

- 参考資料 -

# 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

2023年1月19日

今後のデザイン行政の出発は、真白いキャンバスに想を練ってまず木炭のあの快いデッサンのタッチを試みるというようなものではなく、既に描き込まれているものの前に立たされている以上は、新しく描き込むことよりも、まず何よりも描かれているものの整理から始める必要がある。

デザイン行政は実に多岐に細分化されて今日まで行われており、しかもその局面ごとの限界的意味では十分に首肯できるものではあるが、今日にして通覧すれば、いかにも総合性を欠いていることは明らかで、ある分野においてはむしろ過剰ですらあるといえる反面、大きなエアポケットも無くはないようである。

このような批判を必要としてきた根本的な要因は、やはりデザインの日本経済における問題性が、既に局面処理の範囲を許容しえなくなってきたのだとみるのが正しい。

したがって、デザイン問題の今日的意義を究明し、それを正しく理解することから出発する必要がある。

「産業デザイン政策の方向性」 通商産業省 通商局 デザイン課長 新井真一（1958年7月）

通商産業省 通商産業研究特集「産業とデザイン」（第6巻 第7号）より一部抜粋

# デザイン界が直面する課題（論点案）

※産官学デザイン関係の有識者約150名へのヒアリング結果（ヒアリング実施期間：2021年10月～2022年9月）のほか、海外デザイン政策調査、その他公開文献調査結果をふまえてデザイン政策室作成

# 目次 デザイン界が直面する課題（論点案）

<b>課題 1</b>	<b>経済中心の日本のデザイン政策</b> . . . . .	<b>04</b>
	(参考) デザイン政策の歩み . . . 06	
	(参考) 各国・地域のデザイン政策との比較 . . . 26	
<b>課題 2</b>	<b>デザインをどう評価し、どう伝えるか ～氾濫するデザイン～</b> . . .	<b>70</b>
	(参考) 拡大・分化するデザイン領域 . . . 73	
	(参考) デザイン評価に関する先行事例 . . . 77	
	(参考) デザイン系雑誌・ウェブサイト・デザインジャーナリスト等 . . . 88	
<b>課題 3</b>	<b>地域におけるデザイン活用をどう進めるか</b> . . . . .	<b>90</b>
	(参考) 地域とデザイン . . . 92	
<b>課題 4</b>	<b>これからのデザイナーの在り方</b> . . . . .	<b>115</b>
	(参考) デザインの民主化とデザイナー像 . . . 117	
	(参考) AIの台頭とデザイン . . . 124	
	(参考) 高度デザイン人材 . . . 129	
	(参考) デザイナーに対するリカレント教育の海外事例 . . . 132	
	(参考) 我が国のデザイナーに関する統計 . . . 141	
<b>課題 5</b>	<b>教養としてのデザイン教育の在り方</b> . . . . .	<b>151</b>
	(参考) 海外におけるデザイン教育事例 . . . 154	
	(参考) 我が国におけるデザイン教育事例 . . . 173	
	(参考) 我が国におけるデザインミュージアム設立に関する議論 . . . 188	
	(参考) 我が国の小学校・中学校におけるデザイン教育の特徴・課題 . . . 200	
	(参考) 求められる創造性人材 . . . 213	

# 課題 1 経済中心の日本のデザイン政策

# 課題 1 経済中心の日本のデザイン政策

- 日本のデザイン政策は100年近くの歴史を有する（1928年、仙台市に商工省工芸指導所設立）
- 戦後「**経済的価値**」に重点を置き、**モノを中心としたデザイン政策を展開**  
（意匠盗用問題の解決・輸出振興・産業競争力強化等…）
- 近年のデザイン領域の拡大に十分対応できているとはいえず、海外のデザイン政策と比較した場合、組織体制や継続性、予算規模や実施内容で見劣りしている

## 検討すべきこと

### (1) これまでの我が国のデザイン政策の評価

### (2) デザイン政策ビジョンの明確化

経済的価値・文化的価値・社会的価値…

### (3) デザイン政策の検討及び実施体制

行政：府省庁横断組織や自治体担当者間の連携、会議体の設立…

中間組織：デザインカウンスルの創設、地域のデザイン振興機関との連携…

民間：デザイン団体・関連機関の在り方の検討・ネットワーク構築…

## 考慮すべき点（有識者からの指摘）

・国や地域、個人にとっての豊かさとは何か。

理想論かもしれないが、デザイン政策を検討する前に、ここを議論しないことにはデザイン政策を検討できないのではないかと。

・デザイン政策の注力度は、その国や企業のデザイン力や評価と比例するか。

国のデザイン政策は不十分かもしれないが、日本のデザイン自体の評価は決して悪いものではなく、海外でも評価されている。

・地域がそれぞれ自律的に検討・実行する地域のデザイン政策が必要ではないか。

しかし、デザイン振興機関やデザイン担当者の充実度は地域間で差があり、自律的にデザイン政策を検討・実行できる地域は限られる。

・政策の継続性や積み重ねに注意すべき。

日本のデザイン政策は、打ち上げ花火のようにしてなされ、蓄積やつながりが無いまま現在に至る印象がある。

(参考) 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
<ul style="list-style-type: none"> <li>戦後復興</li> <li>輸出振興</li> <li>デザイン盗用問題</li> <li>意匠/デザイン奨励審議会設置</li> <li>Gマーク制度創設</li> <li>通商局デザイン課創設</li> <li>輸出品デザイン法制定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>いざなぎ景気</li> <li>東京五輪</li> <li>世界デザイン会議</li> <li>貿易振興局検査デザイン課設置</li> <li>日本デザイン団体協議会発足</li> <li>日本産業デザイン振興会発足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>大阪万博</li> <li>日本列島改造論</li> <li>札幌冬季五輪</li> <li>「成長の限界」</li> <li>石油ショック</li> <li>'73 デザインイヤー</li> <li>「デザイン業」分類</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>科学万博つくば</li> <li>バブル景気</li> <li>物の豊かさ&lt;心の豊かさ</li> <li>国際デザイン交流協会発足</li> <li>貿易局検査デザイン行政室設置</li> <li>'89 デザインイヤー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>東西冷戦終結</li> <li>バブル崩壊</li> <li>阪神・淡路大震災</li> <li>長野冬季五輪</li> <li>デザイン功労者表彰</li> <li>産業政策局デザイン行政室設置</li> <li>輸出品D法廃止</li> <li>D奨励審議会廃止</li> <li>Gマーク制度民営化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「IT革命」</li> <li>愛知万博</li> <li>iPhone</li> <li>リーマンショック</li> <li>製造産業局デザイン政策チーム設置</li> <li>感性価値創造イニシアティブ</li> <li>JAPANブランド</li> <li>キッズデザイン賞創設</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>東日本大震災</li> <li>クールジャパン戦略</li> <li>地方創生</li> <li>第四次産業革命</li> <li>デザイン思考隆盛</li> <li>商務情報政策局クリエイティブ産業課設置</li> <li>デザインイノベーション</li> <li>「デザイン経営」</li> <li>「高度デザイン人材」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタル庁</li> <li>コロナ禍</li> <li>東京五輪</li> <li>大阪・関西万博</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>日本インダストリアルデザイナー協会設立 (52)</li> <li>意匠奨励審議会設置 (56)</li> <li>グッド・デザイン商品選定制度発足 (57)</li> <li>通産省通商局にデザイン課設置 (58)</li> <li>デザインを護る展示会 (58)</li> <li>デザイン奨励審議会に改称 (59)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>世界デザイン会議開催 (東京) (60)</li> <li>デザイン奨励審議会答申 (61)</li> <li>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)</li> <li>日本デザイン団体協議会 (現D-8) 発足</li> <li>財団法人日本産業デザイン振興会 (現JDP) 発足 (69)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>デザイン奨励審議会中間答申 (72)</li> <li>'73 デザインイヤー (ICSID'73 京都 等開催) (73)</li> <li>行政管理庁が日本産業分類に「デザイン業」新設 (76)</li> <li>日本グラフィックデザイナー協会発足 (78)</li> <li>輸出検査及びデザイン奨励審議会中間答申 (79)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国際デザイン交流協会 (国デ協) 設立 (81)</li> <li>検査デザイン課を検査デザイン行政室に改組 (87)</li> <li>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)</li> <li>'89 デザインイヤー (ICSID'89 名古屋、世界デザイン博等開催) (89)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「デザインの日」制定 (90)</li> <li>デザイン功労者表彰 (90-99)</li> <li>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)</li> <li>輸出品デザイン法廃止 (97)</li> <li>Gマーク制度民営化→グッドデザイン賞 (98)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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)</li> <li>JAPANブランド育成支援事業 (04-)</li> <li>キッズデザイン協議会発足 (06)</li> <li>キッズデザイン賞創設 (07)</li> <li>感性価値創造イニシアティブ報告書 (07)</li> <li>感性価値創造イヤー (08-10)</li> <li>国デ協解散 (09)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>商務情報政策局にクリエイティブ産業課を設置 (11)</li> <li>第4次産業革命クリエイティブ研究会報告書 (17)</li> <li>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)</li> <li>「高度デザイン人材育成ガイドライン」 (19)</li> <li>成長戦略実行計画 (「創造性人材」) (19)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>成長戦略実行計画 (「社会人の創造性育成」) (20)</li> </ul>
(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 工芸ニュース		製品科学研究所				

# 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。

我々是人種・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。

# 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まだ国民的な関心事となり得ず、比較的少数の直接的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困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

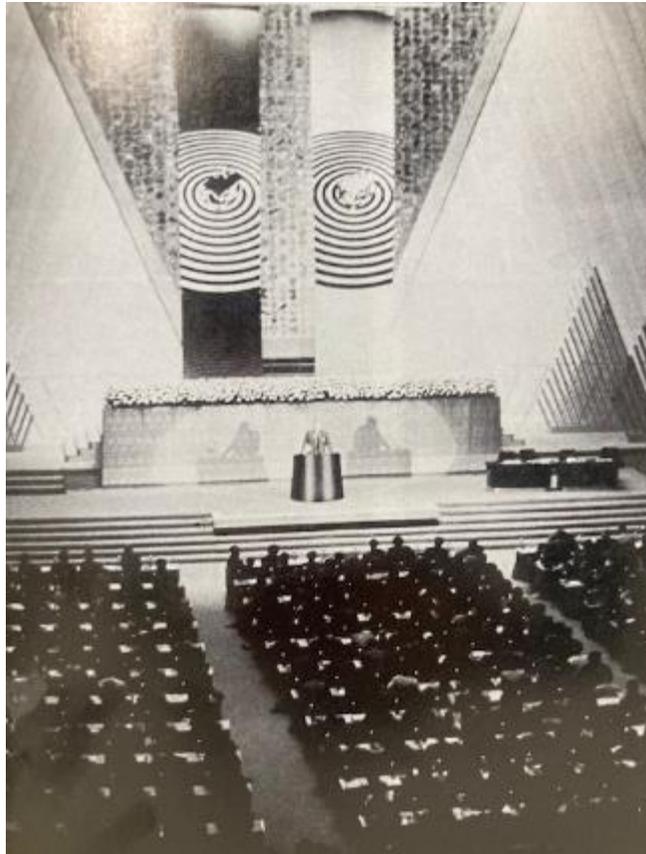
### <国民運動の展開>

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 (創造と件としての自然)

- (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)

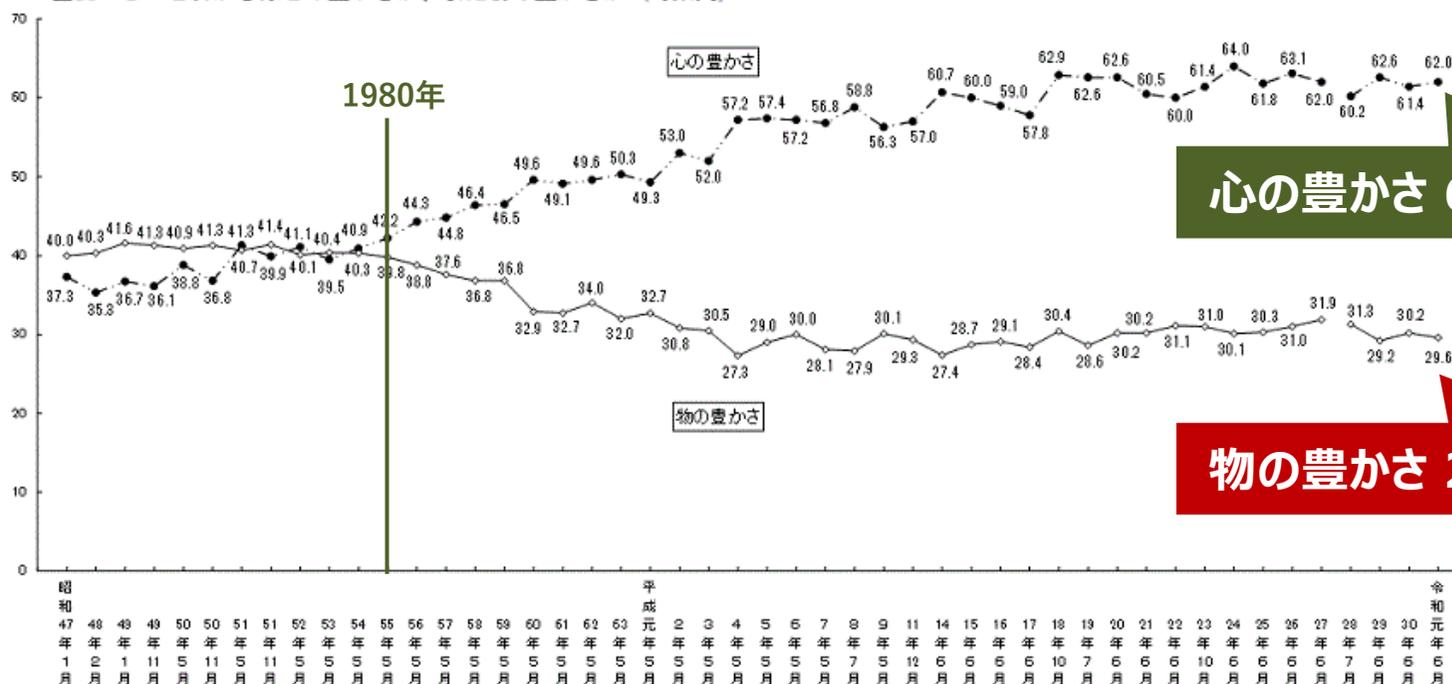
# (参考) これからは心の豊かさ

## 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)



心の豊かさ 62.0%

物の豊かさ 29.6%

(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ことに重きをおきたい」  
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18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 **デザイン振興策の系統的推進**  
「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年デザイナ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) 日本のマーケティング
- (3) 日本のマネージメント

#### 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、

- ・エクスカージョン
  - ・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

地域の産業や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デザインのオピニ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ても、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。

感性価値 —感性が経済価値を生む—



# 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**

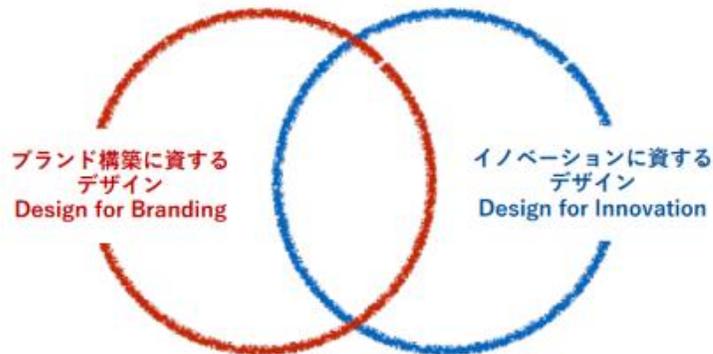
「第4次産業革命におけるデザイン等のクリエイティブの重要性及び具体的な施策検討に係る調査研究報告書」（2017年）経産省 商務情報政策局  
「デザイン経営宣言」-産業競争力とデザインを考える研究会-（2018年）経産省・特許庁

「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、顧客に真に必要とされる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と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](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>

# 広がるデザイン経営（中央省庁）

■ **行政サービスの改善・向上を目的にデザインを導入・活用する動きが拡大**

■ CDO（Chief Design Officer）を有する省庁は、特許庁とデジタル庁の2組織（2022年1月末現在）

## 特許庁・デジタル庁における活動例

### 特許庁デザイン経営プロジェクト

2018年5月に公表された「デザイン経営」宣言について、特許庁自身も自ら実施する必要が有ると考え、デザイン統括責任者（CDO）と、部署・職種・年代を超えた有志職員によるデザイン経営プロジェクトチームを新設。ユーザー視点で行政サービスの改善に取り組み、これまでに様々なプロジェクトを企画・実施。

#### I-OPEN プロジェクト - ひらけ、自分！ -

あらゆる創造活動は個人の妄想からスタートするもので、探究心や創造性は本来一人ひとりを持っているとし、情熱を持ち「知」の力でより良い世界を拓く人を応援するプロジェクト。

出所：I-OPENプロジェクト(特許庁)  
<https://www.i-open.go.jp/>



#### お助けサイト ～通知を受け取った方へ～

企業内で孤軍奮闘する知財担当者に向けて、申請に関する特許庁からの通知をわかりやすく表示し、その後とるべき対応に関する情報を一元的にまとめたもの。



出所：「デザイン経営プロジェクト」レポート(特許庁)  
[https://www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/document/design\\_keiei/report\\_20190404.pdf](https://www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/document/design_keiei/report_20190404.pdf)

#### スタートアップの知財コミュニティポータルサイト

スタートアップにおける知財人材難を念頭に、スタートアップが知財に関する基礎や他の先行事例を学べる、専門の知財人材とのマッチングをサポートするサイト。



### デジタル庁デザインチーム

「誰一人取り残さない、人に優しいデジタル化」をミッションに掲げて2021年9月に設置されたデジタル庁内におけるデザインチーム。サービスのインターフェース改善にとどまらず、法規制や業務プロセス、サービスを提供する省庁や自治体関係者の体験も含めて、利用者起点のサービス実現を目指す。



#### デジタル庁のビジュアル・アイデンティティ策定

オープンソース書体である「Noto Sans」を基本に、字間や太さなどをロゴとして扱いやすいよう調整したもの。  
図形（シンボルマーク）は用意せず文字列（ロゴタイプ）のみ。この背景には、デジタル庁が目指すスタートアップのようにスピーディに進む過程をプロジェクトとして体現し、ロゴに反映する意図がある。

出所：デジタル庁 ブランド(デジタル庁)  
<https://www.digital.go.jp/about/brand>



「デジタル社会の実現に向けた重点計画」(2021年12月24日閣議決定)  
全281ページに及び、専門的な言葉も多い。



#### 「デジタル社会の実現に向けた重点計画」紹介資料作成

詳しい専門知識を持たない読者を念頭に、少しでも理解が進むことを目指して要約したもの。作成にあたっては、以下の工夫を施した。

- ①ウェブに掲載し、アクセスしやすくすること
- ②専門用語や固有名詞を言い換えること
- ③網羅せず、要約すること

出所：「重点計画」紹介資料デザイン裏側の裏側(デジタル庁)  
<https://digital-gov.note.jp/n/nb48bd4c6117c>

# 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



市民



行政

●デザイン思考の導入

③行政サービスの向上

●人間の『ころ』の問題、人間の感性や文化といった高次の精神活動と結びついている、生活者の希求するところを適切に具現化することが期待できる活動

●人間が「より人間らしく」生活していく視座を確保する意図に基づく創造的活動

②「文化的価値の創造」 「精神的欲求の充足」

●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

●発明とイノベーションをつなぐもの

●ブランド構築に資する

●イノベーションに資する

●●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

●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行動

●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のある人工的環境を形づくることを意図する創造的活動

●機能と形態の融合美

①「産業振興」 「産業競争力強化」



企業

# 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 – 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との比較**

# 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

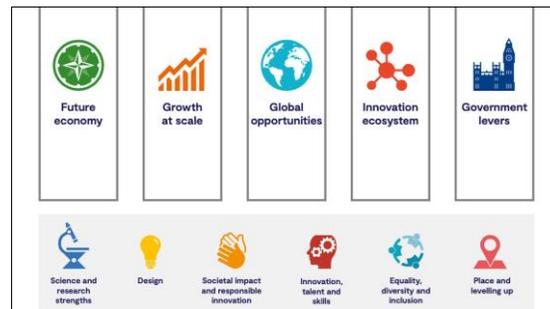
出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）

# 海外のデザイン政策の潮流

- 2010年代以降、世界各国で「ポリシーラボ」や「パブリックセクターイノベーションラボ（PSI）」と呼ばれるデザインを活用した公的組織が続々と誕生
- なかでも「ストラテジックデザイン」や「システムミックデザイン」と呼ばれる領域の有用性が認知
- 特にEU諸国・主要都市で政策全般にデザインを積極的に登用する動きが加速
- デザインそのものの振興を目的とする政策から、様々な施策にデザインを溶け込ませて活用する政策へ

## 様々な施策に溶け込んでいくデザイン（スウェーデン・英国・欧州）

調査・出所：株式会社リ・パブリック



New European Bauhaus logo © European Union, 2021

### 持続可能な都市および住環境政策をデザインによって推進するスウェーデン

2017年、スウェーデンの文化省は「Policy for Designed Living Environment」を發布。国として建築やデザインを活用してより持続可能で暮らしやすい市民社会を構築することを目指すとして発表。具体的には木材建築の活用や公共空間の刷新、拡大する格差の解消など、さまざまな領域で国が率先して事業を実現するとして。これを受けてArkDes（スウェーデン国立建築デザインセンター）はArkDesシンクタンクを創設。

出所：「Policy for Designed Living Environment」（スウェーデン文化省、2016）

### 国家のイノベーション戦略の柱としてデザインが目目される英国

英国ビジネスエネルギー産業戦略省は2021年「イノベーション戦略」を公表。イノベーション国家をInnovate UK と UKRI の提携によって実現するとして、デザインがイノベーションの鍵を握ると言及。これを受けデザイン・ミュージアムはUKRIの下部組織AHRC（芸術人文研究会議）から3ヶ年で40億円相当の出資を受託。気候変動対策としてデザイン主導の探索プログラム「Future Observatory」を開始。

出所：「UK Innovation Strategy」（英国ビジネスエネルギー産業戦略省、2021）

### 欧州の循環型経済への移行を市民との共創デザインで推進する広域政策

循環型経済への移行を目指す「欧州グリーンディール」の実現に向けた新たなイニシアティブとして、2020年欧州委員会委員長は「ニューヨーロッパアンバウハウス」を発表。共創、提供、普及という段階的実装を掲げ、特に初期段階で事例やアイデア、対応すべき課題などを広く募集。欧州でもデザインによる共創政策が機能しているのは一部の国にとどまっていたが、欧州全域で市民の政策関与を高めたとして話題となる。

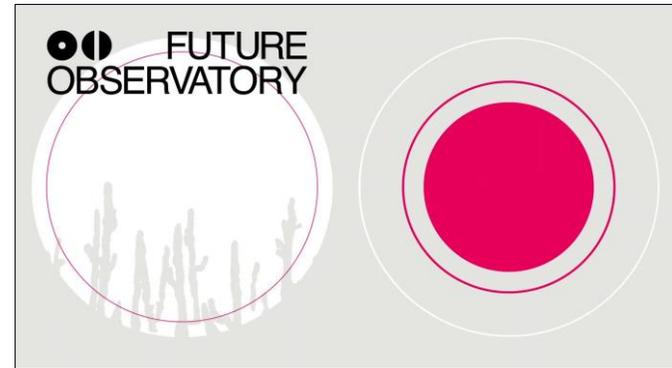
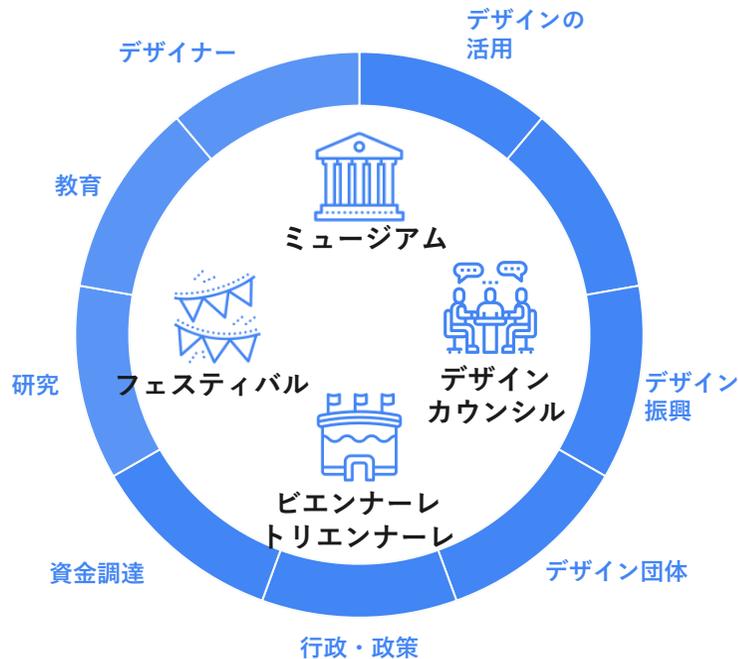
出所：New European Bauhaus [https://european-union.europa.eu/index\\_en](https://european-union.europa.eu/index_en)

# 海外のデザイン政策の潮流

- 欧州各国では **デザインはもはや振興の対象ではなく、様々な施策を牽引する手段**との認識が普及
- EU28カ国のうち15カ国が **イノベーション政策でデザインに言及**（現在も増加傾向）
- **デザイナーが集中する首都圏ではなく、デザインの力が必要な地域・地方へと活動が広がる**傾向
- デザインミュージアム内にデザインセンターやシンクタンクが併設される例も存在

様々な主体が相互補完的にデザイン政策を支える（イメージ） | 英国デザインミュージアムの新たな取組

調査・出所：株式会社リ・パブリック



 デザインを軸に研究者や実践者・デザイナーをつなぎ  
インパクトをもたらす

英国 デザインミュージアムは2021年、グリーン変革を支援するデザインリサーチプログラム「Future Observatory」を開始。学術機関はもちろん企業やNGOなどによる100以上のデザインリサーチを採択し、数百万～数億円単位の資金供与を行う。テーマはツイードなどファッション業界の廃棄物に関するものから、使用済みパソコンの再生まで多岐にわたる。資金源は人文リサーチカウンスル（AHRC）

出所：Future Observatory <https://futureobservatory.org/>

参考文献(1): Whicher, A., 2017. Design ecosystems and innovation policy in Europe. Strategic Design Research Journal, 10(2), pp.117-125.  
参考文献(2): Whicher, A. and Walters, A., 2017. Mapping design for innovation policy in Wales and Scotland. The Design Journal, 20(1), pp.109-129.

## 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）

## Key word

産業振興

経済成長

デザイナー保護

省庁横断

中間組織

イノベーション



## 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

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

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）

## Key word

産業振興

社会課題解決

イノベーション

中間組織

産官学連携

省庁横断



## 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）

## Key word

産業振興

イノベーション

雇用・労働の改善

経済影響評価

デザイン教育

海外展開



## 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・拠点の設置を進める

### 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

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

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、専門の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。中小企業の実力開発支援に注力
- 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

## 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）

## Key word

産業振興

文化振興

スタートアップ

デザイン人材

社会課題解決

製品デザイン



## 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

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

イノベーション

産業振興

競争力向上

キャリア育成

デザイン教育

社会課題解決



## 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）

# 我が国のデザイン政策の特徴と課題

## 【政策ビジョン】

1

**我が国における、デザイン政策の目的や位置づけが不明瞭である**

➤ 海外では、国策として明確に目的を設定しながら、デザインやクリエイティブを位置づけている国も存在

## 【政府体制】

2

**政策検討の場が、一部の省庁に限定されている**

➤ 海外では、我が国の経産省や文科省、国交省等に相当する関係省庁が連携して政策を担う国が多く存在

## 【中間組織】

3

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

➤ 海外では、デザインに関する調査研究や政策提言等を担う「デザインカウンスル」を設置する国が多く存在

## 【施策対象】

4

**産業政策が中心で、市民や行政を含む「総合的なデザイン政策」が不十分である**

➤ 海外では、市民へのデザイン教育や行政サービスの質向上に向けたデザイン活用等が多く施行

## 【社会実装】

5

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

➤ 海外では、具体的なデザイン政策と補助制度を合わせて展開することで、民間の実践を支援する国も存在

# 我が国のデザイン政策検討に必要な観点

1 「National Design Policy」の策定

2 総合的なデザイン政策を支える、「府省庁横断的な政府体制」の構築

3 「日本版デザインカウンシル」の設立

4 国民のデザインリテラシーを養う、「教養としてのデザイン」の普及

5 デザイン政策評価と、企業・国民の意識啓発

# 観点1 「National Design Policy」の策定

## 国内外のデザイン政策の比較

- 今後のデザイン政策を検討する際に、国策としてデザイン政策の目的・位置づけの明確化、関連省庁・中間組織による横断的な施策立案が期待される

### 国内外のデザイン政策の比較

#### 我が国のデザイン政策

- 経済産業省、特許庁の一部特定省庁に閉じた施策立案が中心
- 産業・企業の競争力強化に向けた具体的な対応策を推進

#### 海外のデザイン政策※

- 「クリエイティブ産業」を国策として重視し、関連省庁・中間組織が横断的に関与
- ビジネス・地域性・公共サービスの側面から総合的な政策方針を策定

※ 主に、英国、オランダ王国、デンマーク王国、ドイツ連邦共和国、インドのデザイン政策との比較

「国策」として、デザイン政策のビジョン・目的と位置づけを明確化し、  
ビジョンの実現／目的の達成に向けた、具体的な施策の立案と推進が求められるのではないか

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）

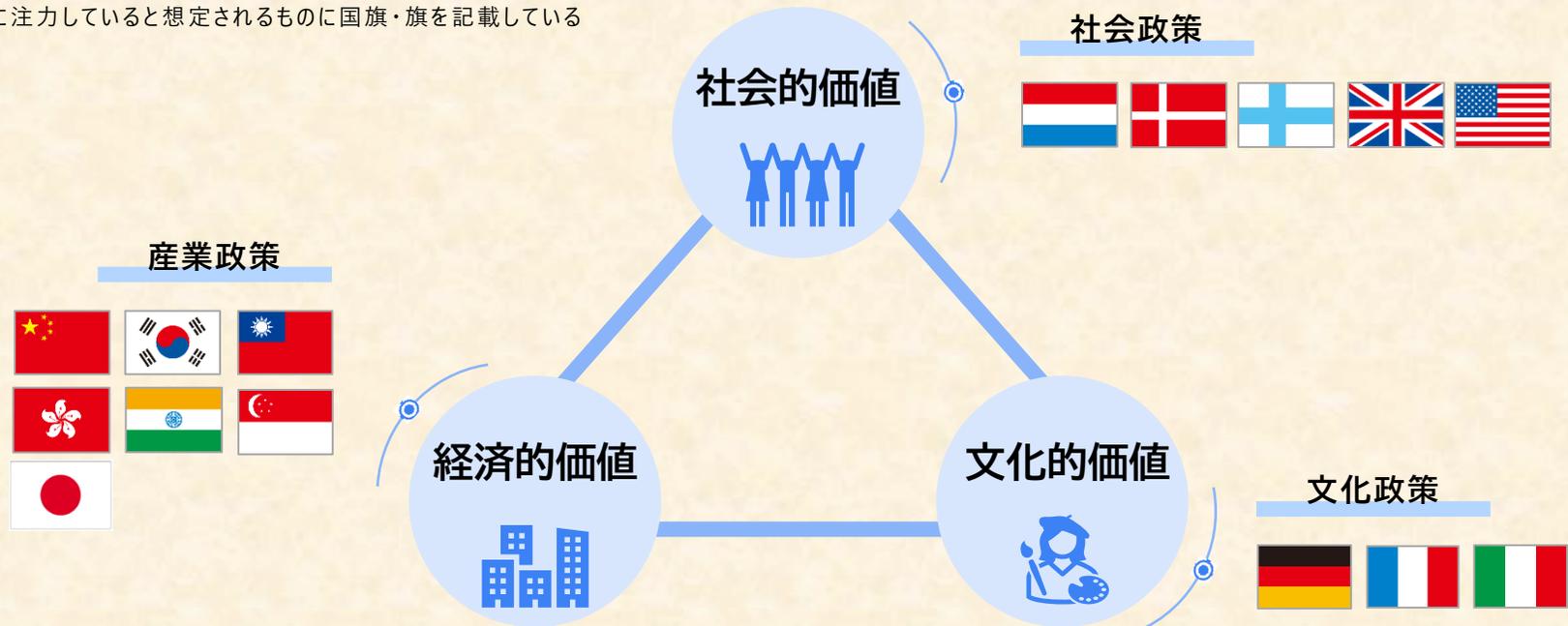
# 観点1 「National Design Policy」の策定

## 各国・地域のデザイン政策の位置づけ

- デザインは、大きく3つの価値（経済的価値、文化的価値、社会的価値）を通じて、より豊かな社会の実現に寄与するものであり、各国・地域のデザイン政策はこれらの価値を起点に立案・実施されている
- 今日では、経済的価値や文化的価値を重視するデザイン政策が主流である一方、欧州の一部デザイン政策先進国を中心に社会的価値に着目した政策が見られる

### デザインの価値と、各国・地域の政策の位置づけ\*

※ 各国・地域の位置づけは、各々のデザイン政策を踏まえて、特に注力していると想定されるものに国旗・旗を記載している



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）

# 観点1 「National Design Policy」の策定

## (参考) インド・シンガポール共和国の事例

- 調査対象国・地域の多くは、産業振興やイノベーションの実現、豊かな社会の実現等に向けたデザイン活用の高度化を目指しており、デザインに関する国家政策・ビジョンを掲げ、具体的な取組を加速している



### 2007年、商務産業省が「National Design Policy (国家デザイン政策)」を策定

産業におけるデザインの重要性が増す中で、インドにおけるデザインのビジョンや戦略、アクションプランを国家政策として提示

- この政策を受けて、2009年にIndia Design Council (インドデザインカウンシル) を設立し、「India Design Mark」や、「Design Education Quality Mark」等の施策を展開、2015年から2019年の間には4つの国立デザイン研究所を新設する等がなされている



### 2015年、経済開発庁の傘下のDesign Singapore Council が、「The Design 2025 Masterplan (2025年に向けた、デザイン政策の基本計画)」を発表

この基本計画では、2025年までに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」になるというビジョンが掲げられ、5つの戦略と15の提言がなされている

(次頁参照)

- 提言の1つを受けて、未来のデザイン力を備えた労働力を準備・育成する「The Design Industry Manpower Plan」を2019年に発表する等、具体的な取組が進展

# 観点1 「National Design Policy」の策定

## (参考)シンガポール共和国「The Design 2025 Masterplan」の戦略と提言

- 「イノベーション主導型経済」と「愛される都市」の実現に向けた5つの戦略と15の提言は、我が国のデザイン政策を検討する上で大切な観点が多く含まれていると思料

### 戦略1：「デザイン」を国のスキルセットに導入する

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

### 戦略2：企業や政府における「デザイン」の役割を拡大させる

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

### 戦略3：デザインファームの競争力を強化する

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

### 戦略4：コミュニティに「デザイン」を取り入れる

- 【提言10】地域のデザイン活動にデザインの専門家が参加し、市民が気軽に質の高いデザイン活動に参加できるようにする
- 【提言11】市民がデザインを通じてより良い生活体験を共創し、そのノウハウを身につけることができるようにする
- 【提言12】住民や観光客が、街中などでシンガポールのデザインの成功事例や優れたデザインに触れられるように都市景観を形成する

### 戦略5：シンガポール・デザインのブランドを発展させる

- 【提言13】シンガポール・デザイン・ウィークを一流の国際的なデザインフェスティバルに発展させ、デザインにおけるリーダーシップを確立する  
また、大統領デザイン賞の範囲を拡大し、アジアにおける優れたデザインを表彰する
- 【提言14】主要な見本市やデザインショーにシンガポール・パビリオンを設置し、シンガポール・デザインを紹介する
- 【提言15】Singapore Designマーク（通称SGマーク）を、デザイン性の高い製品・サービスの地域標準にする

出所：Design 2025 Masterplan <https://www.designsingapore.org/resources/design-2025.html>

# 観点1 「National Design Policy」の策定

## (参考) 韓国におけるデザイン政策予算

- 産業通商資源部 (MOTIE) は、デザイン関連事業に予算を分配
- デザイン政策に直接紐づく予算は無く、産業振興やイノベーション関連事業等の中にデザイン政策に関わる施策の予算が設けられている。2020年度の実績値は総額約66.7億円にのぼる

### 韓国産業通商資源部の2020年度決算報告書

	概要	実績値(単位:韓国ウォン)
デザイン事業化基盤構築	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 地域デザインの事業化支援及び基盤強化を通じた地域経済活力向上のため、事業化支援及び基盤強化を支援していく事業</li><li>・ 5つの地域デザインセンターを主管機関に選定して支援</li></ul>	1,000,000,000 (93,178,000円)
デザイン産業振興費	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 産業融合活性化、製造業ソフト強化、メディカル融合素材産業の活性化という事業にデザイン産業振興が含まれる</li><li>・ 民間に対する補助</li></ul>	26,840,000,000 (2,500,897,520円)
デザインイノベーション能力強化 (研究開発)	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 第4次産業革命を牽引する市場の創出と中小企業の製品/サービスデザイン開発を推進するデザイン会社の能力開発を支援する事業</li><li>・ 支援の対象は中小・中堅企業、大学、研究所等</li></ul>	43,722,000,000 (4,073,928,516円)
合計		71,562,000,000 <b>(6,668,004,036円)</b> <b>=約66.7億円)</b>

※ 産業通商資源部 (MOTIE) の2020年度の決算報告書のうち「デザイン」が名称に含まれている費目のみ抜粋

※ 21年3月31日時点の為替レート 100KRW=9.3178円で換算

参考URL: KOREA DESIGN COOPERATIVE 公式HP : <http://kodeco.org/kd/notice/134680?ckattemp=2>  
MOTIE 公式HP : [https://motie.go.kr/motie/ms/nt/announce3/bbs/bbsView.do?bbs\\_seq\\_n=65793&bbs\\_cd\\_n=6](https://motie.go.kr/motie/ms/nt/announce3/bbs/bbsView.do?bbs_seq_n=65793&bbs_cd_n=6)

# 観点2 府省庁横断の体制

## 国内外の政府体制の比較

- 我が国では、経済産業省・特許庁を中心にデザインに関係する産業政策が立案・推進されている
- 今後、社会課題解決に向けたデザイン活用等、総合的なデザイン政策を検討する際には、府省庁が連携して検討・推進できる政府体制の構築が期待される

### 国内外のデザイン政策の比較

#### 我が国の政府体制

- 府省庁が連携して推進するような総合的なデザイン政策は見られない
- 経済産業省、特許庁の一部特定省庁に閉じた施策立案がなされていることもあり、テーマも産業政策が中心となっている

#### 海外の政府体制※

- 関係省庁が連携することで、特定の省庁だけでは取り扱えないテーマ（多様な社会課題の解決、あらゆる行政サービスの顧客価値向上、等）に対するデザイン活用を検討・推進できている

※ 主に、オランダ王国、アメリカ合衆国、シンガポール共和国、インドのデザイン政策との比較

デザインの多様な役割が期待される中で、産業政策に閉じない、  
総合的なデザイン政策を支える、「府省庁横断的な政府体制」の構築が求められるのではないか

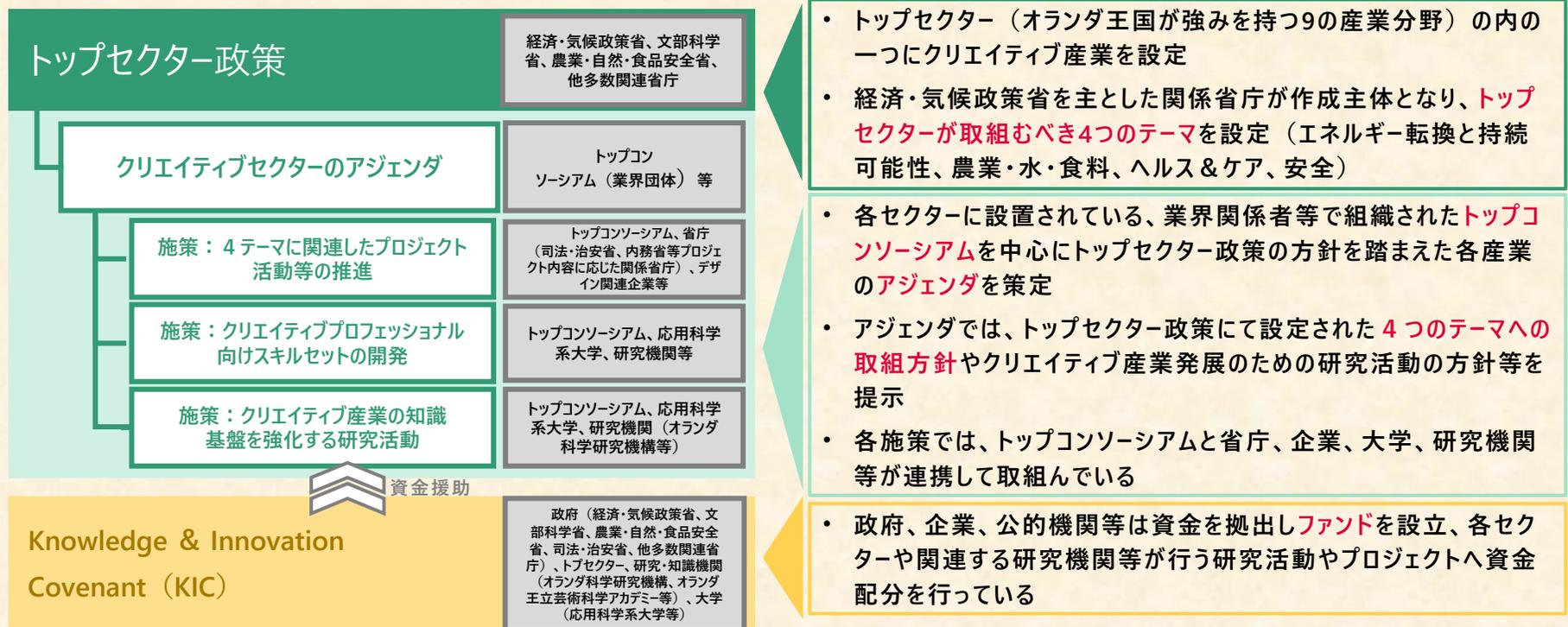
出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）

# 観点2 府省庁横断の体制

## (参考) オランダ王国におけるトップセクター政策

- 「トップセクター政策※」の中でクリエイティブ産業を重要産業（トップセクター）に位置づけており、業界団体を中心に政策実現に向けたアジェンダ（具体施策）が具体化されている
- 政府とセクターが役割を明確化して横断的に協力し合うことで、機動的な政策運営を実現していると思料

