



JIDPO

VOL.1 NO.1 1970

ニュース

JAPAN INDUSTRIAL DESIGN PROMOTIVE ORGANIZATION

## ご あ い さ つ

財団法人 日本産業デザイン振興会

理事長 司 忠

昨年は当振興会の基本財産のご寄付に引き続いて、賛助会員のご加入と、多大のご協力を賜わり厚くお礼申し上げます。

ご承知のとおり、最近わが国輸出状況は極めて活発で、外貨の蓄積はとみに増強され、わが国の輸出基盤はもはや確立されたといわれています。これを前提にして、わが国の輸出最優先主義の後退ムードが一部新聞紙上に見受けられますことはまことに遺憾に存じます。

物価の安定にせよ、公害の防止にせよ、低開発国の開発援助にせよ、輸出の増強すなわち外貨の蓄積の基盤がなくては不可能なことであり、これらの目的を達成するため、外貨の使用が増加すればするほどまた外貨蓄積の必要性に跳ね返ってくるのであって、輸出優先主義の退潮ムードには杞憂の念を懐いております。

ただ今、国家予算の編成時期でして、これから3月末にかけて国家予算に引き続いて競争資金、その他の政府関係機関からの補助金等も次々と決められようとしています。当日本産業デザイン振興会は、産業デザインを通じての輸出増強と文化生活的向上を目指して昨年誕生したばかりでありまして、その財政基盤は、①政府の財政的な支援、②業界の賛助協力、③独自の事業収入と3本の柱となっています。今その3本柱の中でも重要な柱の1つである政府の財政的な支援が決まる大切な時機に当たっていますが、政府および各位の特段のご支援をお願いします。

この財政的な3本柱の基盤の見透しがつく本年3月までは、当振興会はまだ設立準備期間であるという考えかたから人員組織等もできるだけ必要最少限度に止めて、専ら日本商工会議所の人的援助を受けて今日にいたってまいりました。

昨年は創立手続き、基本財産の依頼、賛助会員の募集等を行ない、これと併行してGマーク選定事業の準備協力、東京、大阪、名古屋における日本輸出デザイン展の事務、その他別掲のような業務を行ないました。

この他にも産業デザインの総合機関としての立場から依頼される仕事等もありましたが、資金面と人的

能力から懸案に終り、各位のご期待に充分お答えしていないことを誠に遺憾に思っております。

いずれ3月までには財政的な見透しも確立されますので、それ相応の体制を得て各位のご期待に答えてゆきたいと思っています。なお、ついでながら当振興会の諸業務が直ちに、各企業へメリットとなって跳ね返るかと思われますと、当振興会は、総合産業デザイン機関という性格上、必ずしもご期待に添い得ない場合もあろうかと考えられます。しかし経済文化の発展にともない、今後の産業デザインは今まで以上の急テンポで発展し、その裾野を拡大してゆくものと信じています。当振興会は、前途のより大きい視野に立って、各産業デザイン団体とともにその業務を進めてゆく積りであり、1つ1つを積み重ねて漸次、各位のご愛顧に答えてゆく心構えであります。何卒長い目でご支援くださるようお願い申し上げます。

最後となりましたが、一般の例にならってこのたびJIDPOニュースを発刊することにいたしました。今後、内容と採算面を勘案しつつ、総合機関誌の発行ということも追々考慮したいと存じています。本誌をいかに有意義なものにするか、いかなる面で特色あるものにするか等、各位の忌憚なきご意見やお力添えを得て、この内容を逐次充実してゆきたいと存じます。

関係各位の温かきご指導、ご支援を切にお願い申しあげる次第でございます。

## 「JIDPOニュース」発刊を祝す

通商産業省検査デザイン課長 伊藤 正 美



財団法人日本産業デザイン振興会がこのたび会報誌「JIDPOニュース」を発刊されるにあたり、一言ご挨拶を申し上げます。

最近における貿易資本の自由化、発展途上国に対する特惠関税供与期限の切迫等から、わが国商品の国際競争力の強化のため、デザインの高級化、多様化の必要性が強く叫ばれ、その対策として、関係者の多くの期待の下に、国際的、全国的視野に立って、産業デザインの振興を総合的に推進して行くための機関として、昭和44年5月に財団法人日本産業デザイン振興会が設立されたのであります。

同会の設立後、日が浅く、まだ十分な活動をし

ていないのは遺憾であります。同会の事業の重要な一環として、このたび会報誌を刊行されることになったのは、同会が本格的に活動を始める重要な一步を踏み出すものとして、ご同慶に堪えないところであります。

同会の事業の中で大きな期待を持たれているもののひとつは、産業デザインに関する情報の収集提出と従来とかく円滑を欠いていた産業デザイン各界相互のコミュニケーションの改善であり、会報誌の刊行はこのために大きな効果をもつものであります。

同会は、今後産業デザイン振興のための諸方策の検討と推進、産業デザインの発展のための基盤強化、産業デザインに関する情報の提供、産業デザイン会のコミュニケーションの改善、産業デザ

イン水準の引上げ、優秀デザイン商品の育成と輸出の促進、デザイナーと企業との結び付け、内外デザインに関する情報の収集と調査分析、国際活動、産業デザインの保護、産業デザイン振興施設の運営等々、巾の広い活動を予定していることであります。これらの活動を含めて産業デザイン界の情報が会報誌を通じて関係機関に伝わるならば、必ずや産業デザイン界全体の向上に大きく貢献すると思っております。

1970年代はまさに情報の時代といわれております。消費者の嗜好、流行、生産の活動、手法、その他産業デザインに関する諸種の情報が多く出現することになります。商品の高級化、多様化を図るためには、産業デザインに関する情報の早期把握とその活用を図ることが必要なのであります。

今回、日本産業デザイン振興会が会報誌を刊行されるにあたり、それに対する関係各界からの期待は非常に大きく、その実現が1日も早からんことを願っていたところであります。何をやるにせよ、事業には困難がつきものであり、とくに新規事業には多くの問題が予定されるのであります。自らの力をもって隘路を打開され、デザイン業界が求め、そして内容のある会報誌として発展されんことを期待したいと思います。そしてこの事業を通じて振興会の活動の領域を拡大するとともに、産業デザイン界全体の発展向上のために大きな努力を払われるよう要望する次第であります。

簡単でございますが、お祝いと要望を述べて私のご挨拶といたします。

## ニュース発刊に際して

社団法人 日本インダストリアル・デザイナー協会

理事長 皆 川 正

私達の協会、社団法人・日本インダストリアル・デザイナー協会は、18年前に任意団体として発足し17年目を迎えた昨年3月当協会より一足先に社団法人の法人格を取得し、現在正会員数370名を数えている我が国唯一の工業デザイナーの団体です。我々デザイナーは産業の中にあって製品の価値を高める使命に対し、その発言、提案、行動、指導を一層効果あらしめるよう常に努力をしております。その事業の内容の一部をご紹介しますと、対内的にはデザイン会議、年次大会（すでに4回開催）研究会等の開催、年鑑（隔年の出版）、機

関紙等の出版等の諸事業を行ないながら会員自身の研さんと外部への働きかけをはかり、対外的活動としては1959年に発足したICSID（International Council of Industrial Design）の発足メンバーとして当初より参画し、会議または諸外国で行われた工業デザインの展示会に進んで参加出品し、1973年にはICSID世界大会を日本で開催する約束を昨秋9月ロンドンの総会で取りつけて参りました。このようにJIDAは対内的対外的にただ単にデザイナー相互間の内的問題ではなく、インダストリアル・デザインの全域にわ

たって探求し追及し経済の発展、より高度の生活文化向上のために日夜努力を重ねております。

プロダクト・デザインの重要性に関し我が国での認識度はまだ低いと思われませんが、皆様もご承知のように昨年9月の英国フェアで来日された、マーガレット王女の挨拶の中にも産業デザインの振興と云う言葉が入っております。単にプロダクト・デザインにたずさわる者のみの関心事でないことは明瞭です。国全体の意識が強く施策の上で十分に施行されて始めてデザインの向上も計られ、生活文化の向上も期待出来るものです。

70年代を迎えた今日、大きい変革のあるこの秋に本格的活動が開始される産業デザイン振興会の誕生を我々はもろ手を挙げて喜び、全面的な協力をお約束致します。かつて私達もデザイン界全般にわたる総合的組織、団体の出現を考え多年努力を積んで参りましたが、プロダクト・デザインの関係団体である社団法人・日本インテリアデザイナー協会、日本デザイナークラフトマン協会との三者が三団体の連合協議会を作りすでに数年前よりデザインの場の共通の問題について協議し合っております。生まれる可くして生まれた協会であると考えております。

次に当協会本年度の事業の一環として海外のデザイン市場調査がございますが、私がおその役を命ぜられ、昨年6月デンマーク・イギリス・イタリアの家具の市場調査を致して参りました。それぞれの国の個々の家具のデザインを云々することよりも、それぞれの国の家具の現況、その生まれた社会的背景が最も重要な問題であり、家具のみでなくすべての生産品に共通して考えられる大きな問題であると思ひ、その面から調査をして参りました。また私に課せられたテーマではないのですが、当協会としても事業内容にある諸事業遂行の

ための参考にと思ひ、イギリスの COID (Council of Industrial Design)、ベルギーの Design Centre、オーストリーのデザインセンター等を訪問し、COIDでは展示室の責任者フェロー氏と、ブラッセルではセンターの責任者 (ICSIDの事務総長でもある) クレソニエル女史の両氏に会い、それぞれのセンターの組織、運営につき調べ、かつ資料も得ましたので、すでに報告書としてまとめ提出致してあります。

各国ともデザインセンター等デザイン振興事業の運営がスムーズに、かつ効果的に運ばれ品質の向上に、デザインの向上に、しいては貿易の拡大に貢献出来た要因として国家的意識の盛りあがり、政府、特定の企業や企業団体などの圧力の無いものにする組織、さらに政府、関係諸機関、企業、デザイナー等の相互間の密接な連絡と意志の疎通等をあげております。さらにこれに加え現在の目まぐるしい社会状況の変転に即応出来る態勢も必要でしょう。ベルギーにおいてもかつて政府中心のデザイン振興策をとったことがあったようですが、政府、企業などの圧力に屈し、政府、企業、デザイナー等相互間に数多い問題が起き消滅し、現在のデザインセンターの設立を見たのだそうです。

産業デザイン振興会の生れた過程はすでに皆様ご承知の通りですが、運営に関し政府の方針も有るでしょうが、全員の知恵を総合しより発展させ諸外国のこの種施策を数倍も上廻る漸新な企画が必要であることを痛感致します。

前記致しました通り、我々は全面的協力を惜しみませんが、その運営において独善な行動によって推進されるなら協力の体制はくずれるでしょう。我々 J I D A の方針に沿わなければ私達は強くその修正方を要求するでしょう。我々はこの会の発

展のために協力をすると同時に経過をも見守らなければなりません。

最後に1973年のICSID総会、会議が我が国で開催されることは前述の通りですが、この主催者として現に団体に加入しているJIDA、工業技術院製品科学研究所と当産業デザイン振興会です。本会は未だ加入してはおりませんが、明年のスペイン大会で正式に加入するようロンドンの大会の際、周知をはかってまいりました。我々JIDAはすでに開催の準備活動に入っております。この大会を成功させるのは日本の工業デザイン界という小さな視野からでなく、政府、関係諸機関、財界、産業界等の各層の協力、国を挙げての態勢のもとで始めて成功出来るものと思います。東洋



で初めての日本開催です、世界で2位の経済成長をとげている国として立派に成功させなければならぬと思います。何卒よろしく願いする次第です。

## 昭和44年度の収支と事業概要

本年度は、設立当初のこととて発足以来、設立に伴う諸手続事務と、基本財産の寄付募集（3千万円）と賛助会費の募集（2千万円）に相当の努力を必要とした。基本財産については、ほぼ目標額を達成したが賛助会費については、今なお努力中で、目下のところ6割もしくは7割程度と見込まれる。その他の主要業務は、

### 1. Gマーク商品選定準備

昭和44年度Gマーク商品選定に関し会場選定、搬入、審査、保全、搬出等について諸連絡および経理事務

### 2. 日本輸出デザイン展事務局の引受け

従来日本商工会議所内に設置してあった日本輸出デザイン展の事務局を昨年6月引き継ぐことと

なり、本振興会内に事務局を設置した。

「世界に誇るGマーク展」は東京（日本橋高島屋）、大阪（天満橋松坂屋）、名古屋（愛知県産業貿易館）において9、10月にかけて、それぞれ1週間の会期をもって開催した。

### 3. デザイナーカード・人名簿の作成

フリー、デザイナー紹介もしくは、あっせんのためにデザイナーカードを作成し、本振興会内に常置すると共に、デザイナーの人名簿を発行する。目下日本貿易振興会の資金援助をうけて調査中で、本年度内には完了の予定である。

### 4. 欧州産業デザイン動向調査とICSID会議加盟要望

昨年10月ロンドンにて開催された、国際工業デ

ザイン協議会（ICSID）第6回総会に出席する日本インダストリアル・デザイナー協会（JIDA）の皆川正理事長に、西欧諸国の産業デザインの動向調査を依頼すると共に、1971年（昭和46年）スペインにおける第7回総会における本振興会の正式加盟承認方文書をもって要望した。

### 5. デザイン関係機関の調査

全国の産業デザイン団体の活動状況を把握するための各通産局および、都道府県に調査方依頼中である。

### 6. 機械関係デザインの実態調査

目下機械デザインセンターと協力して実施中である。中小企業を中心としてすでに全国約700企業に対して調査票が配布されているが、本年2月中に調査結果を取りまとめるうえ本年度中に報告書が作成される。

### 7. その他

海外デザイン展または交換展の開催等、または事務協力依頼があったが懸案中である。例えばイタリア、エウロドムス展の出品、ノルウエー、デ

ザインセンター交換展示会、英国美術工芸センター交換展示会、オランダ中小企業（デザイン）視察団の来日などである。

### 関係機関との懇談会開催

当振興会では1月14日（水）正午から日本商工会議所会員談話室にて関係機関の代表者（通産省検査デザイン課、日商、ジェットロ、4センター）を集めて当面の諸問題について懇談を行った。なお昭和45年度予算の見透しのつき次第2月13日（金）企画懇談会を開催して諸案件を煮つめることになった。

#### 懇談会事項

- 1 昭和44年度収支の見透し
- 2 昭和44年度業務概況（前掲、昭和44年度の収支と事業概要を参照、なお2月10日会報第1号を発行する）
- 3 振興会の組織と事業運営（(1)組織と運営、(2)委員会設置）
- 4 昭和45年度の予算見透しと業務（(1)産業デザイン館構想、(2)その他業務）

## 業務日誌

- |    |  |     |   |
|----|--|-----|---|
| 4月 | 設立総会（於東商ビル）<br>基本財産の募集   | 8月  | 昭和45年度予算資料作成<br>国際工業デザイン協議会（ICSID）への加盟<br>要望書作成送付<br>海外特殊市場調査依頼（経費補助） |
| 5月 | 財団法人設立認可<br>事務所開設<br>Gマーク商品選定準備（第一次、第二次審査会）                    | 9月  | 日本輸出デザイン展開催（東京、大阪）  |
| 6月 | 常任理事会（諸規程の決定）<br>賛助会員募集準備<br>日本輸出デザイン展事務局の設置<br>（日本商工会議所より引き継） | 10月 | 日本輸出デザイン展開催（名古屋）<br>ブロック別デザイン会議（大阪、名古屋、静岡）                            |
| 7月 | 賛助会員募集開始<br>Gマーク商品総合審査会<br>日本輸出デザイン展開催準備開始                     | 11月 | 昭和45年度自転車等振興事業補助金交付要望書作成<br>デザイナーに関する資料調査開始（デザイナーカード作成、人名簿発行）         |
| 8月 | Gマーク選定証授与式   | 12月 | 昭和45年度予算資料およびその他の補助金申請資料の作成   |

## 内外デザイン事業案内

東京都千代田区四番町日本染色館内

TEL 262-7211

### 海外調査団関係

#### 海外意匠商標調査使節団

調査対象国……中華民国，タイ国，フィリピン，  
香港

調査期間……昭和45年2月12日から昭和45年3  
月4日まで。

調査団……団長稲見大（日本繊維意匠センタ  
ー）外団員4名。

（なお，昭和44年12月15日から昭和44年12月24  
日までの10日間韓国調査団が韓国商工部，特許局  
をはじめ各関係機関と意匠，商標の模倣防止に関  
する会談を行なった。）

#### '70欧州機械産業デザイン視察団

視察目的……(1)競合商品，新製品の調査，(2)製品  
包装，展示技法(ディスプレイ)の調  
査，(3)市場環境，消費者動向の調査  
視察先国……デンマーク，オランダ，西独，イギ  
リス，フランス，スイス，イタリア  
の7カ国10都市。

視察期間……昭和45年4月24日から昭和45年5月  
15日まで。

申し込み期限……昭和45年2月28日（土）

申し込み先……(財)日本機械デザインセンター  
東京都港区赤坂1丁目9-15  
TEL 582-6221

#### インテリア・カラー研修団

研修先国……アメリカ

研修期間……昭和45年6月8日から昭和45年6月  
25日まで。

申し込み期限……昭和45年4月30日

申し込み先……(社)日本流行色協会

### 講演会，研究会案内

#### デザイン講演会

主催 (財)日本陶磁器意匠センター  
日時 昭和45年3月19日 午後2時より  
場所 滋賀県甲賀郡信楽町  
講師 剣持 勇  
テーマ 「近代建築の空間にふさわしい  
プランター」

#### 研究発表会

主催 (社)日本インテリアデザイナー協会  
日時 昭和45年2月28日 午前10時より  
会場 都市センター新館講堂  
内容 展示公開，研究発表，討論会

### 国内展示会案内

#### 漆器展

主催 日本貿易振興会  
会期 昭和45年3月17日～昭和45年3月25日  
会場 日本貿易振興会ジャパンデザインハウス

#### セラミックタイル展

主催 日本貿易振興会  
会期 昭和45年2月25日～昭和45年3月5日  
会場 日本貿易振興会ジャパンデザインハウス

#### 第9回グッドデザインフェア

主催 (財)大阪デザインハウス  
会期 昭和45年2月17日～昭和45年2月22日  
会場 大阪阪急百貨店

○産業デザインに関する展示会，講習会，研究会，  
視察団，調査団等に関する記事を一括掲載して，  
読書のご便宜に供したいと存じます。掲載洩れ等  
もあろうかと思いますが，実施2，3カ月前の  
ご計画を本振興会にご連絡下さい。



## ’70日本輸出デザイン展開催概要決まる

’70日本輸出デザイン展は、本年9月17日～22日東京都立産業会館、10月8日～13日、愛知県産業貿易館、10月27日～11月1日、大阪難波高島屋においてそれぞれ開催が予定されている。展示企画の概要は、全体を2部構成とし、第1部では、イギリスのCOID、デンマークのデンパーマメント、ドイツの工業デザイン館、フィンランドデザインセンター等ヨーロッパを中心にしたデザインセンターの紹介、第2部では、住宅産業とデザイン(仮称)とし、プレハブ住宅等によるモデルルームを作成し、インテリアデザインを中心に優良商品の展示をしようというものである。開催期日および企画内容等については、近々開催が予定されている本展の総会、理事会等に提案され正式決定されることになっている。

なお、本展はデザイン振興の一方策として昭和38年度より開催されており、優秀デザイン商品ならびにデザイン関係資料を総合的に展示することにより、デザインの振興を図るとともに国民生活の文化的向上と輸出振興に寄与することを目的とするものである。

### 第6回陶磁器試験研究機関作品展

主催 (財)日本陶磁器意匠センター  
会期 名古屋/2月20日～2月24日  
金 沢/3月1日～3月3日  
会場 名古屋・日本陶磁器センター5階  
金 沢・金沢市観光会館

## 賛助会員加入へのお願い

日本産業デザイン振興会は通産省、各経済団体、各産業デザイン団体の御支援をうけて、昨年の5月1日、日本商工会議所内に創設されたものであります。

本振興会は産業デザインの進歩向上から盗用防止までにわたる総合的な産業デザインの推進機関でございます。

ここ数年我が国産業デザインの進歩向上は誠に素晴らしきものがあり、また経済、文化の発展に伴う今後の産業デザイン振興の必要性は各位とも既に充分ご認識のことと存じます。

何卒本振興会の設立趣旨をご理解願ひ、未加入の方の賛助会員加入をお願い申し上げます。

### § 編 集 後 記 §

○ようやく会報一号の発行となり題字は当振興会嘱託服部茂夫先生の手を煩わしました。

○本号は本振興会の昨年の業務状況をご報告、ご理解願うことを中心にいたしました。

○本振興会を「日デ振」と呼んでいる方がおられるそうです。「JIDPO」はDの発音がしにくいので、Dをサイレントにして「ジポー」とお呼び下さったらいかがでしょうか。

○皆川理事長には後日専門的なご報告を掲載させていただくことになっております。

○なお本誌編集についてご意見、ご注文、ご発案、等がございましたらとどしご投稿、ご進言くださるようお願いいたします。

J I D P O ニ ュ ー ス

Vol 1 No. 1

昭和45年2月10日発行

定 価 50 円

編集発行人 石 田 幸 一

発行所 財団法人 日本産業デザイン振興会  
東京都千代田区丸の内3-2-2  
東京商工会議所ビル  
〒100 電話(211)4411 (内線590-1)



## 明日のデザインを思う

東京芸術大学美術学部教授  
日本産業デザイン振興会常任理事

小池 岩 太 郎

デザインはいつも人間とともにある。人間を置き去りにしたデザインはあり得ない。また人間におくれをとったデザインも意味がない。明日のデザインを思う、ということは明日の人間を思う、ということに他ならない。

そして今、人間界は新しい転機にさしかかっているといわれる。いうまでもなく科学技術の進歩と、産業の発展のままに押し流されてきた今日の文明が、人間をおかしくしてしまっているのではないかという疑問である。そしてこの歩みがこのまま続いてよいのか、という問題意識である。

デザインは人間や、その社会の外的、また内的願望の実体化であるとするならば、明日のデザインはどのようなところにその願いを置くのか、それが問題であろう。今までのところデザインは人間生活に利便を供すること、またその橋渡しの役を果すことに働きの重点があったようだ。然し区々たる利便の供給、必ずしも人間の幸福や充実とは一致しないこともわかってきた今、その願いを何処に置こうとするのか。

先日、新聞紙上で京大学術調査隊の記事『ブータンを訪ねて』を見た。ヒマラヤ山系からベンガル平原へ続く南斜面のここに、衣食住豊かに、釣りや弓技、舞踊を楽しんでいる国があるということ、夢のように読んだのだが、文明国に住む人たちがこれを羨望しない者はいないだろう。多分前世に余程良いことをした人だけが、ここに生を授かるのではあるまいか。ところで、私たちの持つ文明が、そのような人間社会を獲得することは望み得ないことなのか、ロケットを打ち上げ、コンピューターを知り、自動車をぶっ飛ばすことを覚えたこの技術文明は？。

人間は、その歩みの中で、いろいろな寄り道をしてきた、過ちも犯してきた。然し今日、情報時代といわれるその情報が、広く正しく活かされていくなれば、その過ちはもとより、寄り道も少なくして幸福への進路を歩むことが可能だろう。

人間を乗せた文明という名の船は、今やその傾きも甚しいようである。企業もデザイナーも祈るような愛をこめて、この船を健全な進路に漕ぎ進めなくてはならない。全ての情報ははじめ科学技術はそのために用意されており、更に開発されるだろう。この願いを持たぬ企業は道を失うに違いない、その祈りが明日のデザインの力であろう。力は美と倫理の価値の増大として現わされるだろう。

文明社会におけるブータン文化の現出も不可能ではない。

# デンマーク・イギリス・イタリーの家具について



皆川正デザイン事務所所長  
日本産業デザイン振興会評議員

皆 川 正

本稿は日本貿易振興会の特殊市場調査事業の一つとして昨年9月日本産業デザイン振興会が皆川正氏に依頼したものの一部であって順次回数連載させていただきます。

## デンマークの家具

### 1 デンマークの家具を取り巻く環境

デンマークは小国ではあるが歴史的に幾多の苦難を切り抜けて現在の位置を確立してきたので、国民各自が自国を大切にする意識が高く、運命共同体的なことは周知の通りである。

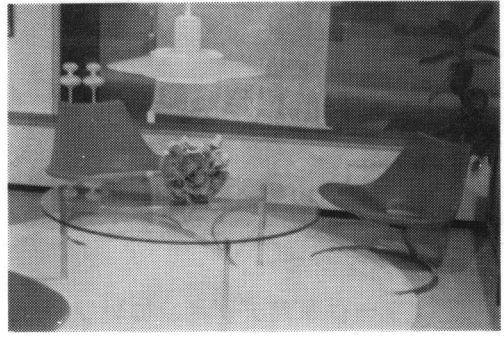
この国は小さな面積（約43,043km<sup>2</sup>）で日本の10分の1の広さに約500万人という少ない人口であることにも関係していると言えよう。少ない人口で国家の独立を守るためには国の政策と国民の意識とが相当高度に一致していなければならない、そのためにも直接民主主義的傾向を取らざるを得ないと思うし、必然的に人口の多い国に比較してはるかに個人を尊重しなければならないからであるし、それゆえ個人の国家に対する義務、権利等の意識も高いのである。又経済的意味での国策もこの小国であるということを十分意識して進められており、輸入に頼るものと自国内で生産し、かつ輸出するものとの区別をかなり明確に打ち出している。そして輸出するものの内容も工業製品、農業製品を問わず、他国に無い特徴を前面に押し出すように努力しており、工業製品においては他国

に無い高い水準の技術とかハイセンスのデザインなどを維持することに大変な努力を払っている。勿論この技術は宇宙開発、あるいは海洋開発とかのビックサイエンスに支えられるようなものではなく、かなり現実的分野で他国が見過ごしていたもの等を独自に発展させたものであり、デザインも決して前衛的実験的なものでなく、より現実に近いハイセンスなものである。狭い範囲であっても、高い技術とかハイセンスなものを要求する場合、その裏づけとなるようなものが国内に存在しなければただ単に現実ばなれした提案として終わっていたかも知れないが、デンマークにおいてはかなり以前からこれ等に合った国創りを行ない成功しているということが言えよう。またこのような国創りに対してもデンマークの国民もかなり良く理解しているようで技術者、デザイナー達も国の政策に誇りをもって従っているようである。このことは単にデンマークだけでなくヨーロッパの小国（人口が少ない国）に共通して言えることで北欧の国々、スイス、ベネルックス三国等もそれぞれ特徴のある製品をつくり出すことによって自分達の進むべき道を切り開いている。しかしデンマークは小国としての良さがある反面、小国としての限界も同時に持ち合わせて、ある面においては

高い技術やハイセンスのデザインを維持しながらも全面的に保守的で世界の国々の中では気のきいた田舎的な存在になっている。ただここで保守的と言ったのは自分達の生活を守る姿勢が保守的であると言うことであって、社会構造的にはむしろ世界の先進国と呼べるような制度を確立している。このために新しい思想とか新しい成長の拠点というようなものにはなりにくく、近年のように激しい世界の動きの中で国家としてどのような方向をとるかという点に関しては受け身的立場にならざるを得ないし、アメリカをはじめ日本・ドイツなどの経済攻勢をどう受け止めてゆくかも大きな問題になってきていると思う。

## 2 デンマークの家具に対する国策

デンマークの一般の現状を要約してきたが、このような環境の中でいわゆるデンマークの特徴ある製品のひとつとして家具及びそれに関連したものが挙げられ、国策として輸出振興の対称となっていると思われる。デンマークの家具が世界的に定評あるものとなった背景としては種々の要素から考えられるが、まず第一に挙げられるのは北歐風のハイセンスの家具に対する国内需要が熾と存在していることである。デンマーク国内に近代的设计を受け入れる要素がなぜあるかについてさらに考えてみることも価値のある問題だと思う。明確には断言できないがまず挙げられるのは、所得が一人あたり日本の約2倍であり、かつその所得差が少ないことである（日本などに比べたら所得とのバラツキはずっと平均化され高所得と低所得の差が少ない）これはまたデンマークが経済的に安定していることを物語っているのであるが、いわゆる高度成長による成り金的な存在が無いことであると思う。平均化された高所得の集団であ



るがために、国民全体がかなり高度の落ち着いた趣味を持っているのではないかと思われる。権力を示すステイタスシンボルのようなものも、また現代に反抗するような風俗も必要としない。

経済的余裕があるがゆえに知的芸術的活動も行なえる。このようなところに風土的歴史的条件が入って新しいハイセンスのデザインを受け入れる体制が国民の中に創られてきたのだと思う。そして他のヨーロッパ諸国にも見られるように家具調度類にかなりの金額を注ぎ込む傾向があるのも見逃がせない。このような国内需要があったからこそ高級家具の生産が可能になりそれを輸出に振り向けても特徴あるものとしての評価に耐えられたのだと思う。

勿論デンマーク政府がこのことを理解していたからこそ今日のような位置を創り出したのだと思うし、政府のバックアップ政策もかなり明確で筋の通ったもののように感じられる。また家具等に関係している企業及び関係者（デザイナーも含めて）もこの国策とかなり歩調を合わせているようで、国家・企業・個人が矛盾なく成立している。このことは先にも述べたように小国であるからこそできることで、日本のようにあらゆる分野が乱立している資本主義国家の中での調整は困難であると思うし、各方面の利害がからみ合って、デンマークのようにはゆかないであろう。

国家と企業の関係、企業と個人の関係、国家と個人の関係等の調和が良くとれている大国はまだ存在していないようである。

デンマークの家具に対しての政策は以上のようなものであるが、次に具体的に家具のデザイン等について述べてみたい。

### 3 デンマーク家具デザインの現状

デンマークの家具のデザインの成立であるが、現在の基礎ができたのが第二次大戦以後である。戦後 Kaare Klint などがイギリスの家具の模倣的なものを作り始めたのが出発点といってよい。その後幾人かのデザイナーが世界各国の家具（新しいものから古いものまで）をデザインソースとしながら北欧風のを創り上げていった。ただか10年位の間に世界でもトップクラスのハイデザインを創り上げていったデザイナー達の努力もさることながら、彼等をささえた国内的背景を見過ぎてはならないと思う。デンマークにおいては企業中心で発展したのではなく、デザイナー、それも20人前後の有明なデザイナーを中心として発展してきたのも小国でなければ出来ないことであるし、日本がこのような行き方の模倣ができるとは思わない。

しかしデンマークにおいても現在多くの問題をかかえている。というのは一つには20人位のデザイナーで確立したデンマーク家具のデザインの後継者が少ないことである。あまりにも偉大な業跡を残したのでそれをどのように若い人達に受け継ぐかが現在の問題になっている。またそれと同時に世界各国が商品としての家具に注目をし、新しい展開をしてきているのでこれ等にどう対処するかが大きな課題になってきている。以上のような問題があるにはあるが、デンマークとしての特

