | 財団法人工芸財団)

デザイン政策提言（1970年代）

- 高度成長を達成し物質的に充足（「成長追求型」経済運営の終焉）
- 国民が豊かで格調高い生活様式を主体的に形成する、人間性に立脚した「成長活用型」経済運営へ
- 単なる「もの」が要求される時代から、「より美しく、生活を豊かにするもの」が要求される時代へ
- デザイン関係者間で閉じがちな施策を念頭に「デザイン向上のための国民運動」を提起

「デザイン奨励審議会中間答申 -70年代のデザイン振興政策のあり方」（1972年）通商産業省デザイン奨励審議会

<デザインの正しい把握>

従来、わが国においては、「デザイン」は、単に製品の表面的な形態、色彩、模様等の装飾を意味する言葉として、極めて限定的に、また誤解をもって用いられてきた場合が多く、これが現在のわが国におけるデザインの向上、振興を著しく阻害している点が指摘される。

もとより、デザインの概念は、それが有する領域の広さ等からいって定義し尽くすものではないが、現在では「デザイン活動」の概念として、ほぼ次のようなコンセンサスが得られている。
すなわち、「デザイン活動」は、人間の物質的、精神的な諸要求を最も十分に満足させる調和ある人工的環境を形づくることを意図する創造的な活動であり、具体的には、製品に期待する諸機能、生活環境への適合性、趣味嗜好への合致といった使用者の様々な要求と生産面における技術的可能性および経済性等を考慮に入れて製品の形態上の決定を行う活動である。

<デザイン振興政策の性格>

デザイン向上を図る政策は、単にデザイン振興政策として展開されるだけでなく、消費者行政、中小企業政策、技術振興政策、教育文化政策の展開と密接な関連を有し、これらの政策の展開にデザイン向上の効果が期待できる分野が極めて大きい。しかしながらわが国においては、デザイン向上の問題がいまだ国民的な関心事となり得ず、比較的少数の直接の関係者の問題としてのみしか把握されていないため、これらの関連施策の展開に際してデザイン向上との関連が十分に認識されておらず、施策の有効性を著しく減殺している点が指摘される。

一方、デザインの評価は、最終的には消費者大衆に委ねられ、しかもその評価基準が極めて定式化しにくい等の理由のために、デザイン振興策の効果が総じて遅効的であり、その定量的把握が極めて困難である。

デザイン振興政策は、以上のような多面的性格と効果測定の高難性といった基本的性格を備えているため、施策の展開にあたっては、この点を十分に認識し、長期的展開に立った心構えが必要である。

<デザイン振興政策の課題>

- ①デザイン振興政策のシステム化の推進
- ②デザイン振興体制の整備拡充
- ③試験研究体制の確立（国立試験研究機関・地方公設試験研究機関）
- ④デザインの保全
- ⑤国際交流の推進

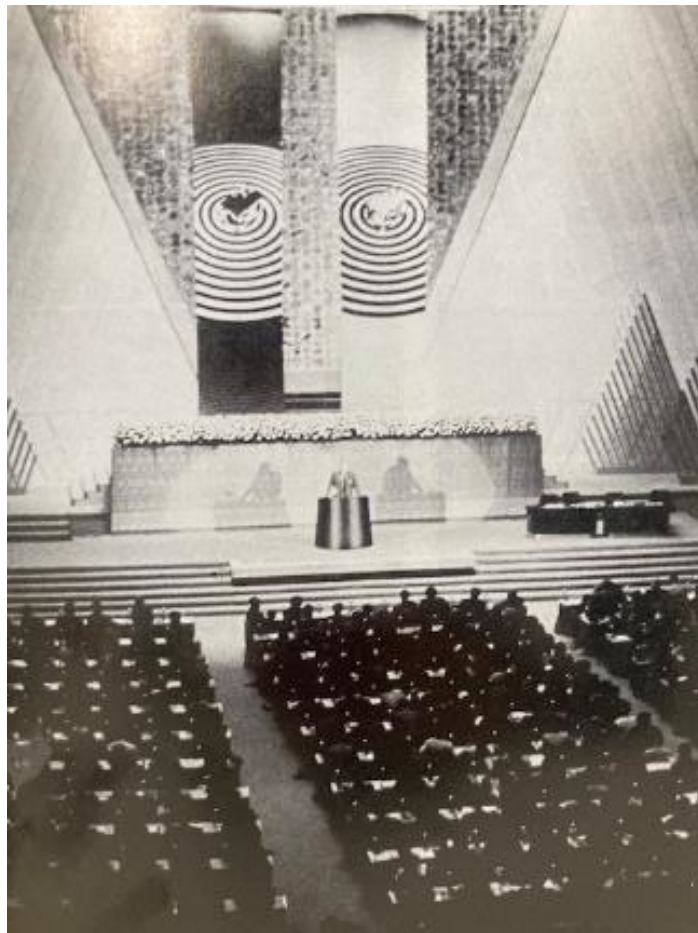
<国民運動の展開>

英国やドイツ、スウェーデンとは異なり、わが国は一般消費者を巻き込んだデザイン運動を経験したことはないが、国民生活の向上など、デザインに対する国民的理解が得られやすい機運が高まっており、「デザイン・イヤー」「世界デザイン会議」「生活とデザイン博覧会」など、1970年代を通じて多彩な行事を展開することで、デザイン振興の全国的ネットワークの形成や、高度に創造的な知識集約社会の確立に資することが期待される。

(参考) 世界インダストリアルデザイン会議 (1973年／京都)

- 1973年デザインイヤーにおける代表的イベント。国内外から2,000名を超える関係者が参加
- WDOの前身、ICSID (国際インダストリアルデザイン団体協議会) 第8回総会に合わせて開催

世界インダストリアルデザイン会議 (1973年10月／京都)



- テーマ：人の心と物の世界 (Soul and Material Things)
- 会期：1973年10月11日～13日 (3日間)
- 会場：国立京都国際会館
- 参加国(地域)：38 ■参加者：2,245名 (海外448名、国内1,797名)

<分科会討議>

1. 自然 (創造与件としての自然)

- (1) 環境...新しい安住様式の創造
- (2) 生体...生体と技術との調和
- (3) 素材...素材活用に必要な配慮

2. 人間 (経験の座としての個人)

- (4) 形態...形の意味と機能
- (5) 生態...生き甲斐の創造
- (6) 個性...ものによる人格形成

3. 社会 (変化する実体としての社会)

- (7) 参加...環境形成の主体、生活者の役割
- (8) 移動...移動と環境の生理学
- (9) 進化...物的近代化と精神的側面との調和

4. 文化 (設計母体としての文化)

- (10) 想像...内的環境と外的環境
- (11) 価値...サブカルチャーとその影響
- (12) 伝達...コミュニケーションとしての文化

5. デザイン教育 (デザイン教育による人間形成とその世界の創造)

- (13) 理念...現代における教育哲学とその再編成
- (14) 地域性...地域文化とデザイン教育
- (15) 学生...デザイン学校とその未来

6. 特別分科会 (新しいインダストリアルデザインの役割)

- (16) 福祉...心身障害者に対するIDの役割
- (17) 災害...災害におけるIDの役割
- (18) 開発途上国...開発途上国におけるIDの役割

7. デザイン振興と啓蒙 (日常生活レベルでの文化運動)