### オランダ王国におけるデザイン政策の全体像（トップセクター政策・クリエイティブセクターの取組）



※ トップセクター政策：2011年に、農業・食品、園芸・育種、水、ライフサイエンス・健康、化学、ハイテク、エネルギー、ロジスティクス、クリエイティブ産業を「トップセクター」に設定。各産業の一層の規制緩和を図り、政府、企業、研究機関の3体による連携促進を進めることで、経済成長と社会繁栄を促進することを目指している

# 観点3 日本版デザインカウンシルの設立

## 国内外の中間組織比較

- 海外では、デザインカウンシル等がデザイン政策立案・推進の下支えとして重要な役割を果たしている
- 我が国においても、デザイン政策の提言や推進を担う中間組織として、「日本版デザインカウンシル」の設立を検討すべきではないか

### 我が国と海外のデザインカウンシル等の中間組織の比較

我が国の中間組織  
(日本デザイン振興会等)

- 政策提言機能と調査研究機能を持つ中間組織が不在
- デザイン振興、情報発信、表彰制度の運営等が主な活動内容

海外のデザインカウンシル等の  
中間組織※<sup>1</sup>

- 政策提言機能と政策推進機能を併せ持つ場合が多く、政策立案からその推進までを政府と連携して実施
- 産業振興だけでなく、社会課題解決やイノベーション創出に向けて、主体的に研究やプロジェクト活動を実施

※ 英国、オランダ王国、デンマーク王国、フィンランド共和国、台湾、シンガポール共和国、インド

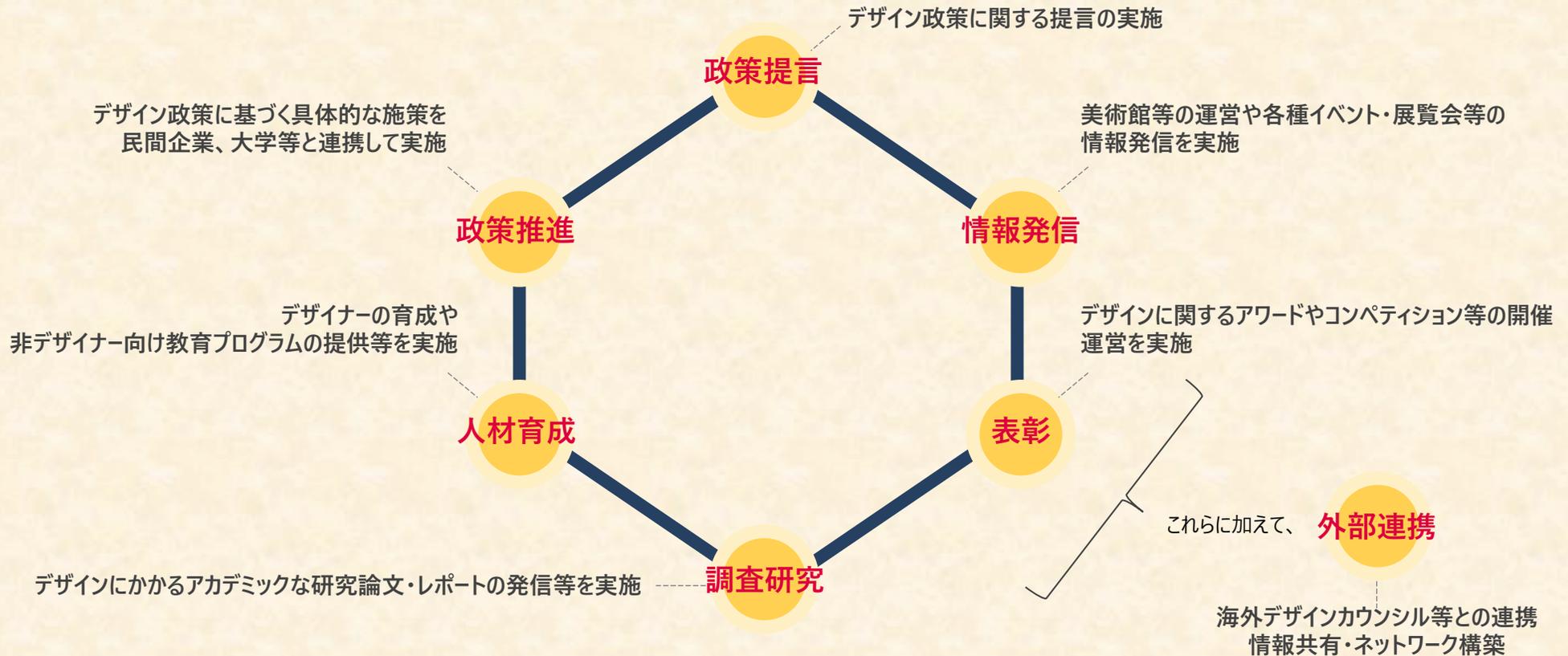
政策提言機能・推進機能を持つ中間組織を設立し、  
デザイン政策の実現と持続的な発展を支える体制を作ることが必要ではないか

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）

# 観点3 日本版デザインカウンシルの設立

## デザインカウンシルの機能

- アメリカ合衆国・中国を除く、調査対象の12の国・地域において、デザイン政策やデザイン振興を包括的に検討・推進するデザインカウンシル等の中間組織が存在。
- 当該組織の機能は、以下の6つに分類できる。加えて、外部との連携機能も必要ではとの指摘も存在。



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）に加えて、有識者へのヒアリング調査をふまえてデザイン政策室作成

# 観点3 日本版デザインカウンシルの設立

## デザインカウンシル等の機能比較

■ デザイン政策の推進やデザイン振興を担う中間組織が持つ機能を比較すると以下のとおり

凡例		政策提言	政策推進	人材育成	調査研究	表彰	情報発信
○：当該機能に関する活動あり ×：当該機能に関する活動なし							
英国	Design Council	○	○	○	○	○	○
ドイツ連邦共和国	German Design Council (Der Rat für Formgebung)	×	○	○	○	○	○
イタリア共和国	Associazione per il Disegno Industriale(ADI)	×	○	○	×	○	○
オランダ王国	CLICK NL	○	○	×	○	×	○
デンマーク王国	Danish Design Center(DDC)	○	○	○	○	○	○
フィンランド共和国	①DESIGN FORUM FINLAND ②ORNAMO	○	○	○	○	○	×
韓国	韓国デザイン振興院(KIDP)	○	○	○	○	○	○
台湾	台湾デザイン研究院(TDRI)	○	○	○	○	○	○
香港	Hong Kong Design Centre(HKDC)	×	○	○	○	○	○
シンガポール共和国	Design Singapore Council(Dsg)	○	○	○	○	○	○
インド	India Design Council	○	○	×	○	○	○
日本	日本デザイン振興会	×	×	×	×	○	○

※フランス共和国のデザインカウンシルについては、2021年9月6日に設立されて間もなく、詳細な取組も不明であるため未記載

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）

# 観点3 日本版デザインカウンシルの設立

## 諸外国及び地域のデザインカウンシル

### 組織概要



拠点：ロンドン  
人員体制：38名（2021年）  
予算：収入 3,608千ポンド  
（約5億6,500万円）  
内）助成金:2,119千ポンド  
（約3億3,200万円）  
（2021年）

URL： <https://www.designcouncil.org.uk/>



拠点：フランクフルト  
人員体制：約50名  
予算：－（公開情報から取得できず）

URL： <https://www.german-design-council.de/ueber-uns/>



拠点：ミラノ  
人員体制：役職者15名、  
委員メンバー約140名  
予算：－（公開情報から取得できず）  
※2020年 年間利益9.2万ユーロ  
（約1,200万円）

URL： <https://www.adi-design.org/homepage.html>

### 主な活動内容

#### Design Council

デザインツールやテクニックを使って新しい思考方法を刺激し、公共の議論を促し、政府の政策に情報を提供することをミッションとする

2020年-2024年の企業戦略では、①健康・福祉、②持続可能な生活、③デザインスキルの向上を戦略テーマに掲げている。2021年には、英国内の黒人デザイナーの地位向上を目的としたトークイベント「Black Creatives」を開催した。

主な活動： 政策提言、政策関連プロジェクト等の実施、広義のデザイン人材育成、デザインに関する調査研究、デザインコンペティション/表彰制度の運営、イベント運営・情報発信

#### German Design Council (Der Rat für Formgebung)

ドイツ連邦共和国のデザインやブランドの社会的認知を強化し、企業のデザイン・ブランド開発をあらゆる側面でサポートする非営利財団組織

2021年末には、10周年を迎えるドイツデザイン賞を開催し、2022年2月は受賞作品をフランクフルト美術館で展示を行う。また、今年行われる学生・卒業生向けのコンペティションでは受賞者がミラノのデザインイベントで展示される等、国際的な活動も進めている

主な活動： 政策関連プロジェクト等の実施、人材育成（主にデザイナー育成、子ども向けデザイン教育）、調査研究（ドイツデザイン研究所を設立）、デザインコンペティション/表彰制度の運営、イベント運営・情報発信

#### Associazione per il Disegno Industriale (ADI)

デザイナー、企業、ジャーナリスト、評論家、研究者、学生・教師、流通業者等が参加しているデザイン協会で、デザインの促進・強化・保護を目的とする

2022年2月には、ドバイ万博に向けローマ経済開発省本部で開催された展覧会にADI財団が管理しているコンパッソ・ドーロ賞の作品を提供協力する等、国内外に影響力の強いイベントにも関与

主な活動： 政策関連プロジェクト等の実施、人材育成（主にデザイナー育成）、デザインコンペティション/表彰制度の運営（世界最古の権威あるデザイン賞であるコンパッソ・ドーロ賞を運営）、イベント運営・情報発信

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）

# 観点3 日本版デザインカウンシルの設立

## 諸外国及び地域のデザインカウンシル

### 組織概要



拠点：独自のオフィススペースや所有物を持たないバーチャルな組織として機能  
人員体制：ボードメンバー6名、  
プログラムカウンシルメンバー約20名  
予算：2020年度総支出額  
約4百万ユーロ（約5.5億円）

URL：<https://www.clicknl.nl/>



拠点：コペンハーゲン  
人員体制：約50名  
（アートディレクター、プロジェクトマネージャー、会計士、デザイナー等）  
予算：－（公開情報から取得できず）  
なお2012年度に国から受け取った補助金額は  
25百万デンマーククローネ（約4億円）

URL：<https://ddc.dk/>



拠点：双方ともヘルシンキ  
人員体制：－（公開情報から取得できず）  
予算：－（公開情報から取得できず）

URL：  
<https://www.ornamo.fi/en/>  
<https://www.designforum.fi/tietoa-meista/historia/>

### 主な活動内容

#### CLICK NL

オランダ王国のクリエイティブ産業の従事者、企業、研究者等で形成された業界組織で、政府・研究機関・クリエイティブプロフェッショナル・企業をつなぐプラットフォーム  
直近の活動として、クリエイティブ産業のイノベーションアジェンダの策定、社会課題解決に関心のあるクリエイティブプロフェッショナル等に向けた知識・スキルの研究等を実施。また社会課題解決に資するプロジェクト活動を、大学、研究機関、企業等と数多く実施

主な活動：政策提言、政策（トップセクター政策）と関連したプロジェクト等の実施、デザインに関する調査研究、情報発信

#### Danish Design Center (DDC)

政策や企業におけるデザインを活用したイノベーション創出を目指す、デンマーク王国の国立デザインセンター。Digital Transition、Social Transition、Green Transitionの3分野にて、企業や自治体等と協力してプロジェクト活動を実施中。また2021年2月にデンマーク王国と日本企業での調査を基に大企業のリーダーがイノベーションを成功に導くスキルセットを分析したレポート“Diving Deep Into Corporate Innovation”を発行

主な活動：政策提言、政策関連プロジェクト等の実施、人材育成（特に非デザイナー向けデザイン教育）、デザインに関する調査研究、デザインコンペティション/表彰制度の運営、イベント運営・情報発信

#### ORNAMO

フィンランド美術工芸協会、工業産業省、企業、産業芸術連盟ORNAMOの共同プロジェクトとして始まった非営利団体。デザイナーのコミュニティ構築・学生向けのキャリア構築のコンサルティング支援の他に、デザイン分野における経済見通しのレポートを発刊

#### DESIGN FORUM FINLAND

工芸・デザインの発展、アーティストの相互協力等を目的としたデザイン協会。デザイン活用を目的としたトレーニングプログラムやデザインアワードを実施

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）

# 観点3 日本版デザインカウンシルの設立

## 諸外国及び地域のデザインカウンシル

### 組織概要



拠点：城南市・大田・梁山  
人員体制：181名  
予算：収入：53,013百万韓国ウォン  
支出：53,013百万韓国ウォン  
(収入・支出：約52億円)

URL：  
[https://eng.kidp.or.kr/eng/00\\_main/main.php](https://eng.kidp.or.kr/eng/00_main/main.php)  
<http://alio.go.kr/organ/organDisclosureDtl.do?apbald=C0184>



拠点：台湾・台北市  
人員体制：- (公開情報から取得できず)  
予算：約4.6億元 (約1.9億円)

URL：  
<https://www.tdri.org.tw/?lang=en>



拠点：香港・荃湾区(せんわんく)  
人員体制：28名  
予算：収入122,006千香港ドル  
(約5億1,200万円)  
支出：121,775千香港ドル  
(約5億1,200万円)

URL：  
<https://www.hkdesigncentre.org/en/>

### 主な活動内容

#### 韓国デザイン振興院 (KIDP)

1970年にデザイン政策や戦略を計画・実施する機関として設立。MOTIEと連携しており、デザインによる産業競争力の強化・社会価値の創造を目指す。製品やサービスの付加価値を高める企業支援やデザイン産業調査に伴う政策提言等シンクタンク・コンサル機能を担う

主な活動：政策提言、デザイン産業統計調査の実施、デザインカンファレンス・フォーラム・セミナーの開催、デザイン企業の海外展開支援、デザイン人材の育成・デザイン教育の推進、デザイナーの権利保護活動、スタートアップ支援、イベント運営・デザイン業界に関わる情報発信

#### 台湾デザイン研究院 (TDRI)

政策提言・立案、デザイン思考を通じた産業振興、若者の創造性育成のためのデザインプラットフォーム構築等を通じた、公共及び社会イノベーション促進を目的とする  
台湾デザイン未来ロードマップ、台湾デザイン力調査レポートを発行

主な活動：政策提言、政策関連プロジェクト等の実施、人材育成（主に若手デザイナー育成、非デザイナー向けデザイン教育）、デザインに関する調査研究、デザインコンペティション/表彰制度の運営、イベント運営・情報発信

#### Hong Kong Design Centre (HKDC)

香港がアジアの卓越したデザインの中核としての地位を獲得することを目的とする。  
2021年には、「Global Design Reset」をテーマに開催されたイベント「Business of Design Week」や産学官連携による社会課題解決に関するデザイン知識の共有イベント「Knowledge of Design Week」、アジアの優れた商業デザインを表彰する「Design for Asia Awards」等、数多くの施策を実施

主な活動：政策関連プロジェクト等の実施、人材育成（主に非デザイナー向けデザイン教育）、デザインコンペティション/表彰制度の運営、イベント運営・情報発信

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）

# 観点3 日本版デザインカウンシルの設立

## 諸外国及び地域のデザインカウンシル

### 組織概要



拠点：ナショナルデザインセンター内

人員体制：約30名

予算：－（公開情報から取得できず）

URL：  
<https://www.designsingapore.org/>



拠点：アフマダバード

人員体制：約40名

予算：－（公開情報から取得できず）

URL：  
<https://indiadesigncouncil.org/index.php>

### 主な活動内容

#### Design Singapore Council (Dsg)

シンガポール共和国のデザイン部門の発展、デザインを活用したイノベーション創出等を目指す。2021年11月には組織やリーダーシップへいかにデザインを取り入れるべきかをまとめた定性調査「A Playbook for Building a Design-Led Culture（デザイン主導の文化を構築するためのプレイブック）」を発行

主な活動：政策提言、政策関連プロジェクト等の実施、人材育成（主に非デザイナー向けデザイン教育）、デザインコンペティション/表彰制度の運営、イベント運営・情報発信

#### India Design Council

インド国内及び海外におけるインドデザインの認識と有効性を促進することを目的とする。2020年12月には、イノベーションを創出し、企業の持続的な競争優位を構築するためのデザインの役割を伝えることを目的に「INDIA DESIGN MARK AWARDS 2020」をNational Institute of Design（国立デザイン研究所）ならびにEEPC India（インド工業製品輸出振興会）と実施

主な活動：政策提言、政策関連プロジェクト等の実施、デザインに関する研究（標準化されたデザインシラバスの開発名等）、デザインコンペティション/表彰制度の運営、イベント運営・情報発信

# 観点3 日本版デザインカウンシルの設立

## 諸外国及び地域のデザインカウンシル

### 組織概要



©Sverre Chr. Jarild



### 主な活動内容

#### D-box

～ 地域を主体に公的サービスの変革を担う ～

一次産業を中心に独自の発展を遂げてきたノルウェーだが、2000年以降、デジタルおよびサービスデザインの先進国として台頭。2019年ノルウェー建築デザインセンター(DOGA)は更なる変革を担うべく、オスロ建築大学(AHO)とノルウェービジネススクール(BI)と共にD-Boxを設立。300以上存在する基礎自治体を主体とした公共サービスの変革のための実践的デザイン活動に欧州の注目が集まっている。

拠点：オスロ

URL：<https://www.d-boxnorway.com/>

#### タイランド・クリエイティブ・デザイン・センター (TCDC)

～ 27の地域にデザインセンターを設置 ～

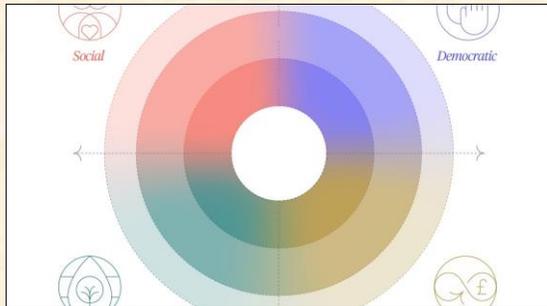
アジア通貨危機後、タイ政府の文化・クリエイティブ産業による経済復興の一環として設立された。展示スペースや図書館を備えたTCDCバンコクを中心に、チェンマイや地方大学のキャンパス内など、人々がデザイン思考を活用し地域ビジネスを推進するハブセンターとしてミニTCDCを全国27の自治体で展開している。

拠点：バンコク

出所：<https://www.tcdc.or.th/> (2023年1月18日閲覧)

# 観点3 日本版デザインカウンシルの設立

## 英国デザインカウンシルの取組事例

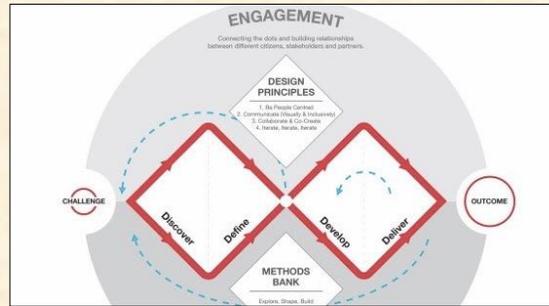


The Design Value Framework ©UK Design Council

 調査研究の主軸は、経済から社会・環境・民主社会にもたらすインパクトヘシフト

英デザインカウンシルはデザインエコノミーレポートを毎年公開。例年デザインの経済的価値やクリエイティブセクターに言及している。2022年7月マリアナ・マッツカート率いるUCLのIIPPと協業し、レポートの内容を大幅に改訂。経済に加えて社会・政治・地球環境の3つの領域を挙げ、デザイン経営がもたらす多面的なインパクトを可視化している。

出所：Design Economy(デザインカウンシル)  
<https://www.designcouncil.org.uk/our-work/design-economy/>

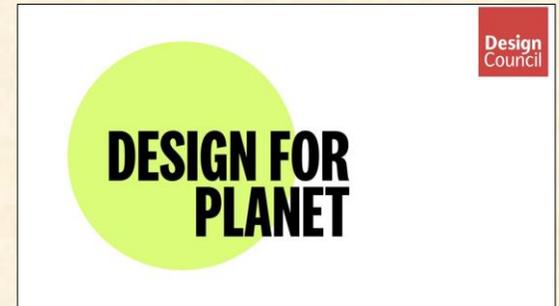


Framework for Innovation ©UK Design Council

 デザイン市場規模の計測から、デザイナーを雇用する人の理解に努める

2004年ダブルダイヤモンドフレームワークを発表。デザイン行為を可視化することで、発注する行政や民間企業にデザインの正当な対価と産業の規模を可視化。「(これらフレームワークの目的は) デザインの価値を産業と公共双方の管理職や出資者に伝えることにあります。」(デザインカウンシル、リサーチ部門長、Bernard Hays)

出所：Double Diamond (デザインカウンシル)  
<https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/>



Design for Planet ©UK Design Council

 気候変動に特化したデザイン活動の推進

英国デザインカウンシルは、工業製品の素材と製造過程大きな影響を及ぼすデザイナーの地球環境へのコミットメントが重要であると明言し、2021年より気候変動に特化したデザインプログラムDesign for Planetを開始。デザイン業界が気候変動の議論に参画することを表明すると共に、今後同テーマの元、企業や自治体と協業を計画。

出所：Design for Planet (デザインカウンシル)  
<https://www.designcouncil.org.uk/our-mission/>

調査・出所：株式会社リ・パブリック

# 観点3 日本版デザインカウンシルの設立

## 我が国のデザイン振興機関（例）

- 「グッドデザイン賞」を運営する日本デザイン振興会を筆頭に、地方のデザインセンター等がイベント開催、情報発信、プロジェクト活動等を通じて独自にデザイン振興を実施
- 海外のデザインカウンシル等のように、多様な機能を包括的に持つ組織は存在しない

### 組織概要

### 主な活動内容



拠点：東京都  
人員体制：理事3名、職員18名  
予算：収益約10.2億円、費用約9.4億円  
(2020年度)

URL： <https://www.jidp.or.jp/ja/>



拠点：富山県  
人員体制：－（公開情報から取得できず）  
予算：歳出約4千万円、歳入845万円  
(平成25年度実績)

URL： <https://toyamadesign.jp/>



拠点：大阪府  
人員体制：理事11名、監事2名、  
評議員11名、事務局職員7名  
予算：収入約2千万円、支出約6千万円  
(令和元年度)

URL： <https://www.osakadc.jp/about/>

#### 日本デザイン振興会（JDP）

「グッドデザイン賞」の主催や、「GOOD DESIGN Marunouchi」、「東京ミッドタウン・デザインハブ」といった施設の運営等を通じたデザイン振興事業を実施  
さらに、国際機関との交流事業、東京都の創業支援事業や地域行政に対するデザイン振興など多角的な活動を実施  
主な活動：デザインコンペティション/表彰制度の運営（グッドデザイン賞）、イベント運営・情報発信

#### 富山県総合デザインセンター

デザイナーと企業をつなぎ、「デザインで富山を元気にする」ための様々な活動を実施。デザイナーと企業のマッチングや商品開発支援、異分野交流によるイノベーション創出を目指す共創拠点施設「クリエイティブ・デザイン・ハブ」の運営等を行う  
その他、富山県内で企画・製造され、性能・デザイン性に優れた工業製品を認定する「富山プロダクツ」の認定や、レポート・機関紙の定期的な発行を実施  
主な活動：プロジェクト等の実施（商品開発支援等）、イベント運営・情報発信（クリエイティブ・デザイン・ハブの運営）

#### 大阪デザインセンター

1960年に全国に先駆けて大阪府・大阪市・大阪商工会議所によって設立された、日本で最も歴史のあるデザインセンターであり、デザイナーと企業のマッチングや、セミナー・イベントの開催、情報発信を実施

主な活動：イベント運営・情報発信

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）

# 観点3 日本版デザインカウンスルの設立

## 【参考】海外のデザインセンターの例

- 海外には、一般市民がデザインに親しみ、学ぶことができるデザインセンターやデザインミュージアムを設立している国が多くある
- 大規模かつデザイン的に優れた施設が多く、展示会や国際フォーラム、各種セミナーの開催やデザイン研究等を実施

### 韓国 東大門デザインプラザ(DDP)



東大門市場が衣装関係の巨大卸売市場であることから、東大門をデザインの中心地とすべく建設された（設計：ザハ・ハニド氏、敷地面積：86,574平方m）

### シンガポール共和国 National Design Centre



展示会やデザインビジネスに関するセミナーを開催する他、子どもの五感を育み、好奇心を広げる子ども向けイベントも行っている。シンガポール・デザイン・カウンスルの拠点でもある

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）

# 観点4 「教養としてのデザイン」の普及

## 国内外のデザイン教育比較

- 海外では義務教育や他のデザイン教育機会の提供により、デザインを学ぶ機会が身近に多くある
- 我が国では、一般市民がデザインを学ぶ機会は乏しく、学習内容の体系化等も為されていない

### 国内外のデザイン教育との比較

#### 我が国のデザイン教育

- 義務教育課程において、「デザイン」が必修化されていない
- 大学や専門学校でデザイン教育を受けた者は、何らかのコミュニティへの参加や自身のデザイン業を通じてデザインへの理解・専門性を深められる。一方、**その他の一般市民はデザイン教育機会が乏しく、デザインへの理解を深められずにいる**

#### 海外のデザイン教育※

- 義務教育課程において、「デザイン」が必修化されている（英国、デンマーク王国等）
- デザインカウンシルやデザインミュージアム等の多様な主体が、一般市民向けのワークショップを実施する等、**豊富なデザイン教育機会を提供している**

※ 英国、デンマーク王国、ドイツ連邦共和国等

より良い社会の創造に向けて、デザイン活用の可能性が拡大する中、  
国民のデザインリテラシーを高めるデザイン教育の普及が求められるのではないか

# 観点4 「教養としてのデザイン」の普及

## 我が国におけるデザイン教育の現状と論点

- 義務教育課程でデザインを学ぶ機会はなく、大学や専門学校で専攻したり、何らかのコミュニティに所属しない限り、デザインへの理解を深めることは難しい

0～18歳

義務教育課程で、デザインが必修化されていない



現状

デザイン？



幼少期でデザインを学ぶ機会の創出

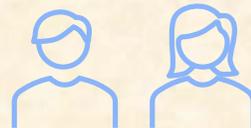
論点

▶18～25歳

美術大学・専門学校・工学系大学に進学し、デザインスキル・マインドを習得する



なるほど！



上記以外の一般大学等に進学したため、デザインを学ぶ機会は乏しい



デザイン？



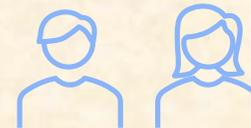
「非デザイナー」である、一般市民へのデザイン教育の普及

▶25歳～

何らかのコミュニティへの参加や自身のデザイン業を通じてデザインへの理解・専門性を深める



なるほど！



デザイン教育機会が乏しく、デザインへの理解を深められずにいる



デザイン？

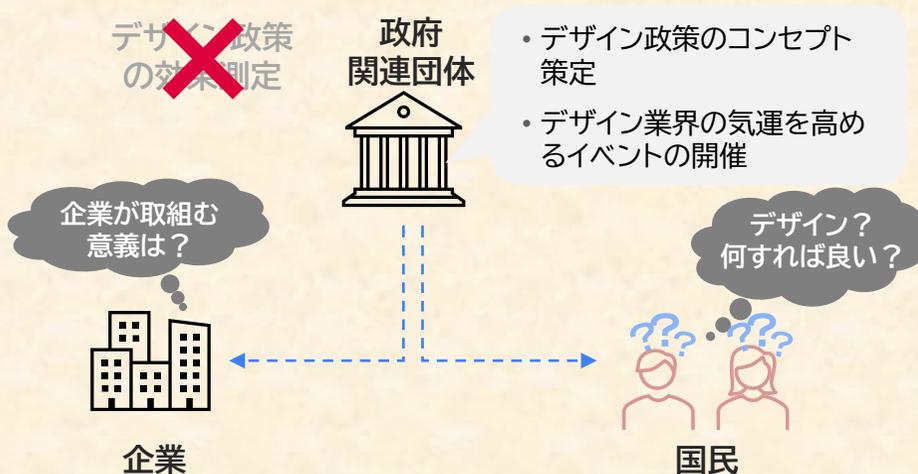
# 観点5 デザイン政策評価と企業・国民の意識啓発

## 国内外のデザイン政策評価比較

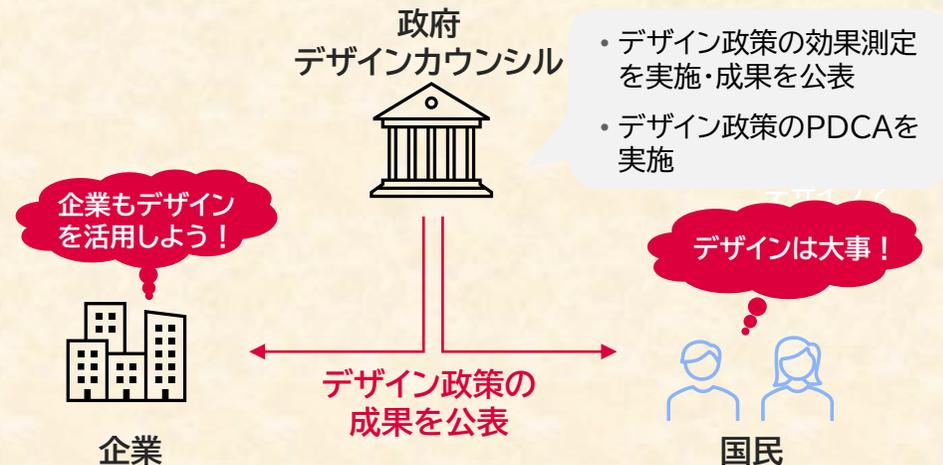
- 我が国のデザイン政策は、政府が当該コンセプトを策定し、デザイン活用等の具体化を民間が担っているが、**当該デザイン政策の効果測定が不十分であり、一部の企業や国民に対する意識啓発にとどまる**
- 海外では**政府やデザインカウンシルがデザイン政策の有用性を研究・評価し、成果を発信している**

### 国内外のデザイン政策評価の比較

#### 日本の政策評価



#### 海外の政策評価※ ※ デンマーク王国、フィンランド共和国等



デザイン政策の有用性を評価・広く社会に発信し、  
より多くの企業や国民の意識啓発を促すことが求められるのではないか

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）

## 課題 2 デザインをどう評価し、どう伝えるか ～氾濫するデザイン～

# 課題2 デザインをどう評価し、どう伝えるか ~氾濫するデザイン~

経営者



“デザイン経営”

一般市民



“デザインの民主化” “STEAM教育”

行政

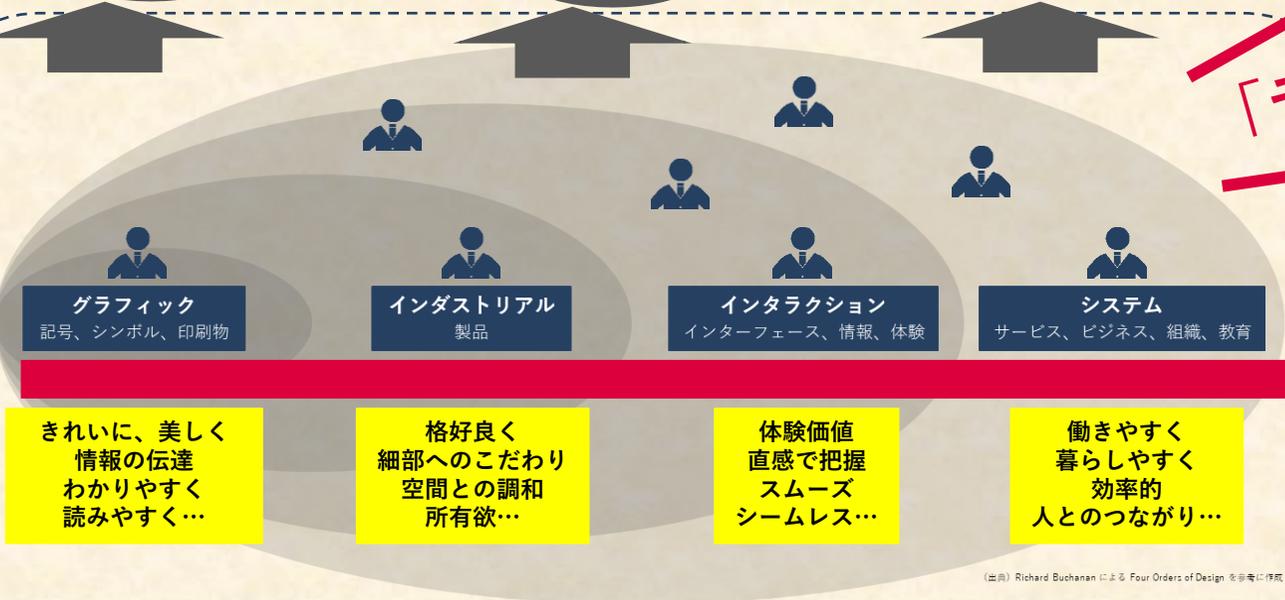


“DX” “政策デザイン”

「デザイン」を導入すると、何が起こるのか

「デザイン」が重要!

デザインコミュニティ



何者なのか  
何を目標しているのか

←見える 可視性 見えない→  
←個別の問題 複雑性 全体の問題→

(出典) Richard Buchanan による Four Orders of Design を参考に作成

# 課題2 デザインをどう評価し、どう伝えるか ～氾濫するデザイン～

- デザインの対象領域が拡大・細分化
- 「デザイン思考」の流行により、“デザイナーのように考えること”が注目を集める
- デザインの経験や知識、所属する領域、世代等の違いにより、デザインに対する認識が大きく異なる
- デザイナーやデザイン業界は「デザインが重要」と言うものの、多くは定性的な説明にとどまる
- デザイン導入の意義を伝える者や場、デザインを評論する者の不足

## 検討すべきこと

### (1) 現在のデザイン評価に関する問題点

- ・デザインの効果を定量的に表すことができない
- ・デザインを評論する専門家、評論する土壌の不在
- ・デザインカウンスルの不在
- ・デザインフィー（対価）が不明瞭
- ・学術的研究が不十分...

### (2) デザインをどう評価し、どう伝えるか

誰が：デザイナー、クライアント、第三者（評論家・メディア・デザイン振興機関）...

誰に：経営者、クライアント、デザイン部署以外の職員、行政幹部、市民...

どのように評価し：定性的、定量的、事例...

どのような手法で：イベント、自社ウェブサイト、SNS、デザイン誌...

## 考慮すべき点（有識者からの指摘）

### ・デザインをどのように捉えるか

「デザインだけ」切り出して評価することが果たしてできるのか。

「DX×デザイン」「経営×デザイン」など、様々なものとの関係においてデザインを評価してはどうか。

### ・黒子的なデザイン、アノニマスのデザイン

生活の中にあるデザインの多くは人々に気づかれていない。特にきちんと機能しているデザインの場合にはなおさらで、むしろうまく機能していない、違和感がある時に良くないデザインだと気付く。

### ・理屈ではない価値

お金に換えられない非財務的な価値にも注目すべきではないか。

大人が集まってデザインを評価しようとなると難解になりがちだが、デザインとは、たぶんもっとシンプルなもので、子供たちでも理解できるようなもの。

デザインを定量的に評価しないと十分に理解されない、国全体のデザインリテラシーの低さにも一因があるのではないか。

### ・契約や説明者の問題

デザインの意義をデザイナー自身が語ることを否定するものではないが、説明が必ずしも得意でなかったり、疑わしさが出ること否定できない。また、クライアントワークの契約上、外で話せないことも多くあるのが実情。契約問題をクリアしつつクライアントに語ってもらったり、第三者の専門家に解説してもらうことも一案ではないか。

**(参考) 拡大・分化するデザイン領域**

# 拡大・分化するデザイン領域

- デザイン研究者のリチャード・ブキャナンは、デザインの対象が目に見えるものから見えないものへ、個別の問題からより全体的で複雑な問題へ変化していることを示した

## デザインの対象領域の拡大



デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）の記載を参考に作成

# 拡大・分化するデザイン領域

■ 諸団体のデザイン分類においてもデザイン領域の拡がりを確認できる

## Design Sector Classifications used by Leading Organizations (Domestic and Multilateral)

団体	IDA (International Design Alliance)	BEDA (EU) (Bureau of European Design Associations)	UK Design Council	DCMS (UK) (Department for Media, Culture and Sport)	AGIA (US) (American Institute of Graphic Arts)	UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development)	UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)	
概要	デザインを代表する国際機関間の戦略的ベンチャー	メンバーとEU当局の間の恒久的な連絡を確保している団体	全国的なデザイン推進を目指す独立慈善団体	アートに基づくイニシアチブを促進及び支援する団体	デザインのための最も古く最大規模の専門家会員組織	貿易と開発を扱うUNの機関	教育、コミュニケーション、芸術を促進するUNの機関	
デザインの4つの次元を基にした整理	①	• Graphic design	• Graphic design • Visual art	• Graphic design	• Graphic design	• Graphic design	• Graphic design • Visual Art	
	②	• Product and Industrial design • Architecture • Interior design • Fashion design	• Architecture • Interior design • Fashion (and jewelry) design • Product design	• Architecture • Interior design • Fashion (and jewelry) design • Product design	• Architecture • Interior design • Fashion design • Industrial and Product design • Craft	• Architecture • Interior design • Fashion design • Product design	• Interior design • Fashion (and jewelry) design • Toy design	• Architecture and landscape design • Interior design • Fashion design
	③		• Digital and Multimedia design	• Multimedia design	• Information design • Multimedia, website and digital media design	• Digital and Multimedia design		
	④		• Social design	• Social design	• Environmental design	• Social design		
	その他			• Conceptual art, crafts	• Design consultancies (corporate/ brand identity)		• Advertising	

**INSIGHT:**  
特に、英国・米国等の機関では、比較的新しいデザイン領域の分類が設けられている。

# 拡大・分化するデザイン領域

- ジョン・マエダ氏は、従来のモノのデザインを「クラシカルデザイン」と表現
- 「デザイン思考」「コンピューティショナルデザイン」と並び、デザインを3つの種類に整理

## Design in Tech Report 2017 (John Maeda)

デザインコンサルタント (IDEO・Frog…)
ビジネススクール (Yale SOM…)
ビジネスコンサル (マッキンゼー、アクセンチュア、BCG…)

↑
↑
↑

	①クラシカルデザイン	②デザイン思考	③コンピューティショナルデザイン
使用する材料	紙・木材・金属など (物質的)	ポストイット・ホワイトボード チームメンバーの時間	データモデル・アルゴリズムなど (バーチャル)
スキルが根ざすもの	手作業・物理法則	マインド・組織の科学	思考法及びコンピュータ + 社会科学
重要視するもの	訓練	戦略・経験	-
目指す方向性	完璧な製品の出荷	建設的な発散の促進	-
完成が可能か	可能。最終的な完成形が存在	-	不可能。常に進化し続ける
届ける方法/時間	物流チャンネル/数週間～数ヶ月	-	インターネット/即時配信
ユーザー数	数人～数百万人	-	数人～数十億人
主に関与する者	クラシックなデザイナー	ビジネス思想家・実行者	-
デザイナーの自信	絶対的・他者の評価は不要	-	一般的に高いが、 他者の検証や分析を受容

(出所) John Maeda Design in Tech Report 2017 <https://designintech.report/2017/03/11/design-in-tech-report-2017/> よりデザイン政策室訳

## **(参考) デザイン評価に関する先行事例**

# 定量化しづらいデザイン

- **過去のデザイン政策提言においても、デザインを定量的に評価することが困難である旨に言及**
- **デザインを定量的に評価することに対して否定的な意見も見受けられる**

## デザインの評価に関する言及（これまでのデザイン政策提言等からの抜粋）

- 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は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、～中略～ 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、施策の展開に当たっては、この点を十分に認識し、長期的視野に立った心構えが必要である。  
出所：「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
- デザインの評価を客観性をもった的確に行うことはきわめて困難な問題であるが、考えてみればデザインに関する全ての議論の出発点ともいえるもので、種々の誤解、不満・不信のたねともなっている問題である。わが国経済社会におけるデザインの重要性の増大がみられる現在あえてこの問題に取り組む必要性もまた大きいと考える。直ちに成果が明確になるというものではないと考えるが、一方における学術的研究と他方におけるデザイン関係者間のコンセンサス作りという方法で進めていくことが望ましい。  
出所：「今後のデザイン振興策について -デザイン奨励部会 報告-」（1979年）通商産業省輸出検査デザイン奨励審議会デザイン奨励部会
- 我が国においては、ともすれば、デザインは趣味的なものとして、あるいは、ものの内容如何にかかわらず見栄えを良くするだけのものとして理解されがちである中で、デザインが国民生活の充実という形で社会に貢献できるものであるという認識を社会に一層浸透させることが肝要である。～中略～ セミナー、シンポジウム、さらには博覧会のようなイベントにおいても、抽象的なデザインのイメージを提供するに止まらず、デザインの実践的な社会的効果の表現に意を用いる必要がある。  
出所：「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
- 差異を生み出す能力として今後重要性を増すクリエイティブは、抽象度や自由度が高い能力であり、その実効性を説明することは容易ではない。例えば、短期的な成果に繋がるのか、他の要因ではなくクリエイティブが不可欠な要素なのか、導入の費用対効果は高いのかといった指摘について、論理的・定量的な説明が難しいという課題がある。  
出所：「第4次産業革命におけるデザイン等のクリエイティブの重要性及び具体的な施策検討に係る調査研究報告書」（2017年）経済産業省
- **デザイン経営推進の課題「効果を定量化できない」**
  - ・デザインがどこまで寄与しているかがわからないので、評価が限定的にならざるを得ない
  - ・外部の株主や経営陣に「効果を示せ」と言われる
  - ・費用対効果を示しづらいので、新たな投資に対する意思決定をするのが難しい出所：「デザイン経営」の課題と解決事例（2020年）特許庁

# デザインが企業経営に与える効果に関する先行研究

## 【参考】我が国における先行研究の一覧 1/4

	目的	手法（調査対象）	デザイン効果	主眼	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	アンケート（企業） 事例分析（企業）	「 <b>経済的效果</b> 」 「 <b>モノづくりに与える効果</b> 」「 <b>ブランド・イメージに関する効果</b> 」 「 <b>意識・風土面の効果</b> 」等 多面的な効果	効果測定（企業認識）、導入方法	<a href="https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/282046/www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/human-design/koukasokutei.html">https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/282046/www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/human-design/koukasokutei.html</a>
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	「民間企業の研究活動に関する調査」（企業）	<b>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</b>	実態把握	<a href="https://nistep.repo.nii.ac.jp/index.php?action=repository_view_main_item_detail&amp;item_id=4156&amp;item_no=1&amp;page_id=13&amp;block_id=21">https://nistep.repo.nii.ac.jp/index.php?action=repository_view_main_item_detail&amp;item_id=4156&amp;item_no=1&amp;page_id=13&amp;block_id=21</a>
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	アンケート（企業）	<b>デザインの効果はあるもの、という前提</b>	導入方法	<a href="https://www.jstage.jst.go.jp/article/keiejjournal/32/0/32_KJ00008987567/article/-char/ja/">https://www.jstage.jst.go.jp/article/keiejjournal/32/0/32_KJ00008987567/article/-char/ja/</a>
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	事例分析（企業）	<b>売上・認知度向上</b>	事例提示	<a href="https://www.smrj.go.jp/doc/tool/shienjirei25-design3.pdf">https://www.smrj.go.jp/doc/tool/shienjirei25-design3.pdf</a>

