

- 第 3 回 これからのデザイン政策を考える研究会 -

第 2 回研究会の振り返り

経済産業省 デザイン政策室

2023年3月23日

第2回研究会の振り返り



第2回 これからのデザイン政策を考える研究会（2/13 国立新美術館）

- 委員23名をはじめ、デザイン業界を中心に多くのオブザーバー・メディアの方にお集まり頂き、**【開拓】【戦略】【資源】【人材】【地域】の各5テーマについて議論**を行った。

<第2回 これからのデザイン政策を考える研究会>

■日時

2023年2月13日（月） 10:00-17:00

■場所

国立新美術館 講堂

■参加者

委員：23名

オブザーバー：約120名

デザイン業界団体・地域のデザインセンター・公設試デザイン担当者、
省庁デザイン関係者等

メディア関係者 約10名

織研新聞社、AXIS、日経デザイン、デザインシップ、毎日新聞社、JDN
NewsPicks、マガジンハウス、WWDJAPAN、designing



オブザーバー 一覧（対面・オンライン合計：約120名）

● デザイン業界関係者、自治体デザイン担当者、関係省庁等に御参加頂いた

公益財団法人日本デザイン振興会
公益社団法人日本インダストリアルデザイン協会
公益社団法人 日本インテリアデザイナー協会
公益社団法人日本グラフィックデザイン協会
公益社団法人日本サインデザイン協会
公益社団法人日本ジュエリーデザイナー協会
公益社団法人 日本パッケージデザイン協会
一般社団法人日本空間デザイン協会
一般社団法人日本商環境デザイン協会
公益社団法人 商業施設技術団体連合会
公益財団法人三宅一生デザイン文化財団
デジタル庁
国立研究開発法人産業技術総合研究所
国立研究開発法人産業技術総合研究所 デザインスクール事務局
高岡市デザイン・工芸センター
学校法人武蔵野美術大学
旭川市経済部産業振興課
一般財団法人大阪デザインセンター
富士通株式会社 デザインセンター
株式会社Too
株式会社日本総合研究所 リサーチ・コンサルティング部門
株式会社三菱総合研究所 DESIGN×CREATIVE TEAM
公益財団法人石川県デザインセンター
富山県総合デザインセンター

福井県未来戦略課 ※令和5年2月10日時点 ※敬称略、お申込み順
山形県工業技術センター
横浜市 都市整備局 企画部 都市デザイン室
ソニーデザインコンサルティング株式会社
北海道立総合研究機構 産業技術環境研究本部ものづくり支援センター
一般社団法人Design-DESIGN MUSEUM
公益財団法人広島市産業振興センターデザイン支援室
福井県工業技術センター 企画支援部 デザイン推進室
大阪府産業デザインセンター
大阪府 商工労働部 中小企業支援室 商業・サービス産業課 新事業創造グループ
地方独立法人東京都立産業技術研究センター
滋賀県工業技術総合センター信楽窯業技術試験場
千葉県産業支援技術研究所 生産技術室
埼玉県産業技術総合センター
静岡県工業技術研究所 ユニバーサルデザイン科
地方独立行政法人神奈川県立産業技術総合研究所 事業化支援部 支援企画課
事業化促進・デザイングループ
石川県工業試験場 デザイン開発室
大阪工業大学大学院知的財産研究科
地方独立行政法人青森県産業技術センター弘前工業研究所 デザイン推進室
佐賀県窯業技術センター
京都府中小企業技術センター
鹿児島県工業技術センター
兵庫県立工業技術センター

オブザーバー 一覧（対面・オンライン合計：約120名）

● デザイン業界関係者、自治体デザイン担当者、関係省庁等に御参加頂いた

※令和5年2月10日時点 ※敬称略、お申込み順

長崎窯業技術センター 戦略・デザイン科

長崎県 企画部 政策企画課

三重県雇用経済部県産品振興課

大阪中之島美術館

長浜カイコー

株式会社 博展 Experiential Design Lab

特許庁意匠課

特許庁デザイン経営プロジェクト

JAPAN + D

経済産業政策局産業人材課

経済産業省通商政策局中南米室

北海道経済産業局 産業技術革新課 知的財産室

東北経済産業局 企画調査課

関東経済産業局地域ブランド展開支援室

中部経済産業局 産業技術課 知的財産室

近畿局 通商部 地域ブランド展開支援室

中国経済産業局 産業部 流通・サービス産業課

内閣府沖縄総合事務局経済産業部コンテンツ産業支援室

文化庁文化経済・国際課



研究会における示唆

【開拓】社会の幅広い領域で進化を生み出す



デザイン領域の【開拓】に関する課題

- デザインの力が役に立つ領域が拡大する一方、そのことへの共通理解の欠如
- 特にこれまでの我が国デザイン政策は産業政策の議論が中心で、市民や行政を含む「総合的なデザイン政策」の議論が不十分との指摘
- また根本的な議論として、「意匠」と「意匠権」の違いと、各々への理解の欠如

デザイン領域の拡大



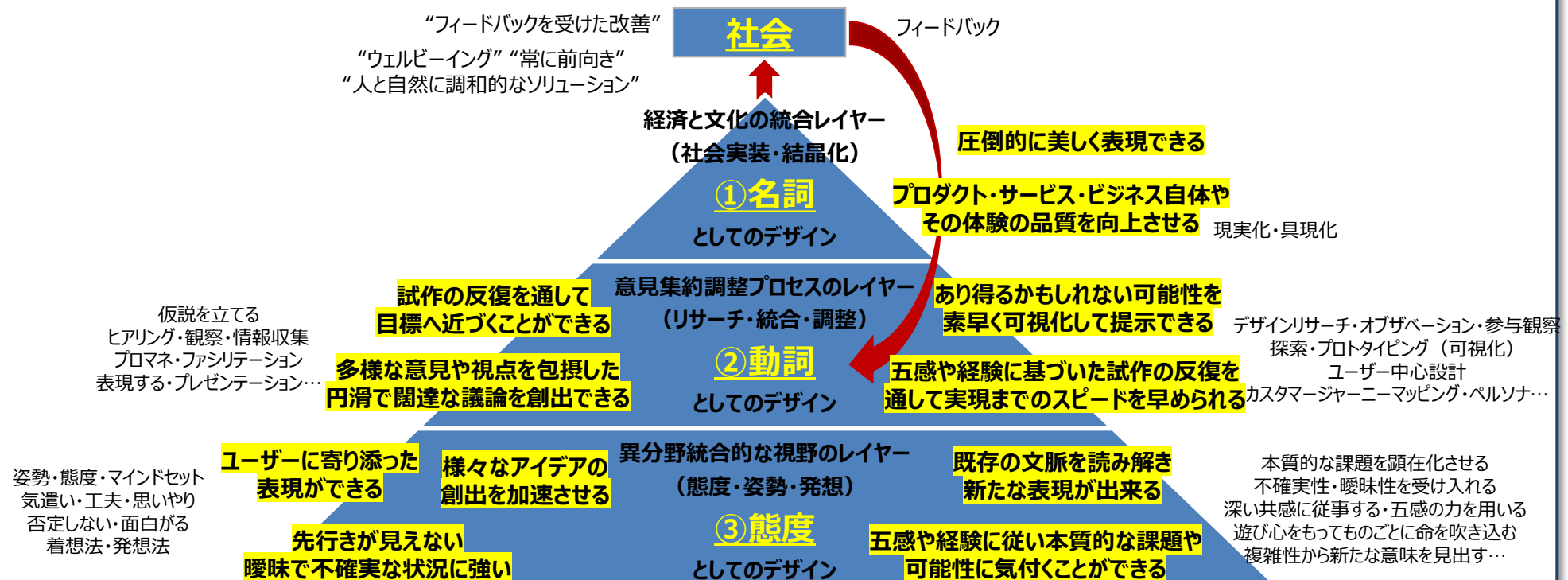
デザインエコシステム実現への課題

- ① デザインという「言葉の意味」、「役に立つ領域」、「その理由や裏付けについての整理・説明不足・教育不足」により、デザインに対して幅広い理解が得られていない【開拓】【戦略】【人材】【地域】【資源】
- ② それゆえに、デザイナーの活動領域/市場が十分に拓けていない【開拓】
- ③ ①が原因で、如何なる人材を育成する必要があるのか、どのような育成・教育をすべきなのかが定まっていない【人材】
- ④ ①が原因で、経済社会におけるデザインの位置づけ、企業や地域におけるデザイン・デザイナーの位置づけが曖昧になっているとの指摘【地域】
- ⑤ ①が原因で、一人一人の語るデザインが異なる事象を指していることなど、国全体におけるデザインの戦略的振興、デザインへの投資促進が困難【戦略】

「デザイン」の整理・強みや可能性の発信（【戦略】との連携）

- 「デザイン」との言葉について、一人一人その意味合いや理解の度合いが異なり、その意義や可能性が不明瞭になっている
- 様々な行為をやみくもに「デザイン」と一言で括るのではなく、**デザインができることや強みを整理し、その裏付けと共にデザイン業界以外の方も理解できる形で発信すべき**ではないか（【戦略】との連携）

「デザイン」の整理 委員からのご意見をふまえた事務局「案」



「デザイン」の整理・強みや可能性の発信（【戦略】との連携）

- 「デザイン」との言葉について、一人一人その意味合いや理解の度合いが異なり、その意義や可能性が不明瞭になっている
- 様々な行為をやみくもに「デザイン」と一言で括るのではなく、**デザインができることや強みを整理し、その裏付けと共にデザイン業界以外の方も理解できる形で発信すべき**ではないか（【戦略】との連携）

「デザイン」の整理 委員からのご意見をふまえた事務局案

経済と文化の統合レイヤー
（社会実装・結晶化）

意見集約調整プロセスのレイヤー
（リサーチ・統合・調整）

異分野統合的な
視野のレイヤー
（態度・姿勢・発想）

態度

動詞

徹底的な観察・リサーチをする
あり得るかもしれない可能性を素早く可視化して提示できる
多様な意見や視点を包摂した円滑で闊達な議論を創出できる
議論から実装に至るまでの方向性を示す
五感や経験に基づいた試作の反復を通して実現までのスピードを早められる

名詞

“人と自然に調和的なソリューション”
“フィードバックを受けた改善”
プロダクト・サービス・ビジネスとして社会実装する
プロダクト・サービス・ビジネス自体やその体験の品質を向上させる
圧倒的に美しく表現できる、人々の感性を揺さぶる

社会

“フィードバック”

③態度としてのデザイン 異分野統合的な視野のレイヤー（態度・姿勢・発想）

- **柔軟な考え方、前向きな態度、面白い姿勢など**のことを指し、プロデザイナーでなくとも後天的に身に付けることができる
- そのなかでも**プロデザイナーがデザインする際にみられる特徴を「デザイン態度」と呼び、**一般的なビジネスマネジメント態度との対比で近年注目を集めている

態度としてのデザイン（Design as an Attitude） 第1回研究会 事務局資料より

・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、職業ではなく態度である。”

“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・ラースロー（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。

ドイツのバ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。シカゴにニューバウハウスを創設。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。

デザイン態度（Design Attitude） Michlewski | 2016

・デザイン学者のカミル・ミヒレウスキは、プロのデザイナーやデザインチームが持つプロとしての信念や文化に着目し、その組織に対して横断的に影響を与えていくものとして、「デザイン態度」の特徴的な要素5つを示した。
出所：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）

- ① 不確実性・曖昧性を受け入れる
- ② 深い共感に従う
- ③ 五感をフル活用する
- ④ 遊び心をもってものに息を吹き込む
- ⑤ 複雑性から新たな意味を創造する

画像出所：「デザイン」を経営に活かすデザインマネジメント
八重樫 文 立命館大学経営学部教授
<https://twist-design.life/special/design-management>

ビジネスマネジメント
における
意思決定の手法や
態度を表す概念

組織として合理的な姿勢が求められる
為、これまで有効だった既存のフレームワークを使って問題解決を図る。

マネジメント態度
(Management / Decision Attitude)

デザイナーが
デザイン行為を
行う際の態度・姿勢を
表す概念

取り組むべき課題に対して既存の
フレームワークにこだわらず、
問題を再定義し、問題解決を図る。

デザイン態度
(Design Attitude)

②動詞としてのデザイン 意見集約調整プロセスのレイヤー（リサーチ・統合・調整）

- 「プロセスとしてのデザイン」ともよばれ、仮説の構築から、対象者や周辺情報のリサーチ（学習）、プロトタイピング（創造）のサイクルを、必要に応じて関係するステークホルダーも交えながら繰り返し行い、提案の精度を徐々に高めていく
- プロデザイナーでなくとも後天的に身に付けることができる

動詞としてのデザイン 第1回研究会 事務局資料より

・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。

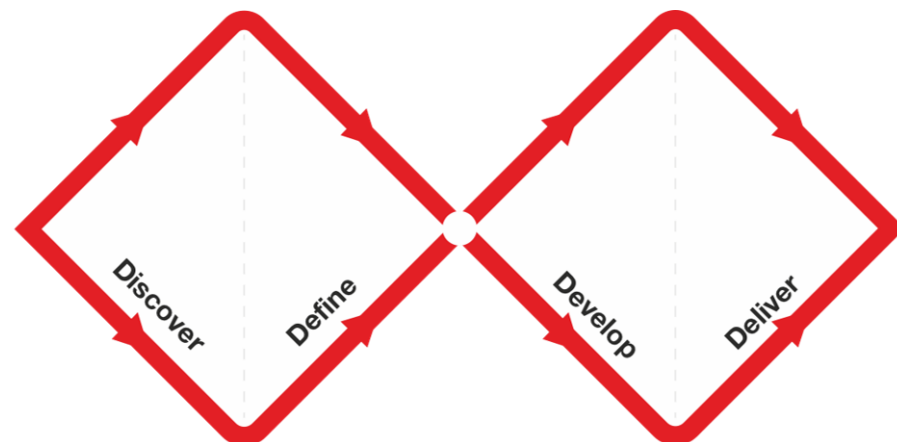
・近年の「デザイン思考」の流行について、問題解決の一つの手法として広まることは歓迎しつつも、デザイン思考を学び理解すれば良いデザイナーになれるわけではないことを指摘し、思い違いをしてはならないと警鐘を鳴らした。

・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。

プロセスとしてのデザインの例 事務局案



ダブルダイヤモンド（2004年～）

デザインプロセスを明確に・包括的に・視覚的に説明するフレームワーク。世界中のデザインの現場で使われ、デザインの民主化に貢献した事例。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おける理解と利用を促進した。

「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。」（デザインカウンスル、リサーチ部門長、Bernard Hays）

出所：The Double Diamond | Design Council
<https://www.designcouncil.org.uk/our-work/skills-learning/the-double-diamond/>

①名詞としてのデザイン 経済と文化の統合レイヤー（社会実装・結晶化）

- ③態度としてのデザイン、②動詞としてのデザインを経て、**プロダクトやサービス、ビジネスなどの形で、ユーザーが体験できる形に落とし込める、社会実装できる形でリリースできる最終的なアウトプット**のこと（「もの」の外観だけを指すのではないことに注意）
- **プロデザイナーが特に力を発揮する領域**であり、社会とのインタラクションが生まれる

名詞としてのデザイン・社会実装できる形にまで落とし込まれている事例（事務局案）第1回研究会 事務局資料より

“再生プラスチックを積極的に活用”

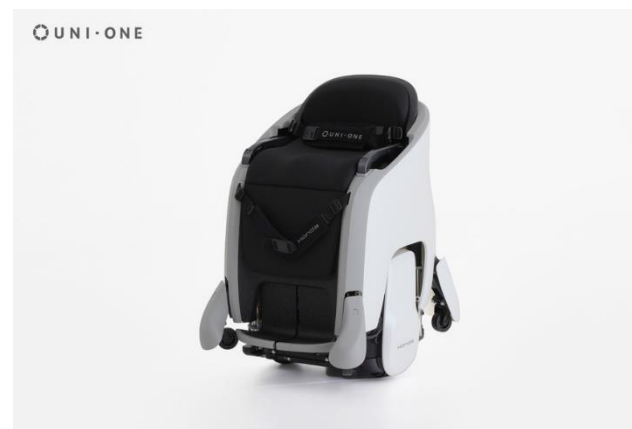


掃除機 [日立 コードレス スティッククリーナー PV-BH900SK]

“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=2MDJfOrAK>

“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”



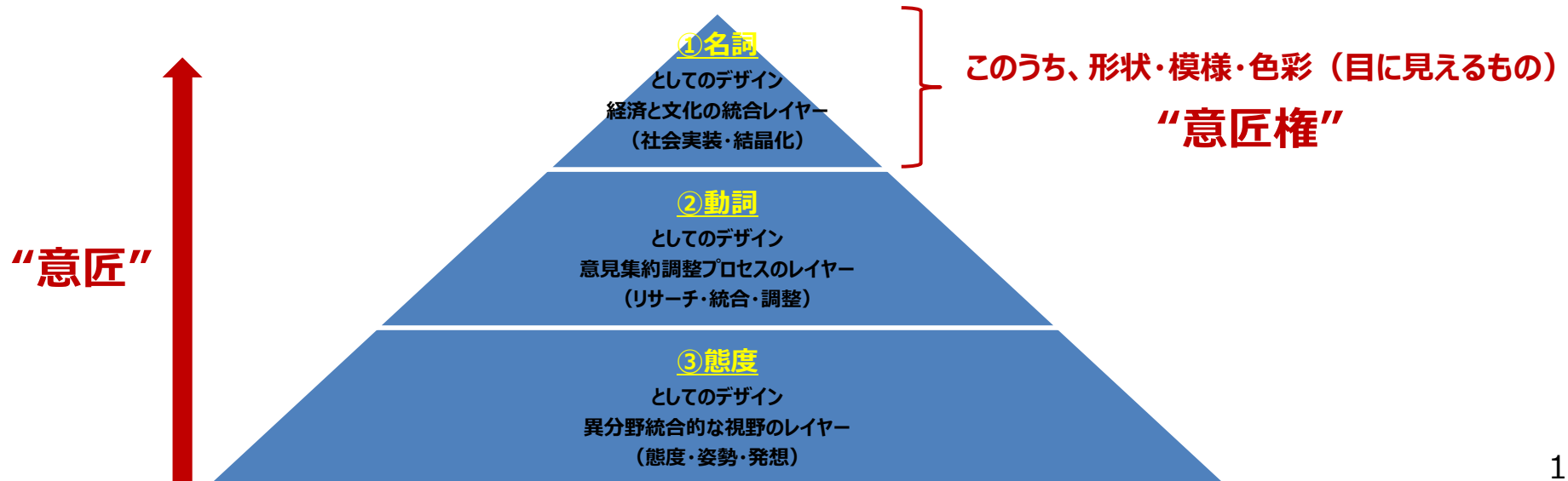
ハンズフリーパーソナルモビリティ [UNI-ONE]

