

昭和45年度

産業デザイン情報要求実態調査

報告書

情報システム研究所

は　じ　め　に

この産業デザイン情報要求実態調査は、日本産業デザイン振興会の委託に応じて実施したものであります。調査の設計に当りましては、産業デザインの概念をどのように規定するかという点と、情報要求をどういう形でまとめるかということが先ず問題になりました。前者については、上記振興会の専門の方々と数次に亘る検討を行い、その結果に基き業種の選定を致しました。後者については、組織的な面と個人的な面に分けて考えるという基本線を取り、組織、情報サービス、情報源、個人的要求という問題に分割いたしました。

設問が多方面に亘り、かつ詳細な記入を必要とするものが多く、また期日の制限もあったために回収の困難さが予想されましたが、調査対象となった企業各社の御協力により満足すべき回答を得たことを心から感謝致します。この点は、日本産業デザイン振興会ならびに通商産業省貿易振興会検査デザイン課の強力な御支援によるものであり、厚く御礼申し上げます。

調査の結果、産業デザイン担当者の育成、情報源の充実、デザイナーに対する刺戟、情報処理の方法、情報センターの確立の五点につき特に必要が感じられるという結論に達しました。

この調査結果が、産業デザインの分野における情報要求の一端を明かにし、かつ問題の解明に幾分でもお役に立つことがあれば望外の喜びであります。

昭和 46 年 3 月

株式会社情報システム研究所

代 表　土 居 宜 三

調 査 の 概 要

1. 調査の目的

企業における産業デザインの担当部門および担当者の機能を発揮する上で、必要とする情報がどのような性格を持ち、また情報要求に対しどのような充足対策が採られているかという実態を調査し、今後の情報サービスのあり方に資する基礎データを作成することを目的とした。

2. 調査対象

企業サンプルの設定については、ダイヤモンド社編「1970年版 会社要覧（上場）」同「1969年版 会社要覧（非上場）」ならびに日本産業デザイン振興会から提供された「賛助会員並びに選定業者リスト」から抽出した。

今回の調査に当っては、産業デザイン機能を有すると思われる企業の悉皆抽出を意図したので、業種別サンプルサイズ、企業規模の点については隔差を無視した。（調査対象業種およびサンプルサイズについては、5、回収状況を参照）

3. 調査方法

郵送方式により実施した。ただし、郵送方式による回収の遅切後、業種構成サンプルの平均化を実現するため、電話による協力依頼を行なった。

なお、回収率を高め、期限内の処理を促進するために次の手段を採った。

- (1) 通商産業省貿易振興局検査デザイン課の協力を得た。
- (2) 返信用を速達とした。
- (3) 電話による質問に係員を配置して対応した。
- (4) 遅切期日を延長し、随時集計に加えた。
- (5) 処理時間を短縮し、かつ正確を期するためにコンピュータを利用した。

4. 調査日程

質問票発送	1971年2月12日 ~ 15日
返送遅切	〃 3月 1日
	(ただし、3月19日まで延長)
集計・分析	〃 3月 2日 ~ 3月25日

5. 回収状況

- (1) 質問票発送数 ————— 1,083
 (2) 回収数 ————— 345
 (3) 有効標本数 ————— 301
 (4) 回収率 ————— 30.9%
 (5) 有効標本率 ————— 27.8%

業種別サンプル数および回収数

業 種	発 送 数	回 収 数	有効回答数	有効回答率	有効回答分布率
建 設	24	4	3	12.5	1.0
織 維	143	41	36	25.7	12.0
紙 パ ル プ	1	0			
化 学	17	9	9	53.0	3.0
窯 業	64	26	23	36.5	7.6
鉄 鋼	28	7	2	7.2	0.6
非 鉄 金 属	40	14	13	32.5	4.3
金 属 製 品	27	12	10	37.0	3.3
機 械	76	23	21	28.0	7.0
電 気 機 器	109	46	45	41.3	15.0
輸 送 機 器	61	19	16	26.7	5.3
精 密 機 器	51	18	18	35.3	6.0
そ の 他 製 造	182	61	59	32.4	19.6
商 業	222	54	39	17.7	12.9
放 送	4	1	1		
新 聞	4	2	2	50.0	0.7
出 版	7	0			
広 告	16	5	4	25.0	1.4
電 気 ガ ス	2	1	1		
サ ー ビ ス	5	2	1	20.0	0.3
計	1,083	345	301	28.0	100.0

(注： 既述のとおり、業種別サンプルにきわめて大きな分布差があるため、統計的には無意味な構成比率が見られる。したがって、分析に当っては統計的観点よりも個別の実態の方を重視した)

6. 調査機関

FRI (株式会社情報システム研究所：調査部門)

目 次

はじめに

調査の概要 i - ii

序	1
I デザイン部門の組織・機構	3
II デザイン部門の機能	23
III デザイン部門のための情報サービス	39
VI デザイナーの情報要求	54
回答受信会社リスト	70

序

この調査は、デザイン担当者が企業の組織内にあつて、デザイン業務を遂行していく上でどのような情報要求を持つかという点に関する実態を明らかにすることを目的としたものである。

デザインという機能は、元来はデザイナー個人に帰属すると考えてよいであろう。しかし、産業デザインという分野においてはデザイン機能に関連し、かつ影響をおよぼす多くの要因が存在する。

第一に、デザイン機能は製品化の機能と結びつく。しかも、産業デザインの観点に立つかぎり、製品化は大量生産方式にのっとるものと受け取られる。大量生産方式は、一方においては技術的あるいは機械的処理方法の側面による制約を受けると同時に、他方においては大衆の欲求および消費行動の調査・喚起という点ではマーケティング活動と相互関係を有する。この面は、企業組織の部門構成の中で、デザイナーあるいはデザイン部門がどのように位置づけられ、部門間の関連がどのように行なわれているかという問題として捕えられる。また、デザイン部門の構成そのものも、製品化の過程においてどれだけの比重を占めうるかという点で無視できない。

第二に、デザイン部門そのものが、部門としてどのような機能を発揮することを要請され、それをどういう人事的關係およびコミュニケーションの手段やチャネルを利用して実現するかが問題となる。デザイン部門の機能としては、製品の種類により多くの異なる様相が見られるにせよ、形状や意匠を案出する前段階として材料、その属性、処理・加工法、製品の機能、耐用年数などについてしゅうぶんな予備知識を持つ必要がある。また、自社の企画による製品が、機能および意匠の両側面で、他の個人または組織の考案と一致もしくは競合する点がないかということも考慮に入れる必要がある。

第三に、上記二項目について述べたような問題点を常に考慮し、必要な知識・情報をデザイン担当者が獲得するためには、適切な情報サービスが提供されなければならない。情報サービスは、全社の規模で統一的行なわれることもあれば、部門ごとに分割されることもある。しかし通常は、サービス機能発揮のためのセンター的役割を果たす設備を設け、必要な情報源を備え、専門の係員を置く。さらに、個別的な情報要求を敏速・的確に満足するためには、さまざまな検索手段を講じる必要もある。デザイン部門に対する情報サービスは、単に個々の製品に関する具体的事実を提供するだけでなく、デザイナー個人が適切な刺激を受け、すぐれた感覚をやしなうことができるように配慮しなければならない。

第四に、デザイナー個人がどのような情報要求を持つかという点を、具体的に捕え、将来における情報サービスを考慮する必要がある。デザイナーが個人的に必要な情報を入手するに当たっては、多種多様の資料やコミュニケーションの媒体・手段を利用すると考えられるので、そ

の利用実態を明らかにしなければならない。また、適切な助言やヒントを与えられる機会として、どういうものが必要と考えられているかも問題となる。さらに、デザイナーが、上述のような資料・コミュニケーション媒体、組織や個人との接触、思考や製品作成過程に関連する諸方法につき、どのような評価を与え、将来どういう種類の情報獲得手段を希望しているかという点も捕える必要がある。

上述の問題設定にもとづいて、この調査においては、質問項目を下記のように区分し、それぞれの区分ごとに質問を設定した。

- I デザイン部門の組織・機構
- II デザイン部門の機能
- III デザイン部門のための情報サービス
- IV デザイナーの情報要求

それぞれの質問は独立していると同時に、他の区分において設けられた質問と内容的に関連しているものも少なくないので、分析においてはその点も考慮した。さらに、質問全体にわたって最も深い相関関係を持つと考えられるものとして業種別特性が挙げられるので、集計に当っては業種とのクロスを必要に応じて行なった。

I デザイン部門の組織・機構

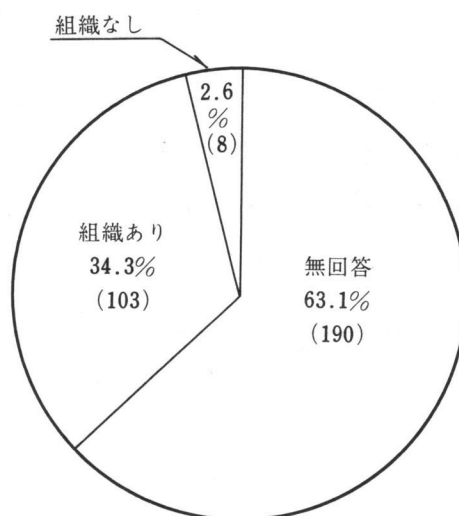
1. 貴社の組織図を、特にデザイン部門の位置づけが明確になる形で示して下さい。

〔すでに御作成ずみのものがあれば、それを御送り下さい。〕

回答内容は、組織図、名称による関連指示など多様な形式で示された。各企業体がそれぞれ独自の組織構造を持つために、単純に名称に従う分類はかえって実情を歪曲するおそれがあるが、階層関係を考慮した結果、いちおう次のような区分による特長が見出された。

ただし、研究室（部）、技術部、開発部、設計部、および営業部、事業部などの業務内容が実質的にどのような異同を有するかは、企業内容を詳細に検討する必要がある。しかし、それは不可能であるので、推測に頼る以外に方法がない。

また、デザインあるいは意匠部門が一つのまとまつた組織単位として存在する場合と、幾つかの異なる部門に所属する場合とがあるので、後者の場合は複数として扱った。



所 属 部 門	実 数	%	順 位
1.社長に直属または社長――専務の下位に所属	6	4.9	7
2.技術部に	23	18.7	2
3.研究所（室）に	14	11.4	4
4.開発部（室）に	24	19.5	1
5.製造部（室）に	5	4.1	8
6.製品部門に	8	6.5	6
7.設計部（課）に	5	4.1	8
8.宣伝・営業・業務部門に	18	14.6	3
9.企画部（室）に	12	9.7	5
10.事業部に	5	4.1	8
11.例外※	3	2.4	11
計	123	100	

（※ 販売促進部、クリエイティブ・サービスに所属および本社に意匠センターを設けている場合）

2. 貴社ではデザイン部門の最高責任者を、組織的にどの形できめていらつしやいますか。
左端の空欄に○をつけて下さい。

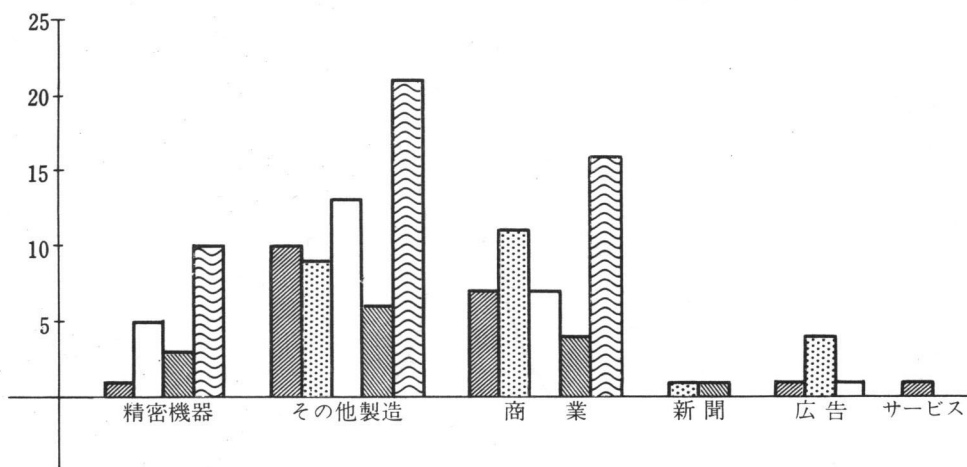
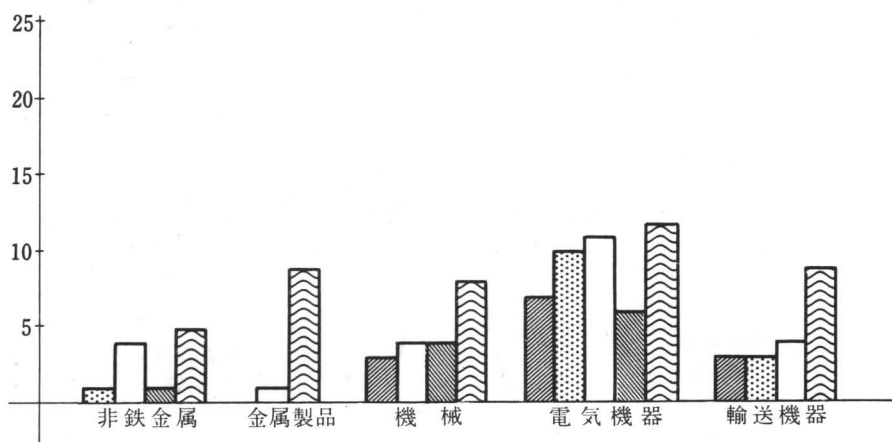
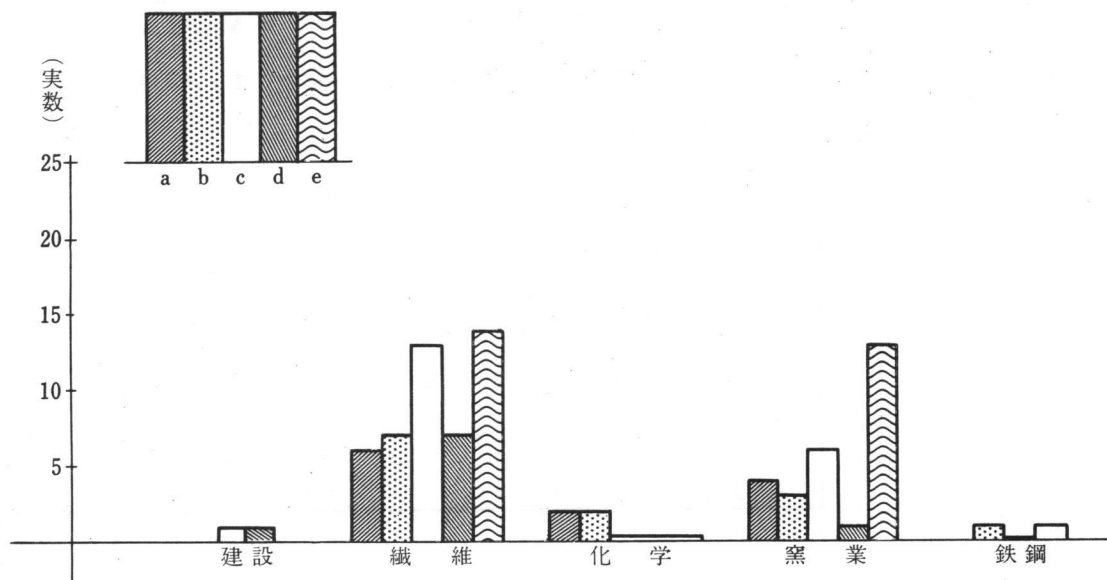
	a. デザイン担当重役を設けている。
	b. デザイン部を設け、部長を置いている。
	c. デザイン課を設け、課長を置いている。
	d. デザイン係を設け、係長を置いている。
	e. デザインの専門家、係員はいるが、かくべつ組織上の責任者を置いていない (デザインという名称のつかない部課に所属させている)。

下記の数値で示されているように、a-dは比較的平均しているが、aが44ということとはデザイン機能が重視される傾向を示すと言えよう。反面、eが124という値になったのは、業種別特性の問題を離れた場合、デザイナー、意匠担当者等が未だに個人ベースで業務を遂行することを組織上余儀なくされていると見られる。

	区 分					
	a	b	c	d	e	
業 種	建 設	0	0	1	1	0
	織 維	6	7	13	7	14
	化 学	2	2	0	0	7
	窯 業	4	3	6	1	13
	鉄 鋼	0	1	0	0	1
	非 鉄 金 属	0	1	4	1	5
	金 属 製 品	0	0	1	0	9
	機 械	3	0	4	4	8
	電 気 機 器	7	10	11	6	12
	輸 送 機 器	3	3	4	0	8
	精 密 機 器	1	0	5	3	10
	そ の 他 製 造	10	9	13	6	21
	商 業	7	12	7	4	16
	新 聞	0	1	0	1	0
	広 告	1	4	1	0	0
	サ ー ビ ス	0	0	0	1	0
合 計	44	53	70	35	124	

(注：デザイン担当重役が、デザイン専門の担当重役という保証はない。むしろ専門担当重役の数はきわめて少ないと推定される)

<凡例>



3. 上の質問（2）の a～d に○をつけられた場合は、その担当責任者が、次の事項のうちのどれに参画されたり、オブザーバーとして出席なさっていますか。

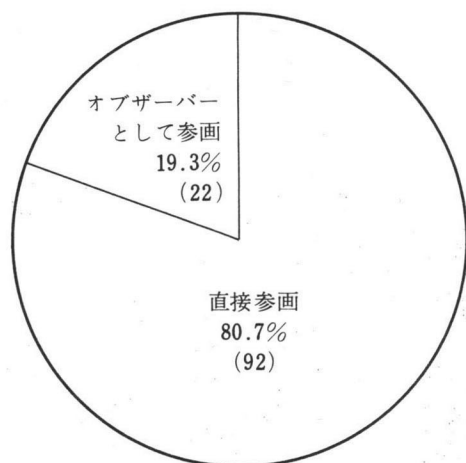
直接参画の場合は○、オブザーバーとして出席される場合は△を下欄に書きこんで下さい。

該当項目がない時は、所定の欄に御記入下さい。

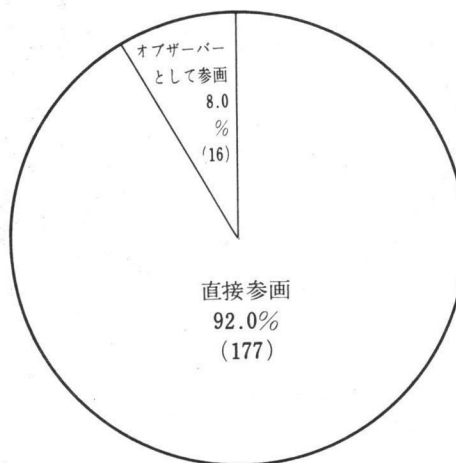
a. 全社的企画・計画	e. 市場調査
b. 製品企画・計画	f. 流通機構、その計画
c. 製品の価格決定	g. 広報・広告・宣伝
d. 情報管理全般 (入手・処理・利用)	h. 人事全般 i. 担当部門の人事

記 入 欄

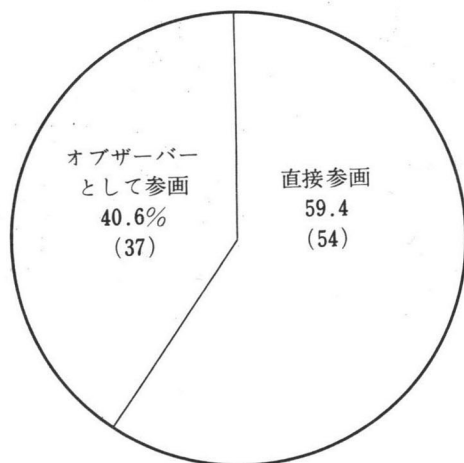
a. 会社的企画・計画



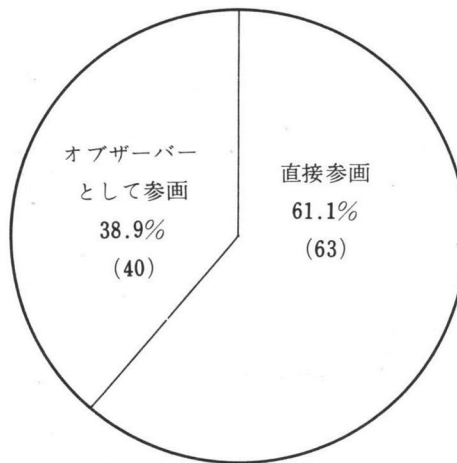
b. 製品企画・計画



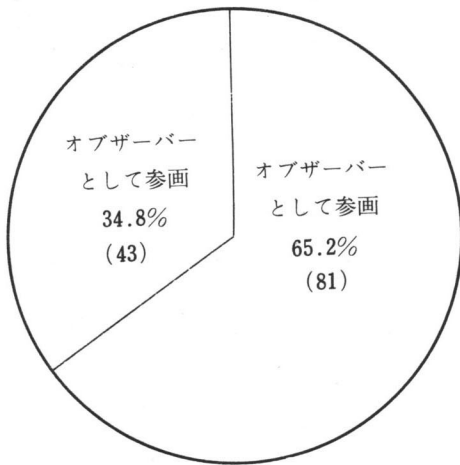
c. 製品の価格決定



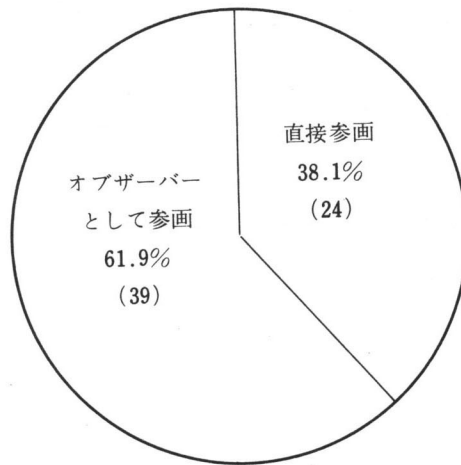
d. 情報管理全般



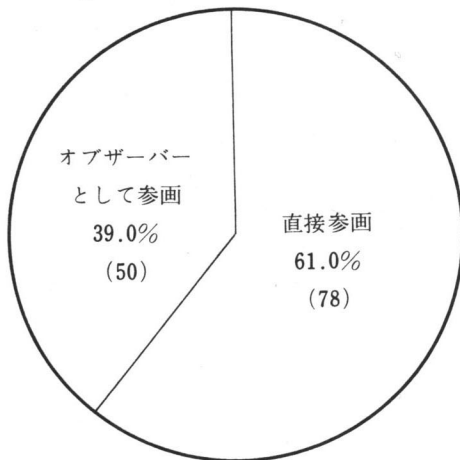
e . 市場市場



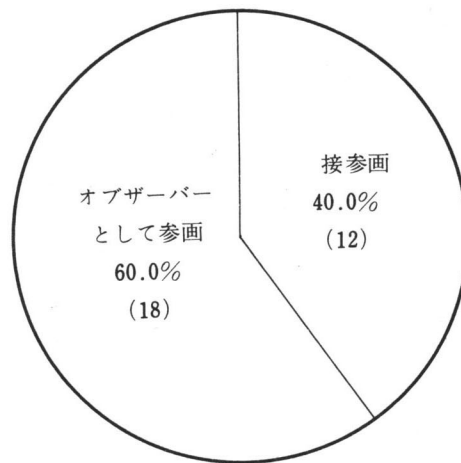
f . 流 通



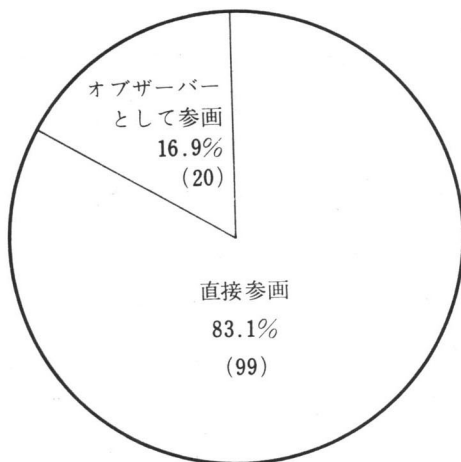
g . 広報・広告・宣伝



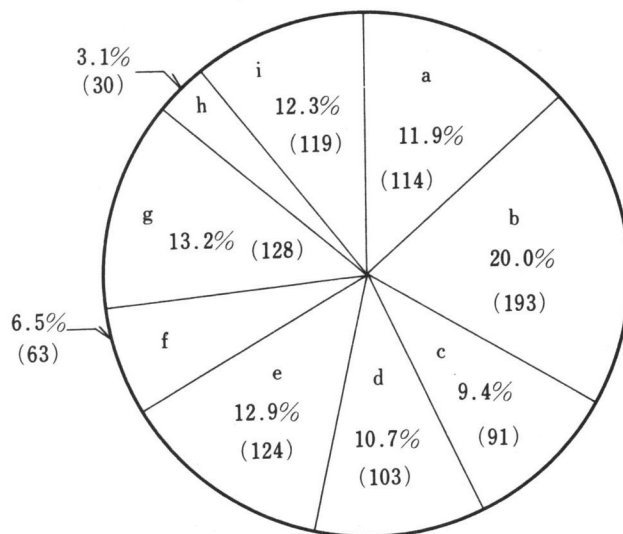
h . 人事全般



i . 担当部門の人事



a - i の総計 ※



* () 内は実数

{ ※ 直接参画とオブザーバーとしての参画の両者を含む }

4. 貴社では、次の項目に関する最終決定者はどなたですか。記入欄に御記入下さい。

a デザイン政策の最終決定者 記入欄 _____

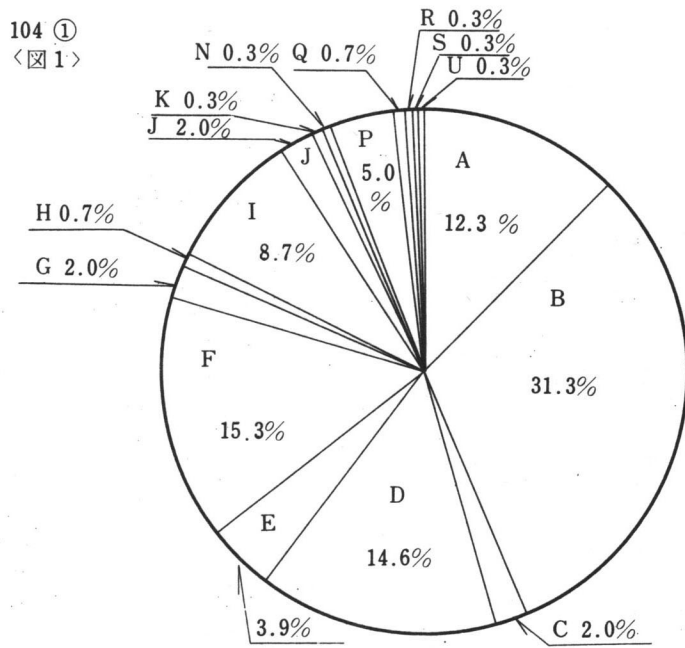
b 個々の製品のデザインの最終決定者 記入欄 _____

[注：デザイン政策は、全社的にある特色を持たせることを長期展望のもとに計画し策定すること。例：フォルクスワーゲン]