徴を守るために努力はおこたっていないようである。新しいイタリア的な傾向にも注目し、新材料等を取り入れて新しいフォルムを捜がし始めている。しかし新しいとはいえイタリア等に見られる超近代的なものをねらって新しい材料に挑戦するという方法ではなく、やはり北欧風の落ちついた一般の人にも比較的受け入れ易い、木材を中心とした堅実な方法が取られているようである。勿論これはかなりの数量が売られる高級家具ということ意識しているからであるが、それがまたデンマークの家具の限界であるともいえるかも知れない。次に、はたして我が国がデンマークのような方法で家具を輸出することができるかどうか考えてみたい。日本ではハイセンスなデザインを支える高級家具は、生活環境からいっても需要があまり期待できない状態であると思われる。この理由についてはイタリアの項で述べるが、国内需要が無い所で輸出向だけに高級家具を製造してみた所で長期的に国としての売り上げ高的にみた場合あまりプラスにはならないと思う。国内需要をバックにその中から生まれてきた製品でなければやはり輸出には勝てないし期待が持てないように思う。これは家具だけでなく、どの様な商品にしても全く同じことがいえるのである。

### イギリスの家具

イギリスの家具の現状についてあまり詳しく調べられなかったのが、断定的なことは言えないが、気が付いたことだけをまとめて述べてみたい。

イギリスは、国自身が経済的ピンチにみまわれ、ポンド切り下げ等多くの犠牲を払って漸次立ち直りかけたのが現状であるが、このことと家具

も無縁ではないようだ。家具業界としても、何をねらえば輸出出来るか手さぐりで模索している状態ではなかろうか。イギリスには伝統的な家具があり、他国に与えた影響も大きい。特にデンマークの項でも述べたように、デンマークなどはイギリスの伝統的な家具を基盤として今日の姿を創り出したと言っても過言ではない。イギリスの素朴な木製家具を再度見直し、新しい商品に位立てたのがデンマークであるならば、イギリスに於てもさらにこれを取り上げ直し、商品にしようという動きもある。又ヨーロッパ全土およびアメリカにおいて、いまだに豪華なクラシック家具が大きなシェアを占めているためにヨーロッパの大国としてこの現状にも食指を動かしている。さらにイタリア等に見られる近代デザインの家具も、これらの商品として高く評価し、政府としても特に力を入れているようである。この三つの異なった方向をもったものが一度に表われて、何を本命にするかを決めかねているのが現状であると思う。そしてこれに加え、さらに日本が電機製品やカメラなどで実施した如く、多くのメリットを持ちながら、価格的に安い普及品的なものをも取り上げようとしている。これ等にすべて共通していえることは、どれも経済的な価値、すなわち商品として外国へ輸出出来る可能性が大きいものを最優先にしていることである。ただ残念なことに、デンマークとかイタリア、それに日本などの場合のように、国内事情、国内需要が現にある所で自然発生的に成立したものでなく、無理に創り上げようとしているきらいがある。イギリス全体がそうであるように輸出を重視するあまり、国内の需要のバックアップの重大さを無視しているきらいがある。国内需要に支えられたものでなければ本当にユニークなものは出現しないと思うし、国際的競

争にも勝てないと思う。

日本が国際的に競争力のある商品を数多く出している背景には、徹底した国内競争があったし、そのための保護政策も忘れてはならない要素である。日本の企業の場合、悪く言えば日本の消費者をモルモットとして限界設計などを行ない、それをひっさげて国際舞台に登場したとも言える。イギリスの場合政府が貿易を重視するあまり、国内需要、国内競争にくちばしを入れすぎているきらいが有るのではなかろうか。とにかく、このような体質が家具にも見られ、広く何かに取り組んでいけば、そこに道が開けるというような所がある。家具においては、現在試行錯誤の状態が続いているので、何を本命として打ち出してくるかは一寸解かりかねる。ただ現在のような国内状況（社会制度とか産業政策）ではあまり先の明るいものでないように思われる。日本の場合も、ややもするとこのイギリス式の産業保護政策をとりかねないので、この辺が注意の要る所であろうと思う。

## お 知 ら せ

去る3月中旬、製品科学研究所は英国王立芸術大学工業デザイン研究部長L・ブルース・アーチャー博士と、同研究員リチャード・B・ランドン氏を招へいして「システムティック・デザイン」に関するセミナーを、一週間余にわたって開催いたしました。その際、使われましたテキスト「デザイン・プロセスの構造」が、当振興会にございます。ご希望の方には一冊1,000円（送料85円）でお分けいたしますので、当振興会にお申込み下さい。

# 昭和45年度Gマーク選定商品の募集始まる

—申請×切日は4月10日（金）—

通商産業省は去る3月5日、昭和45年度Gマーク商品の申請および選定要領を発表した。

申請者は、製造業者はまたは販売業者とし、申請は4月10日（金）までに各通産局をはじめ、日本繊維意匠センター、日本陶磁器意匠センター、日本輸出雑貨センターおよび日本機械デザインセンターで受け付ける。選定対象品目は、機器、家具、雑貨、繊維（カーテン）および陶磁器等約120点余の指定商品に限られ（別冊資料参照）、審査時において、商品として生産されていないものは対象から除外することとなっている。今年度、特に変わったところは、指定商品が昨年より増加したことと、昨年は最低限のアフターサービス等も含んだ品質保証届出書を、審査合格後に、また品質検査の必要な商品については品質検査合格後に提出することになっていた。45年度は、申請書提出時に添付することになったこと等である。

おもな選定基準は、① 材料が有効適切に活かされていること、② 用途的機能的条件を十分に満足していること、③ 美的感覚を満足させるよう総合的に造形されていること、④ 独創性があること、⑤ 品質が優良であること、とくに安全

性について十分配慮されていること、⑥ 量産に適し合理的価格であることなどである。

このGマーク商品の選定制度は、昭和32年に発足以来、今日まで着実にその成果をあげてきた。特に昭和40年を契機に申請数、選定数とも飛躍的に増大しており、昨年日本商工会議所が東京と広島市の成年男女を対象に調査したGマークの知名度調査の結果を見ると、約50%の人に知られており、J I Sマークの知名度よりは少し低いが、J A Sマークと同程度知られている。

ここ数年における選定社数、選定商品数は下記のとおりであり、本年度は更に1割以上の増加が予想されている。

G マーク商品年度別表

昭和38年度	40 社	117点
39 //	49 //	152 //
40 //	59 //	175 //
41 //	107 //	376 //
42 //	109 //	374 //
43 //	110 //	379 //
44 //	105 //	373 //

なお、昭和33年発足以来の総数は649社、2,114点である

## 競輪資金からの事業補助内定

昭和45年度において内外のデザイン動向調査とデザイン指導員の資料整備費として、総額1,000万円の事業補助を日本自転車振興会に申請していたが、去る2月23日(1)内外のデザイン動向調査(内外の特定地域における商品のデザイン流行性

消費者の好み、色彩、形体、機能等の動向を調査分析)とその情報誌の編集発行(2)デザイン指導員資料整備事業(デザイナーについて略歴、主要作品、担当分野等のカードの作成とその人名簿の発刊)として総事業費に対し75%の750万円の事業費補助が内定した。

## 官公立試験研究所のデザイン研究紹介

### 工業技術院製品秋学研究所

製品科学研究所は、人間工学、材料工学、そしてシステマティックデザインなどの研究ポテンシャルを活用して製品の機能性、快適性、安全性、耐久性などの属性についての評価技術と、消費者の立場にたった製品のあり方、その計画の手法などの研究をすすめている。

デザインに関する特別研究としては、通商産業省における、輸出品の品質、意匠の向上に関する事業の一環としておこなっている「輸出向軽工品のデザイン改善研究」がある。当所における昭和45年度の計画は、次の通りである。

#### 1 平板構造体のジョイントに関する研究

住宅産業の発展により、工業生産による可動壁面、室内装備品が普及しつつあるが、人間生活の多様性に対する配慮に欠け、住環境の機能を十分果していないうらみがある。この部品化、ユニット化の傾向のなかに、生活の多様性を確保するためには、ジョイントの研究が重要である。この研究では、内外製品の結合方式の分類、力学的支持条件の解析、結合機構の開発、その効果としての居住性の問題などが、その内容となっている。

#### 2 幼児童の発達特性と用具類の関連性に関する研究

幼児童用具の高級化をはかるため、備えなければならない諸条件を幼児心理学的に明確にし、デザイン手法の開発をはかるもので、幼児の行動特性、用具の使われ方、環境に対する反応の仕方の研究を中心にすすめていく。

#### 3 先導商品の開発研究

商品開発の能力をたかめるため、家具では生産

性のたかい構造に、玩具では、いかに教育性を付与するかを目標としてオリジナルデザインの展開をはかる。

また経常研究としては、次のテーマを計画している。

#### 1 生活環境における視覚効果の研究

良質な生活の確保のため、環境をソフトウェアとして扱い、色彩、パターンの心理的空間構成の研究をする。

#### 2 デザイン要因の体系化の研究

人間、製品、環境のシステムから製品がもたねばならぬ要因を分析し、その総合によるデザインプロセスの研究をする。

3 生活の多様性に即応する室内機能の研究生活行動の独立性を分析し、それを確保するためのハードウェアについて設計し、提案する。

#### 4 児童の空間意識の発達過程の研究

児童の発育心理学的考察により、児童の行動、空間意識、嗜好色など関心要素を抽出し、デザイン資料とする。

(製品科学研究所研究企画官 丸谷忠彦)

### 賛助会員加入へのお願い

日本産業デザイン振興会は、わが国産業デザインの向上から盗用防止にわたる総合的な産業デザインの推進機関です。

機械文明が限りなき前進を続ける今日、未来に向っての産業デザインの必要性、引いては本振興会の任務の重大さは皆様十分ご理解願うものと思います。

各位には創立未だ日の浅い当振興会の設立趣旨をご理解の上、未加入の方の賛助会員加入をぜひお願い申し上げます。



## 内外デザイン事業案内

### 海外関係

#### 第9次日本産業巡航見本市

主催 (社)日本産業巡航見本市協会  
巡航期間 昭和45年10月6日～昭和46年1月23日  
巡航地域 ニュージーランド、オーストラリア、  
インドネシア等8ヶ国12都市  
巡航使用船 さくら丸 (12,611トン)  
出品申し込期間 昭和45年3月2日～4月20日  
問合せ先 (社)日本産業巡航見本市協会  
事業部出品展示課 TEL 434-4621

#### インテリア・カラー研修団

研修先国 アメリカ  
研修期間 昭和45年6月8日～6月29日  
申し込期限 昭和45年4月30日  
申し込先 (社)日本流行色協会  
東京都千代田区四番町4日本染色会館  
TEL 262-7211

### 国内示展会案内

#### 家庭用具新製品展示会

主催 愛知県専門店協会  
会期 昭和45年3月28日～3月29日  
会場 愛知県産業貿易館 第3・4展示場

#### 漆器展

主催 日本貿易振興会  
会期 昭和45年3月17日～3月25日  
会場 日本貿易振興会ジャパンデザインハウス

### 研究会案内

#### 長野市デザイン研修会

主催 (財)日本輸出雑貨センター  
日時 昭和45年3月24日～3月25日  
場所 長野市 すずかけビル  
テーマ みやげ品のパッケージデザインについて

### § 編集後記 §

○3月12日には通商産業大臣の諮問機関であるデザイン奨励審議会が開催され、当振興会の使命もふくめて一般産業デザイン行政について、各委員より上向きの有益な討議が行なわれました。

○3月11日には、伊藤検査デザイン課長が交代され、新たに原田課長を迎えました。伊藤課長には当振興会第2代課長として、基礎建設の責任を果され公私共に深く感謝いたしますと共に原田新課長には産業デザイン政策のために、新たなる路線の建設をお願いします。

○日本商工会議所からは、この一年間物的に、また人的にも並々ならぬご支援をいただき、足を向けて寝られないわけですが、4月1日からは、またGマークのPR事業やGマーク証紙の発行業務も引き継がせていただくことになる予定です。

○最後にもう一つ、政府の援助を得て、世界貿易センタービルに入居できれば、いよいよ一本立となります。世界貿易センターという地の利を得て、その展示館を如何に魅力的なものにするか、来年度事業の本命となります。私共も懸命にやるつもりです。ご叱咤ご支援をお願いします。

## JIDPO ニュース Vol 1 No. 2

昭和45年3月10日発行 定価 50円

編集発行人 石田幸一

発行所 財団法人 日本産業デザイン振興会  
東京都千代田区丸の内3-2-2  
東京商工会議所ビル  
〒100 電話(211)4411 (内線590-1)



### 日本産業デザイン振興会に 期待するもの

豊口デザイン研究所所長  
日本産業デザイン振興会評議員

豊 口 克 平

日本産業デザイン振興会の誕生は数年も前から計画され、またその実現を期待されながらも機が熟さず今日に至ったものであります。かつては日本の輸出工業品はアジア地域向き雑貨に長い間重点がおかれたものですが、第二次世界大戦後は科学、技術の急速な伸長、経済の発展によって、その可能性を信ずることもできなかったあらゆる近代工業製品が海外市場に迎えられ、世界の人々を驚倒し、やがて今日の羨望にまで導いています。

この僅か十数年の間、日本の産業デザインは、訓練によって大きく発展しました。そして経済に対する寄与も大きかったことは衆目の認めるところであります。日本の各企業はデザインの商品の経済価値付興の有効性を認め、企業の中にデザインの組織化を図り、急速にその技術の育成に努めました。この間デザイナーも欧、米に学ぶこと多く、非常な努力によってその思考と方法を獲得しました。

しかし産業デザインを単なる経済面のみによる把え方では到底、国際的商品への発展を期待することはできないでしょう。それは経済以前の問題として<人間の生活文化><人間環境の総合的形成><科学技術社会と人間性社会の対応>がデザインの基本姿勢として存在しているからであります。

その意味で日本の産業デザインそのものも、日本の科学、技術と同様、欧米に比してはなはだ底の浅さを痛感せざるを得ません。蓄積された文化の中に根をはやした創造に満ちたものに育て上げなければなりません。「サンプルさえあれば何でもできる日本」の時代はもう過去のものにしたいものです。

日本産業デザイン振興会は産業を振興する目的で設立されたもので将来の発展を大いに期待するものでありますが、近視眼的方法や手段では決して大きな成果を望むことはできないと思います。急速な生産伸長に自信をもった私達はエコノミックアニマルを返上するためにも、文化度の高い、創造性の豊かな商品の開発の基盤をつくるためのデザイン振興に大きく投資しなければならない時がきたと思います。

1973年には日本で<国際工業デザイン団体協議会 ( I C S I D ) >の第8回総会と国際会議が開催されることに正式決定を見ました。この会議の開催計画推進は日本の産業デザイン界にとって大きな試練であり、その成否はわが国産業デザインの飛躍を意味するものであらうと思います。

# 昭和45年度事業計画収支予算決まる

日本産業デザイン振興会では、去る3月23日東京商工会議所ビルにて、第1回評議員会と第2回理事会を開催して、昭和45年度の事業計画、ならびに収支予算の審議、決定をみた。

本年度の予算規模は

一般予算会計	39,800,000円
産業デザイン館特別会計	29,600,000円
競輪資金補助特別会計	10,000,000円
総計	79,400,000円

となっている。

これに対する主な収入財源は (1)賛助会費収入 (2)日本商工会議所から4月1日に移管されるGマーク事業収入 (3)競輪資金からの事業補助 (4)そ

の他政府からの資金援助となっている。

本年度はこの10月から世界貿易センタービル別館4階に展示場を設置することとなり、すでに約495㎡(150坪)を予約しており、これに要する借館料1,500万円に相当する政府の資金援助については、目下政府において検討中である。

先の4つの主要財源中3つまでが、本年度4月よりの新規の財源で、これでいよいよ本格的な事業活動の財政基盤が一応計数的に整備されたこととなった。ただ産業デザイン館の設備費、備品費等は初年度のことして、その設備費が本年度に集中することとなり、これが本年度の当振興会の全体の事業運営にも多大の影響を与えている。

## 昭和45年度事業計画

### 1 産業デザイン館の運営事業

新設の世界貿易センタービル別館4階に約495㎡(150坪)の産業デザイン館を設置する。

展示内容は概ね、下記のとおりである。

#### 1) 展示事業

- (イ) 常設展示 グッドデザイン選定商品、高級品輸出対策事業より指導された商品、日本優秀デザイン商品輸出推進事業より指導、選定された商品

#### (ロ) 特別展示

- (1) 海外収集見本展示
- (2) 海外デザイン動向の紹介
- (3) 産地別商品展示

#### (ハ) 基礎資料展示

- (1) 海外のデザイン高級化対策の資料
- (2) デザイン商品の開発方法などの解説 (新材料, 新加工技術, 人間工学, 新手法など)
- (3) 内外の生活環境に関する調査資料の解説

#### 2) 情報サービス事業

- (イ) 産業デザイン館の展示品および内外の優秀デザイン商品, その他デザイン関係資料のインデックスカード作成とその閲覧
- (ロ) スライド映写機を設備し, デザイン関係商品などの映写

- (ハ) 内外優秀デザイン商品の映画，スライドフィルム等の貸出し
- (ニ) 内外図書，雑誌，デザイン関係諸資料の閲覧
- (ホ) デザイン相談

## 2 デザイン動向ならびにデザイン指導員資料整備補助事業 (自転車等機械工業振興事業補助金)

### 1) 内外のデザイン動向調査

一定の地域における商品のデザイン（流行性，消費者の好み，色彩，形体，機能等）の動向を調査分析する。

海外はアメリカ1地区，国内は3地区（東京，大阪，名古屋を予定）

### 2) 上記調査結果について情報誌の編集発行

内外において，収集したデザインに関する情報およびデザイン動向調査の分析結果等を本誌に掲載し，関係方面へ配布する。

### 3) デザイン指導員資料整備

デザイナーの人名カード，作品カードなどを作成，常置し，一般の閲覧に供すると同時に，デザイナー名簿を発刊し関係方面に配布する。

（継続事業，昭和44年度は，日本貿易振興会で実施）

## 3 Gマーク選定事業

### 1) Gマーク選定と審査業務

昭和45年4月より7月にわたる，昭和45年度Gマーク商品選定にさいして第一次，第二次，総合審査について会場，搬入出，審査，保全等について協力一部経費の分担。

### 2) Gマーク証紙の発行頒布業務

本年4月より，当振興会が日本商工会議所のGマーク証紙発行頒布事業を引き継ぐ予定である。

### 3) GマークのPR事業

前項の業務移管に伴い，GマークPR事業も引き継ぐ予定である。なおこの際に一層有効的な運用を図るようGマークPR事業を全面的に，再検討する。

## 4 日本輸出デザイン展事務局の業務

日本輸出デザイン展は関係都，府，県，市，日商，ジェトロ，4センターおよび当振興会をもって，構成されているが，その事務局を昨年引き続き当振興会内に置き，東京，大阪，名古屋の3カ所にて日本輸出デザイン展を開催する。

## 5 その他

1) 産業デザイン振興のための，講演会，懇談会，講座等の開催

2) その他デザイン振興事業およびデザインの保護事業については，内外のデザイン振興機関，関係企業等に協力する。

### 賛助会員加入へのお願い

日本産業デザイン振興会は，わが国産業デザインの向上から盗用防止にわたる総合的な産業デザインの推進機関です。

機械文明が限りなき前進を続ける今日，未来に向っての産業デザインの必要性，引いては本振興会の任務の重大さは皆様十分ご理解願うものと思います。

各位には創立未だ日の浅い当振興会の設立趣旨をご理解の上，未加入の方の賛助会員加入をぜひお願い申し上げます。

# デンマーク・イギリス・イタリアの家具について

皆川正デザイン事務所 所長  
日本産業デザイン振興会 評議員

皆 川 正

本稿は日本貿易振興会の特殊市場調査事業の一つとして、昨年9月日本産業デザイン振興会が、皆川正氏に依頼したものの一部であって、3、4号にイタリア編を掲載させていただきます。

## イタリアの家具 (前編)

### 1 イタリア近代家具の現状

ここ2～3年我が国の家具業界などにおいてイタリアの家具が注目され始めており、「今迄の日本のデパートの高級輸入家具はどちらかというところデンマークを中心とした北欧風が主流を占めており、その期間も長く続いたためこの辺でイメージチェンジをはかる上でもイタリアの家具を導入したい」というデパートなどの家具の仕入れに携わっている人々の話によってもそれをうかがうことが出来る。

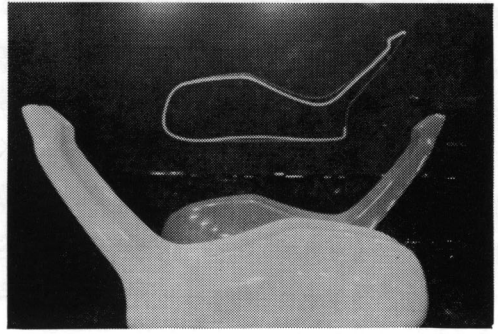
いわゆる商品としてのイメージチェンジをはかるために漸新なものを求めるとしたらイタリアの家具において他には無いであろう。この傾向は日本だけのものでなく、アメリカでも同様にイタリア家具に注目をし、これを国内に導入しつつあるのが現状である。このように近年とみに注目を集めているイタリアの近代家具が如何に現在のよう華やかな存在となったかを考えてみることは大いに意味のあることである。イタリアの家具には、日本などで注目を集めている実験的でさえある近代デザインのもの、一般的家具をあまりデザイン的に特記すべきものがなく、むしろクラシ

ックでさえある家具と明確に二分されている。デンマークにみられた様なハイセンスの高級家具と一般的家具との間のつながりが全然といって良い程みられない。明らかに二重構造である。二重構造と言っても単純に超高級品と普及品というような分類で分けられるのではなく実験的、近代的なものと保守的、伝統的なものとの段層と言ったようなものである。勿論價格的に言っても平均して実験デザインの家具のものの方が高価であって一般的家具が安価であるが、この一般的家具の中には保守的、伝統的な高級家具が依然として大きな位置を占めている。このように二つの層に明確に分かれていながら両者とも共存出来る国は現在の所イタリアしかみあたらない。家具メーカーも同じように二重構造で、量産家具メーカーと近代デザインを作っているメーカーとは別れており、近代デザインを作っているメーカーの規模はかなり小さく50～60人位の従業員の所が主流で、一番大きくて300人程度でほとんどの所が近代デザインのものしか扱っていない専門的なものようである。これとちょうど同じような現象が自動車の場合もみられ、数多くのカスタムカーが量産車とならんで存在しているのはイタリアだけで、他の国では考えられないことである。一つや二つのコー

チビルダーが存在している国はヨーロッパでもいくつかあるがハイレベルの技術を持ったものが数多くある国はイタリアを除いてはみあたらない。

次にイタリアだけがなぜこのような二重構造が存在出来るかを考えてみたい。まず量産家具メーカーは別として、近代デザインの家具を作り販売しているメーカーの経済的情况をみてみたい。

小さいながら経済的に恵まれているならば、我が国でも近い将来このようなメーカーが存在出来る可能性があると思うし、特に日本の場合経済的価値によって企業が存在していると言っても良い位であるから、イタリアのこれ等のメーカーの経済的状态は我々にとって気になる所である。しかしながら種々な情報から判断すると、経済的にはかなり苦しいのが現状のようである。この理由を考えてみると、まず一番大きなことはこれらの家具のデザインが販売ということを前提に出発していないことであると思う。すなわち企業が使用している「商品」というものの条件を無視していることである。商品ということになれば現在の生活あるいは近い未来の生活に焦点をあわせて企画されいくらかの利益がその中に存在していることが絶対条件であるし、実際家具といえども将来利益として還元されるものでなくてはならない。しかしイタリアのデザインを見ているとこれ等のことはどうも最優先の条件ではないらしいのである。だからと言って全然無視している訳でもなく、デザイナー達の口からコストが安いとか作り易いなどという言葉は聞けるが、それはあくまで附帯的条件としての範囲にとどまっている。現実には一つの企業が一連の実験的なもののみを製品化していても、ある程度の売り上げがあり、これらの企業をイタリアの国内需要が支えていることは確かである。それに加えて近年では実験的漸新的であ



るために、外国、特にアメリカ（最近では日本も）などが求めており、国内の需要と共にこれらの企業を支える大きな力になってきている。ただしアメリカや日本の場合大きな企業が家具ファッションのエッセンスを求めするために買う場合が多く、最終需要家のために輸入するという例は割合に少ないようである。しかしながら会社の数の多さ製品の多様さに比べて売り上げが少ないのでつぶれる企業が跡をたたないのが現実であるらしい「昨日まであった会社がつぶれて今日また別の新しい会社が出来たというようなのが現実です。」とイタリアの家具のデザイナーが話していたが、イタリア人特有のオーバーな表現かも知れないが経済的情况としてはこんなものであると思う。しかしながら企業的にみてこれ等実験的なものが経済的に将来性があるならば今から冒険であっても手をつけておくということになり、当面は苦しくとも先に行けば大きく成長するという先き喰いの考え方になるのだが、せいぜい大きくして300人どまり、たかだか50人位の規模の、しかもかなりの数の会社が将来の製品開発のためにリスクをおかして実験的家具を製造販売しているとはどうしても考えられない。小さい会社が大きくなるためには製品のユニークさと共に製品の一般性も兼ねそなえていなくてはならないし、ただ単に企業を大きくするためとか利益を多くするためであった

らもっと別の効率の良い方法がいくつでもみつかるはずだと思う。考えられることは、フランスの服飾類のファッションが行なったような方法で家具の流行を創り出し、規模をそれ程大きくしなくても流行の最先端をいっているということで商売をしようということであるが、これは先に述べたようにアメリカ、日本などが買っている所をみるとある程度は成功しているようだが、服飾ファッションと異なり流行の移り変わりも遅く多様性も少ない家具の場合経済的には決して楽なものではないはずである。このように見てくると、イタリアの実験的近代家具は経済的理由で成立しているのではなくて、また経済的に安定した基盤の上に乗っている訳でもないことが良く解る。しかしそれなのになぜこれ程迄華やかに開花しているのかを考えてみたい。

経済的理由が大きなファクターを占めている場合、分析、推論が比較的たやすいが、その他の理由となると色々難かしい要素（人間の精神的、思

想的問題等）が入ってきて大きなポイントとなるので分析しにくいし、独断的になりやすいと思うが手元にある数少ない資料からではあるが、これを推定してみたい。なおその前に一寸デザイナーについてもふれておきたい。イタリアの場合、家具のデザインに携わっている人達は専門的なインテリアデザイナーというものでなく、建築もやりIDも手がけるというような万能の人が多い。そして企業数は多いけれどデザイナーの数はかなり少ない。第一線で活躍しているデザイナーが少ないということで、予備軍の数はかなり多いようである。デザインの市場が小さいため（実験的近代デザインのみ特にデザイナーを必要とし、その他の工業製品においてはあまりデザイナーを必要としないのが現状なので）ほとんどの仕事が有名デザイナーの所に集中し、若手でこの壁を突き破るためには恵まれた才能の上に大変な努力が必要であるらしい。

## 当振興会にてGマーク証紙、頒布事務開始

従来Gマーク証紙は日本商工会議所が行なっていましたが、このたび当振興会と日本商工会議所との間にGマーク商標使用権設定契約を締結して、4月1日からはGマーク証紙の発行、頒布業務の一切の引継を終了しました。

当振興会は日本商工会議所に代って新しくGマーク証紙の使用契約を各社との間に4月1日にさ

かのぼって使用契約を締結しなければならないのですが、準備の都合もあって幾分遅れています。

証紙の発行頒布の実務の方は、そのまま引継いで4月1日か当振興会で発行していますのでご了承をお願いします。またGマーク証紙は、日本商工会議所発行のものをストックのある限り使用させていただきますと思います。

「デザイン・プロセスの構造」 （著者 英国王立芸術大学工業デザイン研究部長L・ブルース・アーチャー）製品科学研究所が著者を招へいして「システムティック・デザイン」に関するセミナーを行なった際のテキストです。ご希望の方は一冊1,000円（送料85円）ですので現金同封の上、当振興会にお申し込みください。

## 官公立試験研究所のデザイン研究紹介

(その2)

### 工業技術院名古屋工業技術試験所

1. 当所でのデザイン研究としては、陶磁器意匠の研究があげられる。研究の対象は主として輸出用陶磁器であって、外国意匠の影響を脱却して日本の意匠を基調とする国際性のある先導的製品の開発を目差している。研究を進めるにあたっては、製品の目的を的確に把握して、材質、機能、製造技術、生産性、市場性などの要素をふまえ、現代性を貫く意匠を創造する方針で臨んでいる。

貿易振興および経済協力費による輸出用陶磁器意匠改善研究試作を昭和31年より行なっている。最近の研究では、昭和43年度より3年計画で陶磁器を卓上面に用いたテーブル類を対象とする意匠の研究試作を行なっている。昭和43年度はティーテーブルについて硬質陶器の卓上面を、昭和44年度はワゴンについて磁器の卓上面を研究試作した。昭和45年度はストーンウェア（炆器）を卓上面としたデナーテーブルを取り上げる。

經常研究では、クラフト新意匠の研究、磁器染付に関する意匠技術の研究などを行なってきた。

### 2. 昭和45年度の計画

輸出用陶磁器意匠改善研究試作では、前述のようにデナーテーブルの卓上面を対象として、炆器について研究する。炆器の材質感を生かし、化粧土による刻文技術を用い、日本的意匠を基盤とする卓上面を研究試作する。また研究員1名を10カ月間イギリスに派遣する。

### 3. 經常研究

昭和45年度から研究項目を次のように改め当分これらの項目で継続する方針である。

中項目 陶磁器の意匠に関する研究

小項目 先導商品の新意匠の研究

- 1) 低融合金の溶着による室内用品の研究
- 2) 石版下絵転写の新転写紙と密着の研究
- 3) ニューレリーフによる食卓用品の研究

小項目 意匠技術の研究

- 1) 釉間、釉上染付の意匠技術の研究
- 2) 化粧土印刷の転写の研究

(名古屋工業技術試験所研究企画官 林 禎一)

## 内外デザイン事業案内

### 海外関係

#### 第9次日本産業巡航見本市

主催 (社)日本産業巡航見本市協会  
巡航期間 昭和45年10月6日～昭和46年1月23日  
巡航地域 ニュージーランド、オーストラリア、  
インドネシア等8カ国12都市  
巡航使用船 さくら丸(12,611トン)  
出品申し込期間 昭和45年3月2日～4月20日  
問合せ先 (社)日本産業巡航見本市協会  
事業部出品展示課 TEL434-4621

#### インテリア・カラー研修団

主催 (社)日本流行色協会  
研修先国 昭和45年6月8日～6月25日  
申込期限 昭和45年4月30日  
申込先 (社)日本流行色協会  
東京都千代田区四番町4 日本染色会館  
TEL 262-7211

### 講演会案内

#### 第2回総合デザイン講演会

主催 (財)日本機械デザインセンター  
会期 昭和45年4月20日～4月25日



会場 科学技術館ホール

テーマ EXPO '70 大阪万国博覧会のデザインの  
思想と方向を探る

申込先 (財)日本機械デザインセンター

東京都港区赤坂1-9-15

TEL 582-6221 (代)