“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、手放しでも”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>

(参考) 意匠と意匠権の違い

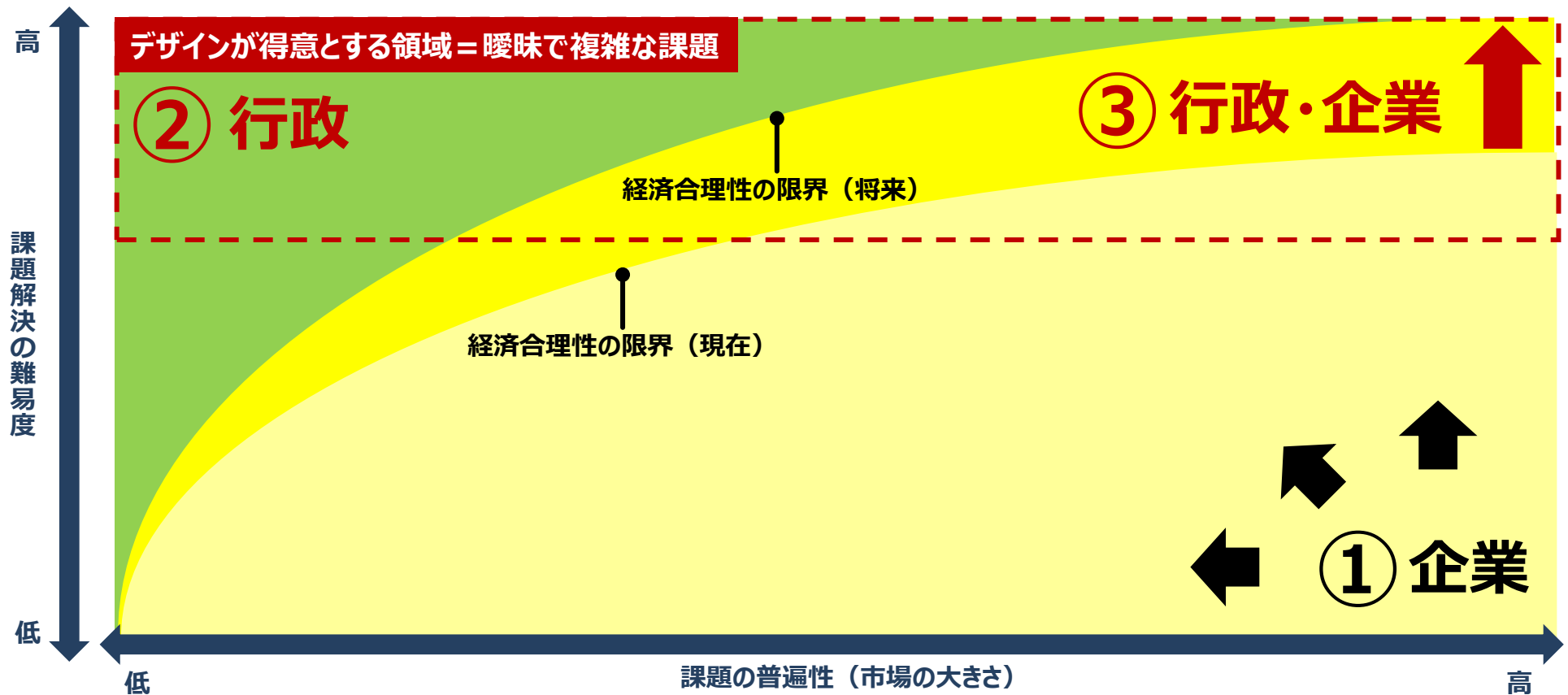
- デザインの日本語訳としては「意匠」が代表的
- 他方、中国ではデザインを「設計」と訳し、その訳の違いが我が国におけるデザインに対する誤解（デザインとは“見た目”のこととされている）を生んだのではとの指摘があるが、そもそも意匠には「ころだくみ」や「工夫をめぐらすこと」の意があり、態度やプロセスのデザインとして、デザイナーが匠に設計していくことも含まれている
- 意匠権は、物品や建築物、画像の「形状」「模様」「色彩」など視覚を通じて美感を起こさせる「見た目そのもの」が権利の中心であるものの、その見た目を創作する背景にはプロセスのデザインが含まれており、見た目から生まれるブランドイメージや美しさ、見た目が生み出す機能などを保護しビジネスに活用することができる



デザインが【開拓】すべき領域はどこか

- ①課題解決が容易で市場が大きく経済合理性が働く領域（従来のデザイン領域）
- ②課題解決が極めて難しい、または極めて市場が小さく経済合理性が働きづらい領域
- ③課題解決が難しいが市場になり得るもので、経済合理性が今後期待できる領域

開拓すべき領域のイメージ（「ビジネスの未来」山口周著 | プレジデント社 | 2020年12月）経済合理性の限界曲線の図を元に経済産業省デザイン政策室追記



デザインが【開拓】すべき領域 ②の例「政策デザイン」

- 前例のない取り組みを構想し（VISIONING）、具体化し（REALIZING）、世の中に広げていく（BRANDING）と言う場面においてデザインは生きる
- **「曖昧で複雑な問題を反復的な試作や共創を通して仮説づけ、解決策を状況に応じながら手法を応用して試作し、問題自体を再定義した上で、その問題と解決策の間を反復しながら、問題の満足解を目指す」**アプローチを各省庁や自治体の政策立案に取り込んでいくと共に、取組を担う各主体の会議体を作るなど連携を図ることが出来ないか

省庁・自治体におけるデザイン導入・活用事例（国土交通省・佐賀県）第1回研究会 事務局資料より



ミズベリング・プロジェクト （国土交通省）

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。



さがデザイン
さがをかえる しるみをかえる

さがデザイン（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。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：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>

出典：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>

デザインが【開拓】すべき領域 ③の例「地域×デザイン」「準公共」

- 少子高齢化を起点とする地域産業の衰退や教育の縮小など、社会課題といわれるものの多くは従来の手法が通用しない複雑な問題
- このような複雑な問題とデザインの親和性は高く積極的にデザインを導入すべき

社会課題解決に挑むデザインの事例 事務局案

“林業の衰退と限界集落化の課題解決に挑む”



まれびとの家（VUILD株式会社）

デジタルファブリケーション技術を用いて、木材調達から加工・建設までを半径10km圏内で完結。人口約600人の村に地場の木材を活用し「共同保有型の」宿泊施設を作ること、人々が親戚を訪れるように継続的に山村を行き来するような「観光以上移住未満」の暮らしを提案し、林業の衰退と限界集落化の課題に挑んでいる。

出所 まれびとの家 2020年グッドデザイン金賞 日本デザイン振興会
<https://www.g-mark.org/award/describe/50973>

“少子化による予算削減と学校設備の老朽化に作り手の工夫で挑む”



plan [Design Movement on Campus]（台湾教育部）

少子化による予算削減と学校設備の老朽化という背景の中で、どうすれば教師や生徒にとって良い学校に出来るのか、教師と生徒の双方が参加する教育プロジェクト。自らが使う学校のリデザインプランをプロの建築家・デザイナーとともに教師・生徒が作成し、それ自体が教育機会になると共に、予算を抑えたリノベーションを実現。

出所 plan [Design Movement on Campus] 2020年グッドデザイン賞 日本デザイン振興会
<https://www.g-mark.org/award/describe/51235?locale=ja>

(参考) デザイン導入を後押しする制度の例 (“もの補助”)

- 中小企業・小規模事業者等が取り組む革新的サービス開発・試作品開発・生産プロセスの改善を行い、生産性を向上させるための設備投資等を支援
- 補助対象経費区分【外注】の中で、新製品・サービスの開発に必要な加工や設計（デザイン）・検査等の一部を外注（請負、委託等）する経費が対象となる。

補助金額 100万円～4,000万円 | 補助率 1/2～2/3

デザインに関わる補助対象経費

外注費（設計（デザイン））

⇒新製品・サービスの開発に必要な設計（デザイン）

※外注費は補助対象経費総額（税抜き）の2分の1まで。最大500万円（税抜き）までを補助。

※単価50万円（税抜き）以上の機械装置・システム構築の設備投資を行うことが必須条件

※枠により補助金額等が異なることに留意

…通常枠、回復型賃上げ・雇用拡大枠、デジタル枠、グリーン枠、グローバル市場開拓枠

(参考) デザイン導入を後押しする制度の例 (“Go-Tech事業”)

旧サポイン事業
旧サビサポ事業

- 中小企業者等が大学・公設試等の研究開発機関等と連携した、「特定ものづくり基盤技術」に関する研究開発や試作品開発及び販路開拓への取組を最大3年間支援。
(特定ものづくり基盤技術は、中小ものづくり高度化法「特定ものづくり基盤技術高度化指針」に定められている。)
- 特定ものづくり基盤技術…「デザイン開発」(下記①)を含む12の事項
- 2018年3月、IoT・AI時代に対応した指針への改正に伴い、技術分野横断的に、「デザイン思考、アジャイル型の研究開発」の重要性が明示されている(下記②)

デザイン開発

製品の審美性のみならず、ユーザーが求める価値、使用によって得られる新たな経験の実現・経験の質的な向上等を追求することにより、製品自体の優位性に加え、製品と人、製品と社会の相互作用的な関わりも含めた価値創造に繋がる総合的な設計技術

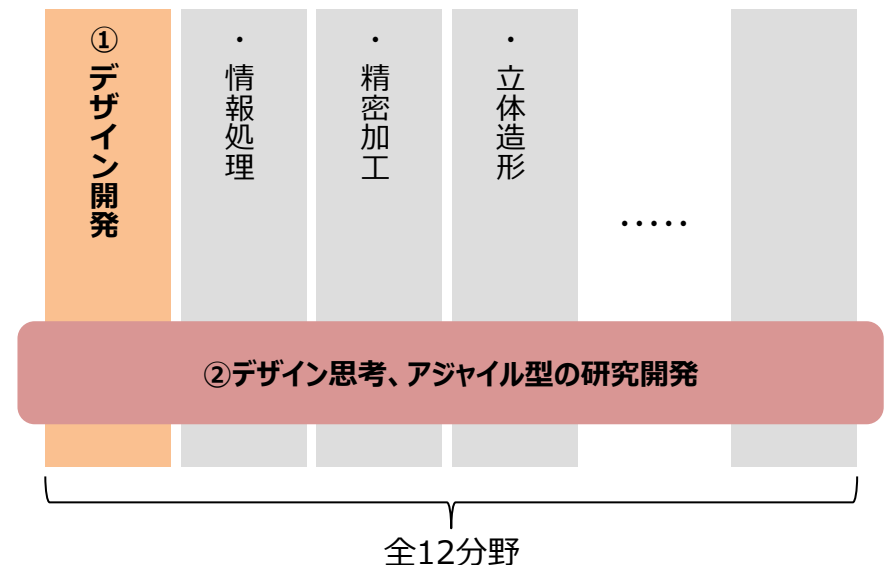
通常枠

補助金額 単年度 4,500万円以下
2年度の合計で 7,500万円以下
3年度の合計で 9,750万円以下

補助率 1/2～1

※出資獲得枠は補助金額、補助率が異なる

<特定ものづくり基盤技術における「デザイン」要素>



(参考) デザイン導入を後押しする制度の例 (“持続化補助金”)

- 小規模事業者持続化補助金は、小規模事業者が自社の経営を見直し、自らが持続的な経営に向けた経営計画を作成した上で行う販路開拓や生産性向上の取組を支援
- 補助対象経費区分【広報費】【ウェブサイト関連費】【開発費】において、デザインに関わる経費が補助の対象となる。

補助上限額 50～200万円 | 補助率 2/3～3/4

※ 枠により補助金額等が異なる…通常枠、賃金引上げ枠、卒業枠、後継者支援枠、創業枠、インボイス枠

デザインに関わる補助対象経費

広報費

⇒ 商品・サービスの広報を目的としたパンフレット・ポスター・チラシ等を作成および広報媒体等を活用するために支払われる経費（チラシ・カタログのデザイン、看板作成等）

ウェブサイト関連費

⇒ 販路開拓等を行うためのウェブサイトやECサイト等の構築、更新、改修、開発、運用をするために要する経費（商品販売のためのウェブサイト作成・動画作成等）

開発費

⇒ 新商品の試作品や包装パッケージの試作開発にともなう原材料、設計、デザイン、製造、改良、加工するために支払われる経費（新たな包装パッケージに係るデザイン費用等）

【開拓】今後のアクションプラン（案）

- 【開拓】における今後のアクションプラン（案）は以下のとおり

＜【開拓】の課題＞

開拓の前提として、デザインの意味やどのようなことに効果を発揮するのかが充分整理されていない
デザインに対する投資効果の裏付けも不足（【戦略】との連携）



＜アクションプラン（案）＞

我が国で「デザイン」と呼ばれているものを捉え直し、デザインができることや強みを整理する
その上で、デザインがまだ十分に導入されていない領域の検討・デザイン導入の試行を進める
併せてデザイン導入・活用効果に関する調査研究やナレッジの蓄積の検討
（【戦略】との連携）

デザイナーだからできること、デザイナーでなくてもできることを整理した上で、
デザイナー教育やデザイン教育に反映させていく（【人材】との連携）



＜ゴール＞

デザインができることや強みが社会で認知・共有され、社会の様々な場面にデザインが浸透し、
企業・行政・地域・市民の発展を後押しすること

【人材】デザインを活かす教育と環境形成



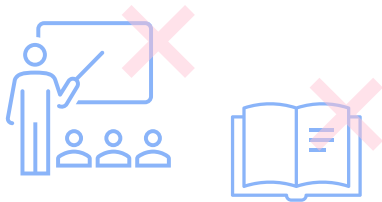
デザイン【人材】に関する課題

- そもそもの問題として、デザインは美術大学をはじめとした専門のデザイナー教育を受けた人だけが扱える特殊なものと認識されており、デザインに関心があり取組を進める人と、デザインとの接点が無く距離を感じたままの人との二極に分かれている
- 我が国におけるデザイン思考の流行は、その認識を変える一つのきっかけとして評価できるが、デザイン思考に取り組む人は社会全体からすると未だ少数にとどまる

「デザイン」人材に関する課題 第1回研究会 事務局資料より

0～18歳

一つ一つの要素を学ぶ機会はある、デザインとして体系的にまとまって学ぶことがない



デザイン？



▶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が乏しい



デザイン？



▶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？

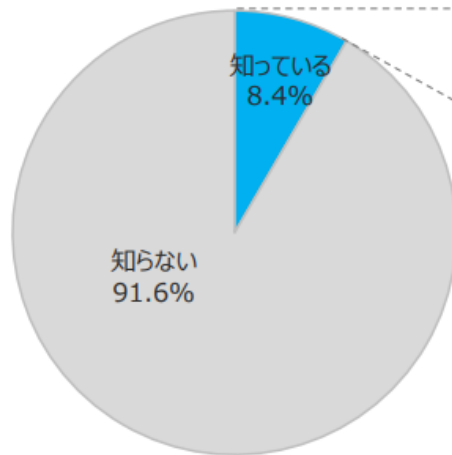
現状

(参考) 基礎自治体におけるデザイン思考の認知度

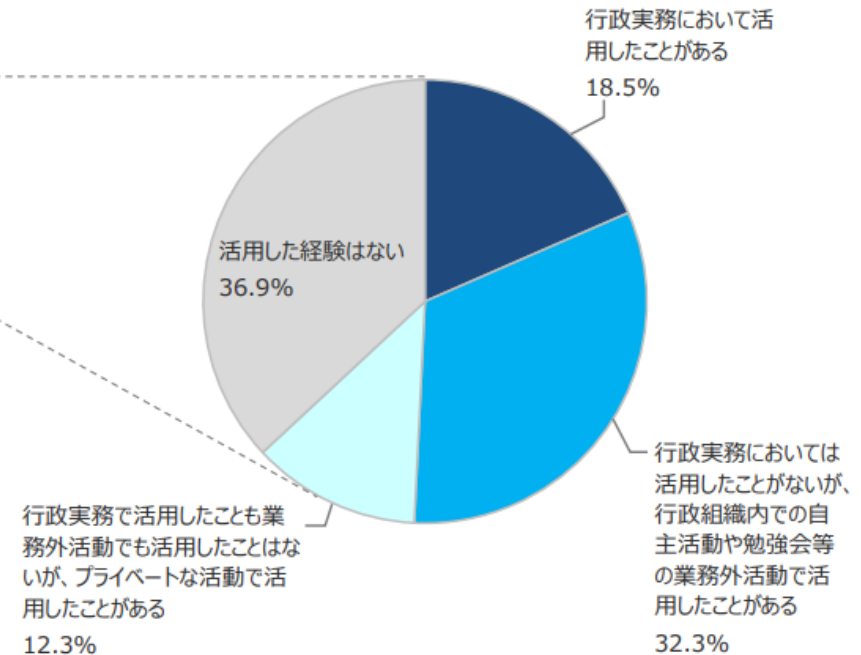
- 武蔵野美術大学と日本総合研究所が基礎自治体職員に対して2022年に実施したアンケート調査によると（有効回答数:1,545人）デザイン思考を知っている割合の人は8.4%にとどまる

