

## 第2回 これからのデザイン政策を考える研究会 議事録

日時：令和5年2月13日（月） 10:00 - 17:00

場所：国立新美術館 講堂

出席委員：

浅沼 尚	デジタル庁デジタル監
石川 俊祐	デザインディレクター／KESIKI INC. パートナー／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特任准教授・プログラムディレクター
市川 文子	株式会社リ・パブリック共同代表
大西 麻貴	一級建築士事務所 大西麻貴＋百田有希／o+h共同主宰 横浜国立大学大学院Y-GSAプロフェッサーアーキテクト
加島 卓	東海大学文化社会学部広報メディア学科教授
上平 崇仁	専修大学ネットワーク情報学部教授／デザイン研究者／日本デザイン学会情報デザイン研究部会幹事／大阪大学エスノグラフィラボ招聘研究員
桐山 登士樹	富山県総合デザインセンター所長／富山県美術館副館長（デザイン・工芸担当）／株式会社TRUNKデザインディレクター
倉森 京子	NHKエデュケーショナルプロデューサー／一般社団法人Design-DESIGN MUSEUM代表理事／女子美術大学特別招聘教授／国立新美術館評議員
座長 齋藤 精一	パノラマティクス 主宰
佐宗 邦威	BIOTOPE代表／多摩美術大学特任准教授
佐藤 卓	グラフィックデザイナー／TSDO代表取締役会長／公益社団法人日本グラフィックデザイン協会（JAGDA）会長
田川 欣哉	Takram Japan株式会社代表取締役／Royal College of Art名誉フェロー
太刀川 英輔	NOSIGNER代表／公益社団法人日本インダストリアルデザイン協会（JIDA）理事長

深野 弘行	公益財団法人日本デザイン振興会理事長／一般社団法人日本スタートアップ支援協会顧問
長澤 忠徳	武蔵野美術大学学長・教授／Royal College of Artシニアフェロー／公益社団法人日本広報協会理事
新山 直広	TSUGI代表・クリエイティブディレクター／一般社団法人SOE副理事／RENEWディレクター
服部 滋樹	graf代表／クリエイティブディレクター／デザイナー／京都芸術大学教授
保坂 健二郎	滋賀県立美術館ディレクター（館長）／文化庁文化審議会文化経済部会アート振興ワーキンググループ専門委員／国立新美術館評議員
丸山 幸伸	株式会社日立製作所研究開発グループ／社会イノベーション共創センタ主管デザイン長Head of Design／立教大学大学院ビジネスデザイン研究科客員教授
水野 大二郎	京都工芸繊維大学教授／慶應義塾大学大学院特別招聘教授
水野 祐	弁護士（シティライツ法律事務所）／Creative Commons Japan理事／Arts and Law理事
山田 遊	株式会社メソッド代表取締役・バイヤー
横山 いくこ	香港M+デザイン&建築部門リード・キュレーター／ICAM国際建築美術館連盟執行役員／文化庁文化審議会専門委員／Design-DESIGN MUSE UMコミッティーメンバー

事務局：

<経済産業省>

茂木 正	商務・サービス審議官
田中 一成	商務・サービス政策統括調整官
俣野 敏道	商務・サービスグループ デザイン政策室長
原川 宙	商務・サービスグループ デザイン政策室 室長補佐
西村 拓	商務・サービスグループ デザイン政策室 係長
三浦 敏郎	商務・サービスグループ デザイン政策室 係長
下藤 菜々子	商務・サービスグループ デザイン政策室 係長

<（委託先）株式会社リ・パブリック>

市川 文子	共同代表
田村 大	共同代表
白井 瞭	シニアディレクター
鈴木 敦	ディレクター
増井 エドワード	ディレクター
松丸 裕美子	ディレクター
廣瀬 花衣	アソシエイトディレクター
酒井 一途	コーディネーター

## 議事次第

1. 開会・座長紹介  
(経済産業省 デザイン政策室長 俣野敏道)
2. 開会挨拶  
(経済産業省 商務・サービス審議官 茂木正)
3. ご挨拶  
(文化庁 文化経済・国際課 新文化芸術創造室長 杉野可愛)
4. 事務局説明  
(経済産業省 デザイン政策室長 俣野敏道)  
(経済産業省 デザイン政策室 室長補佐 原川宙)
5. 座長挨拶 (齋藤精一 座長)
6. Session1 テーマ別分科会
  - 6.1 【開拓】
  - 6.2 【戦略】
  - 6.3 【資源】
  - 6.4 【人材】
  - 6.5 【地域】(昼休憩)
7. Session2
  - a. 午前の議論共有
  - b. 領域横断議論
8. 本日の議論総括 (5分科会のリーダーより)
9. 閉会挨拶  
(経済産業省 商務・サービス政策統括調整官 田中一成)

## 議事

### 2. 開会挨拶

(経済産業省 商務・サービス審議官 茂木正)

- ・デザインは、ものの見た目の美しさにとどまらず、企業の価値の向上や地域の振興、行政サービスの改善、社会課題の解決、私たちの生活文化の創造など、人々の様々な領域の発展に貢献できる。
- ・しかし、デザインの効用を正しく理解して実践している人はまだ一部に限られているのが実態。なぜか。100年に及ぶ日本のデザイン政策史を振り返ると、デザインの対象領域が拡大しているにもかかわらず、デザイン政策が物理的な意匠を中心に展開されていた点が原因の一つではないかと考えている。
- ・こうした経済社会に幅広く貢献するデザインの力を最大限引き出していくためにはどうすればいいか。今日は、次の5つの観点をふまえてご議論いただきたい。
  - (1) デザインが貢献できる領域の開拓について。機能する領域や発揮している価値が十分に認識されていない。この理解を深める。
  - (2) デザインを振興していくための戦略。日本にはデザイン振興とデザイン政策を包括的に検討・推進する、いわゆるデザインカウンスルのようなものが存在していない。一時的な流行にとどまらない、ジャパニデザイン戦略的な振興に必要なことは何か。
  - (3) デザイン資源について。日本経済、社会の発展を担ってきた資源であり、これからのデザイナーがジャパニデザインのDNAを学ぶという意味でも、日本をもっと知りたい訪日外国人の方に向けての観光資源という意味でも非常に重要だが、歴史的・体系的な整備、分析、可視化・連携が不十分であるとの指摘がある。散逸しているデザインの資源をいかに繋げ、可視化していくのか。未来に繋げていく基盤をどうしたらいいか。
  - (4) 人材育成。経済社会のあらゆる側面でデザインの力が貢献できる可能性が広がる中、これを担う人材というのが十分に輩出されていく環境にあるのかどうか。これからの時代のデザインに求められる教育や環境整備として必要なことは何か。

(5) 地域の活性化を実現するデザイン。近年は地域活性化の分野でもデザインに注目が集まっているが、その理解にはまだまだ濃淡がある。これまでにないアイデアで地域が直面する課題を解決する、あるいは人の交流や包摂の促進をデザインして、地域に住み続けたい人、移住したい人、観光したい人を増やしていくために、地域が活性化していくためにデザインができる役割とは何か。

- ・以上5つの点について午前中のセッションで議論を深めていただき、午後のセッションでは相互にどのような連携が求められるかについて、あるべきエコシステム全体像について、活発にご議論いただき、方向性を見いだせればと思う。
- ・今年10月には34年ぶりに世界デザイン会議が六本木で開催される。2025年には「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマに大阪関西万博が開かれる。この研究会のアウトプットもこれらと連携させたい。
- ・本日の議論を踏まえ、これからの力強いデザインの政策を展開。そして官民連携してデザインの力を最大限引き出すことを目的に進めていきたい。皆様の活発なご議論を期待する。

### 3. ご挨拶

(文化庁 文化経済・国際課 新文化芸術創造室長 杉野可愛)

- ・デザイン政策の議論に、文化庁として今後どのように関わらせていただくかなど、文化庁内でも検討したい。本日はまず私が勉強してくるようという指示のもと駆けつけてきた。
- ・日本博2.0も担当している。2025年の大阪関西万博に向けて、日本全国で「日本の美と心」をテーマに日本の文化芸術の魅力を国内外に発信していく、省庁横断のプロジェクト。
- ・経済産業省や内閣官房の国際博覧会推進本部事務局とも常に連絡を取り合いながら省の垣根を越えて一緒に進めてきている。過去にはファッションのイベントと一緒にやった実績もある。
- ・デザインには大変興味があり、本日の議論が楽しみ。どうぞよろしく願いいたします。

### 4. 事務局説明 研究会の背景、デザインという言葉の使い方について

(経済産業省 デザイン政策室長 俣野敏道)

- ・研究会立ち上げの背景について、まず、デザインに対する社会の期待がある。
- ・日本政府の成長戦略において「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」と指摘。将来の子供たちの仕事として何を作っていくのかという観点からも触れられている。米国でも創造性・発想力を重視する職業の賃金上昇に関するデータがある。
- ・AI・デジタル化が進む中で、人々の創造性が求められている。
- ・特にその中で今後求められていくであろう文化的創造性の部分を、いかに経済社会の持続的発展に繋げていけるか。そこが非常に重要なポイントになる。
- ・戦前の工芸指導所から続く経済産業省のデザイン政策を振り返って、産業振興の文脈を基本とし、近年は行政サービスの文脈が追加され展開してきた。一方、市民も含めた文化的価値の創造、精神的欲求の充足については、この20年ほどの政策の中ではあまり語られてきていない。
- ・経済政策としてのデザインと、新しい文化を作っていくということを、経済産業省としても文化庁と連携しながら検討していけないか。これが中核の問題意識。
- ・また、デザインの定義が広がっている。例えば、①企業のブランディング、②顧客の課題解決・イノベーション、③社会課題解決、④意味のイノベーション、⑤美しさや用の美のことまで、デザインと呼ぶ。他にも、合意形成プロセスや物事の捉え方、考え方自体をデザインと呼ぶこともある。
- ・例えば、領域を横断し発想する。視点を提供する。人文科学・自然科学・社会科学の間に位置し、様々な知見を横断し繋ぎ統合していくプロセスを「デザインする」と表現できるのではないか。
- ・そのほか、教養としてのデザイン教育と、いわゆる非言語的な手段を用いながら統合し具体的なプロダクトやサービスへと昇華させていくプロフェッショナルのデザイナー教育、これ

らが混同されがちである。本日はこの辺りも言語的な定義を意識しながらご議論いただくとありがたい。

- ・本日はデザインという言葉、どういう意味で使っているかを意識しながら議論いただけると、専門家以外にもわかりやすいものとなるだろう。

## 事務局説明 海外デザイン政策の潮流など

(経済産業省 デザイン政策室 室長補佐 原川宙)

- ・今回実施した海外デザイン政策の調査では、経済産業政策としてデザイン自体を振興するところから、質的に豊かで持続可能な市民社会の形成に向けてのデザイン活用へと移行する傾向が見えた。各国・地域の目指すところにデザインをいかに活用するか。デザインの活用ありきではなく、主要な政策にデザインを溶け込ませる形で考えられている。
- ・デザインカウンスルは、国の経済活動や企業経営活動におけるデザインの重要性を裏づける調査研究やデータは当然として、ダブルダイヤモンドに代表されるようなデザインの裾野を広げるノンデザイナー向けのツールキットの開発・普及も盛んである。
- ・デザインミュージアムは、展示やコレクションだけでなく調査研究機能、つまりシンクタンク機能やデザインカウンスル的な機能を持つところも複数ある。
- ・人材教育の面では、プロフェッショナルなデザイナーのみならず、デザインに投資し活用する人、つまりクライアント側の人を対象に、デザインの意義や可能性についての教育・普及活動、すなわち教養としてのデザイン教育の充実が見られる。
- ・地域の発展に寄与するデザインカウンスル/デザインミュージアムの活動。デザイン活用が都市部から地域へ向かう流れは海外でも同様で、例えば、地域のデザインウィークやフェスティバルなどを通じて地域振興を行っているデザインカウンスル、デザインミュージアムも世界にはある。域内にどんな企業や工場、デザインスタジオがあるのかというところを、デザイン業界以外の人、市民が知る機会として機能している。日本にも似たような文脈の取り組みがあるが、全国的にみると一部の限られた地域にとどまる。
- ・経済だけでも文化だけでもない、両輪としてのデザイン政策を考えていくために、今回は5つの論点で議論していく。午前中に5つのテーマの分科会、午後に領域横断で議論する。
- ・デザインに関わるさまざまなセクターがどう連携していくか。事務局が作成したマップを叩き台に議論し、全体として今後やっていくべきことやあるべき関係性や方向性を可視化していくのが本日目指すゴール。
- ・こうした関係性図を、欧州連合ではデザインエコシステムと呼ぶ。デザイナーのみならず、デザインカウンスルなどのデザイン振興機関や、大学など多様なプレイヤーがいる。日本においても様々なデザイン領域や立場を超えて連携し一丸となってデザインを社会に浸透させていきたい。

## 5. 座長挨拶 (齋藤精一 座長)

- ・デザインの領域が広がる中、今日お集まりの皆さんもそれぞれのデザインの定義をお持ちだと思う。ひとつの定義を作るのではなく、それぞれの定義を持った上でどういうアクションを起こせるか、アクションを繋げていけるか。待ちに待った機会なので、ぜひ闊達な議論をして、デザインでこんなアクションを起こせるのでは、どう先に進めばいいのかといったことを報告書にまとめたい。今日この議論自体もパブリックにして、しっかり議事録に残していただき、お互いに共有する意味がある。
- ・デザイン政策に関して、今まで数多くの議論と報告書があり、できる限り読んだが、なぜアクションが起きてないのか不思議。今日はここから大きなアクションを起こせるように。
- ・経産省からも文化庁からも2025年の大阪・関西万博の話が出た。デザインという言葉は成長戦略の中にも2019年から出現している。日本の政府の中でも政策のデザインとして、資源としてのデザインをどう活用するか。
- ・日本のクリエイティビティとかデザインは非常に海外での評価が高いが、日本の中での評価が低い。世界に対して、また国内に対しても、デザインによる課題解決だけでなく、楽しいとか美しいとか、そういうところに対してもいろんなアクションがここからスタートしていけばと思っている。闊達な議論をよろしくお願いします。

## 6. Session1 テーマ別分科会【開拓】【戦略】【資源】【地域】【人材】

### 6.1【開拓】社会の幅広い領域で進化を生み出す

#### 代表委員

太刀川 英輔

NOSIGNER代表 / 公益社団法人日本インダストリアルデザイン協会 (JIDA) 理事長

#### 担当委員

浅沼 尚

デジタル庁デジタル監 (分科会は欠席)

佐宗 邦威

BIOTOPE 代表 / 多摩美術大学特任准教授

水野 大二郎

京都工芸繊維大学教授 / 慶應義塾大学大学院特別招聘教授

水野 祐

弁護士 (シティライツ法律事務所) / Creative Commons Japan理事 / Arts and Law理事

#### 開拓分科会のテーマ

デザインの機能は、3つに分けて捉えられます。フワフワと目に見えない諸要素を分析し、コンセプト化する顕在化の機能。概念を形にする可視化の機能。可視化された方向性をディテールまで整った状態へと具現化させる現実化の機能。デザインとはプロジェクトの最後で具体的な形のみにかかわるスキルだと誤解されがちですが、実際はプロジェクトの序盤から終盤まで一貫して意思決定を助ける役割を果たしており、だからこそ今日、経済活動のみならず社会、行政などあらゆるセクターでその力が求められているのです。にもかかわらず政策の中でデザインの位置付けが低いのは、デザインの価値が正当に評価されていないからではないでしょうか。この仮説を出発点とし、これまでの経済中心のデザイン政策を、持続可能な社会・環境の未来を見据えて捉え直し、社会の幅広い領域で進化を生み出していくためのデザイン政策のあり方を多方面から検討したいと思います。(太刀川委員)