#### 昭和45年度輸出雑貨デザイン教室

主催 東京都, (財)日本輸出雑貨センター

会期 昭和45年4月~昭和46年2月 毎週月,  
水曜日の2回

場所 (財)日本輸出雑貨センター4階

申込先 (財)日本輸出雑貨センター振興部デザ

イン課内 東京都台東区蔵前3-4-9

TEL 866-7161 (代)

#### 中小企業デザイン機構研究会

主催 中小企業デザイン機構

日時 昭和45年4月18日 午後1時~5時

場所 酪農会館 東京都渋谷区代々木1-37

テーマ デザインプロセスとデザイン料の実例

問合せ先 中小企業デザイン機構 東京都世田谷

区梅ヶ丘1-34-1 梅ヶ丘セントラル

マンションB-6 TEL 428-8591

#### 昭和45年度工業技術連絡会議工芸連合部会

主催 大阪府製品科学研究所, 大阪通商産業局

会期 昭和45年5月13日~5月15日

会場 大阪マーチャングイズ・マート

大阪市東区京橋1丁目7番地(天満橋)

申込先 大阪府立工業奨励館東大阪分館

東大阪市高井田中1丁目38番地

TEL (06) 783-3051

○産業デザインに関する展示会, 講習会, 研究会,  
視察団, 調査団等に関する記事を一括掲載してい  
ますので, ご計画を当振興会にご連絡下さい。

#### § 編集後記 §

○万博も花開く候となりました。第一回ロンドン  
に初まり第二回はパリと万博はまさに産業デザイ  
ンの祭典でした。パリ万博のとき建てられた, エ  
ッフェル塔はその美しい脚線美をもってパリの象  
徴として, 世界に知られています。然し遠い昔読  
んだ「あのエッフェル塔は美しいパリの古都の空  
を圧する醜悪なる巨象である」といった言葉が不  
思議と未だに頭に残っているのはどういうことで  
あろうか。

○万博を機会に世界各国から, 産業デザイン関係  
者がぞくぞくと来日され, 当振興会にもカナダ,  
フランス, オランダ, オーストラリアその他から  
ご連絡がありました。各位各社も同様なお話しが  
あろうかと存じますが, お互にこの際できうる範  
囲内で心よくお迎えできたらと思います。

○4月10日で本年度Gマーク商品の選定申込みが  
締切られました。本年度は, 前年の一割増と予測  
されています。それにつけても, 昨年は台東体育  
館を借り切って, 第一次審査を行ないましたが本  
年は, これが駄目となり, 晴海と世界貿易センタ  
ーと別れ, 会場費が大巾に上昇しています。

無料審査のGマーク選定も点数の増加に伴い,  
選定申込者に一部経費の負担をお願いせざるを得  
ない状況にならなければよいかと思われま。

利付債なら  
**リツショー**  
期間5年・無記名  
年利回り7.638%

日本の産業を支える金融機関

**商工中金**

●商工組合中央金庫●

本店/東京都中央区八重洲6-5  
(東京駅八重洲南口銀橋橋)

☎東京(03)272-6111(大代表)

資本金 **327億円**  
(うち政府出資184億円余)

**JIPDOニュース** Vol.1 No. 3

昭和45年4月10日発行 定価 50円

編集発行人 石田 幸一

発行所 財団法人 日本産業デザイン振興会  
東京都千代田区丸の内3-2-2  
東京商工会議所ビル

〒100 電話(211)4411 (内線590-1)



### 売れる商品デザイン

東京芝浦電気株式会社 意匠部長

田川完吾

商品デザインについての批判は、直接それを担当する者の耳にはなかなかはいってこないものだけに、デザイナーは自ら積極的に消費者の嗜好調査をし、将来の発想のための手がかりをつかむ努力が必要である。

多数の消費者に受入れられる商品デザインはどうしたら生まれるか、この問題はおよそデザインを担当する者にとっては日夜当面している課題であるが、なかなかすっきりした答案が出て来ないのが実状である。

ところが一般のデザインに対する理解、観察、批判は全くその立場立場で違っていて誠にたわいないものである。そこには推理とか分析する見方はなく、大体において直感的なものである。そしてその直感は固定されることなく常に流動的なものであるだけに把握することは非常に至難である。

Gマークに選定された商品は必ずしも他の類似商品に比べ売れるかというところではない。これはGマークの審査員と一般消費者との商品に対する価値観の相違であろう。勿論商品の売れゆきは、機能の良さが前提であるが、販売政策によって左右される。即ち発売のタイミング、広告効果、機能に応じた価格、販売担当者の努力、他社製品との競合等種々のファクターが考えられるが、デザインの良否も大きな要素の一つである筈である。しかしデザインがそれぞれの要素のなかに示す比率がどの程度のものであったかは測定することは極めて困難なことである。

そこでデザイン担当者は消費者の嗜好調査を充分に実施し、Gマーク制度の趣旨にアプローチをしながら、忍耐強く一步一步前進する事が要請されるのである。

かつて人間の情操や、感情は、自然と自然物によって育成されて来た時代が続いた。しかし今や、自然物はわれわれの環境から遠ざかり、好むと好まざるとにかかわらず、人間は人間自身がデザインした環境の中に生活せざるを得なくなった。いわばデザイナーは神の創造にも似た仕事をしているのである。

それだけにデザイナーの使命は一層重要度を加えたのであるが、売れるデザインを目指す余り、肝心の消費者の便益を忘れ、機能よりも見てくれ、店頭効果、ハッキリと言ったデザインが施される傾向にあるとすれば、これこそ主客転倒といわざるを得ないのである。

商品は益々多様化が要請される。一方メーカーとしては、出来得れば機種を整理し、標準化することを願っているのである。この中間の立場に立って両者の調整融和を計ることこそ70年代初期にかかるべきデザイナーの仕事ではなからうか。

# デンマーク・イギリス・イタリアの家具について

皆川正デザイン事務所 所長

皆 川 正

本稿は日本貿易振興会の特殊市場調査事業の一つとして、昨年9月日本産業デザイン振興会が、皆川正氏に依頼したものの一部であって、デンマーク、イギリス、イタリア（前編）に続き、最後にイタリア（後編）を掲載させていただきます。

## イタリアの家具（後編）

### 2. イタリアの近代家具を支えるもの

イタリアのデザイナー達（数はごく限られているが）はほとんど皆、新しい画期的なデザインでなければ自分の仕事ではないと思っている。イタリアのデザイナー達の意識は、ある基本線においては共通らしい。すなわち「デザイナー」というものは、アーティストとして常に一般の人達よりも先へいかなければならぬ」ということである。デザイナーとアーティストの差はただ単に工業的製品を手がけるかどうかの差ぐらいにしか感じておらず、アーティストとして良い仕事をするを常に求めており、デザイナーとしての社会的役割などはあまり意識していないようである。先に述べたようにイタリアではもともとアーティストとデザイナーの区別などないし、日本のように建築とかI・Dとかインテリアなどとはっきり分かれていない。日本の場合、これ等の区別が細かく分かれて専門化しているが、これは明らかに経済的理由から分化したもので、デザインの性格の違いというより効率的なもので区分されている。すなわち企業が経済効率を上げるために分化を要求し、これに答えてアーティストとデザイナーが

分かれ、又その中で細かく細分化していったのであろう。それ故日本のデザイナーは、まず第一に経済的効果を追求するし、それに飽きたらなくなった人達は、経済的効果のみ押しつけてくる現代日本の社会のメカニズムを少しでも変えられるような社会的提案等に、より努力を傾けてゆく、これは先に述べたような方法で区分された結果の表われだと思うが、とにかくイタリアではアーティストとデザイナーが明確に分かれていないというのは、経済的効率の良い仕事をしなくても良いというもう一つの理由にもなっていると思う。

次に経済的なものでなく、デザインを評価し支えているものが何であるかを追求してみよう。イタリアには過去ローマ時代から貴族的文化が栄えており、ローマをはじめルネサンス発祥の地フロレンス、ミラノ等文化の香り高い都市が数多い。そして歴史的にみても数多くの貴族がアーティストのパトロンとして高い水準の遺産を残してきた。この傾向がやはり風土的条件としてイタリアに残っており、現在でも経済的余裕を芸術的活動に使うことがかなり一般的で、ミラノの墓地でもその思想が良く解かる。歴史に支えられているせいか経済的余裕のある人達も成金的趣味でなく、貴族的に洗練された趣味で、アーティスト達をバックアップしているようであるし、そのよう

な活動を行なうことに誇りをもっているようである。イタリアの社会全体（ただし現在では北部イタリアが中心）がこのような傾向をバックアップしている。従ってアーティスト達と社会との継がり方も過去の形態とあまり変わらず、作品の新らしさに比較してかなり伝統的保守的なサロン風の継がり方が多いようである。このように述べるとイタリアは貴族的なものだけに支配されている国のように思われがちだが、あながちそうとばかりは言えない。かつてのローマ時代七つの丘に君臨したものは絶対王制でなく貴族と平民との微妙な協力体制であった。このような個々の独自性を守る伝統が現代まで風土的条件として残っているかどうかは別問題としても、日本などよりはるかに思想的にバラエティーに豊んだ存在が許されている国のようである。経済的活動のシステムは日本・アメリカに比べて保守的であるが（他のヨーロッパ諸国に比べて特に保守的であるとは思わないが）社会的な活動等については日本などよりはるかに進歩的な歴史がある。第二次大戦中のムッソリーニのファシズムにしても社会主義的なものから出現したものであるし、王制を廃止した国民投票や共産主義的なものに対する理解などもその表われであると思う。政治的には昔の王制を支持する右よりの王党からキリスト教民主党、さらに共産党までのバラエティーに豊んだ完全なる小党分立で右に寄ったり左に寄ったりしている。政党をはじめとしその他の政治的・思想的活動でも国民一人一人の個性が強く表面に押し出され、又その中で種々意見なりを表明したり、種々な生き方をすることがかなり自由に許されているようである。しかしイタリアは少なくとも大国であるので、デンマークで見られるような直接民主主義的に個人が強く表面に出てくるのとは若干異なり、専ら関

心のある人間とか才能のある人間が一般の人達の指導的存在となっているのが現状である。このような状態にもかかわらず経済活動は保守的なシステムのままで、しかも成長率が西ドイツに次いでヨーロッパ第二位であるということで、イタリアの活動のエネルギーがどのような所に秘められているかを推定することは大変むずかしい問題であると言えよう。なにはともあれこのように混沌としているからこそ強烈な個性のアーティストの存在が許され、又高い評価もされているのではないかと思う。家具業界、そしてそれに携わるデザイナー達は徒弟制度に近いものを残しながらも未来の生活空間への挑戦（あくまで感覚的なものが中心だが）などという世界中でも一番新しい試みを矛盾なく行なっている所にイタリアの不思議がある。なおイタリアの経済成長を支えているものは、フランスにも見られるラテン民族特有のあの合理性を徹底的に追求する姿勢にあると思う。工業製品で例を挙げるなら「フィアット」の一連の小型自動車にみられるもの（フランスのシトロエン2CVなどのように本当に徹底してないかも知れないが）とか、合理性を追求して徹底したコストダウンをはかった冷蔵庫、洗濯機などであるが、これ等は「カスタムカー」とか近代家具とは全く正反対な性格のものである。ここにも前記の自由な生き方の一端がうかがえて面白い。このような中で、オリベッティという会社は上記の二つのもの、すなわち合理的なものと実験的な新しいものとを結びつけた特異な会社として注目される。業種の事務機関係ということで有利なのかも知れないが、とにかく今の所この融合がうまく行っているようなので、今後どのようなふうに変化させてゆくかが興味のある所である。

## 2. 日本とイタリアの環境の違い

イタリアの現状は前記のようなことであるが、これと日本の現状とを比較して問題を浮き彫りにしてゆきたい。まず日本において一般の人が個性的な生き方をしようとするなら相当な決心が必要である。政治的に左なら、社会的にも経済的にも明確に左にならなければ疎外される場合が多い。「左側に寄った意見をもっていながら現政府に協力するのは批判される」といったことや、政府の方もいくら有能でも左に寄った人間の協力を求めない。であるから政治的に左寄りであると生活まで左寄りでなくてはならないし、中途半端なノンボリ的な生活が許されているようであっても、何らかのグループに属さなければ変質者扱いされ、社会の中での活躍の場を与えられるのが困難である。又そのような区分けを明確にするのが好きな国民でもあると思う。（おかしなことに明確な区分けをしながら、物事の正誤をはっきりさせるような明確さを体質的に持ち合わせていないのだが）アーティスト達も同様に自由な個性が尊重されているようで、その実何らかの派閥の中で同じような意見をもった人達と同じような生活態度や創造活動をしなければ、半ば狂人扱いされる場合もある。これと関係するのであるが、日本全体が経済成長優先の方向を向いている現実の中で経済的効率以外の評価—経済活動以外の動機から出た行為に対する評価—は非常に低い。美的なものにおいても経済的に効果があれば導入するが、そうでないもの、又は近い将来においても採算の取れないものに対しては、全然顧みられない。極論すれば経済活動から出た余裕は経済活動へ再投資という形でしか考えられていないし、イタリア的な芸術的投資は極めて少ないと言って良い。我が

国においてイタリアの実験的近代家具をみる場合でも、これ等のファッションとしての要素を如何に商品の中に取り入れてゆくかという観点からの見方が大前提になり、別の評価からの意義はどこかに忘れ去られることが多い。そしてファッションとして価値が有ると見れば、それを如何に商品の中に生かすかに最大の努力を払う。このような見方をすれば、日本において価値観が変らない限りイタリア式の近代デザインは生まれてこないし、経済的理由でも成立しないと思う。もし生まれてくるとしたら、現在プロとして活躍している人達ではなく、純粋なアマチュアからであろう、現在のプロのデザイナーから生まれてこない一番大きな理由は、経済の指導権力をにぎっている人達の趣味の悪さであると思う。例外はあっても、新興成金のそれであって芸術的な評価の出来る人がごく少ない。又ある程度評価が出来てもこれらの活動をバックアップしている人もあまりない。（日本において芸術的美的なものの評価の権威の力を借りなければならないのはこのためである）評価が出来なければ専門家にまかせれば良いのだが、経済的活動の指導権をにぎっている人達は、芸術的なものさえ経済的評価を導入しようと試みる。このような中で生産とか経済活動の直接関係のないものでは、専門家の意見を尊重してそのまま生まれる場合がある。建築などで比較的世界的に高い評価のものが出るのは、以上の理由からであるが、I・Dとかグラフィックにおいては真にユニークなものが出現する可能性が極めて少ない。このような状態の中ではデザイナーの目標が芸術的、美的なものから経済的に価値のあるものに向ってしまうのは当然で、それに飼きたらなくなったデザイナーが、社会的に意義ある提案を行なおうとするのも又無理のないことだと思う。

かかる日本の行き方とイタリアの行き方をただ単に比較し、いずれの良否を云々しても意味がないと考えられる。価値観の違いであるからそれを比較すべきであり、イタリア式の価値観にも又欠点が多くみられる。とにかく日本の家具メーカーも、国内の需要を背景に国内で競争し、新技術とか日本特有のデザイン（伝統的という意味でなく現在の日本の現状に受け入れられるデザイン）などを創り出し、徹底したコストダウンなどを計っ

て伸びて行くと思うし、これらを背景に輸出すればかなり良い線までゆけると思う。しかし現在の日本の風土の中で伸びれば伸びる程、デンマークとかイタリアとかと違った性質のものになって行くことは明白であるが、家具メーカーが70年代の企業として成立するためには、過去日本が自動車や電機製品で行ってきたと同様、単なる経済的効果を最大にする方法のみで十分であるかどうかは疑がわしい。

## C O I D 雑 感

日本貿易振興会 ジャパンデザインハウス・デザイン課長

来 栖 義 郎

昭和45年3月16日、曇り、しかしロンドンにしては好天気属するとのことである。

シャーロック・ホームズでも住んでいそうな住宅街のまん中にあるセネター・ホテルを出て、Oxfordst. の中心にあるセンター (JETRO JAPAN TRADE CENTER) に向う。

センターのまわいは、マーブル・アーチ地下鉄駅、ホテルからは一駅の区間であるが、地下鉄を利用すると、とんでもない目に会う。

英国人というのは、なんでこんなに深い地下鉄を掘ったのかと、恨みたくなるほど長い階段である。

50mはあると思われるエスカレーターで昇りつめて……あるいは降りて……、まだホームは先の先という始末である。

こんなに長く、そして急なエスカレーターの途中で、びっくりかえったらどうということになるだろうかなどと考えさせる位、急傾斜でしかも速度が早い。

地下鉄の車輛自体は、まあまあキレイな方で、ニューヨークのシートの破れた貨物車のような車輛にくらべれば、天地の相違がある。

地下鉄といえば、パリの幹線は、ゴムタイヤの車輛が走っていたが、何とんでも日本が一番キレイである。

フランクフルト市の地下鉄は、車輛は近代的で乗心地もよいが、それ以上に感心させられたことは、切符も自動販売、切符のスタンプも各自が自分で押すシステムで、刻時後1時間以内は乗換えも、目的地から出発地に帰ることも全く自由という、全く乗客の良心に頼りきった合理的運営である。

たまに無賃乗車が見つかり、20マルク（2千円）の罰金をとられるとのもので、罰金を払っても毎朝毎晩、タダで乗った方が儲かるなど考えるのは日本的思考かもしれない。

2、3日子供の切符で乗っていたことに気づいて、フランクフルトを去る前日、切符を買おうと

していたドイツの子供に余った子供用の切符を4～5枚進呈したのが、せめてもの罪ほろぼしであった。

ロンドンに話を戻そう。

地下鉄の昇り降りにこりて、近距離はバスかタクシーを利用することになる。

バスはまだしも、タクシーの利用は通貨の計算がややこしくて全く閉口する。

というのは近く実施される10進法に備えて発行された硬貨と、12進法の硬貨とが混在するからである。7角形の50dと刻印してある大きな硬貨が1/2ポンド、10シリングということである。7シリングのタクシー料金に7角の50dをチップにやったら、運ちゃんが驚いて運転席からとび出して、VIPでもおろすような扱いをうけ、誤りに気がつき歯ざしりをする思いであった。

トレード・センターのI氏と、ヘイ・マーケットのCOIDに向う。周囲は、少々雑然とした街並で、こんなところにデザイン・センターがといった感じである。

面会の予約をとったMiss Patriciaの現われるまで、許可を得てセンター内の写真を撮る。

あまり商品そのものは撮ってくれるなどのことであるが、そんなわけにはいかない。

手当たり次第というシャッター音に、ガードが顔をしかめている。

10:30、約束の時間、ひざつき合せるような小さい応接間に、ミニのパトリシア嬢と、I氏と私の3人が入る。

海外宣伝部(over seas promotion)に属するパトリシアさんは、しきりにCOIDの宣伝をされる。

選定された商品が、英国の消費者一般にどう受入れられているかは、結局選定委員の見識を信頼

するかどうかにかかっているという、至極当然の返事である。

当方の聞きたい経理面の問題については、彼女は担当外ということで、発表されたダイレクトリーによる他はない。

出品料は、3週間が最短の単位で、1日いくらかというきめ方とのことである。

カップと受皿位の大きさとで1日1シリング、肘かけいす位の大きさとで1日10シリング、すべて大きさが基準で商品の価格は無関係とのこと、デザインという面からだけ推せん展示するCOIDの方針として当然のことであろう。

注・1シリング 約40円

COIDそのものの報告は、既に多くの人々から発表されているし、その内容を正確に伝えるダイレクトリーを見るにこしたことはないので、パトリシアさんとの会談は1時間できりあげて、再びCOIDの各階を、こんどはカメラぬきで眺めることにする。

商品が多すぎて、展示は少々混乱しているさらいがある。

これはデン・パーマメントも同様で、むしろ一般の専門店、例えばオリベッティとか、ローゼンタールあるいはジョージ・チェンセンといった店の展示の方がはるかにすぐれている。

COIDの場合、三階が特別企画の展示にあてられている模様で、丁度「使い捨ての商品デザイン展」を開催中であった。

英国はもとより、ドイツもフランスも、一般につつましい生活で、物を大切に使うという生活態度が、次第にアメリカ型の使い捨てという方向に変わろうとしている機運にタイミングを合せた企画かもしれない。

パリでも、小売商がアメリカ型のスーパーマー

ケットに圧倒されてストライキをする今日この頃である。

昼は店をしめて、2時間も3時間もかけてゆっくりワインを味わっていたのでは、とてもスーパーのダイナミックな商売に太刀打ちできるわけがない。

山高帽にこうもりという保守的な英国の生活も、やがては「使い捨て」時代を迎えることの予告的展示である。

コペンハーゲンのデザインセンター、あるいは英国のCOIDと、コペンハーゲンのデン・パーマメントや、フランクフルト・メッセで見たベルリンデザイン・センターと比較して、いわゆるグッドデザインを選んで展示するデザイン・センター（前者）と、デザインのすぐれた商品を選んで即売するデザイン・センター（後者）との相違に気づかざるを得ない。

卒直に言えば、前者の行き方は行づまっているような印象である。

朝から晩まで、買物客でにぎわうデン・パーマメントのような活気が、COIDやベラセンター（コペンハーゲン）には感じられない。

よいデザインを選んで、見せるだけという啓蒙宣伝の時代は過ぎてしまったのかもしれない。

もっと生活に入りこんだ活動、よい商品をその場で買うことが出来なければ、ただ見せるだけの展示活動には一般消費者はあきってしまったとも考えられる。

昭和44年3月、英国の工業技術委員会の専門部会（部会長・ロールス・ロイス・プリストルエンチン H. G. Conway 氏）から発表された英国産業デザイン振興会(A national Design Council)設置に関する答申のなかで、「この機構によって Engineering design 活動を促進し、すでにCO

IDによって達成されつつあるID分野での多くの成果を総合するために」と強調し、単なる展示活動では、英国産業界の期待にそわなくなったことを指摘している。

この提案では、国からの財政的な援助は年間25万ポンドを必要とし、その額は現在のCOIDや美術館等への援助額と比較して妥当なものであるといているが、はたして英国政府がどのようにこの提案を具体化するものか、大変興味をひく問題である。

### 賛助会員加入へのお願い

日本産業デザイン振興会は、わが国産業デザインの向上から盗用防止にわたる総合的な産業デザインの推進機関です。

機械文明が限りなき前進を続ける今日、未来に向っての産業デザインの必要性、引いては本振興会の任務の重大さを皆様十分ご理解願ひ、未加入の方の賛助会員加入をぜひお願い申し上げます。

### デザイン・プロセスの構造

製品科学研究所が著者を招へいし「システムティック・デザイン」に関するセミナーを行なった際のテキストです。ご希望の方は、一冊 1,000円（送料85円）ですので現金同封の上、当振興会にお申し込みください。

（著者 英国王立芸術大学工業デザイン研究部長 L・ブルース・アーチャー）

○産業デザインに関する展示会、講習会、研究会、視察団、調査団等に関する記事を一括掲載いたしますので、ご計画を当振興会にご連絡下さい。



## 内外デザイン事業案内

### 海外関係

主催 日本貿易振興会（ジェトロ）  
派遣先 アメリカ，ヨーロッパ  
派遣期間 3カ月間  
応募期限 昭和45年6月6日  
研究品目 軽機械，雑貨，玩具，室内用品，繊維  
問合せ先 日本貿易振興会（ジェトロ）  
ジャパンデザインハウス・デザイン課  
東京都港区赤坂葵町2番地  
TEL (582) 5511（大代表）

### 研究会案内

#### 第2回中小企業デザイン機構月例研究会

主催 中小企業デザイン機構（FD）  
日時 昭和45年5月23日（土）13.00～17.00  
場所 酪農会館 東京都渋谷区代々木1-37  
テーマ デザインプロセスとデザイン料の実例  
問合せ先 中小企業デザイン機構  
東京都世田谷区梅ヶ丘1-34-1 梅ヶ丘セントラルマンション B-6  
TEL 428-8591

#### 昭和45年度輸出雑貨デザイン教室

主催 東京都，（財）日本輸出雑貨センター  
会期 昭和45年4月～昭和46年2月 毎週月，水曜日の2回  
場所 （財）日本輸出雑貨センター4階

申込先 （財）日本輸出雑貨センター 振興部デザイン課内 東京都台東区蔵前3-4-9  
TEL (866) 7161

### § 編集後記 §

○万博を背景として去る5月13日大阪にて第24回工業技術連絡会議工芸連合部会が全国から200名に及ぶ参加者をえて盛大裡に行なわれた。

そのパネルディスカッションにおいては伝統工芸と新しい産業デザイン観の対立がパネリストと質問者の間に取交され，多大な注目を浴びました。

俳句や絵画の間のみならず一般的に新と旧との対立はいつの時代にもあるわけですが，今日ほど両者の渦巻の大きいことはないように見受けられます。ただ「こわしてみなければ分らない」といった議論はありませんでした。

○万博を機会に諸外国からデザイン関係者の来日のあることは前号にもふれましたが，当方もジェトロその他のご協力を得て及ばずながら，質問にお答えしているところです。

なかには「政府が産業デザイン面で各企業ごとに特別な恩恵を施しているのではないか，或いは日本の企業者，経営者は産業デザインに特段の理解があるのではないか」という質問がありました。

○5月下旬の機械部門のGマーク商品選定が終って，第一次審査が全部終了しました。目下計数の整理中ですが，出品点数は昨年を若干上廻る程度です。不合格理由については各センターを通じて希望者には御返事できるように考慮中のようです。

JIDPOニュース

Vol.1 No. 4

昭和45年5月10日発行

定価 50円

編集発行人 石田 幸一

発行所 財団法人 日本産業デザイン振興会

東京都千代田区丸の内3-2-2

東京商工会議所ビル

〒100 電話(211)4411（内線590-1）



## デザイン振興に想う

松下電器産業株式会社 意匠部長

真野 善 一

デザイン振興は、その対象の分野を明確にすることが先決である。第一は対消費者（使用者）の振興で、基本的なデザイン理念を消費者自身に身につけさせ、その選択により正しいデザインが受け入れられ、正しくないデザインは自然に淘汰され駆逐されることにより国のデザイン水準が向上する。第二は対企業の振興だが、企業は経済的に有利な効果を直接的にもたらす方法を優先して採用するために、端的に言えば儲かるデザインが良いデザインであるという概念が非常に強く、この概念が正しいものとするためには、第一の消費者のデザイン観が正しく実ったときにはじめて矛盾が解消するという宿命を蔵している。第三には対デザイン指導関係者（あるいは行政関係者）の方法である。現在各種の機関がデザイン振興の仕事を進めているが、それぞれデザインの考え方の基盤を異にしているため、あるいは輸出をテーマにした盗用問題のみを対象とした業務とか、あるいは伝統の工芸技術をひろいあげる業務とか、端末的には意義のある仕事であろうが総合的には根本理念が確立されていなかったり、重複による無駄があったりする。これらの諸企画を統合整理することもデザイン振興に大いに役立つであろう。またこれらの業務にたづさわる人達にデザインの根本理念を知ってもらうことが、各種の企画が同一の強固な地盤の上に立つ必須の要件である。産業デザイン振興会は通産省との関係が強く、したがって輸出とか、直接経済につながった領域でのデザイン振興活動が予想されるが、先にこの欄で豊口克平氏、小池岩太郎氏も強く発言されていたように、日本の表面上の経済的寄与に役立つデザインは一応その役割を果たしてきたが、世界のデザイン界の趨勢は人間と機械（道具）との関係を人間疎外の傾向と同時により人間的に引きもどそうとする傾向が強く浮き上がってきている。このようなデザインの根本的な問題解決の動きに密着して、わが国のデザイン界とそれをささえる消費者全般の眼を開かせる振興運動を中心とし、それぞれの末端的諸施策を交通整理し、整然とした歩みを世界に示したいものである。私がいつも思うことは、日本の政治にデザインという言葉が出てこないことと、企業家のデザイン観が、売るためのデザイン以上に出ないことであって、デザインのわかる人は、日本の政治や企業を大きく動かすだけの力をもっていないことが残念であること。こういう人達の総意と、国の政治経済を動かす人達との間に正しいデザインのかけ橋をつくる機関を振興会が形成してもらえたらと思う。

# 昭和44年度収支概要と事業報告

本振興会では去る5月27日東京商工会議所ビルで第2回評議会と第3回理事会を開催し、創立第1年度である昭和44年度の事業報告ならびに収支決算を報告し承認をえた。

本年度は、創設当初のことであり設立に伴なう手続関係事務ならびに基本財産として寄付金募集(3千万円)と運営資金としての賛助会費の募集(2千万円)に努力した。基本財産についてはその目標額を達成したが賛助会費は関係各位のご熱心なご支援とご協力にもかかわらず目標額の64%に止まった。収支決算額は収入4,650万、支出4,300万円で差引残高約350万円は次年度へ繰越された。この繰越残額は日本商工会議所から人件費備品設備等の支援をうけた結果によるもので、本年秋本振興会が芝浜松町世界貿易センタービルに移転するのに伴い当然必要とされる設備等に充当されるものである。なお事業的には初年度の関係もあって関係団体の受託事業ないし補助事業などの実施に協力という形をとり、収入に見合った諸事業の実施に限定した。下記に昭和44年度において実施した事業の概要をのべる。

## (1) Gマーク商品選定業務

昭和44年度Gマーク商品選定に関し設備、会場選定、搬入、審査保全、搬出等について諸連絡および経理事務などを担当した。選定は機器、家具、雑貨、陶磁器、繊維(カーテン)の5商品部門について実施された。

またGマーク選定商品写真集(英文3千部)を日本商工会議所と協力して刊行、国外に発送しPRを行った。

## (2) 日本輸出デザイン展事務局の引受け

従来日本商工会議所内に設置されていた日本輸出デザイン展の事務局を昨年6月引き継ぎ本振興会内に事務局を設置した。本年度は昭和44年度Gマーク選定商品の発表をかね“世界に誇るGマーク展”を東京(日本橋高島屋)大阪(天満橋松坂屋)名古屋(愛知県産業貿易館)において9・10月にかけて、それぞれ一週間の会期をもって開催した。出品会社108社、出品点数約440点、入場者数は10万4千名である。

## (3) デザイン指導員資料調査と名簿の発刊

フリー・デザイナーの紹介もしくはあっせんのためにデザイナーカードを作成し、本振興会内に常置するとともにデザイナー名簿を発行するため日本貿易振興会の資金協力をえて調査を実施した。今回の調査対象職種は、インダストリアル・デザイン、インテリア・デザイン、クラフト・デザイン、パッケージ・デザインの4業種を中心に本振興会がデザイン関係団体ならびにデザイナーのご協力をいただいて編集したものである。なお本名簿は昭和45年度においてさらに増補修正を加える予定である。

## (4) 機械関係デザインの実態調査

本調査は機械関係企業におけるデザイン担当部門の組織と実態及びデザイン事務所におけるデザイナーの実態を把握することを目的としたものである。本調査は自転車等機械工業振興会補助金をもって日本機械デザインセンターが実施したものに本振興会が協力したものである。調査業種は、産業用、輸送用、精密、電気の機械器具製造業で調査企業と調査デザイン事務所は672。回収率は47.5%である。