基礎自治体職員におけるデザイン手法に関するアンケート調査（2022年7月 | 株式会社日本総合研究所・学校法人武蔵野美術大学）

あなたは、「デザイン思考」を知っていますか。
【単一回答 (n=1,545)】



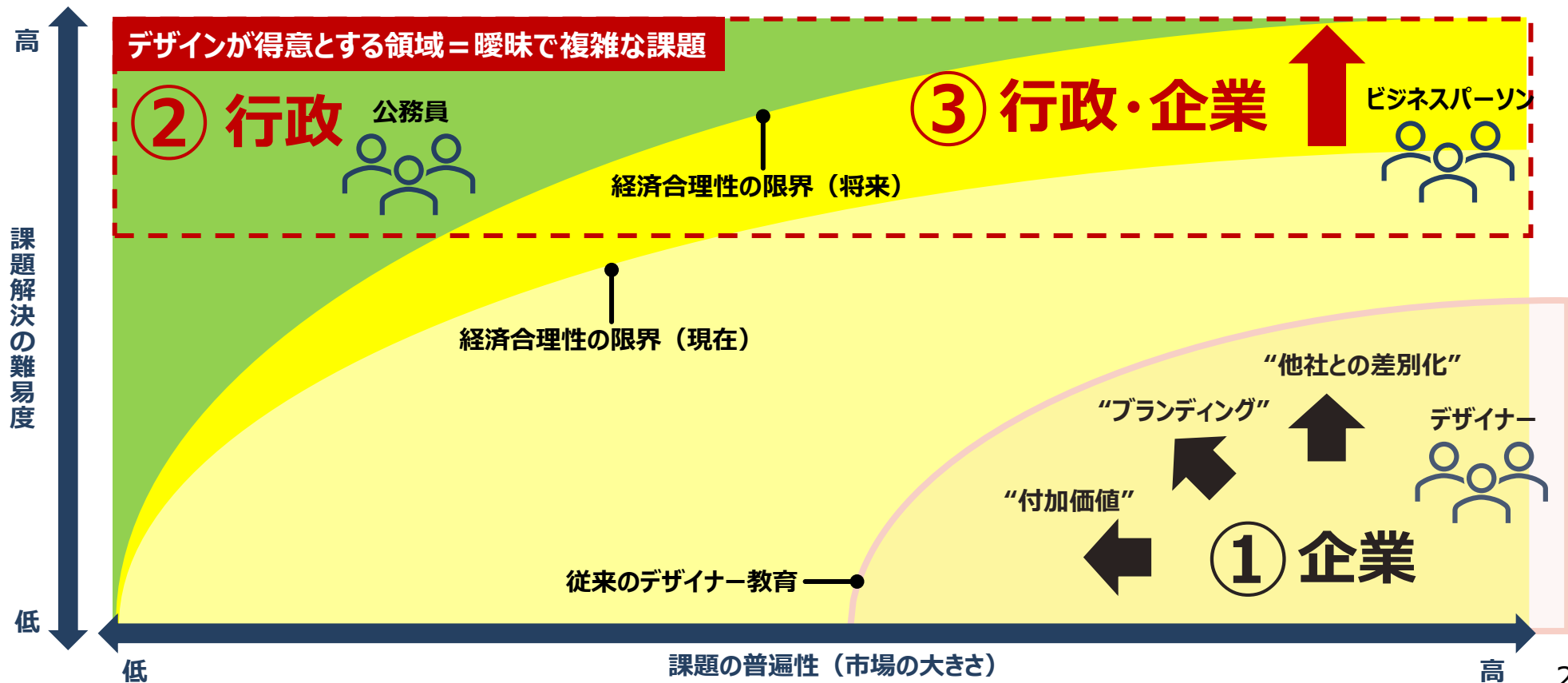
あなたは「デザイン思考」を活用した経験はありますか。あてはまるものを1つ選択してください。【単一回答 (n=130)】



デザイン【人材】に関する課題（【開拓】との連携）

- 経済合理性が働く領域①の中で他社との差別化やブランディング、付加価値を創出するデザイナーだけではなく、社会課題の解決やイノベーションを担う人材に対してのデザイン教育が不足していないか（一般のビジネスパーソンや公務員等含む＝世間的には必ずしもデザイナーとは呼ばれていない。将来これを担う子ども達を含む）

開拓すべき領域のイメージ（「ビジネスの未来」山口周著 | プレジデント社 | 2020年12月）経済合理性の限界曲線の図を元に経済産業省デザイン政策室追記



デザイン【人材】に関する課題

- 幼少期から中学・高校生程度までのデザイン教育が不足しているとの指摘があるが、デザインに必要な要素の多くは既存の教科や日常生活において学んでいる可能性が高い
- その一つ一つを連携・統合し「デザイン」として理解する機会が不足しているのではないか

デザインに関連すると考えられる小学校における学び 事務局案（各教科等における道德教育 学習指導要領解説総則編より抜粋）

＜国語科＞

国語で正確に理解したり適切に表現したりする資質・能力を育成する上で、日常生活における人との関わりの中で伝え合う力を高める。

＜算数科＞

「日常の事象を数理的に捉え見通しをもち筋道を立てて考察する力」を育てる

＜理科＞

生命を尊重し、自然環境の保全に寄与する態度の育成につなげる。見通しをもって観察、実験を行うことや、問題解決の力を育てる。

＜社会科＞

自他の人格を尊重し、社会的義務や責任を重んじ、公正に判断しようとする態度や能力などの公民としての資質・能力の基礎を養う。

＜生活科＞

生活上のきまり、言葉遣い、振る舞いなど生活上必要な習慣を身に付け、自立し生活を豊かにしていくための資質・能力を育成すること。

＜音楽科＞

音楽を愛好する心情や音楽に対する感性は、美しいものや崇高なものを尊重する心につながる。

＜図画工作科＞

つくりだす喜びを味わうようにすることは、美しいものや崇高なものを尊重する心につながる。

＜家庭科＞

日常生活に必要な基礎的な知識や技能を身に付け、生活をよりよくしようと工夫する資質・能力を育てること。

＜外国語科＞

外国語の学習を通して、他者を配慮し受け入れる寛容の精神や平和・国際貢献などの精神を獲得し、多面的思考ができるような人材を育てることにつながる。

＜総合的な学習の時間＞

「探究的な見方・考え方を働かせ、横断的・総合的な学習を行うこと」を通して、よりよく課題を解決し、自己の生き方を考えていく。

主体的に判断して学習活動を進めたり、粘り強く考え解決しようとしたり、自己の目標を実現しようとしたり、他者と協調して生活しようとしたりする資質・能力を育てること。

教養としてのデザイン教育の推進（どこで行うか）【地域】との連携

- 都市部への人材流出や少子高齢化による産業等の担い手不足に直面する地域において、プロデザイナーや興味ある者のみに閉じがちだったデザイン教育を広く市民に向けて提供していくことができないか
- その実践の場として、**例えば地域の公民館や図書館、コワーキングスペース、デザイン事務所のオープンスペースなど、敷居が低く、広く市民に開かれた場を活用**できないか

教養としてのデザイン教育を展開する場所のイメージ 【地域】分科会における提言「開かれた場、多様な機能を包含する場」を参考に事務局作成



とんがりビル（山形県山形市 | 2016年～）

山形市の中心地、七日町にある築40年の雑居ビルをリノベーション。1階は地ものを味わえる食堂、ギャラリーと本屋、2階は撮影スタジオとデザイン会社、3階は美容室、4階は家具会社のショールーム。

出所：とんがりビルについて（運営会社 株式会社マルアール）
<https://www.tongari-bldg.com/tongari>



アメリカヤ（山梨県韮崎市 | 2018年～）

1967年に建設され、長く韮崎中央商店街のシンボルとして地域に愛されてきたが、ビルオーナーの逝去と共に閉鎖。その後15年を経た後、9つのテナントブーストコミュニティスペースからなる複合施設として復活。1階は喫茶店、2階はDIYショップ、3階は雑貨店やギャラリー等、4階は建築事務所、5階はコミュニティスペース。

出所：アメリカヤ（アメリカヤ）
<https://americaya1967.jp/>

教養としてのデザイン教育の推進（どこで行うか）【資源】との連携

- 企業やデザイナー等が創意工夫を積み重ね、私たちの生活の課題を改善したり、気持ちを前向きにしたり、社会を豊かにしてきたもの・ことを保存・展示している施設が多数存在。
これらを可視化し、「教養としてのデザイン教育」につなげることはできないか
- また、デザイナーを目指す学生や現役デザイナーの学びに一層取り込むことはできないか

教養としてのデザイン教育を展開する場所のイメージ 【資源】分科会における提言「各地にあるデザイン資産を有する施設」を参考に事務局作成

例：ニコミュージアム（東京都）
例：セイコーミュージアム銀座（東京都）
例：アドミュージアム東京（東京都）
例：印刷博物館（東京都）
例：竹尾ポスターコレクション（東京都）
例：ヤマハイノベーションロード（静岡県）
例：資生堂企業資料館（静岡県）

企業ミュージアム

例：トヨタ博物館（愛知県）
例：シャープミュージアム（奈良県）
例：まほうびん記念館（大阪府）
例：パナソニックミュージアム（大阪府）
例：アシックススポーツミュージアム（兵庫県）
例：マツダミュージアム（広島県）
例：TOTOミュージアム（福岡県）

美術館・郷土資料館等

例：宇都宮美術館（栃木県）
例：武蔵野美術大学 美術館（東京都）
例：国立工芸館（石川県）
例：富山県美術館（富山県）
例：京都工芸繊維大学美術工芸資料館（京都府）
例：大阪中之島美術館（大阪府）

個人コレクション

例：織田コレクション（北海道）

教養としてのデザイン教育の推進（どこで行うか）【地域】【資源】との連携

- **地域特有の素材・技術・風習・風土など**、地域の生活文化に密接に関わってきた多様なものが今もなお各地に残っているのは日本の強みであり面白さ
- デザイン人材と市民が**その地域ならではのデザイン資源を発掘する過程そのものを人材教育の場とし、得られた資源をアーカイブ**し地域の発展に生かしていくことはできないか

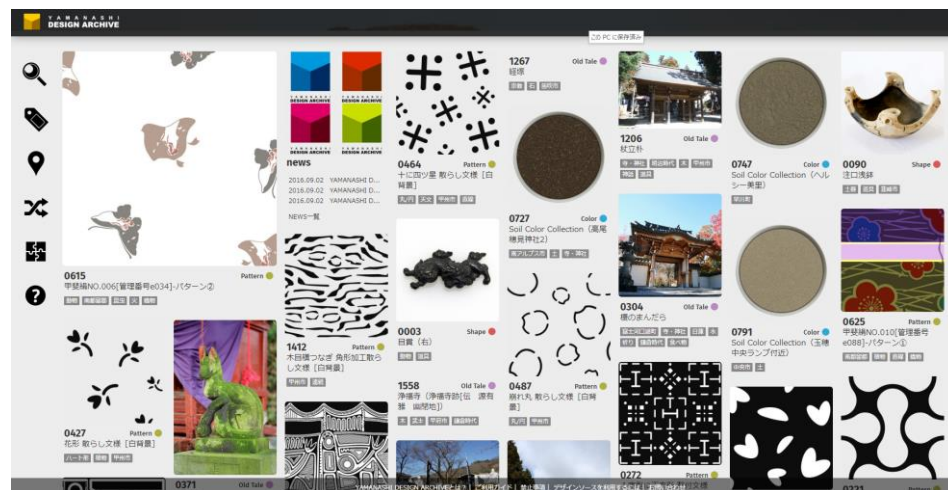
デザイン人材が地域の資源を発掘する取組の事例（事務局案）



「銀座生態図」（資生堂×博展）

銀座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」を創ったウィンドアート（株式会社博展）
<https://www.hakuten.co.jp/works/story/ginzaseitaizu>



「YAMANASHI DESIGN ARCHIVE」（山梨県産業技術センター）

山梨県に伝わる過去の優れた物品の造形や模様、自然から得られる色彩、今に伝わる昔話・伝説を産業上で使用できるデザインソースとしてデジタル化し配信。

出所：YAMANASHI DESIGN ARCHIVE | 山梨県産業技術センター
https://design-archive.pref.yamanashi.jp/help/design_archive

教養としてのデザイン教育の推進（誰がどのように教えるか）【戦略】との連携

- 小・中学校の義務教育課程におけるデザイン教育の必要性に関する意見は根強いものの、学校の先生が教養としてのデザインを教えられないとの指摘あり
- デザインの裾野を広げる、デザインに対する正確な理解を促すという共通目的の下、**プロデザイナーが直接開かれた場に参画し、非デザイナーに対してデザインの意義や面白さ、可能性を伝えていく“デザインのファン”を増やしていく活動**はできないか
- 教える際に必ずしもデザインと言う必要はなく、工夫や気遣い、着眼点など、デザインワークの基礎となる態度や考え方を紹介していく

プロデザイナーによる子ども向けデザイン教育事例（日本）第1回研究会 事務局資料より



キッズ・ワークショップ

（東京ミッドタウン・デザインハブ）
デザイン団体やインハウスデザイン部、美術大学等、デザインの知見を有するプロのデザイン人材が子どもを対象にワークショップ等を行い、一人一人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毎年行われ、2022年で15回目の開催。2022年は旗作りやキーホルダー制作、空間（お店）やカメラのデザイン等のワークショップを実施。

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/>



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）

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. ビビッと感じる！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

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>

プロデザイナー教育の推進

- 「デザインの民主化」が進む中、台頭するAIデザインツールを使いこなし、専門のデザインスキルのみならず、関連する諸領域の知見を学ぶなど、プロデザイナーは引き続き自身の能力を主体的に高め続ける必要がある
- 美術大学内だけで完結するデザイナー教育の場合、細分化が進み他の専門分野との連携や教養の習得が不足するため、垣根を越えた教育の展開が望まれる
- デザイナーの強みの一つである人々の心を動かす「美しく表現できる」技術は今後も追求し続ける必要があり、広義のデザインに偏ることがあってはならない

業界団体によるプロデザイナーの教育事例（米国）・デザインカウンシルによるスキルセットの提示（シンガポール） 第1回研究会 事務局資料より

Agenda

Below is a sample of what you can expect to experience in the Business Perspectives for Creative Leaders Live Online Program. Content area includes an overview for change.

Day One

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

Day Two

- Negotiations: Friendly Ambition and Value Claiming
- Influence and Persuasion
- Organizing for Innovation: The Threshold 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
- O-Side 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 generate their teams to drive growth. Averaging between 20-40 attendees a year, this program is consistently rated one of the most valuable experiences of participants' careers.



What to expect

- Develop personal career repertoires with practical insights and ongoing perspectives.
- Think strategically to meet the challenges of management, take advantage of business opportunities, and drive innovation for growth.
- Develop 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.