- (19) デザインセンター...デザイン運動の媒体として

8. デザイン政策と行政 (日常生活とデザイン政策)

- (20) その理念...その位置づけと役割
- (21) その課題...変化する社会
- (22) その方法...使用者、デザイナー、生産者そして偽政者

9. デザインと企業 (転換期を迎えた企業とデザイン)

- (23) 企業の新しい目標...企業と地域文化の創造
- (24) デザインの役割...企業内のデザイン活動とデザイナーの役割

出所：'73デザインイヤー報告書 (1974年／デザインイヤー運営会)

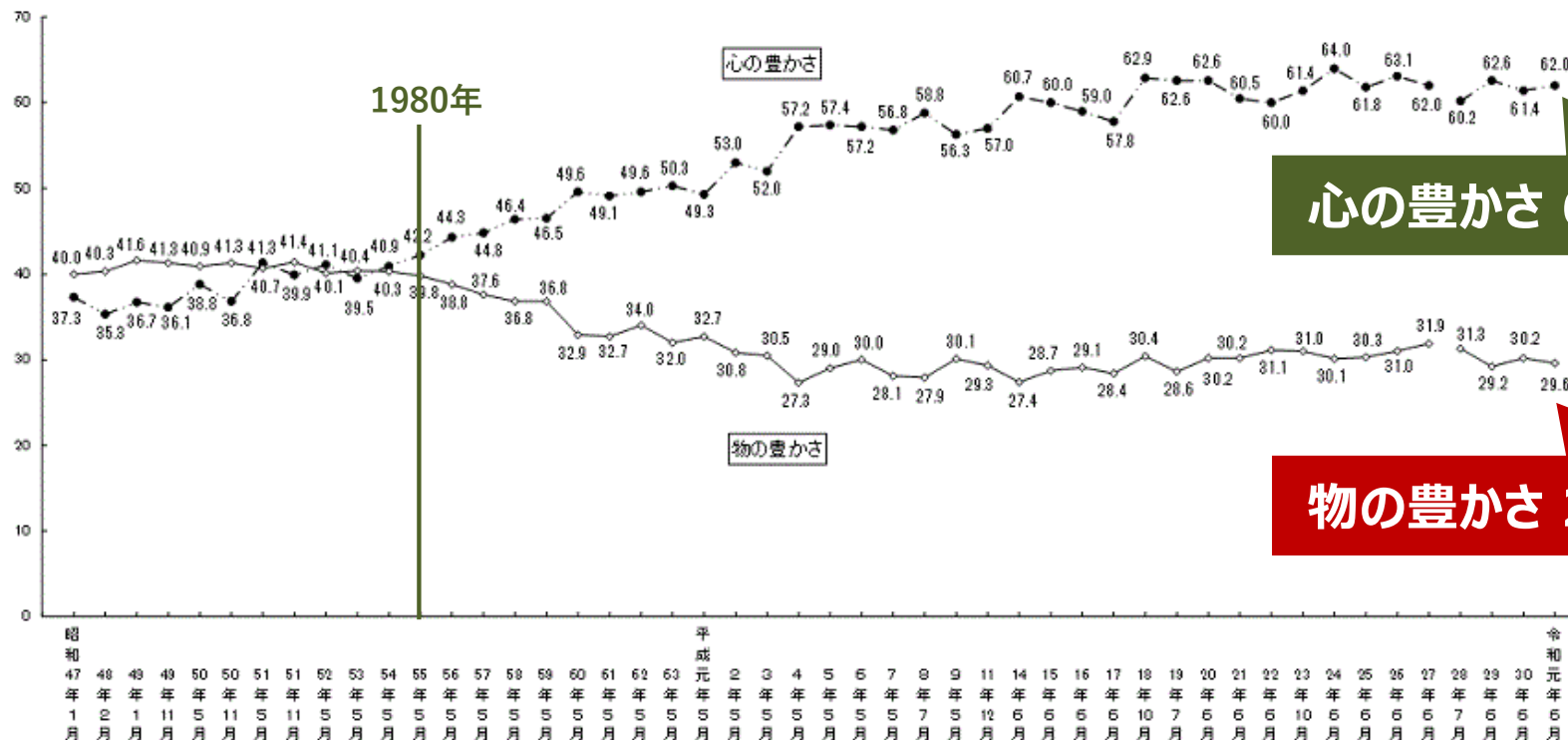
(参考) これからは心の豊かさ

■1970年代後半から、物の豊かさよりも心の豊かさを求める者の割合が上回る

(物質的にある程度豊かになったので、これからは心の豊かさやゆとりのある生活をすることに重きをおきたい)

「国民生活に関する世論調査」(内閣府・令和元年度)

図21-2 これからは心の豊かさか、まだ物の豊かさか(時系列)



(注1) 心の豊かさ → 「物質的にある程度豊かになったので、これからは心の豊かさやゆとりのある生活をするに重きをおきたい」
物の豊かさ → 「まだまだ物質的な面で生活を豊かにすることに重きをおきたい」

(注2) 平成27年6月調査までは、20歳以上の者を対象として実施。平成28年7月調査から19歳以上の者を対象として実施。

デザイン政策提言（1980年代）

- 経済大国としての地位を確立 → 生活の基礎的需要は満たされ、人々の要求は精神的次元へ
- 1970年代の提言を継承しつつ内容を拡充

「今後のデザイン振興策について」（1979年） 通商産業省 輸出検査及びデザイン奨励審議会デザイン奨励部会報告

<デザイン振興策の役割・枠組み>

- ① わが国のデザイン水準を向上させ、豊かな国民生活を実現すること
- ② 商品を作る人、それを使う人、これをつなぐ人、すべてに関わるもの／消費者行政、中小企業政策、技術振興政策、教育政策、文化政策等と密接な関係を有するもの
→ この多面的な性格を十分に認識し、施策の展開にあたること
- ③ デザインの本質は「創造」的活動にあり、これを尊重する制度や機運の醸成が重要であること
- ④ デザインを通じて国策的課題の達成に寄与する側面があること
(例：デザインの国際交流→文化交流としての一環や、発展途上国に対する経済協力にもなり得る)

<具体的なデザイン振興策>

- ① デザインの重要性に関する国民的認識の深化
「デザインイベントの開催」「小中高におけるデザイン教育」「大人向けのもの作り施設」「デザイン評価の研究」「デザインを議論する場」「デザイン白書」など
- ② 産業に対するデザイン振興策の強化
「産業界の指導者・流通業界に対するデザイン認識の深化」「業種別のデザイン問題の検討」「中小企業に対するデザイン開発指導の強化」など
- ③ 公共デザインの向上
「政府、地方公共団体におけるデザイン認識の向上」「官公庁購入物品のデザイン面からの配慮」「官公庁事業へのデザイナーの参画」「公共物のデザイン向上」
- ④ デザイナー対策の強化
「デザイン業の実体把握」「デザイナーの組織化の推進と共同事業の実施」「デザイン料の算定方式の確立」「デザイナー養成のための教育の充実」「デザイナーの再教育」「規格設定等へのデザイナーの参画」「デザインコンペの位置付け」
- ⑤ 国際交流の強化
「国際デザインコンペの開催」「海外における日本デザイン展の開催」「国際交流の組織的推進」「国際広報活動の強化」など
- ⑥ デザイン振興策のシステムの推進
「デザイン振興に関するナショナルポリシーの確立」「日本産業デザイン振興会の機能強化」「国立試験研究機関」「地方公設試験研究機関」「デザイナー団体」「業種別デザインセンター」「地方におけるデザイン振興」
- ⑦ デザイン振興のための施設整備
「総合的デザインセンター（デザイン会館）」「生活文化財博物館（デザイン博物館）」