#### 太刀川委員からの問いかけ

Q1. 経済産業の創出において、デザインが本来もっている機能とは何でしょうか。また逆に、デザインが機能しにくい状況はどんな場合でしょうか。

Q2. 現在の経済産業政策におけるデザインの位置づけと、本来デザインが果たしている機能とのズレはなんでしょうか。また、そのズレを解消している他国や異領域の事例があれば教えてください。

Q3. ( 経済産業以外の領域で ) 社会にデザインが本来発揮している機能は何でしょうか。また逆に、デザインが機能しにくい状況はどんな場合でしょうか。

Q4. デジタル・法律・環境・教育・国際交流・福祉など、経済産業以外の領域で、デザインの現在の政策的位置づけと、本来のデザインの価値とのズレはどこでしょうか。また、そのズレを解消している他国や異領域の事例があれば教えてください。

Q5. こうしたズレを解消するために、現在のデザイン政策は、どのような形に、どんなプロセスでアップデートされるべきでしょうか。

## 議論内容

### 産業とデザインの交差点、そしてデザイン対象の変化

太刀川英輔委員（以下、太刀川） この分科会では、デザインの政策的位置づけをマクロな視点からアップデートしたいと思います。話題提供したとおり、政策にいかせていない原因は、デザインに対する誤解にあるのではと思っています。

水野大二郎委員（以下、水野大二郎） 20世紀の終わり頃までは世界的にも、デザインは外見あるいは「ガワ」を整えるものとして捉えられていました。イギリスのデザイン振興機関であるデザインカウンシルを見ると、2000年代初頭から、複雑な問題に対して社会の価値観そのものの移行を設計するトランスフォーメーションデザインや、トランジションデザインと呼ばれる議論が出てきています。日本のデザイン政策を担う経済産業省は、これまでは産業に直結するデザインの振興を主に行ってきたため、サービスデザインを社会革新につなげていこうとするこうした動きの有効性について、現時点で判断がついていない状態だと思っています。

佐宗邦威委員（以下、佐宗） 太刀川さんの問いを少々乱暴に解釈すると、「なぜ経済産業政策にデザインが入ってこないか」ということになるのでしょうか。ソニーやパナソニックでデザイン室が立ち上がった背景には、メーカーごとのオリジナリティを創出する目的がありました。国家戦略の文脈でも、日本の製造業を振興し、日本製品を世界に向けて売っていきたいという流れに乗ってデザインが政策に取り込まれてきたのです。一方、現代においては、国の将来のメイン産業が見えにくくなっています。サーキュラーエコノミーなのか、文化的価値なのか、インバウンドなのか、エネルギーなのか。つまり、これからの成長産業の言語とデザインの言語が噛み合っていないことで、政策とのマッチングがうまくいっていないのではないのでしょうか。

水野祐委員（以下、水野祐） 太刀川委員が挙げたデザインの3つの機能でいうと、顕在化と可視化の2つの機能が大事だというコンセンサスはとれている一方、そのプロセスにデザイナーが必要だと言い切ることは難しいのではないかと。そう言い切るためには、あまたある手法の中でデザインを用いる理由が必要だと思っています。

佐宗 たしかに、探索するのはデザイナーだけではありませんよね。実際に事業を展開する上で、ビジネス、デザイン、エンジニアリングの組み合わせが大事だということはあまり理解されていないように思います。デザイン単体ではなく、複数の要素の組み合わせで提示することが大事だと思います。

### 「偶発性を飼っておく」ためのデザイン

水野大二郎 サービスのデザインは本来、大きく文化のデザインを目指しているものです。私が2021年に座長を務めた「これからのファッションを考える研究会」（経済産業省）でも、ラグジュアリーの次なるステップとして、イタリアのブルネロ・クチネリ（職人を尊重する経営方針で注目を集めるアパレルメーカー）のように、地域の価値をデザインすることが位置づけられました。世界的に見ればデザインの対象は今後より一層、製品やサービスの背後にある社会価値に移行していく。移行への障害を越えることがデザインの役割です。変革をもたらすという意味において、デザインは不確かで怖いものであり、いままでの価値基準に基づく判断が難しい領域でもあります。

太刀川 進化が起こるには、変異が生まれるコストを割く必要があります。またイノベーション、つまり適応的なものが生まれるには外部からの選択圧が必要ということになります。現在、日本の政策・制度においては、変異的なこと、すなわちエラー的挑戦を繰り返すことに対する価値が認められていません。多様な可能性を偶発的に探索する術を持っていないと次の成長につながりませんよね。

水野祐 従来型の政策立案が効きづらい領域ですよ。一方で、何に投資すべきかわからない時代にこそ、政策が取り組むべきは、偶発性を飼っておくことだと思います。

太刀川 また、政策の体験の良さや社会的インパクトのクオリティが十分に評価されてもいません。この両方とも、デザインが得意な領域です。

水野大二郎 デザインの本来持っている機能が飛躍や未来予測的機能である以上、高信頼組織である政府組織が既存の枠組みで実践するのは難しいでしょう。市民参加型の政策立案のプロセスとしてはパブリックコメントもありますが、すでに決まった政策を評価することでしかなく、多様性や偶発性を担保するための仕組みとしては機能していません。市民が政策立案に直接参画する機会を増やすにしても、そのプロセス自体をもっと発散的で生成的、かつ探索的なものにする必要があるのではないのでしょうか。

### 「可能性の探索」を可能にするデザイン・エコシステム

佐宗 1960～70年代は、工業化に投資すれば間違いなかった。一方、不確実性の高い未来を見据える現代においては、多様性を担保して反応する必要がありますが、どの産業が有力な候補となるか、見極めるのも困難です。

この点では、フィンランドの公的イノベーション・ファンドであるSitraが参考になります。循環型社会のビジョンを高い解像度で発表したSitraは政府機関ではないものの、事実上、政策に影響を与えています。高信頼組織である行政はリスクを取りにくいいため、半官半民の組織がリスクをとる。日本でもそんな組織体をつくる必要があるのかもしれない。

水野大二郎 非営利の外郭団体を新たにつくる以外にも、様々な方法が考えられます。例えば、Parley for the Oceansという海洋環境の改善に取り組む国際NPOは、主催するビーチクリーンのイベントに多様な組織や団体を招聘し、領域横断的な議論の機会としています。ドイツに本拠地を置くスポーツ用品メーカーのアディダスがこのParley for the Oceansと連携し、海洋プラスチックを再利用した靴を販売して数年前に話題になりましたが、その支援をしているのはエレン・マッカーサー財団。イギリスに拠点を置き、世界の循環経済を推進する財団です。そしてこの財団をEUが支援している。この関係性自体が実に探索的で、可能性を把握するためのアルゴリズムを効果的に組み込んだ、エコシステムのデザインともいえます。

水野祐 政策デザイン的な観点で言えば、こうした動きのほかに、政策評価やインパクト評価を制度化すべきだと思います。海外では評価機関をつくり、新しい法律をひとつ通すために既存の法律を2つ廃止しないといけないといった仕組みを導入している国もあります。

### 政策のプロトタイピングがもたらす利益とその土壌

太刀川 我々が2018年度に「放射性廃棄物最終処分場のためのデザイン戦略提言」を経済産業省に提言した際には、仮説の精度を上げるためにプロトタイプ的なプロセスを取り入れて政策デザインを実施しました。通常、こうした政策プロセスでは探索的な議論の透明性ある可視化ができず、法律ができて仮説が弱くて実効性を踏まえられていないことが多く、長期化して莫大なコストがかかってしまう。未知の政策には優れた仮説こそが大切です。政策のコンセプト段階におけるプロトタイプにコストをかけることで、結果的には不要なコストを大幅に下げることがあると感じています。

水野大二郎 長期的なコスト低減を目論んだ政策のプロトタイプ。基本線はそこですよ。日本の行政にデザインアプローチを取り入れることを目的に、経済産業省内の有志によって立ち上げられたポリシーデザインスクール（現：Japan + D）でも同様の取り組みがなされていますね。

外部をどう関与させるかという観点では、ニューヨーク市のサービスデザインスタジオ（市内の貧困問題の解決を目的としたニューヨーク市長直下の部局）が推進しているDesigned by Community Fellowshipというプログラムを非常に評価しています。このプログラムでは、地域のロ

一カルな問題を解決するために、その問題について一番深く理解している当事者を資金面とスキル面で支援しています。日本でも同様に、直接的な問題の解決だけではなく、解決を目指して手を挙げた問題当事者を支援するメタなプラットフォームがあるとよいのではないのでしょうか。外部登用人材を内部の組織に取り込む以外の方法で、問題当事者を関与させる。中央省庁でこれを実践するのは難しいかもしれませんが、基礎自治体の取り組みを支援することはできると思います。

水野祐 2022年度のグッドデザイン賞で審査員を務めたシステム・サービスユニットにて、デジタル庁のプレゼンテーションがありました。本研究会【戦略】分科会のメンバーでもあるデジタル庁の浅沼さんはその中で、庁の重点計画に「デザインの力で物事を解決すること」を閣議決定という形で組み込んだ点を一番大事な要素として挙げていました。この決定があったことで、その後の動きが非常に円滑になったと。組織づくりやボランタリーな枠組みで内発的な動機を引き出すことも重要ですが、やはり個別の取り組みには限界がある。政策レベルでデザインの有効性を掲げておくことが重要になってくると思います。

## 6.2【戦略】経営や戦略における実践と連携

### 代表委員

田川 欣哉

Takram Japan株式会社代表取締役 / Royal College of Art名誉フェロー

### 担当委員

長澤 忠徳

武蔵野美術大学学長・教授 / Royal College of Artシニアフェロー / 公益社団法人日本広報協会理事

深野 弘行

公益財団法人日本デザイン振興会理事長 / 一般社団法人日本スタートアップ支援協会顧問

丸山 幸伸

株式会社日立製作所研究開発グループ社会イノベーション協創センタ主管デザイン長  
Head of Design / 立教大学大学院ビジネスデザイン研究科客員教授

### 戦略分科会のテーマ

日本のデザイン政策には、現在次のような課題があると認識しています。

1. デザイン活用の実態把握と情報提供を行う常設組織がないため、個々の企業や行政がランダムに調査を実施しており、全体効率が低い
2. 個々の企業や行政の取り組みが点として展開され、全体戦略が弱いため、互いのシナジーが効いていない
3. 国際連携を担う組織がないため、世界のなかでのオピニオンリーダーとしてのプレゼンスを獲得できていない

民間・行政におけるデザイン活用の潮流をさらに後押しし、それらの取り組み効果を最大化するためには、日本全体を俯瞰して戦略化と提言を継続的に行う組織、いわゆるデザインカウンスルが必要ではないかと考えます。ヨットの帆をどちらに向けて張るかという全体戦略の有無により、時間が経過するほど差が開いてくるからです。デザインカウンスルの役割は、上記3つの課題に対応し、調査機能・戦略策定機能・連携機能と整理できるでしょう。戦略検討ユニットでは、このような組織について各分野の専門家の知見を集め、解像度を高めたいと思います。

### 田川委員からの問いかけ

1. なぜ、いまデザインカウンスルが必要なのか？ (Why)
2. デザインカウンスルは何をやるのか？ (What)
3. デザインカウンスルの体制は？ (Who)
4. デザインカウンスルの効果的な運営とは？ (How)
5. 改めてデザインカウンスルの存在意義とは？ (Why2)

### 議論内容

#### デザインカウンスルは日本に必要か？

田川欣哉委員（以下、田川） 社会や経済の状況が急速に変化し、デザインの可能性も大きく変化している現在、日本のデザイン政策において調査機能・戦略策定機能・連携機能が欠けているのは由々しき事態だと思っています。皆さんはどう感じておられますか。

長澤忠徳委員（以下、長澤） かつては日本にもデザインカウンシルと呼べるものが存在していました。1969年設立の財団法人日本産業デザイン振興会です。グッドデザイン商品選定制度（Gマーク）をはじめ、調査研究や地域振興、地域のデザイン協議会とのネットワークハブとしての役割などを担っていました。しかしグッドデザイン賞を民営化し、公益財団法人日本デザイン振興会へ組織再編する中で、そのほかの機能を切り離してしまいました。これにより日本のデザイン行政の中心がなくなってしまいました。

デザインの民主化が進むのはいいことですが、国づくりにおけるデザインは民間だけでは足りません。リードする組織がないために実装に進まず、議論で終わってしまう。

深野弘行委員（以下、深野） 民営化の流れの中でデザイン政策は政府から切り離され、政策間の連携も絶えてしまいました。いまこそネットワークが求められています。デザインには変革する力があり、様々な領域で注目されるようになってきましたが、政府の中ではまだまだ、デザインの可能性・重要性が十分には浸透していません。デザイン政策を進めていく上で、まずデザインのエコシステムをマップとして把握し、そのハブ機能をデザインカウンシルが担えるといいと思います。

丸山幸伸委員（以下、丸山） デザインカウンシルという方法ありきではなく、目的や役割から議論していきたいと思います。デザインに関する国民のリテラシー（理解度）を上げる政策が必要だという点は賛成です。実際、産業界でもデザインの捉え方は幅広く、変化に先んじて直面した産業の実践知を、有識者や企業が個別の努力で大学や他産業に広めている状況ですが、本来は公的なラボが調査研究を行い、共通の知をつくる必要を感じています。一方で、国の機関だからといって、グローバルに展開する日本企業の戦略に、カウンシルの方針で制約をかけたり、ジャパンデザインとは何かを規定したりはしない方がいいでしょう。

田川 おっしゃるとおり、何をやらないか決めておくのは非常に大切です。デザインカウンシルは「ジャパンデザインとは何か」を規定する機関ではなく、あくまでファシリテーター。デザインの個性は担い手がそれぞれ考えるものだと思います。

丸山 前提をもう少し整理しておきたいのですが、今回議論するデザイン政策とは、デザイン産業を強化するためなのか、それとも、デザインを通じて国を強くするためなのでしょう。コンピュータで言えば、前者はデザイン技術を活用してアプリケーションを作ろうという話ですが、後者であればOSとしてのデザインの話です。デザインを政策のどこに位置づけるのでしょうか？

田川 この研究会は、デザインを通じていかに国や世界をよくしていくかの議論だと認識しています。リソースは限られていますが、デザインの営みを結晶化し、共有知として社会に還元するための常設組織が日本に必要であろうという認識は、今日この研究会に集まっている皆さんの総意といってよさそうです。では、具体的な取り組みについて考えていきましょう。

### 課題解決と魅力づくりの両輪を回す

深野 先日、財団法人台湾設計研究院（Taiwan Design Research Institute、TDRI）の話を伺う機会がありました。もとは台湾デザインセンター（TDC）というデザイン振興組織でしたが、政策提言機能や調査機能を拡充し、2020年に政府のデザイン研究組織へ改組改称されました。台湾のデザインカウンシルと言える領域横断的なプラットフォームで、政府の様々な部署にデザインの取り入れ方を提言しているそうです。

丸山 以前台湾の鉄道事業開発に弊社のデザイナーが携わった際、現地の有識者の方々が、自国にとってのデザインの価値観をしっかりと議論していたのが印象的でした。日本でも自分たちにとってのデザイン価値を問い直す機会が確実に出てくるでしょう。デザインカウンシルはそれをリードする存在になりますね。