## (5) 海外デザイン動向調査

日本貿易振興会が本年度実施した特殊市場調査のため西欧諸国（イギリス、イタリア、デンマーク）のデザイン動向につき調査を依頼するとともに昭和44年10月英国（ロンドン）にて開催された国際デザイン協議会（ICSID）第6回総会に出席していただき、本振興会の正式加盟につき承認方を文書をもって要望した。なお正式加盟は1,971年（昭和46年）スペインにおける第7回総会において承認される予定である。1,973年（昭和48年）には第8回総会が日本で開催される予定である。

## (6) 全国デザイン関係機関調査

全国の産業デザイン団体の活動状況を把握する

ため各通産局、および都道府県に調査を依頼した結果6通産局36都道府県から回答がよせられた。完了次第印刷（昭和45年度）のうえデザイン関係機関に広く配布して相互のコミュニケーションと事業の円滑化に役立てる。

## (7) 産業デザインセミナーの開催

来日中のL・ブルース・アーチャー博士（英国王立芸術大学工業デザイン部長）とリチャード・B・ランドン氏（同大学工業デザイン研究員）による産業デザインセミナーを3月13日（金）午後1時30分から4時30分までブリチストンビルにて開催した。なお当日使用の資料（デザインプロセスの構造）を印刷頒布した（受講者150名）

# 皆に愛される商品の創造

通商産業省工業品検査所雑貨部長

福 地 俊 典

インダストリアル・デザインという言葉がつかわれてから久しい。はたして、一般にこの言葉が正しく理解され、つかわれているであろうか。デザインといえば、誰でも美しい形がイメージとして頭にうかぶにちがいない。美しい形は、たしかに生活にうるおいをあたえてくれる。よいデザインが美しい形の創造ということと同じように考えられるのは、デザイナーという芸術家たちの一般にあたえるイメージが、美を求めるという点だけ強く印象づけられているためかも知れない。だが生活の中にとけこみ、皆に親まれるデザインとなると、形の美しさのほかに、使いやすいこと、すぐこわれたり、部品がとれたりしないしっかりしたものであることが必要である。さらに、皆に親まれるためには、大量生産によって適正な価格で

手に入りやすいものでなければならない。つまり、インダストリアル・デザインは総合的な機能、性能がすぐれている商品の、美しい造形ということができるであろう。

インダストリアル・デザインには、品質が大きい要素をしめている。美しい造形であっても、品質のわるいものはすぐれたインダストリアル・デザインとはいえない。美しい造形の中に、いかにしてすぐれた品質を持ちこむかは、デザイナーだけの仕事であろうか。すべてのデザイナーに十分な技術的知識をもとめることはむづかしい。また、すべての設計技術者にすぐれたデザインをもとめることもむづかしい。とすれば、デザイナーと技術者の協力こそが、すぐれた品質と美しい造形をもった商品を生み出す鍵ということができよ

う。市場に数多く見かけられるようになったすぐれた商品には、この協力の成果をしのばせるものが多い。一方、協力がうまくとられていない商品が如何に多いかは、商品の売場を一巡しただけで十分である。消費者をわすれた不親切な設計、造形としてはあまりにもアンバランスな設計、部品の品質のアンバランス、目的や意図のはっきりしない設計など、数えあげればきりが無い。

皆に愛される商品は、いかにしてデザインされつくらなければならないか、品質を中心にその主な要点をひろって見よう。

### 商品のねらいを確立すること

商品は使用目的に応じてつくられる。使用目的を十分にはたすようにつくれば、コストが高くなる。長期間つかえるように材料を吟味すれば、コストはさらに高まる。あまり高い値段では、市場性がうすれてくる。皆に買いやすい手頃な品質と価格ということになると、どうしても使用目的の一部をぎせいにしなければならない。メーカーが商品の市場性を考え、商品にどの程度の価格をつけられれば売れゆきが高まるかは、メーカーのポリシーである。といて、あまり安い価格をポリシーとすれば、材質をおとすか、工程の一部省略を考えざるをえない。これはメーカーの信用にかかわる問題である。したがって、品質と価格をどの点で調和させ、皆に買いやすい商品とするかは、メーカーのポリシーばかりでなく、商品のねらいともなる。このねらいをはっきりさせることが大切である。

眼先をかえれば市場性が高まるとか、形をかえただけでよく売れると考えるのは、間違いである。たとえば、テフロンとかスミフロンという弗素樹脂をフライパンや中華なべにつかっている商

品がある。弗素樹脂はすべりのよいプラスチック材料として開発されたものである。これをフライパンに焼つけたものは、たしかに油をつかわないで目玉焼きをつくることができる。すべりがよいために玉子が焼きつかないからである。だが、この着想はアメリカで肥らないための美容食をつくるために考えられたことであり、味をあまり問題にしていない。目玉焼きは油やバターで焼いた方が味がよい。また中華なべに弗素樹脂加工をするなどは、中華なべが強火で肉や野菜を油いたためのものであることを考えれば、あまり意味がない。これは、商品のねらいをよく検討しないで、ただ思いつきで商品をつくった例といえるのできよう。商品に欲ばった使用目的を求めてはいけない。使用目的のどの点を商品のねらいとするかによって、そのねらいにバランスした材質、部品、デザインを考えなければならない。商品のねらいを確立すること、これが商品をつくるまず第一段階である。

### 設計に当って

商品・中でも日用品などはつかいやすいことが第一である。つかう人の立場にたった親切さが、商品の形と機能に表現されなければならない。また、その形と機能は、製造工程をできるだけ短縮し、加工しやすいように考えられなければならない。商品を構成する部品も、商品のねらいに合せて選ばれるべきである。部品の一部の品質がわるいために商品がつかいものにならなくなるのでは、部品の選びかたがわるかったということになる。理想とするのは、それぞれの部品が、ある一定期間つかったときに同じようにわるくなることである。つまり、これが商品のねらいとする寿命ということになる。

部品の選びかたの中で、とくに注意してほしいのはプラスチック材料の正しいつかい方である。プラスチック材料は、成形しやすいし、美しい色をだすこともやさしい。それに、価格も割安なので、部品としてつかわれることが非常に多い。美しい色が自由につかえるというので、ユリア樹脂やフェノール樹脂がよくつかわれる。これらの樹脂は、成形温度が適当でないと、フォルマリンが分離してくる。また軟質のものでは、可ぞ剤の中の鉛や、色素の中のカドミウムがとけてでてくることがある。食べものに直接ふれるところにつかうときは、とくに注意する必要がある。また、プラスチック材料は熱によわい。熱のつよくつたわる部分につかうと、ストレス、クラッキングという割れを生じるおそれがあり、火が直接あたると焼けてボロボロになる。市場で見かける商品の中には、この注意を全く無視したものが少なくない。

さらに、設計上問題となるのは、発熱するものを内蔵した機器である。家庭用の電気製品は、美しい形とか、家具との調和などにとらわれ、熱のこもらない構造を十分に考えているであろうか。熱がこもらないためには、空気の流れをよくするようにすればよい。とって、ほこりやごみの入りやすい構造だと、ほこりやごみがたまって電気的ショートをおこし、火をふくことがある。

こういう問題は、とりあげればきりが無い。要は、設計するにあたって、部品のバランス、使用する材料の性質、安全性など、科学的技術的知識を十分にわきまえた上での美しい造形をする。これがすぐれたデザインということができるであろう。

## 使う人の身になって

商品をつくるに当って大切なことは、つかう人

の身になってつくることである。金属製品や金属の部品は、打ち抜きやプレス加工が主である。金属を打ち抜くときには、よくバリがでる。バリは刃物のような鋭さをもって危険である。プラスチック成形品も型の合せ部分にバリがでる。加工後に、バリがでていないかどうか、よく確かめることが、つかう人の身になってということである。金属やプラスチックの部品は、下請けをつかう場合が多い。商品の中の部品にバリがあっても、それは下請けの責任だという。商品のメーカーは、商品全体に責任をもつべきで、責任を下請けですりかえるのは、つかう人の身になって商品をつくっていないということになる。

電気製品、ガス器具、石油器具といった安全性を第一に考えなければならない商品においては、いっそう使う人の立場に立つことが必要である。コードを通す穴にコード保護装置がなかったり、通電部分や熱くなる部分に、手がふれることがないように、こまかく気をつかう。

また、商品をきれいにするためにつかう塗料にも、安全性の問題がある。塗料によっては、鉛、カドミウム、砒素といった有毒な成分をもつものが少なくない。食器や調理用の道具につかう塗料は、つかうまえに十分吟味されなければならない。

安全第一、これが商品をつくるときの最も大切な心構えである。

## 皆に愛される商品をつくるために

商品というからには、つかう人がよるこんでつかい、たのしんでつかうものでなければならない。つかい方が間違ったから、つかい方がわるいのだということは必しも当たらない。つかう人にたいして、どれだけ親切にものをつくられ、つかい方が説明されているかが、まず問題である。つか

う人は、商品の品質にたいして十分な知識をもっていない。つかう人によろこばれるためには、品質が十分に保証されていることが必要である。よく設計されたものでも、構成部品に欠かぬがないか、仕上げがよくできているか、商品を市場におくり出すとき、つかう立場でもう一度見なおす。これなら大丈夫というメーカーの自信を商品の上にあらわすことが、品質の保証である。と同時に、メーカーがねらった商品のねらいが、つかう人によく理解させることも必要である。繊維製品によく見かけられる洗濯やアイロンのかけ方の表示などは、よい例である。そのほか、商品に品質を表示してその商品の性能やつかい方を説明する方法や、わかりやすい説明書によって、つかう人に商品のねらいをしめす。かりそめにも、誇大な説明や宣伝があってはならない。市場にはらんする誇大な広告は、その商品のねらいをつかう人に誤認させる。これは罪悪である。すぐれた商品は、ただ売らんかなの商魂だけでは生れない。商品の性能とつかい方を、地道に教えることによって、はじめて商品がつかう人に愛されるということになるであろう。

商品がつかう人に愛されるためには、またアフター・ケアが必要である。つかい方によって

は、部品がとれたりこわれたりすることがないとはいえない。買った店に相談しても部品がないという。売らんかなの商魂は眼先きをかえるために、モデル・チェンジをする。すると古い商品の部品は手に入りにくくなる。これは、つかう人に親切といえるであろうか。商品が愛されるためには、一定期間よろこんでつかってもらふことである。そのためには、部品がすぐ手に入り、故障してもすぐなおしてもらえるアフター・ケアが十分にゆきとどいていることが必要である。

皆に愛される商品には、設計、製作、販売と、すべてつかう人の立場に立った親切さが、にじみでてこなければならない。ただ、性能がすぐれているというだけでは愛される商品といえるであろうか。すばらしい造形というだけで愛される商品といえるであろうか。皆に愛されるためには、生活にうるおいをあたえる美しい造形と、安心してつかえる性能と機能とをもっていなければならない。皆に愛される商品をつくる。これは、技術者とデザイナーの気の合った協力によってはじめてなしとげられることである。そのためには、技術者とデザイナーの協力しやすい組織づくりが、さし当り非常に大切であるということができよう。

## ☆ 講習会と作品募集 ☆

- 日本流行色協会（東京都千代田区四番町4 日本染色会館内（262）7221）では色彩講座基礎コースの参加者を募集しております。各会場とも定員40名ですので定員になり次第締切ります。会場は京都（7月21日～25日）、名古屋（7月23日～28日）、大阪（7月25日～30日）となっております。
- 日本繊維意匠センター（大阪市東区備後町3—8

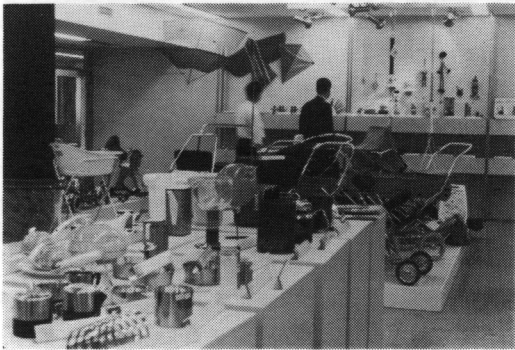
電06（203）0821）では、衣料および服飾品関係の繊維デザイン、デザインコンクールの作品を募集しております（締切7月17日）

- 日本デザイナー・クラフトマン協会主催の'70日本ニュークラフト展の作品を募集しております。東京銀座松坂屋本店6階ニュークラフトセッションに8月8日までに申し込んでください。

# ヨーロッパ・グッド・デザイン展(東京)好評裡に終る

～ニューヨーク、グッド、デザイン展準備中～

ご承知の通りジェトロでは毎年西欧と米国における優秀なデザイン商品を収集して、全国各地で巡回展を催している。本年5月28日から6月4日まで一週間ジェトロのデザイン・ハウスで開催され、極めて好評裡に終了した。



収集品は318点、欧州の14ヶ国に及んでいる。

	ドイツ	イギリス	デンマーク	イタリア	フランス	その他
ギフト用品	37	2	4	3	6	7
卓上用品	60	3	30	4	—	5
事務用品	18	—	—	2	—	—
家具	5	—	2	12	4	3
育児用品	68	16	—	2	—	1
家具金属	—	29	—	4	—	—
計	188	50	36	27	10	16

この海外収集品はデザインの新鮮なこと、新しい材料を大膽に使用していること、旧套を脱した形状、色彩、模様によって極めて訴及力があり、商品としての表情が豊かであることなど入場者に多大の感銘を与えたようで一週間の会期では不充分であった。

ジェトロではその支部を通じて別表の通り全国各地で巡回展示する予定となっている。

引続いてジェトロにはニューヨークにて集収したグッド・デザインの収集品が前回と同じ企画で目下入荷中であって、六月下旬には入荷が全部終了する予定であるがこの収集品は都合上東京での総合展示会は今のところ不可能のようである。

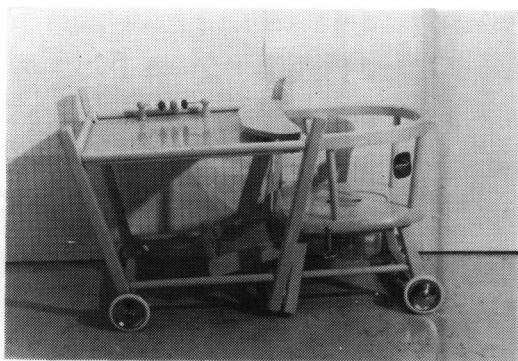
日本産業デザイン振興会では、ジェトロの賛同を得て、目下これらの写真集を編集集中であるが同ヨーロッパ収集品318点のうちからめぼしいもの約70点(一部カラー)を選び、分析、解説を服部茂夫(元製品科学研究所、製品性能部長) 関口正己(製品科学研究所主任研究官) 小関利紀也(同主任研究官)の三氏にお願いすると共に、全収集品の写真目録も掲載して七月下旬発刊の予定となっている。

なお、ニューヨークの収集品も8月下旬頃に発刊する予定となっているので、各位のご引立ご期待をお願いします。





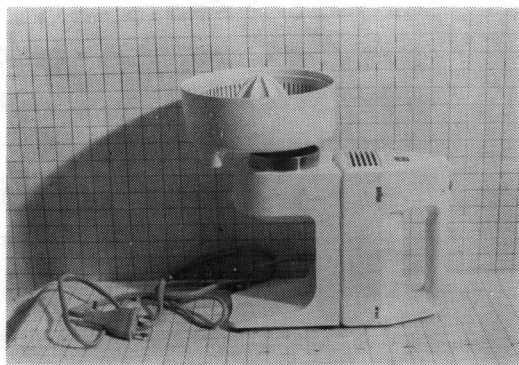
カレンダー イタリア



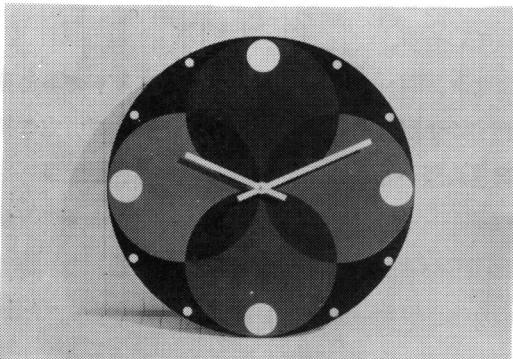
高椅子(子供用) ドイツ



キャビネット フランス



ミキサー ドイツ



時計 ドイツ

ヨーロッパ, ニューヨーク,  
香港収集品の各地展示会日程

- 6月25日～29日(静岡市) ヨーロッパ収集品(全製品)
- 7月16日～18日(広島市) ヨーロッパ収集品  
(家具, 金具)
- 7月28日～29日(高松市) ニューヨーク収集品(手袋)
- 7月25日～31日(三条市) ヨーロッパおよびニューヨ  
ーク収集品(全製品)
- 8月3日～8日(清水市) ニューヨーク収集品(合板)  
香港収集品(木製品)
- 8月15日～30日(燕市) ニューヨークおよびヨーロッ  
パ収集品(卓上用)
- 9月17日～26日(東京) ヨーロッパ収集品(卓上用品)
- 9月21日～28日(新潟市) ヨーロッパ収集品  
(家具, 金具)
- 10月5日～10日(山形市) ニューヨーク収集品(家具,  
卓上用品, 木製品, 装飾)
- 10月10日～20日(長崎市) ヨーロッパ収集品(ギフト用  
品, 卓上用品)
- 10月19日～23日(浜松市) ヨーロッパ収集品(家具) ニ  
ューヨーク収集品(卓上用品, 家具,  
木製品, 香港収集品(木製品))
- 11月1日～3日(高知市) ヨーロッパ収集品  
(ギフト用品)  
ニューヨーク収集品  
(装飾品)
- 11月中(仙台, 八戸市) 香港収集品(木製品)
- 11月2日～10日(徳島市) ヨーロッパおよびニューヨ  
ーク収集品(家具金具)
- 11月12日～16日(呉市) ヨーロッパ収集品(卓上用品)
- 11月20日～30日(福井市, 金沢市) ヨーロッパおよびニ  
ューヨーク収集品(全製品)
- 12月～46年3月(横浜市, 小田原市, 川崎市)

# —近刊予告— (一部予約開始)

本振興会では、本年度事業の一つとして競輪資金からの一部支援を得、各種産業デザイン関係刊行物の発刊事業を積極的に実施し、各位のご期待に添いたいと存じます。

関係各位のご購売をお願いいたします。

## 1 ジェトロ収集、ヨーロッパのグッド デザイン写真集 (解説付)

内 容 前頁参照

販 布 価 格 1,000円(賛助会員600円各送料込)

発 刊 予 定 7月下旬

予 約 申 込 み 発行部数の関係もあり、代金同封  
のうえ予約お申込みください。

申 込 み 先 東京都千代田区丸の内3-2-2  
東商ビル内 (財)日本産業デザイン振興会  
電03(211) 4411 (内)590~1

## 2 ジェトロ、ニューヨークのグッド デザイン展総合写真集 (解説付)

本写真集は、上記ヨーロッパ編の姉妹編に当るもので、北米・東部・ニューヨークからの新着収集商品は目下通関手続中です。なおジェトロでは、会場等の都合から総合的な全品展示が不可能のようなので、なるべく本写真集によるご購読がご便利かと思われまます。本写真集への掲載点数、解説等の編集内容はヨーロッパ編と同一になる予定です。

頒 布 価 格 未定

発 刊 予 定 8月下旬

## 3 全国産業デザイン団体、試験研究機 関名簿～付験研究期間の調査研究項目

内 容

(1) 官公庁、官公立 試験研究機関、官公 私立

学校、中央団体、地方団体

(2) 試験研究機関、昭和45年度試験研究項目を付録として併載しましたので中小企業者の方には特に便宜と思えます。

発行期日

7月下旬

価 格

500円 (郵送払込) の程度予定

なお昭和44年度版専門デザイナー名簿が一部余分がございますので特にご希望者には御捌けいたします。この一部の来年度版は本年末に発行予定。

## 4 目下計画中的のもの 産業デザイン情報誌

本振興会々員のみを配布対象とするものでいわば目で見える情報シートです。編集内容は日本貿易振興会、製品科学研究所など各機関に到着の海外定期刊行物数千種の雑誌から、特にデザイン開発等に役立つ写真を和文短評つきで収録し、生活機能の点からリビング、食卓、衣料、レジャー、屋外施設、職場環境の6分類として加除式の2穴ルーズリーフ形式で発刊するものです。継続的に常にフレッシュな写真情報が手軽に入手できるので会員の特典がフルに活用できます。

頒 布 価 格 未定 (会員配布)

発 刊 予 定 10月上旬より

## 海外デザイン動向調査レポート

(アメリカ編)

日本貿易振興会を經由して、海外専門調査機関により所得階層別あるいは商品群別（例えば厨房用品、リビングルーム用品など）に実態調査を行なうもので、本年度事業では海外デザイン動向調査レポート第1集として北米ニューヨーク市を調査地域とする予定です。

## 国内デザイン動向調査レポート

上記と同様、国内専門調査機関により国内3都市（検討中）を調査地域として所得階層別に商品群別の消費者需要動向調査を行なうもので、調査機関による直接面接方式が採用され、製品開発、意匠企画、マーケティング等広範囲な利用価値が期待されます。

### § 編集後記 §

○環境々と叫ばれ、書き立てられて目と耳がうるさい、と怒鳴るのではないかと思う昨今です。環境という言葉の半分でも「デザイン振興」という言葉に置き変えてもらいたいものです。

「ゴミを捨てるな」というより、美しいデザインのゴミ箱を作るといことの方にもっと力を入れたらと思います。

○それについても、通商産業省の原田検査デザイ

ン課長には先般渡欧され、時間をさいては西欧の産業デザイン振興行政を精力的に視察して帰られました。西欧の産業デザイン振興行政をぢかに肌身感じとられたその感想を本紙にご掲載願えればと思っております。

○本紙に掲載の通り本振興会はいよいよ出版事業に種々な計画を持っています。出版事業はなかなかむづかしいものであることは万々承知ですが、いたずらな印刷物の積み重ねでなく有意義なものを、喜ばれるものをと念願している次第で各位のご支援を願うこと切なるものがあります。

○本年度Gマーク商品の第一次審査が5月上旬に終り、7月上旬には第2次、総合審査も終る予定となっています。総じて本年の合格率は昨年度の13.6%よりも低くなるのではないかと予定されています。

○引続いて9月に入って新たに浜松町世界貿易センタービルにて、日本輸出デザイン展（東京）の開催となり、名古屋、大阪と引き継がれますが、各位には出品とその宣伝などにつきご協力の程を特にお願ひします。

○Gマーク証紙の発行事務を、本年4月1日付をもって日本商工会議所から引き継ぎました。これを機会に一部発行規則の変更を加えると共に各位のかねてからのご要望に添ってより小型の証紙（万年筆、ライター用等）も発行することにいたしました。各位のご利用をお願いします。

利付債なら  
**リツショー**

期間5年・無記名  
年利回り7.638%

日本の産業を支える金融機関

**商工中金**

● 商工組合中央金庫 ●

本店／東京都中央区八重洲6-5  
(東京駅八重洲南口鍛冶橋傍)  
☎ 東京(03)272-6111(大代表)

資本金 **327億**円  
(うち政府出資184億円余)

**JIDPO**ニュース Vol. 1 No. 5

昭和45年6月10日発行 定価50円

編集発行人 石田 幸一

発行所 財団法人 日本産業デザイン振興会  
東京都千代田区丸の内3-2-2  
東京商工会議所ビル  
〒100 電話(211)4411(内線590-1)

### これからのデザイン



九州芸術工科大学学長

小池 新 二

これまでの工業デザインは、何でも新しい、便利なものを作りさえすればよいというので、あらゆるもののプロダクトデザインに夢中でとり組んできました。その結果、量においても、種類においても夥しいものが生産され、またその販売が促進されて、所謂「豊かな社会」が生まれてきました。

ところが、どこの国でも便利なものの汎濫する豊かな社会が、そのまま幸福な社会へはつながらないことが、だんだんと判ってきました。都会の騒音、雑音を初め、交通戦争、大気汚染など、諸々の公害が日増しに増大するにつれて、工業デザインははたしてこれでよいのだろうか、デザイナー達は一体何をしているのだろうか、根本的に考えざるを得なくなってきました。

近頃、デザインの重点がプロダクトからコントロールへと移ってきたのも、こうした現代の悩みを示すものといえましょう。これからは、ものを作ろうとする前に、先づ、その必要性についてよく考え、ニーズを十分に吟味し、判断し、そこから出発して、システムとして設計しなければならないと思います。

こう考えてきますと、デザインはもはや、デザイナー独りでは到底処理出来ないほど複雑多面的な仕事となり、広い範囲の人達が相寄り相助けてプロジェクトを進めていかなければならないでしょう。その場合、大切なことは関係者が各自の狭い専門にとじこもらず、システムの目的を十分に理解した上で、協力しながら総合を達成するという点であります。

技術的なメディアの発達とともに、益々情報化の進んでいく社会にあって、人間疎外のない情報伝達を行なうには、どうしたらよいか、これは現代の重要なデザイン課題の一つですが、これまでのようにグラフィックデザイン一辺倒では解決出来ないでしょう。

この頃の大都会はどこも大量の廃棄物に悩まされています。錆びもしなければ腐りもしないプラスチック、不要になった家庭電機製品、自動車など、廃棄物の処理方法もまた、大きなデザイン課題となっています。

このようにデザインの目標や性格が変わってくるにつれて、「芸術」というものの観方も変らざるを得ないでしょう。技術の文明に人間性を回復するためには、「芸術」こそ最も必要な力であり、「芸術」とは元来そのようなものであった筈です。

# 欧州のデザインセンターを訪ねて



通商産業省貿易振興局検査デザイン課長

原 田 滋

## I

今回は、商品検査の欧州調査団に同行し、ごく短期間、オランダ、英国、スウェーデンの3カ国を訪問致しました。検査関係の調査日程がギッシリ組まれている中で、隙をみてデザイン関係の団体を訪ね、施設を見学しました。時間的制約のため十分なことは到底望めませんでした。在外公館やジエトロの方々のお骨折りで、寸暇を有効に利用できたことは感謝に堪えません。またデザインセンターについても自分なりに何かと印象が得られて大変参考になったと存じています。

## II

名物のチューリップが丁度咲き散ったばかりのオランダに空から入ると、緑の牧草地、平坦なハイウェイと水路がまずわれわれの視界に入りますが、アムステルダムやヘーグの街路では、マロニエの花が匂い、白樺の窓辺に赤いゼラニウムの鉢植が美しく、整った古い家並みとともに落付いた雰囲気をただよわせておりました。国際的な経済活動で今日なお生きて行こうとするオランダ人の気概は一部に感じられるものの、反面、植民地の富を本国に存分持帰っていた昔日の力はすでに失せたりの感じをどうしようもありませんでした。

デザインセンターは、アムステルダム市の中心街の一角、商工会議所もある大きな市有の建物の中にありました。3階まで突き抜けた高い天井を持った長方形のホールで、広さは300坪もあろうかと思われ羨しい程です。しかし、何と残念なこ

とでしょう、1961年開設されたこのセンターは、いわば「展示に失敗」して、今や取り片づけを終り、装飾展示用の外枠の残骸が淋しく積み残されておりました。私の日程関係でデザイン協会(Council of Design)の事務局長から事情を聞けなくて残念でしたが、局員の話では、このデザインセンターは財政的困難のため、整理、縮小を余儀なくされ、デザインの資料センター(図書館)に改組された由でした。一般にオランダは、社会的文化的には英国、経済的には西ドイツの影響が強いとのことですが、まさにこのデザインセンターは英国のC O I Dにちなんで設立され、一時は年間入場者15万人といわれ、国際的視野をもった展示も積極的に行なっていたと聞いていましたが、10年足らずで行き詰まるとは？ 私は、何かしら、デザインに関する展示事業の難しさを訴えられた思いで一杯となりました。センターの責任者もいないので今後の見透しを聞くことはできませんでしたが、図書館主任の老婦人は、「センターは経済問題よりも、文化、社会面に力を入れたので、その行き方が産業界の支持を得られなかった。」と述べておりました。今は図書館を含め、デザイン協会は10人余の事務スタッフで、年間約30万ギルダー(約3,000万円)の予算規模でデザイン情報活動などしておりますが、そのうち20万ギルダーは、依然として政府の補助によっているとのことでした。あらかじめ用意してくれていたオランダ語の数種の資料をかかえて、何となくうらぶれた物淋

しさを感じつつ、この古い建物を辞去しました。

### III

ネルソンの銅像のあるトラファルガー広場から、ヒッピー族のたむろするピカデリー・サーカスに通ずる道路、ハイマーケット28番地に英国のデザイン・センターがありました。丁度、ロンドンに着いたのは土曜日のことで、Co I Dを何時訪ねたら良いかなと考えながら、1人ホテルを出て雑踏の中を歩いていると、突然、Co I Dのデザインセンターの標識を発見し、閉館間際のセンターに大喜びで飛び込みました。入口には、Co I D発行の各種デザイン関係書籍、雑誌が並べて販売されております。1階突き当りは inquiry に応ずるコーナーで、インフォメーション・サービスを行ないます。右手の隔離された20坪位の部屋には、デザイン・インデックス・カードが収納されており、よく整備されています。Co I Dの選定委員会で選定されたグッドデザイン商品は、このインデックスに無料で載せられます。現物の写真や見本とともに規格、値段、特徴が記録され、現在は約1万点が登録されるに至っております。土曜日の午後おそかったのですが、若い夫婦者、中年の婦人達、若い男子など数人が熱心にインデックス・カードを探っていました。カードは30種類位に分類され、カード扱いもスムーズなようにうまく設計されており、収納箱と利用者の椅子の関係なども程良く調整され、きわめて親切が行きとどいております。「ショッピングする前に、ぜひ Co I Dを一覧してから」というスローガンは、このようなところにも浸透していると感心させられました。それにしても、儲け仕事でもないのにこのようなしっかりした用度類は費用もかかり、予算的に大変だろうと他人事とはいえぬ身の気になるのです。

地階、1階、中2階の併せて230坪位は常設展示場で、主として前記インデックス・カード掲載のグッドデザイン商品の陳列にあてられます。英国現代の消費財のデザインと品質の代表的なものの展示ということで、製造業者、小売業者、消費者の各層に進歩的なグッドデザインへの関心を盛り上げ、奨励しようというわけです。展示料が一定基準で徴収され、Co I D予算の8分の1程度を占める収入源となっていますが、展示希望者は目白押しだそうです。2階の約40坪はテーマ別特別展示場で、丁度、教育玩具、机、教育用テレビ、計算機などの教育に関するデザイン特別展が開催されておりました。又中2階では1970年のCo I D賞、エジンバラ公賞の展示が行なわれておりました。1968~69年のCo I Dの総予算は、842千ポンドで、うち550千ポンド(65%)は政府補助、残りの292千ポンドは展示料収入、出版物販売代金等によるものです。