(参考) 世界デザイン会議 ICSID'89 NAGOYA

- 「世界デザイン博」と並び、1989年デザインイヤーにおける一大イベント
- 国内外から3,700名を超える関係者が参加。それまでのデザイン史上最大の国際デザイン会議

世界デザイン会議 ICSID'89 NAGOYA (1989年10月/名古屋)



基調講演 (ライアル・ワトソン博士)



分科会 (プラネットⅡデザイン・アクシス 不安・安心)

- テーマ：かたちの新風景 -情報化時代のデザイン- (Emerging Landscape: Order and Aesthetics in the Information Age)
- 会期：1989年10月18日～21日 (4日間)
- 会場：白鳥センチュリープラザ・電気文化会館・名古屋市科学館
- 参加国(地域)：46 ■参加者：3,764名 (海外654名、国内2,630名)

<分科会討議>

プラネットⅠ. デザインの20世紀

- (1) 普遍と固有/社会
- (2) テクノロジーの系譜/技術
- (3) 膨張する「知」/人

プラネットⅡ. デザイン・アクシス

- (A-1) 変化・伝播
- (A-2) コンピュータ
- (A-3) 先端技術
- (B-1) 移動
- (B-2) 不安・安心
- (B-3) 量
- (C-1) 国際
- (C-2) プロモーション
- (C-3) 教育 1
- (C-4) 教育 2

プラネットⅢ. デザインのデザイン (21世紀)

- (1) カーデザインサミット
- (2) 21世紀へのデザイン-A
- (3) 21世紀へのデザイン-B

プラネットⅣ. デザインを挑発

- (1) 科学の美
- (2) 挑発する想像力
- (3) 新しい生命

プラネットⅤ. デザインを遊ぶ

- (1) 遊びのかたち
- (2) アニメ進化論
- (3) 都市の快樂装置

プラネットⅥ. 日本のデザイン・意

- (1) 四季と日本人
- (2) 日本的マーケティング
- (3) 日本的マネージメント

プラネットⅦ. 日本のデザイン・匠

- (1) 組む
- (2) 焼く
- (3) 継ぐ

世界のデザイン活動-A

専門領域における課題と展望

世界のデザイン活動-B

各国における課題と展望

このほか、

- ・エキスカーション
 - ・レセプション
 - ・市民フォーラム
 - ・展示会など、
- 多数のイベントを開催

出所：世界デザイン会議報告書 ICSID'89 NAGOYA OFFICIAL REPORT
(1990年/世界デザイン会議運営会)

(参考) デザインの日「10月1日」創設（1990年）

- 1989年「デザインイヤー」運動を全国で展開
- デザインの重要性を国民に訴える機会として、10月1日を「デザインの日」として制定
(10月1日＝1959年 通商産業省がデザイン奨励審議会を設置した日)
- グッド・デザイン賞授与式・デザイン功労賞表彰式、シンポジウム開催やポスター配布等の事業を実施

「デザインの日」創設（1990年1月22日／通商産業省）

「デザインの日」マーク・ロゴの制定（デザイン：亀倉雄策）



10月1日
デザインの日

「デザインの日」創設について

1. 通商産業省としては、昭和63年3月31日の省議決定に基づき、「'89デザインイヤー」運動を強力に支援してきたところである。
2. 我が国が、快適で潤いのある国民生活を実現する上で、また、産業活動の高度化を図る上で、更には、文化の発展を図る上で、「デザイン」の視点はますます重要なものとなっていることが、「デザインイヤー」の活動を通じて確認された。
3. このような観点から、通商産業省としては、デザイン奨励審議会が設置され、国民の幅広い見識を踏まえた本格的なデザイン政策が開始された昭和34年10月1日を記念し、毎年10月1日を「デザインの日」と定め、「デザイン」の重要性を考える機会を設けることにより、各分野における国民のデザイン活動を一層強力に支援していくものとする。

平成2年1月22日 通商産業省

デザイン政策提言（1990年代）

■個人の多様な価値観とニーズに対応するデザインを希求

■デザイン＝「経済と文化を高次元で統合し、具体化する役割を果たすことが可能な活動」と提示

「1990年代のデザイン政策－輸出検査及びデザイン奨励審議会 答申－」（1988年）通商産業省貿易局編

「時代の変化に対応した新しいデザイン政策のあり方－輸出検査及びデザイン奨励部会 中間答申－」（1993年）輸出検査及びデザイン奨励審議会

< 今日におけるデザインの意義 >

①国民生活の充実

「もの」の充足のうえに立って、「心」を充足する快適で潤いのある国民生活を実現すること。

②需要の創造及び産業経済の活性化

優れたデザインが提供された時、そこに感動が生じ、この感動が社会に共鳴する時、需要が創造される。

③生活文化の創造

「心」の豊かさを充足する上で、我が国固有の文化の発展が期待されている。デザインは物的・技術的価値を人間生活上の価値に変換する役割を担っている。デザインされた「もの」が社会に普及し、社会に「様式」として伝承されていくとき、我が国固有の生活文化として昇華していく。

④創造力の涵養

21世紀の日本を支えていくものは「創造性」であり、技術革新から身の回りの生活における工夫まで、創造力こそが我が国経済社会の発展の源泉となる。人間の「創造性」を本質とし、その「構想力」をもって生活及び産業に働きかけ、その充実を図るデザインの視点は不可欠。

< デザイン政策の基本的視点 >

①国民生活のゆとりと豊かさの確保

デザイン活動は我々の「感性」や「文化」と密接に関わる活動である。
地域の特色も生かしつつ、より豊かで実りあるものにするための手段として活用されることを期待。

②産業の活性化

地域の産業及び中小企業を含めた産業活動全般の活性化のために、デザイン活動をさらに発展させる。

③デザインを通じた国際社会への貢献

デザイン活動は経済成長を支援する有力な手段。
各地域の生活文化との融合を進める親和力を持っている。

< 具体的なデザイン振興施策 >

①デザイン人材育成支援スキームの確立

デザイナーの再教育／デザインマネジメントスクール（デザイン大学院大学）

②中小企業・地域におけるデザイン振興

中小企業のデザイン活用を支援／地域におけるデザインセンターの設置

③デザインを通じた国際協力事業の拡充強化

環太平洋デザイン交流センターの設置／

④デザインの社会への一層の浸透

10月1日「デザインの日」に関連した事業拡充
通産省におけるデザイン行政体制の強化（各施策・関係者との連携）
デザインマインドの涵養（幼少期～教材開発や生涯学習の活用）