深野 まさにそうですね。官民のコンソーシアムのような形でそこを担っていくのだと思います。

丸山 3つほど性格がありそうです。国のデザイン政策を主導する組織であり、常設の信頼できるインスティテュート（公共機関）であり、その延長として自らプロジェクトを実践するDo Tank（シンクタンクを超えた実践機関）でもあると。

深野 グローバルな視野も入れて内外のデザインの動向を鳥瞰するデザイン白書の作成もカウンシルの重要な任務です。あらゆる業種でデザインの意思決定に関わる人たちが、エビデンスに基づいた政策決定や経営判断をしていく土台となります。

田川 デザインの変化はスピードが非常に速く、調査を継続し毎年更新しないと追いつきませんからね。ベストプラクティスを積み上げて横展開していくためにも情報の集約が必要です。共有知を実践的に取り入れられるよう、デザインプロセスやツールキットの開発・共有もぜひ機能として付け加えたい。イギリスのデザインカウンシルやデンマークのデザインセンターによるレポートやツールキットも参考になります。孤立して全部自分たちでやる必要はなく、海外のカウンシルとMOUを交わして、論文を翻訳して共有し合えると効率的です。

長澤 いま最もデザインを必要としていて、またその力が発揮されているのは地方の小さな町だと思います。クラフト、まちの景観、市内を走る交通機関まで、外から見ればすべてが地域の、あるいは国のデザインとして立ち現れます。そこにデザインを勉強した人たちを送り込むと、とてもいい作用が生まれる。憧れられる日本をつくっていくことが、これからのデザインの重要な役割だとすれば、デザイン政策を主導してきた経産省が音頭をとりつつも、省庁の枠を超えて取り組んでいかなければなりません。

丸山 国内の様々な産業はこのままでは続いていきません。地方のカルチャーも同じです。その持続性に関して、様々なアイデアや代替的価値を提案するのもデザイナーの役割です。国も続いていくことが大事であって、「成長」という量的な伸長をイメージする言葉は使わない方がいいかもしれない。またこのようなカルチャーや人の価値観が深く関わる、少子化・高齢化などの社会課題に向き合うときは特にデザインが関わる効果が高い気がします。

田川 この研究会では、デザインは経済とカルチャーを両輪で回すのが大切だという問題意識も共有されています。経済活動や課題解決にくらべて、カルチャー、文化、美しさなどは脇に追いやられがちですが、観光客が日本を選ぶ理由や、日本食のよさとは何なのかといったことは後者の領域です。デザインカウンシルの役割も、課題解決一本槍にしない方がよいでしょう。政府が絡む組織体で、課題解決と魅力づくりの両輪を実践することに意味があります。

長澤 それが「デザインによって国をいかす」ということですね。東京を経由せず地域が直接世界に発信するLocal to Globalな動きを、デザインカウンシルのお墨付きで応援するのはどうでしょうか。カウンシルが提供する知識やツールを利用して、地域がそれぞれに創意工夫を凝らす状況を目指すべきです。省庁から地域にあれこれ要望しても、予算を求められるだけです。デザインカウンシルは課題解決よりも課題発見を担うべきだと思います。

#### **突破力を持つ本部審議会と、常設の実行組織との二階建て**

田川 これまでのお話から、デザインカウンシルの意義は「デザインによって国の可能性を活かす戦略をつくり、知とネットワークを蓄積することでプレイヤーをエンパワーする」と言語化できそうです。最後に、実行力のある組織体のあり方を考えていきましょう。

長澤 カウンシルは、政府に対して直接意見を伝えるパイプを持つ必要があるでしょう。デザインはすべての部署に適応しますから、各省をまたぐことも重要です。

深野 デザインをハイレベルのアジェンダにするため、白書の作成などを任務とする常設の実行組織を中核とするカウンシルの上層に、知的財産戦略本部（知財本部）のような本部・審議会を設置することも考えるべきではないでしょうか。全体戦略、政策提言・課題提起、国の政策・各省庁との連携などの大方針を決めて、閣議レベルへ上申する組織です。

田川 なるほど、中層部の実行組織と上層の本部・審議会というダブルレイヤーで運用するイメージですね。

深野 そうですね、二層が連携して、デザインが様々な分野に及び国の活性化に大きく寄与することを示した白書と、そのファクトをもとにした国家デザイン戦略をつかって閣議決定などハイレベルの政策に載せていく。また、台湾のTDRIのように、部署を超えた提言も大事です。独創的なアイデアがあってもややこしい入札制度に阻まれて具体化しないのが現状です。イノベーション的にOSを変えるデザインであれば、ハイレベルで方針を決め各省に突きつけることも必要です。

田川 実行組織は官民学コンソーシアムで、政府予算で調査を行い、白書を作成し、国内のデザインエコシステム／ネットワークのカオスマップやデータベースを整備するなど、政策の解像度を上げ、具体的に肉づけしていく。

長澤 個人的には、いまのグッドデザイン賞は国の広報の一環として機能していると思います。表彰制度でありながらメディアでもあり、教育の場であり、評価や落選を通じてメッセージを発信してもいます。

深野 グッドデザイン賞はデザインの領域の拡大につれて進化してきました。審査委員も少しずつ入れ替わっているので、分厚い人材ネットワークと情報のリソースがあります。これをカウンシルで活用しない手はない。

田川 国内のネットワークは、日本デザイン振興会などの人脈を活用するのが現実的でしょうね。国際的には、数カ国のデザインカウンシルと協定を結んで交流し「これについては、〇〇の◎◎さんに聞くといい」と名指しで情報交換できるネットワークになっていくのが理想的です。連携の契機として、日本が事務局を務めて、グローバルなデザインのアジェンダを毎年設定していくのも一案です。デザインの潮流を動かすトレンドセッターとして、日本が世界のデザインコミュニティで存在感を発揮していけたらよいと思います。

深野 実現に向けてまずは、なぜデザイン政策が大事なのかを多くの人に理解してもらうことが先決でしょう。一人が頑張ることができるわけではなくて、異質な人がぶつかり合い交流することが創造性にかかわってきます。そのためにはエコシステムがあることと、それを育てることが当面の目標だと思います。

長澤 そのためにも、人々の間にデザインマインドを育成すべきです。造形や意匠を意味する名詞として使ってきた「デザイン」という言葉を、「デザインング」のような動詞として誰もが捉えられるような。通産省時代にデザイン奨励班長を務めた官僚の日高一樹氏は「創造的調整機能を持つのがデザインだ」と語っています。創意工夫力とも言い換えられるでしょう。教育においては「創造的に思考するとは」を考えることがデザインだと思って取り組んでいます。

### 6.3 【資源】 デザインの営みを顕在化し、統合し、国内外に発信する

#### 代表委員

齋藤 精一  
パノラマティクス主宰

#### 担当委員

加島 卓  
東海大学文化社会学部広報メディア学科教授

#### 倉森 京子

NHK エデュケーショナルプロデューサー/一般社団法人Design-DESIGN MUSEUM 代表理事/女子美術大学特別招聘教授/国立新美術館評議員

#### 保坂 健二郎

滋賀県立美術館ディレクター(館長) / 文化庁 文化審議会文化経済部会アート振興ワーキンググループ専門委員 / 国立新美術館 評議員

#### 横山いくこ

香港M+デザイン&建築部門リード・キュレーター / ICAM 国際建築美術館連盟執行役員 / 文化庁文化審議会専門委員 / Design-DESIGN MUSEUMコミッティーメンバー

#### 資源分科会のテーマ

建築やファッション、生活用品、工業製品からコミュニティまで、日本は「デザインの国」として、海外から広く認知されています。にもかかわらず、ここに来れば「日本のデザイン」がわかる、という国立機関・施設はありません。収集・保管する体制がなく、すでにこの世から消えてしまった商品・製品も少なくありません。

また美術館や博物館、民芸館、資料館、図書館、個人や企業、大学のコレクションをはじめ、日本のデザイン資源を収蔵する施設が全国に存在しているものの、連携していないために、活用が難しい現状があります。

かけがえのない日本のデザイン資源をこれ以上失う前に、省庁や全国の関連機関・施設が連携し、戦略的に活用する国立デザインミュージアムを設立すべきだと考えます。ではどこから、どのように進めていくべきなのか。具体的なアクションに結びつけるための議論をしたいと思えます。

#### 齋藤委員からの問いかけ

1. デザインの定義 日本のデザインは何を包含すべきか？
2. 日本にはどの様なデザインの資源があるか？どこにあるのか？
3. 活用するために必要な体制とは？
4. 活用するための体制構築ができたときに必要な場所・機能とは？必要な取り組みとは？
5. 資源を活用することで何が生まれるのか？生まれるべきか？

#### 議論内容

##### デザインには他者とのやりとりがある

齋藤精一委員（以下、齋藤） このセッションのテーマである資源については、省庁や自治体、民間企業などにおいても、「保管・収蔵」と「活用」とで管轄が分かれてしまっていて、うまく連動ができていない現状があります。そこで「日本のデザイン資源は何を包含すべきなのか」という問いから考えたいと思えます。

保坂健二郎委員（以下、保坂） 僕はこの問いを「デザインミュージアムをつくるとしたら」という視点で考えました。たとえば日本の文化を語るときに、「縄文」というフレーズがよく使われるんですが、その瞬間に議論がローカルに閉じてしまい、世界に対して発信力を失う可能性があります。

同じように、日本の工芸界では「工芸」を「KOGEI」として定着させようという動きがありますが、その場合は本来、「工芸は世界各国のクラフトと何が違うのか」という議論をしなければなりません。それをしないままに、工芸は工芸/KOGEIだと言い続けている限り、ほかの国の文化と接続ができなくなってしまう。

違いはユニークネスと捉えることもできますが、とくに海外のオーディエンスを想定するのであれば、グローバルなデザインの文脈と接続しやすい時間軸の設定が必要なのではないのでしょうか。

加島卓委員（以下、加島） あらゆるジャンルや時間軸を一度に整理することはできないので、まずは資料がはっきりしている近現代から始めてはどうでしょうか。

というのも「デザインは何か」という問いを立てると、関係者の意見が違いすぎて、收拾がつかないんですよね。そうではなく、さまざまな領域の方々に語ってもらった上で、「本当にデザインと言わないと、できないことは何か」に対する答えを寄せ集めていけば、デザインに期待していることが見えるはずだと思います。

社会学から見ると、アートとしてのデザインを評価するだけではもったいないと感じています。それはデザインには「他者とのやり取り」があるからです。デザイナーがクライアントの依頼を受けて代わりに表現する中で、つくりたくないものをつくらされたり、意図した通り使ってもらえなかったり、全然、自分の思い通りにならない。作品制作とは明らかに違うことをやっているのです。こんな偶然性に満ち溢れているにもかかわらず、この代理・依頼の形式がなくなること自体が、驚くべきことだと思います。

この視点から見ると、優れたもの以外の評価もできます。その上で、つくる人の話も大事ですが、メーカーや、デザイナーやクライアントの意図を裏切った使い方をするユーザーの話も包含していく方が「これはアートと違って、デザインだよ」と言えるのではないのでしょうか。

### ストーリーがあるからよさがわかる

保坂 デザイン資源はすでにいろいろな施設に入っていますが、それらが可視化されていないことが問題です。日本の専門家はともかく、海外からだとも権利処理なども複雑で、アクセスができない。また美術館においては所蔵品だけではなく、これまでダンボールの中に死蔵してしまっていたエフェメラ（チラシ、パンフレットなどの一過性資料）などが注目され始めています。デザインに関しても同様に、資料をオープンにしていくことが重要だと思います。

齋藤 アートリサーチは進んできていますが、デザインとは線が引かれてしまっている印象があります。加島委員にお聞きしたいのですが、アカデミアの文脈では、どのようにデザイン資源を活用していくべきでしょうか。

加島 美術批評に対して、デザイン批評がなぜ難しいかという、デザイナーとクライアントでしか共有されていない内部情報があるからです。その情報を知らないと、批評が的外れになったりもする。そういう難しさがデザイン批評にはあります。一方、日本にも企業のミュージアムはありますが、完成品の展示だけではユーザーの生活が見えず、またデザインがどのようにしてきたのかもわからない。デザイン資源を活用するためには、従来の記録の残し方を反省し、記録の残し方を刷新する必要があると思います。

齋藤 この話は重要ですね。日本ではアカデミアとものづくりとで、コンテクストの歯車が合っていないように感じます。その点、横山委員が所属する香港の美術館M+（エムプラス）には、日本の美術館が持っていない機能がありますよね。

横山いくこ委員（以下、横山） 美術館にはギャラリーとリサーチセンターの機能があり、すべての所蔵品や資料を展示で見せているわけではありません。一般の方々に向けてどういった情報を出していくのか、そのフィルターを設定する必要があります。その点でも、保坂委員、加島委員同様に私自身も、鑑賞物としてのモノやビジュアルだけでなく、ストーリーへの興味が上がってきています。美術は個人の解釈でもよい部分もありますが、デザインが目指す最初の目的は個人的な感情の喚起ではないので、結果的に使い心地やそこで得た体験が感情を喚起することはあっても、ストーリーがないとよさがわかりませんよね。

また世界的に見ると、デザインミュージアムは対象の幅が狭く、オーディエンスを集めるのに苦労しているところが多いですよね。M+ではアートとデザインをビジュアルカルチャーとして扱うことで、デザインを孤立させない戦略をとっています。

さきほど工芸が話題に上りましたが、もともと工芸は生活の中で使われていたデザインにもかかわらず、保存すべきアートとして扱ってしまったことは問題だと思っています。

保坂 日本の美術館にいと、なかなか言いづらいことを言ってくれました（笑）。工芸とデザインは密接な領域であるにもかかわらず、日本の美術館や博物館では工芸史専門の採用はありますが、デザイン史専門の採用はほとんどありません。アカデミアの体制からやり直す必要があるのかもしれない。

齋藤 仕組みをいくらつくっても体制がないと受け止められませんからね。実際、日本では教育の中でもデザイン史の専門などはほとんどありません。デザイン資源を保存・活用するために、必要な人や体制はどんなものなんでしょうか。

保坂 加島委員のご意見を聞いていて、デザインには社会学以外にも、いろいろな切り込み方があるんだろうなと感じました。そう考えると、デザインミュージアムのインハウススタッフには保管や保存修復をするアーキビストやレジストレーターを多めにして、キュレーションは外部の方々にも積極的に担ってもらうことを考えた方がいいと思います。

### 日本のデザイン文化を知るためのゲートウェイ

加島 デザインミュージアムに関する近年の議論で、ネットワーク型ミュージアムの案があがってきていますよね。その意味ではスポーツにおける国民体育大会のように、文化庁や経済産業省、日本デザイン振興会、開催都道府県などによる組織委員会をつくり、ツアーをしていくのが理想的かなと思っています。

齋藤 デザインミュージアムには、世界に日本のデザインを発信するグローバル都市戦略と、地域の文化を振興するローカルコミュニティ戦略と、両方の役割があると思いますが、それぞれ異なる機関が進めようとしてきて、結局、両方とも息切れしてきてしまったというのが現状だと思います。どちらをどう選択していくのがいいんでしょうか。

保坂 国立の施設・機関として新しくデザインミュージアムをつくるなら、その機能はグローバルなゲートウェイになると思います。そう言い切れる理由は、この国の特徴として、ほとんど全ての都道府県に美術館などがあるからです。ローカルについては地域にある美術館が責任を持てばいいので、国立の機関は発信拠点として運営していくのがよいと思います。