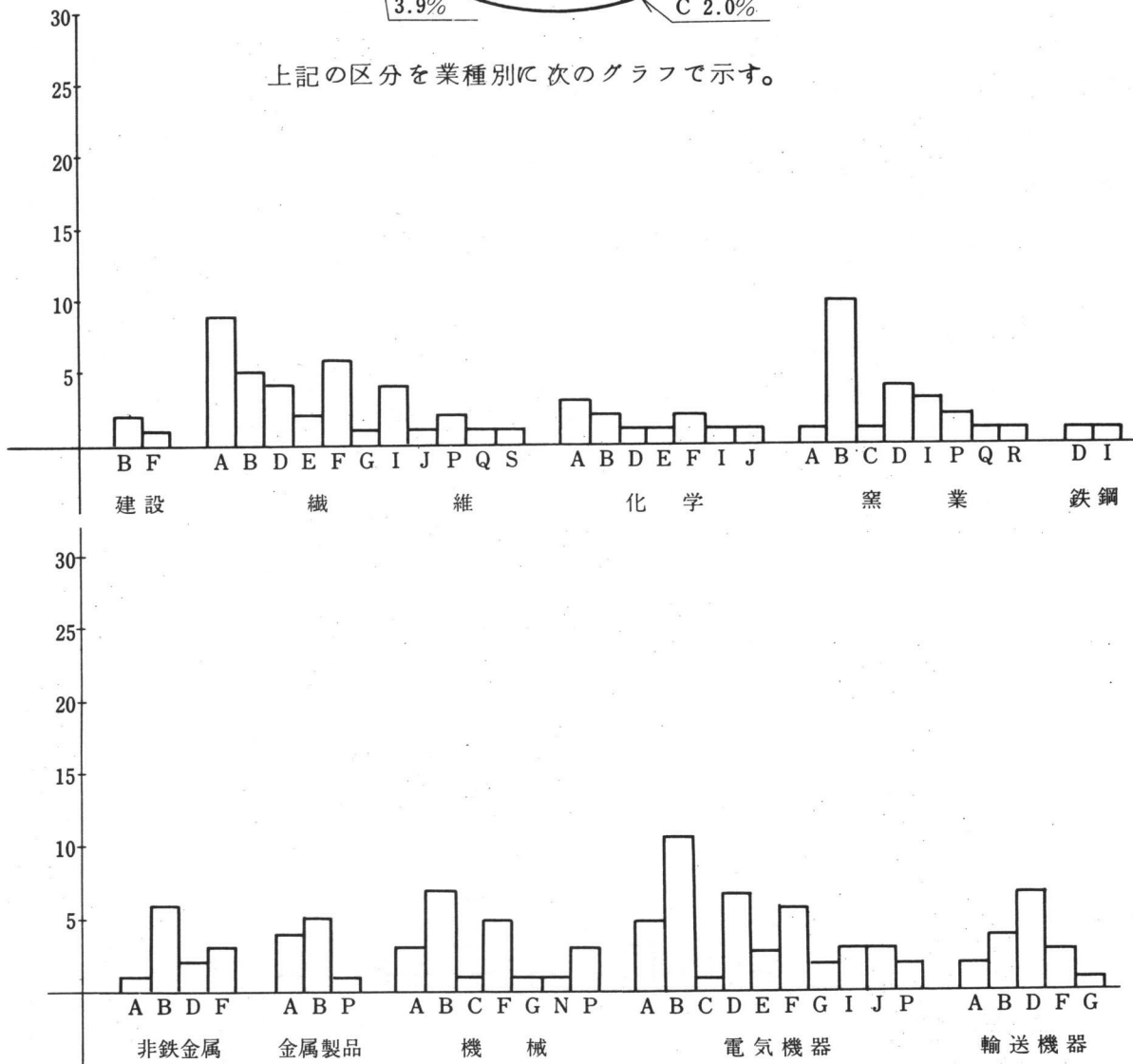
この2項は自由記入であるために非常に多様な表現が見られたが、この事実は、デザイン部門の位置づけの多様性と相関関係を持つ。いちおう下記のごとく区分し、それをグラフにより示すとほぼ現状を察知することができる。

- 無回答 _____ A
- 社 長 _____ B
- 副社長 _____ C
- 専務・常務・取締役 _____ D
- 重役・ディレクター・所長 _____
- 同（デザイン担当） _____ E
- 部長、室長（研究、開発、企画、設計、技術） _____ F
- 同（デザイン、意匠） _____ G
- 同（宣伝） _____ H
- 同（販売、事業、商品、総務、営業） _____ I
- 課長（デザイン、意匠） _____ J
- 同（営業、販売、事業、商品、総務） _____ K
- 同（研究、開発、企画、設計、技術） _____ L
- 同（宣伝） _____ M
- 係 長 _____ N
- 次 長 _____ O
- 委員会、役員会 _____ P
- デザイナー _____ Q
- デザイン部 _____ R
- 営業部員、販売部員、等 _____ S
- 技術部員、設計部員、研究開発部員等 _____ T
- ユーザー、得意先、クライアント _____ U

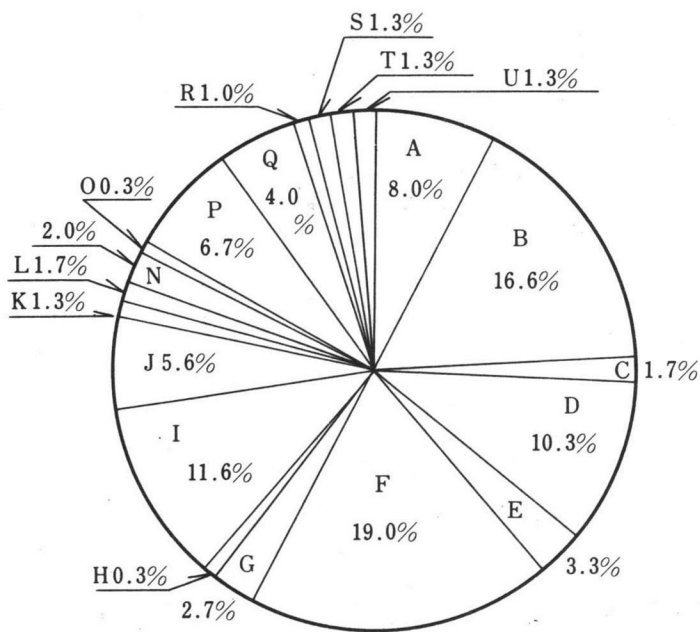
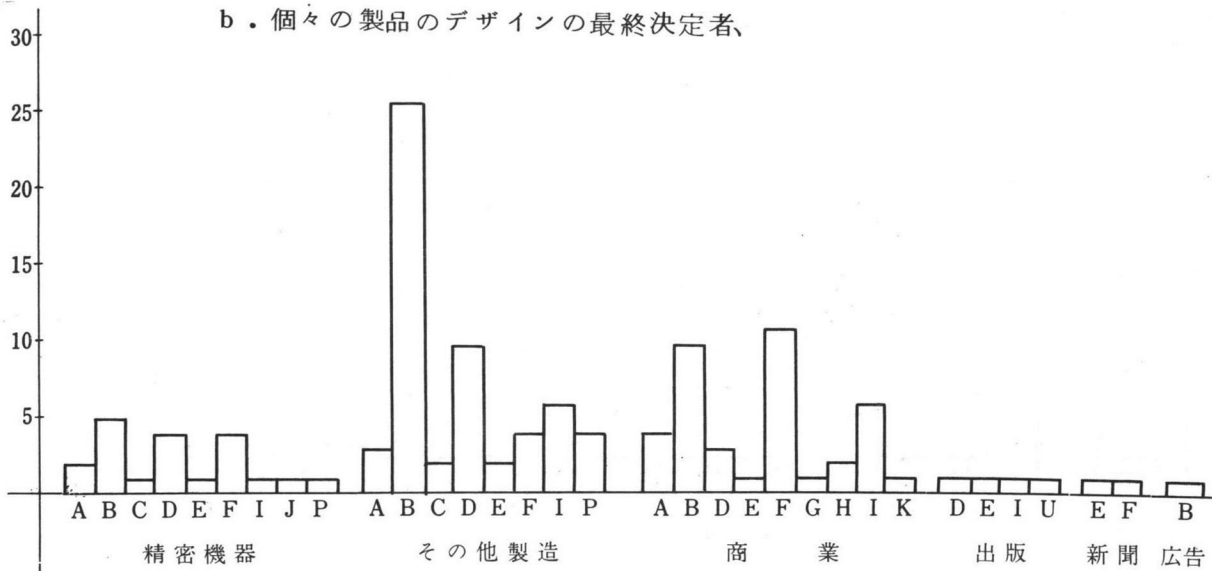
a. デザイン政策の最終決定者



上記の区分を業種別に次のグラフで示す。

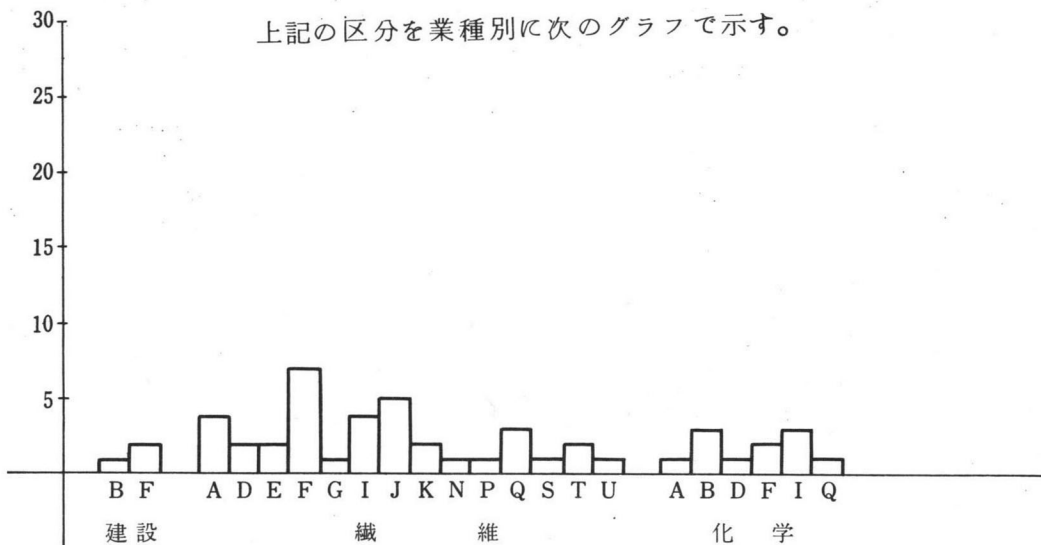


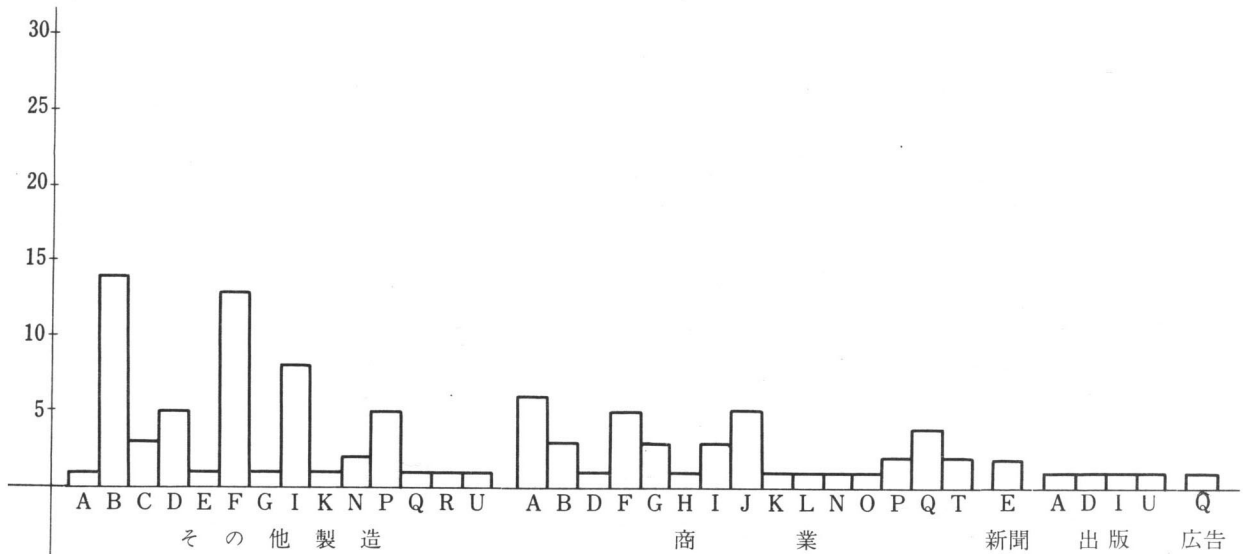
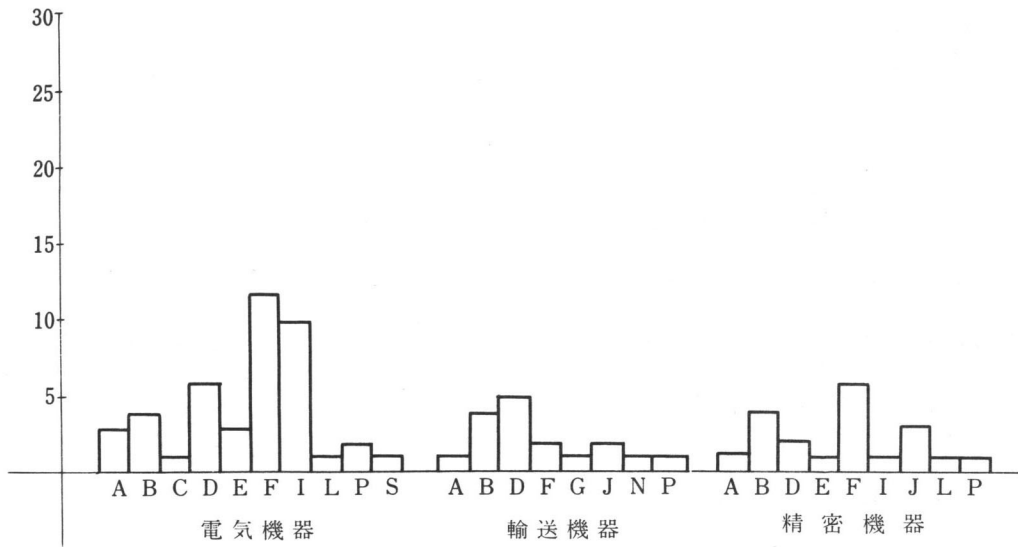
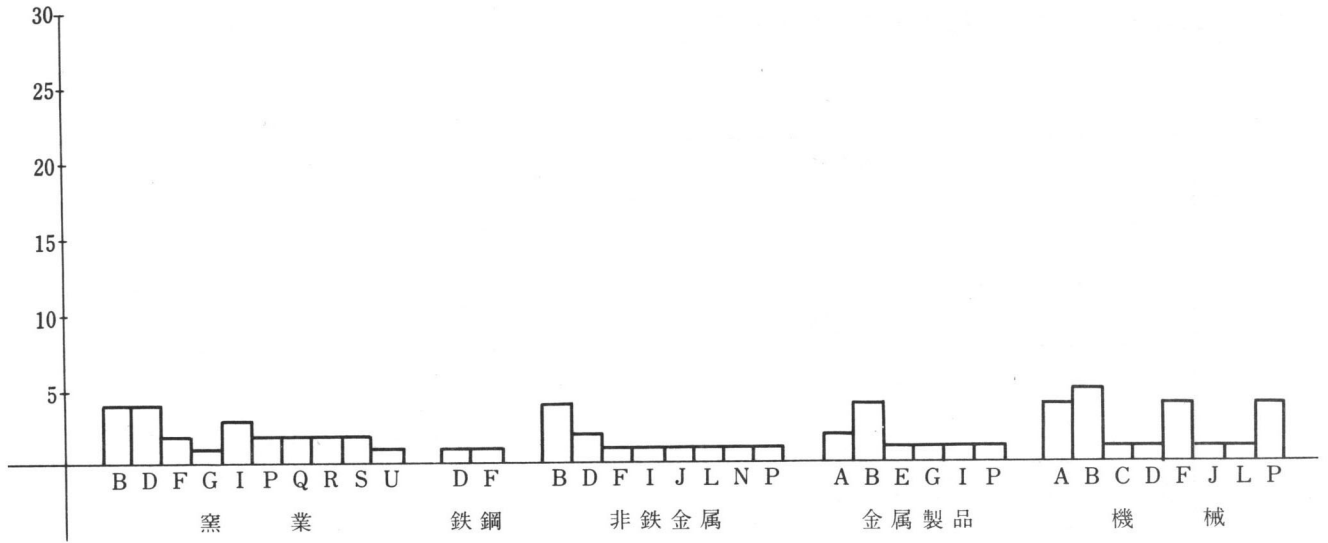
b. 個々の製品のデザインの最終決定者、



上記の数値に示されているように、a . bのケースを通じてうかがえることは、決定行為者は職制上重要な位置を占めるといこと、デザイン担当者の組織上の位置づけにより上位者の区分が異なること、委員会、役員会制度がある程度生かされていることなどである。

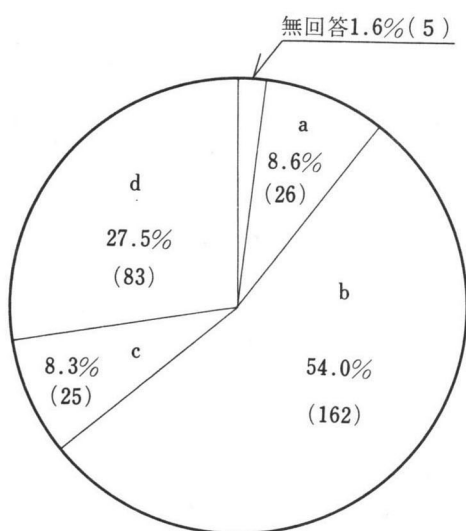
上記の区分を業種別に次のグラフで示す。





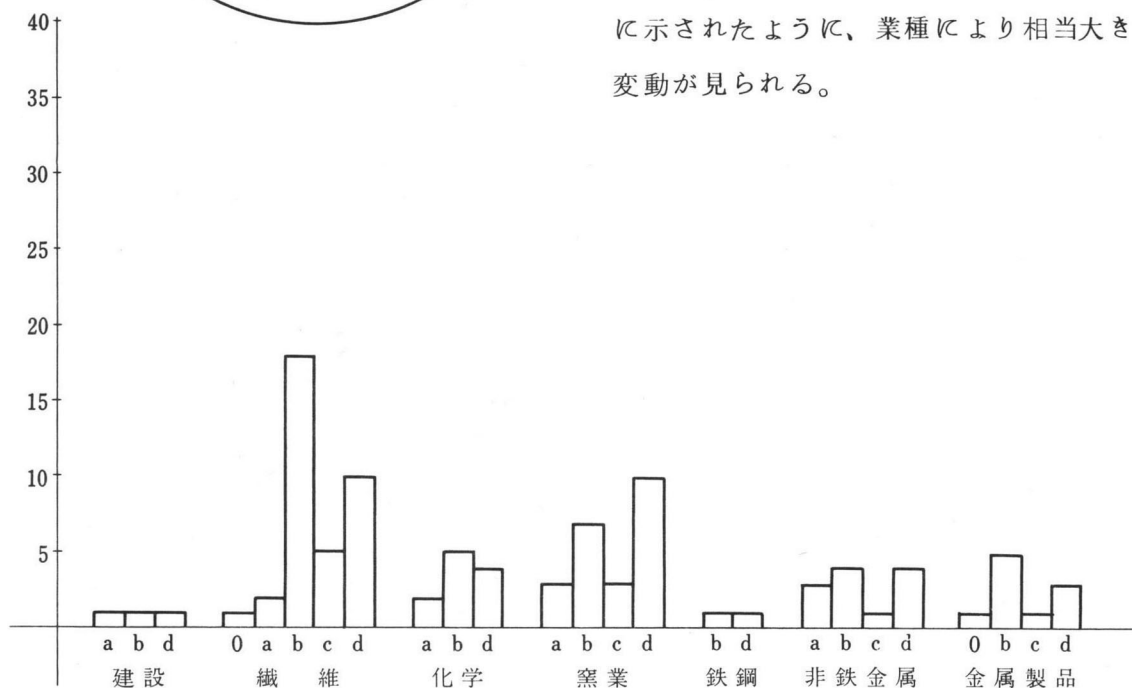
5. 貴社では、製品のデザインを社外のデザイナーに委嘱されることがありますか。該当項目の空欄に○をつけて下さい。

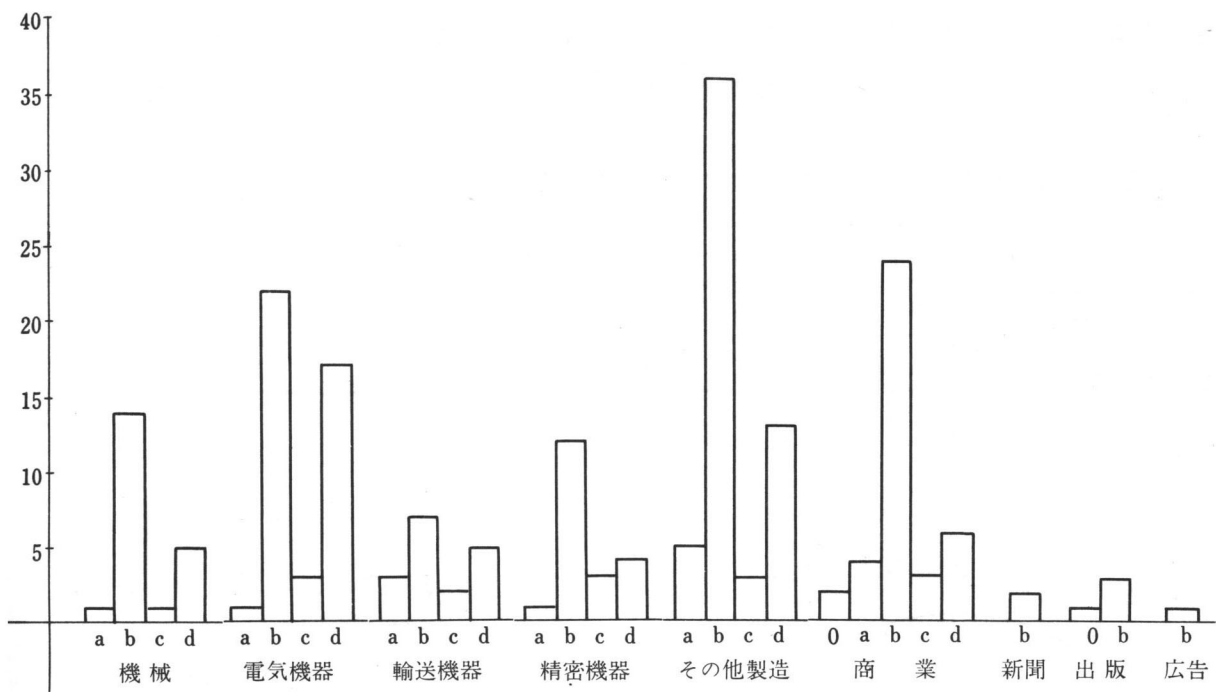
a. 製品のデザインは、すべて社外のデザイナーに委嘱している（デザイン係は社内には設けているが、デザインはすべて社外のデザイナーに委嘱する場合を含む）。
b. 製品のデザインを、時々社外のデザイナーに委嘱することがある。
c. 製品のデザインを、非常勤の形式で勤務しているデザイナーに委嘱する（委嘱することがある）。
d. 製品のデザインはすべて社内（常勤社員）で行い、社外のデザイナーに委嘱することはない。



左図に見られるように、bのケースが圧倒的に多く、dが続いている。この実態は、一方においては自社におけるデザイナーの確保が困難であることと同時に、デザイン機能・技能の特殊性・多様性を物語るものであり、他方においては、製品の企画上の秘密を守る必要が現われたものと考えられる。

しかし、a～dの区分ごとの比率は下図に示されたように、業種により相当大きな変動が見られる。

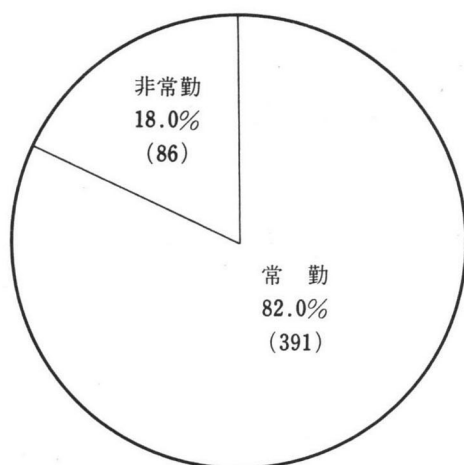




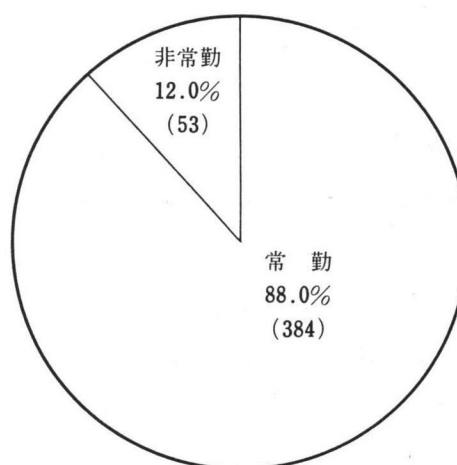
6. 貴社のデザイン部門は何名の人員で構成されていますか。下記の区分によりお答え下さい。該当項目の空欄に○をつけ、できれば人数をお書きこみ下さい。

