

日本商品のデザイン向上のために ー ジェトロとデザイン振興事業 ー

平成 12 年 3 月

「JETRO 40 年の歩み」

ジェトロ 40 年史編さん委員会

日本貿易振興会（ジェトロ）

第 2 編 1960 年代 輸出振興とジェトロ事業

第 5 節 日本商品のデザイン向上のために

第5節 日本商品のデザイン向上のために

1 産業デザインの登場

戦後の日本の経済発展に大きく寄与したものに、繊維、陶磁器、雑貨など軽工業品の輸出の伸展があったが、これらの製品のデザインの多くはバイヤーの指定によるもので、日本独自のものは稀であった。それは当時の海外の生活様式などに関する情報が少なく、外国で受け入れられるデザインがどのようなものなのかは結局バイヤーが示したものに従うほかなかったからである。これが時には既存のデザインの盗用につながり、欧米各国から強い抗議を受ける結果を招いた。

そこで政府は、日本の主要輸出産業がこのような面から脅かされることに危機感を抱き、1956（昭和31）年に特許庁に、意匠奨励審議会 — the Design Promotion Council を設置し、国の施策としてのデザイン振興策を通産大臣に諮問させることとした（58年に通産省デザイン課に移管）。また、57年には日本製品のなかから特にデザインの優れたものを選定、表彰するグッドデザイン選定制度 — the Good Design Selection System、いわゆるGマーク制度が発足した。

58年には通産省通商局にデザイン課が設置され、デザイン行政全般を司ることとなった。そして59年には、輸出品デザイン法（the Export Commodities Design Law）を制定し、指定された輸出軽工業品のデザインの登録、認定を義務付けるなど、産業デザインに対する意識の向上とグッドデザインの振興に政府として取り組む体制が整ったのである。

2 ジェトロとデザイン振興事業

前述のように産業デザインの重要性が輸出振興において強く認識されるようになると、ジェトロは産業意匠改善事業を一つの柱として立て、以下のようなデザイン振興策を展開することになった。

2.1 海外優秀商品見本収集事業

日本の輸出商品が海外市場に広く受け入れられるには、相手国においてどのようなデザインが好まれているのかを知る必要がある。それには実物を手に取ってみるのが最も確に把握できる。しかし当時としては先進国の日常雑貨や耐久消費財がまだ数多くは輸入されておらず、特に地方のメーカーや貿易業者にはそれらの商品を目にする機会は少なかった。

そのような事情から、業界からは海外の優れたデザインの競争見本を収集してほしいとの強い要望がジェトロに寄せられていた。ジェトロでは設立翌年の51年、

海外競争見本収集国内展示事業として海外調査員などを通じて繊維、軽工業製品、雑貨などを毎年度収集し、これらの商品を国内各地で巡回展示した。また工業会、輸出組合などが開催する商品研究会に貸出したり、あるいは工業試験機関で分析テストを行うなど、多角的に利用され、関係業界の参考となった。この事業は57年からは海外優秀見本収集事業と改称され、対象品目も家具、室内装飾品などに拡大された。61年からは収集予算は全額国庫補助となり、特に同年5月、国内各地に貿易相談所が開設されてからは、同相談所を通じて地方製品のデザインの向上、改善を図るため、各地の要望を取り入れたきめ細かな見本収集を実施するようになった。そのため、64年2月からニューヨーク、65年3月からハンブルグの各ジャパン・トレード・センターにデザイン専門調査員を駐在させ、より専門的見地から見本の収集にあたらせた。

この事業は70年まで実施され、総額約1億1,800万円の予算で3万点余りの見本を収集し、わが国の輸出商品のデザイン向上に大きく貢献した。

2.2 産業意匠改善研究員海外派遣事業

日本の輸出商品のデザインを向上させるには、海外商品で相手国の事情を知ること必要であるが、それらをわきまえた上で日本の独自性を持ったデザインを開発することが重要である。そのために、日本のデザイナーを海外のデザイン教育機関に留学させ、最新のデザイン技法を習得しながら海外事情を実感させる制度が55年より実施された。派遣者は一般公募し、ジェトロが選考を行い、欧米各国のデザイン教育機関へ1年ないし2年留学させた。

当時はデザイナーにとって海外留学の機会はほとんどなく、この制度がいかに関に日本のデザイン界に寄与したかは、これらの留学生たちが帰国後、それぞれの分野で指導的地位について活躍したことからもうかがえる。その後67年からは、短期の海外デザイン調査員制度に改め70年まで実施され、この間に延べ98名が派遣された。

2.3 対米特産品輸出振興事業

56年、ジェトロは中小企業庁と共同で米国からデザイナー、および商品専門家を招へいして各地方を巡回させ、対米輸出に適した特産品を選び、これらをニューヨーク、サンフランシスコおよびトロントの各ジャパン・トレード・センターの展示場において関係業者などに公開する事業を開始した。その結果、日本各地に伝わりかつ米国の生活のなかにも取り入れられる製品が紹介され、日本調のデザインが受け入れられる契機となり、また、わが国の地方産業活性化にもつながることになった。この事業は59年には、輸出向け特産商品の量産化、輸出化などの諸施策を総合的に推進するため、ジェトロを中心に、通産省、外務省、日本生産性