横山 ささまざまな資源をつなぎ合わせていくのはおもしろいですが、気を付けないといけないのは中立性です。有名なデザイナーの作品ばかり並ぶ倉庫のようになってしまう可能性がある。どんな資源をどのように組み込むのか、フレームワークをつくって動いていく必要があると思います。

倉森京子委員（以下、倉森） 企業の製品を扱う際には、特に大事ですよ。というのも先日、たまたま山形県にある天童木工の工場見学に行く機会があって。木の板を圧縮する技術の説明をお聞きして、「そういう仕組みこそ、デザインだ！」と感動したんですが、そのことは

すでに会社のホームページに書いてある、しかしその文脈で読むと会社の宣伝に見えて「デザイン」という気持ちに至れない。連携する上では公共の目線、そして「デザインという補助線を引くこと」が必要だと思いました。

横山 デザインは活動なので、そこにある情報から抽出したものをパラフレーズ（言い換え）して、デザイン史に収める作業をするのが美術館の仕事なんですよ。その意味ではデザインカウンスルのように、デザインを活用して経済に寄与することと、保存・収蔵して研究することは、最終的な効果が影響し合うことはあっても、目的やミッションはまったく別のことだと思っています。世界では両方の機能を持っている施設もありますが、今の議論では少し混同してしまっているように感じます。

香港では、M+と香港デザインセンターとがあり、連携してはいますが、別々のミッションで動いています。立ち上げにあたっては分けるべきところは分けていく必要があるでしょう。

### 小さな準備室をつくる

保坂 組織の体制として、カナダのCanadian Centre for Architectureは具体的に参考になりそうです。フィリス・ランベールの寄付で設立され、膨大なアーカイブの研究と活用を内外のキュレーターとともにやっている機関です。訪れると、ゆったりとした時間が流れていて、研究者たちが建築資料の分析の仕方自体を研究しています。研究への奨学金も出していて、資源を次世代へ手渡す機関として、ひとつのモデルになると思います。

日本で似ているところがあるとすれば、千葉県の国立歴史民俗博物館や大阪の国立民族学博物館でしょうか。こうした機関の中間地点を狙うのがよいと思います。実際、歴博の資料を使えば、ある程度のデザインミュージアムはつくれると思いますし、あるいはそうした博物館のなかに、デザイン史部門をつくる形でもいいかもしれません。

横山 まずは小さくてもいいので、準備室をつくることだと思います。ロードマップをつくり、どんな機能が必要なのか、国と連携しながら検討する専任の人を置くことが重要です。その際のメンバーはキュレーターだけではダメで、法律や行政文書を読める人が必要だと思います。

齋藤 たしかに第一歩として小さなチームをつくることは大事ですね。現状、文化庁と経産省で推進していく話になっていますが、実際には官公庁や総務省、文科省などいろいろなところが入ってくる話ですよ。ただ話が大きくなるとなかなか動かないので、どこがイニシアティブをとって進めていくかがポイントになると思います。

保坂 あとは日本のデザイン史に関する本が編纂されるといいなと。たとえばチューリッヒデザイン美術館による編集で、100年にわたるスイスのデザイン史をまとめた2冊の本が出版されています。こうした形で博物館のコレクションに紐付けながら、きちんとオーソライズして資料を編纂することはすごく大事だと思うんです。

横山 デザイン史をまとめることで、世界中のリサーチャーが資料として使えますよね。そのまま真似をして、よくあるようなデザイン年鑑をつくるのではなく、コンテクストまで含めて編集したデザイン史の本ができるといいですね。

### 国立デザインミュージアムに収蔵品は必要か

倉森 私自身は三宅一生さんの想いを引き継いで、国立デザインミュージアムの設立を目指す一般社団法人Design-DESIGN MUSEUMをやっています。活動当初には「21\_21 DESIGN SIGHTがあるから、デザインミュージアムは必要ないんじゃないか」という意見があったんです。ただ21\_21は所蔵品を持たないことにしているラボなんですよ。その意味で全国の所蔵品を21\_21に接続するなど、うまく使いこなしていけたらと思っています。

保坂 デザインミュージアムの話になると、所蔵品はいらんんじゃないかという議論がありますよね。ただ、モノは証拠物なので、保存は重要だと思います。今どき、「モノが大事」と言っていると時代遅れだと思われそうで、そろそろ「モノはいらん」って言った方がカッコいいかもしれませんが（笑）。

一方で、「壮大なコレクションを持っていないと、国立とは言えない」という意見が出てくると思うんですが、それ自体が20世紀型の考え方にすぎないかもしれない。

横山 所有権の問題などもあるので、分散型で収蔵品がないのであれば、国立にはならないと私は思います。

保坂 そこは意見が違ふかもしれないですね。国立近現代建築資料館は、事実上、大学に資料整理や展覧会の企画を委託するという手法をとりつつ、着実に資料を増やしつつあるし、スキルが上がっていると思います。国立の建築資料館としては、まだまだ規模も予算も小さいですが、そうしたモデルを見習うこともできるのではないかなと。

実際、とりあえず立ち上げて、早期に流失してしまう可能性が高いものから収蔵していくという考え方もあると思います。一方のネットワーク型の場合は、長期間の常設展をやるために全国から収蔵品を貸してもらう際に有効になるので、別の仕事になると思います。

齋藤 今日のみなさんのお話を伺って、一度、準備室をつくって、どんなポテンシャルがあるかを試してみないといけないと思いました。万博を活用しながら、準備室が全国の美術館などと連携して、権利の問題などを一個一個クリアしていく。そこで「日本のデザイン100年史」のようなものをつくっていけると、その編集方針を考えること自体が、日本の国策としてのデザインを考える機会になると思います。

## 6.4【人材】デザインを活かす教育と環境形成

### 代表委員

柴田 文江

デザインスタジオエス代表 / 多摩美術大学統合デザイン学科教授

\*分科会欠席のため、当日は市川文子委員が代理でモデレーターを務めた。

### 委員 (五十音順)

石川 俊祐

デザインディレクター / KESIKI INC. パートナー / 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特任准教授・プログラムディレクター

市川 文子

株式会社リ・パブリック共同代表

上平 崇仁

専修大学ネットワーク情報学部教授 / デザイン研究者 / 日本デザイン学会情報デザイン研究部会幹事 / 大阪大学エスノグラフィラボ招聘研究員

佐藤 卓

グラフィックデザイナー / TSDO代表取締役会長 / 公益社団法人日本グラフィックデザイン協会 (JAGDA) 会長

### 人材分科会のテーマ

デザインはエンジン（動力）ではなく、それだけでは何も生み出しません。建築家バックミンスター・フラーは「デザインは垂直尾翼である」と言いました。飛行機の進む方向を決める、小さいけれど本質的な役割です。日本には、ものづくりから観光まで多くの素晴らしい産業や文化があり、推進するエンジンもありますが、方向性をデザインする力が効いていないのではないのでしょうか。

デザインが垂直尾翼のように方向性を調整し、乳化剤のようにさまざまなものとくっついて価値を生み出すには、デザインに関わる人、特に依頼する側の理解が不可欠です。そして将来的には、子どもたちへの教育も必要です。生きるためのリテラシーとして、美術の一環ではなく例えば道徳の授業で教えるといった方法もあるでしょう。この分科会では、デザイナーとその周りの人材という観点から、必要な政策を議論したいと思います。

### 柴田委員からの問いかけ

1. 日本には多くの優れたデザイン人材がいるものの、彼らが十分に活躍できる環境が整備できていないのではないのでしょうか？ デザインやデザイナーの有効な活用を阻んでいる障壁（仮に「岩盤層」と呼びます）とはどんなものなのでしょう？
2. 岩盤層が取り払われた場合、具体的にどんな変化が訪れるのでしょうか？（地域、行政や中小企業など）
3. 柴田さんからは、岩盤層を取り払うための提案がいくつかありました（日本各地に設置されたデザイン相談所、デザインの授業など）。日々の生活にデザインを浸透させるべく、具体的にどんな資源、人、仕組みが必要でしょうか？
4. プロフェッショナルのデザイナーとしての今後のあり方（デザインの民主化や、AIによるデザインの台頭を受けて）

### 議論内容

デザインは「付加価値」ではない

市川文子委員（以下、市川） イギリスの国家機関であるデザインカウンシルでは、デザイナーおよびデザインに関わる人々をデザインエコノミー人口と定義しており、その数は就業者の2

0人に1人に上ります。彼らが生み出す経済効果やその成長率はデータで立証されており、政府はそれに基づいて政策を推進しています。

日本でもデザインに多方面から注目が集まるものの、こうした公的機関もなく、デザインをうまく活用できている企業とそうでない企業の差が大きく、また、社会や行政サービスなど幅広い領域での応用が進んでいるとは言えない状況です。

国内に多くのデザイナーがいて、毎年デザイナー教育を受けた若者が社会に出るにもかかわらず、その力が世の中に十分発揮されていないとしたら、何が問題なのでしょう。この分科会では、人材という切り口から議論していきたいと思います。

佐藤卓委員（以下、佐藤） デザインが様々な産業や社会の領域で必要であることについて、具体例をお話したいと思います。百貨店の銀座松屋は、日本デザインコミッティーの活動に1950年代から伴走するなど、長年にわたりデザインに深く関与してきました。近年はファッションにも注力していますが、経営陣に繰り返し「ファッションはデザインのごく一部です、デザインはもっと大きな概念です」とお伝えしてきたこともあり、同社は数年前、創業150周年にあたり改めて「デザインの松屋」を標榜しました。

市川 佐藤さんは150周年のクリエイティブディレクターを務められたのですね。

佐藤 ええ。でも当初は、働いている方々がデザインをどう捉えたらいいか漠然としていて。そこから有志の社員が3年ほど勉強会を重ねて辿り着いたのが「デザインは気遣いである」という表現でした。プロダクトでもサービスでも、デザインって、未来に何が起きるか考えて、今何かをしておいてあげることなんですね。そう納得することで、経理や総務、営業など、普段デザインなんて口にしない部署の社員も、自分の言葉で外に向けて語れるようになったのです。

「岩盤層」とは、一般的にデザインへの理解度が低いことだと思います。デザインとは付加価値ではなく、価値そのものです。価値は見出すものであって、外から付け加えるものではありません。けれどデザインは「おしゃれなもの」とか「格好つけること」だと、送り出す側にも受け取る側にも刷り込まれてしまっている。この誤解が非常に根深いのです。

### デザインのための政策から、政策のためのデザインへ

上平崇仁委員（以下、上平） 物事が大きく変化する時代にもかかわらず、硬直して動かない状況はまさしく「岩盤層」ですね。これは複数の要因が共犯的に作り上げているものに思えます。

例えば大人が「学ばない」ことや、リスクを取りにくい社会構造。またデザインとは「代理人制度」だから素人の自分たちは手も口も挟めないという「あきらめ」、デザイナーが魔法使いのように何とかしてくれるという「おまかせ」、予算が切れたら終わりの「ひとごと」などの態度。さらに、勝手なことがしづらい管理社会。例えば近年話題になっている「勝手橋」は、住民たちが自分たちの課題解決としてかけた橋が、行政にとっては課題発生になってしまっている例ですね。

石川俊祐委員（以下、石川） 政策を考える前に、そもそもデザインを通じて、国として何を目指していくのかのビジョンが必要ではないでしょうか。その領域もこれまではGDPベースの経済的文脈に留まっていますが、行政や社会など幅広い文脈を捉えて、日本で幸せに暮らしていけるビジョンの解像度を高めてこそ、近視眼的でない政策が打てると思います。

僕たちKESIKIは、人に寄り添う政策立案や実施プロセスをデザインアプローチで探るプロジェクトチーム「JAPAN+D」（ジャパンプラスディー）に伴走しています。ポリシーデザイン（政策のデザイン）が進む欧州では、プロのデザイナーを育てるというよりは、市民一人ひとりが自分らしく創造的に選択肢をもって生きていくことをサポートし、その環境整備に注力していると感じます。実験して学びを得たり、他者と共創したりする創造的な教育も大切です。

市川 多様な人々がどのように一緒に、豊かに過ごしていくか。そのビジョンの形成や実現に向けた議論を、市民が参加する開かれたデザインのプロセスで行って、様々な発話や行動を促していけるといいですね。

本研究会の海外調査でノルウェーの公的機関D-boxに話を聞きました。平均人口1万人程度の基礎自治体が生活の基本単位なのですが、漁業や石油採掘といった一次産業がベースで、男女差が根強い。そこでD-boxは地元の10~20代の女性たちを集めて街中に臨時のデザインスタジオを立ち上げ、サービスデザイナーが伴走して、自分たちの未来を彼女ら自身が考えつくっていく場を始めました。D-boxは国立のデザインセンターと2つの大学が共同運営していますが、機関名はNational center for transformationとあって、もはや「デザイン」を冠していないのが印象的でした。

### なぜ今デザイン教育なのか？

佐藤 デザインが狭い概念に留まっている状況は根深くて、そう簡単に取り除けるものではありません。逆に誤解が完全に解けたら、デザインという言葉がいらなくなり、消えてしまうと思います（笑）。一つひとつの現場でその誤解を解いていくのが自分の仕事だと思っていて、Eテレの「デザインあ」も、子どもたちから少しずつ育んでいってもらえればという思いで10年やってきました。

市川 柴田さんから、学校教育でデザインを教えられる人材がないというご指摘や、美術ではなく道徳で学んだらどうかという提案もありましたね。

上平 産業色の強いデザインを食に例えると、レストランのシェフの料理のようなものです。多くの人が美味しいと言う味を毎日安定して提供し、コストをにらんで量を複製し、収益を上げていく。対して、市民一人ひとりに必要なデザインは、料理研究家の土井善晴さんが「一汁一菜でよいという提案」をされているように、自らコントロールし、ケアし、つくって味わうことを通じて世界と関わり合い、やりくりしながら生活するような態度と言えます。前者の狭いデザインばかりでなく、広義のデザインについてもっと語られるべきだと思う。自分や他者を気遣う行為（ケア）と、仕組みにする行為（システム）の間にある、終わりなき動詞がデザインだと私は考えています。

石川 ああ、私自身の人生初のデザイン体験も、小さい頃に真夏のある日、汗だくで来た配達の方にコップに氷水を入れて出したことだと思います。

佐藤 最近、大人でも子どもでもない中学生へのデザイン教育を何かできないかと考え始めています。また、この100年ほどのモダンデザインだけでなく、日本にはそれ以前から続くデザインの文化があり、世界で高く評価されていることも、もっと知られてほしいですね。

### 領域を超えた共創のデザインが、社会に変革を起こす

市川 日本においてデザインの理解が進むと、企業や地域にどんな変革が起こるでしょう。

石川 長期的には、例えばデザインと中小企業経営との掛け算で、イノベーション創出につながるパートナーシップができたり、デジタルとの掛け算で人に寄り添う思想や意志のあるデジタル活用が進み、便利さを超えて魅力ある暮らし方が追求される可能性が広がると思います。また地域との掛け合わせで、ビジョンとリーダーシップを持った地域の再建も進むでしょう。実際、地方自治体は、デザインに精通した職員が一人でもいると変わります。地域おこし協力隊としても、デザインを学んだ人が多く活躍しています。