	常勤	非常勤		常勤	非常勤
a. 1～5名	<input type="text"/> 名	<input type="text"/> 名	d. 16～20名	<input type="text"/> 名	<input type="text"/> 名
b. 6～10名	<input type="text"/> 名	<input type="text"/> 名	e. 21～30名	<input type="text"/> 名	<input type="text"/> 名
c. 11～15名	<input type="text"/> 名	<input type="text"/> 名	f. 30名以上	<input type="text"/> 名	<input type="text"/> 名

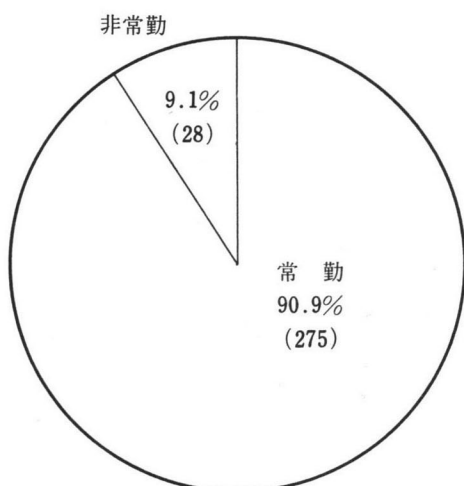
i) aに該当するもの



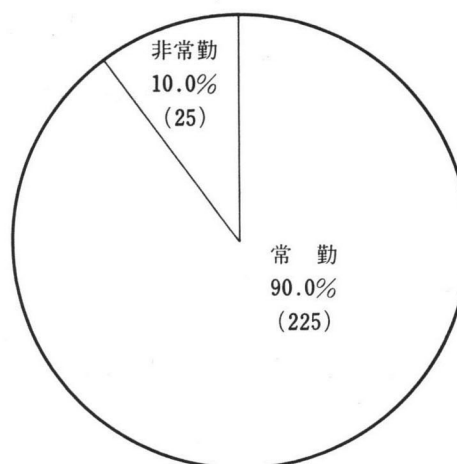
ii) bに該当するもの



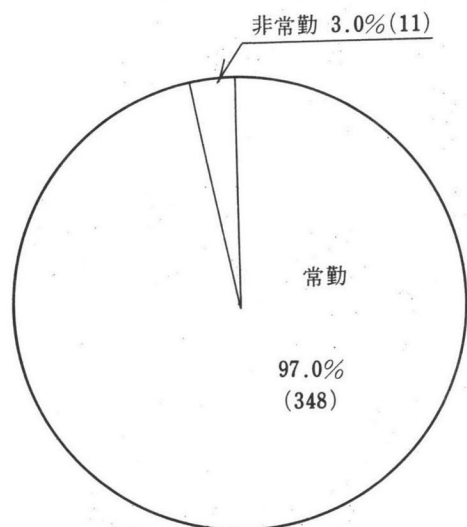
iii) cに該当するもの



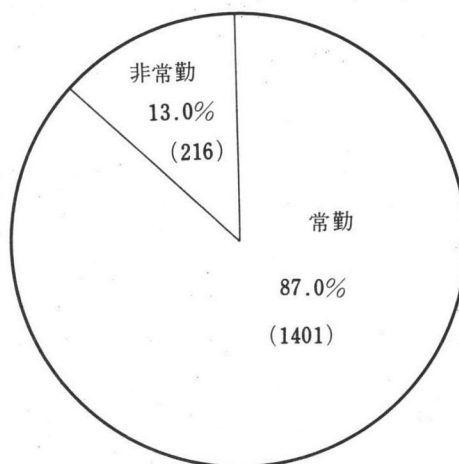
iv) dに該当するもの



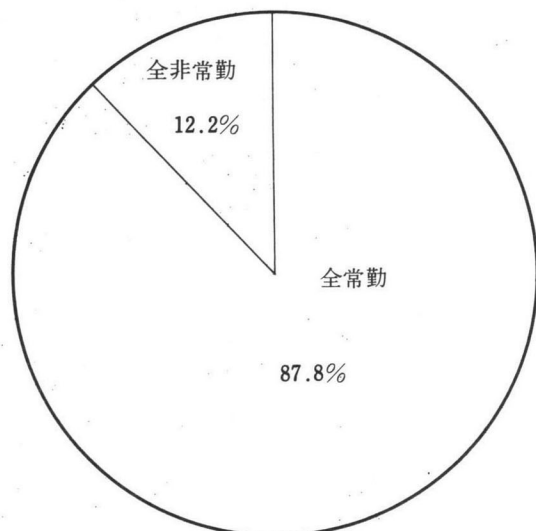
v) e に該当するもの



vi) f に該当するもの



vii) 総 計



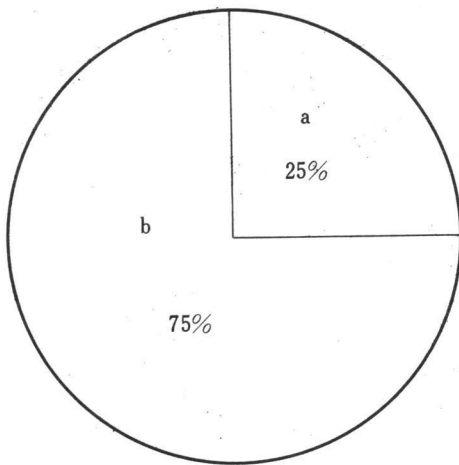
上図に見られるように、e の場合に有意差が認められるほかは、全体として常勤と非常勤の比率はほぼ一定している。e の場合は、企業の規模と要求に応じた安定した組織単位を構成すると見ることができよう。

次に a - f のそれぞれの場合、特に著しい差異を示す業種を取り上げると次のようになる。(業種は a - f のそれぞれの占める比率の大きさの順)

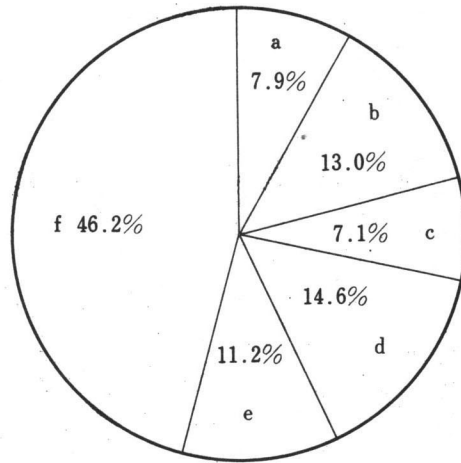
- i) a の場合…サービス業、非鉄金属、金属製品、機械、輸送機器、等
- ii) b の場合…建設、化学、新聞、精密機器、窯業、等
- iii) c の場合…新聞、金属製品、非鉄金属、機械、等
- iv) d の場合…化学、窯業、繊維、商業など
- v) e の場合…精密機器、電気機器、広告、窯業、等
- vi) f の場合…広告、繊維、その他製造、輸送、機器、等

(注： 報告された最高の人数は、常勤240名、2位が常勤105名であった)

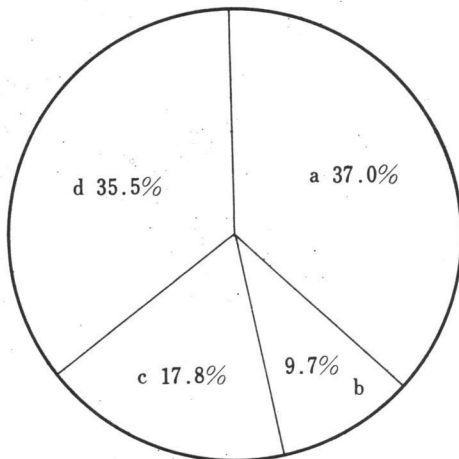
建設



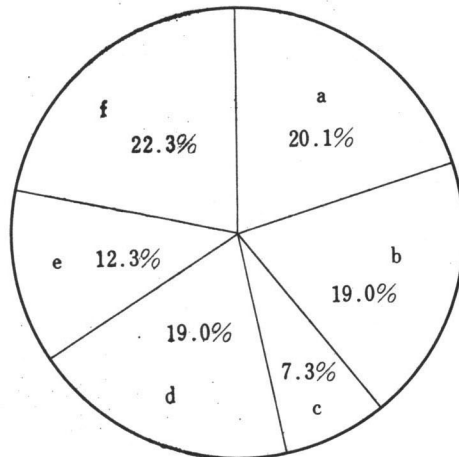
織維



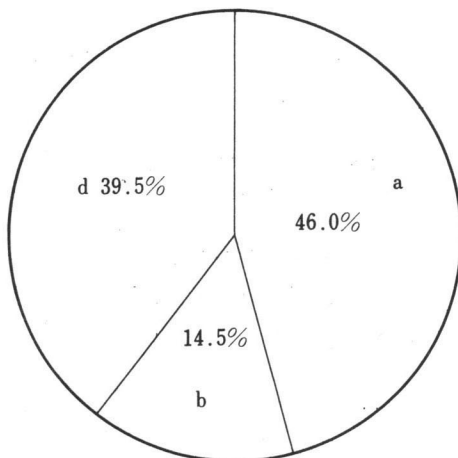
化学



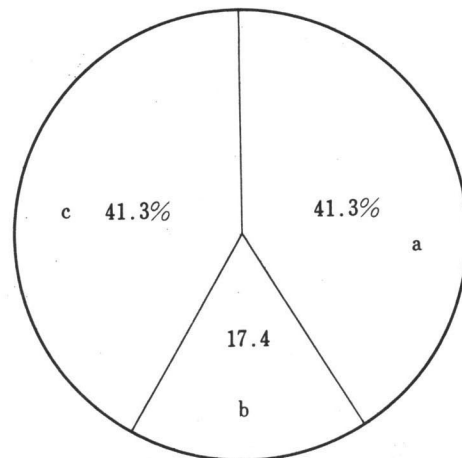
窯業



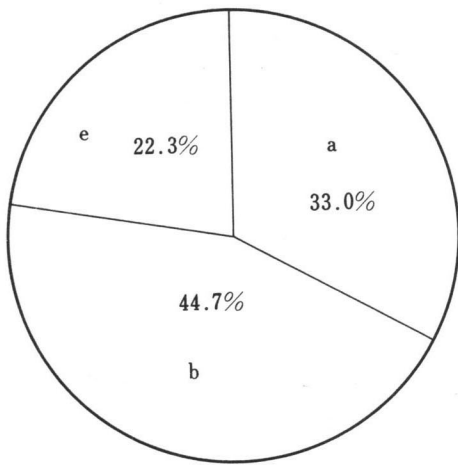
非鉄金属



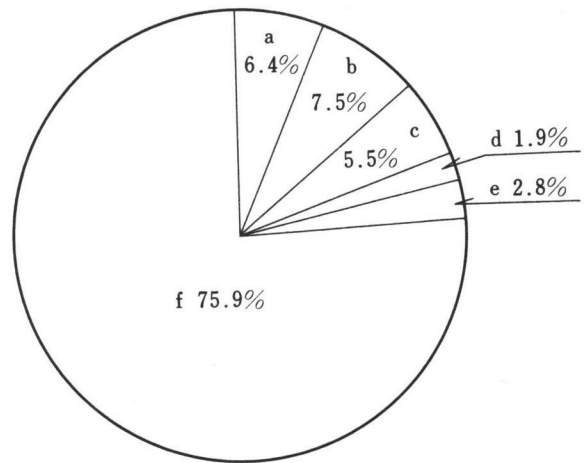
金属製品



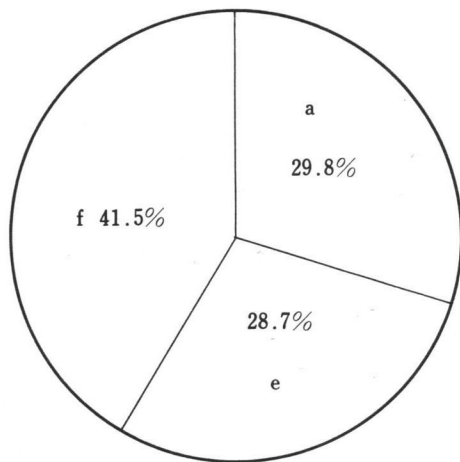
機 械



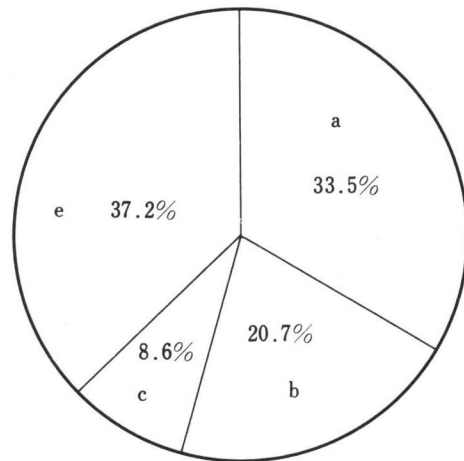
電気機器



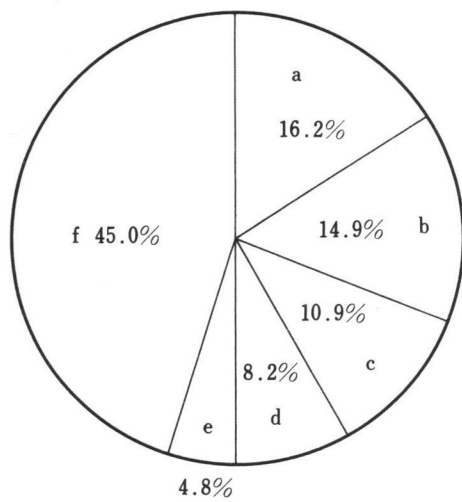
輸送機器



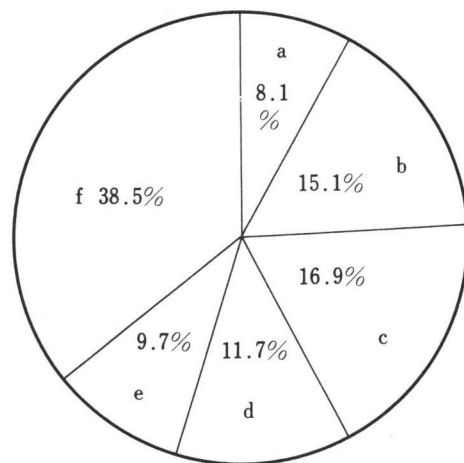
精密機器



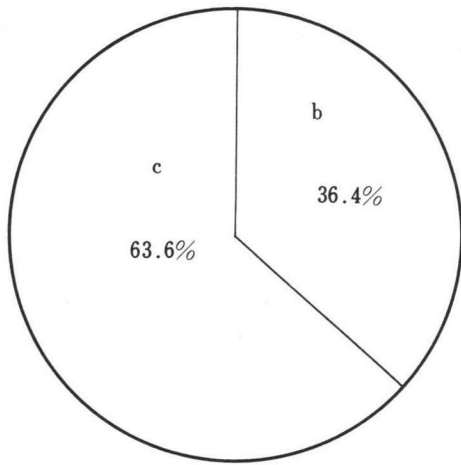
その他製造



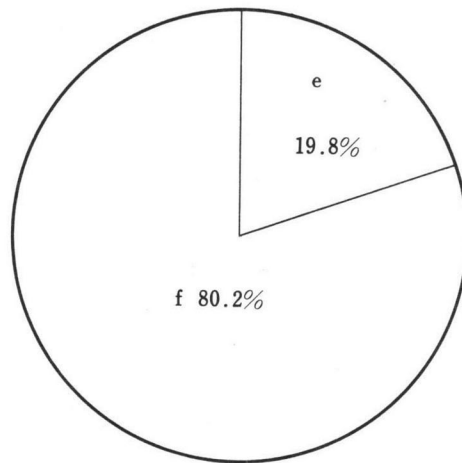
商業



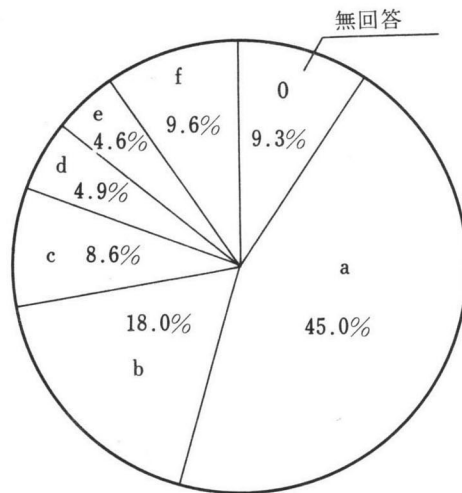
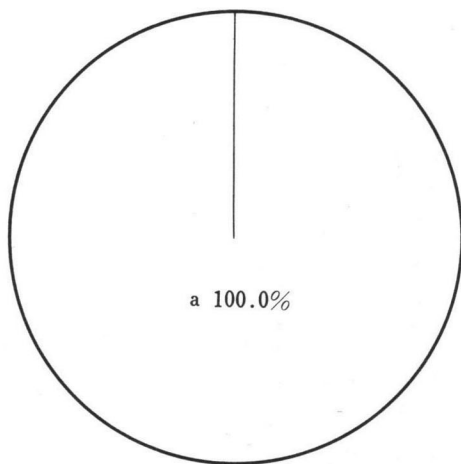
新聞



広告



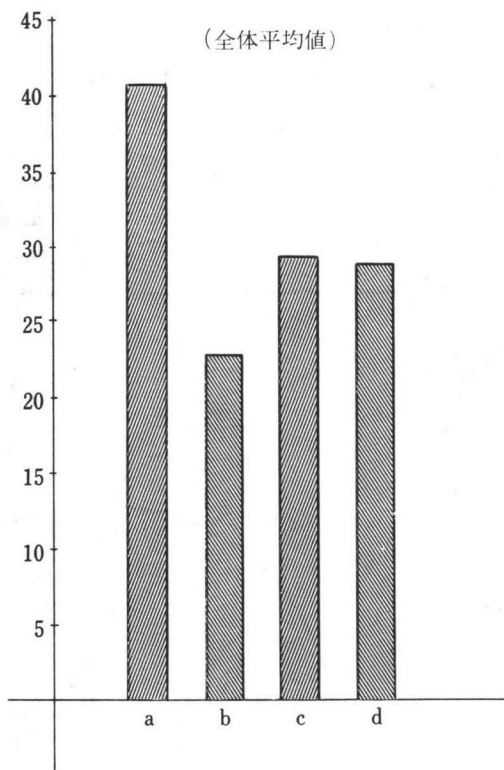
サービス



上記の合計を示したのが左図であり、相対的に人数が少ない企業が多く、中間の人数が少く、かえって多くの人数をかゝえた企業のほうが多いことが分る。

7. 貴社のデザイン部門に属していらっしゃる方で、製品のデザインを担当していらっしゃる方の年齢構成はどうか。 () 内に御記入下さい。

a. 最	高	(歳)	
b. 最	低	(歳)	
c. 平	均	値	(歳)
d. 中	間	値	(歳)



(1) 企業別の場合

最高 69歳

最低 17歳

平均値

最高 54歳

最低 21歳

中間値

最高 53歳

最低 21歳

(2) 企業全体の平均

最高 40.6歳

最低 22.8歳

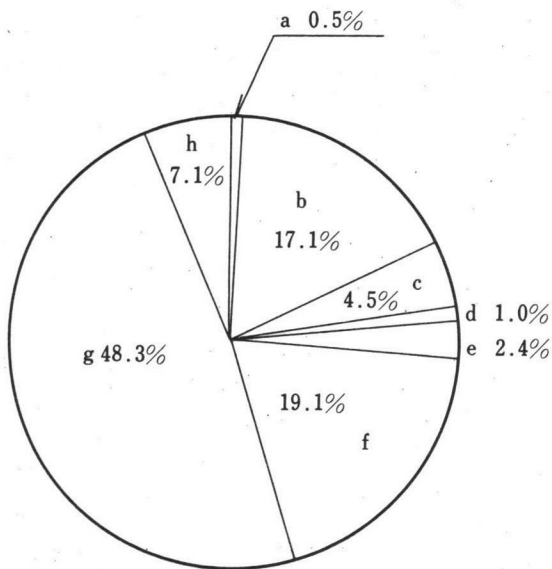
平均値 29.4歳

中間値 28.9歳

8. デザイナーの方々には、さまざまな経歴を持つ方がいらつしやると思います。学校、大学での専攻、または職場での経歴を考えた場合、次の項目のどれに主として該当する方がいらつしやいますか。() 内に御記入下さい。

下記のごとく区分し、実数とパーセンテージを求めた。

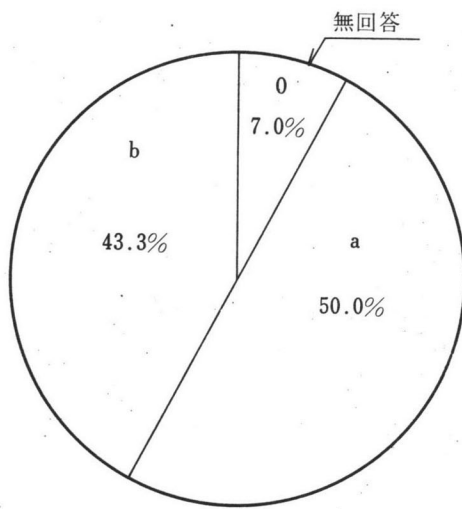
領域区分	実数	%
a. 純粋、自然科学系	17	0.5
b. 工学、技術系	576	17.1
c. 経営、経済、ビジネス系	152	4.5
d. 法学系	38	1.0
e. 文学、語学系	82	2.4
f. 美学、美術系	642	19.1
g. デザイン・プロパー	1622	48.3
h. その他	240	7.1
計	3369	100.0



デザインの領域においても、コンピュータの領域に見られるのと同様な人員構成の傾向が現れているが、これは今後のデザイン業務のカバーする分野および教育・養成に影響する点であると思われる。

9. 貴社のデザイン部門は一つのまとまった組織として活動していますか。それとも、幾つかのサブの部門に分割されていますか。該当項目の空欄に○をつけて下さい。(必要に応じて分割される場合もありますが、その時は、分割のほうに○をつけて下さい。)

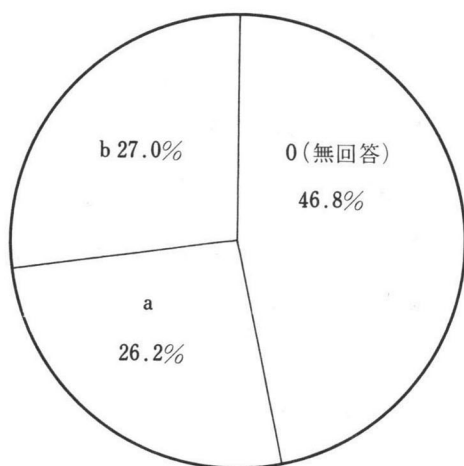
	a. 常に一つのまとまった組織として活動している。
	b. サブの部門に分割されている。



図の示すとおり、a. デザイン部門が一つのまとまった組織として活動している場合と、b. サブの部門に分割されている場合とがほぼ同率を占めていることが分る。

10. 上の質問（9）のbに○をつけられた場合は、次のどの項目に該当するか、空欄に○をつけて下さい。

	a. 組織上、明確に区分された部門に分割されている。
	b. 組織上は分割されていないが、必要に応じ、チーム編制その他により担当事項による分割を行う。



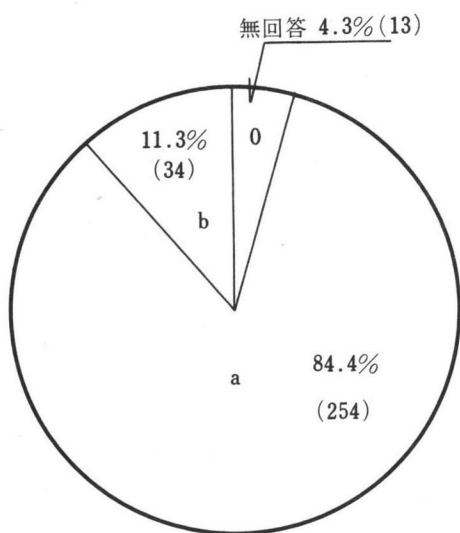
前項の回答傾向と同じように、この項でも a、bはほぼ同率である。区分の利害得失は、企業規模、業種による考察と共に、デザイン機能の再検討を必要とすると思われる。

（注： 質問事項9と10に関し、質問設定があいまいであったためか、両者に対する応答の仕方に差異がみられた。）

Ⅱ デザイン部門の機能

1. 貴社のデザイン部門は、他の関連業務部門と容易に連絡・調整の取れる施設や建物の中に位置していますか。該当項目の空欄に○をつけて下さい。

	a. 位置している。
	b. 位置していない。



左図に見られるように、施設という物理的な環境の整備については、一般に関心が払われているように見受けられる。

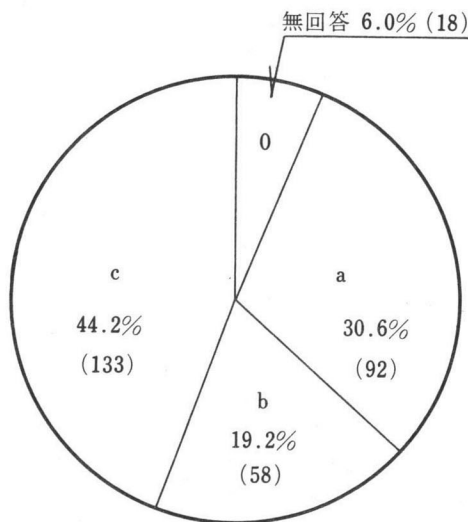
この項は、別の質問項目において、口頭による業務連絡がよく行なわれている事実と関係を有する。逆な立場から見れば、各種のコミュニケーションの媒体や手段を整備することにより、デザイン部門が独立した施設を活用しつつ機能を発揮することも考えられる。