Co I Dは、1944年に設立されて以来、着々とその成果を挙げて来ていると申せましょう。その仕事は、もっとも広い意味での「教育的な」もので、英国の各界に「最高水準のデザイン」が受け入れられるよう努力して来ております。新しいエンジニアリング・デザイン部門の拡充の勧告は、このようなたゆみないCo I Dの努力と成果の上に立って、さらに現代の経済、社会の要請に対応しようとするものに外なりません。日本では、すでに昭和33年のデザイン奨励審議会答申の中でCo I Dの役割を詳しく紹介しておりますので、詳細を今更ご報告する必要はないわけですが、たしかにCo I Dの内には、展示に限らず、国のデザイン振興に関する重要な種々の要素が備わっており、またそれをうまく発展させてきたようです。ここまで歩んで来たCo I Dの努力を称賛し

つつ、閉館となるデザイン・センターを出しましたが、街路に面したガラスの飾窓からみられる陶磁器その他の展示に、街行く人々が足を止め、現代英国のデザインを見入っているのです。

#### IV

北欧の水の都ストックホルムでは、夏も近づいた樹々の緑が清冽な水に映え、岩盤の上に築かれた塔や古い大きなビルディングが如何にも堅牢な姿で聳えておりました。新しいショッピング街が建設中ですが、自然の高低をもうまく利用した設計・デザインが印象的で、商店の単純で洗練された陳列とともに「デザインの町」ストックホルムを感じさせます。Kungs träd-gården というのは、東京でいえば、さしづめ日比谷公園に相当する場所にある美しい広場ですが、夕方7時頃には、男女市民のコーラスがそこの野外舞台から流れて来て、市民はベンチに腰かけて耳傾け、夜遅くなれば白夜を楽しんでおりました。このgårdenの広場と並木道の間接地帯に10組以上のガラスのショーケースが露店に点在し、ガラス器や木製品のデザイン展示が行なわれております。市がスウェーデン・デザイン協会に土地を無料で借し与え、その協会が業者に有料でショーケースの使用を認め、展示させるという仕組みです。このショー・ケースの中の1つには、デザイン協会が発行している「FORM」誌の各号が調和した高低をもって美しく吊り下げられておりました。1845年に創立されたこの世界最古のデザイン協会がデザイン研究と普及に力を尽してきた誇りを、ストックホルム市民達や来訪した観光客に静かに語りかけているように思われました。

スウェーデンは、人口800万の小国ですから、産業デザイン協会の活動は比較的容易に全国的な規模でデザイナー、製造業者、消費者に行きわたる

ことができます。日刊紙、週刊紙、さらにはラジオ、テレビの良きデザインに対する関心も格別で、世界でもっともデザインについて紙面を割き、時間を提供していることは極めて重要な点で、これらが合わされて、デザインに関する創造的な与論が形成され、デザイン国民運動となるわけです。

それにしても、1930年以降確立されたスウェーデン・デザイン協会の組織は見事なものです。一般部門の会員12,000人の外に、製造業者（販売業者を含む）140社、デザイナー420会員、消費部門34団体の各部門を擁し、各部門の代表委員によりBoadが形成され、運営されています。「Swedish Grace」あるいは「Swedish modern」として、全世界に認められた「芸術家を工業デザインへ」という運動はこの協会によって推進されました。“Svensk Form”（デザインセンター）は、当初大会社6社による資本保証で1959年から発足し、約200社の総合展示料収入で賄われて来ましたが、これはやや会社の自主出品に振り廻された感じで、昨年廃止となり、今後は、面積は少し手狭だが市の中央部へ展示場を移す計画を契機に、デザイン協会が独自の見地から運営すべく、只今、市及び国に対して、補助金の折衝中であると伺いました。

デザイナーと工業との結びつき、消費者の理解と選択によるデザインへの昂揚、まことにデザイン運動は、外形化した結果として把えるべきではなく、創造して行く精神的な活動であると思いました。日本の国は、スウェーデンのような少数の国民ではなく、高度に進んだ工業技術で組織化された1億の国民がエネルギーに前進しつつあります。その中で、やはりわれわれは、日本の与えられた条件を生かしつつ、より高き個性と豊かな生活を創造して行かねばならぬと感じました。

# 昭和45年度Gマーク商品の選定について

## 通商産業省貿易振興局

1 Gマーク商品（グッドデザイン商品）の選定は、通商産業省がデザインの優れた商品を選定し、その商品を推奨することにより、関係業界に対するデザイン改善の指導奨励および一般消費者に対するデザインの認識の昂揚等を図ることを目的として昭和32年以来実施してきている。

とくに近年申請件数および選定商品が増大の傾向にある着実に成果をあげている。

2 本年度は去る3月に申請要領を發表し、4月上旬まで申請のあったものについて5月から7月にかけてのべ154名の商品専門家、デザイナー等の審査員によるデザイン面の審査と国および民間の検査機関による商品の安全性、耐久性等についての品質検査を行った結果、申請数2,852点（300社）のうち11.5%にあたる326点（99社）を選定した。

参考までに昨年度は申請数2,743点（321社）のうち373社（109社）が選定され、選定率13.6%であり、昨年よりも、より厳しい結果になっている。

3 本年度も昨年同様、選定商品のアフターサービスの内容等、品質の保証を重視し、とくに消費者が安心してGマーク商品を使用することができるよう、品質検査を一層強化し、安全性に問題のある場合は形態がいかに優れていても選定しなかった。また形態の独創性についても厳しく審査を行い、類似性のあるものは選定しなかった。

4 各部門別申請および選定状況は次のとおりである。

### (1) 機器部門

① 本制度に対する業界の関心も強く、申請点数は1,014点（84社）にのぼり、昨年5%増しの93点（30社）が選ばれたが、選定率は9.2%で、昨年13.3%より一層厳しい結果となった。

品目別にみると、テレビ、電蓄等の音響製品および照明器具の申請が多く、企業の花形商品であることを物語っている。

② 選定の結果を概観すると次のとおりである。

- ・ 音響製品……トランジスタラジオ、白黒テレビなどは、すでに需要が一巡したもののだけに、時計を付加したり、形態に変化をもたせたりして2台目の需要を狙っているものが多く、それだけに新鮮なデザインが見られる。カラーテレビは、多少不必要な過剰装飾が見られ、さらに造形面で考慮の余地がいくらか残

っている。

また、ステレオは、材料の持ち味を自然に生かしたものが多く、すぐれている。

- ・ 照明器具……

申請点数（123点）の割には、非常に選定率が低かった。

その原因としては、この商品には未だに本当の意味で、日本の家庭環境を考えたデザイン商品のものが少ないからであろう。しかし、電気スタンドは、消費者の要求がはっきりしているものだけにデザインもすぐれ、実用性も高いものが見られた。

- ・ 事務用機器……

今回選定された事務用機器の主なものは、電子式卓上計算機で、この商品は、日本のオリジナル商品として急速に普及し生活の中に根を下しつつある。

今回のものは、素直なデザインで、すぐれたものが多いが、これも激しい競争の結果、今後において過剰装飾にならなければよいと思われる。

- ・ 一般家庭用品

扇風機、洗濯機等は、従来造形の面で多分に装飾過剰な傾向が見られたが、今回選定されたものは、すっきりしたデザインのものが多かった。このことは、一般家庭において使用されるものに、実用性と造形性が同時に要求されるようになったからであろう。

- ・ 光学製品……

カメラが主であり、インスタマチック使用のポピュラーなものと中級機が選定された。

インスタマチックのものは、プラスチックを主体としたボディで大量生産に適し、安価で販売できるようになっている。

カメラが日常生活に解け込んでいる現在、当然このようなものも必要なわけで、デザインも素直で好ましい。

中級機の方は使い易さに重点が置かれ、誰でも簡単に使えるという所にポイントがある。

- ・ 輸送用機器……

自転車は使用者の年齢が年々低下しているので、若年者向きのデザインが多い。

今回の選定の自転車は主にサイクリング車で、従来のものよりも材質感を生かすという面において特徴が見られ、デザインも堅実なものになってきた。また、



オートパイは、従来の実用車から脱皮しレジャー用車になりつつあり、デザインの面にもそれがよく表われている。

#### ・ 品質検査

音響製品の中で特に数点に耐電圧不良、実用感度不良等の欠陥があった。その原因はいずれも工程管理の不備と見られるだけに生産過程での注意が望まれる。

### (2) 家具部門

① 申請点数は306点(46社)で、昨年度の437点(54社)に比べ約28%減であったが、一般的にはかなり高水準に達し審査結果は網製家具を中心に40点(8社)、選定率は13.1%で、昨年度の11.7%に比べるとややゆるくなった。

品目別にみると、網製家具、厨房用家具の申請が多く、次いで、いす類、タンス類が続きベッドの申請はやや低調であった。

② 選定の決果を概観すると次のとおりである。一般的にみて、昨年度より水準が向上し、とくにタンス類、いす、ベッド等に優れたものがあったが、一般的には画期的、独創的なデザインが意外に少なかった。

タンス類、いす、ベッド等については、新規性に富んだ優れたものが多かったが、接合部の工作面にもう少し工夫を必要とする商品も見られた。

厨房用流し台、ガス台、調理台において、ステンレス、アルミの材料の使い方は非常にすぐれているが、裏側の仕上げが粗雑で弱さが目立つものが多少見られた。

選定商品の大部分を占める網製家具の机類のデザインは昨年よりやや向上しているが、それほど変化が見られなかった。その一因として近く実施されるJIS規格の変更に備え、新製品の多くが開発過程にあることも挙げられる。

### (3) 雑貨部門

① 申請点数は、1,087点(138社)で、昨年の874点に比べると約20%の増であった。

審査結果は151点(44社)が選ばれ選定率は14.1%で、昨年度の15.7%より一層厳しい結果となった。

② 選定の結果を概観すると次のとおりである。

#### ・ 調理および料理用具……

特に珪藻製品の進歩が目立ち、結果的にはアルミ製鍋類と十分対抗できるまでに造形面、品質面とも向上している。

#### ・ 事務用品……

ファイル類に新しい傾向のものがあったがその他の商品はデザイン開発が遅れていることも否めない。

#### ・ 衛生用具……

洗面台に申請が多かったが、住生活の必需品であり

ながら、これからの住宅用品にふさわしい独創的な商品が少なかった。浴槽、風呂釜では昨年度の要望事項であった燃焼器具部分に対する使用面の配慮あるいは浴槽の中から温度調節ができる装置等今後、研究する点が多い。

#### ・ ストープ類……

石油ストーブの形態、色彩、安全性に対する配慮等は、その進歩も著しくかなりの高水準に達しているが、デザイン上の独創性に欠けている点で選定されなかったものもあった。

#### ・ 一般雑貨……

つり用リール、ライター、かばん、スキーに申請が多かったが、新規性の認められる商品は少なかった。スキーのデザインは基本的な形状、寸法が決定されているだけに表面の仕上げ、色彩、パターンの美しさ、ブランドの扱い等で優劣がつけがたい商品が多かった。

③ 品質検査の面で、とくに問題になったのはアルミなべ、珪藻なべのプラスチックの柄の耐熱強度で今後検討を要する。

### (4) 陶磁器部門

① 申請点数は55点(10社)で審査の結果は14点(6社)が選ばれ、選定率は25.5%となり昨年度の選定率21.6%に比べややゆるくなっている選定品目は磁器洋食器類が中心となっている。

② 磁器洋食器類の多くのものは、華やかさがあって、美しいので、一般消費者には好まれるが、日本の室内や生活様式との適合となると問題が多少あるが、品質面では非常にすぐれたものが多く選定された。

③ 品質検査では、今回は特に毒性について鉛およびカドミニウムの含有量の検査を十分に行った結果良好であった。

### (5) 繊維部門

① 申請数は390点(22社)で、昨年とほぼ同数であり、審査の結果は28点、(11社)が選ばれた。選定率は7.2%で、昨年10%よりかなり厳しい結果となった。

② 選定された品目はカーテン地で、ドレープ、ケースメント、レース地でありデザイン的にみると、近年住環境の多様化、高級化の傾向から多目的な用途を意図したものや、色柄によるコーディネート製品、ドレープとレースのペアの二重吊りを狙ったものが注目された。色彩については、全体的に明るくなっており今回選定された商品は縦縞が多かった。

③ 品質検査で、不合格となった商品はほとんど日光堅牢度の低さに起因している。

## Gマーク商品年度別選定状況

		申請点数	選定点数	選定率 (%)
織 維	43年度	380	35	9.2
	44 "	381	39	10.2
	45 "	390	38	7.2
陶磁器	43 "	300	24	8.0
	44 "	74	16	21.6
	45 "	55	14	25.5
雑 貨	43 "	935	155	16.5
	44 "	874	137	15.7
	45 "	1,087	151	14.1

		申請点数	選定点数	選定率 (%)
家 具	43年度	319	43	13.8
	44 "	437	51	11.9
	45 "	306	40	13.1
機 械	43 "	772	120	15.5
	44 "	977	130	13.3
	45 "	1,014	93	9.2
計	43 "	2,706	377	14.0
	44 "	2,743	373	13.6
	45 "	2,852	326	11.5

# '70日本輸出デザイン展開催 ～グッドデザイン'70～

＝恒例により本年も下記3都市においてGマーク商品展を開催いたします。

東京会場は新築40階建の世界貿易センタービルにて行ないますので、多数の出品をお願いいたします。

なお、開会式の当日昭和45年度Gマーク商品選定証授与式を併せて行なうことになっておりますので、ご承知おきください。

また、通産省では本展開催中に皇太子殿下、ならびに妃殿下のご来臨を賜りますようお願い申しあげております。

当振興会では、引き続き同場所に産業デザイン館を設置いたすこととなっております。

### 会期・会場

東 京 9月17日～26日 世界貿易センタービル別館4階（日・祭日休館）

名古屋 10月8日～13日 愛知県産業貿易館

大 阪 10月27日～11月1日 なんば高島屋

### 展示内容

I部 内外デザイン資料の展示（世界各地のデザインセンター紹介、海外収集品の展示、デザイン行政の紹介）

II部 デザインの生まれるまで（グッドデザインを創り出す背景を主として業種別にパネルにより紹介）

III部 昭和45年度Gマーク選定商品の展示

その他 カタログコーナーの設置、デザイン相談コーナーの設置、デザイン関係図書・雑誌の紹介

**主 催** 通商産業者、東京都、大阪府、愛知県、大阪市、名古屋市、日本商工会議所、日本貿易振興会、日本繊維意匠センター、日本陶磁器意匠センター、日本輸出雑貨センター、日本機械デザインセンター、日本産業デザイン振興会

**後 援**……4団体、協賛……11団体

**事務局**・日本産業デザイン振興会内

## 10月いよいよ日本産業デザイン館開設

常設展示場には G マーク商品のご出品を！  
特別展示場はご遠慮なくご利用ください！

- ★ G マーク展示会に出品された商品を引続いて当振興会の常設展示場にご出品されて、搬出入の手数を省いてください。
- ★ 特別展示場（約230㎡）を業界・団体のコンクール、デザイン展、企業の新作発表会、その他の催物にご遠慮なくご利用ください。当方の年間計画に組み入れますので、なるべく早めにご相談ください。



日本産業デザイン振興会では創立第2年目を迎え、その設立趣旨に沿っていよいよ本格的な事業を開始いたしました。このたび、通商産業省のご支援のもとに、東京浜松町に新設された世界貿易センタービル別館4階に、本年10月より日本産業デザイン館（約500㎡）を開設し、当振興会も同所に移転することとなりました。

世界貿易センタービルは152mの超高層ビルで、内外の公館、団体、貿易商社等を擁し、また空港モノレール始発駅ならびに国電浜松町駅にも直結しており、現在1日の流動人口は21万人を数えるといわれ、今後ますます発展が期待されます。

幸いにして、既に発足した同館3階の東京都立貿易センターの常設展示場と協力して、日本の産業デザインのメッカとなり得たらと期待しております。

当産業デザイン館の常設展示場の方は、G マーク商品の常設展示場として差当り出発します。将来は、**優**、**高**商品のみならず、更には当振興

会が優秀デザイン商品を選定し陳列することも考えられます。併せて即売、商談、仲介等にも応じられる体制を整えて行く予定です。

また、特別展示場の方は、日本貿易振興会（ジェトロ）のご賛同を得てを今後ジェトロの催物はなるべくこの特別展示場にて、共催の形で展示することになりました。

なお、その間を利用して各位に充分ご利用いただき当振興会収入の一助とさせていただきたく思います。

### 日本産業デザイン館展示構想

- ①常設展示……通商産業省 選定 グッドデザイン（G マーク）商品、日本優秀デザイン商品輸出推進事業（**優**事業）の指導商品、高級品輸出対策事業（**高**事業）の指導商品
- ②特別展示……海外収集優秀デザイン商品、海外デザイン動向資料、国内産地別優秀デザイン商品

- ③基礎資料展示……企業のデザイン政策と組織紹介、優秀デザイン商品の開発方法解説資料（新材料、新加工技術、人間工学、新手法など）、内外生活環境調査解説資料、海外におけるデザイン高級化対策資料
- ④デザイナーカード・インデックス

### 常設展示場Gマーク商品出品要綱

- ① 場所 世界貿易センタービル別館4階  
(東京都港区芝浜松町3-5)
- ② 開館予定期日 10月1日
- ③ 出品商品 Gマーク商品(1年間)  
(昭和45年度選定商品に限りません)
- ④ 登録料 1商品につき申込時に500円

## Gマーク商品のと販売強化を全国百貨店に依頼

Gマーク制度は昭和32年より実施され、本年度で14年目を迎えます。日本商工会議所のアンケート調査によれば、消費者のうち知識的な家庭の主婦層に相当深く浸透しています。しかしながら、消費者に対する具体的な結び付きとなると、選定商品数の関係上もあって、必ずしも充分でないようで「Gマーク商品はなかなか見当たらない」という声があります。

当振興会では、昭和45年度Gマーク商品選定発表を機会に、全国200余りの各百貨店に対して①Gマーク商品の売場毎の表示販売(全店統一的な立札、特殊ケース利用など)②Gマーク商品展の開催など何らかの形でGマーク商品のPRと販売

強化の資料を添えてお願いいたしました。

日本百貨店協会でも心よくご支援くださり、同協会発行の会報を通じて、全国の百貨店に流していただくことになりました。

特にGマーク商品展(日本輸出デザイン展)を毎年開催している東京、大阪、名古屋以外の全国各都市の百貨店がご協力くださいますよう祈っております。

すでに東京のある百貨店では、ご協力願うるとのご回答を得ましたが、当振興会といたしましても、ご協力願う百貨店には、できる限りのご便宜を計ってまいりたいと思います。

### 小型Gマーク証紙好評!

去る4月当振興会がGマーク証紙発行事務を日本商工会議所より引継いだのを機会に、かねがねご希望のあった小型Gマーク証紙を発行することにいたしました。

陶磁器、ライター等の小型商品向のつもりでし

たが予想以上に評判がよく、殺到とはいえませんが、事務機などでもご利用いただいております。当初の予定以上に利用されつつあります。

証紙ご注文の際は、小型か大型かをはっきりとご指示願います。小型と大型の間違いの例が2、3ありまして、ご迷惑をおかけしたこともありました。

1 デザイナー名簿

内 容 インダストリアル、インテリア、クラフト、パッケージの4分野で活躍しているデザイナー約600名の氏名住所、電話番号、所属団体、専門分野など。

体 裁 B5判 78頁  
発 行 日本貿易振興会  
編集協力 日本産業デザイン振興会  
頒布価格 250円(郵送料込)

2 全国官公立試験研究機関昭和45年度試験研究項目一覧(付録:内外産業デザイン団体・試験研究機関名簿)

内 容 全国約100ヶ所の官公立試験研究機関が実施中の意匠改善、材料活用技術、強度試験などの研究項目および行政機関(55)、官公立試験研究指導機関(205)、教育機関(69)、産業デザイン団体(105)、海外デザイン関係機関(117)など551機関のリスト。

体 裁 B5判 100頁(8月下旬発刊)  
編集発行 日本産業デザイン振興会  
頒布価格 500円(郵送料込)

3 ヨーロッパのプロダクトデザイン写真集

内 容 日本貿易振興会が西独ハンブルグ市場から収集した14ヶ国318点(一部カラー)、うち70点は解説つき。

体 裁 B5判 80頁(8月下旬発刊)  
1,000部限定版  
頒布価格 会 員 600円(郵送料込)  
非会員1,000円( // )

4 アメリカのプロダクトデザイン写真集

内 容 日本貿易振興会ならびに東京都がニューヨーク市場等から収集した優秀デザイン商品13ヶ国312点(一部カラー)、うち約100点は解説つき。

体 裁 B5判 80頁(9月下旬発刊)  
1,000部限定版  
頒布価格 会 員 600円(郵送料込)  
非会員1,000円( // )

5 産業デザイン情報誌

当振興会々員のみを対象とする目でみる情報シートで、海外雑誌数種からとくにデザイン開発に役立つ写真を和文短評つきで収録、リビング、ダイニング、衣料、レジャー、屋外施設、職場環境の6分類として加除式の2穴ルーズリーフ形式で発刊される。

発刊予定 10月上旬(会員頒布価格 未定)

申込み先 東京都千代田区丸の内3-2-2 東商ビル内  
(財)日本産業デザイン振興会  
電話 東京(03)211-4411 内線590~1

10月1日より

東京都港区芝浜松町3-5  
世界貿易センタービル別館4階  
電話東京(03)435-5633~4

# 内外デザイン事業案内

## 海外就業の斡旋

### 繊維デザイナーの海外就業の斡旋について

オランダのインターナショナル・ケンディックス・テキスタイル社では、日本人繊維デザイナーと1年間契約を結び、織物カーテンを主とするデザイン創作に当たりたい希望をもっています。

ご希望の方は斡旋依頼書および自作のペーパーデザインを8月10日までに下記までご提出ください。

財団法人日本繊維意匠センター 総務部振興課  
大阪市東区備後町3-8 (綿業会館新館)  
TEL (06) 203-0821~3

## 作品募集

### 第14回輸出陶磁器デザインコンクール

#### 作品募集

締切日 昭和45年9月26日(土)

課題 一般部門 第1部(食器, 食卓用品等)  
第2部(玩具, 室内装飾用品等), 第3部(モザイクタイル等)

学生部門 (新しい生活環境にふさわしい陶磁器製品)

募集要領の請求先・問合せ先 財団法人日本陶磁器意匠センター

名古屋市東区布池町32

TEL (052) 941-4528

## 展示会メモ

### '70日本ニュークラフト展

主催 日本デザイナー・クラフトマン協会

会期 昭和45年8月28日~9月2日

会場 東京銀座 松屋7階

東京都中央区銀座3-6-1

### 日本輸出家具展

共催 日本貿易振興会

全日本輸出家具工業組合

会期 昭和45年8月3日~12日

会場 日本貿易振興会ジャパンデザインハウス  
東京都港区赤坂葵町2番地

## 講座・講習会メモ

### 第3回JAFCA色彩講座技術専門コース

主催 社団法人日本流行色協会

テーマ 色彩の基礎的知識をふまえ、色彩計画の基本的方法を把握し、かつその色彩計画中の各段階に関係して採用される色彩の研究技術、調査技術を講義と演習を通して開催した。

会期 名古屋 昭和45年8月8日~22日

大阪 昭和45年8月8日~26日

定員 各会場とも30名

会場 名古屋 愛知県産業貿易館第3会議室  
名古屋市中区丸の内3-1-6

大阪 大阪婦人子供服会館6階会議室  
大阪市東区南久太郎町2-17

### 昭和45年度繊維デザイン講習会

—繊維デザインの現状と今後の方向—

主催 愛知県産業貿易館, 愛知県尾張繊維技術センター, 財団法人日本繊維意匠センター, 日本貿易振興会

テーマ 今後のファッション商品の開発のためにあらためて繊維デザインのあり方について

て、未来指向を含めた現状分析に関連する各種の領域にまたがって行った

会 期 Aコース昭和45年8月11, 13, 18, 20日

Bコース 昭和45年8月12, 19, 26日

場 所 愛知県尾張繊維技術センター



## 機構の拡充強化

日本産業デザイン振興会は、10月いよいよ産業デザイン館の新設、その他産業の本格化に伴い、機構を拡充すると共に、その人等を強化するため日本貿易振興会の来栖義郎デザイン課長を兼務のまま本振興会の事務局長に委嘱しました。また、日本機械デザインセンターの関谷之朗振興課長を業務部長に迎えました。

### § 編集後記 §

○通産省の原田検査デザイン課長より欧州のデザイン行政について、最近のニュースを得て、各国デザイン団体の経営面でのむづかしさを痛感させられると共に大いなるファイトを燃やしました。

○Gマーク商品選定制度は今年で14年目を迎え、日本商工会議所のアンケート調査によると、JISマーク程度ではないが、JASマークより幾分上廻る消費者の認知度を有し、特に婦人層に高く理解されております。

### 当振興会10月1日より移転

新住所 東京都港区芝浜松町3-5  
世界貿易センタービル別館4階  
(〒105) 電話 東京(03)435-5633~4

○Gマーク制度が通産省の選定制度であることは古くて、新しい問題点です。消費者の立場からは一応の安心感があることも否定できません。

それにしても当振興会は、基盤を確立して早く受入態勢を整えることが必要です。

○本年度のGマーク商品展は選定率の低下による収入減と物価騰貴による支出増で台所のやりくりが、極めて苦しい状況です。

○Gマーク商品展とは実は俗称で、正式には日本輸出デザイン展といい、俗称の方が消費者、殊に婦人層には親しみやすく効果が大きいようです。

○ところで全国の百貨店にGマーク商品即売会等Gマーク商品の販売強化方をお願いしました。消費者にも、メーカーにも、百貨店にもよいことで一石三鳥と思われるのですが、どの程度ご協力を得られることでしょうか。

○Gマーク商品展が終ると、10月からその会場が当振興会のデザイン館となります。Gマーク商品展に出品された商品は搬出入の手数を省いてそのまま常設展示場にご出品方をお願いいたします。

○特別展示場はジェトロの協力を得て、種々な催物を開催する予定です。また同時に各デザイン関係者のご利用を願います。

○当振興会もいよいよ10月より新たなる出発に際し、この方面のベテラン来栖、関谷両人を迎えて一段と飛躍し、各位のご期待に添いたいと存じます。

---

### JIDPOニュース Vol. 1 No. 6

昭和45年8月10日発行 定価50円

編集発行人 石田 幸 一

発行所 財団法人 日本産業デザイン振興会  
東京都千代田区丸の内3-2-2  
東京商工会議所ビル  
〒100 電話(211)4411(内線590-1)

---

### エコノミック・アニマルとデザイン



(社)日本インダストリアルデザイナー協会理事長

(財)日本産業デザイン振興会評議員

栄久庵憲司

日本人はこの25年生きるために血みどろになって働いた。何も無い、荒廃した国土、その上で飢餓死寸前にまで追いこまれた国民は、誰に責任を求めようとも米一粒も出てくるわけではない。必死になって食料を確保し、衣類を求め、住に憧れたのは当然であろう。

終戦の時に生まれた子なら、既に堂々たる社会人になっている。しかし日本の親達は本当に安堵の溜息をついているだろうか。親子の断絶は愛情のよりどころを狂わせ、自らの生き方にすら価値を失いつつある。ふらふらしていて落ち着かない、これではいけない。まず25年間生き抜いたことの自信をつけることである。哲学的自信でも、宗教的自信でも、イデオロギーの自信でも何でも無い。それ以上の自信である。強靱な精神力である。執念である。物質世界を築きあげた姿勢であり、一億総商人になって外国から金をとる気構えである。エコノミック・アニマルと言われ、ジャパニーズ・ジューと言われても決して恥ではない。むしろ子供達にそれを伝えることを誇りに思うべきであろう。25年たってやっと次代に伝える言葉を発見したといってよい。インダストリアルデザインはこの中で育ってきたのである。アルミのパン焼き器からはじまったインダストリアルデザインの歴史と、日本の25年の歴史は同じといってよい。

インダストリアルデザインの今まで最大の功績はと問われたら、私はエコノミック・アニマルと言われるまでの材料を提供したこと、と答える。つまり日本のインダストリアルデザインは、日本人の生きるための素晴らしい如意棒であったわけである。4分の1世紀かけて物の意義は日本人の質を大いに高めさせたことは事実であり、インダストリアルデザインはその先兵であったといってよい。これまではものをつくることにより、またものを使うことによりなる欠陥があったとしても私は許せる。何故ならまじめに生きたからである。しかしこれからはそうはいかない。ここで大いなる脱皮が問われているのである。それは物をつくって物に溺れ、人間自身がものになってしまうことである。

日本のインダストリアルデザインも風格のある世界へと進まねば、いつまでたってもエコノミカルでは退屈千万であり、第一人々は買ってくれなくなるであろう。大阪の堺の人達はかつて堂々たる商人文化「茶の道」を育てたように、産デ振は商人として強くなった日本に、デザイン文化を築かせるよう振興してもらいたい。単なるインフォメーションの提供者になるのではなく、日本の未来の文化像を描き、大いなるリーダーになるべきであり、それではじめて民間団体の意味が確立されるのである。そしてそれはさぞ魅力的なことであるに違いない。



# デザイン方法の体系化

—経緯と問題点・方法の試行—

製品科学研究所 製品性能部長

那 賀 清 彦

今日まで、「デザイン」は図案、意匠、設計、計画等、多様な解釈によって、我々の生活と生産に、直接、間接に使われてきた。これらは、それぞれにニュアンスはあるとしても、いづれも、造形創造であることが、共通して「デザイン」としてまとめられているようである。

しかし、デザインの在り方は、個人や集団の形式であったり、目的も特定の階級から大衆、社会と幅もひろい。また、意識も芸術性のおう歌、科学性の強調と、その両領域の統合を指向するなど、各様に考えられている。

また、近頃に至っては、生産活動の実態を正しく把握して、理想的な作業工程、環境などを計画する「システムデザイン」、さらに、生産の理想機能を追求する「ワークデザイン」や、従来のデザイン手法を組織化、合理化するための「システムティックデザイン」などが研究課題となっているが、いづれも体系化が共通している。

日本における、デザインのはじまりは産業革命後の西欧に追いつくために、伝統をすてた状態で、機械量産方式を取り入れて、殖産振興をはじめた明治初期からともいえよう。そのため、量産方式の製品デザインは、「模倣」にたよって生産されていたとも考えられるし、伝統の造形創造は、労働集約的な手加工産業（工業）によって保たれてきたとも言える。

この様に、製品デザインの流れが、個々（工芸）の造形創造よりはじまって現在に至ったなり

行きは、表面的にはヨーロッパデザインの動きと違いはない。しかし、農業化社会から工業化社会へと社会構造の変革を段階的にすすめてきた西欧に比べて、その両異質を同時に受け入れて、短期間に変革を行なった日本においては、デザインの理解、認識が、教育、生産研究の場で片寄っていたとも考えられる。

戦後の製品デザインは総合機能追究のための、工業デザイン研究がはじまり産業界に急速に滲透した。今日にいたっては、量産主義の行きすぎによる需要者を無視しての、過剰性能、過剰装飾などが問題となりはじめて、「人間のための製品」作りがデザインの中心課題となってきた。