Professional Development (AIGA)

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。AIGA Business Perspectives for Creative Leadersは、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。



Skills Framework for Design (Design Singapore Council)

デザイナー個人、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

【人材】今後のアクションプラン（案）

- 【人材】における今後のアクションプラン（案）は以下のとおり

＜【人材】の課題＞

デザインは美術大学等における専門のデザイナー教育を受けた者が担うとの誤解
【開拓】領域を担う人材に対するデザイン教育の不足



＜アクションプラン（案）＞

そもそも**教養としてデザインを学ぶと何が起こるのかの整理**（【戦略】との連携）
教養としてのデザイン教育を展開する場の検討（地域の公民館や図書館、コワーキングスペース、デザイン事務所の一角など、敷居が低く、広く市民に開かれた場など）（【地域】との連携）
デザイン資源を有する施設や資源を発掘する取組そのものの活用の可能性（【資源】との連携）



＜ゴール＞

デザインの素養を持つ者を一人でも多く増やすことで、
企業・行政・地域・市民のデザイン活用の素地を作り、社会の様々な場面にデザインが浸透すること

【地域】まちの未来を育むデザインのあり方

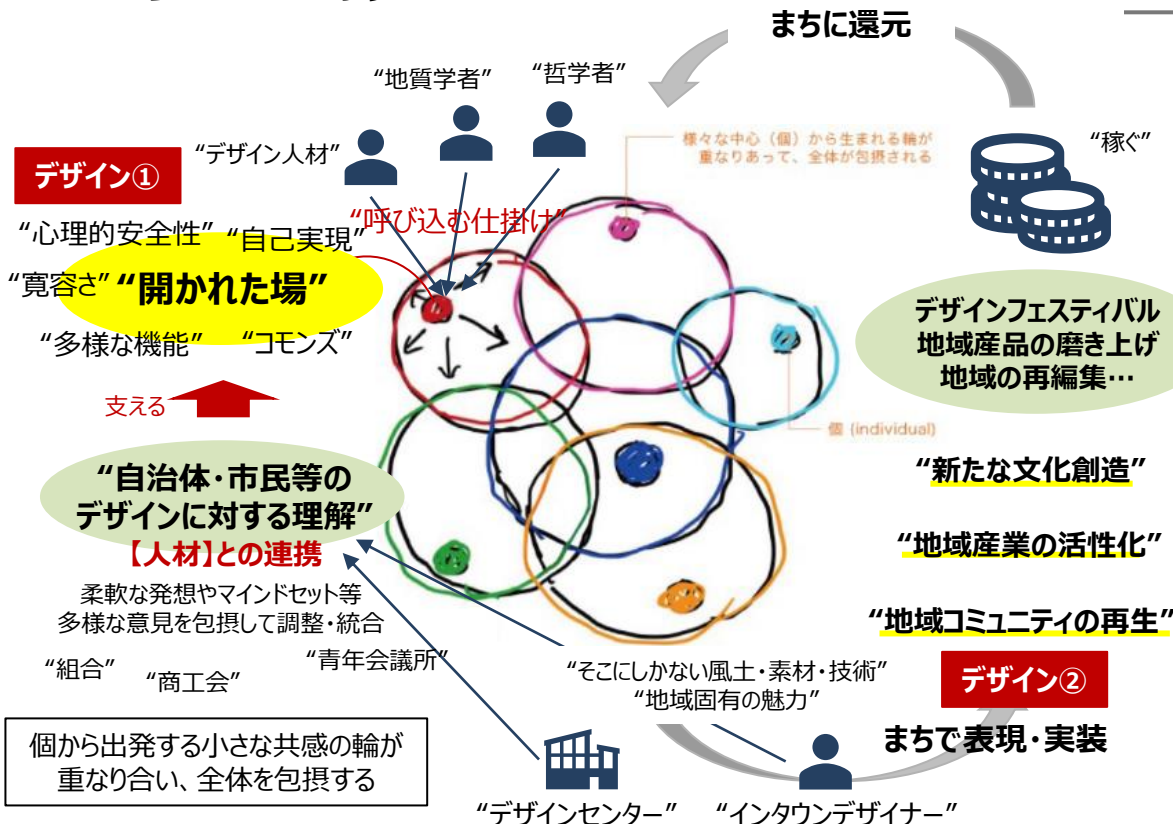


【地域】とデザインに関する課題

- 都市部への人口流出や少子高齢化により地域産業やコミュニティの担い手が不足する中で、**地域を活性化させるデザインが注目されているが、これを実現するための「場」や「人材」が不足・偏在しており、地域×デザインの取組が進む地域は限定的**
- どのような「場」を地域に創出し、これを担う「人材」をどのように確保・育成すべきか

これからのまちのあり方

第1回研究会 大西委員提出資料をベースに事務局追記



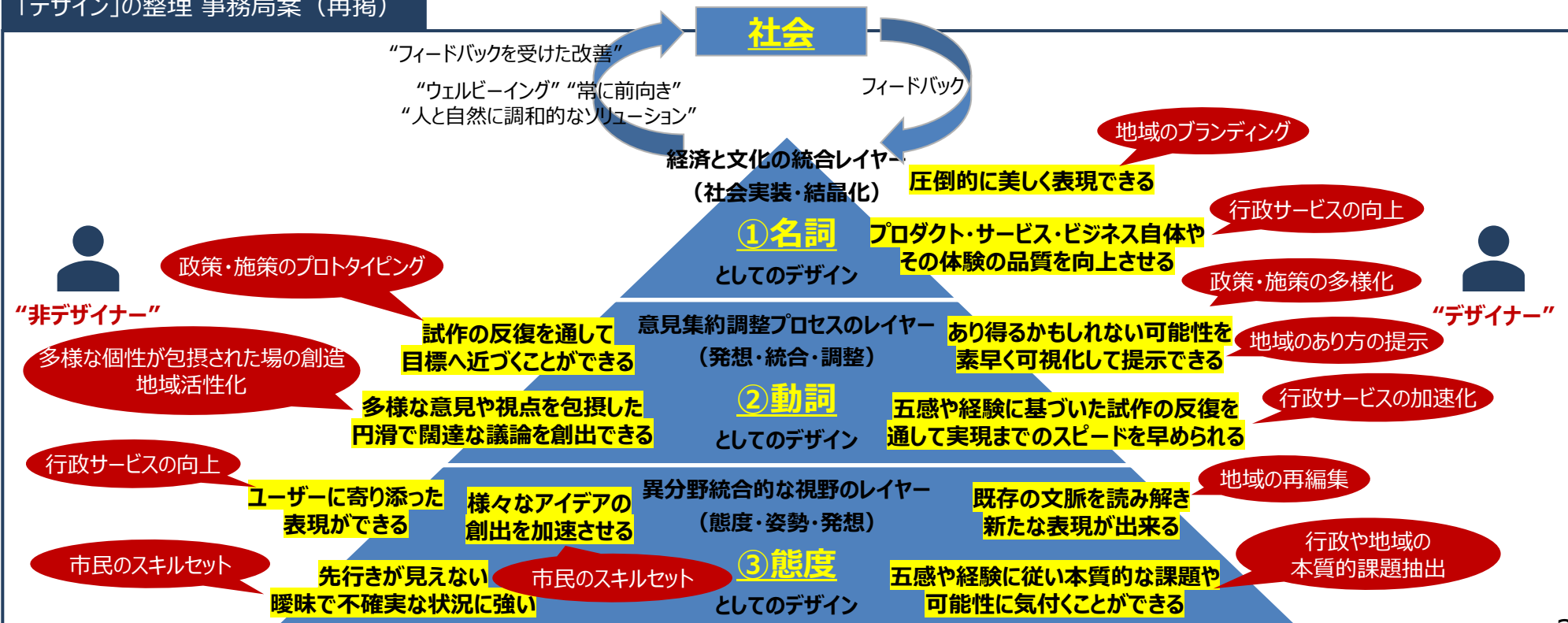
デザインエコシステム実現への課題

- ① 地域の人口減少は避けられない局面において、市民一人一人の個性やその地域らしさが発出した輪が重なり合う、多様性が担保されたまちを創出したいが、**これを実現する起点となる「開かれた場」が不足【地域】**
- ② 「開かれた場」が出来る背景には、自治体の理解や支援、域内外の人が面白いことや自己実現に挑戦できる環境やインフラが必要だが、**態度としてのデザイン（柔軟な発想やマインドセット等）や動詞としてのデザイン（多様な意見を包摂して調整・統合）が地域の主体に不足【地域】【人材】**
- ③ 仮に地域の主体のデザインリテラシーが向上したとしても、**場や産業活性化を担うスキルを有する人材が都市部に偏在しており地域に呼び込む必要【地域】【人材】**
- ④ 人材を地域に呼び込むにあたっては、全国的な人口減少下において**地域間による人材の取り合い（ゼロサムゲーム）にならないよう、スキルシェアの考えやこのような働き方を許容できる環境整備が必要【地域】【人材】**

【地域】におけるデザインの必要性（【開拓】との連携）

- 前提として、都市部への人口流出と少子高齢化による人口減。これによる様々な課題
- 産業/観光/福祉/教育/暮らし/信仰など多面的な要素が複雑に絡み合う地域課題を解決したいが、従来の手法が通用しづらい（通用するかわからない）
- このような時に強みを発揮するのがデザインであり、積極的な導入・活用が望まれる

「デザイン」の整理 事務局案（再掲）



【地域】におけるデザイン活用の先行事例

- 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

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）第1回 研究会 事務局資料より

“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てる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事務局）
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】におけるデザイン活用の先行事例

- 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）第1回 研究会 事務局資料より

“「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】におけるデザイン活用の先行事例

- 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
- 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）第1回 研究会 事務局資料より

“農業の6次産業化へ” 農家×デザイナーの取組



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>

“豪雪を町の力に変える「ユキノチカラ」



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、商談会出展、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。

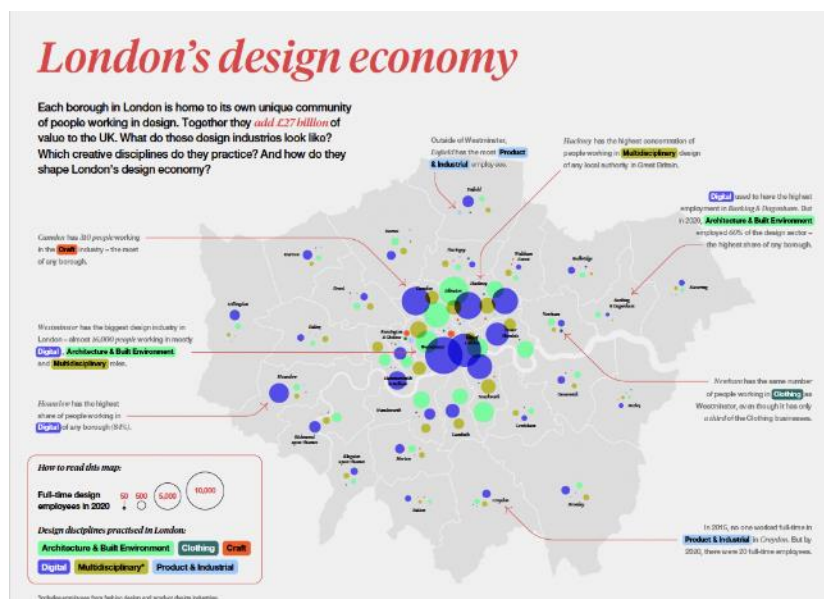
出所：ユキノチカラプロジェクトとは（ユキノチカラプロジェクト）
<https://yukino-chikara.com/about/>

【地域】におけるデザイン活用の先行事例

- 地域ならではの素材や技術、企業や人材を可視化し、地域コミュニティや産地を活性化させるデザインフェスティバルが一部地域で開催

デザインフェスティバルの事例（英国・旭川）

“地域の企業や工場、若手デザイナー等が市民に知られる機会に”



ロンドン デザインフェスティバル（英国）

現在世界ではデザインフェスティバルやデザインウィークが200の都市で開催されている。その先駆けとなったロンドンは2003年以来、毎年秋に開催。**2018年には60万人を集客し、地域に点在する企業や工場、教育機関、デザインスタジオなどが市民に広く知られる機会に。**

出所：第2回研究会 事務局資料より

“デザインの力で持続可能な地域社会の実現を目指す”



あさひかわデザインウィーク（北海道旭川市）

2019年、ユネスコのデザイン都市に認定された旭川市では、「**北の大地の「自然」や「人間」が持っている潜在力をデザインの力で引き出し、持続可能な地域社会の実現を目指すこと**」を目的に、市内各所でデザインに関する様々なイベントを開催。**2023年は8万人を集客。**

出所：第1回研究会 事務局資料より

【地域】に関わりたい人の背中を後押しする“開かれた「場」”の必要性

- 「社会や地域に関わりたい」「自己実現をしたい」と思っている人の背中を後押しできる、心理的安全性が担保された寛容で開かれた場が地域に必要ではないか
- 既存の「公民館」や「公設民営」のほか、例えば近年各地で開設されている「コワーキングスペース」「ファブラボ」などは、その役割を担うことができないか

委員からのご意見「開かれた場、多様な機能を包含する場」を参考にした事例 事務局案



「春日台センター」(神奈川県愛川町)

神奈川県愛川町の郊外住宅地において、かつての商業施設を、福祉を核とする地域の拠点として再びセンター化した計画。事業者と建築家が長い年月を掛けて枠組みづくりから協働して高齢者の住まいや障がい者の働く場を地域に開いた実践であり、様々なプログラムをもつ分棟の建築がまちの動線や活動を引き込み、新しい日常の風景を生み出している。

出所 地域共生文化拠点「春日台センター」 | 2023グッドデザイン金賞 | 日本デザイン振興会
<https://www.g-mark.org/gallery/winners/20473?years=2023>



「森のオフィス」(長野県富士見町)

個室型オフィス、コワーキングスペース、会議室、食堂を備えた複合施設。都心の企業にとつてのサテライトオフィスやテレワーク拠点、地域住民にとつての“公民館”的スペースとなっている。里山に住む人々と都会に住む人々をつなぎ、新しい仕事や働き方、暮らし方を創り出せる場を目指している。

出所「森のオフィス」：<https://www.morino-office.com/>

【地域】に関わりたい人の背中を後押しする“開かれた「場」”の必要性

- 開かれた場には「地域の人的ネットワーク」「地域ならではの資産（素材・技術…）」など経済を生み出す地域独自のリソースが集約されるほか、喫茶店やショップ、軒下等の半屋外空間、多目的な部屋、デザイン相談機能など「**多目的**」であることが望まれる
- 日常の中に自然と組み込まれ、**様々な人の「訪れやすさ」を創出することにつながる**

委員からのご意見「開かれた場、多様な機能を包含する場」を参考にした事例 事務局案



とんがりビル（山形県山形市 | 2016年～）

山形市の中心地、七日町にある築40年の雑居ビルをリノベーション。1階は地ものを味わえる食堂、ギャラリーと本屋、2階は撮影スタジオとデザイン会社、3階は美容室、4階は家具会社のショールーム。

出所：とんがりビルについて（運営会社 株式会社マルアール）
<https://www.tongari-bldg.com/tongari>



アメリカヤ（山梨県韮崎市 | 2018年～）

1967年に建設され、長く韮崎中央商店街のシンボルとして地域に愛されてきたが、ビルオーナーの逝去と共に閉鎖。その後15年を経た後、9つのテナントブーストコミュニティスペースからなる複合施設として復活。1階は喫茶店、2階はDIYショップ、3階は雑貨店やギャラリー等、4階は建築事務所、5階はコミュニティスペース。

出所：アメリカヤ（アメリカヤ）
<https://americaya1967.jp/>

前向きな活動を後押しする自治体・市民等のデザインに対する理解

- 地域でデザインを活用したまちづくりや産業振興、地域コミュニティの活性化等を実施するには、**核となる自治体をはじめ、市民、組合、商工会、青年会議所などのデザインやデザイナーに対する理解の深化**が不可欠であり、これに資する各種取組が必要ではないか

自治体のデザインリテラシー向上に関する事例（神戸市・福井県・山形県・富山県ほか）

デザイン人材の雇用（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。

出所：第1回研究会 事務局資料より

政策デザインの導入（福井県）



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

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。

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。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。

出所：第1回研究会 事務局資料より

デザイン振興指針の策定・改訂（山形県）



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すものとして2005年に策定（2012年改訂）

デザインとは、問題解決のために計画を立てている創意工夫する行為と捉え、①経営者のデザインマインドの深化、②デザインスキルを持つ人材育成、③山形発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目指す。

出所：第1回研究会 事務局資料より

地域のデザイン賞・デザインコンペの企画・運営（富山県、広島市、茨城県、山形県、群馬県、静岡県、長崎県など）

NO IMAGE

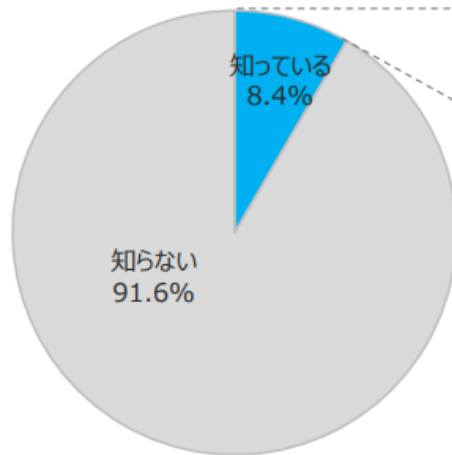
各都道府県等で地域の企業等を対象に、デザインの有識者がもの・ことを選定・表彰。企業やデザイナーにとっては創作のモチベーションに繋がるほか、新しいデザイン領域や表現、考え方を表彰を通じて社会に発信することで、次代のデザインのあり方を提示。他方、市民に対して十分に賞が認知されていない・販路に直接繋がらないなどの課題を抱えている場合もある。

(参考) 基礎自治体におけるデザイン思考の認知度 (再掲)

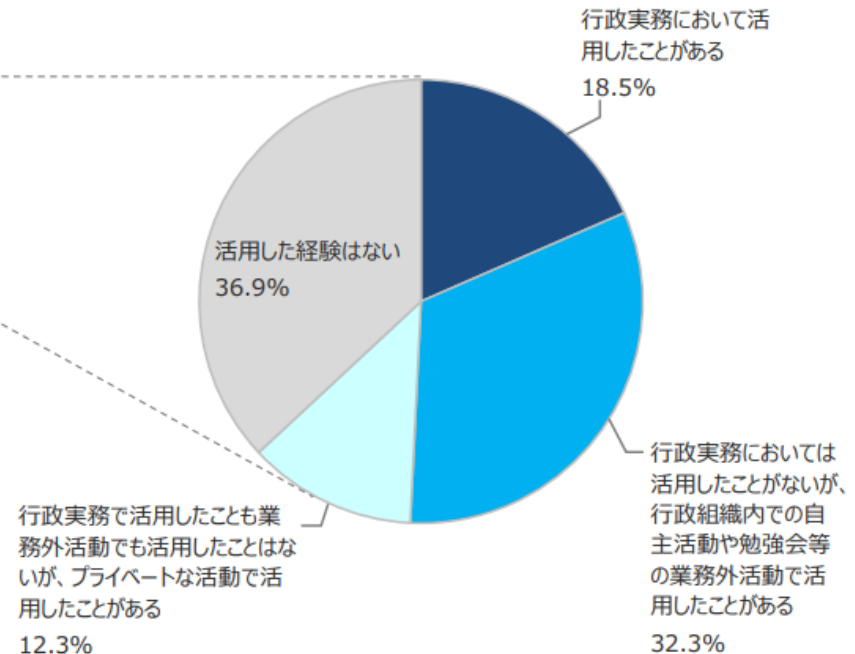
- 武蔵野美術大学と日本総合研究所が基礎自治体職員に対して2022年に実施したアンケート調査によると (有効回答数:1,545人) デザイン思考を知っている割合の人は8.4%にとどまる