2. 貴社においては、製品に関する研究開発業務と、デザインの業務は、組織的に見た場合、どのように関連していますか。該当項目の空欄に○をつけて下さい。

下記の項目に該当しない場合は、所定の欄に御記入下さい。

a. 研究開発部門はデザイン部門とは別個に設けられている。
b. 基礎研究部門は別に設けているが、製品開発業務はデザイン業務と同一の部門で行っている。
c. 研究開発業務は、デザイン業務と同一の部門で行っている。

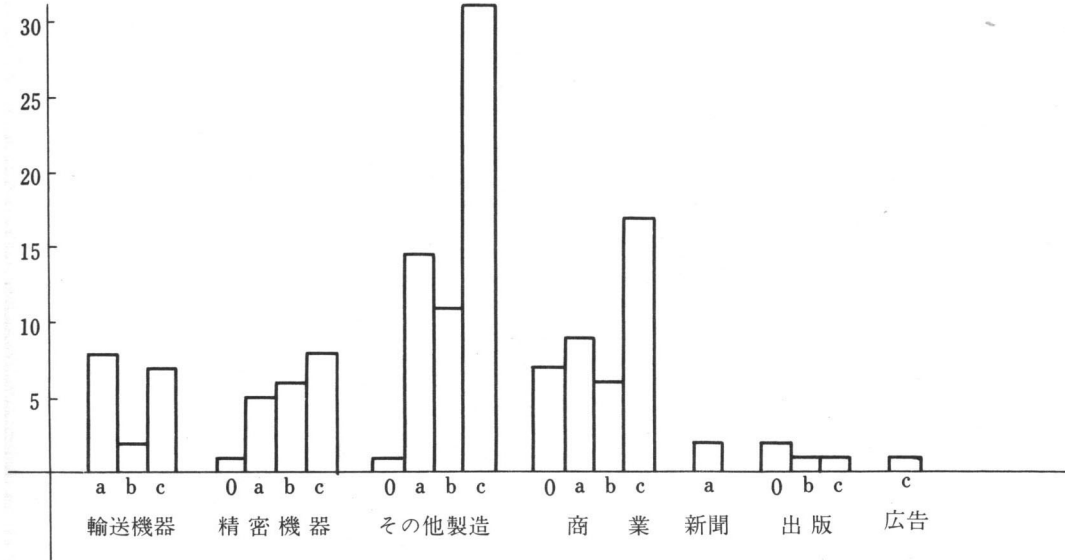
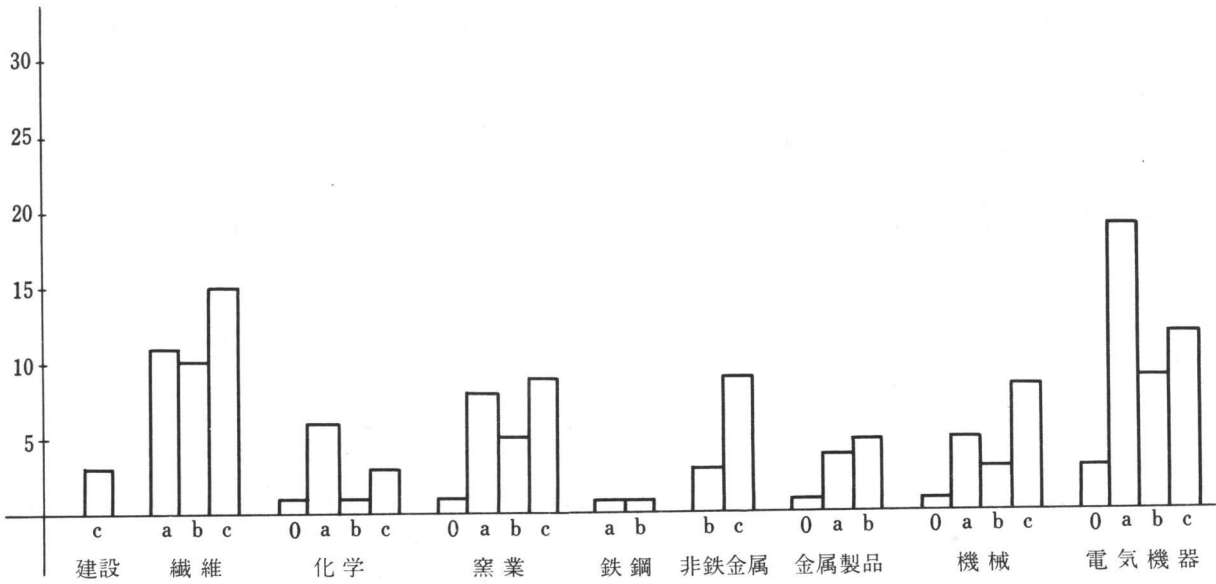
記 入 欄 _____



この設問においては、研究開発業務の内容を厳密に規定する必要があるが、いちおう常識的な理解に従った。

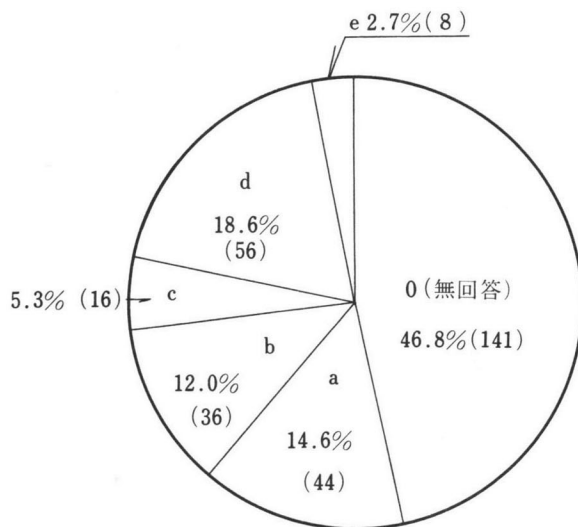
cが半数近くを占めている事実は、IDの企業内の位置を示していると思われる。しかし、aも1/3弱を占めており、cとaの多少は業種特性を表わすと考えることができる。bについても、まったく同様なことが言える。

しかし実態は、下図に見られるように、業種別でいちぢるしい特色を示すというよりも、むしろ企業規模によって影響される点が大であると推定される。



3. 上の質問（2）で、**a**または**b**に○をつけられた場合は、次のうちのどの手段を講じていらっしゃるでしょうか。該当項目の空欄に○をつけて下さい。

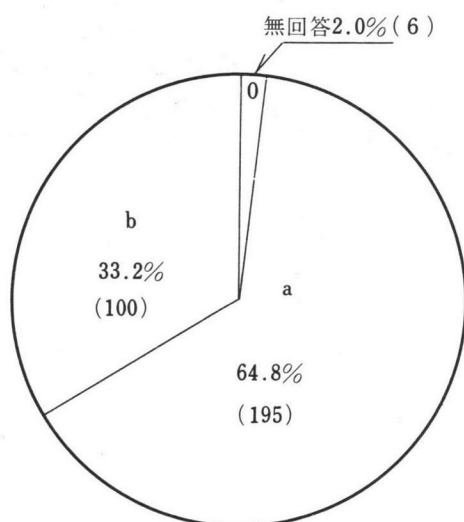
a. 両部門の統合責任者（担当者）を設けている。
b. 統合責任者は置いていないが、連絡・調整の責任者（担当者）を設けている。
c. a、b、のような責任者（担当者）は設けていないが、両部門が定期的に会合する機会を設けている。
d. 両部門間に、随時必要な連絡が取れるようにしている。
e. 両部門はそれぞれ独自の業務を遂行し、連絡・調整は行っていない。



回答に見られたいちぢるしい特色は、無回答が半分近くであったという事実である。これは組織的にあいまいな点があるか、または設問そのものの意味が明確でなかったことに基くと思われる。a、bは共に組織的な措置とみなされるが、これに対しdは必要に応じた臨機応変の態度であり、この三者の間にほぼ均衡の状態が見られることは、企業全体にわたってフレキシブルな態度があることを示すものと受け取られる。

4. 貴社では、全社的な組織の一部として、特許資料とか特許情報を扱う専門の部門もしくは係員を設けていらっしゃるでしょうか。（6を参照して下さい。）該当項目の空欄に○をつけて下さい。

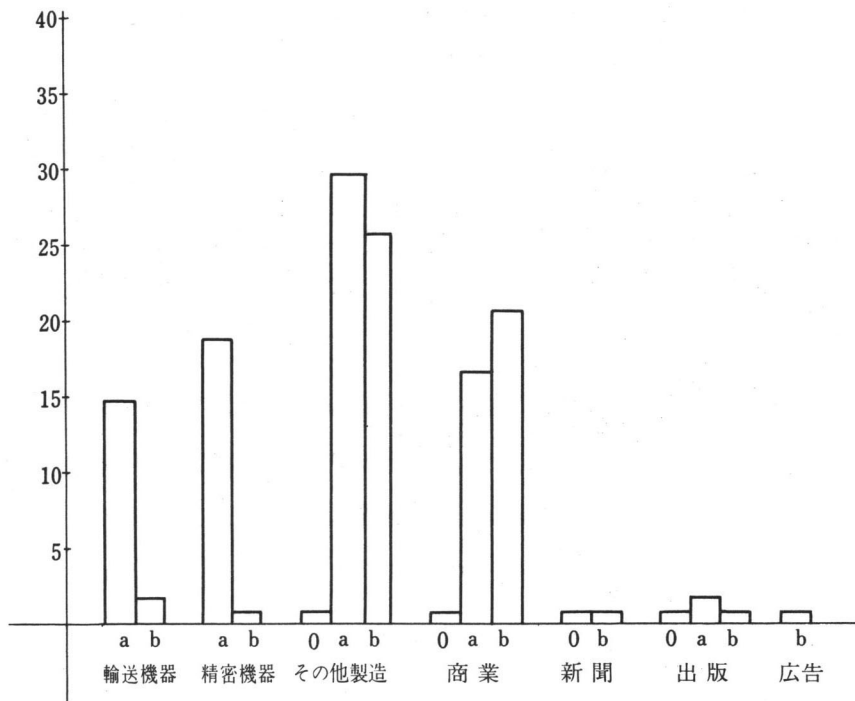
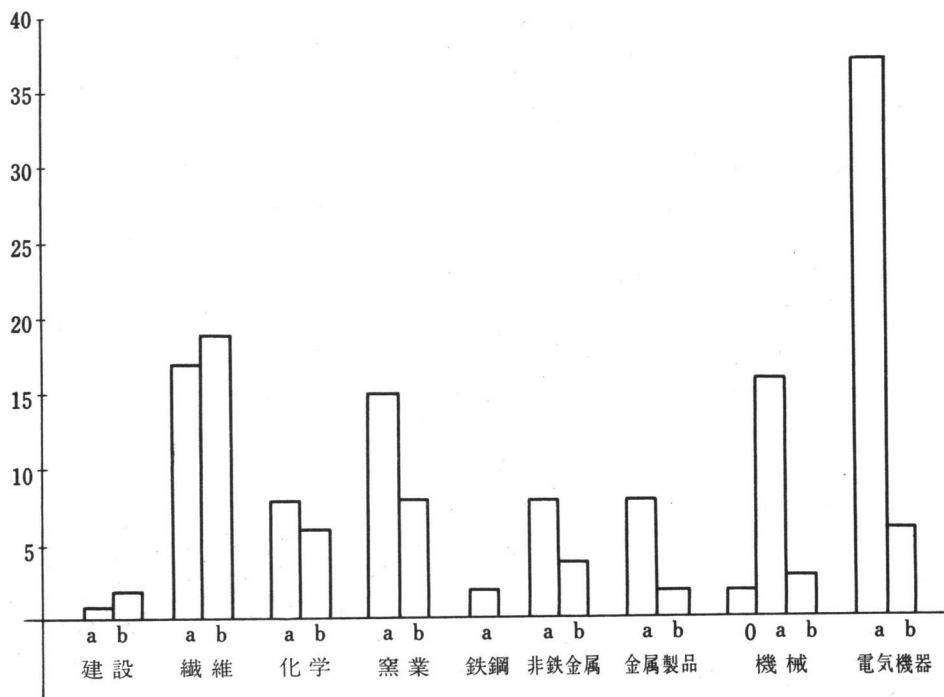
	a. 設けている。
	b. 設けていない。



産業デザインの機能的側面において、特許情報の占める役割は比較的大きいといえることができる。この設問は、全社的に特許部門の有無を調べることにより、それがデザイナーの活動にどのような影響を与えるかという問題に結びつけるためである。全般的には特許部門を備えている企業が多いが、約30%が備えていないという事態は、意匠面

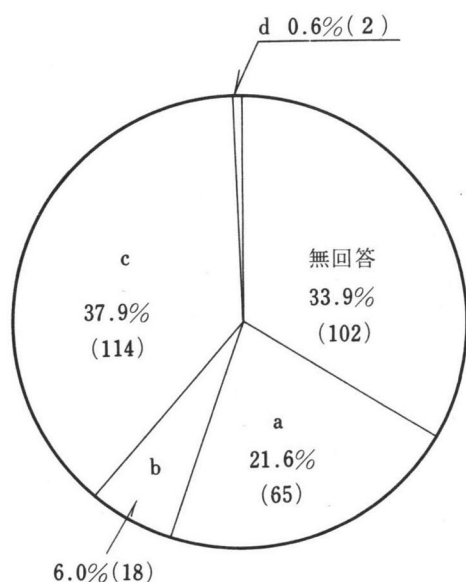
の理解の問題と共に、特許行政、特に出願様式と製品化の問題の処理に今後関連してくるものと思われる。

次に、下図で示したように、業種別の特性との連関では、各種機械・機器の製造業においては圧倒的に特許部門の設置率が高いことに対し、商業ではそれがわずかながら逆転し、また繊維で同様な傾向が現われたのはやや意外であった。しかし、繊維の中に、繊維製品の二次、三次加工が含まれることを考慮すれば当然とも言えよう。



5. 上の質問（４）のaに○をつけられた場合、次のうちのどのような手段をデザイナーのために講じていらっしゃるでしょうか。該当項目の空欄に○をつけて下さい。

a.	デザイナーのために特許資料の利用案内を個別に行っている。
b.	全般的に特許資料の利用法を説明した「利用の手引」を配布している。
c.	特許資料の利用は個々のデザイナーの自由に委ね、格別の考慮は払っていない。
d.	デザイナーには特許資料の利用を許していない。



大部分のデザイナーは、技術的な意味で特許資料や特許情報を利用することは稀であろう。しかし、技術あるいは開発研究部門の内部もしくはそれらと共同して仕事を進めるデザイナーにとっては、特許関係の事項は決して無猿ではないと考えられる。機能と外形の関連は、言うまでもなく大きな意味を持つ。この点は、従来のデザイナーのあり方、企業の受入れ態度、今

後のデザイナーの養成などに深い関係を持つので、考慮の必要がある。

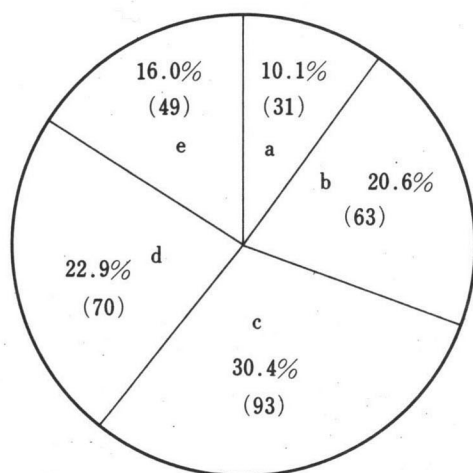
通常特許資料の利用に習熟していないデザイナーに対して、cのケースが40%近く認められるのは、利用を許しながら適切な案内を実施していないという点で望ましくない。組織的なアプローチが考えられるべきであろう。

6. 特許権の中で特に「意匠権」に関して、次の項目の中で何を実施しているか、該当項目の空欄に○をつけて下さい。

該当項目の無い場合には、所定欄に御記入下さい。

	a. 国内、外国の登録意匠を入手・整理し、必ずチェックするようにしている。
	b. 国内の登録意匠を入手・整理し、必ずチェックするようにしている。
	c. 必要に応じ国内および／または外国の登録意匠を入手し、チェックするようにしている。
	d. 社外の専門家に委嘱し、必要に応じ意匠権の有無の確認を行ってもらっている。
	e. 特に考慮を払っていない。

記 入 欄



意匠権の問題は、デザイン機能の具体化と直接関連を持つ。この点で、ほとんど完全なチェックを行っている例が、国内国外にわたるものとして10%、国内だけに限ると約31%（計）に達しているということは、登録意匠に対し、高い関心が払われていることを意味する。

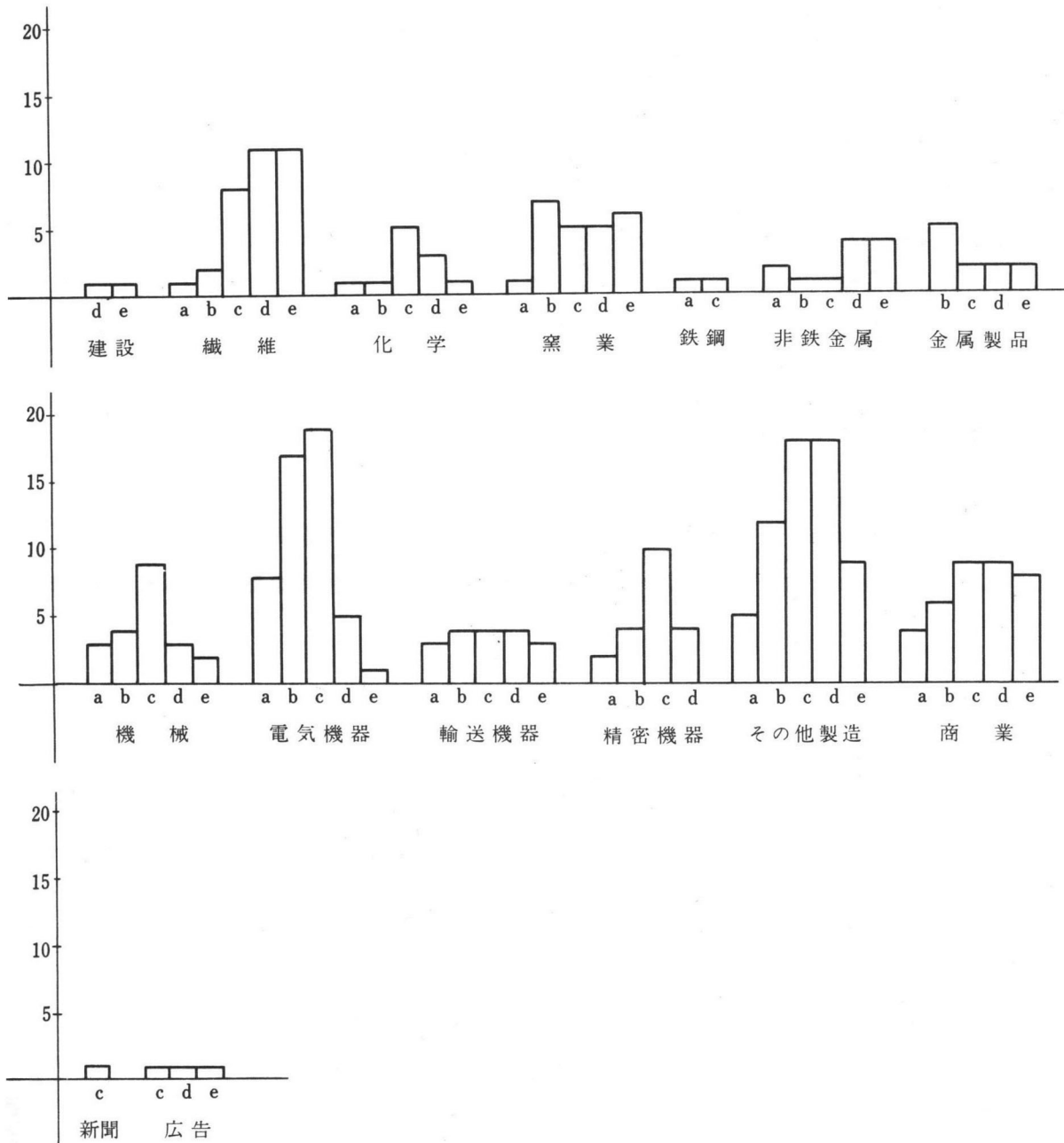
また、必要に応じてチェックする(c・d)は53%をこえ、a、bと合計すると全体

で84%に達していることがわかる。ただ、eが16%という数値を示しているのは、業種特性を反映するとは言え、業界として一考を要する問題であると思われる。特許についても登録意匠のチェックについても、企業各社が独自の立場で完全に実施しようとするには無理があるので、業種ごとの情報センターを設け、さらに総合的なクリヤリング・ハウスを活用することが望ましい。この種の情報の利用については、科学技術分野におけ

る防衛特許の考えが導入されてもよいのではなかろうか。

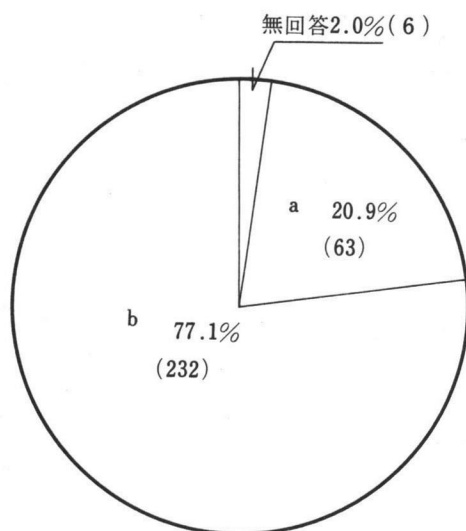
一つの問題は、登録意匠のチェックとその活用が、実際のデザイン活動のどの時点で行なわれるかという点に見出される。事前チェックと事後チェックでは、その効用が大いに異なる。この点では特許情報の利用と同じ性格を示し、組織的な処理方針の確立が必要となるであろう。

業種別に見ると、a-eの差がかなり明らかに現れている場合と、そうでない場合とがあることがわかる。繊維、窯業、電気機器、精密機器の四者を比較するとその差が認められる。



7. 貴社では、デザイン部門の機能を発揮したり、能率を向上するという目的をもって、コンピュータその他の情報機器を活用なさっていますか。該当項目の空欄に○をつけて下さい。

	a. 活用している。
	b. 利用していない。



ここで問題にした情報機器には、質問8に示されたものが含まれる。

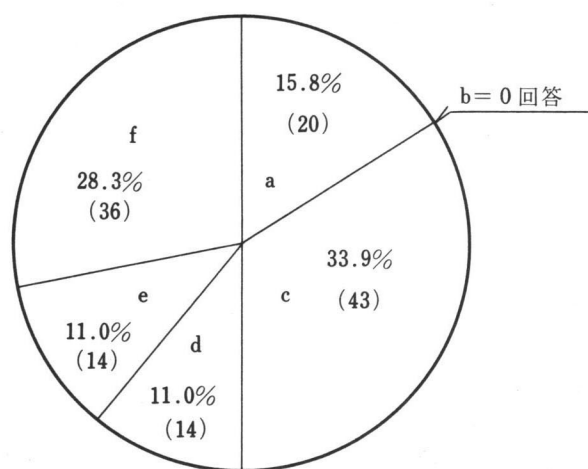
情報機器の利用率がきわめて低いということは、当然のことではあろうがデザイン活動は頭脳と手を重視するという事実の反映か、または情報機器の活用法が技術的に探究されていないか、のどちらか、あるいは両方の理由に基づくものであろう。

この点にもまた、産業デザインとクラフトデザインの理解、さらに基本的にデザインの概念を再検討する機会を持つことの必要性が示唆されているように思われる。

8. 上の質問（４）のaに○をつけられた場合は、その機器がどのようなものであるかを、下記の項目から選んで（複数項目を必要に応じてお選び下さい）下さい。該当項目のない場合は、所定の欄に御記入下さい。

a.	コンピュータ（ディスプレイ装置を含む）。
b.	閉回路テレビ。
c.	フィルム、スライド（ムービー・カメラ、通常のカメラ）
d.	マイクロ装置（マイクロカメラ、マイクロリーダー、プリンター等）
e.	映像音響機器（VTR、録音、再生装置など）
f.	計測計算装置（データの計測・計算、電卓を含む）

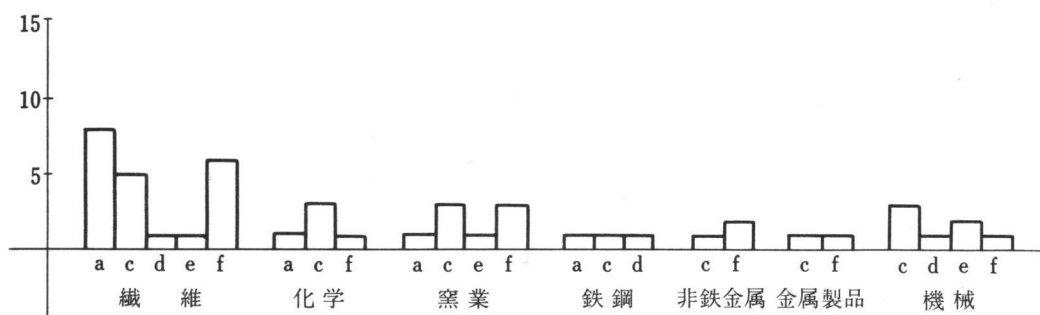
記入欄

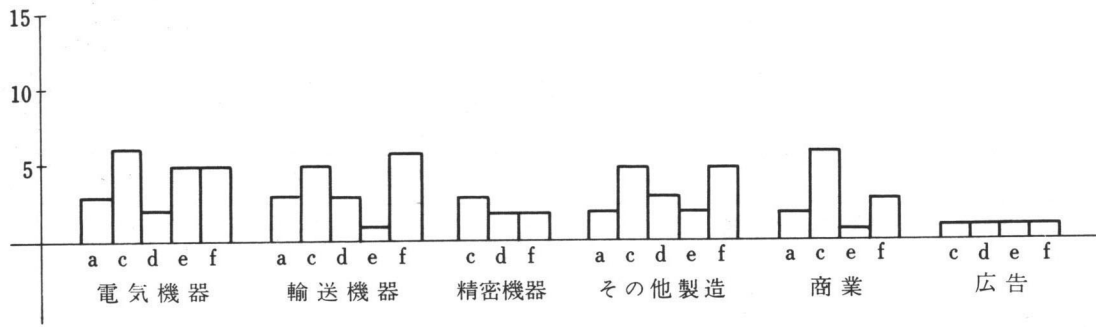


全体としては、cとfが多く用いられているが、fは主として機器の製造に多く見られる。aも16%に近い数値を示しているが、少数の例外を除いて、ほとんどすべての業種にわたって用いられるようになってきている。問題は、その利用法と利用範囲であろう。bは無回答であったが、これはむしろ施設と関連したコミュニケーションおよび