現在の資本主義や社会システムはすぐには変わらないので、その中で成功事例を地道につくっていくしかない。KESIKIは北海道旭川市の老舗家具メーカーを事業継承し、職人たちの知識や技術を生かし、地域を巻き込んで創造的・共創的な変革を起こす前例になろうとしています。一方、20年、30年先の状況を変えるためには、デザイン教育がどうしても必要です。

上平 デザインを学ぶ上では、プロのデザイナーが「背中を見せる」ことが非常に大事です。完成された上手な作文を大量に読んでも書き方のプロセスは学べないように、渾沌としたつくるプロセス（過程）を見ることでしかデザインは学べない。デザインミュージアムができて、成果物を見せるだけでは意味がありません。

学生とデザイナーと一緒にフィールドワークすると、学生はデザイナーたちが地域の素材を見出す目の鋭さに心底驚かされています。普通の視点ではゴミのようにしか見えないものがデザイナーにとっては宝の山となって、目を輝かせている。スキル以前に、ものの見え方が違うわけですね。バウハウスで教えた美術家のラーズロー・モホリ＝ナジは「デザインとは職業ではなく、態度である」と言いましたが、その態度は周囲にも感染します。

佐藤 面白くないことなんてないのに、小さくて見逃してしまうんですね。それを感じ取り、広げるきっかけをつくるのもデザインの役割です。地域の日常に潜むすごさを外部の目で伝えることで、新しい人が新しいモチベーションで引き継いでいくことにもつながります。

石川 デザイナーと事業者の二者だけではうまくいかないことが多く、信用金庫や地方銀行にデザインに造詣の深い方がいるケースなど、間に入る人の重要性を感じています。どうしたら新しいビジネスモデルに落とし込めるかを考えるビジネスデザイナーが、デザイナーとペアで地域に入るのも一つの戦略です。

上平 例えば熊本市内を流れる白川の河川堤防の改修では、20年以上かけて市民との合意形成が行われましたが、地域に多くの「つくる過程」を開き、市民や子どもたちがデザインに関わる機会としてきました。地元の小学生が全校で参加して実施された、伝統工法による巨木の移植はそのハイライトです。「この大きな木は、自分たちが移動したんだ」というのは一生語れますよね。

また、ファブラボ品川（東京）では、3Dプリンターを用いた自助具の開発・制作を、障害を持つ人やその支援者、作業療法士らが協働して行っています。使う人自身が、手指の機能や握力の程度に合わせて何度もカスタマイズしながらつくるものです。

このように市民がデザインに触れて学べる場、失敗してもいい「特区」のような空間を、地域に増やしてはどうでしょうか。デザインだけでは浸透しづらいので、保育園や学童施設、病院や喫茶店、ゲームセンターなど地域にある既存の空間と掛け合わせるといい。人は一人では学べません。様々な人が「ともにデザインする」こと（コ・デザイン）を通じて、今の社会を考える場になると思います。

## 6.5【地域】まちの未来を育むデザインのあり方

### 代表委員

大西 麻貴

一級建築士事務所 大西麻貴+百田有希 / o+h共同主宰 / 横浜国立大学大学院Y-GSAプロフェッサーアーキテクト

### 担当委員

桐山 登士樹

富山県総合デザインセンター所長 / 富山県美術館副館長（デザイン・工芸担当） / 株式会社TRUNKデザインディレクター

新山 直広

TSUGI代表・クリエイティブディレクター / 一般社団法人SOE副理事 / RENEWディレクター

服部 滋樹

graf代表 / クリエイティブディレクター / デザイナー / 京都芸術大学教授

山田 遊

株式会社メソッド代表取締役・バイヤー

### 地域分科会のテーマ

これからの社会は「大きなひとつの価値観が全体を包摂する」価値観から、「個から出発する小さな共感の輪が重なり合うことで、全体を包摂する」価値観へと変化していくのではないかと考えています。例えば、ユニバーサルデザインの製品は誰にでも使いやすいようにと無個性になり、誰のためのデザインかがわかりづらくなってしまふことがあります。片腕が麻痺した人のためにデザインしたものが、授乳中のお母さんにも使いやすい製品になる、といったように、特別な個と向き合うことによって生まれたデザインが、結果的に他の人をも包み込むインクルーシブ（包摂的）なデザインとなることがあります。そのように「まち」について考える時、一般解として考え始めるよりも、その「まち」の固有性に深く向き合うことから出発することがインクルーシブな価値観につながるのではないのでしょうか。

また、建築が単体で存在するのではなく、周りの風景や営みと密接な関係を結ぶことで、文化的景観として価値をもつように、人やものごとを個別の機能や役割で捉えるのではなく、存在そのものを価値として捉える視点への逆転が、デザインや「場（ば）」を通してできるのではないのでしょうか。本分科会では、テーマ「まちの未来を育むデザイン」を「ともに生きる社会を『場』から考える営み」と捉えて議論したいと思います。

### 大西委員からの問いかけ

1. これからの地域に求められる「場」は何か？
2. その場に必要要素（人や人の能力、組織、仕組み）は何か？
3. それらの要素をどう育成・創発できるか？

### 議論内容

#### 自己実現をエンパワーする心理的安全性の高い「場」

大西麻貴委員（以下、大西） 地域とデザインのあり方を、制度ではなく、人と人がどのように出会うのか、そこからどう社会を構築していけるのかから一緒に考えていきたいと思ひます。これからの地域に必要とされる「場」についてどう考えるか、聞かせてもらえますか。

服部滋樹委員（以下、服部） 「場」とは「人」です。だから、問題は誰にとっての場なのかですよね。社会に参画したい人、かかわりたいけれど勇気がない人、かかわる必要がないと思っている人などいくつかの属性がありますが、参画したい人はたいてい、すでに自己実現をした人です。定年を終えて社会貢献できる場を探しているシニアとか。自己実現を終えることで、利己から利他へと成長する。人口減少する社会で、少ない人数での公共性を考える上では、この利他の精神を育てることや、かかわる必要がないと思っている人たちの自己実現を支援することが非常に大事で、そのための「場」が求められていると思います。

新山直広委員（以下、新山） 僕の住む福井では週末にみんなあてもなくショッピングモールに行くから、駐車場が満杯です。自己実現を潜在的に求めているも、何をしたらいいかわからない。これは福井だけの問題じゃないはずなんです。自己実現をエンパワーできるような「場」があると、自分たちのまちへの意識も醸成され、地域が変わっていくのかもしれない。

大西 誰にとっての「場」なのか。この問いの具体化はほんとうに大切です。政府が政策としてシステムをつくる時、「広く伝えていくこと」と「個別であること」が、どのように両立可能かが鍵になります。では、自己実現の背中を押せる「場」とはどんな場所でしょう。

新山 寛容で心理的安全性が高い「場」ではないでしょうか。心理的安全性には「話しやすさ」「助け合い」「挑戦」「新奇歓迎」という4つの因子があるそうですが、僕が住んでいる福井県鯖江市にはこれらが感じられますし、移住してくる若い子たちもそう言います。僕が移住したときも、当時の市長が「俺が責任取るからチャレンジせえよ」と言い続けてくれたことが非常に大きかったです。

これからの30年、40年を生きていく若い世代が、危機感をもって動き始めています。地域のキーパーソンや行政が、まちにこれまでいなかった人を受け入れ、若い世代に意思決定を任せて支える「場」や態度を持てるかに、未来へのヒントがある気がします。そんなまちには、クリエイティブな人、勘のいい人たちが集まってきますし、そこから世の中の地域に対する眼差しも変わっていく。寛容な態度でいるだけって、マッチョな産業政策よりコスパがいいです。

### デザイン人材が産地を変えてきた

山田遊委員（以下、山田） 地域におけるデザインの課題のひとつは、成長しない経済です。小売の世界では集客がすべてで、売上が立たなければ赤字です。集客は人口減少にも関連しますから、みんなお店をつくらなくなっている。そんな状況でも近年、デザインを取り入れたことによる成功体験が産地を変えてきました。富山も鯖江も新潟の燕三条もそうです。

最近僕の中で一周して、「工場見学より、やっぱりものづくりだ」と思うようになってきています。工場見学で職人が見せられる技があったとしても、ものが売れないことには経済が回らないからです。本業での自己実現を助けることが何より大事なんです。

そのためには組合や青年団、青年会議所など、仕事での寄り合いに自己実現の種をどう蒔いていけるか。デザイナーがひとり、中に入るだけで変わっていきます。富山でいうと高岡伝統産業青年会が実際に変わっていきました。なんだかんだ産地や組合には国から補助金が落ちていきますから、活用しない手はありません。

新山 山田さんの話を鯖江の人たちが聞いたら「そうやそうや！」って言うと思います。僕はまちづくりをするつもりで鯖江に移住したのですが、「俺らのまちはものづくりのまちだ、ものが売れなければまちづくりなんかない」と死ぬほど怒られてきました。

最近では、総合戦略としてのものづくりがおもしろいと思っています。職人さんとデザイナーの関係に加え、編集者やプロジェクトマネジャーなど多様な人材がかかわることで、ものづくりのアウトプットが変わってきます。実際に変化が起こっていくことで、外からの人が地場産業に携わっている意識を持つこともできます。

桐山登士樹委員（以下、桐山） 富山でも、まさにそれで悩んできました。伝統産業には技術や専門性など守るべきものが山ほどあり、何代にもわたって継続してきた事業を変えるのはしんどいことです。しかしどんな市場があり、どのくらいの適量が求められているのかなど様々なバランス軸を考慮し、20世紀型の産業の仕組みをいったん解体して、時代に沿って新しいスキームをつくる必要があります。

富山ではデザイナーをはじめ、外から来た人たちが変化のきっかけになりました。富山デザインコンペティションを30年やってきて、これまでに1万人以上が参加し、うち200人ほどが継続的に富山の産業のプロダクトデザインやブランドづくりにかかわってくれています。鋳物の老舗「能作」の「KAGO」のようなヒットが生まれたり、昔は下請けであった職人たちが自立できる環境が育ったりして、動きが点から面になってきている。開かれたまちをどうつくるかを念頭に、先々に手を打って仕掛けてきた手応えは感じています。

新山 草の根から地域にデザインを開くことも大事です。地域では安い家賃で広いオフィスを借りられるので、デザイナーがオフィスの横でカフェや雑貨屋をしたり、コワーキングをつくらったりできる。戦略的かどうかはともかく、こうした動きが結果的にデザインの敷居を下げています。デザインなんて頼むと法外な値段を取られると思っている人もいますし、頼み方がわからない人も多い。でもカフェなら入れるし、そこで顔見知りになって、チラシを頼んでみる流れもできる。

鯖江では、役所の新入職員研修の一部などもTSUGIが担当しています。デザインとは全然関係なくても、困ったときにはとりあえず呼ばれる（笑）。けれど、これも新しいデザインかなと思っています。

桐山 富山でも30年前には、「高いデザイン費を払ったのに、全然売れなかった」と言われることがありました。地域にデザインが浸透した一因には、イタリアから学んでロイヤリティ（成功報酬）を導入して、初期投資を下げたことが挙げられます。経済も含めて考えるのもデザインなんですよね。

富山では県内外の大学連携やリカレント事業にも力を入れています。デザイン系の学生が富山に来れば、AからZまでものづくりの全体を体験できて、技術的な側面も含めて学べますよと。6年ほど続けてきて、域外からもリクエストが増えすぎて困っているくらい。地域の特性を明確にすれば、どこの県でも可能なはずですよ。

服部 地形があつてこそ素材があり、素材があつてこそ技術があります。地域の特性の全体像が見渡せなくなっているのではないかと思います。そういう視点から21世紀型の地場産業のあり方、組合のあり方を考えていかななくてはなりません。

### 「ニュー組合」で地域内の組織／デザイン人材の連携を図る

山田 地域のデザインのステークホルダーには、①行政、②企業、③よそ者、④興味のない人まで含めたユーザーの「4すくみ」があります。このうち行政と企業、よそ者の連携をどうつuckingいけるかだと思います。「さがデザイン」のように行政内にデザイン部門を設けることもひとつだと思いますし、「ニュー組合」みたいなものができるといいんですが。

燕三条に10年かかわって思うのは、外から来た人はどうやっても青年会議所には敵わないんですよ。彼らの地元気質が覆せない。いいパワーにもなるので、組合が人を育てる機能を持つといいんですけどね。組合で連携した上で、一番興味のない人をどう振り向かせることができるのか。

大西 「ニュー組合」は既存の組合を母体にしたらいいんでしょうか。それとも新しくつくるほうがいいのか。デザイン人材や、既存のデザインセンターとのかかわり方も考えたいです。

新山 地域ごとに状況が異なるでしょうが、鯖江の組合の場合、いまの目的は産業振興のみに見えます。組合を通して一括購入すると割引になるといった経営上の利点はありますが、本来は地域の連携や雇用など、様々な機能が必要なはずだったのではと思います。

山田 産地には多くの人間が入ってくるべきですから、組合に定年制を入れて、若い人たちに運営を任せていくのがいいんだと思います。

服部 規約を変える必要がありますね。外部のデザイン人材は、まず組合にかかわって、組合同士がデザインセンターに集って協業していく状態ができるといいのでは。

大西 連携するためにも、行政内だけでなく、教育委員会や観光協会など、地域の様々な部局の中にデザイン人材がいることが大切ですよね。

新山 事業再構築補助金が流行ったじゃないですか。その制度を組合版でつくって、基準を満たせば補助金を出しますとあって、「ニュー組合」創設を支援できたらいいですね。

桐山 地域政策ができるシンクタンクも必要。組合の状況はそれぞれなので、一任すれば地域が大きく変化するかという点と難しい気がします。誰かが指針を示し、ここ数年で新しいスキームに移っていかないと、10年後などと言っていたら間に合わないですから。

#### 「公」と「個」のあいだにある「場」

大西 建築に携わっていて、「公」と「個」の間がいま求められていると感じます。私たちの場だと感じられるようなところに可能性があるんじゃないかと。

服部 いま全国に公民館が8万館あるんですよ。もともと公民館は地域のコミュニティに必要なだといって民間でつくられた場所です。公民館を通して地域の困りごとが浮き彫りになり、当事者たちで解決していけると、政府も必要性を感じてコピー&ペーストでどんどん数を増やした経緯があります。

当初はその地域の特性に合わせてプログラムを組んでいたはずが、数を増やすために機能を整理したことで、結果的に使われづらい仕組みになってしまった。例えば公民館を現代の私たちがリノベーションするとして、公民館が生まれた当初に学び直すとしたらどうでしょうか。

桐山 かつてのイタリアでは、街角のバルにいる常連客がまちの世話人であり監視人でした。街角にあったコミュニティを生み出す形態が失われている中、これからは何をもって、その「場」を体現していくのか。たとえば私がいま富山でやっているデザインセンター、美術館、図書館といった施設は、その機能を持ちうると思います。

服部 その3つには、いずれもアーカイブの機能がありますね。コロナ禍を経て、アーカイブは過去をつぶさに残すだけでなく、未来に向けて残すべきものは何なのかという発想に役割が変わってきています。地形、素材、技術の観点で過去のアーカイブを見渡して、未来に向けて地域の特性の循環を改めてつくっていく。そんな方法論を「場」として設計できないでしょうか。

山田 アーカイブを残すデザインセンターがあったとして、そこには人を集めるための装置が必要です。賑わいが生まれれば商売になります。ショッピングモールはお金をかけずに、屋根のある広場にいられるから、人が集まるんです。そのためにはデザインやデザイナー自身が率先して場を開いていく必要があります。そのよい例が、長崎の波佐見焼の商社マルヒロがつくったHIROPPA。オフィスの横にお店があって、コーヒースタンドもついています。ここまでは誰でもやる話ですが、いいのは全体が公園である点です。経済と関係ないように見せながら、人が集まる装置がちゃんとあって、トラフィックが生まれています。これは公共性の話ともかかわってきます。