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）

# デザインが企業経営に与える効果に関する先行研究

## 【参考】我が国における先行研究の一覧 2/4

	目的	手法（調査対象）	デザイン効果	主眼	URL
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	インターネット調査（消費者）	購買意向の向上	効果測定（消費者の認識）	<a href="https://www.jstage.jst.go.jp/article/soshikikagaku/49/3/49_47/pdf/-char/ja">https://www.jstage.jst.go.jp/article/soshikikagaku/49/3/49_47/pdf/-char/ja</a>
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 業調査、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	「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	効果測定（データ）	<a href="https://www.rieti.go.jp/jp/publications/dp/15j041.pdf">https://www.rieti.go.jp/jp/publications/dp/15j041.pdf</a>
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	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(とりわけブランドカ・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)	実態調査、効果測定（企業認識）、事例提示	<a href="https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/download/files/fy27/fy27_design_innovation_research.pdf">https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/download/files/fy27/fy27_design_innovation_research.pdf</a>
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	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る	実態把握	<a href="https://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoujo/daiyoji_sangyo_creative/pdf/005_02_00.pdf">https://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/shoujo/daiyoji_sangyo_creative/pdf/005_02_00.pdf</a>

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）

# デザインが企業経営に与える効果に関する先行研究

## 【参考】我が国における先行研究の一覧 3/4

	目的	手法（調査対象）	デザイン効果	主眼	URL	
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	ヒアリング（企業）、財務指標分析（データ）	<b>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</b>	実態把握、効果測定（データ）、導入方法	<a href="https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota/document/kokusai_kenrika/h29_03.pdf?fbclid=IwAR0HUabk1EBiOsHOiSH6HEgwmPgTG2xnPYuiS7Y2U6glPIrQnws08ZvVAoU">https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota/document/kokusai_kenrika/h29_03.pdf?fbclid=IwAR0HUabk1EBiOsHOiSH6HEgwmPgTG2xnPYuiS7Y2U6glPIrQnws08ZvVAoU</a>
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	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）	<b>売上高向上</b>	効果測定（データ）	<a href="https://dspace.jaist.ac.jp/dspace/handle/10119/16472">https://dspace.jaist.ac.jp/dspace/handle/10119/16472</a>
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	アンケート（企業）	<b>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）</b>	実態調査、効果測定（企業認識）	<a href="https://www.jidp.or.jp/2020/11/25/DesignManagementReport">https://www.jidp.or.jp/2020/11/25/DesignManagementReport</a>
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	フィールドワーク、インタビュー（企業）	<b>定量的な効果の測定ではないサクセスメッセージ事例</b>	事例提示、導入方法	<a href="https://loftwork.com/jp/news/2020/03/05_design-driven-management_report">https://loftwork.com/jp/news/2020/03/05_design-driven-management_report</a>

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）

# デザインが企業経営に与える効果に関する先行研究

## 【参考】我が国における先行研究の一覧 4/4

	目的	手法（調査対象）	デザイン効果	主眼	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	YAOYA PROJECT事業とその参加企業への聞き取り（企業）	<b>企業の問題解決 人材確保</b>	事例提示、 導入方法	<a href="https://www.pref.osaka.lg.jp/attach/1949/00051733/186design.pdf">https://www.pref.osaka.lg.jp/attach/1949/00051733/186design.pdf</a>
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	アンケート、聞き取り調査（企業）	<b>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</b>	課題提示、 導入方法	<a href="http://www.jspmi.or.jp/material/file/eri/pdf/kikaikeizaikennkyuu_51_3kondo.miyoshi.pdf">http://www.jspmi.or.jp/material/file/eri/pdf/kikaikeizaikennkyuu_51_3kondo.miyoshi.pdf</a>
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	アンケート（企業）	<b>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</b>	実態把握	<a href="https://goodpatch.com/news/redesigner-design-data-book2021">https://goodpatch.com/news/redesigner-design-data-book2021</a>

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）

# デザインが企業経営に与える効果に関する先行研究

## 先行研究の類型化：「効果」に対する先行研究のアプローチ

- 我が国におけるデザインが企業経営に与える効果に関する先行研究は、次の4つ、**(1) 実態把握**、**(2) 効果測定**、**(3) 事例提示**、**(4) 導入方法（課題提示、提言）**に分類できる。

### 先行研究の4つの類型

実態把握	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>国内においてデザイン活動がどのように営まれているのか、デザイン活動の実情を把握する試み</b> (長谷川(2012)、経済産業省(2017)、グッドパッチ(2021等))</li><li>• 企業へのアンケート調査からデザイン活動の現状を把握しようとする先行研究が多い</li></ul>
効果測定	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>デザインへの注力が経営にどのような効果をもたらすのか、その効果自体を測定する試み</b> (秋池、勝俣(2015)、川上、枝村(2015)、経済産業省(2016)、勝本(2019)、日本デザイン振興会・三菱総研(2020)等)</li><li>• 主に株価上昇や売上拡大等の経済効果に焦点を当てた先行研究が多い</li></ul>
事例提示	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>デザインを経営に導入した企業の成功事例を提示し、デザイン経営を促進することの一助とする試み</b> (中小機構(2013)、大阪産業経済リサーチ&amp;デザインセンター(2021))</li><li>• デザインに注力することによる経営へのプラスの影響(成功体験、サクセスストーリー)を個々の事例から効果として描いている。定量的な効果測定と合わせて、より納得度の高い事例紹介を行う研究も見られる</li></ul>
導入方法 (課題提示、提言)	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>デザイン導入の効果や課題等の分析から、デザインを経営に導入する際のハウツーを提示する試み</b> (産業研究所(2006)、ロフトワーク(2020)、近藤(2021)、デロイトトーマツコンサルティング(2018))</li><li>• 効果について先行研究分析やアンケート等から描きつつも、その主眼は経営へのデザイン導入の方法に置かれており、実際にデザイン導入を進める段階において有用な研究と言える</li></ul>

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）

# デザインが企業経営に与える効果に関する先行研究

## 先行研究の問題点 1/2

### 1 「デザイン」という言葉の定義の揺らぎ

- デザイン領域の拡大については多くの先行研究が指摘し、企業側も認識していることがアンケート等で確認できる
- しかし、デザインの効果という議論において、**意匠やUI等の狭義のデザインと、経営のデザインまで含むより広い概念のデザインとが錯綜する事例が多い**。具体的には、デザインを広く捉えるとしながら、意匠権（＝狭義の意味のデザイン）をその指標とする等、**効果を測る議論の最中に狭義のデザインに意味が収れんする傾向**がある
- なお、「**デザイナー**」に関しては、**その定義自体が欠如**している。デザインの領域拡大に伴い、そのデザイン活動を行うデザイナーの定義も大きく変化せざるを得ないと考えられる。デザイナーに期待される役割が拡大しているという報告（経済産業省 2016）はあるものの、**先行研究が結局のところ議論しているデザイナーは、いわゆるプロダクトデザイナー等の狭義のデザイナーとなっている**

### 2 デザイン活用の幅と深度に応じた効果測定手法が確立していない

- 既に指摘したように、デザイン領域の拡大（すなわち、デザイン活用の幅の広がり）が認識されているにも関わらず、デザインの効果という場合には、製品やサービスを対象とした狭い意味のデザインが取り上げられる傾向にある。  
そのため、**より広い意味の「経営のデザイン」が企業経営にどのような効果を与えるのかは明確に言及されていない**
- また、**企業によって、デザイン活用の幅や深度（実践の程度）には違い**が見られる。例えば、CDO（チーフ・デザイン・オフィサー）を設置し、デザインをビジネスモデルの構築や重要な経営の意思決定に活用するような「経営のデザイン」を高度に実践する企業と、プロダクトデザイナーが経営からは一定の距離を置き、優れたプロダクトデザインを追求するような「狭義のデザイン」を深く実践する企業では、デザインが企業経営に与える効果は異なるだろう。  
したがって、**個々の企業におけるデザインのレベルに応じて、効果を測定する手法や確認すべき観点、評価指標の設計を検討する必要がある**。しかし現時点では、このようなデザイン活用の幅と深度、すなわち**デザインのレベルに応じた効果測定の方法論が確立されていない**

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）

# デザインが企業経営に与える効果に関する先行研究

## 先行研究の問題点 2/2

### 3 「デザイン」という言葉に対する、調査者と被調査者の間の認識齟齬

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

### 4 調査対象の不十分さ（企業数、調査期間、デザインに注力する企業、消費者）

- 多くの研究が、企業数の少なさ（川上・枝村 2015や勝本 2019）、業種の偏り（大阪産業経済リサーチ&デザインセンター 2021）等調査対象の不十分さを自らの課題として挙げている。調査対象企業数で見ると、先行研究の**アンケート調査は回答数が100社未満のものが大半**を占めている。調査期間に関しても、**基本的には1回限りのアンケート調査が多く、長期にわたった追跡調査は行われていない**
- またデザインの効果を測る**調査対象として、特にデザインに注力する企業が選定される場合が多い**。つまり近年のデザインの潮流について一定程度の理解を持ち合わせている、デザイン・リテラシーの高い企業が対象となっている。しかし実態調査・効果測定のためには、**デザインに注力しない企業（＝デザイン・リテラシーの低い企業）、それらの企業のデザインへの認識、デザイン活動の実態も把握する必要がある**と考えられる

# デザインが企業経営に与える効果に関する先行研究

## 今後の研究において留意すべき事項 1/2

### 1 デザインに関する定義（領域）を明確に示すこと

- まず第一に、調査者は、どの領域のデザインが企業経営に与える影響を明らかにしたいのか、**研究対象とするデザインの定義や領域を明確に示すことが必要**となる

### 2 研究対象のデザインに適した、効果測定の指標や手法を検討すること

- 調査者は、研究対象のデザインとは何かを明確化し、**当該デザインに適した効果測定手法を検討**しなければならない
- 調査目的によっては、アンケート調査等の**対象企業におけるデザイン活用の幅や深度の違いを把握する必要**があり、そのためには**企業のデザイン・レベルを評価する考え方や具体的な評価指標、測定手法の開発が求められる**だろう

### 3 デザインに対する認識の齟齬を考慮し、適切な事前説明を講じること

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

### 4 継続的な調査の実施を検討すること

- デザインの効果を理解する上では、単発のアンケート調査やインタビューだけでなく、**時系列に沿った定点調査も重要**となる。英国のDesign Councilはデザインの経済価値についての報告書を定期的に発表しているが、我が国においても、**デザイン効果研究の基盤となり得る継続的な調査が求められる**

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）

# デザインが企業経営に与える効果に関する先行研究

## 今後の研究において留意すべき事項 2 / 2

### 5 調査対象の十分な母集団を確保し、効果測定が多様な観点を考慮すること

- 先行研究ではデザインリテラシーの高い企業を対象とした調査が多く、回答に偏りが生じている可能性も否めない。  
我が国におけるデザイン活動の実態把握や、より客観的で納得しやすいデザイン効果の測定には、デザインリテラシーの低い企業も含めた、より包括的な調査が求められるだろう
- またUXやUI等デザインを語る上でユーザー視点は欠かせない要素となっており、消費者を含める形での新たな効果測定の手法が期待される

#### 総括

- 我が国では、デザインが企業経営に与える意義・効果に関する定量的な調査研究が質・量ともに不足
- 海外では、調査研究機能を有するデザインカウンスルやデザインセンターを中心に、継続的な調査研究が実施されており、当該国におけるデザインの意義や効果を広く発信している
- 我が国においては、個々の調査・研究者が留意すべき事項を意識して、第三者が理解しやすい調査研究を実践することに加えて、デザインの調査研究を継続・蓄積していくための組織体制の充実化が今後望まれる

(参考) デザイン系雑誌・ウェブサイト・デザインジャーナリスト等

# (参考) デザイン系雑誌・ウェブサイト・デザインジャーナリスト等

- 国内においてデザイン関係の雑誌・ウェブサイトは一定程度存在
- 主にデザイン業界関係者に閲覧され、広く市民とデザイン業界を繋ぐメディアは限られる
- 昭和と比較して、デザインジャーナリスト・デザイン評論家が少ないとの意見もある

## 日本のデザイン関係雑誌・ウェブサイト (例)

### ■AXIS

株式会社アクス <https://www.axismag.jp/posts/axis-magazine>

### ■日経デザイン

株式会社日経BP <https://www.nikkeibpm.co.jp/item/nd/828/index.html>

### ■アイデア

株式会社誠文堂新光社 <https://www.seibundo-shinkosha.net/magazine/idea/>

### ■ブレン

株式会社宣伝会議 <https://www.sendenkaigi.com/books/brain/>

### ■+ DESIGNING

株式会社マイナビ出版 <http://www.plus-designing.jp/index.html>

### ■デザインノート

株式会社誠文堂新光社 <https://design-note.jp/>

### ■美術手帖

株式会社美術出版社 <https://bijutsu.press/business/bijutsutecho/>

### ■デザイン情報サイト JDN

株式会社JDN <https://www.japandesign.ne.jp/>

### ■designing

株式会社インクワイア <https://note.designing.jp/>

### ■MdN Design Interactive

株式会社エムディエヌコーポレーション <https://www.mdn.co.jp/>

## 日本のデザインジャーナリスト・評論家 (例)

### ■勝見 勝 (1909-1983)

主な著書等：現代デザイン入門、インダストリアルデザイン、工業デザイン理論と実際 等

### ■柏木 博 (1946-2021)

主な著書等：日用品のデザイン思想、デザインの20世紀、モダンデザイン批判、デザインの教科書 等

### ■白田 捷治 (1943-)

主な著書等：装幀時代、現代装幀、杉浦康平のデザイン 等

### ■藤崎 圭一郎 (1963-)

主な著書等：デザインするな 等

### ■土田 貴宏 (1970-)

主な著書等：デザインの現在 コンテンポラリーデザイン・インタビューズ 等

### ■室賀 清徳 (1975-)

主な著書等：アイデア (雑誌)、The Graphic Design Review (Web) 等

### ■川上 典孝子

主な著書等：リアライジング・デザイン 等

## 課題3 地域におけるデザイン活用をどう進めるか

# 課題3 地域におけるデザイン活用をどう進めるか

- 少子高齢化による地域の課題解決をはじめ、地域活性化に資するデザインが注目を集める
- 首長のコミットによる政策デザインの試行や、自治体がデザイン人材を直接雇用する例も存在
- **デザイン人材の多くは都市部に偏重し、地域と関わるデザイナーは不十分**  
→ コロナ渦・リモートワークの浸透により、地域への関心が高まる
- **有力なデザインセンター・美術大学・デザイン事務所がある地域は限られ、デザインの地域格差が存在**

## 検討すべきこと

### (1) 地域のデザインリテラシーをどのように高めるか

- ・デザイン≠見た目という程度に思われている
- ・デザイナー≠印刷会社のグラフィックデザイナーのイメージ
- ・地域でデザインを学ぶ機会が無い or 限られている
- ・デザイン人材との接点が無く、どのように地域へ呼び込めばよいかわからない
- ・企業だけではなく、行政や市民に対してもデザイン支援をする必要あり...

### (2) 地域に関わるデザイン人材をどう教育し、地域との接点をどう作るか

- ・地域でどのようなデザイン、デザイン人材が求められているか、どう教育するか
- ・地域との接点、地域と関わるきっかけをどう作るか
- ・地域に移住する、二地域居住で地域に関わる、プロジェクト単位で地域に赴く、オンラインで地域と関わる等、様々な地域との関わり方...

## 考慮すべき点（有識者からの指摘）

### ・鍵を握る地域のデザインセンター

富山県総合デザインセンターを筆頭に、公的なデザイン支援機関が存在  
デザインを専門とする職員が常勤し、主に地域の企業に対してデザイン支援を実施  
地域の美術大学と協力して事業推進するセンターも存在

### ・首長のコミットが重要

「さがデザイン」や「ふくい政策デザイン」など、首長がデザインに対して理解ある自治体は、デザイン導入から実践までスムーズに進む

### ・地域への過度な憧れや幻想に気を付けなければいけない

都市部の若いデザイナーなど、地域に対する憧れや幻想を抱いて飛び込んだものの、うまくいかなかった事例もある。地域でのデザイン活動は極めて泥臭く、密な人間関係を伴うものであることも示す必要がある

### ・デザイナーに対して嫌悪感を持つ地域も存在

過去、巨匠デザイナーの指導に従い制作したものの全く売れず、デザイナーに対して嫌悪感を持っている産地も一部存在する

(参考) 地域とデザイン

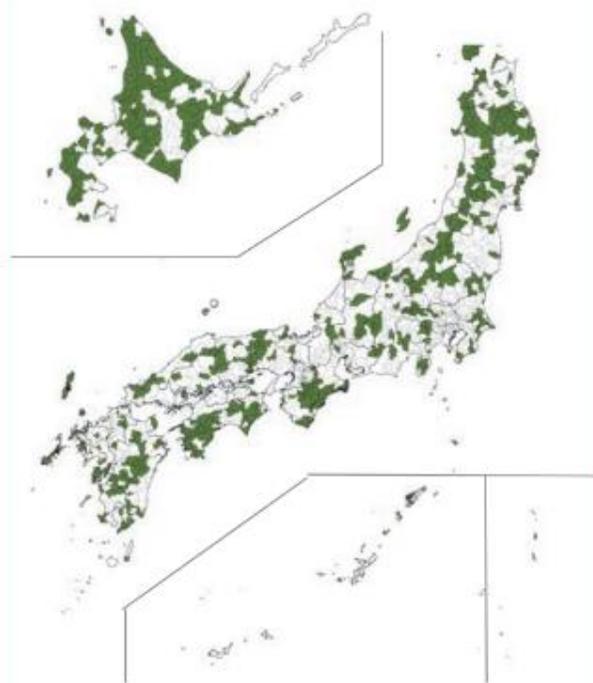
# (参考) 人口が半減する地域

- 少子高齢化や都市機能の集中により、地域の生活必需サービスの存続自体が困難になる
- **2050年、全市町村の約3割が2015年の人口の半数未満になる** 予想
- 特に人口が半減する市町村は中山間地域等に多く見られる

「国土交通白書2021」(国土交通省)

図表 1-2-1-9

2050年までに人口が半数未満となる市区町村の分布

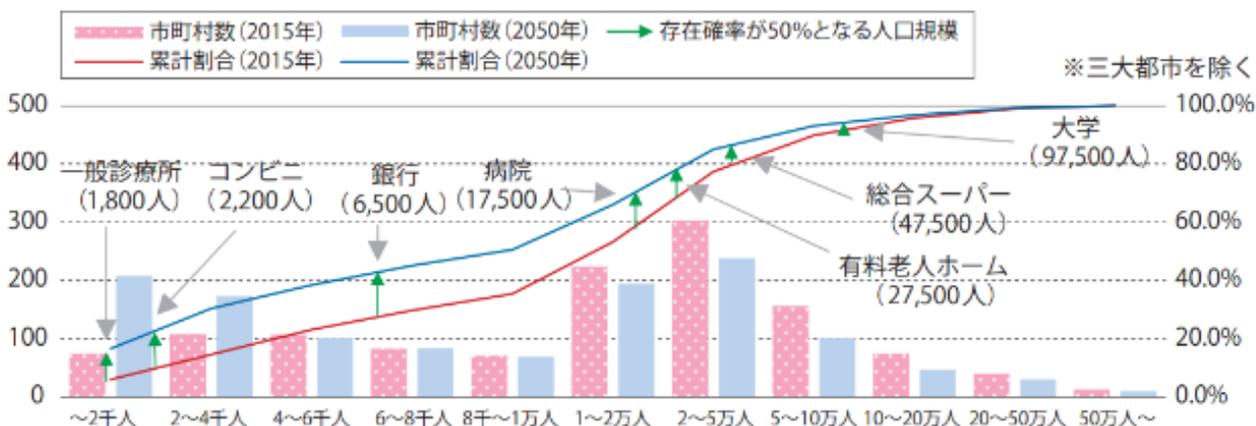


(注) 分析対象には、福島県富岡町、大熊町、双葉町、浪江町、葛尾村、飯館村は入っていない

資料) 国土交通省

図表 1-2-1-10

人口規模別の市町村数(2015年と2050年)と、生活必需サービスの存在確率が50%以下になる市町村の人口規模



(注) 3大都市圏(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、岐阜県、愛知県、三重県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県)を除く

資料) 国土交通省

国土交通省「国土交通白書2021」第2章 危機による変化の加速と課題等の顕在化より  
<https://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/r02/hakusho/r03/pdf/np102100.pdf>

# 地域で活躍する「インタウンデザイナー」

- その土地に定住し、デザインを活用した産業振興・地域振興に携わるデザイナーが増加
- デザインの各専門領域に囚われず、デザインを広義に捉えた活動を展開

## インタウンデザイナーの事例（福井県 鯖江 | 福岡県 八女）

### 地域に求められる「インタウンデザイナー」



#### 新山 直広（にいやま なおひろ）氏

1985年大阪府生まれ。京都精華大学デザイン学部建築学科卒業。2009年福井県鯖江市に移住。応用芸術研究所を経て、鯖江市役所在職中の2013年にTSUGIを結成。以降、未来の産地を醸成する様々なプロジェクトを展開し、2015年に法人化。デザイン・ものづくり・地域といった領域を横断しながら、地域や地場産業のブランディングを手がける。



「RENEW（リニュー）」：福井県鯖江市・越前市・越前町で開催される、持続可能な地域づくりを目指した工房見学イベント



### “文化的にも経済的にも高いレベルの地域を作る”



#### 白水 高広（しらみず たかひろ）氏

1985年佐賀県小城市生まれ。大分大学工学部福祉環境工学科建築コース卒業。2012年7月にアンテナショップ「うなぎの寝床」を立ち上げるとともに、現在まで地域文化商社として活動を続ける。地域文脈のリサーチから、メーカーとしての商品開発、問屋業・小売業を横断して連動させながら、地域の方々がやれなさそうな領域を事業化していく。



「地域文化商社うなぎの寝床」：その土地に根付く伝統工芸や技術を、現代に合う形で再解釈した商品をデザイン・販売。代表作は日本のジーンズMONPE。



出所：つくる。つたえる。つながる。つづく。「共創型ローカルデザイナー」の実践から学ぶ地域デザイン（経済産業省デザイン政策室,2021）  
[https://www.meti.go.jp/policy/mono\\_info\\_service/mono\\_human\\_design/file/localdesign/localdesign.pdf](https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono_human_design/file/localdesign/localdesign.pdf)

# 地域の「少子高齢化」に向き合うデザイン

- **少子高齢化を起点とする様々な地域課題に対して、デザインの力でアプローチする事例**が見られる  
(課題例：交通弱者の増加、空き家の増加、商店街の衰退、地域コミュニティの衰退等)
- 交流拠点等の施設を再整備するもの・イベント企画など、ハード～ソフトまで様々な事例がある

## 地域課題に挑むデザインの事例 (徳島県 那賀郡 | 大分県 別府市)

“地域の子どもたちの未来のために”



### 「未来コンビニ」(徳島県那賀郡)

65歳以上が過半数を占め“限界集落”と呼ばれる地にできた施設。「子供のためのコンビニ」をテーマに、子供たちが様々な学びと経験に出会い成長できる場として建設。特産の柚子畑をイメージした立体トラス構造を特徴とする地域に誇りを持つ交流拠点をデザイン。併設されたカフェは地域のコミュニティスペースや観光客との交流拠点として機能。

出所：「日本空間デザイン賞2021 KUKAN OF THE YEAR」(日本空間デザイン賞)  
[https://kukan.design/award/2021\\_b04\\_0325/](https://kukan.design/award/2021_b04_0325/)

“誰もが自由に創造性を発揮できる、魅力ある地域へ”



### 地域再生のための活動 [BEPPU PROJECT] (大分県別府市)

バブルの崩壊と共に活気を失い、高齢化が進む温泉街をアートやクリエイティブの力で誰もが自由に創造性を発揮できる土壌をつくり、魅力ある地域としての再生を図る活動のデザイン。地域住民や観光客まで幅広い人が参加し、イベント企画・運営、ショップや宿泊施設などのハード整備・運営、商品開発、地域情報の発信などを展開。

出所：グッドデザイン賞2022 グッドフォーカス賞 [地域社会デザイン] (日本デザイン振興会)  
<https://www.g-mark.org/award/describe/54499?token=h0Z83QRLmT>

# 地域を「再編集」するデザイン

- 地域の風土に根付いた、その土地ならではの魅力を再編集・発信する事例が見られる
- 地域のステークホルダーとの関係を基盤とした丁寧なリサーチをはじめ、既存の切り口とは異なる視点、優れた視覚表現など、デザイナーの能力を生かして地域の魅力を発信

## 地域を再編集するデザインの事例（東京都 銀座 | 北海道 道東地区）

“新しい銀座の歩き方”を創る”



### 「銀座生態図」（資生堂×博展）

銀座を「生態」という視点で捉え、「前期：植物・生き物編」「中期：大地編」「後期：人の営み」という3つのパートで構成し、年間を通して発信。銀座の街を模した全72区画の棚と、その場所でのフィールドワークによって採取した植物/生物や土壌、さらには人の営みにまつわるものを素材にした作品によって構成されている。

出所：「新しい銀座の歩き方」を創ったウィンドウアート（株式会社博展）  
<https://www.hakuten.co.jp/works/story/ginzaseitaizu>

“地域を思い活動する人たちをつなぐ”



### 道東のアンオフィシャルガイドブック「.doto」（ドット道東）

『道東の暮らしの豊かさ』をコンセプトに、道東で暮らし、道東に根ざし活動し、誰よりも道東の魅力を知るクリエイターが『本当にオススメしたい道東の暮らし』を集め表現したガイドブック。クラウドファンディングで資金を調達し、1万部数を発行。

出所：道東のアンオフィシャルガイドブック「.doto」（ドット道東）  
<https://dotdoto.com/works/unofficial-guidebook-dotdoto/>

# 地域産品の「磨き上げ」に資するデザイン

- **地域の事業者とデザイナーが共創し、地域産品の魅力を磨き上げ販売まで繋げる事例**が見られる
- ロゴマークや商品パッケージのデザインをはじめ、視覚表現に長けたデザイナーが主に貢献
- 事業者とデザイナーの共創自体は古くからある手法だが、両者の関係は比較的長期かつフラットに変化

## 地域産品の「磨き上げ」に資するデザインの事例（佐賀県 | 岩手県 西和賀町）

### “農業の6次産業化へ” 農家×デザイナーの取組



### “豪雪を町の力に変える「ユキノチカラ」”



### 農業分野におけるデザイン経営の導入 [さがアグリヒーローズ]

佐賀県による農業の6次産業化支援における事業。公募選定された5組の農家に対し、それぞれにクリエイティブチームを編成し、商品開発から広報計画、空間構成までをサポート。行政にありがちな単年度事業ではなく複数年度事業とし長期にわたり支援。各組販売額は1,000万円を達成したほか、農家のデザインリテラシー向上にも寄与。

出所：グッドデザイン賞2022 ベスト100（日本デザイン振興会）  
<https://www.g-mark.org/award/describe/54500?token=zX533KNb8W>

### ユキノチカラプロジェクト（岩手県西和賀町）

2015年より町の主導により活動を開始し、地域ブランド「ユキノチカラ」を創設し、町内事業者と県内デザイナーによる商品づくりや、商談会展展、販売イベント開催などの販促活動、SNSやメディアを活用した広報活動、ツアー開催など、多角的な情報発信を実施。2022年度からは町内の県立高校と協働した社会学習プログラムを開始。

出所：ユキノチカラプロジェクトとは（ユキノチカラプロジェクト）  
<https://yukino-chikara.com/about/>

# 「準公共」とデザイン

- **生活に密接に関連し、公による関与が大きく他の民間分野への波及効果大きい「準公共」分野**  
(健康・医療・介護、教育、こども、防災、モビリティ、農業・水産業・食関連産業、港湾、インフラ)
- 国、地方公共団体、民間事業者、市民等、様々な主体が交わる取組事例が見られる

## 「準公共」分野におけるデザインの事例（グッドデザイン賞）

“行政に任せきりの水辺空間の在り方を自分事へ”



### ミズベリング・プロジェクト

十分に活用されていない水辺空間の活用に興味を持つ市民・企業・行政が三位一体となり、持続可能な水辺の実現を目指すプロジェクト。水辺空間に関する規制緩和と新たな活用、先進事例紹介や7月7日の水辺で乾杯イベント開催など、水辺空間の在り方を考えるムーブメントを起こす。

出所：グッドデザイン賞2018金賞（日本デザイン振興会）  
<https://www.g-mark.org/award/describe/48255>

“地方と都市、それぞれの良さを学ぶ”



### 多地域就学 [デュアルスクール]

地方と都市、2つの学校の行き来を容易にし、双方で教育を受けることができる「新しい学校のかたち」。大人の働き方改革が進む中、子どもたちの「学び方」も多様にし、居住地とは異なる生活を通じて、地方と都市のそれぞれの良さや違いを知り、多様な価値観を持った子どもの育成を目指す。

出所：グッドデザイン賞2022 金賞（日本デザイン振興会）  
<https://www.g-mark.org/award/describe/54569?token=2MDUjOrAK>

# 「準公共」とデザイン

- **生活に密接に関連し、公による関与が大きく他の民間分野への波及効果大きい「準公共」分野**  
(健康・医療・介護、教育、こども、防災、モビリティ、農業・水産業・食関連産業、港湾、インフラ)
- 国、地方公共団体、民間事業者、市民等、様々な主体が交わる取組事例が見られる

## 「準公共」分野におけるデザインの事例（グッドデザイン賞）

“誰もが来店しやすい駄菓子屋として”



### 地域で子ども達の成長を支える活動 [まほうの다가しやチロル堂]

子ども食堂ではなく、誰もが来訪しやすい駄菓子屋としてオープン。貧困や孤独といった環境にある子ども達を、行政からの補助金ではなく地域の大人達の寄附が支える。「支援対象を限定しない」と発想を転換することで、支援が必要な子ども達にアプローチする機会と、大人が日常生活の延長で寄附をする機会の増加を同時に実現。

出所：グッドデザイン賞2022大賞（日本デザイン振興会）  
<https://www.g-mark.org/award/describe/54517?token=2dteblO8Fo>

“障害者本人と事業者の負担軽減に貢献”



### デジタル障害者手帳 [ミライロID]

障害者手帳の所有者を対象としたスマートフォン用アプリケーション。マイナポータルAPIとも民間活用の第一号として連携し、公証性を確立しています。3,500を超える事業者にて、ミライロIDの提示によって障害者割引などが受けられる。

出所：グッドデザイン賞2022 グッドフォーカス賞 新ビジネスデザイン（日本デザイン振興会）  
<https://www.g-mark.org/award/describe/54359?token=2dteblO8Fo>

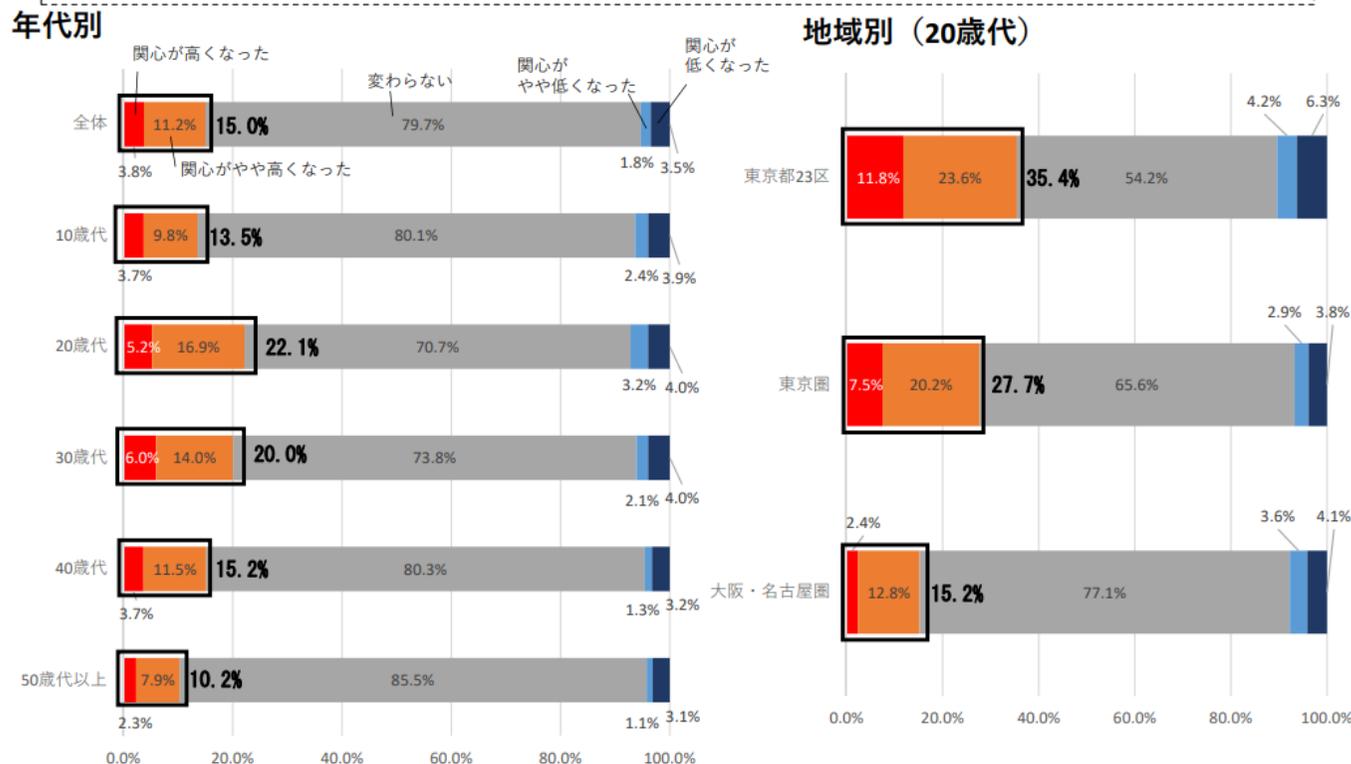
# (参考) 高まる地方移住への関心

■ コロナ禍により、**都市圏の若い世代において地方移住への関心が増加**

「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」(内閣府・令和2年)

○年代別では20歳代、地域別では東京都23区に住む者の地方移住への関心は高まっている。

質問 今回の感染症の影響下において、地方移住への関心に変化はありましたか。(三大都市圏居住者に質問)



(備考) 三大都市圏とは、東京圏、名古屋圏、大阪圏の1都2府7県。  
・名古屋圏：愛知県、三重県、岐阜県

・東京圏：東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県  
・大阪圏：大阪府、京都府、兵庫県、奈良県

# (参考) 都市部に偏重するデザイナー・コロナ渦で高まる二地域居住への関心

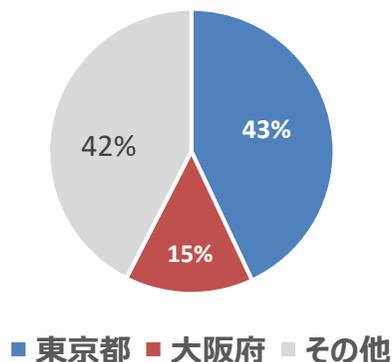
■ **デザイナーの約6割は東京・大阪に集中**

■ 完全移住のハードルは高く、**移住よりもリスクの小さい「二地域居住」を望む声が多い**

## 都市部に偏重するデザイナー | 二地域居住への関心

### デザイナーの約6割が東京・大阪

全国に占める  
東京・大阪のデザイナー人口  
(デザイン事業所の従事者)の割合



(参考) 総務省統計局「人口推計」(2018)  
経済産業省「特定サービス産業実態調査」(2018)

### 「移住」のハードルは高い

#### 「仕事や収入」を不安視



(出所) 「内閣府新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」(2021年6月)

#### 移住者の声

- 副業であっても、ハローワークや既存の人材紹介会社などでのマッチング機会が少ない。**地方移住を始めるのはハードルが高い一方、二地域居住から始める方がリスクが低い。**

#### 小規模事業者の声

- 都市部の人材の雇用をすとしても、週5で一年間は難しく**プロジェクト毎に一定期間だけの雇用の方が望ましい。**

### 「二地域居住」の希望大

Q.あなたは新型コロナウイルスの感染拡大で**地方暮らしへの関心が高まりましたか?**(n=604)



Q.あなたの望む**地方暮らしのスタイル**は何ですか?(n=604)



(出所) 国土交通省「空き家等の活用を通じた二拠点居住の推進」  
<https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/special/reform/wg6/20210423/pdf/shiryou2-4.pdf>

# (参考) 二地域居住であっても、なお地域へ踏み出すハードルは高い

- 注目される二地域居住であっても、仕事や教育、交通や医療等の様々な課題が存在
- 加えて、**デザイン人材特有の課題も存在**

## 二地域居住の課題（例）デザイン政策室調べ

赤字：デザイン人材特有の課題



都会と地方の医療水準の違い  
 病床数・専門病院の不足  
 妊婦検診費等の助成が受けられない  
 介護支援が受けられない

医療・介護



都会と地域の学校 2 つに通えない  
 教育水準・授業の進行速度の違い  
 習い事・学習塾が少ない  
 地域の居住者優先のため  
 保育園に入れない  
 地域の子育てコミュニティに  
 溶け込めない

子育て・教育



住民票をどうするのか  
 (住民サービスが受けられるのか)  
 自治体の財政面の不安  
 二拠点先の選挙権がない  
 納税の手続きが煩雑  
 ゴミ出しの問題  
**行政にデザインの知識が無い  
 デザイン人材の活用方法がわからない**

行政



都会と地方の移動コスト  
 (費用・時間)  
 車が必須 (維持コスト)

交通



地域の事業者と意思疎通が難しい  
**キャリアパスへの影響が不明  
 報酬水準が都会と違う**  
**地域にデザイン関係の仕事が無い**  
**地域の事業者のデザイン知識不足**  
**副業規程で地域での活動が出来ない  
 (インハウスデザイン人材)**

仕事



家族・親族の理解を得られない  
 コミュニケーションが得意では無い  
**地域でデザイン活動をするきっかけがない**  
**都会から地方へ行く「都落ち感」**  
**地域のデザイン活動に関する  
 相談役やメンターがいない**  
**デザイナーが地域で受け入れられるか不安**

個人



活動費の不安  
**デザイン人材に理解ある  
 金融機関の不在**  
**フリーランスのデザイナーなど  
 不安定な職業に対する支援不足**

金融機関



近隣付き合い  
 地域に溶け込めるか  
 完全移住に比べて  
 地域活動への参加が限られる  
**地域のデザイナー不信**

地域住民



住居費・管理コスト  
 作業環境 (事務所) の問題  
**フリーランスのデザイナーなど  
 不安定な職業だと家を借りづらい**

住居

# 地域におけるデザイン人材活用 3 類型

■ 「地域におけるデザイン人材活用」を大別すると、以下の3つに分けられる

- (1) 自地域に拠点を置くデザイン人材を活用
- (2) 他地域（都市部や海外等）のデザイン人材を呼び込んで活用
- (3) 自治体がデザイン人材を直接雇用

## 地域におけるデザイン人材活用の3類型（例）デザイン政策室調べ

### (1) 自地域に拠点を置くデザイン人材を活用



#### ハタオリマチフェスティバル (山梨県富士吉田市×BEEK DESIGNほか)

1000年以上の歴史を誇る織物産業を擁する富士吉田市の街と住む人の息吹を伝えるイベント。地元のファクトリーブランドほか、全国各地の織物製品等が参加。BEEK DESIGNは山梨県に拠点を置き山梨の人や暮らしを伝えるデザイングループとして活動。

画像出所：ハタオリマチフェスティバル2021 | BEEK DESIGN  
<http://www.beekdesign.com/portfolio/hatafes2021>

### (2) 他地域のデザイン人材を呼び込み活用



#### Sense Island -感覚の島- 暗闇の美術島 (神奈川県横須賀市×パノラマティクスほか)

明治時代からの砲台跡が残る無人島、猿島を舞台に展開されるイベント。日没後の暗闇の中、島内各所に配置されたアーティスト・デザイナーの作品を鑑賞する。人間本来の感覚を呼び覚ます体験をより豊かにするため、私物の携帯電話は封印され、ハンドライトのみで島内を巡る。

画像出所：Sense Island -感覚の島- 暗闇の美術島 | HAKUTEN CREATIVE  
[https://www.hakuten.co.jp/content/creative/works/detail/1196560\\_1804.html](https://www.hakuten.co.jp/content/creative/works/detail/1196560_1804.html)

### (3) 自治体がデザイン人材を直接雇用



#### デザイン・クリエイティブ枠採用 (兵庫県神戸市)

デザイン・クリエイティブの素養を持つ人材を外部委託ではなく市役所の職員として採用。ユネスコ「デザイン都市・神戸」において、まち・くらし・ものづくりの三本柱で神戸市の魅力を高めるデザインに取り組む。

画像出所：「地域×デザイナー」の未来形がここにある。デザイン都市・神戸のクリエイティブディレクターの仕事とは？ | greenz  
[https://greenz.jp/2020/01/31/creativedirector\\_kyujin-2/](https://greenz.jp/2020/01/31/creativedirector_kyujin-2/)

# 海外の事例（英国・ノルウェー・スコットランド）

■海外においても地域振興の文脈でデザインを活用

- ① 「デザインをテーマとしたフェスティバル」（英国）
- ② 「デザインカウンシル」（ノルウェー）
- ③ 「デザインミュージアム」（スコットランド）が地域振興に寄与

## 地域におけるデザイン活用の事例（英国・ノルウェー・スコットランド）



©Mark Cocksedge

 **デザインの力を用いて新たなデザイナー・地域に光を当てるフェスティバル**

2003年、ロンドンでは世界に先駆け、都市を単位としたデザインフェスティバルを開催。隔年で開催されるデザインビエンナーレとは異なり、あくまでもデザインフェスティバルの主体は参加するデザイナーや企業、デザイン地区にある。ミュージアムや教育機関、企業やデザイナーのスタジオなどが同時期に開放されることで、新たなデザイナーや地域の活性に寄与している。



©Joakim Formo

 **小さな基礎自治体と連携し、地域住民と新たな公共サービスを実現する好事例**

ノルウェーの公共サービスの変革を担うD-Box。基礎自治体の職員向けのデザイン研修や優良事例及び知識の収集・共有を担う。地域では実践的に解決策を見出していくデザインリサーチを推進。一方、国の白書をもとに公共サービスをテーマとした未来洞察と展示も開催。課題解決型デザインと未来探索型デザインの両輪を回すことで多大なインパクトを生み出し、欧米諸国の注目を集めている。