コントロール装置と見なされるので、当然の結果かもしれない。

業種別特性の大略は下図で得られる。



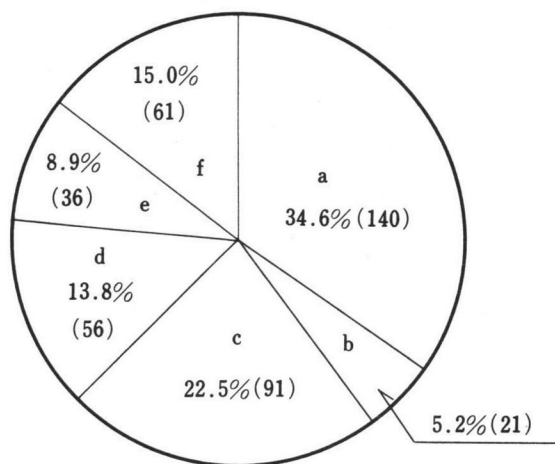


9. デザイン部門の機能発揮上の問題点に関し、おさしつかえないかぎり、下記の該当項目に必要なだけ○をつけて下さい。

該当項目のない場合は、所定の欄に御記入下さい。

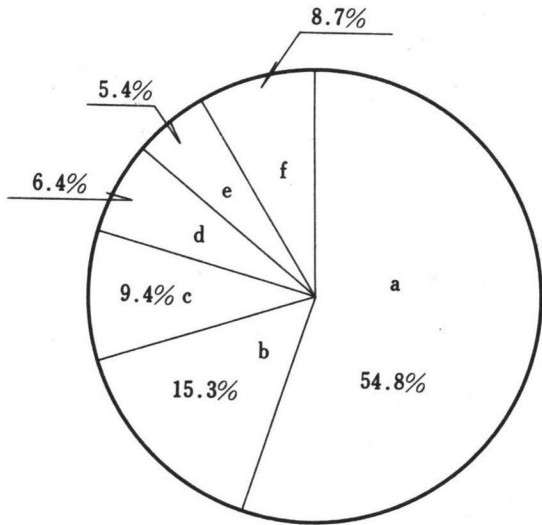
a. デザイン担当者の数が不足している。
b. デザイン担当者のターンオーバー（就・離職）がはなはだしい。
c. デザイン担当者の養成・教育の適切な手段がない。
d. デザイン部門と他の業務部門との意思統一、あるいは連絡調整が困難である。
e. デザインの完成に時間がかかる。
f. デザイン結果の製品化に時間がかかる。

記 入 欄 _____



この設問は、デザイン部門にとって重要な意味を持つ。最も大きな問題として、aが挙げられているが、この問題はcと無縁ではない。この双方とも、量と質の両面において需給のバランスがうまくとれていないことを意味している。特に産業デザイン担当者の養成・教育に当っては、他の設問との関連を考える場合、今後基礎的な科学技術知識、考

え方、応用能力が美的側面と共に心がけられるべきであろう。dも比率はあまり大きくないが、上述の点と関連して考慮されるべきである。これは企業の組織構成とその運用に深い関連を持つ。e、fは特に次の設問10と結びつく。



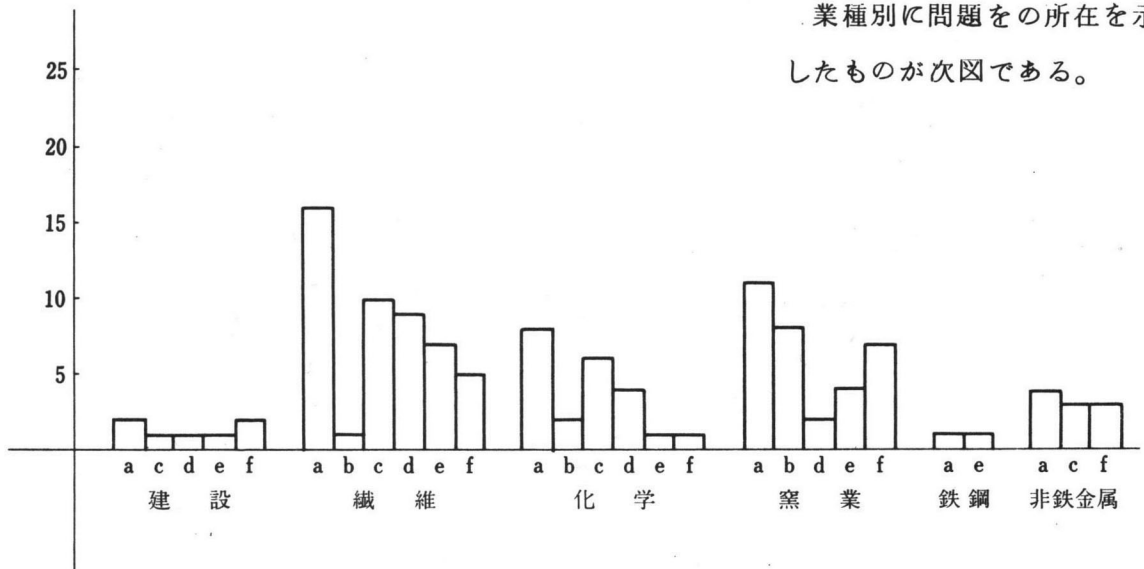
a: 1~5名 d: 16~20名
 b: 6~10名 e: 21~30名
 c: 11~15名 f: 30名以上

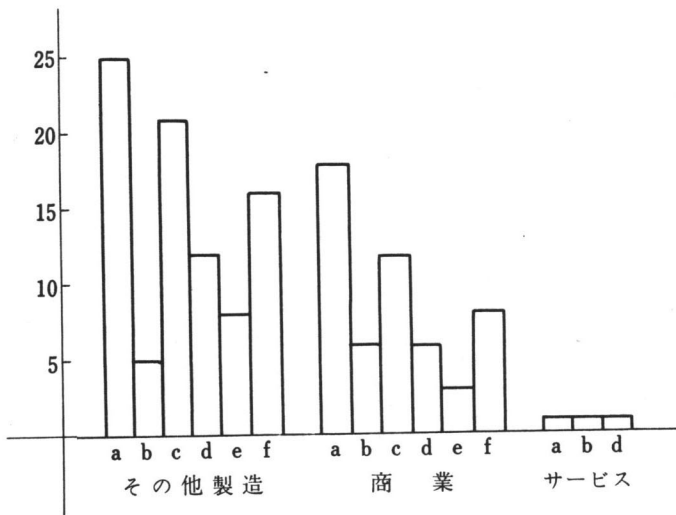
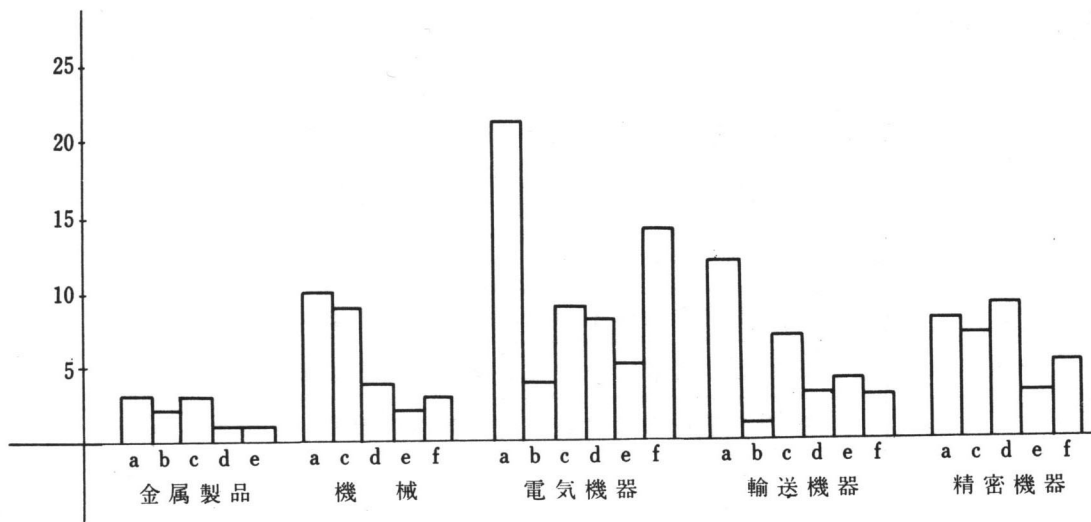
次に、図2では、設問 I、
 6、との関連が捕えられてい
 る。すなわち、人数が少ない
 ほど多くの問題を抱えている
 ことが明かにされている。

両者の関連を実数で捕え、
 表化したものが次表である。

人数 \ 問題	a	b	c	d	e	f	計	%
a(1~5)	73	11	55	28	21	34	222	54.8
b(6~10)	26	4	13	6	5	8	62	15.3
c(11~15)	15	3	8	6	3	3	38	9.4
d(16~20)	6	1	4	6	2	7	26	6.4
e(21~30)	6	2	5	5	0	4	22	5.4
f(30~)	14	0	6	5	5	5	35	8.7
計	140	21	91	56	36	61	405	
%	34.6	5.2	22.5	13.8	8.9	15.0		100

業種別に問題をの所在を示
 したものが次図である。



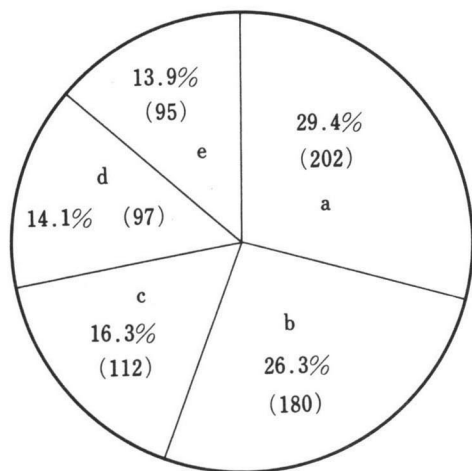


10. 貴社において、デザインの部門または担当者の活動結果を評価された上で、今後どうい
うことを希望または期待されていらっしゃるでしょうか。おさしつかえないかぎり、次の項目
に必要なだけ○をおつけ下さい。

該当項目以外に御表示下さる点があれば、所定の欄に御記入下さい。

a. 自社製品のデザインの向上
b. デザイン機能（スタッフの問題を含む）の強化
c. デザイン部門の、社内における地位の向上
d. 自社の製品価値に占めるデザイン要素の比率の向上
e. デザイン評価のための、明確な評価基準の設定

記 入 欄 _____

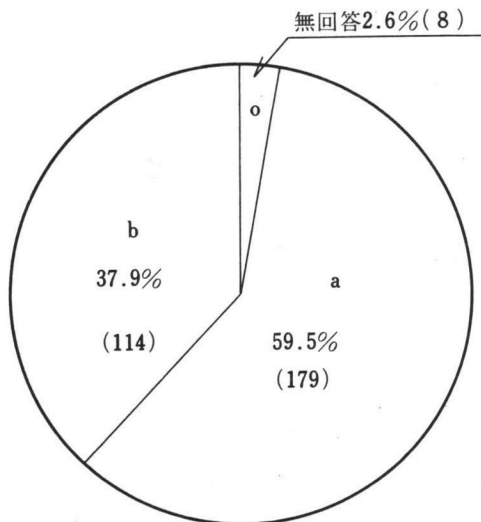


a - e に対する回答の間に
極端な差は認められないが、
a、b、c がどちらかといえ
ば企業全体の組織的問題であ
るのに対し、d、e はやや抽
象的であると共、技術的な
要素が強い。e が最下位に止
まったことは、基準設定がき
わめて困難であることを物語
ると共に、産業デザインにと
っては一つのチャレンジであ
ると受け取ることもできるで
あろう。この面の研究が、今
後の優良デザインを決定する
方針の確立に関連する。

Ⅲ デザイン部門のための情報サービス

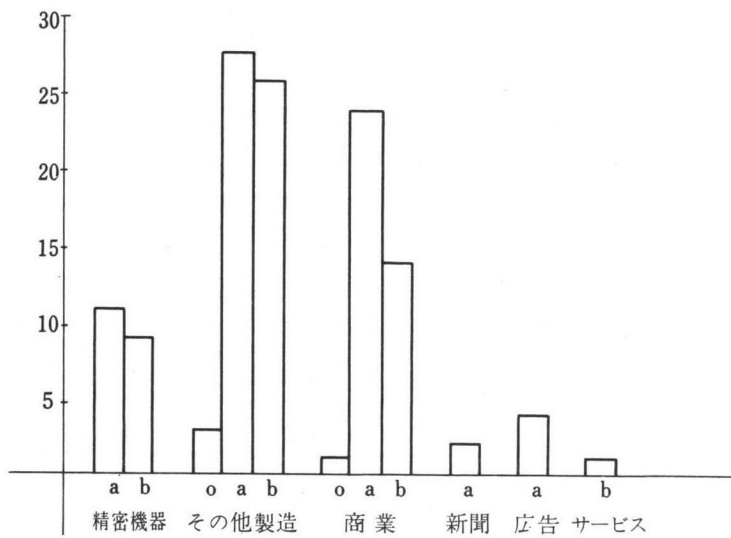
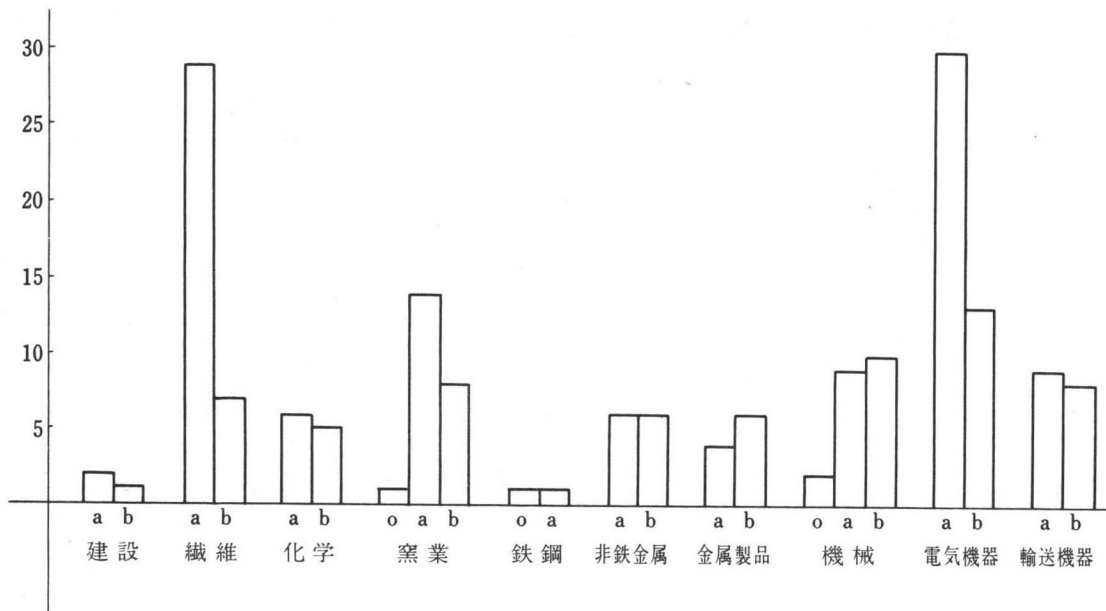
1. 貴社においては、デザイン担当者が日常利用しうる各種の資料を組織的に収集・整理し、利用に供するための施設（資料室、図書室など）を設けていらっしゃるでしょうか。該当項目のどちらかに○をつけて下さい。

	a 設けている
	b 設けていない



設問においては、会社全体としてデザイン担当者が利用しうる情報源資設所有の有無を問題にしたのであるが、40%近くが「無」と回答したのは、あるいはデザイン担当者専用の施設と理解したからかも知れない。いずれにしても、産業デザインにはクラフトデザインと異り、各種の具体的与件を考慮に入れる必要があるので、十分なデータや情報源を備えることが望ましい。

施設の有無の比率は、下図に見られるように、繊維、電気機械部門において著るしい差が認められるほかは、ほぼ平均している。



2. 上の質問(1)のaに○をつけられた場合は、そこにはどういう資料が備えつけられていますか。該当項目がない場合は、所定欄に御記入下さい。

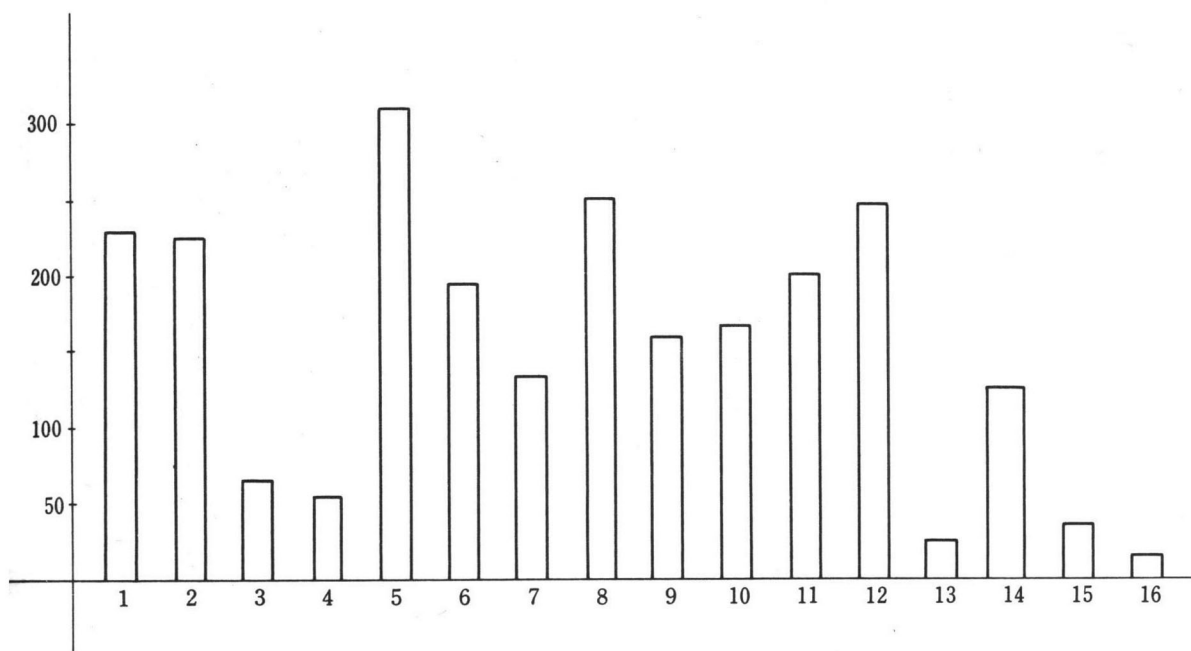
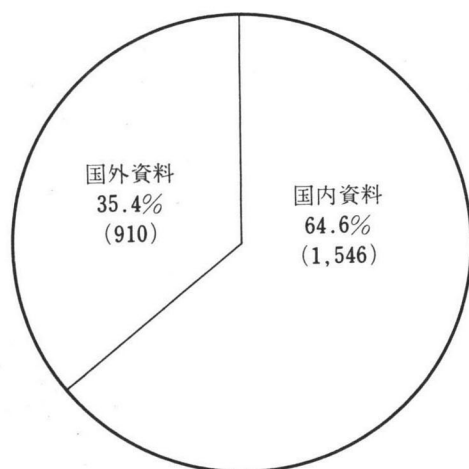
	有 無(有は○)		概 数(または類種の数) 不明の場合は、御記入下 さらずに結構です	
	国 内	国 外	国 内	国 外
1. 事典、数表、年鑑な どの参考図書			冊	冊
2. 単 行 本			冊	冊
3. 抄 録 誌			種	種
4. 索 引 誌			種	種
5. デザイン・美術専門雑誌			種	種
6. 科学・技術専門雑誌			種	種
7. ビジネス 専 門 雑 誌			種	種
8. 業界誌(紙)機関誌			種	種
9. 官公庁、試験・研究 機関・団体等の機関 誌、報告書などの刊 行物			種	種
10. 一 般 雑 誌			種	種
11. スクラップ、切抜き			点	点
12. 製 品 カ タ ロ グ			点	点
13. 映 画 フ イ ル ム			点	点
14. ス ラ イ ド			点	点
15. 録 音 テ ー プ			点	点
16. ビ デ オ ・ テ ー プ			点	点

記 入 欄

上記の設問において、資料の概数が記入されていたものは3件に過ぎなかった。これは他の調査においても見られるが、企業における資料・情報管理の実態の一端を示すものと言えよう。

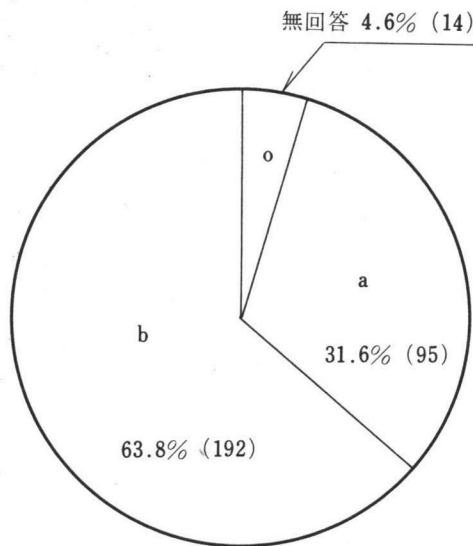
国内資料と国外資料の有無だけを問題にすると、約6.5 : 3.5で国内資料の方が多く保有されている。内外の資料の比が最も小さい(差が少ない)のは5と12であった。

保有の有無だけを問題にした場合は下図のようになるが、3、4が他の領域とくらべてきわめて少ないのは、国の内外を問わず、すぐれた抄録誌や索引誌が産業デザインの分野で刊行されていないことを反映していると受け取れる。しかし、企業としては、応用科学、技術、美術の面では相当数のすぐれた索引誌が（特に国外において）出版されているので、それらを総合的に利用する方法を考慮すべきであろう。



3. 情報源としての資料の発見、選択、収集、整理、提供のために、専門的知識を持つ方を当てていらっしゃるでしょうか。該当項目のどちらかに○をつけて下さい。

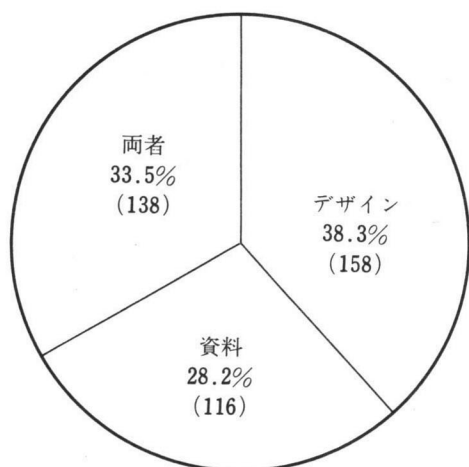
	a. 当てている
	b. 当てていない



この問いは、設問 1 と関連を持つ。情報源施設の有無と比較した場合、資料の専門係員を配置している率の方が小さい。資料の利用は、十分な検索手段を講ずることが必要であると同時に、その利用面も含め、専門的立場から一方においては資料の管理・活用を図ると同時に、他方においては利用者の要求を把握し、活用を推進する専門係員を置くことが望ましい。長期に亘って考えれば、その方が経済的である。

4. 上の質問（3）でaに○をつけられた場合、下記のどれに該当しますか。人数を書きこんで下さい。

	専門的知識	デザインの知識	資料の知識	両方の知識	計
	人数	人	人	人	人



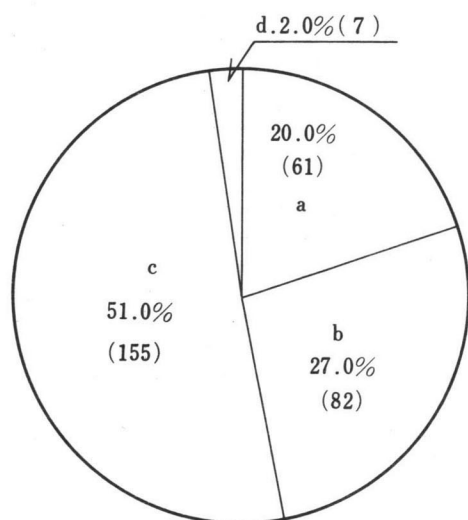
資料や情報を扱う係員の資質や、どういう専門的バックグラウンドを持つ人を、どういう割合で配置したらよいかという研究・調査は、これまで多くの科学技術の領域で行われてきた。その結果、資質としては、大学卒程度の専門分野の知識を少なくとも持ち、かつ資料の検索能力を備えていると同時に、対人関係を円滑に保てることが必要と見なされ

れ、人員の構成比率の面では専門知識を持つ人：資料知識を持つ人が、ほぼ5：5あるいは6：4が最も望ましいという結論が出ている。その点では、この調査結果を全体として見ると、高い水準に達していると言することができる。しかし、これはあくまでも係員を置いている場合に限られることであり、係員を持たない例の方が多いことを忘れてはならない。

企業によっては、専門の係員を置き難い事情もあると思われるが、この点でも、情報センターを早急に実現し、コミュニケーションの手段を活用することが望ましい。

5. 個々のデザイナーの情報要求を短時間内に満足するために、各種の資料や情報源を検索する手段を講じていらっしゃるでしょうか。該当項目に○をつけて下さい。

	a. 検索手段を講じている。
	b. 検索手段は講じていない。
	c. 将来、検索手段を講じようと思う。
	d. 将来も、検索手段を講じようとは思わない。



情報要求を敏速に満足させるためには、情報源に対する適切な検索手段を講じることが必要である。この点で、Cが半数を超えていることは注目に値する。同時にbが27%に達していることと関連づけ、現在では産業デザイン関係資料・情報源に関し、適切な分類方法、索引語、検索手段が開発されていないことを物語っているとも考えられる。