服部 公共施設をつくる時も、開かれた価値が求められるようになってきていますよね。いろんなカテゴリーが混在しながら連鎖する状態をどのようにつくるかが大事です。これまでのデザインセンターとも違うので、アーカイブコミュニケーションセンターとでも呼んではどうでしょう。

大西 センターはどのような場として定義できるでしょう。既存の建物を改修して多目的な施設にするとか、まさに点在している活動を支援する役割とか、イメージはありますか？

服部 ひとつの館に収まるというのはもうナンセンスかなと思います。例えば大学や産業技術センターの収蔵品は、連携をとってディレクションすればいいんです。そこに地域MaaSを結びつけたら、「この収蔵品のデザイナーはこのエリアに住んでいた人で、この学校で学んで、この場所でインスピレーションを得た」と、各所のものや記録が結びつけられて立体的にアーカイブされていく。テクノロジーの支援により人の知性が深められ、「場」に $+\alpha$ の体験要素が生まれていきます。ひとつの目的地から深掘りする人の移動が促されてツーリズムにも展開できるでしょう。

あるいはアーティスト・イン・レジデンスのように、デザイナー・イン・レジデンスが常設されてもいい。地質学者・イン・レジデンス、哲学者・イン・レジデンスなど、いろんな専門家が地域を訪れやすい環境ができるとおもしろそうで。

山田 公民館はオルタナティブスペースではあるはず。仕事で携わっている北海道・二風谷の生活館では子どものアイヌ語教室など、アイヌ民族の文化を守るコンテンツが定期的で開催されています。

熊本の商社のマスマガは「オフィス兼ショップ兼コワーキング兼Fab」のような施設を計画しています。一言では言えない、多面的な機能を持った場所が魅力的になってきているようで、最近、僕らもよくわからない場所をつくるようになってきています（笑）。

こうした事例から考えると、デザインセンター、美術館、図書館などの場をどう公民館化できるか、もしくは、利用価値のない公民館をどうデザインセンター化できるか、という発想が鍵になりそうです。公民館にこだわらず、商工会議所、産業技術センターが変わっていけばいい。世にあるハコや組織を変えていく。閉じた場所をいわばコモンス化していけば。

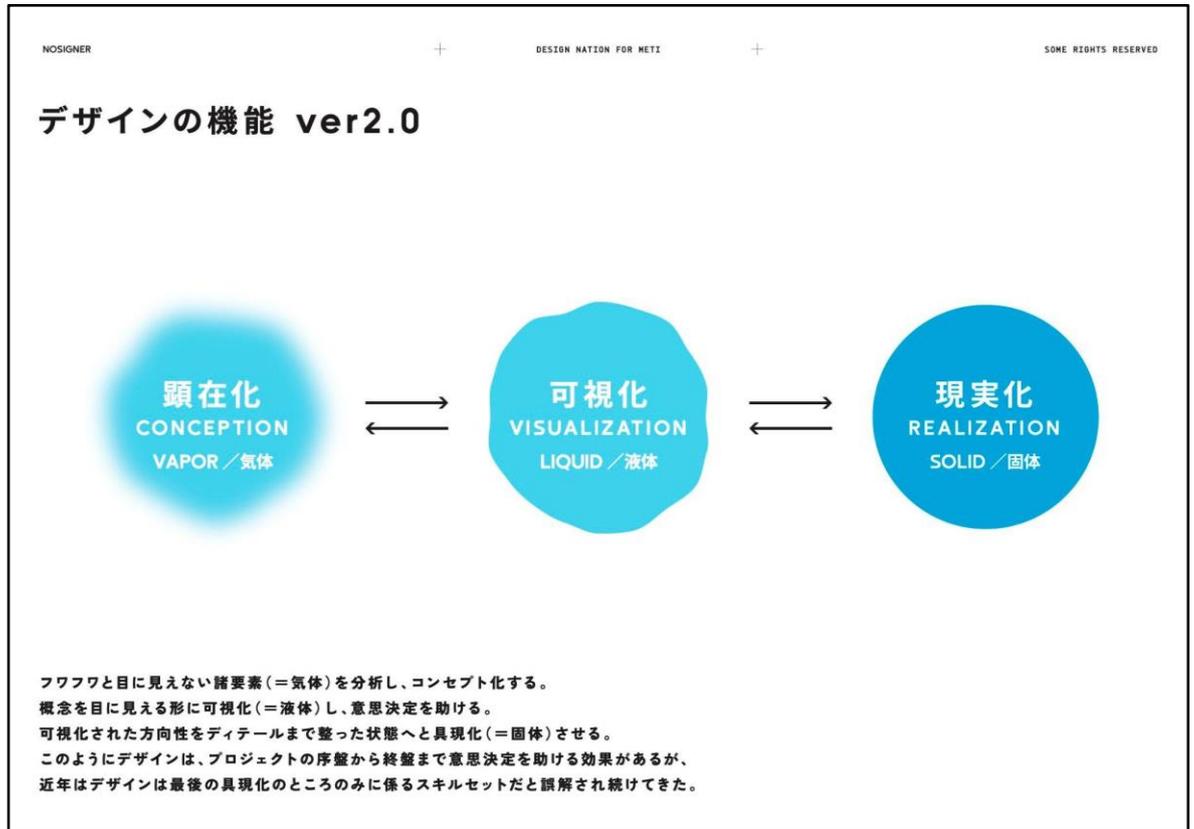
大西 公民館は文科省と教育委員会の管轄のため、縦割り構造の中で経産省が提言するならネーミングは再考しなければなりません。経産省版公民館が制度化されていけばいいのかもしれませんが。そうした空間からデザインを通じて、地域の課題であったり、アーカイブを未来に向けて残すための「場」を設計していけるといいと思います。

## 7. Session2

### 7-a. Session1での議論の全体共有【開拓】【戦略】【資源】【地域】【人材】

#### 【開拓】太刀川委員より共有

- デザイン政策上で必要な機関の議論以前に、「なぜデザインが必要なのか」デザインの機能について共有したい。
- デザインの機能について



(第1回研究会での太刀川委員の資料より)

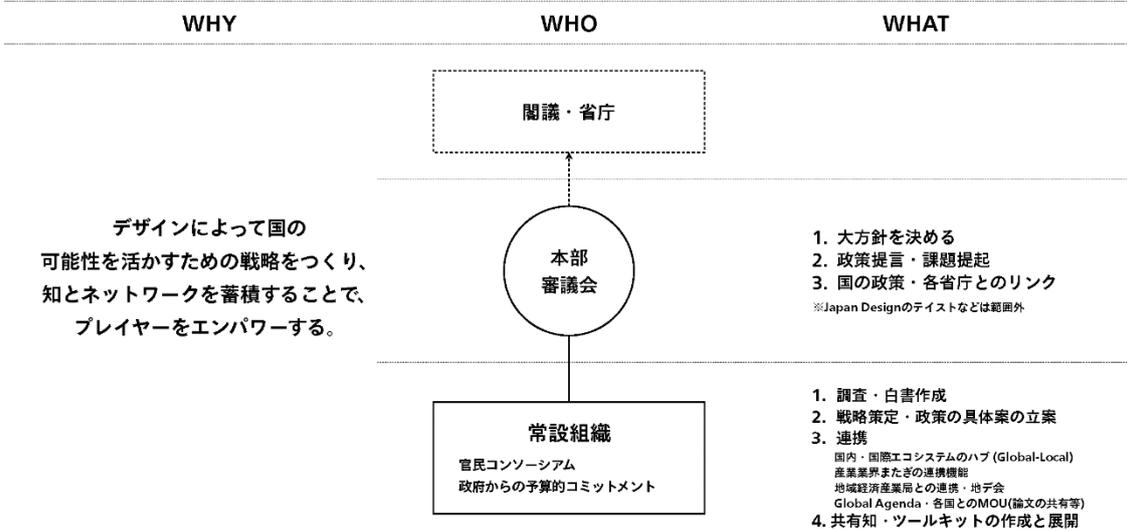
- デザインは一番右の「現実化」の段階だけだと思われがちだが、企画やコンセプトを磨き上げたり(左)、軽く作ってみたり(中)の役割も非常に重要。いわゆる「上流」でも効いているということが議論の前提。
- デザインの創造性が価値を持つ、特に重要なタイミング
  - 産業構造が変化する段階では「探索」が大切。プロトタイピングが必要。下請け産業(かつての製造業)、後追い産業(タイムマシン経営)からの脱却、イニシアチブを發揮する段階。
  - 新しい産業・市場がゼロイチで創出されるプロセス。産業創出においては、まだ予算がつけられないところでの概念化や、素早いプロトタイピングで確率を上げたりするなど、デザインの創造性の役割が非常に大きい。
  - 新産業が成長する段階。初めは産業というより新しい文化、エコシステムとして始まる。その小さなコミュニティにデザインの資質が入っていることが発展に寄与する。→国際競争力
  - プロトタイプ政策デザイン：気候変動や福祉など様々な分野で、予算化以前に、政策の方針発見のためにデザインの探索力を活かす。コンセプト化や可視化を伴いながら仕様書を作るカルチャーが発達すれば、政策全体にインパクトがあり、政策の投資対効果も高められる。
- 課題
  - 黎明期のエコシステムと政策立案者がどう接続し、支援に繋げるか。
  - 社会的インパクトを發揮する事業・産業についてのデザインの定性的評価

【戦略】 田川委員より共有

- Why：デザインカウンシルは必要なのか？ なぜ今？
  - 必要性については、担当委員間では合意。
  - なぜ必要？ 「デザインによって国の可能性を活かすための戦略をつくり、知とネットワークを蓄積することでプレイヤーをエンパワーする」。プレイヤーとは市民の皆さん、企業の皆さんなど、実践していく方々

ACTION PLAN

## デザインカウンシルをつくる



(分科会の場合で議論をまとめた暫定図)

- Who：デザインカウンシルにどういう機能を持たせて、どこに設置すればよいのか。国の施策に落とし込んでいくときに、閣議決定や省庁をまたいだ連携が必要になってくることは、今日お集まりの方の総意だと思う。
- 連携のための建て付けは、閣議・省庁に直結する「ハイレベルの本部審議会」と「常設組織」の2層で考えるのがよい
- 閣議・省庁 - 本部審議会 - 常設組織
  - 閣議・省庁に直結する「審議会」を設置。役割は
    - ①大方針を決める
    - ②政策提言・課題提起
    - ③国の政策・各省庁とのリンク  
Japan Designのテイストを決める、などは範囲外。Do's (すること) だけでなくDon'ts (しないこと) の規定も大事
  - 本部・審議会の下に「常設組織」を設置。
    - ①実行に継続性を持たせる組織。たとえば、官民コンソーシアムとして建て付け、政府からの予算的コミットメントが必要。
    - ②調査・白書作成 (国内のデザインエコシステム/ネットワークのカオスマップ、DB策定)
    - ③戦略策定・政策の具体案の立案
    - ④連携 (国内・国際エコシステムとのハブ機能、各国デザインセンターとMOU締結し論文・国際的なリサーチ等を共有する、地域経済産業局との連携、産業業界またぎの連携機能) ここが重要で、議論でも非常に盛り上がった
    - ⑤共有知・ツールキットの作成と集約 例：英国デザインカウンシル他
- 世界の取り組みの中で日本がリーダーシップを発揮していく仕組みがあるといい。世界の機関と連携し、目線を上げる。例えば今年のテーマはサステナビリティ、次の年は「老い」について議論しよう、といったデザインのGlobal Agendaを各国と連携して設定し、メンバーシップの一員として一緒に考え、動いていく。

## 【資源】 齋藤座長より共有

- 資源についての議論は保管・収蔵→体制・拠点→資源の活用、の順で
  - テーマ1 デザインの定義：日本のデザインは何を包含すべきか？
  - テーマ2 日本にはどのようなデザインの資源があるのか、どこにあるのか？
  - テーマ3 活用するために必要な体制とは？
  - テーマ4 必要な場所・機能とは？必要な取り組みとは？
  - テーマ5 資源を活用することで何が生まれるのか？ 生まれるべきか？

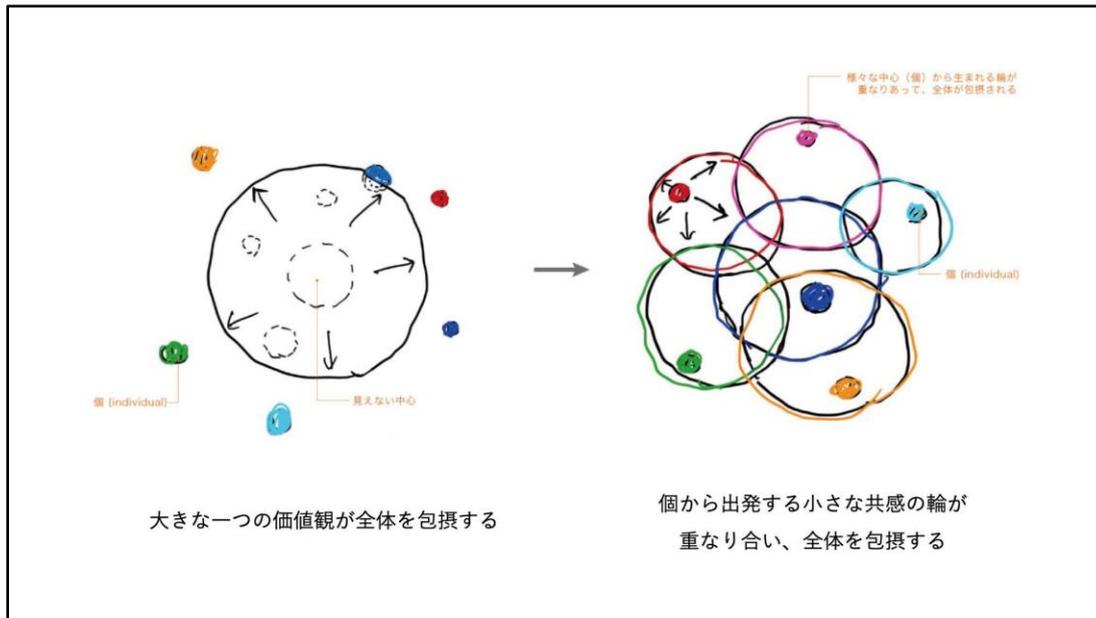
### <概要>

- デザインミュージアムの役割
  - ・ ゲートウェイの役割（グローバル戦略／ローカルコミュニティ戦略など文脈の振り分けの役割）
  - ・ デザイナーやクライアント、ユーザー…さまざまな立場の人にとっての「デザイン」の意味をパラフレーズする必要があるそう →だれがまとめるの？
  - ・ 中立性や公平性の担保をどのようにローカル戦略とグローバル戦略を分けなくてはいけませんが、目指しているところは同じ。機能として、シンクタンク、デザインカウンスル、戦略策定・ハブ、ミュージアムがそれぞれ必要。
- デザイン自体の伝え方や自己評価の設定方法とは？
  - ・ 日本のガラパゴスに陥らない伝え方を模索したい。当てはまらない場合もあるが、まずはどうやったら世界の文脈と接続できるかを考えてみる。
  - ・ 中間人材（好き嫌いではなく、デザインを重要だと思っている人）を育てる。→民間・地域・行政
- ローカル戦略とグローバル戦略を分けて考えつつも、目指すところは同じではないか。デザインで何を実現していくのか。その山の頂上にどんな旗を立てるのか。そこへ向かっていくエンジンとして、シンクタンク、デザインカウンスル、戦略策定・ハブ、ミュージアムはそれぞれ必要。