©HuftonCrow

 **デザインミュージアムがコロナ後の復興を目的にデザインセンターへ転換**

2018年スコットランド初となるデザイン・ミュージアムV&A Dundeeがスコットランド第4の都市ダンディーに開館。コロナ禍にもかかわらず100万人の来場者を迎える。2021年3月には政府の出資を受け、ナショナル・デザインセンターの設置を発表。スコットランド企業のデザイン経営や、ファッション産業の廃棄物の削減、学校におけるデザイン教育など実践的プログラムを展開している。

調査：株式会社リ・パブリック

# ユネスコ デザイン都市「神戸市・名古屋市・旭川市」

- **2019年に旭川市がユネスコ創造都市ネットワーク（デザイン）に加盟**
- 国内では神戸市と名古屋市に続き 3 都市目（両市共に2008年に加盟）
- デザイン関連セミナーやイベントを年間を通じて開催

## ユネスコ・クリエイティブシティーズネットワーク（ユネスコ創造都市ネットワーク）

- 目的：創造性（creativity）を核とした都市間の国際的な連携によって、地域の創造産業の発展を図り、都市の持続可能な開発を目指すもの。  
各都市は同ネットワークを活用し、知識・経験の交流、人材育成、プログラム協力などを実施。
- 創設：2004年
- 分野：7 分野（文学、映画、音楽、クラフト&フォークアート、デザイン、メディアアート、食文化）
- 加盟都市：全295都市（2021年11月現在）

### <デザイン都市>

ドイツ連邦共和国 ベルリン	フランス共和国 サンティエヌヌ	アメリカ合衆国 デトロイト	ベルギー王国 コルトレイク
アルゼンチン共和国 ブエノスアイレス	オーストリア共和国 グラーツ	リトアニア共和国 カウナス	アゼルバイジャン共和国 バクー
カナダ モントリオール	スペイン王国 ビルバオ	メキシコ合衆国 プエブラ	タイ王国 バンコク
<b>日本国 神戸市</b>	ブラジル連邦共和国 クリチバ	メキシコ合衆国 メキシコシティ	フィリピン共和国 セブ
<b>日本国 名古屋市</b>	ブラジル連邦共和国 ブラジリア	メキシコ合衆国 ケタロ	ベトナム社会主義共和国 ハノイ
<b>日本国 旭川市</b>	ブラジル連邦共和国 フォルタレーザ	シンガポール共和国 シンガポール	バーレーン王国 ムハラク
中華人民共和国 深圳	英国 ダンディー	南アフリカ共和国 ケープタウン	コスタリカ共和国 サンホセ
中華人民共和国 上海	フィンランド共和国 ヘルシンキ	アラブ首長国連邦 ドバイ	ポルトガル共和国 コビリャン
中華人民共和国 北京	イタリア共和国 トリノ	オーストラリア連邦 グレータージョング	カタール国 ドーハ
中華人民共和国 武漢	インドネシア共和国 バンドン	トルコ共和国 イスタンブール	ニュージーランド ファンガヌイ
大韓民国 ソウル	ハンガリー ブダペスト	デンマーク王国 コルディング	

出所：ユネスコ・クリエイティブシティーズネットワーク（ユネスコ創造都市ネットワーク）について（文部科学省）<https://www.mext.go.jp/unesco/006/1357231.htm>

# 地域におけるデザイン振興指針

■デザイン振興が盛んな地域：独自にデザイン宣言や振興指針を作成し活動の拠り所としている

■地域においてデザイン振興が始まる「きっかけ」

- ① デザインの重要性を認識している首長のリーダーシップ
- ② 経済団体・企業からの発案に自治体が賛同
- ③ デザイン系大学の開学、国際デザイン会議の開催

参考：岡山におけるデザイン振興への提言（日本政策投資銀行,2016） [https://www.dbj.jp/upload/docs/chugoku\\_1606\\_01.pdf](https://www.dbj.jp/upload/docs/chugoku_1606_01.pdf)

## 地域におけるデザイン宣言やデザイン振興指針の例（名古屋市・山形市・神戸市）

### 名古屋市 デザイン都市宣言（1989年／名古屋市会）

私たち名古屋市民は、何よりも平和で人間的な暮らし、まちづくりを希求してきた。そして名古屋市は、世界デザイン博覧会を契機に、平和な時代の永続を願い、新たな生活文化の創造と今世紀までに蓄積された知恵と技術を結びつけるデザインというヒューマニズムに支えられた創造的な都市への発展を世界に呼びかけてきた。

デザインは、単なる装飾や意匠にとどまらず、生活文化の一つとして、その果たす役割は、ますます重要になるものと考えられる。

都市は、人間が生活し、活動する場であって、一人ひとりの市民を大切にす、人間性豊かな個性と魅力にあふれたまちづくりを進めるためにも、デザインを大切にす風土づくりが求められている。

よって、名古屋市は、世界デザイン博覧会の開催を踏まえ世界に開かれたデザインに関する情報発信基地を目指すとともに、デザインを大切にす世界に誇り得るまちづくりを進め、平和を願う感性あふれるデザイン都市を創造することをここに宣言する。

右決議する。平成元年6月30日

名古屋市会

出所：名古屋市 デザイン都市宣言  
<https://www.city.nagoya.jp/keizai/page/0000056112.html>

### 山形県デザイン振興指針(抜粋)（2005年/2012年改訂）

< 指針の目的 >

企業におけるデザイン力向上のための行政施策の基本的方向と具体的施策を示し、本県のものづくり産業の振興に資する

< デザインとは >

モノの色や形だけでなく、問題解決のために計画を立てて、いろいろ創意工夫する行為。

< 行政施策の基本的方向 >

経営者のデザインマインドの深化

企業の経営レベルでのデザイン活用促進 = 経営者の理解を深める

デザインスキルを持つ人材の育成

デザインスキル（企画力、製造力、販売力）を持ち、企業の核となる人材を育成

「山形発」オリジナルデザインの育成

山形のアドバンテージを活かし、使い手の感性に訴えるような独自性の高いものづくりを促進

デザインに係る相談、支援体制の充実

企業が効果的にデザイン活用を進めるための支援体制を充実

出所：岡山におけるデザイン振興への提言（日本政策投資銀行,2016） p.40  
[https://www.dbj.jp/upload/docs/chugoku\\_1606\\_01.pdf](https://www.dbj.jp/upload/docs/chugoku_1606_01.pdf)

### 「デザイン都市・神戸」の基本的方針(抜粋)（2007年）

基本理念

「住み続けたいまち、訪れたいまち、そして、持続的に発展するまちをめざして、すべての市民が、神戸の持つ強みを活かし、デザインによって新たな魅力を“協働と参画”で創造する都市」、それが『デザイン都市・神戸』です。

デザインは、目に見える「形や色」だけではなく、それらを生み出す「計画や仕組み」、そのベースとなる「意図や考え方」なども含めた幅広い意味を持っています。また、すぐれたデザインは、人をひきつけ、人を動かす力を持っています。

わたしたちのくらしは、商品やサービスにあふれ、一人ひとりが異なった多様な価値観をもつ時代になっています。これからは、個性に応じた価値観をもつ市民一人ひとりの心が満たされ、豊かになれるような新たな視点が求められているのではないのでしょうか。

そこで、デザインという視点で、“神戸らしさ”を見つめなおすことにより、新たな魅力と活力を創り出し、くらしの豊かさを創造するための中長期的な方針を平成19年12月に決めました。

出所：「デザイン都市・神戸」とは  
<https://design.city.kobe.lg.jp/about-us/>

# デザイン・クリエイティブ枠採用の新設（神戸市・市川市）

- 神戸市は、人材の多様化を目的に「デザイン・クリエイティブ枠」採用を新設（2019年度より／政令市では初）
- 政策企画や広報、芸術文化、観光振興などに携わる「総合職」として採用
- 千葉県市川市でも同様の採用試験を実施

## デザイン・クリエイティブ枠採用（神戸市の事例）

### ■求める人材

- ・デザイン・美術・音楽・映像などの素養があり、それを活かして、創造的に仕事を企画・実現できる人
- ・自身の専門分野の知識・経験が豊富な人に限らず、不得意分野を含め様々な分野に関心がある人、好奇心が旺盛な人

### ■試験区分・採用予定数（令和4年度）

<大学卒>総合事務 採用予定数：約3名 <高専・短大卒>総合事務 採用予定数：若干名

出所：令和4年度神戸市職員（大学卒、高専・短大卒）デザイン・クリエイティブ枠採用試験案内 <https://www.city.kobe.lg.jp/documents/16532/r4designannnai.pdf>

### ■神戸市職員採用試験「デザイン・クリエイティブ枠」（久元喜造神戸市長ブログより／2018年11月26日）

平成31年度（2019年度）の神戸市採用試験に、新たに「デザイン・クリエイティブ枠」を新設することとし、先日の定例記者会見で発表しました。  
美術や音楽、映像、デザインなど芸術分野の素養を備えたみなさんに入ってきていただき、人材の多様化を図ることが目的です。

神戸市をはじめ、多くの自治体では、試験区分は大きく、事務系と技術系に分かれます。

事務系の試験を受ける人材の多くは、法学部、経済・経営学部出身で、技術系は、工学部、理学部、農学部出身です。

これはこれでよいのですが、これからの大都市経営を考えると、もっと多様な人材に入っていただく必要も感じてきました。

人口減少時代を迎え、もはやいたずらに都市の規模を拡大させていく時代ではありません。

むしろ、都市の価値を上げていくことが求められる時代に私たちは生きており、いかに創造性を発揮して魅力ある街づくりを展開し、生活の質を上げていくことが必要です。

こうした認識に立つとき、魅力のある人材群として立ち現れてくるのが、芸術系の大学、短大、高専に学んだみなさんです。

自治体はこれまで芸術系のみなさんに目を向けてきませんでした。

現実には極めて少数ながら、これらの学校、学科を卒業した職員が存在し、活躍してくれています。

しかし、彼ら、彼女たちは、予備校などに通い、自治体の試験のために特別の勉強を余儀なくされたと思われる。

そのような苦労を経るのではなく、真正面から芸術系の若者たちを迎えたい、そして、神戸市役所で思う存分、能力を発揮してほしいと思います。

出所：久本喜造ブログ 神戸市職員採用試験「デザイン・クリエイティブ枠」下線はデザイン政策室追記 <https://hisamoto-kizo.com/blog/?p=8342>

# 地域のデザイン振興機関

- 地元企業に対するデザイン支援を担う公的機関が各地に存在
- 実施体制・内容は各機関において差が見られ、全国的にみるとデザイン振興が活発な地域は限られる

## < 地域のデザイン振興機関の例 >



# 地域のデザイン振興機関

## 旭川創造都市推進協議会

北海道旭川市



2019年10月「ユネスコ創造都市ネットワーク」のデザイン分野に旭川市が加盟。地域企業や関連団体等と連携し、デザインセミナーやワークショップ、旭川デザインウィーク（毎年開催・主催は旭川デザインウィーク実行委員会）や国際家具デザインコンペティション（通称IFDA、3年に1度開催・主催は国際家具デザインフェア旭川開催委員会）等を実施。ビジョンは「北の大地の「自然」や「人」が持つ大きな力をデザインで育み、美しく幸せな未来を創る」

デザインセミナー

デザインウィーク

人材育成

ワークショップ

国際デザインコンペ

出所：旭川創造都市推進協議会 <https://design-asahikawa.jp/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

## 青森県産業技術センター（デザイン推進室）

青森県弘前市



平成31年4月に生活デザイン部を改称して設置。旧工業試験場漆工部と旧工業試験場青森木工分場の流れを汲む各部を統合して設立されたセクションで、弘前市で活動。主に津軽塗や木工を中心とした県内の工芸品、ユニバーサルデザインやプロダクトデザインに関する研究を実施。関連する展示やパッケージなどの相談にも対応。その他、生活者から期待されるモノづくり・コトづくりに関する開発支援、試作支援なども実施。

デザイン研究

販促支援

デザイン相談・支援

出所：青森県産業技術センター <https://www.aomori-itc.or.jp/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

## 岩手県工業技術センター（IIRI DESIGN LAB）

岩手県盛岡市



市場において競争力のある魅力的な商品の開発を支援するため、地方独立行政法人岩手県工業技術センターが設置したデザイン支援拠点。岩手県内の製造事業者およびデザイナー等を対象に、「デザインの普及啓発」、「商品開発支援」、「デザイン手法・製品技術の研究開発」の3つの活動により、北国（岩手）の暮らしを創造するための支援を実施。

デザインセミナー

デザイン研究

人材育成

ワークショップ

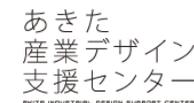
デザイン相談・支援

マッチング支援

出所：岩手県工業技術センター デザインラボ <http://www2.pref.iwate.jp/~kiri/designlab/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

## あきた産業デザイン支援センター

秋田県秋田市



秋田県に拠点を置く中小企業や小規模事業者の商品開発・販路拡大をデザイン活用の視点から支援。事業者からのデザインに関する相談、相談内容に応じたデザイナー等専門人材とのマッチング、中立的な立場からのアドバイス、デザイン活用のスキルアップや導入のための各種セミナー、ワークショップ、デザインに関するメールマガジンの配信等を実施。

デザインセミナー

販促支援

マッチング支援

ワークショップ

デザイン相談・支援

出所：あきた産業デザイン支援センター <https://www.idsc-akita.net/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

# 地域のデザイン振興機関

## 山形県工業技術センター（デザイン科）



山形県山形市

「山形県デザイン振興指針」（①経営者のデザインマインド深化、②デザインスキルを持った人材育成、③山形発のオリジナルデザインの育成、④デザインに係る相談支援体制の充実）を基に、地元の美術大学（東北芸術工科大学）とのネットワークを生かしつつ、デザイン賞の企画・運営や販促支援、県内企業とデザイナーとのマッチング支援、県内企業に対するデザイン相談・支援、デザインセミナー等を実施。

デザインセミナー

デザイン賞

販促支援

ワークショップ

デザイン相談・支援

マッチング支援

出所：旭川創造都市推進協議会 <https://design-asahikawa.jp/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

## 茨城県デザインセンター（IDC）

茨城県ひたちなか市

デザイン活用促進によって茨城県の産業振興を目指すことを目的に平成9年に開設。茨城県の地域や産業を元気にする優れたデザインを表彰する「いばらきデザインセレクション」を企画・運営するほか、県内企業に対するデザイン相談やデザイナーとのマッチング、デザインセミナー等を実施。

デザインセミナー

デザイン賞

マッチング支援

ワークショップ

デザイン相談・支援

出所：茨城県デザインセンター <https://idesign-c.jp/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

## にいがた産業創造機構（NICO）



新潟県新潟市

県内で企画・開発・製造された商品やサービスを対象に、30年以上の歴史を有するデザインコンペティション「ニイガタIDSデザインコンペティション」を企画・運営するほか、県内企業に対するデザイン相談や販促支援、県内企業とクリエイターのマッチング支援、デザインワークショップやデザインセミナー等を実施。

デザインセミナー

デザイン賞

販促支援

ワークショップ

デザイン相談・支援

マッチング支援

出所：にいがた産業創造機構 <https://www.nico.or.jp/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

## 東京都産業労働局商工部創業支援課



東京都

中小企業にデザイン導入を促すセミナーの開催、デザイナーとの協業に関するハンドブックの発行、中小企業とデザイナーとのマッチング支援、東京都のデザイナー情報を検索できるデータベースの運営、東京ビジネスデザインアワードの実施、産業技術研究センターにおける製品開発支援など、多岐にわたるデザイン支援施策を実施。

デザインセミナー

デザイン賞

デザイン研究

デザイナーデータベース

デザイン相談・支援

マッチング支援

出所：東京都産業労働局デザイン活用支援  
<https://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.lg.jp/chushou/shoko/chizai/sien/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

# 地域のデザイン振興機関

## 山梨県産業技術センター

山梨県甲府市

山梨県におけるデザインの創造支援拠点として平成4年に設立。以来、デザイン面からの支援を通じて、研磨宝飾業に代表される古くからの伝統産業から、最新の技術によるハイテク産業まで、県内産業の高度化・活性化に貢献することを目的に、【人材育成】【創造支援】【情報提供】【研究】の四本柱でデザインの振興を図る。

デザイン講習会

デザイン情報誌発行

デザイナーデータベース

デザイン研究

出所：山梨県産業技術センターデザイン技術部 <https://www.pref.yamanashi.jp/yitc/design/index.html>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

## 静岡県工業技術研究所

静岡県工業技術研究所

Industrial Research Institute of Shizuoka Prefecture

静岡県静岡市ほか

県内地場産業や伝統工芸品産業、中小企業や商業振興の文脈でデザインを活用。県内のデザイン振興を図るため、平成28年に「静岡県デザイン産業振興プラン」を策定。デザインに優れた県内企業の「モノ」や「コト」を表彰するグッドデザインしずおかの企画・運営や、企業からのデザイン相談対応、デザイナーデータベースの運営、デザイン開発研究等を実施。

デザイン賞

デザイン相談・支援

マッチング支援

デザイナーデータベース

デザイン研究

出所：静岡県工業技術研究所 <https://www.iri.pref.shizuoka.jp/>  
しずおかデザイン情報サービス <https://www.iri.pref.shizuoka.jp/dis/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

## 国際デザインセンター (IdcN)

愛知県名古屋市



1989年のデザインイヤー中に名古屋で開催された「世界デザイン博覧会」及び「世界デザイン会議（ICSID'89名古屋）」の開催を契機に、1992年、愛知県と名古屋市、民間企業の共同出資により設立。デザイン企画や製作、中小企業に対するデザイン相談・支援、デザイン人材の育成、デザインギャラリーやショップ運営、デザイン関連の展覧会の開催、創業支援やクリエイティブ関連データベースの運営など多岐にわたる活動を展開。

デザインセミナー

創業支援

ショップ・ギャラリー運営

デザイン相談・支援

デザイン企画・製作

マッチング支援

出所：国際デザインセンター <http://www.idcn.jp/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

## デザイン・クリエイティブセンター神戸 (KIITO)



兵庫県神戸市

神戸市中央区の新港地区の旧神戸生糸検査所を改修し、ユネスコ創造都市ネットワーク「デザイン都市・神戸」の創造と交流の拠点として、2012年8月に開館。かつて生糸の品質検査を行っていた歴史にちなみKIITO（きいと）という愛称で呼ばれる。「デザインを人々の生活に採り入れ、より豊かに生きることを提案し、神戸だけでなく世界中をつなぐ、デザインの拠点となること」を目指し、デザインの展示会やセミナー、交流会や貸オフィス、貸ギャラリーなどを企画・運営。

デザインセミナー

人材育成

ネットワーキング支援

ワークショップ

貸オフィス等

出所：デザイン・クリエイティブセンター神戸 <https://kiito.jp/about/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

# 地域のデザイン振興機関

## 富山県総合デザインセンター

富山県高岡市



富山県総合デザインセンター

1999年設立。デザイナーと企業をつなぎ、「デザインで富山を元気にする」ための活動を実施。デザイナーと企業のマッチングや商品開発支援、異分野交流によるイノベーション創出を目指す共創拠点施設「クリエイティブ・デザイン・ハブ」の運営、富山県内で企画・製造された優れた工業製品を認定する「富山プロダクト」の選定や、デザインコンペ「富山デザインウェブ」の開催、最新製作設備の貸与や、デザインセミナーの開催、機関紙の定期的発行など、活動は多岐にわたる。

デザインセミナー

デザインコンペ

販促支援

ワークショップ

デザイン相談・支援

製作設備の貸与

出所：富山県総合デザインセンター <https://toyamadesign.jp/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

## 高岡市デザイン・工芸センター

富山県高岡市



高岡市デザイン・工芸センター  
TAKAOKA DESIGN & CRAFT CENTER

「新クラフト産業・デザインの育成」「伝統工芸の保存・継承」「デザイン・工芸の啓発・普及」を活動の柱とし、高岡の伝統工芸銅器・漆器に関する人材養成スクールや新クラフト製品開発研究会、ワークショップ、金属製品デザインの登録・保護など、幅広い視点でデザイン・工芸の振興を図る。工房設備機器を一部有料で利用できるほか、専門職員が関連デザインの相談にも対応。

デザインセミナー

製作設備の貸与

意匠保護

デザイン相談・支援

人材育成

出所：高岡市デザイン・工芸センター <https://suncenter.co.jp/takaoka/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

## 石川県デザインセンター

石川県金沢市

石川県では、昭和40年代からデザインの重要性が提唱され、石川県、金沢市、金沢商工会議所、石川県工業試験場が連携し、デザイン振興事業を実施。この成果を踏まえ、大阪府、愛知県に次ぎ、1984年に財団法人石川県デザインセンターを設立。県民各層のデザインマインドの高揚と産業界のデザイン導入の促進に向け、商品開発支援や販路開拓支援、人材育成事業の展開、デザインに係わる相談等、さまざまなデザイン振興事業を総合的に推進。

デザインセミナー

デザイン賞

デザイン相談・支援

人材育成

国際展示会

販促支援

出所：石川県デザインセンター <https://design-ishikawa.jp/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

## デザインセンターふくい

福井県越前市

ブランディングや商品開発を学ぶデザインアカデミーや、第一線で活躍するデザイナー等によるデザインセミナー等を通じた「ひとつづくり」、制作設備の貸与や共同研究、デザイナー派遣等を通じた「ものづくり」、マーケティングや展示会、商談会支援等を通じた「販路づくり」を軸とし、伝統工芸産業をはじめとする福井のものづくり企業の相談にワンストップで対応。

デザインセミナー

制作設備の貸与

販促支援

人材育成

デザイン相談・支援

マッチング支援

出所：福井ものづくりキャンパス <http://www.sankan.jp/fmc/designcenterfukui/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

# 地域のデザイン振興機関

## 大阪デザインセンター（ODC）

大阪府大阪市



大阪府、大阪市、大阪商工会議所が中心となり、デザインを産業振興、輸出振興に活かそうとの趣旨で「大阪デザインハウス」として1960年に設立。以降60年以上にわたり、デザイン振興に関する様々な事業を実施。現在はデザインの使命を、「社会的課題を解決し、新たな経済価値・文化価値を創造する」と捉え、デザインセミナーやワークショップ、デザイン人材のデータベース構築やマッチング、学生向け就活支援、デザイン関係者の交流会等を実施。

デザインセミナー

デザイナーデータベース

就活支援

ワークショップ

人材育成

出所：大阪デザインセンター <https://www.osakadc.jp/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

## 大阪府産業デザインセンター（OIDC）

兵庫県神戸市

経営者や商品企画担当者、デザイナー等に向けたデザインセミナー「大阪府デザイン・オープン・カレッジ」の開催、府内中小企業や創業者に対するデザイン総合相談「D-Challenge」やデザイナー紹介、デザイン情報の発信やキッズデザインに関する調査研究・ワークショップ等を実施。

デザインセミナー

情報発信

マッチング支援

デザイン相談

デザイン研究

出所：大阪府産業デザインセンター <https://www.pref.osaka.lg.jp/mono/oidc/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

## 広島市産業振興センター

広島県広島市

広島市からの委託を受け、デザイン性に優れた商品を表彰する「ひろしまグッドデザイン賞（1994年創設）」や、デザイナーと地元企業とのマッチング・共創を支援する「と、つくる」、デザイン関係者のネットワークを支援する「ひろしまデザインネットワーク」を企画・運営するほか、地場の中小企業技術者向けの商品企画・デザイン講習会等を実施。

マッチング支援

デザイン賞

ネットワーク支援

人材育成

デザイン相談・支援

出所：ひろしまデザインインフォメーション <https://www.itc.city.hiroshima.jp/design/index.html>  
と、つくる <https://totsukuru.jp/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

## 福岡県産業デザイン協議会

福岡県福岡市



FUKUOKA DESIGN ASSOCIATION

福岡県産業デザイン協議会

福岡県における産業デザインを振興し、福岡県経済の発展に寄与することを目的として1997年に設立。中小企業者等が製造・販売する商品の中から、市場性を有しオリジナリティの高いデザイン性に優れた商品を表彰する「福岡デザインアワード」をはじめ、デザイン開発ワークショップやデザイナーマッチング支援を行うなど、企業における企画・開発力の一層の向上を図り、それを支えるデザイナー等との活発な交流を促進。

デザインセミナー

デザイン賞

販促支援

ワークショップ

デザイン相談・支援

マッチング支援

出所：福岡県産業デザイン振興会 <https://www.fida.jp/>  
デザイン政策ハンドブック2020（経済産業省デザイン政策室）

# (参考) 自治体等で高まる政策デザインへの関心

- 自治体や省庁において、政策立案にデザイン思考を導入・試行する動きが拡大
- 所属組織や役職を超えたメンバーが主体となって推進

## 政策立案にデザインを導入する活動の例（佐賀県・滋賀県・経済産業省ほか）

### さがデザイン（2015年～）佐賀県

「さがデザイン」とは、行政組織デザインの革新であり、政策立案にデザイナーを巻き込むために新たに県庁内に設けられた組織であり仕組みです。



さがデザイン  
さがをかえる しぐまをかえる

組織の縦割りや担当者の異動、ピラミッド的な意思決定のあり方といった一般的な行政の仕組みの中では、プロモーションやコミュニケーションを伴う事業や施策について統一性や一貫性の担保は難しく、また画一的なものになりがちです。県庁内の部局を越えた「さがデザイン」の仕組みを通して、事業構想の段階からデザインの視点を加えることにより独創性のある事業や施策を創出しています。

出所：2017年度グッドデザイン賞 さがデザイン（日本デザイン振興会）  
<https://www.g-mark.org/award/describe/45949>

### Policy Lab. Shiga（2017年～）滋賀県

Policy Lab. Shiga は、滋賀県庁の職員有志を中心とした、新たな政策研究プロジェクトです（県非公式の業務外企画です）。



行政の仕事は、与えられたスローガンや事務分掌だけに縛られてしまいがちです。滋賀県では「対話と共感、協働で築く県民主役の県政の実現」という経営理念が県行政経営方針で定められていますが、もっと組織の枠をこえ、「県民の本音」を起点にした、共感に基づく政策形成ができないか、考えました。

出所：Policy Lab. Shigaの活動について（Policy Lab. Shiga）  
<http://policylab.shiga.jp/about>

### JAPAN + D プロジェクト（2021年～）中央省庁の有志職員

社会課題が多様化・複雑化したVUCAの時代において、先例や単線の未来に依拠した政策立案は限界。VUCAの時代に効果的な政策をうち、より良い日本を実現するには

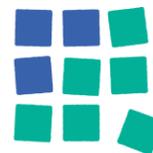
多種多様なユーザーとの共創を通じて、複数の未来を想起し、より共感が得られる政策を、試行的に創っていく必要があるのではないか。通常の行政の在り方を、確実性・秩序・効率性を重視するものと定義すると、そこでの働き方は、まるでエサのありかを明確な答えとして持っている「働きアリ」のよう。わたしたちは、新規性・意外性・創造性を重視して、新たな情報から変化の兆候を取り入れる「ウロウロアリ」になりたい。



情報提供：JAPAN + D

### ふくい政策デザイン（2019年～）福井県

杉本達治知事のもと、県民主役の県政の実現のため「政策オープンイノベーション」を展開。創造性を重視する文脈の中で政策の質を高める「デザイン思考」に注目。



ハブリックデザインラボふくい  
Public Design Labo Fukui

政策課題を抱える担当課と県内デザイナーが協働し、県民目線に立った施策の検討を実施。高齢者の交通死亡事故が多い福井県における新たな交通安全啓蒙活動「交通安全家族！」や、障がい者の幸せ就労の実現に関する施策「フクシヨ！」等の取組が生まれる。また、予算編成方針にデザインの重要性を明記するほか、県庁内での研修や県内クリエイターとの協働体制の構築にも取り組む。

情報提供：福井県未来戦略課

## 課題 4 これからのデザイナーの在り方

# 課題4 これからのデザイナーの在り方

- デジタルツールの発展により、プロの職能であったデザインスキルの一部が市民に開放  
→市民が創作表現・ものづくりに関わるハードルが下がる **(デザインの民主化)**
- 美術大学等のデザイナー教育を受けずとも、デザイナーを名乗り活動することができる
- **AIがデザインする時代の到来**も予想
- デザイン領域の細分化・領域間の分断が発生

## 検討すべきこと

### (1) これからの時代におけるデザイナーとは誰か

コ・デザイン、態度としてのデザイン、Design by Peopleの時代...

### (2) “プロの”デザイナーと、そうでないデザイナーの違いは何か

経験の違い、思慮の深度の違い、報酬の有無（高低）、クライアントの有無、品質の違い、見た目の違い、クライアントの満足度...

### (3) これからのプロデザイナーの在り方

#### (デザイナー教育の在り方/高度デザイン人材のアップデート等)

##### ■ 哲学・態度

- ・何のために創造するのか、デザイン哲学を持つ...
- ・視座を上げる、他のデザイン領域と連携する...
- ・自身のデザインが社会にどのような影響を与えるのか...
- ・AIの台頭にどう向き合うか

##### ■ 求められるスキル

- ・可視化力、造形力、プログラミングスキル...
- ・ビジネス知識、コンサルティング能力、資金管理能力...
- ・問題発見力、コミュニケーション力、ファシリテーション力...
- ・リーダーシップ、デジタルリテラシー... etc

### (4) デザイン業界における女性人材の登用

## 考慮すべき点（有識者からの指摘）

### ・デザインやデザイナーに対する誤解

だれもが日常生活の中でデザインをしているが、いつからか、デザイナーは限られた者による職能として分離し社会で認知されており、センスある特別な人だけが行うものと思われている。

### ・特殊なデザイン業界

日本のデザイン業界の中でも特にクラシカルなデザイン領域は、高校時代の美術予備校に始まり、いわゆる“美大”を出た者で多数が占められ、社会的にはマイノリティなコミュニティといえる。世間におけるデザイナーのイメージは、おそらくこのコミュニティにいるようなデザイナーではないか。

加えて、そのコミュニティの中でもさらにデザイン領域ごとに細分化されたコミュニティがある。

### ・クラシカルデザインは日本の強みであり、これからも求められ続ける。

クラシカルデザインとの表現は、皮肉ではなく尊敬であり、これがあってはじめて社会実装できるもの。細部にこだわった造形などは日本の強みであり、これからも必要で高めていくべきもの。クラシカルデザイン領域のデザイナーが、広義のデザイン領域の者に対して壁を作ることがあるが、今の若い世代は各領域をフラットに見ており、世代交代が進めば領域の分断は自然と解消する。

### ・変わるデザイナー像

「先生」とよばれ一人でも何でも出来るスーパーデザイナーから、クライアントやステークホルダーと対等の関係で「共創する」「伴走する」デザイナーへ、プロのデザイナー像が変化している。求められるものが多岐にわたる現代において、プロフェッショナルが集うチームとしての総合力が必要。

(参考) デザインの民主化とデザイナー像

# 世界中の誰もがデザイナー

- 先行きが不透明で厄介な問題（Wicked Problem）が溢れる現代  
→デザイナーが単独で対処することは困難であり、様々な関係者と「共創」する事例が見られる
- 世の中の誰もがデザイナーとする言説は古くからある  
→近年あらためてその言説が注目され、再評価される動きがある

## 姿勢としてのデザイン（Design as an Attitude）

・英国のデザイン評論家アリス・ローソンは、自著「Design as an Attitude」(2019)において、デザインは、世の中に起こるあらゆる変化（社会、政治、経済、科学、技術、文化、環境等）が、人々にとってマイナスではなくプラスに働くよう、翻訳する変革主体としての役割を担ってきたと指摘。

・性別・地理・人種のみならず、デザインを勉強した経験はないがデザインに関与したい異分野の人々を受け入れ、デザイン界のダイバーシティとインクルージョン向上により、デザイン文化が変化していることを示唆。

・モホリ＝ナジの著書「Vision in Motion」（1947）における表現を引用し、これからのデザインの役割やデザイン界の在り方を示した。

“デザインをすることは、職業ではなく姿勢である。”

“デザインという概念、デザイナーという職業は、1つの専門職から、<個人や社会のニーズから離れることなくその関係においてプロジェクトを捉え、目の前にある問題を解決し、無から有を生み出すという広く意味のある姿勢>へと認識を改める必要がある。”

■モホリ＝ナジ・ラスロー（1895-1946）

ハンガリー出身の写真家、画家、タイポグラファー、美術教育家。

ドイツのパウハウスで教鞭を執った後、戦況の悪化により米国に亡命。シカゴにニューパウハウスを創設。思想や教育方式の一部は現在のイリノイ工科大学に引き継がれる。

## 動詞としてのデザイン

・米国の作家スコット・バークンは、自著「How Design Makes The World」(2020)において、ヴィクター・パパネックの言説に賛同する形で「世界中の誰もがデザイナーである」としつつ、プロのデザイナーと、そうでないデザイナーとの違いは「意思決定にどれだけの熟慮を重ねるか」にあると説いた。

・近年の「デザイン思考」の流行について、問題解決の一つの手法として広まることは歓迎しつつも、デザイン思考を学び理解すれば良いデザイナーになれるわけではないことを指摘し、思い違いをしてはならないと警鐘を鳴らした。

・デザインとは、「学習」と「創造」のループを繰り返す＝「動詞」であるとし、このようなループ作業はデザイナーのみならず、建築家やエンジニアにも見られるとした。



■ヴィクター・パパネック（1923-1998）

オーストリア生まれのアメリカ人デザイナー兼デザイン教育者。

大量生産・大量消費時代における市場主義のデザインを痛烈に批判し、デザインを社会問題や環境問題の解決に使うべきと主張。

# Design by People の時代へ

■ オハイオ州立大学のリズ・サンダース氏は **人々が自らデザインする時代の到来を予想**

1984年～ **Design for consumers** デザイナーが大衆のためにデザインする時代

2014年～ **Design with users** デザイナーがユーザーと共にデザインする時代

2044年～ **Design by people** 人々がデザインする時代 (Design by people)

変化するデザインアプローチ (Design for consumers / Design with users / Design by people)

	1984- design FOR consumers	2014- design WITH users	2044- design BY people
デザインの成果	製品	製品と人とのインタラクション	人、製品、サービス、インフラの関係
デザイン手法 (場所)	・スケッチ、モデリング、プログラミング (オフィス内)	・スケッチ、モデリング、プログラミング (オフィス内) ・当事者がコラボレーションするための 共同セッション	・スケッチ、モデリング、プログラミング (オフィス内) ・当事者がコラボレーションするための 共同セッション ・各当事者が相互に関連する多様な ネットワーク活動
デザイン活動への参加者	クライアントから簡単な説明を 受けた一人のプロフェッショナル	ユーザーと利害関係者によるチーム	多様性あるチームと 個人によるネットワーク
設計上の決定に関与するもの	市場での売上	市場での売上と、 社会問題に関する長期的な関係	複数の様々な価値 (単一のものにまとめられない)

出所「FROM DESIGNING TO CO-DESIGNING TO COLLECTIVE DREAMING: THREE SLICES IN TIME」(2014) Liz Sanders, Piter Jan Stappersより デザイン政策室訳

# 当事者によるデザイン

- 専修大学教授の上平崇仁氏は、当事者によるデザインについての枠組みを整理
- ①Design for user、②Design with People、③Design by Ourselves  
いずれかが良い悪いというものではなく デザイン対象に応じた適性がある ことを示唆

## 当事者デザインをめぐる枠組み

出所「2017日本デザイン学会秋季企画大会 テーマ討論会「共創・当事者デザイン」補足資料 当事者デザインをめぐる枠組みについて 上平崇仁

### Design,

開発者ではなく、  
ユーザ側の視点に立ってデザインする

### for User

ユーザ中心デザイン

受け身なユーザではなく、  
パートナーとして人々と協働してデザインする

### with People

コ・デザイン

問題の当事者たちが  
自分自身で学びながらデザインしていく

### by Ourselves

当事者（と共に）デザイン

当事者（による）デザイン

キーワード	User Experience	Partnership	Empowerment
持続性	優先されない（ことが多い）	考慮する	前提である
ミッション	満足される品質を提供	適材適所／相乗効果	主体的な実践
デザイナーの役割	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
人々の役割	消費する者、お客様	デザインのパートナー	創造する生活者
人間観	人は「変わらない」存在 （例：ペルソナ）	関わり合いの中で学び合う存在	学びつづけ、変わりつづける存在

ビジネスとして確立（発注／受注）

役割やスキルが未分化

Expert mindset

Democratic mindset

スケールしやすい

スケールしにくい

# 組織におけるデザイナーの役割

- 組織内におけるデザイナーの役割は、造形に代表される作業にとどまらない  
 → 他部門との橋渡し役や、ステークホルダーとの関係調整役など多岐にわたる

## デザイナーの役割に関する先行研究の分類

	文献	デザイナーの役割	特徴
①	Cross (1984; 1995; 1999; 2006)	<b>最適化</b> (optimization)	① 「構造が不明瞭な問題 (ill-structured problem)」を解決すること ② 解決に焦点を当てた戦略を採用すること ③ 仮説的・生産的・付加的な考え方をすること ④ 非言語的で、記号的・空間的な造形媒体を用いることで最適化を行うこと
②	Lorenz (1990)	<b>インテグレーター</b> (integrators)	デザイナーは部門間のコミュニケーションを円滑化させるコミュニケーターとしての役割を持っている。デザイナーはスケッチを用いることで、部門間のコミュニケーションを円滑化させる役割を持つ。
		<b>ファシリテーター</b> (facilitators)	デザイナーの製品開発の初期段階からの参加は、製品開発チームのコミュニケーションを活発化させ、最終製品までコンセプトの一貫性を保つことに貢献する。製品コンセプトの一貫性を保つことは、コストの削減にも寄与する。
③	Press & Cooper (2003)	<b>デザイン行為</b> (designing)	色、形、空間、材質を扱う能力と文脈に適した素材とメディアを用いた可視化
		<b>デザインプロセスの調整</b> (design process)	リサーチ、統合、分解と組み合わせ、コミュニケーション
④	Perks et al. (2005)	<b>職能的デザイン</b> (Design as Functional Specialism)	純粹に従来から述べられるデザインに従事する役割であり、会社から仕事の概要を受け取り、自分のデザインの有効性を示すためのリサーチを行う。製品開発期間の短縮が可能となる。
		<b>統合としてのデザイン</b> (Design as Part of Multifunctional)	ステークホルダーとの関係調整を行う。部門間のインターフェイスとしての役割や、コミュニケーションの活動が多く、プロトタイプの提示などで意思疎通を円滑化する。
		<b>プロセスリーダーシップ</b> (Design as NPD Process Leader)	開発プロセス全体を通して NPD (New Product Development) の広い範囲に渡るプロセスに関与・主導し、サポートを行う。デザイナーが自ら顧客と接近し、アイデアやコンセプトを創造するための活動を行う。

(出所) 立命館ビジネスジャーナル「プロフェッショナルとしてのデザイナーの持つデザインの志向の実証的研究に向けた理論的基盤の検討」安藤拓生、八重樫文 2016 表 6 より

# プロのインハウスデザイナーが担うデザイン

- **我が国では海外と比較してインハウスデザイナーの割合が高く、日本のデザイン界を長年牽引**
- 我が国の生活文化を形作る製品の多くがインハウスデザイナーにより生み出される
- デザインのプロフェッショナルとして卓越した技量を元に社会実装へ繋げる

## プロのインハウスデザイナーによるデザインの事例（グッドデザイン賞）

“再生プラスチックを積極的に活用”

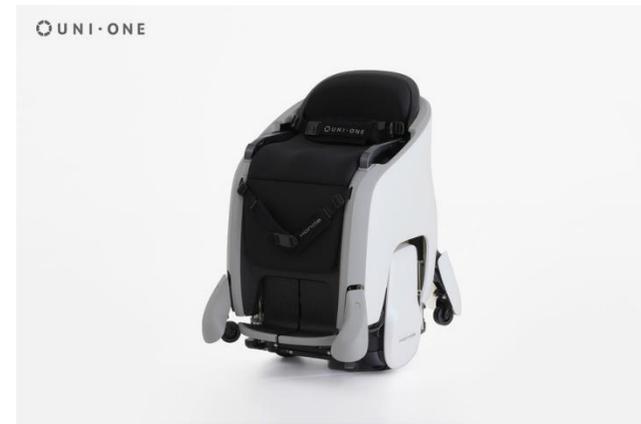


### 掃除機 [日立 コードレス スティッククリーナー PV-BH900SK]

“多くの人々が利用する家電製品であるスティッククリーナーにおいて、再生プラスチックを積極的に活用し高度循環社会の実現をめざした。内部部品のみならず、付属品や外観部品を含めた製品を構成する多くの部品を再生プラスチックに置き換えながら、外観品質を損なわないデザインにチャレンジした。”

出所：グッドデザイン賞2022金賞（日本デザイン振興会）  
<https://www.g-mark.org/award/describe/53348?token=2MDiJfOrAK>

“老若男女・障がいの有無を問わず意のままに移動できるモビリティ”



### ハンズフリーパーソナルモビリティ [UNI-ONE]

“老若男女、下肢障がいの有無にも対応する幅広いユーザーをサポートできる新領域モビリティ。単なる移動手段ではなく、着座する人の意図を読み取り、手放しても“意のまま”に全方位へ移動することができます。ユーザーの活躍する機会をより拡げることが可能となり、仕事やレジャーに対し新たな選択肢を提供する歩行感覚を実現しました。”

出所：グッドデザイン賞2022金賞（日本デザイン振興会）  
<https://www.g-mark.org/award/describe/53960?token=pT0x5pTwwH>

# 新興プロフェッショナルとしてのデザイナー

- プロフェッショナル研究：「古典的プロフェッショナル」と「新興プロフェッショナル」に大別
- デザイナーは新興プロフェッショナルであり、古典的プロフェッショナルへの過渡期にあるとされる

## 古典的プロフェッショナルと新興プロフェッショナルの例

### 「古典的プロフェッショナル」

聖職者・医師・弁護士・会計士・建築士

### 「新興プロフェッショナル」

エンジニア・経営コンサルタント・**デザイナー**・新聞記者・ソーシャルワーカー  
ディレクター・ソフトウェア技術者・プログラマー

(出所) 立命館ビジネスジャーナル「プロフェッショナルとしてのデザイナーの持つデザインの志向の実証的研究に向けた理論的基盤の検討」安藤拓生、八重樫文 2016 表 3 より

## 専門職業化の要件

### <プロフェッショナルの要件>

- ①フルタイムの職業として特定の仕事がなされること
- ②教育・訓練機関の設立
- ③大学内の教育機関の設立
- ④地域レベルでの専門職業家組織の形成
- ⑤全国レベルでの専門家職業組織の形成
- ⑥資格を規定した法律の制定
- ⑦職業上の倫理規定の公式化