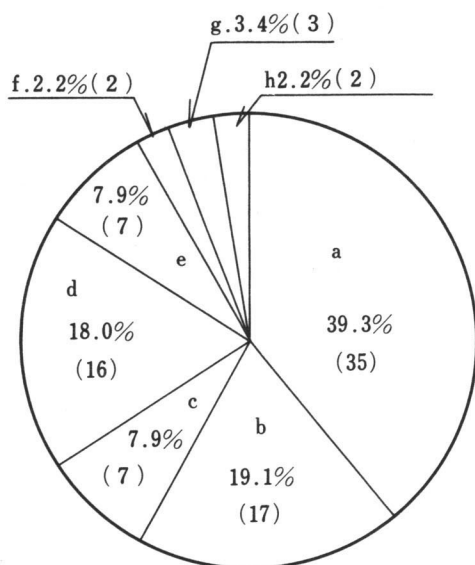
この面に関しては、センター的役割を果たす機関を中心として、業界の相互協力により標準的な分類法、索引法を開発する努力が払われなければならない。

6. 上の質問（5）の a に○をつけられた場合に、次の項目のどれに該当しますか。複数項目を選んで下さって結構です。

該当項目の無い場合は、所定欄に御記入下さい。

a.	資料の受入れ順にシート形式または帳簿形式のものに記入し、リストとして利用している。
b.	受入れた資料を、定期的にシート形式でリストにし、複写してデザイナーに配布している。
c.	項目（地域、品種、材料、方法など）ごとに分類した資料の、シート形式によるリストを定期的に複写し、デザイナーに配布している。
d.	カード形式により、主題（内容、事項）で分類目録を作成、利用している。
e.	カード形式により、個人名、機関名、国名、商品名（または製品名）の全部または一部で索引できる目録を作っている。
f.	上の d、e のほかに、コンピュータを利用し、必要な資料が検索できるようになっている。
g.	定期的にシート形式の索引を作成し、配布している。
h.	定期的にシート形式の抄録を作成し、配布している。

記入欄 _____



検索を可能にする手段の物理的形式は多種多様にわたるが、それは大体設問中の8項目に分類することができる。

この8項目は、a-hの順に人員も必要となり、処理も複雑化する。dのカード形式による分類が出来ていけば、利用者にとっては便利さが増すが、eまで到達してはじめて十分な活用

が可能となる。f、g、hはそれぞれ繊維、化学の領域における大企業で実施されているが、この面は上述のとおり実現が困難なので、やはり情報センターに依存したほうが経済的でもあり、すぐれた質のものを利用できると思われる。

7. デザイナーが必要とする資料の複製が即座にできるような設備をお持ちですか。

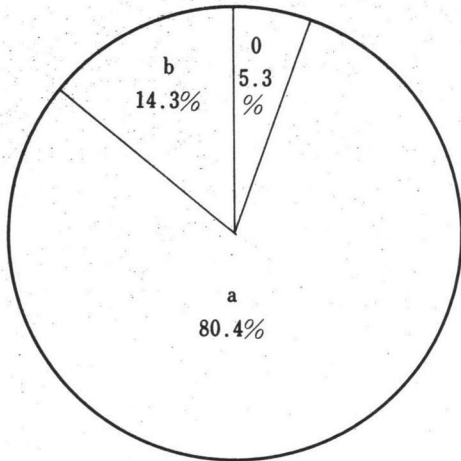
(1) 会社全体

(2) デザイン部門

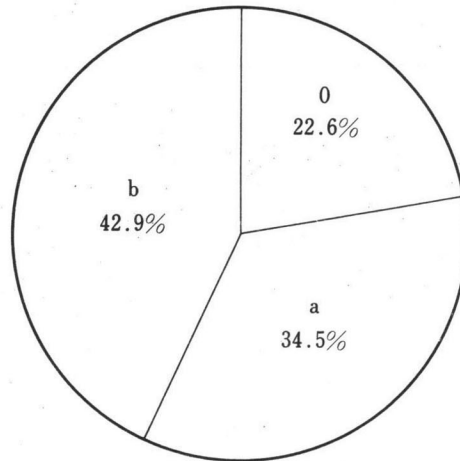
	a. 持っている
	b. 持っていない

	a. 持っている
	b. 持っていない

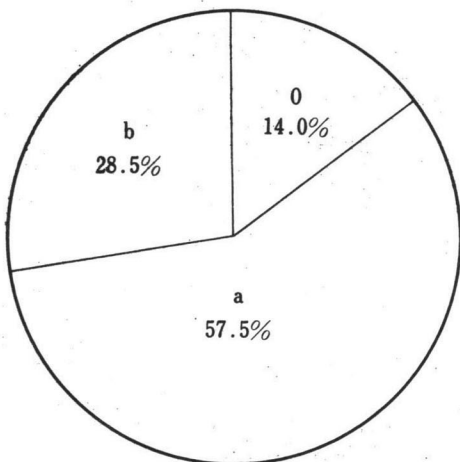
会社全体



デザイン部門



合計

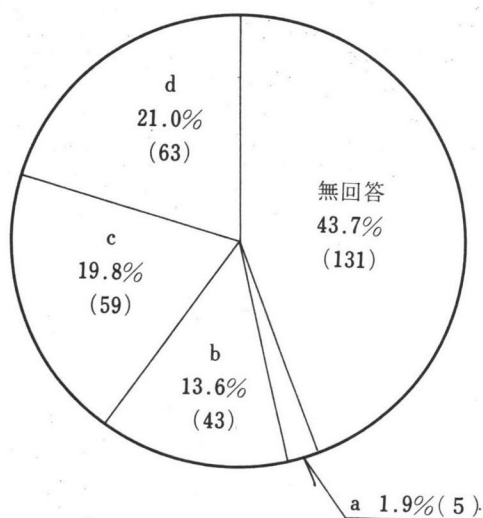


複写設備は最も簡単な機器の一種であり、用途も多い。

(1)の場合は所有率が80%を越えるが、(2)の場合は35%に満たない。このこと自体はたいした問題ではないが、これは次の設問と関連させた場合に、企業としては一つの大きな問題を提供することになる。すなわち、複写する原資料の管理と、複写された内容の管理とがそれである。往々にしてデザイン(意匠)の管理、広く言えば新製品企画の機密保持が問題となるが、この点は、複写機等の簡単な機器管理から出発しなければならない。

8. 上の質問（7）で（1）または（2）の b に○をおつけになった場合、デザイナーの複写要求に対し、貴社ではどういう方針を取つていらっしゃるでしょうか。該当項目に○をつけて下さい。

a.	定期的 に 会社 で まとめ、（資料を貸出するか、自社以外の資料の所在を示し、）外部の業者に複写業務を行なわせている。
b.	定期的 ではなく 、必要に応じて、上記 a の業務を外部の業者に行なわせている。
c.	デザイン部門が責任を持って部門として処理している。
d.	デザイナー個人にまかせている。

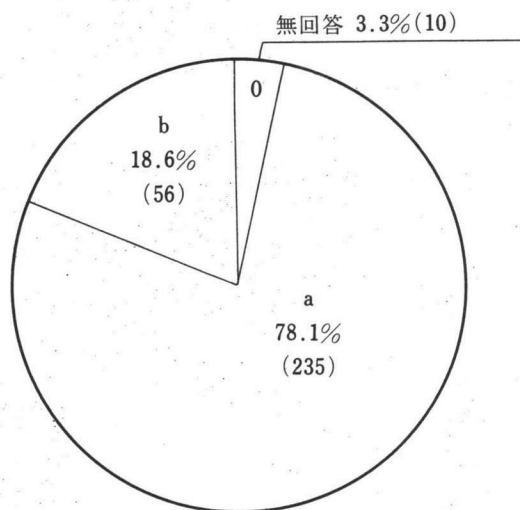


設問7で述べた内容がこの質問事項と関連を持つ。無回答が44%近くあることは、この質問内容に無関心であったか、不必要と積極的に考えたのか、明確な方針がないためであるのか、はっきりした原因は分らない。この回答の中でcが20%近くを示していることは管理体制が明確である例と受け取れる。問題はdが21%と最高率を示しており、bと共にその管理がどうなっているかという内容についてであろう。複写機器は

さほど高額なものではないので、無駄な多用さえ避ければ社内のもを利用したほうが、管理上はすぐれていると考えられる。

9. デザイン部門として、自社の業種または分野以外の、他の業種で生産される品種に関する情報の入手、利用も心がけていらっしゃるでしょうか。該当項目に○をつけて下さい。

	a. 心がけている。
	b. かくべつ心がけてはいない。



この質問内容は、質問意図をもっと明確にしないと的確に把握できないと思われた。一般的に受け取ると、製品の特性が大きく影響するとは言え、構成部分、特にその形状、全体的な意匠面などでは一つの製品が、よほど単純な形式・構造を持たないかぎり、他の製品の部分と全く無関係であることは稀である。前出の特許情報の活用も、その意味では、この設問と関連する。特に重要であると思われるのは、一見無縁であると考え

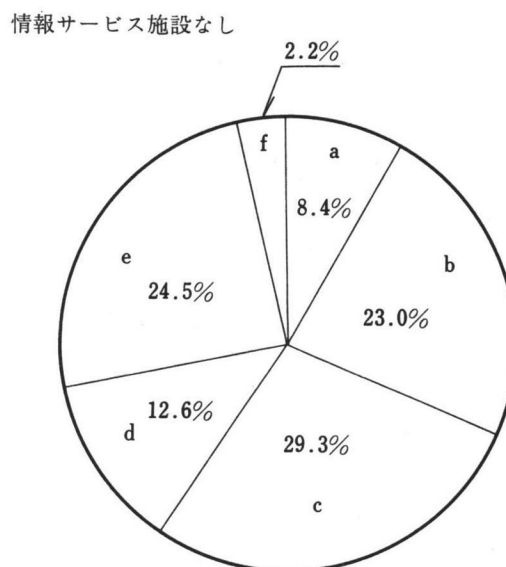
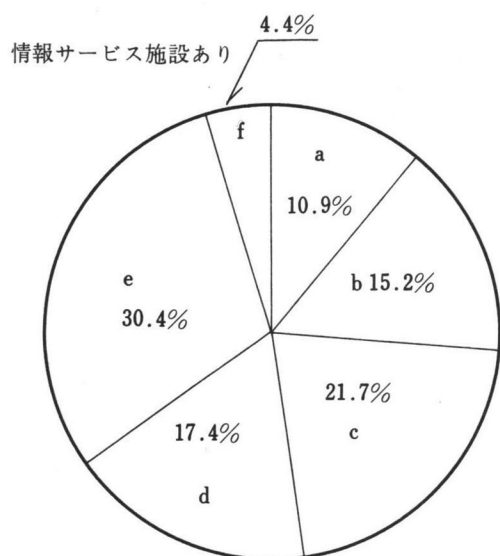
られる製品や大きな機器に関心を持つことである。たとえば潜水艦のようなコンパクトな構造を持つものの形態や部品には、多くの学ぶべき点が見出される。さらに拡張すれば、動物や植物の形態や機能および生態は、製品のデザインの上で、単に人間工学的な立場からだけでなく、美しさの点でも、動作の円滑さの点でも採り入れることのできる面が多い。このような側面に関する意識の組織的喚起が考慮されるべきであろう。

10. 貴社においては、デザイン部門のための情報サービスに関し、どのような問題がありますか。おさしつかえないかぎり、該当項目に必要なだけ○をつけて下さい。

該当項目が無い場合は、所定欄に御記入下さい。

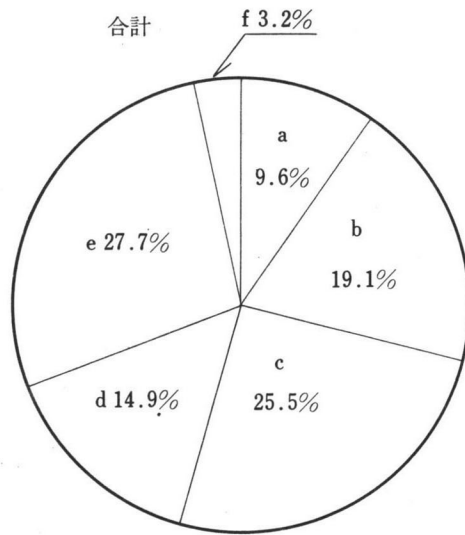
	a. 国内の情報・資料の入手が困難である。
	b. 外国の情報・資料の入手が困難である。
	c. 情報・資料の入手は可能であるが、経費がかかり過ぎる。
	d. 情報・資料の利用手段の開発が困難である。
	e. 情報・資料の利用効果の測定が困難である。
	f. デザイナーは、全般的に見て、情報・資料の利用に無関心である。

記入欄



設問の項目分布をまとめるに当たって、設問1の情報サービス施設の有無で区分してみると、上図のような差が示された。すなわち、国内資料については大きな差は生じないが、b、c、dにおいて差が認められる。また、dとeが、情報サービス施設がある方に大きく現われているのは、この種のサービスの困難さを経験しているからであり、サービス施設を持たないところでは、まずその面の認識が不足していることを物語っている。

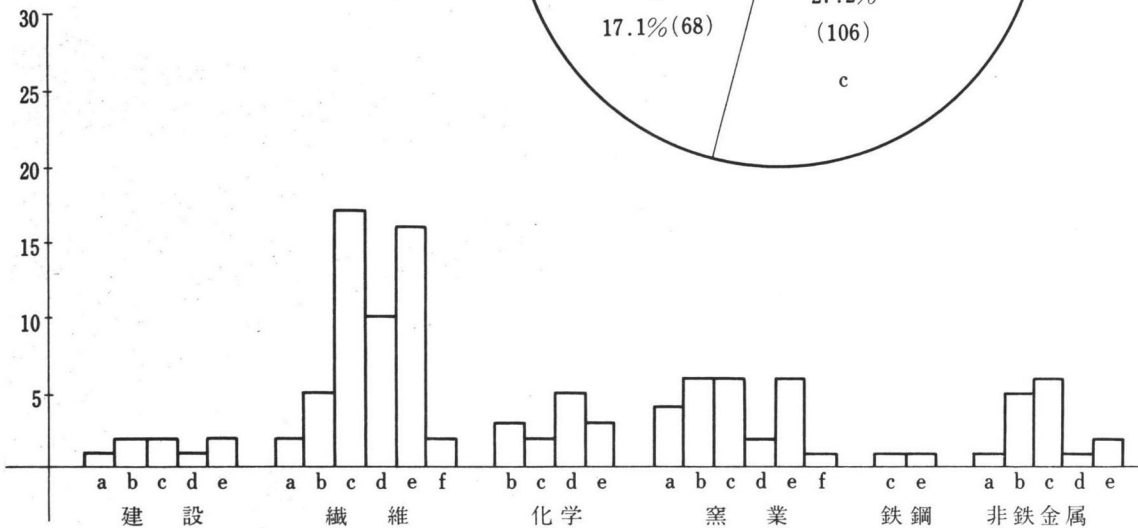
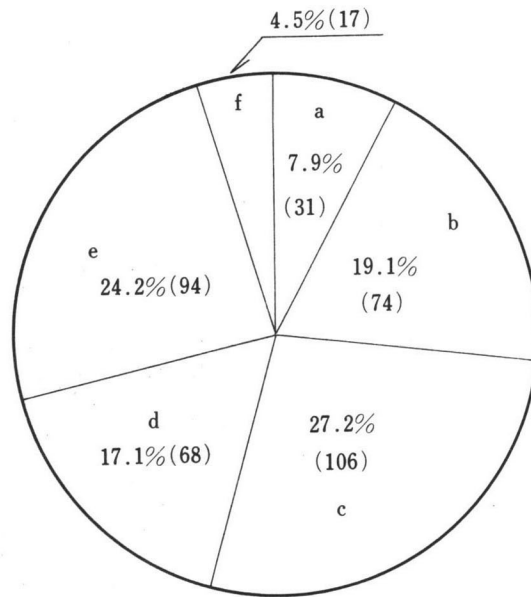
上の両者を合計した全体像は、下図で示される。経費の面と、利用効果の測定が最も大きな問題と考えられるが、このうち経費は共通資料の共同利用により、測定の面は協力研究により解決されるべきであろう。この点でも、中心的機能を果たす情報センターの確立が望

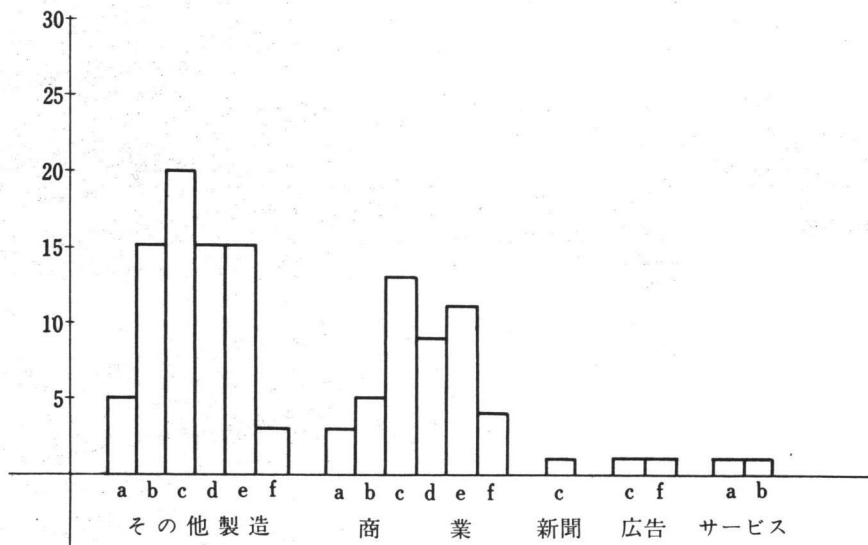
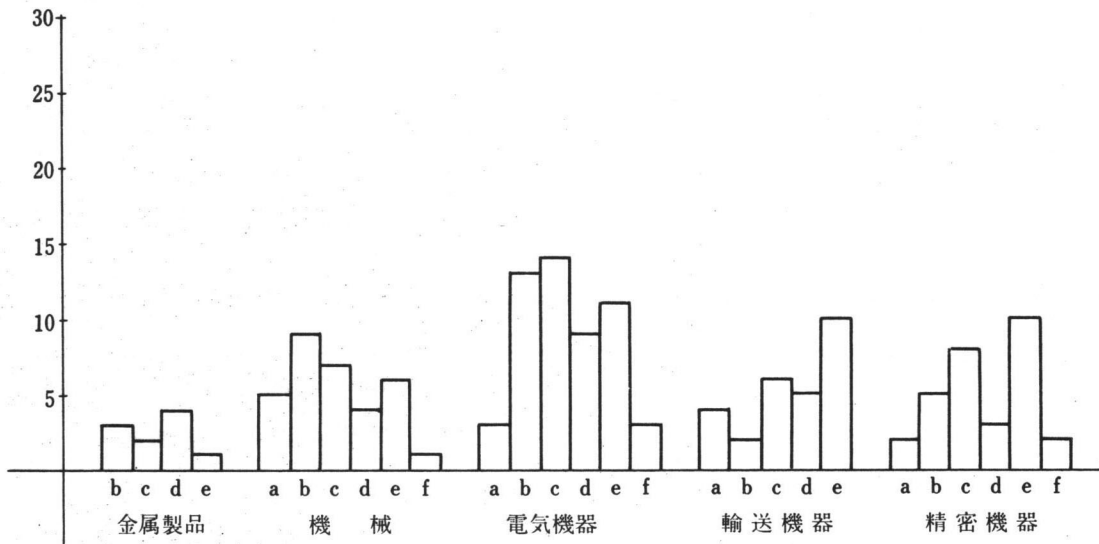


まれる。

同じ問題を、業種別区分により比率を取ると、左図のようになるが、大きな差は認めがたい。

業種別特性も、下図の示すように、ほぼ同傾向が現われている。





Ⅳ デザイナーの情報要求

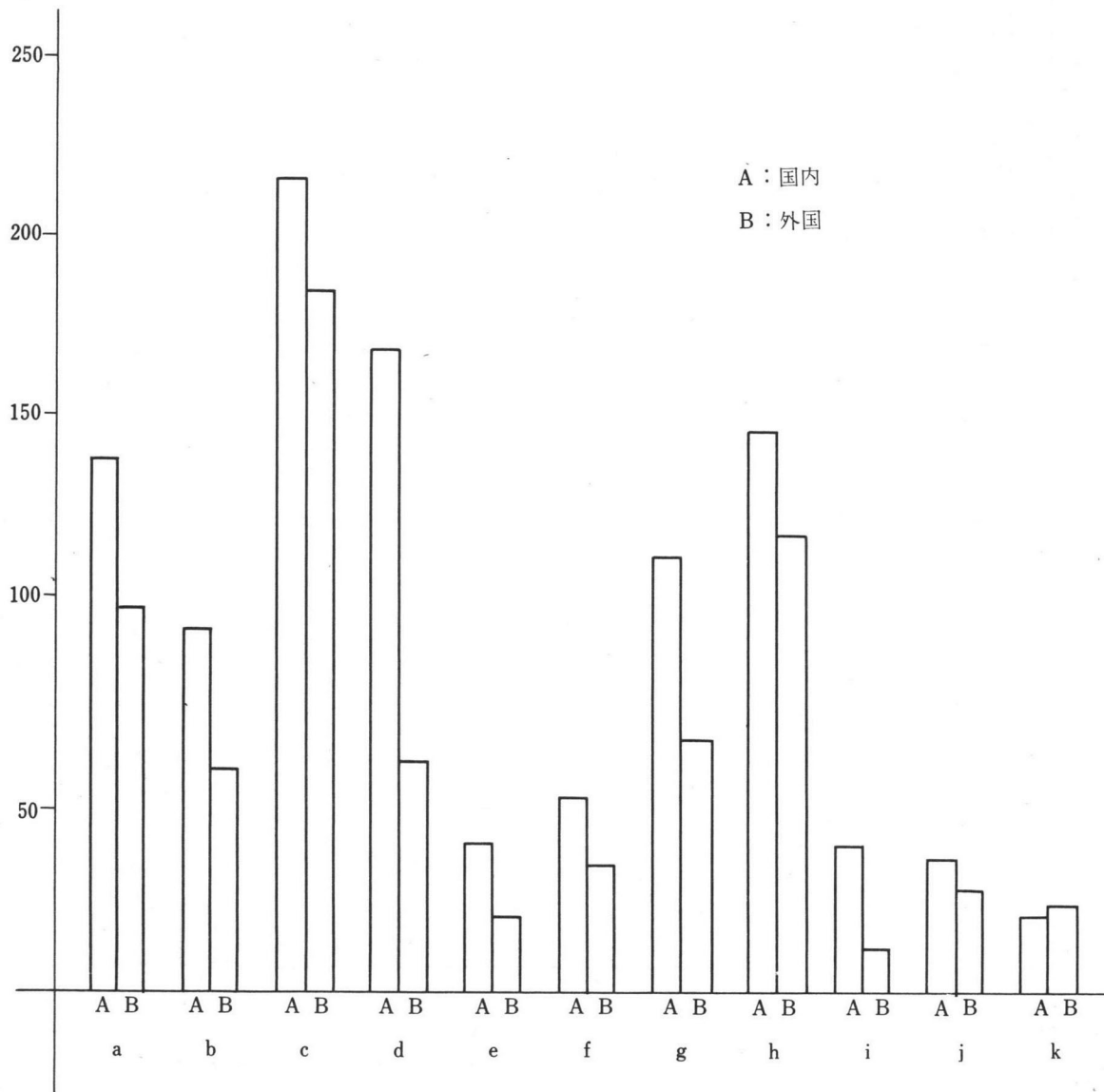
1. デザイナーとして、情報要求を満足するための資料として下記のタイプの中で特にどれを必要となさいますか。複数の項目を選んで下さって結構です。該当項目の無い場合は、所定欄に御記入下さい。☆印については、別添資料をごらん下さい。

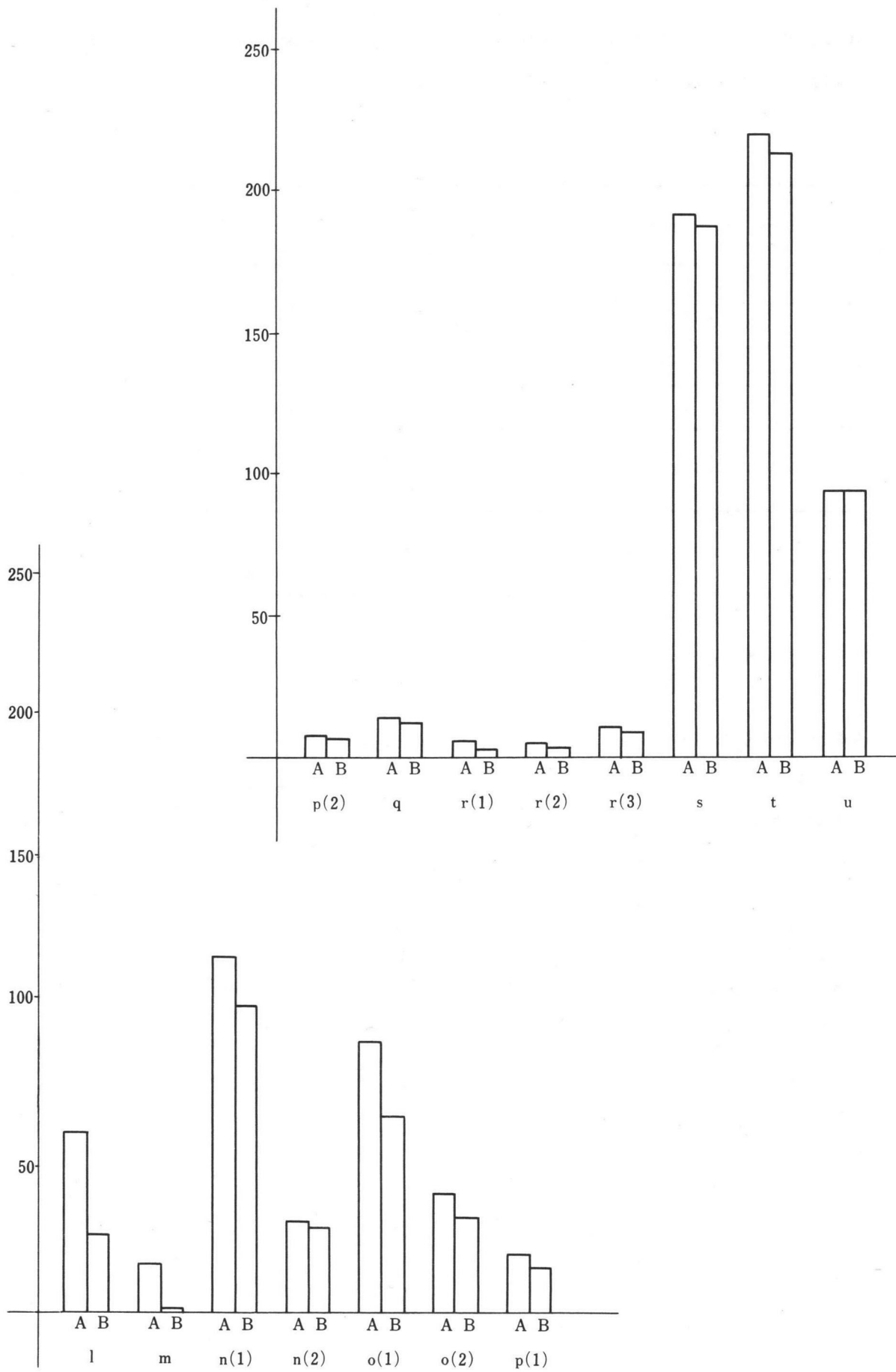
資料タイプ	国内	外国
a 参考図書（事典、年鑑、数表）		
b 一般図書（通読、通覧）		
c 雑誌（一般、業界、公共機関）		
d 新聞（一般、業界、専門）		
e 索引（一般、専門）		
f 抄録（一般、専門）		
g 統計（一般、専門、国単位）		
h 調査資料（一般、専門、試験、受験結果） 〔調査機関または自社調査部門、海外支店等の報告資料を含む〕		
i 録音テープ（講演、座談会、評論）		
j 録画テープ（専門、関連事象）		
k 映画館で観る映画		
l テレビ放送		
m ラジオ放送		
n スライド (1) カラー (2) モノクローム		
o プリント (1) カラー (2) モノクローム		
☆p マイクロ・フィルム (1) 35ミリ (2) 16ミリ		
☆q マイクロ・フィッシュエ		

r	パンチカード		
	(1) ハンドソート・カード		
	(2) マシンソート・カード		
☆	(3) アパチャー・カード		
s	製品見本		
t	製品、商品カタログ		
u	製品のスケッチ		