### <アウトプット>アクションプランの案

- デザインミュージアム準備室のような組織を設置するのはどうか。
- 小さくていいから準備室をつくって、100%このデザイン政策のことを考えている人を作る。キュレーターだけではだめで、リーガルや行政文書が読める人が必要。デザイナーだけで議論してはいけない。
  - レジストレーターは後でもいいが、省庁・行政と連携してシナリオをどんどん書いていく。
- 日本デザイン100年史の編纂
  - 年鑑のようなものではなく、コンテキストを含めてまとめる。準備室での活動として25年の大阪関西万博に向けて行う。美術館や博物館、個人のコレクションとの連携の模索。これを作りながらネットワークを作っていく。

【地域】大西委員より共有（大西委員の資料より）



- 議論に際して自分からは「これからの社会は大きな一つの価値観が全体を包摂するのではなく、個から出発する小さな共感の輪が重なり合い、全体を包摂する。個人の顔が見えるデザインに変わっていくのではないかと、マージナル（周縁的）なエリアが増えていくことでそれが表れてくるのではないかと」の考えを投げかけた（資料）。
- 「これからの地域に求められる場とは？」
  - 単一ではない目的がある複合的な場
  - 話しやすい、助け合える、新奇性を受け容れる雰囲気（心理的安全性の高い場）
  - 私がする必要もないな」という人が参加したくなる
  - 失敗しても良い寛容な雰囲気がある
  - 地域の課題を話し合える場（立ち上がり時の公民館のような）
- 地域にある資源を立体的ネットワークでつなぐ「アーカイブコミュニケーションセンター」の可能性を考えていく
- 場が果たす役割とは？
  - 経済、文化の双方をつなぐ
  - 地域の特性を個性化する
  - 未来に向けてのアーカイブ
  - 20世紀型（産業振興のみ）のものづくりから21世紀型（地域全体の循環を俯瞰的に見渡す）のものづくりを考える
- その場に必要の人材とは？
  - 地域→素材→技術の循環を俯瞰的に見渡せる人
  - 地域を、丁寧に時間をかけて掘り起こせる人
  - 全体の関係性がわかる仕事に関わることがデザイナーのキャリアとして価値あることになる
- アーカイブコミュニケーションセンターをどのように作るか？
  - 経産省版公民館としての場をつくる
  - 既存の美術館、図書館、デザインセンター、公民館をハード／ソフトの両面でアップデート、複合化する
  - 地域の大学、デザイナーのオフィス、作り手の場の一部をアーカイブコミュニケーションセンターと捉え、ネットワーク化する
  - ハッカソンや、〇〇・イン・レジデンスの企画。ニュー組合の立ち上げとそれに対する補助の仕組みを作る。

## 【人材】市川委員より共有

### (1) グランドデザイン

- 英国デザインカウンシルの統計によれば、英国では就労者の20人に1人にあたる197万人がデザインに関わっているといえます。日本では誰に注目してデザイン人材を考えていくか。議論の中で「地域」は重要な領域として見えてきた。
- 国として、経済・文化の両方を含めてどうありたいのか。ビジョンの形成を多様な人に関いた議論として重ねていくべきではないか。そこでデザインはどんな役割を果たすのか。

引用：Design Council, *Design Economy People, Places and Economic Value*

「デザインエコノミー」（≒デザインに関わる人）を下記の3種の合計と定義して統計

- (1) デザイン産業で働くデザイナー
- (2) デザイン産業以外で働くデザイナー
- (3) デザイン産業で働く、デザイナー以外の人

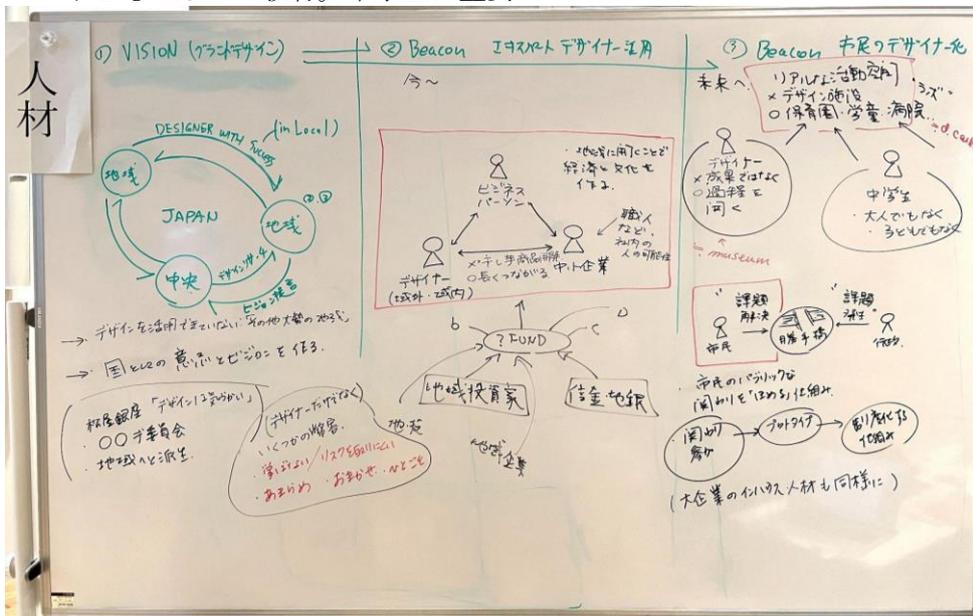
p. 2, p. 4より (1)+(2)+(3)=197万人、(1)+(2)=162万人 (2020年)

### (2) 企業や地域におけるエキスパートデザイナー活用 (現在～)

- デザインに限らず、人材に関する課題：学ばない、リスクを取らない、数字しか見ない、「代理人制度」による諦め、おまかせ、人ごとの蔓延など。デザイナーだけでなく、市民に向けての働きかけが必要。
- 企業におけるデザイン：例：松屋銀座では、デザインは気遣いだとの言い換え。
  - 非デザイン部署の人が「なぜデザインか」を語る
- 地域におけるデザイン：
  - 旭川ではデザインの活動が盛ん。行政の理解も大きい。
  - デザイナーは域外・域内両方にいるが、事業者と2者のタッグよりも、ビジネスに知見のある第3者を入れた三角形が有効。地域に開いて地域の経済と文化を作る。商品開発で終わらない。
  - 投資機能にデザインへの理解が必要

### (3) 市民のデザイナー化 (20-30年先を見据えて)

- 地域におけるベストプラクティスを吸い上げ、回していく
- 工夫としてのデザイン、関わり・参加
- 市民の公共への関わりを褒める仕組み（現状は「勝手橋」扱い）。関わり、参加する→プロトタイプ→制度化する
- 活動の場所は、「デザイン」を冠した施設ではなく、市役所や病院、保育園や学校、学童、公民館、ゲームセンターといった公共性のある既存の場所に可能性。
- 成果だけでなく、プロセスを見せていく。次の世代が手元や背中を見て学ぶことができる
- 子どもたちへの教育。中学生は重要



## 7-b. 領域横断議論

俣野デザイン政策室長

「開拓」の分科会に関するコメント：

- ・デザイン経営や地域など、デザインが貢献しうるものが歴史上も議論されてきているが、開拓としてのポイントは新市場・新産業創出へのフォーカス。ウォークマンやスターバックス、F1もまたデザインであるという認識が広く共有されていない。新たな開発においてデザインが具体的にどう貢献したか、文化的創造性の観点で深掘り理解していく必要がある。

「戦略」の分科会に関するコメント：

- ・デザインカウンスルの設計まで入り込んでいただいた。海外事例を含め、デザインカウンスルが必要な理由、逆に不在なことによって何ができていないのかを知ることになった。Don'ts（やらないこと）の定義が面白かった。デザインカウンスルでは引き受けるべきではないというジャパンデザインを誰が考えるのかということに関しては「資源」の分科会が引き取ってくれたのではないかと。アートの議論でも東洋の美術史をどう西洋の美術史に組み込むのか、俯瞰してみるのかという話題があった。

「資源」の分科会に関するコメント：

- ・「万博に向けて日本のデザイン100年史」をつくるというアイデアについて、コンテキストまで捉えたものは確かに今までないと思われる。

「地域」の分科会に関するコメント：

- ・「経産省版公民館」というアイデアについて、「人材」の分科会で話されていたことと通じるものがある。

「人材」の分科会に関するコメント：

- ・新しいプロフェッショナルデザイナーをどう育てていくか、地域を活性化させていくデザイン人材をどうするかなどさまざまな議論があるが、今回の研究会では市民のデザイナー化というところにフォーカスを当てていた印象。地域の課題解決をするのか、地域のコミュニティのプレイヤーを繋げていくことを意図しているのか明快にしたい。

齋藤座長

- ・どういう組織体が必要なのか。デザインを政策にするのか、政策をデザインするのかという包含された問いになっている。経産省側から資料にあるマトリクスの説明をしてもらいながら話をまとめていきたい。

原川デザイン政策室 室長補佐

- ・投影しているマトリクスの資料はデザイン業界の機能や関係性をできるかぎり可視化するべく作った素案。情報や人、お金が行き来している様子。
- ・「デザイン業界」とはいえ、美しく一つにまとまって規定されるものではない。密に繋がっているところもあれば、繋がっていないところもある。デザインの専門領域や世代、地域などでばらばらになっている。国交省が所管する建築や都市計画、文化庁が所管するミュージアムなど、デザインと極めて近い分野にもかかわらず、所管官庁の都合により離れていると感ぜられるところもある。個々にやるのではなく、もっと協力してやれないか。海外の政策事例を見ても機能別で分かれています。主体が協力しあいながらやっている印象を受けた。

齋藤座長

- ・現在目指しているデザインカウンスル的なネットワークを持つエコシステムが、かつてあったのではという話題が「戦略」の分科会に出ていたと聞いたので、最初にその話から入っていきたい。

田川委員

- ・「戦略」の分科会で長澤委員が詳しい話をされていた。全体に共有いただきたい。

長澤委員

- ・かつて日本産業デザイン振興会というものがあつた。Gマーク民営化にあたって、現在では独立して日本デザイン振興会となっているが、かつての振興会はデザインカウンシルの機能を持っていた。調査研究・Gマークの選定事業、地域のデザイン協議会とのネットワークをつなぐ機能など。これが失われたことで中心が見えなくなった。

#### 深野委員

- ・日本産業デザイン振興会が独立したことで昔あつた機能が失われたという。しかしかつてのデザイン政策の目的は今と同じであつただろうか。かつては産業振興のデザインだつた。今言われているデザインは社会全体の振興になるということで、軸足が変わっていることは頭に入れておく必要がある。

#### 齋藤座長

- ・復活させるのか、再編するのか、新しく作るのか。昔からある業界団体の絡みも大事になってくると思うが、開拓の面から太刀川委員はどう考えるか。

#### 太刀川委員

- ・JIDA理事長（1952年創立）をしている。日本で初めてデザインを標榜した団体で、日本のほとんどのメジャーなメーカーが私たちの協会に所属しており、日本のインハウスデザイナーたちとの繋がりがあつるので、ハブとしての機能を持ち得る。
- ・1953年に発刊された本で、レイモンド・ローウイ「口紅から機関車まで インダストリアル・デザイナーの個人的記録」という公共デザインの本があつた。訳者が藤山愛一郎さんと言つて元外務大臣、経済企画庁長官、自民党総務会長、経済同友会代表幹事、日本商工会議所会頭、全日空初代会長などを歴任した人。そうした人物がインダストリアルデザインの本を訳していた。当時、行政や政治においてデザインが大事であると思われていたからではないか。
- ・今ある業界団体など現在のエコシステムがこうした経緯で発生したのは事実であるが、本来の目的を果たすように機能しているかという点、そうではない。

#### 田川委員

- ・カウンシルに関して、審議会と実行組織の2層で作ると申し上げたが、具体的な中身については実行組織の話に費やしていた。審議会の意義として、政府の中で横串での連携を実現する機能を持たせたいという意図があつた。

#### 齋藤座長

- ・地域の分科会で出てきたアーカイブコミュニケーションセンターに触れてほしい。

#### 大西委員

- ・分科会内の委員に話を振りたい。

#### 服部委員

- ・美術館や図書館など、閉じていたところが、開かれていつている。「場」の意味が開かれていつている。アーカイブという言葉は、博物館的な意味では過去の記録をつぶさに残すものだが、未来に向けてどうアーカイブするか注力し、ゆえに開いていくことが必要。アーカイブの中にコミュニケーションを織り込んでいくことができないか。アーカイブコミュニケーションセンターとはそのような意味で話していた。

#### 桐山委員

- ・富山のデザインセンターを31年見てきている。富山県美術館の副館長として8年目。富山においては、産業と文化は前輪・後輪の関係。センターは生活と文化と産業の交差点を理念とつたっている。地域に開かれ、支援する、考えるデザインセンターを標榜して今日まで活動し、今日話されたようなことはこれまで研究員たちと実践し、多くの成果を創出してきた。

#### 山田委員

- ・ニュー組合という言葉が分科会で出た。地域において経済がまず必要とされているという肌感覚がある。デザインを取り入れたことによる経済的な成功体験が、デザインのリテラシーとなる。産地の中にある団体に組合やJC、青年会などがこの辺りを阻害している面があり、解体という過激だが、全体の若返りや、機能拡張を必要としている。

#### 齋藤座長

- ・組織体の話、グローバルアジェンダの話、アーカイブの話、経済振興と文化振興の話など、香港M+の事例を聞きたい。

#### 横山委員

- ・香港M+は日本がやってきたことをぎゅっと今やっている感じ。60年代以降中国から香港に移民が来て、製造の下請けを始めて、経済を得た。市民が利益を得たことで自分達の土地を買い始めた。土地の価値が膨らんで金融の街になった。金融から世界を意識し始めると、文化がないので文化の町にしていった。そこに国がお金を出した。香港M+はそうした単純だが具体的なロードマップで進んでいった。
- ・香港M+では日本のデザインの収集をしているが、日本における一番いいものを選んでいくということではなく、自分達がどういうフィルターをかけているかが大事。20世紀のアジアのデザイン・建築が俯瞰されてこなかったのが、それを俯瞰することが美術館としてのミッション。歴史を見つつ、職能団体がどのようにあったかを中立性を担保しながら、編集して言い換えを行いながらキュレーションしている。

#### 齋藤座長

- ・デザインミュージアムのネットワークを考えると、国と地域行政がやること、民間がやることの役割分担をどう考えるか。

#### 保坂委員

- ・滋賀県立美術館でディレクターをしている。それまでは20年間、国立近代美術館で学芸員をしていた。その立場から話すと、地方公務員になった今は職務専念義務を有しているので、今回の研究会のように国に関することならできるが、滋賀県に関わりがないことができない。地域と地域が連携するとき、お題目として滋賀県をアピールできるならいいが、それが弱いと参加できない制限がある。官庁（経産省なり文化庁）から各都道府県、自治体に対して指示があつてお墨付きがあることで、初めてそれができるようになるので、国のイニシアチブは必要。
- ・地域の美術館、博物館にはその地域の文化資源を発掘する役割があるが、他の地域と比べてどうかという機能が弱い。そのときにネットワークが必要になってくる。調査や見せ方どちらにおいてもそれが必要。
- ・また諸外国とのプロトコル上のゲートウェイを考えると、地域だけのネットワークに任せるのでは不十分。