デザイナーに関して取組が進んでいるもの

デザイナーに不足しているもの

(出所) 立命館ビジネスジャーナル「プロフェッショナルとしてのデザイナーの持つデザインの志向の実証的研究に向けた理論的基盤の検討」安藤拓生、八重樫文 2016 より

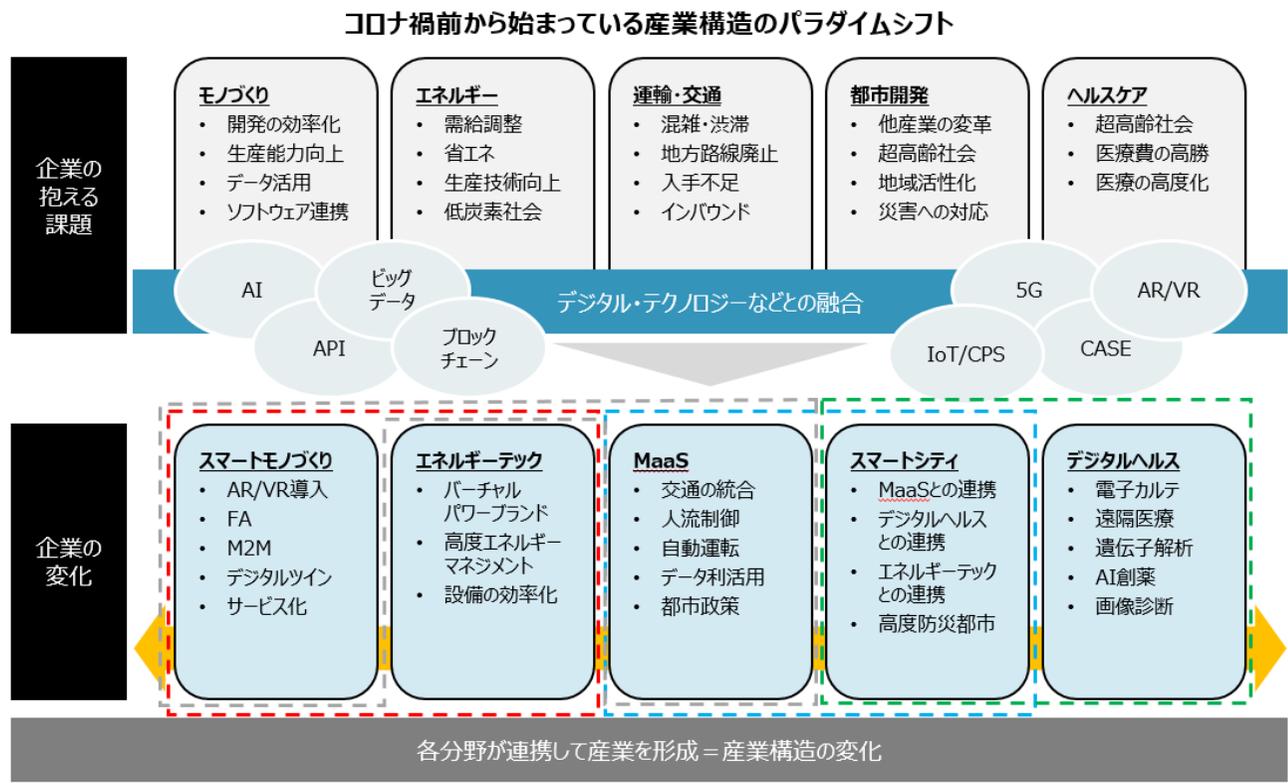
(参考) AIの台頭とデザイン

# AIの活用を前提とした社会の到来

- AI（人工知能）、IoT、5G、CPS（Cyber Physical System）、AR/VR など
  - コロナ禍の前から研究開発及び実装が進められてきた技術
  - コロナ禍により、コロナ禍前から始まっている従来のトレンドが加速すると予測
- **あらゆるモノにAIが搭載され、AIの活用を前提とした社会の到来**を示唆

## コロナ禍前から始まっている産業構造のパラダイムシフト

- コロナ禍前から言及されていた技術トレンドとして、2020年1月に米国ラスベガスで開催されたCES2020にて、主催団体であるCTA(Consumer Technology Association)の基調講演では、IoTが従来の「Internet of Things」という概念から、「Intelligence of Things」に変わるという見解が示された。
- あらゆるモノがインターネットとつながるだけでなく、あらゆるモノにAIが搭載され、AIの活用を前提とした社会の到来を示唆。
- コロナ禍前から大きなパラダイムシフトは進んでおり、コロナ禍が収束すれば元の状態に戻れるのではなく、従来のトレンドが加速すると考えた方が良い。



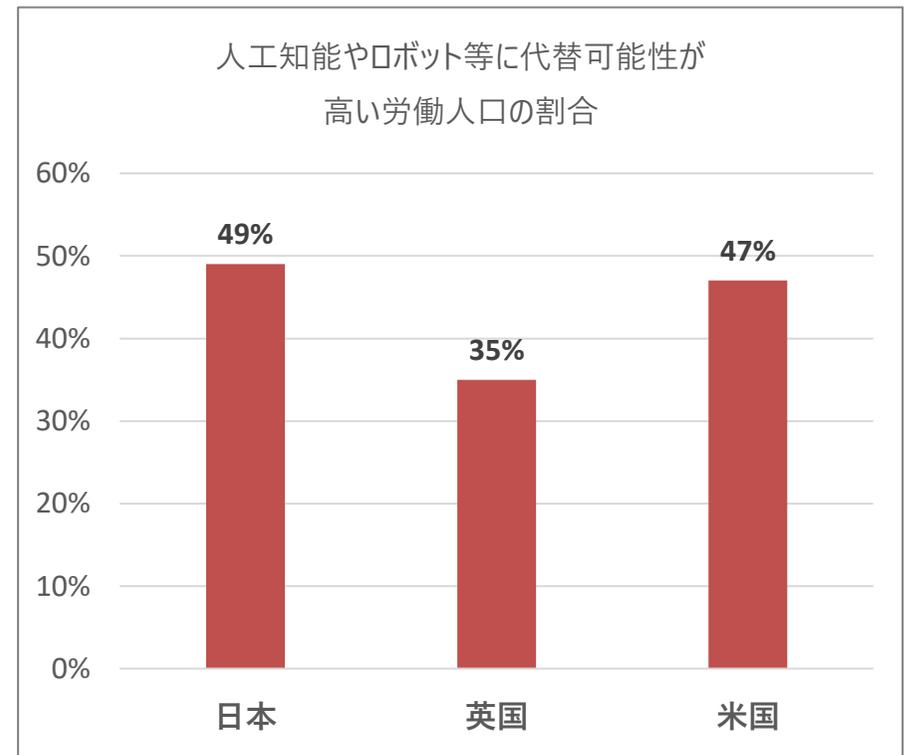
出所：日本政策投資銀行「コロナ禍前から始まっている産業構造のパラダイムシフト」

# 約半数の職業がAIに代替される可能性

- 国内外の研究結果からは、将来的に日本の労働人口の約49%が就労している職業について、人工知能やロボット等で代替される可能性が高いと予測されている

## AIに代替される可能性

- 英国オックスフォード大学のマイケル・オズボーン准教授とカール・ベネディクト・フレイ博士は、米国において10～20年以内に労働人口の47%が機械に代替可能であると試算。
- 株式会社野村総合研究所は、英オックスフォード大学のマイケル A. オズボーン准教授及びカール・ベネディクト・フレイ博士との共同研究により、国内 601種類の職業について、それぞれ人工知能やロボット等で代替される確率を試算。
- この結果、10～20年後に、日本の労働人口の約49%が就いている職業において、AIに代替される可能性が高いと推計。



出所：株式会社野村総合研究所「日本の労働人口の49%が人工知能やロボット等で代替可能に～ 601種の職業ごとに、コンピューター技術による代替確率を試算～」(2015)

# AIに代替されない可能性が高いデザイナー

- AIに代替されない可能性が高い職業：**抽象的な概念を整理・創出するための知識が要求される職業**  
→アートディレクターやグラフィックデザイナーが例に挙げられている

## AIに代替されない可能性が高い職業とは

### AIに代替されない可能性が高い職業

芸術、歴史学・考古学、哲学・神学など。

抽象的な概念を整理・創出するための知識が要求される職業

他者との協調や、他者の理解、説得、ネゴシエーション、サービス志向性が求められる職業。

例えば、アートディレクター、インテリアコーディネーター、グラフィックデザイナー、作曲家など。

### AIに代替される可能性の高い職業

必ずしも特別の知識・スキルが求められない職業。

データの分析や秩序的・体系的な操作が求められる職業。

例えば、一般事務員、銀行窓口係、自動車組立工、ビル清掃員など。

出所：株式会社野村総合研究所「日本の労働人口の49%が人工知能やロボット等で代替可能に～601種の職業ごとに、コンピューター技術による代替確率を試算～」(2015)

## The Future of Employment

### AIに代替され失業の危機にある職業ランキング

どのような職種が将来自動化され、失業の危機にさらされているのか調査したオックスフォード大学のレポート（全702職種）

	順位	職種	
低い	1	セラピスト	
↑	27	展示・空間デザイナー	
	89	ファッションデザイナー	
	93	インテリアデザイナー	
	95	アートディレクター	
	119	工業デザイナー	
	161	グラフィックデザイナー	
	⋮	⋮	
	702	テレマーケティング業者	
	高い		

(出所) The Future of Employment (Carl Benedikt Frey & Michael Osborne)  
<https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/future-of-employment.pdf>

# AIをデザインワークに取り込む動き

- Adobe社のデザインソフトを筆頭に、現代のデザインワークにデジタルツールは必須
- 一連のデザインワークのうち「**素材作成**」「**デザイン案出し**」にAIを活用する動きがみられる

## AIによるデザイン支援事例

～ パッケージデザインへの影響が考えられる例 ～

### ■ パッケージデザインAI（株式会社プラグ）2021年

#### 「デザイン評価」

920万人の学習データと、東京大学山崎研究室との共同研究で作られたAIにより、パッケージデザイン画像をアップすると、AIがそのデザインを10秒で評価。好意度を1～5で表示、「かわいい」や「おいしそう」など19のイメージをAIが評価。

#### 「画像生成」

検討中のパッケージデザイン案をアップすると、AIが1時間で延べ1000案のデザイン案を生成。「30代男性」などターゲットを絞り込んでデザイン生成が可能。

出所：パッケージデザインAI（株式会社プラグ）  
<https://hp.package-ai.jp/>

～ プロダクトデザインへの影響が考えられる例 ～

### ■ GANを用いたデザイナー支援（イノラボ）2021年

大量に画像生成できるGAN（Generative Adversarial Network／敵対的生成ネットワーク）を活用し、デザイナーのクリエイティブな発想を支援するツール作成を目指すプロジェクト。

約7,000枚の自動車画像を学習させた後、クーペやセダンといった「ボディタイプ」や、80年代～、00年代といった「生産年代」で特徴を抽出。各特徴の影響度をスライダーで調整することで、架空の自動車画像を生成することに成功。

出所：GANを用いたデザイナー支援は出来るのか（イノラボ）  
<https://innolab.jp/work/gan/5200>

～ グラフィックデザインへの影響が考えられる例 ～

### ■ GauGAN2（米国NVIDIA社）2021年

高画質の風景画像1,000万枚を使ってトレーニングされたAIモデルがベース。ユーザーが入力したテキストに沿ったリアルな画像を生成（例：海辺の夕日）。これに形容詞を加えるなど、文章が変化するに伴い、リアルタイムで画像も変化する（例：岩の多い海辺の夕日）。

出所：NVIDIA ResearchのGauGAN AI アート デモに、テキストから画像を生成する機能が登場（NVIDIA）  
<https://blogs.nvidia.co.jp/2021/11/30/gaugan2-ai-art-demo/>

～ ウェブデザインへの影響が考えられる例 ～

### ■ AIR Design（株式会社ガラパゴス）2019年

AIによる画像解析や分析ツールを駆使し、成果が出るクリエイティブ(ランディングページ/バナー/動画広告)を高速で制作するサービス。AI技術を活用したレイアウト、トーン&マナー、訴求軸、コピー表現、それぞれの独自データベースを活用することで従来の約3倍の制作スピードアップを実現。

出所：AIR Design（株式会社ガラパゴス）  
<https://airdesign.ai/>

(参考) 高度デザイン人材

# 高度デザイン人材

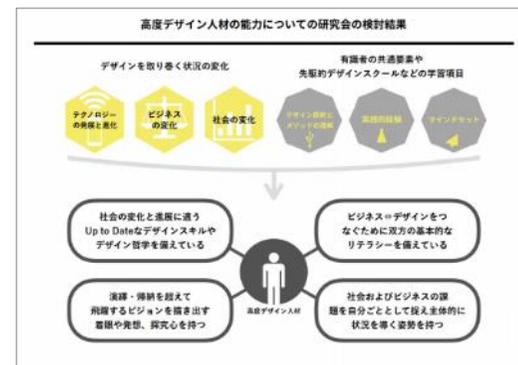
- 経済・社会のグローバル化や情報通信技術等の急速な進歩により、既存の事業の転換が必要になる中、産業界はあるべき未来を構想し、事業課題を創造的に解決できる「高度デザイン人材」を求めているが、国内においては十分な育成ができていない
- 国内外での先進事例をふまえて「高度デザイン人材育成ガイドライン」を作成（2019年3月）

## 高度デザイン人材育成研究会（2018年度／経済産業省）



### <高度デザイン人材育成研究会 委員（五十音順／敬称略）>

- |        |  |
|--------|--|
| 岩佐 浩徳  | サービスデザインネットワーク日本支部 共同代表                        |
| 上田 義弘  | 富士通デザイン株式会社 代表取締役社長                            |
| 江渡 浩一郎 | 国立研究開発法人産業技術総合研究所 主任研究員                        |
| 田村 大   | 株式会社リ・パブリック 共同代表                               |
| 長谷川 敦士 | 株式会社コンセント 代表取締役社長【座長】                          |
| 丸山 幸伸  | 株式会社日立製作所 研究開発グループ<br>東京社会イノベーション協創センタ 主管デザイナー |
| 山崎 和彦  | 学校法人千葉工業大学 教授                                  |
| 鷲田 祐一  | 国立大学法人一橋大学 教授                                  |



出所：高度デザイン人材育成研究会（経済産業省） [https://www.meti.go.jp/shingikai/economy/kodo\\_design/index.html](https://www.meti.go.jp/shingikai/economy/kodo_design/index.html)

# 増加するデザインスクール

- デザイン経営を担う人材・高度デザイン人材育成に取り組む機関やデザインスクールが新設
- 関連するセミナーやイベントも実施

## デザイン経営に関する事例（デザインスクール・高度デザイン人材に関するセミナー等）



産業技術総合研究所  
デザインスクール  
(2018～)  
出所：<http://plus-sdesign.jp/>



武蔵野美術大学 造形構想学部  
大学院 造形構想研究科

武蔵野美術大学  
造形構想学部／大学院 造形構想研究科  
(2019.4～)  
出所：<http://ci.musabi.ac.jp/overview/>



Tama Art University  
Creative Leadership  
Program

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  
(2020.4～)  
出所：<https://www.atpress.ne.jp/news/199050>



九州大学  
KYUSHU UNIVERSITY

九州大学  
芸術工学部 未来構想デザインコース  
(2020.4～)  
出所：<https://www.df.design.kyushu-u.ac.jp/>



東京理科大学  
TOKYO UNIVERSITY OF SCIENCE

東京理科大学  
経営学部 国際デザイン経営学科  
(2021.4～)  
出所：<https://www.tus.ac.jp/today/archive/20190620100.html>



「高度デザインブリッジスクール powered by トリニティ」  
出所：<https://trinitydesign.jp/news/3881/>



「実践型デザインスクール Designship Do」  
出所：<https://do.design-ship.jp/1st>



高度デザイン人材育成シンポジウム 教育機関における先端的試行  
出所：<https://advanced-design-001.peatix.com/?lang=ja>

(参考) デザイナーに対するリカレント教育の海外事例

# デザイナーに対するリカレント教育（海外）

- デザインの専門領域を強化するものとどまらず、ビジネス領域や社会課題解決・イノベーション等に携わるデザイナーを増やすリカレント教育を展開
- 社会全体のデザインに対する認識・理解が変容し、デザイナーの社会的地位向上が進む

	教育内容	概要
デザイナーに対するリカレント教育	専門強化教育	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>専門分野に関するスキル向上やキャリア形成を支援するプログラムやツールを提供</b></li><li>➢ 権威のあるデザイン業界団体が主体となり、デザイン業界内で実務経験やスキル認証として通用するプログラムが提供されている</li><li>➢ デザイナーのキャリアアップに必要なスキルとその習得に関する情報が一覧化されている</li></ul>
	広義のデザイン教育	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>社会課題解決、イノベーションのためのクリエイティブ活用を促進するナレッジシェアを実施</b></li><li>➢ クリエイティブ・プロフェッショナルが持つナレッジ、暗黙知、スキル、経験等を汎用的な方法論として整理し、特に社会課題解決に資するようなスキルセットを開発・シェア</li></ul>
	ビジネススキル教育	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>デザイナーがビジネスにおいても活躍できるよう支援するプログラムを展開</b></li><li>➢ デザイナーが自身のビジネス価値を発信するために必要なスキルを学ぶプログラムを提供</li><li>➢ デザインがスタートアップ企業に与えた影響をケーススタディとして公開する等、企業の戦略的デザイン活用を促進</li></ul>

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）

# デザイナーに対するリカレント教育（海外）

## 主なデザイン教育事例（専門強化教育）

### Professional Development

#### A I G A / アメリカ合衆国



#### 背景・目的

- アメリカのデザイン業界で最も古く大きな業界団体であるAIGAがプロフェッショナルのための様々な取組を実施
- デザインをプロフェッショナルな技術、戦略的優位性をもたらすもの、そして重要な文化的な力として推進。学生から熟練したプロまで、あらゆるステージのデザイナーをサポートすることを目的とする

#### 概要

- AIGA Business Perspectives for Creative Leaders :  
エール大学と提携した教育プログラム。経営課題に対応できるデザイナーを育成し、参加者が次のレベルのキャリアに到達するために必要なスキルと視点を身につけることを目指す
- Certificates for Creatives :  
デザインのプロフェッショナルな開発のためのオンライン学習プラットフォーム。ビジネス、プロジェクトマネジメント、分析的思考と複雑な問題解決、リーダーシップ、キャリア開発等のコースが提供されている

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

The screenshot displays the program details for the AIGA Business Perspectives for Creative Leaders Live Online program. It includes an agenda with six days of topics, a list of attendees, and a section titled 'Who should attend?' which describes the program as ideal for mid-career or senior professionals. A photo shows two people, a man and a woman, smiling in a meeting setting.

**Agenda**

Below is a sample of what you can expect to experience in the Business Perspectives for Creative Leaders Live Online Program. Content and schedule are subject to change.

**Day One**

- Reflected Best Self
- Emotional Intelligence: Awareness, Regulation, and Compassion

**Day Two**

- Negotiations: Friendly Ambition and Value Claiming
- Influence and Persuasion
- Organizing for Innovation: The Threadless Case Study

**Day Three**

- Deciding to Decide: Decision Making for Leaders
- Networks of Innovation

**Day Four**

- Employee Engagement and Motivation
- Organizational Change
- Managing, Developing, and Retaining the New Generation of Talent

**Day Five**

- Financial Accounting I and II
- C-Suite Perspective Panel

**Day Six**

- Organizing for Innovation
- Team Building: Making High Quality Connections

**Who should attend?**

Designed for mid-career or senior professionals, this program is ideal for designers looking to become better leaders, drive innovation, navigate change, expand their network, or optimize their teams to drive growth. Averaging between 20-40 attendees a year, this program is consistently ranked one of the most valuable experiences of participants' careers.

**What to expect**

- Develop personal career aspirations with practical insights and inspiring perspectives.
- Think strategically to meet the challenges of management, take advantage of business opportunities, and drive innovation for growth.
- Develop soft skills to better influence, persuade, and negotiate with colleagues and clients.
- Connect to a powerful network of creative professionals who share a passion for leadership and innovation.

画像出所 : Business Perspectives for Creative Leaders Live Onlineパンフレット

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)

# デザイナーに対するリカレント教育（海外）

## 主なデザイン教育事例（専門強化教育）

### PROFESSIONAL DEVELOPMENT PROGRAMM (PDP)

### インテリアデザイン連盟シンガポール (IDCS) /シンガポール共和国



#### 背景・目的

- IDCSはシンガポールのインテリアデザインを国際的に高い水準に引き上げるために、2つの業界団体が統合し2003年に設立
- インテリアデザイン企業や関連団体、政府機関からなるシンガポールのインテリアデザインコミュニティをサポートするため、プロフェッショナルデベロップメントプログラム（PDP）を提供している

#### 概要

- インテリアデザイナーを対象にした教育セミナー、ワークショップ、講演、ネットワーキングイベント、スタディーツアー等を開催
- PDPのイベントに参加したIDCSメンバーには、参加したイベントごとにPDPポイントが付与され、PDP認定証が授与される
- PDPポイントは年間100ポイントを達成すると、IDCSが推奨するインテリアデザイナーの証明※を得ることができる  
※消費者が信頼できるインテリアデザインの基準を満たし、シンガポール共和国で最高水準のインテリアデザインを提供できることを証明するもの



参考URL/画像出所：インテリアデザイン連盟シンガポール（IDCS）  
公式HP <https://idcs.sg/site/page/professional-development-programme-pdp>（2022年2月25日閲覧）

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）

# デザイナーに対するリカレント教育（海外）

## 主なデザイン教育事例（専門強化教育）

AJK advanced training

AJK advanced training/フィンランド共和国



画像出所：<https://www.ajk-jatkokoulutus.fi/ajkn-tarina/>  
(2022年3月17日閲覧)



画像出所：<https://www.ajk-jatkokoulutus.fi/ajkn-tarina/>  
(2022年3月17日閲覧)

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）

### 背景・目的

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

### 概要

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

参考URL：AJK公式HP <https://www.ajk-jatkokoulutus.fi/ajkn-tarina/>（2022年2月3日閲覧）

# デザイナーに対するリカレント教育（海外）

## 主なデザイン教育事例（専門強化教育）

### Skills Framework for Design

Design Singapore Council  
/シンガポール共和国



#### 背景・目的

- The Skills Framework はシンガポール共和国が進めるProfessional Services Industry Transformation Planの一部として進められるSkill Futureイニシアチブの1つ
- Skillsfutureは、シンガポール共和国の人々が、生涯を通じて自分の可能性を最大限に伸ばす機会を提供する国家的なムーブメント

#### 概要

- Skills Framework for Designは、個人、雇用者、及びトレーニングプロバイダーに対し、キャリアパス、職務、既存・新規のスキル、職務に必要なトレーニングプログラムなどデザイン部門のスキルに関する情報を提供する枠組み
- デザインの習熟度とそれに対応するコースがマッピングされており、初心者から経験者まで、誰でもこれらのスキルやトレーニングにアクセスできるようになっている



参考URL/画像出所: Design Singapore Council 公式HP  
<https://www.designsingapore.org/initiatives/skills-framework-for-design.html> (2022年2月24日閲覧)

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)

# デザイナーに対するリカレント教育（海外）

## 主なデザイン教育事例（広義のデザイン教育）

KEMs（Key Enabling Methodologies）

CLICK NL/オランダ王国



### 背景・目的

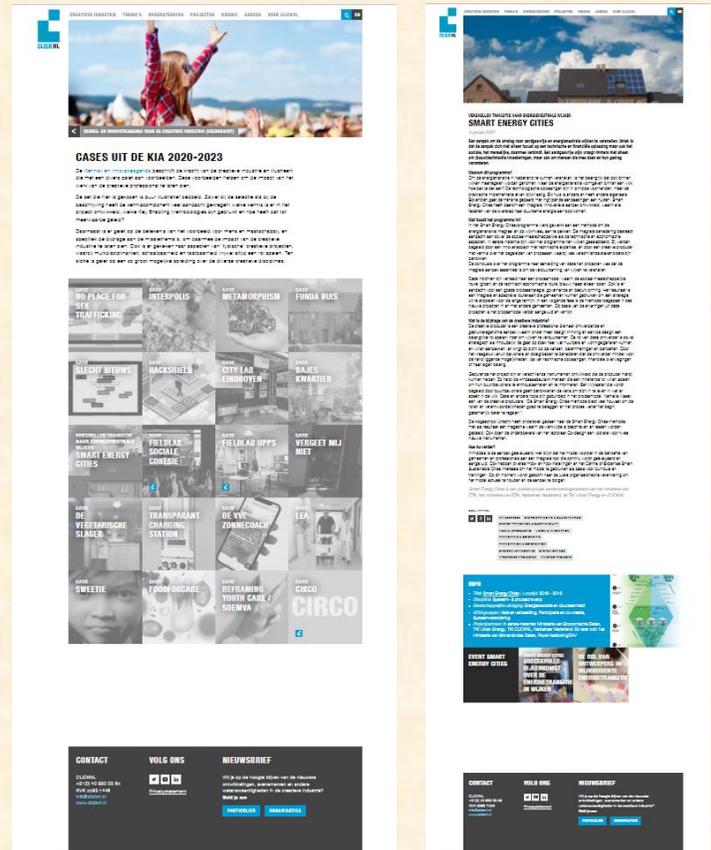
- CLICKはクリエイティブ産業の業界団体で、知識主導型のアプローチにより、クリエイティブ産業のレジリエンスを高めることに重点を置いている
- KEMsは、クリエイティブプロフェッショナル（クリエイティブ産業で活躍する人材）が持つナレッジや暗黙知、スキル、経験等について、研究機関等と連携して理論的に明らかにすること、また更に効果的なものにするを目的としている

### 概要

- クリエイティブプロフェッショナルが活用できるメソッドやスキル、理論をナレッジサイトとして公開
- クリエイティブプロフェッショナルがどのようなKEMsを用いて実際の課題に対しソリューションを導いたか、事例等も紹介されている

参考URL：  
CLICK「KEY ENABLING METHODOLOGIES」<https://www.clicknl.nl/de-creatieve-industrie/key-enabling-methodologies/>（2022年3月17日閲覧）  
CLICK「KIA for creative 2020-2023」<https://kia.clicknl.nl/>（2022年3月17日閲覧）  
KEMs for mission driven innovation <https://kems.clicknl.nl/>（2022年3月17日閲覧）

## 事例紹介の掲載例



画像出所：  
（左）CLICK <https://www.clicknl.nl/kennis-innovatieagenda/cases/>（2022年3月17日閲覧）  
（右）CLICK <https://www.clicknl.nl/cases-kia-2020-2023/case-smart-energy-cities/>（2022年3月17日閲覧）

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）

# デザイナーに対するリカレント教育（海外）

## 主なデザイン教育事例（ビジネススキル教育）

### Designer Fund

Designer Fund/アメリカ合衆国



#### 背景・目的

- Designer Fundは、35万ドルから100万ドル（約4,200万円～1億2,000万円）を初期段階のスタートアップに投資し、デザインサポートとデザイン専門家のネットワークで彼らの成功を支援する団体である
- スタートアップファウンダー（創始者）やデザインリーダー達をサポートするため、ユニークなプログラムやイベントを提供

#### 概要

- Designer Founder Guild：  
より多くのデザイナーが有意義なインパクトを持つビジネスを創造できるように支援する、優れたデザイナー・ファウンダーのグループ。イベントやカンファレンスなどでデザインコミュニティと知識を共有する
- Business Essentials for Designers workshop：  
デザイナーが自分の作品のビジネス価値を伝えるために必要な言語、考え方、ツールを学ぶことができる、インタラクティブなオンライン・ハンズオンコース



参考URL/画像出所：Designer Fund 公式HP <https://www.designerfund.com/>（2022年2月25日閲覧）

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）

# 我が国のデザイナーに対するリカレント教育の課題・論点

## 我が国の特徴・課題

### デザイナー

主にリカレント教育  
(高度な専門教育等)

- デザイナー向けには、大学等がさらに高度な専門教育を提供する他、履修証明プログラム等の短期プログラムでデザイン教育が提供されている。しかし、非デザイナー向けのリカレント教育と同様、**十分な実態把握がなされていない**。
- 通常の大学等の正規課程では卒業認定の方針等に基づく教育課程編成がなされているため、質保証がある。しかし、それ以外の**短期プログラムや民間のプログラムには公的、または、業界標準の質保証の仕組みはない**。
- **リカレント教育を受けた後、企業やデザイン事務所に戻ったとしても、給与・ポジションといった処遇に反映されない**等の問題が散見される。

## 1 高度デザイン人材育成研究会での成果の把握及びアップデート

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

## 2 専門領域を極める、他のデザイン領域と連携するプログラムの拡充

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

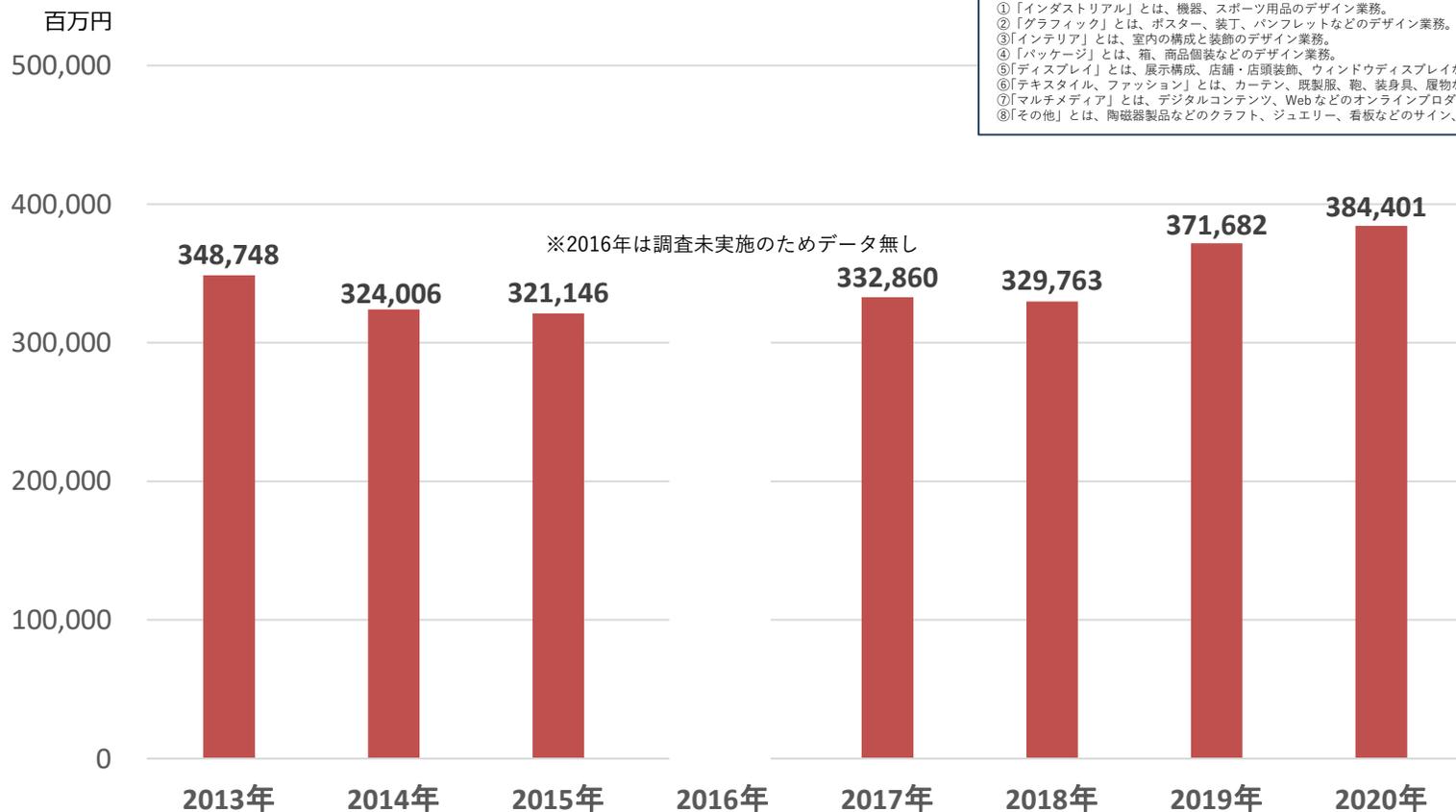
出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）

**(参考) 我が国のデザイナーに関する統計**

# デザイン業の総売上高

■我が国におけるデザイン業の総売上高は約**3.800億円**

デザイン業の総売上高（経済産業省「特定サービス産業実態調査」(H25、26、27、29、30)、総務省・経済産業省「経済構造実態調査（乙調査）」(R1、2)）



デザイン業：調査対象は、顧客の要請に応じて工業的・商業的製品又はその他の造形物、装飾の製造・製作に関し、販売を目的に用途、材質、製作法、形状、色彩、模様、配置、照明などについて設計、表現を行う事業所である。ただし、デザインにより一貫して製造・販売までを行う事業所（衣服製造業、漆器製造業など）は、対象としない。

（デザイン業務）

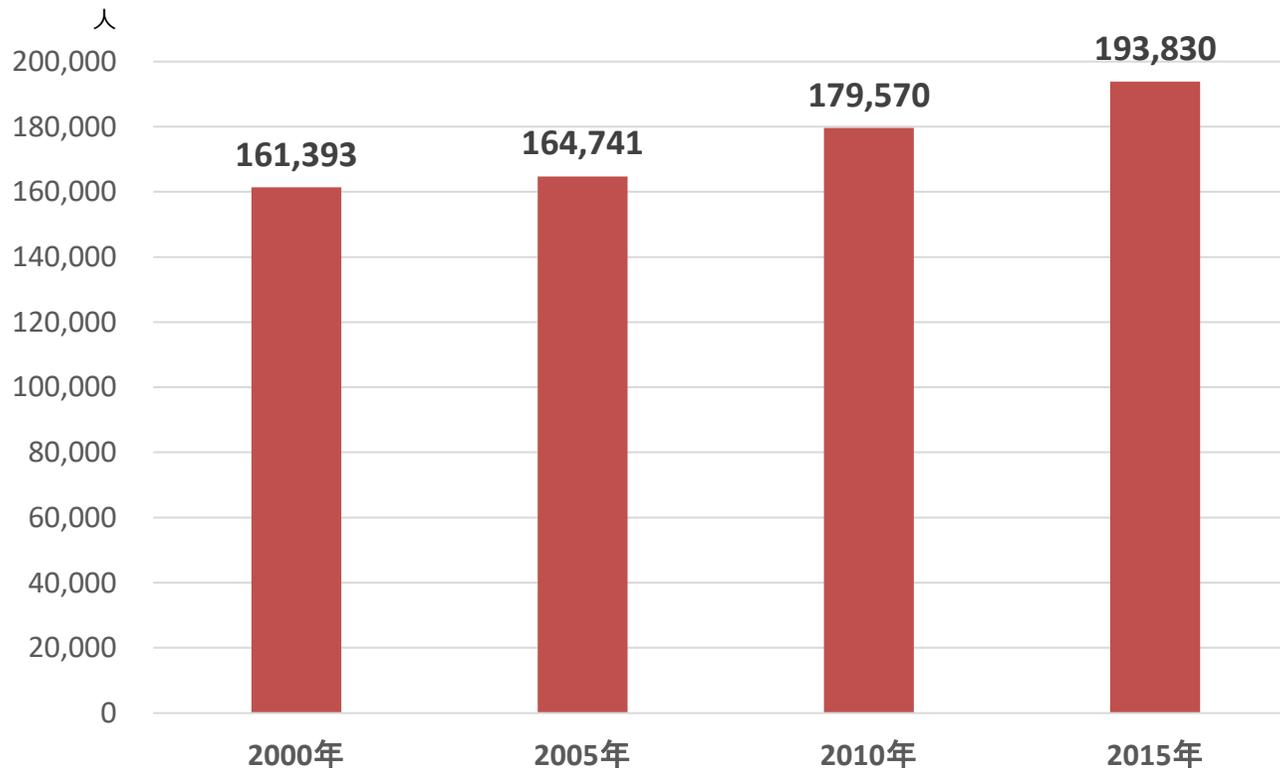
- ①「インダストリアル」とは、機器、スポーツ用品のデザイン業務。
- ②「グラフィック」とは、ポスター、装丁、パンフレットなどのデザイン業務。
- ③「インテリア」とは、室内の構成と装飾のデザイン業務。
- ④「パッケージ」とは、箱、商品個装などのデザイン業務。
- ⑤「ディスプレイ」とは、展示構成、店舗・店頭装飾、ウィンドウディスプレイなどのデザイン業務。
- ⑥「テキスタイル、ファッション」とは、カーテン、既製服、鞆、装身具、履物などのデザイン業務。
- ⑦「マルチメディア」とは、デジタルコンテンツ、Webなどのオンラインプロダクトなどのデザイン業務。
- ⑧「その他」とは、陶磁器製品などのクラフト、ジュエリー、看板などのサイン、庭園、建物などのデザイン業務。

# デザイナー数

■我が国におけるデザイナー数は約20万人で増加傾向

デザイナー数の推移（総務省 国勢調査 2015年）

デザイナー：工業的若しくは商業的製品又はその他の物品・装飾に関し、用途・材質・製作法・形状・模様・色彩・配置・照明などについて、  
技芸的又は趣味的な意匠を考案し、図上に設計・表現を行う専門的な仕事に従事するものをいう。  
例) デザイナー、服飾デザイナー、商業デザイナー、インテリアデザイナー、フラワーデザイナー、グラフィック・デザイナー、図案家、建築装飾図案家、陶磁器デザイナー、友禅図案家、  
ウェブデザイナー、工芸図案家、工業デザイナー、産業デザイナー、宣伝用図案家、機械デザイナー、自動車デザイナー

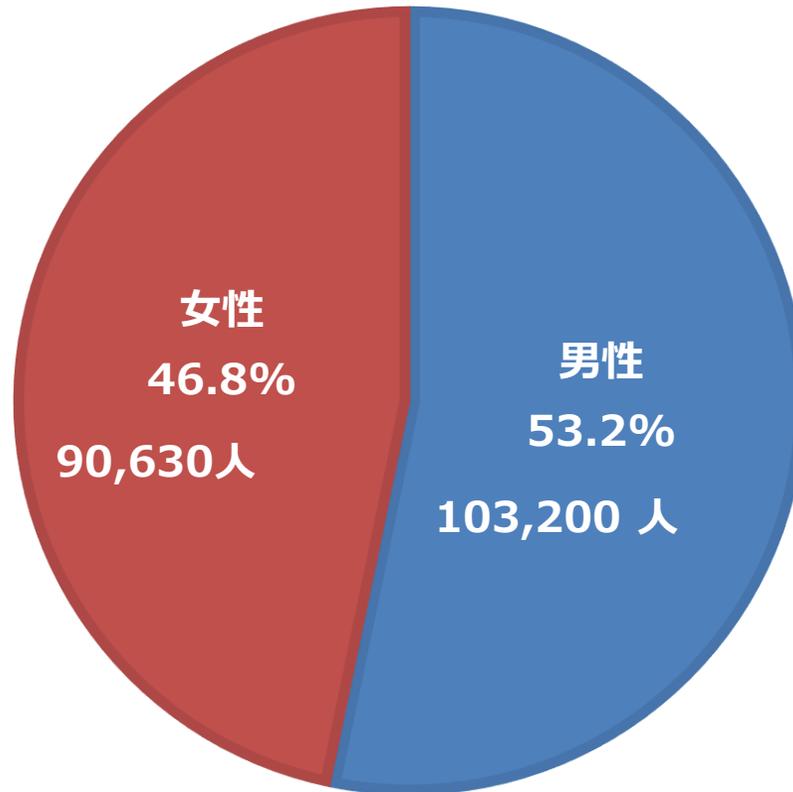


# デザイナー数（男女比）

■我が国における デザイナーの男女比は約半々（やや男性が多い）

デザイナーの男女比（総務省 国勢調査 2015年）

デザイナー：工業的若しくは商業的製品又はその他の物品・装飾に関し、用途・材質・製作法・形状・模様・色彩・配置・照明などについて、  
技芸的又は趣味的な意匠を考案し、図上に設計・表現を行う専門的な仕事に従事するものをいう。  
例) デザイナー、服飾デザイナー、商業デザイナー、インテリアデザイナー、フラワーデザイナー、グラフィック・デザイナー、図案家、建築装飾図案家、陶磁器デザイナー、友禅図案家、  
ウェブデザイナー、工芸図案家、工業デザイナー、産業デザイナー、宣伝用図案家、機械デザイナー、自動車デザイナー



# インハウス・フリーランス デザイナーの割合

■我が国におけるデザイナーの約4分の3がインハウスデザイナー

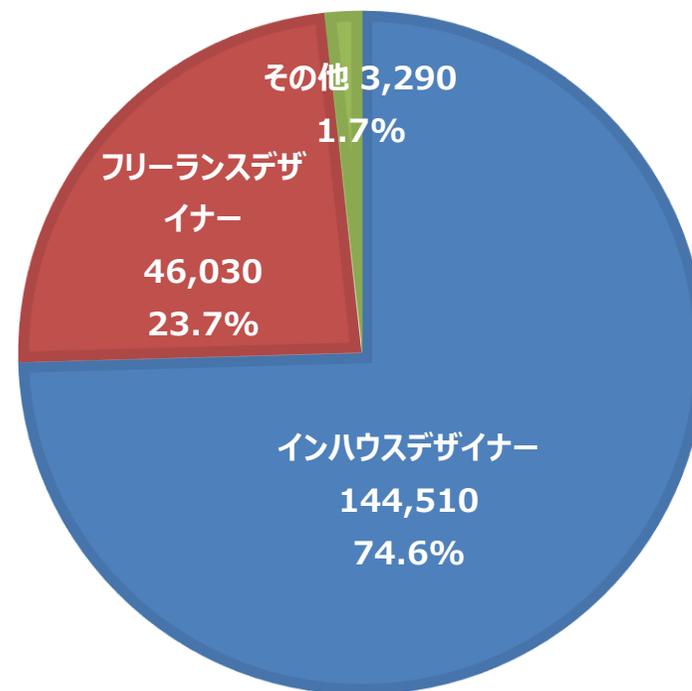
## インハウスデザイナー・フリーランスデザイナーの割合（総務省 国勢調査 2015年）

デザイナー：工業的若しくは商業的製品又はその他の物品・装飾に関し、用途・材質・製作法・形状・模様・色彩・配置・照明などについて、技芸的又は趣味的な意匠を考案し、図上に設計・表現を行う専門的な仕事に従事するものをいう。  
例) デザイナー、服飾デザイナー、商業デザイナー、インテリアデザイナー、フラワーデザイナー、グラフィック・デザイナー、図案家、建築装飾図案家、陶磁器デザイナー、友禅図案家、ウェブデザイナー、工芸図案家、工業デザイナー、産業デザイナー、宣伝用図案家、機械デザイナー、自動車デザイナー