これは、過度な生産機構、競争なども、一因と考えられるが、これらの製品計画の質的な分野を担当してきた。デザイナーの経験と感覚によるデザイン方法にも問題があるようである。いづれにしても、今後、製品がさらに組織化された機構によって生産され、種類と量が増大すれば、製品が社会におよぼす影響も大きいことからしても、従来のデザイン手法は不安定であり、考え直されてもよい。

次に、製品は概念的には、材料、加工技術、諸機能等の物的な要素と、造形創造を主体とした質的な要素の総合によって組立られているとも考えられる。よって、理想的な製品とは、物的、質的要素の最適な対応と言える。

この考え方からすれば、従来の製品計画は、体

系化された物的要素に対して、質的要素に個々のデザイナーの未組織な経験と感覚を集約した状態で組立られていた。この未組織的な感じのする、経験と感覚の造形要素も伝統、格式、形式、傾向など、時間的な経過で定型化、または半定型化されたものが大部分とも言えるし、生産のためのデザインには、個々の感覚的な自由な発想は、積極的には展開が期待できないかも知れない。

なお、物的な構成要素の多い製品の工業デザイン関係では、個々のデザイナーの質的な誤ちを防ぐために、複数の人員構成によって質的要素の体系化を意図してきたが、近頃のように製品デザインの課題が大きくなり、製品が社会に、製品デザインの課題が大きくなり、製品が社会にあたる影響が直接ともなると、特定の人員にたよるだけでは、到底、問題点の解決は時間もかかり容易でない。

このように、生産機構が大きくなると同時に、デザインのプロジェクトが複雑になってきたために、最近、その解決のための、合理的なデザイン方法である「システムティックデザイン」が重要視されはじめた。これは質的な造形要素を天才的な個人から特定の複数頭脳に、さらに人間群からの総合提案へと移行させて、最高な製品を計画する方法とも言える。

このシステムティックデザインは、1963年にロンドンで開催された「デザイン方法論会議」において、これまでのデザイン手法を科学的な方法に発展させる目的で、小規模ではあるが、デザイン、人間工学、建築、心理学などの専門家および画家たちの約30名によって論議されたのが発端であるが、短時日に産業界の製品向上化の話題となった。しかし、卒直に言って、この方法論の実用化には未解決な点も多いために、それぞれの立場

で研究中である。

1973年に東京での開催が決定している国際工業デザイン協議会（ICSID）においても、多分、このデザイン方法の体系化も、デザイン教育の問題とあわせて討議されるにちがいない。

しかし、システムティックデザインの対象製品としては、将来、多様化、複雑化する傾向の量産化を目標とした住宅、家具、自動車、自転車、電気機器、学校教育関係用具などが考えられ、この方法は経済性を重要視した一般的な消費者市場向けのシステム系産業分野の製品計画に適している方法である。

そのため、クラフト、雑貨関係のデザインの場合は、全体的に生産方式が技能的で規模も小さく、製品機能も比較的に単純、簡潔なために、製品が消費者の好みによって自由に撰択されても、さほど問題はないために、従来のデザイナーの感覚的な発想に期待した方が変化も多く合理的と言える。また、特別な消費者を対象とした専門的、非画一的な高級品、特注品などのデザインも、従来の方法が効率的であるとも考えられる。これらの産業は、量産方式の産業の伸展に並行して重要視されるに違いない。

デザイン手法の体系化研究のすすめ方は種々考えられるが、基本的な一例としては、消費者の生活行動の意識、生活用品の評価等の調査を行なって、その集約を物的要素に対応させて、デザインを合理的に発展させる方法がある。問題点としては、この意識、評価は、都市、農村などの地域環境と職業、年齢、家族構成等の諸要因の組合せによって、それぞれに相違してくるが、適格な調査方法によって多数の評価が集められれば、評価分布の集約は可能である。ただし、この評価は定性的な内容であるため、因子分析によって各因子の

相互関係を解析すれば、定量化された評価が得られるが、分析の計算および物的、質的要素の対応を、電算機と図形処理装置を利用することによって、さらに能率化が期待できる。

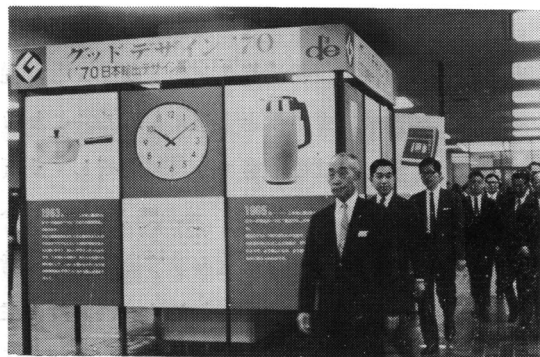
なお、システムティックデザインの展開にあたっては、これまでの一般的なデザイナーの構成では、研究規模も大きく、内容も複雑となるために、それぞれの分野より関係者の組織化が前提ともなる。

この方法が実用化されれば、消費者要求の具体的提案が、製品計画に直接反映されるために、質

的に内容の充実した製品が実現するであろう。また、近年開発されつつある量産品個性化のための、多品種少量生産方式に対しても、具体的な提案としても活用が考えられる。

試行的にシステムティックデザインの概要を述べたが、この方法は現在、各国で実用化を研究中であるが、いづれにしても人間のための製品を人間自らの要求に即し、自らの責任において、より完全なものに仕上げるための手段であることには間違いはない。

## “皇太子殿下「日本輸出デザイン展」 東京会場にご来臨”

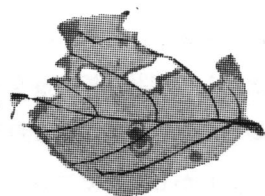


皇太子殿下は10月25日午後2時、東京芝浜松町の世界貿易センタービルで開催中の日本輸出デザイン展東京会場にご来臨になられました。

定刻、宮沢通商産業大臣、後藤貿易振興局長、司日本輸出デザイン展副会長のお出迎えをうけられたあと後藤貿易振興局長がご先導申しあげ、第一会場から第三会場まで各部門別説明者の説明をうけられつつご熱心に観覧され、多くのご質問を



賜わりデザインに関して深いご関心をお持ちのように拝察されました。



# ’70日本輸出デザイン展盛況裡に終る

(東京, 名古屋, 大阪)

日本輸出デザイン展は昭和38年度より毎年開催されているが、今年は第8回を迎え東京(9月17日～26日の日曜・祝祭日を除く8日間)を皮切りに、名古屋(10月8日～13日・6日間)、大阪(10月27日～11月1日・6日間)の順で開催された。



東京会場

東京は港区芝浜松町の世界貿易センタービル別館4階を会場として開催され、開会初日の9月17日は午前10時30分、通商産業省後藤貿易振興局長および本展司副会長の両氏によってテープカットが行なわれ、そのあと11時30分より通商産業省主催による昭和45年度グッドデザイン選定商品選定証授与式が挙行され、ひきつづき正午からは10月1日より本会場に本振興会が開設する日本産業デザイン館の被露をかねてパーティーが開催されるなど、まことに賑やかな開幕であった。会場として例年開催される百貨店に比較し、入場者はむしろ熱心に長時間にわたり観覧する人々が多く、如何にも落ち着いたムードの中にもデザイン展にふさわしい格調高い展示会となった。

名古屋会場は10月8日午前10時、関係者多数による開会式により開幕、例年の会場である名古屋



名古屋会場

城前の愛知県産業貿易館において6日間にわたるニッポン・グッドデザイン・ショー70が開催された。本催は日本輸出デザイン展のほか、併催として数多くのデザイン関係催物が開催され、総合的かつ多彩な展示構成によって入場者を魅了した。



大阪会場

大阪会場は10月27日より11月1日の6日間ならば高島屋で開催された。展示内容としてはグッドデザイン選定商品約300点の立体展示のほか、「デザインの変遷」と題して昭和初期から今日までの歴史的な製品が、ラジオ、計量器、ガスストーブに例をとって展示され、そのデザインの驚異的な進歩のあとに入場者に深い感銘を与えた。

## 🏆 新しい使命をもって 産業デザイン使節団出発 🏆

産業デザインの模倣防止を目的として毎年通商産業省が中心になって、東南アジアに意匠商標調査使節団を派遣しておりますが、本年も豊口克平氏を団長に他6名が11月17日より約2週間の予定で出発されます。通商産業省では従来の産業デザインの模倣防止をより向上きに、産業デザインの向上進歩を通じて、模倣防止にも役立てようと使節団に期待をよせております。なお、更に来年は東南アジアを中心にデザイン振興シンポジウムを東京で開催しようと考えており、今回の当使節団の派遣はまことに意義深いものがあります。

## 🏆 全国ブロック別デザイン会議終る 🏆

昭和45年度全国ブロック別デザイン会議は、通商産業省を中心に通産局、都道府県、試験所、ジェトロ、4センター、当振興会が参加して全国の6都市で開催されました。通商産業省から今後のデザイン行政全般の説明がなされ、当振興会とジェトロの業務提携の強化、これに伴う(優)事業の今後の取扱い方等が討議された。府県からは(優)商品の国内PRの要望がありました。また各府県においてはデザイナーおよび関係者よりなる各府県別のデザイン振興会結成の気運が盛上りつつあることが報告され、最後にジェトロの海外スライドの映写をして盛會に終了しました。

## 🏆 (優)事業の専門ショーへの 出品商品さまる 🏆

～近く写真集(解説付)発刊～

昭和45年度日本優秀商品輸出推進事業(優)として本年4月より全国各地で行なわれたデザイン

指導の結果選ばれた商品は約1300点でその内容は厨房、食卓用品を中心に周辺装身具室内装飾地、ギフトウェア、文房具等多彩な商品となった。これらの商品は(優)事業としての最終目標である海外の専門ショーに出品されるわけです。

- アトランティック・シティー、チャイナアンドガラスショー(昭和46年1月4日—8日まで)
- フランクフルトメッセ、スプリングフェア(昭和46年2月28日—3月4日まで)



本年の出品商品に見られる特徴は、極めてカラフルになったことです。日本の商品は、どちらかという表情に乏しいきらいがあり、海外市場で競争商品とならべられた時に、バイヤーへの訴及力が不足のきらいがある。今年の出品商品が、来年の1月から2月にかけて開かれるアメリカと、西独の国際的な専門見本市で、どのような反響をよぶかたのしみです。すでに東京の内示会で、ニューヨークおよびフランスのアーチャングデザイナーの関心をひいた商品が沢山ありました。

なお当振興会では、この後(優)事業の選定商品に解説をつけて近く写真を発刊する予定です。またGマーク商品集と同様に本書も全国の主要百貨店に発送して(優)商品の国内向け宣伝に協力する予定です。写真集を希望される方は頒布価格は未定ですが、あらかじめ当会までお申し込みください。

# 既刊・近刊図書案内

## 1 デザインプロセスの構造

製品科学研究所が行なった「システムティック

・デザイン」セミナーの資料

英国王立芸術大学 デザイン研究部長

ブルース, L, アチャー著

頒布価格 1,000円 余部僅少

## 2 デザイナー名簿

内容 インダストリアル, インテリア, クラフト, パッケージの4分野で活躍しているデザイナー約600名の氏名, 住所, 電話番号, 所属団体, 専門分野など。

頒布価格 250円 (郵送料込)

## 3 全国官立試験研究機関昭和45年度試験研究項目一覧 (付録: 内外産業デザイン団体・試験研究機関名簿)

内容 全国約100ヶ所の官公立試験研究機関が実施中の意匠改善, 材料活用技術, 強度試験などの研究項目および行政機関(55), 官公立試験研究指導機関(205), 教育機関(69), 産業デザイン団体(105), 海外デザイン関係機関(117)など551機関のリスト。

## 4 ヨーロッパのプロダクトデザイン

内容 日本貿易振興会が西独ハンブルグ市場から収集した14カ国318点(一部カラー)うち70点は解説つき。

頒布価格 会員 600円 (郵送料込)  
非会員 1,000円 ( // )

## 5 アメリカのプロダクトデザイン

内容 日本貿易振興会ならびに東京都がニューヨーク市場等から収集した優秀デザイン商品13カ国312点(一部カラー)うち約100点は解説つき。

頒布価格 会員 600円 (郵送料込)  
非会員 1,000円 ( // )

## 近刊図書

### 6 (優) 事業出品商品写真集

(本文6頁参照)

### 7 Gマーク商品のカラー・スライド

### 8 産業デザイン情報誌

当振興会々員のみを対象とする目でみる情報シートで, 海外雑誌数千種からとくにデザイン開発に役立つ写真を和文短評つきで収録, リビング, グイニング, 衣料, レジャー, 屋外施設, 職場環境の6分類として加除式の2穴ルーズリーフ形式で発刊される。

申込先 東京都港区芝浜松町3-5  
世界貿易センタービル別館4階



(財)日本産業デザイン振興会

電話東京(03)435-5633~4

○ご希望の方は現金同封の上お申込み下さい。

○近刊図書はなるべくはがきにて予約して下さい。

§ 編集後記 §

菊香る秋 9月25日日本輸出デザイン展は皇太子殿下のご来臨を仰ぎました。宮沢通産大臣、後藤局長、司日本輸出デザイン展副会長、各センター理事長以下お出迎をいたし、本展に一段と花をお添へ下さいましてまことに光榮に存じます。

○引続いて当振興会は10月1日より世界貿易センタービル別館4階に強行上陸いたしました。もぐらが広い明るい場所に出た感じです。

○日本商工会議の二階裏に一年半住ませていただきましたが、周囲の温きご理解に深く感謝いたしますと共に日本産業デザイン振興会の発祥の地として晴雨も判らぬ部屋であったが住めば都で感無量です。

○さて大阪では大阪デザインハウスが5億の資金

をもって、デザインの殿堂を打ち健てるべく華やかに新しい出発をいたしました。大阪デザインハウスの過去における努力と成果を讃えると共に心より今後のご発展を祈ります。

○その性格は自から違いますが、当振興会も今度待望の日本産業デザイン館を開設し、いよいよ第二の飛躍に移ろうとしています。

○名古屋では中部地区デザイン振興会が近く設立されると聞いています。更に先月の通産省主催全国地方別デザインブロック会議の様様では各府県においても県別産業デザイン団体が結成される気運が盛り上がりつつあるようです。いづれにせよ産業デザインの重要性が認識され、かかる気運が盛り上がってくることは私共一同喜ばしきことです。

## 日本産業デザイン館開設

雨の日も濡れずに交通便利な



当館をご利用ください。

特別展示場 を

ご利用ください!

面積 247㎡ (75坪)

使用料 1日 32,750円

(当会賛助会員 1日30,000円)

使用希望の方は遠慮なく早めにご相談下さい。

常設展示場 に

Gマーク商品の出品をどうぞ!

登録料 1点につき 500円

出品料 1カ月 1才につき

才数	単価(円)	15才以下	1,000
5才以下	1,100	20才以下	950
10才以下	1,050	20才以上	900

日本産業デザイン振興会

利付債なら  
**リッショー**

期間5年・無記名  
年利回り7.638%

日本の産業を支える金融機関

**商工中金**

●商工組合中央金庫●

本店/東京都中央区八重洲6-5  
(東京駅八重洲南口銀治橋傍)  
☎東京(03)272-6111(大代表)

資本金 **327億**円  
(うち政府出資184億円余)

JIDPOニュース Vol.1 No.7

昭和45年11月10日発行 定価50円

編集発行人 石田 幸一

発行所 財団法人 日本産業デザイン振興会

東京都港区芝浜松町3-5

世界貿易センタービル別館4階

〒105 電話東京(03)435-5633~4

### 輸出デザインとシステム



株式会社 日立製作所家電研究所デザイン部長

岡 本 千

近年システムデザインという言葉が流行語となったが逆に個々のデザインへの突込方に迫力が見られないように思うがいかがであろうか、グッドデザインと呼ばれる商品を買集めて見てもこれでよいインテリアが構成されるとは思えないのである。

システムとしてのトータルイメージが優れているという事は個々の製品デザインそれぞれが役割にふさわしくある物は強調されある物は抑えられる事が必要でありこのまとめ方の相異により様々な傾向のシステムが可能となる筈である。

日本の経済発展の原動力である輸出品のデザインについても同様の事が言えると思う、カメラはカメラ、家具は家具、器機類のデザインはこれまた機種別にそれぞれ優位に立つべく躍起となって新製品の開発に熱心である、顧客の立場に立てばこの秩序のない豊かさは迷惑この上ないものと思う、総合的視野に立って優れた選択の出来る人間は限られてくるであろう。

輸出の場合仕向先の文化的伝統、人情、風俗、習慣等は等閑視出来ない重要な意味を持って来る、この第一関門を突破して受入れられた製品は仕向先の国柄に馴染み易い一面をどこかに持っている筈である、これを大切にすることがまず第一に必要でありラジオはあくまでもラジオの概念からはずれる事は許されない、更にこれを発展させる為には我々日本人のもつ伝統的資質であるきめ細かなデザイン処理が有力な武器となって来るが、今日の絶えざる革新技術の製品への応用により当初のデザインも次第に姿を変えて遂には仕向先の既成概念そのものを動かし変えて行く事が出来た時はじめて日本の商品としてのトータルイメージが輸出市場に於て確立され優位に立つ事が出来るのではないか。

然しながら各業界の多機種にわたる製品群が日本の商品としてトータルイメージを確立する為には今日の日本の国内市場そのものが独自のトータルイメージを持つ事が先決であろう。



## デザインとクラフトの接点



日本デザイナークラフトマン協会理事長  
(財)日本産業デザイン振興会評議員

畑 正 夫

“衣食足って礼節を知る”といういい古された言葉に“住”が欠けているのは、ことさらそれが必要でないというのではなく、言いはじめた当時は住居の問題がそれほどでもなかったのか、または単に語呂の都合から来たものと思われまふ。本来この三者が揃って充足されなければ、精神面での最低限の平衡も望み得ないのが現実の問題でしょう。

気の短い日本人にはもう古い響きをあたえるGNPということばのうらはらの現象として論じられている急速な経済の高度化に伴うひずみ、中でも種々の公害問題が矢継早やに提起されて来たことは、住施設の量的充足という素朴な要求にもまして、生存すらおびやかす環境の劣化の対策に、大衆の自覚がゆりさまされなければならぬ事態になったことを示しています。

このように物質上など外面的な充足を目前にしつつある我が国で、環境の劣悪化が先行したことは、全世界的な傾向とはいえ、いささか手痛い問題です。しかしながらこれらに対する一般の関心がやがて単にマイナスの状況からの回帰でなくて、少なくとも人間たるに恥じない、質的・内面的さらに精神文化面における向上に働きかける原動力となることを期待したいものです。

○

経済の躍進に対して所得水準が伴わぬうらみはありますが、人手不足に起因する人件費の上昇はことに手加工に依存度の高い軽工業、手工業製品の価格の高騰を招き、かつて先進国の市場を席卷した我が国の地位もやがて語り草になる様相を示し、次第に開発途上国にとって代われようとしています。

しかし、これらのことは国際分業の見地からも当然のことで、経済現象の大きな流れとしては、

防ぎようのない成り行きといえますが、ただ単に我が国も先進国型の工業国の仲間入りをした途端に、由緒ある手工業を捨て去って省みないようになったのでは、それこそ悪い意味で欧米諸国の轍を踏むわけで、今に及んで手工芸に対する彼等の郷愁の声を常々聞かされているわれわれの執るべき道ではないと思います。

○

しかし、昨今国内の店頭にあらわれたこれら開発途上国の手工芸品を見た限りでは——貿易のバランスをとるためのやむを得ない結果でありましようけれども——その安価なのに驚かされるばかりでなく、進歩した機械工業生産の環境の中において、独自の生命を保持して来た我が国の手工芸品の声価が、同じ名称であるが故に、生産態勢の未発達な、いわば止むを得ない状況で生産されるこれらのものと混同され、再び低位の製品と同一視されることをおそれるものです。

すなわち、そのレベルの向上と、民衆の認識の啓発につくして来たわれわれデザイナー・クラフトマンならびに斯界の関係者の努力が水泡に帰するようなことになることは耐えられません。わが国では伝統的な手工芸に対する誇りは誰もが抱いていますが、日常各人の手元にあつて親まれるべきものとする先進国型の認識が普遍化するには未だ不安定な時点であり、この際にこういった状況に立ち至ったことは不運なことといえましよう。しかし現今の環境問題から導かれる精神面に対する救いは、各種のレジャー産業の繁栄と共に、これら手工芸品の真の復活に求められることは明らかです。

○

手工芸品が、手で作られるから貴重であるというような硬直した観点は喜ばしいことではありません。

せん。真の民芸品に見るような無名の工人の無心の手の繰り返しによる熟練、民族性に根ざしたその造型上の表現には尊いものがありますが、これに対して単に生産設備の簡易化や、コストのための補完的な手段として利用される無自覚な手加工にはこのような価値を認めることは出来ないからです。

これとは逆にわれわれの間では、高級手工芸品の産業化のために機械設備をとり入れていこうとする動きが顕著になって来ています。すなわち「手と道具」の関係から「手と機械」の協力に移りつつあるわけですが、その限界ははっきり規定することは出来ません。

プロトタイプとしてのクラフト・デザインはあくまで特定の個人たるデザイナーの頭脳の所産に属するもので、これらの生産は熟練した工人による工房に任されるわけです。もちろん当のデザイナーも又工人としてのタレントを発揮する場をもち、その上プロデューサー又はディレクターとしての役割を担当するというのが、現在でもわが国の産地に見られるような、最も望ましい姿です。

この時点においては手工芸＝クラフトも、その技術や対象製品のカテゴリーこそ異なっているものの、現代的なデザインのプロセスに依拠するものであることは容易に認識されることと思います。とかく伝統的な、又美術工芸的なベールを通しての世間の認識からすれば、多少意外でもあろうし、イメージがこわされるかも知れませんが、現実的につきつめていけばこの問題ではインダストリアル・デザインとクラフト・デザインの境界はないのも同然といってよいでしょう。

われわれのように論をなすものは、とかくティピカルな点でそれぞれに定義を下したりしますが、無心な世間の人と話し合う場合、よくこのような点を突かれ、明快な答えができずに困ることがあります。すなわち大きくいってIDもクラフトも、プロダクト・デザインとして総括すればよいのですが、デザイナーの職域や製品の分野などという現実の世界では、そうもいってられないことが往々あるというわけです。

○

先に“手”なるが故に尊いのではないと申しましたが、これと同じく“デザイン”したから良質になるという保証もありません。手造りは尊ばれるべき要素の一つであり、デザインは良質のものを生む手段ではあるけれども、結論はその成果を見て下されるべきものです。われわれデザイナー・クラフトマンは幸いこの要件を二つながらふまえているわけですが、これを単なる標語として依存するのではなく、各自それぞれの才能と信念によって、よりよい製品のプロトタイプたるべき自己の作品に取り組んでいるのです。

話題としては多少古くなりましたが、去る8月末から9月にかけて、われわれの協会のメインイベントである日本ニュークラフト展が銀座松屋で11回を迎えました。かねがね抱いていた上記のような所感を裏づける成果に到達し得たとはあえて申しませんが、少なくともその努力のきざしを示していたことは事実であり、必ずや今後の方向を指さすものとしての役目をになったものと信じています。

## デザイン行政の当面の課題について

“通商産業省貿易振興局主催のデザイン奨励審議会が、12月9日（財）日本産業デザイン振興会の筋向かいにある（財）世界経済情報サービスの会議室で、司会長司会のもとに貿易振興局長および検査デザイン課長も出席して開催されました。

議題は、(1) デザイン振興事業の現状と課題、(2) (財)日本産業デザイン振興会の現状、(3) 海外意匠商標調査使節団帰朝報告等で、本稿は議題(1)に関する配布資料です。”

デザイン向上の問題が単に輸出品デザインの向上という限られた問題ではなく、国民経済生活文化全般の問題として、益々重要性を増してきた今日、デザイン振興施策もそれに即応し、国民的規模におけるデザイン運動の展開を助長牽引する体制を整えなければならない。

このような要請の下においてデザイン行政は、デザイン振興体制の整備、拡充、国民的デザイン意識の高揚等を図ることに傾注される必要がある。

## 1. 中央、地方の連けいの強化

中小企業製品のデザインの向上、伝統的デザイン再開発を図るとともに、内外の優秀デザインの地方への普及を促進し、中央と地方との間にみられるデザイン格差を是正するため、既存の事業、組織等の再編強化に努める。

### (1) 優事業

地方公共団体の協力の下に各地の雑貨、陶磁器を対象にデザイン指導から海外販路の開拓まで図ろうとする本事業は、地方デザインの向上を図る有力な方策と考えられるが、単に海外市場だけでなく、国内市場に結びつけることを考え、事業内容の充実に努める。

- ① 事務局をジェトロから産デ振に移し、事業の推進体制を強化する。他方未参加の都道府県に対する呼びかけを強め、参加者の増加を図る。
- ② 参加する地方庁、企業の実情、要求等を十分考慮に入れた適材適所の指導員の人選を行なうとともに、高事業との組合せ等により指導の効果を高める。また対象品目がセット（例えば陶磁器と漆器の組合せ）を構成出来る場合には地域間の連けいを保ち、商品開発の実効を高める。
- ③ 海外市場開拓面では、専門見本市、政府ブースの改善を図るほか、デパートの商品研究室、開発部門担当者等の協力によるマーチャンダイズの強化により、内外市場への結びつけをも促進する。

### (2) 日本輸出デザイン展

- ① 日本輸出デザイン展を東京、大阪、名古屋のほか札幌、仙台、広島、福岡等の地方都市で開催し、地方におけるデザイン認識の高揚を図る。  
(46年度予算として要求中)
- ② Gマーク商品の他、地方特産品、優事業の成果等をも展示し、内容の充実に努める。
- ③ 出品商品に解説を加える等消費者教育としての効果について検討する。
- ④ 輸出品のみを対象とした展示の性格が稀薄となっているので、名称変更についても検討する必要がある。

### (3) 全国試験所作品展

- ① 製品科学研究所、名古屋工業技術試験所および関係地方試験所における試験研究の発表の場として開催されている全国試験所作品展を、研究者の交流の場としてだけでなく、一般消費者に対する啓蒙の場としても活用する。
- ② その一案として産デ振を主催者の一員として加え、商品化の域に達したものについては、産デ振に常設展示する等効果的な普及策を検討する。

### (4) ブロック別デザイン会議、工業技術連絡会議（工芸、窯業連合部会）の緊密化

- ① デザイン行政面における連絡会議としてのブロック別デザイン会議と、デザイン研究、情報交換の場としての工業技術連絡会議（工芸、窯業連合部会）との連絡を緊密化し、行政面、研究面におけるそれぞれの課題を反映しあう。
- ② その一案として、ブロック別デザイン会議においては、行政担当者以外に地方試験研究機関、デザインハウス、デザイン関連業界の出席を求め、課題を討議するよう努める。

### (5) 中央、地方の試験研究機関のあり方

- ① デザイン開発手法の高度化の要請にかんがみ、中央試験研究機関は、科学的開発手法を研究し、この普及に努める必要がある。
- ② 自力によるデザインの開発が困難である中小企業に対する指導面においては、地方試験機関の役割が依然として大きいことにかんがみ、この指導研究を助長するとともに、工芸連合部会等の場を通じて、共同研究等を促進する必要がある。

### (6) 地方デザイン振興機関の連けい

地方におけるデザインハウス、デザイン振興機関の新設傾向にかんがみ、この動きを助長する一方、産業デザイン振興会を中心とした全国的なネットワークを形成し、デザイン情報の相互交流を深める。

## 2. 国民的デザイン意識の高揚

デザイン行政の重要課題である優秀デザイン商品の選定、普及は、その有効な一方途であるが、現状においてはマンネリ化の感をまぬがれない。特に消費者行政の観点からもデザイン行政の重要性が痛感されている今日、Gマーク商品の選定事業はその中心的役割を担うものと考えられるので、事業内容の改善、充実に努める。

- ① 企業による申請と平行し、業界団体、消費者団体、デザイン振興機関等による推せん制度を新設し、優秀デザイン商品を普く網羅するよう努める。
- ② 選定回数を年間2回（46年度予算として要求中）

とし、季節商品が広く公募出来る道を開くとともに、非選定者に対して速やかに再応募の機会を与える。

- ③ 46年度は、現在作成中の安全性についての品質検査基準を適用し、さらに翌年度は、機能面についての品質基準を適用し、品質面のチェックを厳重にする。
- ④ 審査結果の公表を行ない、企業の反省を促がすとともに、消費者の啓蒙を図る。
- ⑤ 品目対象として資本財、公共デザイン（ストリート・ファニチュア等）等についても検討する。
- ⑥ 産業デザイン振興会のGマーク商品普及事業を促進する。

### 3. 日本産業デザイン振興会

総合的デザイン振興機関として誕生した日本産業デザイン振興会の強化、充実に努める。

- ① 日本商工会議所のデザイン業務を承継したので、これに引続き、ジェトロ・ジャパン・デザインハウスが暫定的に行なっていた国内面のデザイン業務を承継し、総合的デザインセンターに相応しい情報の収集および提供、展示等の業務を行なうこととする。（46年度予算においてこの内容で要求中）
- ② 地域的デザイン振興機関、業種別デザイン振興機

関、デザイナー団体との間に密接な連携を保ち、デザイン情報センターとしての機能を営む。

- ③ 総合的デザイン振興機関としての業務遂行が出来る人的、財政的基盤の強化に努める。
- ④ 海外のデザイン情報の収集、見本市参加等の面については、引続きジェトロとの協力関係を維持するとともに、次に述べるデザインの国際交流の面における諸事業の推進機関として積極的業務展開を行なう。

### 4. デザインの国際交流の展開

経済の国際化の進展に伴い、デザインの国際交流が活発化することが考えられ、研修者派遣、調査団、使節団の派遣等も引き続き行なうが、とくにデザインの国際会議による交流は、デザイン振興会での効果が大きいので下記会議の開催、参加等に努力する。

- ① 国際的デザイン機関であるICSIDに日本産業デザイン振興会を加盟させ、1971年度世界デザイン会議に派遣する一方、1973年大会をわが国に招へいする。
- ② 46年度にアジアデザイン交流事業としてアジアデザインシンポジウム等を開催する。  
（46年度予算要求において、APO（アジア生産性機構）の場を通じて予算要求中） 以上

---

## “来秋 アジア・デザイン・シンポジウムの開催”

アジア生産性機構（APO）は、アジア地域の各国が相互に協力してそれぞれの国の生産性を高め、アジア全体の経済水準を向上することを推進するため、日本、韓国、中華民国、香港、タイ、シンガポール、ベトナム、フィリピン、インド、インドネシア、パキスタン、イラン、セイロン、ネパールの14カ国政府が協定し1961年に設立された国際機関で、事業内容は企業診断、生産技術者訓練計画、技術専門家派遣計画その他の活動を行なっている。デザイン分野としては、1971年秋にデザイン振興シンポジウムを東京において開催し、デザインの開発研究に関する学術研究の交流を図るとともに、デザイン振興施策について検討することとなった。この件については1970年8月に開催されたAPO理事会において承認されたが予算的裏付がないので13カ国各2名の参加を予定し、滞在費その他のシンポジウム開催費の要求を行な