#### 齋藤座長

- ・国の中をローカルで開拓しながら、リソースを見つけてデザインしていく。それを海外に向けて経済産業振興としてのアジェンダを作っていく。そういう役割がデザインミュージアムに持たせられたらいい。

#### 太刀川委員

- ・横山委員の話にあつたように、文化と新産業創出には密接な関係がある。香港を見るときには、深圳を見ないと香港はわからない。なぜならポジションを取る重要さがマップの中でわかる必要があるから。

#### 水野大二郎委員

- ・日本では製造業を中心としたデザインがまずあり、90年代以降サービス産業が顕著になっていった。サービス産業イコールアプリ開発。デジタル化に重きが置かれている。
- ・世界では90年代以降イタリアを中心に、サービスデザインを、地域をより良くしていくために使おうということになっていった。2010年代以降、気候変動もあって持続可能な未来のためにデザインを使おうとなっている。日本でも経産省、文科省でもトランジションデザインという言葉が使われるようになった。
- ・トランジションデザインとは、一つの製品や一つの人工物に限らず、エコシステム、社会における情報環境、人間の住んでいる社会環境が分かちがたいということを対象にデザインしている。つまり、文化をデザインしなければならなくなっている。そもそもデザインが有していた能力として、人間の新しいふるまいや認識を作り出すことがあるので、これは昔からやってきたことではある。
- ・新しい文化に移行する時には、恐怖を感じ、価値の宙吊りや混乱がある。そこに新たな価値創出がある。新しい機会提出ははっきりとは理解できない、その繰り返して文化をデザインしていく、見逃さないようにしていくことが大事なこと。

#### 齋藤座長

- ・サービスデザインが変わっていき、リテラシーの話になっていっている。あるいはDX文脈だと、リテラシーではなくコンピテンシーだとか言われる。都市機能と地域のデザインセンターの話が出てきているが、サステナブルにやっていくには人材の観点ではどのような必要性和役割が必要とされるのだろうか。

#### 市川委員

- ・デザインセクターの外にいるデザイン人材はこれからますます重要になっていく。地域の中にどういう資源があって、産業が成り立っているのかを知ること。本来職人が優れたデザイン人材なのではないか。
- ・今までは経済活動のなかでここからここまでやっておけばいいということだったのが、ものづくりの過程での負荷を考えていく必要がある。地域内でそこまで考えるべき。デザイナーが担っていく範囲や職能の領域が大きくなっている。

#### 石川委員

- ・これからどういう人材が必要かという観点で話す。
- ・イギリスではシステミックデザインが出てきている。一人では解決できない複雑なものをカオスパイロットで考える。一人のリーダーシップではないもので動いていくようなクリエイティブリーダーシップによって、一人で答えを出していくものではないものを待てる人がリーダーシップを担っていくべき。ハブ的な役割を担い、点と点をつなげながら多様な人を巻き込んで具体的な役割をそれぞれに対して示せるような人材。
- ・誰のためのデザインかを考えるときに、その課題を誰が決めるのか。地域のアイデンティティをハイブリッドにでも可視化するような仕組み。近隣の都市とは競い合いがちだが、よく考えたら助け合いでしかないはず。地域の人たちが自分たちで考えた上で中央と接続していくという順番。これまで矢印が一方向からになりがちであったが、両方から向かうようになっていくといい。

#### 新山委員

- ・自分がいる福井県鯖江で起こっていることは、まさにそうしたこと。移住してきた多様な人材が地域に入っていくことで、地域の生態系が生まれていっている。シビックプライドもその中で形成されていっている。
- ・こうした地域の生態系を議論する中で、より良い社会が生まれるのではないかと。

#### 桐山委員

- ・富山の場合もそうで、仮説をどう作れるか実践できるかがデザインにもっとも大切な要素だと考えている。

#### 齋藤座長

- ・今のデザイン政策と以前のそれは確かに違う役割になっている。アクションプランに持ち込みたいのは今のデザイン政策のアップデート。北極星はどこか、何を指したいのか。

#### 浅沼委員

- ・自分のバックグラウンドはインダストリアルデザインの分野であり、今はデジタル庁に勤務している。そうした変遷のあるキャリアを辿っているからこそ、役割が違うのはもちろん価値観や視点、言語もまた異なっている。何年間この領域でやったかという専門性がデジタルの分野では通用しない。
- ・デザイン政策という言葉はスコープが狭い。デザインが主語になるのは個人的にぴんとこない。何かがあって、デザインはそれを支えるもの。何のためのデザインなのかが議論のポイント。公共なのか、地域なのか、社会なのか。

#### 齋藤座長

- ・デザイン政策、政策デザイン、デザイン活用のための政策、この研究会には全部入っている。
- ・リテラシー人材は当たり前どころも必要としている。そこにいかない議論にした方がいいのではないか。
- ・デザイン資源の活用において、アカデミアとの関わりはどうか？

#### 加島委員

- ・教育に丸投げしないことが大事。これはどの業界にも言える。先送りの手段なので。
- ・デザインの概念が拡張したとしても、デザイナーの種類を増やすことだけが私たちの手段ではない。作る側や依頼する側のハードルが高くないことが大事。デザインへの好き嫌いや関心の度合いに関係なく、デザイナーではなくても関わることができることが重要。デザイナー、メーカー、ユーザーの三者関係でデザイン政策を考えること。
- ・ポイントとなる人材は行政書類が読める人、申請書を書ける人など、個別の専門人材とは別に中間人材を増やすこと。使うだけで楽しいなどの増やし方もしていく。デザイナーを育てるだけでなく、デザインに関心がある層を育てるのも大切。

#### 齋藤座長

- ・倉森委員はNHKで番組を作られていて、リテラシーの観点で、メディアでデザインを扱っていて感じることは？

#### 倉森委員

- ・NHKで番組を作る傍ら、2019年から一般社団法人でデザインミュージアムに関する世の中の機運情勢をしている。
- ・誰のために番組を作るかという、デザイナーのためというよりは、非デザイナーのためのもの。
- ・ミュージアムを作ることが最終目的なのではなく、それすらも世の中を豊かにするための手段の一つ。

#### 佐宗委員

- ・開拓の分科会で新産業づくりの際に産業のタネを探すときに、構造を見える化する方法がある。しかしこれはデザイナーだけでできる方法ではない。リサーチャー、エンジニアなどが企業にいる中で、イネイブレーターとしてエンパワーする力としてのデザインがある。

- ・時代としては「ない価値を作っていく」ことを目指す人は多い。デザイナーはそのためのイネイブラー。価値創造をしていくための手段としてのデザインと考えると整理がつくのではないか。
- ・デザインの価値を上げないといけないからといって話をしていると、全部が全部デザインじゃないというふうにならざるを得ない。デザイナーにとっての利益誘導的に聞こえてしまうともったいない。どのようにデザインという言葉を使うのが重要。

#### 石川委員

- ・KESIKIという会社で、中小企業との仕事のなかで「カルチャーデザイン」を標榜している。
- ・中小企業の中では実際にどういう人が働いているのかという肉薄したデザインリサーチが必要。その理解がない人や感覚値が低い人が意思決定をしている。
- ・40年続いてきた、職人が20人いる会社を事業継承した。頭の固い人たちの集まりかと思っていたが、実際のところ職人たちは自然の中で循環を考えて、大量生産大量消費への懐疑を何十年も考え続けていた人々だった。一人ひとりが先進的なリーダーシップをとっていける社長になれる人たちと感じた。継承後2年付き合ううちに、彼らが職人でありつつデザインも経営もできる人材になってきている。
- ・ポテンシャルな人たちは存在している。デザイナーが1から育てるというよりは、人材を発掘していくことも大事。

#### 太刀川委員

- ・政策デザイン力を全体にあげていく上でデザインは有効であり、その有効な機能がデザイナーだけに閉じていないことをはっきり位置付けていくこと。
- ・デザインは全官僚に必要。政策デザイン力が高い人がいる国が強い国になる。なぜなら予算をつける前にプロトタイプで試す力をもつということだから。
- ・今言われている新産業というのはどこにタネがあるのかよくわからない。アンテナを張るポイントを決めないといけない。そのためにも霞ヶ関の中だけで考えるのではなく、民間で課題の当事者になっている人と結びつき、張ったポイントからタネを発掘するタイミングを見極められるようにする必要がある。
- ・政策プロトタイプを作る。GXにおいても、スタートアップや福祉、地域創生でも、可視化することのできる仮説立案が大事。仮説が1個しかなかったら弱い。デザインの機能でバリエーションを100個作っておくことで、政策デザインの可能性がより共有できる。

#### 齋藤座長

- ・2025年に大阪・関西万博を迎えるにあたって、アクションプランを作りたいのが今回の研究会。戦略的な観点でローカル戦略とグローバル戦略が両輪という話をしたが、最近の日本で地域産業やグローバル産業でやるべきことは何だと思うか。

#### 丸山委員

- ・モノづくりは、マスマクロダクションのビジネスモデルになるので、グローバルを意識する必要がある。今回の研究会の議論で語られた、地域とデザインに関する意見の多くには共感した一方で、国内で従事していても海外事業比率が高く、従業員の多様性が高い企業の場合は、今日の話をもとにどのように振り返れば良いのか、悩ましい。デザインカウンスルが日本にできた場合、それがメーカなどのグローバル企業にとって、どんなインパクトをもちえるのかという議論が不足している。

#### 田川委員

- ・今日の議論ではそこには立ち入れなかったので持ち越しになる。
- ・散在する日本のデザイン資源をいかに集約しアセット化していくか、アウトプットの効果を増していくかというのが今日の研究会での議論。大手企業はすでに各社そのような仕組みや人材を持っているので、構想中のデザインカウンスルのファーストユーザーではないかもしれない。

- ・デザインは他分野と掛け合わせることで、価値を発生させるもの。デザインだけ自立していても何も起きない。地域や中小企業とデザインが連携するにあたってそのことは考えなければならない。

#### 水野祐委員

- ・都内で弁護士をしている。クリエイティブ・コモンズなどのオープンソース・プロジェクトや企業オープン戦略に携わってきた。
- ・デザイン分野でナレッジシェアはあまりうまくできていない。蛸壺化してナワバリになっている面もあり、実際のところあまり関連しあえていない。たとえば建築業界では図面をシェアしたりすることが日本では進んでいるが、デザインではそれができていない。デザインカウンスルでそれをしていくことには役割があるのかなど。
- ・探索的、価値創造的という言葉がある。太刀川委員の言う「偶発性を飼っていく」ということを、政策としてどのように作っていくか。本来政策の役割ではないそうしたことにおいても、デザインで土壌、環境を作っていくことはできるだろう。
- ・内閣府に知財本部がある。知的財産基本法24条に本部を作るという根拠法がある。このような本部を作るなど、政策としてデザインを組み込んでいくことを考えると、最終的にはそこまでやらないといけない。
- ・慎重な判断が必要だが、法律家としては、デザイン活用推進法を作る手も一案で、議論する価値はある。法律まで作っているところは海外でもないなので、注目される。実際のところ法までは作らなくてもよいかもしれないが、法を作るまでの過程で議論が巻き起こるので、機運醸成にはなるかもしれない。

#### 齋藤座長

- ・デザインは違うセクションに何にでもくっつくという話がこれまで何度か出てきた。食や文化など。何にでも効くから、それを政策として強くしていくこともできる。

#### 上平委員

- ・一見矛盾するものを統合するところにデザインのニーズがある。オランダでは廃棄物レストラン、スーパーを作った。日本では法規制があつてこうは連携できないだろう。この時点で負けがあるので、新しい掛け合わせとなる取組みを応援していくことが政策的にできるようになるとよいのではないか。

## 8. 本日の議論統括

齋藤座長

- ・統括するコメントを、分科会をリードした各委員からいただきたい。

### 【戦略】 田川委員

- ・デザインをどのように捉えればいいのかという話が今日の議論でも終盤に出てきた。今日の会議は、こうした議論を起点に、未来へ向かう具体行動を起こすための一歩になったと思う。

### 【地域】 大西委員

- ・「戦略」の分科会のデザインカウンスルの話と、「地域」の分科会のアーカイブコミュニケーションセンターの話が連動しているように聞こえてきた。マージナルなエリアで立ち上がってくるアーカイブコミュニケーションセンターが、デザインカウンスルに向かっていくようなイメージはどうだろうか。
- ・デザインはもの、価値観を形にして見せられるもの。法律と「場」、法律と「イメージ」など、見えないものを可視化していくことができるといい。

### 【人材】 市川委員

- ・大量消費大量生産のモダンデザインの文脈の前からあるデザイン、レストランだけでなく汁一菜のデザインなどの話も出た。
- ・ヨーロッパは人口が少ない。アジアの多様な人口規模の中でどんなベストプラクティスがあるか考える。今回の研究会での海外のリサーチを通じて、一緒にやろうという声がヨーロッパ側からいくつもあった。ローカルの中で小さく見えることでも、アジア全域での代表性を持つものになりえる。ローカルとグローバルの連携には可能性がある。

### 【開拓】 太刀川委員

- ・アクションプランの手段からやったとしても、なぜやるのかという答えをセットで提示できないと予算をつける上での説得力をもてない。
- ・デザインにおける探索的な価値、新しい事業を作るときにコストをかけずに可視化するところまでデザインがやることができる範囲。
- ・デザインはデザイナーのものではない。

齋藤座長

- ・「資源」の分科会において、地域をどう良くしていくかの課題解決の話と、グローバルの産業振興の話があった。役割分担せずにはばばらにやっているのは無駄。一緒にやっていたらいい。

俣野デザイン政策室長

- ・経産省のデザイン室長としてこれまで200人のデザイン関係者と話してきたことが、今日のカンファレンスでの議論でまとまって整理がついてきたように思う。
- ・辞書的な定義のデザインとは違うものが多くあった印象。
- ・デザイン振興に関して大事なことは、社会の実態がデザインの方で変わっていくこと。そこに必要なものとしての人材、資源、戦略、地域から新しい文化を開拓していくことをしていたらと思う。

## 9. 閉会挨拶

(経済産業省商務・サービス政策統括調整官 田中一成)

- ・あらためて、貴重なお時間を頂き闊達な議論を展開頂いた委員の皆様へ感謝。
- ・共感の輪が広がった研究会だった。社会変革や新産業を作り、豊かな社会にしていくためにデザインやデザイナーに何ができるのか。国のポテンシャルを活かす、プレイヤーをエンパワーしていく、プレイヤー同士を繋いでいく磁石になる、多くの人に関わっていける仕組みをつくる、そのようなデザインの役割が議論された。
- ・これらのデザインの役割の中には、既に今やれていること、過去にやってきたことも含まれている。地方では富山、福井、旭川など、既にそれが可能になっている地域があるという話を聞くことができた。その認識の上で、いま何が足りないのか、何を新しく作り、何を再稼働させていくかをさらに深めていきたい。
- ・グローバルの観点では、「戦略」の分科会でも話されていたように、日本から国際社会に向けてデザインの潮流を作り出していかうじゃないかという話があった。今年是世界デザイン会議があるので良い機会である。
- ・このような議論は何回も重ねてきたが、インプリメーション（実施）が全然できていないという指摘もあった。研究会の宿題として、何らかの形でしっかりとモノにしていけるようにしたい。

以上