基礎自治体職員におけるデザイン手法に関するアンケート調査 (2022年7月 | 株式会社日本総合研究所・学校法人武蔵野美術大学)

あなたは、「デザイン思考」を知っていますか。
【単一回答 (n=1,545)】



あなたは「デザイン思考」を活用した経験はありますか。あてはまるものを1つ選択してください。【単一回答 (n=130)】



前向きな活動を後押しする自治体・市民等のデザインに対する理解

- 主に域内のものづくり企業を対象に、デザインの専門的知見を有する職員がデザイン相談等に対応する公的デザイン支援機関が各地に存在
- この機関が有する**デザインの知見を、域内企業のものづくり支援のみならず、自治体や市民などに対して広く展開・共有する**ことができないか。例えば、行政職員、産地組合、商工会、青年会議所、市民（子ども）等に対するデザイン研修やセミナー、地域でのデザイン活動に興味をもつ域外デザイン人材に対する相談対応などできないか

地域のデザイン支援機関の事例（富山県総合デザインセンター・山形県工業技術センター）第1回研究会 事務局資料より

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）

山形県工業技術センター（デザイン科）

山形県山形市



山形県工業技術センター
Yamagata Research Institute of Technology

「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）

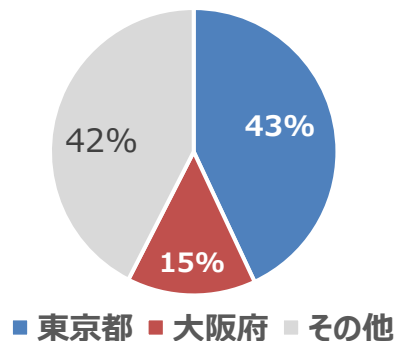
デザイン人材等を【地域】に呼び込み・サポートし【地域】の人も共に変わる

- デザイン人材である前に一市民である人材に対し、**自治体の基本的な関係人口創出施策が基本**（住居・交通・医療・教育等に関する移住・二地域居住関連支援施策）
- これに加えて、「**開かれた場**」や、**自治体等のデザインに対する理解向上の取組**自体がデザイン人材を惹き付ける理由となる
- このほか、「アーティストインレジデンス」や「デザインフェスティバル」のように**デザイン人材を狙って地域に招き、地域に対する興味・関心を持ってもらう仕掛け**も必要ではないか

都市部に偏重するデザイナー | 二地域居住への関心（第1回研究会 事務局資料より）

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

移住者の声

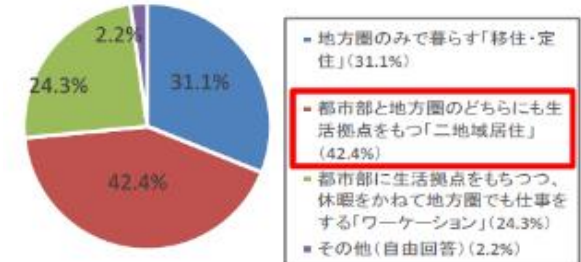
- 副業であっても、ハローワークや既存の人材紹介会社などでのマッチング機会が少ない。**地方移住を始めるのはハードルが高い一方、二地域居住から始める方がリスクが低い。**

小規模事業者の声

- 都市部の人材の雇用をするとしても、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/shiryoku-4.pdf>

デザイン人材と【地域】の【資源】を発掘・アーカイブ、過程を【人材】教育へ

- その地域にしかない、地域特有の素材・技術・風習・風土など、地域の生活文化に密接に関わってきた多様なものが今もなお各地に残っているのは日本の強みであり面白さ
- デザイン人材を活用し、地域の人気が付くことが難しいその地域ならではの資源を発掘・アーカイブ・共有し地域の発展に生かしていくことはできないか

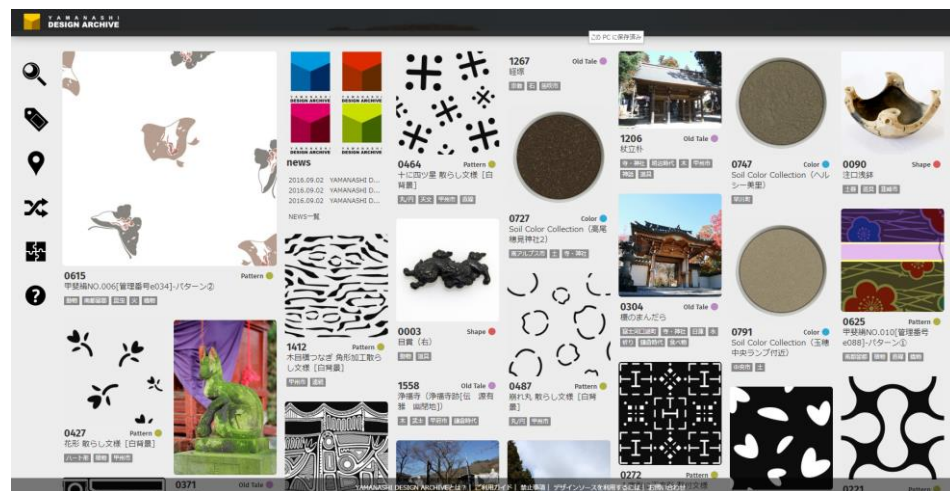
デザイン人材が地域の資源を発掘する取組の事例（事務局案）



「銀座生態図」（資生堂×博展）

銀座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」を創ったウィンドアート（株式会社博展）
<https://www.hakuten.co.jp/works/story/ginzaseitaizu>



「YAMANASHI DESIGN ARCHIVE」（山梨県産業技術センター）

山梨県に伝わる過去の優れた物品の造形や模様、自然から得られる色彩、今に伝わる昔話・伝説を産業上で使用できるデザインソースとしてデジタル化し配信。

出所：YAMANASHI DESIGN ARCHIVE | 山梨県産業技術センター
https://design-archive.pref.yamanashi.jp/help/design_archive

【地域】の資源を生かして「稼ぐ」「地域を活性化させる」

- 地域の資源を生かし、デザインを活用した産業振興・地域振興に携わる「インタウンデザイナー」を育成・全国に拡げることができないか（【人材】との連携）
- 都市部に集中するデザイナーのキャリアパスの一つに「地域」を組み込むことが出来ないか

インタウンデザイナーの事例（福井県 鯖江）第1回研究会 事務局資料をベースに追記

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

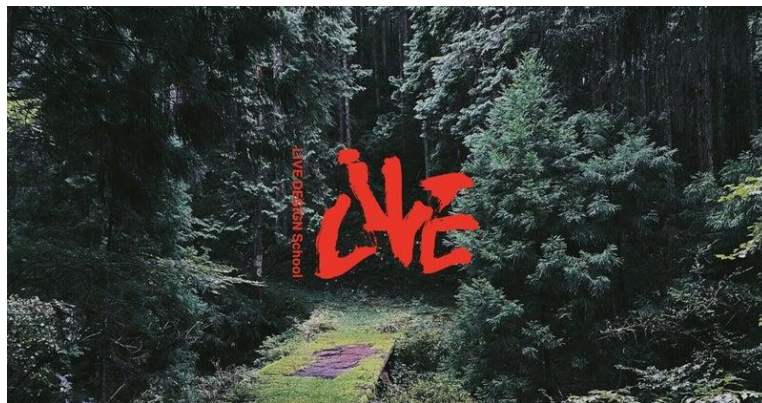
1985年大阪府生まれ。京都精華大学デザイン学部建築学科卒業。2009年福井県鯖江市に移住。応用芸術研究所を経て、鯖江市役所在職中の2013年にTSUGIを結成。以降、未来の産地を醸成する様々なプロジェクトを展開し、2015年に法人化。デザイン・ものづくり・地域と
いった領域を横断しながら、地域や地場産業のブ
ランディングを手がける。



「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



各地に根を張り、生きるデザインを学ぶ場



LIVE DESIGN School（2023年春～ 開校予定）

「各地に根を張り、生きるデザインを学ぶ場」として、インタウンデザイナーの新山直広氏、坂本大祐氏、編集者の中井希衣子らが企画・運営。オンラインレクチャー、デザインに関するブレインストーミング、実地のフィールドワーク、インターンのプログラムから成り、学生やデザイナー以外の職種の人まで、地域に興味がある人を広く対象とし、地域で活躍するデザイナーを育成することを目指す。

出所：LIVE DESIGN School はじまります！（LIVE DESIGN School）
<https://note.com/livedesignschool/n/nfae4fef62a7b>

【地域】今後のアクションプラン（案）

- 【地域】における今後のアクションプラン（案）は以下のとおり

＜【地域】の課題＞

都市部への人口流出、少子高齢化によるコミュニティの停滞・産業の担い手不足
どこも似たようなまち、没個性、中央集権型の価値観
自己実現できる場、誰もが気軽に集まれる心理的安全性が担保された開かれた場の不足
デザイン人材の不在・不足、デザインを学べる機会の不足…



＜アクションプラン（案）＞

多様な個性を受入れ人々が集う「開かれた場」の創出
これらの前向きな取組を後押しする自治体等のデザインに対する理解の向上（【人材】との連携）
地域に多様な人材を呼び込みサポートする環境構築
その地域特有のデザイン資源の発掘・アーカイブ（【人材】【資源】との連携）
デザイン資源を生かして稼ぎ、地域を活性化させるインタウンデザイナーの育成・支援
→これらで得られた資金や知見をまちに還元



＜ゴール＞

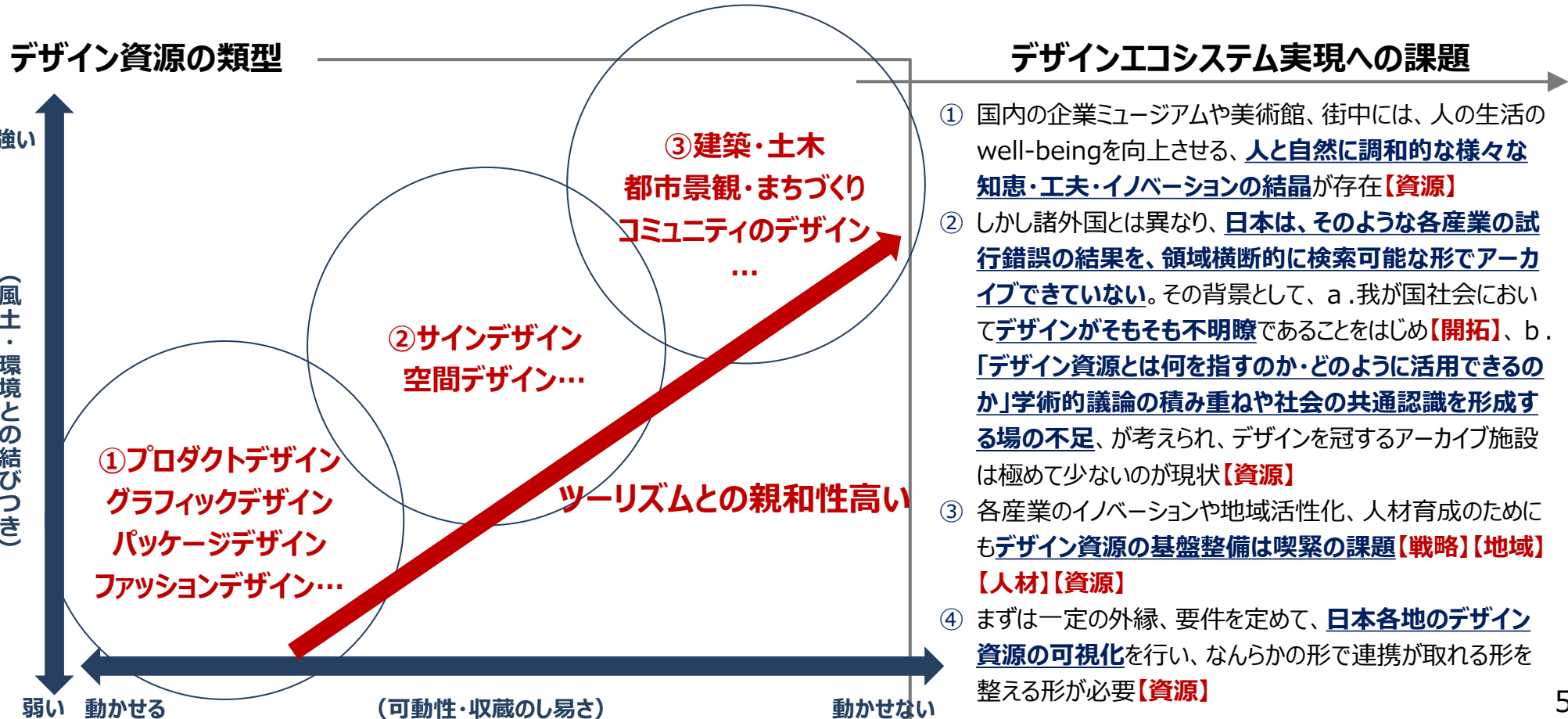
その地域ならではの風景や営みと密につながり、
市民一人一人の個性やその地域らしさが発出した輪が重なり合う、多様性が担保されたまち

【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



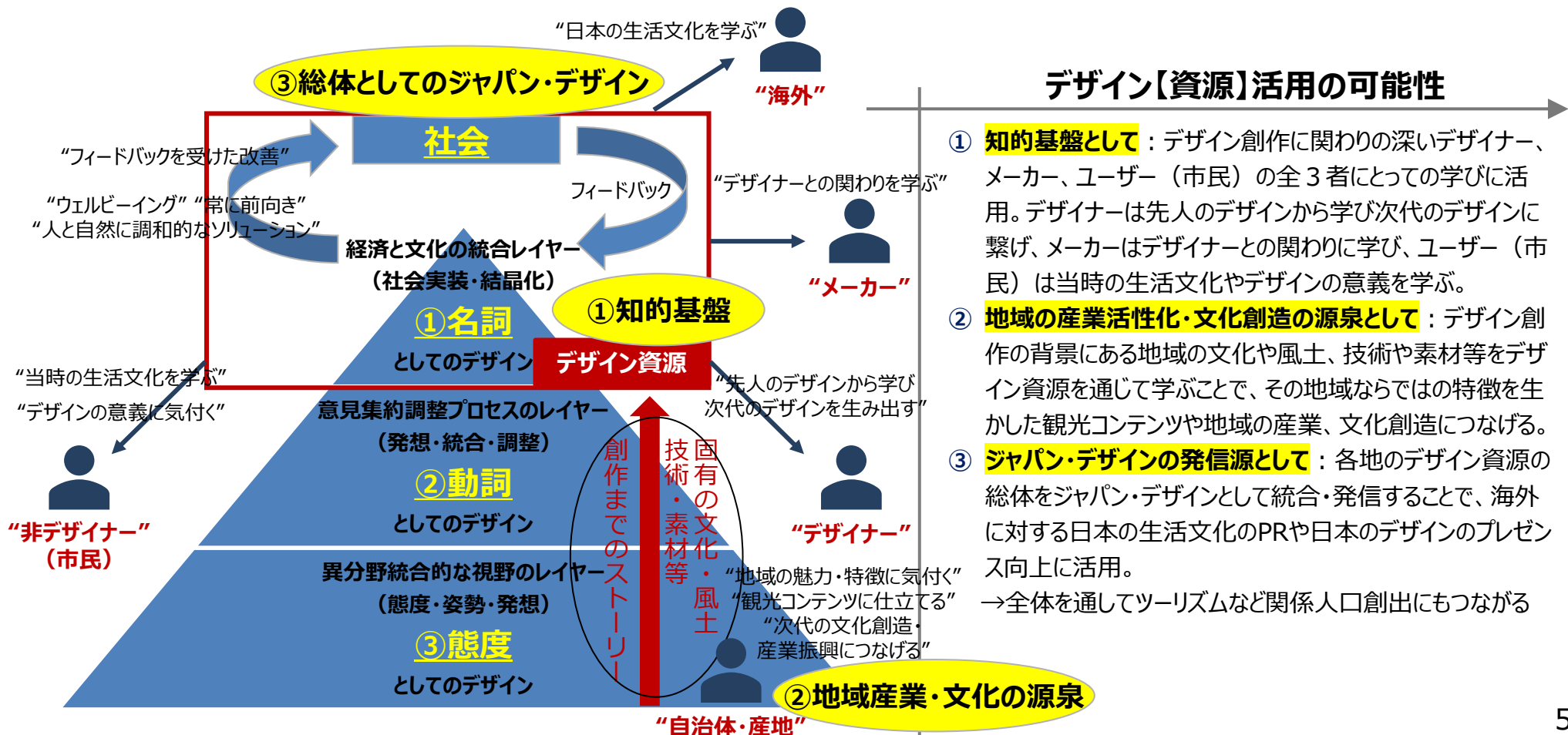
我が国のデザイン【資源】に関する課題

- 我が国は世界的にみて高く評価されているデザイン大国であるものの、これまでのデザイン資源が各地に散逸・整理がされておらず、互いに連携も取れていない
- 人材育成の基盤や、観光資源として、また地域活性化・文化創造の基盤としても各地に眠るデザイン資源を棚卸しする必要がある