デザイン政策提言（2000年代～2010年代中盤）

■「ブランドの確立」と「競争力強化」に資するデザインをテーマに政策提言

■生活者の感性に働きかけ、感動や共感を得る「感性価値」を推進

「デザインはブランド確立への近道」—デザイン政策ルネッサンス—（競争力強化に向けた40の提言）」（2003年）経産省 製造産業局
「感性価値創造イニシアティブ」— 第四の価値軸の提案 —感性 ☆きらり21 報告書」（2007年）経産省 商務情報政策局

「デザインはブランド確立への近道」—デザイン政策ルネッサンス—（競争力強化に向けた40の提言）

<ブランド確立のためのデザインの戦略的活用支援>

- ①戦略的活用成功事例集の作成
- ②経営者向けセミナーや研修を頻繁に開催
- ③デザイン活用型ブランディングマニュアルの作成
- ④デザイン関連評価指標の策定と評価
- ⑤デザイン関連指標の標準化（ISO化）
- ⑥Gマーク事業にブランド部門を創設
- ⑦Gマーク事業に企業、デザイナー等の表彰制度を創設
- ⑧Gマーク事業にアジア評価部門を創設
- ⑨国際デザインコンペティションのビジネスへの貢献を目指した改革
- ⑩優れたデザイン製品の海外見本市の開催
- ⑪産業構造審議会デザイン小委員会の新設

<デザインの企画・開発支援>

- ⑫デザインに関する産学官連携
- ⑬意匠権の流通促進に関する調査
- ⑭デザインを主要テーマとしたインキュベーション施設整備事業との連携
- ⑮中小企業へのデザイン初期投資支援
- ⑯中小企業へのデザイナー派遣支援
- ⑰デザイン評価基準の作成とデザインの優れた製品の政府調達への推進

<デザイン情報インフラの確立・整備>

- ⑱コンピューターマネキンの開発などITを活用したデザインツールの開発
- ⑲過去の優れたデザイン情報の整備
- ⑳デザイナー関連情報の整備
- ㉑人間特性データベースの整備
- ㉒人間特性データの計測手法の標準化
- ㉓意匠関連情報の整備

<意匠権等の権利保護の強化>

- ㉔意匠権の類似の範囲を拡大
- ㉕意匠権の保護対象範囲の拡大
- ㉖意匠審査期間の短縮の実現
- ㉗意匠権の利便性の向上
- ㉘海外におけるデザイン模倣対策を充実
- ㉙意匠権を始めとする知的財産権侵害の実態調査を拡充
- ㉚デザイン取引ガイドラインの作成

<実践的人材の育成>

- ㉛デザインマネジメント人材育成支援
- ㉜人間工学を応用したデザインを実践できる人材の育成支援
- ㉝大学院レベルや経営者教育課程（MBA）へのデザイン教育支援
- ㉞知的財産カリキュラム作成支援
- ㉟Gマーク事業と関連した学生向けの賞の創設
- ㊱Gマーク事業における学生と企業のマッチング支援

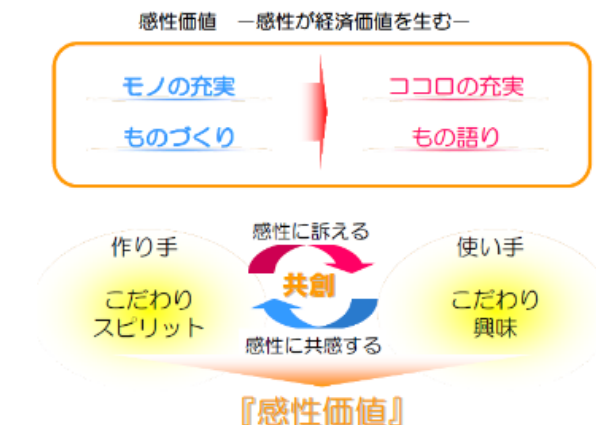
<国民意識の高揚>

- ㊲デザインの Opiniオンリーダーによるフォーラム設立
- ㊳デザイン月間の創設
- ㊴デザインミュージアムの設立を通じて多様で優れたデザインに触れる機会の創出
- ㊵初等中等教育でのデザイン教育の充実

「感性価値創造イニシアティブ」

第四の価値軸の提案 感性 ☆きらり21 報告書

生活者が満足して対価を払う「いい商品、いいサービス」とは、高機能性、高信頼性、合理的価格といった価値を超えて、生活者の感性に働きかけ、その感動や共感を呼び起こすものであることが分かる。
逆に供給者が商品・サービスがどんなに良いものであると信じて、生活者の共感のレベルが低いものは、買われることはなく価値実現に至らないことに気づかされる。この生活者の感性に働きかけその共感を得ることによって初めて顕在化する、商品・サービスの重要な経済価値を、我々は「感性価値」と表現する。



デザイン政策提言（2010年代後半～）

- デザインを経営戦略の中心に据え、企業競争力を向上させる「デザイン経営」を提言
- 「ブランド構築に資するデザイン」と「イノベーションに資するデザイン」の二つに整理
- 企業のみならず、行政においてもデザインを活用する機運が高まる

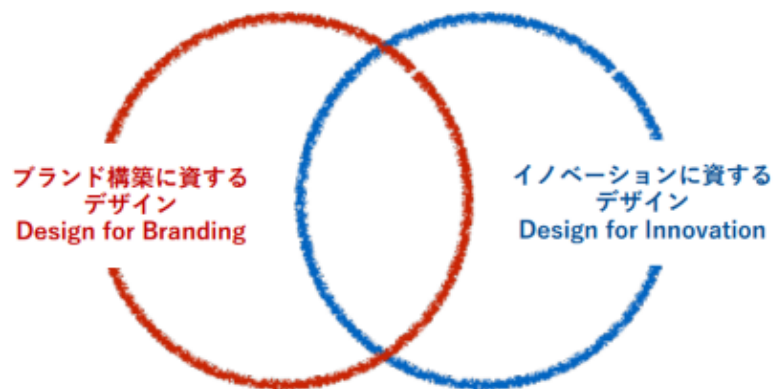
「第4次産業革命におけるデザイン等のクリエイティブの重要性及び具体的な施策検討に係る調査研究報告書」（2017年）経産省 商務情報政策局
「デザイン経営宣言」-産業競争力とデザインを考える研究会-（2018年）経産省・特許庁

「デザイン経営」の効果＝

ブランド力向上+ イノベーション力向上

＝企業競争力の向上

「デザイン経営」は、ブランドとイノベーションを通じて、企業の産業競争力の向上に寄与する。



「デザイン経営」の効果

日本は人口・労働力の減少局面を迎え、世界のメイン市場としての地位を失った。さらに、第四次産業革命により、あらゆる産業が新技術の荒波を受け、従来の常識や経験が通用しない大変革を迎えようとしている。そこで生き残るためには、顧客に真に必要な存在に生まれ変わらなければならない。そのような中、規模の大小を問わず、世界の有力企業が戦略の中心に据えているのがデザインである。一方、日本では経営者がデザインを有効な経営手段と認識しておらず、グローバル競争環境での弱みとなっている。