記入欄

下図においては、国内をA、外国をBで示してある。利用頻度が特に多いのは雑誌、製品見本、製品・商品カタログであり、これは後出の設問における希望調査ともほぼ一致する。

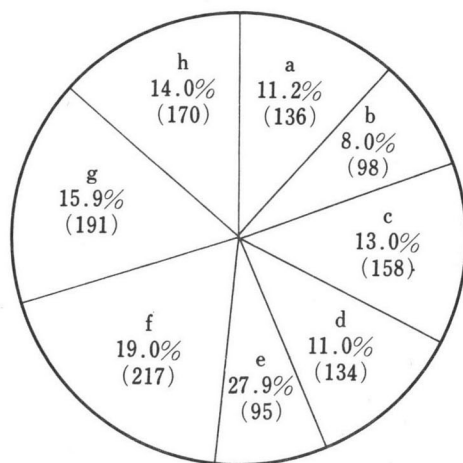




2. デザイナーとして、必要な情報や知識を入手するために、下記のタイプの中で特にどれを必要となさいますか。複数の項目を選んで下さつて結構です。該当項目の無い場合は、所定欄に御記入下さい。

a	国内の専門家の講演・談話
b	外国の専門家の講演・談話
c	専門分野別の講習会・ゼミナール
d	同業者・協会・学会等の意見
e	コンサルタント・モニター等の意見
f	国内の展示会・ショー
g	外国の展示会・ショー
h	見学・視察・旅行

記入欄 _____



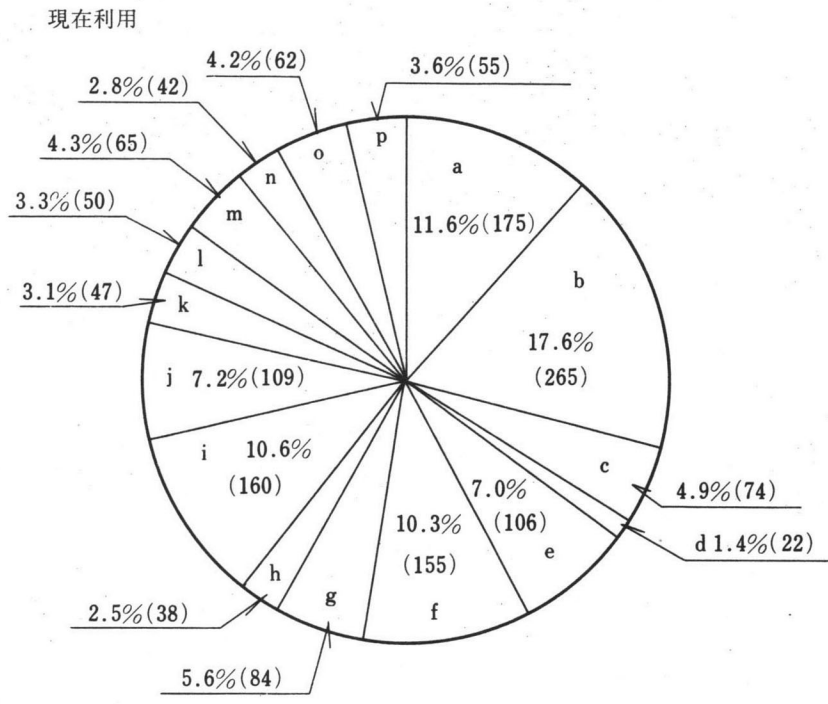
この回答で著るしい特長を示すものは、展示会、ショー、旅行などのいわゆるナマ情報の獲得が強く希望されており、他律的側面の強いd、eなどは必要とされていない点である。これはデザイナーの内面的要求が端的に反映された結果であると見ることができる。

3. デザイナーとして、現在主として利用されていたり、大いに今後利用したいと考えているつしやる情報源としてどのようなものがありますか。次の項目の中から必要なだけ選んで下さい。該当項目の無い場合は、所定欄に御記入下さい。

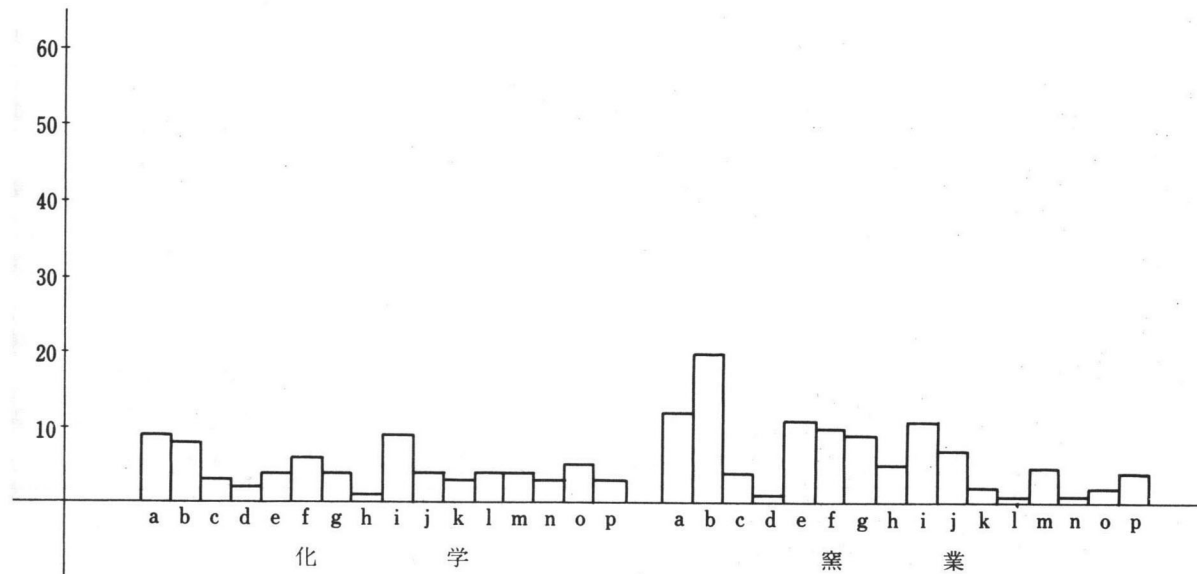
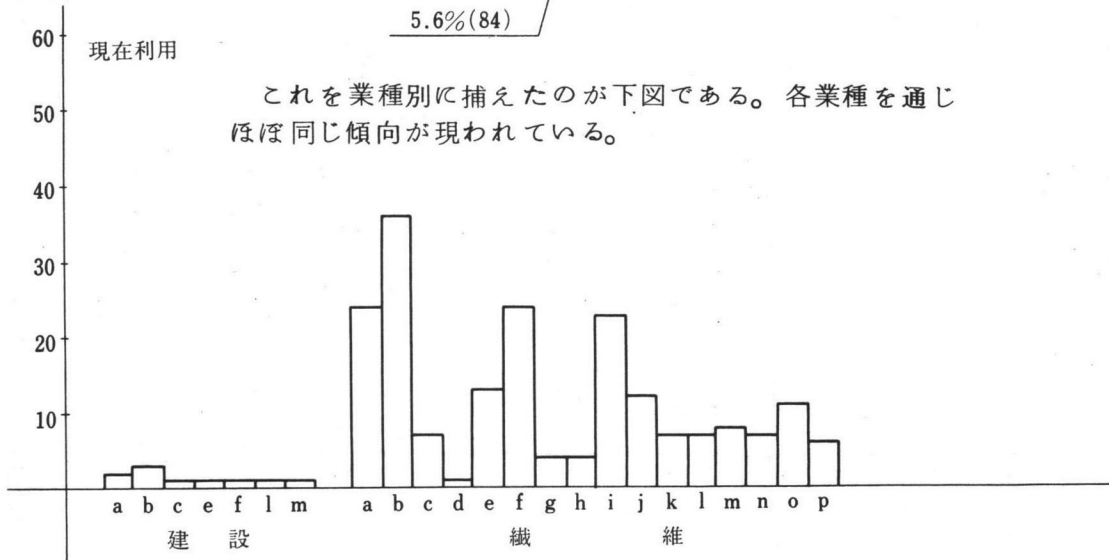
	現在利用	将来利用
a 新聞、ラジオ、テレビ等のマス・コミュニケーション媒体		
b 機関誌（紙）、業界誌（紙）		
c 国内の官公庁		
d 外国の官公庁（駐在日機関を含む）		
e 研究所、試験所（官庁、民間）		
f 学会、諸団体（デザイン協会、振興会等）		
g ジェトロ（JETRO、日本貿易振興会）		
h 外国の通信社、商社		
i 自社の支社、支店、営業所、代理店		
j 自社の調査部・課		
k 各種の組合		
l 学校、大学		
m 公共図書館、専門図書館		
n 情報サービス・センター		
o 調査機関（依頼、委託）		
p 自然的・社会的現象（観測、測定）		

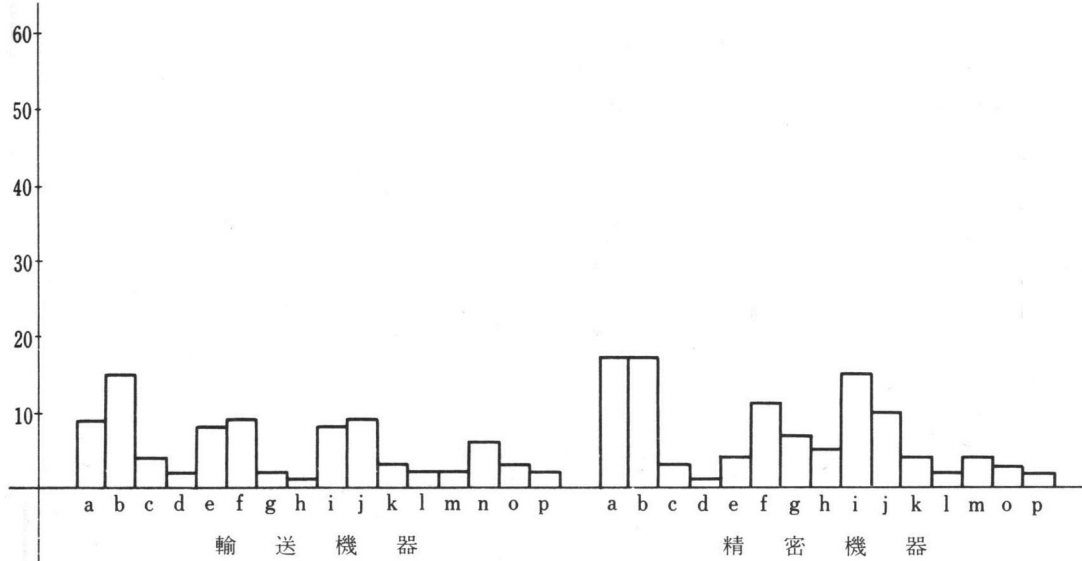
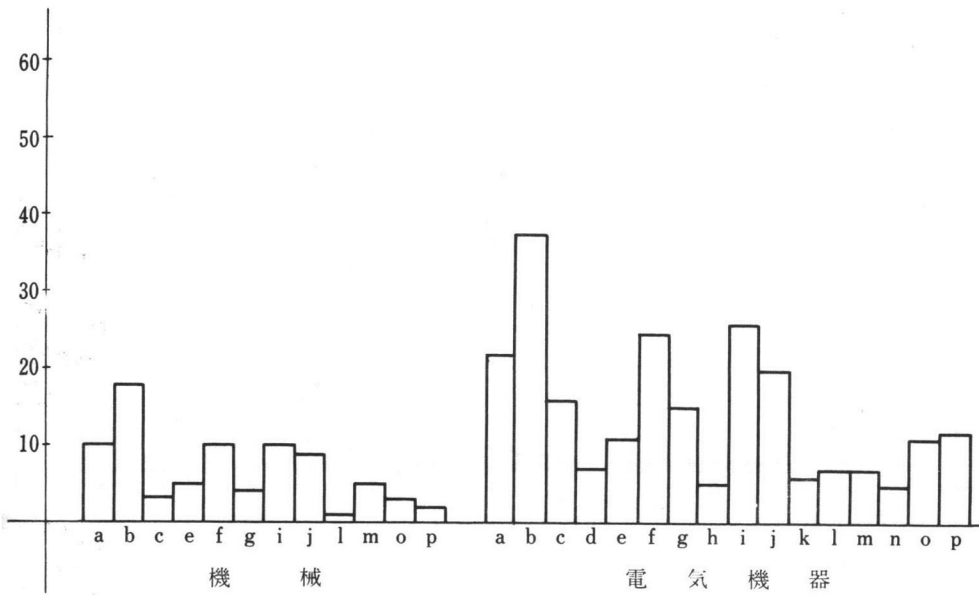
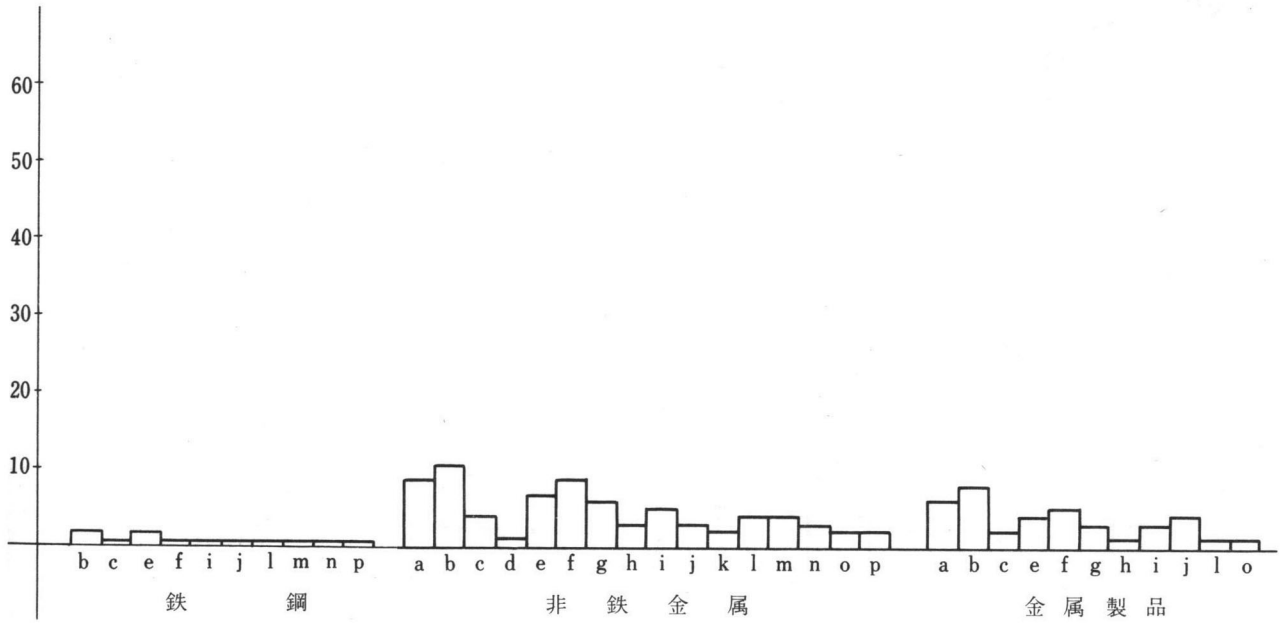
記入欄 _____

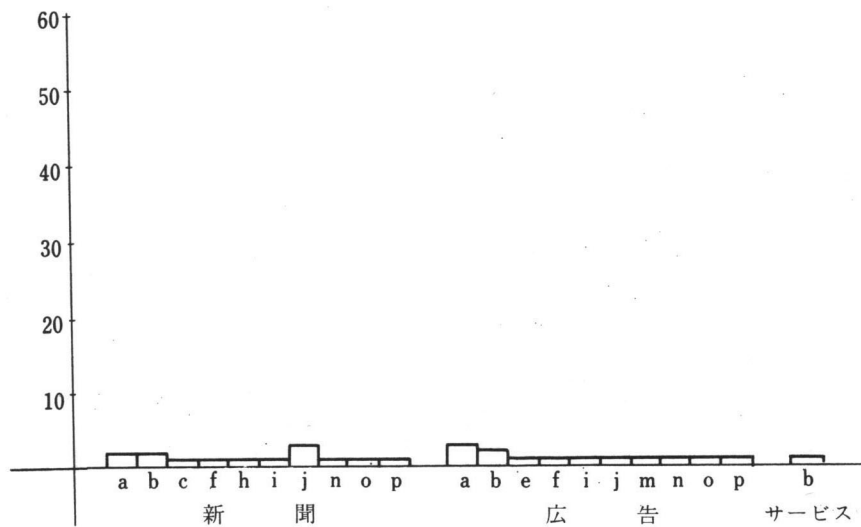
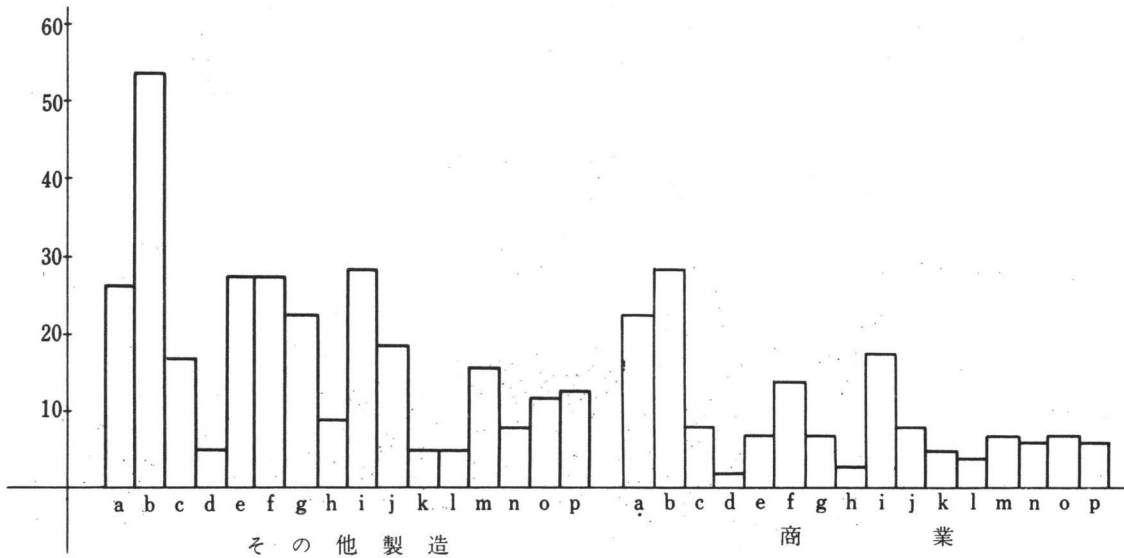
この設問は内容というよりも、むしろ媒体とか手段を問題としたものである。下図に示すごとく、現在利用においては a、b は大きな比率を占めるが e、f、i を除き、他はほぼ同率に近い。



これを業種別に捕えたのが下図である。各業種を通じ
ほぼ同じ傾向が現われている。

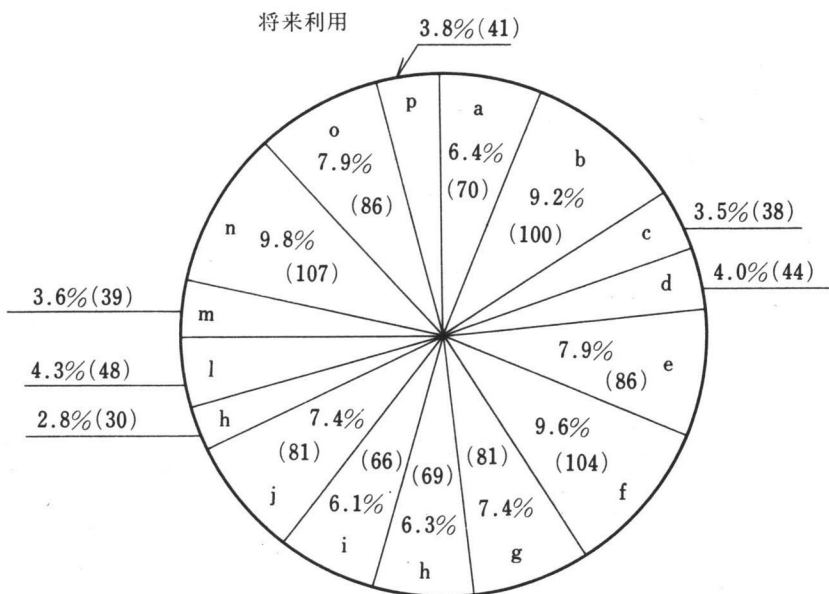


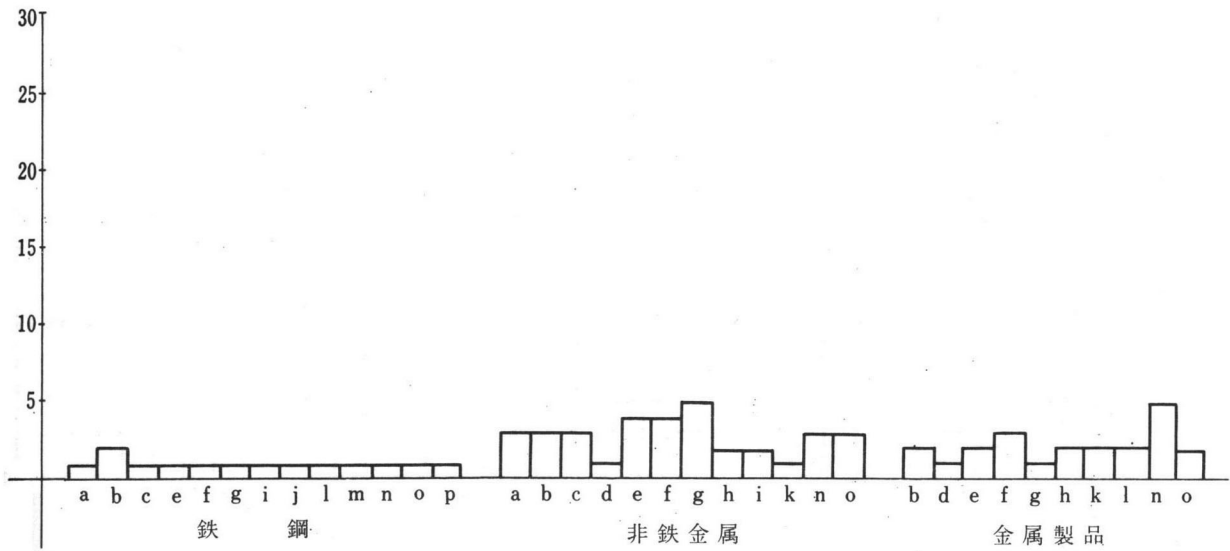
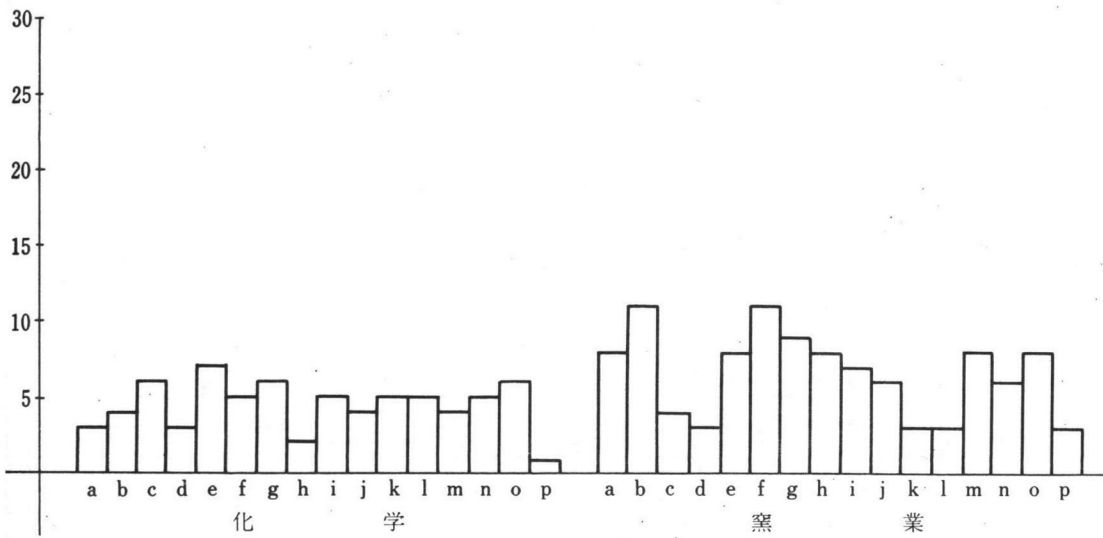
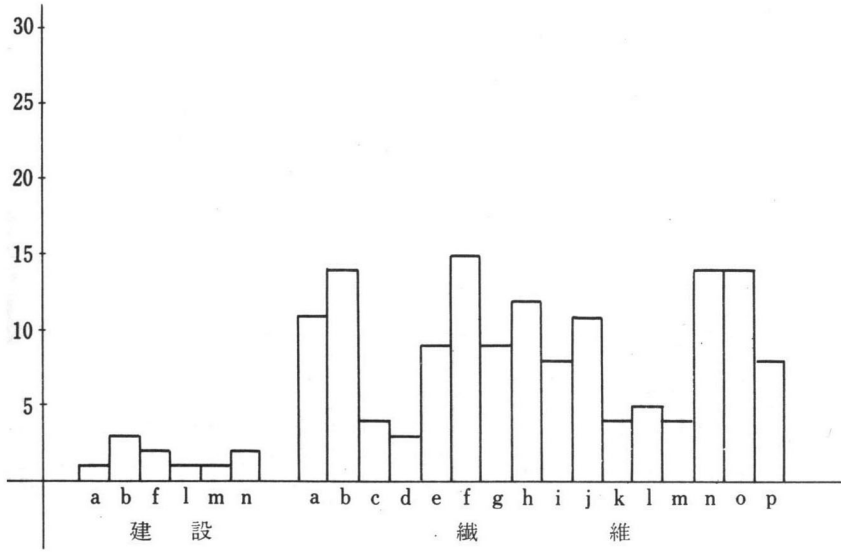