本部、地方公共団体などと共同で実施されることとなった。

この基本構想は米国の商品専門家ラッセル・ライト氏 (Russel Wright) が提案したもので、ラッセル・ライト計画とよばれた。62年よりこの事業は、日本手工業品輸出推進計画として65年まで続き、その後、(財)日本産業デザイン振興会が設立されるにおよび、日本優秀デザイン商品輸出推進事業として継承された。

3 ジャパン・デザイン・ハウスの設立

58年12月、デザイン奨励審議会(もと意匠奨励審議会)がデザイン振興の中心機関の設立の必要性を通産大臣に答申したことに基づき、ジェトロは付属機関としてジャパン・デザイン・ハウスを60年に開館した。

3.1 目的

ジャパン・デザイン・ハウスは内外のデザインに関する情報の収集と提供、輸出向け優秀デザイン商品を選定、展示することで、海外のバイヤー、国内の製造業者や輸出業者などを対象に輸出商品の質的向上を図る一助とし、また一般消費者にグッドデザイン商品を例示することを目的とした。

3.2 事業

60年3月31日、ジャパン・デザイン・ハウスは当時、ジェトロ東京本部のあった東京駅八重洲北口の国際観光会館2階に開設された。初代館長には、外部からの有識者として千葉大学工学部工業意匠学科教授の小池新二氏が就任した。同ハウスは、常設展示場、資料室および事務室からなっていた。主な事業は以下のとおりである。

(1) 優良デザイン商品の選定と展示

業者からの申請による商品を、ジャパン・デザイン・ハウスの専門委員会において審査し、選定された商品は常設展示場に展示し、輸出業者やバイヤーなどが日本のデザインの優れた輸出品を一堂に見られる場所とした。

(2) インフォメーションサービス

選定商品は、一点ごとに商品写真と取り引きに必要なデータを和英両文で記載したインデックスカードを作成し、業者へ情報を提供した。カードは永久保存され、ジャパン・デザイン・ハウス選定品として取り引きの参考のみならず、日本の優

良デザイン商品の記録として貴重な資料となった。

(3) 出版物の刊行

選定品をはじめ、日本のデザイン情報を海外に広報するため英文機関誌「Japan Design House」を、国内向けには和文の「ジャパン・デザイン・ハウス」をそれぞれ年4回発行した。このほか、選定品英文年鑑「Japan Design Annual」も作成し、海外デザイン機関やジェトロ海外事務所に送付した。当時、英文のデザイン関係定期行物は日本にはなく、日本のデザインの現状を海外に紹介する上で大きく寄与したものであった。また、海外のデザイン機関、教育機関との交流の唯一の窓口の役割を果たしたのであった。

(4) 特別展の開催

展示場では、常設展示のほか、特定のテーマに基づいた特別展を年数回開催した。特に海外デザイン機関からの出品による優れたデザインの外国製品は、大きな関心を集めたものであった。これらの事業は、ジェトロの持つ海外活動機能に負うところも多かった。このほか、商品研究会の開催、地方産業のデザイン向上のための資料提供、欧米のデザイン事情紹介のスライド作成など、極めて多角的な活動を展開し日本における唯一の総合的デザイン情報センターとして内外において確固たる地位を築いた。

3.3 事業の移管

以上のような各種のデザイン振興事業を展開してきたジャパン・デザイン・ハウスは、ジェトロの性格上、輸出振興の観点から実施されてきたが、その後、日本経済の発展とともに、国民生活の質的向上に向けたデザイン振興が求められるようになった。ここにおいて新たな振興機関として69年、(財)日本産業デザイン振興会(Japan Industrial Design Promotion Organization/JIDPO)が設立され、70年にはジャパン・デザイン・ハウスは10年の歴史を閉じ、71年、ジェトロのほかのデザイン事業も同振興会に継承されることとなった。

3.4 ジェトロのデザイン振興事業の成果

ジャパン・デザイン・ハウスを中心としたジェトロのデザイン事業は、特に海外の組織網を活用できた点で日本のデザイン界に寄与した功績は大きく、また、国の内外に数多くの連携先を確保したことで、幅広いデザイン振興基盤を整備し、あとを継いだJIDPOが現在の活動を続ける基礎となっている。デザインという質

の問題を扱う分野は、その成果を計量的に数値化して表し得ない面があり、評価の観点に理解を得ることに苦労もあったが、デザインの重要性が広く認識される上で果たした役割は大きかったといえよう。

ジェトロとしての事業は終了したが、20年にわたり蓄積されたデザイン振興のノウハウは、その後東南アジア諸国において強く求められ、各国のデザインセンターの設立と運営に助言と指導を実施してきたところである。かつての日本と欧米という東西の交流が、いまや南北に移りながらも、ジェトロが築いたデザイン振興の理念は国を超えて脈々と生き続けている。