っている。なお、1971年2月香港において開催される代表者会議においてシンポジウムのスケジュール、実行予算等が組まれることになっている。

過去においては、1965年に中華民国へ吉岡道隆氏が、1966年と1968年に韓国へ鈴木利男氏が、1966年には香港へ吉岡道隆氏およびオランダの Mr. W. G. Jaarsveld が、1970年には韓国、インドネシア、ネパール、パキスタン、イランに Mr. W. G. Jaarsveld が専門家として派遣され Industrial Design その他につきセミナーを開催し、1970年1月には、日本においてアジア諸国9カ国の参加を得て、パッケージ エンジニアリング デザイン訓練コースが開催された。

なお、日本産業デザイン振興会も運営、事務面で協力することになっている。

## やまばを迎える

### 来年度の当振興会事業

去る12月9日2時からデザイン奨励審議会が開かれましたが、それに先立ち当振興会にて事務所移転後初の第4回理事会を開催しました。当振興会の機構拡充が議決され、総務、業務第一部（展示会関係）、業務第二部（情報活動関係）、と新設事務局長のもとに3部制となりました。

丁度予算期となりましたので通商産業省貿易振興局検査デザイン課原田課長より、デザイン行政、特に来年の当振興会関係予算の説明があり、その後本年会計の中間報告と、来年事業についての討議が、行なわれました。

来年度事業を4つの柱に集約してみますと

1. Gマーク制度改善拡充についての協力。通商産業省ではGマーク制度について種々改善拡充案を検討中ですので実施段階における協力。
2. 内外展示事業の拡大、ジェットロとは特に強力に提携して従来ジェットロが行なっているデザイン活動中の国内事業は総じて当振興会に移管されます。これにつれ展示事業のみでも来年度は17回程度を予定しています。
3. 情報活動の活発化、中央、地方から情報化時代に対応して情報の提供を求める声が大きく、本年度は既刊、近刊10種程を予定していますが、来年度は競輪資金の援助を得て海外情報をふくめて更に情報事業の強化を図ります。
4. 海外事業、世界各国の各デザイン振興団体と密接な連絡を図り、海外資料の交換も促進する積りです。その一環として来秋にはAPO（アジアデザインシンポジウム）への協力とか、ICSID会議への加盟等の国際交流を行ないます。
5. 従来のGマーク展の事務局と、今秋よりは

1973年ICSID会議日本開催の事務局、更にAPO事務局の設置等となることが予想されます。

これら事業の実施には通商産業省のご支援と私共の努力と各位のご賛同を必要とし創立第3年目を迎え明年の事業はますます多忙となりますが、各位の一層のご支援をお願い申し上げます。

### 風変りな会場なしの

#### ICSIDスペイン会議

第7回ICSID（国際工業デザイン協議会）会議は1971年10月スペインのイビザ島で開催される。スペイン側の構想によると、出席者を島に罐詰にして、その代りに島を開放して会議はすべて無線連絡とし海岸や、ロビー、山野に遊びながら、一方では会議を開くという会場なしの風変りな会議である。ICSID会議の事務局長クレソニエール女史（ベルギー）～今夏来日したがなかなかしつかりした美しい人である～は果して会議がうまくゆくものかと、一昨年のロンドン会議のあとだけに一層の心配をしているそうである。

この会議にはわが国では既に製品科学研究所とJIDAが加盟しており、当振興会もこのスペイン会議で加盟するよう目下手続中であるので、承認されれば風変りな加盟となる。

1973年の第8回会議は日本で開催されることが昨年のロンドン会議ですでに決定をみている。このため、さきの三者で、ICSID日本協議会を作り、その仮事務局を11月当振興会内に設置したが、風変りなスペイン風邪の後だけに妙薬をお教えください。

# 既刊・近刊図書案内

## 1 デザインプロセスの構造

製品科学研究所が行なった「システムティック・デザイン」セミナーの資料：英国王立芸術大学デザイン研究部長ブルース，L，アチャー著  
頒布価格 1,000円（郵送料込）余部僅少

## 2 デザイナー名簿

インダストリアル，インテリア，クラフト，パッケージの4団体に属するデザイナー約600名  
頒布価格 250円（郵送料込）

## 3 全国試験研究機関の試験研究項目一覧 （付録：内外産業デザイン団体名簿）

行政機関（55），官公立試験研究指導機関（205），教育機関（69），産業デザイン団体（105），海外デザイン関係機関（117）などのリスト。  
頒布価格 500円（郵送料込）

## 4 ヨーロッパのプロダクトデザイン

日本貿易振興会が西独ハンブルグ市場から収集した14カ国318点（一部カラー）。うち70点は解説つき。頒布価格 会員 600円（郵送料込）  
非会員 1,000円（郵送料込）

## 5 アメリカのプロダクトデザイン

日本貿易振興会ならびに東京都がニューヨーク市場等から収集した優秀デザイン商品13カ国312点（一部カラー）。うち約100点は解説つき。  
頒布価格 会員 600円（郵送料込）  
非会員 1,000円（郵送料込）

○ご希望の方は現金同封の上お申込み下さい。

○近刊図書はなるべくハガキにて予約して下さい。

## 6 Gマーク商品のカラー・スライド

職場にまた教育用にご利用ください  
カラー写真の複製もご相談ください

## <近刊図書>

## 7 ①事業出品商品写真集

昭和45年度日本優秀商品輸出推進事業（①）として全国各地よりデザイン指導の結果選ばれた商品約1300点（厨房，食卓用品を中心に身近装身具室内装飾地，ギフトウェア，文房具等多彩な商品）の写真集。

これらの商品は①事業としての最終目標である海外の専門ショーに出品されます。

アトランティック・シティー チャイナアンドガラスショー（昭和46年1月4日—8日まで）

フランクフルトメッセ スプリングフェア（昭和46年2月28日—3月4日まで）

## 8 産業デザイン情報誌

当振興会々員のみを対象とする目でみる情報シートで，海外雑誌数十種からとくにデザイン開発に役立つ写真を和文短評つきで収録，リビング，ダイニング，衣料，レジャー，屋外施設，職場環境の6分類として加除式の2穴ルーズリーフ形式で発刊される。

申込先 東京都港区芝浜松町3—5

世界貿易センタービル別館4階

（〒105）電話東京（03）435—5633～4

（財）日本産業デザイン振興会

§ 編集後記 §

○又々年の瀬を迎えました。本年のご愛顧を厚く御礼申しあげます。

○去る12月9日当振興会理事会（第4回）に引続いて、当振興会の向側の世界経済情報サービス会議室で通産大臣の諮問機関であるデザイン奨励審議会（司会長）が開催されました。

○会議の運営に当たった後藤局長以下検査デザイン課の衣を抜いだご指導のせいか、大よそ出席者の70%が発言されるという盛会で、Gマーク制度を中心に基本的な一切の問題点が一応討議されました。

○2時間の出席予定時間を組んで出席されていた後藤局長に「もう一言」と二委員から足止めされて局長も満足してご退席されたようでした。

○前回には「経費が足りなければ自前でこの審議

会を」との司会長のご発言があり、今回は「来年早々に再びこの会議を」と重ねての熱意あるご発言に原田課長は恐縮しておられました。

○通産省の資料の一部を本文に掲載させていただきましたが、可能ならば討議の大略を来月号にもご紹介させていただきたいと存じます。

○引続いてAPOの前衛を務められた豊口団長と本多委員の帰朝報告がありました。ご苦勞様でした。同調査団に同行された検査デザイン課に旅行記をお願いいたしています。次号をご期待下さい。

○来年は愈々当振興も第3年目を迎え、本文にご紹介したように多忙であり、一つの峠にさしかかっています。各位の創設期というお許しやご同情を終りにして、私共一同努力いたしたいと念願しています。年末に当り各位ともよきお年を迎えられるとともに来年のご多幸を祈ります。

## 日本産業デザイン館開設

日本産業デザイン振興会

濡れずにゆける当館の利用を!!

### 特別展示場

～一般の方もご利用下さい～

面積 247㎡ (75坪)

使用料 1日 32,750円

(当会賛助会員 1日30,000円)

使用希望の方は遠慮なく早めに



### 雑誌・カタログコーナー

～ジェットロが最近海外より入荷したカタログが置いてあります～

### 常設展示場

～Gマーク商品(優)商品, その他の出品を～

出品料 1カ月 1才 (登録料500円)につき

才数	単価(円)	15才以下	1,000
5才以下	1,100	20才以下	950
10才以下	1,050	20才以上	900

利付債なら  
**リッショー**  
期間5年・無記名  
年利回り7.638%

日本の産業を支える金融機関

## 商工中金

●商工組合中央金庫●

本店／東京都中央区八重洲6-5  
(東京駅八重洲南口鍛冶橋傍)  
☎東京(03)272-6111(大代表)

資本金 327億円  
(うち政府出資184億円余)

## JIDPOニュース Vol.1 No.8

昭和45年12月10日発行 定価50円

編集発行人 石田幸一

発行所 財団法人 日本産業デザイン振興会  
東京都港区芝浜松町3-5  
世界貿易センタービル別館4階  
〒105 電話東京(03)435-5633~4

## デザイン・ミュージアム



評論家

東京造形大学教授

日本デザインコミッティー 理事長

勝 見 勝

工業製品は、どんな優れたデザインであっても、一たびモデル・チェンジがおこなわれると、やがて入手できなくなる。先年《メード・イン・ジャパン》という展覧会を開いた時、東芝が戦後いち早く発売した、皆川等デザインのトースターや、ソニーの初期のポータブル・ラジオが、なかなか手に入らないので、苦勞した記憶がある。その時は、皆川君や井深社長個人の所蔵品をお借りし、それも新たに鍍金を施して頂いて、どうにか展示に間に合わせた。

ミュンヘンの《ノイエ・ザンムルンク》という美術館は、デザイン史家として高名なヴェント・フィッシャーが館長をしているので、デザイン史的に興味の深い展覧会を、しばしば開いているが、やはり、同じ悩みに当面することが多いと、彼もこぼしていた。しかし、彼の美術館は、名称（ニュー・コレクションの意）も示すように、優れたデザインを蒐集・保存する予算や設備を持っているから、まだしもである。

日本の工業は、モデル・チェンジのはげしさでは、アメリカもおよばないほどであろう。しかもそれらの蒐集や保存は、どこでも考慮されていない。もちろん、すべての工業製品や広告印刷物を、蒐集・保存することは不可能で、一定の美学的・工学的価値判断にもとづく、組織的な取捨選択が必要であろう。

それにしても、ニューヨークの近代美術館や、ミュンヘンのノイエ・ザンムルンクのように、デザインに力を入れている美術館は、わが国にはどこにもない。数年前、国立近代美術館の今泉篤夫氏から、日本のデザイン展の企画の相談をうけ、委員会にも何度か出席したことがあったが、冒頭にもふれた、デザインの特異な事情に無理解で、メーカーや広告代理店から借り集めれば、すぐに間にあうだろうという、きわめてイージーな考え方に当面した。

おそらく、わが国現在の文化行政の方向では、とうてい、デザイン・ミュージアムの実現は、困難かと考えられる。そして、日本産業デザイン振興会設立の趣旨の一つは、こういう文化行政と産業行政の域界領域に属する空隙を、埋めることにあるのではあるまいかと思われる。ひとつ、この問題を、長期にわたる計画として、ぜひとり上げて頂きたいものである。



# 未来へ繋ぐパッケージデザインの役割

多摩美術大学教授

(社)日本包装技術協会 常務理事

日本パッケージデザイン 協会理事

高 橋 満 寿 男

パッケージにおける機能性（生産機能、販売機能、消費機能）と未来へ繋ぐ役割に触れて見たい。もとより来年の事を言えば鬼が笑うとも言い、めまぐるしく変貌する昨今愚かしい事と言われるかも知れないが、放物線上に浮かぶ蜃気楼としても前進を意味するならば無意味とは思わない。一体“パッケージとは何か”と今更定義めいた事は言いたくないがパッケージ (package) とは時代 (age) を包む (pack) から package なのだと言ったが、こじつけとしても如何にももっともらしい。確かにパッケージはその時代をあらわしているし、そうでなければ存在し得ない。所が大変不思議な事がある。どう言う訳かパッケージデザインはデザイン界の評価は誠に低い。これも日本だけの現象だが、それにも拘らず企業は莫大なデザイン料を支払って外国デザイナーに制作依頼している事実は他のデザイン面では稀である。ピースのデザインに端を発したとは言わない迄もその数は夥しい。それには幾多の理由もあげられようが一つは日本古来からの抽象主義思想に由来しよう。またそれよりパッケージはデザイナー一人の力では完遂出来ないと言う点に大きな理由があるのではないだろうか。その身近な協力的周辺をあげて見ると、

- 製品の温湿遮断、輸送上の損害から守ると言う点において気象学、物理学、機械学
- 包装の構造特に材料の進歩発達と加工技術において化学、印刷および加工技術
- 製品と包装との間における両立性において薬学、毒物学、細菌学

○省力化とスピード化に対する包装の機械化において機械工学、電気工学

この外あらゆる背景としての経済学はもとより心理学、人間工学等はデザインングとして無関係ではあり得ない。このように生産から商品形態を整えて大衆の生活の中に位置するものであり単に容器と言う場のみしか見ないとすればパッケージスペシャリストとして貧困と言う外はない。私はたとえ心理学、美学とに根をおろすデザインとは言え寧ろあらゆる学問、あらゆる技術をミックスしてそこに魅力ある姿を創造させるミクシングテクニシャンとデザイナーを見たい。強いて言うならば美しくまとめるまとめ役としてのプロデューサーと考えたいのである。こう考えてくると今日迄の学問や色々な体制において立割思想の歪を感じないではいられない。寧ろ横割の時代が私達の周辺にせまりつつある事を感じるのである。今や社会において経済だけで独立し得ないのと全く同じである。

少しプレゼンテーションに深入りし過ぎたが要するにパッケージは生産環境から消費環境への接点としてのメカニズムに意味をもっており、そこではメーカー間の厳しい戦や消費者の自由選択と言う関門がある。その次により内的な手段として大衆の生活体での問題がある。しかもその事は益々新しい時代の意味を打ち出しつつある。しかし実のところパッケージの今日迄はここ迄で一応ピリオドを打たれていたと言える。ところが明日はこれから再び新しいコースが待ち受けているのを知るのである。それは公害のような予期しない新

しい世界である。

この辺で話題をパッケージデザインの近代的効率即ち変貌する価値感へのプランニングを考えて見たい。従来からモチベーションにおける商標 (Brand) と値段 (Price) の決定的効果に対してデザインは物理学的な見方において使用時の便利性 (Convenience) や耐久性による再使用 (Reusability) とまたそれと同時に廃棄 (Disposability) しやすいことが高い効率を上げている。これについては後に述べるが、加うるに心理学的な面として新奇性 (Newness) と保守性 (Conservatism) が最も視覚的には大きい役目を果たしている。またより心理学的に社会的満足感 (Social Content) を与える事は付加価値として決定的である。これらは A.P.I. (America Packaging Institute) において価値構成 (Value Association) と説いている面のだが、然し構成の中で現次元で見逃せないテクニックとしてフィーリングや、時に反体制的感覚等は刺激剤としてしばしばカンフル注射の役目を果たしている。

次に先に後述すると述べたデザインの周辺であるがこれを公害とデザインとして捕えたい。70年代は公害の声に脅かされ続けて来た年であったが71年は困難であっても対策を見出し、できれば体当たりする年にしたい。プラスチックパッケージの回収措置について通産省は無節操なパッケージにストップをかけようとした事は既に知られる通りである。解決は化学の力にまつ事が多いとしても消費者の力も参加する新しい環境が生まれるであろう。

またパッケージと製品との繋がりと言うか形態についてパッケージは製品を守る容器として始まったが、もとより役割は変わらないとしてもこれから製品それ自体の中に溶け込んで行く傾向は益々強まろう。既にそうした片鱗は企業サイドはもとより一般にも気付かれているであろう。こうした

事から私が100年後のパッケージはどうなるかと問われたら社会環境によってパッケージは恐らく無くなるだろうと答えるかも知れない。その事はパッケージ解体を意味するのではなく寧ろ前進と考えたい、何故ならパッケージは最早商品の付加価値としてではなく商品自体に転移したと言うか偶然一体となった新しい形態の商品となると考えるからである。

またパッケージは世界環境において拡大された視野が重要になって来る。我国の G. N. P. は世界の何番だとか言われるが私の疑問は何故そんなに宣伝しなければならないかである。この事によるのであろうか、世界に少くない衝撃を与えたようである。そうであるかあらぬかエコノミックアニマルとニックネームがつけられて久しい。我国のパッケージデザインも近年長足の進歩を遂げ、あわて者は遂にアメリカを凌駕したと嘯くに至った。不思議な事はそうした主張をする多くはパッケージの素人に多いのは面白い。この解答はパッケージデザインにおける教育面の一事を見ても氷解できるであろう。またパッケージ組織の世界的状況をながめると先づヨーロッパ包装連盟 (E. P. F. 20ヶ国) 次いでアジア包装連盟 (A. P. F. 8ヶ国) 最後にアメリカ包装連盟 (A. P. F. 2ヶ国) が既に設立され1968年まとめ役の世界包装機構 (W. P. O.) が生まれた。既に優秀包装世界コンテストが昨年開催されるに至った。最早発展する孤立はこの世界には見出せない。

いよいよ本文も終りに近づけねばならない。終りの一言としてパッケージ未来像への期待としてこう考えたい。(1)公害対策をも含めて反人間性への反省。それと同時に(2)しなければならないであろう事は我国は最早如何なる国にも依存する事を許されないとする現実である。力の有無に拘わらずリーダーとしての位置に立たねばならない。寧ろ自から進んで自覚する事きだと考えたい。

# 東南アジアを巡って

—海外意匠商標調査使節団—

通商産業省貿易振興局検査デザイン課総括班長

松 長 成 弘

通産省では、海外における意匠商標模倣防止対策の一環として、昭和41年以来東南アジアに調査使節団を毎年派遣し、東南アジア諸国の工業所有権制度等の調査を行なうとともに模倣防止対策についての意見交換を行なってきた。この結果、訪問国における工業所有権制度、政府および関係機関の模倣防止に対する考え方を理解する等、多くの成果をあげることができたが、さらに効果的ならしめるためには、デザインの模倣防止の本質がデザイン創作意欲の向上にありという基本的認識にたち、デザイン創作意欲を植付け、向上させるためのより直接的な振興方策についても、相互理解し積極的に協力して行く必要がある。

本年度の調査使節団は、かかる理解のもとに模倣防止問題については過去4回の経験から、工業所有権制度およびその運用がなお流動的である国に限り、デザイン振興問題の意見交換を柱とし、たまたま、APO（アジア生産性機構）が昭和46年度事業としてデザイン振興シンポジウムを日本で開催することを昨年8月の理事会で決議されたので、この趣旨説明と参加要請をあわせて、昨年11月17日より21日間、豊口克平氏を団長として派遣された。

訪問した国は、大韓民国、中華民国、シンガポール、タイ国および香港の5カ国で、その詳細については後日とりまとめる報告書にゆづり、ここでは概要を述べることにしたい。

## 1. デザイン振興の現状

戦後、わが国の産業が量産体制の確立に追われ、その後品質の向上からデザインの向上へと進展しているのと同様に、5カ国においても1960年代からようやく工業化への指向が強まり、品質の向上が当面の課題であったが、デザインの向上問

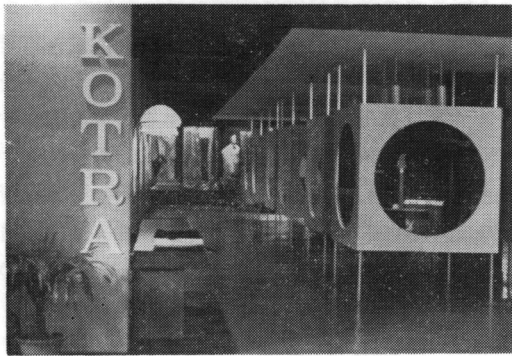
題が採り上げられたのは最近になってからのようで、わが国との間には10年ないし15年のギャップがあるが、それだけに各国とも真剣にデザイン問題に取り組んでおり、われわれ調査使節団を歓迎し、日本におけるデザイン振興の現状について熱心な質問攻勢を受け、時間が足りなかったことも度々あった程である。

いうまでもなく5カ国にはそれぞれ歴史的、経済的に差があり、これがそのままデザイン問題に反影している。即ち、香港、シンガポールのように、歴史的文化的遺産に乏しく、仲継貿易を中心とする国際都市として発展した国では、工業化への意欲が強く、インダストリアルデザイン（ID）への関心が専らであり、大韓民国、中華民国、タイ国のように歴史的文化的に古い伝統をもっている国では、工業化への進展とともに、IDへの関心とクラフトデザイン（CD）の近代化に努力している。

また、工業化の進展の程度により、ID振興の進み方も異っており、特に中華民国、香港のように工業化が比較的進んでいる国では、ID振興が民間振興機関によって主導され、その他の国では政府が直接主導している点興味深い。

次に、国別にデザイン振興の現状をみてみよう。

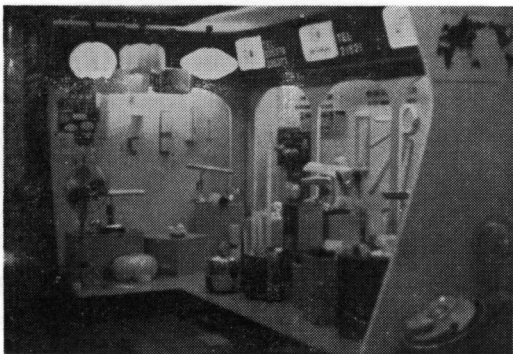
**大韓民国** 1960年代後半から外国人デザイナーを招へい、セミナーを開催し、またコトラに展示場を設け内外優秀デザイン商品を展示し、デザイン意識の向上を行なってきたが、昨年、大統領の強い意向により、デザイン研究機関としてデザインセンターを設立し、商工部長官を理事長として積極的にデザイン問題に取り組んでいる。また最近商工部にデザイン包装課を設置し、デザイン行政を強化している。教育面では、ソウル大学にデザ



大韓民国・コトラの展示場

イン科があり、ID部門に10名の学生がいるが、男子学生は2名だけである。これは、卒業後の企業への受入れが少ないためということである。また生活デザイン、商業デザイン、工業デザイン等の教科をもつ修業年限3年のデザイン専門学校の設立構想がある。

中華民国 1960年初頭から生産力中心(CPTC)の手でデザイン振興が行なわれている。主要な事業は、米、西独、日本等からデザイナーを招へいしてセミナーを開催し、64年から政府の協力により7の工専(私立)にID科を設け長期訓練



台湾・ディスプレイセンター

を行なうとともに海外に20名の留学生を派遣している。また展示場を65年に設立して国内製品を展示するほか、消費者啓蒙のために製品の比較検討会を行なっている。67年以降ID振興は工業設計協会が担当しているが、現在全国的活動を展開するため、中華民国工業設計委員会を設立すべく政府に働きかけている。

シンガポール 工業化に積極的で、ジュロン地区に広大な工業団地を造成し、国際的な工場誘致

を行なっている。このためIDへの関心が強まり経済開発局(EDB)に最近Light Industry Service(LIS)とProduct Design Centerを設置し、IDの振興に努めはじめているが、この



シンガポール・ジュロン地区工業団地

国にIDデザイナーが4名しかいないのが隘路になっているようである。ここに国連から派遣されたデザイナーがおり、CD(みやげ品)の近代化も手がけている。また、EDBにEngineering Industry Development Agencyがあり、電気、木工、化学等6つの部門の工場をもち、外国人をチーフとして技術およびデザインの訓練を行なっている。

タイ国 IDとCDの振興を組織的に政府の手で進めている。即ち、工業振興局の中にSmall Industrial Service Institute(SISI)およびDesign Centerがあり、IDはSISIが担当し、CDはDCが担当している。SISIにデザイン課があり、西独から招へいしたデザイナーをチーフとし3名のデザイナーにより民間からの依頼に応じIDを行なっている。またDCは8



タイ・チュンマイ漆器工場

名のデザイナーを持ち、クラフト製品、ファニチュア等ノンメカニカル商品のデザインの近代化を行っており、この5年間に219企業からの依頼により3,065のデザインを行なっている。

香港 新界地域を中心とする工業化が活発に行なわれており、これに伴ないCDは全くみすてられ、ID振興運動が活発化している。ID振興の母体は、Federation of Hong-Kong Industry (FHI)で、その動きは、1968年に Industrial Design Council を設置すべく、政府、産業界にアプローチし、民間の基金により設置されたのを手始めとし、現在 Design Center を設立するよう準備中である。このセンターの事業としては、ID教育およびID奨励を行なうことにあるが、教育については、4年コース工科大学を73年からスタートするよう準備を進める一方、当面の問題としてホンコン大学に33人の学生をFHIの費用で送り、デザイナー養成に当たっている。ID奨励については、71年初にIDのオープンコンペを行なう計画であり、また国際的なID展を計画し、既に70年12月に西独のID展が開催され、72年にはスカンジナビア3国、73年には英国のID展が予定されている。われわれ調査使節団がFHIを訪問した際、FHIから、71年に日本のID展開催を強く要請されたが、わが国としてもデザインを通じた経済協力としてできる限りこの要請に応える必要があろう（現在、ジェット予算で開催する方向で検討を進めている。）

## 2. デザイン振興上の問題点

以上各国のデザイン振興の現状について概要を述べたが、どの国においても多くの問題をかかえている。

第一は、工業化が急速に進められているのに反し、デザイナーの養成が遅れていることである。各国でも大学においてデザイン科をもっているのは、大韓民国、香港、タイ国であるが、その数は少なく、中華民国では、ようやく工専にデザイン科を設けているに過ぎず、シンガポールには大学工専にデザイン科がない。これを補うため、各国とも外国人デザイナーを招へいしてデザイン訓練を行なっているのが実状のようである。もっとも国連等の援助のもとに先進国に留学生をおくって

いるが、多くは、自国に定着していないようである。ただ、ここで留意すべきことは、各国ともデザイナーの招へいは短期的に開催するセミナーを除いては、長期的に滞在し指導することを望んでおり、欧米諸国ではこの要望に答えていることである。わが国の場合、殆んどが短期間の指導を行なっているに過ぎないが、真にデザイン指導に打込むためには、長期的指導が必要であり、今後のわが国の大きな課題となろう。

第二は、企業とデザイナーの結びつきの問題である。即ち、各国の工業化の多くは合弁企業として先進国が進出したものであるため、デザインもこの企業進出とともに先進国から流入してくること、および地元産業は中小企業が多く生産第一主義でデザイン認識が低いことから、デザイナーの受け入れ体制ができていないことである。

後者の問題は、デザイン認識の向上を図るためのデザイン振興施策を強力に推進するほかはないが、前者の合弁企業の地元デザイナーの受入れについては一考に値する問題である。勿論、合弁企業にはその国の需要を阻いとして進出していないものもあり、一がいにはいえないむずかしい問題であろう。しかし、最近の国際経済の動向が、かつての米国中心主義から、西ヨーロッパおよびわが国を含めた三つの経済体制へと変化しつつあり、それだけにわが国の国際的責務が増大しているが、わが国の東南アジアに対する経済協力も従来以上に強まるであろうこれらの国に対するインパクトをできるだけ緩和することが必要であろう。既に述べたタイ国のSISIにおいてIDを行なっているのは、フィアット、トラクター部品、工業用オープン等で、現地合弁企業からの依頼にもとづくものである。これらの企業は、いづれもタイの気候、風土に適応したデザインにするため、現地デザイナーの頭脳を借りたもので、現地デザイナーの活用に対し一つの示唆を与えるものといえよう。

## 3. デザイン振興シンポジウム

既に述べたように、各国ともデザイン問題については、工業化の進展につれて認識が高まり、それぞれ国情の差こそあれ、デザイン振興策を講じている時期にあったため、デザイン振興シンポジ

ウムの開催については極めて積極的で、各国とも参加の意思を表明した。しかし、討議すべき議題等についての提案は、香港からなされただけであった。

香港の提案は、第1に代表問題、第2に討議内容問題、第3に会議のマネージング問題であった。代表問題については、政府振興機関およびデザイナーからそれぞれ代表を参加させる必要があるとし、討議内容問題については、議題は現実的、具体的なものであり、各国がそれぞれ持っている問題を相互理解し、全体で改善意見を見出す必要があるとし、また、会議のマネージング問題については、実質的な討議時間をできるだけ多くとるよう、事務局が予め、各国から提出される資料をまとめて配付しておく必要があるとするものである。いづれにしても適切なアドバイスであり、今後の運営の参考となろう。

このシンポジウムは、アジアにおいては初めて開催されるものであり、デザインを通じた経済協力の試金石となるのみでなく、この成否は、73年に日本で開催される予定のICSIDの世界デザイン会議の成否にもつながるものであるので、シンポジウム運営の組織構成、議題の選定、会議の進め方等慎重に検討を進め、このシンポジウムを意義あるものにしたいと考える。デザイン関係者の協力をお願いするものである。

#### 4. デザイン保全

デザイン保全問題については、大韓民国と中華民国について主として前回の調査使節団から懸案事項として残された問題について調査を行なった。

大韓民国では、商標の相互出願登録を昭和43年12月から実施することになっていたが、わが国から出願している7,500余件については、訪問した時点では鋭意審査中とのことで登録されていなか

った。(その後、最近一部登録になったようである。)

また、デザイン保護問題について、前回の調査使節団に対し、デザイン法制定につき前向の姿勢をとる旨の話があったが、工業所有権との権利関係等により政府部内の意見統一ができず、現在貿易協会関係者の意見を聴取している段階である。これは、同国では先づデザイン振興を優先して自国の基盤をつくり、その上でデザイン保護問題を考えたいという思想によるものであらうと考えられる。

次に、中華民国では、クリスマス電球業界と手工芸品業界から、過当競争防止のため、デザイン保護の要請が政府になされており、政府としてもデザイン保護制度について前向の姿勢をとりつつあるようである。政府担当者は、デザインの保護なくしてはデザインの振興も充分できないことを理解しているが、デザイン保護制度を設けるためには、制度制定による効果等の資料が必要であり、既にこの効果のあがっている日本の資料を提供してほしい旨、強く要望され、できるだけ期待にそのような資料の提供を約束した。

また、工業所有権について、現在商標法の改正法案を議会に提案しており、審議中であるが、本改正法案における政府の基本的姿勢は、登録した商標はこれを強く保護し、模倣は受理しないというものであり、具体的には、権利の侵害に対しては刑法を適用するほか、事件発生の救済、賠償規定を設けること等を内容としているようである。

今回の調査使節団は、21日間という限られた日程で、5カ国の政府および関係団体と数回にわたるミーティングを行なったが、時間的な制約から十分な調査や意見交換ができなかったうらみがあり、事実認識に不十分な点もあらうかと思われる。卒直にご指摘いただければ幸いである。

海外意匠商標調査団は、昭和42年以降毎年通産省と、繊維、陶磁器、雑貨ならびに機械デザインセンター等の役、職員によって主として東南アジア各国に派遣されています。

## ジェットロのデザイン関係予算、 当振興会へ移管決る

昨年末に行なわれた昭和46年度政府予算の査定に際して、従来ジェットロに交付されていた、産業デザイン振興についての諸事業費は、昭和46年度から当振興会に交付されることになりました。その総額は4,161万円（昨年度より一割弱の増）で主要な事業内容は次のとおりです。