デザインは、企業が大切にしている価値、それを実現しようとする意志を表現する営みである。それは、個々の製品の外見を好感度の高いものにするだけではない。顧客が企業と接点を持つあらゆる体験に、その価値や意志を徹底させ、それが一貫したメッセージとして伝わることで、他の企業では代替できない顧客が思うブランド価値が生まれる。さらに、デザインは、イノベーションを実現する力になる。なぜか。デザインは、人々が気づかないニーズを掘り起こし、事業にしていくなかで営みでもあるからだ。供給側の思い込みを排除し、対象に影響を与えないように観察する。そうして気づいた潜在的なニーズを、企業の価値と意志に照らし合わせる。誰のために何をしたいのかという原点に立ち返ることで、既存の事業に縛られずに、事業化を構想できる。

このようなデザインを活用した経営手法を「デザイン経営」と呼び、それを推進することが研究会からの提言である。

（出所）経済産業省・特許庁 産業競争力とデザインを考える研究会報告書『「デザイン経営」宣言』p.1

広がるデザイン経営（企業）

- **CDO（Chief Design Officer）の新設・デザイン組織を拡充する動きが拡大**
- デザイン経営に関するイベントやセミナー、調査研究も活発に実施
- 大企業やデジタル系スタートアップ企業のみならず、地方の中小企業へも波及が見られる

「デザイン経営企業」の例（特許庁知財功労賞）

デザイン経営表彰（特許庁 | 平成31年度～）

デザインの力をブランドの構築やイノベーションの創出に活用する経営手法である「デザイン経営」にスポットライトを当て、世界に通じる優れたデザインを生み出し、知的創造サイクルの実践に寄与した人材やデザイン経営を取り入れながら、知的財産を有効活用されている企業を対象に表彰

<平成31年度>

- 株式会社良品計画（経済産業大臣表彰 | 東京都）
- 株式会社スノーピーク（特許庁長官表彰 | 新潟県）

<令和2年度>

- TOTO株式会社（経済産業大臣表彰 | 福岡県）

<平成3年度>

- 株式会社ジャクエツ（経済産業大臣表彰 | 福井県）
- ヤフー株式会社（特許庁長官表彰 | 東京都）
- ヤマハ発動機株式会社（特許庁長官表彰 | 静岡県）

<平成4年度>

- 株式会社八幡ねじ（経済産業大臣表彰 | 愛知県）
- 株式会社ファミリア（特許庁長官表彰 | 兵庫県）

出所）知財功労賞について | 特許庁
https://www.jpo.go.jp/news/koho/tizai_koro/index.html

「デザイン経営」に関する調査研究（公益財団法人日本デザイン振興会）

企業経営へのデザイン活用度調査

- 調査実施機関：公益財団法人日本デザイン振興会
- 共同研究機関：株式会社三菱総合研究所
- 調査期間：2020年2月18日～3月26日
- 有効回答企業数：519社

（得られた主な示唆）

“デザイン経営に積極的な企業ほど、**売上成長率が高い**傾向にある”

“デザイン経営に積極的な企業ほど、**デザインへの投資は増加し、将来的な効果への期待が高い**傾向にある”

“デザイン経営に積極的な企業ほど、**従業員からも顧客からも愛される**傾向にある”



出所）企業経営へのデザイン活用度調査結果発表 | 日本デザイン振興会
<https://www.jidp.or.jp/2020/11/25/DesignManagementReport>

デザイン政策目的・デザインの定義

- 日本のデザイン政策の目的は「**産業振興・産業競争力の強化**」が基本
 加えて、地域振興や市民生活の豊かさといった「**文化的・精神的価値の創造**」
 近年は「**行政サービスの向上**」といった目的を有する



デザイン政策提言におけるデザイナーの定義

- デザインの対象領域は拡大・細分化
- CADやインターネットといった技術革新に合わせてデザイナーに求められるスキルも変化・拡大
- 現場で職人的に手を動かすデザイナーに加えて、高い視座をもつデザイン人材を希求

「デザイン盗用防止」 & 「グッドデザインの啓蒙」

「感性価値×ブランディング」 「デザイン経営」

1950年代

1960年代

1970年代

1980年代

1990年代

2000年代

2010年代

2020年代

CADの出現・台頭

インターネット・SNSの普及・AIの活用

共創・デザインの民主化

②

視座が高く・高度かつ多様なスキルを有する
デザイナーへのニーズ

<総合的に計画する者>

- プロデューサー
- コーディネーター
- クリエイティブディレクター
- クリエイター

<高度デザイン人材>

- サービスデザイナー
- ビジネスデザイナー
- ビジョンデザイナー
- デザインマネジャー
- デザインストラテジスト

- 観察の達人
- コトバにならないものを
カタチにする

●需要者と供給者とを双方向で媒介する「コミュニケーター」

- 国民の生活環境の形成に関連する、あらゆる有形の人工物の形態上の決定を行う者
(個々の製品から、住宅、構築物、公共施設等まで)
- 生産技術上の諸条件をも十分理解したエンジニアとしての側面をあわせもつべき者

①

現場のデザイナー



●インダストリアルデザイナー

(参考) 世界デザイン会議 東京 2023

- World Design Organization (WDO) が主催する世界デザイン会議を2023年10月に東京で開催予定
- 日本での国際デザイン会議の開催は34年ぶり (1989年の名古屋以来)

世界デザイン会議 東京 2023 (予定)

- テーマ: その先のデザインー誰もが人間らしく生きられる社会へ
Design Beyond - Renaissance for Convivial Society
- 会期: 2023年10月27日(金) ~ 10月29日(日)
- 会場: 千葉大学墨田サテライトキャンパス、東京ミッドタウン 他
- 実行委員長: 田中 一雄 氏
- 運営事務局: 日本デザイン振興会、日本インダストリアルデザイン協会、多摩美術大学、千葉大学、武蔵野美術大学



世界デザイン会議
東京 2023
DESIGN BEYOND
2023.10.27 FRI - 10.29 SUN

出所: 日本デザイン振興会ウェブサイト

<https://www.jidp.or.jp/ja/2022/03/03/news20220303?query=tagNames%3DNEWS%26tagNames%3DREPORT%26categoryCodes%3Dinternational>

<https://www.jidp.or.jp/ja/2022/10/28/news20221028?query=tagNames%3DNEWS%26tagNames%3DREPORT%26categoryCodes%3Dinternational>

World Design Organization (WDO) 概要

- ABOUT | 国際的な非政府組織であり、インダストリアルデザインの国際的な声を代表する。より良い世界のためのデザインを提唱し、経済的、社会的、文化的、および環境的な生活の質を高めるインダストリアルデザイン主導のイノベーションの知識を促進・共有している。現在、WDOは世界中のインダストリアルデザイナーを代表する170を超えるメンバー組織にサービスを提供している。(前身は、1957年にインダストリアルデザインの重要性を喚起することを目的としたデザイン団体 (icsid))
- VISION | デザインが経済的、社会的、文化的、および環境的な生活の質を高める世界の創造に努めている。
- MISSION | インダストリアルデザインの国際的な声として、WDOはより良い世界を創造する力を持つ工業デザイン主導のイノベーションの知識を提唱、促進、共有している。

出所: World Design Organization (WDO) ウェブサイト

(参考) 各国・地域のデザイン政策

各国・地域におけるデザイン政策概要

デザイン政策の概要・特徴



- 英国では、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
- 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