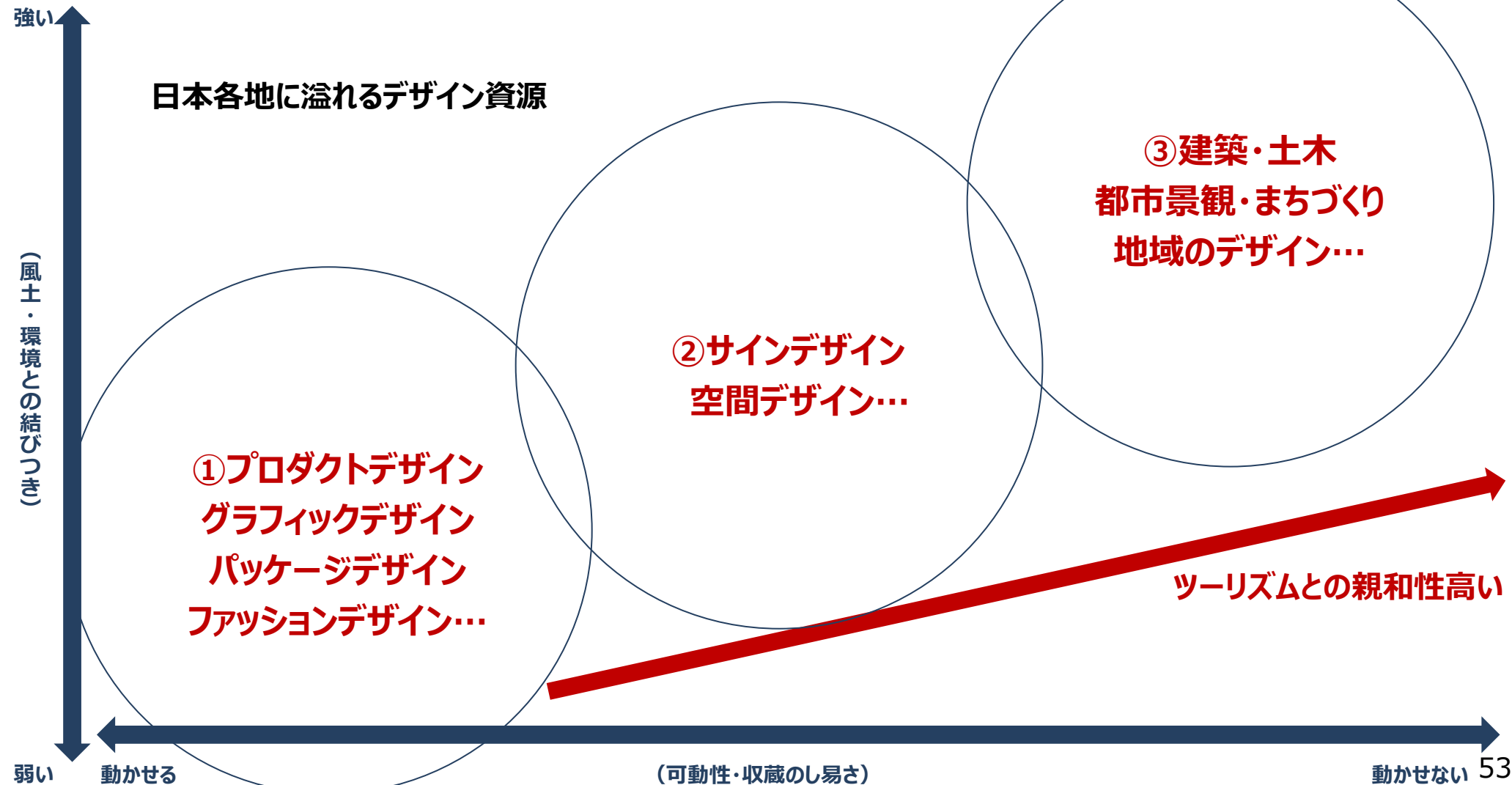
いま、なぜ、デザイン【資源】に注目するのか（【人材】【地域】との関わり）

- 先行きが見えない曖昧で不確実な現代において、デザインの方法論が非デザイナーも含めて注目される中、**デザイナー、メーカー、ユーザーの知的基盤としての活用**が考えられるほか、地域の文脈においても、その**地域ならではの特徴や魅力の発見**、これを起点にした**地域の産業活性化・文化創造、観光等における活用**が考えられる



我が国のデザイン【資源】の一例

- 国内の企業ミュージアムや美術館、街中には、人の生活のwell-beingを向上させる「人と自然に調和的」な様々な知恵・工夫・イノベーションの結晶が存在



海外デザイン先進国の多くはデザイン【資源】を収集し活用（英国の事例）

- 1852年に創設され、世界初のデザインミュージアムと呼ばれる英国のV&A（ヴィクトリア＆アルバート博物館）は、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され、現在は産業家、現役のデザイナー、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に運営
- **デザイン先進国といわれる多くの国では大規模な施設内に自国の生活文化を支えた工業製品等のデザイン資源を収集・保存。**専門のスタッフが調査研究を行うと共に企画展を開催し、次代のデザインの在り方を社会に提示

地域のデザイン支援機関の事例（英国の例）第1回研究会 事務局資料より

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）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。



デザイン【資源】の保存の類型

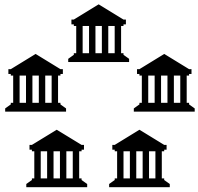
- デザイン資源の保存類型は以下の3つに大別される
- いわゆる「デザインミュージアム」は（1）を指すことが多い



（1）「デザイン」の切り口で様々なものを一括保存

- ・大規模施設内にポスターや工業製品等のデザイン資源＝「もの」を一括収蔵
- ・「デザイン」の専門家が勤務し、デザインの切り口で収蔵・活用が進められている

例：The Design Museum（英国） | V&A（英国）など



（2）各施設の運営方針に従ったものを保存

- ・企業ミュージアム、地域の美術館・博物館、産地の資料館等が個別に「もの」を収蔵
- ・各施設の方針に従い運営され、必ずしも「デザイン」という切り口で収蔵されていない

例：企業ミュージアム・資料館・地域の美術館・博物館・郷土館・大学美術館など



（3）施設に保存されず（保存できず）本来の場で保存（現存）

- ・地域の文化や風土と関連が深い、大規模で収蔵できない等の理由で現地に現存
- ・必ずしも「デザイン」の観点から捉えられているわけではない

例：建物、空間、看板、土木施設・地域の伝統や風習に根ざしたもの

(1) デザインの切り口で様々なものを一括保存の事例 (伊)

- 海外デザイン先進国では「デザインミュージアム」に自国の工業製品やポスター等のデザイン資産を所蔵し、① **施設自体が市民の憩いの場**（地域コミュニティの活性化）として、また② **観光客の目的地**としても機能するほか、③ **デザイナーが先人のデザインを学ぶ場**や、④ **海外デザイン関係者向けの国際発信**の場として活用

デザイン資産の活用事例（イタリア ミラノ トリエナーレ） 第2回研究会 事務局資料より

市民

ミラノ市民の暮らしに溶け込む敷地



ミュージアムは展示、カンファレンス、パブリックプログラムを実施しており、同じ敷地内にレストラン、ブックショップ、劇場、コレクション、アーカイブを保有。中でも中庭はコロナ時にも映画を公開するなど市民に憩いの場を提供し、弛まぬ文化の震源地として重要な役割を果たす。

© Triennale Milano photo: Gianluca Di Ioia

観光客

館内でのデザイン展示



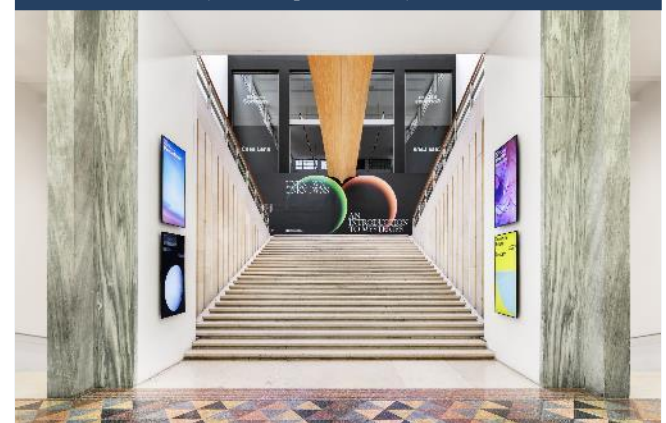
2019年、地下の展示室にオープンした常設展「イタリアデザインミュージアム（Museo del Design Italiano）」イタリアデザインを代表する1600点の収蔵品から200点を年代順に展示。イタリア文化財庁の支援を受け、デザイナー・建築家らから成る特別委員会がアドバイス。

© Triennale Milano photo: Gianluca Di Ioia

デザイナー

海外デザイン関係者

世界との対話の中で形作られる ミラノ・トリエンナーレ



3年に一度のトリエンナーレは現在、そして未来を描くことを目的としている。2022年に開催したばかりだが、次回2025年に向け、海外の科学者、研究者、デザイナーなども招聘し、テーマやキュレーターの決定に向け動き始めている。

第23回ミラノトリエンナーレ（2022）
Emanuele Coccia, Portal of Mysteries.
A project by Dotdotdot studio. Dettaglio dell'installazione
© Triennale Milano photo: DSL Studio

（２）各施設の運営方針に従ったものを保存の事例（日本）

- 国立工芸館をはじめとする国立の文化施設のほか、各地の企業ミュージアム、美術館や資料館等の施設に分散保存されているが、必ずしも「デザイン」の観点で収蔵・活用されているとは限らず、各施設の運営方針に委ねられている

デザイン資源を所蔵する施設の事例

例：ニコミュージアム（東京都）
例：セイコミュージアム銀座（東京都）
例：アドミュージアム東京（東京都）
例：印刷博物館（東京都）
例：竹尾ポスターコレクション（東京都）
例：ヤマハイノベーションロード（静岡県）
例：資生堂企業資料館（静岡県）

企業ミュージアム

例：トヨタ博物館（愛知県）
例：シャープミュージアム（奈良県）
例：まほうびん記念館（大阪府）
例：パナソニックミュージアム（大阪府）
例：アシックススポーツミュージアム（兵庫県）
例：マツダミュージアム（広島県）
例：ＴＯＴＯミュージアム（福岡県）

美術館・郷土資料館等

例：宇都宮美術館（栃木県）
例：武蔵野美術大学 美術館（東京都）
例：国立工芸館（石川県）
例：富山県美術館（富山県）
例：京都工芸繊維大学美術工芸資料館（京都府）
例：大阪中之島美術館（大阪府）

個人コレクション

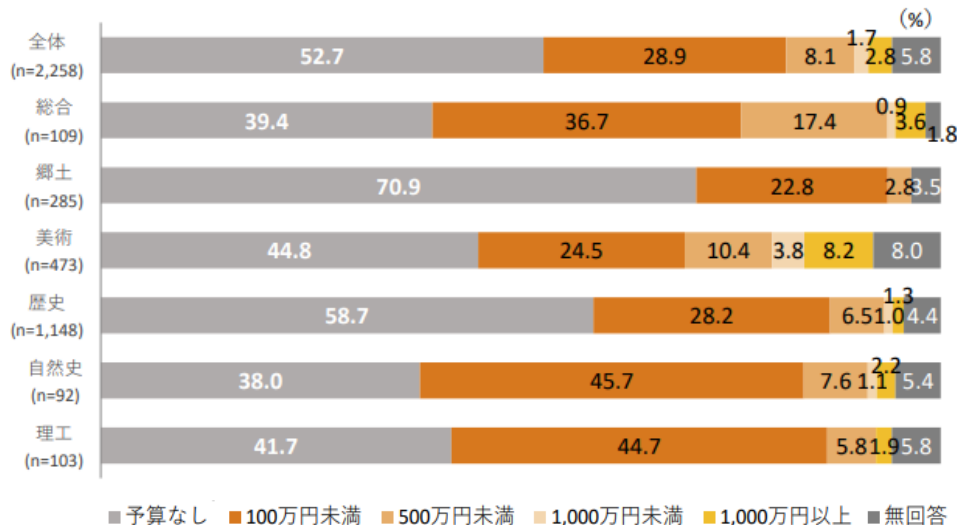
例：織田コレクション（北海道）

(参考) 逼迫する博物館の財政

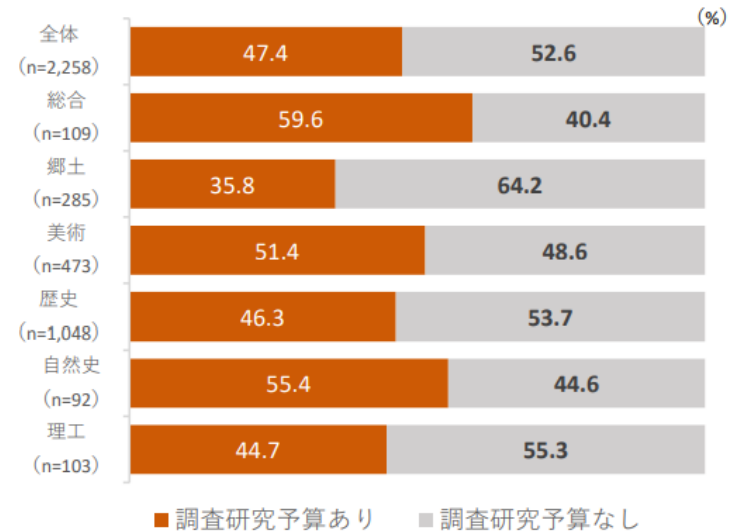
- 我が国では好景気の影響で1980年代後半から博物館数が急増
2,311館（1987年）→ 5,775館（2008年）
- 平成30年度に文化庁が実施した調査によると、**全国の博物館のうち、半数以上の館について「資料購入に充てる予算」「調査研究に充てる予算」が無く、**デザイン資源を有する各地の博物館も例外ではないと推測される

持続的な博物館経営に関する調査 - 博物館が抱える課題の整理と解決に向けた取組事例 - （平成30年度 | 文化庁）委託先：みずほ総合研究所

資料購入予算額（館種別）



調査研究予算の有無（館種別）



あらためて、デザイン【資源】に関する課題

- デザイン資源を所蔵している施設の多くが経済的な余裕や収蔵スペースが充分になく、デザインに関する専門人材も不在であり、限りある財源の中、デザイン業界側からデザイン資源をアーカイブして欲しいといっても受け皿には限界
- デザイン資源を取り扱うことで施設側にどのような意義があるのか、施設の経営にどれだけ貢献できるのかを併せて検討する必要がある

我が国のデザイン資源を所蔵する施設とデザイン業界側が抱える課題の整理 事務局案

短期的課題

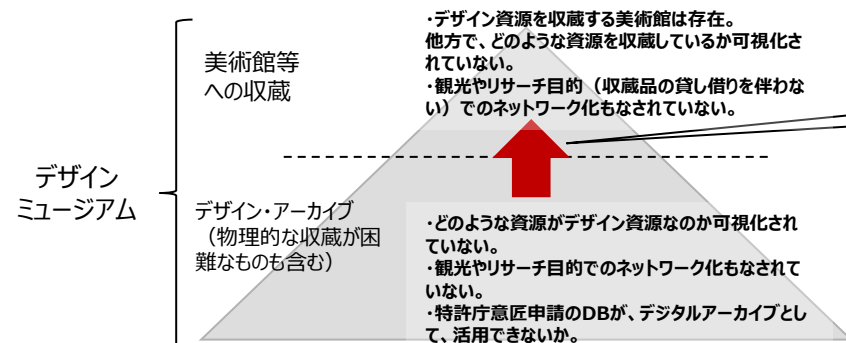
中・長期的課題

デザイン側

- ①各地にデザイン資源を所蔵する施設は存在。インバウンド・観光、リサーチのニーズを満たすためにつなげていないのか、質的に収蔵すべきものがされていないのか、量的に足りないという課題なのか整理し、各々の解決策を共に考える必要。
- ②例えば、物理的に収蔵する必要があるれば、物理的に収蔵することのメリットを整理し、そもそもの美術館の経営問題（財政難、収蔵庫逼迫問題）を解決案を提示する（美術館のデザイン経営）必要あり。

- ①美術館の経営改革という社会的課題の解決に、デザインはどう貢献できるか。
- ②如何なるデザイン資源を収蔵すべきか等の学術的研究や、デザイン資源を取り扱う専門人材育成にデザイン業界は如何なる貢献ができるのか。
- ③デジタルアーカイブ及び全国のデザインミュージアムのネットワーク化を行う自律的エコシステムについて検討する必要。