インハウスデザイナー		
従業上の地位	デザイナー数	比率
雇用者_正規の職員・従業員	98,970	51.1%
雇用者_労働者派遣事業所の派遣社員	5,660	2.9%
雇用者_パート・アルバイト・その他	19,540	10.1%
役員	16,830	8.7%
雇人のある業主	3,510	1.8%

フリーランスデザイナー		
従業上の地位	デザイナー数	比率
雇人のない業主	46,030	23.7%
家族従業者	2,460	1.3%
家庭内職者	0	0.0%

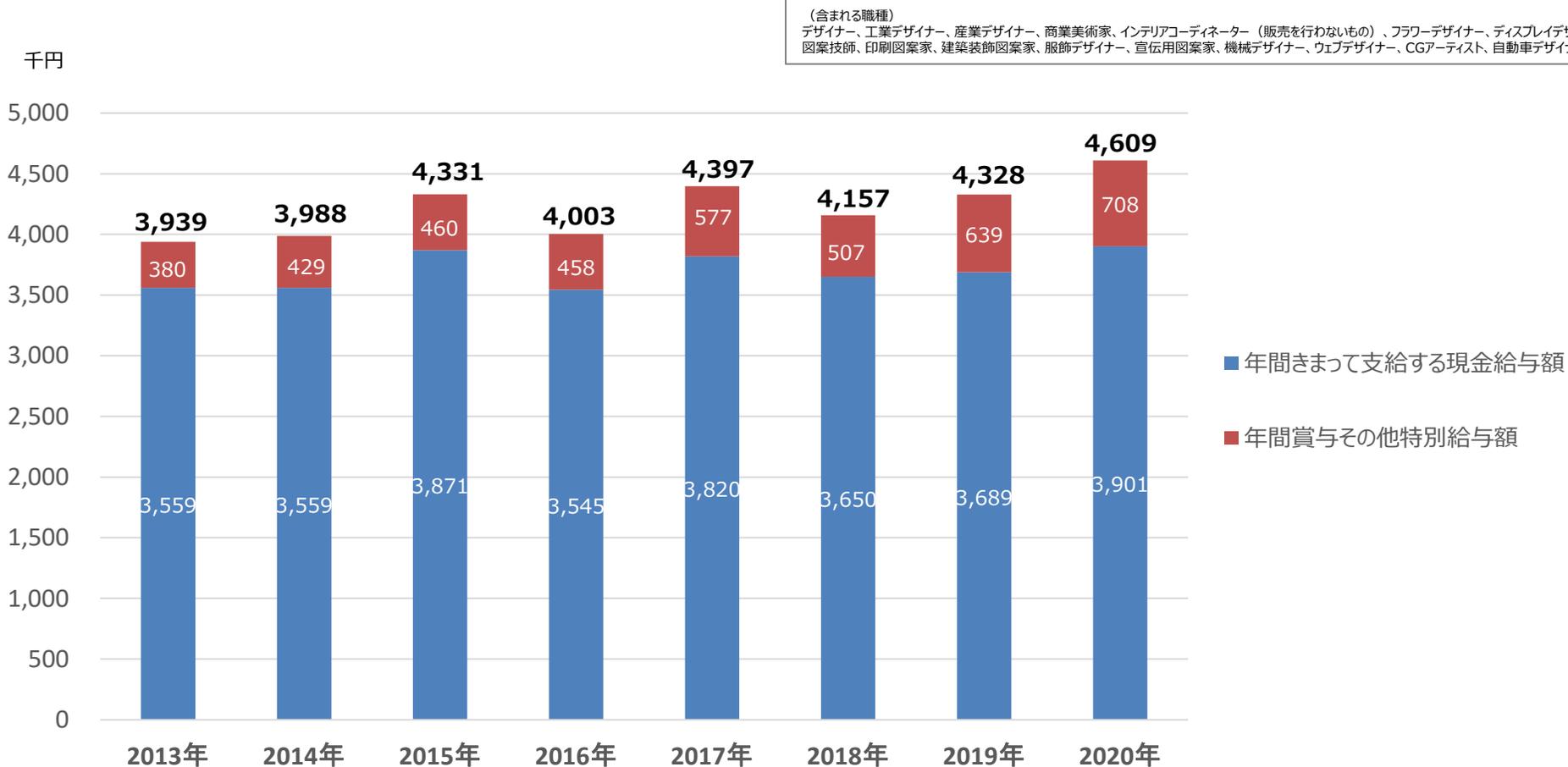
その他		
従業上の地位	デザイナー数	比率
従業上の地位「不詳」	830	0.4%



# デザイナーの平均年収

■我が国におけるデザイナーの平均年収は約460万円

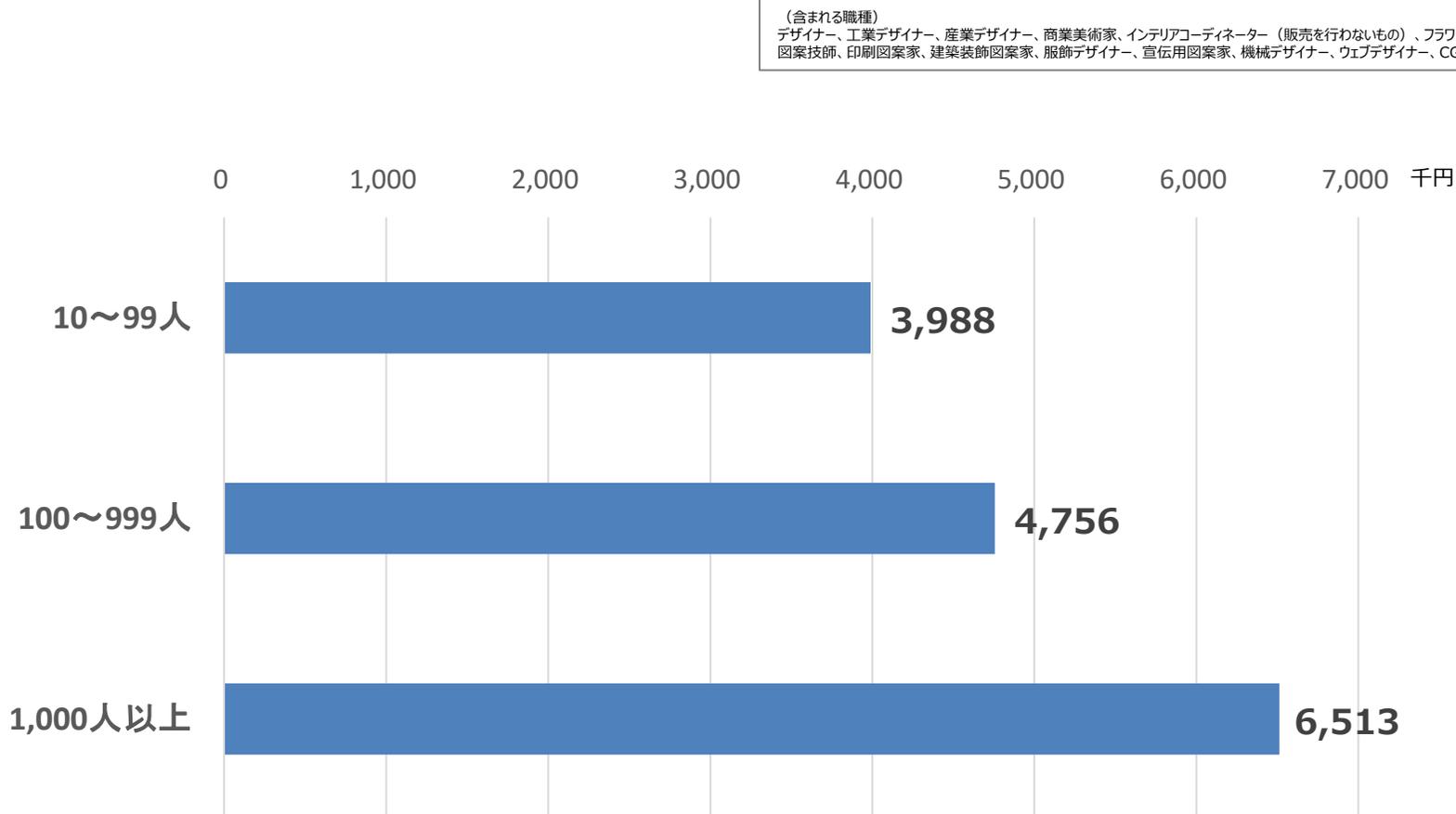
デザイナーの年収の推移 (厚生労働省 賃金構造基本統計調査)



# 企業規模別 デザイナー平均年収

■ 企業規模が大きくなるほどデザイナーの平均年収も上がる

企業規模別 デザイナー平均年収 (厚生労働省 賃金構造基本統計調査 (R2))

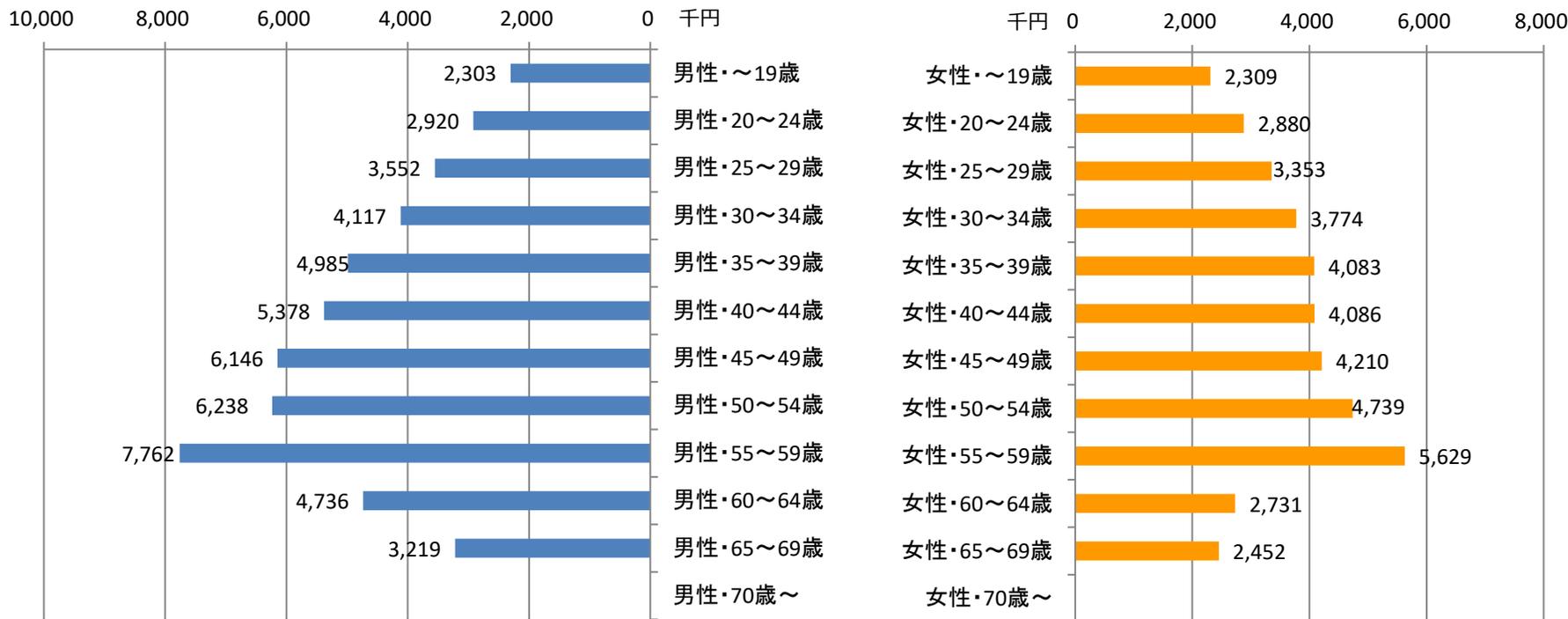


# 性別・年齢階層別 デザイナー平均年収

■ 男性デザイナーの方が女性デザイナーよりも平均年収が高い傾向

企業規模別 デザイナー平均年収（厚生労働省 賃金構造基本統計調査（R1））

（含まれる職種）  
 デザイナー、工業デザイナー、産業デザイナー、商業美術家、インテリアコーディネーター（販売を行わないもの）、フラワーデザイナー、ディスプレイデザイナー、  
 図案技師、印刷図案家、建築装飾図案家、服飾デザイナー、宣伝用図案家、機械デザイナー、ウェブデザイナー、CGアーティスト、自動車デザイナー



# 都道府県別 デザイナー数

■都市部にデザイナーが集まり、特に**東京に全国の約4割のデザイナーが集中**する

都道府県別 デザイナー数 (経済産業省 特定サービス産業実態調査2018)

都道府県	従事者数	比率	都道府県	従事者数	比率	都道府県	従事者数	比率
北海道	754	2.5%	石川県	252	0.8%	岡山県	314	1.0%
青森県	61	0.2%	福井県	94	0.3%	広島県	276	0.9%
岩手県	48	0.2%	山梨県	45	0.1%	山口県	125	0.4%
宮城県	343	1.1%	長野県	360	1.2%	徳島県	68	0.2%
秋田県	148	0.5%	岐阜県	294	1.0%	香川県	137	0.4%
山形県	63	0.2%	静岡県	658	2.2%	愛媛県	142	0.5%
福島県	155	0.5%	愛知県	2,001	6.6%	高知県	64	0.2%
茨城県	147	0.5%	三重県	141	0.5%	福岡県	1,150	3.8%
栃木県	148	0.5%	滋賀県	55	0.2%	佐賀県	51	0.2%
群馬県	289	0.9%	京都府	748	2.5%	長崎県	51	0.2%
埼玉県	394	1.3%	大阪府	4,416	14.5%	熊本県	106	0.3%
千葉県	283	0.9%	兵庫県	592	1.9%	大分県	79	0.3%
東京都	13,114	43.0%	奈良県	56	0.2%	宮崎県	85	0.3%
神奈川県	1,137	3.7%	和歌山県	119	0.4%	鹿児島県	76	0.2%
新潟県	255	0.8%	鳥取県	71	0.2%	沖縄県	286	0.9%
富山県	196	0.6%	島根県	33	0.1%	計	30,476	100.0%

# 都道府県別 デザイン業 事業所数

■都市部にデザイン業の事業所が集まり、**東京・大阪に全国の約半数の事業所が集中**する

都道府県別 デザイナー数 (経済産業省 特定サービス産業実態調査2018)

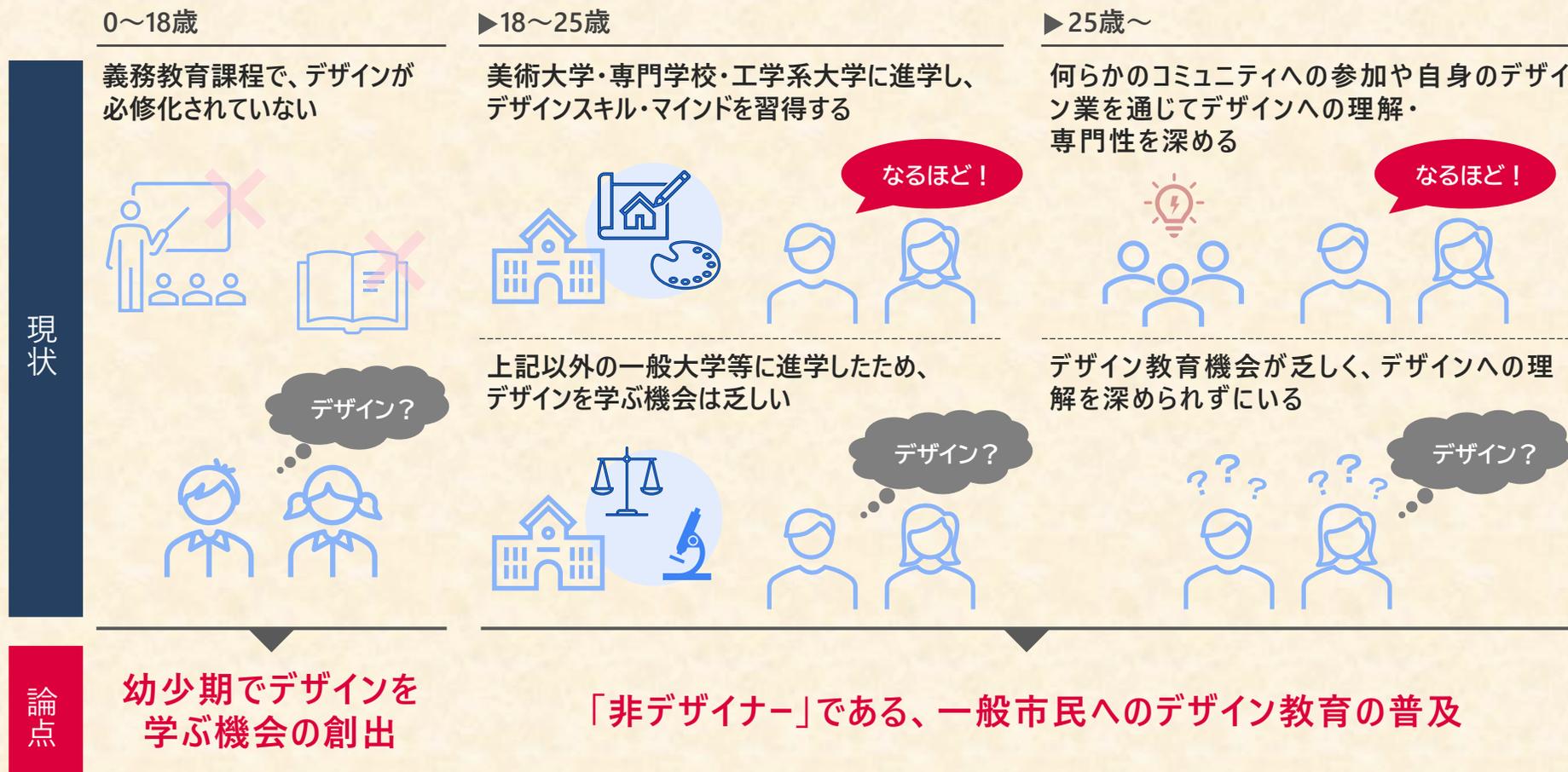
都道府県	事業所数	比率	都道府県	事業所数	比率	都道府県	事業所数	比率
北海道	214	2.9%	石川県	79	1.1%	岡山県	73	1.0%
青森県	26	0.4%	福井県	41	0.6%	広島県	92	1.3%
岩手県	31	0.4%	山梨県	29	0.4%	山口県	34	0.5%
宮城県	69	0.9%	長野県	108	1.5%	徳島県	23	0.3%
秋田県	43	0.6%	岐阜県	97	1.3%	香川県	43	0.6%
山形県	25	0.3%	静岡県	172	2.4%	愛媛県	48	0.7%
福島県	48	0.7%	愛知県	441	6.1%	高知県	14	0.2%
茨城県	55	0.8%	三重県	41	0.6%	福岡県	253	3.5%
栃木県	43	0.6%	滋賀県	25	0.3%	佐賀県	16	0.2%
群馬県	71	1.0%	京都府	187	2.6%	長崎県	21	0.3%
埼玉県	142	1.9%	大阪府	1,088	14.9%	熊本県	34	0.5%
千葉県	89	1.2%	兵庫県	202	2.8%	大分県	28	0.4%
東京都	2,608	35.8%	奈良県	23	0.3%	宮崎県	17	0.2%
神奈川県	346	4.7%	和歌山県	23	0.3%	鹿児島県	25	0.3%
新潟県	80	1.1%	鳥取県	24	0.3%	沖縄県	30	0.4%
富山県	55	0.8%	島根県	14	0.2%	計	7,289	100.0%

## 課題 5 教養としてのデザイン教育の在り方

# 課題5 教養としてのデザイン教育の在り方（再掲）

## 我が国におけるデザイン教育の現状と論点

- 義務教育課程でデザインを学ぶ機会はなく、大学や専門学校で専攻したり、何らかのコミュニティに所属しない限り、デザインへの理解を深めることは難しい



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）

# 課題5 教養としてのデザイン教育の在り方

- ①専門家育成のための「**デザイナー教育**」
- ②市民や非デザイナーに向けた教養としての「**デザイン教育**」
- 海外では、義務教育課程に「デザイン」科目を設置（英国・デンマーク）  
デザインミュージアム等が市民・非デザイナー向けにデザイン教育プログラムを提供
- 我が国では個別の取組が見受けられるが、海外と比較すると体制・内容において不充分**

## 検討すべきこと

### （1）教養としてデザインを学ぶ意義

- ・デザイナーではないのに、なぜデザインを学ぶ必要があるのか
- ・教養としてのデザインを市民が学ぶことで、我が国や業界にどのような意義があるか

### （2）我が国における現在のデザイン教育の評価

- ・TV番組（デザインあ...）
- ・ミュージアム・美術館（21\_21デザインサイト、富山県立美術館...）
- ・デザイン振興団体・デザイン団体
- ・大学の取組
- ・企業の取組

### （3）これからのデザイン教育の在り方

- ・美術科・工芸教育における造形を主眼としたデザインと、広義のデザインとの乖離
- ・義務教育化へのハードル（教員の不在）
- ・豊富なインハウスデザイナーの知見

## 考慮すべき点（有識者からの指摘）

### ・デザインは既に身近にある（デザインに気付かせることの重要性）

- 日常にデザインは溢れており、ただそれに気付かない人が多いだけではないか。  
身の回りにあるデザインに気付く、知るきっかけを増やすことで、デザインに対する市民の興味関心が増加し、デザイン界の底上げにつながる。
- 既存の科目や学校教育の中にも、「デザインの」な要素が既に紛れ込んでいないか。  
それはデザインだよと誰かが言う、気付かせるきっかけを作るだけでも大きな一歩。
- 美術大学を卒業して、デザイン以外の職種に就く「隠れデザイン人材」が一定数いる。  
そのような者を活用して、デザインの意義を広く伝えられないか。

### ・インハウスデザイナーの知見

- 日本はインハウスデザイナーの割合が高く、名も無き多くのデザイナーが我が国デザイン界の発展に貢献し、世界の日本デザインに対する評価の確立に寄与してきた。  
この蓄積されたデザインの知見を広くデザイン教育に生かすことはできないか。

### ・デザインを教えられる教員、組織の不在

- デザインを義務教育化すべきとの意見が古くからデザイン業界にあるが、そもそも教養としてのデザインを教えられる教員がいない。
- デザインカウンスルやデザインミュージアムといったデザイン振興を担う組織がない。

## (参考) 海外におけるデザイン教育事例

# 幼少期～10代中盤までのデザイン教育（海外）

- 産官学がデザインの重要性を認識し、様々な主体がデザイン教育機会を提供。
- デザイナー・非デザイナーに大別される前の幼少期～10代中盤までの若者に対して、芸術分野に閉じない幅広い分野の学習の中に、デザインを学ぶ機会が豊富に確保されている。

	実行主体	概要
幼少期から成長期におけるデザイン教育	政府（教育省等）	<ul style="list-style-type: none"><li>● 義務教育課程において、「デザイン」を必修化</li><li>➢ 問題解決能力の育成や、イノベーション力の強化等が目的</li></ul>
	芸術系大学	<ul style="list-style-type: none"><li>● アートやクリエイティブ関連の教育プログラムを提供</li><li>➢ 中国では、芸術系大学が公立中学校の共同で、デザイン思考プログラムを開催</li></ul>
	業界団体	<ul style="list-style-type: none"><li>● 年齢ごとに適したデザイン教育の各種プログラムを展開</li><li>➢ 幼少期に対しては、アイデアコンペティションや工芸教室等を開催</li></ul>
	デザインミュージアム	<ul style="list-style-type: none"><li>● デザインミュージアム館内や出張形式（学校訪問等）でデザインワークショップを開催</li><li>➢ 近年は、オンラインでのワークショップも多く実施</li></ul>
	民間企業	<ul style="list-style-type: none"><li>● デザインやアート等のワークショップやイベントを開催</li><li>➢ 問題解決の方法論としてデザインプロセスを学び、問題解決力の獲得することを目指す</li></ul>

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）

# 幼少期～10代中盤までのデザイン教育（海外）

## 主なデザイン教育事例（政府主体）

### “Design & Technology”

5歳ごろから14歳ごろを対象とした義務教育課程の教科  
(5歳～11歳までは必修/11歳～14歳は選択教科)

教育省/英国



画像出所:Batchwood School 公式HP  
<https://www.kgs.org.uk/academic-life/academic-departments/design-and-technology> (2022年3月2日閲覧)

### 背景

- 創造力と想像力を使って多様なニーズや価値観を考慮し、様々な側面から現実問題を解決する製品を設計、製作する。その過程で数学、科学、工学、計算、芸術等の幅広い分野の知識習得を目指している
- ハイレベルなデザイン・テクノロジー教育は、英国の創造性、文化、富、幸福に重要な貢献をする

### 概要（教科の目的）

- 日々のタスクを実行し、テクノロジーの世界にうまく参加するために必要な創造的、技術的、実践的な専門知識を開発する
- 幅広いユーザー向けに高品質の試作品や製品を設計・製造するために、知識、理解、技術のレパートリーを構築し、応用する
- 自分のアイデアや成果物、他人の成果物を批評、評価、テストする

参考URL:Design & Technology National Curriculum :  
<https://www.gov.uk/government/publications/national-curriculum-in-england-design-and-technology-programmes-of-study/national-curriculum-in-england-design-and-technology-programmes-of-study> (2022年3月2日閲覧)



画像出所:Kingston Grammar School 公式HP  
<https://www.kgs.org.uk/academic-life/academic-departments/design-and-technology> (2022年3月2日閲覧)

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）

# 幼少期～10代中盤までのデザイン教育（海外）

## 主なデザイン教育事例（政府主体）

### 「手工とデザイン」

国民学校3年生～8年生（10歳～15歳）を対象とした義務教育課程の教科  
（3年生から6年生の間に必ず1学年以上で必修/7年生～8年生は選択）



### 教育省/デンマーク王国

#### 背景・目的

- 2014年に教育法が改訂され成立
- 教科目的として問題解決能力の育成を重視。また職業教育の一環として、「イノベーションと起業家精神」を強化する教科として位置づけられている\*
- \* デンマーク王国を含む北欧では、ICT教育、言語教育、職業教育等の充実が全教科に関わる目標となっている

#### 概要（教科の目的）

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

### 例 | ミニチュア椅子作成コース

コースを通して適切な材料選択、設計能力、作成技術の向上を目指す



© Anja Koefoed



© Anja Koefoed

画像出所:デンマーク王国教育省ポータルサイト  
<https://emu.dk/grundskole/haandvaerk-og-design-valgfag>  
(2022年3月18日閲覧)

参考URL:デンマーク小学校教育法 <https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2021/1887> (2022年3月18日閲覧)  
一色玲子「北欧における教育評価を手掛かりとした家庭科政策学習モデルの構築」  
<https://kaken.nii.ac.jp/ja/file/KAKENHI-PROJECT-24730739/24730739seika> (同)

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)

# 幼少期～10代中盤までのデザイン教育（海外）

## 主なデザイン教育事例（大学主体）

同済黄浦設計創意中学  
同済大学・上海市黄浦区教育局/中華人民共和国



### 背景・目的

- 2017年、同済大学デザインクリエイティブ学院と上海市黄浦区教育局が共同設置された公立中学校
- 同済大学の教育リソースを活用し、学際的なリテラシー、創造性、リーダーシップ、協力精神、社会的使命を備えたイノベーション型人材の育成を志向

### 概要（教科の目的）

- 「デザイン主導の革新的な教育」が特徴であり、「6・4」型カリキュラム（基本コース60%、革新コース40%）を設計
- 学生向けにデザイン関連プロジェクトを推進し、国際的な視点を持った「デザイン思考」を対象とした研究志向のコースを提供
- 国内外協力機関と連携し、学外活動を積極的に展開

参考URL: 同済黄浦設計創意中学 公式HP  
<https://tc.hpe.cn/info/iList.jsp?cat.id=27073>（2022年2月24日閲覧）



画像出所: 同済黄浦設計創意中学 公式HP  
<https://tc.hpe.cn/zx/xw/632911.htm>(2022年2月24日閲覧)



画像出所: 同済黄浦設計創意中学 公式HP  
<https://tc.hpe.cn/P/C/526264.htm>(2022年2月24日閲覧)

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）

# 幼少期～10代中盤までのデザイン教育（海外）

## 主なデザイン教育事例（大学主体）

### Design education for kids and young people

アールト大学/フィンランド共和国



#### 背景・目的

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

#### 概要（教科の目的）

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



画像出所：アールト大学ジュニア 公式HP  
<https://www.aalto.fi/en/aalto-university-junior/virtual-workshops-for-school-groups>（2022年3月18日閲覧）

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

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）

# 幼少期～10代中盤までのデザイン教育（海外）

## 主なデザイン教育事例（業界団体主体）

### 工芸コースとデザインスクール

### 工芸産業協会TAITO/フィンランド共和国



画像出所:TAITO 公式HP  
<https://www.taito.fi/en/services/kasityokurssit-ja-tyopajat-2-3-3/>（2022年3月17日閲覧）



画像出所:TAITO 公式HP  
<https://www.taito.fi/en/services/kasityokurssit-ja-tyopajat/>（2022年3月17日閲覧）

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）

### 背景・目的

- 工芸産業協会は1913年に設立、工芸文化や職人技の質を担保するべく組織化
- 工芸文化の保護を目的に一般市民向けの工芸関連の教育プログラムを提供
- 運営組織はユネスコの無形文化遺産保護条約の専門家組織として認定されており、無形文化遺産に関する展示会やセミナーも開催

### 概要（教科の目的）

- 工芸産業協会は16の地域工芸協会とその100の事業所からなり、各地域協会が教育コースやコンサルティングサービスを提供
- ①工芸・デザインスクールの運営：4～16歳の子どもや若者、大人等幅広い年代を対象に手工芸品の基礎的な芸術教育を提供。子どもや若者向けには休日のコースやキャンプ、放課後学童プログラムを提供
- ②工芸コースとワークショップ、職業訓練
- ③工芸分野の起業家支援も実施

参考URL:工芸産業協会 公式HP  
<https://www.taito.fi/en/taitoorganization/finnish-crafts-organization-taito/>（2022年2月3日閲覧）

# 幼少期～10代中盤までのデザイン教育（海外）

## 主なデザイン教育事例（デザインミュージアム主体）

### デザインワークショップとデザインスクール

Design Museum Danmark/デンマーク王国



### デザインワークショップ・スクールの様子



画像出所：Design Museum Danmark 「Learning」  
<https://designmuseum.dk/laering/undervisningsforlob/indskoling/>（2022年2月24日閲覧）

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）

### 背景・目的

- Designmuseum Danmarkはデンマーク王国の125年以上の歴史を持つデザインミュージアム。豊富な展示品の他、図書館、アーカイブ等があり、デンマーク王国のデザイン史研究の中心となっている
- 初等教育以降の子ども・若者向けデザイン教育ワークショップ・スクールを提供

### 概要（教科の目的）

- ミュージアム内の教育施設にて、毎週日曜日と学校の休暇中に、未就学児から26歳以下の若者向けワークショップ等を開催
- デザインスクールでは、初等教育、中等教育、教員向け等のコースを提供
  - ・ 教師向けコースの例：「デザインプロセスについて」
  - ・ 初等～中等コースの例：「ペットボトルから椅子を作る方法を考えよう」「設計を通じてCO2を削減する方法を考えよう」
  - ・ 中等教育コースの例：「デザインプロセスについて—デザイナーはどのようにインスピレーションを得ているのか」「椅子の機能とデザイン」

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

# 幼少期～10代中盤までのデザイン教育（海外）

## 主なデザイン教育事例（デザインミュージアム主体）

### Design Together（Design Museum）

### Design Museum Everywhere

/アメリカ合衆国



#### 背景・目的

- Design Museum Everywhereはオンライン上の新たな形式のミュージアム。分館のあるボストンとポートランドを中心にあらゆる場所で展示会やイベントを実施
- 組織ミッションは、①展示会やイベント、コンテンツを通じて可能性を示し、人々にインスピレーションを与える、②デザインプロセスを用いて、創造的な問題解決者になるための教育を行う、③デザインを使って行動を起こし、変化を起こし、その影響を実証しながら変革する

#### 概要

- 幼稚園児から高校生までの学習者とその教員を対象に、デザイン活動のカタログ「Design Together」を公開
- デザイン活動として、Orthographic Projection（正射図法投影の学習）、Home Floor Plan（自分の生活空間の観察と間取り図作成）、Sustainability：Draft Finder（隙間風を防ぐ機械を作成し、エネルギー効率性と持続可能性を考える）等を提供



参考URL/画像出所: Design Museum 公式HP  
<https://designmuseumfoundation.org/students-and-design-museum-everywhere/>  
(2022年2月25日閲覧)

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)

# 幼少期～10代中盤までのデザイン教育（海外）

## 主なデザイン教育事例（デザインミュージアム主体）

### Neighborhood Design Project Design Museum Everywhere

/アメリカ合衆国



#### 背景・目的

- Design Museum Everywhereのミッションは、デザインプロセスを用いて、創造的な問題解決者になるための教育を行うこと
- 若者を対象にデザインスキルを教え、青少年を支援・指導する大人のための専門的な能力開発にも取り組む

#### 概要

- 14歳から18歳までの6～10人の若者で構成される6つのチームが、14週間のプログラムに参加
- 各グループにメンターとデザインコーチが付き、問題解決、仕事のスキル、ソリューションの作成等の活動を行う
- プロジェクトの成果は一般公開のイベントや展示会で発表される



参考URL/画像出所：Design Museum Everywhere 公式HP  
<https://designmuseumfoundation.org/program/neighborhood-design-project/>（2022年2月24日閲覧）

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）

# 幼少期～10代中盤までのデザイン教育（海外）

## 主なデザイン教育事例（民間企業主体）

Design Tinkers

Design Tinkers/シンガポール共和国



画像出所: Design Tinkers 公式HP  
[https://www.designtinkers.sg/event-gallery/build\\_a\\_tent\\_4](https://www.designtinkers.sg/event-gallery/build_a_tent_4)  
(2022年3月18日閲覧)

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)

### 背景・目的

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

### 概要

- プログラムは、子どもの好奇心を刺激し、疑問を投げかけ、デザインプロセスを通じてユニークな成果を得るべくアイデアを試すようにデザインされている

ワークショップ例:

- 「デザイン&アーキテクチャ ホリデーキャンプ」
- 「ランプを作る」
- 「シェルターを作る」
- 「デザインにおけるモジュール-オブジェクトデザイン」

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

# 非デザイナーがデザインを学ぶもの（海外）

- 様々な立場の非デザイナーを対象に実施されているが、プログラム経験者の学びや、その後の活躍の共有が不十分であり、一部の非デザイナーがデザインの重要性を認識するに留まっている
- 非デザイナーが「デザイン」を特別視することなく、デザインに親しむ機会の提供が求められている

	非デザイナー	概要
非デザイナーがデザインを学ぶもの	ビジネスパーソン	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>ビジネス領域におけるデザイン活用をテーマとした研修プログラムを提供</b></li><li>▶ 経営幹部層や新規事業担当等を対象として、デザインがもたらす価値やデザイン思考を自社に浸透させるための方法等について講義</li></ul>
	教員	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>公教育におけるデザイン教育の担い手である教員向けに、研修プログラムを提供</b></li><li>▶ デザインを教育に用いる教師をサポートするためのトレーニングプログラム等を提供</li></ul>
	中央政府職員	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>公共部門の課題解決を目指して、政府職員向けにデザイン教育を実施</b></li><li>▶ シビックデザインやアクセシブルコミュニケーションのデザイン、参加型デザイン、人間中心設計の理論を活用した問題解決のためのフレームワーク等について講義</li></ul>
	一般市民	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>非デザイナーの市民がデザインを学び、親しむことができる多様な機会を提供</b></li><li>▶ デザインを一般市民が実践できる体験プログラムやイベント、セミナー等を開催</li></ul>

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）

# 非デザイナーがデザインを学ぶもの（海外）

## 主なデザイン教育事例（ビジネスパーソン対象）

### ビジネスマン向けアカデミー

Danish Design Center/デンマーク王国



#### 背景・目的

- 1978年設立の国立デザインセンター
- ビジネス領域におけるデザイン活用について、積極的に研究・情報発信を行い、セミナーやワークショップの開催も行っている

#### 概要（教科の目的）

- 経営幹部層や新規事業担当、次世代経営人材等を対象として、デザインがもたらす価値や、デザインシンキングを自社に浸透させるための方法等、ビジネス領域におけるデザイン活用をテーマに、経営リーダー向けの研修プログラムを提供
- 日本でも同ワークショップが開催されたことがあり、その際のカリキュラムは、「ソーシャルイノベーションのためのデザインとは」「プロトタイピングの実践」「イノベーションチームの導き方」「組織デザインとイノベーション」等であった（右表を参照）

参考URL：  
DDC <https://ddc.dk/>（2022年3月15日閲覧）  
DBIC「デンマーク・デザインセンター 特別ワークショップ」  
<https://www.dbic.jp/events/2019/12/20200206-ddc.html>（2022年3月15日閲覧）

## 日本でワークショップを開催した際のカリキュラム

Day 1	
主要なデザインとイノベーションのコンセプトの紹介	・ DDCの進化、手法、活動 ・ ソーシャルイノベーションのためのデザインとは？ ・ 現代的デザイン実践の台
発見・リサーチ・共創	・ Brian Frandsenによるプレゼンテーション
演習	・ 具体的な事例に基づくソーシャルイノベーション方法論の練習
プロトタイピングとテスト	・ 共創と、ともに反復を行う方法
演習	・ プロトタイピングとテスト
プロトタイピングの反復	・ -
共有とフィードバック	・ 参加者が互いにコンセプトの発表とフィードバックを行う
振り返りとチェックアウト	・ 自身の課題に向き合う
Day 2	
自身の課題を定義する	・ デザインツールを使って課題を理解する
イノベーションチームを導く	・ 新たな形のリーダーシップ：意思を決定する人から未来を作る人へ ・ 共感を活用+演習・不確実性の中での舵取り+演習 ・ 未来を確実なものにする+演習
振り返り	・ 各自のリーダーシップ及びどのアイデアやアプローチを持ち帰るかの考察
組織のデザインとイノベーション	・ Christian Basonによるプレゼンテーション
演習	・ リーダーシップのプロトタイピング
共有とフィードバック	・ -
演習	・ 導入のためのアクションプラン

出所：DBIC「デンマーク・デザインセンター 特別ワークショップ」  
<https://www.dbic.jp/events/2019/12/20200206-ddc.html>  
を基に三菱総合研究所作成

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）

# 非デザイナーがデザインを学ぶもの（海外）

## 主なデザイン教育事例（ビジネスパーソン対象）

### IKEA Better Together/Democratic Design

### IKEA・IKEA Museum/スウェーデン王国



#### 背景・目的

- IKEAの1号店だった建物を利用し2016年にIKEAミュージアムが設立される

#### 概要

- 企業や自治体等を対象に、以下2つのワークショップを開催
- Better Together :  
遊び心にあふれた方法で、持続可能な成果を生み出す力を身につけることを目的に、シンプルでありながら難易度の高いデザイン課題をクリアするクリエイティブなワークショップ。あえて失敗し、互いから学び、1人ひとりの創造力を引き出す
- Democratic Design :  
イケアデザイナーとしての生活を体験するワークショップ。イケアの基礎となる「形、機能、品質、持続可能性、低価格」の5原則に沿って、与えられた課題を解決する製品をグループで作成する

※ Democratic Design（民主的デザイン）とは、イケアが製品を開発し、評価する際に使用するツール

※ 機能、形状、品質、持続可能性、低価格の5つの側面から構成されており、5つ全てのバランスがとれているとき、そのデザインは民主的だとする



画像出所: IKEA 公式HP <https://about.ikea.com/en/life-at-home/how-we-work/democratic-design> (2022年2月24日閲覧)

参考URL:  
IKEA Museum 公式HP  
<https://ikeamuseum.com/en/almhult/visit/group-visits/workshops/#private-person-4>  
(2022年2月24日閲覧)

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)

# 非デザイナーがデザインを学ぶもの（海外）

## 主なデザイン教育事例（教員対象）

FURTHER TRAINING FOR EDUCATORS  
German Design Museum Foundation  
/ドイツ連邦共和国



### 背景・目的

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

### 概要

- デザインを教育に用いる教師をサポートするため、キットピックや教員のためのトレーニング（教育省からも認定）を提供する。トレーニングはデザイン理論に関するコンテンツと実践演習からなる
- 「デザイン」は、独立した教育科目としての存在感が低く、一般に美術の授業に組み込まれている。デザインという学際的な科目を学校教育システムの中にしっかりと根付かせ、学際的な科目として意識的に教えることに貢献する



参考URL/画像出所：  
German Design Museum Foundation 公式HP  
<https://www.deutschesdesignmuseum.de/en/teaching.html>（2022年3月2日閲覧）

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）

# 非デザイナーがデザインを学ぶもの（海外）

## 主なデザイン教育事例（教員対象）

上海青少年创意设计学院中核教員養成コース  
上海科学技術芸術教育センター・同済大学  
/中華人民共和国



画像出所:中華教育網 <http://www.edu-gov.cn/edu/19640.html>  
(2022年3月11日閲覧)



画像出所: SHKP <https://www.shkp.org.cn/articles/2020/11/wx309819.html>  
(2022年3月11日閲覧)

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)

### 背景・目的

- 2020年から、上海科学技術芸術教育センターと同済大学デザイン創造学部が「上海青少年创意设计学院教員養成コース」を共同開催
- 参加者には、デザイン思考に基づく教育理論と実践活動を理解し、デザイン主導のプロジェクトベースの学習（PBL）の教育方法を習得することで、イノベーション・デザイン・プログラムの開発と青少年向けのワークショップを実施する能力を獲得することが期待される

### 概要

- コース内容は、講座、ワークショップ、デザインプロジェクトの視察が含まれる現在、テンセントは唯一の支援企業として、参加教員に向けてデジタルクリエイティブに関する教育プログラムを提供
- 2020年には、「青少年向けのデザイン教育」をテーマとした8日間のトレーニングコースを開催。「デザイン思考による科学と芸術の融合」と「デザイン思考による美的教育のイノベーション」に重点を置き、上海市内16地区から39名の教育関係者が参加した

参考URL:SHKP <https://www.shkp.org.cn/articles/2020/11/wx309819.html> (2022年3月11日閲覧)  
テンセント網 <https://new.qq.com/omn/20200731/20200731A0UKVI00.html> (2022年3月11日閲覧)

# 非デザイナーがデザインを学ぶもの（海外）

## 主なデザイン教育事例（中央政府職員対象）

### デザイン思考ワークショップ

The Lab at the Office of Personnel Management / アメリカ合衆国



#### 背景・目的

- The Lab at OPMは、政府職員が直面する複雑な課題への対応を支援するために、最高人事機関の人事管理局（OPM）が設立
- 政府全体で人間中心のデザイン能力を獲得することを目的として、職員向けにデザイン教育クラスを開発・提供