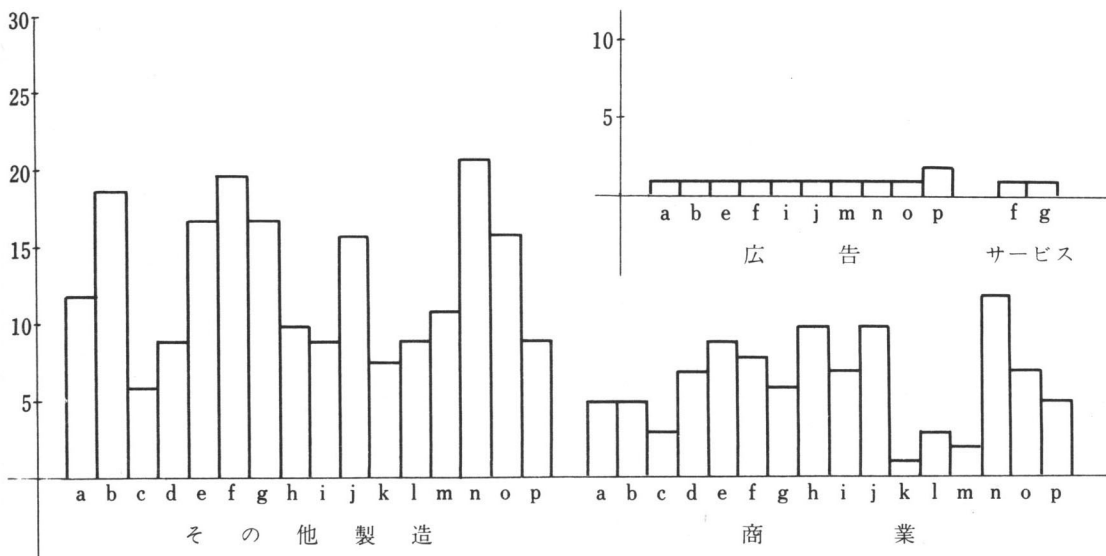
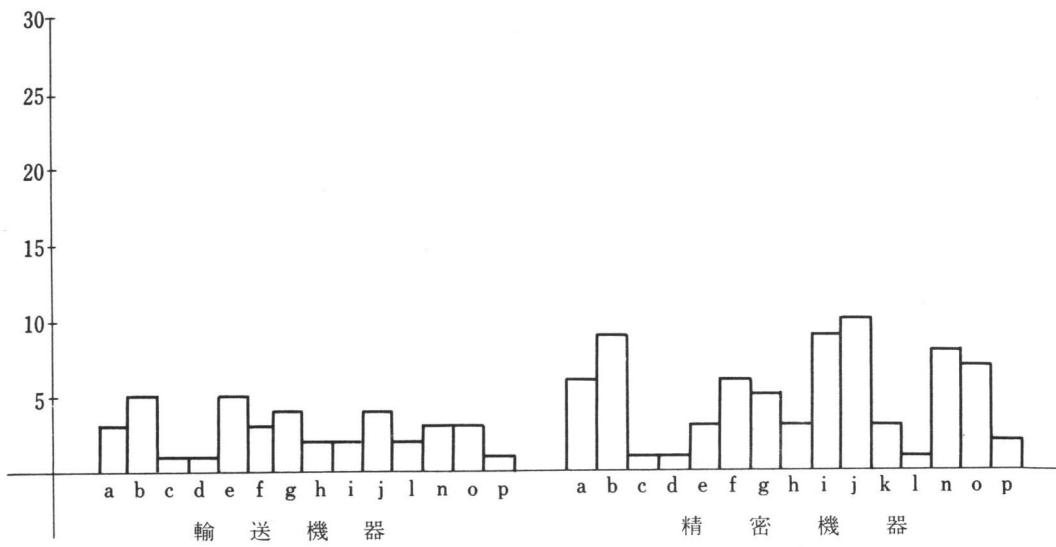
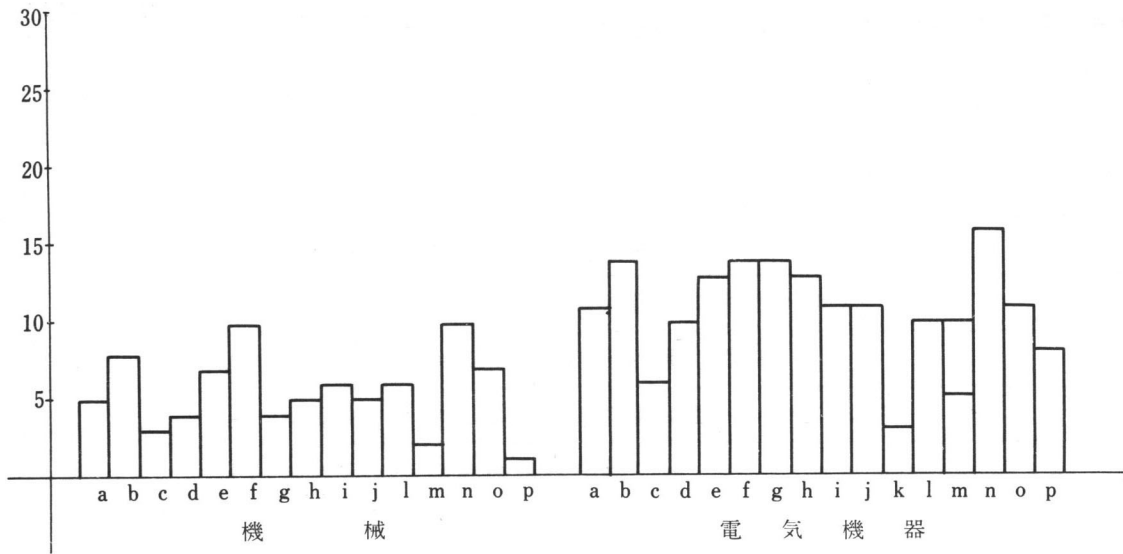


上述の内容を将来における利用期待度として見ると、右の図のように変化が認められる。特に n・o に大きな変化が認められることは、産業デザイン関係者として、やはり情報センター、調査機関等の存在意義と活用体制が固まってきたことを示すものであろう。

下の業種別特性を見ると、機器その他の製造業、商業等全般にわたり n・o に対する期待が大きいことがわかる。

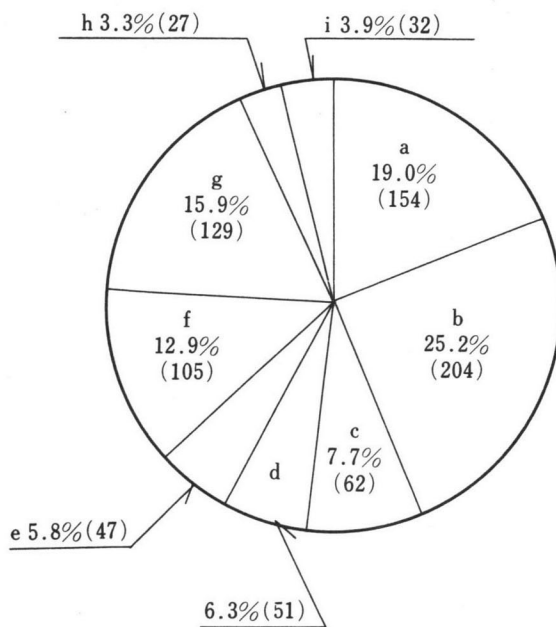






4. 上の質問（1. 2. 3.）で問題とされた情報や資料の評価に当つて、特にどの点に着目されますか。最大限3項目まで○をつけて下さい。

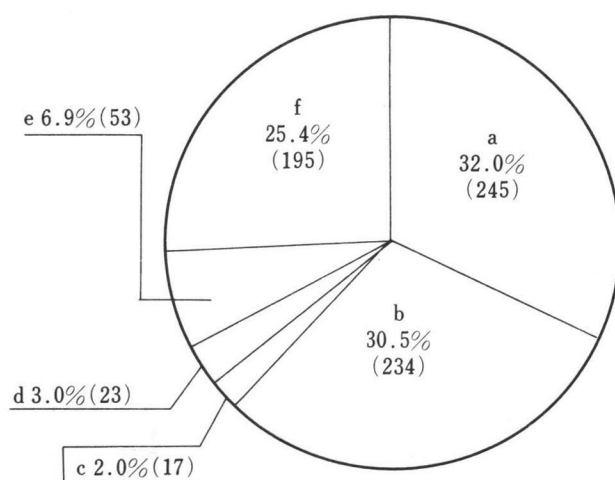
a	情報の出処（その信頼度）
b	情報やデータの収集時間（新しさ）
c	情報やデータの収集場所（何処で集めたか）
d	情報やデータの収集条件（各種与件）
e	情報やデータの範囲（どの事項をカバーしているか）
f	情報としての現在の利用度
g	情報としての将来の利用度
h	情報としての部分的利用度
i	情報としての全体的利用度



情報や資料の評価基準として、a、bが挙げられることは当然であろう。また、情報としての特性はfに反映されている。gが高い比率を占めているのは、現在入手した情報を将来利用にまで高める中間過程として必要な蓄積、比較、総合化の方法の開発を意味する。

5. デザイナーとして、必要な情報を交換したり、利用したりする際に、どのような伝達方法を重視、またはひんぱんに利用されますか。次の項目の中で、最大限3項目まで○をつけて下さい。

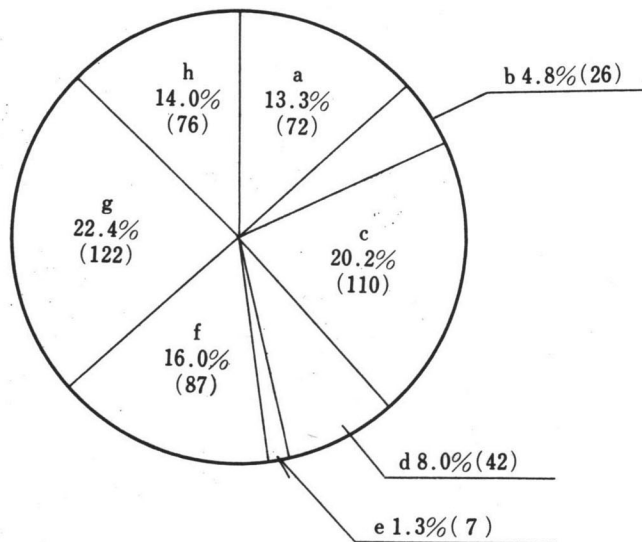
a	文書、印刷物（シート、カード形式を含む）
b	写真（スライド、フィルム、プリント等）
c	テレックス、テレメール、テレファックス
d	録音、録画テープ
e	電話
f	面接、口頭



伝達方法に関しては、オーソドックスなものが選ばれ、c、dは少なく、eも比較的に利用されていない。口頭伝達が持つ重要性は科学技術の領域でも認識されており、この面の研究も今後デザインの分野で行なう意味を担っていると思われる。

6. デザイナーとして、現在いろいろ問題とされている手法のうちで、特に関心をお持ちになつたり、将来研究してみようと思ひになる手法はどういうものですか。次の項目の中で、最大限3項目まで○をつけて下さい。

a	K J 法
b	N M 法
c	ブレインストーミング
d	P E R T
e	P P B S
f	機能分析法
g	価値分析法
h	コンピュータ・グラフィックス

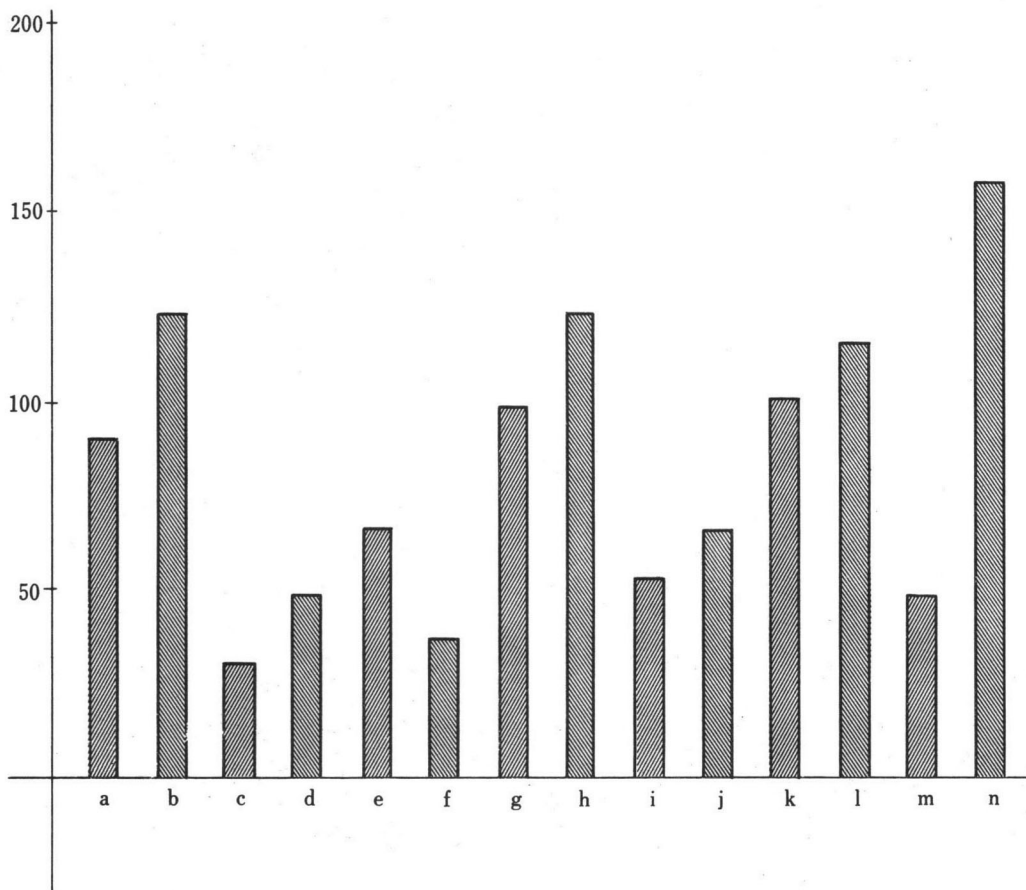


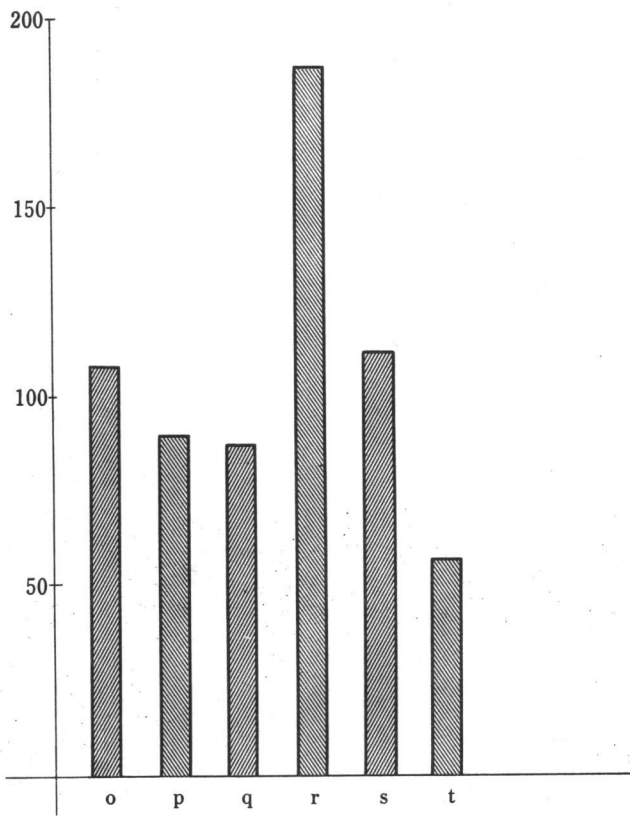
関心を持たれている手法は左図に示されたようなものであるが、この点については手法そのものにつき、調査期間中に電話による問い合わせが若干あった。e は直接的関係を持たないので、少いのは当然であろう。f、g に関心を持たれていることは、産業デザインとしては望ましい傾向である。h も相当高い比率を示しているのは、コンピュータの活用に対する期待度の高くなったことを意味すると受け取られる。

7. デザイナーとして、「日本産業デザイン振興会」が今後情報サービスセンターとして機能を発揮する場合、どのようなサービス内容を御希望になりますか。必要な項目を複数選んで○印をつけ、右側に御希望の回数や頻度を御記入下さい。

	回数・頻度	
	回数 / 年	回数 / 月
a 講演会		
b 講習会、セミナー		
c コンサルタント（指導員）の斡旋、派遣		
d 電話応答サービス（簡単な質問に答える）		
e 情報源や相談相手（機関・組織・人）の紹介		
f 官公庁、担当部・課の紹介		
g 国内出版物の紹介 （目次の複写、配布、コンテンツサービス）		
h 外国出版物の紹介（同上）		
i 国内出版物（特に雑誌）の索引の作成・配布		
k 国内出版物（特に雑誌）の抄録の作成・配布		
l 外国出版物（特に雑誌）の抄録の作成・配布		
m 国内・外国の製品の写真の配布		
カラー		
モノクローム		
n 国内・外国の企業のデザイン活動の紹介 （特集記事）		
o 各種の実態調査とその結果の公表		
p 各種の基礎研究・調査とその結果の公表		
q 各種の統計資料の作成とその配布		
r 内外の優秀デザイン商品の展示		
s 内外の優秀デザイン商品の写真パネル 等各種資料の展示		
t 内外のデザイン事務所、デザイン指導 員のインデックス・サービス		

日本産業デザイン振興会に対するサービス希望内容として、rが最大であることは前出の期待度・利用度とも一致する。nが大であるのは、抄録誌的な意味も持ち、重要な方向を示唆し、k、lの抄録誌の配布希望が高いことは当然であろう。なお、bが大きいことは、十分な企画を立てて実施する計画性の必要を感じさせる。mが少ないことは、理解に苦しむ。c、f、tが相対的に少いことは、デザイン担当者の自主的態度とか、アーティストとしての気持の反映であろう。





回答受信会社リスト (回収済後受信の全回答を含む)

建設

キューピーアルミ
国土建設
大成プレハブ
三井建設

滝文工業
中外毛織
東亜紡績
東海レース

東洋敷物
東洋ナイロン編物

繊維

愛知染色
愛知紡績
旭一シャイン工業
内一商事
エフワン
大津毛織
鐘淵紡績
共和レザー
倉敷紡績
倉敷繊維加工
クラレ
郡上紡績
グンゼ
小松精練
三共毛織
三陽商会
敷島紡績
上毛撚糸
信仰インテリア
住江織物
鈴倉織物
大装
大同毛織
織物製造部

東洋紡績
常盤商事
ドムス
富山紡績
豊田紡織
日本エクスラン工業
日本毛織
日本フェルト
丸丹
丸二興業
丸松
安三レース

化学

オリエンタル写真工業
小西六写真工業
シルバー樹脂工業
スターライト工業
積水化学工業
セメダイン
ニチバン
富士写真フィルム
ライオン歯磨

窯業

淡島グラス
石塚硝子
大倉陶園
大阪陶業
各務クリスタル
光洋陶器
三郷陶器
曾我ガラス
タイガー魔法瓶工業
大和硝子
滝波硝子
東陶機器
知山陶苑
ナショナル魔法瓶工業
鳴海製陶
日淡タイル工業
日本板硝子
日本研磨材工業
日本タイル工業
日本電気硝子
日本陶器
パラマウント硝子工業
深川製磁
保谷硝子
丸利商会
三重ホーロー
山村硝子

鉄鋼

イケダ鋼板
東京鋼鉄
日立金属

日鉄エコン

川崎製鉄
神戸製鋼所
新日本製鉄

非鉄金属

アサヒ金属工業
クックベッセル
小林工業
セーラー万年筆
中谷金属工業
日東アルミニウム製造所
袴田金属工業
富士アルミニウム工業
ホクセイアルミニウム
理研軽金属工業
柳沢製作所
陽栄製作所

金属製品

柴崎製作所
市川工場
三洋工業
昭和コーニア
田島順三製作所
多田金属工業
東邦工機
中 博光商店
日鉄金属工業
日東精工
日本建鉄
日本製缶
山正鑄造

機械

伊丹工業
井関農機
磯村機器
大島農機
コピア
今間製作所
三共電器
蛇の目ミシン工業
住友重機械工業
世田谷製作所
タイガー計算器
ダイキン工業
東京重機工業
東畑農機
日本NCR本社
ニッポー
野田産業
ブラザー工業
マックス
丸山製作所
稲毛工場
三井三池製作所
リッカーミシン

電気機器

アイデン
アイワ
大阪音響
キングストーン
クラウン
興亜電工
国産電機

山水電気
三洋電機
芝浦製作所
シャープ
昭電社
大倉山工場
新日本電気
スタンダード工業
ゼネラル
ソニー
高住屋工業
ティアック
クラリオン
東亜特殊電機
東海理化
東京芝浦電気
東京電気
東芝オーディオ工業
トリオ
中川電機
日本電気精器
日本無線
日本ビクター
パイオニア
日立工機
日立製作所
家電研究所
日立電子
白山製作所
富士通研究所
富士電機家電
星崎電機
松下電工

松下精工

マキタ電機製作所

明電舎

大崎製作所

明治電機

ヤマギワ電気

有信精器工業

精密機器

オリエント時計

オリンパス光学工業

鎌長製衡

キャノン研修センター

キャビン工業

光洋機械工業

三協精機製作所

三信光学工業

シチズン商事

島津製作所

スター精密

服部時計店

富士写真光機

ペトリカメラ

マミヤ光機

ミノルタカメラ

ミノルタカメラ

技術センター

ミランダカメラ

輸送機器

河西工業

金井工車輪工業

川村産業

小糸製作所

昌和製作所

新家工業

関西工場

ダイハツ工業

ダイハツ工業

西宮工場

ツノダ自転車

小牧工場

東京部品工業

東洋工業

トヨタ車体

日米富士自転車

平田プレス工業

富士重工業

本田技術研究所

光自転車

丸紅山口自転車

アイシン精機

その他製造

愛知

朝日木工

アライ

伊藤萬

岩井工業

永大産業

岡村製作所

オニッカ

小野産業

オリエンタル・ダイヤモンド

大船工場

オリムピック釣具

カザマスキー

川嶋工業

関東ガス器具

近畿プライウッド

キングジム

窪沢木工所

熊平製作所

クラウン産業

コクヨ

コスガ

サンコー靴

サンパック

芝製作所

大建工業

大日本印刷

大平木工

高島屋日発工業

玉川漆器

テスコ

トヨー工業

東洋リノリュウム

凸版印刷

トミー工業

トモエ算盤

ナスステンレス製作所

西沢

日昭電気リビングアート

日東ステンレス工業

日本転写紙

仁丹テルモ

野崎印刷紙業

京都営業所

林五

パイロット万年筆

飛驒産業

平野

広田

福井工業

フジセット工業

二葉工業

プラス

古河工業

ペンテル大日本文具

ペンドリ

ヘンミ計算尺

ホウトク金属

ボード

みつわ真珠工業

三菱鉛筆

山川ラタン

山田平安堂

吉永プリンス

ロイヤル

商業

朝日通商

荒川

伊藤忠商事

梅田機工

内田洋行

小田急百貨店

兼城商事

兼松江商

カメイガラス

川島紙店

郡是産業

国洋

三愛

三工商事

十字屋

西賀

西友ストア

タイガー計算器販売

滝富

立川

田村駒常盤

帝人商事

東海理化販売

東急百貨店

東京ファスナー

東網商事

西島ケーエスビー商事

日本クラリー金銭登録機

日本ダンロップ

日本鉄板

日本ビー・エフ・グッドリッチ

野沢屋

福助

ベルテック

松井商事

松崎

松本

丸井

丸栄

丸善

丸紅飯田

御木本真珠店

緑屋商事

緑屋電気

メルポ紳士服

ヤック

山口源

山中シャフト

ヤンマー農機

横浜高島屋

吉田産業

吉野藤

リーガル

ワイ・ディ・シー

放送

毎日放送

新聞

朝日新聞

東京本社

毎日新聞社

広告

朝日広告社

大広

オリコミ

グレイ大広

東急エージェンシー

日本交通事業社

電気ガス

東邦瓦斯

サービス

伊藤商店

YSデザイン