美術館側
アーカイブ・

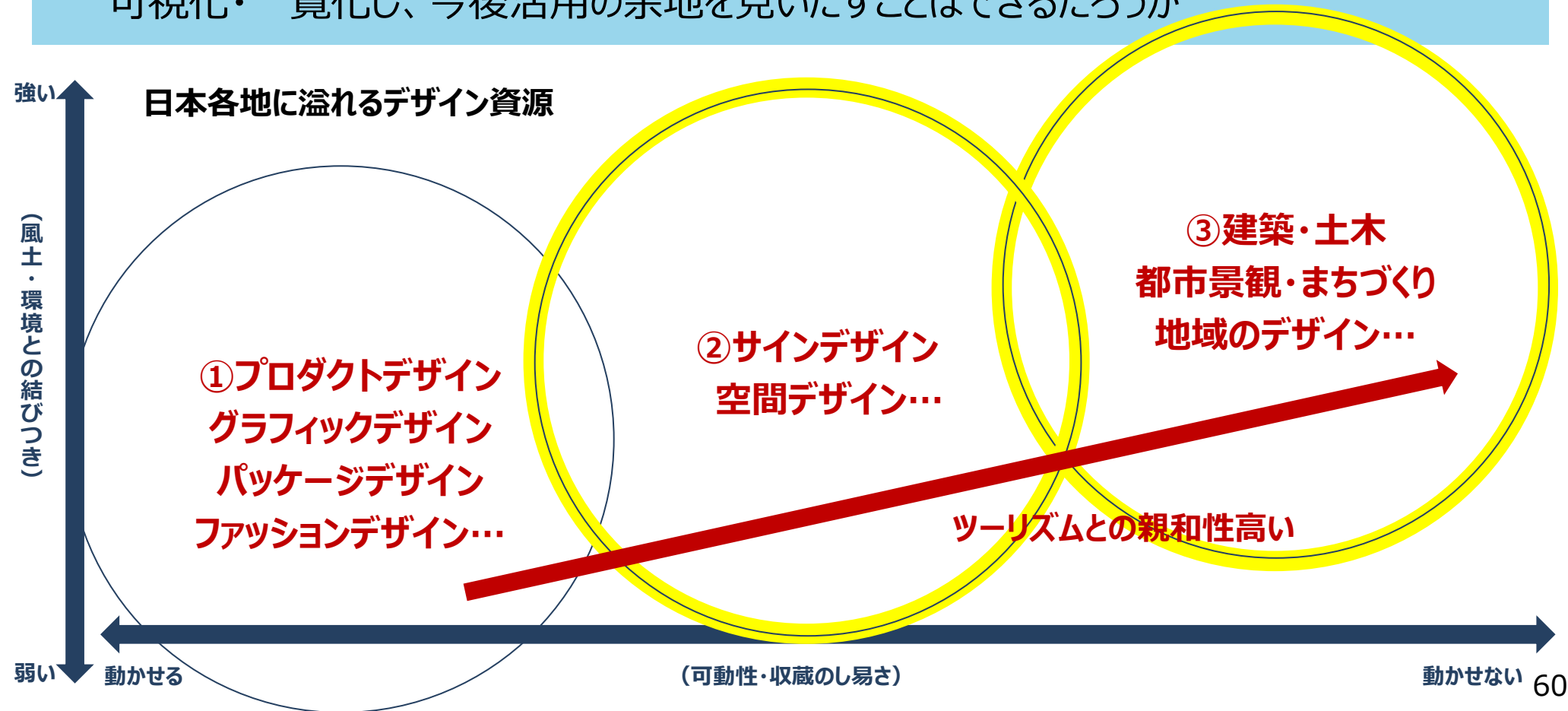


- ①如何なるデザイン資源を収蔵すべきかの学術的研究の不足
⇒デザイン資源を取り扱う専門人材の不足

- ②美術館経営改革（美術館DX/国内・海外との連携体制構築等）
- ③地域経済/地域コミュニティ活性化に美術館が如何なる貢献ができるか
- ④デザイン資源の共有を行うための保管/保存/取り扱いに係る基準策定
- ⑤収蔵スペースの問題の解決

(3) 施設に保存されず（保存できず）本来の場で保存（現存）事例

- 我が国にはその地域の風土や文化、景観と密接に関係し、美術館等の施設に所蔵されていない、または施設に所蔵することが難しいデザイン資源が数多く存在
- 大規模な施設に一括して「もの」を所蔵する海外のデザインミュージアムとは異なり、このような施設に所蔵されていない・または施設に所蔵することが難しいデザイン資源についても可視化・一覧化し、今後活用の余地を見いだすことはできるだろうか



【資源】今後のアクションプラン（案）

- 【資源】における今後のアクションプラン（案）は以下のとおり

＜【資源】の課題＞

我が国では人の生活のwell-beingを向上させる、人と自然に調和的な様々な知恵・工夫・イノベーションの結晶が多数存在するものの、領域横断的に検索可能な形でアーカイブできていない。
これによりデザイナー・メーカー・ユーザーの知的基盤として、また地域の産業・文化創造の源泉として、さらには海外へのジャパン・デザインの発信源として活用できる機会が失われている。



＜アクションプラン（案）＞

我が国にはどれだけのデザイン資源があるのかを発掘・可視化・一覧化すると共に、
デザイン資源の活用事例を収集・創出

属性問わずデザイン資源の保有者・収集者である施設を棚卸し・連携体制を構築（ネットワーク化）

様々なデザイン資源のテーマに応じたネットワークの類型を整理し、
多中心ネットワーク型のデザインミュージアムを構想（テーマ別のネットワーク化）



＜ゴール＞

国内のデザイン資源が広く可視化され、我が国社会全体の資産として継続的に活用されていくこと

【戦略】経営や戦略における実践と連携



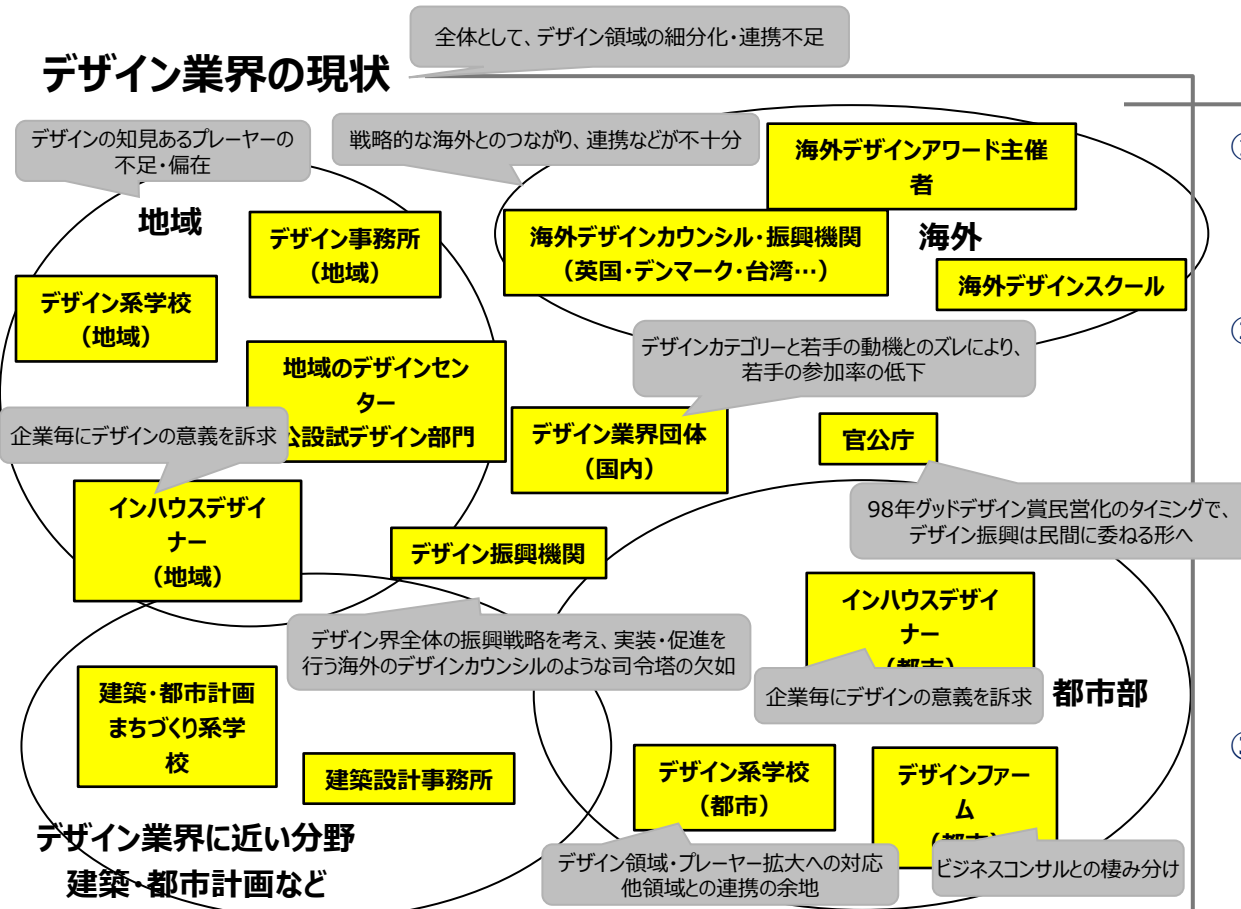
深野 弘行

丸山 幸伸

デザインを企業経営や社会の各所に浸透させる【戦略】の課題

- （前提：社会全体のデザインに対する理解の不足）社会にデザイン活用を促すデザイン業界のプレイヤーが一丸となれておらず、ナレッジの蓄積や共有も不十分
- デザイン領域を横断的にとらえ、戦略的にデザインを社会に浸透させることを考えるシンクタンク機能（調査研究機能、政策提言機能等）が脆弱

デザイン業界の現状



デザインエコシステム実現への課題

- ① 前提として、企業・行政・地域・市民のデザインに対する理解が不足しており、デザインを戦略的に活用できている企業や行政等のプレイヤーは限られている（【開拓】の前提・【人材】育成の課題）
- ② デザイン領域の拡大・プレイヤーの増加。特にデジタルを中心とした若手のデザインへの姿勢と、これまでのクラシカルデザイン領域との間にミスマッチがある。結果として社会にデザインを浸透させていく業界側プレイヤーの連携が充分にとれておらず、デザインに関する調査研究・ナレッジの蓄積や共有が不足（デザイン振興団体、デザイン業界団体、デザイン事務所、インハウスデザイン部、デザイン学術団体、美術大学等）→各主体毎にデザインの意義を企業や行政等の受け手側に伝えていく消耗戦が展開
- ③ これらを取りまとめ、継続的に社会に対してデザインの意義を浸透させていく・政策提言をしていく機能の不在（海外はデザインカウンシル（中間組織）が担う）

デザインを企業経営や社会の各所に浸透させる司令塔の必要性

- 国や自治体の政策、企業経営にデザインを積極的に導入・活用しているデザイン先進国では「デザインカウンシル」と呼ばれる中間組織が存在
- 国内のデザイン動向やデザインが企業経営に及ぼす影響を調査する機能や、デザイナー以外の者に対するデザインツールキット等の開発・提供を通じた人材育成機能、国や自治体の政策におけるデザイン導入・活用支援等の機能を有する
- 各国の企業・行政・地域・市民におけるデザイン活用の司令塔として機能する一方、我が国に同様の機能を有する中間組織は不在

海外デザインカウンシルの事例（英国・デンマーク・ノルウェー・台湾）第2回研究会 事務局資料より

デザインが社会に寄与する環境を整備



 英国デザイン・カウンシル

デザインイノベーションのパイオニア



 デンマークデザインセンター

地域を主体に公的サービスの変革を担う



 ノルウェーD-BOX

2020年に再編し政策提言機能を強化



 台湾デザイン研究院 (TDRI)

海外デザインカウンシルの取組事例

- デザインに関する様々な取組を通じて社会の各所にデザインを浸透させていく

海外デザインカウンシルの取組事例（英国・デンマーク・ノルウェー）第2回研究会 事務局資料より

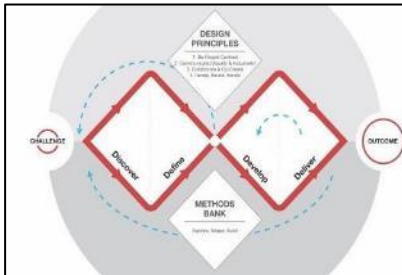
英国デザイン・カウンシル



デザイン経済レポート（2015年～）

国内のデザインの現状とデザインの経済的価値を政府・企業・コミュニティに伝える報告書。デザインセクターの規模、人口統計、デザインへの需要などを調査し、デザインの社会的・環境的価値や将来的に取り組むべき課題について言及している。その後22年には経済に加えて社会・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詳らかにする。

英国デザイン・カウンシル



ダブルダイヤモンド（2004年～）

2004年に発表したダブルダイヤモンドフレームワークは、今や世界中のデザインの現場で使われ、デザインの民主化に貢献した事例。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おける理解と利用を促進した。

「（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）

デンマークデザインセンター



スタートアップ支援

デンマークは近隣諸国と比較して起業家の成功率が低いことを危惧。デンマークイノベーションファンドが主催し、デンマークデザインセンターが支援するイノフアンダー・プログラムを実施。環境をテーマとした革新的な起業アイデアがある個人やチームに対し、採択された場合およそ800万円の年収を保障し、メンタリング、ネットワーク、ならびにデザインスキルをサポートを提供。

ノルウェーD-BOX



基礎自治体との連携・支援

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。

世界から参照される英国デザインカウンシル

- インダストリアルデザイン評議会として1944年に創設（1972年～デザインカウンシル）
- **世界初のデザインカウンシルとしてデザイン潮流の変化に合わせて絶えず進化**を続け、英国におけるデザイン振興をリード。海外のデザインカウンシルから参照される存在に。
- 2011年より独立団体へ。**イギリス国家のデザインに関する戦略アドバイザーとして調査研究を実施し政策に影響力を持つ。**

英国デザインカウンシル 機関概要 第2回研究会 事務局資料より



名称：Design Council
設立：1944年
所在地：イギリス（ロンドン）
人員数：42名（2022年）
代表：Minnie Moll（Chief Executive）、
Terry Tyrrell（Chair）
運営：独立した慈善団体
予算：総収入3,608千ポンド（約5.8億円）
内訳：ビジネス・エネルギー・産業戦略省：1,680千ポンド（約2.7億円、46.6%）
その他政府・公的機関：439千ポンド（約0.7億円、12.2%）
プログラム収入：1,489千ポンド（約2.4億円、41.3%）
特徴：文化・メディア・スポーツ省およびビジネス・イノベーション技能省
が出資する非省庁公共団体であったが、2011年に独立

＜事務局でヒアリングした方々＞



アレクサンドラ・デシャン
＝ソンシノ
最高デザイン責任者
(CDO)



キム・デービス
最高執行責任者
事務局主任

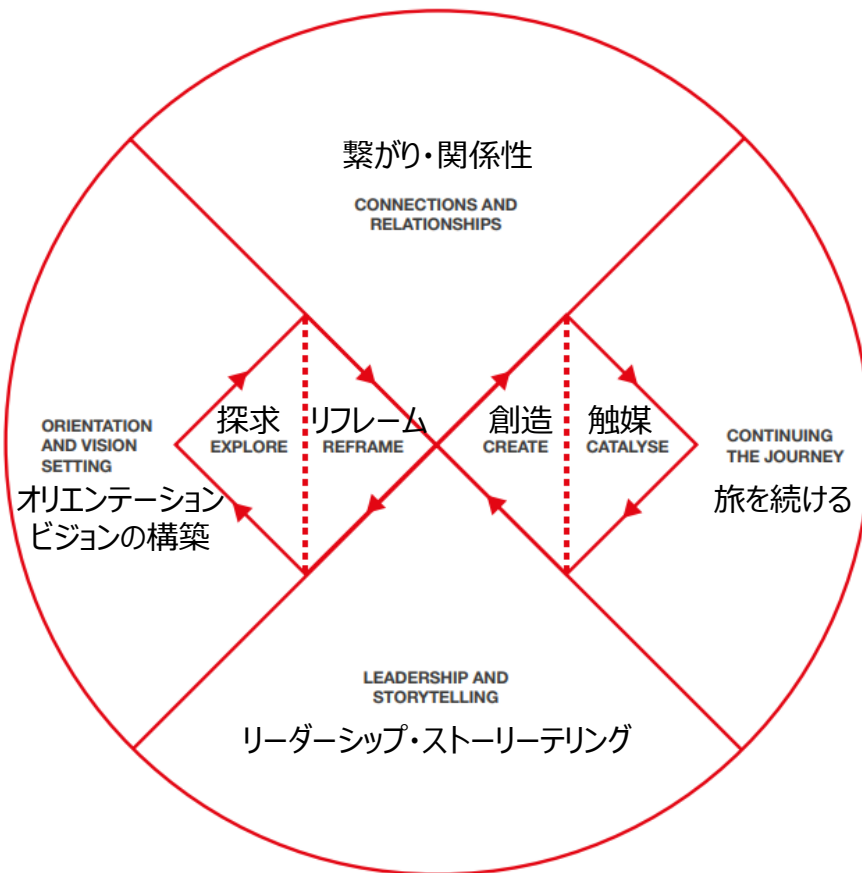


バーナード・ヘイ
研究・実践部門代表

英国デザインカウンシル 近年の取り組み

- ・2021年 複雑な課題にアプローチする「**システミックデザイン**」を提唱
- ・最重要課題である**地球の「持続可能性」のためデザインの力を結集すべき**と世界に発信

英国デザインカウンシル Beyond Net Zero A Systemic Design Approach 第2回研究会 事務局資料より



システミックデザイン フレームワーク（左）

2004年に発表したダブルダイヤモンド・フレームワークの進化版として2021年に発表。環境、経済、技術、社会など**複雑な要素が絡み合う課題に、異なる立場の人々が共に取り組み、システムそのものに根本的な変化を起こしていく「システミックデザインアプローチ」を提唱**。英国でCOP26（気候変動枠組条約国会議）が開催されるタイミングで、**最重要課題である地球の持続可能性のためデザインの力を結集すべきと世界に発信**した。

システミックデザイン 6つの原則

- ① **People and Planet Centered（人と地球を中心に据える）**
すべての生きるものが共有する利益にフォーカスする
- ② **Zooming in and out（ズームイン／アウト）**
ミクロからマクロへ、根本の原因から希望あるビジョンへ、
現在から未来へ、個人から大きなシステムへ
- ③ **Testing and Growing Ideas（アイデアを試し育てる）**
試しに作り、仕組みを理解し、さらに良いものを生み出すことにつなげる
- ④ **Inclusive and Welcoming Difference（違いを歓迎し包摂する）**
心理的安全性が確保された場・言語を作り、多様な複数の視点を取り入れる
- ⑤ **Collaborating and Connecting（コラボレーション・コネクティング）**
プロジェクト自体を変化のための活動の一つと捉える
- ⑥ **Circular and Regenerative（循環・再生）**
物理的・社会的な既存の資産をどのように再利用し、育成し、成長させられるか

英国デザインカウンシルの評価・今後への期待

- 2010年の英国ビジネス・イノベーション・技能省の報告書によると、デザインに強みを有する英国において、自国のデザインカウンシルは「国の資産」であり、「デザイン分野における国際的リーダーとして世界的な評判を持つ」と評価
- デザインカウンシルを失うべきではないとし、引き続きの積極的な活用を提言