#### 概要

- クラスは少人数制で、対話形式が中心
- ワークショップ「人間中心設計の基礎」をもとに、シビックデザインやアクセシブルコミュニケーションのデザイン、参加型デザイン、人間中心設計の理論を活用した問題解決のためのフレームワーク等、多様な授業を提供
- 現在は、オンラインを活用した公開講座やカスタム講座、ワークショップを開催



画像出所: The Lab at OPM 公式Twitter  
<https://mobile.twitter.com/labopm>（2022年2月24日閲覧）

参考URL: The Lab at OPM 公式HP  
<https://lab.opm.gov/>（2022年2月24日閲覧）

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）

# 非デザイナーがデザインを学ぶもの（海外）

## 主なデザイン教育事例（一般市民対象）

DESIGN Harvests

DESIGN Harvests/中華人民共和国



画像出所: DESIGN Harvests  
<http://designharvests.com/a/guanyu/shimeshishejifengshou/>  
(2022年2月24日閲覧)



画像出所: DESIGN Harvests  
<http://designharvests.com/a/guanyu/shimeshishejifengshou/>  
(2022年2月24日閲覧)

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)

### 背景・目的

- 2010年から、同济大学デザインクリエイティブ学院の院長より設立した。都市と農村の相互交流を目的とした、イノベーションと起業のためのプラットフォーム
- デザイン思考の観点から、伝統的な農村の生産とライフスタイルの可能性を探り、都市と農村のコミュニケーションと持続可能な発展を促進する

### 概要

- ホームステイ、農村クリエイティブ活動、生態体験農園、クリエイティブ農産物、自然クリエイティブ教室等のイベントを開催
- 農村部でのデザイン実践活動を通じて、地方の活力を呼び覚まし、農村の文化や経済を活性化
- 農村部と都市部に相互に接続した小規模のイノベーションセンターを設立し、新しい地域事業モデルの形成を目指す

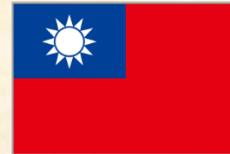
参考URL: DESIGN Harvests 公式HP  
<http://designharvests.com/> (2022年2月24日閲覧)

# 非デザイナーがデザインを学ぶもの（海外）

## 主なデザイン教育事例（一般市民対象）

### 公共指標コース

TDRI（台湾デザイン研究院）/台湾



#### 背景・目的

- TDRIが多くの公共サービスプロジェクトを実施する中で、台湾の公共サインに対する社会的なニーズと必要性を感じた
- GKデザイングループと連携して、公共サインに対するデザインコンセプトを徐々に確立し、台湾の公共サービスの発展を促進することが目的

#### 概要

- TDRIとGK設計（日本）が共同で、一般市民に向けた公共サインをテーマとした計4回のオンラインセミナーを開催
- 車いす使用者や高齢者、ベビーカー使用者等6名のリードユーザーに向けて、台北メトロの現地調査と移動分析を事前に行った
- デザイナーを中心としたデザイン提案のワークショップにリードユーザーも加わり、インクルーシブなデザインプロセスを体験する機会となった

参考URL：  
TDRI 公式HP <https://www.tdri.org.tw/36420/>（2022年2月24日閲覧）  
GK設計 公式HP [http://www.gk-design.co.jp/sekkei/news\\_2021.html#taipei-designworkshop](http://www.gk-design.co.jp/sekkei/news_2021.html#taipei-designworkshop)  
（2022年2月24日閲覧）



画像出所: TDRI 公式HP <https://www.tdri.org.tw/36420/>  
（2022年2月24日閲覧）



画像出所: TDRI 公式HP <https://www.tdri.org.tw/36420/>  
（2022年2月24日閲覧）

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）

**(参考) 我が国におけるデザイン教育事例**

# 我が国におけるデザイン教育事例（TV番組）

- デザインを学ぶ場所は、学校だけに限られない
- 我が国では、テレビ番組や地域のデザインイベント、美術展やワークショップ等により、デザインを学ぶ機会が提供されている
- 代表的な事例を紹介

## デザインの発想を用いてSTEAM 教育的なコンテンツを提供する番組

- **デザインあ（NHK）**  
<https://www.nhk.or.jp/design-ah/>
- **デデデデザインて何？！（NHK名古屋）**  
<https://www.nhk.jp/p/nagoya-dedede/ts/7M64ZJ4ZR1/>
- **ピタゴラスイッチ（NHK）**  
<https://www.nhk.jp/p/pitagora/ts/WLQ76PGNW2/>

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

- **日曜美術館（NHK）**  
<https://www.nhk.jp/p/nichibi/ts/3PGYQN55NP/>
- **美の壺（NHK）**  
<https://www.nhk.jp/p/tsubo/ts/3LWMJVY79P/>
- **美の巨人たち（テレビ東京）**  
<https://www.tv-tokyo.co.jp/kyojin/>
- **DESIGN TALKS plus（NHK）**  
<https://www.nhk.jp/p/ts/E1XN86K6YE/>
- **DESIGN CODE（テレビ朝日）※2019年終了**  
<https://www.tv-asahi.co.jp/design/>

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）

# 我が国におけるデザイン教育事例（イベント・フェスティバル等）

デザインの普及啓発や人材育成の  
ために若年層向けに行っている  
イベント

- 子ども向けデザイン冊子（北海道・旭川デザイン協議会）  
<https://designteomosiroi.wixsite.com/asahikawa>
- 全国高校デザイン選手権（山形県・東北芸術工科大学）  
<https://www.tuad.ac.jp/dezasen/>
- キッズ・ワークショップ（東京都・ミッドタウン・デザインハブ）  
<https://designhub.jp/exhibitions/6958/>
- デザイン発想ワークショップ（東京都・ソニーデザインコンサルティング株式会社）  
[https://www.sonydesignconsulting.com/works\\_edu/](https://www.sonydesignconsulting.com/works_edu/)
- KAIKEN PROJECT（京都府・パナソニックデザイン京都）  
<https://news.panasonic.com/jp/topics/204649.html>
- ちびっこうべ（兵庫県・KIITO）  
<https://kiito.jp/chibikkobe/>

地域が、デザインを通じて産業観光  
振興や地方創生等を目指す取組

- 旭川デザインウィーク（北海道旭川市・旭川デザインウィーク実行委員会）  
<https://adwhokkaido.com/>
- スミファ（東京都墨田区・スミファ実行委員会）  
<https://sumifa.jp/>
- 工場の祭典（新潟県燕三条市／method）  
<https://kouba-fes.jp/about/>
- RENEW（福井県鯖江市等／TSUGI）  
<https://renew-fukui.com/>
- デザイン観光ガイドブック（全国／D&DEPARTMENT）  
<https://www.d-department.com/item/DDESIGNTRAVEL.html>
- TRAVEL UNA（九州地区／UNAラボラトリーズ）  
<https://unalabs.jp/publishing/>

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）

# 我が国におけるデザイン教育事例（美術館等）

デザインに関する展覧会やイベントを  
行っている美術館・展示施設等

- **国立工芸館（石川県／独立行政法人国立美術館）**  
<https://www.momat.go.jp/cg/>
- **宇都宮美術館（栃木県／公益財団法人うつのみや文化創造財団）**  
<http://u-moa.jp/collection/life.html>
- **富山県美術館（富山県／公益財団法人富山県文化振興財団）**  
<https://tad-toyama.jp/>
- **大阪中之島美術館（大阪府／株式会社 大阪中之島ミュージアム）**  
<https://nakka-art.jp/about/company/>
- **21\_21 DESIGN SIGHT（東京都／公益財団法人 三宅一生デザイン文化財団）**  
<http://www.2121designsight.jp/>
- **アドミュージアム東京（東京都／公益財団法人吉田秀雄記念事業財団）**  
<https://www.admt.jp/>
- **日本民藝館（東京都／公益財団法人日本民芸館）**  
<https://mingaikan.or.jp/>
- **国際デザインセンターIdcN（愛知県／株式会社国際デザインセンター）**  
<http://www.idcn.jp/>
- **デザイン・クリエイティブセンター神戸 KIITO（神戸市／株式会社iop都市文化創造研究所）**  
<https://kiito.jp/>
- **AXISギャラリー（東京都／株式会社アクシス）**  
<https://center.axisinc.co.jp/floorguide/axisgallery/>
- **ギンザ・グラフィック・ギャラリー“ggg”（東京都／公益財団法人DNP文化財団）**  
<https://www.dnpfcp.jp/gallery/ggg/aboutus/>
- **リビングデザインセンター OZONE（東京都／東京ガスコミュニケーションズ株式会社）**  
<https://www.ozone.co.jp/>
- **GOOD DESIGN Marunouchi（東京都／公益財団法人日本デザイン振興会）**  
<https://www.g-mark.org/gdm/about.html>
- **JIDAデザインミュージアム（長野県／公益社団法人日本インダストリアルデザイン協会）**  
<http://jida-museum.jp/about.html>

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）

# 幼少期～10代中盤までのデザイン教育（国内）

## 主なデザイン教育事例（テレビ番組）

デザインあ

日本放送協会（NHK） / 日本



### 背景・目的

- こどもたちに「デザインの面白さを伝える」ことをコンセプトとし、こどもたちにデザイン的な視点と感性を育む番組。
- 身の回りに存在するさまざまなモノや仕組み、人の動きを、「デザイン」の視点から見つめ直し、日本を代表するデザイナーやミュージシャンによる斬新な映像手法と音楽で表現。
- 2011年4月～本放送を開始

### 主なコーナー

- 「デザインの観察」：身の回りにある様々なものをテーマに、デザインの視点から観察してみる映像表現
- 「デザインの裏側」：パッケージの成分表示など、情報を視覚的にもわかりやすく整理・表示するデザイナーの作業を知る
- 「つくる」：身の回りにあるものの製造工程を学ぶ
- 「うごきのデザイン」：身の回りにある、皆が気持ち良く行動できるように考えられたデザインを確認するアニメーション。
- 「デザインの人」：第一線で活躍する様々なジャンルのデザイナーを紹介



画像出所：2012年グッドデザイン大賞 デザインあ  
日本デザイン振興会（2023年1月5日閲覧）  
<https://www.g-mark.org/award/describe/39089>

参考URL：デザインあ | wikipedia  
<https://ja.wikipedia.org/wiki/デザインあ>（2023年1月5日閲覧）

# 幼少期～10代中盤までのデザイン教育（国内）

## 主なデザイン教育事例（デザイン団体・美術大学・インハウスデザイン部ほか）

### キッズ・ワークショップ

東京ミッドタウン・デザインハブ/ 日本



#### 背景・目的

- デザイナーやデザイン団体、美術大学等による、こどものクリエイティビティを刺激するイベント（夏休み期間を利用して開催）
- 2022年で15回目の開催

#### 2022年のイベント（一部抜粋）

- 夏！いろいろな布はり合わせ、旗をつくって風と遊ぼう（実施主体：多摩美術大学生涯学習センター）
- 夏休み！親子de わくわくワークショップ「あったらいいな、こんな店」（実施主体：一般社団法人日本商環境デザイン協会（JCD））
- つくって学ぼう！カメラデザイン研究所!?!（実施主体：株式会社ニコン デザインセンター）
- あつまれ！こどもミッドタウンで遊ぼう（実施主体：武蔵野美術大学造形学部視覚伝達デザイン学科研究室 + OGチーム）
- 端材とネジを使ったキーホルダー制作（実施主体：公益社団法人日本インダストリアルデザイン協会）

参考URL:東京ミッドタウン・デザインハブ・キッズ・ワークショップ2022  
東京ミッドタウン デザインハブ(2023年1月5日閲覧)  
<https://designhub.jp/exhibitions/7558/>



画像出所:東京ミッドタウン・デザインハブ・キッズ・ワークショップ2022  
東京ミッドタウン デザインハブ(2023年1月5日閲覧)  
<https://designhub.jp/exhibitions/7558/>

# 幼少期～10代中盤までのデザイン教育（国内）

## 主なデザイン教育事例（デザインコンサル）

### デザイン発想ワークショップ

ソニーデザインコンサルティング（株） / 日本



#### 背景・目的

- デザインを軸に、アートと論理的思考を繋ぐカリキュラムで構成されたプロジェクト型ワークショップ。実際のデザインの現場で使われている発想法をモデル化した、ソニーデザイン独自のワークショッププログラムを通して、課題を発見しその解決策をうみだす、以下の「発想力」を身につけることを目指す
  1. だったら良いな！ビジョン発想
  2. 逆算で考える！バックキャスト発想
  3. ビビビっ感じる！感性発想
  4. それイイね！共感発想
  5. まずつくってみる！プロトタイピング発想
  6. いちばんを見つける！トレードオフ発想

#### 過去のプログラム

- 自分だけの「新しい色」をデザインしよう！
- 気持ちを伝える「プレゼント」をデザインしてみよう！
- 標識を作って「みんなのルール」をデザインしよう！

参考URL:ソニーデザインコンサルティングがT-KIDSシェアスクールで、子ども向けデザイン教育の継続クラスを開講 / PR TIMES(2023年1月5日閲覧)  
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000005.000062931.html>



画像出所:ソニーデザインコンサルティングがT-KIDSシェアスクールで、子ども向けデザイン教育の継続クラスを開講 / PR TIMES(2023年1月5日閲覧)  
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000005.000062931.html>

# 幼少期～10代中盤までのデザイン教育（国内）

## 主なデザイン教育事例（地域のクリエイティブセンター）

ちびっこうべ

デザイン・クリエイティブセンター神戸（KIITO） / 日本



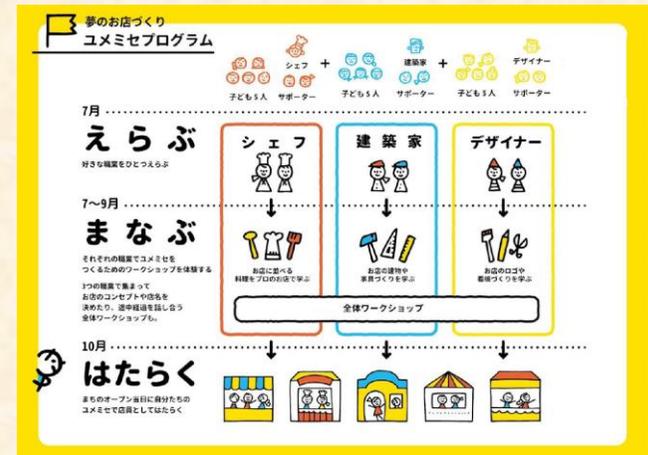
### 背景・目的

- デザイン・クリエイティブセンター神戸（愛称：KIITO／キイト）は、旧生糸検査所を改修した、「ユネスコ デザイン都市・神戸」の拠点施設。こどもから高齢者まで、みんながクリエイティブになることをテーマに、あらゆる世代を対象とした創造教育拠点として機能
- 神戸の未来であるこどもを対象に、シェフや建築家、デザイナーをはじめとした多くのプロクリエイターが学びを提供
- 夢のお店づくり、まちづくり、仕事体験などを通じて、こどもたちの創造力を育む

### ちびっこうべ憲章（2012年12月 ちびっこうべ実行委員会制定）

- 子どもたちの考えをなにより尊重し、みずから進んで取りくむための、ほんの手助けをする。
- クリエイティブな活動をするいろいろな人との出会いを大切にし、その知識や技にじかに触れてもらう。
- 「知る」「考える」「つくる」「伝える」という、じぶんで創造するための4つのプロセスを体験してもらう。
- つくるという行為を通じて、子どもたちの好奇心や情熱をさらに引きだし、育てていく。
- 年齢、性別の違う子どもたちとの関わりの中から、チームワークの大切さをしぜんと学んでもらう。

情報・画像提供：デザイン・クリエイティブセンター神戸（KIITO）



# 非デザイナーがデザインを学ぶもの（国内）

## 主なデザイン教育事例（テレビ番組）

デデデデザインて何？！

日本放送協会（NHK）・名古屋拠点放送局 / 日本



### 背景・目的

- 「全てのデザインには理由がある。」をテーマに、建築、ポスター、パッケージなど、世の中にあふれるデザインの成り立ちを説明
- デザイン家電、デザイン思考、キャリアデザイン...私たちはあらゆる場所でデザインという言葉に触れるが、その意味を説明できる人は少ない
- デザインとは感覚的な世界だと思い、苦手意識を持つ人もいる。そのような誤解を解き、デザインの面白さを知ってもらうための番組。また、デザイナーの論理的な思考を学ぶことが第2の目的
- 2019年9月～放送を開始

### 特徴

- 番組進行においてナレーションは無く、ラップと合わせた映像表現により、小学生や視覚・聴覚が不自由な方でも理解がしやすい
- 過去の放送テーマ

「金沢21世紀美術館の巻」「オリンピックスポーツピクトグラム巻」「岐阜県各務原市の巻」「リコモの巻」「ういろの巻」「つくってみyo!」「さばえめがねの巻」

参考URL: デデデデザインて何?! 日本放送協会(2023年1月5日閲覧)  
<https://www.nhk.jp/p/nagoya-dededede/ts/7M64ZJ4ZR1/list/>

# 非デザイナーがデザインを学ぶもの（国内）

## 主なデザイン教育事例（テレビ番組）

デザイントークス+（プラス）

日本放送協会（NHK） / 日本



### 背景・目的

- デザインの根本を、「よりよき世界を目指して新しい価値観を創造すること」とし、伝統工芸から先端技術、日用品からハイファッションまで、日本の多様なデザインの潮流を読み解き、デザインが社会や未来に働きかけていく力と可能性を探る番組
- 2013年からNHKワールドTVで放送され、同Eテレで2018年から放送

### 放送エピソード

- 過去の放送テーマ

「不利益」「アップスタイル」「ライフスタイル×ホテル」「整える」「ミニマルライフ」「思いやりのデザイン」「ロングライフデザイン」「佐藤可士和：本質の可視化」「ワークライフ」「デザインハンティング イン 千葉」「デザインハンティング イン 能登」「デザインハンティング イン 金沢」「翻訳」「未来 II」「特別対談 創発」「デザインハンティング イン 群馬」「原始への回帰」「肌理（きめ）」「地方の景観」「有機的なもの」「発酵×ギフト」「子どものためのデザイン」「選 D I Y」「ローカリティ」「距離感」「都市生活」「安寧」「適応」「未来」「伝統のアップデート」「共生」「吊い」「調和」「楽器」「デザインハンティング イン 兵庫」「食べる技術」「錯覚」「新素材」「デザインハンティング イン 山梨」「杉」「緑のある暮らし」

参考URL: デザイントークス+ (プラス) | 日本放送協会 (2023年1月5日閲覧)  
<https://www.nhk.jp/p/ts/E1XN86K6YE/list/?pastOffset=50>

# 非デザイナーがデザインを学ぶもの（国内）

## 主なデザイン教育事例（産地を中心としたイベント）

### あさひかわデザインウィーク

あさひかわデザインウィーク実行委員会 / 日本



画像提供：旭川市経済部産業振興課

### 背景・目的

- 旭川市は2019年、ユネスコデザイン都市に認定
- 北の大地の「自然」や「人間」が持っている潜在力をデザイン力で引き出し、持続可能な地域社会の実現を目指すことを目的に、旭川デザインセンターや市内各所の公園、ギャラリー、工場や学校等でデザインに関する様々なイベントを開催

### 2022年開催概要

- 会期：6月18日（土）～26日（日）
- 会場：旭川デザインセンター、旭川平和通買物公園、旭川及び近郊の町の各所、ギャラリー、各工場や工房、学校 ほか
- 主なイベント（一部抜粋）：Meet up Furniture Asahikawa 2022、デザイン創造都市旭川シンポジウム、「生き続けるモダニズム建築」展、あさひかわ食のデザイン展、銀座商店街でいつもの暮らしをデザイン（ワークショップ）、ユネスコ・デザイン都市 国内3都市セッション2022、第2回「隈研吾 & 東川町」KAGUデザインコンペ表彰式、美瑛の自然と人の営み～大地の造形とデザインを巡るツアー（デザインの視点から思考する美瑛町バスツアー）、まちなかキャンパス

参考URL：あさひかわデザインウィーク2022（2023年1月5日閲覧）  
<https://adwhokkaido.com/>

# 非デザイナーがデザインを学ぶもの（国内）

## 主なデザイン教育事例（デザイン団体）

### 街中まるごとデザインミュージアム池袋

日本デザイン団体協議会 [D-8] / 日本



### 開催概要（2022年）

- 暮らしの中のあらゆるモノは、すべて人のために人がデザインしているという「人とデザインの関係」を知って楽しむイベント
- 豊島区内の各会場において、トップデザイナーによる講演会・パネルディスカッションやデザインに関する各種展示を開催するほか、街歩きマップを片手に実際に街を歩き、スタンプラリーを通じてデザインの視点で池袋を知る
- 会期：11月1日（火）～6日（日）
- 主催：日本デザイン団体協議会 [D-8]
- 共催：豊島区制施行90周年実行委員会・豊島区・としま未来文化財団・ホクトデザインルーム
- 主な会場：サンシャインシティソラリウム、トキワ壮マンガミュージアム、自由学園明日館、西武池袋本店、創形美術学校、リビエラ東京

情報・画像提供：日本デザイン団体協議会 [D-8]

# 非デザイナーがデザインを学ぶもの（国内）

## 主なデザイン教育事例（公益財団法人三宅一生デザイン文化財団）

### デザイン関連の展示・ワークショップ等

#### 21\_21 DESIGN SIGHT / 日本



#### 概要

- 三宅一生が朝日新聞に寄稿した「造ろうデザインミュージアム」（2003年1月28日）を発端とし、2007年3月、東京ミッドタウンに新たなデザインの活動拠点として誕生
- 三宅一生、佐藤卓、深澤直人の3人のデザイナーがディレクターに、加えてアソシエイトディレクターに川上典李子が就任し、デザインの視点からさまざまな発信・提案を展開
- デザインの多視点を提示したとして2014年「毎日デザイン賞」特別賞を受賞

#### デザインに関する展覧会（一部抜粋）

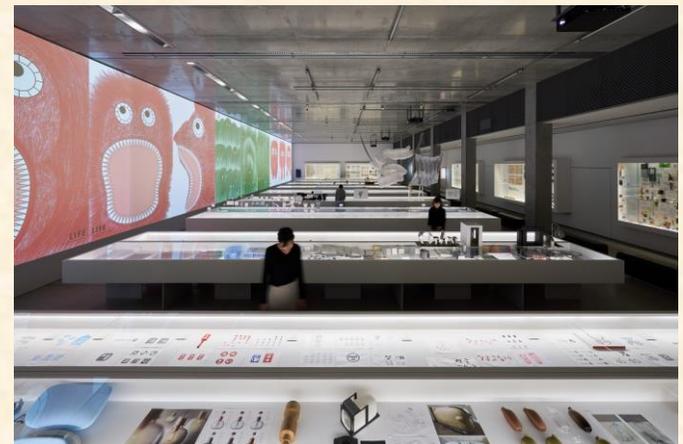
- 田中一光とデザインの前後左右（2012年）
- デザインあ展（2013年）
- 日本のデザインミュージアム実現にむけて展（2013年）
- デザインの解剖展（2016年）
- 民藝 MINGEI -Another Kind of Art展（2018年）
- 虫展 -デザインのお手本-（2019年）
- ルール？展（2021年）

21\_21

参考URL:21\_21 DESIGN SIGHTとは / 21\_21 DESIGN SIGHT(2023年1月5日閲覧)  
<https://www.2121designsight.jp/designsight/>  
これまでのプログラム / 21\_21 DESIGN SIGHT (2023年1月5日閲覧)  
<https://www.2121designsight.jp/program/#PrevProgram>



21\_21 DESIGN SIGHT 外観  
撮影:吉村昌也



21\_21 DESIGN SIGHT 企画展  
「展 めったに見られないデザイナー達の原画」(2019-2020)  
撮影:吉村昌也

# 非デザイナーがデザインを学ぶもの（国内）

## 主なデザイン教育事例（美術館）

### デザイン関連の展示

#### 富山県美術館

Toyama Prefectural Museum of Art and Design/ 日本



#### 概要

- 老朽化した富山県立近代美術館を新築移転し、2017年に開館
- 美術館のコンセプトは「アートとデザインをつなぐ」
- 永井一正や亀倉雄策ら日本を代表するグラフィックデザイナーのポスターや、リートフェルトや倉俣史朗などの著名な椅子（プロダクトデザイン）のコレクションを有する
- 前身の富山県立近代美術館で開催されてきた世界的なポスターコンペティション「世界ポスタートリエンナーレトヤマ」を引き続き開催

#### デザインに関する展覧会（一部抜粋）

- 富山県美術館開館記念展 素材と対話するアートとデザイン（2017年）
- 富山県美術館開館記念展 デザインあ展（2018年）
- わたしはどこにいる？道標（サイン）をめぐるアートとデザイン（2019年）
- 第13回 世界ポスタートリエンナーレトヤマ2021（2021年）
- 富山県美術館開館5周年記念デザインスコープ のぞく ふしぎ きづく ふしぎ（2022年）

参考URL:コレクションについて／富山県美術館(2023年1月5日閲覧)  
<https://tad-toyama.jp/collection/collection>  
過去の企画展／富山県美術館(2023年1月5日閲覧)  
<https://tad-toyama.jp/exhibition-event/category/exhibition/2022>

# 非デザイナーがデザインを学ぶもの（国内）

## 主なデザイン教育事例（美術館）

### デザイン関連の展示

#### 大阪中之島美術館

Nakanoshima Museum of Art, OSAKA / 日本



### 概要

- 大阪市立近代美術館建設準備室が1990年に設置され、約30年の時を経て2022年春「大阪中之島美術館」として開館
- 2014年以来、インダストリアルデザイン・アーカイブズ研究プロジェクト（IDAP）を推進。大阪・関西で発展した工業デザインを主な情報収集と研究の対象とし、家電製品などのアーカイブにも取り組む
- 大阪生まれで昭和のグラフィックデザイン界を代表するデザイナー、早川良雄の作品（ポスター）等、大阪と関わりのある近代・現代デザイン作品を所蔵
- このほか、アンリ・ド・トゥールーズ＝ロートレックやアルフォンス・ミュシャなどの作品を含むサントリーポスターコレクション（約18000点）が寄託され、優れたグラフィックデザインの作品を所蔵

### デザインに関する近年の展覧会（一部抜粋）

- みんなのまち大阪の肖像第2期「祝祭」との共鳴。昭和戦後・平成・令和（2022年）
- ロートレックとミュシャ パリ時代の10年（2022年）

参考URL: IDAP / 大阪中之島美術館 (2023年1月5日閲覧)

<https://nakka-art.jp/idap/>

参考URL: コレクション / 大阪中之島美術館 (2023年1月5日閲覧)

<https://nakka-art.jp/collection/top/osaka-design/>

<https://nakka-art.jp/collection/top/representative-design/>

参考URL: 過去の展覧会 / 大阪中之島美術館 (2023年1月5日閲覧)

<https://nakka-art.jp/exhibition/past/>

**(参考) 我が国におけるデザインミュージアム設立に関する議論**

# デザインミュージアムとは

## “世界初のデザインミュージアム”

### ヴィクトリア&アルバート博物館 (英国)

Victoria and Albert Museum (V&A)  
- 1 8 5 2 -



出所：Victoria and Albert Museum (V&A)  
<https://www.vam.ac.uk/> (2023年1月18日閲覧、以下198ページまで同様)

1851年「第1回ロンドン万博」の品々と共に、国立デザイン学校のコレクションを基礎とし、デザインを学ぶ学生への刺激を生むため産業博物館として設立。現在は、産業家、デザイナー、デザイン学生、そして市民に向けてデザインを啓蒙することを目的としている。収蔵品は200万点を超え、そのコレクションの質と内容の豊富さにおいて世界に並ぶものがないと言われている。

### 工業製品やポスターなど、 デザインに関するものを専門に所蔵・展示・調査研究、普及を行うミュージアム

固有名詞としての「デザイン・ミュージアム」は、1989年、世界で初めてモダン・デザインを対象に、ロンドンで開館したミュージアムを指す。ロンドン・デザイン・ミュージアムの母体となったのが、19世紀半ばに開館したサウス・ケンジントン・ミュージアム（現在のヴィクトリア・アンド・アルバート美術館）である。同ミュージアムは元来、英国の工業生産の標準となるようなデザインの製作に寄与することおよびデザイン教育のために設立された歴史がある。

また、ロンドンのデザイン・ミュージアムの創設経緯は次の通り。ハビタット・グループを創設したテレンス・コンランは、デザイン奨励を図る社会貢献事業として、81年にコンラン財団を設立する。翌年には早速、ヴィクトリア・アンド・アルバート美術館地下のスペースを借りて、ボイラーハウス・プロジェクトを開始。同年から87年のあいだに、「ソニー」、「コーク」、「イッセイ・ミヤケ」、「メンフィス」、「売るためのイメージ」展など、産業／商業／大衆の関係性の中でデザインを捉え直す、活発な活動を行なって注目を集めた。89年に、テムズ河沿いタワーブリッジ近くの河岸倉庫を改修した建物を本拠地にして、デザイン・ミュージアムが開館。プロダクト・デザイン、グラフィック・デザイン、建築・都市計画などを扱う。初代のディレクターは、ボイラーハウスで統括責任者を務めたスティーブ・ベイリー。現在は、批評家・作家・キングストン大学教授を務めたディヤン・スジックが館長。

このほか海外には、ドイツの家具製造会社ヴィトラ社によるヴィトラ・デザインミュージアム（1989年開館）からアメリカのクーパー・ヒューイット・ナショナル・デザイン・ミュージアム（1997年開館）まで、官民、さまざまなタイプのデザイン・ミュージアムがある。しかし、日本には未だに本格的な国公立デザイン・ミュージアムがなく、近年、その設置を望む声が増えつつ高まっている。

(出所) デザインミュージアム (artscape)  
<https://artscape.jp/artword/index.php/>

# 世界のデザインミュージアム（英国）



©Gareth Gardner



©Victoria and Albert Museum London



©EdReeve

イノベーションと環境政策を牽引する

## デザイン・ミュージアム

1989年設立。2016年よりサウスケンジントンに移設。①多様な人々に向けて、②変化する世界への対応、③実践としてのデザインを活動指針に展示やイベント、教育プログラム、レジデンス制度などを行う。2019年よりAHRC（英国人文芸術研究会議）の出資を受け、気候変動に対応する実践的なデザインのエコシステム創出に向け多数の調査プロジェクトに資金提供するFuture Observatory（未来の観測台）を開始。

分館新設で地域・地区の再生を促す

## ビクトリア&アルバートミュージアム

V&Aは現代美術や各国の工芸・デザインなど400万点の膨大なコレクションを有するイギリスの国立博物館。ヴィクトリア朝の産業発展を背景に、工芸品やインダストリアルデザインの質を高め、産業振興を図るべく1852年に創設し、広く開かれた大衆教育の場として活動。本館は首都ロンドンのケンジントン。2018年スコットランド第4の都市ダンディーに、2023年にはロンドンオリンピック跡地に分館を設置予定。

新興のデザイン地区や若手へと誘う

## ロンドン・デザイン・フェスティバル

世界のデザインウィークの先駆者として20周年を迎える。特定のデザイン領域やテーマを設定するのではなく、対象地区で活動するデザインプレーヤーたちを集合的に高め、彼らの認知を高めることを目指す。行政や企業など複数のスポンサーと連携し、商業的にも成功を収めている。参加者と来場者の多様性を重視しながらより多くの人々がデザインを発見できる場づくりを担う。

調査：株式会社リ・パブリック

# 世界のデザインミュージアム（イタリア・スウェーデン）



©Martina Bonetti



©Triennale Milano,  
Photo Gianluca Di Iola



©Matti Östling

## ADIデザインミュージアム

イタリア・ミラノに立地。60年以上続くコンパッソ・ドーロ賞の2万3000点のコレクションの常設展示を主な目的として2021年に開館。文化遺産省がこの賞を国家遺産に指定したことを機に、ミラノ市、ロンバルディア州、イタリア政府、ADI財団がそれぞれ寄付して実現した。

デザインの文化を100年育み続けてきた

## ミラノ・トリエンナーレ

1923年に始まった国際展示（現ミラノ・トリエンナーレ）の拠点として1933年、ミラノにて開館したミュージアム。企画展と合わせて3年に一度のミラノ・トリエンナーレの運営を行うほか、博覧会国際事務局認定の国際ミュージアムとしてデザインの外交の場としても機能している。ミュージアム内にイベントスペースやカフェ、ガーデンを併設した先駆けであり、デザインを学ぶ入り口として市民に広く開かれている。

併設シンクタンクが政策に影響を及ぼす

## スウェーデン建築デザインセンター（ArkDes）

1962年設立。2017年よりデザインや建築に関するポリシーのシンクタンク機能を併設。デザインによって変わりうる社会と私たちの暮らしを可視化し、議論を促進させる展示キュレーションに強みをもちつつ、シンクタンクとして国家のデザイン政策への提言や都市計画のためのプロトタイプングプロジェクトの実装を担うなど、幅広いスケールでパブリックとデザインを繋ぐ役割を果たす。

調査：株式会社リ・パブリック

# 世界のデザインミュージアム（オランダ・アメリカ・ドイツ）



©Ossip van Duivenbode



©2019 The Museum of Modern Art, New York. Photo: Brett Beyer



©Vitra Design Museum, Photo: Thomas Dix



## デポ・ボイマンス・ヴァン・ペーニンゲン

先進的な建築で知られるオランダ・ロッテルダムにある、ボイマンス・ヴァン・ペーニンゲン美術館の収蔵庫（デポ）。15万点以上に上る同館の所蔵品だけでなく個人収蔵家の作品も管理し閲覧可能な倉庫として2021年秋にオープン。一般的にミュージアムは所蔵品の約6～8%しか展示できないが、本館では来場者がアプリを用いて回遊することができ、デジタルの活用で日常的なアクセスを提供する例となっている。

\* デザイン専門施設ではないが、収蔵品の公開方法などが示唆に富むため調査対象に含めた。



## ニューヨーク近代美術館 (MoMA)

建築、インダストリアルデザインなどを含めた分野横断型の美術館を目指し、近代美術の米国唯一の美術館として設立された。実験、学習、創造性の触媒となり、人々と現代の芸術を結びつけることをミッションとし、多様な民間からの収入を元に自律的な運営を行っている。



## ヴィトラ・デザイン・ミュージアム

スイスに本社をもつ家具メーカー、ヴィトラ社が開設。建築、芸術、日常文化とデザインの関係の検証をパーパスとし、デザインや建築とアートに関する企画展や家具のコレクションの常設展示を行う。巡回展を世界的に展開している。同じ敷地内には同社の工場や著名な建築家の作品が建ち並ぶ。

調査：株式会社リ・パブリック

# 世界のデザインミュージアム（香港・オーストリア・オランダ）



出所：西九龍文化区管理局ウェブサイト  
<https://www.westkowloon.hk/en/>



M+

西九龍文化区の大規模開発の中核施設として2021年開館。20-21世紀の視覚文化にフォーカスしたアジア初のミュージアム。広大な敷地には33のギャラリー、3つのシアターなどがある。香港の富裕層による文化活動へのエンゲージメントを高めることで、幅広い層からの資金提供やコレクションの寄付を得ている。



©Leonhard Hilzensauer



オーストリア応用美術  
博物館（MAK）

社会的知の実験室を標榜し、応用美術、デザイン、建築、現代美術の歴史的な相互関係において新たな視点を開き探索することをミッションに展示や調査研究を行う。2011年より「応用芸術による変革」を新たな指針に社会問題にフォーカスした活動を行う。2014年にMAK DESIGN LAB開設。2015年ウィーンビエンナーレを開始。



©The Podium on the roof of Het Nieuwe Instituut,  
Photo: Aad Hoogendoorn



The New Institute

オランダの国立ミュージアムで、建築・デザイン・デジタル文化に関する議論の促進や、社会問題におけるデザインのアプローチの開発をミッションに、調査研究と展示プログラムを行う。アーカイブには未来志向、新しい視点での解釈、保存する物の意義の再検討など、現代的な視点を取り入れたポリシーが設定されている。

調査・出所：株式会社リ・パブリック

# 世界のデザインミュージアムの潮流

- デザインとミュージアムの歴史は近代デザインの勃興と共にあり古くは19世紀に遡る
- 21世紀に突入してからは「デザイン」を主要テーマとしたミュージアムの設置が相次ぎ、各館が独自のアプローチを展開

## デザインミュージアムの近年の動向

### <新設>

イスラエル

### <分館の設置>

イギリス

### <建築やデジタル分野と統合/アートからデザインへの再編>

ノルウェー・スウェーデン・オーストリア

### <一部公開のみだったアワード作品の常設展示>

イタリア

### <デジタルの活用>

オランダ

### <内部にシンクタンクや研究機関を併設>

イギリス・スウェーデン



ノルウェー

The New National Museum of Art, Architecture and Design

3つの既存ミュージアムを再編、2022年開館



イギリス

The V&A Dundee

2018年にスコットランドに開設



ポルトガル

Museum of Art, Architecture and Technology

2017年に新設



オランダ

Depot Boijmans Van Beuningen

既存ミュージアムに隣接、収蔵庫の一般公開、2021年



フィンランド

Design Museo

2023年に新館を開館



イスラエル

Design Museum Holon

2010年に新設



スウェーデン

ArkDes

2009年に建築に加えてデザインを対象とする



香港

+M

2021年に新設、テーマは建築とデザインと視覚文化



イタリア

ADI Design Museum

2021年開館、これまで限定公開だった収蔵品を常設展示

調査：株式会社リ・パブリック

# 世界のデザインミュージアムの潮流（イタリア・スウェーデン・英国）

■ これまでのデザインの意味を現在の文脈で捉え直し、未来に向けて市民と対話する場所へと転換

ミラノ・トリエンナーレ | ArkDes | 英国デザインミュージアム



©Triennale Milano, Photo Gianluca Di Iorio

 ミュージアムで日常的に市民との接点を持ち、トリエンナーレで世界と連携

ミラノトリエンナーレの拠点として1933年に開館。敷地内ではデザイン・ミュージアムやレストラン、公園などが開放されており、コロナ禍でもミラノ市民の日々の暮らしに欠かせない文化施設となっている。平素はデザイン・建築・ファッションなどの収蔵品を保存・管理し、緩やかな学びの場を提供する一方、3年に1度のトリエンナーレでは国内外の有識者と連携し、デザインにとどまらず先端的テーマを展示。



©Lundberg Design

 社会実装から政策提言までを行うミュージアム兼シンクタンクへ

2017年ArkDes（国立建築デザインセンター）はスウェーデンの都市・住環境に関する政策を受け、ArkDesシンクタンク設立。ミュージアムでありながらそのミッションを現代のスウェーデンの都市における研究と実装、議論の場の醸成に置く。StreetMovesプロジェクトでは、モビリティや学校給食などをテーマに9つの都市とその住民と共創。その成果を政府の評議会などを通して政策へと反映する。



©Luke Hayes

 変化し続ける世界の中でデザインの定義を更新し続けるミュージアム

1989年設立の英国デザインミュージアムは、同国ビクトリア&アルバートミュージアム（1852年創設）に比べ歴史も浅く収蔵品の点数は少ない。一方、設立当初より現代社会の視点からデザインの定義に挑戦。2016年サウスケンジントンに移設してからは、移転記念展「Fear and Love」など、業界が直視してこなかったデザインの課題を取り上げるなど、デザインの拡張・変化を提示し続けている。

調査：株式会社リ・パブリック

# 我が国におけるデザインミュージアム設立に関する主な提言

## ■デザインミュージアム設立の議論は過去から存在

- ・ **経済行政と文化行政の狭間にある点**
- ・ **デザインを展示することの社会的意義**
- ・ **デザイン業界内で閉じる議論** 等の問題が指摘

経済産業省デザイン政策室調べ

2020年「デザインミュージアムをデザインする」(NHK)  
2020年「デザインミュージアムの正解」(AXIS)

2012年「国立デザイン美術館をつくる会」発足  
(発起人：三宅一生・青柳正規)

2011年「デザインあ」放映開始(NHK)

2010年「DESIGN ふたつの時代 60's vs 00's」(日本デザイン団体協議会)

2007年「ジャパンデザインミュージアム構想」発表(日本デザイン団体協議会)  
2007年「21\_21 DESIGN SIGHT 開館」(三宅一生財団)

2005年「日本におけるデザインミュージアム 現状と未来」(デザイン史学研究会)

2003年「デザインはブランド確立への近道」(競争力強化に向けた40の提言) 経済産業省製造産業局  
2003年「造ろうデザインミュージアム」(朝日新聞/三宅一生)  
2003年「進むデザインミュージアム構想」(日本インダストリアルデザイナー協会)  
2003年「東京デザイン・ミュージアム設立構想」(坂茂研究室)

1999年「JIDAデザインミュージアムセレクション」開始  
(日本インダストリアルデザイナー協会)

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

1961年「デザイン奨励審議会答申」通商産業省デザイン奨励審議会

1912年「工芸振興に関する建議書」帝国工芸會



# 我が国におけるデザインミュージアム設立に関する主な提言

デザイン奨励審議会 答申

昭和36年9月  
デザイン奨励審議会

1961年 通商産業省 デザイン奨励審議会  
「デザイン奨励審議会答申」

今後のデザイン振興策

(5) 総合デザイン展の開催等

デザイン展示会のデザイン啓蒙に果す役割は大なるものがあるので、政府は毎年1回政府主催の総合デザイン展を開催するとともに、国立近代美術館等の施設の活用をはかることにより、常時国民一般に対するデザイン啓蒙のための施策を実施すべきである。