- フランス共和国では、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



- ドイツ連邦共和国では、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



- イタリア共和国は教育大学省の策定する国家研究計画において“クリエイティブ、デザイン、made in Italy”を重点分野の1つに掲げている
- 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）

調査からの示唆

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

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

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

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

出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）

各国・地域におけるデザイン政策概要

デザイン政策の概要・特徴



- オランダ王国は重要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



- デンマーク王国は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ブ活用等、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



- フィンランド共和国は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



- 中華人民共和国は製造業・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

調査からの示唆

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

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

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

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

出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）

各国・地域におけるデザイン政策概要

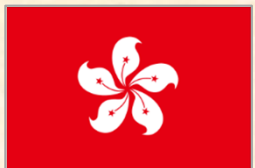
デザイン政策の概要・特徴



- 韓国は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じ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



- 台湾は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



- 香港を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



- シンガポール共和国は、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

調査からの示唆

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

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

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

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

出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）

各国・地域におけるデザイン政策概要

デザイン政策の概要・特徴



- アメリカ合衆国は、「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



- インドは、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

調査からの示唆

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

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

出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）

Key word

公共領域への活用

社会課題解決

イノベーション

中間組織

産官学連携

デザイン教育



目的

- 2021年に発行したUK Innovation Strategyの中で、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となることを目標としており、**イノベーション創出のための重要な要素の1つとしてデザインを位置づけ、デザイン活用を推進**している
- 社会・環境・経済分野におけるデザイン活用を推進し、**より良い公共政策の策定による人々の生活の向上**を目的としている

主な取組

1. **Innovate UK's Design Foundations** (Innovate UK/KTN)
 - ・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 Network** (Innovate UK/KTN)
 - ・イノベーターとデザイナーのネットワークを設立、イノベーションの成功確率を上昇させることを図っている
3. **Design Economy** (Design Council)
 - ・デザインの価値を多面的に測定する研究を実施、発信しデザインの活用推進を図っている
4. **Black Creatives** (Design Council)
 - ・Black Lives Matter等、市民の関心ある社会課題をテーマにイベントやワークショップを開催している
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 (Design Commission)
 - ・政治家とデザイナーが英国の社会課題とデザインについて議論するワークショップ等が開催されている
6. **Creative industries clusters programme** (AHRC)
 - ・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い、ビジネスとしての成功を支援している

出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）

Key word

公共領域への活用

社会課題解決

イノベーション

デザイン教育

プラットフォーム

競争力向上



目的

- 特定の地域において、デザインはイノベーションのためのツール、競争力の重要な要素として認識され、地域の**公共サービスの変革・産業振興におけるデザインの活用が推進**されている
- **国を挙げてデザインを活用することで、国民・企業のデザインに関する認識・理解のギャップを是正し、フランス共和国の発展を目指す**

※ フランス共和国では、地域圏・都市・企業ごとにデザインの研究・活用が推進され、デザインの認識・理解の地域格差が拡大している

主な取組

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**（ADI Nouvelle-Aquitaine/地域圏政府）
 - ・ 地方自治体が支援し、企業とデザイナーのアクセスを容易にするオンラインプラットフォームを作成
2. **リール都市圏のデザインプラットフォームの活動とW D C 2020の誘致**（lille-design/都市圏政府）
 - ・ 産業振興・イノベーション創出を志向するデザイン活用を推進しており、都市圏内の企業・団体・個人のデザイン活用を支援するリール・デザインというデザインプラットフォームが活躍
 - ・ 2020年にはW D C（ワールドデザインキャピタル）の誘致に成功し、多くのデザインイベントが開催された
3. **サンティ・ティエンヌ市の国際デザインビエンナーレとシテ・デュ・デザインのデザイン推進活動**（École Supérieure d'Art et Design de Saint-Étienne/シテ・デュ・デザイン）
 - ・ 市内各所でデザインイベントが実施される国際デザインビエンナーレを開催
 - ・ シテ・デュ・デザインは、地域へのデザインの普及、企業や自治体へのデザイン活用の研修等を実施している
4. **国主体のデザイン政策策定・実行に向けた提言**（文化省/経済・財務・復興省）
 - ・ 政府が中心となりAssises du design 2019を開催し、報告書内で6つのテーマごとにナショナルデザイン政策の策定・実行に向けた提言がなされた。提言を受け、2020年にはフランスデザインウィークの開催、2021年にはデザインカウンスルが設立された。

①デザインの推進、②企業戦略におけるデザインの集約・活用、③デザイン教育の整理・高度化、④フランスデザインの国際的影響力の強化、⑤公共政策におけるデザインの持続的な活用、⑥デザインエコシステムの構築

出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）



目的

● 文化・クリエイティブ産業を国の重要産業と位置づけ

※文化・クリエイティブ産業サブマーケット一覧：

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・ゲーム産業、その他

- 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、革新的な小規模の企業やフリーランスのアーティストの雇用機会を更に改善することを目的に、連邦経済気候保護省、文化・メディア連邦政府委員による文化・クリエイティブ産業イニシアチブが牽引

主な取組

1. 文化・クリエイティブ産業コンピテンス・センターの設立・運営（文化・クリエイティブ産業イニシアチブ）

- 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つのテーマに沿って、イノベーション創出を目的としたデザイナー向けのワークショップ開催や、ネットワーキングの仕組み構築、業界動向の調査・分析、国際会議の開催等を行う

2. 一般向け／デザイナー向けの情報発信（文化・クリエイティブ産業イニシアチブ）

- 文化・クリエイティブ産業を経済分野として成長させるため、毎年モニタリングレポートを発刊し、分野としての状況把握を行い発信している
- 情報発信活動としてはデザイナー（特に小規模の企業やフリーランスのアーティスト）がより良く活動するための情報提供に力を入れている

3. プロジェクト活動・研究への資金援助（連邦州・政府）

- 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、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する
- その他、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いる

Key word

経済成長

研究・技術革新

デジタル

SDGs

文化・農・観光

製造業



目的

- **“クリエイティビティ、デザイン、made in Italy”分野を国の重要分野の1つと位置づけ**
 - ※ デザイン、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、また、“made in Italy”を経済的、文化的に重要なものとして捉えている
- **経済的・文化的観点で、国の発展に繋げるための研究・技術革新を進めることを目的として、教育大学省にて策定される国家研究計画にて同分野を掲げている**
- 具体的な取組目的としては下記を挙げている
 - ◆ **社会・環境・経済の変化に対応するための基礎研究実施**
 - ◆ **主に中小企業で構成されるデザイン分野の国際市場での競争力構築に向けた、デジタル技術の活用**
 - ◆ **持続可能な開発目標（環境保護、文化遺産保護、健康・福祉等）に沿ったデザイン活動推進**
 - ◆ **文化遺産、農産物、観光分野での国としての競争優位性確立に向けた戦略的テーマの探求**
 - ◆ **新しい技術・ガバナンスを通じ、クリエイティブ・文化産業を国の戦略的部門として促進し支援**

主な取組

1. 取組テーマ・KPIの設定（教育大学省）

- ・デザインの基礎研究、Made in Italyの強化、持続可能な開発目標達成への貢献、生活・仕事の質向上、Made in Italyの各都市発展、企業活動による地域開発・国際競争力の向上を取組テーマとし、それぞれについて、具体的なKPIを設定