英国ビジネス・イノベーション・技能省「デザインカウンシルレビュー」報告書 第2回研究会 事務局資料より



The Design Council
A review by Martin Temple CBE
2010, Department for Business
Innovation & Skills
https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/32441/10-1178-design-council-review.pdf

イノベーション、生産性、経済成長のためのツールとしてのデザインの重要性は周知の通りである。英国はすでに世界から尊敬されるデザインを有しており、今後もこの強みを生かす必要がある。

デザインカウンシルに対する政府の継続的な支援の意義は、当該組織が提供するプログラム資金1ポンドごとに達成される目覚ましい投資収益にある。

- ビジネス・メンタリング・プログラムに1ポンド費やすごとに9.9ポンドの総付加価値
- 公共サービス・メンタリング・プログラムに費やされた1ポンドにつき26ポンドの社会的価値
- 清掃しやすい病院設備や家具の開発プロジェクトに参加したメーカーやデザイナーの投資対効果は1ポンドあたり23ポンド、売上高1130万ポンドの増加、さらに病院での効率性と健康上の利点への期待。

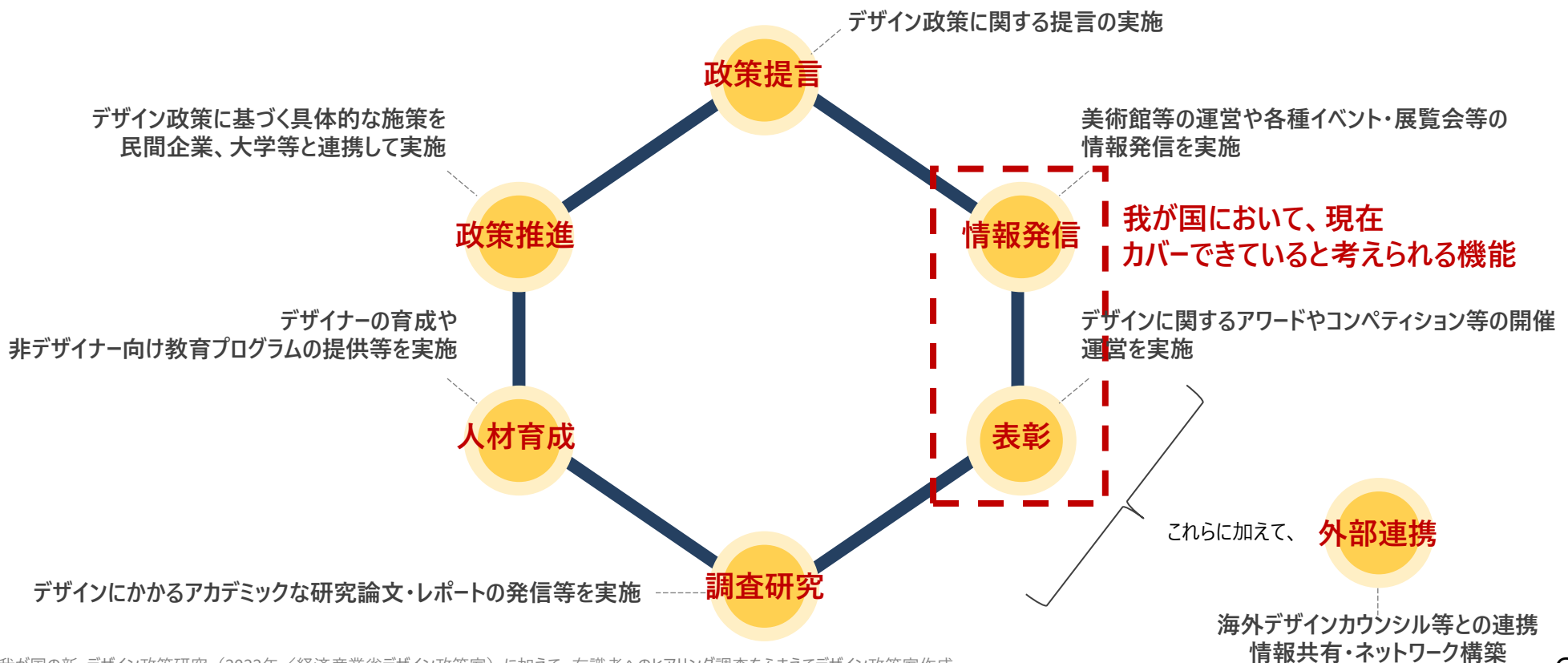
この報告書が示すように、デザインカウンシルの現在の活動のいくつかは、経済成長の確保や公共部門の生産性向上など、政府の最も緊急の課題への対応策に貢献することができる。

また同時にデザインカウンシルを失うことは、英国のデザインの世界的な評判を落とし、イノベーションとビジネスの成長のための条件を提供する政府の努力を弱体化させるだろう。デザインカウンシルは、強い伝統、高い認知度、そしてその分野のリーダーとしての世界的な評判を持つ仲介機関である。国の資産として、解散するのではなく、十分に活用されるべきである。

デザインカウンシルの機能のうち、我が国でカバーできているもの（現在）

- デザインカウンシルは欧州28か国中18か国に存在するほか、韓国、台湾、シンガポール、インド等にも同様の機能を持つ機関が存在（2023年1月現在）
- 各機関の取組からデザインカウンシルの機能を整理すると以下の7つに整理出来る

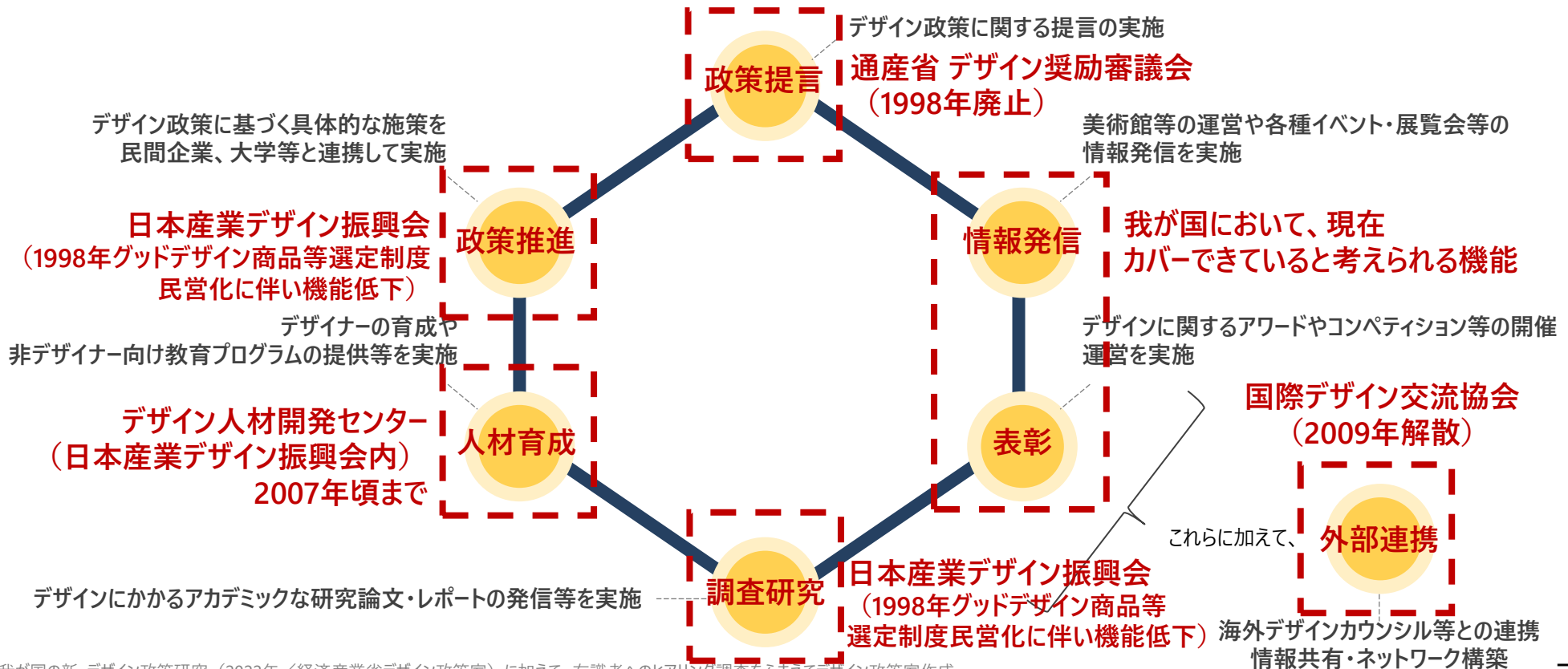
デザインカウンシルの機能 第1回研究会 事務局資料より



デザインカウンシルの機能のうち、我が国でカバーできていたもの（過去）

- 我が国のこれまでのデザイン政策の歴史を紐解くと、**1990年代後半頃まで、デザインカウンシルに求められる7つの機能はすべて存在していた**と考えられる
- 行政改革・民営化の流れを受けて、各機能を有する主体が縮小・解散した経緯有り

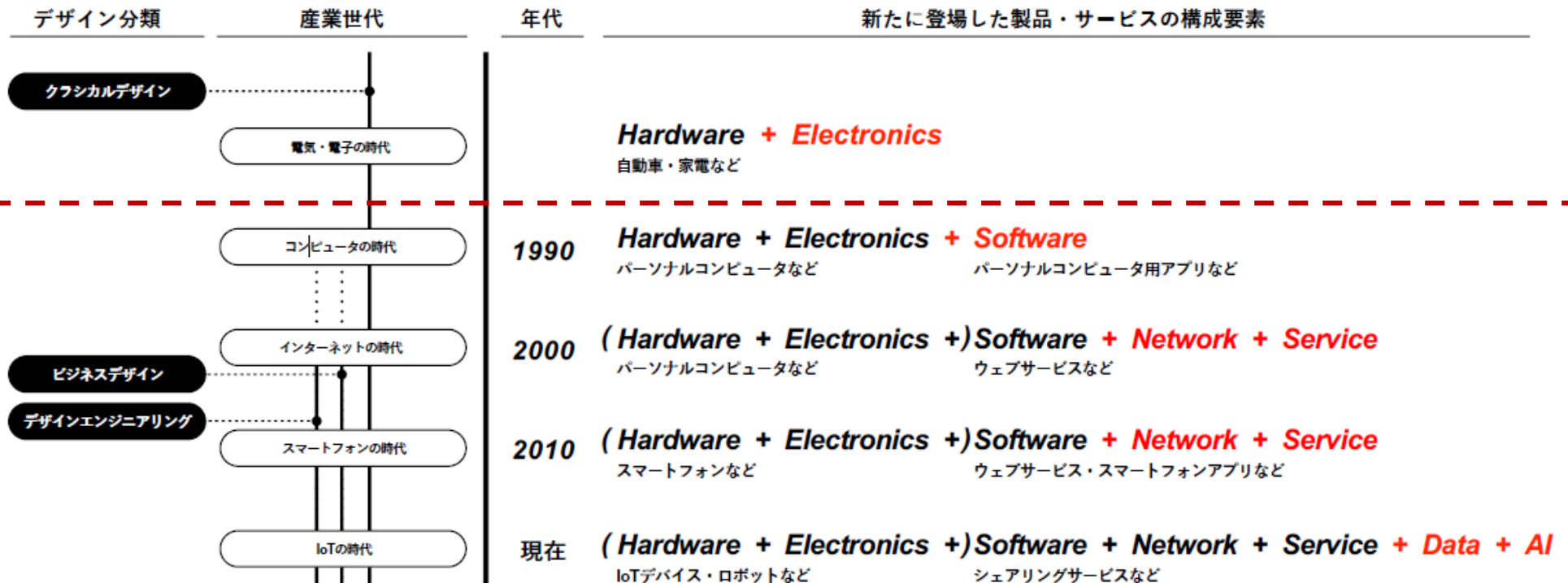
デザインカウンシルの機能 第1回研究会 事務局資料をベースに、委員からの指摘をふまえて再調査・整理したもの



1990年代後半～現在までのデザインの変化

- デザインカウンスルに求められる7つの機能があったと考えられる **1990年代後半から現在まで約四半世紀の間に、デザインの潮流は極めて大きく変化**
- この **デザイン潮流の変化に対応したデザインカウンスル機能の再考が必要**ではないか

産業とデザインの遷移 「デザイン経営」宣言（経済産業省・特許庁 | 2018年）p.3をベースに 経済産業省デザイン政策室追記



これらの変化に対応した
デザインの調査研究やデザイン政策提言は不十分であった

1990年代後半～ 不十分なデザイン活用に関する調査研究

- 海外デザインカウンシルでは、社会や企業経営におけるデザイン動向やインパクト調査を通じて定期的にデザインの意義を発信し、様々な主体のデザイン活用を後押し
- 我が国では、デザイン活用に取り組む企業・デザイン業界団体等がそれぞれ個々にデザイン活用に関する調査研究を不定期に実施・発信しているが、その調査自体では十分なマネタイズが出来ないなど、**デザインの意義を社会に発信する機能が脆弱**
- これにより、**デザインの意義を社会やクライアントに訴求する労力が各々にかかり消耗戦の様相**を呈するほか、**海外デザインカウンシルのナレッジを享受できる受け皿が無い**

デザインに関する調査研究の事例（日本）第1回研究会 事務局資料より

デザイン経営はビジネスを強くする。
Design Management Empowers Your Business.

日本企業におけるデザイン経営の取り組み状況



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.jdp.or.jp/2020/11/25/DesignManagementReport>

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”

1990年代後半～ 常設ではないデザイン政策を検討する場

- 1956年「意匠奨励審議会」が設置（昭和31年5月18日政令第149号）後、「デザイン奨励審議会」に改称し1998年に廃止。以降、経産省デザイン担当部署において必要に応じて開催するものの、部署再編や職員異動がある中、**中長期的な視野に立った戦略的なデザイン政策を検討する常設の場は無い**状況
- **デザイン潮流や社会情勢の変化に合わせて、今後も引き続きデザイン政策を検討する場が設置される必要**があると共に、**省庁横断の連携も必要**ではないか

これまでの主なデザイン政策提言を行った研究会（経済産業省デザイン政策室調べ）

1958年 「わが国デザインの問題点とその対策」 特許庁 意匠奨励審議会
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
1972年 「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」 通商産業省デザイン奨励審議会
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
1988年 「1990年代のデザイン政策」 通商産業省 輸出検査及びデザイン奨励審議会
1993年 「時代の変化に対応した新しいデザイン政策のあり方」 通商産業省 輸出検査及びデザイン奨励審議会

↑ここまでが、政令で定められた審議会における提言

2003年 「デザインはブランド確立への近道」ーデザイン政策ルネッサンスー（競争力強化に向けた40の提言）」経済産業省 製造産業局
2007年 「感性価値創造イニシアティブ」ー 第四の価値軸の提案 ー感性 ☆きりり21 報告書」経済産業省 商務情報政策局
2018年 「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- 経済産業省・特許庁
2023年 「報告書名（未定）」これからのデザイン政策を考える研究会 経済産業省

デザインエコシステムの必要性

- 欧州連合（EU）では2010年の中長期戦略においてデザインの重要性に言及以降、ステークホルダーに関する調査研究が進む。「デザイン・エコシステム」と命名され国・都市・地域のデザイン関係者を施設や組織ではなく機能で整理
- デザイン産業の振興ではなく「デザインで国を強くする」というテーマの下、現在は様々な領域に分かれて十分な連携がなされていないデザイン業界の各主体をつなぎ、社会におけるデザイン活用推進を支援する「デザインエコシステム」を我が国で実現できないか

EUにおけるデザインエコシステムの要素 第2回研究会 事務局資料より

①デザインの活用主体

- ・民間企業におけるデザインの活用度
- ・公共セクターにおけるデザイン投資

④デザイン活用支援

- ・企業向けデザイン活用支援や助成金の有無
- ・行政におけるデザイン導入支援

⑦資金調達

- ・補助金制度
- ・税制度およびイノベーションクーポン券の発行

②デザイナー

- ・域内のデザイナーの数・所属・産業
- ・デザインの経済効果や社会価値

⑤デザイン教育

- ・高等教育機関
- ・デザイン教育機関のネットワーク

⑧研究・知識連携

- ・調査研究機関
- ・どんな国際・知識連携が行われているのか？

③デザインの推進・文化振興

- ・デザイン関連の施設
- ・デザイン関連のイベント
- ・国際的デザイン会議やイベント
- ・デザインアワード

⑥デザイン支援団体

- ・デザインカウンスルおよびデザインセンター
- ・デザイン団体ならびにネットワーク

⑨政策・行政

- ・デザイン政策
- ・政府内のデザイン機関

【戦略】今後のアクションプラン（案）

- 【戦略】における今後のアクションプラン（案）は以下のとおり

＜【戦略】の課題＞

前提として、社会全体のデザインに対する理解の不足
社会にデザインを浸透させていくデザイン業界のプレイヤーが一丸となれていない
デザイン領域を横断的にとらえ、戦略的にデザインを社会に浸透させることを考えるシンクタンク機能
（調査研究機能、政策提言機能等）が脆弱



＜アクションプラン（案）＞

デザイン業界の連携促進・ハブとなる人をつなぎ（デザインエコシステムの実現）

ばらばらになされているデザインの調査研究・デザイン活用のナレッジを集約する

海外デザインカウンスルとの連携が出来る窓口の設置

国としてのデザイン活用戦略を議論・提言できる場の検討（例：過去のデザイン奨励審議会）



＜ゴール＞

我が国の企業・行政・地域（市民）の活動にデザインが浸透し、
「デザインで国を強くする」ことに継続的に貢献できること