1. 海外研究員派遣事業（欧・米両地域に各分野のデザイナーを約3カ月派遣，航空賃，滞在費の約半額を支給）
2. 海外優秀商品見本収集事業（繊維，雑貨，軽機械等約750点の優秀デザイン商品を収集）
3. 資料の収集整備事業（海外におけるデザイン事情とその背景についてのカラースライドの作成と，和・洋図書，雑誌の購入）
4. インデックス整備事業（優秀商品，デザイン施設紹介等のカード作成）
5. 啓蒙宣伝事業（英和文機関誌，パンフレット等の発行）
6. 優秀商品の展示事業（業種別展示4回，特別展示4回の計8回を予定）
7. 業種別デザイン振興事業（講習会，デザインコンクール，展示会の開催，巡回指導等）

### P・レイリー卿と

### G・ボン・シーベ教授来日

3月上旬来日予定であった，ICSID事務総長のクレソニエール女史が病気のため，代りに英国C o I Dの会長ポール・レイリー卿が来日の予定です。

また，製品科学研究所では，昨年3月英国の王立芸術大学工業デザイン研究部長ブルース・L・

アーチャー博士と，同大学工業デザイン研究員リチャード・B・ランドン氏を迎えて「システムティック・デザイン」に関するセミナーを開催し，好評を博しましたが，本年は西ドイツのウルム造形大学出身で，工業機器から包装デザインまで，幅広い活躍をされ，現在チリー・サンチャゴのカトリック大学の教授であるガイ・ボン・シーベ教授を3月下旬招へいすることになりました。

### 産業デザイン研究員募集

当振興会では，今年度よりジェットロのデザイン関係業務を引き継ぐこととなり，近く昭和46年度の短期（3カ月）海外産業デザイン研究員を募集いたします。正式の募集要綱は2月上旬当振興会より発表いたしますが概略は次の通りです。

- ・派遣期間 昭和46年度内の3カ月間
- ・派遣先 ヨーロッパまたはアメリカのいづれか一地域
- ・応募資格 実務経験5年以上のデザイナー
- ・選考 応募者の中から簡単な語学試験と研究計画を中心とする面接により6名を選考します。
- ・経費 航空賃および滞在費の約半額を支給します。
- ・条件 当振興会の必要とする資料の収集・調査等を委嘱することがあります。

## 海外雑誌カタログコーナーの設置

当振興会では、常設展示場内に雑誌等の閲覧コーナーを設け、デザイン関係海外雑誌70数種と、最近西独ハンブルグ市場より収集した各種のカタログを展示して閲覧に供しております。来館のうへご利用ください。

## 欧州機械産業デザイン視察団募集

(財)日本機械デザインセンターでは、競合商

品、新製品、展示技法、市場環境、消費者動向等ヨーロッパにおける工業デザインに関する調査を目的として、4月に欧州各地を視察する調査団の募集をしております。

募集要項等詳細は下記までお問合せください。

財団法人 日本機械デザインセンター

東京都港区赤坂1-9-15 自転車会館

〒107 TEL東京(582)-6221~5

## 近刊図書

### 1 (優) 事業出品商品写真集

昭和45年度日本優秀商品輸出推進事業(優)

として、全国各地よりデザイン指導の結果選ばれた商品約1,300点(厨房、食卓用品を中心に身辺装身具、室内装飾地、ギフトウエアー、文具等でアトランティック・シティー・チャイナアンドガラスショーおよびフランクフルト・スプリングフェア出品物)の写真集。

### 2 産業デザイン情報誌

当振興会々員のみを対象とする目でみる情報シートで、海外雑誌数十種からリビング、ダイニング、衣料、レジャー、屋外施設、職場環境等のデザイン情報を収録。

### 3 デザイン事務所名簿

(社)日本インダストリアルデザイナー協会、(社)日本インテリアデザイナー協会、日本パッケージデザイン協会、日本デザイナークラフトマン協会の4団体の正会員が代表者もしくは主たる職員になっている事業体あるいは個人のデザイン活動歴、組織等を収録。(付4団体会員名簿)

なお、この名簿作成のため集められた調査票は企業等の参考に供するため整備し、当振興会に保管しております。

## 既刊図書

### 1 デザインプロセスの構造

著者 ブルース・L・アーチャー(英国王立芸術大学工業デザイン研究部長)

頒布価格 1000円(郵送料込)

### 2 デザイナー名簿

頒布価格 250円(郵送料込)

### 3 全国試験研究機関の試験研究項目一覧

(付:内外産業デザイン団体名簿)

頒布価格 500円(郵送料込)

### 4 ヨーロッパのプロダクトデザイン

頒布価格 会員 600円、非会員 1,000円  
(郵送料込)

### 5 アメリカのプロダクトデザイン

頒布価格 会員 600円、非会員 1,000円  
(郵送料込)

### 6 Gマーク商品のカラー・スライド

○ご希望の方は現金同封の上お申し込みください。

○近刊図書はハガキにて予約してください。

申込先 東京都港区芝浜松町3-5

世界貿易センタービル別館4階

(〒105)電話東京(03)435-5633~4

(財)日本産業デザイン振興会



## § 編集後記 §

○あけましておめでとうございます。本年は猪のように勇猛果敢に各種の事業にとりくみたいと考えています。

○内外の経済、生活環境事情は楽観をゆるしません、こんなときこそデザイン問題が正しく認識され、その価値が正しく評価される必要があるのではないのでしょうか。

○デザインの国際化時代をむかえて、本会も今秋のアジア・デザイン・シンポジウム、73年に予定される世界デザイン会議の開催に協力することとなりました。会議の成果を高めるためのあらゆる努力をしたいと考えております。

○日商、日本貿易振興会、日本自転車振興会からの支援をうけて、本会は創設の時期をすごしましたが、昭和46年度からは、直接国の助成をうけることになりました。倍旧のご支援、ご指導を願うとともに、直接国の助成をうけて各種デザイン振興事業を行う責任の重さを痛感しています。

## 特別展示予定

2月15日～20日

“日本のやきもの”

—美濃焼のタイルとノベルティ—

3月2日～4日

“第1回輸出機械デザインコンクール”

3月8日～13日

“ヨーロッパ市場に見るグッドデザイン”

—海外収集見本展— (仮称)

3月16日～20日

“明日のデザイナー達”展 (仮称)

3月23日～27日

“私達の生活とガラス器”展 (仮称)

## 日本産業デザイン館

(財) 日本産業デザイン振興会

### 交通至便な当館の利用を!!

#### 特別展示場

面積 247㎡ (75坪)

使用料 1日 32,750円

(当会賛助会員 1日30,000円)

使用ご希望の方は早めにお申し込みください。



#### 常設展示場

～Gマーク商品, (優)商品, その他の出品を～

出品料 1カ月 1才 (約0.03㎡) につき

才数	単価(円)	15才以下	1,000
5才以下	1,100	20才以下	950
10才以下	1,050	20才以上	900

登録料 1商品につき 500円

利付債なら  
**リッショー**

期間5年・無記名  
年利回り7.638%

日本の産業を支える金融機関

**商工中金**

●商工組合中央金庫●

本店/東京都中央区八重洲6-5  
(東京駅八重洲南口銀塔橋傍)

☎東京(03)272-6111(大代表)

資本金 **327億円**  
(うち政府出資184億円余)

**JIDPO** ニュース Vol. 2 No. 1

昭和46年1月10日発行 定価 50円

編集発行人 石田 幸一

発行所 財団法人 日本産業デザイン振興会  
東京都港区芝浜松町3-5  
世界貿易センタービル別館4階  
〒105 電話東京(03)435-5633~4

### 何か間違っている



東京工業大学教授  
工学博士  
建築家

清 家 清

この冬は大根が1本150円もした。新聞にその高値の由来するところが報じられていて、結局は原因がその流通機構にあるという結論になっていた。百姓が出荷するときは、1本20円前後で、高くても30円で1反当り1万円にもならぬという。秋大根というのは8月に播種して年末に収穫するから、一町歩つくっても四半期でたった10万円ということになり、生産者は酷いものですということであった。

話は変わるが、先日の株式の終値では、新日鉄56円、新潟鉄100円、日産自164円、三井物190円、伊勢丹274円となっていた。株式のことだから、高くなったり安くなったりはするとしても、製鉄会社は五十何円、製造会社は百円台、商社は二百円台という水準序列は変るまい。大根同様に、基幹の一次産業ほど儲けが少なく、二次・三次の末端ほど利益が大きいことをこの株価が示している。大根から鉄鋼まで、生産者はその生産に充分報いられないで、途中の流通の機構が充分儲けているといっちはいいすぎだろうか。

デザイナー諸君にしてもそうだ。末端機構に関係している人ほど羽振りがよい。『そういうのは売れない、こういう風にしてくれ』と販売のほうからいわれると、たいていのデザイナーはその販売のことを聞いてしまう。どちらがデザインをしているのかわからない。デザイナーはよいデザインをすればよいのであって、売れるデザインをする必要はない。勿論、売れたほうが売れないよりはよい。しかし、よいデザインが必ずしも売れるとは限らない。そのよいデザインを売れるようにするのが販売の仕事であって、デザイナーはよいデザインをしていけばよい。販売のほうに羽振りがよいからといって、売りやすい製品をつくるために生産をしていては、本末転倒ということになる。要はよい製品をつくるのがデザイナーの仕事であって、販売とか流通機構というのはそのよいデザインを普及するのが仕事だからこそ、生産者よりも儲けさせてもらっているのではなかろうか。

デザインということばが、いつもコマシーリズムと結びついて、売るための手段でありすぎる傾向がある。デザインがよいというのが、よいものをつくるという本質的な基幹的なものよさではなくて、売らんかなというよこしまな目的に奉仕するものであることが多い。商人たちは充分儲けているのだから、デザイナーはもっと生産者、あるいは最終消費者の立場にたつてデザインをするというのだということについて考えてみては。私が工業大学の教師をしているから、我田引水と思われてもしかたがないけれど、コマシーリズム（商業）デザインではなくて、インダストリアル（工業）デザインをとというのが結論。

# 陶磁器デザインの実態と問題点

名古屋工業技術試験所

第6部長 内藤隆三

わが国の陶磁器の発展には二つの流れがある。その一つは奈良、平安時代中国から製陶技法が渡来し、さらに後世に至って製磁の技術を導入して、わが国の風土に合ったものに消化し、伝統を築いたものであり、その間にはわが国の独創的製品を生み出している。またもう一つは、他の産業と同様に明治以後の貿易の発展に伴って、欧州の生産技術により、近代産業としての形態をとる様になったものである。

古来の伝統陶磁器のなかには造形、図案、彩飾などの優れたものがあり、現在においても極めて近代的感覚の充実したものすら存在している。ただその再現性に問題があり、当時としては量産不可能であったため、産業デザインとしての観点からは程遠く、いわゆる工芸品として現在に伝えられているに過ぎない。しかしこの様なものの中にも、材質、技法の科学的解明により、現在再現可能なものもある。例えば青磁釉の製品など、量産化され「Gマーク」商品に選定されている。この様に陶磁器では、その歴史が古いだけに、伝統を基盤として発達してきたものを、産業的な見方で見直す必要がある。

一方近代産業として発展した陶磁器では、極端に機能、性能を問題とする工業製品は別として、食器、食卓用品、置物類など日用雑貨に属する製品では、従来の商習慣からパイヤー依存、問屋依存によってデザインに対する関心が薄かったが、海外からのデザイン盗用の抗議が相次いで舞い込んだことを契機として、漸くデザインに対する認

識が深まってきた。

しかしながら陶磁器のデザイン界を展望する時、組織だった活発な動向は見られず、デザインソースの基本的な姿勢が確立されていないといえる。同時に企業におけるデザイナーは、真の意味でのデザイナーとして、創作活動のできる場合が少ない。多くはデザイン専任者ではなく兼務者であり、繁忙な職場に必要な応じて廻されているのが実状であるが、これは企業の経営上やむを得ないとはいいながら、デザイン開発については大きな問題の一つである。なお陶磁器に関係したフリーのデザイナーが極めて少ないことも、デザイン枯渇に拍車をかけ、何等かのデザイン行政面での施策を待ちあぐんでいる状態である。

この様な要請に答える一つの対策として日本産業デザイン振興会が設けられ、デザイナーの紹介、斡旋などが行なわれることは非常に喜ばしいことであるが、陶磁器業界としても、既存の機関を充実させると同時に、産地ごとに陶磁器デザインに関する資料センターを設置して関係業者を育成するなど、積極的にインフォメーション活動を展開する必要があると思われる。

わが国における陶磁器デザイナーの地位は、諸外国や他の産業のそれに比べて非常に低い。これは陶磁器企業の弱体性にもあるが、経営者のデザインに対する認識の欠除が大きな原因となっている。即ちデザイナーの個性を助長し、活躍させるための配慮がほとんどなされていない。経営者はデザイナーに自由に創作活動のできるバックグラ

ウンドを提供し、相互に意見を交換して両者の正しい判断に基づく商品計画、企画を行なわねばならない。

陶磁器デザイナーの特質は、細かく分業化された生産工程の一つ一つについて、相当の知識を必要とする点にあると考えられる。各工程を理解し、一応マスターしてデザインにとりかかれば、グッドデザイン商品を生み出すことが不可能であろう。さらにその上陶磁器は世界のいたるところ、あらゆる階層で使用されるという、大衆性があるから、市場の特質、購買層などについても充分検討し、企業のデザインポリシーにしたがって、デザインを決定してゆかねばならない。

つぎにデザイン保護の問題であるが、最近では関係機関による啓蒙と指導により、対外的には盗用によるクレームは極めて少なくなり、むしろ模倣される場合がしばしば起きているが、国内につ

いてみれば相変らず模倣によるトラブルがたえない。特に表面意匠の場合に多いが、これらの保護については非常に難しい問題で、相互の自重にまつ以外方法がないであろう。

わが国には全国的に公設試験研究機関が存在し、陶磁器についても研究が行なわれているが、これは陶磁器が地方特産品として重要な地位を占めているためである。各機関では地方材質と伝統意匠による新商品の開発を行ない、その試作品を公開して陶磁器業界振興の一助としているが、意外にこれらの研究成果を活用している面が少ないのは残念である。最近は「日本優秀デザイン商品輸出推進事業」による指導で、埋れていた地方特産陶磁器が発掘される機会も多くなったが、指導機関を中小企業のためのデザイルームであり、情報、資料の提供の場として、常時密接な連繫を保たれることを望んでいる。

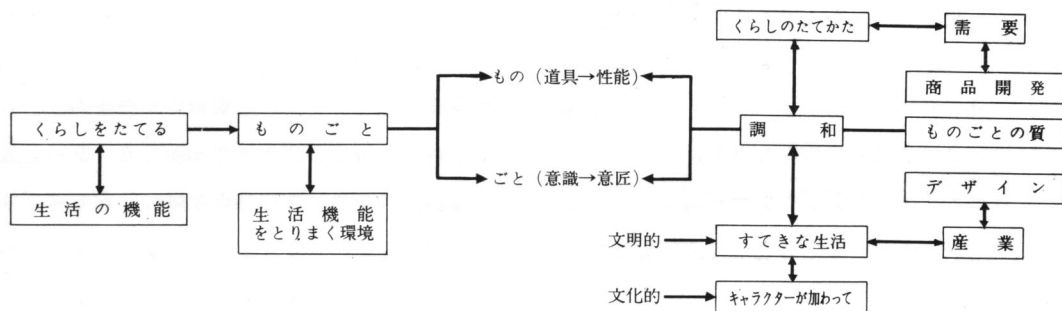
## 《プラスチック生活用品のデザインと商品開発》

伊勢丹研究所  
 インダストリアル・デザイン研究室

室長 鈴木 庄 吾

《くらしをたてる》にはものごとが必要であるそのものごとをふたつにわけるともの（道具）とごと（意識）となるわけだが、この道具として

の性能と意識としての意匠が調和して、はじめて《すてきな生活》となる。それを図にしてみるとこの《くらしのたてかた》にこそ需要がなりた



ち、その需要への対応が商品開発であろう。

こう考えてみると日本の生活用品全般にいうことだが生産のメリットを少品種多量におきすぎたために、とかくデザインが個別に展開されて《くらしのたてかた》というトータルなアプローチが弱かったように思われる。

また、ものがごとよりもたちおくれて質の低いものになっている。別ないいまわしをするなら意匠が先走りして性能が軽視されているとみることができる。結果として生活用品の商品特性を価格指向においたことによって市場のなかで過当競争をくりかえす破目になっているのが現状ではないだろうか。

この最大の要因は日本人自体が《すてきな生活》という生活機能の質について具体的なレベルをもてないことにあるだろうが、同時に作る側・売る側の身勝手、つまり、性能が同じなら意匠で勝負しろといった乱暴な態度が自分で自分の首をしめつつあるともいえるだろう。

大衆消費社会といわれ、人びとが自分でくらしのために、自分の物づくりに参加できなくなってきた現代、ここで改めてデザインとは何か、デザイナーとは何者なのか。それをクリヤーにしなければならぬ時に来たようだ。

この問題は決してプラスチック製品の場合だけではないだろうが、とくにプラスチック産業が未来を先取りするほどの超成長部門のひとつであり将来産業として花開くためにも、そしてプラスチックが今後ますます人びとの生活に果す役割が増大してゆくものであるだけに単にレジンがさばればよいという安易な物づくりではなく、しっかりとしたデザインやデザイナーに対する考え方が業界の盛衰につながるものとして重視しなければならぬ。

デザインという言葉が意匠という国語を外来語のカタカナ言葉におきかえたものではないこと。それは商品開発の近代化から要請された機能のはたらきであって、決して意匠を目標とした工芸の系譜でないことはたしかだ。どちらかという作り商なうという地場産業を背景とした民具の系で、それが地場産業から流通産業へと転換した時点、つまり道具づくりの近代化・工業化からデザインがスタートしたと私は考える。

当然、デザインは《くらしのたてかた》に対応する商品開発のなかで展開されるべきで、デザイナーは《すてきなくらし》を具体化してゆくリーダーであり、作る側・売る側にたった場合はマーケット指向のプロモーターとして位置づけられよう。

一般的に購買動機は商品特性と対応するものである。それは趣味指向、品質指向と価格指向の3つに分類することができる。当然、それぞれ異なった流通機構を背景としているわけだがこの大別された流通機構はそれぞれに商品のグレードを決定し、生産量や価格、形状、カラーリング、加飾など、その商品計画とデザインのあらゆる要素にまで影響を与えてくる。

とくに、プラスチック製品の場合、量産量販を有利とし、少品種多量生産方式を特性としているだけに、バケツや密封容器などの性能を本命とする生活必需品の分野と一部のレジャー用品においては価格指向市場でのメリットを有効に展開しているが、他の資材と共存、競合している卓上用品や家具などの分野では品質指向市場へのアプローチが弱く、カットガラスや木製品のコピーとして付加価値の少ない代用品の企画に終始し《プラスチックは安物》のイメージから抜け出せないでいる。その原因は従来からの商品開発が一方向的に生

産側からスタートし、製品の販売消化力を量に依存してきたことに起因している。

さらに、ここで問題になることは日本を含めて少なくとも先進国においては<豊かな社会>になってきて、どうしても量から質へという消費者の欲求の内容が、あるいは社会の欲求の内容が変ってきていることである。

これは、いままでの量的な需要から質的な需要に変ってきているわけだから、現在あるいは今後の企業活動をするならば商品開発は当然生産先行型からマーケット指向型に換転しなければならないことでマーケット指向型といえはニーズに基づいたものであり、商品開発の法則はイコール人生の法則だといっても過言ではあるまい。つまり商品開発はより人間的な社会を発展させてゆくために国民生活の誘導という大きなシステムのなかで展開されるべきもので、より良い生活のための道具とは何か、その結果としてのプラスチック製品であって、単にプラスチックの生活用品というみかたでは無理がこよう。そこで始めてメーカーのブランドがギャランティーされ、ブランドが流通商品として欠かせないものになってくるだろう。

こう考えてくると、プラスチックが最も得意としていた量産という連続的で直線的な、それによって数を多くして価格を引き上げるといふ在来の体質は不都合なものになってくるだろうし、最近の公害問題を背景として生産をデスマリットと評価されがちなことや「進歩こそわれわれの最大の製品である」と、とくに天然素材に対してのプラスチック製品のキャンペーンだったのが、この言葉はここ2、3年来アメリカでも非常にきかない言葉、いけない言葉になってきている傾向など、プラスチックの生活用品をとりまく環境は決して楽観を許さない程きびしいものである。

必然的に、これからの商品開発はフィードバック機能としての消費者の声を口先だけのマーケティングではなくて消費者代表という意識を担当してゆく必要がある。と同時にプラスチック製品の商品開発の最大の戦略は近時の百貨店の多店舗化や専門店の大型化、スーパーマーケットなどの発達による、それぞれの仕入政策の機能分離化に対応できること、より多様な流通の開発と的確な流通対策であることはいうまでもない。

たとえば、同一品種であっても日常用とか客用とかにわけ、TPOのプロモーションを企画するとか、また同一商品でも2グループないし3グループのカラースキムを運用るとかして多様なキャラクターを開発し、それぞれのグレードにあった関連商品を総合的に展開して的確な市場に提供することである。他方、技術革新から流通革新へと展開してきた近代化の結果が生活革新へと進展することは明らかで、その生活革新にアピールする商品の開発も考えられる。

そのためにはとくに消費行動のパターンと動向についての研究が必要ともなろうし、消費についての論理が確立されなければならないだろう。

最後に、ダイナミックな商品開発を展開してゆくためには、チーム・ワークのために論理が、ブランド・ロイヤリティのために倫理が、そして消費者第一主義をやるためには勇気がいる。

この論理、倫理、勇気がデザインや商品開発の中心的ツールであるとしてこのレポートを結ぶ。

3月18日から3月22日まで大田区産業会館での第10回大田区カタログデザインショーに当振興会デザイン資料センターに展示中の近着カタログ(JETROハンブルグセンター収集)の一部が参考出品されました。

## ポール・ライリー卿来日

### 日英産業デザインの交流深まる

英国産業デザイン協議会（C O I D）理事長ポール・ライリー卿は、3月7日製品科学研究所の招へい計画により夫人同伴で来日された。

ライリー卿は現在C O I D理事長のほか英国産業デザイナー美術家協会（S I A D）、王立美術院、放送協会、王立建築研究所等の要職を兼務され、文字通り英国産業デザイン界の重鎮であるとともに、また同時に当振興会がその加盟をすすめているICSID（国際工業デザイン協議会）の重要なメンバーの1人でもあられる。

3月10日～12日は製品科学研究所関係者の特別セミナー、や各種の歓迎会、懇談会に出席され、さらに15日からは大阪へと極めて精力的にその日程を消化され、その間美術館、百貨店の見学など短い時間を有効に過ぎた。

東京におけるセミナーの会場が芝浜松町世界貿易センタービル内であったことも幸いして、当会の展示場日本産業デザイン館には3回にわたり来館され、おりから開催中の海外のグッドデザイン展（ジェットロ・ハンブルグ・トレードセンター収集品展）とGマーク商品常設展の参観ならびに当会事業内容等に関する懇談の機会を得られたことは、同じデザイン振興を目的とする当会にとってまことに意義深いひとときとなった。

来館中、中学生数名が自分達の意志で参観しているのを知られ「これで展示場をつくった意義がある。C O I Dのデザイン・センターでも近い将来のデザインを左右する若い世代の人々の来館に特別の関心を持っており、統計的にも調べている。」といわれ、また両者が選定商品に添付している選定ラベルが日英相互の市場で見当らないことを確

認されて、今後の日英産業デザイン界の交流促進の必要を痛感されていた。これには輸出商品へのラベル添付、ラベルの海外PR、選定商品に関する資料交換の促進等がすすめられるべきであろう。

C O I Dは1944年創立され、その展示場デザインセンターはチャーチル内閣の政権下1956年に設置され、その組織は異なるが1931年創立のデンマークのデン・マメントに次ぐ古い歴史を誇る。C O I Dは年間予算約10億円弱の60パーセントが国庫補助で、300名の人員を擁して商品のデザインをはじめ道路サイン、空港・港湾設計、陸海空輸送機器のデザイン、学校・流通業界研修、テレビ・ラジオ・新聞等の情報活動による消費教育とその積極的かつ的を射た行動力は高く評価されている。

#### 昭和46年度(優)事業説明会開催さる

3月4日名古屋を皮切りに、3月19日広島を最後に、本年度のブロック別説明会が各地で開催されました。3月末までには指導実行計画が作成されて、4月早々から各地でデザイン指導が行なわれます。

#### 盛会の海外グッドデザイン展

3月8日より13日まで、当会特別展示場において日本貿易振興会が西独ハンブルグ市場より収集した見本品約400点、それに東京都の収集品約10点を加えて標記展示会が開催され、連日多数の参観者を得て盛会であった。

これらの収集品は、写真集とカラースライド集として当会より新春に発刊されます。

# お 知 ら せ

## 1 海外産業デザイン研究員募集

当会では現在昭和46年度事業として標記研究員を募集しています。派遣期間3カ月で米国もしくは欧州いずれかの1地域です。実務経験5年以上のデザイン関係者を対象し、選考試験合格者に航空賃と滞在費の約半額が支給されます。

詳細については、当会業務第一部にお問合せください。

## 2 Gマーク商品選定申請受付開始

通商産業者では昭和46年度Gマーク商品の選定申請要領を発表、3月20日より約1カ月間にわたる申請の受付を開始した。

本年度の主な改正点は①選定対象品目が大巾に拡大されたこと。②電気製品について大阪での審査が行われ、西日本の申請者各位の便宜がはかられたことなどである。詳細については3月20日付「通産省公報」「通商弘報」に掲載されていますが、その概要については当会の発行による説明書「昭和46年度Gマーク商品選定申請について」が全国の通産局商工関係部課、大阪デザインセンター、繊維・陶磁器・雑貨・機械の各意匠センターに備えられておりますのでご一読のうえ、申請用紙（有料、申請商品1点90円）を当会宛ご請求ください。

## 3 「産業デザイン情報」の発行

当会がかねて計画中の月刊「産業デザイン情報」第1号がいよいよ完成し、本年4月より毎月1回年12冊発行され、本振興会賛助会員に「デザイン資料」として無料で提供されることとなりました。

海外のデザイン関係雑誌数十種から、商品開発のためのトータル・マーケティングに役立つ重要記事の紹介と解説ならびに各誌の目次索引が和訳

されて送付され、年間数十万円の雑誌購入費と百万円に達する抄訳経費が節約できる画期的な情報誌です。大いに活用ください。

## 4 海外カラー・スライド頒布ご案内

海外の専門調査機関によって撮影された次のカラー・スライド集がシリーズで6種発刊されます

①アメリカの家庭（ニューヨーク）②ヨーロッパの家庭（ハンブルグ）③アメリカの専門店・百貨店④ヨーロッパの専門店・百貨店⑤アメリカの若い世代のための商品⑥ヨーロッパのレジャー用品

頒布価格 1種（100枚入）一般2万円（送料共）

賛助会員1万8千円（//）

第1回申込締切 4月30日 5月下旬納品

## 5 ⑧商品写真集

本年3月までの全国各地のデザイン指導の結果選ばれた約1,300点の秀れた手工芸品は、米国アトランティック・シティーで開催の「チャイナ・アンド・グラス・ショー」と西独フランクフルトで開催の「フランクフルト・メッセ——スプリング・フェア」に出品されましたが、このうちとくに秀れたものを収録した⑧商品写真集が近く発刊となります。

## 6 海外グッドデザイン商品写真集

ジェットロが最近西独市場より取り寄せた新着の収集見本品約400点からの収録による写真集で前頁にご紹介した「海外のグッドデザイン展」に出品された商品の解説付き写真集。（4月発刊）

## お問合せ先・お申込先

東京都港区芝浜松町3-5

世界貿易センタービル別館4階

☎ 105 電話東京(03)435-5633

(財) 日本産業デザイン振興会



## § 編集後記 §

○本会の事業基盤確立のために、通産省をはじめ関係機関からの絶大なご支援に対して、心から感謝申し上げます。

○3月に入って毎週展示会開催という強行スケジュールに加えて、国庫補助事業および日本自転車振興会補助事業の実行計画作成に追われる毎日です。

○Gマーク商品の46年度申請受付がすでにはじまりました。審査対象品目、受付機関ならびに審査地域の拡大等を含む改正された申請要領の発表は3月20日に行なわれました。

○消費者運動のたかまる中でのGマーク商品の選定は、企業各位にとって特に深い関心を持たれ

るものと考えます。

消費者のデザインに対する理解と関心を一層深めることが、より良いデザインを生むための不可欠の要件になるものと信じます。

○製品科学研究所の招かれたポール・ライリー卿の滞在はきわめて短期間でしたが、日英両国の産業デザイン交流に大きな役割りを果しました。ご帰国後の一層のご活躍を祈ります。

○近く本会の行う各種のデザイン事業の中核をなす「産業デザイン情報」第一号を賛助会員各位にお届けいたします。不備な点が多いかと思いますが、ご叱正をまっしてお役に立つ情報誌に育ててまいります。(K)



昭和46年度  
通商産業省

## Gマーク商品選定申請受付中

受付期間：昭和46年3月20日より同4月20日まで

選定要領：「昭和46年度Gマーク商品選定のお知らせ」(無料)を全国通産局商工部課、繊維・陶磁器・雑貨・機械の各意匠センターまたは当振興会宛に請求下さい。なお詳細については3月20日付「通産省公報」、「通商弘報」に発表されております。

申請用紙：申請に必要な書類は次の通りです。

- ①申請書(1申請者正1通、副2通)
- ②品目表(申請商品15型式ごとに正1通、副2通)
- ③商品説明書(申請商品1型式ごとに正1通、副2通)

④デザイン説明書(申請商品1型式ごとに正1通、副2通)

⑤品質保証届出書(申請商品1型式ごとに正1通)

⑥返信用封筒3通同封

なお、各地の通商産業局へ提出される場合は、さらに各1通を加えていただきます。

上記5種の申請用紙のご請求は、当振興会に下記郵便切手を同封のうえお申込み下さい。(①申請点数②送り先住所③会社名④部課名⑤担当者名を明記)

下記料金の切手を同封して下さい。

申請商品1点につき90円

割引債なら  
**ワリショー**  
期間1年・無記名  
年利回り**6.213%**

日本の産業を支える金融機関

**商工中金**  
●商工組合中央金庫●

本店 / 東京都中央区八重洲6-5  
(東京駅八重洲南口鍛冶橋傍)  
☎ 東京(03)272-6111(大代表)

資本金 **342億円**  
(うち政府出資184億円余)

**JIDPO**ニュース Vol. 2 No. 2

昭和46年3月25日発行 定価50円

編集発行人 石田 幸一

発行所 財団法人 日本産業デザイン振興会  
東京都港区芝浜松町3-5  
世界貿易センタービル別館4階  
〒105 電話東京(03)435-5633~4