2. 財政援助（教育大学省）

- ・国家研究プログラム（2014-2020）では「Made in Italy・デザイン・クリエイティビティ」分野に、2.6千万ユーロ（約33.4億円）の資金提供がされた実績あり

出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）



目的

- **オランダ王国が強みを持つ9つの産業分野「トップセクター」の1つにクリエイティブ産業を位置づけ**
※ トップセクターを設定することで、産業の一層の規制緩和を図り、政府・企業・研究機関の連携促進を進め、経済成長と社会繁栄を促進することを目指している
- トップセクターに対する共通の政策目的として、**各セクターが持つイノベーション力を社会課題解決に活用**することを掲げている

主な取組

1. 4つの社会課題テーマの設定と、取組方針の設定（経済・気候政策省、文部科学省等関連省庁）

- ・ トップセクターに対する政策「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に関する政策）」にて、トップセクターが共通して取組む4つのテーマ（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）を設定
- ・ トップセクターに向けた政策立案・推進は、経済・気候政策省のみならず、文部科学省等の関係省庁と連携

2. セクター別アジェンダ（具体施策）の作成と実行（CLICK NL）

- ・ クリエイティブ産業のトップコンソーシアムであるCLICK NL（業界の有識者・関係者等で構成された中間組織）を主体として、約2年ごとにクリエイティブ産業やその研究者が取組むべき研究テーマやイノベーションプロジェクトの方向性を具体化したアジェンダを作成。上記4テーマへの具体的な取組方針を含む
- ・ CLICK NLは、民間企業や研究者に対して、アジェンダに関連するプロジェクトや研究の立上げ・推進を支援

3. プロジェクト活動・研究への資金援助（政府、企業、公的機関等）

- ・ 上記4テーマに関連するプロジェクト活動・研究等に対して、政府・企業・公的機関等によって設立されたファンドや補助金制度を通じて資金援助を実施

Key word

産業振興

社会課題解決

イノベーション

中間組織

デザイン教育

公共領域への活用



目的

- **クリエイティブ産業を重要産業と位置づけ**
- 政府ビジョンは、「**創造的なデンマークで成長を生み出す**」
- 昨今のデジタル化やSDGsへの関心の高まりといった外部環境の変化が、クリエイティブ産業への需要の高まりを生み出す機会ととらえ、更なるクリエイティブ産業の発展を目指している

主な取組

1. 6つの行動分野と28のイニシアチブの策定（企業省等関係省庁）

- 2019年に発表された「Vækstplan for de kreative erhverv 2019（デンマーク王国のクリエイティブ産業の成長計画 2019）」にて、政府がアクションを起こす6つの分野と28のイニシアチブ（具体的な施策）が策定された

- | | |
|-------------------|---------------------------------|
| ① クリエイティブスキルの強化 | 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 |
| ② クリエイティブ産業への投資強化 | ⑤ 著作権に関する制度整備 |
| ③ クリエイティブな起業家への支援 | ⑥ 輸出増と国際社会の中での地位向上 |

2. 公共領域におけるデザイン思考の活用（企業省、産業省、財務省等関係省庁）

- 2001年に企業省内でデザイン思考の実践を担う組織として「マインドラボ」を発足、5年間で約280回のワークショップ開催等を実施。その後2018年から企業省、産業省、財務省の3省共同で設立した「破壊的タスクフォース」に活動を移行しつつ、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

3. 国立デンマークデザインセンターとの連携（産業省、デンマークデザインセンター）

- デザイン政策への提言や社会課題解決に資するプロジェクト活動等を実施するデンマークデザインセンターに対し、産業省から補助金を支給

4. 義務教育課程でのデザイン教育（文部科学省）

- 国民学校の選択科目「手工とデザイン」において、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

出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）



目的

- 政府プログラムの重点領域の1つに、「クリエイティブ産業の振興」を位置づけている
- 政策の狙い
 - (1) クリエイティブ・イノベーションによるGDPの向上（経済に貢献するクリエイティブ産業の模索）
 - (2) クリエイティブ産業の雇用の増加・労働条件の改善
- VUCA時代における、「新たなアイデア・イノベーションを生み出すツール」として、クリエイティブ（産業）をとらえている（そのため、文化的な要素は希薄な印象）

主な取組

1. モデルの構築（雇用経済省）

- ・クリエイティブエコノミーのデータベースを構築し、経済成長に与える影響を測れるようモデルの構築を目指すことを掲げている。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、その実践・実行を目指す

2. 教育の高度化（雇用経済省）

- ・教育や職業能力開発に資するトレーニングプログラムの検討・開発を推進。学生に対しては製品化に必要な基礎学習（経営・マーケティング）を提供。またコンピテンシーを分析し、必要とされる最新の専門スキルを明らかにした上で、現状の社会人のスキルとのギャップを修正するための取組を進める

3. 企業への支援（雇用経済省）

- ・クリエイティブに関する情報発信や企業向けカウンセリングサービス提供を通じた支援を検討。クリエイティブの特別な専門組織を持つハブ組織・拠点の設置も進める

4. クリエイティブ産業のグローバル化（雇用経済省）

- ・国際的なクリエイティブ産業ネットワークを構築。コネクションの開拓や市場・国際情報の共有を目指す

5. クリエイティブ産業の影響力評価（雇用経済省）

- ・他業界との連携促進に向け、専門委員会を開催しクリエイティブ経済の効果測定・定義の明確化を目指す

Key word

産業振興

製造業

クリエイティブ産業

製品デザイン

プラットフォーム

デザイン教育



目的

- **製造業・文化クリエイティブ産業**（デジタルクリエイティブ産業含む）を重要産業と位置づけ
- 製造業と密接な関係にある**工業デザインに関する戦略が中心**となり、「中国製造」から「中国創造」への転換、「中国製品」から「中国ブランド」への転換を目指す

主な取組

1. 製造業を中心とした工業デザインの推進（国務院、工信部、企業、公的機関等）

- ・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を奨励し、ODM生産（製品の設計から製造までを請け負う）と自主ブランド製品の輸出への転換を支援
- ・国内企業・組織に向けて、中国優秀工業デザイン賞（CEID）、工業デザインセンターの認定・助成活動を実施
- ・国際工業デザイン賞（DIA）等を開催・運営し、インセンティブを用意する他、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
- ・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

2. 文化クリエイティブ産業の形成（国務院、財政部、文化観光部、企業、公的機関等）

- ・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の育成を支援する。また、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
- ・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し、文化クリエイティブ産業振興資金を利用することで、クリエイティブデザイン企業の育成を支援（補助金や奨励金、利子補給や保険費補給等）
- ・産学官連携により、デザイン人材の育成、国際交流・協力を推進する他、産業発展を促進させるために、研究成果の社会実装、インキュベーション事業も実施

出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）

Key word

産業振興

研究開発

人材育成

製品デザイン

プラットフォーム

デザイン拠点



目的

- 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経済の実現を目指している
- 産業通商資源部（MOTIE）がデザイン産業融合戦略推進計画を策定。デザイン主導型の研究開発システムの構築、ビジネス総合プラットフォームの構築（人材育成・就職）を目標に掲げている