# 我が国におけるデザインミュージアム設立に関する主な提言

## 今後のデザイン振興策について — デザイン奨励部会 報告 —

昭和54年6月  
輸出検査及びデザイン奨励審議会  
デザイン奨励部会

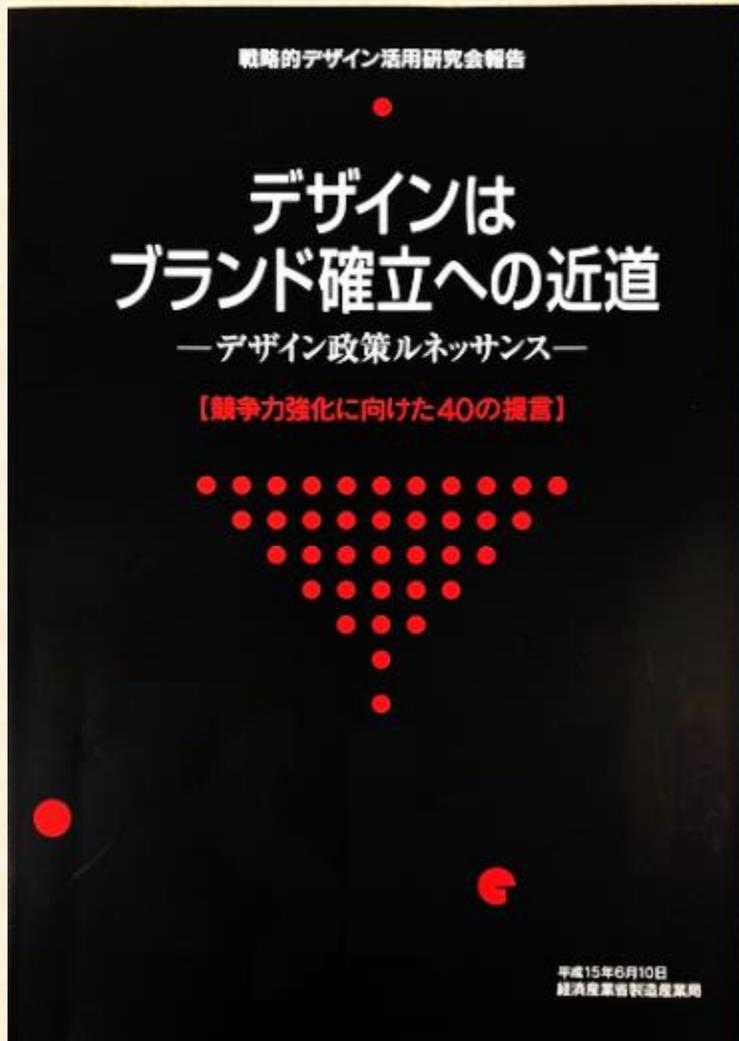
## 1979年 通商産業省輸出検査及びデザイン奨励審議会 「今後のデザイン振興策について」

### 8. デザイン振興のための施設の整備 ②「生活文化財博物館（デザイン博物館）」

わが国においては、一般にストックを厚くするという配慮に乏しい面があるが、デザイン面においても同様の現象となっている。とくに、近代工業社会の革新性、そこにおける製品の移り変りの早々は、商品をストックするという概念の成立を困難にしている。わが国が産み出した貴重な生活文化財（優秀デザイン商品）は、できる限り保存し、できれば国民全体の資産として集中保管管理され国民に提供されるのが望ましいことはいうまでもない。

しかしながら、この博物館設置についてもこういった面に関する国民的コンセンサスが基盤として必要である。したがって、現実的な方策としては、貴重な生活文化財については、製造者等にその保存（実物での保存が困難な場合はせめてスライド等の形で保存）を要請するとともに、デザインの重要性、文化の重視といった国民的コンセンサスの形成を進めていく過程でその実現に努めていくこととするのが適当である。

# 我が国におけるデザインミュージアム設立に関する主な提言



2003年 経済産業省 製造産業局

## 「デザインはブランド確立への近道」 (競争力強化に向けた40の提言)

### 6. 国民意識の高揚

「デザインミュージアムの設立を通じた多様で優れたデザインに触れる機会の充実」

デザインに対する国民のマインドを高めるには、小中学生の頃からデザインへの興味を深め、独創的なデザインを尊重する意識を持つことが重要であり、そのためには単なる商品の展示だけではなく、実際に商品に触れたりデザインの制作過程を理解するような空間が存在することが望ましい。国民が美しいデザイン、使いやすさに配慮したデザイン、環境にやさしいデザインなど多様で優れたデザインに触れる機会を増やすことができるように、官民合同で過去の優れたデザイン商品を集めたデザインミュージアムを創設し、実際に商品に触れたりコンセプトを理解する場を設けることについて検討すべきである。

ただし、ミュージアムの設立及び運営には膨大な経費がかかるので、それを節約するため、既存施設を転用すること、情報通信機器を活用し各地のデザインミュージアムとの連携を図ることによりあらゆる場所でアクセスが可能なバーチャルデザインミュージアムを設立することも視野に含めるべきである。

**(参考) 我が国の小学校・中学校におけるデザイン教育の特徴・課題**

# 学習指導要領における「デザイン」（小学校）

- 1958年（昭和33年）小学校の学習指導要領に「デザイン」という語が登場  
→ 2008年（平成20年）改訂により「デザイン」という語は消滅（ただし題材自体は継続して残る）
- 図画工作をはじめとした美術科教育の中で、造形表現を主眼としたデザイン教育を展開**

（出所）美術教育学「小学校におけるデザイン教育の可能性を探る -デザイナーへのインタビューに基づいて-」2011年、清水翔

## 学習指導要領における「デザイン」（以下、デザインに関する記載箇所を一部抜粋）

### 小学校 学習指導要領（昭和33年）

#### 第2章 各教科 第6節 図画工作

##### [第6学年]

##### 2 内容

##### （5）デザインをする。

- ア 用途をもったもののデザインを主とし、生活領域に応じて、しだいに扱う範囲も広める。ただしデザインの基礎学習としての感覚訓練や、着想を育てるための用途をもたない自由構成のデザインも学習させる。
- イ デザインの意味を作品を通して理解し、デザインと絵や工作との違いについていくらかわかるようにさせる。
- ウ 平面、立体の両様のデザインを扱う。
- エ 初めに配色の意図を決め、その意図に従った配色ができるようにし、配色のよしあしについて判断できる力を増す。
- オ 対称の美しさ、つりあいの美しさ、リズムの美しさ、大小・強弱その他の対照の美しさ、だんだん小さく、だんだん強くなどの変化の美しさなどについて理解させる。
- カ 色あい、色の明るさ、色のあざやかさの取扱方と配色の効果との関係についての理解を増す。
- キ いろいろな色彩現象についての初歩的な理解をさせる。たとえば色の対比現象、とびだして見える色、ひっこんで見える色、重く見える色、軽く見える色などの初歩的な理解をすることなど。
- ク 色の機能的使用についての初歩的な理解をさせる。たとえば各種の標識の色、室内色のいかにによって、気持や仕事の能率のうえに違いができることなど。

##### 3 指導上の留意事項

- （3）機会をとらえて共同製作をする。
- （4）学習によって得た力をなるべく生活に適應させる機会を与える。たとえば学校内の整備、学校や家庭の備品の簡単な修理、学芸会、展覧会などの会場の整備、装飾など。

（出所）小学校 学習指導要領 昭和33年改訂 文部省調査局編集「文部時報別冊」（文部省告示第80号／昭和33年10月1日）  
<https://erid.nier.go.jp/files/COFS/s33e/index.htm>

# 学習指導要領における「デザイン」(小学校)

**小学校 学習指導要領(昭和43年)** (出所) 小学校 学習指導要領 (文部省/昭和43年7月) <https://erid.nier.go.jp/files/COFS/s43e/index.htm>

## 第2章 各教科 第6節 図画工作

### 第1 目標

造形活動を通して、美的情操を養うとともに、創造的表現の能力をのばし、技術を尊重し、造形能力を生活に生かす態度を育てる。このため、

- 1 色や形の構成を考えて表現し鑑賞することにより、造形的な美の感覚の発達を図る。
- 2 絵であらわす、彫塑であらわす、デザインをする、工作をする、鑑賞することにより、造形的に見る力や構想する力をのばす。
- 3 造形活動に必要な初歩的な技法を理解させるとともに、造形的に表現する技能を育てる。

### 第2 各学年の目標および内容

#### [第1学年]

#### C デザイン

- (1) 興味をもって、簡単な身近なものの飾りや、知らせるものをつくることができるようにする。
  - A 身につける飾りや教室の飾りなど、身近な飾りをつくること。
  - I 自他の区別がはっきりするようなしるしなどをかいたりつくったりすること。
- (2) 色や形などで、自由な組み合わせや組み立てができるようにする。
  - A かいたり、はりつけたり、並べたりして、色や形などの自由な組み合わせをつくること。
  - I 好きな形を選んだり、箱その他身近な材料で自由な組み立てをつくったりすること。
  - ウ 好きな色で配色したり、色名をおぼえたりすること。
- (3) 材料、用具は絵画や工作などで扱うものを用い、興味をもって自分なりに表現できるようにする。

**小学校 学習指導要領(昭和52年)** (出所) 小学校 学習指導要領 (文部省/昭和52年7月) <https://erid.nier.go.jp/files/COFS/s52e/index.htm>

## 第2章 各教科 第6節 図画工作

#### [第5学年]

#### 1 目標

- (1) ものの見方を深め、主題をきめて構想を練り、技法を工夫して絵や彫塑で表すことができるようにする。
- (2) 用途や美しさを考えて、デザインしてつくる能力を養う。
- (3) 自然や造形作品の美しさを感じ取り、それらに親しみをもたせる。

#### 2 内容

#### A 表現

- (3) 伝えたい事柄を表すもの及び生活を楽しくするために使うものを、目的に合わせてデザインしてつくることができるようにする。
  - A 形から受ける方向の感じ及び動きの感じ並びに色の明暗、強弱などの感じを生かすこと。
  - I 図をかいたり試作したりして、つくるものの形、動く仕組み、丈夫な組立方などを工夫し、計画的につくること。
  - ウ 前学年までの材料や用具に加え、焼成に適した粘土、針金、糸のこぎり、パンチなどを使い、その基本的な扱いができるようにし材料の生かし方を工夫すること。

# 学習指導要領における「デザイン」(小学校)

**小学校 学習指導要領(平成元年)** (出所) 小学校 学習指導要領 (文部省/平成元年3月) <https://erid.nier.go.jp/files/COFS/h01e/index.htm>

第2章 各教科 第7節 図画工作

## [第3学年及び第4学年]

- 1 目標
  - (1) 材料から豊かな発想をしそれを生かす体験を深め、材料に対する感覚などを高めるとともに、見方や表し方に関心をもって工夫して表し、進んで造形活動ができるようにする。
  - (2) 生活を楽しくするものなどを用意や美しさ、つくり方などを考えてつくり、それを使う楽しさを味わい、デザインの能力や創造的な工作の能力を伸ばす。
  - (3) 友人の作品や身近な造形品のよさや美しさなどに関心をもって見るができるようにする。

## [第5学年及び第6学年]

- 1 目標
  - (1) 造形的な見方や感じ方を深め、想像力を働かせて主題の表し方の構想を練り、技法などを工夫して表し、造形的な創造表現の能力を高める。
  - (2) 生活を楽しく豊かにするものなどを、用途や美しさを考え構想を練ってつくり、デザインの能力や創造的な工作の能力を高める。
  - (3) 造形作品などを進んで鑑賞し、そのよさや美しさなどを感じ取り感性を高めるとともに、それらを大切にすることができるようにする。

---

**小学校 学習指導要領(平成10年)** (出所) 小学校 学習指導要領 (文部省/平成10年12月) <https://erid.nier.go.jp/files/COFS/h10e/index.htm>

第2章 各教科 第7節 図画工作

## [第3学年及び第4学年]

- 1 目標
  - (1) 豊かな発想や創造的な技能などを働かせ、その体験を深めることに関心をもつとともに、進んで表現する態度を育てるようにする。
  - (2) 材料などから豊かな発想をし、手や体全体を十分に働かせ、表し方を工夫し、つくりだす能力、デザインの能力、創造的な工作の能力を伸ばすようにする。
  - (3) 自分たちの作品や身近にある作品、材料のよさや美しさなどに関心をもって見るとともに、それらに対する感覚などを高めるようにする。

## [第5学年及び第6学年]

- 1 目標
  - (1) 造形的な能力を働かせるとともに、自らつくりだす喜びを味わい、様々な表し方や見方に触れ、創造的に表現する態度を育てるようにする。
  - (2) 材料などの特徴をとらえ、想像力を働かせて主題の表し方を構想するとともに、美しさなどを考え、創造表現の能力、デザインや創造的な工作の能力を高めるようにする。
  - (3) 作品などを進んで鑑賞し、そのよさや美しさなどを感じ取り、感性を高めるとともに、それらを大切にするようにする。

# 学習指導要領における「デザイン」（中学校）

■1958年（昭和33年）中学校の学習指導要領に「美術的デザイン」という語が登場

→以来、現在まで“デザイン”という語が残る

■美術科の「表現」や「鑑賞」領域にとどまり、造形表現としてのデザインの性格が強く残る

（出所）美術教育学「中学校美術科における「デザイン」の定義に関する一考察」2008年、小泉薫

## 学習指導要領における「デザイン」（以下、デザインに関する記載箇所を一部抜粋）

### 中学校 学習指導要領（昭和33年）

（出所）文部省発表 中学 学習指導要領 昭和33年（1958） 改訂版<https://erid.nier.go.jp/files/COFS/s33j/index.htm>

#### 第2章 各教科 第6節 美術

##### [第1学年]

##### 1 目標

- (1) 小学校における学習経験の基礎の上に、いっそう美術的な創造力を養う。
- (2) 小学校に引き続いて自由な構想力を伸ばすとともに、写生的な表現力もあわせて養う。
- (3) 色や形などを美術的に処理する能力や、デザインの能力の基礎を養う。
- (4) わが国および諸外国の絵画や彫刻などのすぐれた作品に親しませ、表現能力を養うことに役だたせるとともに、すぐれた作品のよさを味わい楽しむ態度や能力を養う。

##### 2 内容 A 表現

##### (美術的デザイン)

デザインの指導においては、使用目的およびそれに関連するいろいろの条件を考えて、創造的な活動を行い、美的に総合して物を作り上げる能力を養う。第2学年および第3学年の場合も同じとする。デザインの対象となるものは広い範囲に及ぶが、ここにいう美術的デザインの内容として扱うものは、工的技術を主とした、建築や工業的デザインを除いた分野のものとし、デザインの能力とみられる物の配置配合、環境の改善美化もここに加えて指導するものとする。第2学年および第3学年の場合も同じとする。第1学年においては、生徒の経験や興味を生かし、次のような身近なものについてのびのびとデザインをさせる。

- (1) デザイン マーク、表紙、ポスター、包装紙、身近な日用品などから適宜選んで指導する。
- (2) 物の配置配合 文字や写真の配置配合、掲示板内の配置配合など適宜選んで指導する。

##### 3 指導上の留意事項

(7) 2 A (美術的デザイン)の「(1)デザイン」の指導にあたっては、よい構想を持ちながら、表示能力が伴わないために、デザイン学習に困難をきたす生徒が多いので、表示の巧拙にかかわらずよい構想を認めるようにし、また、構想に適切な表示方法をくふうするように指導することがたいせつである。

また、「(2)物の配置配合」における文字、写真などの配置配合の指導にあたっては、それらを単独に取り出して指導する場合もあってもよいが、むしろ他の内容の扱いに関連して指導の機会を見いだすようにすることが望ましい。

# 学習指導要領における「デザイン」（中学校）

中学校 学習指導要領（昭和44年）（出所）中学校 学習指導要領（文部省／昭和44年4月） <https://erid.nier.go.jp/files/COFS/s44j/index.htm>

## 第2章 各教科 第6節 美術

第1 目標 美術の表現と鑑賞の能力を高め、情操を豊かにするとともに、創造活動の基礎的な能力を養う。このため、

- 1 絵画および彫塑の表現を通して、美的直感力や想像力を育て、率直に表す能力や態度を養い、自己表現の喜びを味わわせる。
- 2 デザインおよび工芸の計画や製作を通して、用途に伴う条件をもとに構想を練り、美的にまとめる能力や態度を養い、製作する喜びを味わわせる。
- 3 美術の鑑賞を通して、自然や造形作品に対する審美性を豊かにし、美術文化を愛好する態度を育てる。
- 4 美術の表現や鑑賞を通して、美術的な能力を生活に生かす態度や習慣を育てる。

第2 各学年の目標および内容

### [第3学年]

- 1 目標
  - (1) 絵画の表現を通して、主体的に表現をくふうする能力や態度を育てる。
  - (2) 彫塑の表現を通して、主体的に表現をくふうする能力や態度を育てる。
  - (3) デザインの学習を通して、色、形、材質などを総合的に扱い、計画的に構成する能力を高め、デザインの社会的意義を知り、デザインする能力や態度を育てる。
  - (4) 工芸の製作を通して、生活をより美しく豊かにするために、材料の特性を生かし、総合的にくふうして製作する能力を養う。
  - (5) 鑑賞の学習を通して、作品を主体的にみる態度や能力を育て、生活と美との関係に関心をもたせるとともに、美術文化への関心を深める。

### C デザイン

- (1) 色や形などによる構成ができるようにする。
  - ア 色の機能的な使用を考え、また、色と地はだとの関係を考えて、配色をすること。
  - イ 色、形、材質などを総合的に扱い、秩序ある美しい構成ができるようになること。
  - ウ 機能や構造などを条件にして、材料の造形的な可能性を探求し、また、その結果を生かして構成をすること。
- (2) 伝達や使用のためのデザインができるようにする。
  - ア 社会的、公共的な条件も考えて構想を練ること。
  - イ 構想は、よく伝わり、よくわかるように図や模型で表示すること。
- (3) 環境のためのデザインができるようにする。
  - ア デザインの良否を見わけ、目的にかなったよいデザインを選び出すこと。
  - イ 生活環境の中にあるものを、美しく配置配合すること。
- (4) 上記(1)、(2)および(3)の事項の指導を通して、色や形などによる構成やデザインの基礎能力を伸ばす。
  - ア 色の機能的な使用について理解すること。
  - イ 材料、構造、技術などについて、特に、それらの造形的な可能性を追究する態度が養われること。
  - ウ 適正なデザインが、生活環境の改善にたいせつであることを理解すること。

# 学習指導要領における「デザイン」（中学校）

中学校 学習指導要領（昭和52年） （出所） 中学校 学習指導要領（文部省／昭和52年7月） <https://erid.nier.go.jp/files/COFS/s52j/index.htm>

第2章 各教科

第6節 美術

第1 目標

表現及び鑑賞の能力を伸ばし、造形的な創造活動の喜びを味わせるとともに、美術を愛好する心情を育て、豊かな情操を養う。

第2 各学年の目標および内容

**[第1学年]**

1 目標

- (1) 絵画及び彫塑の表現活動を通して、美的直観力や想像力を養い、表現の能力と態度を育てる。
- (2) デザイン及び工芸の表現活動を通して、発想を豊かにし、目的や条件に応じて製作する能力と態度を育てる。
- (3) 鑑賞の活動を通して、作品を素直に味わせるとともに、自然や造形作品の美しさへの関心をもたせる。

2 内容

A 表現

- (1) 略
- (2) 略
- (3) 色、形などによる構成と伝達のためのデザインができるようにする。
  - ア 自然物や人工物の形の特徴又は抽象形をもとに構成をすること。
  - イ 色の類似や対照の調和を考えて配色をすること。
  - ウ 材料の性質や材質感に気付き、効果を考慮して構成をすること。
  - エ 伝える目的を考え、その内容を色や形で効果的、美的に表す構想を練ること。
  - オ 製作の技法を考え、内容がよく伝わるように表すこと。
- (4) 用途や材料をもとにして、使うためや飾るためのデザインをし、工芸の製作ができるようにする。
  - ア 構想を図や簡単な模型で確かめること。
  - イ 材料の性質や用具の使用について理解し、製作の順序や方法を工夫してつくること。

B 鑑賞

- (1) 絵画や彫刻を鑑賞させる。
  - ア 絵画や彫刻の美しさを味わい、作者の考えや心情が、どのように表現されているかを感じ取ること。
  - イ 絵画や彫刻に親しみ、それらを大切にすること。
- (2) デザインや工芸を鑑賞させる。
  - ア 身の回りのデザインや工芸の計画や製作の良さを味わうこと。
  - イ 日常生活において、デザインや工芸の果たす役割について関心を持ち、それらを大切にすること。

# 学習指導要領における「デザイン」（中学校）

中学校 学習指導要領（平成元年） （出所） 中学校 学習指導要領（文部省／平成元年3月） <https://erid.nier.go.jp/files/COFS/h01j/index.htm>

第2章 各教科

第6節 美術

第1 目標

表現及び鑑賞の活動を通して、造形的な創造活動の能力を伸ばすとともに、創造の喜びを味わわせ、美術を愛好する心情を育て、豊かな情操を養う。

第2 各学年の目標および内容

**[第2学年及び第3学年]**

1 目標

- (1) 造形的なよさや美しさなどを深く感じ取り、想像力を伸ばし、主題を表現する能力と態度を育てる。
- (2) 目的や条件に応じて豊かな発想をし、用と美の調和を理解し、構想を深め、デザインし制作する能力と態度を育てる。
- (3) 自然や造形作品を鑑賞し、そのよさや美しさなどを深く味わい、美術と人間とのかかわりに関心をもち、主体的に鑑賞する能力と態度を育てる。

2 内容

A 表現

- (1) 略
- (2) 略
- (3) デザインの表現を通して、次の事項を指導する。
  - ア 形や色、材質の機能的な生かし方などを考え、それらを総合的に扱い、美的秩序を意図して構成をすること。
  - イ 身近な環境について、形や色の生かし方、機能などを考え、美しく整えるデザインの構想を練ること。
  - ウ 伝える目的や条件について理解し、伝える内容を明瞭に美しく表すデザインの構想を練ること。
  - エ 表現意図に応じて、材料や用具の特性を生かし、表現の方法を選び、工夫して表すこと。
- (4) 工芸の表現を通して、次の事項を指導する。
  - ア 用途や材料を基に発想し、制作の条件について理解し、機能と美の調和のとれた工芸のデザインの構想を練ること。
  - イ 材料の生かし方、制作の順序や方法などを総合的に考えて、制作の計画を立てること。
  - ウ 制作意図に応じて、材料や用具の特性を生かし、制作の方法を選び、工夫してつくること。

B 鑑賞

- (1) 略
- (2) デザインや工芸の鑑賞を通して、次の事項を指導する。
  - ア 制作の意図と工夫、構想や制作の方法などに関心を深め、身の回りのデザインや工芸のよさや美しさを主体的に味わうこと。
  - イ デザインや工芸と生活との関連について関心を深め、使う喜びを味わいそれらを尊重すること。
  - ウ 自然と造形作品との調和に関心を深め、美術の諸活動が環境形成に果たす役割について理解すること。

# 学習指導要領における「デザイン」（中学校）

中学校 学習指導要領（平成10年）（出所）中学校 学習指導要領（文部省／平成10年12月）<https://erid.nier.go.jp/files/COFS/h10j/index.htm>

第2章 各教科

第6節 美術

第1 目標

表現及び鑑賞の幅広い活動を通して、美術の創造活動の喜びを味わい美術を愛好する心情を育てるとともに、感性を豊かにし、美術の基礎的能力を伸ばし、豊かな情操を養う。

第2 各学年の目標および内容

[第2学年及び第3学年]

1 目標

- (1) 主体的に美術の活動に取り組み美術を愛好する心情を深め、心豊かな生活を創造していく意欲と態度を高める。
- (2) 対象を深く見つめる力、感性や想像力を一層高め、独創的・総合的な見方や考え方を培い、豊かに発想し構想する能力や自分の表現方法を創意工夫し創造的に表現する能力を伸ばす。
- (3) 自然、美術作品や文化遺産などについての理解や見方を深め、心豊かに生きることと美術とのかかわりに関心をもち、よさや美しさなどを味わう鑑賞の能力を高める。

2 内容

A 表現

(1)略

(2) デザインや工芸などに表現する活動を通して、次のことができるよう指導する。

- ア デザインの効果を考え、形や色彩、図柄、材料、光などの構成を簡潔にしたり総合化したり、取り合わせを工夫するなどして、美しく心豊かなデザインをすること。
- イ 使用する者の気持ちや機能、夢や想像などから独創的に発想し、造形的な美しさ、材料や用具の生かし方などを総合的に考え、創意工夫してつくること。
- ウ 伝えたい内容をイラストレーションや図、写真・ビデオ・コンピュータ等映像メディアなどで、分かりやすく美しく表現し、発表したり交流したりすること。
- エ 身近な環境について、安らぎや自然との共生などの視点から心豊かなデザインをすること。

B 鑑賞

鑑賞の活動を通して、次のことができるよう指導する。

- ア 作者の心情や意図と創造的な表現の工夫などを理解し見方を深め、作品に対する自分の価値意識をもって批評し合い、よさや美しさを幅広く味わうこと。
- イ 日本の美術の概括的な変遷や作品の特質を調べたり、それらの作品を鑑賞したりして、日本の美術や文化と伝統に対する理解と愛情を深め、美術文化の継承と創造への関心を高めること。
- ウ 日本及び諸外国の美術の文化遺産を鑑賞し、表現の相違と共通性に気付き、それぞれのよさや美しさ、創造力の豊かさなどを味わい、文化遺産を尊重するとともに、美術を通じた国際理解を深めること。
- エ 現代及び文化遺産としてのデザインの洗練された美しさなどを感じ取り、自己の美意識や美的選択能力を高めること。
- オ 美術作品や生活の中の造形に取り入れられている自然のよさや美しさ、素材の生かし方などを感じ取り、自然や生活と美術との深いかかわりを理解すること。

# 学習指導要領における「デザイン」(中学校)

## 中学校 学習指導要領 (平成20年)

(出所) 中学校 学習指導要領 (文部科学省/平成20年3月 平成22年11月一部改正)

[https://www.mext.go.jp/a\\_menu/shotou/new-cs/youryou/chu/\\_icsFiles/afieldfile/2010/12/16/121504.pdf](https://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/new-cs/youryou/chu/_icsFiles/afieldfile/2010/12/16/121504.pdf)

## 第2章 各教科

### 第6節 美術

#### 第1 目標

表現及び鑑賞の幅広い活動を通して、美術の創造活動の喜びを味わい美術を愛好する心情を育てるとともに、感性を豊かにし、美術の基礎的な能力を伸ばし、美術文化についての理解を深め、豊かな情操を養う。

#### 第2 各学年の目標および内容

##### [第2学年及び第3学年]

##### 1 目標

- (1) 主体的に美術の活動に取り組み美術を愛好する心情を深め、心豊かな生活を創造していく意欲と態度を高める。
- (2) 対象を深く見つけ感じ取る力や想像力を一層高め、独創的・総合的な見方や考え方を培い、豊かに発想し構想する能力や自分の表現方法を創意工夫し、創造的に表現する能力を伸ばす。
- (3) 自然の造形、美術作品や文化遺産などについての理解や見方を深め、心豊かに生きることと美術とのかかわりに関心を持ち、よさや美しさなどを味わう鑑賞の能力を高める。

##### 2 内容

##### A 表現

- (1) 略
- (2) 伝える、使うなどの目的や機能を考え、**デザイン**や工芸などに表現する活動を通して、発想や構想に関する次の事項を指導する。
  - A 目的や条件などを基に、美的感覚を働かせて形や色彩、図柄、材料、光などの組合せを簡潔にしたり総合化したりするなどして構成や装飾を考え、表現の構想を練ること。
  - I 伝えたい内容を多くの人々に伝えるために、形や色彩などの効果を生かして分かりやすさや美しさなどを考え、表現の構想を練ること。
  - ウ 使用する者の気持ちや機能、夢や想像、造形的な美しさなどを総合的に考え、表現の構想を練ること。
- (3) 発想や構想をしたことなどを基に表現する活動を通して、技能に関する次の事項を指導する。
  - A 材料や用具の特性を生かし、自分の表現意図に合う新たな表現方法を工夫するなどして創造的に表現すること。
  - I 材料や用具、表現方法の特性などから制作の順序などを総合的に考えながら、見通しをもって表現すること。

##### B 鑑賞

- (1) 美術作品などのよさや美しさを感じ取り味わう活動を通して、鑑賞に関する次の事項を指導する。
  - A 造形的なよさや美しさ、作者の心情や意図と創造的な表現の工夫、目的や機能との調和のとれた洗練された美しさなどを感じ取り見方を深め、作品などに対する自分の価値意識をもって批評し合うなどして、美意識を高め幅広く味わうこと。
  - I 美術作品などに取り入れられている自然のよさや、自然や身近な環境の中に見られる造形的な美しさなどを感じ取り、安らぎや自然との共生などの視点から、生活を美しく豊かにする美術の働きについて理解すること。
  - ウ 日本の美術の概括的な変遷や作品の特質を調べたり、それらの作品を鑑賞したりして、日本の美術や伝統と文化に対する理解と愛情を深めるとともに、諸外国の美術や文化との相違と共通性に気付き、それぞれのよさや美しさなどを味わい、美術を通した国際理解を深め、美術文化の継承と創造への関心を高めること。

# 学習指導要領における「デザイン」（中学校）

## 中学校 学習指導要領（平成29年）

（出所）中学校 学習指導要領（文部科学省／平成29年3月告示）[https://www.mext.go.jp/content/1413522\\_002.pdf](https://www.mext.go.jp/content/1413522_002.pdf)

### 第2章 各教科

#### 第6節 美術

##### 第1 目標

表現及び鑑賞の幅広い活動を通して、造形的な見方・考え方を働かせ、生活や社会の中の美術や美術文化と豊かに関わる資質・能力を次のとおり育成することを目指す。

- (1) 対象や事象を捉える造形的な視点について理解するとともに、表現方法を創意工夫し、創造的に表すことができるようにする。
- (2) 造形的なよさや美しさ、表現の意図と工夫、美術の働きなどについて考え、主題を生み出し豊かに発想し構想を練ったり、美術や美術文化に対する見方や感じ方を深めたりすることができるようにする。
- (3) 美術の創造活動の喜びを味わい、美術を愛好する心情を育み、感性を豊かにし、心豊かな生活を創造していく態度を養い、豊かな情操を培う。

##### 第2 各学年の目標および内容

###### [第2学年及び第3学年]

###### 1 目標

- (1) 対象や事象を捉える造形的な視点について理解するとともに、意図に応じて自分の表現方法を追求し、創造的に表すことができるようにする。
- (2) 自然の造形や美術作品などの造形的なよさや美しさ、表現の意図と創造的な工夫、機能性と洗練された美しさとの調和、美術の働きなどについて独創的・総合的に考え、主題を生み出し豊かに発想し構想を練ったり、美術や美術文化に対する見方や感じ方を深めたりすることができるようにする。
- (3) 主体的に美術の活動に取り組み創造活動の喜びを味わい、美術を愛好する心情を深め、心豊かな生活を創造していく態度を養う。

###### 2 内容

###### A 表現

- (1) 表現の活動を通して、次のとおり発想や構想に関する資質・能力を育成する。
  - A 感じ取ったことや考えたことなどを基に、絵や彫刻などに表現する活動を通して、発想や構想に関する次の事項を身に付けることができるよう指導する。
    - (ア) 対象や事象を深く見つめ感じ取ったことや考えたこと、夢、想像や感情などの心の世界などを基に主題を生み出し、単純化や省略、強調、材料の組合せなどを考え、創造的な構成を工夫し、心豊かに表現する構想を練ること。
    - イ 伝える、使うなどの目的や機能を考え、デザインや工芸などに表現する活動を通して、発想や構想に関する次の事項を身に付けることができるよう指導する。
      - (ア) 構成や装飾の目的や条件などを基に、用いる場面や環境、社会との関わりなどから主題を生み出し、美的感覚を働かせて調和のとれた洗練された美しさなどを総合的に考え、表現の構想を練ること。
      - (イ) 伝える目的や条件などを基に、伝える相手や内容、社会との関わりなどから主題を生み出し、伝達の効果と美しさなどの調和を総合的に考え、表現の構想を練ること。
      - (ウ) 使う目的や条件などを基に、使用する者の立場、社会との関わり、機知やユーモアなどから主題を生み出し、使いやすさや機能と美しさなどの調和を総合的に考え、表現の構想を練ること。

###### (2)略

###### B 鑑賞略

# 我が国のデザイン教育の特徴・課題

- 我が国では、テレビ番組等によるデザイン教育は一定数見受けられる
- 一方、全体としてデザイン教育の体系化や質保証の仕組み化等がなされていない点が課題

## 我が国の特徴・課題

### 就業前の子ども

主に学校、美術館等の教育普及事業

- ・ 初等中等教育段階：個別の科目の中にデザイン教育的な要素が取り入れられている段階であり、体系的な教育とはなっていない。また、教員養成課程の中にデザイン教育に関する事項が十分に組み込まれていないため、教員によって教育内容や教育水準に大きくばらつきがあるのが課題
- ・ 高等教育段階：①芸術系大学における伝統的な専門職としてのデザイナー育成、②理工系大学や高等専門学校、専修学校専門課程（専門学校）等における理工系のデザイン教育、③総合大学等における知財教育やSTEAM教育等が行われている。しかし、日本学術会議参照基準において、デザインを冠する科目の参照基準は策定されていないことに代表されるように、デザイン教育やその教授法についての研究は未分化といえる

### 非デザイナー

主にリカレント教育（ビジネス・教養目的等）

- ・ 非デザイナー向け：大学等が履修証明プログラムや科目等履修生、社会人大学院等でビジネスや教養目的のデザイン教育を実施している。非デザイナーを対象としたリカレント教育の具体的な実施状況について、体系的な教育プログラムよりも、短期のプログラムが主体となっていると想定されるが、全国的な実態把握が十分ではなく、提供主体・教育内容・授業形態・受講生等の規模や実態は十分に把握されていない
- ・ 現時点では業界標準のモデルカリキュラム等は存在せず、質保証の仕組みがない。また、リカレント教育の成果として大学等が単位や履修証明書等を発行する、または、デザイン関係の民間資格や試験等を取得・受験等するなどが考えられるが、非デザイナーが在籍する企業等で処遇や待遇等に十分に反映されていない可能性がある

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）

# これからのデザイン教育に必要な視点

## 1 ソフト・コンテンツによるデザイン教育の拡充・連携

- ▶ 本来、デザインとは市民一人ひとりの生活や仕事に身近なスキルや考え方であり、教養の1つとして広く学ぶことで、人々の生活や仕事の質が更に向上することが期待される。ソフト・コンテンツによるデザイン教育は、これに資するものとして更なる拡充及び連携が求められ、例えば、我が国のデザイナーの大多数を占めるインハウスデザイナーの知見を市民にわかりやすい形で展開する等の方法が考えられる
- ▶ 国民全体のデザインリテラシーが高まることで、我が国デザイン業界への要求や期待が向上し、業界の更なるレベルアップにつながることも期待される。加えて、デザインの義務教育化や、我が国には未だ存在しない公設のデザインミュージアム創設への機運向上といった効果も考えられる

## 2 ソフト・コンテンツによるデザイン教育の評価

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

## 3 教員養成の必要性

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

## 4 デザイン教育の在り方についての研究

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

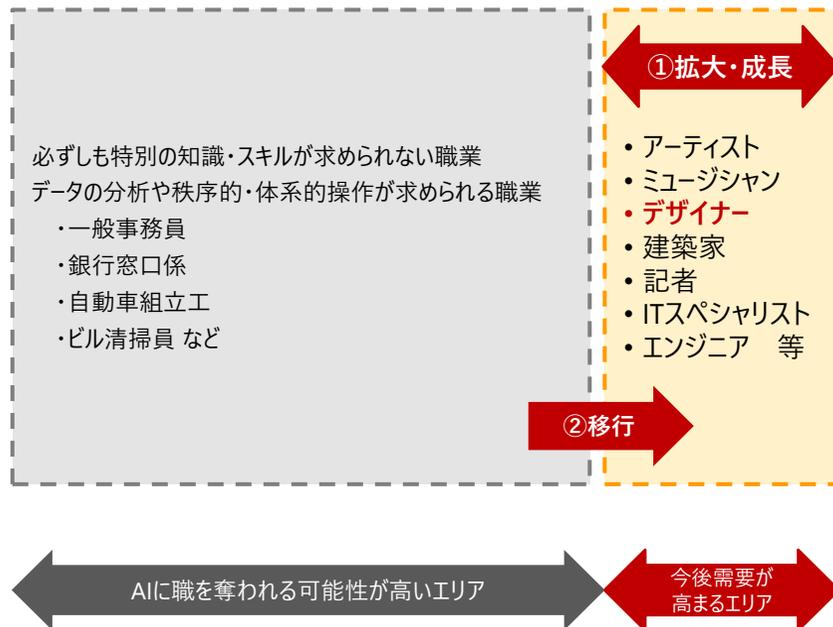
出所：我が国の新・デザイン政策研究（2022年／経済産業省デザイン政策室）

(参考) 求められる創造性人材

# 求められる創造性人材

- AI・ロボティクス等の社会実装の影響により、一部の労働者は職を奪われる可能性がある
- **影響を受けづらいクリエイティブ要素の高い労働人口を今後どのように増やしていくか**が重要となる

## 職業別カテゴリとクリエイティブ要素割合の関係性



出所：nesta “The Creative Economy and the Future of Employment” (2015)

## 労働市場の構造変化を考慮した課題への対応

### ■ 今後求められる職業・人材

- ・ nestaの研究結果によると、**クリエイティブ要素が高い職業は自動化の影響を受けにくいという傾向があり、今後の社会経済においてさらに需要が高まると**述べられている。
- ・ その中でも、STEMスキルを有するクリエイティブ要素が高い職に就く人材に、今後の社会経済は依存していく。
- ・ 一方、クリエイティブ要素が低い職業の労働者の一部は、AI・ロボティクス等の社会実装により職を奪われる可能性が高いと述べられている。

### ■ 取り組むべき課題

- ・ 今後の社会情勢やクリエイターが抱える特有の事象を考慮し、以下のような課題に対して取組みを実施し、**クリエイティブ要素の高い職業の労働人口を増加させる必要がある。**
1. クリエイティブ要素の高い職業を成長させる教育環境の整備
  2. クリエイティブ要素の高い職業への移行支援
  3. その他、個別の課題への対策

出所：令和2年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業  
<新たな文化創造に資する経済社会のエコシステムに係る調査研究事業> (2021)

# 求められる創造性人材

- デジタル社会の実装に伴い、定型的な労働は自動化
- 人間にしかできない創造性を求める風潮が高まると予想されている

United Nations 『(UN75) 2020 AND BEYOND デジタル技術のインパクト』より

技術的失業の促進

2030年までに自動化によって職を失いかねない人数：8億人  
(マッキンゼーなどのグループによる報告書より)

人間にしかできない  
創造性を求める風潮

定型労働の自動化に伴い、より創造的な活動や意思決定に関して、人間ならではのスキルや役割が求められてゆく

ギグエコノミーの進展による  
ストレスや心身の問題

「ギグエコノミー」などの単発型労働により、労働者の福祉や労働の基本的権利、社会保障の不在、不安定な雇用に対するストレスの増加

上記に対し、必要な訓練もスキルもないことを不安視

状況改善のための  
方向性

- 科学技術や工学、数学の重視
- ソフトスキルやレジリエンスの強化

人々が生涯を通じてスキルの学び直しや向上が図れるよう、教育に対するアプローチを変える

手厚い支援の  
拡充

- 育児
- 介護

無給労働について、世界的な人口構成の変化により、需要が高まる公算が高い

出所：令和2年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業 <新たな文化創造に資する経済社会のエコシステムに係る調査研究事業> (2021)

# 求められる創造性人材（成長戦略）

- 第4次産業革命により、コスト競争から付加価値の獲得競争へ、構造が変化
- 世界的に中スキルの仕事が減少し、高スキルと低スキルの仕事が増加する「労働市場の両極化」が進行
- **高スキルの雇用を増加させるため、創造性等を具備する人材育成が課題**
- アートやデザインが経営と比較的遠いところに置かれ、コストや品質に注目してきた我が国のものづくり企業を念頭に、**大企業に勤務している若い世代に対して創造性を磨き直すリカレント教育**を提言

## 成長戦略実行計画（令和元年6月21日）抜粋

### 第1章 基本的考え方

#### （1）背景

...第4次産業革命は、同質的なコスト競争から付加価値の獲得競争への構造変化をもたらす。デジタル化を企業経営者が本格活用し、いかに差別化を図り、付加価値の高い新たな製品、サービスを生み出すかという競争であり、付加価値の創出・獲得が課題である。

第4次産業革命は、労働市場にも大きな影響を及ぼす。現在、世界的に中スキルの仕事が減少し、高スキルと低スキルの仕事が増加する「労働市場の両極化（Polarization）」が進行している。高スキルの雇用を増加させるためには、機械やAIでは代替できない創造性、感性、デザイン性、企画力といった能力やスキルを具備する人材を育てていく必要がある。

## 成長戦略（令和2年7月17日）抜粋

### 第2章 新しい働き方の定着

#### 3. 社会人の創造性育成（リカレント教育）

大企業に勤務している20代から30代前半の社会人に対して、創造性を磨き直し、ステップアップするためのリカレント教育の機会を提供することが必要である。

我が国のものづくり企業は、アートやデザインが経営と比較的遠いところに置かれ、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。

このため、個人の内面や顧客ニーズに基づく創造的な発想をビジネスにつなぐ教育プログラムを開発し、実践する大学等の拠点を早急に構築するため、集中的かつ中長期にわたる支援を行う。

# 経営スキルに併せて求められる創造性・発想力

■ 経営スキルに加えて、創造性・発想力を重視する職業の賃金は大きく上昇

未来投資会議（第37回：令和2年4月3日）配布資料「資料1：基礎資料」より



(注) 経営スキル、創造性、発想力を重視する職業は、O\*NETデータの「Administration and Management」、「Originality」、「Fluency of ideas」の重要度が上位5%の職業。2015年の消費者物価（CPI）の水準で実質化。  
(出所) 米国O\*NETデータ、米国労働省労働統計局データ、OECD.statより作成。

# STEAM人材

- **STEM領域に、芸術・デザインや人文的な視点「A」を融合させた「STEAM人材」**が注目される
- **マインドセットの特徴**：①形にはまらない、②ひとまずやってみる、③失敗して前進する

世界を変えるSTEAM人材 シリコンバレー「デザインの核心」（2019,ヤング吉原麻里子,木島里江著）より作成

**S T E A M**  
サイエンス    テクノロジー    エンジニアリング    **アーツ**    数学

科学・技術・工学・数学（STEM）領域の最先端技術に、芸術・デザインや人文（リベラルアーツ）的な視点を融合させることで、かつてないイノベーションを生み出し、人間の生活を豊かにするというコンセプト。

理数工学領域の専門性を研鑽するだけでなく、「人のために役立ちたい」という視座や哲学を持つことが、これからの世代を支えるイノベーション人材に求められる

## STEAM人材に共通する3つの特徴的なマインドセット

**1 形にはまらない**  
think outside of the box



社会的常識や規模といった「箱」の中にとらわれると、考え方が収束してしまい、新しい発想が生まれにくくなる。そうした縛りから自由になるには、領域を超越する行動力が必要だ。異なる領域に足を踏み入れることで、人の思考が拡散し、新しい発想が生まれやすくなる。

**2 ひとまず、やってみる**  
give it a try



シリコンバレーでは「不完全さ」を許容する文化が浸透している。アイデアを極めようと綿密に計画を立てていると、チャンスを逃してしまう。完全主義を捨てて「何事もプロトタイプ」ととらえる姿勢でひとまず発進させてみる。フィードバックをもらいながら、アイデアを改良し続けることが大切だ。

**3 失敗して前進する**  
fail forward



失敗と前進は、一見、反対の概念に思われがちだ。しかし前進の反対派「何もしないこと」。失敗や停滞や後退ではない。イノベティブなチームを作るには「失敗は挑戦した証」と称賛する文化を作り上げることだ。自分と異なる意見も「Yes」と肯定し、「and」で多種多様なアイデアも前向きにつなげていく姿勢が重要だ。



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