主な取組

1. デザイン主導型の研究開発システムの構築を通じた産業融合の活性化（産業通商資源部）

- ・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る。そのシステムによりデザインと研究開発が産業として融合された企業を増やし、その教育サポートや広報支援を実施する。専門エンジニアリングデザイン人材の養成、専門的教育プログラムの開発も図る
- ・中小企業に対しエンジニアリングデザインを集中的に支援し、高付加価値商品の開発を促進。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・デザイナー派遣等の支援を実施

2. ビジネスエコシステムの高度化（産業通商資源部）

- ・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
- ・デザイン活用を促すためのデザインガイドラインを開発。流通業や公共医療等にもサービスデザインを導入し、多様な分野でのデザイン活用を促進する
- ・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を策定し、デザイン企業の成長を促す

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（産業通商資源部）

- ・デザイン振興組織の役割をより高度化し、デザイン振興組織が全業界のデザインをサポート。中小企業の能力開発支援に注力
- ・デザイン産業統計等の情報提供インフラを強化、健全なデザインビジネス環境を構築するため「産業デザイン振興法」の改定を目指す
- ・一般市民向けのデザイン教育の提供を実施。他にも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

出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）

Key word

競争力向上

産業振興

製品デザイン

中間組織

イノベーション

国際協力



目的

- 台湾はデザインをコアコンピテンスとして確立させ、**デザインを用いてMIT「Made in Taiwan」をDIT「Designed in Taiwan」に転換**することを目指す
- 2020年に、台湾デザイン研究院（TDRI）を設立
- 組織ミッションは、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 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

主な取組

1. 政策立案の推進と国際的影響力の拡大（TDRI）

- ・省庁間の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を検討
- ・国際的なデザインネットワークを拡大し、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

2. 産業アップグレードの推進（TDRI）

- ・産業デザインに関する情報発信や企業向けコンサルティングサービス提供等による産業支援を実施

3. 公共サービス・社会イノベーションの促進（TDRI）

- ・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、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を進める
- ・デザイン主導の分野横断・市民参加の仕組みを構築し、社会イノベーションの促進も掲げている
- ・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、クリエイティブ的な活動を行う空間を提供

出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）



目的

- 香港を「**アジアにおける国際的なデザインの中心地**」として確立する
- **事業価値を創造し、社会の幸福度を向上させる**ために、デザインとデザイン思考をより広く、戦略的に活用することを促進する
- 具体的には、**CONNECT、CELEBRATE、NURTURE、ADVANCE、ENGAGEの5つの方向性から多様なイノベーション志向の知識共有及びプラットフォームを提供すること**で事業開発の価値創造を推進し、社会の幸福を向上させる

主な取組

1. Design Incubation Programme (Hong Kong Design Centre)

- ・デザイン分野のスタートアップ企業を対象とした、2年間の事業支援プログラム
- ・クリエイター、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、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

2. Business of Design Week (Hong Kong Design Centre)

- ・国内外のデザイン関係者が事業機会を得るための、対面とオンラインのハイブリッド形式のサミット

3. Knowledge of Design Week (Hong Kong Design Centre)

- ・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、毎年テーマ別にデザインに関する知識を共有するプラットフォーム
- ・国内外のデザイナー、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する

4. DFA Awards (Hong Kong Design Centre)

- ・アジアの優れたデザイン製品やプロジェクトを表彰する制度



目的

- デザインを通じて、シンガポール共和国が「イノベーション主導型経済」と「愛される都市」になる

主な取組

1. Skills Framework for Design（シンガポールデザイン評議会・教育省の法定委員会・労働省の法定委員会）

- デザイン部門に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を公開

2. SkillsFuture Study Award for Design（シンガポールデザインカウンシル）

- シンガポール共和国の若手から中堅のデザイナーを対象にした支援プログラム
- 受賞者には、政府からの受講料補助に加え、5,000ドル（約60万円）の賞金が授与される

3. School of X（シンガポールデザインカウンシル）

- 2019年から開始された社会課題解決プログラム。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ベースにトレーニングワークショップを開催
- 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プロフェッショナルから地域の課題解決に情熱を注ぐ市民まで、様々なバックグラウンドを持つ参加者を受け入れている

4. Design Thinking Field GuideX（シンガポールデザインカウンシル）

- 教育者を対象に、デザイン思考の授業教材を作成。教育者自身がデザイン思考を習得すること、授業を通して、生徒に問題解決能力や共感的思考、批判的・創造的思考を習得させることを目的とする

Key word

行政改革

デザイン教育

建築デザイン

都市デザイン

レジリエンス

社会課題解決



目的

- 優れた、公平な、安全な行政サービスと顧客体験を提供する
- 公共建築デザインの品質を担保する
- 都市やコミュニティのレジリエンスを向上させる

主な取組

1. 行政サービスの市民満足度向上に向けた、専門組織の設置（共通役務庁）

- 行政サービスの顧客体験を向上することを目的として、Office of Customer ExperienceやCustomer Experience Center of Excellenceといった専門組織を設置している

2. The Lab at OPMによる、デザイン思考教育（人事管理局）

- 連邦政府の最高人事機関である人事管理局に属する行政デザイン支援組織「The Lab at OPM」が、行政職員を対象に人間中心設計の能力構築等、デザイン思考に関する授業を開講している

3. The Design Excellence Program（共通役務庁）

- 省庁、研究機関をはじめとするアメリカ合衆国連邦政府による建築事業を管理するためのプログラムの総称。公共事業で手掛ける建築デザインの品質担保を目的としている。各建築物に対して、民間の優れた設計専門家によるデザインのレビューや、セキュリティ戦略のブレインストーミング等を実施している

4. REBUILD BY DESIGNによる、社会課題解決型プロジェクトの推進（住宅都市開発省）

- 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に、多様なプロジェクトを実施。例として、ニューヨーク市と共同で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にアートを取り入れるプロジェクトを支援した

出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）

Key word

競争力向上

産業振興

製品デザイン

デザイン教育

ブランド化

産学連携



目的

- インドのデザインがグローバルな舞台で競争力を高めるためのプラットフォームを提供する
- 産業とアカデミック（学問領域）の緊密な関係を促進し、インドのデザイン能力を世界に発信する

主な取組

1. India design Mark（インドデザインカウンシル）

- ・インドの優れたデザインの認定制度。毎年India design council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している

2. Design Education Quality Mark（インドデザインカウンシル）

- ・インドで多数のデザイン機関が急増していることを受け、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に、デザイン教育品質マークを付与する

3. Design Clinic Scheme（インドデザインカウンシル）

- ・中小零細規模の製造企業を、デザインないしブランド創造企業へと転換させるためのプログラム。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～400万ルピー（約240万円～630万円）の補助金が支給される

4. Integrated Design Services（国立デザイン研究所）

- ・政府や政府関係機関を対象に、様々なデザイン領域（工業デザイン、テキスタイルデザイン、サービスデザイン）におけるコンサルティングプロジェクトを請け負う

出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）



10月1日
デザインの日

これからのデザイン政策を考える研究会

経済産業省 デザイン政策室 作成

2023年1月19日